

## 研究ノート

## 地域振興と食の実践活動を通じた地域連携

—北海道富良野緑峰高校の取り組みを通じた高校公民科教科教育への展開—

天野 太郎

同志社女子大学・現代社会学部・社会システム学科・教授

Regional cooperation through the practical activities of the  
Regional Development and Food—Development to high school citizen subject curriculum education through  
*Hokkaido Furano Ryokuho high school efforts*—

Taro Amano

Department of Social System Studies, Faculty of Contemporary Social Studies,  
Doshisha Women's College of Liberal Arts, Professor

## 1：はじめに 本研究の目的

北海道の地理的中心に位置する富良野市とその周辺地域<sup>1)</sup>は、全国の地域ブランド調査においても都道府県単位で北海道が1位、市区町村単位でも富良野が全国第6位<sup>2)</sup>に入ることからわかるように地域ブランドとして高く評価されており、富良野・美瑛広域圏における観光客数が634万人（平成22年度）に上る<sup>3)</sup>など、日本を代表する観光地域の一つである。

量的な側面のみならず、観光地域としての取り組みを見ても、ドラマ「北の国から」や「優しい時間」など数多くのTVドラマの舞台となったことに起因するフィルム・ツーリズムや、ゴルフ場跡地の自然回帰をテーマとした持続可能なサステイナブル・ツーリズムなどが展開しており、多様な観光の展開と地域社会との関わりを考察する上で先駆的な地域である。さらに近年では、農業の六次産業化や、富良野オムカレーをはじめとした富良野地域の豊かな食材を

活かした食の観光についても、観光学や地理学の領域から注目されている。

北海道富良野地域は農業の盛んな地域であり、生産額としてはタマネギ（56.4億円）、畜産（48.1億円）、ポテトチップスなどの農業加工品（43.1億円）、米（27億円）<sup>4)</sup>となっており、これらの豊かな農産物を活用したレストランや食品が注目され、なかでも近年「富良野オムカレー」が富良野の食を代表するものの一つとして展開されており、カレーの町としてのPRが進められている。さらに、北海道立富良野緑峰高校では、高校生を中心とした「カレンジャー娘」という組織が結成され、地元や道内のみならず、本州にも広く広報活動を行っており、その活動は正課授業としての位置付けとともに注目される存在である。また、2006年度から開講している地域連携型の授業である本学社会システム学科科目「インターンシップⅡ」においても、北海道富良野地域での地域学習活動の一環として2015年度より本活動と積極的な交流を実

施している。

地域の多様な観光資源を認識し、そしてそこから新たな魅力を生成し展開しようとする取り組みの一つとしてこの富良野オムカレーは位置付けられるものであり、地域ブランドを確立していこうとするその活動は、単にひとつの料理としての推進ではなく、食を通じた地域・観光振興<sup>5)</sup>としての意義が非常に重要である。さらに、地域の高校の正課授業のなかでも富良野オムカレーの展開は積極的に組み込まれており、地域社会において持続可能な社会の形成に参画するという観点から課題を探究する活動を通して現代社会に対する理解を深めさせ、さらには「産業構造の変化と中小企業、農業と食糧問題について探求させる」とする高等学校学習指導要領「公民」領域<sup>6)</sup>に提唱されている目標とも一致するものである。本研究の目的は、北海道富良野地域における地域振興策として注目される食を通じた観光展開のプログラムについて、その現状と課題の概略を報告するとともに、地域の高等学校で実施されている教育・広報活動が果たす教育上の役割について指摘するものである。

## 2：富良野オムカレーの展開

富良野オムカレーは、文字通り富良野市において生み出された地域食の一つであり、富良野オムカレー推進協議会による定義では、「国民食のカレーとオムライスを組み合わせ、地元食材と提供スタイルにこだわった新カテゴリーのご当地カレー」であるとされる<sup>7)</sup>。富良野オムカレーに関する研究としては、近年では高原一隆による地域活性化とオムカレーの果たしている役割についてアンケート調査も交えて論じた研究<sup>8)</sup>や、その広報活動のプロセスについて詳述した阿部智和の研究<sup>9)</sup>が注目される。これは、その観光地としての重要性や知名度に比べて研究事例が多いとは言えず、とりわけ一定期間にわたる富良野地域に関する観光や、現在の課題やこれからのまちづくりの可能性について論点を踏まえた研究事例は多くはない富良野地域の

