平成24年度　ハンズオン支援の事例

桑名地域

JAいなべ　大豆（いなべ市・東員町）
長島町園芸組合（桑名市）
JAくわな　木曽岬トマト部会(木曽岬町)
JAいなべ　ファーマーズマーケット「いなべっこ」（いなべ市）

四日市

川島愛農会（四日市市）
稲生営農組合（鈴鹿市）
農事組合法人　クマダ（鈴鹿市）
JA鈴鹿　白ネギ部会（鈴鹿市）
JA鈴鹿　加工野菜部会（鈴鹿市）

津地域

河辺地区営農組合（津市）
リバーパーク真見管理組合（津市）
有限会社はくさん地域おこしの会（津市）
布引そば大八生産組合（津市）
合同会社美杉苑（津市）
竹原地域活性化協議会（津市）
太郎生道里夢（津市）

松阪地域

宇気郷住民協議会（松阪市）
農事組合法人　丹生営農組合（多気町）
茶来まつさか株式会社（松阪市）
道の駅奥伊勢おおだい（大台町）
大台町苗木生産協議会（大台町）

伊勢地域

金輪区（大紀町）
JA伊勢　梅部会（南伊勢町）
鳥羽の朝市・直売所ネットワーク（鳥羽市）
ふじ地区活性化協議会（大紀町）

伊賀地域

霧生こんにゃく生産組合（伊賀市）
JA伊賀南部　トマト部会（名張市）
伊賀産肉牛生産振興協議会（伊賀市・名張市）
農事組合法人　白鳳梨生産組合（伊賀市）
青蓮寺湖ぶどう組合（名張市）
とれたて名張交流館運営協議会（名張市）

尾鷲地域

株式会社やきやまふぁーむ（尾鷲市）

熊野地域

株式会社　金山パイロットファーム（熊野市）
特定非営利活動法人　有馬の村（熊野市）
飛鳥たかな生産組合（熊野市）
JA三重南紀　農林畜水産物直売部会（熊野市・御浜町・紀宝町）
有限会社御浜柑橘（熊野市・御浜町・紀宝町）

JA いなべ（大豆）（いなべ市）

JA いなべ管内（いなべ市・東員町）では、麦跡の高度利用作物として大豆を振興しており、2010 年度には、51 名の生産者により 377ha の作付面積となった。その一方で、湿害等が出やすい地域のため、平均反収は 135kg/10a と低い。そのため、大豆振興は今後の地域農業の発展のための最重要課題のひとつとされ、取りくまれている。

特に以下 3 点を重点項目に挙げ、地域農業振興にとどまらず、地域の商工業も取り込んだ活性化を目指している。

① 栽培管理を徹底するため大豆生産者を対象として定期的、継続的に講習会及び視察等を行う。
② 2010 年度より導入を始めた 300A 技術（高品質高収量安定生産技術）により、生産量の向上に努める。
③ マーケットインを意識しつつ、地元納豆業者との農商工連携や新たな味噌加工・販売等を通じた地産地消を推進する（大粒大豆「フクユタカ」を使用した農商工連携の成果として、「福豊納豆」を製品化した実績がある）。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

納豆業者の小粒大豆の需要に応えるため、2010 年度から、小粒大豆「すずおとめ」の試験栽培を開始した。同年度は梅村時博氏（三重大学社会連携研究センター特任教授）が関係者会議に出席し、「すずおとめ」の硬度分析などのコーディネートを行った。2012 年度には、関係者会議において、「すずおとめ」より収量性が見込める小粒大豆「すずかれん」の試験栽培について協議し、その試験栽培にかかる経費及び納豆の原料豆としての適性試験にかかる経費をハンズオン支援として提供することが決まった。

②「すずかれん」の試験栽培

供試面積：約 10a、播種期：7 月 10 日、収穫期：12 月 10 日

実収量：241kg、対照品種である「すずおとめ」より多収が確認された。

上記の圃場整備や栽培にかかる資材をハンズオン支援として提供した。

③ 小粒納豆の試作と分析

試験栽培で収穫された「すずかれん」を原料として納豆が試作され、「すずおとめ」を用いて製造された納豆との比較試験が関係者会議の場で行われた。その結果、「すずかれん」は、納豆の原料豆として特に問題点のないことが確認された。

試験栽培により収穫された「すずかれん」

試作納豆の食味比較

試作納豆　混ぜる前

試作納豆　混ぜた後

これからの取りくみ予定

地元納豆業者のニーズにマッチした小粒納豆の栽培にあたり、事前に近郊の「すずおとめ」を出荷している JA にヒアリングするなど、JA、県事務所によるサポートが効果的であった。2013 年の試験で、「すずかれん」が「すずおとめ」より収量性が優れ、納豆適性も申し分ないことが確認されたものの、単年の試験で結論は出せないことから、2013 年度は規模を大きくして栽培試験が行われることとなった。なお、この試験で収穫される大豆については、地元納豆業者が全量買い取ることも確認されている。

小粒大豆について、こうしたマーケットインを意識した取りくみは、従来の「とれたものを売るだけ」のプロダクトアウトからの脱却のきっかけとなる。需要を意識した生産は、生産者の栽培努力やコスト削減に直結し、いなべ地域全体の大豆の品質向上や収量向上につながる正の循環が期待できる。

長島町園芸組合（桑名市）

長島町は、木曽三川が合流し、伊勢湾に注ぎこむ直前の中州にあたり、歴史的には水害が多かった地域である。近年は、土地改良事業で農業用水や排水が改良され、汎用化された水田では麦作が増加しつつあるとともに、ナバナ等の露地野菜を取り入れた複合経営や、野菜、花き、観葉植物の施設園芸が定着している。

長島町園芸組合は、長島町のトマト生産者 22 名で組織されており、「北勢冬春トマト」の名称で国の野菜指定産地に位置付けられたトマトの共同出荷団体である。昭和 30 年代からトマト栽培が始められ、昭和 60 年代に全国で最も早く「桃太郎トマト・ハウス桃太郎」の栽培が始まった伝統ある産地である。2011 年には、栽培は難しいが良食味の「桃太郎プレミアム」に品種を全面変更し、全国で初めて産地化した（作付面積 10.4ha）。また、みえの安心食材表示制度が発足した当初から登録ナンバー 1 号として認証を受け、安全安心なトマトの生産にも積極的に取りくんでいる。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

本組合では厳しい選果基準を維持してきており、良質なトマトが集まる市場として有名な京都で、常に上位の評価を受けてきた。また、長島トマトの「〇長（マルチョウ）」ブランドを維持するため導入した新品種「桃太郎プレミアム」を大量出荷できる全国最大の産地である。しかし、生産者の高齢化に伴い、栽培技術の革新が停滞しており、灰色かび病による減収被害など、課題も多い。活性化プラン策定委員会で協議した結果、新品種の生産性向上に向けた実証圃の設置について、ハンズオン支援により資材提供することが決まった。

②「桃太郎プレミアム」の安定生産及び収量性の向上に向けた資材導入

「桃太郎プレミアム」は良食味であるが、草勢維持など栽培管理が難しく、小玉になりやすい。また、軟化・すじ腐れ・小ひび果などの障害果発生もしばしば見られる。そこで、これら障害果の発生の軽減や、作りこなすための栽培特性の把握のため、種苗メーカーを招いた現地栽培研修会の開催や、果実品質向上のための資材実証圃の設置、作期拡大のための先進事例調査などを通して問題解決に向けた活動を行っている。

長島町園芸組合「桃太郎プレミアム」育成種苗メーカーを交えた現地栽培研修会

長島町園芸組合青年部による先進事例調査（岐阜農試）

新たに作成した「桃太郎プレミアム」出荷パッケージ

これからの取りくみ予定

長島町園芸組合のトマト総出荷量・栽培面積など産地規模の維持は、市場に向けて安定した販売戦略を構築するうえでも必要な課題であり、個々の組合員の面積維持や新たな生産者確保が必要になっている。

今回の活性化プラン作成・スタートアップ活動に取りくむ中で、産地の課題解決に対して率先して取りくむ新たな部門として、「長島町園芸組合青年部」が結成された。主に組合の若手生産者で組織化され、若手生産者の情報交換の場づくりや、各種実証圃の設置など栽培技術向上に関する取りくみなどを行っていく。

現在、「桃太郎プレミアム」をはじめとする長島産地ブランドの維持・発展のため、自らの産地及び他産地を含め、青年部独自に果実品質調査をする取りくみなども行っており、今回ハンズオン支援で導入した機材などが活用されている。

また、将来の組合生産を担う中心となる世代であることから、産地規模の維持や生産者確保といった組合全体の課題解決への取りくみなど、今後の組合運営について積極的に関与していくことも期待されている。

JAくわな木曽岬トマト部会
（木曽岬町）

木曽岬町は、木曽三川デルタ地域を中心とし、海抜 0m 地帯を含む地域である。長島町同様に、近年は土地改良事業で汎用化された水田で麦作が増加しつつあるとともに、野菜、観葉植物の施設園芸やナバナ等の露地野菜を取り入れた複合経営が定着している。農業が盛んで基幹施設整備事業も進んでおり、それを担う土地利用型担い手農家やトマト等の施設園芸農家の育成が積極的に進められている。

木曽岬町のトマト生産者 37 名により組織される JA くわな木曽岬トマト部会は、栽培者の高齢化にともない作付面積は漸減傾向にあるが、約 30ha が作付けされ県内シェアは約 38%を占める。出荷は、10 月から 7 月までの間、大型選果機を利用した共同選果による共販体制を取っている。従来から「農薬の使用履歴記帳」や「農薬の適正使用」等を推進している。

トマッピー

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

2011 年 8 月に始まった部会員、JA、全農みえ、県事務所など関係機関の検討会では、永続的に実需者から積極的に選ばれる産地となるために、新たな価値の創出による他産品との差別化を図ることが協議された。地域資源の活用や保全、資源循環をテーマにした特徴ある商品づくりに着目した支援内容が検討された。

② 産地全体での「GAP（農業生産工程管理）」の導入に向けた先進取りくみの視察

部会役員 5 名とＪＡ職員が、滋賀県で初の JGAP 認証農場のトマト農家を視察した。農園の概要と JGAP 取りくみの動機、内容、効果など取りくみ概要を確認した。

③ 竹チップ堆肥のセミナー開催と実証圃の設置

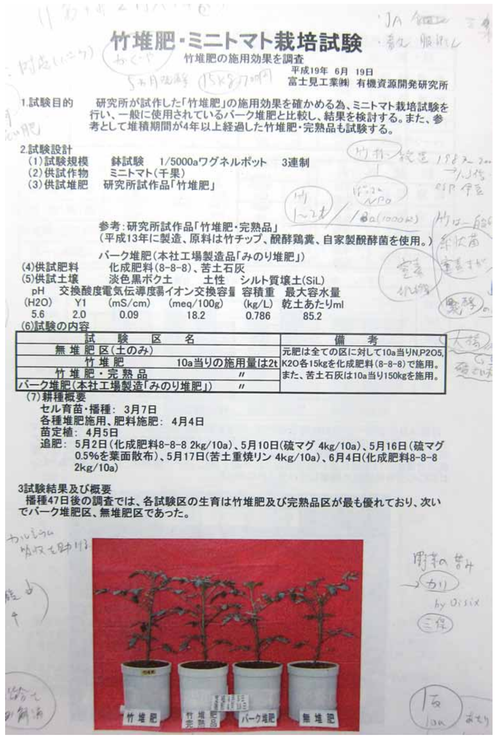
荒廃竹林対策に伴う粉砕竹チップを利用した堆肥導入について、専門家によるセミナーを開催した。食味と収量向上が見込まれるとの効果が報告され、実証圃を設置することが決まった。市販の竹チップ堆肥を用い、2 月定植、5 月収穫の作型の圃場で実証試験を開始した。竹チップ堆肥の施用を畝内・畝面に区別し、施用量も大・小区に分けて試行した。

粉砕竹チップを利用した堆肥に関するセミナー

講師のあいさつ

粉砕竹チップを利用した堆肥に関するセミナー

実証報告に耳を傾ける生産者たち



竹堆肥・ミニトマト栽培試験

竹堆肥の施用効果を調査

平成19年 6月 19日

富士見工業㈱ 有機資源開発研究所

1.試験目的　研究所が試作した「竹堆肥」の施用効果を確かめる為、ミニトマト栽培試験を行い、一般に使用されているバーク堆肥と比較し、結果を検討する。また、参考として堆積期間が4年以上経過した竹堆肥・完熟品も試験する。

2.試験設計
(1)試験規模　鉢試験　1/5000aワグネルポット　3連制
(2)供試作物　ミニトマト(千果)
(3)供試堆肥　研究所試作品「竹堆肥」

参考:研究所試作品「竹堆肥・完熟品」
(平成13年に製造、原料は竹チップ、醗酵鶏糞、自家製醗酵菌を使用。)
バーク堆肥(本社工場製造品「みのり堆肥」)
(4)供試肥料　化成肥料(8-8-8)、苦土石灰
(5)供試土壌　淡色黒ボク土　土性　シルト質壌土(SiL)

pH (H2O)	交換酸度 Y1	電気伝導度 (mS/cm)	電気伝導度 (meq/100g)	交換容量 (kg/L)	容積重 乾土あたりml	最大容水量
5.6	2.0	0.09	18.2	0.786	85.2	

(6)試験の内容

試験区名	備考
無堆肥区(土のみ)	元肥は全ての区に対して10a当りN,P2O5,K2Oを15kgを化成肥料(8-8-8)で施用。また、苦土石灰は10a当り150kgを施用。
竹堆肥　10a当りの施用量は2t	
竹堆肥・完熟品　〃	
バーク堆肥(本社工場製造「みのり堆肥」)　〃	

(7)耕種概要
セル育苗・播種: 3月7日
各種堆肥施用、肥料施肥: 4月4日
苗定植: 4月5日
追肥: 5月2日(化成肥料8-8-8 2kg/10a)、5月10日(硫マグ 4kg/10a)、5月16日(硫マグ0.5%を葉面散布)、5月17日(苦土重焼リン 4kg/10a)、6月4日(化成肥料8-8-8 2kg/10a)

3試験結果及び概要
播種47日後の調査では、各試験区の生育は竹堆肥及び完熟品区が最も優れており、次いでバーク堆肥区、無堆肥区であった。

竹堆肥　竹堆肥完熟品　バーク堆肥　無堆肥

セミナー資料

竹チップ堆肥を導入した実証成果が示された

これからの取りくみ予定

安全安心な生産活動として、加工食品事業者や量販店等から GAP への要望が高まっており、それに対応する体制づくりと、地域資源の活用や保全、資源循環をテーマにした特色ある商品づくりを推進する。

① 産地全体での「GAP（農業生産工程管理）」の導入

2011 年度に始まった関係機関検討会でも、栽培管理における基本技術の徹底はもとより、産地全体での「GAP（農業生産工程管理）」導入が議論されてきた。今年３月からは、部会員の若手生産者が、モデル的に GAP に取りくむ。チェックシートや管理台帳の修正、取りくみの課題や感想などをその他の部会員と情報共有する。

② 竹チップ堆肥の効果確認と評価

3 月定植、6 月から収穫の作型で 2 カ所目の実証試験を行う。地元の粉砕竹チップ堆肥での実証が望ましいが、当面は入手困難であるため、市販の竹チップ堆肥にて代替する。竹チップ堆肥を施用した実証圃の調査（生育・果実品質等）と効果確認、評価を行い、将来的には地元産の竹チップ堆肥によるトマト栽培を実践し、新たな価値の創出による他産品との差別化を図る。

JAいなべファーマーズマーケット「いなべっこ」（いなべ市）

ＪＡ直営ファーマーズマーケット「いなべっこ」は、2006 年に JA いなべ阿下喜支店に開設された。「地産地消」と「地域を元気に」をモットーに掲げ、自家消費が中心であったいなべ産地場野菜の直売拠点として、幅広い品揃えと品質向上に努めてきた。地元産の特別栽培米である「いなべっこめ」や、同米と地元産の大豆フクユタカを使用した「住人十味噌」、「みえいなべ和牛」など、地域農業の振興という経営理念を実践すべく、ブランド化も手がけてきた。

出荷者を中心に園芸講座や栽培講習会を開催し生産基盤の育成を図るとともに、地元産の農産物を活用した料理を提案するなど、産地づくりと顧客拡大に注力している。開店から6年目を迎え、売上額、来客数ともに開設初年度のおよそ３倍に増加した。2011 年 10 月には、来客数が延べ 100 万人を達成した。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

昨年度より、ニーズの聞き取りと活性化プラン策定支援のため、いなべっこ店長、営農経済部長はじめ運営役員との面談を重ねた。小学生の農業体験のほか、周年祭や収穫祭を含めて毎月イベントを開催するとともに、全国の JA 直営ファーマーズマーケットと連携販売することで、顧客満足度の向上に努めてきた。しかし、昨年、近隣にスーパーが開業するなど環境は大きく変化しており、単純な競合関係に陥ることなく出荷会員と一体的な直売所という特徴強化（差別化）が必須であるとの課題を整理した。

② いなべっこ出荷者に向けたセミナーの開催

ハンズオン支援では、農産物直売所にとって不可欠な出荷基盤の強化に向けて、勝本吉伸氏（株式会社シンセニアン代表取締役）によるセミナー開催を企画した。2012 年 12 月、いなべっこ店長、営農指導担当者、県事務所担当者らとともに勝本氏を訪ね、セミナーに向けた打ち合わせを行った。経営状況や顧客アンケートなど各種資料に基づく準備が奏功し、2 月に開催した出荷者向けのセミナーでは、出荷者に消費者が求める商品づくりと出荷者の役割について実践的助言が提示された。

③ いなべっこ経営者に向けたセミナーの開催

3 月には、経営者に向けたセミナーを開催した。前回提言された集客対策と栽培対策に関して、いなべっこ側から特定品目の産地化計画と店舗運営方針が示され、出荷者代表を交えて活発な意見交換がなされた。

店舗での出荷方法を助言する勝本氏

出荷者向けセミナーの様子

食育ソムリエによる試食・対面販売

これからの取りくみ予定

販売額、来客数が頭打ちになりつつある状況を踏まえ、ハンズオン支援としては、出荷者向け、及び経営者向けのセミナーをそれぞれ開催したが、これらは地域農業の振興といういなべっこの経営理念の具体化に資するものとなった。

