



東京農業大学



SHOKUNO
国際食農科学科

令和7年度
大学生の力を活用した集落復興支援事業（実証活動）
実施報告書

東京農業大学×福島県会津坂下町若宮地区

令和8年2月28日

東京農業大学国際食料情報学部国際食農科学科

食農文化・政策研究室

1. はじめに

東京農業大学国際食料情報学部国際食農科学科は、食と農について技術・社会・文化の視点から科学的に理解し、気候風土が異なる多様な地域で伝統的に育まれてきた食農資源を次世代へ継承するとともに、新たな食農文化の創造を担える人材の育成を目的にしている。そこで学生は、農産物の生産から加工・流通・消費にいたる過程と、それらの背景にある地域の食と農の歴史や文化を自然科学と社会科学双方の視点から網羅したカリキュラムのもと、学生は食と農の伝統と新たな発展の可能性を総合的に学んでいる。特に実験・実習・演習を重視しており、農場実習や食品加工実習による技術的な側面への理解、実験による農産物や食品の特性・機能性等への理解、そして社会科学

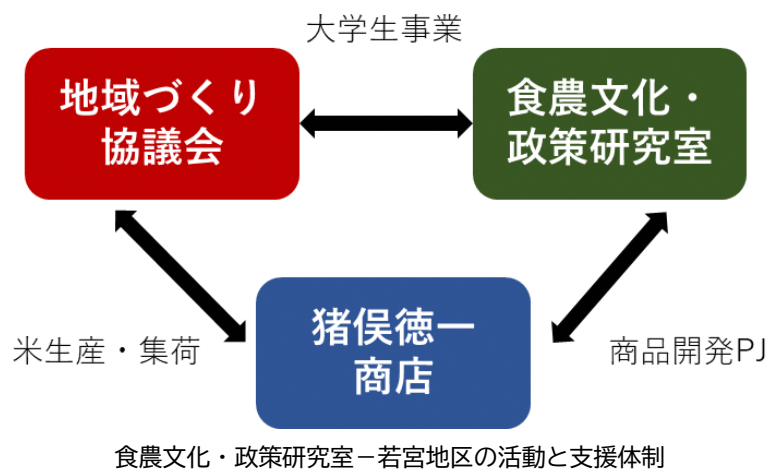
の演習による農業経営や流通・消費、そして食農文化に対する理解を深めている。これらに加えて食農ファームステイや食農フィールドスタディといった食農の最前線でのフィールドワークなどを通じて食と農に関わる実践的な食農教育を実施している。

本事業への参加主体となっている食農文化・政策研究室では、日本を中心に世界中の多様な地域が伝統的に育んできた食農文化を、人文・社会科学の幅広い学問領域から研究している。具体的には、多様な食農文化の変遷を理解し、その発展および継承を担ってきた農村などのコミュニティを捉え、生産者・消費者の行動を経済学の視点からの解明について研究している。食農文化・政策研究室では 2019 年度より、福島県会津坂下町の食農関連企業（猪俣徳一商店、五ノ井商会、竹原肉店、T-Farming）との産学連携事業として「農大会津プロジェクト」を開始した。具体的には、それぞれの事業体の主要产品目である米（猪俣徳一商店、T-Farming）、馬肉（竹原肉店）、日本酒（五ノ井商会）の



農場実習と調理実習

商品開発およびマーケティング活動を行うとともに、会津の食農文化や生産者行動、消費者行動の研究をすすめてきた。農大会津プロジェクトの活動の一つである体験型修学旅行の受け入れを若宮地区で実施する計画がそのころに持ち上がっていたこともあり、大学生事業としての若宮地区と本研究室の活動においても猪俣徳一商店との協働が可能となった。そうした背景から、「大学生の力を活用した集落復興支援事業」は農村地域でのフィールドワークと協働のまたとない機会と捉え応募し、会津坂下町若宮地区との協働を行う機会を得ることができた。



2. 会津坂下町の概要と若宮地区の課題

1) 会津坂下町の概要

会津坂下町は会津盆地の西側に位置している。豊かな水と肥沃な土地に恵まれ、コシヒカリを中心とした銘柄米の生産地である。国勢調査(2020年)によれば、会津坂下町の人口は15,068人、うち老年人口は5,522と36.6%を占め、高齢化が進んでいることがわかる。2020年農林業センサスによれば、総土地面積は9,159ha、うち耕地面積は3,460haである。耕地面積のうち、田耕地面積が2,930haであり、耕地の大部分で米が生産されている。農業経営体数は860経営体、うち稲作は788経営体である。このように、会津坂下町の農業は大部分が米の生産であることがわかる。また、日本酒や味噌など伝統的に発酵食品が盛んな地域でもある。また、馬刺しの食文化がある地域でもある。

