

地域づくり表彰

能登井事業協同組合

(石川県輪島市・珠洲市・穴水町・能登町)

奥能登の地域活性化と

地域ブランドの構築

能登井事業協同組合

理事長

坂本 信子



1. 奥能登2市2町の概要

奥能登2市2町は、石川県の能登半島の先端部に位置し、半島の外浦に位置する輪島市と、半島の内浦に位置する珠洲市、穴水町、能登町の2市2町で構成されており、周囲を海に囲まれ、その海岸線は能登半島国定公園として指定されており、長く美しい海岸線と自然豊かな低山丘陵地があります。



能登のシンボル「見附島」

また、この地域の地目別の内訳では、山林、原野等が64.7%、田畑が31.6%、宅地が3.7%と、そのほとんどが山間地域となっているため、米、タバコ等が耕作されています。内浦には天然の良港があり、さけ、ます、いか等の遠洋漁業の基地となっているほか、定置網等の沿岸漁業、カキ貝の養殖等栽培漁業もおこなわれています。

豊かな自然と共生する暮らしや文化が評価され、平成23年には、奥能登2市2町を含む能登4市5町が「能登の里山里海」として「世界農業遺産」に認定されました。



千枚田での田植え

2. 活動開始の背景・経緯

奥能登2市2町は、過疎化・高齢化が急速に進展しており、地域をどう活性化していくかを検討していた中、平成19年3月に能登半島地震に見舞われたことから、震災からの復興や、地震によって離れた観光客をどうやって呼び戻していくかが更なる課題となっていました。

そうした背景をきっかけに、平成19年5月に、奥能登2市2町や県、奥能登の民間事業者や地域づくり団体等のメンバーが連携し、奥能登の活性化・活力の維持のため、奥能登の地域資源の掘り起こしや交流人口の拡大を目指す「奥能登ウェルカムプロジェクト」が発足し、食の魅力の活用を目指す「奥能登食彩紀行」のチームを立ち上げました。その中で、奥能登の豊かな食や食文化を活用した新たな地域ブランドの確立を目指して議論を重ねた結果、平成19年12月に地域ブランド「能登井」が誕生しました。



地域の食材を使用した「能登井」

3. 活動の広がり

平成22年度から年1回開催している、県内のご当地グルメを一堂に集めたイベント「いしかわ食のてんこもりフェスタ」にメイン団体として毎年参加し、他のグルメ団体と協働してイベントを盛り上げています。

このイベントを実施する民間組織である「いしかわご当地グルメ推進協議会」の会長に能登井事業協同組合の理事長が就任し、奥能登だけではなく、県下全域の「食」の盛り上げ役も担っています。用意した井は毎年完売するなど、来場者にも満足していただいております。地域ブランドとして確立してきています。



いしかわ食のてんこもりフェスタ

また、これまでコンビニエンスストアとのコラボ商品の開発・販売や、羽田空港での能登井の提供等、複数の大手企業と連携事業を実施してきました。現在もレンタカー企業と連携し、「能登スマート・ドライブ・プロジェクト」として、レンタカー利用者を対象に能登井のチケットをプレゼントする取組を行っています。毎年パンフレットを作成し、マスコミへのキャラバン隊訪問や幅広く県内外のイベントに参加するなど広く情報発信にも努めています。



コンビニエンスストア、レンタカー企業との連携

4. 継続性

平成19年に能登井を販売して以来、平成30年で11年目、組合を立ち上げてからは8年目を迎えました。

この間、能登井のファン・リピーターづくりに向けて、平成21年度からスタンプラリーを導入し、多く食べられた方には商品をプレゼントするなどの取組を行い、平成22年度からは、全店舗を制覇した方には、スーパーダンプリストとして、認定証や輪島塗の器を贈るといった仕掛けづくりを行っています。



スーパーダンプリストの表彰式

また、パンフレット作成に際して県内企業から協賛金を得ることや、県内外のイベントに積極的に出店し、イベント収入を得るなど、民間主導の運営が可能となってきました。平成29年度からは、小規模な店舗では受け入れ困難だった団体ツアー客を対象に組合監修の「能登井弁当」を開発し、より多くの観光客が能登の食材の魅力に触れられるようになりました。



能登井弁当を食べる旅行客

5. 地域資源の活用

能登井は市町村単位ではなく、奥能登の2市2町をまたぐ広範囲で連携して活動していることが最大の特長かつ成功の秘訣といえます。2市2町にはそれぞれ異なった食や食文化という地域資源があり、その地域資源を「井」というひとつの概念にまとめて独自のブランドとして構築したものであり、「能登井」は奥能登2市2町をつなぐ象徴的なものといえます。

また、能登井の定義は、米、水、魚介類、肉類、野菜類はすべて地場産のものを使用することに加え、器、

箸も能登産のものを使用し、さらに箸はお客さんにプレゼントすることとしています。奥能登の食材、器、箸まで地産地消にこだわることで、一杯の井からすそ野の広いPR効果、経済効果を生み出しており、地域資源の活用に取り組んでいます。

6. 創意工夫

平成22年に、県や井で地域おこしに取り組む全国の団体に呼びかけ、全国のご当地井を一堂に集めたイベント「全国井サミット」を石川県で開催し、開催地代表として主体的に参加しました。その後も全国持ち回りで開催され、毎年積極的に参加するとともに、サミット開催時に「全国地域おこしご当地井会議」も開催し、井による地域おこしについて全国の団体と協議を重ね、井を通じた相互の発展と食文化の継承、地域活性化に取り組んでいます。



全国井サミット

また、毎年パンフレットを作成しており、表紙は毎年異なるものを採用しています。昨年度は、「夢のどんぶり絵画コンテスト」と称し、全国から「夢のどんぶり」をテーマに公募し、最優秀賞を表紙に採用しました。今年度は、組合加盟店舗の店主たちが井の具材に仮装し、井の中に入っている仕上がりにするなど、毎年異なる表紙を採用することでより多くの人手に取ってもらえるパンフレットを目指しています。



能登井パンフレット表紙

7. 成果

様々なイベントで積極的にPRしていることで、能登井の知名度は向上しています。売上は販売当初の平成20年度から2倍以上になり、売上高も累計で12億円を超えるなど、能登井が奥能登地域に新たな経済効果をもたらしていると言えます。能登の魅力を含め込んだ象徴的な料理として観光客からの人気を集めており、能登井目当てに奥能登まで足を伸ばす方やリピーターも増えるなど奥能登への交流人口の拡大が図られています。

過疎化が進む奥能登地域ではありますが、能登井の取組を始めたことで地域に人が行くようになり、その結果、宿泊業者や夜間みの営業であった店舗も多く参画しており、そのようなところは能登井提供のため昼間の営業を開始するなど、個別店の利益創出の機会、地域経済の活性化につながっているといえます。

8. 課題と展望

組合による民間主導での運営を行っていく中で、行政からの補助金以外の自主財源をどのように確保していくかが課題となっています。現在では、加盟店舗からの負担金やパンフレットへの広告掲載、「能登井弁当」の販売手数料収入を通じて自主財源の確保に努めており、民間主導での取組が今後も持続できるようにしていきたいと考えております。

「能登井」が、今後も奥能登2市2町の絆の象徴となり、奥能登の豊かな食材や食文化を発信する井として、地域内外の方から愛される存在であり続けるよう、今後も工夫を重ねていきたいと考えております。



能登井を提供する店主たち