

プロジェクト I for K ～イリコで料理,観光客をつくる～

香川県立観音寺第一高等学校

チーム じーにあす

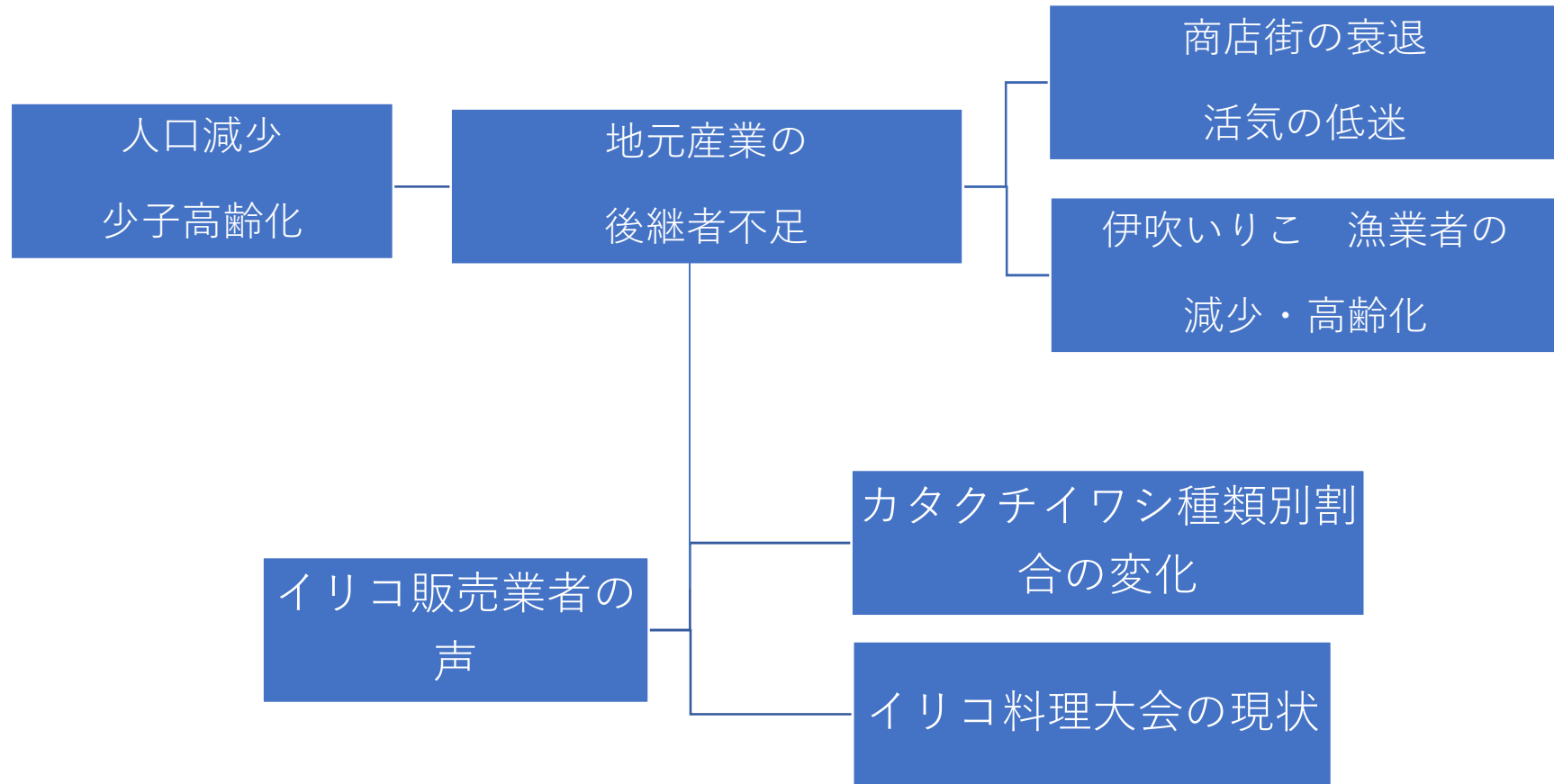
目
次

Section.1 観音寺市の現状




Section.2 地方創生アイデア

Section.3 まとめ

Section.1 観音寺市の現状



キーワードは.....「伊吹いりこ」

	銘柄/サイズ	容姿
伊吹いりこの銘柄	大羽(オオバ)/8cm以上	
	中羽(チュウバ)/6~8cm	
	小羽(コバ)/4~6cm	

イリコ販売業者の声

- イリコの回遊域が変化し、獲れる品種に偏りが生じている。
- その影響で、特定の品種（中羽）を目当てとしていた取引先が離れたり、（大羽の）大幅な余剰がでたりしている。