他方で、いなべっこは、中学生の職業体験を受け入れたり、小学校での豆腐作り実習会のほか、小学生を管理農園に招きサツマイモ栽培・収穫体験を開催するとともに、市内の学校給食用にも地場野菜を提供することで、地域の次世代への食育活動を推進してきた実績を有する。

また、小学生が考案した地場農産物を用いたレシピを競う「クッキングバトル」や、食育ソムリエの従業員が旬の一品、懐かしい一品を紹介する「いなべっこでてがるっこ」などの地域活性化策と、ハンズオン支援を通じて確立された栽培計画に基づく農産品の出荷基盤の連携をいっそう強化していく。

川島愛農会（四日市市）

川島開発農地は、四日市市の川島集落と狭間集落にまたがる区域で、県営農地開発事業によって 1987 年から 2004 年にかけて造成され、2007 年に換地が完了した。農地面積は 66.2ha（水田 13.6ha、普通畑 32.2ha、茶畑 20.5ha）で、普通畑では野菜や茶等が栽培されている。竹林を造成したことによる排水不良や雑草・石れきが多く、法面が広いため管理作業の負荷が大きい等、圃場条件としては難しい課題がある。

同農地で活動する川島愛農会は、生産者 6 人と企業 1 社により構成される任意組合で、地権者から土地改良区を通じて作業を委託された農地においてソバ 11ha、ナタネ 3ha をはじめキャベツ、タマネギ、ニンニク等を栽培している。ソバは名古屋市のそば店に契約出荷しており、ナタネは外部業者に搾油・瓶詰め作業を外注したものについて、障がい者自立支援施設にラベル貼付を委託し、SELP（セルプ）協力商品という社会的価値を付加した独自ブランド商品として販売している。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

独自ブランドのなたね油については、化学物質を用いず物理的に搾油しており、高品質であるが故に高価であることから新規顧客の獲得が課題となっていた。そこで、購入を促す小瓶商品の試作、なたね油の特徴を活かしたドレッシング作成を検討した。その結果、商品ラインの拡大により消費者への訴求力を優先させるため、鈴鹿市の東海醸造（株）に製造委託することとした。

② 地域内の農商工連携によるドレッシングの商品化

商品開発にあたっては、本組合と東海醸造（株）の相互の長所を活かせるよう、品質の高い生引きたまり醤油を使った和風ドレッシングを企画した。20 数種類もの試作品を製造し、関係者での試食検討会のほか、以前より面識のある料理店等でのモニター調査を行った。

最終的には、なたね油とたまり醤油のコクをそのまま活かすシンプルな配合とした。そのままでも風味豊かな旨味を演出するが、ゴマ、生姜、わさび等の薬味を加えることで、消費者がそれぞれの好みでアレンジできるベース・ドレッシングとなるよう開発を進めた。パッケージについても、日常使いとしての購入に限らず、贈答用としても活用できるデザインとした。

四日市市産ナタネ（ななしきぶ）使用の
圧搾なたね油

なたね油とたまり醤油をブレンドした
ドレッシングの試作が重ねられた

試作品の評価

努力と協働の結晶
「たまり醤油となたね油の和風ドレッシング」

これからの取りくみ予定

土地利用型の作目としてソバ、ナタネ栽培に取りくんでいるが、2012 年度の面談は、播種方法や排水溝の切り方等、改善策の検討を行うことから始まった。その後、面談を重ね、なたね油を利用した商品づくりをハンズオン支援のニーズとして策定した。

東海醸造（株）は、伝統的な天然醸造の手法で品質の高い味噌、たまり醤油を製造するとともに、これまでも、県内生産者等との連携・協働により多様な商品開発を行った実績を有する。よって、高品質ななたね油を活かした商品づくりが可能であり、今回の商品づくりのパートナーとして最適と考えた。

また、本組合の既存販売ルートでなたね油と一緒に販売することで、ドレッシングを入口としてなたね油を知ってもらう機会になることが期待される。川島愛農会と東海醸造（株）のコラボレーション商品として、東海醸造ブランドとしても販売することで、新たな販路でも川島愛農会のなたね油の認知度を高めることが可能である。贈答用としても、なたね油とのセット販売も新たに検討する予定である。さらに、東海醸造（株）の協力を得ながら、個人顧客向け商品のほかに、業務用需要の開拓も行っていきたい。

稲生営農組合（鈴鹿市）

稲生地区は鈴鹿市の南部に位置する塩屋、通り、西村、野町、野村の 5 集落からなる。この地区は近隣に大型住宅団地がある住農が混在した地域であり、JA 鈴鹿の直売所（果菜彩稲生店）や量販店もあることから、地域内での消費需要が高い水稲の産地である。

稲生営農組合は 2005 年 3 月に設立され、2012 年度現在で 319 名の組合員を擁する。経営受託が可能な農家 27 名を担い手として地域内の水田を管理すべく、本組合が利用調整しており、水田面積は 264ha（センサス）である。自作農家が 94 名いるものの、その多くには後継者がおらず高齢化も進んでいる。他方で、担い手農家の一部はすでに独自販路を確立しており、本組合として生産・販売活動に関わる機会が少ない。また、地域内には未整備の狭小圃場も多く、農道整備が進んでいない区画もある。本組合は、農地を集積するとともに農道等の補修を行い、効率的な営農基盤を整備することで、水田農業の維持・発展に取りくんでいる。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

本組合の設立から 7 年が経ち、米価下落や高齢化、そして利用権設定に伴う経営委託が要因となって、耕作をやめた地権者が増加しつつある。また、組合員全体として農業・組合活動に対する関心も低下しつつある。こうした状況を考慮すれば、組合員にとっては、販売単価を適正化することで組合活動へのインセンティブが働く。

他方で、地産地消に関しては、地権者を含めた地域住民に、地元農業への理解を深めてもらうことも重要である。消費者となる地元住民に対しては、本組合が米の域内販売を一層推進していくことが協議された。

② 組合員の営農意欲向上に向けた「稲生のお米」の地域内消費拡大

2011 年 11 月に開催した「稲生のお米」試食 PR 会を発展させ、2012 年 11 月には試食販売会を開催した。井上真理子氏（フィークジャパン株式会社）からは、ロゴマーク、新聞の折り込みチラシのデザインや販売方法及び試食販売会時に行う消費者アンケートの実施方法等について助言をいただいた。

他方で、「稲生のお米」のパッケージ用シールを作成し、組合員が生産した販売用米に用いることで、地元産のお米であることをアピールすることができ、試食販売会では当初の予定数量よりも多くの販売・予約を達成した。

稲生のお米共通ラベル

試食販売会 PR チラシ

試食販売会

「稲生のお米」販売

これからの取りくみ予定

地域内の農地・農業を守っていくためには、地権者の協力の下、担い手農家が経営を継続できる環境整備が重要である。そこで、担い手農家の生産効率化という観点から、引き続き農地集積を進めるとともに、農道等の基盤整備と水稲作業に関する担い手同士の相互補完性を高める場を設定する。

担い手農家によるお米の直売については、一部自主的に行っている農家がいるものの、大半は新米収穫時に一部を縁故米に近い形で販売するにとどまる。周年で販売するには冷蔵倉庫が必要であり、在庫を抱えるリスクを伴うことから、実施可能な農家は限られるが、直販ルートの拡大を図る。具体的には、従来どおりの直売については米袋にミニシール等で「稲生のお米」と表示するとともに、地元 JA の直売所で販売する農家にもシールを活用してもらう等、JA との連携により販路確保に努める。

また、地元の消費者に対して「稲生のお米」の認知を促し、鈴鹿の米どころとして地元産米を購入する動機・機会づくりを重ねる。次年度も、本組合として試食販売会を継続的に実施するとともに、新米収穫時には予約販売へと導入する仕組みづくり等、消費者アンケートの結果に基づき、継続可能な新たな販売体制を考えていく。

農事組合法人 クマダ（鈴鹿市）

本組合は、岸田、花川、下大久保、小谷、石薬師の 5 集落において効率的な農業を展開するため、全戸出資型の農事組合法人として 1998 年に設立された。米、麦、大豆を 2 年 3 作の作付け体系で栽培しており、2009 年には隣接する深溝地区（3 集落）の担い手にも位置付けられ、深溝地区の麦・大豆栽培にも取りくんでいる。2011 年度の業務実績は水稲 37.7ha、小麦 56.3ha、大豆 55.6ha で、構成員は 246 名である。設立から 15 年が経過し、作付面積が拡大しつつある一方で、地域に根ざした責任ある組織として継続していくためには、若年者を専従雇用するなど世代交代をいかにスムーズに進めるかが、近年の課題となっている。

生産した米を利用して切り餅やあられ（乾燥）等を自家加工し、本組合が運営する直売所にて販売している。加工製品の売り上げは維持されているものの、施設の老朽化等の課題があったため、直売所及び新加工施設の改装・改築を行った。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

2012 年に面談を始めた当初より、老朽化した施設改修が予定されており、そのようなハード整備と同時進行するかたちで、本組合の運営方針について検討した。役員と実務を行う従業員との協議の結果、「人材の確保・育成」、「組織運営」等の課題が提起された。次に生産部門、加工部門、役員との間で課題を共有し、「継続して地権者と消費者から信頼される組織づくり」を運営方針として策定した。

② 組合ロゴ・PR ツールのデザイン統一を通じたブランド化

改装された直売所を周辺住民に対して PR する必要から、そして本組合の一員であるとの意識を組合員が共有するためにも、ハンズオン支援では、本組合の理念と方針を反映するロゴマークを作成した。数案の中から全役員及び全従業員で検討し決定したロゴマークは、のぼり、看板等に使用するとともに、製造を予定している新商品等のパッケージに活用していくこととし、汎用性のあるデザインフォーマットも作成した。

ロゴマークを付すことで、組合員各自が、単に商品を作るというだけではなく、クマダという組織を育てているという意識を持つ契機ともなった。

（農）クマダの運営方針について協議を重ねた

ロゴマークの検討と確定

直売所に掲げられたロゴマーク入りののぼりと看板

パッケージ用シール

これからの取りくみ予定

ハンズオン支援を通じて、役員だけでなく従業員や生産部門、加工部門、組合員が、それぞれの立場から本組合の現状や課題について協議したことで、本来の活動目的の再認識と、地域としての目標の共有化が図られた。こうした下地を踏まえ、次年度以降の活動内容については、理事会での審議を経たうえで、全体総会において地域活性化プランとして取りくんでいくことが承認された。

特に、本組合が地域に密着して農業を継続し、安全安心な商品構成を充実させるとの付加価値をブランド力として定着させるため、ロゴマークや商品パッケージを作成した効果は大きい。今後は、地域活性化プランで整理した①従業員の確保・育成、②老朽化施設の計画的な更新、③各部門での収益性向上について、取りくみを進めていく予定である。

改装した直売所を本組合の窓口として活用し、新パッケージ導入により、開封してそのまま食べられる新商品を充実させることで、従来からの顧客に加え、若い顧客の獲得を図る。直売所での販売拡大は、収益向上のみでなく、地元地権者や住民とのつながりの強化も目的としている。また、直売所は新商品のマーケティングの場としても活用し、評価の高かった商品はスーパー等への展開も考えていく。

鈴鹿農協 白ネギ部会（鈴鹿市）

鈴亀地区の西部は、黒ボク土壌の畑作地帯で、県内でも有数の茶、花木の産地である。しかしながら、近年は需要の低下や販売価格の低迷のため、専業農家が経営縮小や撤退を余儀なくされ、生産面積が減少したことから、次第に増加する農地の遊休化が問題となっている。

このような状況下で、ＪＡ鈴鹿としては、茶、花木の経営を支える複合品目の 1 つとして、安定的な需要が見込まれる白ネギに着目し、作付けを推進しており、2012 年度に鈴鹿農協白ネギ部会が設立された。野菜、茶、花木の専業農家 8 戸が約 2ha の栽培面積で白ネギの栽培を進めており、農協を通じた共選共販の市場出荷を行っている。県下最大の白ネギの産地づくりを目指して、茶・花木農家を地元農協がサポートしており、新規栽培農家に対して栽培研修、収穫・出荷調整研修等も開催している。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

白ネギ導入のメリットとして、①市場からの需要が高く、高単価が期待される、②冬作品目で茶、花木の農繁期と重ならない、という点がある。デメリットとしては、①定植、土寄せ、収穫、出荷調整等に一定の機械装備が必要、②労働集約的になるので、複合経営品目として導入する場合、1 戸あたりの栽培面積が限られる、といった課題がある。

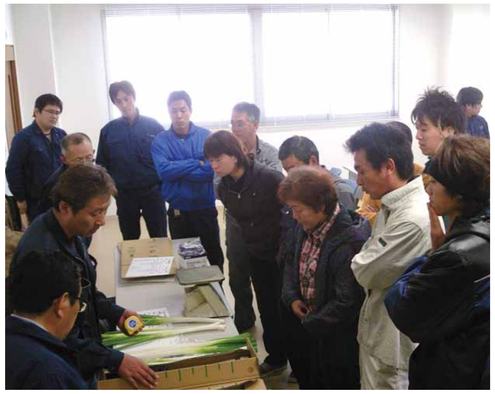
市場から期待される一定規模の産地ととなるためには、新規栽培者を増やしていくことがポイントとなる。そこで、機械投資等に慎重な生産者に対して小面積での試験栽培を推奨し、栽培研修会等を実施するとともに、本部会で新規栽培者が利用する器具等を整備することを、協議した。

② 白ネギの産地化に向けた資材の導入

白ネギの栽培面積と生産者の拡大に向けて、鈴鹿農協白ネギ部会を設立した。ハンズオン支援では、部会員が共同で利用可能な機械、資材等を部会に提供し、それらを白ネギの新規栽培を希望する茶、花木の専業農家等に貸与することで、白ネギの試験栽培に着手しやすい環境整備を進めた。

共用機械・資材として、チェーンポット定植のための機械「ひっぱりくん」と、収穫用資材「ネギ太郎」を購入・導入し、関係機関のサポートを受けることで、無事に収穫・出荷に至った。

新規栽培者説明会



目揃え会

チェーンポット定植のための機械「ひっぱりくん」

収穫用資材「ネギ太郎」

これからの取りくみ予定

本年度の出荷実績は、目標単価を超えるとともに市場から一定の評価を得ることができた。本年度初めて栽培した生産者も自信を深めており、また、新規栽培者向けの説明会には多くの茶・花木・野菜生産者が参加している。次年度には、各部会員が面積を拡大するとともに、新規栽培者が部会加入することで、鈴鹿農協白ネギ部会としては栽培面積が約 5ha に達すると期待される。

農協が共選共販による市場出荷を行うことで、生産規模との需給バランスを確立することが可能であり、共同機械の提供を行いながら引き続き新規栽培者の募集を行っていく。今後の取りくみとして、農協が中心となり、栽培研修会の開催、品質向上のための目揃え会の実施、規模拡大農家向けの管理・出荷機械のデモンストレーション等を行っていく予定である。

将来的には、産地面積 10ha、農家戸数 50 戸、販売高 1 億円の白ネギ産地確立を目標としている。これにより、鈴亀西部畑作地帯の農地を守り、複合経営の 1 品目として専業農家の本業を支えることを目指している。

鈴鹿農協加工野菜部会
（鈴鹿市）

鈴亀地区の西部は、黒ボク土壌の畑作地帯で、県内でも有数の茶、花木の産地である。しかしながら、近年は需要の減少や販売価格低迷のため、専業農家の経営縮小や撤退による生産面積減少で農地の遊休化が問題となっている。そこで、茶・花木経営の複合品目の一つとして、価格が安定しない市場流通ではなく販売先を特定した業務用途・加工用途の野菜栽培について、ハクサイを中心に、2009 年度から産地化を進めている。

2012 年度は 10 名（花木農家 6 名、茶農家 2 名、野菜農家 2 名）で、漬物用のハクサイを耕地面積 2.1ha の面積で栽培した。また、2013 年 3 月に鈴鹿農協加工野菜部会を正式に設立し、今後はハクサイを中心に、加工用のカボチャ、タマネギ等の生産品目を増やしながら、生産面積（部会員数）の拡大を図っていく。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

複合品目であるハクサイの生産者の組織化を図り、また、栽培体系の確立や品種の統一を行うことで、安定生産・安定出荷を目指している。地域の関係機関との協議を重ね、業務用、加工用に用途を特定した露地野菜の契約販売にメリットを考慮した結果、生産面積が拡大した段階で、スチールコンテナでの集出荷が有効であるとの結論に至った。出荷にかかる資材と手間を削減するうえで、スチールコンテナでの集出荷を行うことで、出荷規格の簡素化を図るとともに、コスト削減と収益向上も同時に実現できることが、最大の要因である。

② スチールコンテナの導入

ハンズオン支援事業を活用して、集出荷に利用するスチールコンテナ 15 台を購入した。これにより、本部会の共同資材であるスチールコンテナを茶・花木の専業農家等の新規栽培希望者に貸与することで、試験的栽培・出荷に取りくみやすい環境整備を進めることができた。当初に想定したとおり、スチールコンテナを活用した集出荷では、圃場から直接、食品加工事業者へ運搬するようになり、出荷作業が格段に簡便化された

ハクサイ栽培圃場

栽培者に対する現地研修会

圃場での収穫

スチールコンテナを使った出荷

これからの取りくみ予定

ハクサイ等の露地野菜の栽培は、市場での相場変動が大きいことと、出荷規格が細かく選別調整に労力がかかること、また段ボールなど出荷資材の経費がかさむことなどのデメリットがある。他方で、契約栽培においては、単価が安定すること、出荷規格や資材が簡素化することが可能である。

契約栽培を意識した園芸品目の生産を推進するため、2011 年度から作付けを始めた漬物用ハクサイは、徐々に出荷量も増えており、新規参入と個々の生産者の規模拡大により、生産面積拡大を進めてきた。

本組合としては、2013 年度も複合経営の品目の 1 つとしてハクサイの試験栽培を呼びかけるとともに、新規参入者の増加に伴う栽培面積の拡大を図っていく。将来的には、食品加工事業者から要望のあるカボチャ、タマネギ等の栽培も検討する。新品目を導入する場合も、出荷規格を簡素化するため、スチールコンテナでの集出荷を実施することで、集荷にかかる労力と経費を削減し、収益性の向上を図っていく。

