

大学生による食を通じた地域振興の実践と展望

平 口 嘉 典*

Practice and Prospects of Rural Revitalization through Food-Related Activities by University Students

Yoshinori HIRAGUCHI*

Abstract

In recent years, Japan's rural areas and regional cities have faced ongoing aging and population decline, along with a downturn in social and economic activities. Moreover, both the production volume and the number of workers engaged in local agriculture, forestry, fisheries, and traditional industries have decreased annually. These challenges have intensified efforts to revitalize rural areas and regional cities.

Against this backdrop, the Hiraguchi Seminar in the Department of Food Culture and Nutrition at Kagawa Nutrition University has been actively engaged in regional revitalization efforts through food-related initiatives. These initiatives utilize local agricultural products, region-specific cooking methods, and eating practices — collectively referred to as “food resources.” Efforts to leverage these food resources to revitalizing local communities are defined here as “regional revitalization through food-related activities.”

This study examines the food-based regional revitalization initiatives undertaken by the Hiraguchi Seminar between the 2014 and 2024 academic years. Through case analyses, this study identifies essential conditions for effective food-based regional revitalization based on university students' experiential engagement.

The first condition is the presence of community-led initiatives. The second is the effective utilization of external support. The third is the exploration and identification of local food resources. The fourth is the presence of a coordinator.

By keeping these four conditions in mind during future practical activities, it will be possible to enhance the feasibility of product and menu development, thereby contributing to meaningful regional revitalization.

Looking ahead, further improvements in the quality of recipe creation and product development will be required as practical activities continue. Achieving this requires reflecting on each initiative carried out in the seminar and constructing a theoretical framework that enables the comprehensive application of diverse knowledge — from the functional aspects of food, such as nutrition, culinary science, and food science, to the managerial and expressive aspects, such as marketing and design. Addressing this will be a key challenge for future efforts.

Key words : 食を通じた地域振興, 大学生, 商品開発, メニュー開発, レシピ考案

1. はじめに

昨今、わが国の農村や地方都市において、高齢化・人口減少が進行し、社会・経済活動の低下がみられ、地域の農林漁業や地場産業の生産高および就業人口が年々減少している。これら課題に対し、農村・地方都市において地域振興が求められている。

こうした背景のもとで、地域の主体と大学・大学生が連携し、課題解決や地域振興に取り組む例は多くみられ

る。筆者が主宰する女子栄養大学食文化栄養学科・平口ゼミにおいても、栄養学を学ぶ大学生が、食を通じた地域振興に取り組んできた。

本稿では、大学生による食を通じた地域振興の実践活動の事例から、その必要条件を導出し、今後を展望する。以下では、大学による地域連携活動の動向について既存研究をもとに概観した後、平口ゼミにおける実践事例を分析、考察する。

* 食料・地域経済学研究室, 女子栄養大学: Food and Regional Economics, Kagawa Nutrition University

2. 大学による地域連携活動の動向

知識社会の到来により、大学の研究成果の技術移転や知識の活用が強く求められるようになり、1980年代半ば以降、工学部等を有する全国国立大学内に地域共同研究センターが整備され、地域において産学連携を推進する制度が構築されていった（注1）。その後、中央教育審議会（2005）において、「大学の社会貢献」という文言が登場し、これを大学の「第三の使命」と位置付けられたことにより、地域の主体と大学・大学生が連携し、地域振興に取り組む例は各地でみられるようになった（注2）。

筆者が主宰する、女子栄養大学・平口ゼミにおいても、これまでに食を通じた地域振興に取り組んできた。地域振興において、地域に存在するさまざまな地域資源を発見し、活用することが重要とされるが、本ゼミでは、その中でも「食資源」に着目してきた。村上（2023）は地域振興における食資源の体系的整理を試みており、自然的資源、人文的資源、社会的資源の3つのカテゴリーに大別し、直接的に喫食対象になるものから間接的に関与するものまで含めて、20の要素を提案している（注3）。本ゼミで対象とする食資源は、商品の元となる素材と捉えており、地域の農産物（一次産品）や、地域特有の調理法・食べ方（食習慣、調理法、郷土料理）等の食文化のことを指している。こうした食資源を活用し、地域振興につなげる取組を「食を通じた地域振興」と定義し、ゼミ活動を通じて実践してきた。

大学生が地域の食資源を利活用し、レシピ考案や商品開発に取り組む実践例はこれまでも数多く報告されている。栄養学・調理学に基づく実践では、曾矢・小林（2017）による地場野菜を活用した加工食品開発とイベント等での販売、渡邊（2021）による地元の特産食材を使用した弁当開発と地元企業による商品化・販売、松原（2024）による地元食材を使用したメニュー開発と飲食店での販売、平田・市瀬（2022）による地元食材を使用した菓子開発と学内販売等が挙げられる。また人文社会科学に基づく実践では、矢川ほか（2020）による地元農事組合法人と連携した新商品開発および学祭等での販売活動や、初澤（2024）による大学生と中高生が連携した新メニュー開発等がある。さらに権田（2019）は、教育学に基づく実践として、地元野菜のメニュー開発やデザイン作成等の活動を紹介し、大学生のアクティブラーニングの可能性と課題を検討している。以上のように、大学生が食資源を利活用した実践報告はあるものの、実践内容を社会科学の視点から分析し、一般化された知見を得ようとする研究はほとんどされていない。