観光の観点からの先行研究の動向<sup>10)</sup>を鑑みる特徴的である。

富良野市では、豊富な地元の食材を使ったカレーによるまちおこしを目的に農業と商業、消費者を結ぶことを目的として、2002年に市役所の若手職員を中心とした「食のトライアングル（農・商・消）研究会」が発足した<sup>11)</sup>。ここでカレーに注目したのは、タマネギやジャガイモといった食材が、冒頭に示したように富良野地域の農業の代表的な存在であったことが挙げられる<sup>12)</sup>。翌年には毎月22日を「カレーの日」として定め、カレーを推進していくことが始まった。そうした中で、地元の園芸化学科をもつ道立富良野緑峰高校の生徒による、カレー推進の取り組みが始まることになり、「カレンジャー娘」としてプロモーション展開に密接に関わることになる（この点については、次章に詳述する）。市内の飲食店によるオリジナルカレーの提供、地元高校生によるメニュー開発やPR活動など様々な取り組みを経て、富良野オムカレーを通じた地域ブランド化を図ってきた。メニュー化に名乗りをあげた飲食店、ホテルの協力のもと、2006年に8店舗でメニュー化された。そして2009年には加盟店も関わる形で「富良野オムカレー推進協議会」が設立され、オムライスの明確な基準や、富良野地域においてオムカレーを推進する活動を盛り上げていく組織作りが進められた。この推進協議会が設立されたことは、富良野オムカレーの地域展開において重要な意味をもつ。オムカレー提供店が協議会の活動に必要な資金を負担することで財源を確保できるようになったため、広報展開をおこなうための活動の幅が広がるなど、組織的な活動が可能となったのである。この背景には、協議会設立当初から行政などの補助金等に頼ることなく独自の財源を確保していることが挙げられる。協議会活動の資金を捻出するために提供店の年会費のほか、後掲する富良野オムカレーとしての共通ルールである6か条ルールの中で、「オムカレーにランチ旗を立てる」ことが盛り込まれており、協議会は提供店に対してラ



写真1

ンチ旗を販売し、その販売益を協議会活動費として捻出している<sup>13)</sup>。

現在では富良野オムカレーを提供する店舗も増減が見られ、2017年2月現在、富良野オムカレー推進協議会HPでは市内9店舗で富良野オムカレーを食べることが可能となっている<sup>14)</sup>。販売以来、メディア等への露出も増え富良野の代表的な定番メニューになりつつある(写真1)。

このオムカレーには「富良野オムカレーは、国民食のカレーとオムライスを組み合わせ、地元食材と提供スタイルにこだわった新カテゴリーのご当地カレー」という定義があり、6カ条のルール<sup>15)</sup>が存在している。

- 第1条 お米は富良野産を使い、ライスに工夫を凝らす。
- 第2条 卵は原則富良野産を使い、オムカレーの中央に旗を立てる。
- 第3条 富良野産のチーズ(もしくはバター)、あるいはワインを使用する。
- 第4条 野菜や肉、福神漬(ピクルス)なども富良野産にこだわる。
- 第5条 富良野産の食材にこだわった一品メニューと「ふらの牛乳」をつける。
- 第6条 料金は税抜1,000円以内で提供する。

なお、第5条の一品メニューは提供する店舗によって異なるが、ヨーグルト等を使用したデ

ザートが主流となっている。また、季節によってはアスパラガスなどがカレーのトッピングとして付け加えられることもある。こうした基準を設定することで、市内の店舗にて、一定の共通フォーマットに基づいた「富良野オムカレー」を提供することが可能となっている。