地域の将来像としては、茶・花木の産地としての特色は守りつつ、市場価格の変動に左右されない契約栽培による露地野菜の産地形成を進めることで、複合的収入体系を築く

河辺地区営農組合（津市）

津市中央部に位置する河辺地区は、平坦な水田を囲むように走る主要道路と、その沿道に並ぶ人家、そして地域北部の丘陵地帯（林地）の谷間にある水田から構成される。伊勢自動車道の津インターチェンジや国道 23 号線中勢バイパスも近く、県内外各地へのアクセスが良い土地である。

このような河辺地区の水田を守るため、2009 年に設立された本組合は、構成員が 40 数戸、10 名程度のオペレーター（機械作業）とサポーター（機械作業補助、軽作業担当）、さらに地区外の認定農業者である協力員（転作対応や大型機械作業など）によって、50ha 余りの農地･営農を管理する体制をとる。

本組合は、作業受託、利用権設定の仲立ち等の互助組織として活動を開始し、オペレーターが個人所有の機械を持ち寄って共同作業を進めてきた。また、兼業農家が軽視しがちな土づくり作業を請け負い、「良質米生産･多収化で地域の水田農業を盛り上げよう」と、土壌改良材を組合で受託するなど、地域に貢献している。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

2012 年度に、中勢バイパスから安濃町へ抜けるバイパス道路が開通した。本地区の交通量が増えたのを機に、道路周辺の耕作放棄地が通行者に良い印象を与えないこと、車両からゴミが投げ捨てられる等、懸念が挙げられた。耕作放棄地の活用と営農組合の地域貢献として、景観作物の栽培を行うこととなった。

② 景観作物としてのコスモス栽培

新道路脇の目立つ立地で水利が悪く放棄地化していた水田を選び、景観作物としてコスモスを植栽した。大型機械を所有する地区外の担い手農業者と連携し、復田を進め、圃場に看板を立てて河辺地区営農組合と JA との連携の取りくみである点をアピールした。

③ ふれあい交流の場としてのコスモス園

河辺地区自治会には本組合員の多くが加入しており、また河辺地区内には幼稚園、高齢者福祉施設がある。コスモス園は、入所者が安全に外出できる場所として、花見に利用された。コスモス園をつくった本組合の地域貢献や園児の花見の様子は、JA の広報誌にも掲載され、地区内外に広く周知することができた。

大型機械作業は担い手の協力で行う

自治会と営農組合、JAのタイアップをアピールした看板

幼稚園児の花摘み遠足

高齢者福祉施設入所者を招待

これからの取りくみ予定

本組合は、これまでも土づくり等の勉強会を行ったり、県や JA 等が主催する講習会に積極的に参加するなど、水稲生産の改善に取りくんできた。また、地区内の他の耕作放棄地についても、担い手農家と協力しながら復田や作物（小麦等）の作付けを行っている。

今年度、地域内交流を促進する端緒と位置付けたコスモス園づくりを通じて、子どもを含めた市域住民に対して、本組合の存在と活動内容、そして土づくりの意義について奨励・啓発する契機となった。こうした活動の成果として、「地域を守る営農組合」の意義が河辺地域に浸透しつつあり、作業・水田運営に関して組合への委託が徐々に増えつつある。

これに対応する本組合の体制づくりと地場米の販売実践（営農収益の改善）の検討が、今後の課題である。また、コスモス園をきっかけとした地域貢献活動を継続するため、「農地・水保全管理交付金」の活用も検討している。

リバーパーク真見管理組合（津市）

津市白山町にある布引山脈の麓、丘陵地帯と雲出川に挟まれた真見集落に農村公園と水辺公園を兼ねた「リバーパーク真見」が併設されている。真見集落とリバーパークを区切るように JR 名松線が走っている。

リバーパーク真見は、旧白山町が山村振興事業の一環として、滞在型貸し農園として建設し、2001 年 1 月から入居受付が始まった。同年 4 月には、地元集落が全戸加入型の管理組合を設立したが（2012 年現在、22 戸）、現在は実質的に組合長が 1 人で管理運営している。

リバーパーク真美のクラインガルテン（居住施設つき畑：22 区画）は、全区画が契約されており、解約区画が出てもすぐに入居者が決まるほどの人気である。また、芝生グラウンドがあり、近隣住民がパターゴルフに訪れるほか、水辺公園での水遊びやバーベキュー、流しそうめんなどの環境設備も整備されており、夏場を中心に観光客で賑わいをみせる。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

2011 年度から組合長との面談を重ねてきた。経営状況は黒字であるが、組合長の人件費のほかに余裕はなく、後継者の確保が課題であるとの現状を把握した。また、真見集落とリバーパーク真見とのアクセスが不便なため、住民の関与度合いも低下したことから、2012 年度の面談では、集落が一体となり交流する機会を創出することが必要であるとの結論に至った。

② いばら草餅の生産・販売に向けた住民交流の準備

いばら草餅の生産を通じた住民交流の場を創出するうえで、必要な機材をハンズオン支援として提供した。高齢者である集落住民、特に女性の活動の場を創出するとの観点から、負担を少なくするために餅つき機と餅切り機を購入した。

③ 販売用 PR 資材の作成

リバーパーク真見によるいばら草餅づくりが、少額ながらも収益をもたらすことが、持続的活動となる要件である。本組合が集落活性化の拠点として機能するよう、販売力を強化するための資材（看板とのぼり）を作成した。

役員が発案・作成したイメージキャラクター！？
本年度からＨＰに登場

県道からみたリバーパーク真見
左手に、雨で増水すると水没する橋が見える

パターゴルフを楽しむ近隣住民

雲出川沿いに建てられた看板

これからの取りくみ予定

真見集落の女性が手作りするリバーパークの草餅は、例年ゴールデンウィークに販売されており、好評を得てきた。他方で、集落には中学生以下の世代がいなくなり、働き盛りの世代も集落外へ転出しつつある。収益性を向上させることは重要なポイントであるが、まずは真見集落の住民交流の場、女性の活躍の場という社会機能を維持するため、今年はゴールデンウィーク前を目途に、雲出川沿いを走る県道脇にリバーパークへの集客窓口として販売･案内所を整備する予定である。

その後も草餅の製造販売は通年実施するが、総菜の製造許可を取得した施設を完備しているため、草餅だけでなく季節ごとに特色ある商品についても提供していきたい。

また、リバーパークの集客･販売力を高めることを目標に、四季折々の花が楽しめるよう、園内では植樹を進めている。イベント内容を充実させながら、本組合のメンバーである地域住民とともにイベントを分担して運営することで、地域内連携を深めていく。

有限会社はくさん地域おこしの会
（津市）

津市白山町は、雲出川を境に南側は砂質土壌で良質の野菜が生産され、北側は重粘土質土壌のため一志米の産地として有名である。水田での水稲、小麦、大豆作が中心ながら、近年では土地の有効利用と獣害対策の観点から、大豆以外に大規模農家による野菜やソバが栽培される。畑では、兼業農家による自家消費用の野菜栽培も増えつつある。

国道 165 号沿いに所在する農産物直売所「ぬくいの郷」を運営する本会は、地元の安心安全な農林産物を多くの消費者に供給することで、活力ある地域づくりを進めることを目的として 2006 年に設立され、現在の出荷会員は約 250 名に上る。直売所開設時に併設された農産物加工施設「耕房　よってかんせ」では、地域の農産物に限定した供給・販売を理念として、地元産大豆オオツルと生にがりを使用したこだわり豆腐、油揚げ等の加工品を製造している。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

2011 年度に始まった本会役員及び「耕房」会員との面談では、生産・出荷会員、周辺住民はもとより加工生産者の高齢化に伴う運営面での課題について、体制強化の必要性が協議された。特に村上享二氏（愛知大学）より、加工生産工程の省力化をめぐって助言を受けるとともに、「耕房」との経理統合と人的補強を通じた経営基盤を強化する方策が検討された。

② 経理統合と人的補強を通じた経営基盤の強化

前年度に協議したとおり、2012 年度に「耕房」との経理統合を果たし、新体制が発足した。また、収益性の高い加工部の人的補強も実現し、目下、若い担い手 2 名とパン職人 1 名が、熟練者から大豆加工の技術を継承されつつある。

③ 誘客看板の設置と加工部作業環境の改善

農産物直売・加工所の認知度向上と、新たな人材の育成、顧客目線による商品づくりや店舗の簡易改装を実行するため、農産物直売所の存在を明示する看板の設置や販売台の改善をすることが協議され、ハンズオン支援を行った。また、商品づくりの核となる「耕房」の環境改善について検討され、更衣スペースを整備した。

役員及び「耕房」会員との面談の様子。
経理統合に向けた合意形成を図った

「耕房」の加工工程の省力化に関する専門家の視察

施設名を明示した看板の設置。
誘客性の向上を図る

「耕房」従業員の増加に伴い整備された更衣スペース

これからの取りくみ予定

本会と「耕房」の経理統合は、経営基盤を強化すべく 2011 年度末に策定された地域活性化プランの最重要課題であった。2012 年度より統合が実現し、加工品の生産力向上を図り、「耕房」従業員 3 名を新規に直接雇用した。誘客看板の設置等のハード面と人材確保・育成のソフト面が同時進行したことで、地域活性化プランは 5 割程度が達成された。

2013 年度には、本会役員と直売部を含む本会全体の運営体制を再検討し、新規性あるアイデアを活用した顧客目線の店舗改善（対面販売の充実等）と販売メニューづくり（総菜、スイーツ等の試作販売）を実践的に進める。並行して、定例イベントを継続的に開催し、いっそう顧客に愛される店舗づくりに努めるなかで、活性化プランの実行ペースを速め、収益向上とともに常勤の店舗責任者を登用する。

「耕房」の人的補強は、単に加工品の生産力を向上させる手段に限定されるものではない。日産 100 丁の豆腐は、約 6 割が「耕房」スタッフの手で宅配される。高齢化が進む近隣集落に住む方々を対象とした宅配は、安否確認という社会的機能をも果たしている。こうした機能を高めるため、将来的には地域配食サービスについても積極的に取りくむ。

布引そば大八生産組合（津市）

津市白山町は青山高原の東に位置し、布引山地を水源とする雲出川等の清流と肥沃な土壌に恵まれた地域である。特に雲出川北岸は、良質な米が生産されると言われており、旧大三村、倭村、八つ山村には水田が広がっている。当地域の水田農業は、従来より稲、米、大豆の二年三作が主流であったが、獣害が比較的少ないこともあって、2010 年度に大豆の不作付地においてそばを試作した。

2011 年から本格的な栽培を開始し、その生産の担い手として同年 7 月に「布引そば大八生産組合」を設立した。大八は大三、八つ山の両村名からとり、それぞれの地区の担い手農業者 2 名で組織されている。両者は、地域の水稲の他に転作のほぼすべての作物生産を担っている。そばの栽培は天候に左右されやすいが、収穫したそばは JA の取り扱いで出荷され、製粉業者や販売先のそば屋、飲食業者からも良い評価を得ている。地域の営農を盛り上げ、新たな特産として、そばの栽培面積を拡大している。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

JA 担当者を含めた面談では、生産対策（技術対応や圃場の確保）、流通業者からの需要（全国的な需給･産地動向）などを議論し、地元産そばの内外へのアピールも大切だとして、スタートアップ支援に取りくむこととなった。

② 地元住民への「布引そば」の普及・定着に向けて

そばは天候の影響、特に大雨による浸水に弱く、圃場の選定が重要である。地域の水田と担い手による営農を維持していくため、地域を挙げて栽培に適した水田を集積していく。このため、地域内で地元産そば打ち体験・試食会を継続的に開催し、PR と生産拡大への地域意識の醸成を図った。ハンズオン支援として、そばの圃場に立てるのぼりと、そば打ちに必要な資材（こね鉢、麺棒、包丁）を提供した。

③「布引そば」の製品化

地元産のそばとして地域に愛され、製粉業者を通じて地域の飲食店でも需要が高まることが目標である。そのため、打ち立てのそばをふるまい、PR に努める一方で、販路拡大アイテムとして乾麺そばを試作した。

収穫間近のそばの実

収穫作業

乾麺試作品

地元でふるまい

これからの取りくみ予定

そばの花は珍しく、景観も良いことから、集客交流の素材となる。実際、昨年の見頃（10 月半ば）には「三重タイムズ」等メディア取材もあって、観光客が訪れたことに加え、大豆のような残渣が出ないため、水田所有者や住民からも好評であり、地域の環境保全組織も支援している。こうして生産基盤を安定させるとともに、消費者から求められる生産物とするため、生産物の信用向上（三重の安心食材登録）やイベント･直売所での販売促進を行っていく。

農地の利用・生産を継続するには、地域住民組織が連携する必要がある。本組合は、その担い手の一員となるべく設立された。そして、「収穫作業」や「地元でのふるまい」の写真からも分かるとおり、地域住民と組織が協力し合って本事業を進めている。各地区の麦後のそば・大豆の生産を請け負い、安定生産とともに生産物の高品質化や美しい景観づくりを通じた地域振興を展開していく。そば栽培に適した圃場を集積し、営農が順調に進んだ段階で、さらなる販路拡大に有効な加工品の商品化をも模索できればと考える。

合同会社 美杉苑（津市）

津市の南西部に位置する美杉町竹原地区は、雲出川の中流域に広がる森林脇を県道とＪＲ名松線が走る風光明媚な地域である。雲出川の川霧が育む同地域の茶は、60 戸の茶生産者が約 12ha の小規模な栽培面積で丁寧に育てた、滋味深い「美杉茶」として愛されている。同地域では経済作物として安定的な収入を確保できる唯一の農産品であるが、近年は茶生産者の高齢化に伴い管理不足茶園が発生し、茶葉の品質・収量の低下が懸念される。地域農業の維持、地域活性化の面からも農地保全は重要な課題である。

竹原地区に以前からある共同の茶加工施設は老朽化し、現在は 2 戸の経営者がそれぞれの施設で加工・販売を行っている。生産者の高齢化に伴い茶園面積の減少が懸念されるが、2011 年には同地区の茶産地を維持するため、加工･販売法人を核として合同会社美杉苑が設立された。また、持続的な生産・加工体制を整備するため、共同茶工場が新設された。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

2011 年度に始まる面談で、茶園の維持をめぐる課題が示された。2012 年度には、美杉苑ブランド確立のため、効果的手法が協議された。榊原美和氏（(株) エクストラコミュニケーションズ）より、商品紹介にとどまらぬパンフレットが伝える意義が提起され、その作成をハンズオン支援として行うことが決まった。

② 美杉という地域の魅力を伝える パンフレットづくり

茶園とともにある美杉苑のロゴマークをデザインした。そして協議を重ね、同社の生産する「森の恵茶（めぐみちゃ）」を地域環境とともに PR するパンフレット内容が確定された。同社により維持される小規模栽培の生産者の姿が、安心安全を伝えている。

③ 美杉茶の新たなパッケージ作成

「森の恵茶」は、手軽に飲みやすいティーパックとして販売することとした。また、透明袋と比べて品質を保ちやすく、マチのあるスタンドパックで店頭に立てて並べることができる。袋裏面では、商品の品質アピールのほかに、水だし・お湯だし・急須それぞれのおいしい飲み方を提案する。

新設された共同製茶工場

小規模栽培ならではの丁寧な作業風景

森の恵茶　パンフレット外面

森の恵茶　パンフレット内面

これからの取りくみ予定

ハンズオン支援により作成されたパンフレットとパッケージは、統一感あるデザインとしたことで､顧客が美杉苑と「森の恵茶」を良質ととらえ、親しみやすいものとなった。こうした PR 資材を活用しつつ、美杉苑ブランドを確立していくには、小規模栽培を維持する後継生産者の確保・育成と一体的に考えていく必要がある。美杉苑の前身である茶加工・販売法人がもつ販路に対して、ハンズオン支援で作成された PR 資材を活用しつつ売上を伸ばすことで、美杉苑の安定的経営を目指していく。将来的には、U ターン・I ターンや退職者の就農者などが、竹原地区の茶生産者として新規に取りくみやすい環境を整備し、さらなる担い手の育成と茶園の維持・拡大が期待される。

今後、茶集落営農組合を設立することで、栽培・管理水準の一定化と良質茶葉の確保、労働力補完を実現し、荒廃園地の発生防止に取りくんでいく。さらに､高齢､兼業､後継､新規参入者など、多様な人材がそれぞれ複合的な収益性とやりがいを実現する地域企業として、竹原地区が一体となって、茶産地と環境の維持を進めていく。

竹原地域活性化協議会（津市）

津市南西部の美杉町竹原地区は、11 の自治会からなる集落である。本協議会は、地域住民が安心して楽しく暮らすために、地域内交流の場として 2009 年に発足した。2011 年度の会員数は 43 名で、野菜の生産販売農家や、狩猟、農産物加工など多様な技術を持つ人々により、地域活性化部会、特産品開発部会、そして販売推進部会が運営されている。

近隣には、桜や紅葉の名所である君ケ野ダムがあり、その湖畔は森林セラピーロードに選定されている。竹原地区には、高束山コースも選定されるなど、自然豊かな環境を観光資源として活用するため、努力が重ねられてきた。これらの環境保全の取りくみに加えて、住民同士の交流・協働による生産・経済活動を活性化する試みとして、毎週土曜日午前中に直売所「ちどりの里」（朝市）を開催している。野菜だけでなく、餅や梅干しなどの加工品や、鳥羽の業者により海産物加工品も販売されている。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

2011 年度より、本協議会の役員らとの面談を始めた。児玉克哉氏（三重大学教授）からは、近隣集落との連携活動の意義が提起された。2012 年度に入り、有機野菜の産地化を目指して、地域住民が有機堆肥づくりを始めた。さらに「ちどりの里」で販売する地元産野菜などを宅配することが検討された。

② 有機野菜の産地化を目指した堆肥づくり

本協議会が住民に声をかけ、白山町在住の有機堆肥づくりの名人に教えてもらい、小学校跡（ふれあいプラザ竹原）のグラウンドで堆肥を作っている。十数名ほどの生産者がこの家庭ゴミ堆肥を活用し、野菜を生産し、直売所で販売もしている。