対象を食に限定しなければ、大学生の実践活動を社会科学の視点から分析した研究が存在する。西村（2016）は、文科系研究（経営学）の視点から、大学と地域の連携活動の特徴と課題を導出・整理している。そこでは、大学における地域連携の出発タイプとして、(i) ボランティ

アタイプ、(ii) 意見提案タイプ、(iii) 産学連携研究タイプの3つを提示し、各タイプが抱えるリスクとして、それぞれ(i) 学生が安価な労働力と捉えられてしまうリスク、(ii) 若者・学生という属性だけが重視され、研究の専門性が無視されてしまうリスク、(iii) 大学側の専門研究と地域課題のマッチング上の齟齬が生じるリスクを指摘している。平口ゼミの活動は、栄養学・調理学をベースにしたレシピ考案や商品開発が主であるため、(iii) 産学連携研究タイプに分類され、(i)、(ii)のリスクに直面することはほとんどない。この点は栄養学分野の地域連携活動における優位性といえる。

中塚・内平（2014）は、大学生が農山村再生を目的に地域主体と連携する実践活動を対象にして、農業経済学の視点から取組を分析し、大学生による地域連携活動の課題と展望を明らかにしている。そこでは、農山村地域における大学・大学生と地域主体との連携活動を、①交流型、②価値発見型、③課題解決実践型、④知識共有型の4つに整理し、連携推進のためには、連携の下地づくりからインフラ整備まで段階的に取り組む必要がある点を指摘している。そして、必要とされるインフラ整備にはハード面とソフト面があり、特にソフト面で必要なことは、①地域連携コーディネーターの配置、②地域活動のメンター制度、③活動団体の登録・承認制度、④活動資金確保の4点としている。さらに中塚・小田切（2016）では、上の4つの類型を、主体（大学側）の専門性と地域の当事者意識の2軸上に配置し、①から④へと発展するモデルを提示している。またその発展の推進力として、地域コーディネーターの役割を重視している。

上記の中塚・内平の分類に従えば、平口ゼミの実践活動は栄養学・調理学に基づく実践であり、①、②よりも、③課題解決実践型の取組に該当する場合がほとんどである。この点は、前述の西村の分類でも指摘したように、栄養学分野における地域連携活動の特徴であり、当該分野が実践に向く学問分野であることを示している。ただし、本ゼミの活動はあくまで学部生レベルの知識・技術に基づくため、専門家として地域住民に情報提供・指導する、④知識共有型の段階には至りづらい。

地域連携活動に関わる学生の教育面での検討では、飯塚（2018）は、自身が指導する経営学部ゼミの事例をもとに、大学教育における地域連携活動のあり方について考察し、学生の気づきや得た力の分析や、課題解決型学習における学修プロセス・評価プロセスの検討が必要としている。また野澤（2016）は、大学の地域連携の取り組み状況と課題をアンケートにより定量的に把握した上で、大学の地域連携活動を社会貢献という第3の使命として単体で捉えるのではなく、大学の教育・研究につながるシステムとして捉える必要性を指摘している。

以上のように、食を通じた地域振興活動においては、実践例は多数あるものの、そこから一般化を試みる研究はほとんどない。そこで本稿では、経営学分野および農業経済学分野で得られた知見をふまえた上で、平口ゼミ

において2014年度から2024年度までに実施した、大学生による食を通した地域振興の実践活動を事例にし、その取組から得られる必要条件を導出し、今後の実践活動を展望することを目的とする。

ここで、必要条件の導出にあたり、さしあたり平口・両角（2018）の知見を参考に分析を進める。平口・両角は戦前期の農民資本製糸場の創出・発展条件の分析から、地域資源を活用した六次産業化の基本原則として、第1に、地域住民が主体となり、問題意識と将来ビジョンをもつこと、第2に、外部支援の活用、第3に、地域資源の探索・発見、第4に、地域人材の活用、の4点を指摘している。これら4点をベンチマークとして、大学生による食を通した地域振興における必要条件の導出を試みる。

3. 女子栄養大学食文化栄養学科・平口ゼミの取組概要

ここで、平口ゼミにおいてこれまでに取り組んできた、食を通した地域振興について、一般的な取組手順をみておく。

第1に、地域を設定する。対象地域は、大学の近隣地域や大学と連携協定を結ぶ地域であることが多いが、個人の卒業研究の場合は、学生の出身地ということもある（後述）。第2に、対象地域を訪問し、その地域の地域資源を探索し、選定する。食材そのものや農産加工品、郷土料理などが対象になる。第3に、それら資源を活用する方法を考える。活用方法では、地域の食材を用いたレシピ考案やレシピカードの作成・配布、地域イベントへの参加による料理提供、地域の事業者と連携した農産加工品の開発や飲食店メニューの開発等がある。第4に、学生が考案した成果物を広く社会に発信し、地域の食資源や地域それ自体の知名度を向上させる。発信方法では、学生によるSNSを通じた発信や、地方自治体や地域事業者の広報媒体（広報誌、ウェブサイト、SNS等）を通じた発信がある。

これらの活動は、個人単独でおこなう卒業研究と、ゼミ生が複数名で取り組むプロジェクト活動の二通りがある。表1は2014年度から2024年度までの卒業研究およびプロジェクト活動の件数と特徴をみたものである。