2) 若宮地区の課題

全体からみた会津坂下町と同じく、若宮地区も米の生産が盛んな地域であり農業経営体も多い。しかし、若宮地区においても高齢化や次世代の担い手不足など経営環境の悪化に伴い、離農者や遊休耕作地が増加している。そうした中で、地域の課題や問題を解決すべく、地域住民のボランティア団体「地域づくり協議会」を中心に様々な事業を行っている。10 年ほど前から若宮地区の認知度向上と活性化を目的に、この地域で昔から食べられてきた「ごろべえ餅」の販売をお祭りなどのイベント等で行ってきた。しかし、ボランティアの人手不足や、保健衛生関係の法改正により、従来通りの販売が困難な状況になってきている。地域住民の間では「若宮らしい活動をしてほしい」、「若宮の PR をして地域も活性化させたい」といった声も上がっている。そうした声に対して、地域づくり協議会では「ごろべえ餅」を活用したと地域活性化に取り組む方向ではいるが、どのようにして推進していくか、その新たな視点と方法が求められている。

3) 1 年目の活動を踏まえた課題解決案

(1) 1 年目の活動

1 年目の活動は「いきいき若宮フェスティバル」への参加を通してごろべえ餅の調理するためのノウハウ習得と販売を行った。また、農大生がごろべえ餅を食べたのはこの日が初めてである。ごろべえ餅の調理の過程は、もちにめんつゆで味付けした具材（ネギ、油揚げ、鰹節）をからめて食べるというシンプルなものである。油揚げは一度焼いて 5 ミリ程度の幅に刻む。この油揚げ・鰹節・めんつゆとネギが絶妙にマッチし、それがもちによって引き立てられている。

フェスティバルの開始とともに、調理したごろべえ餅の販売を行った。多くの来場者がごろべえ餅を購入した。購入されたごろべえ餅は現地で食べる来場者もいれば、家族の人数分を購入して持ち帰る来場者も多くいた。その様子からみても、ごろべえ餅は若宮地区では多くの家庭において定着していることがうかがえた。

若宮地区の課題として、イベントでのごろべえ餅販売における保健・衛生上の課題の解決があった。そのためにはごろべえ餅を加熱調理する必要がある。そこで、ごろべえ餅を加熱調理するアレンジレシピの開発をおこなった。提案された 5 品目（写真参照）のうち、最も評価が高かったのは揚げごろべえ餅であった。そこで、次のステ

ップとして、令和7年度は地区のイベント（若宮ビアガーデン、いきいき若宮フェスティバル）でのテスト販売を経て、会津坂下町最大のイベントである坂下初市で販売することを目標にした。

4. 令和7年度の活動

1) 若宮ビアガーデン

まずは7月20日（日）に若宮コミュニティーセンターで行われた若宮ビアガーデンにおいて、揚げごろべえ餅の試作品の無料配布を実施した。食べてみての評価を該当項目（おいしい！また食べたい！、まあまあ普通かな、あまり好きではない、改善の余地ありもっと頑張れ）につまようじを入れてもらう形式で回答してもらった。調査した結果、「おいしい！またたべたい！」の項目に多数の票が集まった（写真）。このことから、揚げごろべえ餅は地域住民に受け入れられる可能性が大きいことがわかった。前年度から



無料配布揚げごろべえ餅の仕込み

の取り組みを心配して駆けつけた卒業生も報われるほどの高い評価を得て、商品化への確かな手応えを掴むことができた。



揚げごろべえ餅への投票結果（カップの中の爪楊枝参照）

2) いきいき若宮フェスティバル

7月の無料配布に続いて、10月26日（日）に行われたいきいき若宮フェスティバルにおいてテスト販売を実施した。ここでは揚げごろべえ餅だけではなく、従来のごろ



いきいき若宮フェスティバル

べえもち（揚げてない）、きなこもちも一緒に売った。また農大からは国際食農科学科の実習で作ったブルーベリージャムとトマトジャム、また、喜多方のせんべいを販売した。揚げごろべえ餅は今回は無料配布ではなく有料での販売となった。また、従来のごろべえ餅やきなこ餅といった、わかりやすい競合品の販売も行われたこともあり想定よりも売れ行きは鈍くなった。しかし、実際に買って食べてくれたお客さんの反応はよく、「おいしかった」とお褒めの言葉をいただくこともあった。商品の味そのものについては前回の無料配布に続き、自信を深める結果となった。

