

平成21年度 調査・研究事業

岩手県内の「農商工連携」事例
に関する調査研究報告書

平成22年 1 月

社団法人 中小企業診断協会岩手県支部

は じ め に

この「調査研究報告書」は、平成21年度の調査研究事業として、社団法人中小企業診断協会岩手県支部がまとめたものである。

国の施策として「農商工連携」が取りあげられたのは、平成20年度のことである。「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律」（「農商工連携促進法」が平成20年7月21日に施行され、20年度、21年度に東北地方で31の事例が認定を受けて各種の支援を受けて事業を軌道に乗せている。岩手県内でもこれまでに認定を受けた事例が2件あり（中小企業者、農林漁業者ともに岩手県内の業者）、このほかに県境を越えた事例（農林漁業者が岩手県、中小企業者が宮城県）が1件ある。今後もさらに認定を受ける事例が増えてくるものと期待されている。

岩手県は県土も広く、農林水産物の「特産品」も多い。当支部は平成19年度の調査研究事業のテーマに「岩手県の農林水産物『日本一』」を取り上げたが、この時に紹介した「日本一」は以下のとおりであった。

りんどう（全国の生産に占める岩手県産の割合はほぼ70%）		
生うるし（	〃	60%
養殖わかめ類（	〃	44%
ホップ（	〃	40%
木炭（	〃	25%
あわび類（	〃	17%

※「割合」は年度によって変わるが、上記は平成16年度・17年度のデータから引用したものである。

本報告書は、第1部の「総論」で、国の施策としての「農商工連携」の概要と県内の認定事例（3件）の紹介、および岩手県の施策である「いわて農商工連携ファンド」の概要と認定事例（8件）を紹介している。

第2部の「各論」では6件の事例について調査研究した内容について述べているが、このうちの2件は上記の認定事例であり、他の4件は認定事例とは関係なく、「農商工連携」の事例を独自に取り上げたものである。調査研究に当たっては、当該企業はもとより、関係機関・団体等の関係者にヒアリングをした。快くヒアリングや資料提供に応じていただいた関係者の皆様に、心より感謝申し上げる次第である。

本年度の調査研究事業を進めるに当たって、支部内に「調査研究事業委員会」を設置した。委員は6人で、それぞれが対象事例を選定して調査研究に当たった。したがって、対象事例につい

ては委員が個人的な判断で選定したものであり、特定された基準で選んだものではない。また記述内容や構成、写真・図表の使い方などについても委員各自の自主性に任せた。このため、統一性に欠けるきらいはあるが、反面、各委員の個性が発揮された内容となっている点をくみ取っていただきたい。

この報告書が、「農商工連携」に限らず、農業（特に農産物の地産地消など）に関心のある多くの方々の参考になれば幸いである。

平成22年1月

社団法人中小企業診断協会岩手県支部

平成21年度調査研究委員会

委員長 宮 健

委 員 菊池 利美

〃 猿川 裕巳

〃 高橋 庄平

〃 土岐 徹朗

〃 山火 弘敬

目 次

はじめに	1
第1部 総論	5
1. 国の施策としての「農商工連携」	6
2. いわて農商工連携ファンド	10
第2部 各論	13
1. 有機質肥料の開発製造と地域ブランド化の活動	14
2. 「食用ほおずき」で地域おこし	22
3. アロニア（盛岡ベリー）による地域活性化	30
4. 和山高原そばの原料栽培から商品化迄の一貫対応を実現	38
5. 集落営農会社の先駆的取組と食品加工販売	46
6. 糖類無添加梅酒の開発に成功	54
おわりに	61

総論

1. 国の施策としての農商工連携

(1) 農商工連携促進法の目的

平成20年7月21日に施行された農商工連携促進法（正式名称は「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律」。以下「農商工連携促進法」という）は、第1条から第20条までの法律である。

この法律の第1条「目的」には、以下のような文言が記されている。

(目的)

第1条 この法律は、中小企業者と農林漁業者とが有機的に連携し、それぞれの経営資源を有効に活用して行う事業活動を促進することにより、中小企業者の経営の向上及び農林漁業経営の改善を図り、もって国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

(2) 農商工連携研究会報告書（経済産業省・農林水産省共同発表）

平成21年7月に、経済産業省・農林水産省の研究会から共同発表された報告書の内容は以下のとおりである。

1. 検討の背景

農林水産省と経済産業省では、「地方再生戦略」（2007年11月地域経済活性化統合本部決定）のとりまとめを受け、具体的な取組として「農林水産業・商業・工業等の産業間での連携『農商工連携』促進等による地域経済活性化の取組について」を公表しました。これに基づき、農商工連携法及び改正企業立地促進法の制定等の各種支援施策を展開しております。

また、支援を進めると同時に、農商工連携の取組の一層の普及と深化を推進するに当たり、農林水産者サイドと商工業者サイドの方々の共通理解とすべき、農商工連携の現状の取組における課題と今後の施策の方向性について検討するため、農商工連携研究会を設置し、昨年12月から7回にわたり検討を進めてまいりました。

今回の報告書は、地域経済を活性化する農商工連携のあり方について研究会において展開した議論を網羅的に取りまとめることで、農商工連携に関心を持つ全ての関連事業者や関連機関の方々の今後の取組に活かして頂くことを目的にしています。

2. 報告書のポイント

①農商工連携の現状

農林水産省と経済産業省では、平成20年7月に施行された農商工連携促進法に基づき、平成20年度に190件の農商工連携の事業計画の認定、農林水産省と経済産業省による新商品

の販路開拓や研究開発や人材育成等に向けた予算措置による支援を展開。また、農商工連携の普及拡大に向けて、全国で農商工連携フォーラム・セミナー等を開催。さらに、国内各地域においても、独自の農商工連携の取組の拡大を目指した個別の取組が進展。

その結果、これまでに各地で農商工連携の考え方の浸透と類型の多様化が進展。

②農商工連携の課題と方向性

今後は、個々の新商品開発のための連携にとどまらない、川上の生産者から川下の流通業者までのサプライチェーン間のタテの連携や、地域内で農商工連携の取組をヨコの事業者へ拡大する取組を促進し、消費者ありきの新たなビジネスモデルの確立を目指し、以下の3点の支援を展開。

i) マーケティング力の強化

消費者のニーズ情報の把握や、把握した情報を元に生みだされたアイデアの完成度を高め、実際の商品を開発していく活動を持続的に展開できる総合的な技術力の蓄積。

ii) 経営力の強化

常に変わっていく消費者に対応して商品・サービスを変化させていくために必要となる、経営理念の構築や経営資源（人材、資金、生産資源、技術、ノウハウ等）の質と量の充実。

iii) 地域力の強化

農林水産業者や商工業者、地方公共団体、関連公的機関、JA、商工会・商工会議所等による幅広いネットワークの育成により、地域の関係者が一致して、地域活性化に向けた明確なコンセプトと戦略を共有。

(3) 農商工連携の支援施策

国が施行する「農商工連携」関連の施策は以下のとおりである。

補 助 金	<p>◎連携体構築支援事業（法認定不要）</p> <p>連携体構築に対する規約の作成、コンサルタント等にかかる経費の補助。</p> <p>補助金限度額500万円（上限） 補助率2／3以内</p>
	<p>◎事業化・市場化支援事業</p> <p>連携体が行う新商品開発（製品・サービス）に係る試作、実験、研究会、マーケティング、市場調査等にかかる経費の補助。</p> <p>補助金限度額2,500万円、但し技術開発を伴う場合3,000万円（上限）</p> <p>補助率2／3以内</p>

融 資	<p>◎政府系金融機関による融資制度</p> <p>設備資金及び運転資金について、参画する個別企業の返済能力に加え、連携プロジェクトの評価を加味した上で、政府系金融機関が優遇金利で、農商工等連携事業計画に参画する個別企業向けに融資を行う。</p>
	<p>◎小規模事業者等設備導入資金助成法の特例</p> <p>小規模企業者等の設備資金について、無利子貸付の限度額を6,000万円に、また、同貸付割合を2 / 3以内に優遇する。</p>
	<p>◎農業改良資金助成法、林業・木材産業改善資金助成法、沿岸漁業改善資金助成法の特例</p> <p>中小企業者が農林漁業者の行う農業改良措置等を支援する場合に農業改良資金等（無利子）の貸付を受けることができる。また、当該資金の償還期間及び据置期間を延長する。</p>
信用保証	<p>◎信用保証の特例</p> <p>中小企業が金融機関から融資を受ける際、信用保証協会が債務保証をする制度で、中小企業者は次の措置を受けることができる。</p> <p>* 普通保証等の別枠設定</p> <p>普通保証2億円、無担保保証8,000万、特別小口保証1,250万円、流動資産担保融資保証2億円に加えて、それぞれ別枠で同額の保証を受けることができる。</p> <p>* 新事業開拓保証の限度枠拡大</p> <p>新事業開拓保証の限度額が2億円から4億円（組合4億円から6億円）に拡大される。</p>
	<p>◎食品流通構造改善促進法の特例</p> <p>食品の製造等の事業を行う中小企業者が金融機関から融資を受ける際、食品流通構造改善促進機構が債務保証等をする制度で、食品の製造等の事業を行う中小企業者は、当該認定事業に必要な資金の借り入れに係る債務の保証等を受けることができる。</p>
設備投資減税	<p>◎設備投資減税</p> <p>事業を行う中小企業者のうち、新商品又は新役務の需要の開拓の程度が一定の基準に適合する旨の確認を受けた者に対し、取得した機械、装置について取得価額の7%の税額控除又は初年度30%の特別償却が認められる。</p>

(4) 認定を受けた事業

平成20年度および21年度に認定を受けた事業は、東北地方で31に及ぶ。岩手県内の認定事例は、2件（農林漁業者、中小企業者ともに県内事業者）のほかに、岩手県の農林漁業者と宮城県の中
小企業者が連携した事例が1件ある。

① 農林漁業者、中小企業者ともに岩手県の認定事例（1）

農林漁業者：有限会社ありす畜産（住田町）

中小企業者：有限会社真木沢ミートピア（北上市）

事業内容：四原種配合豚を肉原料として100%使った新食感あらびきハンバーグの製造・
販売

② 農林漁業者、中小企業者ともに岩手県の認定事例（2）

農林漁業者：黒石梅の里生産組合（奥州市）、新岩手農業協同組合（滝沢村）

中小企業者：株式会社南部美人（二戸市）

連携参加者：地方独立行政法人 岩手県工業技術センター（盛岡市）

事業内容：岩手の果実を活用した糖類無添加リキュールの事業化

③ 農林漁業者が岩手県の認定事例

農林漁業者：佐藤 公一（一関市）

中小企業者：株式会社プロジェクトエム（仙台市）

事業内容：高機能桑茶、桑茶パウダーの開発・製造・販売の事業化

上記3件のうち、②の事例については本報告書の「各論」で詳しく紹介しているので、参照願
いたい。

2. いわて農商工連携ファンド

(1) ファンドの概要

いわて農商工連携ファンドについて、県の資料には次のように記述されている。

本県の地域経済の重要な担い手である農林水産業と中小企業者との連携（農商工等連携）を強化し、相乗効果を発揮していくことで地域経済の活性化を図るため、平成21年3月に「いわて農商工等連携ファンド」を創設し、その運用益により、中小企業者と農林漁業者の連携体が行う創業や新たな事業展開等への支援を行う。

①起業・新事業活動支援事業

～創業を行う者又は経営の革新を行う中小企業者と農林漁業者の連携体を支援～

助成内容：市場調査・動向調査、新商品・新技術・新役務の開発、販路開拓、人材養成等

助成対象者：中小企業者と農林漁業者の連携体

* 通常の商取引ではなく、両者の経営資源を活かしたそれぞれの新たな取り組みが必要

助成率：1／2以内（県北・沿岸地区は2／3以内）

助成限度額：500万円

助成期間：3年以内

②支援機関による支援事業

～農商工連携に取り組む中小企業者と農林漁業者を支援する支援機関の活動を支援～

助成対象者：農商工連携を支援する機関

助成率：定額

助成限度額：500万円

助成期間：原則単年度

(2) 基金の総額等

基金の総額 29.1億円

運用益 約4,250万円／年

補助金 約3,000万円／年

* ファンドによる支援対象経費は、ソフト経費。（生産施設、人件費は含まない）

(3) 助成決定事業者

第1回助成決定分（公募期間 平成21年3月2日～27日）

- ① 企業名：三研ソイル（八幡平市）、八幡平市北村営農組合（八幡平市）
事業内容：土壌に最適な有機質肥料の開発製造とそれを活用した農産物の生産。
- ② 企業名：株式会社夢実堂（二戸市）、株式会社夢実るファーム（二戸市）
事業内容：ベビーリーフの生産拡大と高機能性野菜（グレートベビーリーフ）開発による新市場の創造。

第2回助成決定分（公募期間 平成21年6月22日～7月21日）

- ① 企業名：株式会社浅沼醤油店（盛岡市）、花菜油の会（一関市）
事業内容：無農薬栽培のエゴマ・ナタネでの新商品開発と食材産地の情報発信。
- ② 企業名：昭栄建設株式会社（盛岡市）、株式会社春の隣（盛岡市）
事業内容：「いわて雫石わさび」ブランド確立と「生工販一体型」事業体制による「わさび文化」の創造。

第3回助成決定分（公募期間 平成21年10月23日～11月24日）

- ① 企業名：有限会社九戸屋肉店（盛岡市）、東部畜産（盛岡市）
事業内容：「盛岡あじわい林檎ポーク（仮称）」を利用した新商品開発と盛岡の新特産品としての販路拡大。
- ② 企業名：有限会社田鎖農園（盛岡市）、株式会社浅沼醤油店（盛岡市）
事業内容：岩手生まれの大豆「秘伝」栽培を核とする「環境にやさしく価値を生む」資源循環型農業の実践と加工品販売。
- ③ 企業名：更木ふるさと興社（北上市）、更木桑葉生産組合（洋野町）、マルベリーいわて（盛岡市）
事業内容：「桑食文化発祥地 更木」ブランド構築のための生産拡大と加工食品開発。
- ④ 企業名：株式会社アーク（藤沢町）、農業組合法人 おくたま農産（一関市）、農業組合法人 とぎの森ファーム（一関市）
事業内容：集落営農組織と連携した国産米粒配合飼料によるこだわりの「新ブランド豚」開発及び販路拡大。

なお、平成21年度第4回は、22年2月から3月にかけて助成対象者を公募するというのである。詳しくは、(財)いわて産業振興センターのホームページを参照願いたい。

各 論

有機質肥料の開発製造と地域ブランド化の活動

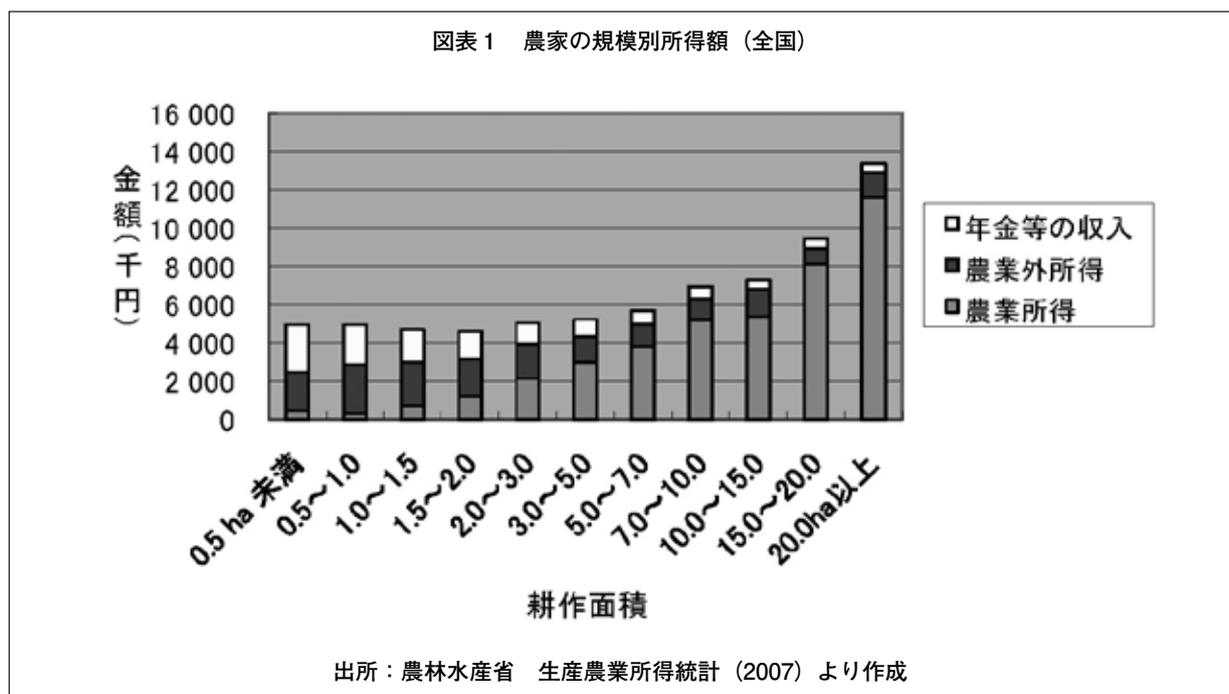
高橋 庄平

1. はじめに

今後の農業は「産業として農業を経営できる農家でなければ存続できない」のではないだろうか。食は人間が活着ている間なくてはならないものであるが、技術革新や海外製品の輸入により国内農家の多くは苦境に立たされている。一方、従来の農業政策は多少乱暴な言い方をすれば、経営実態のないところにもお金を注いできた面がある。