卒業研究の件数は合計107件であり、このうち埼玉県内を対象地域にしたものが62件（川越市18件、三芳町8件等）、県外のもの45件（群馬県8件、茨城県5件等）である。対象地域と大学が連携協定を締結しているものは42件あり、締結先は埼玉県内の市町村が多い（川越市、三芳町、鶴ヶ島市、坂戸市等）。また、学生の出身地を対

象にする件数は69件と半数を超えている。レシピ考案をおこなった研究は約9割（91件）を占めるが、そのレシピをもとに商品を開発し、販売まで至った件数は約3割（37件）に留まり、商品化へのハードルは高いことを示している。

一方、プロジェクト活動の件数は10件であり、6件が県内（三芳町、鴻巣市、鳩山町、ときがわ町等）、4件が県外（香川県、新潟県等）である。ただし、プロジェクト活動の場合、1件で複数年継続しているものもあり、たとえば三芳町を対象にした活動は6年間継続している。対象地域と大学が連携協定を締結しているものは7件である。レシピ考案をおこなう活動は10件すべてが該当し、うち半数の5件が商品販売に至っている。プロジェクト活動の場合、連携協定を契機として先方からの依頼により活動を実施する場合がほとんどであり、依頼の時点で最終的な商品販売を前提にする取組もある。そのため、商品販売に至る割合が卒業研究（個人単独）に比べて比較的高くなっている。

以上の平口ゼミの実践事例の中から、2例を具体的な実践事例として次章以降に取り上げる。1つ目は、ゼミ生が複数名で取り組むプロジェクト活動の事例として、埼玉県三芳町における「みよし野菜」を使用したメニュー開発の取組を対象にする。本事例では、三芳町と大学が連携協定を締結しており、商品販売に至ったケースである。2つ目は、個人で取り組む卒業研究の事例として、埼玉県秩父地域において3年間継続して実施した菓子開発およびカフェメニュー開発の取組である。秩父地域とは連携協定を締結しておらず、また学生の出身地でもないが、観光公社と大学教員との繋がりをもとに研究がスタートし、商品販売に至ったケースである。

4. 実践事例1：埼玉県三芳町における町産野菜を使用したメニュー開発（2019～2024年度）

1) 取組概要

埼玉県三芳町は、世界農業遺産にも認定された「武蔵野の落ち葉堆肥農法（後述）」を実践する農業地域である。三芳町で生産される野菜を中心とした農産物は「みよし野菜」としてブランド化されており、知名度向上を目的に、「癒しのレシピ事業（後述）」が実施されている。三芳町と女子栄養大学は、2017年10月に包括連携協定を締結し、『みよし野菜』のブランド化を含め、地域農産物を活用した連携事業や、食と健康、教育に関する人的支援等を実施することとされている。これを受けて、2019年度より三芳町役場観光産業課およびみよし野

表1 平口ゼミ卒業研究およびプロジェクト活動の件数と特徴（2014年度～2024年度）

	合計	埼玉県内	県外	連携協定あり	出身地	レシピ考案	商品販売
卒業研究	107	62	45	42	69	91	37
プロジェクト活動	10	6	4	7		10	5

資料：筆者作成

菜ブランド化推進研究会から依頼を受け、平口ゼミがランチメニューや弁当の開発に取り組んでいる。各年度、10名前後の3年生がゼミに所属し、3年ゼミ生全員で開発に取り組む。期間は7月末から11月末の約4カ月間である。

2) 対象地域の概要

埼玉県三芳町は県南部に位置し、都心から約30km圏内にあることから、都心へのアクセスの良さを生かした都市近郊農業が展開されている。農業地域類型では、都市的地域に分類される。町の人口は37,377人、65歳以上人口割合は28.7%であり、県平均（27.0%）よりも若干高い（2025年1月現在）（注4）。

町内では、江戸時代から360年以上続く伝統的な落ち葉堆肥農法が実践されている。これは、木を植え、落ち葉を堆肥にして土壌に還元する伝統農法であり、三芳町をはじめ、川越市、所沢市、ふじみ野市において現在まで実践されてきた。「武蔵野の落ち葉堆肥農法」として、2017年に日本農業遺産に、2023年に世界農業遺産に認定された（注5）。落ち葉堆肥農法の舞台である三富新田はパッチワークのように区割りされた農地が特徴的であり、美しい景観を形成している。

三芳町では根菜類や葉物類が多く生産されている。なかでも、さつまいもの生産が盛んであり、上富地域で生産されるものは「富の川越いも」としてブランド化されている。さつまいも農家が軒を連ねる上富地区の県道は「いも街道」と呼ばれ、秋の収穫シーズンには農家の軒先でさつまいもが直売され、多くの来客でにぎわう。

町内産農産物を「みよし野菜」としてブランド化するために、若手農業者を中心に、みよし野菜ブランド化推進研究会が立ち上げられ、三芳町役場観光産業課が事務局を担い、官民一体でみよし野菜のブランド化が推進されてきた（注6）。

現状では、町産のさつまいもの知名度は比較的高いものの、「みよし野菜」の知名度は高くなく、みよし野菜ブランド化推進研究会では知名度向上のための取り組みをおこなっている。その一環として、みよし野菜のレシピを考案し、レシピを使用した商品の開発やレシピそのものを町のホームページや広報で発信する「癒しのレシピ事業」を実施し、2019年度より平口ゼミにレシピ考案とメニュー開発を依頼している。

