

## 平成25年度 ハンズオン支援の事例

### 桑名地域

どじょっ子くらぶ（いなべ市）  
JAみえきた 桑名タケノコ（桑名市）  
みえいなべ和牛推進協議会（いなべ市）  
社会福祉法人九華福祉会（桑名市）  
JAみえきた いなべ特別栽培米（いなべ市）

### 四日市地域

椿の農業と地域を考える会（鈴鹿市）  
四日市茶農家女子会（四日市市）  
プレミアムアイコの会（四日市市、鈴鹿市、いなべ市）  
ファン作りマーケットの会（四日市市、鈴鹿市、亀山市、菰野町他）  
亀山べにほまれ紅茶復活プロジェクトチーム（亀山市）

### 津地域

JA三重中央 加工野菜産地（津市）  
八十六石まこもの集い（津市）  
株式会社アグリピア（津市）  
棕棕マルシェ（津市）  
足坂農家組合（津市）

### 松阪地域

有限会社 茶工房・かはだ（松阪市）  
柳原おはこ市グループ（大台町）  
JA一志東部 いちじく部会（松阪市）

### 伊勢地域

国崎干し芋生産者グループ（鳥羽市）  
JA伊勢 玉城柿部会（玉城町）  
JA伊勢 野菜づくり研究会（度会町）

### 伊賀地域

ふるさとづくり上高尾の会（伊賀市）  
青山マロンクラブ（伊賀市）  
JAいがほくぶ ぶどう部会（伊賀市）  
いがまち山里の幸利用組合「かじか」（伊賀市）  
ながき村おこしグループ（名張市）  
農事組合法人ひじきファーム（伊賀市）  
伊賀有機農業推進協議会（伊賀市）  
JAいがほくぶ アスパラガス部会（伊賀市）  
特定非営利活動法人 あわてんぼう（伊賀市）

### 尾鷲地域

花蜜柑（紀北町）

熊野地域

五郷地区活性化プラン推進委員会（熊野市）

飛雪の滝百姓塾（紀宝町）

# どじょっ子くらぶ (いなべ市)

農地・水・環境保全団体である「どじょっ子くらぶ」は、いなべ市北部の藤原町長尾集落（世帯数 40 戸）を活動エリアとする。周辺には、環境省レッドリスト絶滅危惧 I B 類（EN）に分類される「ホトケドジョウ」など希少生物が生息することから、豊かな自然環境を地域の宝である「こども」に引き継ぐことをコンセプトとして、本組織名が付された。

本組織には、農家組合はもとより老人会、子供会、婦人部が参画しており、地域ぐるみの活動を通じて、みんなが明るく暮らせる地域づくりを目指している。特に、田植えをはじめ、蛍の観察、水田魚道の設置や田んぼの生き物調査、ひまわり、コスモスの栽培、地域の伝統行事である虫送り、稲刈り、餅つき、そば祭りの開催等、四季折々の農作業や伝統行事は、地域の自然、文化などに触れる機会を提供する。また、その活動情報は、発行 45 回を数える「どじょっ子通信」にて全戸に配布される。こうした活動は、東海農政局主催の今年度の「農地・水シンポジウム」において、中日新聞社賞を授与された。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

初回現地面談では、集落活性化のモデルケースを視察し、幅広い構成員の活躍の場・あり方を参考として、自主的活動（地域外からの集客に対応しうる拠点づくりと集落機能）を目指すことが協議された。

### ② 集落における新たな経済活動の着手と可視化

地域住民の自主的経済活動への糸口として、赤ソバ（高嶺ルビー）の栽培に着手した。また、例年栽培しているそばの試食会を集落活動に合わせて実施し、地域内交流の機会とした。

### ③ 全員参加型で無理のない地域活性化の先進地視察

住民が多様な地域活動を展開する岐阜県白鳥町石徹白を視察した。住民が、世代や性別を問わずそれぞれの役割を果たす姿勢は、どじょっ子くらぶの幹部らに示唆に富むものとなった。

### ④ 明るい集落の将来像を示すイラストづくり

上述の活動と同時に、集落の明るい将来像について住民の意見交換の場を開催し、各人の自主的な役割分担を促しつつ、その主体的な役割を可視化したイラストを作成した。



ミーティングのようす（赤ソバの圃場を選定した）



石徹白での視察（小水力発電の現場説明）



収穫祭でそばを堪能する長尾地区の子ども



住民の姿が見える長尾地区の未来イラスト

## これからの取り組み予定

「10 年後の集落の状況を考慮して、いま動かねば」という危機感が、本団体の活動原動力となっている。初回現地面談では、危機感が募る一方で住民全体の合意形成が容易に進まぬ状況について確認した。

そこで、歴史的観光資源と小水力発電、そしてトウモロコシの特産化で集客力を高めるとともに、地元食材を提供する月 1 度の週末カフェなどにおいて、新規移住者が生き生きと活躍する石徹白への視察を提案・企画した。本団体の幹部とともに、女性が経営する民宿に 1 泊しトウモロコシを食べつつ、長尾の将来について、話は盛り上がった。

赤ソバの栽培を始め、試行錯誤しながら赤い花を咲かせた。秋風に花が揺れる時期にメディア・リリースしたため、県内外から多くの花見客が訪れたことも、充実感につながった。

本団体のメンバーだけが地域づくりをがんばりすぎでは、持続可能性は生まれない。集落の将来像のイラストを作成する過程で、イラストレーター、県、市、大学のコーディネイトも交えつつ、幅広い住民と協議し賛同を得ながら本組織の活動方針を確定するスタイルを経験した。この経験を重ねることで、地域の一体感は醸成されよう。

# JAみえきた(桑名タケノコ) (桑名市)

桑名は東海地方でも有数のタケノコ産地であり、旧桑名市の播磨、深谷、桑部、久米、七和、在良、桑名の各地区、旧多度町の力尾、下野代、御衣野、猪飼、北猪飼の各地区が生産拠点となっている。その中でも播磨、深谷地区は、主たる産地として有名である。桑名産のタケノコは、良好な食味と歯ごたえといった品質と高い収量を兼ね備えることで有名である。2010年の林業統計によれば、217haの竹林面積を有しており、JAへの出荷者は500名程度にも上る。桑名のタケノコは、良質なタケノコ産地として特に県外で知名度が高く、旧多度町にある県内唯一の加工業者の協力を得ていることもあり、JAの出荷額は1億円近くある。

しかし、タケノコは短期間で高収益が確保できる林産物である一方で、近年は生産者の高齢化や竹林への進入道路の整備不良等にもない、十分に管理が行き届かない状況が進む。結果として、豊凶格差は拡大傾向にある。また、放置竹林の増加により生産量も減少しつつあることが、課題として浮き彫りになっており、産地の存続が危惧される。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

JA、市、桑名農政事務所、県農林水産支援センターの連名で生産者600戸にアンケートを実施し、現下の状況並びに意向を把握した。その結果を基に関係機関が一体となり、特産品として商品価値を向上させ産地振興を図るための課題整理を行った。また、良質なタケノコを栽培するため、栽培研修会、竹林整備の方法、伐竹を推進する必要性が協議され、まずは先進地の取り組みを参考とし、桑名での実践に活かすこととなった。

### ② 一体的な農商工連携に向けたベンチマーク

11月11～12日、タケノコの生産、加工、販売を担う関係者が、共通目標に向けて連携しつつ課題解決にあたることを確認し、福岡県八女市でベンチマークを行った。ベンチマークでは事前に、桑名タケノコの生産から販売までのプロセスにおける課題を整理したことや、地元の加工業者も同行したことで、情報共有が図れた。

### ③ 産地力を高める実証圃の設置

市内主産地で3カ所のモデル園を選定し、11月6～7日、県外から招聘した竹林アドバイザーによる栽培研修会を開催した。また、チェーンソーによる伐竹の推進や12月12～17日には竹破砕機の実演会を行った。



放置竹林の拡大が問題



竹粉砕機によるチップ化



竹林アドバイザーによる竹林整備研修会

## これからの取り組み予定

- ① 生産者、JA、桑名市、加工事業者、商工会議所、NPO、県等の関係機関で構成するプロジェクト組織を立ち上げ、「生産」、「流通」、「販売」、「景観保全・観光」等の観点から課題を検討整理し、作業チームごとに役割分担を行い課題解決に取り組む。
- ② 3カ所のモデル園で中小タケノコ生産を図るため、親竹の更新や再植密度の見直しによる豊凶格差の是正、早出しへの誘導等管理方法の見直しや、福岡県の事例を参考にした栽培暦を看板制作し設置する。
- ③ 伐採した竹の堆肥化による循環型農業の推進、その堆肥を有価物として他部門で活用できるか検討する。

# みえいなべ和牛推進協議会 (いなべ市)

いなべ市の和牛生産地域である旧大安町地区は、東側を員弁川が流れ、宇賀川をはじめとした支流が西から東に流れる田園地帯である。和牛を肥育する宇賀新田肉牛組合では稲わらと牛糞堆肥との交換等、耕畜連携による資源循環に取り組む。

みえいなべ和牛は、等級、脂肪融点の低さでは高級和牛肉でありながら、価格面で品質に見合った評価を得られていない。低迷する枝肉価格、飼料価格の高騰により、経営収支は厳しい状況にある。このことから、生産基盤の経営安定化に向けて、消費者へのみえいなべ和牛の認知度向上と実際の購買行動への誘引が最大の課題となっている。

そんな中、消費者に喜ばれる優れた銘柄牛の生産と肉牛肥育経営の安定化、並びに「みえいなべ和牛」の販売・普及促進の振興を図るため、2012年4月に4戸の肉牛農家、JA、全農、飼料会社および行政機関が一体となってみえいなべ和牛推進協議会を発足し、みえいなべ和牛のブランド推進に取り組んでいる。



## スタートアップ取り組み

### ① ブランディングに係るロードマップの検討

萬古焼の鍋を使ってその場で出来立ての豆腐を提供するといった商品コンセプトで世界22カ国地域に輸出事業を展開している(株)萬来トレーディングコンサルタントの南川社長に依頼して、ブランディングに向けた具体策を整理していただいた。

### ② ブランディングロードマップの完成

いなべ和牛ブランディングのための課題として、①品質に見合った価格で販売ができていない、②継続的に販売されているところがほとんどない、③構成員が限られており地域との連携が少ない、④差別化した肥育方法等の特徴が少ないことが挙げられた。

これらの課題を克服するための具体的対策として、複数の個人や企業、地域との連携を強化すること、また餌など肥育方法の工夫や差別化した技術を組み合わせるなど、特徴ある取り組みを推進することが提言された。

### ③ ロードマップのPDCAの実践

消費者へのブランド価値の訴求力を向上する取り組みとして、試験研究機関や大学等との産学連携により、他産地と差別化した肥育方法を研究することが決まった。



販売店に掲げられた「いなべ和牛」ブランドののぼり

## これからの取り組み予定

本支援では、具体的数値目標を設定し(2013年9月～17年3月: 肥育頭数 800頭→850頭)、消費者に対してブランド価値を訴求していくためのロードマップを作成することが協議された。最初に、南川社長に対して、いなべ和牛の生産現場の視察、現下の流通実態、利害関係者間の相関関係について、情報共有を図った。その結果、今後着手すべき取り組みが提起された。

【組織づくり】ブランド推進戦略委員会の結成→地域が一体的にブランディングへ向けて行動することが重要であり、組織化を促す。

【肥育方法】他産地と差別化した肥育方法の研究→例えば、大豆胚芽、にがり等を練りこんだ餌にこだわり、実証試験を重ねることで、差別化を進める。

【イベント等の開催】地域を巻き込んだイベントの検討、企画、実施、展示会等PRイベントへの出展検討→三重の畜産ブランド力向上促進事業の支援を受け、みえいなべ和牛のロゴデザイン、のぼり、パンフレット等を整備した。みえいなべ和牛の認知度向上のため、これら販促ツールを活用したイベントを企画実施する。

【流通ルート】いなべ和牛として安定的に供給できる流通ルートの確立→安定供給に不可欠な生産者グループを結成し、販路開拓(業務用卸、精肉店等)に努める。

【6次産業化】6次産業化に向けた専門家からの助言→収益性を考慮すれば、速やかに6次産業化に着手することが求められる。

【その他】ビジネスマッチングへの参加を検討、プレスリリース発信→販路拡大と情報発信により、継続的な認知度向上を図る。

# 社会福祉法人九華福祉会(くわのみ) (桑名市)

社会福祉法人九華福祉会「くわのみ」は、旧桑名市と旧多度町が接する揖斐・長良川右岸沿いの今島の地で、知的障害者の入所施設として1998年に設立された。以来、周囲を田畑で囲まれた閑静な土地で、施設入所支援、生活介護、短期入所、日中一時支援サービスを行い、40名の利用者が、社会的な自立をめざして就労に励む場として運営されている。

また、併設する就労継続支援B型事業所「デリカ工房くわのみ」では、近隣地域から通う「障害のある人たちが、その人らしく生き甲斐を持って働き、地域において希望する豊かな生活を送る」ことを目標に掲げ、日常生活の動作向上等に関する生活支援や職業生活能力の向上に必要な就労支援を行っている。

特に、地域のJAや食品加工メーカーとの協力・連携により、桑名市特産のタケノコやミカンの加工・販売、特産品を使ったコロッケの生産・販売等を行っている。また昨年より、葉ネギの苗生産に着手しており、生産者へ供給と収穫ネギの出荷調整作業を請け負うことで、最終商品に仕上げている。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理と方針決定のためのミーティング

県を中心とした支援チームとの面談を重ね、活性化プランの目標達成に向けた課題整理と主な取り組み方針が協議された。以下4つのテーマが設定され、ハンズオン支援では②と④について取り組んだ。①ネギ苗の生産安定、②出荷量の拡大と販路開拓、③ネギ調整作業の効率化、④ネギを使った加工品の開発・販売。

### ② ブランド力を高める統一包装とPR資材のデザインづくり

タケノコの水煮やミカンのシロップづけ等の既存加工品との統一包装・PR資材等のデザインを作成し、くわのみブランドを育成した。

### ③ ネギの効率的活用を可能にした加工品開発

桑名市との連携を図り、専門家による加工品開発のポイント、注意点、マーケティング等の指導を受けながら、ネギを使った加工品の開発・販売を行った。こうした取組により、社会福祉事業所が運営する優良先進施設での農産加工品の開発や製造販売の経緯・現状を確認することができ、自施設の商品開発や事業展開に反映させる。



加工品づくりへの助言と指導



新商品 ネギ餃子



くわのみ 統一キャラクターシール



新商品 ネギコロッケ

## これからの取り組み予定

- ① より強く食品製造事業者である認識をもち、衛生的な作業環境の確保や製造過程での材料の温度管理等の徹底に努めていく。
- ② 新たな加工品の積極的な営業展開による売り上げ増を目指す。
- ③ 将来的には、量産体制が取れるように作業工程の見直しや成形機等の整備を進めていきたい。
- ④ くわのみ加工品の認知度向上に向け、多様な機会を捉えて統一マークの情報発信を継続していく。