2. 日本農業の現状

農林水産省の2007年の統計（図表1）によると、農業所得は耕作面積の広さに比例して増加している。また、耕作面積が3 ha以下の農家は総所得の半分以下が農業所得という現状である。総務省統計局によれば盛岡市の「二人以上の世帯のうち勤労者世帯」の平成20年の平均年収は年間635万円であり、7 ha以上の農家でなければその水準を下回っている状況にある。つまり、7 ha未満の農家は専業農家の道を選ぶよりもサラリーマンとして生計を立てたほうが所得が高い状況にあると言える。そのため、今後、一部の農家は農地集約化等で規模拡大を図り、農業所得拡大を図る一方、農業から撤退する農家は主に勤労者となり給与収入の拡大を図ることで生計を立てるなど、集約化及び分業化が必要な状況である。



3. 岩手農業の現状

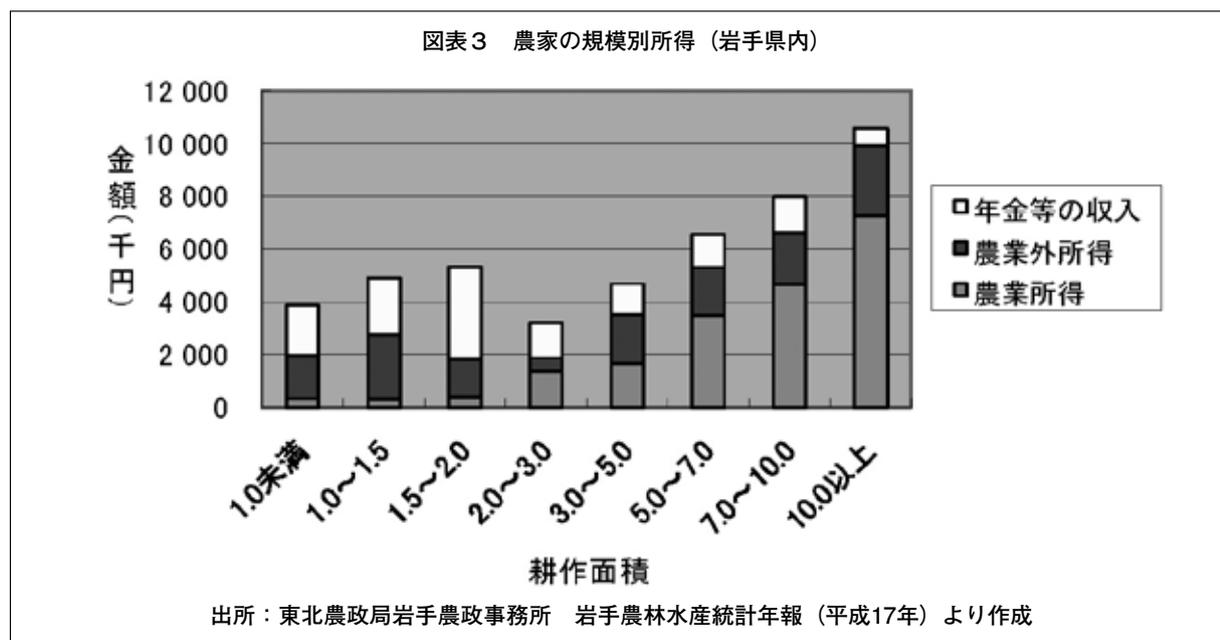
一方、岩手県内の状況はどのような状況なのであろうか。図表2を見ていただくと、農業所得が減少傾向にあるがその要因のほとんどは農業外所得の減少にある。統計上、平成16年以降の農業所得に農業経営に関与しない世帯員の収入は含めないことになったため、農業依存度（農業所得÷農家所得）は36.7%に上昇している。

図表2 県内農家、勤労者世帯の所得比較（1戸当たり）

区分	年次	平成7年		平成12年		平成15年		平成16年		平成17年	
			構成比								
農業総所得（万円）		840	-	756	-	705	-	433	-	465	-
農家所得（万円）		604	71.9%	556	73.5%	464	65.8%	254	58.7%	259	55.7%
	農業所得（万円）	136	16.2%	88	11.6%	76	10.8%	77	17.8%	95	20.4%
	農外所得（万円）	468	55.7%	468	61.9%	388	55.0%	175	40.4%	162	34.8%
農業生産関連事業所得（万円）		-	-	-	-	-	-	2	0.5%	2	0.4%
年金・被贈等の収入（万円）		236	28.1%	200	26.5%	236	33.5%	179	41.3%	206	44.3%
農業依存度（%）		22.5%	-	15.8%	-	16.4%	-	30.3%	-	36.7%	-
勤労者世帯実収入（万円）		603	-	617	-	590	-	589	-	565	-

出所：財団法人 岩手経済研究所編集 岩手県の経済と産業

また、図表3が示すとおり、2ha以下の農家はほとんど農業所得がなく、所得の大部分を農業外所得に依存している。この傾向は全国の状況と同じく、小規模農家は農業外所得に依存している状況が見て取れる。



4. 今後の課題

これまでは、このような状況を現存させつつ、農業政策がとられてきた。1.5ha未満の農家は生活のために農業外所得を増やす必要に迫られ、農業経営に費やせる時間も限られてきた。また、耕作面積が狭いため労働力を投入する規模も少なく、兼業または菜園農家という形で農業を維持することしかできなかった。その結果、給与所得が多い兼業農家が増加することにもつながり、いわば家庭菜園に毛の生えた程度の週末農家と言っても差し支えない農家にも農業保護に使われてきたお金は回っていた。

今、日本の農業の将来を考えた時に、育てなければならないのは、副業ではなく産業として農業をやろうとする人達ではないであろうか。国や農協はそういった人達を育てるように発想を変えなければならない。そして、農家自身も意識を変えなければならない。

誤解のないように付け加えると、兼業農家を否定しているのではない。年間の農業所得が少なくとも、これから伸ばして産業化をしていきたいという農家は積極的に支援すべきだろう。私が言いたいのは、お金を投じるなら「生産しない」ではなく「生産する」ことに出そうということである。

米の場合、これまでは「生産しない」ことに莫大なお金を出してきた。需給調整という側面があるにせよ、仕事をしなくてもお金をもらえるのはおかしい。減反政策などは兼業でやっている農家に手厚い制度と言わざるを得ない。しかし、担い手の減少が今後も続くことが予想される中、果たして土地の流動化も含め現状のままで良いのかが問題となる。「耕作規模小→農業経営難→農業所得小」という現実を「耕作規模大→農業経営実現→農業所得大」という流れに変えることが今後の農業への光明ではないであろうか。

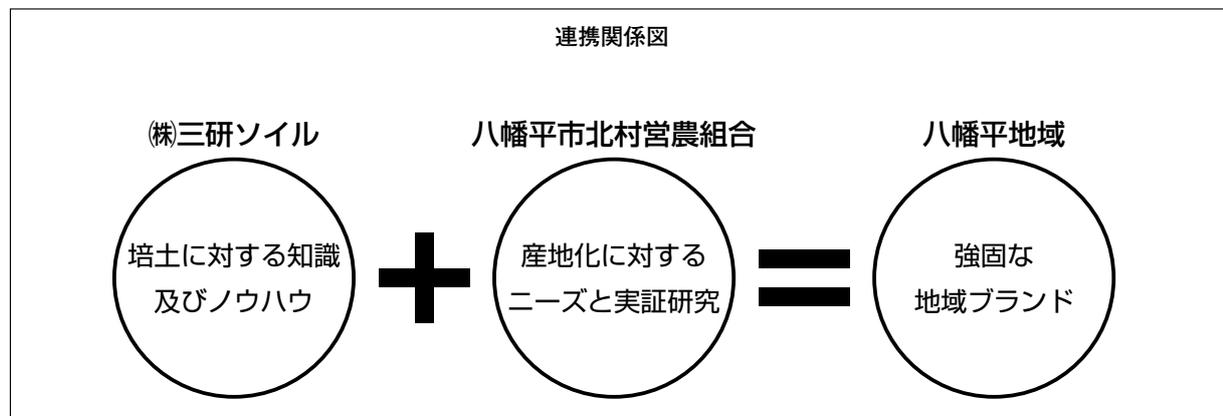
戦後、日本は農地改革によって農地が地主から小作農へ移り、たくさんの自作農が誕生した。そして、農協が彼らを束ねて作物を市場に供給してきた。この仕組みは食べ物が少ない時代には有効に機能し、おかげで日本は食糧に困らない国にまで豊かになった。しかし、それは消費者が求めるものを国内で作っているだけではなく、国内生産できるものでも価格等の理由で海外からの輸入に頼っている状況の中での豊かさである。気候等の理由で生産できないものを除き、消費者が求めるものを供給できるよう日本の農業もかわらねばならないのに、まだ途上である。

「兼業農家の保護」から「産業農家の育成」へ考え方を改めることから新たな農業政策は始まるのでないだろうか。そのような現状を鑑みてここに一つの事例を紹介したい。

5. 農商工連携事例

2009年5月18日に第一回いわて農商工連携ファンド地域活性化支援事業の「起業・新事業活動等」として株式会社三研ソイル（代表企業）、八幡平市北村営農組合（連携企業等）が連携した事例を紹介する。

この農商工連携の主な事業内容は「土壌に最適な有機質肥料の開発製造と有機質肥料を活用した農産物の生産」である。より具体的には、地域ブランドをネーミングだけでなく、味や品質があたかも同じ土地で同じ農家が作ったように育成することを最終目的とする事例である。



6. 連携企業の事業内容

会社名 三研ソイル 株式会社（中小事業者）
 稲・野菜・花卉 三種類の土壌（ソイル）を研究する会社

業種 培養土製造業（水稲用培土・園芸用培土・化学肥料等）

会社沿革 昭和57年 三井東圧肥料(株)岩手工場の設立と同時に、業務委託会社として、東部開発(株)設立

平成13年 15百万円増資し、三研ソイル株式会社に商号変更

同年 三井東圧肥料(株)岩手工場の撤退にともない全ての業務を引き継ぎ、水稲用・園芸用培養土の製造販売を行う。

※三井東圧肥料(株)岩手工場とは岩手県・西根町の誘致企業として三井東圧肥料(株)が県下並びに隣接県の豊富に埋蔵している良質な火山灰土を主原料に、水稲用・園芸用培養土の生産工場として設立

工場の規模

敷地面積	・ ・ ・ ・ ・	38,728㎡
水稲用工場	・ ・ ・ ・ ・	1,324㎡
園芸用工場	・ ・ ・ ・ ・	428㎡
管理棟	・ ・ ・ ・ ・	150㎡
研修室・分析室	・ ・ ・ ・ ・	170㎡
試験栽培用温室	・ ・ ・ ・ ・	110㎡
製造能力	・ ・ ・ ・ ・	3万トン／年



企 業 名	八幡平市北村営農組合（農林漁業者）
事 業 拠 点	八幡平市大更北村地区
主たる事業内容	現在13農家 水稲 20ha生産
経営の履歴	平成20年3月 組合設立
事 業 内 容	大更北村地区の有志により設立された新しい組合であり、今後の共同事業の成果が期待される組織である。

7. 有機肥料業界及び中小企業者の環境

減反政策による作付面積の減少や農業の担い手不足の影響で限られた作付面積で、高収穫を確保することを目的とした農業方法への転換により、培養土の重要性は高まっている。当社の培土は生産者から好評を得ており、水稲用・園芸用ともに売上が増加傾向であり、工場の稼働率は今後も安定的に推移する見通しである。

主力の農業用培土の岩手県内における需要は安定している。また、秋田地区、青森地区への販路も安定的に推移している。ほぼ全農経由の販売ルートを使い、債権回収リスクを最小限に抑える仕組みをとっている。水稲用・園芸用ともに出荷量、販売高どちらも増加傾向にあるが、当社の現行設備からすれば、培土製造能力は限界水準に達しようとしている。多くの企業・団体からは困難な課題に対するアドバイスを求められるなど共同研究も進めている。八幡平の自社山林から培土原料を採掘し、基本的に原料は自社調達し、低価格で品質の良い培土の製造を手がけている。

8. 連携事業の具体的な内容

事業活動の目標（テーマ）

土壌に最適な有機質肥料の開発・製造とそれを活用した農産物の生産
～県産原料を活用した有機質肥料及び農地土壌診断によるオーダーメイド有機質肥料の開発、製造、販売における有機農作物の展開事業～

事業活動の取組内容

(1) 組む背景・理由

近年の様々な問題により、農産物の安心・安全に対する関心が非常に高くなり、有機農業や環境循環型農業等に注目が集まっている。八幡平市では現状農業の脱却と一次産業による地域活性化を目標としており、少しでもその目標に貢献したいと取組むものである。その中で地元の畜産業界で豚糞、鶏糞が余り、処理に苦慮している事と、従来の農家では収量を得るために化学肥料の施肥を行うケースが多く、その結果、土壌成分の過剰蓄積による土壌障害が起こっている現実がある。余剰堆肥と県産原料を活用した安心・安全な有機質肥料の開発とともに、

農地の現状を正確に把握する土壌診断を行い、現状を知り、農家ごとの土壌に合った最適な有機質肥料を提供する事が求められており、この活動を通じ、農地の土壌障害を解消することで、安心・安全で品質の高い有機農作物を消費者に安定的に提供したいと考えている。

農地土壌診断を行い、土壌データを採取し、データベース化することにより、各地域の土壌成分濃度の違い、濃度変化、水分によっての変化など、様々な研究ができ、地域ごとの平均的な肥料の開発や農地ごとに適切な有機肥料を提供する事ができるために、開発、製造、販売に取り組む。また、農林漁業者は開発した有機質肥料の有効性を確認するために、栽培試験を行い、安心・安全で品質の良い有機農産物の生産に取り組む。

(2) 販売ターゲット

個人、組合、農協の中で有機質肥料を使用して有機農業をしたい人、団体。

新規就農者が就農しやすい環境を整えるために土壌診断を希望する人。

(3) ユーザー側の要望、課題

有機質肥料を使った農産物の品質等、実証されたいら使用したい。

散布方法が確立し、市販の機械に対応できるならば使用したい。

9. マーケットについての評価

農家の大規模化が叫ばれる中、地域ブランド化が図れるこの連携はとても有意義な取り組みである。また、成果を連携企業間だけではなく地域へ公表及び利用にまで広げている事例である。これまでの地域ブランド化は「同じ品種のものを作る」ことが中心となってきた。同じ時期に植え、同じ肥料・農薬を使い、均一的な品質のものをある程度の規模で提供することに主眼が置かれてきた。しかし、品質の均一化はとても難しく、地力が異なる農地に異なる生産者が手を加えて生産するため、まったく同じものを作るのは至難の業である。

そのような中、今回の事例はそもそもの地力を「地域ブランド化」をめざす地域全体で一定のものとなるように土壌分析から追肥まで行うことに大きな違いがある。当社のように長年、土作りに携わってきた会社でなければ到底できないことであり、地力を一定にするまで生産を一時停止することになることも想定されるため、農家からの協力も得られなければ難しい事業である。

今回の事業が成功に終わることができれば「八幡平市」にあった培養土が完成し、地域にあわせたオーダーメイド培養土となる。八幡平市のりんどうのようなブランド産地となることが期待される。また、その実績を元に他地域での同じオーダーメイド培養土の開発が進めば、県内各地での「地域ブランド化」も可能であり、農家の所得向上に一役かえるのではないであろうか。

10. 今後の展望と課題について

当社の土作りにおける経験とデータそして、自社所有の山林及び工場設備は培養土を生産す

るために必要不可欠なものであり、当社の「強み」でもある。また、全農との取引契約が当社の資金回収リスクを低減させ、生産活動に経営資源を集中できる体制をとれたことも自社の技術力を高められた要因となっている。

今後は自社の技術力を地元に戻し、農家の手助けをしたいとしている社長であるが、農家そのものの経営力及び資金力の弱さについては多くの農家の悩みである。八幡平市北村営農組合は平成20年に作られた営農組合であり、今後の発展に期待できるものの岩手県全体では農家の高齢化はまだまだ続いている。今のままでは高齢化→後継者不在→農業に対する熱意低下→手間のかかる地力回復に消極的→良い作物・地域ブランド化を阻害→農業所得の低位安定との悪循環のサイクルが予想されてしまう。

