ダムカレーを利用したダム水源地域の振興及び魅力発信

国土交通省山口河川国道事務所　非会員　○大田　悟宇
国土交通省山口河川国道事務所　正会員　村岡　和満
国土交通省山口河川国道事務所　非会員　山本　徳幸

１．はじめに

ダムは日本全国に約 2,700 基あり，近年は観光資源として地域活性化に寄与している．2007 年に配布を始めた，ダムのことをより知ってもらうためにダム概要等を示したカード形式のパンフレット「ダムカード」[1]は，全国で大きな注目を集め，ダムマニア[2]を出現させる等，ダムへの関心を高めるのに一役買っている．島地川ダムにおいては，配布初期の来所者数は年間 300~400 人程度であったが，ダムマニアの出現により 2014 年以降は年間 1,000 人以上の来所者がある．ダムカード同様，一般の人にダムへの関心を高めているのが「ダムカレー」である．ダムカレーは 2019 年 12 月現在で，全国各地の 182 箇所で販売されており[3]，地域色を出した「ダムカレー」は，地域の知名度・魅力度の向上に大貢献している．

山口河川国道事務所では，島地川ダム水源地域の地域振興及び魅力発信ツールとして「島地川ダムカレー普及プロジェクト」を企画し，山口県周南市の道の駅「ソレーネ周南」および周南市和田地区「島地川ダムにぎわい検討会」の協力を得て，2020 年 1 月 22 日「全国カレーの日」[4]に合わせての提供販売開始を実現した．

本論文では，島地川ダム周辺地域の地域活性化に向けた取組の現状を分析し，ダム水源地とダムカレー販売店が離れている条件において，「島地川ダムカレー」を企画，販売，広報する上で工夫したことについて述べる．さらには販売開始後の効果と，ダム水源地域の振興，魅力発信の施策検討について報告する．

２．島地川ダムカレーの企画

2.1 ダムの現状とダムカレー販売における課題

島地川ダムは一級河川佐波川の支川島地川の上流に位置し，洪水調節機能による島地川下流域の浸水被害軽減はもとより，和田導水，川上ダムを通じて，山口県周南市臨海部のコンビナートを支える水瓶として地域に大きな貢献を果たしてきた．一方で，近年では平成 30 年 7 月豪雨や令和元年東日本台風などの甚大な洪水被害でダムの運用と効果が注目されることとなったが，未だ「ダムは悪者」としてイメージづけられることがある等，一般の市民にはダムの役割がよく理解されていない状況がある．ダムの役割を正しく理解してもらうためには，より多くの人々にダムを訪れていただき，まずは興味を持ってもらうことが必要である．訪れる人々が増えれば，ダム周辺の水源地域活性化にも寄与するというメリットもある．

島地川ダムにおけるダムカレーは，「島地川ダムにぎわい検討会」での取組みとして地元イベント「高瀬の旬をクィーン祭」において，地元青年団体の TEAM376 が「元祖となるダムカレー」を企画し 2019 月 4 月 14 日に一日限定で販売された．このとき来場者には大好評で限定 50 食が昼前には完売している．しかしながらダムカレーは，持続可能な地域活性化を主目的としているため，ダム近隣の飲食店において常時販売で提供されることが多い．このように，本来ダムカレーの常時販売は，水源地の近くで実施すべきであるが，島地川ダムは山間部に位置しており，ダム近隣に飲食店が無く，足を運びにくいことから提供の機会が限られる．島地川ダムにおいても，地元と協力して常時販売を試みたものの，販売店の発掘や離れた場所での販売に際する理由付けが課題となっていた．そこで，山口河川国道事務所は，これらの課題を克服すべく，ダムカードに加えて「ダムカレー」を常時販売で提供することで，販売店からある程度の距離があってもダムや水源地に行ってみようと思ってもらう「きっかけ作り」を目指すこととした．

キーワード　ダムカレー，島地川ダム，水源地域ビジョン，道の駅，地域振興
連絡先　〒747-8080　山口県防府市国衙 1 丁目 10 番 3 号　国土交通省山口河川国道事務所河川管理課
ＴＥＬ 0835-22-1890