# JAみえきた(いなべ特別栽培米) (いなべ市)

いなべ地域は、西の鈴鹿山脈と北の養老山脈に囲まれた地勢条件により、山からの湧水が清流をなす他、古くから施工された溜池やマンボ（地下水路トンネル）により、水源が確保されてきた。このため、県内有数の水田農業地域として発展してきた。ほ場整備事業やライスセンター等の基幹施設整備も進んでおり、水稲・麦・大豆作付けの集団化と地域輪作体系が確立される。また、土地利用型の担い手農家と集落営農組織の育成が進み、主にコシヒカリ、キヌヒカリが栽培される。いなべ市では約1,350haで約6,400t、東員町では約370haで約1,800tが生産されるものの、全国的な米価低迷の影響を受けている。

そこでJAいなべでは、特有の生産環境を生かし、また安全・安心な農産物に対する消費者ニーズに呼応した商品開発により、価値競争にむけた取組として、2002年から特別栽培米の生産を始めた。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

本組織はこれまで、独自の特別栽培米「いなべっこめ」を栽培・販売してきた。しかしながら、米価の低迷が続くなかで生産者利益をいかに確保するかが、初回面談で協議された。特に東日本大震災と原発事故にともない、消費者ニーズに対応した「いなべっこめ」の生産量増加と販売促進活動の強化を図る必要性が確認された。

### ② イメージソングという販促資材の発見と制作

小売店舗内での販促活動が消費者に対して最も効果的であるとの認識が、関係各位で共有されたと同時に、一般的な販促資材を作るだけでは消費者への訴求力に欠ける点も指摘された。そこで、販売コーナーで繰り返し再生できるイメージソングが提案された。本事業のハンズオン支援としては初の試みであり、募集チラシの他にウェブサイトを活用した公募など、その制作過程を工夫した。

### ③ 地域に愛されるイメージソングづくり

地元高校の音楽教諭を長とする選定委員会により、全国規模での応募作品から最優秀作品、優秀作品を選定し、地元産品を中心とする懸賞を授与した。さらに、近隣地域で活躍するオーケストラと少年少女合唱団による収録を行い、地元ケーブルテレビも取材に訪れた。



応募作品の審査のようす



オーケストラと合唱団による収録



成果品（イメージソングのCD）

## これからの取り組み予定

いなべ市産の特別栽培米の栽培については、適期穂肥施用、有効な除草剤の選択と効果的な使用方法、害虫防除方法の指導の徹底など、品質管理に注力してきた。また、こうした取組内容をPOPにより消費者へ示しているものの、米価低迷の時勢にあって販売実績に反映されていない。そこで今年度は、消費者に対してプレミアム価値を適切に示すことを目的として、販促方法の検討から着手した。

消費者の五感に訴えることに着目し、聴力からの浸透を図るべく、特別栽培米のイメージソングを制作したが、その過程で消費者を当事者に巻き込む体制をとった。制作に関係した各位が、いなべ市産の特別栽培米に対する愛着を抱くとともに、生産者の顔の見える地産池消が連想されるイメージソングづくりとなった。何より、この過程でJAがより主体的に販促に注力する姿勢が見受けられ、今後、積極的に販売店舗でのPR活動が展開されることを期待する

# 椿の農業と地域を考える会 (鈴鹿市)

椿の農業と地域を考える会（以下、椿の会）は、農業活性化や地域づくり、消費者交流、会員交流などを目的とし、2007年に、地元の専業農業者（茶、しいたけ、野菜、漬物加工、植木、花苗、鶏卵）などによって設立された。新名神インター開設による同地区への観光客増加が期待されることから、同会では農業の新しい可能性を模索し、地域の魅力を発信していきたいと考えている。

そこで、椿の会はこれまで、地域資源である茶園や果樹園、植木園、遊休農地などを活用した体験ツアーの実施や農産物の加工・販売などにチャレンジしてきた。2012年より、お茶摘みツアーやブルーベリー狩りツアー、夜間帯の野生鹿の見物、農作物収穫体験ツアーなどを開催し、近隣の市町に住む人びとから好評を得ている。また、2011年から椿大神社と協力して、年1回、椿縁結び市を開催している。



## スタートアップ取り組み

### ① 椿縁結び市のコンセプト整理

「椿縁結び市」は昨年度の取り組みで評価が得られたことから、椿大神社との連携を一層強化して取り組むことになった。しかし、単なる産品販売の場とするのではなく、市自体の特徴を明確にし、今後定着し継続していくためのコンセプト整理が必要であった。そこで今回のスタートアップでは、専門家のファシリテーションによりメンバーで検討を行い、縁結び市を「1年間の椿地区の恵みに感謝し、参加者とのご縁を結ぶ場」として位置づけ、各生産者の特徴ある商品奉納やふるまい鍋等のイベントを実施することとなった。

### ② パンフレット作成

集客促進のため、生産者の姿勢や商品のこだわりを来場者に伝えることができるよう、単なるイベント告知ではなく、縁結び市のコンセプトを伝える内容でパンフレットを作成した。椿の会のメンバーは、縁結び市において自分たちの商品をアピールしたいものの、自分の商品の「ウリ」は何なのか、何を伝えるべきなのかを十分整理できていない状況であった。しかし、パンフレット作成に向けた話し合いの中で、自分の商品の良さに自分自身で気づいていった。話し合いの中で得た商品への気づきや自信は、パンフレットの内容に盛り込まれた。



餅つきのふるまい



「ふるまい餅」



縁結び市チラシ（左：表面、右：裏面）



## これからの取り組み予定

11月30日と12月1日の縁結び市には両日で約5,000名の参加があり、盛況に開催することができた。来場者については、作成したパンフレットを見て来た人が多く、広報の効果が高かったと考えられる。多くの来場者を得て、各出店者とも前年を大きく上回って販売することができた。

終了後の反省会では、縁結び市の運営について以下のような反省点が挙げられ、今後その改善に向けて取り組んでいく予定である。

- ① 消費者と直接接触する場であるが、コミュニケーションが十分に取れていないところがあった。商品の魅力の伝達やディスプレイの工夫等に改善の余地がある。
- ② 来場者の満足度を上げるため、商品アイテムを多くすることが必要で、既存商品のブラッシュアップとともに新規商品の開発も行う。また、食べ歩きや体験ができるような商品づくりや仕掛けづくりも検討する。
- ③ 年1回の「縁結び市」以外に定期的な「軽トラ市」の開催等、会として商品販売の機会拡大に取り組む。



# 四日市茶農家女子会 (四日市市)

県内有数の茶産地である四日市市の水沢地域（茶園 440ha）では、茶価の低迷、お茶の消費減少など産地を取り巻く情勢が厳しい中、個々の農家が差別化商品を作って小売販売を始めたり、若手女性が緑茶喫茶を開業するなど茶業経営の改善にむけた新たな取組が始まっている。このような中、女性の視点で茶産地の活性化につながる取組をしたいと、地区の若手女性 9 名が集まり、2013 年 3 月に『四日市茶農家女子会』が設立された。会の具体的な活動内容としては、メンバーの資質向上のための茶の生産から淹れ方に至る勉強、水沢地区のかぶせ茶の新たな需要を生み出すきっかけとなるような女性ならではの斬新な商品開発やイメージ戦略の検討を行っている。また、茶産地女性の取組みとして発信力を持ってイベント等でPRすることで、産地自体の認知度向上につなげていくことも目的としている。



## スタートアップ取組み

### ① かぶせ茶PR手法の検討

最近では家庭に急須がないところも多く、若い人の中ではペットボトル以外のお茶を飲むことがなくなってきている。検討会では、特に若い女性には、急須でのむお茶に「お茶＝和室（仏壇）、高齢者の飲み物」のイメージがあり、自分たちのライフスタイルの中で身近に感じられないのではないかという意見が出された。そこで、緑茶の「和」イメージを変えるために、若い人が好む洋菓子と合わせた飲み方を提案し、コーヒーや紅茶と同じように緑茶も選択してもらえるようなPRを行っていくこととなった。PRのコンセプトを「緑茶ティータイム文化の創造」とし、商品パッケージや飲み方についても、若い女性向けにおしゃれな商品パッケージでお茶を飲む楽しさをアピールしていくこととした。

PRを実施するに当たっては、お茶にまつわる基礎知識を学びメンバー全員の資質を向上するため、日本茶インストラクターを招き、お茶の淹れ方の研修等も実施した。

### ② 新商品開発

商品開発に当たっては水沢茶農協の協力を得て、商品とするお茶の選定を行った。商品としては、きれいな水色（すいしょく）とすっきりした甘さが特徴のかぶせ茶と、芳ばしさとほのかな甘さが特徴の砂炒りほうじ茶の2種類を使い、若い女性にも手に取ってもらえるようなかわいいパッケージデザインで商品化することになった。デザインはメンバーのひとりが作成した。気軽に試してもらえよう、ティーバック 2 個入りの小袋サイズと、リーフが 50g 入った通常サイズの各 2 種類を用意した。

### ③ PRツールの整備

次年度からかぶせ茶のPRを行っていくに当たり、女性が取組んでいることをPRしていくためにもウェアの統一を図ることとし、イベント等で着用するエプロンを作成した。従来のお茶のイメージを払拭するために、黒地にピンクの水玉で統一した。



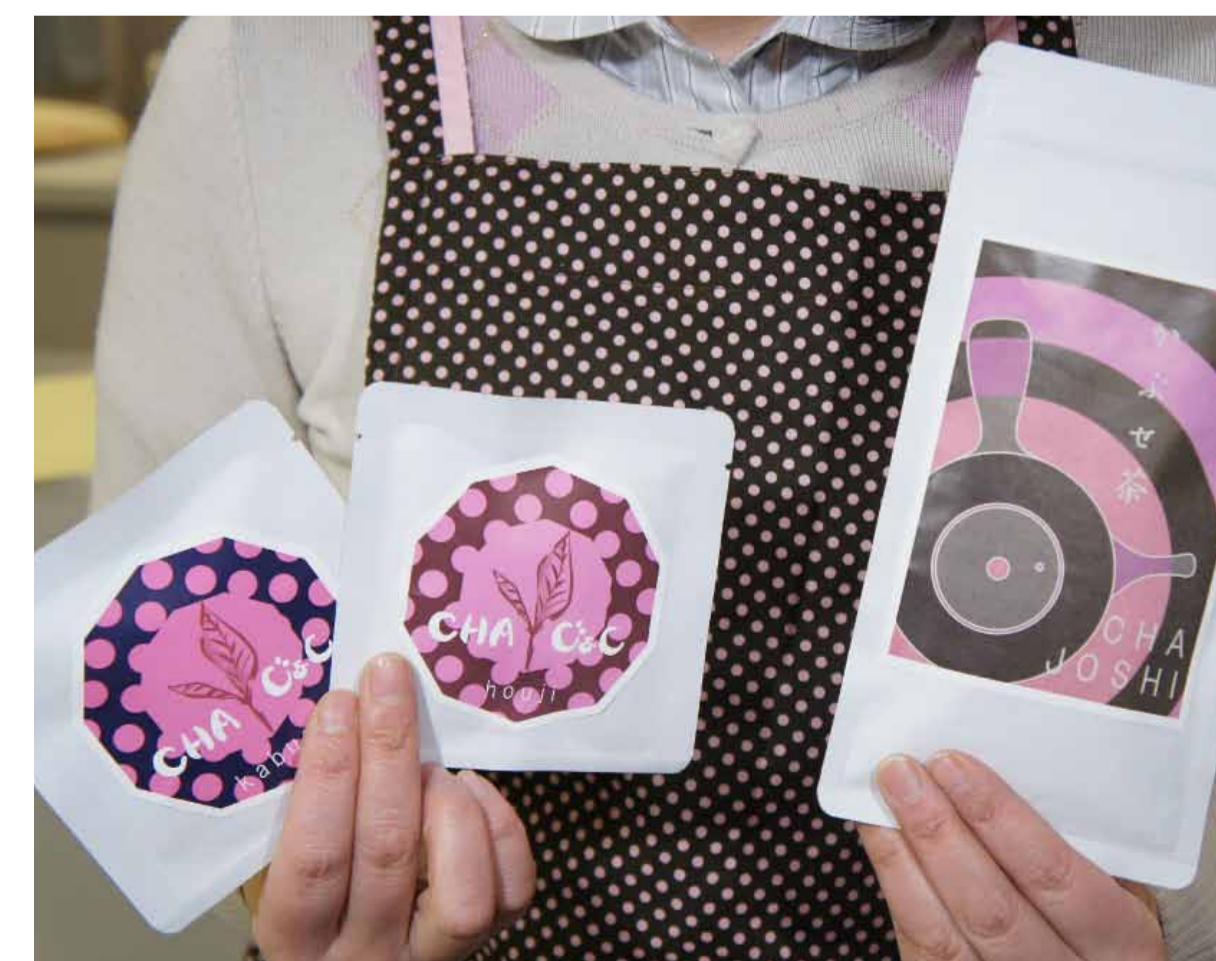
日本茶インストラクターからお茶の入れ方を学ぶ



水沢農協で新商品にするお茶の種類を選定



メンバーの一人が新パッケージをデザイン



新しいパッケージデザイン

## これからの取組み予定

産地の若手女性グループとして、女性の視点を生かし、お茶の新しい需要創出に取り組んでいきたい。将来的には若い女性が緑茶に親しみ、「急須でゆったりとお茶をあげよう」ことを文化として取り戻していき、若い層の緑茶離れを段階的に解消していくことを目指したい。

具体的には、今回作成した新商品をメンバーの緑茶カフェや小売店で販売するとともに、新茶のシーズンに行う各種イベントに四日市茶農家女子会として参加し、「緑茶ティータイム文化」をコンセプトに洋菓子と緑茶のセットした飲み方の提案を行っていく予定である。

# プレミアムアイコの会 (四日市市、鈴鹿市、いなべ市)

本会は、四日市市、鈴鹿市、いなべ市で新規にミニトマト栽培を開始し1年目～3年目になる生産者6名(面積100a)からなる組織で、現在は栽培面や販売面を中心に情報交換を行っている。全員、土耕栽培で食味を重視しており、使用する資材など栽培方法はほぼ統一した方式となっている。出荷については、共通の荷受業者が1社あるものの、その他の部分については基本的には個人での販売となっており、各々が荷受会社やスーパーの直販コーナーや飲食店、直売所等での販売を行っている。