富良野オムカレーを通じたまちおこしに見られる特徴は、「富良野オムカレー」という地域ブランドの形を明確に定義している点である。このことについては、富良野市オムカレー推進協議会が6カ条のルールを定めていることが大きな要因となっている。6カ条のルールは富良野オムカレーのホームページや富良野オムカレーマップ、また販売店で用意されているパンフレット等に明示されている。富良野オムカレーマップは、市内各所の案内所での配布はもとより、公式ホームページを通して観光客への利便性が重視されている。

また、富良野オムカレー推進協議会の存在も特徴の一つで、オムカレーの販売はもとより、各地で開催されるイベントを通じた地域おこしの活性化や、地域ブランドの維持においても大きな役割を果たしていることが指摘できる。この取り組みが評価され、国土交通省による平成28年度「地域づくり表彰」の全国地域づくり推進協議会会長賞に表彰されるなど、単に一料理の宣伝・観光広報にとどまらない、まちづくりへの積極的な活動が全国レベルで高い外部評価を受けていることがわかる。

### 3：北海道富良野緑峰高校における富良野オムカレーへの取り組み

富良野オムカレーの成立と展開についてその概略を示してきたが、つぎに北海道富良野緑峰高等学校におけるオムカレーへの取り組みについて述べていきたい。富良野緑峰高等学校は、1999年に富良野工業高等学校を廃して新設された高等学校で、市内中心部に立地している。また、工業のみならず、農業、商業といった実業部門を有しており、これは北海道内では唯一の形態となっている。さらに、高校卒業者を対象

とした農業特別専攻科（2年）も設置し、高度な農業後継者の育成もおこなっていることも特徴の一つである。このなかで、園芸科学科の生徒によるカレー推進の取り組みが始まることになり、「ふらのカレンジャー娘」としてプロモーション展開に密接に関わることになる。この高等学校のプログラムについては、現在の担当教諭の杉田慎二氏をはじめとして、宮本校長（2016年度当時）、後藤教頭からの聞き取りによるものである<sup>16)</sup>。

園芸科学科では、正課授業としての「総合演習」（2年次）、ならびに「課題研究」（3年次）が置かれており、実質的に2年間をかけてさまざまな地域密着型のテーマでのグループ学習が行われていることが特色である。近年農業被害が地元の課題となっているエゾシカについて、近隣の旭山動物園（旭川市）との共同研究を行う班など、農業に関連した実践的な授業が設定されている。その一つの班が、本稿で取り扱っている富良野オムカレーをテーマとした「カレー班」である。このカレー班を選択した生徒は、2年次の総合実習のなかで、富良野オムカレーの展開や広報活動、そして地域の食文化としての存在について提供店舗への見学実習なども交えて学習を行う。2004年9月に、このカレー班を選択した生徒は「ふらのカレンジャー娘」としてはじめて任命され、毎年2年次の秋～冬に任命式が行われ、富良野オムカレー推進協議会とも共同のかたちで、さらには独自の学校教育プログラムを通しながら約1年間の活動を行うことになる。そして次学年へと引き継がれる形で代替わりを繰り返しながら今日に至り、2017年2月現在では13代目として2年生に在籍する6名の生徒が活動を行っている。高校自体は共学であるものの、「ふらのカレンジャー娘」はその名称からもわかるように、そのほとんどが結果として女子生徒が中心となっており（男子生徒が参加していた学年、も存在する）、授業時間の他に、主に週末を活用して道内外での富良野オムカレーの広報活動も担っている。B-1グランプリへの出展やセブーン・イレブンや

ローソンでのお弁当販売など広報展開にも積極的な参画を行っている。このことは富良野オムカレーの展開活動の中でも大きな特徴の一つといえる。こうした活動が評価されて、2017年2月には、農林水産省の平成28年度地産地消優良活動表彰・北海道農政事務所賞<sup>17)</sup>の授与が行われるなど、富良野オムカレーの「顔」としての認知度が高まっている<sup>18)</sup>。