2.2 ソレーネ周南と島地川ダム・水源地域の関わり

山口県周南市の道の駅「ソレーネ周南」は，国道 2 号沿いに立地しており， 2018 年の年間利用客が 80 万人を超える[5]等，2014 年に開業した比較的新しく大変人気のある道の駅である．一方，周南市和田地区にある島地川ダムは，ソレーネ周南から約 20km 離れた中山間地に位置しており，年間訪問客は概ね 1,000 人程度である．国道 2 号から外れた箇所であることから，道の駅を訪れた人々が「ついでにダムに行ってみよう」と思うことはほとんどない．ソレーネ周南は**図-1** に示すとおり，島地川ダムのある佐波川流域の外側に位置しており，一見両者の共通点はないような印象である．しかしながら，島地川ダムの水は，和田導水，川上ダムを経由して，水道水としてソレーネ周南を含む周南市域に供給されており，道の駅周辺の経済活動に大きく寄与している．この事実は周南市民にはあまり知られていない．また，道の駅には，島地川ダムが位置する周南市和田地区の藤井牧場（ソフトクリーム売店），和田農産物加工場（高瀬コンニャク），鹿野ファーム（食肉，軽食販売）がテナントとして出店しており，ダム水源地域との関わりも深い．さらに，道の駅内の駐車場・トイレ・情報室は，国土交通省の直轄管理でもあり，山口河川国道事務所との関わりが深く，情報発信に有利な側面も有している．これらの共通点を有効活用し，ダムカレーをきっかけとして，島地川ダムの魅力を発信し，ダム水源地域の振興に寄与することが可能となる．そこでダムカレーは，ダム水源地と下流域の交流を加速させるという意味あいからも，下流域において集客力があり，人々の「絆」の拠点として評価の高いソレーネ周南で販売することとした．

2.2 ダムカレーの企画・開発

ダムカレーは，ご飯でダムの堤体を作り，カレールーをせき止められたダム湖に見立てたカレーである．地域の特色をレシピに盛り込むことが特徴で，例えば，堤体の形状をご飯で表現したり，地域の食材をつかって自然を表現したりするなど，それぞれのダムで様々な工夫がなされている．島地川ダムカレーの企画にあたっては，地元の食材を使ってもらうことで地域の魅力を向上させることを大きな目標とし，「島地川ダムカレーの提供・販売」，「下流域と水源地域の交流加速」の 2 つの目標に対して，実施内容，課題などを**表-1** のとおり整理した．開発の中心となるダムカレーレシピについては，周南市公認の野菜ソムリエの意見を取り入れ，地元和田地区の食材に加えて，島地川ダム周辺の川上ダムや菅野ダムなど他の水源地域の食材も取り入れ，「水源の郷を野菜でつなぐ」をキャッチフレーズにプロトタイプを作成し，関係者で試食を実施した．その後，数回の改良を重ね，決定したレシピを**図-2** に示す．

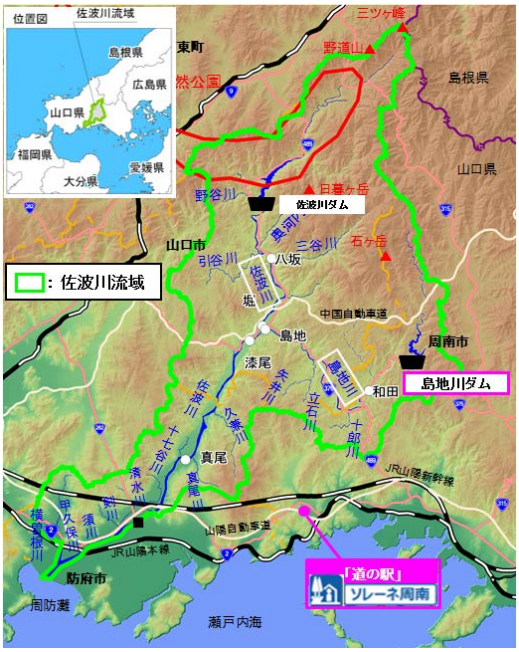

図-1 島地川ダムとソレーネ周南の位置

図-2 ダムカレーのレシピ

表-1 目標毎の実施内容・課題

目標	実施内容	概要および提案・課題など
島地川ダムカレーの提供・販売	道の駅内での販売	●ダムカレー提供について管理者・レストラン等との協議 ●ダムカレーのレシピ等の検討 ・現状の「鹿野高原豚のカツカレー」とは別メニューとして少し価格を抑えた,「鹿野高原豚ウインナーの島地川ダムカレー」として販売して頂く ・ご飯部分はダムに形作る．迅速作業のため型枠製作や手間のかからない盛り付けを検討する ・地元食材の優先的な使用と飾り付けを検討する 提案①：ダムカード持参割引など採用 提案②：カレールーの量（低水位・平水位・満水位）による値段差導入 提案③：食べていただいた方にダムカレーカードを進呈（**図-3**）
下流域と水源地域の交流加速	パネル・リーフレット	●ダムカレーの販売に併せて島地川ダム・水源地を紹介 ●島地川ダム及び水源地の紹介パネルを常設展示（**図-4**） ・ドローン写真，四季の写真，イベント情報，ダムカード情報，ダムへの行き方案内，内容は適宜更新

