事例No.	2273
公表年度	R4
団体の属性	一般市
団体名	静岡県富士宮市

事例区分	地域活性化

タグ	・新たな政策手法の確立・活用 ・関係人口 ・観光

事例種類	ニューバリューチェーンの創出

事例内容・タイトル

富士宮市フードバレー構想

出典

地方自治研究機構：ポストコロナにおけるニューバリューチェーン創出可能性に関する調査研究（令和３年度）

＜調査研究事業：ポストコロナにおけるニューバリューチェーン創出可能性に関する調査研究（令和３年度）＞

〇ニューバリューチェーンの創出

・富士宮市フードバレー構想

取組団体：静岡県富士宮市

取組内容：「富士宮市フードバレー構想」を策定し、食に関わる産業集積を目指す市、市民、生産者、企業、大学等が連携することで、地域の産業振興に留まらない、「食」のまちづくり形成

１．富士宮市の概要

人口：129,837 人（令和４年７月１日現在）

職員数（一般行政部門）：623 人（令和３年４月１日現在）

総面積：389.08 ㎢

図表１　富士宮市の位置図



出所：富士宮市ホームページ

２．取組の背景・目的

富士山や朝霧高原からの恵みを活かした富士宮市の食文化による産業集積、まちづくりを目指して、平成 16（2004）年に「富士宮市フードバレー構想」が策定された。富士宮市には美味しい食べ物、特色ある食べ物、良い食べ物が集まっているという点から、「フードバレー」には「食の集積地」といった意味が込められており、フードバレー構想は、「食の豊富な資源を生かした産業振興」、「食のネットワーク化による経済の活性化」、「食の環境の調和による安全・安心な食生活」、「『地食健身』『食育』による健康づくり」、「食の情報発信による富士宮ブランドの確立」を理念としている。

図表２　「富士宮市フードバレー構想」理念のイメージ



出典：静岡県富士宮市「フードバレーとは？」
（http://www.city.fujinomiya.lg.jp/food/llti2b0000000wrw.html）

このような理念を基に、富士宮市では、市民、地元の生産者、企業、大学等に加え、特産品のイベント出展等を通じて、他自治体とも連携することで、富士宮の食文化を全国に周知しようとしている。

３．取組の内容

①　富士宮市の取組

富士宮市では、関連部署による「フードバレー推進チーム」と、食に関わる地元関係者から構成された「富士宮市フードバレー推進協議会」が連携し、地域の食文化のブランド化、食に関連する人材育成等の強化に取り組んでいる。また、市の方向性として、「富士宮市中小企業振興実施計画」において、食に関連する企業の誘致、人材育成、生産者・企業・宿泊施設・飲食店等のネットワーク化が提示されている。

以上の連携や計画を効果的なものとするために、例えば、富士宮の「食」に関する取組や「フードバレー構想」が市内外に認知されるように、おいしく食事をしている人と富士山をあしらった、フードバレーロゴマークを使用することで、食のブランド化を目指している。

ネットワーク化における取組として、食のまちづくりを進める全国の団体との交流、連携が挙げられる。

富士宮市は福井県小浜市と「食のまちづくり交流宣言」、熊本県南フードバレー推進協議会及びフードバレーとかち推進協議会と「フードバレー交流に関する共同声明」、また、東京農業大学及び日本大学国際関係学部・短期大学部と連携協力協定を締結していることから、これら交流団体を招き、「フードバレーサミット」を令和２年度に実施する予定であった。

しかし、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、令和２・３年度での開催ができなかったことから、令和３年度には、「フードバレーサミットプレイベント」と題し、富士宮市をはじめと交流

都市の特産品の詰合せを特別価格で市民に販売するとともに、各団体のパネル展を開催することで、PR 及び連携強化に繋げた。

図表３ フードバレーサミットプレイベントの様子



写真提供：富士宮市農業政策課食のまち推進室

さらに、市の農業政策課・食のまち推進室では、商談会、イベント出店募集等、食についての情報提供を行っている。このサービスは登録制で、電子メールによって情報が発信される仕組みである。

② 食に関わる産業集積

食に関わる産業を集積し地域経済を活性化するために、民間企業を中心とした取組も行われている。ここでは、企業誘致やネットワーク化、にぎわい創出を通じた取組として、朝霧高原が所在する「あさぎりフードパーク」と「道の駅朝霧高原」を紹介する。

あさぎりフードパークは、地元企業６社から構成される、あさぎりフードパーク協同組合が設置した、食のテーマパーク、食の工房団地である。フードパーク内には、乳製品、日本酒、お茶、和菓子、さつまいも製品の食品加工会社・店舗５社と、地元の食材を活用したレストラン１社が集まっている。ここでは、富士宮の食文化の６次産業化に加えて、工場見学等の体験型プログラムも充実しており、地域の食と観光による産業振興を目指している。

図表４ あさぎりフードパーク内の工房見学スペース



出典：あさぎりフードパーク「体験・見学ツアー」
（https://asagiri-foodpark.com/activities.html）

富士宮市が設置者である、道の駅朝霧高原は、あさぎりフードパークに隣接している。食に関する施設として、食堂、アイス工房、売店、野菜直売所があり、地元の食材やそれを使用したメニュー、加工食品を楽しむことができる。休憩所といった役割に加えて、あさぎりフードパークとともに、富士宮の食文化を多くの人に PR できる場となっており、地域における食の産業振興に一役買っていると考えられる。

以上のように、富士宮市では、市民、生産者、企業等、多様な人々との連携によって、地元の食を市内外に発信し、食に関わる産業の集積を図ろうとしている。ここで取り上げた取組以外にも、学校給食の活用等による地域における食育、堆肥の利用助成等による健康や環境への配慮が実施されている。このように、より大観的に様々な取組を行うことで、地域の産業振興だけではなく、食を通じたまちづくりにも寄与していることがうかがえる。

【参考】

＜URL＞

あさぎりフードパーク HP：

https://asagiri-foodpark.com/

静岡県富士宮市 HP「フードバレーとは」：

http://www.city.fujinomiya.lg.jp/food/llti2b000000krmt.html

第 17 回しんきんビジネスマッチング・ビジネスフェア 2022HP：

https://shinkin-businessfair.jp/outline/

道の駅朝霧高原 HP：

https://asagiri-kogen.com/73417/

＜資料・文献＞

静岡県富士宮市（2021）「富士宮市中小企業振興実施計画～中小企業振興アクションプラン～（令和３年度版）」pp. 3-4

増田徳好（2015）「工業団地を観光資源とした６次産業化を目指す施設の建設―あさぎりフードパークの建設事例」、『企業診断ニュース』、2015.5、pp. 7-10