

別紙3 テーマ3の提案に関する施策推進状況

テーマ3:「うまいものがある食の風土づくり ー身近なうまいもの情報から奈良の食文化まで幅広く語り合おうー」

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
1 「奈良の食文化を育てよう」県民キャンペーンの実施	① 素朴で地味ではあるが誇れる奈良の味の発掘や育成 長屋王グルメの掘り起こしや伝統食文化（三輪素麺、大和茶、奈良漬けなど）の育成、また、郷土のおやつや祭事のお菓子（いもぼた、しきしき、半夏生餅、でんがらなど）の発掘、さらに伝統野菜や地域ブランド産品（大和牛、大和ポーク、大和肉鶏、飛鳥ルビー、大阿太梨、吉野富有柿など）の育成にも努めるべきだ。	マーケティング課	2010年の平城遷都1300年を迎えるにあたり、食の面からも奈良らしさを楽しんでいただけるよう、奈良の食材を生かした「奈良のうまいもの」づくりに取組んでいます。 平成18年度には、なら食と農のサポートリーダー、県農村生活研究グループ協議会、県食生活推進協議会、JAならけん女性部、学識経験者などからの聞き取りや文献調査から、郷土料理や特産品の発掘を行いました。代表的と考える郷土料理16品と郷土菓子5品、伝統的食材を含む特産品を取り上げ、「奈良のうまいもの」ホームページやガイドブックで、謂われや特徴など、またメニュー化していただいた飲食店もあわせて紹介しているところです。 また、「大和牛」「大和肉鶏」「大和茶」「奈良の柿」など地域ブランド産品について各品目ごとにブランド力の向上に向けたPR活動を展開しているところです。今後は、これら奈良の農産物を一元的にPRしていくことで、より一層の認知度向上とブランド力強化を図っていきたいと考えています。
	②「奈良にうまいものあり！」を学校給食などの食育実践で認知させる 大和の「おかいさん」を朝食にとるキャンペーンや地場農産物の五感体験教室を実施したり、学校で大和茶を自由に飲めるようにするなど、郷土食や地域特産品をスーパーや学校給食などで認知度がもっと高まるよう普及すべきだ。	マーケティング課	奈良県では、奈良県食育推進計画（平成18年度策定）に基づいて、県民の方々が「食」を通じて健全な心身を培い、豊かな人間性を育むことを目指しています。 特に、学校給食については、財団法人 奈良県学校給食会とも連携を図りながら、平成20年度「奈良県地場産物活用プログラム・地場産物加工食品の活用マニュアル」を作成し、児童生徒が本県の農業や農林産物に対する関心や理解を深めるために活用されるよう市町村教育委員会をはじめ、学校給食実施校すべてに配布しました。さらに、県産農産物を使った新たな加工品を開発して学校給食での活用を進めるとともに、献立作成にあたっても、地場産物や郷土料理を使用する割合を高める取り組みを今後とも進めていきます。 また、地域の生産者の方々と協力しながら、大和茶や柿など特産品の作業体験や収穫体験あるいは調理実習等を通じて、郷土食や地域特産品の認知度普及にも努めてまいります。
		保健体育課	平成20年10月に実施した学校給食での地場産物活用状況の調査結果を農林部マーケティング課に提供するなど、地場産物活用に向けた連携を図っています。 県教育委員会では、学校給食の献立に地場産物や郷土料理の活用を図るために、献立作成担当者の栄養教諭、学校栄養職員対象研修会の中で、先進的な事例などの紹介で啓発を行っており、学校給食における地場産物活用率は平成16年度10.7%であったが、平成19年度19.9%に上昇しています。 学校給食実施校では、学校給食週間（1月24日～30日）に郷土料理や地場産物を使った給食を提供することで、子どもはもちろん学校関係者や保護者等へ啓発しています。また、（財）奈良県学校給食会が、県内産の大豆・小麦・いちご・柿・吉野葛などを使用した加工食品を開発しており、学校給食ではこの食材を使用することで地産地消に取り組んでいます。
2 観光支援策は食文	① 三輪素麺文化を観光資源としても育成強化を図る 1300年来の伝統がある三輪素麺を育成強化する	マーケティング課	これまで、素麺については本県の「地域資源」として、また、素麺を煮た「にゅうめん」については「奈良のうまいもの」の郷土料理の一つとして広くPRを進めてきました。