③ 農産物の宅配トライアル

ちどりの里では、買い物が困難な住民にも定期的に食材を販売し、なおかつ本協議会の収益性を安定させるために、宅配サービスを始めた。まずは、本協議会メンバーが編んだ「ふご」（わらで作ったバスケット）に野菜や干物など海産物加工品を詰め合わせて、独居老人にお試しセットとして宅配するとともに、顧客アンケートを取った。価格や分量についてモニタリングした結果、宅配販売を本格始動した。

直売所　ちどりの里

お試し宅配セットのチラシ

宅配セット商品（1000 円分）

宅配の様子

留守宅では「洗濯機」へ配達する場面も

これからの取りくみ予定

80 名ほどの独居老人を対象とした宅配は、安否確認という社会的機能をも果たしており、単に本協議会の収益性を向上させる手法に限定されるものではない。この点と買い物との両面が、地域ニーズにマッチしており、宅配の顧客数が増えている。今後は、地元産の有機野菜を中心に、分量や内容のメニューを広げていき、より幅広い顧客を獲得することが期待される。独居・高齢者以外にも、菜園・畑づくりをしない若い世代、安全安心に気を遣う子育て世代の家庭を対象とした PR 活動や、ポイントカードのようなリピーター獲得のための取りくみを試行していく。

将来は、調理·下ごしらえ済みの食材のニーズ、高付加価値·利益を生み出す加工製品の必要性も想定されるため、その需要や製造方法を検討していきたい。また、休耕田を再生し有機野菜を生産する「有機の里」構想が芽生えつつある。

太郎生道里夢（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、奈良県側には倶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」のほかに、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。

老齢人口比率が 44.2%に達する同地区において、会員の趣味や技能を活かした地域おこしを目標として、本組織は 2003 年に、観光客を対象にそば打ち等多様な体験メニューを提供する活動を始めた。「無理なく、楽しく、できる人が」をモットーに、2012 年現在、18 軒が木工や天然ひのきオイル、手づくりパン等の集客交流を行っている。また、一部メンバーが、渡りの蝶であるアサギマダラの飛来地となるよう休耕地にフジバカマを植栽し、地域の新たな顔を演出している。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

観光客が気軽にメンバーを訪ねられるように、各メンバーは特色ある店づくりやまち歩きマップの看板を設置するなど、精力的に活動してきた。

他方で、2012 年 5 月からは月 1 回の太郎生朝市（第 4 日曜日）を開催し、「朝市＋体験」、「宿泊＋朝市＋体験」等、メンバー間の連携が深まりつつある。本地域で生産された食材、工芸品などの資源を地域外の人たちに広く知ってもらうため、朝市の充実とウェブでの PR を図ることが協議された。

② 朝市が果たす複合的な役割強化

太郎生朝市は、地域外からの集客・収益向上に寄与するのみならず、客が同地域に滞在し、魅力を体感してもらう窓口でもある。実際に、体験メニューの受付を行う場所であると同時に、準備や片付け後の打ち合わせ等を通じて、メンバー間の交流の場であるとの共通認識が醸成されつつある。

ハンズオン支援により朝市資材（ＰＲ資材、テント、陳列台・看板材）を提供することで、朝市のもつ複合的な機能を強化した。特に、テントに統一したロゴマークを印刷したことで、メンバーの一体感を高める契機となった。

メンバーのそば道場で意見交換会

朝市への誘客看板

国道沿いで月１回開催される朝市

太郎生道里夢ロゴマーク

これからの取りくみ予定

太郎生道里夢が発足した当初は、県内外からの視察団体が訪れるほどの注目度があったが、体験メニューのマンネリ化、会員の高齢化、資金不足により、組織としての活動が停滞気味となった。そこで、会員数、組織体制の増強を図るため、昨年度に会員を新規募集したところ、若い世代が加入し、新たなアイデアと行動力が付加された。それが形となったのが、太郎生朝市である。

こうした背景を踏まえ、名張市内の朝市・産直イベントとの間で相互に出張販売する等、連携・交流することで、誘客と品揃えの充実を図る。また、すでに取りくんできた「太郎生楽らく村街道」と称するまち歩きや宿泊施設とのさらなるタイアップ企画、本地域に生息する希少生物に着目した環境保全イベントの開催を検討する。こうした都市住民との集客交流を足掛かりとして、長期滞在者や移住者を呼び込むことを意識している。

実際、太郎生には Ｉ ターン・移住者も多く、新たな活動を始めやすい雰囲気があるため、独自の商品づくり・ビジネスを興す若い方が増えつつある。太郎生道里夢が新旧さまざまな住民に対して、楽しみながら交流を深めて、その楽しさを内外に伝え広める活動の場を提供することで、地域おこしを展開していく。

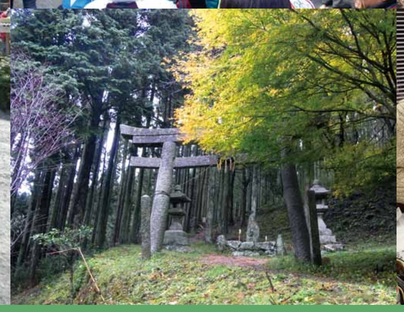
宇気郷住民協議会（松阪市）

宇気郷地区は、柚原町・後山町・飯福田町・与原町の 4 町からなり、松阪駅から車で約 30 分行った山里に位置する。標高 350 から 400m で、林業が盛んであった昭和 40 年代には人口は約 1000 人いたが、現在は 109 世帯、212 人が暮らす。高齢化率は 70%を超え、一人暮らし世帯が 45%余りに達する。小学校は昭和 62 年に全て廃校になった。

典型的な過疎・高齢化地域であるが、「うきさとむら」や「みんなの店」、あるいは「堀坂山の家」をはじめ、まちづくりが活発に展開されてきた蓄積がある。素朴な田舎らしい風景や温かな人に魅せられ、宇気郷を支えるファンがいる。映画「きいろいゾウ」のロケ地にもなった。

農業は、米（自家用）、椎茸、鶏、茶（無農薬）に各種野菜（自家用）などが生産されている。「うきさとむら」の名物鶏の焼肉は、長島温泉の三井アウトレットでも販売され、収益の一部が住民協議会に還元されている。「うきさとむら」では、毎月第 3 日曜日に朝市が開催され、与原では農業を通じた交流活動が実施されている。

2012 年 6 月、宇気郷住民協議会が設立され、地域活性化委員会が設けられた。



スタートアップ取りくみ

「こころの深呼吸　宇気郷散策マップ」を手作りで完成させ、住民協議会の土台を築いた。

① 課題の設定、イメージの共有、体制固め

会合を重ね、大切にしてきた地域の足元を見つめ、未来につなげ発信していこうと、地域のマップを手づくりで作成することにした。マップづくりのノウハウをもつ安宮勝之さんを専門家に迎え、どんなマップをどう作っていくのか、イメージの共有を図った。絵本作家を目指す森谷篤子さんの協力も得られることになった。

② まち歩き

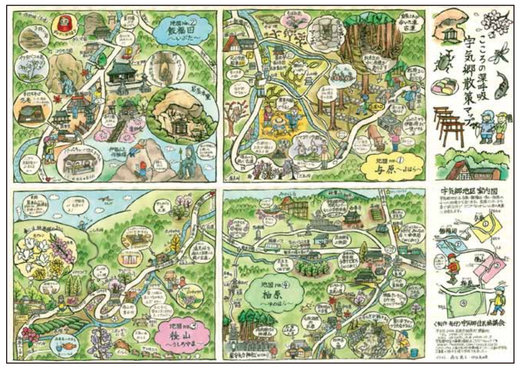
地域の見せたいもの、あるものを4町ごとに出し合い、それを基に地元の方がガイドになり、住民参加で、三重大生を案内するまち歩きを実施した。大学に持ち帰り、表面は森谷さん、裏面は学生が中心になり、相互検討を踏まえてマップの案を作り上げた。

③ マップ案の検討、完成、活用方法

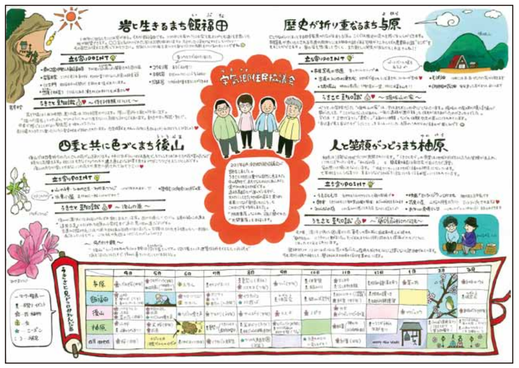
大学側がマップの第一次案を提示し、住民らと相互討論し、追加取材を行った。住民の思いをより受け止め、第二次案でほぼ合意に達した。同時に、マップをどのように活用していくのか議論を重ねた。

宇気郷地区の方々とともにまちを散策し、マップに掲載する地域資源探し

住民協議会の方々とともにマップ原稿の検討会を実施



「こころの深呼吸　宇気郷散策マップ」（表面）



「こころの深呼吸　宇気郷散策マップ」（裏面）

三重大学学生も参加して作成された。イラスト：森谷篤子、中谷真由美（学生スタッフ）

これからの取りくみ予定

① 方向性

マップ作成を通じて、4 町が足並みを揃え、役員だけでなく広く住民の参加が得られ、三重大生らとのつながりを深めることができた。それらを財産に、「限界集落」ならぬ、元気で開かれた「元開集落」を目指し、地域内外の交流を積み重ね、宇気郷を支える担い手をつくり育てていく。

② 地域内交流の促進、地域の魅力を育む

マップは宇気郷の住民や出身者が地域と結びつき、交流を深める土台である。「〇〇は行ったことがない」、「知らなかった」という声が、住民の間からも聞かれた。マップを持って歩き、四季折々の魅力を相互に発見し、地域の良さをより実感していく。またマップは、全世帯にも複数部配布する。宇気郷から出ていった人や、休みに帰ってくる孫や子どもらと、地域をつなぐ道具としても活用する。またマップに載せた魅力を次の世代に確実につなぎ、さらなる魅力をつくっていく取りくみを進める。

③ 若い宇気郷ファンの獲得

マップ作成を通じて結びついた三重大生らと、まち歩きツアーや農業体験などを実施し、交流を重ね、若い世代の宇気郷ファンを獲得していく。休耕田に植えられているソバの活用、無農薬のお茶の活用、古民家再生・農家民泊づくり、あるいは祭りやイベントなどを、宇気郷ファンの協力も得ながら進めていく。

農事組合法人 丹生営農組合
（多気町）

丹生地区がある多気町勢和地域は 7 割が山林、3 割が平地という自然豊かな中山間地で、櫛田川の水を引き入れた立梅用水が勢和地区中部の灌漑をしている。主な農産物は米、お茶、椎茸である。旧勢和村管内では地域内経済循環の仕組みがあり、地域通貨が発行され、交流施設「ふれあいの館」や農家レストラン「まめや」、JA 支所で使用できる。

丹生地区は丹生大師の門前町、宿場町として栄え、和歌山別街道道筋の中でも屈指の賑わいを誇った地区で、現在でも切り妻屋根や格子戸のある軒高の揃った家並みが現存する美しい集落である。水稲・麦・大豆の 3 年 4 作のブロックローテーションが行われている。

丹生営農組合は組合員 171 名を擁し、20 名余りの基幹オペレーターで、小麦（27.5ha、2011 年）と大豆（25.5ha、2011 年）を栽培。大豆は JA を通じ、農家レストラン「まめや」に供給されている。その他、水稲作業を受託したり、野菜栽培も行っている。営農組合は 2011 年 11 月に法人化された。

スタートアップ取りくみ

営農組合が法人化され、組織体制が強化されたことを受け、新規作物を導入するとともに、6 次産業化に向けて踏み出す一歩を応援した。

① 農産物加工所に必要な物資の支援

旧駐在所を活用した農産物加工所の整備に際し、加工に必要な器材を揃える物的支援を行った。農産物加工場が整備されたことで、6 次産業化に向けた土台をつくることができた。佃煮の総菜業加工の許可を取り、現在 2 名の女性が働いている。

② 新規作物　生姜生産と加工

新規作物として金時生姜の栽培に二反取りくんだ。伊勢市の岩戸屋との間で 1500 キロの契約栽培を行い、生姜糖として販売された。契約量以上の収量があったことから、生姜を使った加工品づくりを進めた。試作を重ね、佃煮として販売していくことにした。「金時生姜の佃煮」は、ふれあいの館やベルファームで販売され、売れ行きが好調である。

③ 新規作物　もち米生産と加工

ヒヨクモチを栽培し、年末、のし餅づくりに取りくみ、組合員対象に販売し、完売した。自分たちが栽培したもち米で正月の餅をつくることができ、味も良く評判は上々であった。のし餅づくりは、餅つき祭りと銘打って、みんなで取りくみ、地域の交流を深める場になった。

以上の取りくみにより、オペレーターの仕事が増え、組合に活気が出てきた。

ヒヨクモチを栽培し、のし餅づくりに取りくんだ

新たに取りくんだ金時生姜の収穫風景

派出所を有効活用し整備された農産物加工場

金時生姜の佃煮。300 円で好評発売中

これからの取りくみ予定

① 生姜の安定生産と収益性の向上

金時生姜の佃煮は、大変好評であり、生産が追いついていない状況である。生産の安定に努めながら、面積を増やし、売れ行きを見ながら、加工の整備も視野に置いていく。また作業の省力化にも取りくみ、収益性を上げる。6 次産業化の一つのモデルをつくり、他の野菜生産、加工にも安定して取りくめる土台を築いていく。

② もち米栽培・のし餅づくり加工の促進

ヒヨクモチの栽培と加工に引き続き取りくむ。今年好評であった、年末の餅つきは一過性のものにせず、地域の交流の場として育て、根付かせていく。また、餅加工の許可を取り、組合員以外の販売を目指していく。

③ 地域で働ける場づくり

20 人余りのオペレーターを擁しているが、年間を通じた仕事はまだ確立されていない状況である。米･麦･大豆だけではなく、新たな野菜栽培や加工に取りくみ、地域で働ける場づくりを進めていく。

茶来まつさか株式会社（松阪市）

松阪市飯南町粥見地区は、松阪市中心から西へ約 20 km離れた山間地である。農地はわずか 6.6% であるが、年平均気温が 14.9℃と温暖であるため、茶生産が基幹産業となっている。茶の栽培の歴史は古く、約 820 年前に遡ると伝えられている。

地区の茶栽培面積は約 150ha で、主に深蒸し煎茶が、県内市場を通じて関東方面に多く出荷されている。会社経営体の 3 社が生茶葉の約半分の処理を担っている。

近年、茶価の低迷などにより生産意欲が低下し、廃業する農家が増加して茶園の荒廃が進行している。景観の悪化や鳥獣被害の増加、ひいては周辺の優良茶園への雑草侵入等の影響が懸念されている。

このような状況のなか、2007 年、個人経営を脱皮し、将来への道筋をつけるために「茶来まつさか（株）」が設立された。茶栽培・加工で茶園約 30ha 相当を担う。同社は、「農を通じて、地域社会から必要とされる組織を目指す」ことを経営理念に掲げる。茶来まつさかのお茶の名前には、三重県松阪市飯南町の方言が使用され、茶袋には、松阪の文化の象徴『松阪もめん』の柄が一部用いられている。地域の若年雇用にも熱心である。

スタートアップ取りくみ

① 課題の整理

従来お茶に興味を持たなかった消費者（特に若年層）に対して、新たなマーケティング手段を構築し、販売していくために、HP の見直しを行い、ネット販売の構築に取りくむことにした。

② ネット販売の構築に向けたワークショップの開催

（株）ディーン・グリーンの東城さんを紀北町から迎え、売れる HP づくりをどう進めるのかワークショップを開催した。HP 上で売るのはそう簡単ではないことが説明され、「ネットで売るとは、お店をもう一つもつ気持ちで」などの助言を受けた。そのうえで HP 改善に向けた諸課題を洗い出した。

③ 買い物機能を付加した HP のトップページ作成

具体的に HP 改良に向けた作業を、東城さんの協力を得て進めた。どんな HP にしたいのか要望を踏まえ、自社の特徴や強みなどを考察した。「ジャズが流れるお茶屋さん」をコンセプトに据え、お茶の緑を基調とした HP に改良することにした。またセキュリティー上の懸念などを解消し、他店の対応を踏まえたうえで、HP 上で直接買い物ができる機能を新たに付加した。

茶来まつさかの事務所入口

事務所兼ミニギャラリー

事務所に入ると、ジャズが流れている。お茶の直売も

ミニギャラリーはアート作品の発表の場として貸し出されている

完成した HP のトップページ

コンセプトは「ジャズが流れるお茶屋さん」

これからの取りくみ予定

① HP のリニューアル、ネットショップの稼働

新茶の季節を前に HP をリニューアルし、ネットショップを稼働させる。反応率を確かめながら改良し、Facebook などとも連動しながら、HP に呼び込む工夫を重ねる。HP はトップページだけでなく、他のページも順次作りこんでいく。動画を入れたり、作り手の顔を入れたりしていくことにも前向きに取りくむ。一連の作業は、引き続き、東城さんの協力を得ながら進める。

② HP イメージに連動した広報物の作成

HP で固めた、他にはないジャズの世界とお茶の世界を融合させたコンセプト「ジャズが流れるお茶屋さん」を、会社案内、しおり、ポスターなど、他の広報物にも使い、社のブランドとして定着を図る。

③ 地域に新たなファンを呼び込む

リニューアルした HP で、従来お茶に興味を持たなかった消費者（特に若年層）とつながりをもち、この地域に呼び込む企画を立てる。従来の茶工場の見学などとともに、茶畑でジャズコンサートなどアイデアは広がる。

道の駅奥伊勢おおだい（大台町）

道の駅奥伊勢おおだいを有する大台町は、三重県の中南西部に位置し、森林が町面積の 90%以上を占める。町を流れる宮川は、「清流日本一」に何度も選ばれている。

農業は県内有数の茶産地であり、松阪牛の産地で、豊かな山菜を活かした特産品開発にも取りくんでいる。一戸あたりの平均耕地面積は 0.41ha と経営規模は小さい。農業就労者の高齢化と後継者不足、さらに獣害により、耕作放棄地が増加している。