ここで、第11代ふらのカレンジャー娘の年間活動実績をみてみたい。「総合実習」ならびに「課題研究」各2時間の通常授業の他に、学外を含めた地域連携型のプログラムとして次のような活動を行っている。

- 2014年11月：第11代「ふらのカレンジャー娘」任命式
- 2015年1月：富良野市立東小学校における食育活動
  - 2月：スキルアップ研修
  - 4月：ワンデイシェフ・試食会打合せ
  - 6月：ワンデイシェフ1回目
  - 7月：新・ご当地グルメグランプリ・学校祭でのオムカレー風バーガー販売・オムカレー試食会2回目
  - 8月：オムカレー試食会3回目・めむろまちなかマルシェ出店
  - 9月：ワインぶどう祭り出店・オムカレー試食会4回目  
同志社女子大学との交流会（富良野市にて開催）
  - 10月：食べる・たいせつフェスティバル  
ことばの教室オムカレー作り交流会  
オムカレーウォーキング
  - 11月：ワンデイシェフレストラン2回目  
富良野市立富良野小学校との交流学習  
オムカレー弁当発売（コンビニ）  
兵庫県西脇市イベント出店・同志社女子大学訪問交流会（京都市に



において実施)  
12月：実績報告会

以上のように、夏季休暇中なども含めて毎月富良野オムカレーの地域展開に積極的な活動を行っていることがわかる。また、北海道の地理中心地である富良野市と、日本の地理中心地である兵庫県西脇市は、昭和53年より友好都市親善協定を結んでおり、その相互交流の一環として西脇市での富良野オムカレー提供に関わったものである。

さらに、10月に開催された「食べる・たいせつフェスティバル」は、コープさっぽろが主催したもので、ハウス食品（株）と連携して、富良野オムカレーを通して食のたいせつさを伝えるイベントであり、試食会の集大成として実施された。

また、地域との密接な関わりを示すものとして、地域の小学校における食育活動を通して、地域の食材を多用したオムカレーの普及や、食の安全についての現地学習を行っていることと、6月13日（土）11時から14時にかけて実施されたワンディシェフについて触れておきたい。この取り組みは、一般社団法人富良野デザイン会議暮しステーション（代表理事：浦田吉氏）が定期的に主催している多岐にわたるプログラムの一つで、かつて「北の国から」や「風のガーデン」などの倉本聰氏によるテレビドラマの撮影地としても知られた市中心部の喫茶店「くすみ割り」を活用し、地域の活性化を目的とし

てコミュニティカフェとして地域の人々がオリジナルの食を提供し、そこから交流を深めていくプログラムである。約30名の地域住民の方々に、カレンジャー娘たちがカフェで調理した富良野オムカレーを1食1,000円にて提供し、その魅力を伝えていく活動を行っている（写真2）。その準備やホールでの接客、対話などを通して、単にオムカレーを販売するというにとどまらず、そのことを通してとりわけ地域の高齢者を含む幅広い世代の人々と自然な形で交流を活性化させていく効果も存在する。筆者もこの取り組みに現地で参加し、同年9月の本学インターンシップⅡプログラム内での学生との交流会、ならびに11月には京都での交流会を実施するなど、継続的に交流を促進させる取り組みを行い、翌年の2016年11月には、本学学園祭「EVE祭」において第12代ふらのカレンジャー娘による富良野オムカレーの提供を実施した<sup>19)</sup>。また同時に富良野緑峰高校にて栽培されたジャガイモなどの農産物、ラベンダーなども展示販売、またこれらの取り組みをブースで紹介するなど、京都において北海道富良野の実践的な取り組みを紹介する機会となった（写真3）。

これらは彼女たちの食を通じた地産地消の実践的プログラムの一つであるが、その地域連携の意義としては2つの点が指摘できる。まず第一に挙げられるのが、富良野オムカレーの宣伝・広報的な意義である。富良野オムカレー推進協議会を中心とした地域活性化の取り組みの