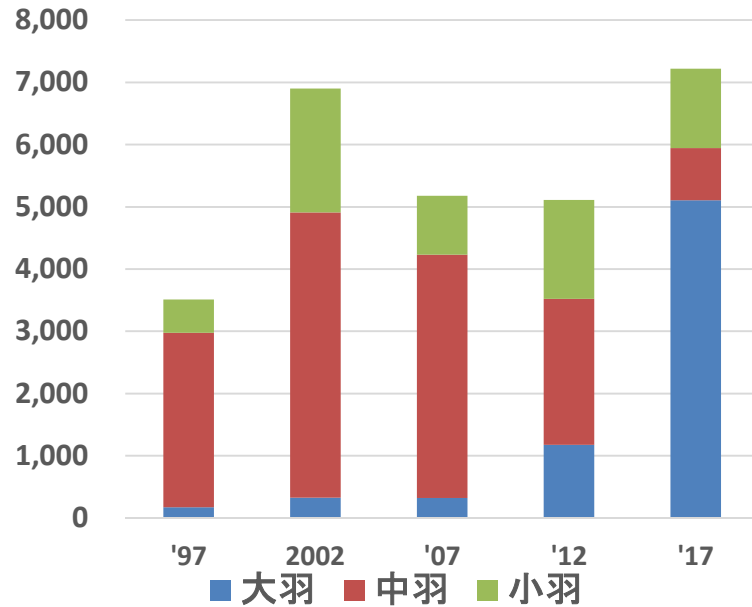
株式会社ダイブン
代表取締役 大谷 義彦 様

漁師さんの声

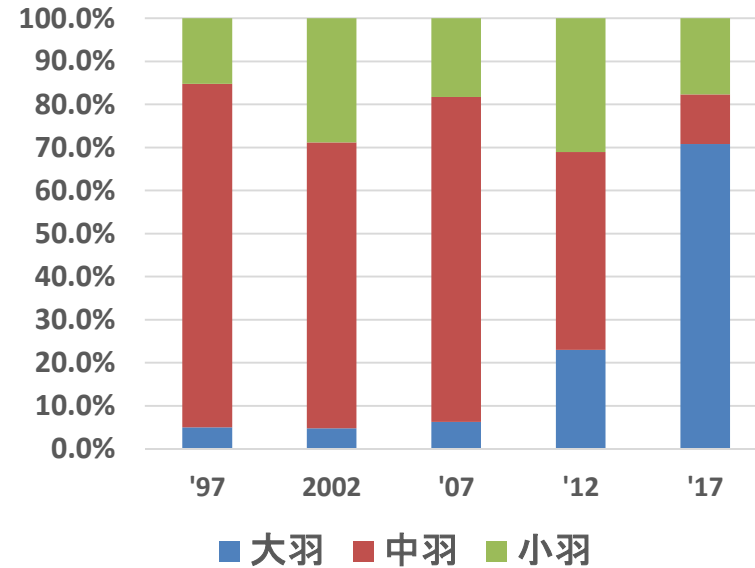
- 獲れる種類は大羽が主体となっている。
- 働き手が減り、漁に出る日数も減少している。

