

## 地域ブランド「市田柿」の発信による地域活性化

### 取組に至る背景・事業の目的

「市田柿」は平成 28 年度に長野県で初めて地理的表示(GI)保護制度に登録された、飯伊地区を代表する特産品である。特に年末年始の国内における人気が高く、近年では海外での GI 登録を進めており、中華圏等を対象とした輸出拡大により海外での人気も高くなっている。

「市田柿」を取り扱う団体の活動により、市田柿の消費拡大、販売価格向上に繋がってきた。しかし、「市田柿」を食べたことのない若年層の増加、生産者の高齢化と後継者不足が課題となっている。

このような中で、令和 3 年度に「市田柿」販売開始 100 周年を迎えるにあたり、この地域の伝統的食文化として「市田柿」を守り、次の 100 年に伝えていきたいという思いから、「市田柿」を食べて知ってもらうこと、将来的に「市田柿」を食べる習慣を身につけてもらうこと、「市田柿」を中心とした就農者の確保に繋げていくことを目的に事業を実施した。

### 事業内容

- 市田柿ラッピングバスの運行  
令和 3 年 4 月～新宿、名古屋、大阪、県内への運行
- 市田柿写真・絵画コンクールの実施  
飯伊地区の小学生、一般から作品を募集し、写真 42 点、絵画 127 点の応募があった。
- 中学生を対象にした食育の実施  
市田柿 100 年の歴史と栽培加工方法をまとめた市田柿ストーリーブックを作成した。飯伊地区の中学生に約 4,800 部配布するとともに、2 校で食育を実施
- 保育園児を対象にした食育の実施  
市田柿の生産加工工程をイラストで表現した子供向けパンフレットを作成した。市田柿を併せて飯伊地区の保育園児に約 3,200 部配布するとともに、3 園で食育を実施
- 市田柿レシピの考案  
高校生、短大生による市田柿レシピ考案(6 品)



【旭ヶ丘中学校での食育事業】



【ストーリーブックとパンフレット】

### 事業効果

- ラッピングバス 2 台の運行により全国に市田柿を発信することができた。
- 様々な手法での食育事業を通して、幼児から大人まで広い世代の方に市田柿に対する興味を持つ機会を作ることができた。
- コンクール入賞作品を活用した PR 宣材の作成、ストーリーブックやパンフレットの増刷による継続的な食育活動を行うことができるようになった。

### 工夫・苦労した点、課題、今後の取組など

- 新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響から予定していた市田柿 100 周年記念交流イベントやラッピングバスの運行本数減少等、PR 活動・食育活動を行う機会が減少してしまった。イベントの中止によりコンクール応募作品の展示やレシピ紹介ができなかったが、応募のあった作品を多くの方に見ていただきたかったため、市田柿関係団体ホームページへ掲載し閲覧できるようにした。
- 食育事業を通して「市田柿を知らなかった」、「初めて食べた」等の声を聞くことができた。食べて、触れて、知ることで市田柿への興味を持ってもらえるよう、ストーリーブックを基に歴史や栽培加工方法をまとめた食育用動画を作成するとともに、冊子等の増刷を検討し継続的な食育活動を実施する。
- PR 活動として、市田柿の魅力を発信することができる CM 動画を作成し、販売店舗や YouTube・SNS 等を活用した発信を行う。
- 令和 4 年度に学生考案レシピを掲載したレシピブックを作成し、市田柿販売店舗での配布やホームページへの掲載により、市田柿の食べ方提案として PR 活動を実施する。

#### 【選定のポイント】

市田柿を全国的に PR するラッピングバスや、分かりやすく解説したストーリーブック・パンフレットの作成・活用による食育、地域内で再認識してもらう写真・絵画コンクールの活動は、広く地域ブランドの認知度向上に繋がると評価しました。

団体名	市田柿活性化推進協議会	事業タイプ	ソフト事業
連絡先	JAみなみ信州営農部果実柿課 米山 TEL : 0265-52-6982	事業費	2,327,248 円
メールアドレス	sei00-11@mis.nn-ja.or.jp	支援金額	1,861,000 円