写真2



写真3

一つとして彼女たちは機能しており、若い女子高校生たちが年度毎に統一されたユニフォームを着用し、富良野オムカレーのまさに「顔」として各種メディアに登場し、コンビニと共同開発した弁当にも彼女たちの写真が使用されるなど、広報的な意味は非常に大きい。毎年の高校正課授業のひとつに組み込まれていることもあり、10年以上にわたって常に新しい学年へと受け継がれている姿は、世代交代を繰り返しながら存在する一種のアイドルグループ<sup>20)</sup>的な存在である。そうした広報活動とともにさまざまに「消費」されてゆく姿<sup>21)</sup>は、そのこと自体に課題を内在させてはいるものの、地域活性化の一つのシンボルとして表象される存在である。

もう一つの意義として指摘できることは、教科の枠を超えた高等学校の教育的な効果が存在することである。本プログラムは上述したように「総合演習」(2年次)、ならびに「課題研究」(3年次)の中に存在し、農業に関連するプロジェクト学習である。地域の産業や地産地消型の食を活用したこのプログラムは、単に農・食という枠を超えて地域の活性化や地域連携そのものと密接な関わりを有しており、これまで述べてきたように持続的に大きな役割を果たしてきた。こうした姿は、公民科の学習指導要領においても明記されている内容の取り扱い

(3) 現代社会の諸課題の中で科目のまとめとして位置付けられており、「持続可能な社会の形成が求められる現代社会の諸課題の探求を通して、望ましい解決の在り方について考察を深めさせる」<sup>22)</sup>とする方向性と一致している。この「持続可能な社会の形成」という点は、平成25年度高校入学生から実施された新学習指導要領改訂において、課題探求の観点として取り入れられているもので、国家レベルの課題であることはもちろんではあるが、富良野地域は東京大学北海道演習林<sup>23)</sup>において「持続可能な」森林資源の保全と活用を展開してきた地域でもあり、地域が先駆的に実施してきた要素でもある。さらに学習指導要領内では「(このような内容で)学習した成果を生かし、地域や学校、

生徒の実態などにおいて(中略)課題を選択させること」と明確に提示されている。このような点においても、富良野オムカレーを基軸とした取り組みが、教科を超えて公民科教育の新しい方向性をも包含し、先取する形で実践してきたことがわかる。

さらに生徒たちがこのような富良野オムカレーを中心とした地域活動に参画し、イベント活動や広報活動、さらにはシェフを通じた地域住民たちとのコミュニケーションによって、人間関係形成能力や多世代型の交流活動を10年以上にわたって持続的に実施しており、「富良野」地域で生活する市民性という資質としてのシティズンシップ教育<sup>24)</sup>を実践している側面も重要であり、非常に意義のあるプログラムであることが指摘できる。

#### 4：おわりに

##### ー地域活性化と地域ブランドの構築へ

本稿では北海道富良野市で展開されている富良野オムカレーを中心として、北海道富良野緑峰高等学校のその推進・展開において、「総合実習」・「課題研究」の授業を通じた「ふらのカレー娘」の活動を中心に、その活動の地域活性化における意義と役割を概観し、指摘してきた。広報活動の顔として消費される存在としての側面とともに、教育面での意義や効果が非常に大きく、科目を越えた広領域の観点から、新学習指導要領の方向性や、シティズンシップ教育を実践的に行っている点を見てきた。最後に、このような富良野オムカレーを生み出す一つの契機となったこの地域の観光地としての課題について指摘しておきたい。

北海道富良野市ならびに近隣の中富良野町や美瑛町を含めた6市町村からなる富良野・美瑛広域圏は、前述のように日本を代表する観光地域となっているが、富良野地域の自然環境を活かしつつ、新たな展開をはかった自然+人文観光資源が、いずれも季節変動を受けやすい性質の自然環境資源に特化しているのが課題となっている。たとえば富良野地域を代表する観光資