道の駅奥伊勢おおだいは、1999 年にオープンし、大台町、多気町、大紀町の農林水産物や加工品、土産物などを取り扱う。直売所・レストラン・屋台で、年商 3 億円、年間 30 万人を集める。

地域の資源を活かした特産品を売っていく場であるとともに、生産者と加工業者を結び、商品開発や未利用資源の利活用につなげるケースも生まれている。また、町の農業振興を担う一つの拠点としての役割が求められている。

スタートアップ取りくみ

① 消費者の安心・安全の思いに応える直売所へ

「農薬は希釈倍数・使用時期・使用回数を守り、使用記録を残そう！」と出荷農家の誰もが書きやすい、分かりやすい生産履歴書の形式を工夫して整えた。その上で、JA 多気郡の協力を得て、生産者に呼び掛けて、生産履歴の記帳に関する学習会を開催した。そうした取りくみを消費者にも PR するために、農産物に★マークを印字し、消費者に生産履歴を公開する仕組みをつくった。

② JA など関係機関との連携を深める

生産履歴の学習会を通じ、関係機関との連携が図られるようになり、特に JA との関係が密になった。毎月 1 回、生産者を対象に、野菜の栽培研修会が行われるようになった。

③ 地域連携の促進

地元高校の昴学園との協働で、道の駅を紹介するリーフレットを作成し、情報発信を行った。他にも地域連携に取りくみ、大台スイーツの販売コーナーを設けるようになった。

リーフレット作成に向けた地元高校生との打ち合わせ

完成したリーフレット

農産物に「★」印を印字し、消費者に
生産履歴を公開する仕組みづくりを進めた

出荷農家の誰もが書きやすい、
分かりやすい生産履歴書の形式を整備

これからの取りくみ予定

① 道の駅奥伊勢おおだいのキャッチフレーズ

道の駅奥伊勢おおだいは、単なる売り買いの場所ではない。お客様―出荷者（生産者）―地域―実需者を“笑顔”でつなぎ、交流や物流の拠点になっていくことを目指し、活動を促進する。

② 交流や物流の拠点へ

お客様と生産者、地域の交流を進める。生産者と加工業者をつなぎ、未利用資源の活用や特産品開発にチャレンジしていく。生産者のお客様目線の姿勢を育て、品揃えや品質、安心安全の取りくみを進める。コミュニティバスを活用し、物流の整備を進める。

③ 大台町の農業振興を実現していく拠点へ

大台町が農業振興で掲げる、「地域コミュニティの再構築」、「多様な担い手が元気に暮らす農業・農村」、「川下や消費者に支持され相互理解できる農業・農村」を実現していく拠点になっていく。

大台町苗木生産協議会（大台町）

大台町は三重県の中南勢地域の南西部に位置し、宮川の源流域から中流域に沿って、東西に細長く広がる山村である。総面積は 362.94㎢で、森林が 9 割以上を占める。

2008 年、宮川森林組合の有志 15 名が大台町苗木生産協議会を結成し、事務局は宮川森林組合に置いた。森に入り、地域に自生する樹木の種子の採取から始め、苗木をポットや苗畑で育成し、販売に取りくんでいる。高齢化が進むなか、新たな収入源を確保するとともに、多様な生態系を維持した森林の回復を目指す。

このような地域性苗木の取りくみは、地域内での「結い」活動で成り立っており、会員間の助け合いはもちろんのこと、遊休農地等を借りたり、育成管理の指導や手伝いを頼んだりしている。人口減と高齢化が進むなかで、地域の結びつきを保ち、強化していくことも、期待されている。

約 100 種類の広葉樹の地域性苗木が育成されており、2011 年の出荷本数は約 20,000 本、販売金額は約 1500 万円であった。

スタートアップ取りくみ

① 寄せ植え販売に向けた土台づくり

売れ残った苗の利用方法を検討し、寄せ植え販売に取りくむことになった。その土台づくりをスタートアップで行った。例えば、デザイン性の向上を目指して、紀北町で花屋を経営している野中ふみよさんを囲んだ学習会を開催し、母の日、クリスマス、バレンタインデーなどテーマをもって取りくむとよいなどの助言を受けた。また、地域の大杉谷自然学校の森正裕さんの協力を得て、地域性を出したのぼりや看板の広報資材を制作した。寄せ植えの鉢は、外注せず、自分たちで作る方法を確立した。

② 新たな販路開拓に向けて

先述の野中ふみよさんを囲んだ学習会の中で、地域性苗木は、生け花や花屋にとっても魅力的な商材になり得ることが分かった。春以降に現地見学会を実施したり、体験メニューを組み入れたり、地域の大杉谷自然学校や、奥伊勢おおだい道の駅、フォレストピアなどとも連携していくことを助言した。

③ 生産技術の向上を目指した講習会の実施

需要に応じた生産体制の確立と、苗木管理の技術向上を目指し、地域性苗木生産に先進的に取りくむ岡山の國忠征美氏を招へいし、研修会を実施した。現場も見てもらいながら、必要な樹種の確保に向けて、採種方法や挿し木による増殖法を学んだ。出荷までの苗を調整し、長持ちさせる技術指導も受けた。

野中氏を招へいした学習会の一コマ

地域性を活かして作成した宣伝資材

國忠氏を招へいし、現場で生産技術の指導を受ける

寄せ植え用の鉢づくり

これからの取りくみ予定

大台ヶ原の麓、清流宮川の水系に育った母樹から採取した苗木は、屋久島の大径スギのクローンほどではないにしても、ニーズがさらに高まる可能性をもつものである。

① 販売の強化

- 寄せ植えは、試験販売を継続し、試行錯誤し、本格販売に踏み出していく。販売にあたっては、宮川を活かした魅力的な名称を付けることが課題である。
- 地域の大杉谷自然学校や、奥伊勢おおだい道の駅、フォレストピアなどとも連携しながら、地域性苗木の販売や、地域性苗木を活かした体験メニューの導入を検討し、森を育てる地域全体の取りくみにしていく。
- 現場見学会を実施し、フラワーショップなどへも販路を広げていく。

② 生産の安定

- 需要に応じた樹種生産体制の確立に向け、引き続き技術の向上とともに、需要予測を精緻化する。
- 苗だけでなく、種を育てる課題に向けても取りくんでいく。
- 霜害を防ぐため、冬季の簡易ビニールハウスを導入する。

③ 組織強化

- ①･②の取りくみを確実に進めていくために、部会組織体制の強化と事務局体制の強化に努める。

金輪区（大紀町）

金輪は旧大宮町七保地区の一集落で、二つの字から成る。人口は 200 人、世帯数 83 戸で、平均年齢は 50.5 歳と高齢化が進む集落である。山林に囲まれた集落で藤川が流れる。

七保地区は七保牛の産地として有名で、金輪集落にも 2 戸の飼育農家がある。農家数は 40 戸を数えるが、水田面積は 24.4ha、一戸あたりの水田面積は 0.6ha であり、農業規模は極めて零細である。サル、シカ、イノシシによる獣害に悩まされているが、集落ぐるみでサルの追い払い活動や獣害柵設置など、対策に取りくみ始めている。

集落内の畑や耕作放棄水田を活用した、シニア世代の野菜作りが集落に根付いており、金輪区の櫃井原（ひついばら）の字には、耕作放棄地が見られないことは注目される。

2010 年 4 月から、地区で朝市が開催されるようになり、10 人余りの会員で運営されている。毎週木曜日に開催され、区全体で盛り上げようとしている。町からも注目され、2012 年 2 月、金輪橋が架け替えられたことを機に、朝市の場所はリニューアルされた。

地区内には農家民泊が 1 軒ある。また、区長を代表にした「WE LOVE 金輪地域づくり協議会」が運営され、里山登山マップの作成やチューリップ祭りなどが実施されている。

スタートアップ取りくみ

① 朝市がもつ魅力の発掘

金輪の朝市や畑に足を運び、関係者と懇談を重ねた。朝市は、地域内で買い物の場を自分たちで生み出し、協力して運営するいわば「みんなの店」である。買い物の場を超えた憩いの場、健康・福祉の場にもなっている。朝市の会員は、65 歳から始まる新たな人生、イキイキした農的な暮らしを体現している。朝市が地域内及び地域間のつながりを生み、深める一つの核になっている点も注目される。

② 朝市発の地域内・地域間循環の土台づくり

地域や町を盛り上げていくために、祭りなどで出張販売に取りくんだ。地域の農家民泊と連携し、本膳料理を再現し、地域の伝承文化を語る食事会も行った。金輪朝市のユニフォームを揃え、朝市のロゴを三重大学生の協力で作り、バッチを作成した。錦の魚が毎回朝市に届けられていることから、錦のぶり祭りに新しいユニフォームで参加し、山里の恵みを届けて、山と海との交流を図ることになった。

③ 野菜づくりの向上を目指して

町とも連携し、土づくりの研修会を開催したり、他の朝市や有機農家の現場視察などを進めた。土づくりができていれば病害虫は確実に減り、野菜はおいしくなることを学び、土づくりにこだわり、農薬に頼らない野菜づくりの機運が生まれている。

金輪朝市のユニフォームとロゴを制作
（ロゴデザイン：中谷真由美（学生スタッフ））

朝市には毎回、錦から新鮮な魚が届く

朝市関係者、本膳料理で金輪の伝承文化を語る

朝市関係者との座談会の一コマ

これからの取りくみ予定

①「みんなの店」の機能を維持し、育んでいくこと

金輪の朝市は、過疎高齢化が進むなかで、地域が他と協力しながら自立して生きていく一つの姿を見せている。今後、「みんなの店」の機能を持つ金輪朝市は、ますます必要とされるだろう。関係者の間で、金輪の朝市の魅力や果たしている役割を共有し、内外に発信していく。

② 農薬に頼らない野菜づくり

金輪の朝市の新たな魅力づくりとして、農薬に頼らない野菜づくりを進める。朝市全体で取りくむことで、一つひとつの産品だけでなく、金輪地域全体のアピールにもなり、金輪地域への新たな関心を呼び起こす可能性がある。また、農薬適正使用を積極的に進めることにもなる。

③ 世代を超えた交流

農家民泊を入口に、金輪で農業をやりたいと希望する地域外の青年が出てきている。また「むかしの暮らし博物館」づくりが、古民家を再生して進められ、農機具の動態展示も予定されている。また、今年実施した本膳料理を作り、食べて、伝承文化を語り合うことも再び計画されている。こうした機会に、世代を超えた交流を組み込み、金輪の地域を次世代につなげていく。

JA伊勢梅部会（南伊勢町）

志摩半島の南部に位置する南伊勢町の南勢地域（旧南勢町）は、温暖な気候に恵まれ、温州みかんとともに、梅の生産が行われている。梅は「五ヶ所小梅」と呼ばれ、200 年以上にわたり地域で守り育てられてきた。果実は肉厚で柔らかく、おいしい梅干になり、希少性があり、近年では「みえの伝統果実」や「バイオトレジャー」にも認定された。

生産量は年 25 トンであり、品質管理を徹底して市場出荷している。新しい取りくみとして、2011 年には十分熟すまで待ち収穫する「樹熟五ヶ所小梅」の商品づくりを開始し、モニター調査や試験販売を行ってきた。

「樹熟五ヶ所小梅」は傷みやすくて扱いにくいが、加工すれば最高の梅干ができる。消費者の反応も上々で、マーケットの 2 倍以上の単価で取り引きできていることから手応えを感じている。2013 年には「樹熟五ヶ所小梅」の本格販売に踏み切る予定である。「樹熟五ヶ所小梅」を起爆剤とし、収益性を上げ、生産者の意欲を引き出し、元気で魅力ある五ヶ所小梅の産地づくりを進めていく。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理と体制固め

「樹熟五ヶ所小梅」の本格販売に向け、高級感を持った包装・PR 資材のデザインづくりを行うことにした。樹熟だけでなく、五ヶ所小梅全体を見据えて、商品のコンセプトを固めて、包装・PR 資材づくりを行う手順を確認した。その一連の作業を、グラフィックデザイナーの倉田史佳さんの協力を得て、進めることにした。

② 五ヶ所小梅の商品コンセプト

園地の見学や生産者らとの対話を通じ、商品コンセプトを固めた。「皮が薄く、果肉が厚い、太陽が生んだ五ヶ所原産の小梅」をキャッチに、太陽が全面に降り注ぐ南向きの『五ヶ所湾』だからこそ生まれた小梅であること、この土地の梅農家が絶やさず守り育ててきた小梅であることを伝えていくことにした。

③ デザイン制作

②を基に、デザインを制作した。〇の上半分は、五ヶ所湾の特徴である海と太陽をイメージし、下半分は、小梅の割れ目を具象化した。〇全体で、小梅に見えるよう、一つのシンボルマークにまとめた。周囲をキャッチで丸く囲み、「伝統を守る」「継承する」というイメージを表現した。配色は高級感を出すよう黒字に金色とした。配色を変えれば「青梅」の展開もできるようにし、カラーバリエーションでシリーズ化も可能にした。

十分熟すまで待ち収穫する「樹熟五ヶ所小梅」

配色を変えれば「青梅」やシリーズ化にも対応できる

完成した「樹熟五ヶ所小梅」のパッケージ

これからの取りくみ予定

高級商材にふさわしい包装・PR 資材のデザインが完成し、現場に「樹熟五ヶ所小梅」で産地を盛り上げようという機運が高まっている。

① 市場動向に左右されず、一定の利益が担保される「樹熟五ヶ所小梅」は、「五ヶ所小梅」の可能性を強く示すものである。この事実を周知し、生産者の生産意欲を高め、産地全体の活性を高め、「儲かる農業」の実現に取りくむ。

②「樹熟五ヶ所小梅」は厳選した高品質を特徴としているため、その生産は限られた技能をもつ生産者しか対応できていない。それに対応した栽培技術のマニュアル化などの技術的な検討を中央農業改良普及センターと連携して行い、生産の強化を推し進める。

③ 生産量の増加に備えて、新たな販路の開発を行う。もっとも、全ての「五ヶ所小梅」が「樹熟五ヶ所小梅」となることは想定していないため、産地のブランド・ポートフォリオ戦略を検討していく。

鳥羽の朝市・直売所ネットワーク
（鳥羽市）

鳥羽市は、市全体が伊勢志摩国立公園に指定され、海岸部の大半がリアス式海岸で、平坦地が少ない地域である。総農家数は 570 戸、販売農家の経営耕地は 161ha。農産物の生産は、9 割近くが水稲で、その他が野菜類となっている。また、漁家数は 930 戸で、半農半漁の生産者の多いのが特徴である。

市内の朝市・直売所では、農産物だけでなく、新鮮な水産物を販売している店舗もあり、遠方から観光客も訪れるなど、地元産の生鮮品への需要は高いと考えられる。一方で、次のような課題も持っている。①既存の店舗では、需要に応えるだけの商品量が不足しており、特に端境期の品揃えが貧弱　②市民の認知度が低い　③地元産農産物の生産に関わる新たな担い手の確保　④市民の高齢化に伴う買い物弱者の発生。

このような各店舗共通の課題解決に向け、2012 年 12 月に「鳥羽の朝市・直売所ネットワーク」を立ち上げた。

スタートアップ取りくみ

① 各朝市・直売所の特徴把握とネットワークのコンセプト整理

既存の 5 つの朝市・直売所（3 集落）で代表者等に聞き取りを行い、その特徴を把握した。その上で、ネットワークとしては、各店舗が持つ共通の課題について、共に研修したり、知恵の交換をして、解決に向けて取りくみを進めるほか、一体感を持った PR や情報発信などにより、市民への認知度アップを図ることとなった。また、市内に小さな朝市・直売所を増やし、売る人と買う人が共に楽しみ、地域全体が活性化することも念頭に入れる。

②「鳥羽の朝市・直売所＆寄り道マップ」の作成

自分たちの集落の魅力を再発見するとともに、外へも発信して、集落に足を運んでもらうきっかけにしたいとのことから、集落に関わる情報や見所と、朝市・直売所情報を盛り込んだマップを作成することとした。集落情報は3集落ごとに座談会形式により収集していったが、このことが年配者から昔の暮らしや知恵を伺う機会となったことは有意義であった。

③ ロゴ＆のぼりの作成

今後の一体感を持った PR や情報発信に活かすため、三重大学学生スタッフの協力により「海と山、太陽の恵み」をイメージしたロゴを作成。ロゴを入れた各店舗ののぼりも仕上げた。

集落の座談会

のぼり

「鳥羽の朝市・直売所＆寄り道マップ」（表面）
裏面には、各朝市・直売所の紹介と、集落の祭事・散歩コースなど、見所情報を掲載

ロゴ
（デザイン：中谷真由美（学生スタッフ））

これからの取りくみ予定

①品揃え豊かな直売所づくり　②消費者への情報発信・PR　③仲間づくり　を 3 つの柱とし、取りくみを進めていく。具体的な取りくみは、以下のとおり。

① 品揃え豊かな直売所づくり

- 直売所の商品の相互乗り入れができる仕組みづくりの検討と試行。
- 栽培研修会等を開催し、メンバーの野菜の作型検討や加工品づくりの取りくみを促進する。

② 消費者への情報発信・PR

- スタートアップ事業で作成したグッズを活用した効果的な PR。
- ケーブルテレビ等の活用による情報発信。

③ 仲間づくり

- 野菜づくりの研修会により、野菜づくりに興味のある新規メンバーの参加を促す。
- 指導的・リーダー的な生産者の確保・育成のために、農業塾「なごみ」と連携して、その卒業生に働きかけを行う。
- 新規直売所の開設を考えている地域の支援。
- 他地域の朝市・青空市等地域内の野菜流通事例や多品目少量生産事例の視察研修を実施し、直売所間の交流を深める。

ふじ地区活性化協議会（大紀町）

藤集落は旧大宮町七保地区の山間部に位置し、宮川水系の上流域にあたる。集落の中央部に流れる藤川に沿って民家が集まり、戸数は 102 戸を数える。

農家戸数は 32 戸で、水田は 21ha あるが、畑はわずか 0.5ha である。かつては林業だけでなく、炭焼きや椎茸栽培、山菜の採取など、山作業が生活の一部に組み込まれ、集落内で生産される米、野菜などとともに、自立度の高い生活が営まれていた。