多くの農家は農協に販売を依存しているため、マーケットに対する意識が低く農業技術者としての一面が強い。つまり、自分の土地から生産物を作り出す能力は高いものの、販売作物の選択並びに販路開拓には苦手意識がある。それを補うために産直による販売等も行われているが、全てが成功しているわけではない。農商工連携も6次産業化もその弱さを企業同士が協力して補おうとする取組みであり、当社の連携もその範疇にあるが、連携者それぞれの努力が成功を生むのである。

農業が産業化するためには農家が自ら将来のビジョンを作り、それを実現させることが重要である。その過程では多くの悩みや失敗があると思うが農家が「経営者」になるためには避けては通れないことである。

今後は農家が「経営者」になる過程をともに乗り越えていくためのパートナーを見つけ、より長期的な活動につなげることで、良い結果を出せるのではないか。やる気に満ち溢れた農家にとっては三研ソイル(株)はよきパートナーとなれる基礎力がある。また、今後がんばる農家に対して支援していただきたいところである。

11. 中小企業診断士としての提言

今回、遠藤社長と面談をさせていただき、社長の豊かな人間性を強く感じた。総勢約60人の従業員を率いて、しかもその中にはフィリピン人などの外国人も含まれている中で順調に事業を継続させることは生半可な努力では達成できない。

社長の印象的な言葉に「幸運は優しさから」というものがあった。三井東圧肥料(株)岩手工場から事業を引き継ぐに当り、多大な苦勞をされたことがこの言葉を生み出しているのかもしれない。当時は工場の雇われ従業員であった社長は他の従業員の雇用と職場を守るために工場を買取る資金を必死に集めたという。また、全農との取引が生命線になるとの判断から取引契約を結ぶため東京へ行かれ、そこでも多くの苦勞をされた。社長の精神誠意の交渉が地元金融機関や全農社員の心を動かし、最終的に今の三研ソイルの基礎ができたのである。その過程の中では社長は

多くの人に助けられたことを強く語っていた。だから、私も事業を通じて人を助けたいとも語っていた。

その時の教訓からか①社長は中古車にしか乗らない、②従業員の子供の大学進学時に資金援助をする、③農家の迷惑にならないよう自社では農作物を販売目的では作らない、④接待はしないなど自ら決め、実践されている。いずれも会社に資金を蓄えるためもしくは従業員・お客様のために行っているものである。成功している経営者の一部には会社を私物化してしまっているケースもあるが、当社についてはまったく当てはまらない。地元の雇用確保のため、門戸を広げ、前職が大工・整備士など幅広いスキルを持った従業員を抱えたことで、従業員のスキルで建物のほとんどを作れるだけの人材を確保している。また、フィリピンから来た従業員も研究員として育成し、日本人との差別はしていない。仕事を外注せず内製化することで、仕事量と収益性を保ち、利益の一部を従業員の給与として支払い、また、八幡平市に税金を支払っている。今では、地元になくはない会社となっている。

しかし、そのような会社でも自社の力だけではどうしようもしいことがある。それは「国内消費量」の減少や「海外農産物輸入」に伴う国内農業の衰退である。当社の取引先のほとんどが農家であるため、農家の衰退は販売量の低下に直結してしまう。日本の農家が強くなることは当社にとっても大きな望みである。しかし、この連携のように当社が直接、協力できるのはごく一部であり、根本的には農家の自己革新がとても重要である。

さて、強い農家とはどのようなものなのであろうか。私は「変われる」農家が強い農家ではないかと思う。「変われる」とは①多くの種類の作物を作れる技術がある②過去の成功体験に依存しない③市場価格の変化に耐えられる原価で作り出せる④「辞める」又は「譲る」という判断ができることだと思う。

①技術力があることで、需要や気候変化に合わせて、作付面積や時期を変化させ、おいしいものを作ることで、所得の安定化が期待できる。②過去と現在と未来を予測し、変えなければならぬことを判断し、実行することは経営を継続するためには大変重要である。③農産物は需要と供給により値段が変化する。「安く作れる」ことを実現できれば、利益確保が実現しやすくなる。④「経営」ができないという判断をした場合には、「経営」してくれる人に農業を「辞めて」「譲る」との決断をすることが望まれる。一般的に農家は土地に対する愛着が強く、なかなか手放すことには躊躇する。しかし、耕作放棄地になると再び農地に戻すために時間とお金を費やすこととなり、誰も喜ぶ結果ではない。まさしく、決断となるが正しい決断ができることも農業経営には必要である。

これらは一般的な会社が行っていることと類似するが保護下にあった農業には今までは当てはまらなかった。しかし、この変革のときに「変われる」農家が今後の農業の担い手となり、地元雇用の一部を吸収できるだけの産業に育つことを願ってやまない。 以上

「食用ほおずき」で地域おこし

猿 川 裕 巳

1. 食用ほおずき

食用ほおずきは、原産地は主に南アメリカ、その果実はオレンジがかった黄色で味は甘酸っぱくフルーティな香りがする。

古くはインカ帝国の時代から食されていたとされ、成分はビタミンA、ビタミンC、鉄分、カロチン、イノシトールが含まれ、南米ではその薬効成分が高いためペストなどの病気の薬として古くから用いられ、「医者いらず」とも言われている。

とりわけ、イノシトールは細胞の成長促進に不可欠なビタミンB群の一種であり、肝脂肪・肝硬変の予防・治療薬として、また、ビタミンドリンクや乳児の必須ビタミン剤など、幅広く使用されている。

観賞用のほおずきとは同属の植物ではあるが、種類は異なる。いくつか種類があるが、いずれも茎葉が柔らかいぶ毛で覆われていて、果実が熟すると袋状のガクが淡褐色になり、その中に入っている丸い実を取り出して食する。

4月下旬～6月上旬が種まき期、7月～9月に花を咲かせ、収穫期は8月～11月と長い。

ヨーロッパ、特にフランス、イタリアでは盛んに栽培されているが、日本での栽培は平成に入ってからと思われ、一般にはあまり知られていない。

1株から多いときで2kgの収穫もあり、耕地面積があまり広くない岩泉には適した農産物といえるかもしれない。



ほおずき畑



収穫されたほおずきの実

ほおずきの健康効果

- ◇コレステロールの低下
- ◇美肌効果
- ◇動脈硬化予防
- ◇がん予防
- ◇老化を遅らせる
- ◇肝脂肪予防
- ◇肝硬変予防
- ◇悪玉コレステロール値を下げる
- ◇脳細胞に栄養を供給
- ◇健康な毛髪の維持

2. 岩泉の農業

岩泉町は面積992.92平方kmと東京23区に横浜市を加えた広さに匹敵する、本州随一の広大な町である。1,000m級の山々に囲まれ、豊かな緑を蓄えた山林が面積の93%を占め、河川は小本川、安家川、摂待川があり、この流域に沿って集落を形成している。

また、安家地区から岩泉地区に延びる石灰岩層は、日本三大鍾乳洞の一つであり透明度世界一を誇る地底湖がある龍泉洞をはじめ、氷渡洞、安家洞などの鍾乳洞群を形成している。

その龍泉洞地底湖に湧き出している、上流水系の地下35mの地点で取水した「龍泉洞の水」（株式会社岩泉産業開発）は、モンドセレクション世界大会で最高品質賞を受賞（2001年）、また、名水百選（1985年環境省選定）に選ばれるなど、宝としての水にも恵まれている。

岩泉の農業は、その「豊かな森」と「清らかな水」を活用した酪農業を中心に発展を遂げ、平成14年の農産物産出額では、「生乳・肉用牛・乳牛」が全体の7割近くを占めている。

また、岩泉は古くより松茸の宝庫としても知られており、その綺麗な土壌が育てる松茸は食味・香り・形と三拍子そろったブランド品として評価も高い。

農産物産出額（平成14年）
岩泉町ホームページ「岩泉の農業」より

順位	農産物名	産出額（千万円）	構成比
1	生乳	79	31.7%
2	肉用牛	71	28.3%
3	米	22	8.9%
4	わさび	21	8.3%
5	豚	12	4.7%
6	乳牛	10	4.0%
7	りんご	10	3.9%
8	ピーマン	4	1.7%
9	大根	3	1.0%
10	葉たばこ	2	0.9%



広がる酪農地



小泉家の木造建築（明治38年築）

3. 食用ほおずきとの出会いから栽培へ

早野由希子さん（㈲早野商店取締役）は、現社長（早野貫一氏）の次女で、東京の演劇の世界から生まれ育った町岩泉に戻ったのは2004年のことである。早野商店は別会社として「龍泉洞観光会館」も経営しているが、龍泉洞の入場者数も近年はピーク時の半分まで落ち込み、町自体も衰退気味にあった。

演劇の世界にいた経験を活かし、「民話」による町の活性化を考え、野外劇が盛んなフランスへ視察旅行。その際に、パリのレストランで初めて食用ほおずきに出会う。サラダのような料理の中に生のほおずきが入っていて、食べてみたら「遠い、遠い昔を思い出すような懐かしい味がした」という。フランスでは、「冬のサクランボ」と言われ、古くから食されているらしい。その出会いが、岩泉を「民話による活性化」から「6次産業（注1）による活性化」にとその考えを変えていくキッカケになった。

「第1次産業、第2次産業、第3次産業、それらの共生が岩泉を変えていくのではないか」また、「その共生そのものが岩泉町で企業が生き残って行く道ではないか」と考え始める。

農商工連携・6次産業化が岩泉町内を活性化させ、減ってきている観光客を増加せしめ交流人口が増える。地域がさらに楽しくなり、盛り上がる。その切り口をほおずきに求めようと思ったのである。

岩泉に帰り、さっそく栽培に取り組む。1年目、1棟のビニールハウスで200株ほど栽培したが、害虫の被害に遭ったこともありほとんど収穫できず、ビニールハウスもジャングルと化す。

2年目、初年の反省を踏まえて、苗幅と畝幅を広くし害虫対策に燻煙を使用。インターネットに載せてみたら収穫できるかどうかかわからないうちに注文が。なんとか予約注文分を確保してほったところ、テレビ岩手のニュースで取り上げられる。メディア初登場である。

また、東京のロジデリにも出店し、そこで現在の旦那さん（崇 氏）と運命的な出会い。

二人三脚で取り組んだ3年目、「食用ホオズキ生産者募集」と新聞の折り込み広告に載せたところ、5戸の農家が参加。露地栽培にも取り組む。

4年目は18戸の生産者と契約し、栽培面積1,800㎡にまで拡大、生産量は700kgまで達する。この年から新商品として加工品の製造販売を開始、地域ファンド「いわて希望ファンド」（注2）の助成を受け、ジャム、フルーツソース、コンポート（シロップ煮）、マーマレードタイプのお茶などを開発。また、月の輪酒造店と連携してほおずき酒（リキュール類）にも挑戦し、すべて完売。

そして、5年目の今年、契約農家は45軒に増え、収穫量も2.5tの見込みとなり、それぞれの商品も飛躍的に増産になる。

（注1）6次産業とは、1次産業×2次産業×3次産業のことで、それぞれの産業が一体となって、総合産業（6次産業）として発展することを目指し、その際、どれかが欠けると0になってしまう

ため、いずれも欠かせないという、産業間連携の在り方を示すものである。岩手県は、国のふるさと雇用再生特別基金事業を活用して、21年度より「いわて6次産業チャレンジ支援事業」を実施しており、早野商店も「食用ほおずきの6次産業化」(①食用ほおずきの生産・集荷・加工・販売 ②インターネット通販 ③体験型農園)をテーマにその助成を受けている。

(注2)「いわて希望ファンド」は、独立行政法人中小企業基盤整備機構の地域中小企業応援ファンド事業と北日本銀行からの資金拠出を受けて造成された基金を活用し、地域資源活用型産業、ものづくり産業及び中心市街地における起業、経営革新等の新事業活動を行う事業者等の支援を行っている。ファンドを運用益から、(財)いわて産業振興センターが助成金の交付と専門家を活用した助言等により、中小企業等の積極的な取組みを総合的に支援する。

4. レストランの食材等、用途は多岐にわたる

平成21年10月1日、盛岡グランドホテルで食用ほおずきを使ったメニューの試食会が開催され、私もお賞味にあずかることができた。ホテルのシェフが考案した4品 1. 帆立貝、菊花、胡瓜、博多、ホオズキ黄味酢かけ ホオズキ酢ゼリー添え 2. 盛岡りんごクリームスープに「ホオズキ」を浮かべて 3. 中華風チキンソテーホオズキソース 4. ドライホオズキとパルメザンチーズのリゾット が振る舞われたが、いずれも本格的な料理で大好評。

また、都内のレストラン(東京・台場「ホテル日航東京」:日本料理「さくら」、鉄板焼「銀杏」)でも食材として採用され、その美味しさと香りは絶賛を受けている。「確かなほおずきとしての存在感はあるのだが、それが料理として他の食材の邪魔にはなっていない。」と思う。

さらに、和菓子、洋菓子との相性も良く、その用途は広い。逆に広いが故に今後の展開が非常に悩ましい。

グランドホテルでの試食会から



帆立貝、菊花等、ホオズキ黄味酢かけ

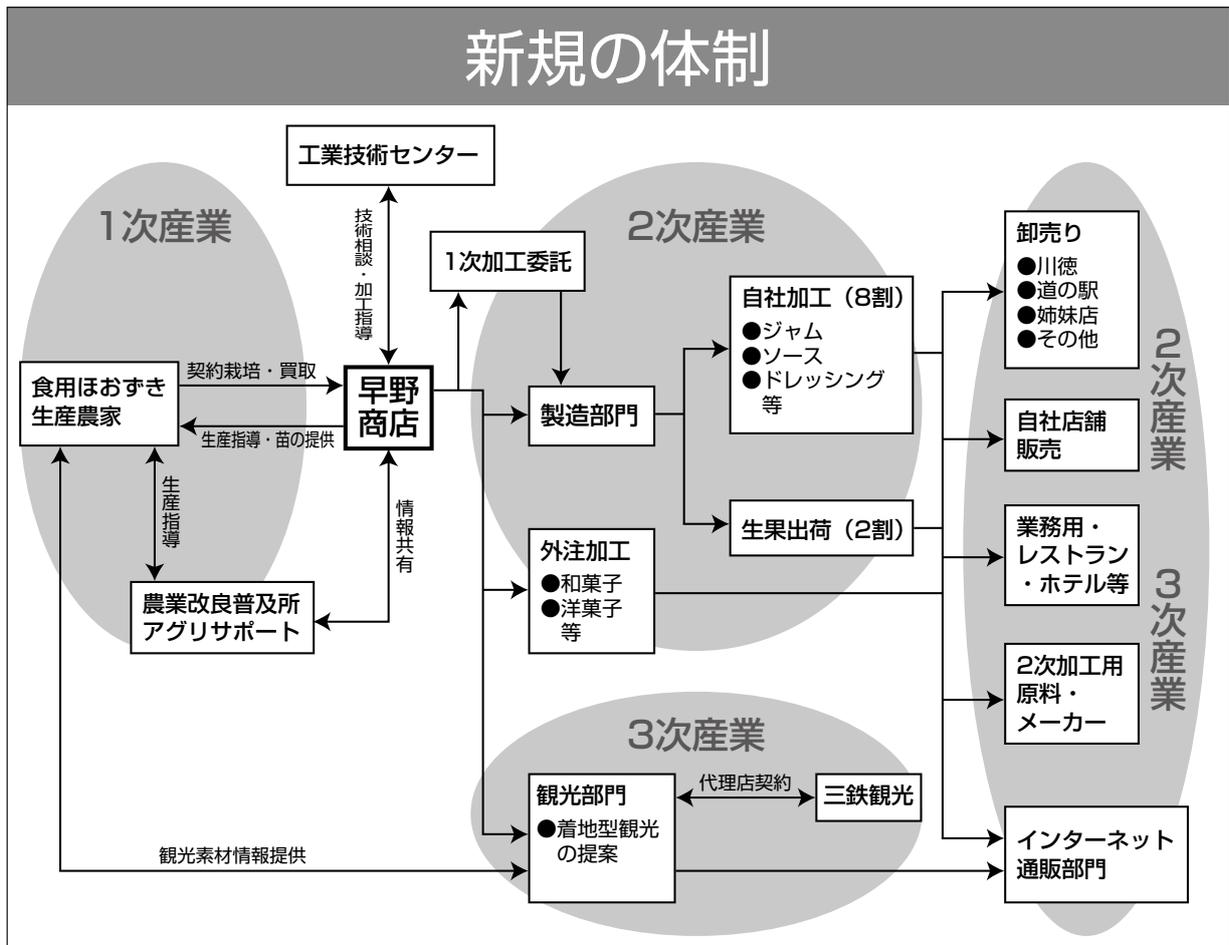


中華風チキンソテーホオズキソース

5. 6次産業としてのほおずき

早野商店では、ほおずきを活用した事業の体制を下図のように考えている。ほおずきは基本的に契約した農家から、全部早野商店が買い取る。それを生のまま、あるいは加工して小売店、レストラン等に卸したり、自社店舗若しくはインターネットで販売する営業形態である。

