地域づくり表彰

富良野オムカレー推進協議会(北海道富良野市)

「食」を通じた地域おこし

富良野オムカレー推進協議会

事務局長

まうじょう まさくに 北條 祐邦



1. 富良野市の概要

富良野市は、北海道のほぼ中心に位置し、総面積は600.71 kmで東西には十勝岳連峰の富良野岳や夕張山地の芦部岳がそびえ、南には富良野市の7割の面積占める東京大学北海道演習林の山林がある豊かな自然環境に囲まれたまちです。

人口は平成28年10月末現在で22,656人となり、夏の時期にはラベンダーなどの花々や丘陵地のパッチワーク風景が見られる景観観光をはじめ、昭和56年に放映されたテレビドラマ「北の国から」などのドラマロケ地めぐり、さらに豊かな自然環境を活かした登山やラフティング、サイクリング、日本屈指の規模を誇る富良野スキー場でスキーやスノーボードなどを楽しむことができるなど、国内外から年間180万人の観光客が訪れる国内有数の観光地になっています。

また、基幹産業である農業は多種 多様な農畜産物を生み出し、ワイン をはじめ、チーズや牛乳などの6次 産業化が進められています。



道内屈指の生産量を誇る玉ねぎ



チーズや牛乳などの6次産業化

2. 活動開始の背景・経緯

これまで基幹産業の農業と観光を 中心に発展する中、さらに新たなま ちおこしのための取り組みが求めら れていました。そこで、富良野市職 員有志が地元の農畜産物や特産品を 活かした地産地消をはじめ、食育活 動に取り組みやすい国民食である 「カレー」に着目し、富良野オムカ レー推進協議会の前身である「食の トライアングル(農・商・消)研究 会」を立ち上げ、「カレー」によるま ちおこしの活動をスタート。研究会 では、活動の趣旨に賛同したお店と さまざまな活動を展開するとともに、 富良野市における食のブランドを確 立するため、当時、北海道内でご当 地グルメの開発に携わっていた観光 情報誌の編集長から助言を受け、平 成18年3月に国民食のカレーとオ ムライスを組み合わせ、地元食材と 提供スタイルにこだわったご当地グ ルメ「富良野オムカレー」が誕生し ました。



富良野オムカレー

富良野オムカレーは、地域の食材にこだわるなどの6か条ルールと美味しさを追求するなどの消費者満足度を高める4か条ルールに基づき提供され、新たな「食」によるまちおこし活動を発展・推進していくために、平成21年4月に富良野オムカレー推進協議会を設立し、さまざまな活動を展開しています。

3. 他団体との共同による活動

富良野オムカレーを通じて富良野市をPRするため、市内外の企業からの広告協賛により、協議会独自のパンフレットを低コストで作成し、観光協会をはじめとする情報発信の拠点に設置。さらにSNSなどにより、国内観光客だけではなく、国外観光客に対しても情報発信しています。

また、JAをはじめとする市内企業との連携や協力により、イベント時は市内企業の商品販売やパンフレットを配布するなど富良野全体のPR活動も実施しています。



協議会独自でパンフを製作

さらに、「カレー」をキーワードに ご当地グルメの活動を展開している 北海道内の同志でありライバルでも ある団体と連携し、平成21年に「北 海道ご当地カレーエリアネットワー ク」を設立。毎年1回、北海道内で カレーによる食のイベントを開催し、 さらに平成26年からは北海道内の ご当地カレーを食べ回るスタンプラ リーを実施するなど、地域同士が連 携してPR活動を行っています。

また、平成23年には近隣の1市3町1村が連携し、「富良野・美瑛カレー街道ネットワーク」を設立し、地元住民にPRするための連携イベントを実施するなど、北海道内においては、さまざまな形で広域的な連携事業を展開しています。

4. 地域に根付いた食文化醸成

富良野オムカレーは開発型のご当地グルメで、市民にはあまりなじみがない食文化であったため、学校給食センターや栄養士会などと連携し、平成22年から学校給食におけるオムカレーの献立化や、通常より野菜を多くするなど健康に配慮した富良野オムカレーメニューの開発を実施しています。

また、家庭においてもオムカレーを作って食べてもらおうと、地元の高校やスーパーマーケット、食品メーカーと連携し、店内で地元の買い物客に対してオムカレー試食会や市内小中学校に対してオムカレーのレシピカードを配布するなど、地域に根付いた食文化の醸成に向けて取り組んでいます。

