

平成29年度

北海道中山間ふるさと・水と土保全対策事業に係る
点検・評価報告書（案）

北海道農政部農村振興局農村設計課

I 点検・評価について

1 点検・評価の対象地区

北海道中山間ふるさと・水と土保全対策事業の地域活動支援事業の実施地区のうち、平成29年度に事業を完了した湧別町湧別地区

2 点検・評価の方法

毎年度事業実施地区を訪問し、事業の進捗状況の確認や関係者へのアドバイスをを行っている北海道中山間ふるさと・水と土保全対策委員会委員からの意見や、活動団体、関係町村及び（総合）振興局を対象としたアンケート調査結果を基に、道が評価した。

3 北海道中山間ふるさと・水と土保全対策委員会委員

所 属	職 名	氏 名	備 考
NPO 法人北海道食の自給ネットワーク	事務局長	大熊 久美子	
フードライター		小西 由稀	
北海道大学大学院農学研究院	准教授	小林 国之	
北海道土地改良事業団体連合会	常務理事	本間 勤	
北海道大学大学院農学研究院	講師	山本 忠男	座長

(氏名五十音順)

II 湧別町湧別地区に係る評価について

1 湧別地区の活動内容について

(1) 地域及び活動団体の概要

本地区の湧別町は、平成 21 年、上湧別町と湧別町が合併し誕生した。地名はアイヌ語でチョウザメを意味する「ユペ」または、温泉の川を意味する「ユーベツ」に由来するといわれている。オホーツク総合振興局管内の中央部、北見峠を水源とした湧別川の下流部に位置した、面積 506 km²、人口 9,203 人、世帯数 4,153 戸（平成 29 年 1 月 1 日現在・住民基本台帳）の町である。東部にサロマ湖を有し、東は佐呂間町、西は紋別市、南は遠軽町に隣接し、北はオホーツク海に面している。

気候は、オホーツク海型気象地帯としての特色をなし、降水量は年間 715.5 mm、平均気温は 5.8℃となっており、北海道内においても少雨地域で、冬季の降雪量も少ない。

湧別町の東部に位置する旧湧別町エリアは、オホーツク海やサロマ湖に接しており、ホタテ・しまえびといった魚介類の水揚げが盛んであるほか、湧別川沿いの地域では、タマネギ・小麦畑作物が栽培され、南部の芭露地域などの山間丘陵部においては酪農畜産が営まれるなど、多様な一次産業が展開されている。

この地区の 6 名の酪農家の女性たちが、食品が廃棄されている現状を目の当たりにし、自らが生産した農畜産物をおいしく食べてほしいという思いから、平成 12 年「楽酪楽食会」を設立し、地場産食材の有効活用を目的にレシピの試作などの活動を行ってきた。平成 25 年には、同年設立した J A ゆうべつ町女性部マルシェ部会に引き継がれ、現在に至っている。

町の主要な贈答品は海産物が多く、農畜産物の特産品が少ないことからマルシェ部会は、発足当初から町の主要産品である牛乳に着目し、平成 25 年、町内のアサヒ食品工業株式会社の協力を得て、「牛乳練りうどん」の開発に着手した。

平成 26 年、乾麺及びプレーンとかぼちゃ入りの 2 種類の半生麺を製品化し、「牛乳うどん」という商品名で、A コープ ゆうべつ、ハマナスクラブ ゆうべつ 芭露店にて常時販売を開始した。

マルシェ部会の構成員は、事務局となっている農協の職員以外、全て女性酪農家であり、地域ブランド商品の開発についてのノウハウを有していなかったことから、先進地の事例や専門家の意見等を得て今後の活動の方向性を決定し、活動を通じて開発した商品が長く愛される地域ブランドとなり、食を通じて地域が活性化することを目的に本事業を実施することとした。

(2) 活動の推移

活動事項	年度	活動状況
1 PR事業	27	<ul style="list-style-type: none"> ・サロマ湖 100 kmウルトラマラソン前夜祭PR・販売 (6月) 参加者数：10名 ・駒大苫小牧高校 (湧別町で合宿) への牛乳うどん贈呈 (8月) 参加者数：5名 ・コープさっぽろうどん試食会 (9月) 参加者数：30名 ・成人式にて牛乳うどん提供 (1月) 参加者数：4名
	28	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>のぼり 10枚・法被 10着作成 (6月)</u> ・サロマ湖 100 kmウルトラマラソン前夜祭PR・販売 (6月) 参加者数：10名 ・JAゆうべつ町ふれ合い祭りでのPR・販売 (8月) 参加者数：4名 ・ESTA (札幌市) でのPR・販売 (8月) 参加者数：4名 ・湧別町産業まつりでのPR・販売 (9月) 参加者数：5名 ・JAゆうべつ町収穫祭でのPR・販売 (10月) 参加者数：3名 ・成人式にて牛乳うどん提供 (1月) 参加者数：6名
	29	<ul style="list-style-type: none"> ・サロマ湖 100 kmウルトラマラソン前夜祭PR・販売 (7月) 参加者数：5名 ・JAゆうべつ町ふれ合い祭りでのPR・販売 (8月) 参加者数：4名 ・おこっぺ街中マルシェでのPR・販売 (9月) 参加者数：3名 ・JAゆうべつ町収穫祭でのPR・販売 (9月) 参加者数：4名 ・湧別町産業まつりでのPR・販売 (9月) 参加者数：5名 ・成人式にて牛乳うどん提供 (1月) 参加者数：6名 ・<u>パンフレットの作成 (3月) 5,000部</u>
2 研修事業	27	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>先進地視察・意見交換会 (興部町食を考える協議会) (10月) 参加者数：8名</u>
	28	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>先進地視察・意見交換会 (JA中札内村) (7月) 参加者数：6名</u>