しかし、近年は都市型の生活スタイルが定着し、若者層や壮年層は他出するか、集落外の会社などに通勤する生活を送っている。山林の管理は放棄される傾向にあり、獣害が増え、洪水などの災害も懸念される。

他方、シニア世代の人たちは、山の管理方法、伝統的な稲作技術、用排水路の管理や水利用の方法、祭事に関わるルール、山や川での遊び方、むらの言い伝えなど、地域の自然とともに暮らしてきたことや、地域が変わってきた記憶が克明に保持されている。

そうしたなか、2012 年に、今ある暮らしを見つめ、これからの地域を考えていこうと、60 代・70 代が中心となり、20 名弱でふじ地区活性化協議会を立ち上げた。同協議会には、地元の区長や町会議員らも参加する。

スタートアップ取りくみ

① 見どころマップの作成

地域の住民自らが、地域の見どころポイントをお互いに出し合い、散策して確かめ、共有していく作業を行い、見どころマップを作っていった。古い写真や江戸時代の記録なども集まり、藤地区がもつ豊かな自然や文化を自分たち自身が実感した。「いいところに住んでいる」、「子には出て行けと言ったが……」などの声が聞かれた。

② 渋澤寿一さんの講演会・座談会を実施

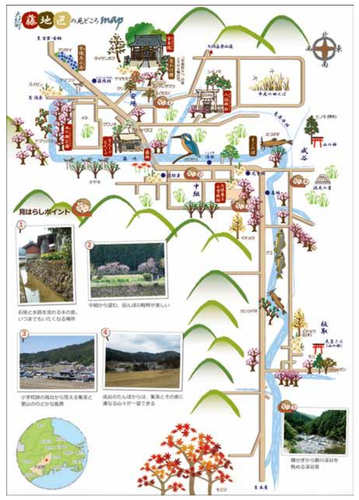
七保地区全体に呼び掛けて講演会を実施するとともに、渋澤さんとの座談会も実施した。地域が変わってきたことに気付き、かつては自然に寄り添い、煩わしさはあっても温かく、もっと共同し自立して地域をつくってきたことを思い起こすきっかけとなった。藤地区を山の奥地の条件不利地と捉えるのではなく、豊富な水と山に恵まれた豊かな地域だと自信が育まれてきている。

③ 大学生による聞き書きの実施

渋澤さんが進めている高校生の「聞き書き甲子園」を参考に、住民と三重大生が基本１対１で相互に向き合い、地域に暮らしてきた足跡をたどる聞き書きを実施した。聞き書きは 2 時間に及んだ。戻ってきた学生の顔は、生き生きとしていた。そして話し手となった住民の方も、「若い人とおしゃべりができて楽しかった」「ええ経験をさせてもらった」と、自然と笑顔がこぼれた。大学生との交流を通じて、地域を外に開いていく機運が生まれた。

見どころマップ作成に向けた散策中。
清水（しょうず）を見学

渋澤寿一さんの講演「聞き書きがひらく中山間地域の明日」
学生も参加し質問



「大紀町藤地区の見どころｍａｐ」（中面）

聞き書きを終えて、学生と地域の方とのふりかえりの座談会

これからの取りくみ予定

① 見どころマップを地域の共有財産へ

見どころマップを基に、看板を作成し、地域の拠点に設置する。四季折々の地域の魅力、地域の情報などが随時書き入れられるように工夫する。またマップは、各世帯に配布し、藤地区を出ていった人や、休みに帰ってくる孫や子どもと、地域をつなぐ道具としても活用する。

② 学生との交流を強みに地域活動の促進

聞き書きの中で生まれた一期一会の世代を超えた交流を大切に、聞き書き作品を完成させる。地元の方が見つけた見どころの発表と、学生による聞き書き作品の発表などを行う文化祭の開催を検討する。必要に応じて、聞き書きをより広範な住民を対象に実施する。

③ 地域内資源の継承活動

①②を通じて見いだしてきた、見どころや暮らしを農業にも引きつけて、次につないでいく方策を検討し、実施していく。過疎高齢化が進む集落で、若い世代との交流の輪が地域にいくつも生まれたことは、地域の強みである。学生とも交流を重ね、地域の中年、若年層とも対話を深めながら、これからの地域や農業を考えていく。

霧生こんにゃく生産組合（伊賀市）

霧生地域は伊賀市の最南端、伊賀市役所青山支所から約 10km南東に位置する。山林の中に集落が点在する地域で、海抜は約 450mあり、夏は涼しく、冬の寒さは厳しく、たびたび霧が発生する。人口は約 330 人、世帯数は約 130 戸あるが、高齢者が約 50%を占めるなど、過疎化、高齢化が進行している。

高齢化の進行等により、このままでは今後さらに農地の荒廃化が進むことが懸念され、農地の有効活用や多くの住民参加による活性化策の実践、獣害にも対応できる作目の導入推進等が課題となっている。さらなる過疎化、荒廃化を防ぐためにも、人と自然が共生できる霧生地域の特性を活かした土地利用を進めていく必要があった。

そうした状況下において、2009 年に地域活性化を協議するなかで、こんにゃく生産に取りくむ活動が提起され、地域住民の有志 30 名余の参画による「霧生こんにゃく生産組合」が発足している。こんにゃく生産を手段として、住民交流の場を提供することも本組合の主要な機能となっている。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

霧生地域では、在来のこんにゃく芋を栽培し、調理加工してこんにゃくを作る伝統があり、現在でもこんにゃく芋からこんにゃくを作る世帯が多くある。このように、今なお息づく農村の素朴な食文化や地域特性を活かすことで、多くの住民の参加を得て農地の有効活用に取りくむことができる。面談では、こんにゃくの栽培と加工販売等の定着を実践することで、地域住民の活力増進、霧生地域全体の活性化へと波及させることが、協議された。

② こんにゃく産地に向けた地域住民の主体的交流活動

すでに取りくみを開始しているこんにゃく生産について、栽培技術の向上や土壌改良、栽培品種の検討等、生産面の課題解決に向けて着手する。当面は、2013 年度には本格的生産を開始する。

上記目的を実現するため、組合員の出合い作業によって耕作放棄地を再整備し、新たな栽培圃場を確保するとともに、広島県における中山間地域でのこんにゃく栽培の実践例を視察した。

③ 優良種芋の導入による安定的な産地化

先進地と情報共有を図りつつ、栽培技術の改善と栽培品種の策定について検討し、優良種芋の導入を実施した。

小型重機も使っての耕作放棄地の再整備作業

組合員の出合いによる定植作業の様子

こんにゃく畑がある風景

定植前のこんにゃくの種芋

これからの取りくみ予定

新たに整備した栽培圃場の土壌改良を行うとともに、地域内に多く存在する同様の耕作放棄地の活用に向けた先行事例として、今後はそのノウハウを展開し、集落内のほかの圃場整備に活かしていく。栽培技術の向上に関しては、今春から実践的な活動へと移行する。視察先として選定した先進地との情報交換を継続しながら、2013 年度以降の安定生産につなげていく。

また、生産するこんにゃく芋については、地域内外への生芋販売のほか、地域の特産品としての加工品開発に着手し、少量ながらも安定的な生産体制を構築しつつ、商品試作を目指す。さらに、新たな販路開拓に関しては、2013 年度には販路策定のための基礎的なマーケティング等を検討している。

本組合の活動は、住民交流を通じた地域おこしという点が基盤である。近隣の集客施設との連携も含めて、こんにゃくの産地化へ向けた地域活動を幅広く情報発信して、周辺市町村に対して認知度の向上を図っていく。併せて、より多くの住民有志の参画を募り、地域全体の活性化へと発展させていく。

伊賀南部農業協同組合トマト部会
（名張市）

当部会は、県内唯一の夏秋トマト産地として高い評価を得ているが、「安全安心なトマト生産」との方針の下で、今後も産地としての競争力を向上させるため、GAP の実践を図っている。普及センターとともに研修会等を行い、その手法導入を検討してきたが、現状では、一部を大手ハンバーガーチェーンにも契約出荷する等、小規模産地だからこそ対応が可能な販路構築も志向している。栽培履歴情報については、生産者による記帳に加え、JA 職員が確認する等、複合的な確認体制により精度を高めている。

当地域は、消費地である大阪に比較的近いことから、古くから大阪市場向けの園芸品目が手がけられており、ハウストマト栽培は 1970 年代から開始された。産地の中心は、名張市美旗地区と名張市大屋戸地区で、1994 年にそれぞれの生産組合が合併している。現在の生産状況は、部会員数は 6 戸、作付面積は1ha ほどであるが、生産者の高齢化等により生産組合員、生産面積とも減少傾向にある。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

本部会の会合への出席を重ね、JA と普及センターからなる支援チームが地域課題を整理したうえで、GAP 手法の導入によって、栽培管理を主眼とした産地力のさらなる向上が可能であるとの方向性を示した。将来的に高まる小回りの利く市場ニーズに応えるべく、小規模産地ならではの具体的な実践方法について検討された。

当面は、農薬管理記帳等のシミュレーションを行うとともに、高い精度での栽培管理には不可欠である周辺整備として、農薬保管庫の共通仕様化を実施することが協議された。夏秋トマトの栽培期間中には、会員相互による現地確認を随時行い、同時に秀品率、収量の改善等に伴う収益性の向上に努める等、引き続き産地の維持と発展に取りくむことが確認された。

② 全戸共通仕様の農薬保管庫を設置

部会員６戸に共通仕様の農薬保管庫を導入し、農薬使用等の記帳を徹底するとともに、毎年の栽培内容を検証し、次作栽培へのフィードバックを行う等、GAP 手法の実践、定着への取りくみを始めた。また、農薬保管庫の導入後、その適正使用状況を確認するため、生産者との面談を行った。本部会としても、農薬の仕様・在庫状況を把握できるようになった。

現地訪問による実践状況確認（2012 年 9 月 25 日）

導入直後の農薬保管庫の様子

（適正使用の視点から運用面の徹底をしていく）

導入直後の農薬保管庫の様子

（栽培履歴情報は生産者により記帳し、JA 職員が確認する）

これからの取りくみ予定

本組合は、小規模産地という特徴を活かし、小回りの利く生産・出荷管理を行うことで、市場ニーズに応えた販路の構築を目指している。ハンズオン支援によって、少量ながらも安全安心かつ必要量のトマト生産・出荷を可能とする環境整備が進んだ。

今後も、農薬使用記録簿への記帳、農薬保管庫の適正使用、農薬適正使用チェックシートによる確認等を実施し、部会員が自らチェックすることを慣例化、定着するとともに、関係者、部会員相互による確認を繰り返し行う。本部会として農薬の仕様・在庫状況を把握できるようになったことで、将来的には一括購入や処理が可能となれば、コスト削減が可能である。

栽培に関しては、単収向上のための目標値を設定し、そのための有望穂木品種、台木品種の試験導入を行うことで、当地での作型等について適応性を検討する。GAP の方針に基づいた取りくみと相まって、安全安心なトマト生産を行うことで有利販売を維持し、収量増と収益向上の実現を目指す。

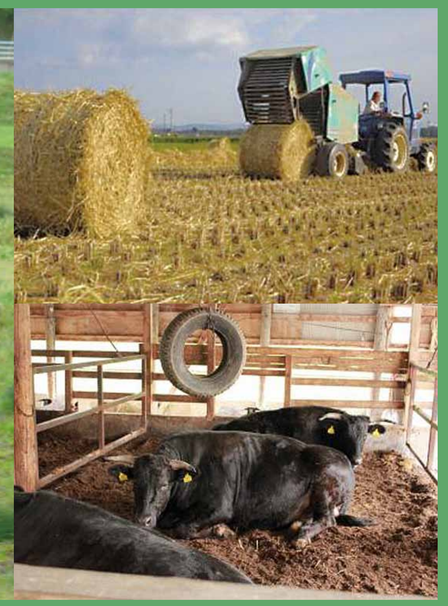
これらの取りくみにより、将来的にも、県内唯一の夏秋トマト産地として維持し、三重県産トマトの周年出荷のための重要産地としてのポジションを守り、産地の担い手確保につなげていく。

伊賀産肉牛生産振興協議会
（伊賀市・名張市）

2011 年度に三重ブランドに認定された伊賀牛は、「当協議会会員が飼育管理する黒毛和種の雌の未経産牛で、最終肥育地として伊賀管内（伊賀市・名張市）において、最長でなおかつ 12 カ月以上飼育した牛」と定義される。伊賀管内の地域特性は、肥沃な土壌に恵まれた盆地で昼夜の温度差が大きく、大阪湾へと流れる水系の上流部に位置する。

「伊賀牛」の歴史は古く、鎌倉時代末期から役牛として利用され、1310 年に記された『国牛十図』に大和牛（現：伊賀牛）として記載される。食肉のルーツをさかのぼれば、伊賀忍者がこの牛肉を乾燥させて、保存食として携帯したと伝えられる。

年間およそ 1,700 頭が個体識別番号を付されて肥育・流通されるが、その約 80% は、農家の庭先で生産者と販売事業者が JA・全農職員立ち会いのもと、価格決定する生体販売を行っている。こうした取引形態は全国でも珍しく、生産者と販売事業者が強い信頼関係を築いているといえる。



スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

2012 年度現在、伊賀産肉牛生産振興協議会は、伊賀牛青年部会を含む 33 農家が加入しており、飼養規模は約 3,000 頭に上る。生産者の意見集約は、JA 全農みえ畜産課（津市一身田）に置かれる事務局が担い、県、大学との三者協議を通じて支援内容を取りまとめた。「伊賀牛」の知名度向上とブランド力アップを目的とするパンフレットと DVD の記述内容及び用途などを検討した。

② PR 資材（パンフレットと DVD）の内容検討

地域内外での認知度向上をねらい、精肉店、飲食店、観光施設などと連携した、継続的な情報発信が必要である。また、パンフレットと DVD の配布・視聴対象について、前者は精肉店、飲食店など個人消費者に向けたもので、後者は販売先の事業者などに対するものと対象を絞り、記述内容を協議した。伊賀忍者の里という歴史背景や品質管理を徹底した生産プロセスのほかに、親しみやすい用語、視認効果を盛り込むなど、サポートを行った。

③ PR 資材（パンフレットと DVD）の作成

協議内容に基づいて、パンフレット及び DVD を作成した。7 月に開催された伊賀産肉牛生産振興協議会の 50 周年記念式典に際して、支援成果を公表した。

肉の横綱「伊賀牛」の生産特性に関する特筆事項は、トレーサビリティに注力した生産・流通体制である。素牛の生年月日、導入地域（納入元）、導入日（買取日）、肥育期間、屠殺日、屠殺場所などの基本情報はもとより、肥育場所、肥育者といった詳細情報を公開する生産地として、知名度とブランド力の向上が期待される。

全国でも珍しい生体販売の様子

伊賀牛 PR 用の DVD

伊賀産肉牛生産振興協議会のロゴマーク

伊賀牛 PR パンフレット

これからの取りくみ予定

各地域の生産者部会も含め、伊賀産肉牛生産振興協議会は、長い歴史的蓄積を基盤としながらも、生産と販売を維持していくための自助活動の段階に入っている。同時に、消費者に愛される牛肉生産に向け、さらなるニーズ研究と品質向上への取りくみを強化するとともに、伊賀牛青年部会を中心に試験･勉強会等を行うなど、将来にわたる人材育成も重要な課題となっている。

本事業により、消費者や取引先事業者に直接 PR するツールを確立し、それを活用する場の選択肢も広がった。ただし、地域内外での認知度をさらに向上していくためには、協議会として取りくむ効果的な方策の実践、さらには、精肉店、飲食店、観光団体等との連携による情報発信にも努めていくことが肝要であり、それらの取りくみを今後も継続していく。

また、生産者の高齢化への対処、産地維持に向けた後継者確保の必要性に迫られている現状を見据え、具体的方策の検討、実践を図っていく。

農事組合法人 白鳳梨生産組合
（伊賀市）

伊賀市羽根地区での経済的なナシ栽培は、1940 年代に水田転換という形態で始まった。白鳳梨生産組合は、1966 年に共同選果場が整備されたのを機に設立されている。

この地域の気候は、年平均気温 14.6℃、年間降水量 1,340mm（2001 ～ 2010 年の 10 年平均）で、寒暖差が大きく、降水量が少ない内陸盆地特有の気象条件であり、ナシの栽培に適している。

現在の組合員数は 16 名、栽培面積は約 10ha となっている。袋かけをしない無袋栽培で、糖度の高いナシ生産が行われており、「白鳳梨」ブランドとして、県内のほか、関西方面にも出荷されている。生産されたナシは、全て地区内の共同選果場で選果され、ＪＡを通じて市場に出荷されるほか、同組合の直売所等でも販売されている。多くの顧客がナシを求めて直売所や梨オーナー園を訪れる姿は、この地域の夏の風物詩となっている。2004 年からは、「人と自然にやさしいみえの安心食材表示制度」の認定を受け、環境にやさしい安全・安心な栽培にも積極的に取りくんでいる。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

組合役員が、JA いがほくぶ、中央農業改良普及センター、伊賀農林商工環境事務所と面談し、産地規模の維持と新たな担い手の確保につながる取りくみが重要との認識を共有した。そこで、収益力をアップする方策が検討され、当面の具体的方策として、収穫シーズン直前の折り込みチラシの改良と、長年改訂されていない PR ツールの制作を主眼に取りくむこととした。

② 生産地を映す PR ツールの改良、制作

消費者の目線から助言、提案を行う専門家を招へいし、日常の生産活動や栽培環境をはじめ、本組合が持つ価値を再確認し、それらを PR ツールとして反映させた。

毎年７月下旬に配布する折り込みチラシでは、若手生産者の顔写真を採用し、産地と品質が理解しやすく、簡便な注文票とすべく、消費者にとっての利便性を向上させる等、改良がなされた。

また、購買者や商品を手にした人への情報発信はもちろんのこと、直販部門の拡大に欠かせない委託販売の売場拡大に向けた営業活動にも活かすことができるツールとして、白鳳梨の特長や栽培環境の良さを伝える PR カタログを制作した。