源であるラベンダーを例にすると、その開花時期は7月～8月と非常に短く、ラベンダー観光の嚆矢となったファーム富田（富良野市の北に隣接する中富良野町）では開花時期の異なる品種を栽培し、温室を利用し観光客にラベンダーを通年で供する工夫が為されるほど季節性が強い。ラベンダー観光で代表的な中富良野町をみると、そのピークである7月は32万5千人の観光客が訪れるのに対して、冬期の1月はわずか1100人と、実に30分の1に激減している<sup>25)</sup>。このように、通年型の観光資源の育成には課題が存在するのと同時に今後の展開の余地があり、そのような課題認識の上に、本稿で取り扱ってきた富良野オムカレーと推進の存在が位置付けられるものと考ええる。

現状の観光資源を検証しながら、常に新しい観光資源を生み出していく必要性の中で、地域の資源や魅力を見つめ、その地域ブランド力を高め、発信し続けていくこうした動きこそが、狭義の観光という概念を超えて、広く地域連携や地域の活性化に向けた活動として大きな意義があるのではないだろうか。京都や他の地域との比較・展開、さらに学校教育を軸とする地域教育も含めてこうした地域を見つめ直す必要性があるものと考えますが、今後の課題としたい。

（付記）本稿の執筆にあたっては、北海道観光大使であり、一般社団法人富良野デザイン会議暮しステーション代表理事でもある浦田吉氏に、ワンディシェフをはじめとした富良野カレンジャー娘の活動を実見する機会と富良野地域に関する幅広い知見を与えていただいた。また北海道富良野緑峰高校の宮本鎮栄校長（2016年度当時）、後藤卓教頭、園芸科学科の杉田慎二教諭の各先生においては、富良野カレンジャー娘の教育活動への参画と、同志社女子大学との交流に御尽力と御教示をいただいた。記して御礼申し上げます。

## 注

- 1) 本稿で述べる富良野地域とは、富良野市、上富良野町、中富良野町、南富良野町、美瑛町、占冠村を指し、広域観光圏を構成している。
- 2) この調査はインターネットを通して、全国の消

費者約3万人から回答を集めて実施したもので、魅力度・認知度・情報接触度・各市町村のイメージ、観光魅力度などを総合的に評価したものであり、観光動向の一側面の把握に有効であると考えられる。「第6回 地域ブランド調査2011」ブランド総合研究所、2011、1-4頁。

- 3) 富良野・美瑛広域観光推進協議会 平成23年度総会議案、3頁。
- 4) JA 富らの資料より作成。
- 5) 佐々木一成『観光振興と魅力あるまちづくり』学芸出版社、2008、136-149頁。
- 6) 『高等学校学習指導要領解説 公民編』平成22年6月 文部科学省、2010、53-54頁。
- 7) 富良野オムカレー推進協議会 平成28年度版富良野オムカレー資料による。
- 8) 高原一隆「食のB級グルメと地域活性化に関する実証研究—富良野オムカレーを事例に—」北海学園大学経済論集、61-2、2013、35-86頁。
- 9) 阿部智和「食を通じたまちおこし組織の活動プロセス 「富良野オムカレー」普及活動の10年史」地域経済経営ネットワーク研究センター年報5、2016、133-195頁。
- 10) 農業や地域開発に関する研究蓄積に比すると、観光関連分野からの研究は管見の限りそれほど多く存在しない。例えば亀畑義彦・中根正彦による富良野まちづくりと地域経済に関する一連の研究（亀畑義彦・中根正彦「地域経済振興発展の戦略（1）—富良野市まちづくりの事例」北海道教育大学紀要第1部B社会科学編、39-2、1989、31-41頁）や、下川和夫による土地利用と観光の分析研究（下川和夫「富良野盆地の土地利用と観光」札幌大学総合論叢 第13号、2002、7-23頁）等があるが、地理学や地誌学において言及される土地条件やその特質について言及したものが多く、その観光地としての重要性や知名度に比べて研究事例が多いとは言えず、とりわけ一定期間にわたる富良野地域に関する観光や、現在の課題やこれからのまちづくりの可能性について論点を踏まえた研究事例は多くはない。そうした中で現地のまちづくりに主体的に関わる中で中心市街地活性化の事例について指摘した西本伸顕（西本伸顕「地域資源を活かし、オール富良野で「まち育て」」新都市65-10、2011、95-99頁）や、主としてホスピタリティーの観点から富良野地域と舞鶴の比較を行った河野健男の研究（河野健男「地方都市の観光・まちづくり—北海道富良野と京