	29	・ <u>先進地視察・意見交換会（雄武町（株）神門・ブルーグラスファーム）（10月）参加者数：13名</u>
3 食育事業	27	・ 北海道放送「あぐり王国北海道」料理提供（9月） 参加者数：6名 ・ <u>うどんづくり（湧別町立芭露小学校）（2月）参加者数： 児童29名・先生8名、部会員7名</u> ・ <u>試食体験活動（湧別オホーツク園・湖水の杜）（3月） 参加者数：入居者60名・30名、施設職員20名・10名、 部会員5名</u>
	28	・ <u>うどんづくり（湧別町立芭露小学校）（2月）参加者数： 児童28名・先生9名、部会員9名</u>
	29	・ <u>エプロン・三角巾・ポロシャツ作成（8月）</u> ・ <u>うどんづくり（湧別町立芭露小学校） （2月）参加者数：児童27名・先生10名</u>
4 商品開発	27	・ <u>半生麺成分分析：道立オホーツク圏地域食品加工技術 センター（12月）</u>
	28	・ <u>乾麺成分分析：道立オホーツク圏地域食品加工技術セ ンター（1月）</u>

注) 下線は、北海道中山間ふるさと水と土保全対策事業より対応

【活動状況写真】

平成 27 年度



先進地視察・意見交換会（10月）



食育活動（湧別町立芭露小学校）（2月）



食育活動（湧別オホーツク園・湖水の杜）（3月）

平成 28 年度



のぼり・法被作成（6月）



先進地視察・意見交換会（7月）



道立オホーツク圏地域食品加工技術センターとの打合せ（1月）



食育活動（2月）

平成 29 年度



エプロン・三角巾・ポロシャツ作成（8月）



先進地視察・意見交換会（10月）



食育活動作成（湧別町立芭露小学校）（2月）



パンフレット作成（3月）

(3) 活動への委員会の助言と反映状況

① 委員会からの主な助言内容

- ・ 牛乳うどんは、一般のうどんと比較すると値段が高く（2食入り 320 円）、家庭で食べるうどんとしては選ばれないかもしれない。町内の飲食店のメニューの一つとしてうどんを出して、地域の人に店で食べてもらってはどうか。
- ・ 牛乳うどんは、「うどん」と考えるから値段が高いと感じるのであって、新しい種類の麺類と考えてみてはどうか。
- ・ 牛乳うどんのかりんとうの商品化について、会のメンバーだけで継続的に作り続けることは難しいので、レシピを作ってみることや町の菓子屋や地域おこし協力隊につくってもらふことなどを検討してみてはどうか。特に地域おこし協力隊と連携すると隊員の自活にも繋がるので地域の盛り上がりも期待できる。
- ・ 牛乳うどんは他のうどんと比較して、カルシウムが多いとの成分分析結果が出ている。それを生かして骨の弱くなる高齢者や健康志向の女性などをターゲットにしてはどうか。
- ・ 地域の特産品と認知されるためには、まず地域内で広く消費される必要があり、そのためには町民への PR に重点を置くべきである。

② 委員会の助言の反映及び効果

- ・ 以前、町内のうどん屋と道の駅かみゆうべつ温泉のレストランで、牛乳うどん（乾麺）を扱ったことがあったが、調理に時間がかかるため現在は提供していない。半生麺は調理時間を短縮することができるが、賞味期間が短いため、飲食店での提供までは至っていない。
- ・ うどんだけではなく、パスタやサラダとしても調理可能なことから、現在のパッケージの在庫がなくなった時点で「牛乳めん」という名称に変更する予定である。
- ・ 牛乳うどんを使った7つのレシピの一つとして、かりんとうをパンフレットに記載した。地域おこし協力隊とは最終年度の食育活動を一緒に行うなど連携して取り組む体制ができた。今後、牛乳うどんを使った新メニューの開発に取り組む予定である。
- ・ オホーツク食品加工技術センターの成分分析結果については、パンフレットに「一般の麺と比較してカルシウムが多く栄養価に優れた麺」と記載した。
また、パッケージにも現在の在庫がなくなった段階で同様な記載を予定し、優位性をアピールする予定である。