3) 会津坂下初市

毎年1月14日に行われ、米相場を占う400年以上の歴史を持つ奇祭「大俵引き」で有名な町のメインイベント「会津坂下初市」にて本番を迎えた。各地から多くの見物客が訪れ、またその様子は全国ネットのニュースでも紹介される大俵引きは会津坂下町の400年を超える伝統行事である。「東が勝つと米価格上昇、西が勝つと豊作」というその年の米相場を占うものである。ただし、米価が高騰しているため米の価格がさらに上がると困ることが多くなることから、今年に限っては「東が勝つとさらにおいしくなる」に変更された。



奇祭「大俵引き」

坂下初市において、例年若宮地区が販売していたごろべえ餅は、今回は全て「揚げごろべえ餅」に変更する決断を下した。無料配布とテスト販売を経て、揚げごろべえ餅には改良が加えられた。従来のものに比べるとサイズはコンパクト、形は薄くなり揚げやすくなるよう工夫が加えられた。一見唐揚げにもみえる商品は、外はサクサク、中はモ



揚げごろべえ餅の仕込み



初市の揚げごろべえ餅屋台

チモチで、火が通ったネギと鰹の風味が際立つ、1つ食べると4つ食べたくなるおいしさに仕上がった。目標販売数は150食（1パック2個入り、計300個）である。8:30からテント張りやセッティングなど出店の準備をし、10:00から販売を開始した。開店前から待っていてくれたお客さんもいるなど、ごろべえ餅が初市で定着していることがわかった。この日の天候は雪模様だったが、地元の人たちは初市日より、つまり大綱引きは雪が降る中にやらなければ盛り上がらないということだった。

さて、揚げごろべえ餅の販売においては、テスト販売で食べたときにおいしかったよと来てくれたお客さんをはじめ、寒い中にもかかわらず多くのお客さんに来店いただいた。販売数の目標は150食としていたが、予定よりお多くできたこともあり、結果として目標を大きく超える200食を超えるごろべえ餅を完売することができた。

5. まとめと次年度への展望

1) 1年目から2年目にかけての成果

本事業の1年目は、若宮地区において課題としてあげられていた「ごろべえ餅」の販売のハードルとなる調理上の衛生課題解決に関しては、従来のものを揚げることによって販売することで解決することが提案された。2年目はこの提案を踏まえて、ピアガーデンでの無料配布、若宮フェスティバルでのテスト販売といった段階的なマーケティングの実践を経て、会津坂下初市での販売へとつなげることができた。その結果、初市における「揚げごろべえ餅」の販売目標を達成することができた。さらに、10月のテスト販売の際に食べて美味しかったからと、初市に再び買いに来てくれたリピーターのお客さんも獲得するなど、地域に根付く新たな商品としての可能性を大きく広げることができた。

2) 次年度の課題

若宮地域のみなさんとの2年間の活動を通して、短期的な目標である「ごろべえ餅」の販売に関する課題については目標を達成することができた。3年目となる次年度からは伴走事業となる。

6年間で活動してきた来年度は若宮地区の皆様とさらに検討を重ね、「あげごろべえもち」をよりブラッシュアップしていく。これまでの活動で築き上げた信頼関係と実践

的な経験を活かし、ごろべえ餅にとどまらず、若宮地区の課題と解決策のアイディアの抽出・評価を行い、地域住民がより充実した生活が送れるよう協働することを考えていく。また、若宮地区の豊かな農産物やそれらが原料となっている製品などを含めた地域のPR活動などへと、活動の幅を広げていきたいと考えている。

会津坂下町においては研究室として6年間活動してきた蓄積が本事業での活動に活かされてきた。その中で連携してきた猪俣徳一商店の猪俣優樹氏には研究室と地域をつなぐ上で大きな役割を担っていただいた。こうして築いてきた関係を今後も大事にしていきたい。

