

観光わらび園

開園から 50 年

～全国初の取組みの足あととこれからの方向～

祝 開園 50 周年
観光わらび園発祥の地 樽口観光わらび園

第1回全国山菜文化産業祭 主催 山菜文化産業協会 小国町 樽口観光わらび園 後援 林野庁 山形県

調理棟
管理人以外
立入禁止

本町樽口地区において、全国初の「観光わらび園」が開園してから今年で50年を迎えました。今では全国でも有数の生産量を誇る本町のわらびのブランド化には、樽口観光わらび園が重要な役割を果たしているといえます。

今回は樽口観光わらび園の開園当時の様子やこれからめざす姿を紹介するとともに、わらびの販路拡大や情報発信などさらなるブランドの向上に向けた、今後の取組みについて考えます。



樽口観光ワラビ園で行われる山焼き (令和4年5月撮影)

観光わらび園50周年

本町が持つ貴重な地域資源であるわらび。林野庁がとりまとめた最新のデータによれば、令和6年度の全国におけるわらびの生産量は596トンで、うち、山形県が占める割合は28

2・7トンと約半数を占め、全国第1位という結果となりました。そのうち、本町のわらび生産量について見ると、令和6年度のデータでは143・4トンとなっており、生産量第1位の山形県の半数以上を占めていることから、本町が日本一のわらびの生産量を誇っていることが、データからも読み取ることができま

す。本町の特産品であるわらびを観光資源として活用しようとして、今年からちょうど50年前の昭和51年に、本町で全

国初となる観光わらび園の「樽口観光わらび園」が開園しました。広大な山林を利用して、草刈りや山焼きなどの生育環境の整備を行うことで、観光客に対し有料で開放する「観光わらび園」として、地域が主体となつて取組んだものです。

その後、町内外に数多くの観光わらび園が開園し、多くの観光客が訪れる交流スポットとして脚光を浴びるようになりました。このことから、「観光資源」としてのわらびの付加価値の創出は本町が先駆けて始めたものであるといえます。実際に本町のわらびは、水や山林といった自然資源に恵まれていることに加え、最盛期の春の気候は寒暖差が大きいことから、わらびの品質に直結する粘りと太さがあるものが多いとされており、全国的なブランド価値を有しています。

特集 観光わらび園開園から50年 ～全国初の取組みの足あととこれからの方向～

50年のあゆみと
これから

全国初の観光わらび園である樽口観光わらび園が開園し半世紀が経ちました。開園当時、樽口地区総代をされていた渡邊正義さん（樽口）は「観光わらび園開園のきっかけは、稲作に代わる収入源の確保を考えていたときに、初期費用を抑えられて自生するものに着目しました。そこで、大きな山に少し手を加えてわらびを育ててその中に観光客を呼んでみたらどうだろうかという発想でした。当時は山に人を入れて採取させるという文化はなかったことから、挑戦的な試みでした。当初は10年続けばいいだろうと考えていましたが、行政や地域の住民のかたが一体となった協力体制もあり、50年という節目を迎えることができました。わらび園

の運営はその時期の流行を取り入れたイベントを開催しながら、数多くの観光客にお越しいただきました。こうしたことから樽口地区としても、町全体としてもわらび園の収入はとても大きなものであったと感じています。これまで私たちはわらび園に支えられてきました。一方で、わらび人気の低下や高齢化などにより、今後わらび園をどのように運営していくかという局面を迎えています。私たち



▲樽口観光わらび園の開園に尽力された渡邊正義さん

してはこれまで支えてもらったわらび園を、今後は支える側として、引き続きわらび園の整備活動や情報発信などを続けていきたいと考えています。」とお話いただきました。観光わらび園は、地域が一体となって管理・運営を行い、観光客の呼び込みや、収入の確保などといった地域活性化につながっていった経緯等からも、本町や地域にとって、これまでも大きな役割を果たしてきたといえます。

魅力を広げる

一方で、本町の一つのブランドとしても機能しているわらびについては、生産者が採取を行い、その後どのような販路によって販売していくのか、そしてわらびの魅力・ブランドをどのようにして発信していくのか等といった、現在における

重要な課題もあります。生産者からわらびを集荷し、販売を行っている小国町森林組合の佐藤奈美さんは「現在のわらびの販売先としては、往復ハガキを利用した注文や森林組合直売所での販売などが主流となっています。購入いただいているかたはリピーターであることが多く、新潟県や福島県など県外のかたからも数多く購入いただいております。高い評価を得られていると感じています。一方で、わらび



▲COOP桜田店で開催された小国町フェアでのわらび販売

特集 観光わらび園開園から50年 ～全国初の取組みの足あととこれからの方向～



▲「たまがわ春の山菜まつり」での山菜料理等の販売



▲「白い森イベント春まつり」でのあく抜き講習会の様子

独での販売活動は人的、経済的負担が大きいことから、このような共同販売はこれから継続して行い、販路拡大を図っていききたいと考えています。また、今回は生わらびを販売しましたが、お客さまから加工わらびも販売してほしいという声をいただいたので、加工での販売の拡大もあわせて考えていく必要があるのではな

いかと思っております。」と現在のわらびの販路と今後の拡大に向けてお話ししていた

ブランドをつなぐ

また、団体や地域ごとで山菜をPRする取組みも積極的に行われています。5月24日には、白い森イベント実行委員会主催の「白い森イベント春まつり」が開催され、わらび等山菜の販売に加え、わらびのあく抜き講習会が行われ、多くの方が参加し、盛り上がりを見せていました。このほか、同日に東部地区において「東部地区山菜まつり」が、玉川地区において「たまがわ春の山菜祭り」がそれぞれ開催され、地区で採れた山菜の販売や山菜を使った食事の提供等が行われました。

本町のわらびは、これまでも多くのかたたちに支えられ、受け継がれることで

そのブランドを創出し、守ってきました。一方で、生産者の高齢化、地区外への転出等による収量の減少や山焼きといった生育環境整備を行う人材が不足しており、ブランドの継承が大きな課題となっています。こうした中、農山村や地域文化に関心がある学生や若者などと一緒に作業を行い、その関係性を構築し、継続すること、すなわち「協働人口」による取組みが重要であります。町では、わらびに代表される観光資源を活用したイベントの開催や情報発信を継続するとともに、協働人口の創出に向けて、「多様な主体との協働によるまちづくり事業」として、首都圏の大学生の本町への合宿や、企業の本町での研修活動等を通して、本町が持つブランドを学び、今後、協働人口として継承していく人材の確保に努めていきます。