それともう一つ、考案されているのが「着地型観光（注3）商品」としてのほおずきの活用である。



（注3）着地型とは、これまでの旅行商品が都市部の旅行会社で企画・造成される「発地型」であったのに対し、旅行目的地側主導で行うことを指す。これまでは、旅行客の大半が居住する大都市の旅行会社が旅行者のニーズを把握し発信する「発地型」が有利な立場に立ってきたが、旅行者（消費者）志向の多様化により、発地型商品や観光資源のみでは、観光地としてのコンテンツ不足をきたし、旅慣れたな旅行者需要に答えられなくなってきた。

観光地の地元の人しか知らないような穴場や楽しみ方が求められるようになり、着地型で旅行商品や観光資源を企画・開発する必要が出てきたのである。

地元にとっても新しい観光素材の掘り起こし、都市部の旅行会社に提案する着地型が地域おこしにつながるとして、力を入れている。

平成21年11月5日～6日、農商工連携等人材育成研修（岩手県中小企業団体中央会主催）の視察研修が岩泉町で行われた。

本県における農商工連携の事例体験として、初日は「食用ほおずき」の収穫体験、2日目は「まつたけと短角牛のしぐれ煮」の加工体験がそのメニューである。



初日の「食用ほおずき」収穫体験は、早野商店が所有する約100株のほおずき畑で行われ、実が黄色くなって食べ頃になったものを、殻ごとはさみで収穫（一人当たり10個程度）する作業を体験した。「食用ほおずき」はナス科の植物で、1つの株から100～200個の果実を収穫することができる。また、数少ない天敵である「タバコガ」の害に注意すれば、比較的栽培が容易で、9月下旬から11月の中旬にかけて安定的な収穫が期待できるという。今年は、約4,000株から果実が収穫される。



緑のものはまだ早い



こちらは食べ頃



中身はこんな感じ



目玉つきをゲットすると早野商店さんから「ほおずきジャム」が贈呈される

収穫体験の後は、調理施設のある地元の公民館に移動して食用ほおずきのコンポートづくりを体験した。コンポートとは、果実をシロップに漬け込んだ菓子のことで、ジャムに比べると果実そのものの食感や風味が残っており、そのまま、あるいはヨーグルトやアイスクリーム、スポンジケーキなどに添えて食されるものである（Wikipediaから引用）。ヨーロッパ（特にフランス）では一般的なお菓子らしい。



今回は、早野由希子さんの指導のもと、参加者一人あたり1瓶（10粒入り）のコンポートづくりを行った。

2日目の最初の行程は、地元の山林整備を行う「いわいずみ山人会」のご案内で、北上山地の山林を散策した。見事な秋晴れの空と見頃を迎えた紅葉のなか、広大な自然を大いに満喫したが、散策路が急勾配の牧草地ということもあり、年配の参加者の中には、息も絶え絶えな方がちらほらと見受けられた。たしかに軽装で歩けるコースであるが、何も覚悟のない高齢者にはお勧めはできない行程である。散策の後には、「ホテル龍泉洞愛山」で「まつたけと短角牛のしぐれ煮」の加工を見学した。短角牛のすね肉10kgを大きな鍋で5時間煮込み、水分を半分に飛ばした後、しょう油・みりんなどの調味料と、まつたけ2kgを入れてさらに2時間煮詰めるといふ、たいへん贅沢なしぐれ煮である。



当初は調理を体験する予定であったが、急遽、ホテルの料理長による仕上げ作業の実演を見学することに変更となった模様である。完成したしぐれ煮は、その後の昼食で参加者に振舞われたが、甘辛の濃い目の味付けにもかかわらず、素材そのものの風味と食感を残しており、たいへん美味だった。以上をもって、今回の研修会の全日程は終了した。

当初は調理を体験する予定であったが、急遽、ホテルの料理長による仕上げ作業の実演を見学することに変更となった模様である。完成したしぐれ煮は、その後の昼食で参加者に振舞われたが、甘辛の濃い目の味付けにもかかわらず、素材そのものの風味と食感を残しており、たいへん美味だった。以上をもって、今回の研修会の全日程は終了した。

今回の岩泉町視察研修・体験学習を終えて、このプランをひとつの旅行商品として見ても十分に魅力的だという印象を受けた。

ホテル龍泉洞愛山で提供された、土瓶蒸しやカルパッチョ、釜飯に茶碗蒸しなどのまつたけ料理や特産の短角牛に加え、全国で話題を集めつつある「食用ほおずき」の収穫・加工体験など、これらのパッケージを1万2千円前後で提供できれば、内容の充実さと比較しても、かなりの価値感を感じられる。また、自分で加工した食用ほおずきのコンポートについては、保存期間が2ヶ月間と長持ちするため、旅の楽しさを親しい人に伝播するのに秀逸なプロモーション・アイテムと考えられる。

また、岩泉と言えば連想されるのは「龍泉洞」であるが、実際に岩泉に行き感嘆するのは、宇霊羅山（うれいらさん）の見事さである。龍泉洞の真上に位置する標高604メートルのこの山は、その形状の美しさもさることながら、岩泉の中心街であれば、どこからでも石灰岩の断崖絶壁と広葉樹が絶妙にバランスした山肌を見ることができる。この天然の妙景である宇霊羅山の存在は、旅のよいスパイスとして心地よく感じさせる程のインパクトを持っている。



また、被写体としても非常に魅力的であることから、

職場をリタイアした団塊の世代に増えつつあるというデジタル一眼レフ愛好家へのアピールも強い。キヤノンやニコン等のメンバーズ会員をターゲットにしたプロモーションも効果的である。

このように、ほおずきを着地型観光商品の1アイテムとして活用することは、十分可能であるし、非常に意義深いものでもあると思う。幸い、早野商店は「いわいずみ山人会」のメンバーの一人であるし、ホテル龍泉洞愛山の中村社長とは懇意にしている。今後の岩泉のキーパーソンとなりそうな2つの企業の連携に期待したい。

6. 岩手県における農商工連携

「素材は素晴らしいのに生かし切れていない」「流通、販路が課題である」「ブランド化が必要である」、いつから言われて来たろうか。

私は、平成17年度、岩手県から委託された新連携サービス創出事業（観光ビジネスモデル）を皮切りに、観光関連産業の支援事業を4年余担当してきた。その中で、地域にとって重要な核施設である旅館・ホテルの企業再生や、前述の着地型観光旅行の企画なども行ってきたが、その切り口からも必要な事柄は広い意味での「農商工連携」である。

観光は外貨（ここでは、県外からのお金をいう。）を直接獲得する有効な手段である。県の特産品を料理として振る舞い、あるいは土産として販売し、地域と商品をアピールする絶好の場である。しかし、その地域の資源・商品がその価値に見合った正当な評価を、対価としての「お金」で受けているかとなると、結果は寂しいものがある。発地型観光商品の1アイテムとして、実に安い価格で、取り扱われているのである。

「地域の資源を、その価値に見合った対価と交換するための連携・しくみづくり」が農商工連携であると思う。

全国一と思われる食材（過去に1時間にわたり北海道の観光カリスマさんと、どっちが上か議論したことがあったが…）、鉄（橋野高炉跡）、漆産業、神楽、平泉文化etc。1次産業、2次産業、3次産業、それぞれ全国に誇れるものがあるのである。

それらが有機的に結びつき、連携商品として開発され、全国に向けて情報発信し、外貨を獲得していく構図の土台も、最近になり徐々にできつつあると思われる。そのプランの一例が、岩泉での視察研修である。

11月3日、第1回全国食用ほおずきサミットin岩泉が開催された。（主催早野商店）

岩泉町内と福岡県、長野県などの生産者や流通関係者、消費者ら約100名が出席。食用ほおずきジャムを販売する茨城県高萩市の農業組合法人、岩泉町内での栽培と加工の現状など各地の取り組みが紹介され、全国の生産者と連携を深めるサミット宣言が発表された。

「地域に人を呼ぶ産業」は「地域に支持され地域を育てる産業」でなければならない。食用ほおずきから広がった輪が大きく、さらにたくましく育つことを心から願うものである。以上

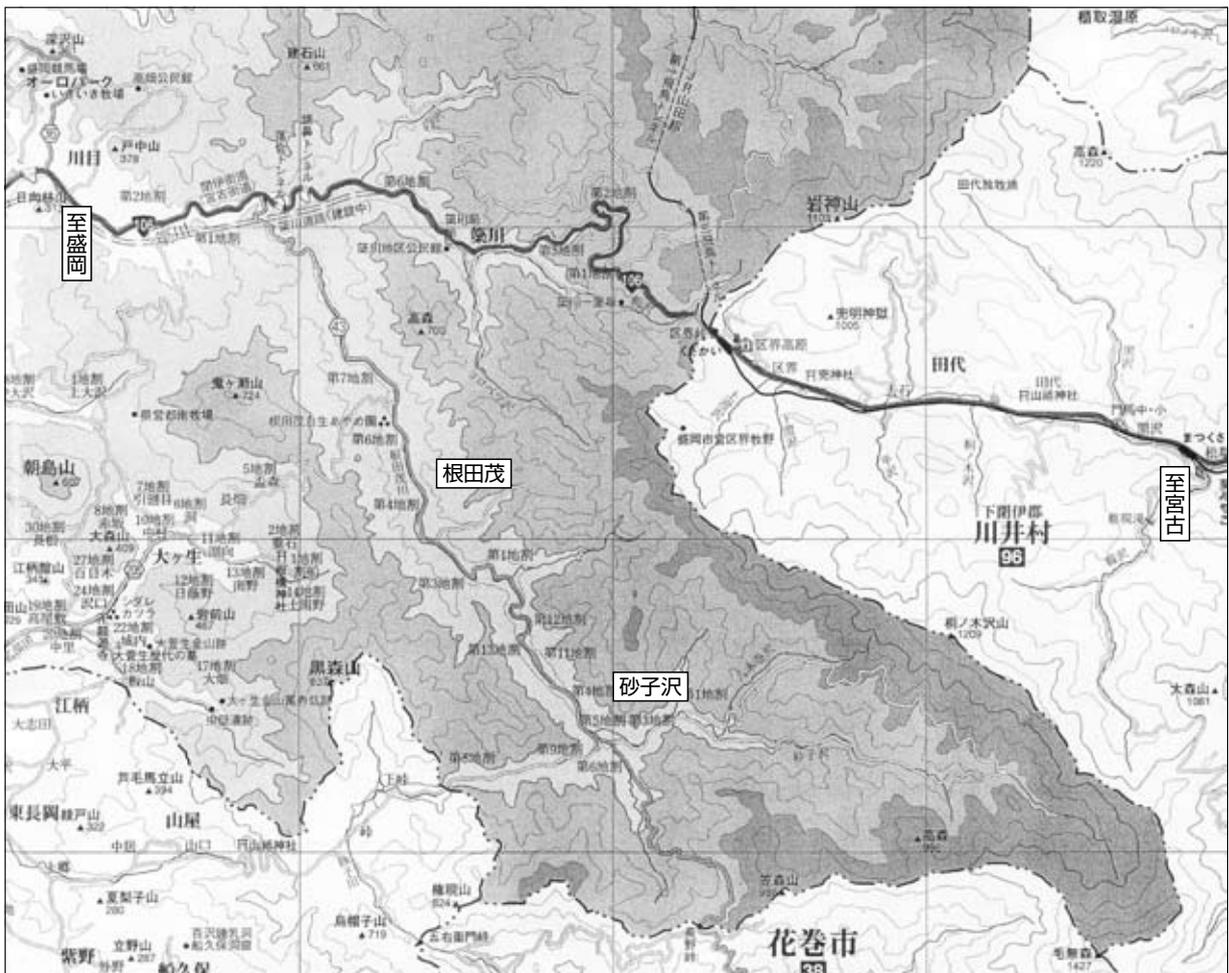
アロニア（盛岡ベリー）による地域活性化

宮 健

1. はじめに

盛岡市と宮古市を結ぶ国道106号線の築川地区は、これから始まるダムの本格工事に向けて道路の切り替え工事などが着々と進められている。築川と根田茂川の合流地点（盛岡市の中心地から10km余）から右折して川沿いの道を10分ほど行くと、水没する集落となる「根田茂」（ねだも）に到着する。10年ほど前までは戸数46戸の集落であったが、今では半数以上の住民が移転し根田茂小学校も閉校となった。いわばダム建設による「湖底の村」となるところである。予定どおりダム工事が進めば、平成30年度の完成が見込まれている。

根田茂地区を過ぎてさらに数分間車を走らせると、再び民家の点在する集落に至る。ここが、本事例の舞台となる「砂子沢」（いさござわ）地区である。砂子沢地区は標高400メートルほどの高地であるため水没は免れるものの、根田茂地区と同様に小学校は閉校となり、住民の高齢化が進むなかで農家の後継者不足や遊休農地の拡大が問題となっている。



やがて道路はT字路に突き当たる。右に進めば紫波町赤沢地区に、左に向かえば花巻市大迫町（早池峰湖）に至る。いずれも峠越えの険しい道路が続いている。砂子沢地区は、地理的にも重要な地域であり、また、豊かな自然に囲まれた地域でもある。小川の流域には昔ながらの農村風景が広がり、さらには伝統文化が色濃く残っている地域であるとも聞く。

砂子沢地区はもともと林業が主体であり製炭業も盛んであったが、時代の変化とともに林業が衰退し、その後稲作に加えて畑作（野菜、そば、りんどうなど）にも力を入れてきた。そんななか、地域の振興策を模索していた盛岡市農林部農政課が、この地区に適した作物として目をつけたのが、北アメリカ原産で、耐寒性の強い低木果樹「アロニア」だった。



アロニアの可憐な白い花



9月下旬には黒紫色の実が熟れる

2. アロニアって、なんだ？

砂子沢で収穫されたアロニアの実を全量買い取り、ジャムや粉末などに加工して商品化の道を開いた「盛岡手づくり村」（財団法人盛岡地域地場産業振興センター）のアロニア商品紹介のチラシには、次のような紹介文が載っている。

ご存知ですか？ もりおかベリー

アロニアは、盛岡市の地域資源にも認定された新しい特産品です。盛岡産のアロニアに名付けられた愛称、その名も「もりおかベリー」は、盛岡市東部の山里で丹精込めて栽培されています。アロニアは、チョコベリーとも呼ばれるナナカマドに似た黒い小さな実で、ロシアや北欧で広く栽培され、古くからジャムやジュースにして利用されていました。アロニアは、盛岡のような冷涼な気候を好み、いまはまだ、北海道などで栽培されている程度の新しい果実ですが、その小さな実には、ポリフェノールの一種であるアントシアニンが、ブルーベリーのおよそ3倍も含まれています。生では渋味がありますが、その渋味にこそ、目の健康維持などに役立つ成分が含まれています。そこで、効能はそのままに渋味を取り除いた加工品にすることで、おいしくたっぷりポリフェノールを摂ることができるようにしたのが、「もりおかベリーアロニア」商品です。

盛岡手づくり村のチラシには、「もりおかベリー」商品シリーズとして、次のような商品が紹介されている。

- アロニアジャム ○アロニア100%ジュース ○アロニアサプリメント
- アロニアせんべい ○南部ジェラード「なんじえら／アロニア」 ○アロニアロールケーキ

アロニアに、ブルーベリーの約3倍も含まれているという「アントシアニン」の効能については、「美容や健康への期待から近年特に注目度が高まっています」と、比較的遠慮がちに記述されている。効能については科学的に証明されているとは言えるものの、「薬事法」との関連で、薬品と誤解されるような表現は極力抑えなければならないという事情がある。当然のことながら「サプリメント」（栄養補助食品）としての表現にとどめている。

ブルーベリーなどのいわゆる「ベリー系」の効能については、テレビのCMなどではよく目にすることはあるが、辞書や百科事典などで索引しても、「美容や健康によい」というような表現は使われていない。

なお、盛岡手づくり村のホームページには、「目の健康維持が期待されます」という文言とともに、「このような方におすすめ」として、以下のように記述されている。

- 長時間パソコンをお使いの方
- テレビゲーム愛好者の方
- 受験生や長時間車を運転される方
- 1日中浮きの動きを見つめるフィッシング愛好家の方
- 動態視力を必要とするスポーツ選手の方
- 山菜やキノコ採りなどをされる方
- 映画やテレビ観賞がご趣味の方
- お裁縫など細かな手作業をなさる方
- その他長時間にわたり目を使う方