カタクチイワシ漁獲量・種類別割合の変化

カタクチイワシ漁獲量



カタクチイワシ銘柄別漁獲量推定値



種類

小羽・・・4.5cm～5.5cmのもの。
そのまま食べられることが多い。

中羽・・・6cm～8cmのもの。
汁物のだしとして使われる。

大羽・・・8cm～11cmのもの。
うどんなどにだしとして使われる。

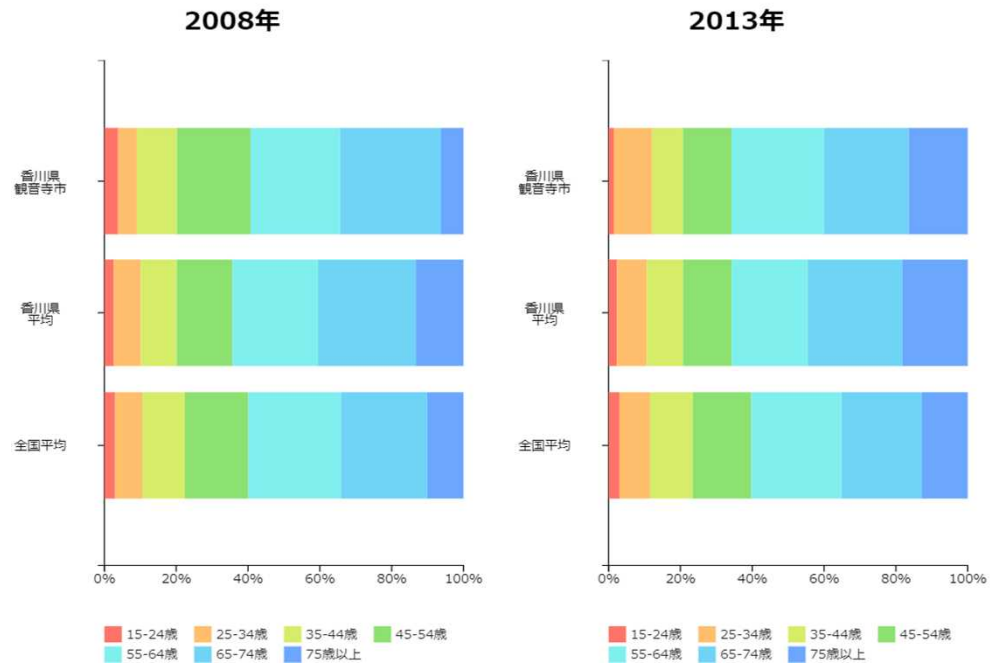
- ・カタクチイワシの漁獲量（湿重量）≒共販量（カタクチイワシの乾燥重量）×4
- ・共販量とは、当該年に取引されたイリコの重量を示す。
- ・伊吹漁協、観音寺漁協、仁尾町漁協の漁場は同じ（燧灘東部海域）。

地元産業の後継者不足

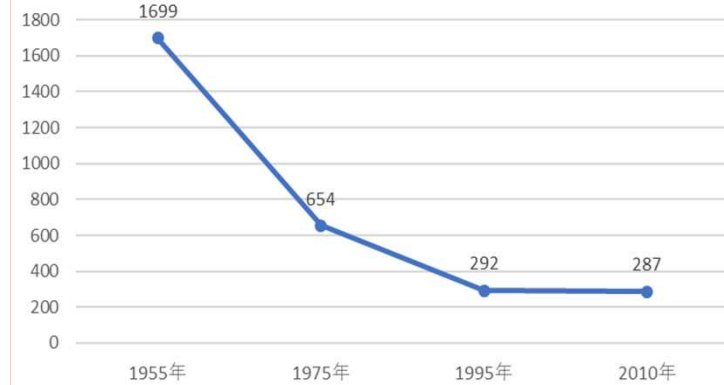
観音寺市名物 「伊吹いりこ」 を含む漁業を例にとると...

海面漁業就業者の年齢構成

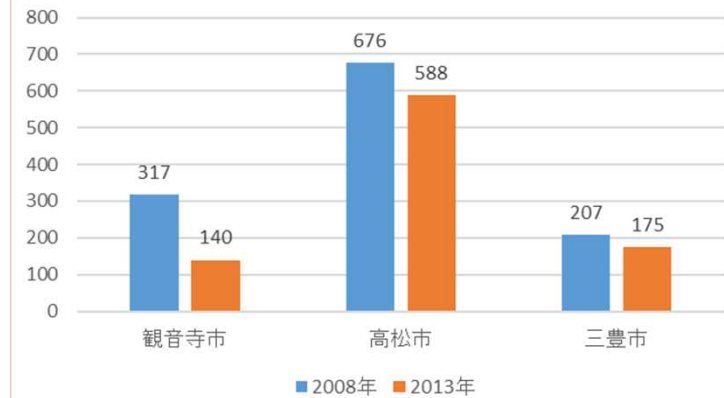
指定地域：香川県観音寺市
性別：総数



漁業従業者数 (人)

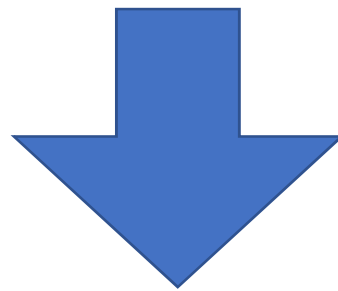


海面漁業の就業者数



RESAS (地域経済分析システム) を加工して利用

カタクチイワシの回遊域の変化と、漁師間で取り決められた領域との差異により、各種カタクチイワシの漁獲量の割合に大きな変化が生じている。
(瀬戸内海的环境変化等が予想できる。)