品質も収量も安定しつつある中、生産量を拡大すると、出荷ピーク時に共通の荷受業者を中心とした地域内の既存販路だけでは、単価を維持しながら全生産量を出荷することが困難になると予想されており、規模拡大の課題となっている。そのために、グループ全体での新規販路の開拓が必要となっており、個々での販売を基本としながらも、グループで一定ロットをまとめることによって対応できる新規の販路の開拓を検討することとしている。また、出荷ピーク時の出荷調整と直売の新たな販路開拓ツールとして、委託加工で共通ブランドのジュース等、加工品の製造・販売も試行することとしている。



## スタートアップ取り組み

### ① トマトジュースの試作

共通の加工品としては、自身のハウスでの直売や直売所、既存の青果を販売しているゴルフ場でのギフト商材として販売しやすいことから、最初にトマトジュースを製造することになった。糖度の高いミニトマトで品質の高いジュースとして高級路線で販売することとし、直売等でも購入しやすいよう180mlの小瓶を製造することになった。

製造は、県外の製造事業者へ委託し、各生産者から原料を集めた上で工場に持ち込んで加工した。ラベルについては、黒を基調とし、高級感を出せるデザインとした。



トマトジュース

### ② 新規販路開拓について

新しい販売のチャンネルとして県内の量販店との話し合いをもったが、生産者側と販売者の意識がマッチしないのが現状である。量販店側からは品質を評価する以前にミニトマトとしての売価設定とロットの要望を出されることが多く、本会メンバーの実情とは合致しなかった。今後、三重のアイコトマトとしてのブランドを確立していくためには、県外も含めての新たな販路を探すと同時に、新規メンバーの参加も含めてロットの拡大と品質・収量を安定化できる生産の技術レベルの向上が必要になってくると考えられる。

## これからの取り組み予定

「プレミアムアイコの会」の共通ブランドのトマトジュースについては、各メンバーが既存の販路で販売するとともに、サンプル提供等を行いながら新規の販路開拓も行っていく予定である。加工品の販売を通じて、プレミアムアイコの会の知名度の向上を図りながら、メンバーが生産する青果としてのトマトの品質の高さをアピールしていく。次回のジュース加工については、販売の状況を見て、メンバーで調整しながら時期と量を検討していく。また、製造委託先ではピューレ等への加工も可能なことから、今後、加工品のバリエーションとして検討していきたい。

青果の販路拡大については、品質を評価してもらえ、こと、配送ルートが組めることなどを勘案しながら、引き続き販売先を検討していく。また、ブランド確立を目指し、収量・品質の安定化に向けた生産技術レベルの向上にも取り組んでいく。



トマトジュースのラベル

# ファン作りマーケットの会 (四日市市、鈴鹿市、亀山市、菰野町他)

四日市鈴鹿地域農業改良普及センターでは、自分で価格をつけて販売することで経営の安定化を図ろうとする農業者向けの講座「マーケティングゼミ(全8回)」を2009年度から開催しており、これまでにのべ123名の生産者が研修を修了している。この講座を受講したメンバーは継続的な情報交換を目的として「マーケティング研究会」を組織し、勉強を重ねるとともに四日市商工会議所の協力も得て、2010年度からは毎年1回、飲食店やホテル等、地元の実需者とのマッチングイベントを実施してきている。

このような取り組みを進める中、本年NPO法人三重県フリーマーケット協会から地元農産物を販売してもらえる生産者の出店依頼があったため、研究会の有志14名で販売部門として「ファン作りマーケットの会」を新たに立ち上げることとなった。「ファン作りマーケット」では、消費者にこだわりが説明できる商品のみを取り扱うこととし、さまざまなイベント等に出店し、消費者とのコミュニケーションを重ね商品のブラッシュアップを図りながら、販売力を強化していくこととしている。



## スタートアップ取り組み

### ① フリーマーケットへの出店

10月から四日市市民公園で毎月開催されるフリーマーケット in シティパークに出店することとなった。各月のフリーマーケットへの参加については基本的に自由とし、その月に生産物が販売でき、出席可能な者が参加することとした。出店当初はわからなかったが、街中で若者が多いこともあり、野菜等の直売であってもおしゃれな感じで演出したほうが、注目してもらえることが分かった。また、きちんと説明することで、特徴を理解して商品を購入してくれるお客さんも多くいることが分かった。各生産者の工夫や説明の仕方については、参加者どうしで共有することにより次回販売での改善につながっている。

### ② PRツールの作成

出店を継続していくうえで、リピーターも出てきていることから会としてのコンセプトや認知度を上げていくためにPRツールを作成した。「信頼できる農産物の販売者として1番に選んでもらいたい」との思いを込めて、メンバーの一人がロゴマークをデザインした。PRツールとしてはのぼり、看板を作成し、ブースに展示していくこととした。



ディスプレイ等の検討



ファン作りマーケットロゴマーク

## これからの取り組み予定

3回の出店を経験した時点で、開始前から工夫した点や課題となっている点をメンバーで話し合ったところ、農産物であっても各メンバーが商品をきれいに見せる努力をすることで、会全体としてこだわりの農産物を扱っているイメージ発信ができてきつつあるとの認識になった。一方で、お客さんとのコミュニケーションの取り方にまだまだ改善の余地があり課題となっている。今後の取り組みとして、商品の見せ方にさらに磨きをかけるとともに、生産時の努力や他商品との差別化ポイントについてキャッチコピーの整理やPOPでの表示、試食の提供等商品の特徴をわかりやすく伝える工夫がさらに必要である。

一部商品についてはリピーターも増えつつあることから、さらに多くのメンバーが参加し、時期折々に魅力ある商品を提供していくことで、「ファン作りマーケット」自体の評価を定着させていくことが目標である。



# 三重中央農業協同組合(加工野菜産地) (津市)

三重中央農業協同組合(加工野菜産地)では、2006年7月に農産物加工施設「ベジマルファクトリー」を建設し、地域の農産物等を使ったカット野菜を各地に出荷している。敷地面積:5,000㎡、延床面積:1,346.2㎡、1日10tの処理能力を持つ本格的なカット野菜工場である。

現在の農産物は市場流通が中心であり、価格が低迷したり、価格変動が大きかったりと、生産者所得を安定させることは難しい。所得が安定しなければ、農業の担い手も増えず、農地が荒廃してしまうという状況は当地域にも当てはまる。そのため、当団体では農産物をカット野菜として、付加価値を付けて販売する形をとっている。これにより農産物を計画的に生産し、安定した価格で買い受けることで、農家経営の安定化や担い手の育成を図っている。

さらに当団体では、当地域での農作物の収量を増やし、安定した農業経営を支援するため、「JAベジマル生産グループ」を設立し、生産者への営農支援などを強化してきた。また、みえフードイノベーション・ネットワークへの登録などを行い、多様な企業等との連携により、販路開拓や商品づくりなどにも積極的に取り組んでいる。



## スタートアップ取り組み

地物供給量の増加と消費者需要の多様化等に対応するため、バイヤー、三重短期大学等との連携により、農産加工新商品を開発する。

### ①「三重短期大学生が考える野菜レシピ」コンテスト

三重短期大学生生活科学科 准教授 阿部 稚里 先生に監修を依頼し、学生が考える野菜レシピのコンテストを開催した。コンテストには、学生のグループ・個人から13件の応募があり、教員および学生による厳正な審査の結果、上位3件のレシピが表彰された。(1位:和風あんかけ、2位:モロヘイヤ入り野菜のソース、3位:モロヘイヤ入りポテトサラダ)



野菜レシピコンテスト入賞作品



野菜レシピコンテストの様子

### ② 三重短期大学生によるベジマル新商品の試食会

三重短期大学1年生52名、2年生40名を対象にベジマルファクトリーの5つの新商品の試食とアンケート調査を実施した。アンケートの結果、野菜と伊勢赤鶏のサラダ、トマトサラダ、ビビン麺のパスタサラダなどの新商品が、味、見た目、食べやすさなどの項目で高い評価を得た。



ベジマル新商品の試食会風景



アンケートで高評価を得た新商品

## これからの取り組み予定

スタートアップの取り組みにより、三重短期大学との連携による新商品の共同開発が現実のものとなってきた。今後は、コンテスト要領等の考え方などを両方で詰め、商品共同開発の進め方を標準化していく。特に「野菜カップサラダ」の種類・品目等については、生野菜のみのサラダ、生野菜とボイル野菜、野菜以外のトッピング、パスタ麺など、様々な食材の組み合わせによる新商品候補が考えられるため、バイヤーからの情報等を基に、店頭で“売れる”商品を開発できるよう、学生によるコンテストや試食会などを推進していく。

三重短期大学との共同開発商品を次期主力商品と位置づけ、商品バリエーションの増加、展示会への出品などを行い、食品流通事業者との連携による販路拡大を順次進めていく。

当団体では、上記のような取り組みを行うことで、地域資源を活かした産地の維持、ベジマルファクトリーを核とした地域の食ネットワークによる生産、加工、流通、販売までの一貫した体制を確立する。

# 八十六石まこもの集い(津市)

津市美杉町太郎生地区は、津中心部から最も奥地に位置する一方で、名張市中心部からは 15km の距離にあり、後者の生活・経済圏にある。伊勢湾側は大洞山が、奈良県側には俱留尊山がそびえ立ち、その山間を走る国道 368 号線と名張川に沿って点在する 12 の農業集落から構成される。森林セラピーロードの「日神西浦コース」のほか、池の平高原や東海自然歩道、国重要文化財の十三重石塔や県指定天然記念物の大ケヤキのある国津神社を有する同地区は、自然資源、文化財が豊かである。

高齢人口比率が 44.2% に達する同地区において、2009 年に発足した本組織は、マコモの生産を通じて地域の耕作放棄地の発生を抑制するとともに、マコモをもうかる産品に育て上げることに、マコモを核とした活気のある地域づくりを行う。現在の会員数は 10 名で、マコモの販路を確保・拡大することで産地化を目指している。さらに、積極的に各種 PR 活動や交流活動、新商品の開発等を行う。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

2013 年度現在、八十六石まこもの集いには 10 名が加入しており、生産規模は約 1ha に上る。生産者の意見集約のため、本組織、県、大学との三者協議を通じて支援内容を取りまとめた。スタートにあたっては、特に PR に重点を置き、地元津市における認知度の向上に努めることが検討された。

### ② PR 資材(テントとジャンパー)を活用した販売促進活動の展開

津市のマコモの認知度を向上させるため、市内にある農産物直売所(ぬくいの郷、棕棕マルシェ、アグリピア垂水等)の協力により、テントによる販売促進活動を展開した。試食を通じて、マコモの美味しさや料理方法を消費者に提供した。

また、市長を交えて、マコモ料理の試食会も実施し、マスコミを通じた販売促進が図れた。

### ③ 消費を広げる加工品の開発

マコモタケは、収穫後の保存期間の短さが課題であった。従来、生食用はもとより、水煮にしたものは多くあったが、本年度の支援では、野田米菓に依頼し、あられの商品化を行ってもらい、消費の幅を広げることができた。

### ④ 市内飲食店との連携

販路拡大を目指し、市内の飲食店(和食店、洋食店)に食材としてのマコモをアピールし、期間限定の季節メニュー化を図ってもらった。また、三重大学病院管理栄養部の岩田加壽子先生の支援により、大学病院の中華食堂「四喜折々」に食材として無償提供した。



地元でのマコモ収穫祭



市長とのマコモ料理試食会



中華食堂でのマコモ料理試食会



「まこもあられ」

## これからの取り組み予定

三重県としては、県内各地においてマコモタケの産地化を図っている。他方で、消費者にとって認知度がなお低いマコモタケの販売量を向上するには、対面販売を通じて食べ方や特徴を説明する必要がある。

本組織は、これまでも地元小学校と協力し、積極的に食育活動を展開してきた。ハンズオン支援では、特に津市全域での認知度向上をねらい、継続的な販売促進活動・情報発信が不可欠との認識が起点となった。

猛暑の影響から収穫量は前年の 8 割だったものの、ジャンパーやテントを活用し、直売所、観光施設、飲食店などと連携した販促活動の結果、出荷した全量が完売するなど、高い成果がみられた。

また、市内飲食店との連携の結果、幅広いメニューが提案されるとともに、収穫最終期ながら、マコモタケの注文につながった。これが来年度以降の取引へと発展したことも、生産力の向上を促す大きな要因となった。今後も継続的な活動を通じて、産地力の強化が期待される。

# 株式会社アグリピア (津市)

株式会社アグリピアは「農産物直売所・アグリピア垂水」にて、近隣の農業者とともに、津市内の団地等の住民に新鮮な農作物を供給している組織である。「農産物直売所・アグリピア垂水」がある津市垂水地区は、国道 23 号線、国道 165 号線が走り、JR 紀勢本線阿漕駅・高茶屋駅、近鉄名古屋線南が丘駅が近く、交通の便がよい。また、ショッピングセンターや各種商店、工場、公共施設等も近隣に集まり、生活の利便性も高い。このため新興団地なども多く建設され、急速に市街化が進んでいる地域である。

市街化が進み、大規模農業が難しい当地域では、集約的な農業生産により、現金収入が得られる農産物直売所は貴重な存在である。また、「農産物直売所・アグリピア垂水」は、団地等の住民に農産物を供給することで、農業・農産物の地域での消費の有用性を理解してもらい、農業者と都市型住民との交流を促す重要な機能も持っている。

それぞれの農家の耕作面積は小さく、これまで、生産物の宅配や、地元有名料理店への生産物提供、直売所での料理教室の開催など、都市型住民の直売所利用を促すための取り組みを実施してきた。



## スタートアップ取り組み

三重県工業研究所（食と医薬品研究課）、三重調理専門学校、三重大学等との協力体制のもと、「乾燥野菜」の商品試作に取り組んだ。乾燥に適する野菜の選定や乾燥方法を検討し、試作品の製作と試行販売を行った。

### 1 乾燥野菜の試作

三重県工業研究所（食と医薬品研究課）にて食品加工の指導を受けながら、様々な野菜の乾燥を行った。また、三重大学 成田 美代 名誉教授（食生活学）によるアドバイス、他施設での乾燥野菜の取り組みの視察なども実施した。乾燥時間や乾燥前の野菜の切り方が乾燥状態に大きく影響し、製品の品質を左右した。また、どのような料理に使用するかによっても切り方などが変化することから、調理した結果のフィードバックに基づき再度試作するなど、試行錯誤が続いた。

### 2 乾燥野菜を使ったレシピの制作

乾燥野菜は、直売所で販売する商品としては目新しいもののため、一般消費者が調理方法を想像できない。今回は、三重調理専門学校 大川 円教諭（管理栄養士・調理師）の監修のもと、大根、サツマイモ、タマネギ等の調理レシピを開発し、直売所での販売促進を行うためのレシピシートを制作した。津市内で開催されたイベント等でも活用され、開発されたレシピによる乾燥野菜の調理方法の提案が、消費者へのPRにつながった。