3. 盛岡市農政課訪問

平成21年9月某日、盛岡市肴町にある盛岡市役所分庁舎に農林部農政課をヒアリングのために訪問した。事前に電話をしていたので、担当者と面談することができた。

アロニアの取材を進めるなかで疑問に思っていたのは「誰が、どういう理由で砂子沢地区にアロニアの栽培を勧めたのか」ということであった。担当者の話によると、平成15年当時、農政課が砂子沢地区の活性化を模索しているなかで、盛岡市農業改良普及センターの職員からアロニアを推薦されたということである。

農業改良普及センターの「アロニアの推薦理由」は、高地で北海道とよく似た気候であること

や、アロニアは栽培にあまり手がかからないこと、さらには大人の背丈ほどの低木であるため高齢者や女性でも作業しやすいこと・・・などである。

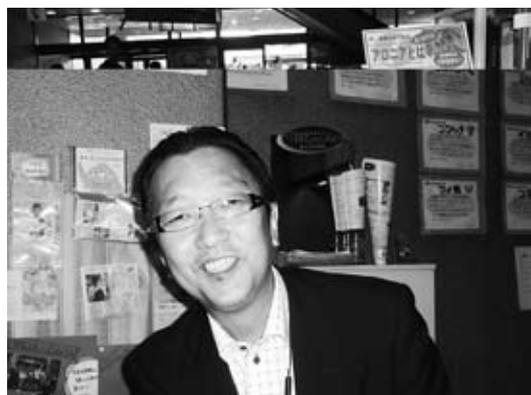
こうして、平成16年の秋に500本余の苗木を北海道から取り寄せて定植し、翌17年に10kgほどの実を収穫することができた。その後も着実に栽培本数を増やし、収量も増加していった。

平成17年	10kg
18	23
19	300
20	920
21	1200

平成17年から、収穫されたアロニアの加工・販売をどうするのかの試行錯誤がはじまった。これを手がけたのが財団法人盛岡地域地場産業振興センター（盛岡手づくり村）である。



盛岡手づくり村に並ぶアロニア製品の数々



盛岡手づくり村の佐々木雷蔵部長

4. 盛岡手づくり村の取組み

盛岡手づくり村は、平成18年5月に開業20周年を迎えた。現在14の工房があり、盛岡市とその周辺市町村の地場産品の手づくり体験ができる場として、観光客からも注目されている。近くには小岩井農場やつなぎ温泉、鶯宿温泉などがあり、立地条件にも恵まれている。

砂子沢で収穫されたアロニアの実が盛岡手づくり村の調理室に持ち込まれ、ジャムやジュースなどの試作品づくりが始まったのは平成17年のことである。アロニアの実は渋味が強く、そのままでは食用にならない。試行錯誤を繰り返し、野菜の調理専門家などの知恵も借りながら、なんとか商品化の目処をつけることができた。

盛岡手づくり村でアロニアの試作品づくりを担当したのは、振興部長・佐々木雷蔵氏である。手づくり村を訪問して、アロニアの加工に取り組んだ経緯や販売に至るまでの苦労話をうかがった。次ページに「盛岡地域地場産業振興センターだより」（平成20年2月発行）から、アロニアについての紹介文を引用する。

〈販売促進事業〉アロニア関連食品の企画開発

【高機能食品の可能性を持つ小果実アロニア】

アロニアは、北米原産で目の疲労感や抗酸化作用が期待できるポリフェノールの一種、「アントシアニン」が豊富に含まれている小果実です。

国内では、北海道で30年ほど前に研究され伊達市などで栽培も盛んに行われていますが、ポリフェノール量が多いことから果実自体は、渋みが強く生食には適さないことから加工食品の材料として活用されています。

【盛岡市産アロニアとセンターの出会い】

盛岡地域地場産業振興センターが、アロニアという小果実と結びついたのは平成17年度のこと。盛岡市が、砂子沢地区をはじめとする盛岡市東部で栽培を奨励したアロニアの活用を探るための試食会が、センターを会場として開催された時のことです。

当時、試作されたジャムや飲料は、渋みが強く加工の方法が課題との結果でした。

その後、盛岡地域地場産業振興センターが有する商品開発力と販売力が期待され、平成18年度には盛岡市から「アロニア関連食品開発事業」の委託を受けることになりました。

【新興センターによる新商品開発・販売】

平成18年度、アロニア関連食品開発事業を委託された新興センターは、内部の商品開発会議を頻繁に行いながら試行錯誤を重ね、ジャムや洋菓子、和菓子、そば、漬け物等の試作を進めました。

その後19年度は砂子沢地区の生産農家の強い要望を受け、自主事業でアロニア関連商品開発を続けることとし、秋に収穫されるアロニアを全量買い上げ、次の新商品を開発販売しマスコミの注目を浴びました。

- ①アロニアジャム ②アロニア蜂蜜 ③アロニアなんじえら? ④アロニアパイ
⑤アロニアデニッシュ ⑥アロニア煎餅 ⑦アロニアサプリメント ⑧アロニア原液

また、アロニア生産農家ではセンターが供給したアロニア粉末を使った「アロニア入りそば」を、盛岡手づくり村での食文化フェアや、中津川原での盛岡市農業まつりで販売し好評を得ました。

【アロニア商品開発事業の成果】

18年度、委託事業として盛岡市から施策事業費を預りスタートしてから、19年度では自主事業で開発を進める中では、販売利益による開発経費の回収がスムーズに行えるかという不安もありましたが、開発経緯や商品が、岩手日報紙や河北新報紙、テレビでは岩手放送で大きく報道される等で順調に売上げを伸ばしており、「もりおかベリー」の愛称で盛岡手づくり村の名物となることが大いに期待できます。

また、栽培地である砂子沢地区でも栽培規模を広げようとする意欲も高まっており、全国から観光客の集まる盛岡手づくり村でのPRを通じて「本州一のアロニアの里」として知名度を上げることも期待されています。

佐々木部長の説明によると、平成17年度から始まったジャム、ジュースなどの試作をバックアップしたのは、岩手食品産業クラスター協議会（会長久慈浩氏）である。試作に成功したアロニア製品は、平成19年度に「盛岡市特産品ブランド認証制度」による認定を受け、「盛岡ベリー」の愛称で販売にも力を入れることになった。21年度からは、盛岡商工会議所もテコ入れをしており、徐々に体制が整いつつある。

なお、アロニア製品の開発に協力している県内企業は以下のとおりである。

企 業 名	所 在 地	加 工 品 等
(株)中央バター商会	盛 岡 市	ジャム加工、果汁瓶詰め加工
(有)バイタルプランニング	雫 石 町	粉末加工、果汁搾汁
(株)夢実耕望	二 戸 市	サプリメント（タブレット）加工・包装
焔何煎	盛 岡 市	アロニア煎餅製造
ベーカリービ銀河夢	盛 岡 市	アロニアパン・菓子類製造
藤原養蜂場	盛 岡 市	アロニア蜂蜜製造
アイスクリーム工房すずらん	盛 岡 市	アロニアアイスクリーム製造
(株)小山製麺	奥 州 市	アロニア乾麺試作

上記のほか、銀河食品工業(株)（盛岡市）、戸田久(株)（一戸町）なども試作品の製造に協力している。

これらのアロニア製品は、現在盛岡手づくり村と「おもてなしプラザ」（盛岡市中ノ橋通）で販売されているほか、インターネット等による通販でも注文を受けている。地元新聞などで報道された効果も出ており、少しずつ浸透しているが、アロニアの収量自体がまだ少ないこともあり、生産・販売ともに緒についたばかりである。

5. アロニア製品のプレゼンテーション

平成21年3月8日に東京都港区芝の「女性と仕事の未来館」で開催された「国際女性デー」の会場で、アロニア製品のプレゼンテーションを行うことになった。国際女性デーは国連公認であり、この日は世界各国で「女性解放」「男女差別撤廃」などに向けた催しが行われる。

ネットを通じた縁で、盛岡手づくり村がアロニアジャムやサプリメント、試作中の乾麺などを会場のフロアに持ち込んで、即売会とアンケートを実施する機会を得た。同行した盛岡手づくり村の佐々木部長の話では、「手ごたえは良かった」とのことである。

アロニア製品の中に「アロニアそば」がある。アロニアの粉末は鮮やかなピンク色をしているので、そば粉にアロニア粉末を混ぜて作った「そば麺」もピンク色をしている。砂子沢地区はそばの栽培も行っているので、「アロニアそば」を地域の特産品にしようと、盛岡手づくり村の力を借りて、試作品づくりに取りかかっている。

平成21年10月11日に私は盛岡手づくり村を訪問した。3連休の中日のこの日は、イベントが開催されており、砂子沢地区の人たちが「そば」の屋台で販売をしていた。



盛岡手づくり村のイベント風景



屋台で「そば」を売る砂子沢の人たち

6. 生産地の砂子沢を訪ねる

平成21年度の「調査研究事業」でアロニアを取り上げようとしたのは21年の春頃のことであり、まず5月の開花期に現地を訪問し、アロニアの花の写真を撮ってきた。その後、盛岡手づくり村を何度か訪れ、佐々木部長からヒアリング取材をした。手づくり村の南部曲がり屋の前庭にも数本のアロニアの木が植えてある。

アロニアの実の収穫期は9月と聞いていたので、秋の大型連休中に再び砂子沢を訪れた。すでに早生品種の収穫は終わり、晩生の実がたわわに実っているところをカメラに収めた。

砂子沢地区には「砂子沢アロニア生産組合」(組合員20名、組合長藤原英夫氏)が結成されており、盛岡市農政課、盛岡手づくり村と連携を強めながら、アロニアの生産に取り組んでいる。本州における最大のアロニアの産地をめざした挑戦は、まだ始まったばかりである。

岩手県には優れた農林畜産物や水産物がある。中には、販売力がないために、せっかくの生産物が地域内での消費にとどまっている例もある。それらを世に出すために生産者と商工業者が連携する仕組みづくりを側面から支援するのが「農商工連携」の趣旨である。

そのことからすると、アロニアの事例は、「新しい特産品を作る」試みとしての農商工連携の事例ともいえる。しかも、「官」（盛岡市）が深く関わっているという特異性もある。それだけに、「地域活性化」とか、「村起こし」といった色彩が濃厚である。

2度、3度と砂子沢地区を訪れてみて、昔ながらの田園風景にしばしの癒しを感じた。9月の連休中に訪れた日は好天にも恵まれ、ちょうど稲刈りや雑穀の採り入れなどの作業風景も目にすることができた。岩手県内にはよくある風景であるが、都市部で生活している身にとっては、つい忘れられている風景（生活）でもある。

なんとかこの地域を活性化させたい。そのためには「換金作物」の生産を奨励したいという盛岡市の熱意や、製品化・PR・販売先の確保などに取り組んでいる盛岡手づくり村の努力にも触れることができた。陰ながら応援したいという気持ちでいっぱいである。

7. 提言

以下は中小企業診断士としての立場からの「提言」である。

- ① 私もそうだったが、アロニアのことを知ったのはつい最近のことである。地元での認知度もまだまだ低いので、広報活動に積極的に取り組むことが肝要である。
- ② 「盛岡ベリー」という愛称が自己満足に終わっていないかの検証をする必要がある。盛岡手づくり村やプラザおでってなどへの来場者を対象にしたアンケート調査なども定期的に行うことが必要である。
- ③ 今後どのようにして販売を広げていくのかのビジョンを描き、販売量に見合った収穫をするためには何本のアロニアの栽培が必要なのか、適正な収穫量は何kgなのかなどの「指標」作りが急がれる。いくら良い製品を作っても、売れなければ仕方がないので、販売と生産の両面から計画づくりをしなければならない。
- ④ 少量生産のためどうしても価格が高くなる。一般の消費者が購入しやすい価格はどの程度なのか、アンケートで確認する必要がある。
- ⑤ 官民一体となった「農商工連携」の好事例として、全国に向けた情報発信も必要である。

「本州一のアロニアの里」をめざしている関係者の皆様の努力が報われることを期待しながら本稿を閉じることとする。

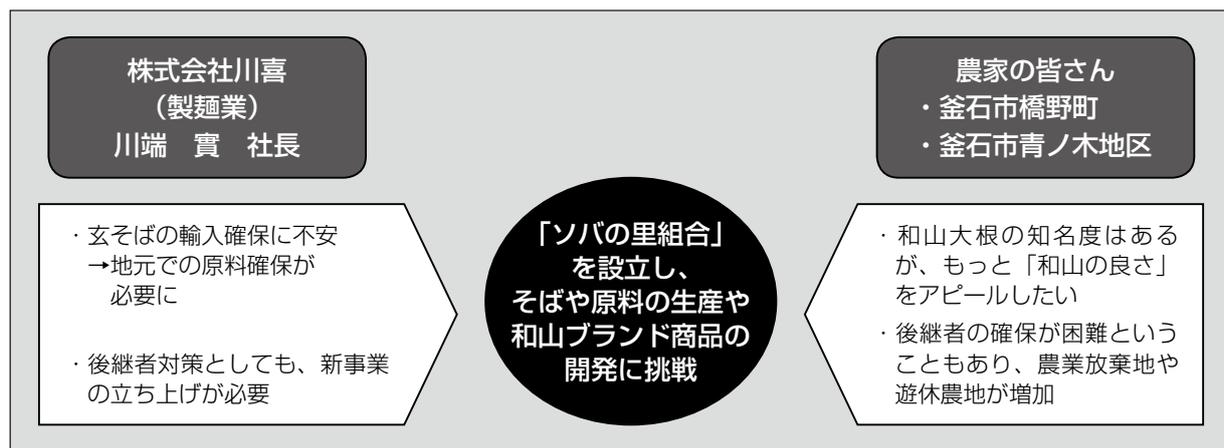
以上

和山高原そばの原料栽培から商品化迄の一貫対応を実現

土岐 徹朗

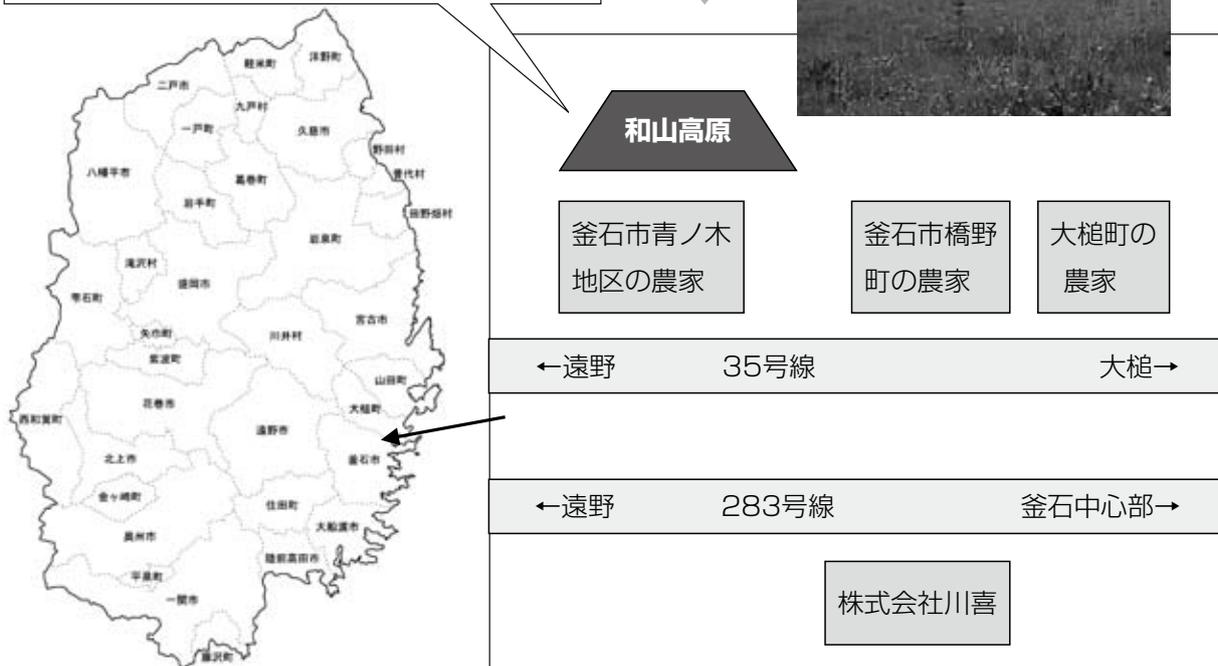
1. 事業の概要

この事業は、釜石市で製麺業を営む株式会社川喜(かわき)と、同市と大槌町(おおつちちょう)の農家の皆さんが、「ソバの里組合」を設立し、そば原料の生産や和山ブランド商品の開発に挑戦するという取り組みである。