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
化の活性化で	ため、県で新商品開発を積極的に支援したり、新たな観光資源として、三輪の里づくりや観光街道づくりなどの事業と連携して支援すべきだ。 ② 平城遷都 1300 年祭イベントは、一過性ではなく、継続できる集客装置として考え、奈良県全域を舞台にすべき 平城遷都 1300 年祭は、舞台を奈良市以外の中南和地域にも拡げ、歴史街道のエリアに分けてイベントを実施すべきだ。また、高知県で 1 年を通して県内全域で実施されるイベント「であい博」を参考にすべきだ。	ならの魅力創造課 (社)平城遷都 1300 年記念事業協会	「食」の魅力は地域への観光誘客の大きな要素となっていることから、本県では今後、奈良の「食」と「農」の魅力を観光資源の一つと位置づけ、広く全国に発信するため、行政をはじめ生産者団体や飲食店など関係機関と連携しながら、例えば有名シェフ等による「食」のイベントや首都圏での食材フェアの開催、直売所や商店街等と連携した県産農産物を食材とした飲食施設の開設促進など多様なプロモーションを展開していく予定です。 また、地域資源の活用や、農業者と商・工業者との連携促進による、奈良県の特産品を生かした付加価値の高い新商品開発については、商工労働部と農林部が連携し、意欲ある事業者の発掘や取組みの促進に、より一層努め、産地の育成、競争力強化を図っていききたいと考えています。 一方、文化観光局では旅行商品造成のため県内の観光資源を発掘し、観光誘致を図っているところです。三輪素麺の天日干しの風景などは、観光素材の一つとして紹介をしています。今後も三輪素麺をテーマとした観光商品開発を桜井市と共に考えていきます。 平城遷都 1300 年祭は、一過性のイベントではなく、2010 年を奈良県発展の通過点と位置づけ、平城遷都 1300 年祭を起爆剤として地域経済の活性化を目指しています。 また、奈良県観光の課題である県内周遊観光の実現及び通過型観光の解消に資するため、平城宮跡会場だけではなく、年間を通じて、隣接府県域を含め斑鳩・信貴山、飛鳥・藤原、吉野、葛城、大和高原・宇陀など奈良県内各地において、「四神を巡る」をコンセプトに、「宮」の変遷や世界遺産をはじめ伝統行事、花、温泉、うまいものなどを活かし、地域が核となって行う斬新な魅力ある取組みを展開します。 平城遷都 1300 年祭は、地域一丸となって奈良のブランド力・観光力を高め、地域経済の向上に資するイベントであり、地域の魅力を一体的に発信する取組みです。 「巡る奈良」を実現するため、県内を巡る(仮称)国宝周遊パスポートの開発及び地域イベントカレンダー・マップ等のツール制作に取り組む予定です。
3 県南部に奈良の食文化館を創設して農業や観光での活性化を図る	奈良のうまいものが出来ても食べる場所が少ない。うまいもの商品をお土産店で売ようでは、観光客は満足しないと思うので、「ふれあい回廊夢しるべ」風の食べる所があれば便利になる。 道の駅「小湊沢」のような農業を主体とした観光拠点が奈良県南部にも必要だ。また、旧 JR 奈良駅舎を「奈良うまいものセンター」に活用したらどうか。	マーケティング課	地域の特産品や食文化は、地域の魅力を増大させる重要な資源です。こういった資源を上手に活用して地域で提供できる仕組みを、行政と住民が積極的に連携して取り組むことが大切です。 県は、地場産農産物を提供し、観光交流の拠点ともなって、地域の元気を発信する直売所と協働に関する協定を締結しました。現在、協定直売所「地の味 土の香 (ちのあじ つちのか)」のブランド化を進めています。県南部においても、「地の味 土の香」を拠点として、地域特産品を積極的に取り扱うとともに、周辺の飲食施設等とも連携して、奈良の食文化の活性化につながるよう取り組んでいきます。

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
4 奈良の土産物「鹿せんべい」で活性化を	奈良の土産物の活性化に、「鹿せんべい」を人が食べられる商品に仕立て直して販売してはどうか。なお、商品開発にはメーカー、NPO、有識者などから構成されるプロ。ジェクトを立ち上げるべきだ。	商業振興課	土産物の新商品開発については、新商品を開発しようとする事業者（平成18年度13社、19年度10社）が取り組む23商品の開発支援を行うとともに、それら商品の展示即売等を首都圏で実施する等販路開拓の支援に努めています。
5 奈良県のブランド、食文化の育成強化	① 奈良県ブランドのロイヤリティ向上と育成を積極的に行う 奈良県産ブランド牛は、宇陀牛、榛原牛、大和牛など多彩だが、消費者には分かりにくい。また、その他の農産物の奈良県ブランドも分かりにくいので、基準を明確にして一元管理するとともに、分かりやすく広報すべきだ。	マーケティング課・畜産課	奈良県産銘柄牛として県域的なブランド化を進めるため、生産・流通・販売体制の整備を図る「大和牛流通推進協議会」を設立し、平成15年4月から一定の規格要件を満たす「大和牛」の流通が始まりました。平成19年度には631頭を出荷し、各種イベント、ホームページなどでのPRを行うとともに、平成22年度の出荷目標1,000頭を達成できるよう各種事業を展開しているところです。 「大和牛」以外にも、「大和肉鶏」「ヤマトポーク」「大和なでしこ卵」などの畜産物さらには、「結崎ネブカ」「大和まな」など奈良固有の伝統野菜等を集めた「大和野菜」や「奈良の柿」「大和茶」等、各品目ごとにブランドの育成とブランド力の向上に向けたPR活動を実施しているところです。今後は、これら奈良の農産物について一元的にPRしていくことで、より一層の認知度向上とブランド力強化を図っていきたいと考えています。
	② 「奈良のうまいもの」を切れ目なく開発される仕組みづくりを 現状の「奈良のうまいもの」の選定基準は不透明なので、選考委員に県外のプロの方などに参加してもらい、全国の消費者が決める仕組みを導入したり、主婦、大学・高校生にも参加してもらってはどうか。また、「うまいもの」の商品は、もっと品揃えを増やし毎年切れ目なく開発される仕組みづくりが必要だ。	マーケティング課	県では、平成20年に向けて、食べ物・味覚の面から奈良をアピールできる名物料理を創るため、「奈良のうまいものづくり」部会（部会長：田中敏子／若羽学園理事長）を設置しました。「奈良のうまいもの」づくり部会委員には、県内外の料理家、ジャーナリストに加え、県民代表として公募委員の方々にも参画いただいています。 「奈良のうまいもの」部会では、「奈良らしさ」が楽しめる郷土料理として全国からアイデアやレシピを募った中から完成した「創作料理7品」、郷土料理や特産品を生かした「郷土・特産品料理」、奈良の季節や祭事、風土を感じさせる「お菓子」を創設してきました。創設したそれぞれに要件を設け、販売店を募集し、要件を満たしているメニュー（商品）であるかを審査しています。 今年度、新たに取り組んだあじわいグランプリコンクール（奈良で食べたいお弁当）は、部会委員に旅行業関係者を加え、審査委員を委嘱し、公募した結果、県内外の主婦、大学、高校生などから104点が集まり、厳正なる審査の上、優秀賞15作品を選定したところです。 今後も、募集情報を県や市町村の広報媒体や商工・観光関係機関の協力により、飲食店等への周知を図り、奈良らしいメニュー（商品）が登録いただけるように、取り組んでいきたいと考えています。