3) 2019～2020年度の実施内容

本取組における各年度の主な流れは、①大学生による生産者の圃場見学・農産物直売所見学・事業者との打ち合わせ（7月末）、②大学生によるレシピ考案（8月～9月末）、③関係者を集めた現地試食会（10月中下旬、於三芳町）、④店頭販売（11月）、である。埼玉県は11月を地産地消月間に定めており、これにあわせて学生開発メニューが販売される。

最初の2年間は、町内にて社会福祉法人が運営する

レストラン「福祉喫茶ハーモニー」におけるランチメニューの開発に取り組んだ。2019年度はみよし野菜を使用したランチメニュー3種を開発し、2019年11月に期間限定で店頭にて販売された。2020年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、レストラン来客数の大幅な減少がみられたことから、テイクアウト可能な弁当メニューの開発に取り組んだ。2種の弁当を開発し、2020年11月に期間限定で予約販売された。

4) 2021年度～2024年度の実施内容

2021年度からは、新たにJAいるま野（注7）の協力も得られることになり、福祉喫茶ハーモニーに加え、同JAの農産物直売所「あぐれっしゅふじみ野」において、学生が開発した弁当が販売されることになった。ここでは2024年度の取組を例に実施内容を述べる。

2024年度は3年ゼミ生10名が、5名ずつ2チームに分かれて弁当開発に取り組んだ。一方のチームは、ターゲットをファミリー層とし、親子で楽しく食べられることをコンセプトとして、「みよし野菜の魅力発見！えがお満彩弁当」を開発した（図1）。みよし野菜の中から、枝豆、人参、玉ねぎ、ほうれん草、キャベツ、ブロッコリー、パプリカ、さつまいもの計8品を使用することを想定した。他方のチームは、ターゲットを60代男女に設定し、日常に新たな彩りをそえることをコンセプトとして、「いろみよし！うまみよし！まんかい弁当」を開発した（図1）。みよし野菜の中から、里芋、水菜、人参、ブロッコリー、長ねぎ、玉ねぎ、さつまいもの計7品を使用することを想定した。また、どちらの弁当も、主食、主菜、副菜がそろい、野菜がたっぷりである「スマートミール（注8）」の認証基準に適合するように分量を調整した。



図1 2024年度開発商品：
「みよし野菜の魅力発見！えがお満彩弁当（左）」、
「いろみよし！うまみよし！まんかい弁当（右）」

学内での数回の試作を経て、10月下旬に三芳町において関係者を招いた試食会をおこない、検討の結果、販売が決定した。11月の2週間、1日30食、計420食があぐれっしゅふじみ野店頭にて販売され、福祉喫茶ハーモニーにおいても、計150食が販売された。期間中、学生たちによる店頭販売もおこない、その様子は日本農業新聞にも掲載された（注9）。また本取組は町広報誌や大学ホームページを通じて広く情報発信がおこなわれた（注10）。

5) 小 括

以上、三芳町における町産野菜を使用したメニュー開発についてみてきた。本事業は2025年度も7年目の取組として進行中である。毎年、メディアにも取り上げられ、取組が年々認知されるとともに、みよし野菜の知名度向上にも寄与しており、継続的な取組の成果といえる。

当面の課題は次の2点である。第1に、農産物の旬と販売時期のズレである(注11)。考案の段階ではできるだけ多くのみよし野菜を使用することを検討するものの、実際に販売時期に調達できる野菜はすべてではなく、一部に限られてしまう。また近年、異常気象等で収穫時期が安定せず、必要な時期に一定量が確保できないこともある。そのため、野菜の旬にあわせて季節ごとに販売期間を設けることや、まとまった量が確保できる収穫時期に加工し、保存性を高めるなどの対応が必要である。

第2に、みよし野菜のさらなる知名度向上である。みよし野菜はブランド化されているものの、未だ知名度は高くなく、本事業も含めて、知名度向上の取組を継続的におこなう必要がある。また、町民への定期的な認知度調査を実施し、事業の効果を計測することも必要である。さらに、みよし野菜の知名度向上が、生産者の所得向上や生産意欲向上につながるように、食品流通業者や飲食店への周知をおこない、新規販路開拓につなげることも重要である。

5. 実践事例2：埼玉県秩父地域における特産品を使用した新商品・新メニュー開発の取組（2021～2023年度）

1) 取組概要

前章4.では、プロジェクト活動の実践例をみたが、次に個人単独で取り組む卒業研究の実践例をみる。ここでは埼玉県秩父地域を対象に、3年間にわたって計3名の学生が取り組んだ新商品・新メニュー開発プロジェクトを事例とする(注12)。

学生の卒業研究は3年次の後期から4年次の後期まで、約1年半をかけて実施される。学生1名につき1テーマに取り組み、食を通じた地域振興を目的に、地域の食資源を活用したレシピ考案や商品開発をおこなう。主な流れは、①対象地の選定と情報収集(3年次10月～3月)、②現地調査および事業者等打ち合わせ(4年次4月)、③大学生によるレシピ考案(4年次5～7月)、④現地試食会(4年次8～9月)、⑤事業者による商品化(4年次10月)、⑥販売(4年次11月以降)、⑦研究発表および卒業論文提出(4年次12月、1月)である。