新しく制作した PR カタログ（表面）

新しく制作した PR カタログ（中面）

白鳳梨生産組合　生産者全員集合！

これからの取りくみ予定

現在の出荷先は市場が中心であり、数量ベースでは約 70％を占める。今回のハンズオン支援では、市場出荷よりも収益性の高い直売所での直販や、近隣の量販店や個人商店等の店頭での委託販売の拡大を狙ううえで、効果的な手法を検討した。

その成果として、購買者が手に取り注文へ導く注文書の改善と、商品カタログの制作を行ったが、その過程で重視したのは、本組合の組合員、つまり生産者や産地の姿を可能な限りそのままに伝えることであった。本組合には比較的若い世代の生産者が多く、しかも非常に明るい雰囲気に包まれている。何より、無袋栽培や 50 年間にわたる有機堆肥の使用、ハチによる受粉等、極力自然な環境下での生産に努めてきた。こうした購買者には見えにくい手間ひまのかかる生産方式を維持するには、購買者の理解と応援を得るための情報発信が必要である。

栽培品種の主力は幸水、豊水であるが、直売用に露地栽培で幸水より熟期の早い品種や、９月の彼岸の頃の需要を見越して晩生品種の導入も検討していく。また、産地維持のため、新たな担い手の受け入れを進めるとともに、栽培技術面の研鑽と併行して園地のデータ整理を行い、老木の改植や新品種導入等を進め、園地面積の維持、増加を図っていく。

青蓮寺湖ぶどう組合（名張市）

青蓮寺湖ぶどう組合が位置する青蓮寺ダム周辺は、春の桜や秋の紅葉など、四季折々に美しい姿を湖面に映す自然豊かな地域である。同組合は、昭和 40 年代からぶどう狩りを基幹事業として観光農園を経営してきた。その後、大阪圏のベッドタウンとして住宅団地の開発が始まり、百合が丘住宅地がすぐ近くにまで迫り、周辺環境は大きく変貌している。

盆地特有の気候と良質な土壌にも恵まれ、同組合のぶどう狩りは地元から県内外まで広く親しまれてきたが、かつては 40 戸ほどいた観光ぶどう狩り農家も現在では 20 戸へと減少し、また農家の高齢化に伴い、ぶどう園の経営規模も約 12ha（うち、ぶどう狩り約 10ha）へと縮小しつつある。近年では会員の 3 戸が、ぶどう狩りに加えていちごの栽培と観光農園を始めるなど、年間を通した集客に努めてきたが、ピーク時には 10 万人規模であった来客数は減少傾向にあり、近年は 4 万人を下回る状況にある。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

昨年度より、平田貴之氏（株式会社アド近鉄）や田中三文氏（三菱UFJリサーチ & コンサルティング株式会社）に依頼し、組合員に対して営業面における主体性の醸成が図られた。第一に、ニーズの聞き取りとハンズオン支援の策定のため、組合長及び役員との会合を重ねた。集客数・収益性の 10%増と運営体制の強化を目指し、一過性でなく継続的な集客イベントの開催を検討。ぶどう狩りシーズンの終盤に「いも掘り農園」を営業することが決まった。

②「いも掘り農園」の開業に向けた取りくみ

ぶどう狩りのピークを過ぎた 9 月下旬以降の来客数の落ち込みの改善と、体力面を含めた人的コストの分散に着目し、シーズン後半に「いも掘り農園」の営業を企画。準備のため、サツマイモの苗 800 株のほか、面積 3a の圃場整備と定植作業に必要な資材（マルチ、肥料、殺菌剤など）をハンズオン支援として提供した。合わせて、収量を確保するうえで不可欠なのが、シカなどの食害対策である。そのため、獣害対策用の金網とネットの敷設とともに、各組合員の出合い作業により開業準備を行った。

③「いも掘り農園」の開業と関連イベントの開催

本事業を担当する組合員同士が協力し、また栽培管理面など普及センターのサポートも受け、圃場作りから栽培までを行った。気候に恵まれ、サツマイモの生育はとても順調であった。9 月 22 日から 10 月末頃まで、2 株 500 円にて「いも掘り農園」を開業。当初の想定どおり、いも掘りを体験した計 230 名の大半はぶどう狩りに訪れた家族連れであったが、子ども以上に親世代が楽しむ姿が見られた。また、10月8日にはぶどう狩り案内所「やまゆり」にて、蒸かしいも・猪鍋をふるまうイベントを行い、幅広い年齢層のグループ客に対する PR の場となった。

ニーズ策定にむけた平田氏によるヒアリング

獣害対策を施したサツマイモ畑

いも・猪鍋に舌鼓を打つ来客

ぶどう狩り案内所「やまゆり」にもサツマイモが並ぶ

これからの取りくみ予定

組合員の高齢化と後継者不足は、運営体制をめぐる根本的課題であるが、それを緩和するうえで不可欠なのが、持続的な収益向上である。RASC は、県との連携により、この点を見据えた同組合による自律的な取りくみを支援する姿勢を重視した。昨年度から面談を続け、同組合内での議論を促した結果、本年度の取りくみ内容が提示された。これを受けて支援内容を協議し実践したことで、次年度以降に引き続き実践する体験メニューや集客イベントを企画・運営できるだけの財源がもたらされた。なお、今シーズンの集客実績は 37,800 名で、昨年比８%の増となった。

同組合では、新植園の空きスペースを活用して 25 年前に 1 シーズン限りでいも掘り園を設置した経緯があるが、その再開を期待する声が時折聞かれていた。観光農園の経営に重要なリピーターの確保と、顧客満足度を高めようという組合員の主体的行動により、上述の成果に至った。同組合としても、来年度も「いも掘り農園」を継続する意向をすでに固めており、同時に独自性を発揮し集客力を高める取りくみを検討するとともに、名張市下の観光団体等との連携を模索することで、大きな相乗効果が期待される。

とれたて名張交流館運営協議会
（名張市）

2012 年 8 月に市内初の本格的な常設の直売所「とれたて名張交流館」が開業した。名張市中心部で、なおかつ温浴施設に併設するという特色を活かした効率的な集客、運営を図るため、本協議会は開業と同時に発足した。また同年 10 月には、「まちの駅」に認定され、さらに広く来場者に開かれた。

名張市では、古くから大阪市場向けの園芸品目が作付され、現在では、トマト、メロン、葉物野菜などが多く生産されている。また、盆地特有の気候条件を活かしたブドウ栽培も盛んであり、これら農園は、地域の観光資源として親しまれてきた。近年では、団地造成後に定住した方々からの市民ニーズに応じて、市民農園が整備されるとともに、地産地消による少量多品目生産を志向する兼業農家の育成等、同市としても地域のニーズに即した農業施策を展開している。

本直売所の開業に向けた準備段階では、名張市役所を中心に体制構築が進められ、すでに直売に取りくんでいた農家等に呼びかけるのと併行して、中央農業改良普及センター等の協力もあり、旬の野菜等を少量多品目生産する農業者の育成が進められてきた。

スタートアップ取りくみ

① 課題整理とニーズ策定のためのミーティング

開業から半年程度が経過し、一定の販売実績を得つつあるが、売上高は目標値を若干下回る状況にある。ニーズの聞き取りと活性化プランの策定のため、店長との面談を重ね、集客力や売上額をさらに伸ばすため、出荷会員と一体的な直売所の強みを引き出す手法について、専門家による研修を行うことが協議された。

② とれたて名張交流館を支える出荷者のための研修

中央農業改良普及センターや支援機関と連携して、生産技術の向上、四季を通した安定出荷、商品アイテムの充実、商品力アップ、加工品開発、売り場での効果的な販売方策等の実践に向けた研修機会を設けることとした。講師は、全国で直売所の運営について助言・指導される勝本吉伸氏（株式会社シンセニアン代表取締役）を招へいした。

③ 消費者と生産者をつなぐ方策

消費者と生産者の交流を促進する方策として、双方向の情報交換を可能とする販売環境づくりに取りくんだ。具体的には、個々の農業者等が積極的に消費者ニーズに応え、商品やその利用方法を自主的に紹介し、他商品との差別化や PR ポイントを消費者により伝えやすくするため、売り場内の販売台を改良するとともに、情報交換のための掲示スペースを新設した。

「直売所における出荷者の役割」について講演する勝本氏

農産物情報を掲示する木枠の設置

立体的な出荷・陳列を可能とした棚。
出荷者が作成した POP が並ぶ

出荷者の声を届ける交流看板

これからの取りくみ予定

農産物直売所を活気あるものとするためには、出荷会員の拡大に向けた栽培計画の確立と、出荷会員・農業者のスキルアップに伴う商品構成の充実、そして消費者と生産者の交流を促進するための運営改善等を進める必要がある。ハンズオン支援を経た後も、引き続き農産物や加工品を出荷する農業者等の増加を目指すとともに、基礎的な研修の場を設けることにより、定年帰農者や団地住民といった幅広い層を対象に出荷会員への参画を誘導していく。

また、農産物等を供給する生産者の栽培技術、安定出荷や販売促進に向けたスキル向上のための研修を継続していくことで、商品品質の底上げや年間を通した安定出荷、さらには生産者の思いが伝わりやすい売場環境の整備を進める。こうした取りくみが複合的に実践されることで、直売所の魅力が高まると期待される。

農産物を中心とする直売所の運営改善を継続していくためには、年間を通した検証作業も肝要である。関係機関の連携により農業者等に向けた研修機会を随時設けるとともに、農業者等が直接消費者ニーズに触れ、さらなる前向きな実践活動を展開していけるよう、今春には対面販売の場を企画する。なお、将来的には目標実現のため、より出荷者が主体的に取りくんでいけるよう、組織化を検討していく。

株式会社やきやまふぁーむ（尾鷲市）

（株）やきやまふぁーむは尾鷲市南部の三木里地区にあり、温暖多雨な気候に恵まれた地域である。周囲は森林に囲まれ、地下水が豊富にあり、遠浅の白砂が広がる海水浴場「三木里ビーチ」もある。

三木里は半農半漁の生活が営まれてきた地域であり、農業は自家消費を主とした水稲や露地野菜の小規模な作付けが中心である。廃校となった中学校を拠点に「三木里地区グリーンツーリズム協議会」が活動している。

田畑の面積は約 12ha と近隣の集落に比べると多い。しかし、過疎高齢化が進み、獣害に悩まされ、地区の農業がこの先どうなっていくのか危惧する声が聞かれる。

そうしたなか、2009 年に地元の建設会社が経営母体となり、株式会社やきやまふぁーむが立ち上がり、農業に新規参入した。30 名の障がい者と 7 名の職員が働く、障害者就労継続支援事業 A 型事務所である。地域の新たな農業の担い手と期待され、2011 年 7 月、認定農業者の資格を得た。

農地は 7,683 ㎡で、菌床椎茸の栽培が主軸であり、875 ㎡の椎茸ハウスをもつ。近年、トマト栽培も始め、三木里ビーチの前に直売所も構えた。干し椎茸や椎茸の佃煮、トマトケチャップなどの加工にも取りくみ、直売のほかに、近隣の道の駅、地元スーパー、尾鷲市の観光施設などに販路をもつ。また休耕田を利用し、とうがらしの栽培や露地野菜づくりも行っており、地元のお弁当屋で多く利用されている。

スタートアップ取りくみ

① 課題の整理

会合を重ね、スタートアップでは、加工の商品開発の支援に入るのではなく、これから販売していく土台を固めることに主眼を置き、取りくむことにした。安定供給ができるように栽培支援を続けつつ、商品カタログを作成し、地域の農業者との話し合いの機会をつくった。商品カタログの作成と地域の農業者との話し合いについて、以下に詳しく報告する。

② 商品紹介カタログの作成

やきやまふぁーむでは、一定の商品が揃い始め、これからも商品数が増えていくことが予想されるなか、手つかずであった商品紹介カタログの作成に取りくんだ。絵に長けた障がい者スタッフが描いたイラストを取り入れて完成させた。直売所もでき、出張販売の依頼もあるなかで、商品を紹介し固定客の確保に向けた、一つの土台ができた。

③ 地元の農業者や地域住民との懇談

三木里地区農業者座談会を開催した。農業をテーマに地区で話し合いをもつこと自体、長くやられてこなかった。獣害対策を求める声が多々上がり、後に市で対応が取られることとなった。地区全体でこの先、農業をどうしていくのか、考えていくきっかけとなった。やきやまふぁーむに期待する声も上がった。懇談後、2012 年 11 月から始めた移動販売は貴重なものである。買い物難民対策としても、今後ますます地域に求められてこよう。

表紙

中面

カタログ「やきやまふぁーむからの贈り物」

加工商品、とまとけちゃっぷと一味唐辛子の POP

（イラスト：坂本純平（やきやまふぁーむ））

これからの取りくみ予定

① 栽培技術の向上

椎茸は 400 ～ 500kg/ ハウスの収量がとれるようになり、安定供給ができるようになった。味も形も評判である。しかし、トマトの栽培技術はまだ向上できる余地はある。露地野菜は、地域の農業者の知恵を借りながら、①土づくり、②化学肥料低減、③化学合成農薬低減を一体的に行う生産方式を導入する。

② 障がい者スタッフの特技を活かす

今回製作した商品カタログのように、障がい者スタッフの長所を発見し、仕事の現場に活かしていくことを意識的に進めていく。商品カタログに用いたイラストは、今後、やきやまふぁーむの広報宣伝物や、商品のパッケージに積極的に用いていくことで、統一感が生まれ、やきやまふぁーむのブランドにもつながっていく可能性がある。

③ 地域の住民、農業者との連携

地域の住民や農業者との懇談会を折にふれて開催し、地域のこれからを、またそのなかで農業をどうしていくのか意見交換する場を意識的につくる。その積み重ねのなかで、トマトの加工などを、地域の住民や農業者と連携・協働して推進していく道が開けるであろう。また、近隣の老人福祉施設でカフェテリアを開く話もより現実化したり、農地が借りやすくもなるだろう。地元や地域の農業を紹介する広報物を一緒に作成し、商品カタログなどに挟み込んで配布することも考えられる。

株式会社 金山パイロットファーム
（熊野市）

金山地区は、熊野市の西南端に位置し、御浜町に隣接している中山間地帯の集落である。人口は約550人、世帯数は200戸である。農家戸数は140戸で、耕作面積は水田20haに対し、柑橘が130haを占める。1960 年代、地区を挙げての協議で大柑橘経営が開始され、県営パイロット事業で開墾工事と植栽が実施された。1969 年、「金山柑橘経営管理センター」が誕生し、後に「金山パイロット」と改称され、法人合併を経て、2007 年、「株式会社金山パイロットファーム」となった。

同社は、開畑した園地で柑橘を主体に栽培し、JA 出荷と直売を行っている。温州萎縮病の蔓延に伴う廃園、寒波の被害を受けやすい低園地の廃園、従業員の高齢化などにより経営面積は減らし、現在、自社管理園地 37.59ha とリース農園 10ha である。早生温州みかんを主力に、極早生やハウス栽培に中晩柑を合わせて、現在 4 万 6 千本余りが植栽され、一つひとつの作業を丁寧に行う。

直売は順調な推移をたどり、消費者に喜ばれる安心安全で高品質なみかんを生産し、減農薬の取りくみを実施している。販売に向かない規格外品は、味の厳選を行ったうえで果実を委託搾汁し、無添加のみかん果汁 100%のストレートジュース販売を行っており、年間 18,000 本（1ℓ）を販売し好評を得ている。

スタートアップ取りくみ

① 総合化計画事業との連動

金山パイロットでは、年間作業の平準化及び経営の安定化を図るため、2012 年 2 月、六次産業化法に基づく総合化事業計画の認定を受け、柑橘に加えブルーベリー、イチゴを導入し、新たな加工品開発を進めるとともに、直売所を設置し、観光農園を進める計画が動き出した。そのことを踏まえて本事業を遂行した。

② みかん箱の一新

地元のデザイナー･高見守さんに協力･提案いただき、「熊野そだちのみかんを届ける」というコンセプトを打ち出し、みかん箱を一新した。配色は白地に橙色とし、従来にはない、他産地でも見られないみかん箱であり、目を引くと評判である。ビニールの小袋も連動させて変えた。これにより、金山パイロットのみかんを PR していく、一つの強みができた。

③ 学生の収穫体験の実施

従業員の高齢化が進み、また年中雇用できる体制になっていないことから、最盛期の収穫は追いつかない状況にある。また、収穫体験の導入を検討しており、将来的には、インターン制度をはじめ学生などの若い力を活かしていくことにも関心を持っている。そこで、三重大学の学生が 1 回目は 17 人、2 回目は 19 人集まり、それぞれ 1 泊 2 日で、みかん収穫体験を実施した。また G-net をはじめインターン制度の紹介も行った。

一際目立つみかん箱に一新

みかん栽培にかける思いを学生に語る大西会長

小袋のデザインをみかん箱と統一

三重大の学生による収穫体験

収穫体験メンバーで集合写真

これからの取りくみ予定

① 統一感をもったパッケージ・広報媒体の作成

直売所の新設に加え、新たな加工品の取りくみで、販売品目数が今後増加することが予想される。そこで、新規商品は、「熊野そだちのみかんを届ける」というコンセプトを出発点に、みかん箱との一体性をもたせたパッケージにしていく。既存商品も随時変えていく。またパッケージだけでなく、広報媒体なども統一感をもたせて、金山パイロットであると一目で分かるようにする。

② 観光農園の運営に向けた経験の蓄積、プログラム化

学生などによるみかん収穫体験の試行を適正規模で継続し、経験を積み重ね、プログラム化を図っていく。収穫だけでなく、みかん栽培にかける会長の思いを聞く場や、金山パイロットの従業員との交流会など、計画に工夫を加えると効果的である。また、熊野や東紀州の他の機関と連携して実施するのも一案である。収穫体験は何も学生に限定する必要はない。新しいファンの獲得を念頭に、さまざまな層に試していくことも考えられる。

③ 学生との交流の深化 ～体験から協働へ～

三重大学生とは、一過性の収穫体験にとどまらない、恒常的な関係性づくりを進める。収穫だけでなく、より包括的に柑橘栽培への理解を学生に積んでもらいながら、販売や商品づくりの面での学生らの協力も検討していく。将来的には、インターン生の受け入れも視野に置く。