- 都府舞鶴にみるホスピタリティー」日本ホスピタリティー・マネジメント学会誌 HOSPITALITY22、9-14頁）、そして近年雑誌「地図中心」で特集された一連の研究は注目しうる動向である。
- 11) 「北海道新聞」2002年9月6日。
  - 12) 前掲注9) 138頁。
  - 13) 経済産業省中小企業庁 2015年白書「地域活性化への具体的取組」(PDF) [http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H27/PDF/chusho/08Hakusyo\\_part3-1\\_web.pdf](http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H27/PDF/chusho/08Hakusyo_part3-1_web.pdf) による。2017年2月25日閲覧。
  - 14) 富良野オムカレー推進協議会 HP では、平成28年度版オムカレーマップに11店舗が記載されているものの、2店舗での展開が無くなっていることが記されている。<http://furano-omucurry.com> 2017年2月25日閲覧。
  - 15) 前掲注7)。なお、定義は当初制定されたものからは、産地の緩和など若干修正が加えられている。
  - 16) 富良野緑峰高等学校の取り組みの現状などについては、本学のインターンシップⅡ授業期間およびその準備期間を通して随時お伺いしているが、直近では2016年11月21・22日に京都市にて(杉田教諭のみ)、12月25・26日に高校にて宮本鎮栄校長、後藤卓教頭、杉田慎教諭からの聞き取りによる。
  - 17) 北海道内において優れた地産地消活動を行っている団体等を表彰し、その取り組みを広く紹介することにより地産地消を一層推進することを目的としたものである。農林水産省 HP <http://www.maff.go.jp/hokkaido/press/syokuryo/keikaku/170201.html> 2017年2月25日閲覧
  - 18) 「富良野オムカレーと市民をつなぐアプローチ」富良野緑峰高等学校、パワーポイント資料より作成。
  - 19) 本学学生支援部を中心としたサポートと、本学学生も交えつつ、1食500円にて150食の提供を行った。
  - 20) こうしたメンバーの加入・卒業という世代交代を繰り返しながら長期的に存続した類似のものとして、1997年に結成したモーニング娘。が挙げられる。所属するアップフロントグループ内での中核的存在として現在も9期～13期生を中心に音楽活動を続けており、構成・名称の類似性も含めて類似性が考えられる。
  - 21) アイドルの消費論と産業に与える効果については、境真良『アイドル国富論』東洋経済新報社、2014、116-248頁を参照されたい。
  - 22) 前掲注6) 53頁。
  - 23) 富良野市における東京大学北海道演習林では、持続可能な保全活用として「林分施業法」という手法がとられており、多様で複雑な森林を持続的・順応的に管理する有効な方法として注目されている。「東京大学大学院農学生命科学研究科附属演習林 北海道演習林 2015」東京大学、6頁。
  - 24) 近年ではシティズンシップ教育(市民性)が世界的に重視されており、市民権や公民権という権利としてのシティズンシップと、市民性という資質としてのシティズンシップという意味がある。宮下与衛「高校生、地域に入る—美瑛で学び、美瑛をつくる」教育、810、教育科学研究会、2013、75-82頁。また、シティズンシップ教育については小玉重夫『シティズンシップの教育思想』白澤社、2003、大友秀明・桐谷正信編『社会を創る市民の教育—協働によるシティズンシップ教育の実践』東信堂、2016。
  - 25) 平成23年度富良野・美瑛広域観光推進協議会資料による。