2) 対象地域の概要

埼玉県秩父地域は1市4町(秩父市、横瀬町、皆野町、長瀨町、小鹿野町)からなり、農業地域類型では、秩父市が都市的地域、皆野町・長瀨町が中間農業地域、横瀬町・小鹿野町が山間農業地域に分類される。秩父地域全体の人口は、90,119人、65歳以上人口割合は、37.3%であり、県を構成する12地域の中で最も高齢化が進行する地

域である(注13)。

秩父地域で生産される主な農産物は、いちご、ぶどう、プラム、ブルーベリー、かぼす、ゆず、太白いも、ヤマグルミである。また、主な加工品は、しゃくし菜漬け、メープルシロップ、チーズ、みそ、地酒(日本酒、ワイン、ウイスキー)である(注14)。このように当地域には、食資源が豊富に存在するものの、それらの知名度向上が課題となっている。

当地域は都心から約100kmと、日帰り観光も可能な位置にあり、「ちかいなか(都心に近い田舎)」をキーワードに観光客の誘致に力を入れている。コロナ禍前の2019年には、入込観光客数が936.3万人まで達したが、コロナ禍の影響で2020年には664.8万人まで急減し、その後は徐々に持ち直し、2023年には856.1万人まで回復している。

2014年に秩父地域の1市4町によって、「秩父地域おもてなし観光公社(以下、公社と略称)」が設立され、秩父地域の観光PRと情報発信を目的に活動している。2016年には一般社団法人となり、地域連携DMOの登録もおこなっている(注15)。

3) 1年目の取組(チーズケーキ開発)

本取組は、大学(平口ゼミ)側の商品開発の打診に対し、観光客誘致と食資源のPRを目的とする公社が窓口となり進められた。公社は、管轄する地域内で商品開発に関心のある事業者の選定をおこない、事業者と大学の間に入って調整を図ることにより、三者の連携による商品開発を推進した。

1年目(2021年度)は、4年次の学生1名が取り組んだ。この学生は、3年次に1年間、香川調理製菓専門学校に学園内留学をして製菓技術を学んでおり、その技術を生かし、地域食材を使用した菓子開発に取り組むことを目標とした。当地域では観光に力を入れていることから、地域を訪れる観光客向けの土産品として、若い世代にも注目されるような商品を開発することを目的とし、チーズケーキの開発に取り組むことにした。年度初めに公社から地域内の農産物・特産品のリストを提示され、その中から使用食材を選定することになった。商品の販売を通じて秩父地域および地域の農産物・特産品をPRすることを目的としたため、1市4町の食材を最低1つは使用することとし、ブルーベリー・リコッタチーズ(以上、秩父市)、いちご(長瀨町)、みそ(皆野町)、黄金かぼす(小鹿野町)、紅茶(横瀬町)を選定した。

学生側の数回の試作を経て、計6種類の味のチーズケーキを考案し関係者への試食会をおこなうことになった。試食会には公社の紹介により、秩父市の菓子製造業者で組織する「お菓子な郷推進協議会」の事業者のうち数社に参加してもらった。試食会の結果、秩父市内の菓子店・水戸屋本店の協力を得て商品開発を進めることになった。

その後、大学側と事業者、公社で打ち合わせを重ね、

商品のブラッシュアップを進めた。商品パッケージは地元デザイナーが手掛け、地域の複数事業者と当該大学生がそれぞれの長所を生かして作り上げたコラボレーション商品として、同年12月に完成した。2022年1月に商品発表会を実施し（注16）、同月から店頭および市内物産販売施設にて販売されることになった（図2）。



図2 2021年度開発商品：
ベイクドチーズケーキ5種（左）、
リコッタチーズケーキ（右）

4) 2年目の取組（パウンドケーキ開発）

2年目（2022年度）は、4年次の学生1名が取り組んだ。この学生も3年次に学園内留学をして製菓技術を学んでおり、前年の学生と同様に、地域食材を使用した菓子開発に取り組むことを目標とした。

1年目に開発したチーズケーキは、地域の食材を使用し、地元事業者と大学のコラボ商品として注目を浴びたが、要冷蔵商品のため販売時に冷蔵設備が必要であり、販路拡大に制約がある点が課題であった。この点をふまえ、2年目の開発商品は常温保存が可能なものとし、パウンドケーキを開発することになった。引き続き公社が窓口になり、商品開発に取り組む意向のある事業者を選定してもらい、皆野町内の菓子店・亀沢屋、秩父市内のパン菓子店・ラパンノワールくろうさぎの2事業者に商品開発に協力してもらうことになった。

学生が数回の試作を経て計5種類の味のパウンドケーキを考案し、関係者への試食会をおこなった。使用した食材は、チーズ・さつまいも（以上、秩父市）、黄金かぼす（小鹿野町）、紅茶（横瀬町）、みそ・栗（以上、皆野町）、酒粕（長瀨町）である。

試食会で出された意見をふまえて、亀沢屋でブラッシュアップをおこない、最終的に9種類の味のパウンドケーキが完成した。使用した食材は、ぶどう・焼酎・ゆず（以上、秩父市）、黄金かぼす・はちみつ酒・えごま・しゃくし菜・ほうじ茶（以上、小鹿野町）、みそ・栗（以上、皆野町）、酒粕（長瀨町）、紅茶（横