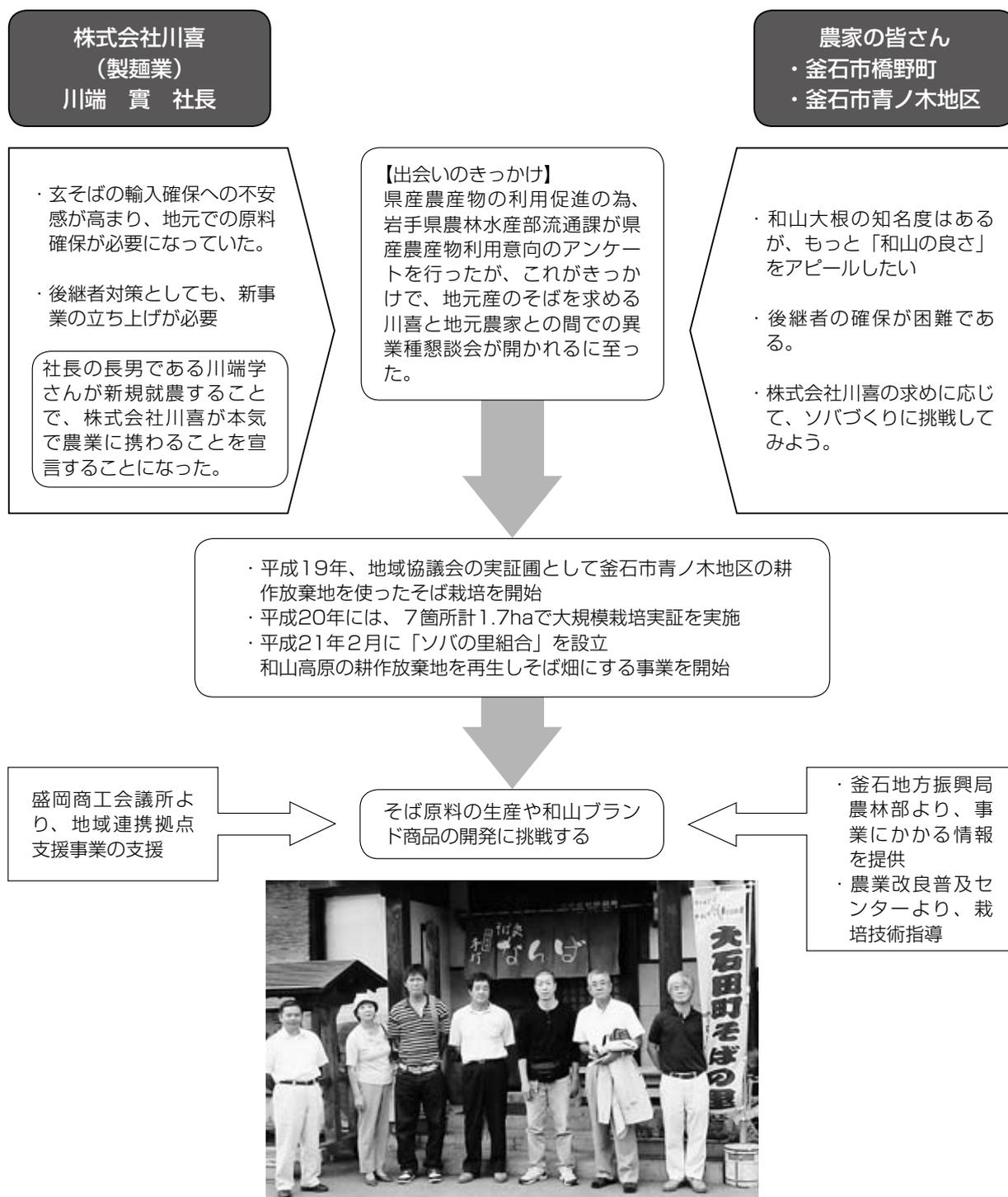
昭和15年、旧栗橋町が払い下げて栗橋牧野組合に無償譲渡した土地を、昭和45年度に岩手県生産公社が借り受けて放牧利用したのが和山牧場の始まりである。
その後、平成8年度に牧場としての使用が休止となり、地元農家が活用した時期もあったが、平成17年度には上記公社も解散して、耕作放棄地となっていた。

関係者の皆さんの位置関係は？



2. 連携の経緯

地元産のそば原料の調達を望む株式会社川喜と、地元・近隣の農家の皆さんが、釜石地方振興局農林部の橋渡しで「異業種交流」を始めたのが連携のきっかけであった。これが最終的には「ソバの里組合」の設立に至るのであるが、当初は株式会社川喜が農家の皆さんにそば栽培の委託をするにとどまっていた話が同社の経営者による農業参入と組合員協力のもとでの商品開発を目指すところまで広がっていった。



3. 生産者について

当事業の生産者各位は、釜石市青ノ木地区、釜石市橋野町、大槌町といった地区で、それぞれに特徴を持った活動をしてこられた方ばかりである。これらの方々が、「耕作放棄地を復活させたい」、「地元食品加工業者からの求めに応じてあげたい」という気持ちで、「ソバの里組合」に参加することになった。

佐々木重吾さん

- ・ 農業農村指導士として地域のリーダー的な役割を果たしており、ソバの里組合の設立にあたり組合長に就任していただいた。
- ・ 専業農家であり、認定農業者である。
- ・ そば・大豆など土地利用型作物の生産の他、地酒の酒米やトマトも手がける。

○佐々木かよさん（農業農村指導士・農業委員・認定農業者）

釜石市青ノ木地区で、チョロギ、トマトなどを手がける。

○佐々木章夫さん（認定農業者）

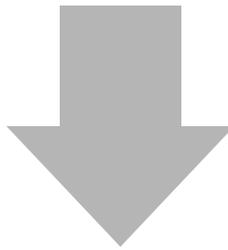
橋野地区直売組合（どんぐり広場）の組合長で、手打ちそば体験の受入を手がける。

○佐藤 寿人さん（認定農業者）

県内資本スーパーに勤務するかたわら、休みの日に大槌で農業に従事している。

○兼澤 茂平さん（農業農村指導士、認定農業者）

大槌で、シイタケ・小菊などの栽培を手がける。



「地元産のソバを求めています。ソバ栽培に挑戦して下さる農家はいないでしょうか？」という川端社長の呼びかけに対して、「やりましょう」と呼応したのが上記のメンバーであった。これは、耕作放棄地の復活ということで、夢の共有化を計れたことが奏功したといえる。

「農家の方に挑戦していただくには、川喜も一緒にやっていると駄目だ」と思った川端社長が長男の学さんをこの事業の主担当に加え、親子ともども耕作地の草刈りや石拾いに参加している姿を見て、農家の方々は信頼を深めるに至った。

4. 加工・販売業者について

当事業の加工・販売業者は株式会社川喜という釜石市の製麺業者である。同社の企業プロフィール、企業沿革、商品作りにおけるこだわり方針は下記の通りである。

会社名	株式会社川喜
代表者	川端 實 (かわはた みのる)
従業員数	23名
資本金	47百万円
主要製品	生中華そば、日本そば、うどんなど
売上高	200百万円
住所	釜石市定内町3丁目12-18
電話番号	0193-23-7485
URL	http://www.kawakinomen.com/



昭和24年に、麺類の貸加工業として創業

昭和62年以降、東京市場開拓

平成2年より、地元産品を活用した商品の開発を開始

→ 関東圏の高級スーパーや百貨店への取り扱いにつながる。

平成17年に、遠野市にそばの契約栽培畑を確保し、地元産栽培そば粉の調達開始

【川喜のこだわり3ポイントの確立】

①保存料をなるべく

使用しない麺造り

合成保存料は日持ちをさせるために使用するもので、麺の風味を損なうと考えている為である。

②おいしい水で麺造り

「味は水で決まる」との考え方から、工場から車で約20分ほどの「仙人峠」から湧いている天然アルカリイオン水「仙人秘水」を使って麺造り。

③手造りの良さを活かした麺造り

美味しい麺を造る際に重要なポイントは生地を熟成させる時間である。当社では、手作業により熟成時間をたっぷり取るようにした。



社長自らが
農作業に参加を



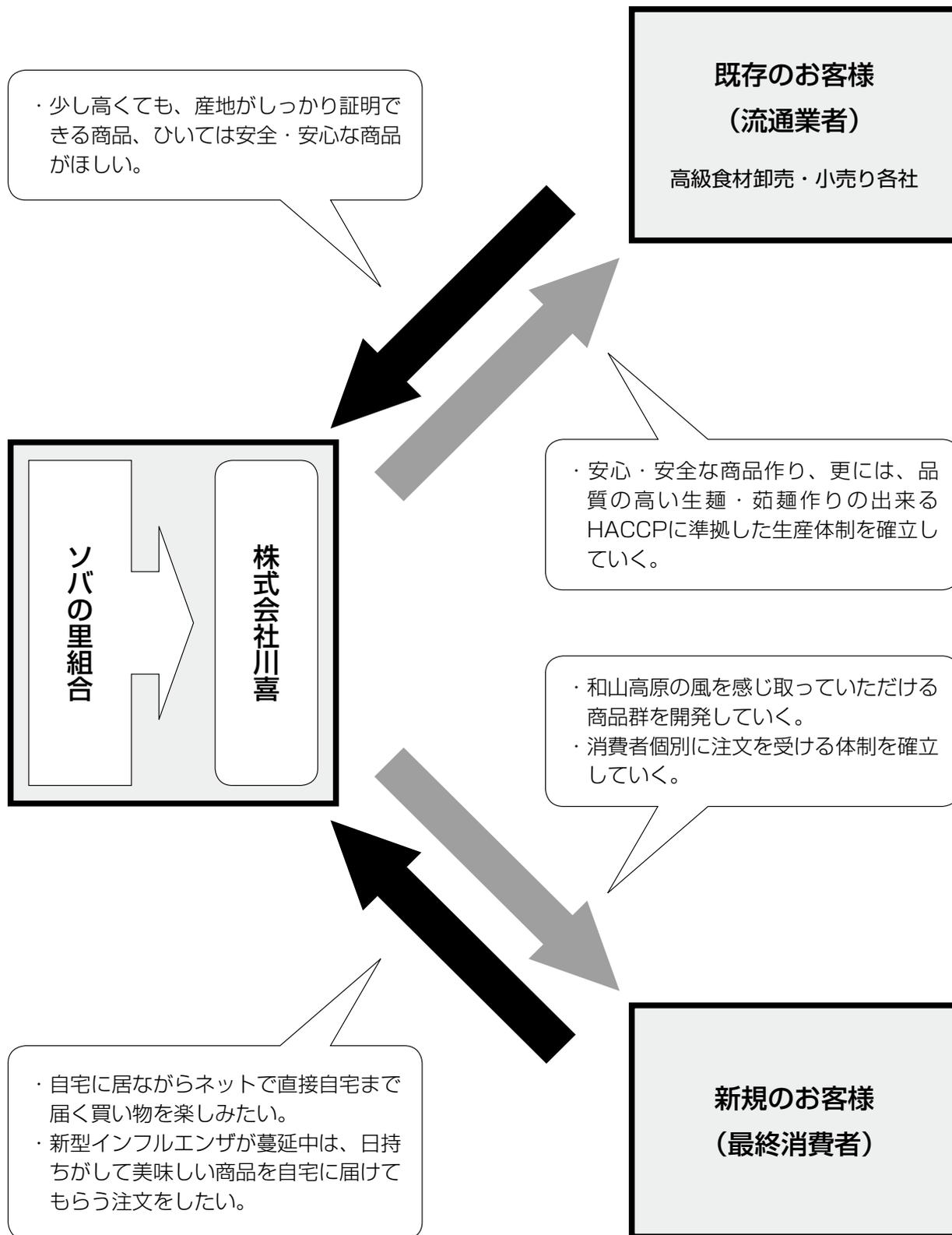
5. 連携取り組みの内容

主に、和山高原そばの栽培を行っていくが、これにとどまらず、和山高原の地域資源をふんだんに活用した商品を開発して、和山ブランドの確立を計っていく予定である。



6. マーケットについて

株式会社川喜が保有している既存の販路へ和山高原そばを始めとする和山ブランド商品を流していただくだけでなく、最終消費者に直接販売していくルート(インターネット販売等)を整備していく。



7. 今後の課題

今回の取り組みは、ある意味、緒についたばかりとも言えるが、今後の課題としては下記3点への対策が必要となっている。

そばの減菌対策

【課題の内容】

そばは、土、茎、葉まで一緒に刈り取りする為に、その精選工程に於いて、茎、葉は除去できるものの、土は細かい埃として付着してしまう。その土埃をそのままにしておくと、一般生菌として製粉されてしまうので、減菌対策が必要となる。

【課題解決の方向性】

釜石・大槌地域産業育成センターからの指導を活用して、土埃を取り除き、減菌対策を強固なものにしていく予定である。

ブランドイメージの確立

【課題の内容】

和山高原ブランドの確立の為に、ブランドストーリーを明確にしていく必要がある。

【課題解決の方向性】

その昔、和山地区は遠野の内陸物資と大槌の海産物資を物々交換する、いわば文化交流の土地だったようである。例えば、こういう「人々の夢が混じり合う土地柄」のイメージを中心に据えて、これを具現化する商品を開発していくことも一つの方法である。

販売促進ツールの整備

【課題の内容】

インターネット販売を実現する為の販売促進ツールを整備する必要がある。

【課題解決の方向性】

既存のホームページに買い物カゴ機能を付加する方法もあったが、岩手の逸品販売サイトとして定評のある「まがりや.net」を開発した株式会社ホップスのシステムを導入する事とした。

8. 提言

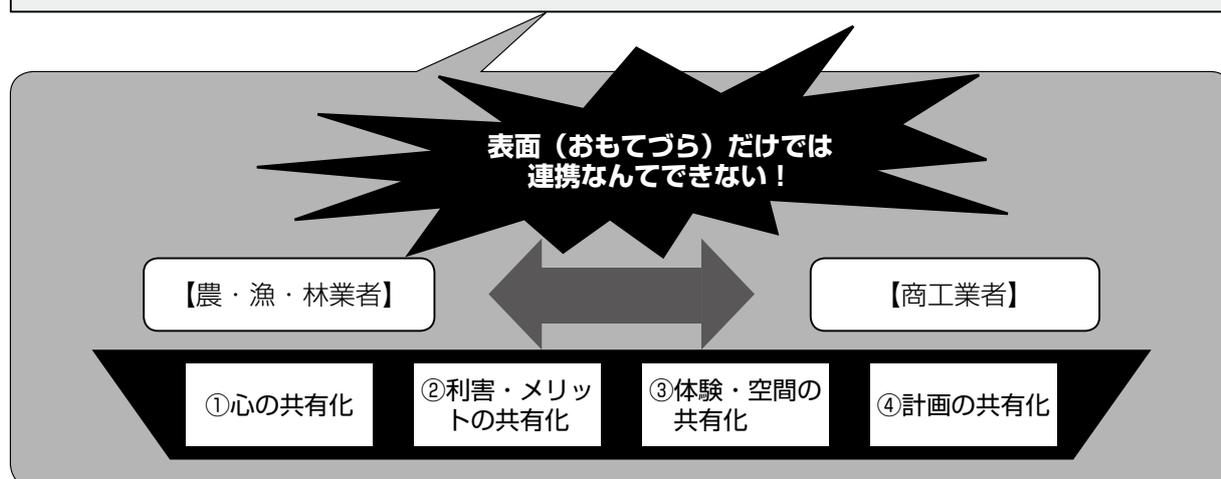
今回の事業に関わらせていただき、株式会社川喜の熱心な取り組み、同社の熱意に応えていただいた農家の皆さん、そしてこの案件の下支えに携わる各支援機関の皆さんの献身的な取り組みが組み合わさってこそ、ここまで来ることが出来たものと感じる。是非、下記の2点をご勘案いただき、今後も更なる取り組み推進をしていただくことが望まれる。

「4つの共有化」のモデル事例として推進

農商工連携において大切な事は「表面（おもてづら）だけでは連携なんてできない！」ということ、今回の事例で強く感じ取らせていただいた。本件事例を通じて、農商工連携においては、「4つの共有化」が大切である旨を再認識した次第である。

- ①心の共有化：双方の価値観の理解
- ②利害・メリットの共有化：双方の定量的・定性的なメリットの確認
- ③体験・空間の共有化：共同体験の機会設定と役割分担の明確化
- ④計画の共有化：連携事業計画の作成と将来に向けての共通認識の形成

是非今後とも、これら「4つの共有化」のモデル事例として事業推進をしていただくことが望まれる。



各支援機関同士の連携強化

今回の事業では、岩手県農林水産部流通課、岩手県釜石地方振興局農林部農林課、農業改良普及センター、釜石・大槌地域産業育成センター、盛岡商工会議所といった各種支援機関による重畳的な支援が下支えとなっていた。今後農商工連携では、農林漁業関連の支援機関と商工関連の支援機関の支援が重なる機会が増えていくと思われる。

これらの機関同士で支援案件の取りあいのような状態になると、間に挟まれた支援先企業が悩んでしまう事態が発生するおそれがある。機関相互に可能な限り連絡を取り合い、支援対象案件に対しての支援の役割分担を確認しあっていただくことが望まれる。