従来の伝統的な料理文化だけでは、大きく偏った大羽イリコのシェアに対応することは出来ない。
逆に、伝統的な中羽・小羽イリコを使った料理は衰退する可能性がある。

イリコ料理の大会の現状

(大谷さんのお話より)

10年程前からイリコ料理のコンクール自体は開催されている。



決まった入賞作を生かす取り組みを十分行えておらず、一般からの知名度・注目度は低く、決して定着しているとは言えない。

(調査した自分達ですら話を聞くまでは知らなかった)

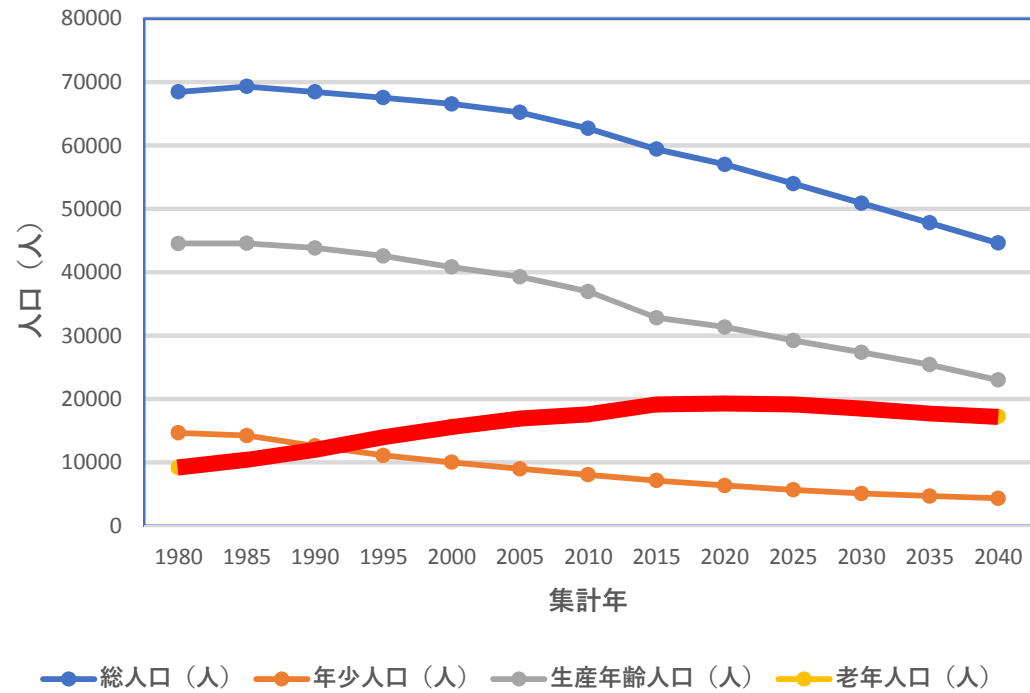


コンクール開催によるイリコや地域のPR・経済的還元は効果を出していない。

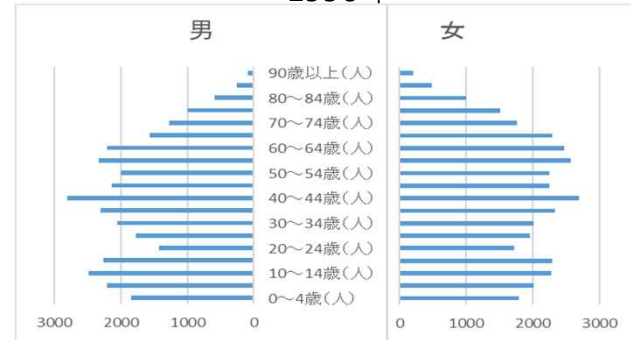
人口減少・少子高齢化

RESAS（地域経済分析システム）を加工して作成

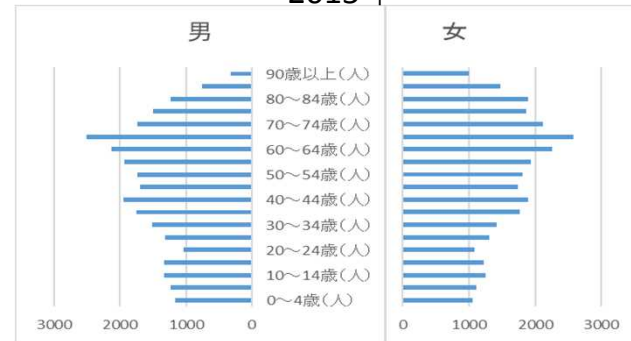
観音寺市の人口推移



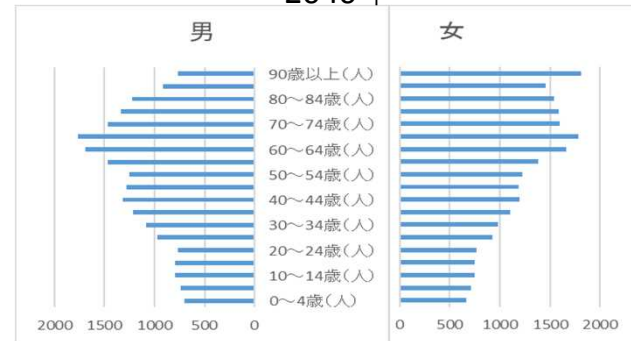
1990年



2015年



2040年



アンケート調査結果

貧弱な商店街（旅人の意見）
60代 男性

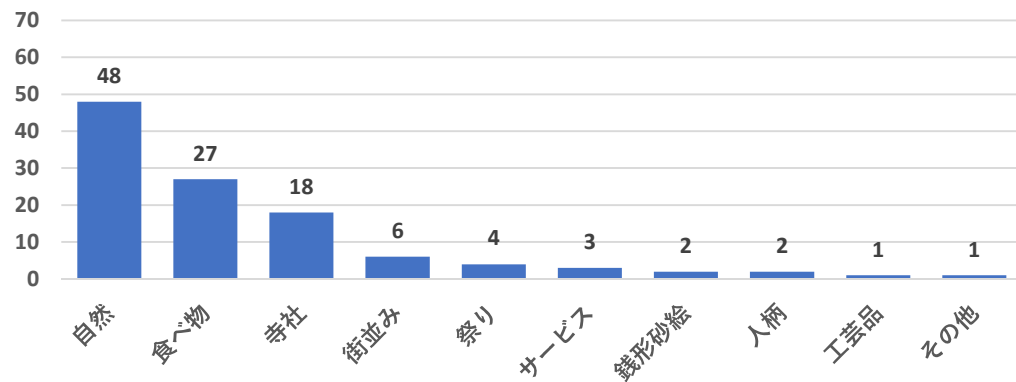
観音寺駅（61人）

琴弾公園内展望台（31人）で

観光客にアンケート調査を実施