瀬町）である。秩父地域の魅力をまるごと味わってほしいというコンセプトにより、1市4町の農産物・加工品を使用し、約1.5cm四方のキューブ型のパウンドケーキを9つ詰め合わせた商品とした。また、使用食材のPRのために、学生による食材紹介のメッセージを記載したリーフレットを商品に同封することになった。商品パッケージとリーフレットのデザインは、前年に引き続き、地元のデザイナーに依頼した。

最終的に2023年1月に商品が完成し、2月に商品発表会を実施した。その後、亀沢屋店頭および市内物産販売施設にて販売された（図3）。この開発商品も、大学生と地元事業者のコラボ商品として注目され、日本経済新聞をはじめ、各種メディアにて報道された（注17）。



図3 2022年度開発商品：「チチブロックパウンドケーキ」

5) 3年目の取組（カフェメニュー開発）

3年目（2023年度）は、4年次の学生1名が取り組んだ。この年は、公社が運営に関わる市内飲食店「小池カフェ」のメニュー開発を依頼され、地域食材を使用したカフェメニュー開発に取り組むことになった。メニューの提案は、夏メニューと秋冬メニューの2回に分けておこなうことになった。

夏メニューでは、1市4町の食材の中から、酒粕（秩父市）、麦茶・桑茶（以上、皆野町）、みそ（横瀬町）を使用し、学生が3種類の味のパンナコッタを考案した。事業者との検討、ブラッシュアップをおこない、商品化が決定し、8月に商品発表会を実施し、販売が開始された（図4）。

秋冬メニューでは、酒粕（秩父市）、柿（長瀨町）、黄



図4 2023年度開発商品：
夏メニュー「ちちぶパンナコッタ」（左）、
秋冬メニュー「酒粕のテリヌ 柿ソース」（中）
「黄金かぼすのブルドネージュ」（右）

金かぼす(小鹿野町)を使用し、テリーヌとブルドネージュを考案した。事業者との検討、ブラッシュアップの後、商品化が決定し、11月に商品発表会をおこない、12月より販売が開始された(図4)。

いずれのメニューもカフェを訪れる観光客に人気のメニューとなった。この取組についても、各種メディアにより報道され、当該地域および地域の食資源のPRにつながった(注18)。

6) 小 括

以上、秩父地域における特産品を使用した新商品・新メニュー開発の取組についてみてきた。卒業研究としての取組のため、年度ごとに学生が交代するが、それにもかかわらず3年間継続して商品開発に関する研究を実施できたのは、コーディネーターとしての公社の役割が大きい。現地での打ち合わせや地域食材の提示、事業者の選定、商品発表会の企画等、商品開発における要所で尽力していただき、商品化の実現において不可欠な存在であった。

本章で対象にした公社は複数市町を管轄するやや特殊な事例であるが、他地域であれば、たとえば観光協会や商工会組織、あるいは市町村の商工観光部署等も、同様のコーディネート機能を担うことができるだろう。逆にこうしたコーディネート機能を担う主体がいなければ、商品開発プロジェクトが途中で頓挫し、失敗に終わる可能性もある。

6. まとめと展望

以上、女子栄養大学・平口ゼミにおける食を通した地域振興を目的とした2つの実践事例をみてきた。これらの事例から、大学生による食を通した地域振興が成立する必要条件を導出したい。

第1に、地域主体の存在である。レシピ考案や商品開発は大学生がおこなうとはいえ、実際に商品化の段階では、地域事業者の活動が欠かせない。学生個人は、ゼミ活動や卒業研究を通して、最長でも1年半程度しか地域に関わることができず、開発した商品を継続的に販売していくためには、地域主体と連携して商品開発に取り組む必要がある。もっとも、学生時代に考えたアイデアをもとに自ら起業し、地域に根付いて経営を持続する方法もあり得るが、本ゼミではまだそのような例はなく、今後の課題の1つと捉えている(注19)。

第2に、外部支援の活用である。地域主体だけの力では、新たな発想が生まれにくいことは現地でよく聞かれることである。外部支援、特に大学生のような若者のアイデアや、大学が持つ専門的知識をうまく活用できれば、新商品開発や新ビジネス創出の希少な種になるだろう。大学としても、研究・教育の成果を社会貢献に生かす絶好の機会となる。前述のように、特に栄養学分野の取組であれば、地域の課題解決や産学連携の成果につながりやすい特徴がある。

第3に、地域食資源の探索・発見である。地元学を推奨する吉本は、地域振興において、「ないものねだり」ではなく、「あるものさがし」が重要であり、そのためには地域の外の人たちの力が必要であることを指摘している(吉本, 2008)。その点では、大学生はヨソモノ、かつ、ワカモノであり、地域に新しい風を吹き込む存在になり得る。仮にその学生が当該地域の出身者であったとしても、大学で得た知識を活用すれば、地域住民とは異なる視点を持つことができ、立派なヨソモノになる。本稿で取り上げた事例の中でも、学生が着目する食資源とその斬新な活用方法に、地域の関係者が感嘆する機会が何度もあった(注20)。地域食資源の探索・発見に活動を限定すれば、栄養学分野に限らず、他の多くの分野の大学生も活動の機会が得られるだろう。資源探索を他分野の学生がおこない、そこで発見された資源をもとに、栄養学分野の学生がレシピを考案するといった、大学生間の連携の可能性も想定できる。