以上

集落営農会社の先駆的取組と食品加工販売

菊池利美

1. はじめに

奥州市と北上市の中間に位置する金ヶ崎町は、東北唯一の自動車組み立て工場である関東自動車や富士通、塩野義製薬などが立地する県内最大の岩手中部工業団地があり2千人を超える従業員が働いている。また、国道4号線沿いにはイオンショッピングセンターやビックハウス等の大型店があり、多くの顧客を集めているが、もともとは農業が基幹産業の純農村地帯であった。農業の主力は稲作であるが、西の奥羽山脈・駒ヶ岳の麓の和光地区には広大な牧草地が広がり、北海道を思わせる酪農地帯がある。その和光地区の麓に連なる一体には養鶏場が多く見られ、伊藤忠商事系列の採卵鶏工場も立地している。

岩手中部工業団地は農業には適さない丘陵地帯を造成して造られたが、この調査で取り上げる(有)ライフクリエートケイが立地する改断地区は、その工業団地のすぐ北側に位置する。地区の近くには東北自動車道が走っており、国道4号線からも近いため、交通の便には恵まれた地域である。



金ヶ崎町の改断地区の風景

金ヶ崎町は内陸の穏やかな気候に恵まれているように思われているが、特に冬場には奥羽山脈から吹き下ろす風が強く、積雪も多い。改断地区の側を走る東北自動車道も、この付近で急に雪道に変わるので、冬場はスリップによる事故が絶えない。また、この地区を含めて平野部の町の西側に行くほど強風が吹き荒れ、冬の地吹雪は津軽の地

吹雪に負けない凄さがある。

そうした強風は春まで続くが、その風から家を守るために家の北と西に防風林として植えているのが「えぐね」と呼ばれる屋敷林である。奥州市胆沢区に多く見られる散居風景には、必ず「えぐね」が見られるが、こうした風景はこの地区の厳しい気候風土から生れたものである。

このような環境にある(有)ライフクリエートケイの前身は平成5年（1993年）に任意組織で設立された改断営農組合である。21世紀型圃場整備モデル事業を契機に改断地区の37戸のうち、共同作業について考え方と組合設立の趣旨に賛同した13戸が参加して作られた。



転作大豆を豆刈機で収穫する

戦後、農業の機械化は急速に進み、農作業という重労働から農家を解放し、省力化に大きな力を発揮したが、その反面、農業機械の購入に多額の費用がかさみ、農家に大きな負担を強いてきた。農家の多くが小規模なため、何百万円もする機械が稼働するのは僅か1日

というようなことも珍しくない。農業の多くが赤字なのは、この機械の減価償却費をまかなう収益を上げられないからだと言っても過言ではない。

では、なぜそんな高額な機械を個別に購入するのかという事だが、農家の多くが兼業農家であり、ほとんどの農作業は休日に行うのが普通だからである。農業は自然を相手だから田植えにしても稲刈りにしてもその作業に適した時季があり、天気や田圃の状況を考えると、作業する日は特定の日に絞られて、とても機械を共同で利用することができない。結局、稼働率が1日でも個人所有しないとダメだということになってしまうからである。多くの兼業農家ではボーナスの全部が農機具の支払で消えてしまうということも珍しくない。そうした無駄に気づいた改断地区の農家が集まって組織されたのが、改断営農組合であり、こうした個人毎に農機具を持つ無駄を徹底して省くことから集団化の事業がスタートした。個人所有の機械を処分したり買い取ったりして稼働率100%をめざして水稲や転作物の受託作業に取り組んできた。

2. 有限会社の設立

任意組織であった改断営農組合の業績が伸びてきたことにより、3年後の平成8年には、運営や雇用のさらなる安定とサラリーマン並の給与・待遇を確保するために法人化を決意し、(有)ライフクリエートケイを設立した。

有限会社の主な仕事は農家から委託されたり借入地での稲作作業や、転作物の栽培（リンドウ、キャベツ、大豆等）、種苗販売などであるが、現在では、作業の委託は少なくなり（約10ha）、多くは農家から土地を借り小作料を支払って耕作している。耕作している面積は全部で



(有)ライフクリエートケイの本社（農家の一画にある）

約35haであり、内訳は水田が約21ha、転作大豆が約9ha、野菜が約4haである。

こうした先進的な取り組みは、高く評価され、平成11年に農林水産大臣の諮問に対して、「今後の地域農業確立の方策について」という答申の中にも「Ⅲ．地域農業の確立の課題と方策」の「1．地域の実情に応じた取り組み」の実例として、作業受託組織や集落

組織についても、今後の方向としては農業経営の展開をめざすべきではないだろうか。

現に、農業生産法人のなかには作業受託組織や集落営農組織から発展したものが多くみられる。(岩手県の「ライフクリエートケイ」、新潟県の「東萱場生産組合」、鳥取県の「みどり農産」、京都府の「犬甘野営農組合」)。と本文で紹介されたあと、「付－1、地域農業確立の取り組み事例」の中にも「2．農業生産法人を中心とした取り組み事例」の4つの中の一つとして「(1)岩手県胆沢郡金ヶ崎町の「有限会社ライフクリエートケイ」(平地)」が紹介され、概要、特徴点が比較的詳細に説明されている。

また、平成19年に岩手大学で開催された「東北農業経済学会岩手大会」においても「集落営農における起業化と多様な人材の活用」と題するシンポジウムにおいて、(有)ライフクリエートケイの後藤俊夫会長がパネラーとして、その取り組み内容を紹介している。

3. 汚染米事件に巻き込まれる

こうした集落営農の取り組みではなく、(有)ライフクリエートケイが全国的な注目を浴びる事件が勃発した。平成20年に起きた三笠フーズ事件である。

この事件は、政府が工業用として売り渡した事故米を三笠フーズ（大阪市）が食用に横流ししているという事件である。工業用ノリの原料として購入した事故米を食用として販売し、それが菓子や米菓の原料として使われたり、焼酎の原料になったり、中には学校給食にも使われたりして社会的な大問題になった事件であった。その後の調査で、三笠フーズ同様、政府から事故米を購入した17社が公表され、その中に(有)ライフクリエートケイも含まれていたのである。この17社には農林水産省の現地調査が入ったが、その後、政府の調査結果が公表され、17社のうち9社は

食用への転用は無かったとして同社の名前も公表され、疑惑は解消された。岩手県でも翌21年1月30日に開かれた「岩手県食の安全安心委員会」でも「(有)ライフクリエートケイ、これは岩手県の業者になりますが、0.3トンにつきましては、購入目的どおりに使用されたことを確認しております。」と報告され了承された。

4. 農産物の加工販売への取り組み

(有)ライフクリエートケイは、本来、農機具の有効活用を目的として組織された会社であり、農作業を専門に行う従業員（役員）を雇用する企業である。しかし、これだけでは、農閑期の冬場の仕事が切れてしまうという課題があった。こうした弱点を補うために始められたのが、漬物の加工販売と餅の加工販売である。

この餅の製造販売は、当初は鏡餅、のし餅（宅配用）、味付け餅（イベント用）だけの計画であったが、平成13年度に「農業経営多角化支援事業」の補助を得て「精米機、蒸し機、餅つき機」を導入し、同じ補助事業で平成16年度に「子餅切り機」を導入して、餅の製造販売を本格化させ、宅配やイベントの他にも店舗で販売され売上を伸ばしている。

この結果、もち米の作付け面積も当初は30aだったものが、現在では1.2haまで拡大している。餅の販売は同社に限らず多くの業者が手がけているが、(有)ライフクリエートケイの餅はおいしいと評判で、金ケ崎町の役場やJA等が上京する折りにはお土産として使われたりしている。その美味しさの理由は、栽培しているもち米が「こがねもち」という餅に適した品種で、杵で餅にするという伝統を守っているからである。この結果、腰が強く粘りがある餅ができあがり、噛んだ時の感触が何とも言えない満足感を覚える商品に仕上がっている。

5. 農業から脱皮するキッカケとなった漬物

(有)ライフクリエートケイが漬物の加工と販売を本格化させたキッカケは、当時社長の後藤俊夫さんの奥さんで漬物づくりが得意なリツ子さんが、平成8年に岩手県が認定する「食の匠（たくみ）」に選ばれたことである。それをきっかけに、漬物用の野菜の栽培も拡大した。

当初は、善光寺漬けとしてパソコンで簡単なラベルを作って販売していたが、この漬物が大きく飛躍するチャンスが到来した。

平成10年度に、この漬物に金ケ崎町商工会が目し「商工会等地域振興対策事業」として特産品として売り出そうと乗り出したのである。商工会では、このため仙台市から料理研究家を招聘し、何度も味についてのアドバイスをおこなった。また、商品として売り出すためのパッケージの試作やパンフレットの製作などに力を入れた。

商標も「善光寺漬け」は無理と分かり、この漬物の統一商標は、金ケ崎善光寺「すがっこづくり」と決まった。あとは商品ごとに「きざみっこ漬」「白菜キムチ漬」「減塩浅漬」「胡瓜酢漬」「き



作業風景・写真左が食の匠の後藤リツ子さん

ゅうりの加工漬」など、その季節に合わせた商品を作り出している。

同社の本店所在地は金ヶ崎町西根善光寺である。あの有名な善光寺と同じ小字名であるが、地区内にお寺があるわけではなく、なぜ、善光寺という地名になったかは定かではない。昔、この地区に尼さんが住んでおり、その人が善光寺となにか関係があったかも知れな

いが、それも定かではない。

いずれにしても、商標は地区民が愛着をもっている善光寺という名前を冠して「善光寺漬」というネーミングで販売したいという夢がかなわず、様々なネーミングを候補としてあげたが、そのほとんどが商標登録されており、唯一「すがっこづくり」が登録されておらず、この商標を採用することになったものである。

この「すがっこづくり」という漬物には次ぎの3つの大きな特徴があり、それが人気の秘密でもあり、販売を大きく伸ばせない限界にもなっている。

①一定の低温度での製造

古来から美味しい漬物を漬ける時季は薄氷が張る頃であるとの伝承を守り、この温度にこだわって製造しているのが「すがっこづくり」である。この気温が氷点下2度くらい。東北地方の方言で、この薄氷のことを「すがっこ」というが、「すがっこ」の上で漬物を作ったから、「すがっこづくり」なのである。もちろん、実際には秋から漬け込むわけだから、まだすがっこ（薄氷）は張っていない。真冬にはもっと気温が下がるから「すがっこ」の状態ではなく本物の氷となる。一般的には、この温度帯は「氷温」（氷水温研究所の登録商標）と呼ばれるものであるが、同社では「氷温技術」を使用している訳ではなく、漬物の味を一定のものに保つため、低温で一定の温度の元で漬物を漬け込み、製品の安定を目指しているものである。

②こだわり野菜で鮮度を重視

「すがっこづくり」で使う野菜は、極力自社の野菜を使うことを心がけており、季節を大切にしてその時々々の旬の味を提供することを目指している。

一度、「すがっこづくり」が雑誌に掲載された時には注文が殺到してパニックになったが、



主力商品の餅と漬物「すがっこづくり」

大量注文がきても注文には応じられない事情がそこにある。こうした経験から、当初はインターネットでの販売も行っていたが、お客様に迷惑をかけるとして、現在は通信販売には応じていない。

③添加物は極力さける

「すがっこづくり」が人気があるもう一つの点は、防腐剤等の添加物を極力さけて、できるだけ使わないで製造するという点にある。この添加物を使わないようにするという事は簡単なようで意外に難しい問題が潜んでいる。

漬物も生きているので、発酵が進んでガスが発生する場合がある。真空パックした時には袋には空気が入っていないので袋の裏表がぴったりと密着しているが、時間が経過して発酵が進むと袋がパンパンに膨らむことがある。それでも、中の漬物が悪くなっている訳ではないが、お客様は気持ちが悪いと手を付けない。つまり、販売する場合には長期に置いておけないということである。そうしたこともあって、当社の目の届く範囲でしか販売することができないという制約をうけることになる。逆にこうした制約が、当社の製品管理を徹底させることにつながり、それが信用を増している側面も否めない。

この「すがっこづくり」は、金ヶ崎町商工会が特産品開発の一環として支援したものであるが、平成11年の東北むらおこし物産展で見事に「金賞」に選ばれた。これが大きな弾みとなって、商品の信頼が高まり販売促進につながるキッカケとなった。

6. 販売の現状

農業における機械の100%稼働を目標に発足した営農組合（任意団体）から、本格的な企業化を目指して有限会社になり、農閑期にも仕事ができるようにと漬物加工を始め、その過程で農産物を生産するという発想から食品を販売するという商業的な発想を学び、現在も消費者が求める商品としての野菜と加工品の餅・漬物の改良を続けている。

同社は、元旦から年越しまで年中365日稼働しており、主に金ヶ崎町に立地する大型店に商品を納め販売している。他にも地元の産直でも販売しているが、全体の売上の7割が大型店における売上である。お店からはもっと持ってこいと言われるが、生産が追いつかないと嬉しい悲鳴をあげている。この他にも金ヶ崎町のふるさと宅配便として首都圏に送ったり、温泉施設に餅料理用の餅を提供している。

従業員は、社長の板宮氏が一番若く48歳で、大半が60歳以上の定年退職者で占めている。農作業に従事するのが男性で常時4人。漬物の加工などが女性で常時5～6人が仕事をしている。賃金は時給850円から900円で、この地方では悪い時給ではないが、決して高いわけでもない。それでも、この地方では通常の給料額になるというから定年後に働く場所がない人にはうらやましい職場といえるだろう。なにしろ、従業員は、全て株主とその家族であるから、自分の会社という意識も強い。まとまりも良い。

7. 農商工連携の原点としての評価

(有)ライフクリエートケイは、一つの行政区の中の農家が集まって作った会社であり、集団化により農機具の100%の有効活用を図り、無駄を徹底して省くことを目的に設立された。その後、生産した野菜を自ら売ることによって中間マージンを省き、さらには餅や漬物に加工することで付加価値を高め、これによって農業で生計をたてることを可能にして、さらには常時10人もの雇用を生み出している。こうした手法は特殊なものではなく、ごく当たり前のことであり、誰にでも分かることではあるが、それを実現している地域は少ない。

では、当企業がなぜそのような困難な事業を成功させているかと言えば、最後は人に行き着くように感じられてならない。一般的には集団化によって、農地を預託した農家は勝手に農作業をすることができない。それでは、今まで農業に従事していた人をどうするのか。企業化によって効率を求めるようになったら、仕事のできない地域の人よりも仕事のできる他地区の人を雇って仕事をするのか。こうした問題を解決しないと実際には組織が成り立たないのである。

筆者は「個人により仕事ができる人とできない人がいると思うが、同じ賃金を支払って不満はないのか」という意地悪い質問を投げかけた。それに対して後藤会長が「確かにそれはあるが、仕事の遅い人でも汗だくになって働いている姿を見たらそれは言えない」と答えた。こんな姿勢が経営全体に及び、営農組合設立以来、鉄の団結を保持している。農地を提供しても、その農地

で働きたいと思えば、会社で仕事ができる。会社の経営状況は毎月の報告会で説明しているので、今の状況が全員に分かり透明性が確保されている。

(有)ライフクリエートケイは農業を営む企業であり、漬物の加工も農業の一部として行っているものであるから、厳密に言えば農商工連携の事例とはいえない。

しかし、私には全国に(有)ライフクリエートケイのような農業者組織を広めたいが、なかなか普及が広まらないので農商工連携という新しい形を導入したのではないかと思えてならない。そうした意味でも、農商工連携の原点ともいえる本事例を取り上げたものである。

以上

糖類無添加梅酒の開発に成功

山 火 弘 敬

1. はじめに

仙台国税局の発表によると、2008年度の東北地方の酒類消費状況は、成人一人当たり年間消費量が83.7%で前年度比3%減少している。東北全体の消費量は7年連続減、ほとんどの品目が減少する中で景気後退を反映して「第三のビール」を含みキールが前年度比29.7%伸びた。

仙台国税局では「飲酒人口の減少とともに生活様式の変化もある。若者を中心にスマートな飲み方になっている」としている。

また、この時発表された「平成20年度の仙台国税局管内における酒類販売消費状況」によると種類のうち清酒の販売指数は以下のとおりとなっている。

清酒販売指数（平成11年度=100）

11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
100.0	92.8	88.1	84.2	80.2	71.8	68.9	65.6	63.0	60.1

この数値は東北全体の傾向を示すもので、本県の数値ではない。しかし、清酒業界も厳しい状況に置かれていることがうかがえる。

本件は平成21年度農商工連携事業として「岩手県の果実を活用した糖類無添加キールの事業化」が経済産業局の認定を受けたが、これを事例として取上げる。

岩手県北部に位置する小規模な清酒メーカーである(株)南部美人が岩手県工業技術センターの支援を得て砂糖を使わない梅酒の製造手法を開発し、原材料である梅を奥州市の黒石梅の里生産組合に求め「糖類無添加梅酒」を開発、製品化にこぎつけ酒類売上の10%を占める成長商品となっ