乾燥野菜試作に関し、専門家からのアドバイスを受ける



他施設での乾燥野菜の取り組みを視察



三重調理専門学校監修の乾燥野菜調理レシピ



乾燥野菜

## これからの取り組み予定

「乾燥野菜」は、生鮮野菜と違い、保存性があるため、棚持ちを気にすることなく販売できる。また、これまでは旬の時期に大量に採れる農作物は、販売価格も下落し、処分に困ることがあった。こういった農作物を乾燥野菜にし、有効活用することが可能となる。この乾燥野菜を主軸に、「農産物直売所・アグリピア垂水」の生鮮野菜・乾燥野菜の販売を増やしていくほか、津市内の飲食店などへの販売や、調理実習などのテーマにも乾燥野菜を使い、PRを進めていく。

また、「農産物直売所・アグリピア垂水」や津市内の飲食店で定期的に乾燥野菜が売れるようになれば、複数の直売所で組織する「産直ネット津」の会員店舗への販売拡大も可能である。販路に応じて増産を検討するとともに、乾燥野菜として加工する野菜品種の拡大も行っていく。

# むくむく 椋椋マルシェ（津市）

椋椋マルシェは津市芸濃町にある農産物直売所である。当地域では、高齢者の作る自給的野菜生産により農地が維持されてきた。こうした中、生産した農産物を手軽に換金し、農家の所得が向上するよう、2011年11月に、地域周辺の中小規模農家とともに、椋椋マルシェが設立された。

当地域は津市の北部に位置し、東西を丘陵地帯と山林地帯に挟まれ、南北に伊勢別街道が走っている。街道沿いには、多くの住宅や商店が建ち並び、県道津関線、県道亀山白山線、伊勢自動車道芸濃インターチェンジなどがあり、交通の要所となっている。

当地域の高齢化率は高い。小規模農家により支えられている当地の農業も、その農家のほとんどが高齢者である。椋椋マルシェに出荷する農業者もこの例にもれず、高齢者であり、さらに購入者の大部分も高齢者という状況である。椋椋マルシェではこれまで、野菜以外の調味料などを店頭に置いたり、買い物弱者を対象とした野菜の配達を行ったりなど、地域の高齢者の要望を取り入れ、利用しやすい店づくりを行ってきた。



## スタートアップ取り組み

### ① イベントの開催等による集客力の向上

交通の要所となる伊勢別街道沿いには、農産物直売所や、スーパー・ショッピングセンターの産直コーナーなどが乱立している。このため、これらの販売施設との差別化を図り、椋椋マルシェの存在感を高めていくことが重要となる。本取り組みでは、高齢者層をターゲットに、イベント等の開催により集客力を向上させ、将来に向けた新たな客層の取り込みにつなげる。今回は、地元農家等の協力を得ながら、冬野菜料理の試食会等を実施し、地域内で椋椋マルシェのPRを行うことができた。

### ② 生産者と消費者の交流の場づくり

当地域では生産、消費ともに高齢者がその中心となっている。本取り組みでは、地域の生産者と消費者の交流の場づくりを行い、椋椋マルシェを「地域住民を結びつける組織」として機能させる。今回は、高齢者から直売所敷地内の砂利敷きの駐車場でシルバーカーが押しづらいという要望があり、設置した歩道を、近隣の保育園児のお絵かきの場所として開放、高齢者、園児、保護者など様々な世代から親しみの持てる施設とした。また、試食イベントなどが開催できる、ふれあい交流スペースも設置し、生産者と消費者の交流の場を設けた。



冬野菜の試食会



園児によるお絵かきの様子



ふれあい交流テラス



地元野菜たっぷり料理

## これからの取り組み予定

小さな栽培面積でも、一人一人が農地を荒らさず営農し、町全体で農業を維持・発展させていくことは、当地域の農業のひとつの姿と考える。高齢者が手間暇かけて行う安全・安心な農産物を椋椋マルシェにて販売し、生産者の健康や生き甲斐づくりに貢献したい。また、ふれあい交流スペースを活用したイベント等の定期開催により、今以上に直売所としての交流機能を発展させていく。

### ① 地域の生産者・消費者のためのイベントの開催

地域の農産物の販売イベントなど、椋椋マルシェを核とした地域の生産者・消費者のためのイベントを開催する。

### ② ふれあい交流スペースを活用した地域住民の交流の場づくり

ふれあい交流スペースを地域住民に開放し、高齢者、子育て世代、児童など、様々な世代が活用できる場とする。交流の場ではPOP等を使った地域農産物のPRなどを行い、交流スペース利用者を、店舗内での買物に誘導する仕組みをつくとともに、集客力のさらなる向上をねらう。



# 足坂農家組合（津市）

足坂農家組合（組合員数 47 名、農地面積 19ha）は、施設・機械等の共同利用および農地の有効活用により、生産性の向上を図り、地域農業を発展させることを目的に 1999 年に設立された。現在、米、麦、大豆の栽培に取り組んでおり、主に系統出荷を行っている。中山間地域で農産物を生産する組織として、直接販売による収益性の向上、担い手人材の確保と育成、シカを中心とした獣害対策等の課題を抱えると同時に、地域の水田を守ることが、本組合の使命でもある。

美里町には、昔からこの地域で栽培される地大豆「美里在来」があり、一般品種の大豆に比べ粒が大きく、甘みが強いという特長がある。本組合は、この「美里在来」を上述の課題解決の糸口として、地域農業の振興を図ることにより、集落環境や集落機能を維持することが、求められている。

また、安定的な営農体制を築いていくためには、農産物の直接販売や加工品づくり、何より市場の確保が必須である。本組合は、消費者への訴求力を高める取り組みにも熱心である。



## スタートアップ取り組み

### ① 販売マインド向上のためのミーティング

組合員は栽培技術のベテランである一方で、販売に関する知識は少なく、販売マインドを高めることが重要である。そのため、奥山壽一氏（三重県交流アドバイザー）を招き、構成員対象に農産物販売勉強会を開催し、商品開発、販路開拓、広報・宣伝、営業活動等のマーケティングに関する知識向上を図った。

### ② 大豆キャラクターづくり

販売強化対策として、消費者に「美里在来」の特色を伝えるラベルづくりに着手した。地域住民が、大豆キャラクターを考案した。

### ③ 美里在来大豆と足坂農家組合PRのためのリーフレット作成

小袋による店頭販売を始めるにあたっては、商品をPRする販売促進資材が不可欠である。「美里在来」の特長、成分分析値（食品分析開発センター SUNATEC）、料理方法を掲載したリーフレットを制作した。

### ④ 今後の加工品開発に向けた豆腐の試作

市内の豆腐会社の協力を得て、「美里在来」豆腐を試作した。この試作品は、集落全戸（78世帯）に配布し食味アンケートを実施した。大豆特有の風味について課題が挙げられる等、改良へ向けた機運が高まった。



「美里在来」大豆



面談を通じて課題を整理する



キャラクターが踊る「美里在来」豆腐（試作）



「美里在来」リーフレット

## これからの取り組み予定

小袋大豆は、出来るだけ多くの施設で販売し、積極的な営業活動を行う予定である。また、豆腐だけでなく、大豆加工品を各種試作し、「美里在来」の美味しさをアピールできる製品につなげていく。そのために、キャラクターやリーフレットなどの販促資材を作成した。このキャラクターは、消費者に対するアピールだけでなく、地域住民に愛着を持ってもらう存在として育てていきたいと考えている。

大豆をきっかけに取り組んでいるが、将来的には収益性の向上による経営安定のため、米やその他の農作物の直接販売も視野に入れて考えていかなければならない。条件不利な中山間地域であるが、積極的な攻めの経営を展開し、次世代に安心してつなげられる基盤をつくっていかなければならない。

今回策定したラベルには、「美里在来」を育てる足坂地域や組合の様子を地域住民や次世代へと伝えるため、地元住民による風景画や組合員の作業写真なども掲載した。今後、各所で販売していくためのツールとして活用していく。こうした条件を整える過程で、組合員の販売マインドを醸成し、適価で売れる商品づくりを継続する。

# 有限会社茶工房・かはだ (松阪市)

有限会社茶工房・かはだは、松阪市飯高町の櫛田川が渓谷を作って流れる地域にある。香肌（かはだ）地域をはじめ飯高町は茶の栽培に適した気候条件と地形に恵まれ、古くから茶の栽培が行われてきたが、高齢化により栽培農家が減少している。この状況を放置しておく地域存続にも関わるとの危機感から、茶園と加工工場の集約化のために3軒の茶農家により設立されたのが、茶工房・かはだである。茶工房・かはだの茶は、通常の煎茶より長時間かけて蒸す製法の「深蒸し茶」で、渋みが抜け、甘みやコクなどの味わいが引き出されるのが特徴であるが、同社では、茶の卸販売と自社販売店による小売りに加え、夏場にはかき氷「かはだ氷」、冬にはぜんざいを提供し、地域内外から多くの人を引き寄せている。「かはだ氷」は、お茶の粉末が入った茶専門店ならではのメニューとして好評である。



## スタートアップ取り組み

### 1 課題整理と取組方針確定のためのミーティング

茶工房・かはだは、恵まれた栽培条件のもとで生産される茶葉にこだわり、高級な茶をそれ相応の価格で提供すること、および小売販売拡大を目指して、香肌の茶の特徴を消費者に訴えながら販売するツールとして、リーフレットをつくることとした。リーフレットには、商品についてだけでなく、香肌の地形、土壌、水、風などの茶栽培の環境、および深蒸し茶の特徴などについて、丁寧な説明を入れることを心がけた。



リーフレット作成用写真撮影



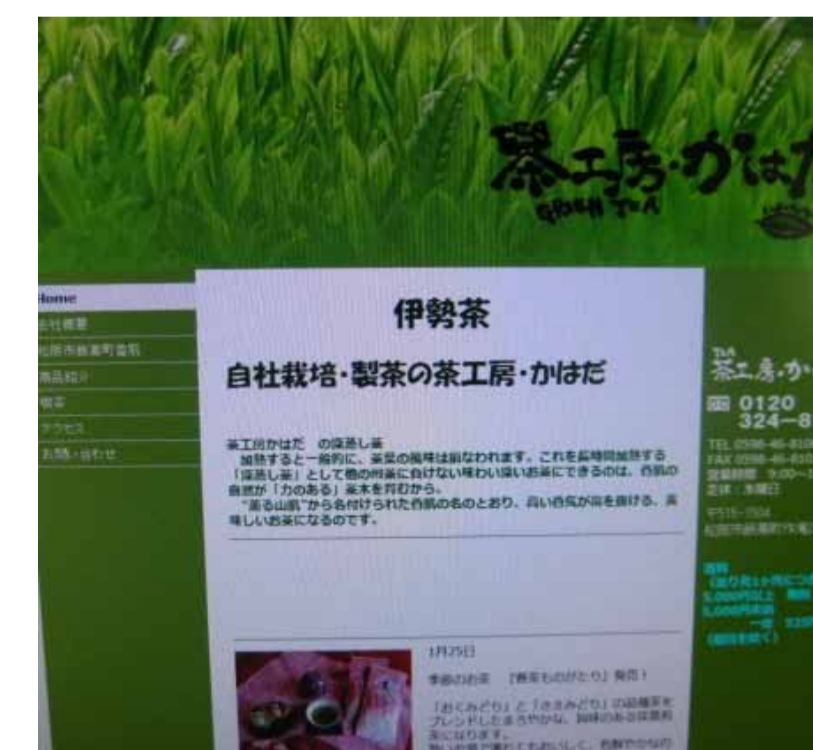
リーフレットの内容検討

### 2 多様な商品の種類の整理

多種にわたる商品を消費者にわかりやすく提供できるように、茶の種類、加工方法などを基準にして分類し、パッケージその他を色で識別しやすいようにした。その整理は社長はじめスタッフとデザイナーが相談しながらおこなった。

### 3 ホームページの作成

茶工房・かはだでは、独自のWebサイトがなかったため、新たにホームページを開設することとした。制作を外注すると初期費用がかかるうえに、内容の更新もスピードに欠けるため、社内スタッフが作成、更新をおこなえる方法を採用することとした。掲載するデータは、主にリーフレット作成にもちいたものを利用し、地域の説明部分については新たに加えた。



ホームページ

リーフレット

## これからの取り組み予定

茶工房・かはだでは、茶畑の土壌、地形、気候など、強い茶木を育てる恵まれた環境とそれにより生産される高品質の茶について理解してもらうための情報提供を心がけ、売上拡大を図る方針である。香肌で生産される茶のよさとそれが生産される地域をPRし、商品の販売だけでなく、地域への来訪者を増やすことによる地域活性化も目指している。本社の店舗の近くには、年間来訪者数約35万人の「飯高駅」という道の駅があり、そこでは茶をはじめとする地域産品の販売施設および温泉施設も整備され、地域活性化の拠点となっている。また、飯高町には鮎釣りができる櫛田川、1千メートル級の山々、蓮ダムなど、フィールドワークが楽しめるスポットが点在しており、それらの地域資源と合わせて、香肌の茶を売り込んでいこうとしている。

今後の課題としては、会社内外の知恵を取り入れながら茶の新たな用途開発に取り組んでいくこと、および茶の加工工程における省エネ化であろう。

# 柳原おはこ市（大台町）

大台町は国道42号および近畿自動車道紀勢線（紀勢道）が通り、中心部に大宮・大台インターチェンジが設けられている。主要産業は林業と茶および米の栽培を中心とする農業である。町内には道の駅および紀勢道パーキングエリアの販売施設があり、来訪者向けに地域産物を出荷販売する体制ができています。柳原は、幹線道路から外れた、宮川が溪谷をつくって流れる山間にある集落で、柳原観音があることで知られている。観音さんの祭礼がある毎月18日には、周辺地域から集まる参拝客向けに地元野菜などを販売する朝市が開かれています。

おはこ市グループは、朝市の目玉商品として、相可高校食物調理科の先生などの指導を受けながら、地元の造り酒屋の酒粕を材料とする酒まんじゅうの商品化に取り組んだ。酒まんじゅう以外の和菓子も商品化し、18日の朝市以外の機会や場所でも販売することを目指している。また、地元産小豆の利用など、さらなる地域資源活用を検討しているところである。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とターゲット、商品づくりの検討

朝市の定着化、安定的集客と売上実現の目玉商品として和菓子を設定する根拠とその是非を検討した。その結果、市場規模はロールケーキなど洋菓子の方が大きいですが、顧客層と地域資源活用を勘案すると和菓子が適当であるということになった。地元の造り酒屋、元坂酒造から酒粕を安定的に調達できることと、地元の資源を有効活用したいという思いから、酒まんじゅうを中心商品とすることとした。



和菓子製造施設



商品開発のための講習会

### ② PR資材（のぼり）、包装紙の検討

酒まんじゅうのパッケージを巻く紙ラベルと「酒まんじゅう」ののぼりを制作し、朝市、その他の販売の際に利用することとした。紙ラベルのデザインは、役場産業課職員が作成したものである。