駅前に喫茶店等時間が潰せる
施設があると助かる
40代 男性

「また来たい」と明記した人の観音寺市の
「良い」点（N=77）



駅の近くに食べ物屋があったら
いいな。
50代 男性

何か他に観光地、
名物あれば
50代男性

もっともり上げて、さびれ
ないようにして下さい
50代 男性

問題点のまとめ

イリコ販売業者の声より

- 捕れるイリコの品種のバランスが変化し、需要との食い違いが生じている。
→伝統的ないりこ料理
に影響が出るのでは？
- 料理コンクールの取り組みの不十分により定着性・恩恵の還元が見られない。

- 人口減少・少子高齢化



- 産業の後継者不足
(強みのある特産品に関する観点より、漁業従事者の急激な減少)
- 商店街・駅前を中心とした、市街地の商業施設の減衰

Section.2 地方創生アイデア

イベント「いりこグランプリ」

- ・全国から「イリコを使った創作料理」を募集

募集方法

一般や店舗、また地域を問わず、「伊吹いりこ」を使うことを条件とした創作料理を広く募集。

事前に、レシピについての権利を商店街側で使えるよう承諾してもらえることを条件とする。

審査方法

- ・応募作品は商店街でイベントとして一般客向けに販売。来場者に評価をもらう。
- ・グランプリ・準グランプリ・・・来場者の投票によって決定する。
- ・特別審査員賞・・・運営側の審査員の審査によって決定する。