提案項目	提 案 要 旨	回答課	施 策 推 進 状 況
6 奈良県のブランド、奈良発の食文化の販売運営や販売の支援強化	① うまいもののある風土づくりを担う新たな連携事業体への県独自の支援の強化 奈良の食や農に対する新しい連携の枠組み（生産農家、NPO、大学、企業等それぞれの強みを持ち寄って連携する事業体）に対する県独自の支援を強化するとともに、それらをサポートする専門家の育成も重要だ。	マーケティング課	去る2月18日に、「奈良のうまいもの」登録店のなかから、イベントなどへ出展協力いただいている登録店の方々に集まっていただき、今後の取り組みや推進を図る連携方策や組織体制などについて、意見交換を行ったところです。意見交換の結果、平城遷都1300年祭以降も「奈良のうまいもの」の情報発信の継続をすすめるため、推進母体の組織化が必要との合意形成が図られました。今後は、登録店による意見交換を重ねながら、「奈良のうまいもの」づくり委員、なら食と農の県民会議運営委員、なら食と農のサポートリーダーなども交えて、推進母体の組織化への検討を図っていくこととしています。 今後は、推進母体も含めた新たな連携が図れる体制づくりへ向けて、生産農家、NPO、大学、企業等の取り組み状況の把握や専門家の育成などに、県関係機関と連絡を密にして、取り組んでいきたいと考えています。
	② 販売力、マーケティング力の強化で奈良のうまいものを押し出そう 奈良にはうまいものが沢山あり、時代が求める健康、郷愁、癒しの味は「奈良のうまいもの」のニーズと合致している。しかし、より多くの消費者に受け入れられるには、味を含む商品のデザインなどを現代の時代に仕立て直す必要がある。 消費者ニーズを生産者へつなぐ農業マーケティングへの支援（具体的には、奈良県農畜産物の販売力の底上げにより県内外での消費アップへの販売促進、農産加工品などの新規商品開発、パッケージデザインの開発、販売ルートの開発などのコンサルティング支援など）が必要だ。	マーケティング課	平成20年4月に農林部内にマーケティング課が設置され、本県農業の活性化に向け、消費者のニーズに対応したマーケティング思考を取り入れた施策展開を実施しているところです。 中でも、県と協働協定を締結した農産物直売所に対し、専門家による新商品開発支援や経営指導などの支援を行い、販売力強化を図るとともに、ブランド化を推進し、直売所を拠点とした地域農業の活性化を図っていく所存です。 また、県産農産物の販売力強化のためのPRや、販路拡大に向けた見本市、商談会への参画等について生産者や生産者団体等と連携しながら進めることにより、生産者の意識醸成を図り、マーケティングの導入による奈良県農産物の振興を推進します。
7 吉野の割り箸の普及に向けて	吉野の割り箸は森を守り、森を育てる有意義な商品であるが、その生産者は零細家内工業で、販売力が非常に乏しいことから、県としても普及キャンペーンへの支援（割り箸のリサイクルと割り箸の活性化事業を計画するNPO等への支援）が必要だ。	工業支援課	割り箸産業等、製造業全般を対象に、地域の産業振興の観点から、中小企業をはじめ事業組合、NPO、商工会、個人が実施する新商品開発や販路開拓事業に対して補助金の交付を行っています。また、販路開拓としては、県内大手スーパーにおいて定期的に行っている県特産物の展示即売会に割り箸業者も参加してもらっています。