(4) 目標の達成状況

活動計画に明記した目標（数値・定性）の達成状況を以下に示す。

目標（数値・定性）	目標の達成状況
1 PR事業 地域住民へマルシェ部会 の取り組みを周知	<ul style="list-style-type: none">各種イベント（(2) 活動の推移（2頁）参照）に参加し、牛乳うどんのPRを行った。会の活動内容・牛乳うどんのレシピ集を記載したパンフレットを作成した。
2 研修事業 食育・加工について成果 を上げている団体に学び、 今後の活動方法を検討	<ul style="list-style-type: none">興部町食を考える協議会（H27）、JA中札内村（H28）、（株）神門とブルーグラスファーム（H29）を訪問し、施設見学と意見交換を行った。
3 食育事業 地場農産物の加工品を用 いた食育活動を実施	<ul style="list-style-type: none">湧別町立芭露小学校の児童を対象に牛乳うどんづくりを行った。（H27、H28、H29）介護老人福祉施設（湧別オホーツク園・湖水の杜）の入居者を対象に、加工品の説明と試食会を開催した。（H27）
4 新商品開発 現行商品の成分分析と新 たな加工品の開発に向けた 取組	<ul style="list-style-type: none">道立オホーツク圏地域食品加工技術センターに半生麺（H27）と乾麺（H28）の成分分析を委託した。

2 湧別地区の活動の評価について

当該地区の活動を、(1) 活動の状況、(2) 活動への支援体制、(3) ふる水事業の目的（趣旨）達成の可能性という3つの視点に基づき評価する。

(1) 活動の状況

本地区の主な活動内容は、事業実施の前年度に商品化した「牛乳うどん」を用いた食育活動、同製品のPR活動及び成分分析と新たな加工品の開発であった。

食育活動については、特に芭露小学校の全児童を対象に3年間実施し、商品を開発した思いを語った後、実際に調理・試食を行うことで、地域の特性・風土の理解と地域への愛着を育む効果があったといえよう。

PR活動については、直近では町内のイベントを中心に年7回実施しており、町民に対しては一定程度周知が図られたが、商品の販売量は減少傾向にあり、引き続き積極的な対応が必要であろう。成分分析については、初年度に半生麺、2年度目に乾麺について実施し、いずれも一般の麺に対してカルシウムが多く含まれ、栄養価に優れ

ていることが確認できたが、この結果を商品の販売に生かすことが今後の課題であろう。

また、新たな加工品の開発については、事業実施当初、JAゆうべつ町のブランドとうもろこしである「流氷とうもろこし」の規格外品の活用を検討していたが、価格の高騰や収穫量の減少などにより規格外品の量が不足したことから検討を先送りした。

【参考】牛乳うどんの販売状況

	H 2 7	H 2 8	H 2 9
半生麺（プレーン・かぼちゃ）、乾燥麺	4,926 袋	4,438 袋	3,380 袋
贈答用	66 セット	103 セット	38 セット

(2) 活動への支援体制

活動団体は農協女性部の部会であり、農協が会の活動を全面的に支援した。

サロマ湖 100 km ウルトラマラソン前夜祭・湧別町産業まつり・成人式などイベントにおけるPR活動については、行政・商工会の協力が得られた。

食育活動については、全校児童を対象にしたいという学校側の意向があり、現場での苦労が想定されたが、資料作成に当たって学校から協力を得ることができ、スムーズに取り組むことができた。また、最終年度には地域おこし協力隊の協力も得られた。

(3) ふる水事業の目的（趣旨）の達成の可能性

地域の主要産品である牛乳に着目し、町の農畜産物の特産品として「牛乳うどん」を商品化し、販売したこと、さらに、児童を対象とした食育活動に活用するなど地域資源を活用した地域活性化という面では高く評価できる。また、最終年度にレシピ集を記載したパンフレットを作成したことは、団体の活動のPRと商品の売上拡大を期待できる取組みとして評価できる。

一方、活動団体が農協女性部の部会であることから、会員が女性酪農家に限定され、会員の増加に結びつかず、より広範な活動への展開に制限が生じていたようにみられる。具体的には、団体の活動の発展方向として考えていたPR活動や食育活動の規模の縮小、新商品開発の先送りなどの課題が挙げられる。このことは、活動意欲が消極的であるといった見方もできるが、本業である酪農業と団体の活動を両立することを念頭に、無理のない形で活動と組織を継続していくことを重視すると、現在の状況はやむを得ない結果ともいえる。

本事業終了後は、商工会や地域おこし協力隊などとの連携と役割分担を図り、会員を女性酪農家以外にも広げるとともに、新メニューの開発や情報発信を推進し、地域住民に長く愛される商品に育て、その商品の売上から食育などの事業を継続実施してい

く運営により、目標である食を通じた地域の活性化が図られることを期待するものである。