第4に、コーディネーターの存在である。大学生が食資源を発見し、それらを活用したレシピを考案できたとしても、商品として世に送り出すためには、地域主体と連携し、いくつもの段階をクリアしていく必要がある。その点では、三芳町の事例では、研究会事務局を担う三芳町役場がコーディネーターの役割を担い、地域事業者、農業生産者と大学との調整をおこない、毎年の商品開発が円滑に進むようにサポートをしていた。また、秩父地域の実践事例では、公社がコーディネーターの役割を担い、地域事業者と大学を結び付け、商品化へのサポートをおこなっていた。こうしたコーディネーターがいなければ、食を通した地域振興の実践は道半ばで終わるであろう。

本稿でみた事例のように、行政や公社のような公的機関がコーディネーターを担う場合もあれば、観光協会や商工会、農業協同組合のように、公的機関同様に公益性を持つ組織が担う場合もある。また、プロジェクトを進める段階で、一時的に大学教員や大学生が担う場合もある。実際にこれまでの平口ゼミの実践活動の中では、ここに挙げた多様な主体がコーディネーターを担う場面があり、プロジェクトを前に進めるキーマンとなっていた。

既存研究においても、大学の地域連携活動におけるコーディネーターの役割が指摘されてきたが、食を通した地域振興活動においては、プロジェクトの調整・推進役としての側面がより重要視される。

以上の4点が、大学生による食を通した地域振興の必要条件である。今後の実践活動において、特にこの4点を念頭に置きながら進めることにより、商品開発・メニュー開発の実現可能性を高め、地域振興に資する活動とすることができるだろう。より具体的な支援ツールとして、チェックリストやマニュアルの作成が求められるが、この点は今後の課題とする。

今後の展望として、実践活動を続けていくなかで、レ

シブ考案や商品開発のさらなる質の向上が求められる。そのためには、ゼミで実施した一つ一つの取組を反省するとともに、栄養学、調理学、食品学といった食の機能的側面から、マーケティング、デザインといった食の経営・表現的な側面まで、幅広い知識を総動員しながら実践にあたるための理論枠組みの構築が必要である。これについても今後の課題として取り組んでいきたい。

注1：野澤 (2016) p. 2 より。

注2：中塚・内平 (2014) p. 7 より。

注3：順に、1. 気候・風土、2. 景観、3. 一次産品、4. 加工品、5. 生産者、6. 飲料、7. 料理人、8. 調理法、9. 料理、10. 食習慣、11. 食器、12. 飲食店、13. 商業施設、14. 観覧施設、15. 学校、16. 言説、17. ブランド、18. 批評文化、19. イベント、20. 推進組織である。

注4：埼玉県『埼玉県町(丁)字別人口調査』より。

注5：以上、埼玉県 (2023) より。

注6：みよし野菜の説明は、三芳町役場ホームページを参照されたい (<https://www.town.saitama-miyoshi.lg.jp/kanko/meisan/index.html>, アクセス日: 2025年8月25日)。

注7：JAいるま野 (いるま野農業協同組合, 本店所在地: 川越市) は三芳町を含む10市3町を管内とする。

注8：一般社団法人健康な食事・食環境コンソーシアムによる認証制度である。

注9：「学生と農家 (埼玉県三芳町) 連携 地元野菜で健康弁当」日本農業新聞, 2024年11月15日, ワイド1 首都圏, 11面。

注10：三芳町『広報みよし (令和6年9月号)』pp. 4-5に本取組の特集記事が掲載された。また、女子栄養大学ホームページ (<https://www.eiyo.ac.jp/socialcontributions/info/2113/>) にも本取組のことが掲載された。

注11：平口 (2025) でも同様の指摘をした。

注12：秩父地域を対象にした3年間の研究について、下記3名の学生の卒業論文 (女子栄養大学図書館所蔵) に詳述されている。1年目: 米山侑里 (2022) 「地産地消商品で秩父を振興!—商品開発とカフェ運営—」(2021年度食文化栄養学実習 (卒業研究) 報告書), 2年目: 長坂毬亜 (2023) 「地域食材×菓子—秩父地域のおいしい魅力を発信!—」(2022年度食文化栄養学実習 (卒業研究) 報告書), 3年目: 植崎帆夏 (2024) 「伝えたい, 秩父地域の魅力を。—1市4町の食材を使ったカフェメニューの提案—」(2023年度食文化栄養学実習 (卒業研究) 報告書)。

注13：埼玉県『埼玉県町(丁)字別人口調査』より。埼玉県では県域を数市町村ごとに12の地域に区分している。

注14：公社へのヒアリングによる。2022年4月実施。

注15：以上、公社ホームページより (<https://www.chichibu-motomashi.com>, アクセス日: 2025年8月25日)。

注16：商品発表会ではNHK秩父放送局の取材を受け、同日放送の首都圏ネットワーク内で報道された。また、東京新聞, 読売新聞, 秩父経済新聞等からも取材を受け、取組が報道された。「チーズケーキ 秩父地域の味おもてなし観光公社が女子栄養大とコラボ」東京新聞, 2022年1月12日, 朝刊。/「秩父の特産物を使ったチーズケーキ, 女子栄養大とコラボ商品化」秩父経済新聞, 2022年1月13日 (<https://chichibu.keizai.biz/headline/203/>)。

注17：「キャンパス発この一品 秩父産品使ったケーキ—女子栄養大学」日本経済新聞, 2023年6月14日, 朝刊。このほか読売新聞, 秩父経済新聞等でも報道された。