「酒まんじゅう」のぼり



「酒まんじゅう」パッケージ

### ③ 酒まんじゅうその他の商品製造用機器の導入

冷凍冷蔵庫のほか、保温蒸し器、こね機など、和菓子作りの機器類を導入し、作業の効率化と品質の安定化を図ることとした。商品化の過程では、相可高校の先生の指導を得ており、今回の酒まんじゅう商品化は、柳原住民と地元役場など行政および高校による協働の成果であるということができる。

## これからの取り組み予定

大台町役場では、2012年度から、地域の特産品を活用したスイーツを作り出すプロジェクトを農家、飲食店、商工会などで取り組んでいる。

柳原のおはこ市グループも、今回の取り組みによる商品開発、体制整備により、販売機会の拡大、売上増加を図ることが大いに期待される。生産および手続き面では、地域の集会所の付属建家を改装して和菓子製造施設の条件を整え、保健所への届出も済ませ、体制が整った。これまでのところ、朝市での酒まんじゅうの売れ行きは極めて好調で、販売開始後、短時間で売り切れとなる状況である。

おはこ市グループの活動目的は、柳原にたくさんの人が訪れ、地域がにぎやかに活性化されることである。

# JA一志東部いちじく部会 (松阪市)

松阪市曾原町は、旧三雲町の海岸に近い水田の広がる地域に位置する。曾原地域では、米の生産調整と転作が課題となり始めた1970年からいちじく栽培に取り組み、先進地域の見学や栽培指導を受けながら、栽培面積および生産量を拡大してきた。

三雲のいちじくは、曾原町内のJA一志東部いちじく部会の13名の部会員により2.77haの面積で栽培され、その生産量は県全体の7～8割を占める三重県内最大の産地となっている。曾原は三重県地方卸売市場に近く、市場出荷の面では利便性に恵まれているが、小売市場においては全国最大の生産量がある愛知県産との競合がみられる。一方、栽培面では、株枯病の蔓延により産地の存続が危機的な状況に陥っているため、株枯病対策による生産力回復、さらには増産・増収による部会員のモチベーション向上、新規参入者確保、産地の維持・拡大が課題となっている。



## スタートアップ取り組み

### ① 需要開拓、消費者開拓の方策の検討

食わず嫌いが多いいちじくの需要開拓の方策を検討し実施することが、生産拡大、価格維持のために不可欠と考えられる。需要開拓のため、リーフレットを作成し、配布することとした。

### ② PR資材（リーフレット）の内容検討

消費拡大につなげることを目的に、成分、食べ方、調理法など、いちじくに関する一般的な知識および生産者の声や顔写真を載せたリーフレットを作成した。このリーフレット作成にあたっては、三重大学の学生が、挿し絵や説明文作成の面で協力した。

### ③ 生産量の維持拡大と販売拡大への取り組み

量販店での販売促進活動のためにマネキン派遣会社に依頼して研修会を実施するとともに、店頭販売用の試食食材の試作などを、7月中に行った。さらに、露地物の出荷が本格化する8月下旬に、部会員がマネキンの女性とともに松阪市の量販店店頭で販促活動を行い、いちじくの味を知ってもらっただけでなく、平時を上回る売上増加も実現した。



研修風景



試食用加工品試作

## これからの取り組み予定

近年、株枯病が蔓延し生産量が減少していたが、病害耐性台木苗の育成やコンテナ栽培による株枯病の対策を3年程度で進めることにより、7～8年後には単位面積あたりの収量が現在の2倍に回復することが見込まれる。生産力回復により増産される生産物の販売先確保のため、今年度に行った店頭PRのための研修会で得られた知識および店頭PRの経験を活かして、今後とも直接消費者に生産物をPRする機会をつくり、三雲のいちじくの知名度向上と販売増加を図っていく。

また、作成したリーフレットを小中学生の給食提供に合わせて配布していく。



「三雲のいちじく」リーフレット (A4 4つ折り)



小中学生向けリーフレット (A4 3つ折り)

(作成：渡邊あゆみ(三重大学地域戦略センター学生スタッフ))

# くさき 国崎干し芋生産者グループ(鳥羽市)

鳥羽市最東部に位置する国崎は、市の大半の海岸と同様に、リアス式海岸で平坦地が少ない。国崎の人口は約390人、130世帯で、多くは半農半漁で生計を立てている。高齢化と獣害被害による耕作意欲の低下で地域農業の衰退と農業の弱体化は顕著である。このような状況下、課題を共有し情報交換する中で、有利販売を目指して、国崎地区の干し芋生産者とJA鳥羽志摩などが協力して、2012年11月に国崎干し芋生産者グループを結成し、共同出荷を開始した。同地に伝わる干し芋を生産してきたのは、海女を生業とする女性たちである。

海女たちは午前5時から漁に出て、昼食後、休む間もなく農作業をするという生活を何年も続けてきた。さつま芋の収穫と干し芋生産の時期は漁の最盛期と重なり、高齢の海女たちにとって相当の重労働だ。これまで、生産者の干し芋への愛着と自信が骨の折れる作業を支えてきたが、生産者の高齢化は進み、干し芋生産の継続自体が危ぶまれている。そこで、生産者を増やし末長く故郷の味を守るために、干し芋による収益を増加し、仲間を増やしたいとグループメンバーは考えている。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理から干し芋のパッケージ作成まで

昨年の試験販売の経験を基に、商品化に必要な情報の洗い出しと販路に関する考え方を共有した。生産者はこれまで、国崎の地に伝わる芋を原料に、この地ならではの独特の製法で干し芋を生産してきた。丸ごと干すので、甘みが強く、もちりとした食感が特徴だ。生産者は、この甘味と食感、漁をしながら丹精込めて作ったことをアピールし、同地に根付く「煮つきり干し」という名称を使用したパッケージを作成したいと要望した。また、販売者であるJA鳥羽志摩からは、市場で知名度のある「きんこ」という名称を入れ、他産地や他製品との差別化を意識した高級感のあるパッケージにしたいとの意向が聞かれた。



作成したパッケージ

### ② 今年の生産

降水量が少なかったために芋の収穫量は減り、干し芋の出荷量は昨年の半分800袋(200g)だった。しかしながら、これまで安価で自家流通していたものを共同で販売することにより価格の引き上げが図られた。また商品にするためには細かいゴミや繊維までもきれいに取り除くなど、より手間をかけ、衛生管理にも気を付けるようになった。

生産上の手間は増えたが、「煮つきり干し」の価値を認められて張り合いになると海女たちはいう。



打ち合わせ風景



加工現場



国崎に伝わる芋

## これからの取り組み予定

### ① 栽培面

芋の品質は栽培期間中の肥培管理によるところが大きい。今年の栽培からも、土壌診断に基づく適正な施肥や資材の選択、干ばつに備えたマルチ被覆の必要性が痛感された。

現メンバーによる栽培面積の拡大には労力的にも限りがあるため、原料芋の安定生産に向けて対策を講じるとともに、より収量が上がるよう努力する。

### ② 加工面

現在のところ、国崎干し芋生産者グループへの新たな参加者はみられないが、今後販売が軌道に乗り収益が増大すれば、仲間が増える可能性も期待される。また、他の地域から原料の芋を購入し、同グループが干し芋に加工するという案も出されたが、グループメンバーはこの案を受け入れなかった。なぜなら、国崎の「煮つきり干し」は、70代になる海女たちが子どもの頃から、地域に根付いた芋によって作られてきたからである。芋の種と土の組み合わせによって芋の品質は異なる。海女たちの強いこだわりゆえ、今後もこの地で自ら栽培した芋を自らの手で加工していく。

### ③ 販売面

今年度はJAを介して名古屋市場および三重テラスへ出荷した。来年度からは、鳥羽市に新たに開設される直売所でも販売する予定である。今後、生産者のこだわりや手間を考慮した価格設定や他商品との差別化を検討する必要がある。

# JA伊勢玉城柿部会 (玉城町)

JA伊勢玉城柿部会は、玉城町の園地で次郎柿を栽培する生産者により組織された団体である。玉城町は伊勢平野の南部に位置し、平坦な地形と比較的温暖な気候を活かし、水稲を主体とした農業が熱心に営まれている。果樹類の栽培も盛んで、多くの種類が栽培されているが、その中でも次郎柿は玉城町全域で栽培されており、県内第2位の産地となっている。

現在、玉城町には100名を超える次郎柿生産者がおり、その栽培面積はおよそ50haに及ぶ。しかし、販売単価が最盛期の5分の1まで低下していることや後継者不足、高齢化などから、産地の根底である生産者の生産意欲は大きく低下し、産地の活性は失われつつある。

こういった状況の中、JA伊勢玉城柿部会では、幅広い世代を対象に生産者アンケートを実施するとともに、座談会で積極的な意見交換を行い、産地としての将来ビジョンを検討してきた。その結果、新たなブランド化に挑戦することとなった。



## スタートアップ取り組み

### ① 野菜ソムリエとつくる商品コンセプト

野菜や果物の専門家として、「野菜ソムリエコミュニティみえ」から野菜ソムリエを招聘し、次郎柿生産者との商品コンセプトづくりのための意見交換会を実施した。柿について連想するイメージをクリッピングし、キーワードを抽出するなど、ターゲットとなる消費者にアピールできる特徴を探った。また、品種の違う柿の食べ比べ、実際のパッケージ案に基づき、色や大きさ、箱に入れる柿の個数やラッピングの方法なども検討し、陳列方法や販売方法も含めた議論の中、商品コンセプトをまとめた。



商品コンセプトづくりの様子



パッケージデザイン検討の様子

### ② 玉城次郎のロゴ、パッケージをデザイン

商品コンセプトに基づき、外部デザイナーを活用し、パッケージのロゴデザインの検討を進めた。デザインの検討にも引き続き野菜ソムリエに入ってもらい、消費者の視点を重視した。ロゴには玉城町を象徴する田丸城跡が中央に位置する地図を背景に使用することで、地域を代表する特産品としての特徴を出した。高級感のあるパッケージは、ターゲットとなる消費者の購買意欲を高めるだけでなく、生産者自身が手にとった際に、次郎柿の生産意欲を奮い立たせるためのツールでもある。関係者それぞれの想いの込められたパッケージが完成した。



パッケージデザイン



完成した試作パッケージ

## これからの取り組み予定

他産地の次郎柿と差別化するため、商品コンセプトを決定し、それに基づくパッケージをデザインした。今後は、パッケージデザインに基づく販売資材、販促資材を検討するほか、市場関係者への試作品のお披露目などを行い、販売者の視点からのフィードバックも商品づくりに活かす。このような特徴ある商品づくりを通じて「もうかる農業」に取り組むとともに、「玉城町産次郎柿」を広く周知していく。これにより、高齢化や後継者不足など、社会環境の厳しさにより下がり続けている生産者の生産意欲を向上させ、部会全体の活性を高める。

① **品質遵守の販売体制の確立**：「玉城町産次郎柿」のブランド力が一定となるよう、生産者の栽培技術を確立する。

② **新商材の開発**：確立したブランド戦略に基づき、新しい形態の商材を検討、開発する。

③ **新しい販路の開拓**：新商材を安心して販売できるハイエンドユーザーをねらった販路を検討、開拓する。

# JA伊勢野菜づくり研究会 (伊勢市、度会郡)

JA伊勢野菜づくり研究会は、JA伊勢主催の「野菜塾」終了者が、多品目野菜の地域直売所への出荷や生産部会加入による品目を絞った市場出荷など、それぞれの実情に応じた野菜出荷販売生産者を目指す取り組みを支援するために、2012年度に発足した。メンバーは18人で、年代は60代以上が多く、作物の出荷販売は初めてという人が多い。メンバーの大半が、伊勢市、玉城町および度会町居住者である。

野菜づくり研究会では、JAおよび名古屋卸売市場の業者の提案で、昨年より新しい野菜栽培に取り組んでいる。栽培が始まってから5年程度と歴史が浅い、「アレッタ」という野菜である。アレッタは、ブロッコリーとケールを掛け合わせた野菜であり、食味が良く、ビタミンKやカロテンなどの栄養素が多く含まれているのが特徴である。収穫期は12月から4月頃までにあたる。

栽培されたアレッタは、名古屋方面の卸売市場経由で、スーパーなどの量販店で販売されるのが中心であるが、地域の直売所でも販売される。消費者にとって馴染みの薄い野菜であるだけに、こういった販路であっても、商品に対する理解度および知名度の向上が不可欠と考えられるため、今後継続的な努力が必要だと思われる。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とニーズ策定のための生産者を交えたミーティングを開催

昨年の販売経験より、消費者に馴染みの薄い農産物の販売促進のためには、その農産物の生い立ちや特徴、生産地情報、そして料理法の宣伝リーフレットによる情報発信が重要であることがわかった。そこで、主婦層をターゲットにして、それらをわかりやすく一冊にまとめた店頭配布用リーフレットの作成に取り組むこととした。



試食会の様子

### ② 野菜ソムリエの協力も得てPR資材（リーフレット）の内容検討、試食会

消費者にとって、馴染みの薄い野菜の場合、調理法の説明は商品選択の重要な要因であるため、料理レシピ作成について、三重県内の野菜ソムリエの集まりである、「野菜ソムリエコミュニティみえ」の協力を得た。そして、提供いただいた料理レシピで、実際に調理実習・試食会を開催し、アレッタの調理法や食べ方について、意見交換を行なった。



提供いただいた料理レシピを元に作った試食

### ③ PR資材（のぼり）の作成

量販店等における販売促進のために、売場用広告（POP）の作成も行なうこととした。



リーフレット



POP

## これからの取り組み予定

JA伊勢野菜づくり研究会では、2012年度からアレッタ栽培、2013年度からは夏野菜のバターナッツ（カボチャの一種）栽培を開始し、それらの新しい野菜の販売促進に取り組んできた。これらの作物は、馴染みが薄いため、販売量拡大には時間がかかるが、消費者に周知されるとともに販売量拡大も期待される。

今回は、野菜や果実の特性、栄養、素材に合った食べ方、盛りつけ方などに精通したスペシャリストである、野菜ソムリエにレシピを提供いただき、実際に調理したことで、レストラン等での食材として提供することに十分であることが確認でき、今後の販路拡大に期待が持てるものとなった。

また、アレッタは、茎の部分だけが販売されており、外葉部分は栄養分はあっても活用されずに廃棄されることが多いため、経営面ではそうした部分の利活用による収益拡大が、今後の検討課題となってくるであろう。

# ふるさとづくり上高尾の会(伊賀市)

上高尾地区は、伊賀市の最南端に位置し、標高 500m を超す淀川源流域にあたり、オオサンショウウオも生息する恵まれた自然の中にある。奥深い山々に点在する谷間の 4 集落からなり総人口は約 160 人、世帯数は約 60 戸である。過疎化、高齢化が進行しており、農業の経営規模は総じて零細で、耕作放棄地も増加傾向である。

