

## 地域資源を活用した「商品づくり」

### 1 はじめに

農産物等を使った「ものづくり」で中山間地の振興を図るためには、品質や食味の向上に加えて、地域資源を活用し消費者の購買意欲をそそるブランドストーリーを展開することで、競合商品と差別化していく必要があります。

そこで、県内大学等と連携しながら、地域資源を活用した商品開発のモデルを作成しました。



写真1：越知山の行者道から望む奥系生地区

### 2 対象地域の概要

日本百霊山のひとつである「越知山」への行者道の登り口である、越前町奥系生地区（森、小川、杖立、真木、天谷の5集落エリア）の住民グループ「奥系生元気な里山会」を調査対象としました。

当地区には、越前町住民台帳（平成25年4月現在）によれば、64世帯・171人が暮らしています。また65歳以上の高齢化率は39%で、越前町全体（28%）よりも少子高齢化が進んでいる地域です。

2010年農林業センサスによれば、総農家戸数31戸（うち販売農家戸数18戸）、経営耕地水田1023a、耕作放棄田152aで、小規模集落の集まっている地域です。

こうした中、平成23年に住民自ら「奥系生元気な里山会」を設立し、“農がはぐくむ地域の絆”をモットーに農業体験や地域内交流会など地域づくりを実践しています。



写真2：奥系生元気な里山会による稲刈り体験

### 3 研究内容および成果

#### (1) 地域資源活用のための現地検討会の開催

県立大学や福井大学等と連携して、当地区の集落リーダーを対象に、現地検討会を開催するとともに、住民への営農状況アンケート調査を実施することで、地域資源を活用することの重要性を認識し、今後も広域営農体制づくりについての検討を続けることとなりました。



写真3：現地検討会の様子

開催日	内容および講師
8月31日	「地域資源を活用した農業ビジネスについて」 ①「いろどりとゼロウェイスト」～徳島県上勝町の持続可能な地域再生の取組み～ 講師：福井大学 産学官連携本部 研究員 宮井浩志 氏 ②「奥系生地区の振興を考える」～米のブランド化と地域のお宝の活用の取組み～ 講師：福井農試 企画指導部 経営研究G 渡辺和夫
9月3日	「持続可能な農業推進について」 ～小規模高齢化集落での集落営農づくりについて意見交換 講師：岐阜大学 応用生物科学部 教授 荒井 聡 氏
9月29日	「中山間地域の活性化について」 ①「中山間地域の活性化（地域づくり）にどう取り組むか」 講師：福井県立大学 経済学部 教授 北川太一 氏 ②「あたりまえを作品に」～現代芸術祭をつかった地域活性化の例 講師：福井大学 産学官連携本部 研究員 越智郁乃 氏

(2)「奥系生米」の商品化

寒暖の差が大きく、越知山からの清流などの当地区の地域資源から生み出された米を商品化するにあたり、①米の食味調査、②土壌調査、③消費者ニーズ調査などを行ないました。

こうした調査の結果、当地区がおいしいお米の栽培できる産地であることが明らかとなり、「奥系生元気な里山会」としても今後の地域農業を維持する意欲が高まり、これまでの農業体験交流から、新たに「田んぼオーナー制」による継続交流取組みへと深化してきました。

項目	調査方法	調査結果
米の食味調査	当地区 5 集落の自己完結農家 11 名からコシヒカリの玄米 13 サンプルを収集し、品質判定器・食味計、味度計で測定した。	丹生地区のお米コンテスト応募玄米の平均値と比較して味度値が高いことがわかった。
		奥系生地区      丹生全体
		整粒歩合            71.5            61.7
		食味値              77.1            77.1
		味度値              82.1            75.5
土壌調査	玄米サンプルの生産された圃場の耕種概要を聞き取るとともに、土壌 15 サンプルを採取し、有機環境部の方で分析調査した。	県全体の土壌モニタリング調査 (70 地点) のデータと比較して、CEC が高く、Mg 含有量が高い土壌であることがわかり、おいしいお米を作れる土壌であることがわかった。
		奥系生地区      県全体
		土壌 pH              6.3            5.9
		CEC                  26.5            15.4
		Mg 含有量 (mg/100g)    90.4            36.0
		K 含有量 (mg/100g)    32.1            18.7
		Mg/K 比            2.8            1.9
営農アンケート調査	世帯主と後継者対象に、営農状況および地域活性化に関する意向を調査した。	世帯主 46 名、後継者 25 名から回答によれば、世帯主の半数が 5 年以内に農業をやめたいと考え、後継者の 6 割が集落営農は必要と考えている。
消費者ニーズ調査	首都圏でのグループインタビューなどで、米に関する消費者のニーズ調査を行い、アンケート調査により未充足の強いニーズを明らかにした。	グループインタビューで出されたニーズをもとに、東京でアンケート調査した結果、未充足の強いニーズとして、「顔の見える」「こだわり表示のある」「味見して購入する」「弾力ある品種」であることがわかった。

○専門家を交えた個別コンサルティングを実施しました。

津田 均氏 (中小企業診断士) からのアドバイス

- ・商品としての特徴は何か？
- ・包装形態は少量で、中身の米が見える窓の付いた袋がいい。
- ・「奥系生」の地域を知ってもらう取組みも必要である。

(例えば、ハサのある地域)



「奥系生米」1.5kg 入り窓付き袋

[その他]

研究課題名 : 土壌分析に基づくおいしい「奥系生米」づくり

研究期間 : 2013 年度

研究担当者 : 農業試験場 経営研究 G 渡辺和夫