

農の力見直し新たな特産品

農林漁業と加工・製造、販売・流通が連携し、新しい商品やサービスを生み出す「農商工連携」が盛んになり、個性的な商品が手に入る機会が増えている。地域の特産品や産業として定着させるためには、商品の意味づけや販売方法の確立、連携相手探しなどが鍵を握っている。
(峰松清子)



開発を「農の持つ力を見直すこと」と表現する。経済効果のみを追求した効率化を見直し、地域資源を融合し直す作業が新しい価値を生み出すという。

学生時代、旧田浦町出身の料理研究家江上トミさんが、特産の甘夏をPRする全国放送を目にした。「故郷の柑橘類が、全国で通用する特産品だと知った。地域を誇る物として確立させたい」

市場に出せない小さなみかんを生かしたジュースで加工品開発をスタート。1987年には酒造メーカーや百貨店と連携し、赤ワインに甘夏を加えた飲み物「サンテリア」を開発している。現在では「

あしきたり加工メーカーなど



「足元の土」音から知る知恵を生かし、本業を深めていく発想が大切」と話す福田さん。水俣市

農商工連携認定事業の類型 (件)

①規格外や低未利用品の有効活用	41
②生産履歴の明確化や減農薬栽培等による付加価値向上	29
③新たな作目や品種の特徴を活かした需要拡大	33
④新規用途開拓による地域農林水産物の需要拡大、ブランド向上	114
⑤ITなどの新技術を活用した生産や販売の実現	18
⑥観光とのタイアップによる販路の拡大	10
⑦海外への輸出による販路の拡大	5
合計	250

※2009年7月までの250件、農林水産省・経済産業省中小企業庁・中小企業基盤整備機構「農商工等連携事業計画認定事例集」より作成



どと組み、年間200トの柑橘類をジャムやドレッシングなど約80品目に加工、販売する。ただ、販売先の確保には苦勞もあるという。「大きな流通だけに頼らず、小さなでも主力商品で扱ってこれるところの開拓が必要」と福田さん。

いた摘みかんに着目。果汁含有率37%超のぼん酢を開発した。「農家は作物を生かす切る発想が大事。個性を磨いた「商」「工」と得意分野を持ち寄り、地域ブランドを高めていきたい」

地域資源の見直しがブランド力を高めることに着目した県も、農商工連携支援に乗り出している。球磨焼酎の製造元に原料米を販売する生産者を補助する制度を2009年度から実施。地元産米の供給量は08年度比で倍量の320トに増加した。2年内に1100トにまで増やして生産コストを下げ、農家の経営安定と地元産米使用焼酎のブランド化につなげたい考え

誰と連携し、何をやるのか。そうした「指南役」も必要だ。県中小企業団体中央会では、JAのOBなど外部も含め5人のコーディネーターを配置。農家や企業からの相談をデータ化し、組み合わせた企画を提案。国が認定した農商工連携事業の県内8件のうち、5件の実績がある。

同会は「情報の発信と共有が新たな産業を生むが、全国的に見て県産品の認知度は低い。販路の拡大は今後の重要課題」と指摘。都市部のバイヤーを招いた商品検討会を開くなど、販路の確保に向け模索を続ける。

■1月10日掲載

地域リーダー

金丸弘美の
自力ではなかなか新しい分野に挑戦できない農家や中小企業が連携し、新事業や販路開拓に成功するケースが増えている。国が2008年に農商工連携法を施行し、新商品の開発や販売に開始したこともあり、全国で成果が上がっている。

長野県の山間の根羽村は人口1200人。村の面積の92%は森林だ。豊かな木材を活用しようと村外の設計家と工務店、村が出資した製材所、それに森林組合が連携し、家屋建築のオーダーメイドシステムを作り上げた。設計の段階で、使用木材の量を把握し、必要分だけ用途別に製材

国の支援で新分野開拓に成果

して引き渡すという画期的な手法だ。これにより森林が計画的に管理され、需要も飛躍的に増えた。年間130軒分の木材の注文があり、製材が追いつかない状態だ。仕事が生まれることで村外からインターンした若者も増えた。村に定住した人が130人と人口の1割を超え、地域が活性化している。

岐阜県の飛騨・高山丹生川地区には、伝統野菜「すくなかぼちや」がある。ヘチマのように長細く、クリのような味わいの珍しいカボチャだ。地元で古くから栽培され、味の評価も高いこのカボチャをブランド化しようと、農家自ら料理家と連携し、さまざまな食べ方を提案するという販売促進活動を展開している。

(食環境ジャーナリスト)

それまで「すくなかぼちや」は、主に煮物とみそ汁の具材として使われていた。調べると、ヨーロッパでよく似た品種をリゾットやスープなどに調理しており、若い人が好むような料理がたくさんあることがわかった。

料理家、小売店のバイヤー、農家、JA、行政などが連携する試食会を東京で開催。さらに地域のフレンチやイタリアンのレストラン、洋菓子店、一般消費者向けの料理会も開いた。これらの活動でカボチャを使うレシピが50種類近くと飛躍的に増加。希少価値や付加価値の高い商品として認知度が上がり、現在は安定している。