一方、この地域を残す活動意義は共有され、都市との交流やものづくり事業を实践すべく、2010 年 1 月に当会が発足(現在、地元農家を中心とする男女 20 名で構成)し、「水で繋がる上流(田舎)と下流(都会)」をコンセプトとして、京阪神の都市住民との交流に取り組んできた。2010 年度には伊賀市の支援事業を受けて本格的に始動し、2011 年度には食と地域の交流促進対策交付金(国補助、2 カ年)の採択も受けた。

2012 年度には、古来の製法によるコンニャクづくりや、そば打ち技能研修などにも取り組むとともに、食の安全や環境への意識が高い都市住民(特に親子)の主体的な参加と、こちらからも都市部へ出向くなど双方向の交流の中から、都市住民と協働で交流事業を企画・実践するスタイルが定着しつつある。



※風景写真・田植え写真は、当団体のブログ「上高尾からノラの息吹」より引用

## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

従来の交流から、食と環境への意識が高い都市住民が主体的に参加しつつ、ともに実践したい活動について検討した。その結果、参加動機を高める環境づくりとして、名張駅-上高尾間の送迎バスの運行と、地元住民とともに主体性ある活動を展開する拠点として、自己施工により石窯を設置することを決定した。

### ② より参加しやすく ~送迎バスの運行を試行~

6 月の田舎体験イベントを機に第 1 回のバス運行を実施し、来訪者 32 名のうち 13 名がバスを利用した。草刈り作業やホタル観賞とともに、都市住民が小さな圃場を貸りてバジル栽培に着手したことで、上高尾で過ごす当事者意識が都市住民の中で醸成されることとなった。その後、同様のバス運行は 9 月、12 月にも実施され好評を得た。

### ③ みんなの活動拠点づくり ~自己施工で石窯づくり~

地元と都市住民による協働拠点として、また、女性の参加機会を増やし、さらには多くの地元住民に受け入れられる雰囲気づくりに資する拠点として、都市側住民の設計協力と自己施工により石窯をつくった。収穫祭イベントでは一丸となって石窯ピザを焼き、地元女性が用意した郷土料理とともに味わうことができた。



交流イベントへのアクセスを支援(バス借上)



盛況の収穫祭イベント



収穫祭イベントで大活躍の石窯オープン



女性の腕の見せどころ

## これからの取り組み予定

本年度の支援の主眼は、上高尾を「第二のふるさと」として想い、ともに諸活動に取り組む都市住民をさらに拡大して、人と地域がいきいきと輝く地域づくりと、将来的には移住受入を目指すことにある。すでに商品化に取り組んでいるコンニャクづくりをはじめ、地元の農林産品(米、野菜、蕎麦、わさび、きのこ、炭など)の特産品化を進める。また、雑木林や竹林の整備による里山づくり、空き家の活用に向けた修繕作業などに取り組んでいく。

これらの取組にも都市住民の継続的、かつ主体的な参加と協力を得て、お互いが支え合える仕組みが無理なく自然と定着していくことを目指す。将来的な移住受入をめぐることは、多くの課題が指摘されるものの、都市住民が自主的・主体的に企画・運営に携わっており、現に相当高度な連携にまで発展している。これらの取組を今後も発展させていくことにより、将来の地域の姿として、人と地域が輝き続けるプラチナ社会の創造が期待されるものである。



# 青山マロンクラブ (伊賀市)

伊賀市老川・種生地区は旧青山町内に所在し、豊かな自然に囲まれた山間の集落で、少子高齢化が特に進行している地域のひとつである。同地区近辺の高齢者 11 名から構成される「青山マロンクラブ」は、2008 年度に栗の生産販売を開始し、一部の栗を加工するなど意欲的に取り組み、現在の栽培面積は、老川地区の傾斜地 30a ほどと、種生地区の幼木園など 90a ほどとなっている。

収穫量は 400 ～ 500 kg 程度で推移するが、総じて単収は低く、生産面は不安定である。出荷については、生栗は地域の直売所で販売し、一部は渋皮煮に加工して地元の菓子店へ卸したり、瓶詰めにしてイベント等で販売している。なお、渋皮煮を仕入れた菓子店では栗大福を販売しており、その店頭価格は 180 円程度と比較的安価で売れ行きも良いが、品質的に見合った良質な栗の絶対量は少なく、限定的な展開にとどまっている。

栽培管理においては省力化に努め、草刈り（年 3 回程度）、防除（年 2 回程度）を外部委託しているが、いずれも 3 万～5 万円/回の負担となり、収益面での大きな課題となっている。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理と取り組み方針策定に向けたミーティング

収量確保に向けた栽培管理面の改善とともに、60 ～ 80 歳代の高齢者でも実践しやすく、現状に照らして低コストで維持できる省力化技術の導入が最優先課題である。そこで、当面の実践内容について検討した結果、まず手始めとして、無理なく導入可能で除草労力の低減が期待できるナギナタガヤによる草生栽培の実践を目指すことを決定した。

### ② ナギナタガヤの導入

ナギナタガヤは 9 月頃に発芽する一年草で、冷涼期にも生育し、5 月末から 6 月には枯れて敷草状となって他の雑草の繁茂を長期にわたって抑え、翌秋には種子から自然発芽することから、果樹園での草生栽培にも広く活用されている。このナギナタガヤの導入により、除草作業の省力化を図り、高齢者でも取り組みやすい環境づくりを行う。

今回は、種苗会社から取り寄せた種子のほか、紀州地域のみかん園で定着しているナギナタガヤの種子も入手して 9 月に播種作業を行い、その後の生育状況を確認しているところである。



方針検討など打ち合わせの様子



ナギナタガヤの播種作業



ナギナタガヤの様子 (11 月上旬)



生産安定を目指して (剪定講習の様子)

## これからの取り組み予定

高齢者による休耕地の活用、栗の植栽、生産、加工品の製造販売といった一連の実践を通して、生き甲斐と働く意欲の向上が得られ、ひいては地域の特産物づくりにもつなげるべく取り組みが継続してきた。当面は、単収や品質の向上、加工品創出等の課題に対しても、労力面に配慮しつつ引き続き取り組んでいく。

地元からのニーズも高く、収穫したほぼ全量を地元で販売できることから、着実なペースで新規メンバーを募るなどして、生産の安定・定着を図っていく必要がある。

また、どうしても避けられない虫食い等の不良品を加工用に出荷するなど、加工品づくりに向けた農商工連携や外部との連携を模索していくことで、収益性の向上が期待される。

# JAIがほくぶぶどう部会 (伊賀市)

伊賀地域は、奈良や京都、滋賀と隣接しており、古くから関西圏との交流が盛んな地域である。内陸盆地特有の気象条件で、寒暖差が大きく、降水量は年間 1,500 mm程度と県内では比較的少ないことから、ぶどう栽培に適している。

現在のJAいがほくぶぶどう部会は、部会員 29 名、栽培面積約 10ha を有している。現存する生産者の多くが各戸ごとに直売所を持つなどして総じて直販比率が高いが、JAとしても、近隣の量販店の産直コーナーに出荷する等、販路確保に努めている。

品種は巨峰が中心だが、赤系品種の安芸クイーンが約 20 年前に導入され、「伊賀乙女」の名称で地元消費者から親しまれている。また数年前から「シャインマスカット」を導入し、消費者の嗜好に合わせた種なし栽培を試行している。また、販売には至っていないが、安芸クイーンを補完する品種として 3 年前から赤系大粒品種「クイーンニーナ」が一部生産者により試作されている。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理と方針決定のためのミーティング

長年の市場単価の低迷と担い手の高齢化等により、ピーク時 (70ha 以上) に比べ、産地規模が大幅に縮小する等、地域全体で見ると活力が低下しつつある。そこで部会長を中心に、より市場ニーズに合った出荷形態を実践していく方向で協議が重ねられてきた。

そのような中、今回のスタートアップの取り組みでは、伊賀産ぶどうの特長を伝えることを主眼とし、主力 3 品種 (巨峰、安芸クイーン、シャインマスカット) ごとの販促ツールづくりを進め、従来の化粧箱販売等に代わる販売形態を試行、実践していくことを決定した。

### ② 商品タグ等の制作と新たな販売手法の試行、実践

従来の化粧箱デザイン等のブランドイメージを継承し、またJA、全農担当者から伝えられる市場ニーズも踏まえ、主力 3 品種の特長 (品種の特長のほか、巨峰、安芸クイーンは食味を重視した「種有り」であること) を伝える商品タグ、および小売現場での掲出を想定したミニのぼりを制作した。(印刷発注はJA側で負担)

また、JA出荷分の販売形態については、盆前は従来の化粧箱販売中心でその後はタグ付きパック販売 (巨峰、安芸クイーン)、今年度から本格化したシャインマスカットは 5kg 入り箱でのバラ房タグ付き出荷を実践した。



シャインマスカット 5kg 入り箱  
(バラ房売り) での出荷



房ごとに付けられた品種タグ



ミニのぼりデザイン (店頭での活用を予定)



取り組み方針の検討と意向確認の様子

## これからの取り組み予定

巨峰の盆後のパック売りについては、従来の化粧箱販売に比べ値下がり少なく、安芸クイーンとともに今後も同様の展開が有望と思われた。消費者の嗜好変化なども考慮しつつ、高品質生産と販売手法の改善を両輪として、引き続き産地の維持発展に努めていく。

シャインマスカットや今後の出荷を想定するクイーンニーナについては、生産安定と品質向上が急務であるが、高級品種の価格動向や市場ニーズも踏まえた生産、販売体系を見定めていく必要がある。

今後とも品種ごとに販売戦略を立てていく中では、引き続き出荷形態の改善に向け試行していくとともに、直販部門でも多様な販路の確保に努めていく必要がある。そのためには、ニーズに沿った栽培面の対応も必要と思われる。

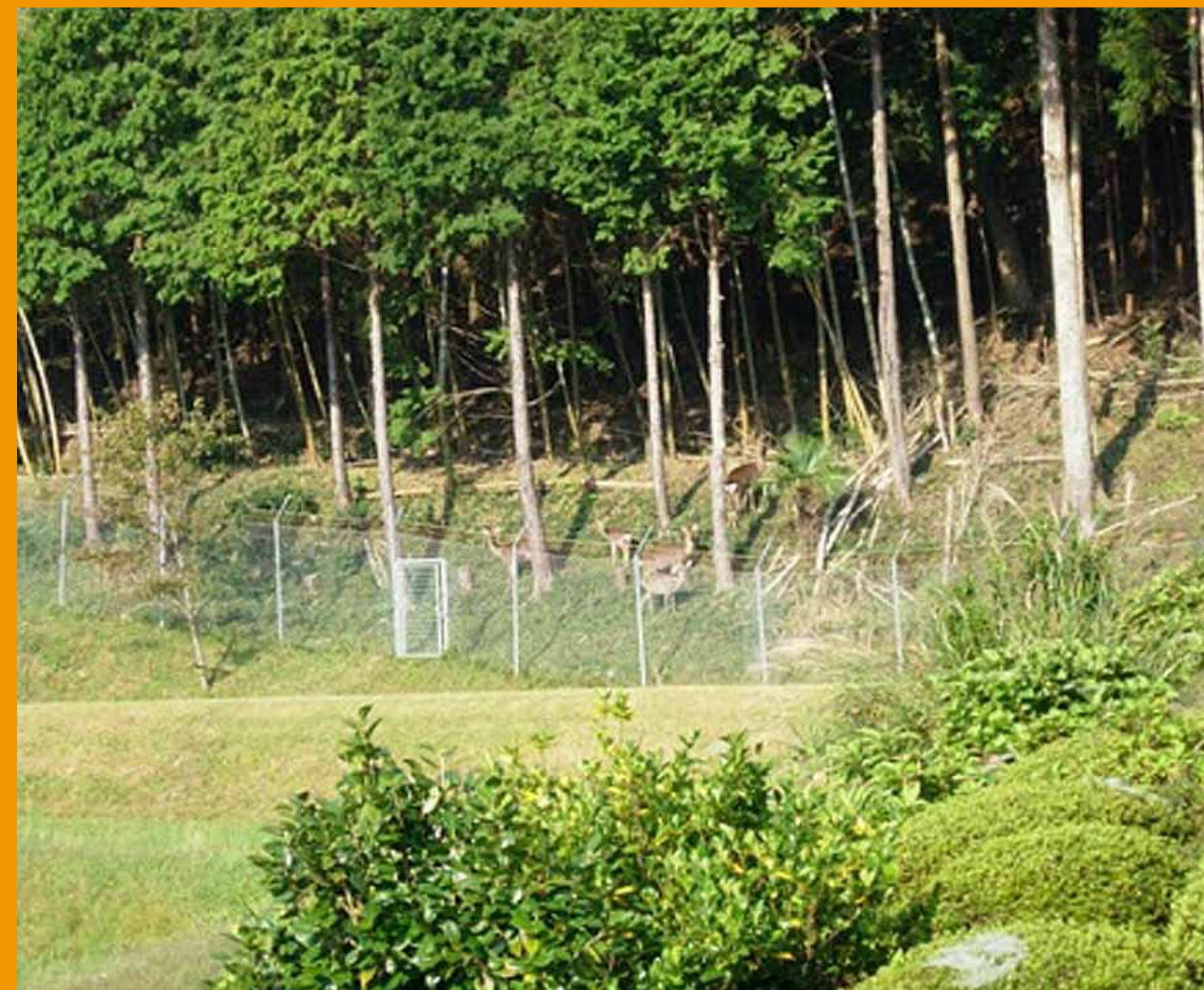
情勢の変化に対応していく産地づくりに生産者や関係機関が一体となって取り組み、ぶどう生産者の世代交代や新規就農者の参入を促し、部会員の連帯意識を高め、今後の産地振興につなげていく。

# いがまち山里の幸利用組合かじか (伊賀市)

当組合が所在する山畑地区は、伊賀市の北東部、旧伊賀町エリアにあり、淀川水系のひとつである柘植川の支流河岸から山間部に至る丘陵地に位置する。伊賀市一円では、野生獣による食害が頻発し、集落ぐるみの捕獲、駆除が講じられている。

捕獲されたシカ、イノシシの獣肉を未利用資源と捉え、適正に解体処理したうえで食材としての利活用を推進するため、獣肉利用の拠点となる処理施設を運営すべく、2012年3月に当組合が発足した。県補助事業により同年12月には食肉処理施設を整備し、「みえジビエ品質衛生管理マニュアル」を遵守しつつシカ肉を中心とする解体処理事業を開始した。また、食用に適さない部位はペットフード加工する等、最大限利用する。

近隣地域や猟師との連携によって、一定の処理頭数を確保（計画：年間360頭）しているが、地域での認知度が低く、飲食店等との継続取引もわずかな状況であったことから、「ジビエメニュー」の普及活動を継続的に展開し、食材としてのPR活動とともに新たな需要を創出していくことが当面の課題となっている。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