開催時期

- ・5～6月、イリコの漁獲が始まる時期。2連休以上の日程が必要。

賞・権利

- ・グランプリ
- ・準グランプリ
- ・入賞（3～5位）
- ・特別審査員賞

受賞作の応募者に、

- ・観音寺市商品券
- ・いりこ関連商品・グッズ詰め合わせ
- ・うどんの名店20選 食べ比べ 等

賞のグレードに対応した景品等に加え、

受賞作の商品化を行い、商店街内の店舗で実際に販売する。

運営側のスタッフとして、商店街や市役所に依頼する他、中高生からボランティアを募り、参加してもらうことで、若い人材に地域の魅力に直に触れてもらう機会となり、また、地域の方々や訪問客と触れ合う場となり、地元に誇りや興味を抱いてもらい、対人関係に自信を持つことのできるチャンスを提供できる。

オリジナルレシピの作品例



「いりこグランプリ」から期待できる効果

- ・ 来場者の増加による商店街への集客効果
- ・ 「伊吹いりこ」の知名度の上昇・興味関心を集める
- ・ 漁業関係者への「伊吹いりこ」への意識の上昇
- ・ 漁獲割合の変化に対応し得るイリコの使い方の会得



- ・ 商店街の経済効果および活気の向上
 - ・ 伊吹島の漁業従事者増加の促進
 - ・ 現状の変化に対応した新しい文化

- 大羽イリコの割合の増加  参加者は大羽イリコの入手が容易に



- 大羽イリコを利用したアイデアが必然的に増加することが予測できる。漁獲傾向の変化に対応し得る新しいイリコ料理文化として活用が期待できる。
- 「伊吹いりこ」の具体的なレシピ例として紹介でき、積極的なアピールが可能になる。

商店街の充実化

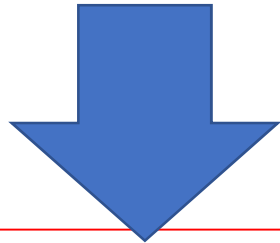
- 商店街の空き店舗、空き地を利用し、新たな店舗を誘致

都会方面の若い経営志望者が対象

- 「商店街」のブランド力を利用
各店舗の集合により、集客効果の向上を図る。
- 商店街の人々との交流から、
新たな経営者が相談できる場となる。
- 若い力で観音寺商店街を一新させる。