工業技術センターで講演する久慈浩介専務取締役

ている。

そもそのきっかけは(株)南部美人の専務取締役久慈浩介氏が「砂糖を入れない梅酒を作れないか」と発想したことから始まっている。

普通、梅酒は青梅に氷砂糖、ホワイトリカーを加え熟成させて作るが、健康上の理由から砂糖を使うことに抵抗があり砂糖を

使わない方法がないかを研究した。

地方独立行政法人岩手県工業技術センターの支援を得て製造技術を開発したことが大きなポイントとなっている。

また、主原料である梅の手当を、県内で唯一梅を大量に生産している奥州市のそして酒製造業と梅生産農家を結びつけたのが水沢農業改良普及センターの新田政司氏（2009年3月定年退職）である。

以下に日本酒のメーカー、梅の生産地と新製品開発にいたる経緯をおって見た。

2. 株式会社南部美人

企業概要

- (1) 株式会社南部美人
- (2) 代表者 久慈 浩
- (3) 所在地 二戸市福岡字紙町3
- (4) 沿革
創業 明治35年
会社設立 大正5年10月 久慈酒造合名会社 設立
平成13年10月 株式会社南部美人 社名変更
- (5) 資本金 2,000万円
- (6) 総売上高 5億円
輸出 5000万円（18カ国）
梅酒 4000万円（実績見込み）
- (7) 年間生産高 360kℓ
年間販売高 約500kℓ
梅酒 50kℓ 増産体制整備を検討中
- (8) 従業員 27名（役員 杜氏含む）
- (9) 南部美人の銘柄の由来

「南部美人」という銘柄は昭和26年に、当時二戸税務署長を勤めておられた、故伊藤正署長と現会長の久慈秀雄が、全国的に精米歩合が低くて雑味も多い甘い酒が主流の中で、綺麗で美しい酒を作りたいという思いと、岩手県二戸市は昔から南部の国と称されており、素晴らしい自然、風土と豊富な水の恩恵に恵まれた土地であること、これらのことから地名の南部と綺麗で美しい酒質のイメージから「南部美人」と命名された。

手元に平成2年10月20日創業88年の記念式典における代表久慈秀雄氏（現会長）の挨拶がある。

株式会社南部美人の歴史と経営理念がこめられているので掲載させていただきます。

当社は明治35年創業以来酒造業一筋に邁進致して参りました。これも偏に皆様様の温かいご支援のお陰と厚く御礼申し上げます。

明治35年二代目久慈喜三郎（祖父）が一戸町の酒造業を味噌、醤油業に転業し現二戸市福岡の現在地に創業、当時酒造場等一切は浄法寺町の小田島家の所有であり、両者の賃貸借契約により借受けたのは明治35年12月1日と記録されております。明治35年と言えば当地はまだ鉄道開通間もなく、交通も不便にて又米の生産地でもなく非常に苦勞されて酒造りをされたこととその労苦は察するに余りあります、それは地域の皆様様の絶大なるご支援があつてのことと深く敬意と感謝の意を表したいと存じます。

大正5年会社創設以来、好景気やら不況やらその他数々の困難を克服され、それに関与された皆さんの方々に深甚なる経緯と感謝の誠を捧げたいと存じます。

昭和11年私自ら若くして陣頭に立ち経営に携わって以来もう既に50有余年を経過しております。

その当時は既に我国も軍事方面に力を注ぎ昭和16年には大東亜戦争に突入して米の統制酒^ぶ込りの生産統制も厳しくなり政府方針により酒造業も企業整備が行われたのでありますが、当社は地域性もあり小規模ながら独立企業として現在に至っております。酒の生産統制中は皆さん方に種々のご迷惑をかけ反省する点が多くあり恐縮しているところであります。

戦後、昭和23年浄法寺町小田島家より四拾数年間拝借していた酒造場等一切を使用している者への温かい計らいによって適正価格にてお譲り受け直ちに酒造工場の設備の改良に努めました。

昭和25年、当時の二戸税務署長伊藤正氏と仙台国税局鑑定官室、馬目一郎先生のご指導により南部杜氏の名杜氏平野佐五郎先生にお願いし、その高弟菅喜代巳を杜氏として派遣していただき14年間、続いて現山口一杜氏を、現在まで27年間平野先生生存中は種々ご指導を頂いて参りました。感謝いたしております。

銘柄も昭和26年より南部美人と改め約40年を経過しております。

その後はまだ半統制であり暫くの間鑑定会等の発表もなく当工場引き続き良い酒造りに努力してまいりました。

昭和50年頃は数年間清酒の販売も全国的に延びず当社も多聞に漏れず経営不振が続き重大なる結果を招くだろうと憂慮した時期もあります。

7、8年前より漸く全国的に清酒の販売も延び当社は良い酒を評価され全国平均伸び率より好調な伸びとなって現在に至っております。

約40年にもわたる良い酒造りに杜氏他蔵人全員の努力と鑑評会等の受賞も効を奏し、特に皆さ

ん方のご支援により好調に推移致しておりますことを厚く御礼申し上げます。

最近酒類業界も国際化が進み多難でビールの販売は突出して好調で、ウイスキー、ワイン等も次第に拡大しつつあります。然しながら日本酒にいたっては殆ど弱含みの横ばい状態にて我々清酒業者は将来を非常に懸念しております。

しかし我々業者は一丸となって日本酒の消費拡大に努力しなければなりません。

当社も今まで以上に良い酒造りに専念する覚悟でございます。何十万石、何万石の大メーカーと生産においてとても肩を並べることは到底及びもつきません。然しながらその酒の質の良さの点においては今の醸造法であれば対等にまたそれ以上にすることも可能と確信いたしております。

当社は県北唯一の清酒工場であります。数少ない地域産業の一つであります。我が社は88周年を契機として更に良い酒造りに努めます。

地域の皆さん方の一層のご支援をお願いいたします。

杜氏他蔵人は良い酒造りに、そして販売方面は当社全員一致して聊かでも地域の発展に貢献致したいと存じております。皆様の一層のご指導ご鞭撻を心からお願い申し上げます。終わりに本日ご出席の皆さん方のご発展とご健祥を祈念して挨拶いたします。

以上長くなりましたが引用させていただいたのは、

- 1 日本の清酒製造業の歴史がある。
 - 2 大企業と同じ製品を作りながら独自の経営を守り抜いてきた経営の原点が示されている。
 - 3 生産数量では適わないが、品質では負けないという自負と消費者のニーズにあった製品作りをこころがけ、常に経営革新を遂げていく経営姿勢が見られる。
- と思われたからである。

挨拶文中、杜氏について述べているが、山口一杜氏は平成4年国の卓越技能者「現代の名工」を受賞されている。このベテラン杜氏が「酒造りは何年やってもわからない。何よりも、米と麴と水の相性を知るために、千変万化する自然の水の性格を掴むのが難しい。だから毎年が一年生。」が口癖だったという。（なんという謙虚さであろう）

山口一杜氏は平成20年83歳で逝去、現在は、松森杜氏が清酒担当、田村杜氏がリキュール担当となっている。

3. 糖類無添加梅酒用全麴酒の開発

(1) 梅酒専用の甘口の純米酒を全麴仕込みで開発した

全麴仕込みとは、通常の清酒（純米酒）は、水、米、米麴、酒母で作られ米と米麴との割合が

4：1であるのに対しALL KOJI「全麴純米」は水、米麴、酒母で作る。

(株)南部美人では地方独立行政法人工業技術センター食品醸造技術部の山口佑子氏の指導を受け米麴を梅酒用に改良、発酵条件の最適化を計り梅酒用清酒を仕込み（改良全麴仕込）、糖類無添加梅酒用全麴酒を製造することに成功した。工業技術センター・(株)南部美人は共同で特許を取得した。

(2) 南部美人糖類無添加梅酒の特徴

	糖類無添加梅酒	従来品
水分	79.9g/100g	68.9g/100g
たんぱく質	0.7g/100g	0.1g/100g
脂質	0.1g/100g未満	0.1g/100g未満
灰分	0.1g/100g未満	0.1g/100g未満
糖質（炭水化物）	10.7g/100g	20.7g/100g
食物繊維	0.1g/100g未満	0.1g/100g未満
エネルギー	107kcal /100g	156kcal /100g
アルコール%	11.20%	13.00%
ナトリウム	5.0mg /100g	4.0mg /100g

〔日本食品分析センター調べ〕



〔製品の特徴〕

- ① 糖類を添加せずとも、上品な甘さのリキュールを作ることが出来る。
- ② 従来のリキュール（梅酒）よりも、カロリーが低い。
- ③ 健康志向にあわせた商品開発が可能に。

〔おいしい飲み方〕

梅酒本来の味わいを損なわず、人工的な甘みが全くなく、天然の甘みを生かしているため、できればストレートで冷やして。

〔価格〕 1800ml 2,980円、720ml 1,700円

糖類無添加梅酒の開発に対する公的機関等の支援状況は以下のとおり。

2008年12月 糖類無添加リキュールの製造方法の特許を申請

2009年2月 いわて産学連携推進協議会「リエゾンⅠ」の研究開発事業化育成資金決定

2009年4月 経済産業省の元気なもの作り中小企業300社の中の「キラリと光るもの作り中小企

業」に糖類無添加梅酒の開発が決定

2009年5月 食産業クラスター協議会の平成21年度岩手県食農連携体制強化事業地域食品開発・販路拡大のコア企業として選定、販路拡大事業費の補助を受ける

2009年10月 経済産業省が農商工等連携事業計画に南部美人、黒石梅の里生産組合、新岩手農協を認定

4. 梅をどうする、黒石梅の里生産組合

二戸地方振興局のビジネスマッチングにより奥州市の梅を採用することになった。

奥州市の梅の採用には二戸振興局に勤務経験のある、当時水沢農業改良普及センター普及課長、新田政司氏（2009年3月退職）の果たした役割が大きい。千田組合長の言葉を借りればこの方がいなければ、自分たちとの結びつきはなかつただろうという。更には、活性化事業・果樹の栽培技術を通じて振興局との連携のあった千田組合長の進取の性格によるところも大きい。

11月21日アポイントを取り還暦を迎える千田幸組合長のお話を聞くことができた。

奥州市水沢区黒石地区では古くから自家用として梅を栽培してきた。

平成12年5月黒石梅の里生産組合を設立、地域活性化事業でこの年度（暦年では平成13年3月）950本の梅を植えた。

現状では7町歩の原野に2,200本、将来3,000本に増やす計画がある。

年間生産量は14トンで半数は南部美人に供給される。

品質維持のため手入れは欠かせず、草刈や農薬散布をきめ細かに実施している。

平成13年6月産直「うめさん」をオープン、厳寒の中での裸参りで有名な天台宗黒石寺の門前で土・日営業。

主な商品 正法寺梅（梅干の名称）、梅ジャム、梅エキス、青梅、地元で生産された野菜、りんご、柿、わらび、ふき

梅干、梅ジャムとも好評で産直「うめさん」のほかに、Aコープ、イオン、盛岡駅構内、高速サービスエリアで販売されている。



産直 うめさん

正法寺梅の由来

みちのく曹洞の古刹「奥の正法寺」（国指定重要文化財）がある。山号は大梅拈華山圓通正法寺、この山号に梅の字があるところから、組合長の千田幸氏が平成14年9月、第57代町田大謙住職（平成19年寂）にお願いし認可をもらった。

正法寺

宗旨 曹洞宗

山号 だいばいたんねんげざん
大梅拈華山

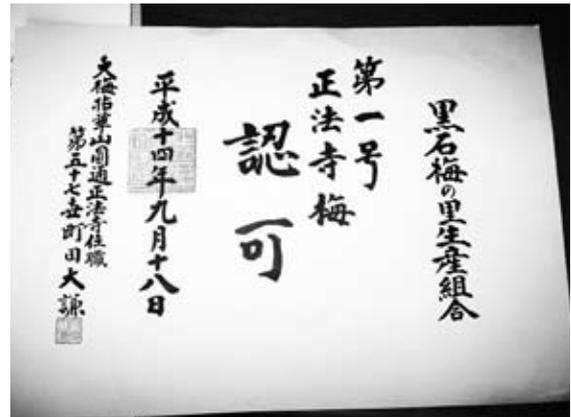
寺号 えんづうしょうぼうじ
圓通正法寺

本尊 如意輪觀世音菩薩

開山 南北朝時代貞和4年（1348）

日本一の茅葺屋根で有名

平成18年本堂修復



〔千田幸理事長に、春、梅の花の咲く時期に来てみて下さいとお誘いを受けた。〕

5. 提言

以下は中小企業診断士としての立場からの「提言」である。

- ① 当然のことながら、いい酒造りは今後も継続していかなければならない。
- ② 梅酒に根強い人気が高まっている、若い女性の飲酒が増えているが日本酒への導入酒として最適ではなかろうか。
- ③ 材料梅の品質の維持に配慮を。
- ④ この製品だけの「飲み方」などを記載した説明が欲しい。
- ⑤ 売れ行き好調とのことであるが、「農商工連携」の好事例として、全国に向けた情報発信も必要である。

今年、中小企業診断協会岩手県支部では数年に一度廻ってくる北海道東北事務連絡会議と支部設立25周年事業を行ったが、懇親会における祝杯では「糖類無添加梅酒」を使わせていただいたことを付記し、株式会社南部美人と黒石梅の里生産組合のますますの御発展を祈念したい。

以上

お わ り に

社団法人中小企業診断協会岩手県支部は1984年（昭和59年）に、東北支部岩手支会の組織変更の形で設立され、2009年に設立25周年を迎えた。東北支部岩手支会時代から通算すると、ほぼ50年の歴史を刻んできたことになる。

設立25周年を記念して、当支部は21年度に3つの記念事業を企画し、実行した。一つは「25周年記念誌」の発行で、21年10月に40数ページの冊子を発行し、診断協会の各支部や、岩手県内の関係機関などに配布した。「ご祝辞」「歴代支部長の紹介」「歴代役員一覧」「年表」「座談会」「会員プロフィール」などで誌面を構成することができた。

記念事業の二つ目は、「経営相談会」や「経営セミナー」などに、講師として会員を無料で派遣する事業である。講師の謝金は当支部が負担することにして、岩手県内の商工団体に呼びかけた。結果的には二つの商工会からの講師依頼があっただけで終わった。予定していたよりも反応が少なかったのはちょっぴり残念だったが、岩手日報紙上で「記念事業」の紹介記事が掲載されるなど、それなりのアナウンス効果はあったと思っている。

そして、記念事業の三つ目が「記念式典」「祝賀会」の開催である。21年11月14日（土）に、診断協会本部から新井信裕会長、水元明則専務理事にもご参加いただき、岩手県、盛岡市、県内の商工団体、金融機関等からもご出席いただいて、まずは盛大に開催することができた。

今年度最大の事業である設立25周年記念事業を終えて、「ほっとしている」と言いたいところであるが、引き続き「調査研究事業」の執筆や印刷会社との交渉、校正などの日程が詰まっていた。これは例年のことであるが、年末から1月いっぱい「調査研究報告書」づくりに追われる。報告書が発行されると、「報告会」を兼ねたセミナーの開催（2月下旬開催予定）が待っている。そんなこんなで、今年度も間もなく終わる。

なにはともあれ、報告書の発行までこぎつけたので、あとは流れに乗るだけである。調査研究事業委員会の皆さんにも、いろいろとご苦勞をおかけした。しかし、調査研究事業に参加して調査や執筆に取り組んだことで、得られたものも多かったのではないだろうか。中小企業診断士としての今後の活動に役立ててもらえれば幸いである。

最後になったが、ヒアリングや資料提供などにご協力いただいた関係者の皆様に心から感謝申し上げます。そのことを申し述べて、報告書の締めくくりといたしたい。多謝！

平成22年1月

社団法人中小企業診断協会岩手県支部
支 部 長 宮 健

◎これまでに「調査研究報告書」で取り上げてきたテーマ

年 度	テ ー マ
平成15年度	「商店街活性化に関わる大学生たち」に関する調査研究
平成16年度	「岩手のNPOの実態」に関する調査研究
平成17年度	「開業20年を迎える盛岡手づくり村」に関する調査研究
平成18年度	「岩手県内13市（14地区）の中心市街地活性化」に関する調査研究
平成19年度	岩手県の「農林水産物・日本一」に関する調査研究
平成20年度	岩手県の「障害者工賃倍増5か年計画」に関する調査研究

平成21年度 調査・研究事業

岩手県内の「農商工連携」事例

に関する調査研究報告書

2010年1月発行

編集・発行：(社)中小企業診断協会岩手県支部

支部長 宮 健

〒020-0023 盛岡市内丸14-8

岩手県中小企業団体中央会内

Tel (019) 624-1363 Fax (019) 624-1266

印刷・製本：株式会社 吉田印刷

〒020-0016 盛岡市名須川町23番27号