図-3 ダムカレーカード

図-4 島地川ダムカレーのチラシ

写真-1 試食会の様子

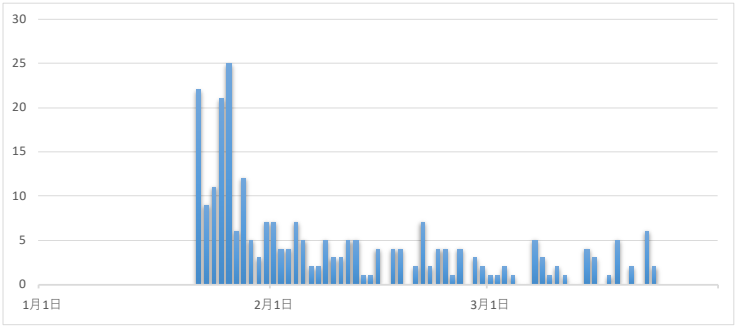

図-5 ダムカレーの販売実績

2.4 広報戦略

2019 年 10 月に企画書を作成後，地元および道の駅とともに数回打合せを行い，2020 年 1 月 22 日の「全国カレーの日」に併せて販売開始することとした. より多くの方々に知ってもらうために, 地元和田地区関係者, メディア関係者を招待し，販売開始の一週間前に試食会を実施した．**写真-1** に試食会の様子を示す．試食会では，島地川ダムカレーのコンセプト，野菜ソムリエのダムカレーに込められた思いを伝え，メディアを通じて広く情報発信した．また，SNS で「カレーの日」をタグ付けし，島地川ダムカレーの販売開始を，より多くのユーザーのタイムラインに表示させるように工夫した.

３．販売後の効果

図-5 にダムカレー販売実績を示す．1 月 22 日の販売直後は，SNS での情報発信や，メディアに取り上げられた効果もあり，週末には 20 食以上が販売された．また，SNS でダムカレーの写真がアップされ，多数リツイートされるなど，多数の反響があった．さらにダムカレーカードがインターネットオークションで高値取引されるなどの情報もあった．2 月から 3 月にかけて，販売数は一日 5 食程度で推移している.

４．今後の課題

地上波の放送もあり販売開始から 27 日間で 185 食（平均 6～7 食／日）と売れ行きは好調であった．ダムカレーカードは SNS で話題を呼び，ネットオークションで高値売買されるなど，ダムマニアにも注目されている．しかしながら販売開始直後と比較すると売り上げペースは落ちてきており，定期的なてこ入れを間断なく行っていくことが必要である.

５．まとめ

山口河川国道事務所は，道の駅「ソレーネ周南」，島地川ダム水源地域の周南市和田地区住民の協力を得て「島地川ダムカレー」を企画し，試食会を実施し広く一般に情報発信するとともに，予定どおり 1 月 22 日（全国カレーの日）にあわせて販売開始することができた．ダム水源地からある程度距離の離れた道の駅で販売することで，来店者がダムを訪問するきっかけづくりを行うことができ，島地川ダムへの訪問者数も増加中である. 引き続き, 3 者が協力してメニューの改良を行い, 島地川ダム水源地域の魅力を発信していく予定である.

謝辞

道の駅ソレーネ周南の小野拓二駅長，ベーカリーキッチン菜の野菜ソムリエ西川満希子氏には，島地川ダムカレーの企画からレシピの実現，さらには島地川ダムの広報まで，多大なご協力をいただきました．また，周南市和田地区「島地川ダムにぎわい検討会」の皆様には，ダムカレーの今後の活用について貴重なご助言をいただきました．ここに厚くお礼申しあげます.

参考文献

1) ダムカードホームページ： https://damcard.net/
2) ダムマニアホームページ： http://dammania.net/
3) 日本ダムカレー協会ホームページ： http://damcurry.pw/
4) 全日本カレー工業協同組合「1 月 22 日はカレーの日」： http://www.curry.or.jp/currysday/
5) 周南経済新聞：道の駅・ソレーネ周南で 5 周年祭，https://shunan.keizai.biz¥headlines/562/