特定非営利法人 有馬の村（熊野市）

熊野市有馬地区は、自然信仰の姿を今に残す花の窟（いわや）神社があり、日本書紀にも登場する。熊野三山信仰に先立つ古代からの聖地とも伝えられ、今も地域の方々が大切に守り、信仰を集める場になっている。

有馬地区の農業は、20a 未満の小区画水田が多く、農業者の高齢化率が高く、耕作放棄地の発生が見られる。花の窟神社では、毎年 2 月 2 日と 10 月 2 日に御綱掛け神事が行われるが、この神事は、神と結びつながるものであるとともに、五穀豊穣を祈願する場でもある。

2011 年、同地区で青年団活動を担ってきた人たちなどが中心になり、NPO 法人「有馬の村」が設立された。地域資源を活用した特産品づくりを進めながら、「花の窟」を中心とした来訪者へのもてなしを行い集客交流を促進させ、地域の生きがいを創出することで、地域住民の生活と心の豊かさを向上させることを目指す。

NPO 法人有馬の村は、2012 年 4 月に花の窟神社前に開店した「お綱茶屋」の指定管理を市から委託された。地域内で栽培した古代米（黒米）を原料にしたうどん、みたらし団子、餅の商品づくりに熱心に取りくむ。また、錦の御旗献上行列の復活事業など、文化行事にも積極的に取りくむ。

スタートアップ取りくみ

① 黒米栽培の安定化

現在、黒米「朝紫」を 20a 程度栽培しているが、古代米を混ぜてつくられるお綱茶屋だけの限定品である「みたらし団子」と「お綱もち」は人気が高く、黒米が底をつくことも懸念された。そうした状況のなかで、新たに紫黒米新品種「さよむらさき」の試験栽培に取りくむとともに、黒米栽培の安定化に努めた。その結果、「さよむらさき」で 398kg/10a、「朝紫」で 338kg/10a の収量を確保し、安定栽培に一定の見通しがついた。

② 黒米の商品づくりの安定化

玄米の選別（籾、割れ米等の除去）を手作業で行っているため、多大な労力が掛かることが課題となっていた。また、将来の生産量の増加を想定し、商品づくりが安定化するよう、今のうちに作業効率を高めておく必要があった。そうしたなかで、米選機を導入し、作業時間の短縮を図った。同時に精度も上げ、黒色が揃った見事な黒米が完成した。

③ 新商品づくりに向けて

黒米だけでなく、花の窟神社と結びつきが深い綱に注目した、新商品づくりの可能性を探った。体験メニューづくりの課題も言及された。また、花の窟から掛けられたお綱に吊るされた、縄で編んだ三本の幡（三流の幡）をモチーフにしたストラップも紹介し、作り方の講習会を開いた。

黒色が揃った見事な黒米

米選機を導入し作業効率が高まる

花の窟神社の三本の幡をモチーフにしたストラップ見本

体験メニューづくりに向けて、ストラップの作り方の紹介

これからの取りくみ予定

① 農業との連携

現在、「お綱茶屋」のおにぎりに使う米は熊野市内産のものを使用しているが、将来的には有馬地区の米でお綱茶屋を運営することを目指す。また、古代米の田植えや稲刈りの農業体験、御縄掛け神事に用いられる稲わらの生産、花の窟神社参拝客向けの切り花栽培などにも取りくむ。

② 新商品づくりの挑戦

黒米では、乾燥うどんと甘酒の新商品づくりを進め、販売を目指す。花の窟神社に奉納する稲わら作りなど地域資源を活用した新たな価値創出にも努め、綱に着目した新商品づくりを今年度の議論や提案も踏まえ進める。物を売るだけでなく、体験メニューづくりにも皆で楽しみながら取りくむ。新商品づくりは、生産の安定化とセットで進める。

③ 赤米の試験栽培

黒米だけでなく、赤米の試験栽培にも新たに取りくむ。ある一定の収量がとれたら、試験販売や新商品づくりを進める。

以上を通じて、「お綱茶屋」の賑わいが、有馬地区の農業者や住民、さらに地域全体に還元される仕組みづくりを進める。

飛鳥たかな生産組合（熊野市）

飛鳥町は熊野市北部の中山間部に位置し、旧飛鳥村を区域とする。水稲中心の兼業農家が主体であるが、冷涼な気候を活かして、熊野市特産の「めはりずし」の材料であるたかなが生産され、組合の加工所で加工・販売が行われている。

飛鳥たかな生産組合は、1999 年に発足し、同年、加工所を建設、稼働を始めた。翌年には、隣の五郷町の生産組織とともに「熊野たかな振興会」を結成した。熊野市の特産品にたかなを位置付け、普及を図り、飛鳥町及び熊野市の農業を支え、地域の活性化を図っていくことを目指す。

2010 年のたかなの栽培面積は 88.7ａ、たかな漬の販売額は約 1,300 万円である。生産者数は 15 名であるが、60 ～ 70 歳代と高齢化している。2004 年～ 2006 年には 15 ～ 18t あった生産量は、現在 11 ～ 14 ｔまで減少している。そうしたなか、将来にわたって「たかな漬」を守れる体制づくりが急がれている。

スタートアップ取りくみ

① 抗酸化力が非常に高い魅力を発見

健康効果やアンチエイジングで注目を集める抗酸化力の測定を飛鳥のたかな漬で実施した。その結果、野沢菜漬の 3.5 倍の抗酸化力をもち、抗酸化力が高いと言われる赤キャベツと比較しても、2.5 倍の抗酸化力をもつことが判明した。さらに精緻な調査を実施したところ、他のたかな漬と比べても、飛鳥たかな生産組合のたかな漬は、抗酸化力がいずれの要素でも群を抜いて高いことが判明した。

② 抗酸化力の高さを活かした販促

①の結果を踏まえ、デザイナーフーズ（株）の丹羽真清・代表取締役社長と面会し、同社が名古屋で開いた生命食セミナーで取り上げていただく機会を得た。中田組合長自ら､30 社ほどの食品関係者に｢めはりずし｣をふるまい、PR した。新たな販売先の確保に向けて一つの手がかりが得られた。

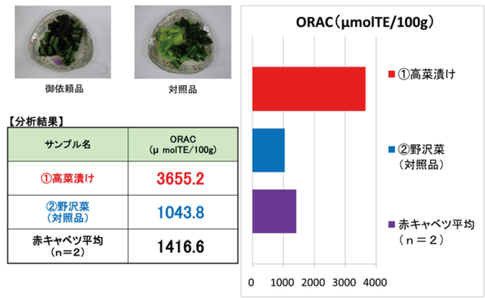
③「熊野」と「めはり」を PR したチラシと新パッケージの作成

地域外に販売していくために、めはりずしの形を意識した PR チラシを作製した。また「熊野」と「めはり」を前面に出して、パッケージを一新した。

「生命食セミナー」で組合長自ら
めはりずしをふるまい PR

「熊野」と「めはり」を大きく
打ち出した新パッケージ

めはりの形をしたチラシを制作



【分析結果】

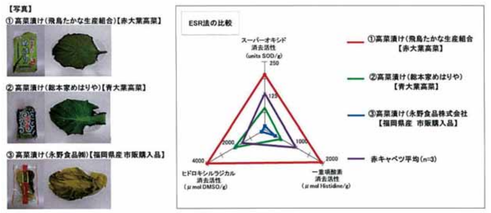
サンプル名	ORAC（μ molTE/100g）
①高菜漬け	3655.2
②野沢菜（対照品）	1043.8
赤キャベツ平均（n＝2）	1416.6

ORAC 法による抗酸化力の測定

【分析結果】

サンプル名	スーパーオキシド消去活性（units SOD/g）	ヒドロキシルラジカル消去活性（μ mol DMSO/g）	一重項酸素消去活性（μ mol Histidine/g）	食味コメント
①高菜漬け（飛鳥たかな生産組合）【赤大葉高菜】	203	3984	1926	素材そのもののピリッとした辛さが程良い。また食後で味が引き立っている。
②高菜漬け（紀本堂めはりや）【青大葉高菜】	79	2090	554	素材そのものの辛味は少なく、程よい塩味を感じる。繊維感がある。
③高菜漬け（永野食品株式会社）【福岡県産 市販購入品】	13	227	352	素材そのものの辛味は調味液の辛さにより、ほとんど感じない。甚も甲い。
赤キャベツ平均（n=3）	133	1572	1060	

【写真】



ESR 法による抗酸化力の測定

これからの取りくみ予定

① 抗酸化力の高さを活かした販売強化

抗酸化力への理解を進め、その高さをどうアピールしていくのか検討する。そのうえで、ポップやチラシなどの広報媒体を作成する。その際、健康や栄養に関する食品の表示法には留意する。併せて、値段設定を見直すとともに、売り方を検討する。直売所やこだわりの店、飲食店、地産地消の店などに商品を PR し、県中北勢地域の販売先を増やし、三重の郷土料理としての認知を高める。大都市や大手への販売は、生産量を見据えながら検討する。

② 儲かる商品づくり

加工品や他商品とのコラボなどにより、利益率の高い、儲かる商品づくりを推進する。三等葉の有効利用もそのなかで検討する。併せて、めはりの文化的、歴史的な側面も掘り起こし、観光や教育と連携し、体験の導入も検討する。

③ 生産量の確保に向けて

中古ハウスを利用した栽培に取りくむ。冬季でも収量が見込まれ、収量が上がり、作業環境の改善につながることが期待される。

JA三重南紀農林畜水産物直売部会
（熊野市）

JA 熊野市、JA 三重御浜、JA 紀宝町、JA 紀和町、JA 鵜殿村の五つの JA が合併し、1997 年 8 月、JA 三重南紀が誕生した。現在、組合員数は正組合員 4,888 名、準組合員 4,294 名の計 9,182 名で構成されている。

JA 三重南紀は、柑橘に力を入れてきたが、野菜栽培の支援は行き届いていない状況にある。柑橘以外に産地化された品目はなく、中山間地を中心に鳥獣被害が進行し、生産者の意欲の低下も招き、生産量は低下している。

三重南紀内では小規模ながらも温暖な気候を活かした野菜の栽培が盛んではあるが、青果物の地元産は約 3 億 4,000 万円と非常に少ない。その大半を地域外に依存し、10 億円規模以上の流出があると推計される。

こうした状況を変えて地域活性化を図ろうと、2011 年に 6 次産業化推進整備事業（地産地消タイプ）の事業選定を受け、A コープ熊野店を閉鎖し、農産物直売施設を新設することになった。JA 三重南紀では農産物直売生産者部会（会員数 544 名）を組織し、地域内で生産される新鮮な農産物をより多くの消費者に販売できる魅力的な売場づくりに取りくもうとしている。

スタートアップ取りくみ

① 農産物直売所の開店と運営に向けた課題整理

「どんな店にしていきたいのか」というそれぞれの思いを出し合い、共有化していく作業をまず行った。そのうえで、開店に向けた課題、開店後の課題を短期、長期それぞれ抽出していった。開店に向けて、名称、告知、オープニングイベントなどの課題が浮き彫りになり、意見交換を行った。同議論を踏まえ、名称は公募され、「ファーマーズマーケット ほほえみかん」に決定し、10 月 1 日開店した。

② 生産者部会役員と JA 関係者の会合の実施

開店して 1 カ月半が経過し、現状の共有化と、これからの店づくりに向けた会合をもった。直売所には、生産者部会の会員同士のふれあいの部屋が併設されており、そうした場を活用しながら、生産者同士で情報交換や連携を深めていくことが確認された。また、お店の前の駐車場を活用したイベントの開催など、生産者の顔が見える店づくりを進めていくことが確認された。

③ 竹ハウスの建設による過疎地の生産拠点づくり

出荷量を確保していくためには、高齢化、獣害、竹藪の管理不行き届きなどによる過疎地域の疲弊に向き合う必要がある。そこで未利用資源としての竹に着目し、過疎化が進む熊野市育成町に簡易な竹ハウスを 2 棟建設した。竹藪解消と獣害回避を進めるとともに、過疎地での生産拠点を確保していくねらいがある。設置した竹ハウスでは、早速、冬場にほうれん草を生産し、産直所に出荷することができ、一定の見通しがたった。

どのような産直所をつくっていくのか話し合い

課題の洗い出し

竹ハウスが 2 棟完成

竹ハウスでほうれん草を栽培

これからの取りくみ予定

① 竹ハウスを拠点にした出荷量の安定確保

竹ハウスを過疎地の野菜生産の拠点にし、周囲に野菜生産を促す存在に育てていく。ハウス内で様々な野菜を周年で栽培し、産直所に出荷していく。また、栽培技術を実証・展示することで、竹ハウスを地域内の情報交換の場、シルバー人材の生き甲斐創出の場とし、「農福連携」の発想で、地域の活力向上を図っていく。竹ハウスを拠点に、農産物の集荷便システムの確立にも努め、出荷しやすい環境整備を進める。

② スーパーにはない魅力づくり

直売施設が、生産者と消費者を「安心」で結ぶ『かけ橋』となるよう努める。生産者と消費者が直売所を介して直接ふれあえるよう、消費者に直接販売を行う機会を定期的に設けていく。また、生産者同士も、栽培技術の相談や情報交換など、互いに交流が深められる直売所にしていく。生産者のニーズに応じた学習会の開催にも積極的に取りくむ。

③ 地域循環による 6 次産業化の促進

手作りの米粉パン作りなどに新たに取りくみ、総菜加工コーナーの充実に努める。同コーナーで、販売期限切れが近づいた青果物を有効に販売できる仕組みもつくっていく。地域循環による 6 次産業化を進める拠点に産直所をしていく。

有限会社 御浜柑橘（御浜町）

御浜町は温暖な気候に恵まれ、柑橘が周年で供給できる「1年中みかんがとれる里」である。海岸部は、平均気温が高く、南東向きの土地が柑橘栽培に適しており、生産の中心になっている。一方、内陸部は、国営農地開発事業で造成された園地が中心であり、中晩柑が多く生産されている。

御浜柑橘は、1968 年、「御浜柑橘出荷協同組合」として創業し、1972 年、「有限会社御浜柑橘」に会社変更し、操業は 40 年を超える。2002 年、自社内にみかんジュース工場を設立し、2006 年、光センサー式選果機を導入した。除草剤使用を最小限にするなど、安心・安全の取りくみを進める。

出荷農家は 65 戸で、60 歳以上の従事者が大半を占め、平均年齢は 71 歳に達する。栽培面積は 46.2ha で、2010 年の生産量は 998t であった。2012 年「第 2 次果樹産地構造改革計画」を策定し、2016 年に向けて改革を進めている。

消費者から求められる産地を目指して、地域性を活かした「攻めの品種構成」を行う。温州みかんと甘夏が基幹とされ、今後も主力ではあり続けるが、過剰生産になっているのが現状である。そこで、温州は高品質品種へ転換を進めつつ縮小し、セミノール、カラなどの中晩柑に品種を転換していく。同時に、市木オレンジ、春光柑、三宝柑の伝統的品種を増やし、レモン、グレープフルーツ、ブラッドオレンジの国産化を促進する。出荷額は 3 億 2 千万円を目標に、直販を全体の 55%まで拡大していく。

スタートアップ取りくみ

① 課題の明確化

会合を重ね、スタートアップでは地域内外の二本立てで取りくみを進めることにした。地域内では、御浜の地元にゆかりがある伝統品種「春光柑・三宝柑・市木オレンジ」がもつ価値を見つめ直す。地域外に向かっては、インターネット通販の強化を図る。

② 地域にゆかりある伝統品種の普及

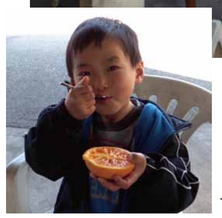
御浜柑橘は、消費者と直接対面して、反応を肌で感じながら販売する機会を増やす努力をしており、月 1 回「ふれあい市」を会社の前で開催している。3 月のふれあい市では、地元にゆかりがある伝統品種「春光柑・三宝柑・市木オレンジ」の試食会とアンケートを実施し、61 名の回答を得た。いずれの品種も食べたことがないとの回答が多数を占めたが、食べ方の提案も行い好評で、もう一度食べたいとの声が大半であった。伝統品種が受け入れられる土壌は十分あることが確認された。

③ インターネット通販の強化に向けて

直販を拡大し、新たな消費者層を獲得していくには、インターネットの活用は欠かせない。HP デザイン会社を経営している紀北町の東城さんの協力を得て、売れる HP づくりに向けた講習会を開いた。御浜柑橘がネットで今一番売りたい、みかんの酢の Web 広告を試行した。結果は厳しかったが、ネット販売の手順や方法を学び、商品理解を高め、実践し、課題が明瞭になった。ネット販売のみならず、物を売る思考が鍛えられ、刺激になった。

地元にゆかりがある品種を PR。ふれあい市にて

地元にゆかりある品種の試食アンケートを実施



市木オレンジは特に人気が高かった

インターネットで「みかん 酢」と検索すると、web 広告の先頭に

作成した Web 広告「みかんの酢　花粉編」

これからの取りくみ予定

① これからの方向性

「第２次果樹産地構造改革計画」に基づき、取りくみを進める。消費者・量販店との情報交換・交流を深めるとともに、出荷農家の減少と高齢化の問題に向き合い、後継者育成に努め、安定的な販売体制の確立を目指す。

② 地域にゆかりがある伝統品種の復興

これまでその価値が顧みられてこなかった地域にゆかりある伝統品種「春光柑・三宝柑・市木オレンジ」に光をあてる。2010 年 3t であった生産量を、2016 年に 30t まで拡大する目標を掲げる。「消費者に求められるオンリーワンの産地を目指す」うえで、伝統的品種は強みである。伝統的品種を組み込んで、地元の学校に「旬」の柑橘を提供したり、出前授業を行ったりして、地元の子どもに柑橘がもつ魅力を伝えていく。

③ インターネット通販の強化

今年学んだことを活かして、全体の構想を固めていく。そのうえで、HP の具体的な改善に取りくみ、ネット上でも「アイデアを活かしたチャレンジ販売」を実践していく。売れているサイトに学び、技量を身に付けつつ、商品の特徴を押さえ、魅力を引き出し、売る層とシーンを具体的に構想するなどの努力を惜しまず続けていく。

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24年度）