土地価格の比較

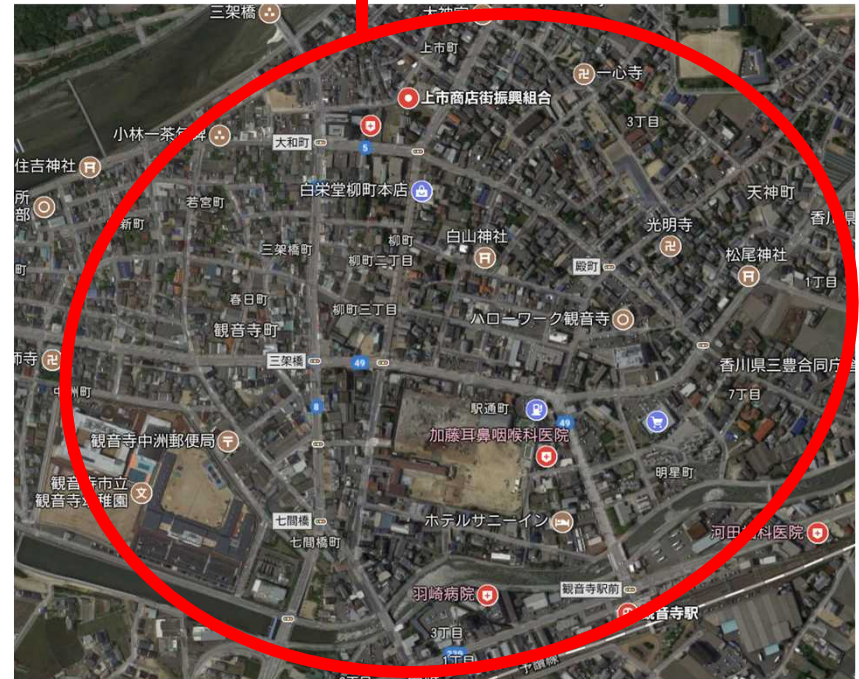
東京都 平均166.2万円/坪
大阪府 平均70.3万円/坪



観音寺市 9.8万円/坪

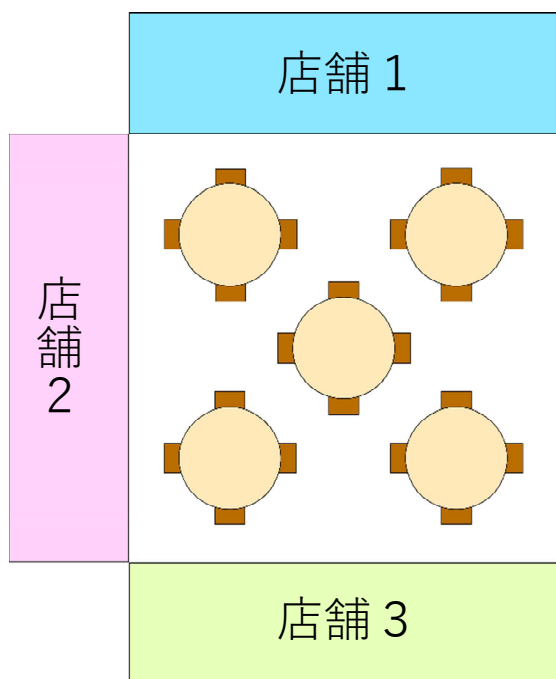
SUUMOよりデータを参照 (2017/10/21)
平均値は小数第2位を四捨五入

観音寺商店街



施策案:S-S Place

↓ 図案：S-S Place



少数の新業者が一つの場所を共有し、小規模な店舗を展開。各々の営業スタイル・内装は業者に一任。

メリット

- ・店舗単独ではなく、一つの場所としてPRし、各々の宣伝効果をシェア出来る。
- ・店舗が小規模であるため、比較的気軽に始められる。
- ・店舗、店員共に小規模であるため、業者や利用者との距離が縮まり、交流が生まれる。

商店街の振興を軸に、観音寺内外から注目を集めるシステム

店舗の誘致

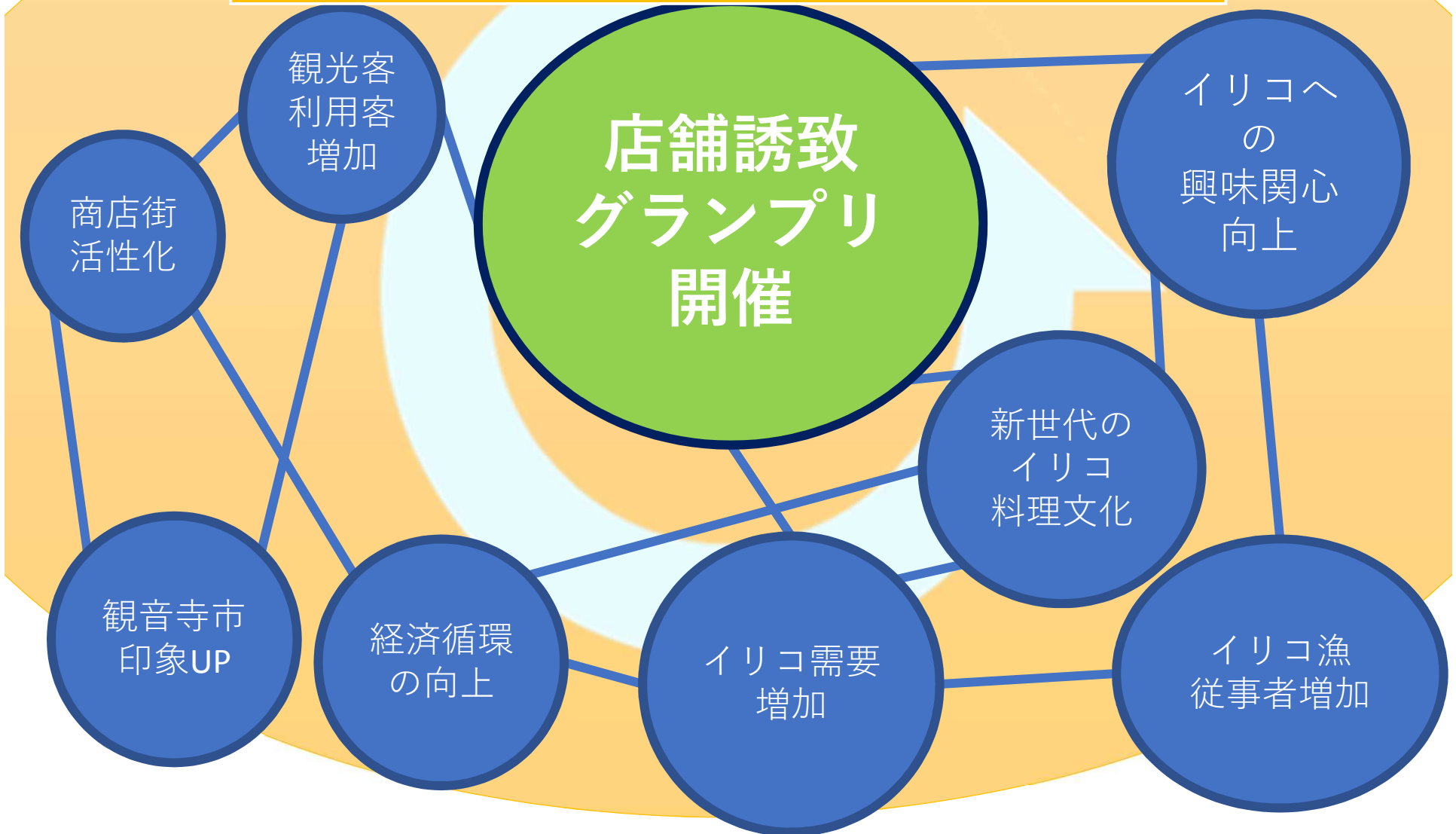
- より人の生活の場に近く、且つアンケート結果に意見が多かった駅前の商店街を施策の拠点に。
- 営業していない店舗や空き地を利用し、新たな経営者を呼び込み、商店街に新たな文化をもたらし、且つ商店街の将来を担う若者を誘致する。