注18：東京新聞, 埼玉新聞, 秩父経済新聞等からも取材を受け、取組が報道された。「秩父産食材で新スイーツ 女子栄養大学・植崎さん考案 酒粕テリーヌなど」東京新聞, 2023年12月17日, 朝刊。/「秩父の特産物を使ったバナナコッタ, 女子栄養大生とコラボカフェで提供」秩父経済新聞, 2023年8月30日 (<https://chichibu.keizai.biz/headline/511/>)。

注19：中塚・小田切 (2016) では、大学の教育プログラムをきっかけに、学生が地域に長期滞在や移住をして研究や活動をおこなう例や、地域おこし協力隊として地域で活動する例が報告されており、大学の地域連携活動の発展可能性を示唆している。食を通じた地域振興活動も、地域において食品加工業や飲食業の起業につながる可能性を秘めている。

注20：たとえば、2023年度の三芳町における弁当開発では、フライパンで表面を焼いたねぎにチリソースをかけた「ねぎチリ」、2021年度の秩父地域におけるスイーツ開発では、みそを使用したチーズケーキ等を挙げることができる。

文 献

- 中央教育審議会 (2005) 「我が国の高等教育の将来像 (答申)」 http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chukyo/chukyo0/toushin/05013101.htm (アクセス日: 2025年8月25日)
- 権田恭子 (2019) 「「柏崎野菜」マコモタケのPR活動を通じた大学地域連携活動の展開—大学教育におけるアクティブラーニングと小学校の総合的学習との連携可能性—」『新潟産業大学経済学部紀要』Vol. 53: 35-54. <http://id.ndl.go.jp/bib/029812807>
- 初澤敏生 (2024) 「大学生と中・高生が連携した食の開発—「みはる助っ人 中高生会議」の実践—」『日本フードツーリズム学会誌』Vol. 3: 32-37. https://doi.org/10.60319/nfj.2024.3_32
- 平口嘉典 (2025) 「フードセキュリティの確保に向けたローカルフードシステムの役割 (第33回女子栄養大学栄養科学研究所講演会講演録)」『女子栄養大学栄養科学研究所年報』Vol. 30: 51-56.
- 平口嘉典・両角和夫 (2018) 「地域資源を活用した六次産業化の基本原則—戦前期農民資本製糸場の事例から—」高橋信正編『食料・農業・農村の六次産業化 (戦後日本の食料・農業・農村 第8巻)』農林統計協会: 65-81.
- 平田安喜子・市瀬尚子「長崎県の食材を使用した商品開発活動」『長崎短期大学研究紀要』Vol. 34: 87-92. <https://njc.repo.nii.ac.jp/records/274>
- 飯塚重善 (2018) 「大学教育における地域連携活動のあり方に関する一考察」『国際経営論集』No. 55: 97-111.
- 松原洋子 (2024) 「大学生による商品開発及び発信を地域振興につなげる試み」『美作大学・美作大学短期大学部紀要』Vol. 69: 127-135. <http://id.ndl.go.jp/bib/033468672>
- 西村順二 (2016) 「地域社会における社会的存在としての大学の役割, 特徴, そして課題—地域連携, 社会連携, そして産学連携のあり方—」『甲南経営研究』Vol. 57, No. 3: 27-52.

- <https://konan-u.repo.nii.ac.jp/records/2254>
- 10) 村上喜郁 (2023) 「地域振興における食資源の体系的整理」『日本フードツーリズム学会誌』Vol. 2: 7-14.
https://doi.org/10.60319/nfj.2023.2_7
- 11) 野澤一博 (2016) 「大学の地域連携の活動領域と課題」『産学連携学』Vol. 13, No. 1: 1-8.
https://doi.org/10.11305/jjsip.13.1_1_1
- 12) 埼玉県 (2023) 『世界農業遺産「武蔵野の落ち葉堆肥農法」』
<https://www.pref.saitama.lg.jp/a0108/sekainougyouisan.html> (アクセス日: 2025年8月25日)
- 13) 曾矢麻理子・小林三智子 (2017) 「地場野菜を活用した加工食品の開発—新座産にんじんを用いたドレッシングの商品化—」『十文字学園女子大学紀要』Vol. 48: 269-275.
<https://jumonji-u.repo.nii.ac.jp/records/138>
- 14) 中塚雅也・小田切徳美 (2016) 「大学地域連携の実態と課題」『農村計画学会誌』Vol. 35, No. 1: 6-11.
<https://doi.org/10.2750/arp.35.6>
- 15) 中塚雅也・内平隆之 (2014) 『大学・大学生と農山村再生』JC総研ブックレットNo. 4, 筑波書房.
- 16) 渡邊美紀子 (2021) 「産学連携によるオリジナル弁当の開発と活用」『修紅短期大学紀要』Vol. 41: 57-64.
https://doi.org/10.50828/shuko.41.0_57
- 17) 矢川実咲・仮谷優花・兵庫沙耶花・朝田美紅・中谷直哉・山北夏実・吉川佳奈・島田和平・人見和希 (2020) 「「見山の郷商品開発プロジェクト」2019年度の活動報告」『北摂総合研究所報』Vol. 4: 13-20.
http://www.i-repository.net/il/meta_pub/G0000145OTEMON_604200304
- 18) 吉本哲郎 (2008) 『地元学を始めよう』岩波ジュニア新書.