獣害対策が、森林環境の保全や地域の活性化へと循環するためには、中山間地域の貴重な未利用資源が価値ある「ジビエ食材」であると啓発する必要がある。また、既存の取引需要は最も美味とされるロース肉に偏り、モモ、カタ、スネ等の部位の在庫がかさむ課題もある。

そのため、認知度向上と地元取引の定着を主眼とする支援が協議された。なお、利用度が低い部位のミンチ肉も提案する。

### ② ジビエメニューの普及と定着に向けた卓上POP

商工団体とも連携し、シカ肉メニューを志向する地元飲食店を募集し、またメニュー開発やシカ肉の正確な価値情報を提供することで、新メニューの情報を集約・発信した。

シカ肉を提供する飲食店内での活用を見据え、シカ肉の特長を一般消費者に親しみやすく紹介する卓上三角POPを作成した。その過程で、シカ肉は牛肉、豚肉と比べて低脂肪、低カロリーで鉄分豊富といった特長を裏付ける栄養成分分析を、専門分析機関に分析した。



ハンズオン支援により作成した卓上POPと配布用案内チラシ



## これからの取り組み予定

今回の利用提案の取組によって、利用度の低い部位の利用促進については、一部の飲食店でミンチ肉を使ったメニューが提供される等、一定の成果が得られた。2014年1月には大型冷凍庫を導入した。地元飲食店でのランチメニューに加え、遠方的高级レストランや食品メーカーに対しても、各部位の利用ニーズにバランス良く対応していくことが、経営面も含めた事業定着に向け肝要である。

また、広く需要を創出するために、地域、猟師との連携をさらに密にして、さらなる捕獲頭数を確保することで安定供給に努めるとともに、品質管理を徹底することも重要である。今後も、シカ肉の利用拡大に向けたPR活動に引き続き取り組み、多くの飲食店でのメニュー提供や食材利用を通じて、広く認知され定着を促す。

さらに、肉以外の部位（角など）も含めた利用拡大を検討し、手軽に購入できる加工品の商品化を目指す。地元での普及を着実に進めるため、シカ等の捕獲、解体処理、飲食提供等に関わる者が広く参加する仕組み作りを検討し、年間を通じたジビエ提供の将来像が実現するよう努める。



シカ肉のラインナップ（注：かじかHPより引用）



シカ肉調理例（三重テラスでメニュー提供）

# ながき村おこしグループ(名張市)

名張市の市街地から4kmほど離れたつつじが丘団地を越えた小さな谷間に、奈垣の集落がある。小学校が廃校となるなど、少子高齢化に伴う集落機能の低下が危惧される中で、地元の農産物を加工・販売し、楽しみながら地域活性化に取り組む女性団体がある。

つつじが丘団地の住民から「野菜を分けてもらえないか・・・」と声がかかったのを機に2005年にグループを結成し、つつじが丘団地内での月2回の朝市が定着している。旬の野菜を中心として、近年では赤飯や餅、漬物なども製造販売して好評を得ている。

現在では、平均年齢約80才(!)の元気な女性10名が、「孫に食べさせる野菜をより多くの人に」をモットーとして、野菜の栽培と朝市開催、加工品づくりなどの活動に取り組み、最近では、かき餅やきりこ(調味したかき餅を煎ったもの)の製造販売について研究を重ねてきた。

つつじが丘団地での定期朝市のほか、産直施設等の新たな販路も見込まれることから、地元産原料にこだわった既存製品の改良、手づくり感あふれる素朴な新商品づくりを進めるべく、さらなる発展を目指した取り組みを開始したところである。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

本グループは、赤飯や漬物、かき餅、きりこといった地元産農産物を素材とした加工品づくりにすでに着手している。よって、当面ニーズが高いと思われる「きりこ」について、より効率的に製造販売していける環境整備を検討し、商品改良とともに設備追加等を行っていくことで、年間を通じた加工品販売期間の延長と生産効率の改善による供給力アップ等、新たな販路の拡大につなげていくことが協議された。

### ② 販売期間の延長と生産効率改善に向けた環境整備

当面の販路拡大に向けた主力商品である「きりこ」の製造では、適切かつ効率的で、安定した乾燥工程が特に必要であるが、現行の加工工程では天日乾燥を主体とするため、気候変動への対応や最適な湿度管理には限界があり、さらには夏期の製造は不可能であった。そのため、新たに室内乾燥棚と除湿機を導入することにより安定した乾燥工程を実現し、年間を通じた効率的な製造販売が可能となった。

### ③ 商品ラインナップの拡充

「きりこ」の製造販売に向けた環境整備と並行して、地元産素材を活かした味付けによる商品ラインナップづくりにも取り組み、よもぎ、ゆず、しそ、しょうがなどの7種類を商品化した。

### ④ 販路拡大へ向けた新パッケージの導入

地元の産直施設での販売のみならず、こだわり商品として小売店舗で販売されることも想定して、より価値が伝わりやすいパッケージ改良について検討を重ね、素朴な情感を伝えるラベルデザインとマッチした質感の高い包装袋を試験導入した。



きりこ試作の様子(味わいや色合いの検討、右にあるのはニッキの根っこ)



現在販売中のきりこ

(大: 65g入り 250円、小: 30g入り 120円)



現在のきりこラインナップ

(よもぎ、ゆず、しそ、しょうが、唐辛子、にっき、落花生)



検討会の様子

(課題の整理と改善方をみんなで検討中)

## これからの取り組み予定

商品ラインナップづくりの過程では奈垣集落に自生するニッキ(樹木の根)も活用するなど、「きりこ」の新商品開発にとっても意欲的である。また、乾燥棚の作製は地元の木材加工業者に依頼し、商品の価値にふさわしい情感あふれるラベルは会員家族の手づくりと、奈垣集落の住民が広く参画する取り組みが、地域全体の活性化にもつながるものと期待される。

商品ラインナップの拡充については、メンバーが子どもの頃に食したおやつや郷土食なども思い巡らしつつ、さらに研究に取り組み、会員数と同じ10アイテム程度の商品数をめざすと同時に、各種の「きりこ」を詰め合わせた贈答用商品の開発など、販路の拡大に向け継続して取り組むことで、地元でつくられる安全・安心なお菓子として定着させていく。

また、お茶や味噌など、地域産品を活かした商品づくりにも精力的に取り組んでいく。

# 農事組合法人ひじきファーム (伊賀市)

比自岐地区は、伊賀地域の南東部に位置し、伊賀盆地の中でも水田を中心とした広大な平坦地に恵まれた地区のひとつであり、古くからまとまった生活圏として継承されてきたが、近年では少子高齢化の進行も顕著である。

今後予想される離農や個人経営の規模縮小に対応すべく、2011年4月に(農)ひじきファームが発足した。現在の組合員は150名余、ひじきファームとしての経営面積は43ha、組合員経営面積67haである。地域の自然、食材、人材などの資源を活かした地域内興業を基本理念として、高齢者や女性を含む住民が生き生きと楽しみながら取り組める事業の創出、実践を目指す。

そのため、伊賀米、小麦、大豆、菜種といった主要作目のほか、多くの野菜も作付けして販売する等、多角的に活動展開しており、女性グループが市内の新興団地で月2回青空市を開催する「笑みの市」も定着している。さらに、2005年から始まった鳥羽市答志島との交流は、山の比自岐(ひじき)と答志島でとれる鹿尾菜(ひじき)に肖り、近年では相互に産品を販売するなど、年々発展している。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

地域産品を活かした6次産業化を志向しており、答志島とのコラボ商品開発に取り組む。鹿尾菜など答志島の食材と好相性の品目として、原木シイタケの生産を検討してきた。

一方、里山と接する水田や農道を覆うクヌギを伐採し、シイタケ栽培のほだ木として活用することが、スタートアップ支援を活用して協議された。



地域の里山からクヌギ切り出し作業

### ② クヌギの枝打ち作業、シイタケ栽培のリスタート

水田や農道を覆うクヌギなどの樹木は10m以上にも達し、枝打ちなどの作業を効率よく安全に行うため、11月にはハンズオン支援により専門業者に作業依頼し、住民の出合い作業により周辺作業を行った。

しばらく枯らした後、2月にほだ木サイズにカットし(約250本)、菌打ち作業を行った。地域住民の中には、以前に行われていたシイタケ栽培に関わった者も少なくないが、シイタケ栽培で重要となる菌打ち後の管理場所や管理方法については確証がなく、専門家派遣により、伊賀市内の指導的なシイタケ生産者を招聘して最善策を確認し、当面は近隣の林間地で管理することとなった。



シイタケ栽培 専門家派遣



菌打ち作業のようす



笑みの市の出店風景

## これからの取り組み予定

今回の作業で栽培が始まったシイタケの収穫は再来年の秋から始まるが、獣害被害を避けるため、収穫期の前には、専門家の指導を仰ぎながら集落内にほだ木を移動する。また今後も、里山からのクヌギの切り出しや菌打ち作業を毎年実施して、収穫の継続と原木シイタケ栽培の定着を目指す。かつて地区内でも原木シイタケの生産が行われていたが、今回の取組が継続すれば、多く残る里山資源の有効利用にも繋がるものと期待される。

また、女性の活動や答志島との交流を糧とした6次産業化に向けた取組を今後も発展させ、他の食材も含めた加工や商品開発の実践を目指し、女性を中心とする実施体制を構築していく。そのため、引き続き食材加工の研究や試作に取り組むとともに、特に、当面は加工施設の整備についても実行していけるよう具体的な事業計画の策定を進めていく。

# 伊賀有機農業推進協議会 (伊賀市)

伊賀地域には、健全な土づくりを心がけ、美味しく健康に育った有機農産物の栽培を志す農業者が多く入植し、露地野菜中心の農業経営が定着している。近年では、安心安全な農産物を期待する消費者ニーズが高まる中、伊賀の地で有機農業の実践を志向する新規参入希望者も多く、有機農業の拠点のひとつとして注目されつつある。2010年3月には、伊賀地域での有機農業発展、持続可能な環境保全型農業の探求、さらには消費者と生産者の交流創出を目指し、生産者、消費者、流通、教育、医療、行政等が連携し、当協議会が発足した。

以後、「産地収益力向上プログラム」(国直接採択補助=有機農業者増加と収益向上を図る)にも取り組み、現在は、伊賀市・名張市とその周辺地域で有機農業を実践する農業者や農業法人、有機農業に精通した有識者等約40名が参画する。特に今年度は、生産物とその加工品の販売組織として「株式会社へんこ」を設立し、それぞれの生産者がもつ優位性をつなぎ合わせることで、ブランド構築を目指す。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

今回のスタートアップ支援では、特に、当協議会の認知度向上と加工品開発、そして販売促進面ではブランドイメージを統一する新たなキーデザインを制作した。当協議会の認知度向上と青果を含む商品イメージの高揚、浸透を目指す諸活動の実践を支援することとし、そのため必要となる特徴的なPRツール制作を支援した。

### ② 「へんこ」ブランド立ち上げとPRツールの資材

有機農業に取り組む頑なな姿勢や強いこだわり、プライドを表現する共通デザインとして「へんこ」ブランドを立ち上げたのを機に、その普及、浸透を図るためのPRツールとして、手裏剣型に折り込んで使用するリーフレット、商品に貼り付ける用の「へんこ」シール、並びにのぼり旗を作成した。

当協議会の主要メンバーなどの出資により、農産物や加工品を「へんこ」ブランドとして販売する(株)へんこが起業し、マッチングやイベントにてPRツールを活用している。



ひとつひとつの野菜に貼られた「へんこ」シール



「へんこ」ブランドの加工品



イベント出店のようす



「へんこ」PRツール

## これからの取り組み予定

当協議会では、伊賀地域における有機農業、環境保全型農業を普及するため、安全な食の普及啓蒙活動、技術向上のための講習会、新たな担い手の育成、加工品の創出と販売促進など、様々な事業を展開している。「へんこ」ブランドに関しては、多様な得意分野をもつ各メンバーが、統一感あるPR資材を活用した販売活動を行うことで、「へんこ」な人たちが作るこだわり度の高いブランドとして、知名度と商品価値のさらなる向上に繋がるものと期待される。

さらに併行して、年次開催している集客イベント「オーガニックフェスタ」や、地域と連携として実施・参画する多彩な消費者交流イベント(グリーン・ツーリズム、農業体験ツアー、各種ブース出展、等)、学校給食での利用に向けた働きかけ、一般募集による料理教室、等々の取組も継続していく。

これらの取組と生産技術面、人材育成面の諸活動により、有機農業や環境保全型農業が広く定着し、実践する農業者が増えている。生産者と消費者との交流促進の結果として、地域全体で持続可能な社会を目指す「オーガニックタウン伊賀」の具現化を目指す。

# JAIがほくぶアスパラガス部会 (伊賀市)

伊賀地域は古くから良質米の産地として名高く、水田農業に関する体制強化と基盤・施設の整備が進められてきた一方で、1985年までの国営農地開発事業により旧上野市の丘陵地に造成された青蓮寺開畑エリアなどでは、果樹、野菜の産地化も推進されている。アスパラガスの生産は1982年から取組まれ、産地規模は小さいものの、栽培品種を優良なものに統一し、共選体制が確立しているため品揃えがよく、鮮度保持の努力とも相まって、市場では高い評価を得ている。

県内唯一のアスパラガス産地であるが、生産者の高齢化、担い手不足により栽培面積が減少傾向にあり、近年の栽培面積は5haほどで推移している。2013年度の作付面積も5.2haほど（うち、ハウス面積割合約40%）となっているが、生産者の新規加入と撤退の入れ替わりも少なくなく、新規栽培者の確保と収益性の向上により、生産者数、生産量とも実質的に増加させていくことが、引き続き課題となっている。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理と方針決定のためのミーティング

2011年度末のプラン策定以降、品質・単収の改善による収益性向上に取り組むとともに、県、市、JAの連携による新規栽培者の募集と新規栽培志向者への研修支援、さらにはJAを窓口として、アスパラガス栽培を開始する際に経費の一部を支援する等、新規栽培者の確保に向け総合的に取り組んできた。

アスパラガス栽培は、伊賀盆地の気候に適し、女性や高齢者にも取り組み易い軽量野菜である他、販売単価が比較的安定している等の利点がある一方で、定植3年目から本格出荷となるため栽培作業の全体像がすぐにはつかみ難いこと、初期の土壌改良や毎年の土づくりが重要となる等のハードルもある。新規栽培志向者に対する初期研修が重要であるため、今回のスタートアップ支援として、実践的な作業研修を行う研修用ハウス（ほ場）を設置した。