5. 行政予算「O」による取り組み

さまざまな活動を展開していくために、ある程度の活動資金が必要となるなかで、協議会に加盟する提供店は年間5万円の会費のほか、富良野オムカレーを提供する際に必要となるランチ旗を協議会から購入してもらい、その販売費用の一部を協議会の収益として活用することで、行政などから補助を受けることなく、自己資金による活動を実践しています。

協議会設立以来、資金の不足などによる活動の停滞はこれまで一度もないことから、さまざまなイベントへの参加や各種事業におけるPR活動を積極的に取り組むことができています。

6. 利益を地域に還元

協議会は、提供店の利益誘導の活動ではなく、地域づくり活動を主目的としているため、市民に協議会活動への理解と関心を高めてもらおうと、まちなかを散策し、ゴール後に野外でオムカレーを食べるウォーキングを開催するなど、イベント時にはお店を休業するなどして、市民とともに地域を盛り上げる活動を実践しています。

また、多くの市民に富良野オムカレーを食べてもらおうと、市内共通商品券を活用した市民還元事業にも取り組んでいます。

7. 地域資源を最大限活用

地元産の野菜をはじめ、牛乳やチーズ、バターやワインなど地域の食材を最大限に活用するために、提供スタイルやルールを明文化した形で活動に取り組んでいます。

また、JAの生産部会と連携し、 平成21年から富良野産のゆり根、 平成27年にはグリーンアスパラを 使用した富良野オムカレーを全店で 提供し、地元産野菜の消費拡大やP R活動を実施しています。さらに、 平成27年は農林水産省や民間企業、 団体、消費者等が一体となり推進す る国民運動「フード・アクション・ ニッポン」の取り組みの一環として、 富良野オムカレーを食事したお客様 に対して、野菜など地域食材の魅力 についてPRしました。





地域資源をメニューに活かす

8. 地元高校生との創意工夫

協議会は高校生と連携した地域づくりを実践しています。富良野オムカレーを通して富良野市をPRするため、「ふらのカレンジャー娘」の任命を受けた富良野緑峰高校園芸科学科の生徒とともに、ご当地カレーを通じた地域活動を展開しています。

ふらのカレンジャー娘は、企業と連携し、スーパーマーケット内におけるオムカレー試食会をはじめ、食品メーカーやコンビニなどとオムカレー弁当の開発や店舗を貸し切って行うワンデイシェフレストランによるオムカレーの提供、さらに小学生を対象としたオムカレーの料理教室を実施するなど、協議会が行う地域の食文化につなげる活動を補完しています。

また、地域内外におけるイベント に、ふらのカレンジャー娘が単独で 出店するなど、今では協議会に欠か せない存在となっています。

9. 誕生から10年の成果

平成18年3月に誕生した富良野オムカレーは、10年間で65万食を販売し、さらに多くの観光情報誌などにも取り上げられるなど、これまでの富良野市の魅力に加えて、食観光の魅力がアップし、提供店をはじめ、富良野市内の関連企業などにも経済的なメリットをもたらしています。

平成26年に民間調査機関の協力により調査した結果、富良野オムカレーがもたらした直接的な地域経済波及効果は約10億円となり、間接部分も含めると約26億円、各種メディア紹介による広告宣伝効果は約6億円で、地域経済の活性化に大きく貢献したと言えます。

また、今年、神奈川県横須賀市で 開催された「全国ご当地カレーグラ ンプリ」に優勝したことで、富良野 オムカレーとともに、富良野市の地 名を全国にアピールすることができ たと考えています。



12代目ふらのカレンジャー娘



イベントに協力する仲間たち

10. 課題と展望

富良野オムカレーの提供食数は富良野の観光客数と比例しており、閑散期や冬期間においては、提供食数が落ち込み、また家庭の食卓でオムカレーを作る・食べる文化に至っておりません。さらに市内に唯一ある鶏卵農家や提供店主の高齢化による今後の事業継承などが課題となっています。

このような課題を克服するため、 富良野オムカレー推進協議会はこれ まで歩んだ10年のノウハウを活か し、他地域や企業と連携するととも に、時代の変化に対応しながら「ま ちを元気にするための活動」を今後 も展開していきます。