「いりこグランプリ」

- 人材の増えた商店街を会場に、伊吹いりこを観音寺市の名産としてPR。一般に審査を委ねることで、直にいりこ料理に触れる機会を作る。
- 伝統的な「いりこだし」としての人気にとどまらず、一般参加者からの斬新なアイデアを募集。地域間で結論付ける限界の克服を図る。
- 「いりこ」の魅力に関心を持ってもらうことで、いりこ漁に携わる人材の確保を促す。

Section.3 まとめ

観音寺をサステイナブルシティに！！





～イメージを形に～

まちなか活性プロジェクト Re:born.Kとは観音寺のまちなかが、
様々な人の『プラットフォーム』となり交流人口UPや定住
人口UPを目指したプロジェクトです。
(引用元：Re:born.K 公式ホームページ)

「観音寺でこんな活動をしたい！」
「駅前にこういう場所を作りたい！」

企画や意見.....
けれど自分たちだけで実現したり交渉したりするのは
難しい.....

お金が無い.....

使っていい場所は

.....



観音寺での活動を企画したい人の
アイデアの受け皿として
実現へのステップをサポート！

商店街・企業との連絡、交渉
チラシの作成・メディアの誘致等の広報活動
補助金の手続き

etc...



↑ 高校生がボランティアで
カフェを経営。営業は土日
「観珈琲」

↓ 商店街に40件の
パン屋さんが集合
「パンストリート」



↑ 営業中の店舗の空きスペース
に新たな営業者を誘致。
「Shop in Shop プロジェクト」



二つの意志で、アイデアを実現へ！！

出典

- RESAS（地域経済分析システム）
<https://resas.go.jp/>
- SUUMO
<http://suumo.jp/>
- Google マップ
<https://maps.google.co.jp/>
- 讃岐瀬戸しまネッ島
www.pref.kagawa.lg.jp/chiiki/seto-island/detail/ibukijima/
- PDF資料 香川県産「イリコ」の話
<http://www.pref.kagawa.jp/suisan/kensan/files/iriko.pdf>
- 香川県水産試験場
(イリコの共販量、漁獲量データをExcelファイルでご提供いただいた)
- Re:born.K 観音寺まちなか活性プロジェクト
<http://www.reborn-k.net/>

謝辞

取材・聞き取り調査にご協力いただいた

観音寺市役所 商工観光課 合田 様
地方創生総合戦略推進室 近藤 様

JR観音寺駅の皆様

西讃観光サービス株式会社の皆様

ホテルサニーイン 越智 様

道の駅 ことひき 観音寺市総合コミュニティセンターの皆様

JTB中国四国 高松支所の上本様、田原様

観音寺市議会委員 豊浦 様

株式会社 ダイブン 代表取締役 大谷 様

香川県水産試験場 藤田 様

Re : born.K の皆様

アンケートにご回答頂いた皆様

香川大学経済部 教授 古川尚幸 先生、ゼミ学生の皆様

香川大学 地域連携戦略室 特命講師 山田香織 先生、学生の皆様

ご協力、ありがとうございました。