### ② 新規栽培者等向けの研修用ハウスを設置

研修用ほ場については、品質・単収の面で有利で、なおかつ管理労力が低減できることから、最も奨励される雨除けハウスを採用した。また、日常の管理と助言のしやすさを考慮して、技量の確かな既存生産者の協力を得て、栽培ほ場の一画に設置した。



新規栽培志向者向け研修会のようす



研修用ハウスの設置（設置途中）



完成した研修用ハウス



アスパラガスの出荷調製時に発生する出荷残渣  
(加工原料候補)

## これからの取り組み予定

今回設置した研修用ハウスを活用して、新規栽培志向者等の体験研修、既存生産者も含めた技術研修等を実施していくとともに、新規栽培者のさらなる確保と生産面積の実質増を実現するため、新規栽培者の募集や高品質・単収アップによる収益向上に引き続き取り組んでいく。

また、出荷開始が早く、かつ出荷期間が長く高収益が期待でき、病害の発生が少なく雨天時の作業が容易であるといったハウス栽培の利点について、既存生産者も含め広く周知し、ハウス栽培の実施率を格段に上げていく。

なお、地域活性化プランに記載されたもうひとつの取組事項として、工業研究所、商工団体との連携の下で、出荷調製時に発生する残渣（根元近くを切り揃える際の切りくず）を原料とする加工品の試作（アイス、菓子等）にも取り組んできた。粉末加工した後にはその特徴（色合い、風味等）が薄れる等の課題に直面しているが、加工品開発についてはJAとしても前向きであり、引き続き検討、試行していくこととしている。

# 特定非営利活動法人あわてんぼう (伊賀市)

伊賀市阿波地域は、伊賀市北東部に位置し、国道 163 号から長野峠を経て津市美里町に接している。地区の人口は、1955 年には 2,457 名を擁したものの、2012 年 3 月末現在では 1,167 名にまで減少し、65 歳以上の高齢者が 42.4%と、少子高齢化が急速に進行している。

2009 年、農村資源を活用した集客交流や地域の食に関わる取組を実践するため、当法人の前身となる阿波地域住民自治協議会女性委員会が発足した。当法人は、阿波地域の未来図を展望する「あわてんぼう」と命名された。当初より、地元食材を使った料理や宅配弁当を提供するレストラン開業を志向しており、2013 年春に廃園した保育園を活用することで、9 月に当法人設立が認可された。翌 10 月、地産地消による「食」を提供する「場」として山里レストラン「あわてんぼう」を開業した。

「あわてんぼう」では、地元の高齢者や女性が生産する食材を積極的に利用し、地域住民のリクエストにも応じた魅力的な料理メニューを開発する。特に、伊賀地域で捕獲されたシカ等を活用したジビエメニューの開発にも積極的である。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

「あわてんぼう」は、保育園跡を改装して店舗として活用し、地域の食材を使った料理を提供するとともに、高齢者世帯への弁当配達など、地域の生活ニーズにも積極的に応えている。他方で、開業後は手探りで運営されており、十分な収益性を確保しきれていないことが確認された。ハンズオン支援では、運営改善のため、調理、宅配の備品、資材の導入が協議された。

### ② 生産効率改善に向けた備品整備

店頭での飲食提供に関して、現状は専用容器が少なく、看板メニューの「おぼんさい弁当（松花堂弁当）」を数量限定とせざるを得ない。また、「あわてんぼう」が所在する阿波地区は、2013 年度鳥獣被害対策優良活動表彰で農林水産大臣賞を受賞する等、獣害対策の先進地視察の受入も数多い。こうした団体客への昼食提供は、収益向上に寄与する。そのため、新たな地域食材であるシカ肉等を使ったメニューもラインナップに加えながら、看板メニューの供給量を増やすため、松花堂弁当容器や関連する厨房機器を整備した。

また、高齢者世帯を対象とする弁当配達に向けては、その周年実施のため、必要に応じて容易に温度管理ができることも重要であることから、配達用弁当容器のサイズにマッチした保温・保冷用のケースを導入した。



ランチ弁当と伊賀産のシカ肉を利用したメニュー  
「鹿肉フライ笠もみじ」



弁当づくり真っ最中の厨房



構成員 3 名は蕎麦打ち段位を取得



弁当箱にジャストサイズの保温・保冷容器

## これからの取り組み予定

「あわてんぼう」は、地域住民の多くがかつて通った旧保育園を活用している。給食室を厨房とし、予定表黒板がそのまま残る職員室を飲食提供スペースとして使用しており、地元で収穫した米と季節の野菜を中心に煮物や炒め物、汁物などの松花堂弁当(800 円程度)や、宅配・持ち帰り用の弁当(500～650 円程度)、さらには、蕎麦打ち段位を持つ者のスキルを活かした手打ち蕎麦などを提供している。地元住民や一般客、視察等の団体への昼食提供とともに、地域の高齢者世帯、企業等への配達や季節イベント向けの弁当も好評を得ており、一日当たり 50～60 食程度の需要が定着している。当面は、一日当たり 70～80 食程度に増やしたい。

地域住民間のコミュニティ構築や来訪者との交流にも繋げようと、飲食スペースでは積極的に客と話しをするなどしているが、今後も楽しみながら実践していく姿勢が必要であろう。開業して数ヶ月が経過し、一連の活動が評判となり、周辺住民だけでなく、遠方から来訪してランチを摂る姿も増えつつある。今回の支援は、さらに積極的なサービス提供が可能となり、多くの地域住民が参画し関係する経済的基盤を形成する一助となったものであり、併せて、引き続き経営面の安定と、多様な事業展開の可能性を探っていくことが肝要と想われる。



# はなみかん 花蜜柑（紀北町）

紀北町はリアス式海岸と山の幸に恵まれた地域である。古里地区は、紀北町北部の「紀伊の松島」といわれる景観に恵まれた海に面し、みかんの栽培が盛んな集落で、海水浴場、民宿などの観光施設もある。国道42号が海岸に沿って走り、観光および産業用の幹線道路となっているが、紀勢自動車道開通により交通量の減少が危惧される状況にある。

古里地区では、1996年に日帰り温泉「古里温泉」が開業したのを機に、農家の女性たちが温泉の駐車場付近に「古里温泉市場（直売所）」を設置して地域産品の販売を始めた。当初は簡易テントであったものが2009年に木造施設に更新され、今日に至っている。メンバーのうち加工品開発を進めようとする5人が「花蜜柑」を結成し、地域産物を活用した商品開発に取り組んだ。その成果の一つが、正月のしめ飾り用が主要な用途であった「橙（だいたい）」を原料とするぽん酢である。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理と取り組み方針確定のためのミーティング

花蜜柑では、2012年度から「だいたいぽん酢」と甘夏マーメイドの加工販売を始めたが、その販路拡大等による売上増加が課題となっている。だいたいぽん酢については、類似商品との価格、パッケージ、その他の差別化、および生産量増加の体制づくりが必要となる。当初は生産量拡大のために搾汁機の導入が検討されたが、加工設備をもつ業者に加工委託するほうが殺菌され、常温保管が可能なことなどを勘案するとコスト的に有利なことが判明し、機械の導入は断念した。



新ラベルの商品



ラベルのデザイン案

### ② 生産加工施設の拡張、増強

搾汁機等の導入は断念したが、増産に伴う原料およびビン等の保管スペース拡張が必要となるため、既存加工施設の整備を行うこととなった。



加工施設

### ③ ラベルの更新

だいたいぽん酢は、紀北町内の道の駅をはじめ、伊勢志摩地域の販売施設等の店頭で販売されているが、競合する商品と並べると、だいたいぽん酢のビンのラベルは、情報量が少ないなどの問題点があるため、種々検討の結果、更新することとなった。



ラベルのデザインの検討

## これからの取り組み予定

ラベルの更新と同時に、POPについても検討を加え、新しいラベルとなった「だいたいぽん酢」のビンを使用したものに更新することとした。また、加工委託など加工工程の変更に伴い原価を見直し、価格設定の変更が必要となった。基本的には価格転嫁とするが、内容量による対応も検討する。競合商品との販売競争面では、主原料である橙のマイルドな酸味を強調するなどの差別化が求められ、販売施設その他におけるマーケット調査を行っていくことが必要と考えられる。自然に則した地域産品の取り扱いを重視する生活協同組合などからの引き合いもあるため、それらへの対応も視野に入れているところである。

紀勢道開通により地域全体の来訪者が増加することを期待し、「だいたいぽん酢」生産量の限界を見極めるとともに、今回の取り組み経験を活かし、新たな商品の開発と販売促進を進めていくことが期待される。

# 五郷地区活性化プラン推進委員会 (熊野市)

熊野市五郷町は綺麗な流れの大又川と中心部を走る国道 309 号線に沿って集落が点在する地域である。主要産業は杉、桧の育林を中心とする林業である。標高約 200 メートルの山間部に位置し、市内海岸部に比べて気温は 2 ～ 3 度程度低いため冬は霜がよく降り、高菜、白菜など甘くておいしい葉菜類が収穫できる。また、茶や稲の栽培もおこなわれているが、生産量は小規模にとどまっている。五郷では、高齢化による耕作放棄地増加の対策として営農組合が発足し事業が進められていたが、2011 年 9 月の紀伊半島大水害の際に農機具倉庫が冠水し精米機械などの設備が被害を受けた。漸く災害復旧が進み地域に落ち着きが出てきたうえ、熊野尾鷲道路開通 (2013 年 9 月 29 日) による来訪者増加という環境変化の下で、地域資源の見直しをおこない活用に取り組むこととした。具体的には、こんにやくの製品化、かぶら菜漬の販売である。



## スタートアップ取り組み

### ① 地域資源の見直しを目的とするワークショップの開催

地域資源の再発見、掘り起こしをおこなうため、地域住民および三重大学学生が参加してワークショップをおこなった。4 つのグループに分かれておこなった作業の中では、地域の歴史、遺跡、川などの自然の恵み、祭り、食などについて様々な話が引き出され、改めて五郷の豊かな資源の存在を理解することができた。

### ② 加工技術を生かすため、素材生産からスタート

地域に伝わる伝統野菜かぶら菜の純粋な種子を確保するため、隔離採種圃場を確保した。また、こんにやくの製品化のため、こんにやく栽培圃場を設け、共同管理した。この他に茶の商品化など、ワークショップを通じて再発見した地域資源を活かす取り組みが広がれば、地域全体として活気が一層増すものと期待される。

### ③ 加工施設の整備

漬物製造施設およびこんにやく製造施設を整備し保健所への届出を終えた。これにより、かぶら菜の漬物とこんにやくを製造、販売することができることとなり、耕作放棄地の削減、収益確保を通じて、持続的な地域づくりにもつながることが期待される。



かぶら菜の圃場と栽培者



住民と三重大生によるワークショップ



かぶら菜の漬物



加工施設

## これからの取り組み予定

地域内の空き家に手を加えて、保健所への届出施設として加工品の生産拠点を確保できた。この加工施設を活用して、地域に伝わってきたこんにやく加工技術を生かす製品づくりが、休耕地の活用、生産意欲向上につながるものと期待される。かぶら菜の漬物もたか菜漬けに並ぶ特産物として、地域の地形や気候に根ざした商品に育つことが期待される場所である。これらの加工品は、高規格幹線道路の開通により増加が見込まれる来訪者向けみやげとして、売上が増加するものと見込まれる。

# 飛雪の滝百姓塾（紀宝町）

紀宝町浅里は、三重県の最南端に位置し、熊野川を挟み和歌山県と接している。川沿いの水田、斜面の石垣に立ち並ぶ民家の景観は、「にほんの里 100 選」にも選ばれ、懐かしい風情を保っている。しかし、2011 年 9 月の紀伊半島大水害の際には、熊野川の氾濫により、家屋、田畑、水路などが甚大な被害を受け、地域の資産のひとつでもある「飛雪の滝」の滝つぼも土砂で埋まった。大水害からの復興は、地域外からのボランティアらの力に負うところも大きかったが、この経験は地域外との交流の重要性を実感させる機会ともなった。飛雪の滝百姓塾は、2006 年に水稻生産者・農地所有者らにより、浅里の農業と地域の発展・活性化を目的に設立され、農業施設の共同利用などを行っている。



## スタートアップ取り組み

### ① 課題整理と地域の特性を再認識するためのミーティング

浅里の地域社会および農業を維持するための仕組みづくりを検討するため、住民から地域の歴史、失われかけた風物などの話を聞き、地域の誇りの復活、新たな取り組み意欲を確認する話し合いを行った。

### ② 浅里農産物のブランド化

飛雪の滝は、夏場を中心にキャンプなどで約 2 千人が訪れ、浅里を象徴する資源となっている。「飛雪の滝」に注ぐ川は、浅里の上水道と農業用水の源であり、滝は地域を象徴する景観にとどまらず、土地の恵みを生み出す源である。その滝の知名度を活かし、浅里で収穫される米を「『飛雪の滝』の水が育んだ米」=「飛雪米」としてブランド化することとし、ほかとの差異を明確に視認できるよう、パッケージに貼る統一ラベルを作成した。

### ③ 不作付地解消と景観保全のためのレンゲの作付

大水害までは、耕作放棄地はほとんどなかったが、2006 年、2007 年に圃場整備した農地や農機が流され、不作付地も見られるようになっていたため、景観を保全し来訪者の目を楽しませることをねらって、レンゲを栽培することとした。



「飛雪米」統一ラベル



浅里の田んぼ



ミーティングの様子

## これからの取り組み予定

集落ぐるみで獣害対策に取り組むとともに、営農が継続できるしくみづくりに取り組む。また、水害からの復興を支援してくれたボランティアグループをはじめ、地域外の人々との交流により地域の活性化を図ることを目指している。2013 年には、町が、商工会青年部との協働により飛雪の滝キャンプ場で婚活パーティー大会を実施し、男女それぞれ 20 人ずつが参加した。また、浅里で名古屋などの大企業の新入社員らが田植えや稲刈りを体験する事例も出ていることから、今後は、企業の社会貢献の取り組みや三重県育成品種「結びの神」を用いた婚活などの活動を農業体験と結びつけて実施する方針である。

## 地域活性化プランに関する問合せ先

問合せ先	電話番号
三重県 農林水産部 担い手支援課	059-224-2016

地域機関の窓口	電話番号
桑名農政事務所 農政室 地域農政課	0594-24-7421
四日市農林事務所 農政室 地域農政課	059-352-0629
津農林水産事務所 農政室 地域農政課	059-223-5102
松阪農林事務所 農政室 地域農政課	0598-50-0515
伊勢農林水産事務所 農政室 地域農政課	0596-27-5164
伊賀農林事務所 農政室 地域農政課	0595-24-8108
尾鷲農林水産事務所 農政・農業基盤室 地域農政課	0597-23-3498
熊野農林事務所 農政室 地域農政課	0597-89-6122

### 【関係団体】

国立大学法人三重大学地域戦略センター（RASC）

地域活性化プランスタートアップ促進業務委託先（平成25年度）