

官民一体で 本別「豆」ブランド化へ

十勝平野の北に位置する本別町は、肥沃な大地と一日の寒暖差が大きい大陸性気候に恵まれ、農業に最適な条件が揃った町です。「十勝ブランド」と賞される十勝平野一体の農産物の中でも、質、味共にとりわけ評価が高い本別町の豆。町はこの豆を活用した地域ブランド化戦略として、十勝本別「キレイマメ」シリーズを誕生させ、販売開始から半年足らずで、札幌の老舗百貨店に常設販売されるという快挙を成し遂げました。本別ブランド「キレイマメ」を立ち上げた企画振興課・川本課長にお話をうかがいました。



本別町役場 企画振興課(十勝本別「キレイマメの会」事務局) 課長 川本 秀二さん

北海道 本別町

住所:北海道中川郡本別町北2-4-1
人口:約8,900人
面積:391.99km²



(聞き手 電気のふるさと編集部 清水珠子)

○「豆の町」を前面に出したPRを始めたのはいつ頃ですか？

川本課長…本別の豆は品質がいいと評価いただいているんですが、十勝産としてひとくりにされることが多い。本別が生き残っていくためには、単に生産・卸しだけでなく、商品化して売ることが必要と考え、平成十三年度の開町百年をきっかけに「日本の豆の町」として、豆の加工販売事業に力を入れたのはこの頃です。

○新しいことを始める時にはいろいろと苦労があったと思いますが。

川本課長…まず、JA本別町の女性部に声をかけ、「豆ではりきる母さんの会」を立ち上げ、安全と安心を第一に豆腐や煮豆などの生産・

販売を始めました。しかし、商品を作ってお金をもらうというのは簡単なものではないんですよ。今では素晴らしい商品を作っているんだん販売していますが、当時は味にばらつきがあり、勉強会や議論をたくさんしましたね。

○農家の女性達の活動がベースとなり、「キレイマメ」誕生へ繋がっていきませんか？

川本課長…そのとおりです。催事に誘われれば、商品を持ってお母さんたちと一緒にどこでも出向きました。地道な活動を続けていくうちに、徐々に「豆の町・本別」としての知名度が上がっていききました。しかし、一方で「十勝」が壁となっていて立ちふさがり、十勝から脱却するには、独自ブランドが必要だと強く思うようになりました。そんな折、平成十八年に帯広開発建設部の「地域プロジェクト支援調査」事業に採択されたのです。武蔵野美術大学の教授と学生に本別町へ来ていただき、畑や加工工場、本別町の歴史などに触れていただいたうえで、新たな商品案、パッケージ案を提案いただくというもので

※1 国土交通省の事業実施機関として、十勝一帯の河川・道路・港湾・漁港・農業などの基盤整備を行っている。

振興センターがマーケティング事業の一環として行った百貨店との産品相談・商談会に参加されていますね。

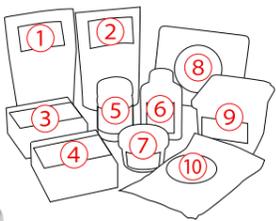
川本課長…「キレイマメ」に、参加している企業は良く知っているから、味は太鼓判押すよ。一度催事でやってみる?!とバイヤーは即OKと言った感じでした。催事での売り上げも上々で、常設販売もすぐにOKができました。

○産品相談・商談会に参加して、その場で百貨店への出品が決まるのは、本当にレアケースです。多くは味や市場性などにアドバイスをもらうといった感じですか？

川本課長…そうみたいです。百貨店に並ぶ基準を満たすことは難しいようですね。我々がうまくいったのは、「豆にとことんこだわった商品をまじめに作り続ける」地元企業の長年の努力があったからこそです。現在はトントン拍子で進んでいます。ブランドは定着するまで少なくとも十年はかかると思っています。黙ってればすぐ消えますよ。後世に残るようになっています。これからは勝負です。

○商談会に参加して学んだことや、実行に移したことはありますか？

川本課長…そうですね。本別産の豆を「十勝本別産」としてアピールし、本別産の豆全体の価格を底上げすること。今後は、黒シリーズ「キレイマメ」を筆頭に赤シリーズとして小豆を使った商品や、町にある菓子業者に働きかけて「キレイマメ」のスイーツや飲料の展開をやりたいと考えています。



①黒豆ワイン煮②黒豆煮③黒豆豆腐味噌漬(田楽味噌)④黒豆味噌漬カマンベール(田楽味噌)⑤なんばん味噌⑥素焼黒豆⑦黒豆納豆⑧黒豆とうふ⑨黒豆味噌⑩黒豆(生豆)現在は③の豆腐と④のカマンベールのなんばん味噌漬けタイプが加わり、全12商品

「十勝本別キレイマメ」の商品



す。そのアイデアの中に「キレイマメ」シリーズがあったのです。

○「キレイマメ」シリーズは黒豆に限定した商品ですね。

川本課長…「キレイマメ」に使っている大豆は本別町で採取された豆で、「中生光黒」という品種です。地域ブランドを作るなら、独自性があった方が分かりやすいですから。また、当時黒豆ブームで、高級で高品質

といったイメージが強い黒豆のイメージ性と、黒豆の健康機能を前面に押し出すことにしました。商品やパッケージに改良を重ねつつ、平成十九年八月には地元企業五社が加入し、役場を事務局として「キレイマメの会」を発足させ、本格的な営業販売を始めました。その頃にはシリーズも十種類になっていましたね。

○地元企業が五社参加されていますが、難しさはなかったですか？

川本課長…なかったですね。「キレイマメ」に参加してほしいと言ったときも企業は二つ返事で賛成してくれました。「豆の町」として活動し始めた時から、催事に出かける際には、誘ったり、企業が都合付かない時は「豆商品を売ってくるよ」と声をかけたりして。その頃からの付き合いですが、もしかして信頼関係に繋がっていたのかもかもしれません。私は必ず現場に出向きます。相手を知りたいと思ったら、畑や工場など現場に行つて直接話してみないとわからないことがたくさんあるんですよ。商品開発は企業や農家の助けがないとできないですね。

○平成十九年十一月には(財)電源地域

川本課長…バイヤーから地域ブランドの育て方を教えてもらいました。

どこでもある商品というより、売り場を特定して、極論はお客さんが本別に買いに来るぐらいになるようにと。ホントそうだなと納得しました。だから、量販店には卸さずに、今は札幌の百貨店「丸井今井」と地元の百貨店「藤丸」で販売し、商品が一人歩きしないように「キレイマメの会」を販売元としています。また、バイヤーからは地元へ愛される商品にしなさいと。町内の人に贈答等で購入され、町外へ送ってもらえれば、全国に応援団が増えていくことになりました。さっそく、夏に向けてギフトセットも作りました。

○「キレイマメの会」の今後の活動を教えてください。

川本課長…そもその狙いは、本別産の豆を「十勝本別産」としてアピールし、本別産の豆全体の価格を底上げすること。今後は、黒シリーズ「キレイマメ」を筆頭に赤シリーズとして小豆を使った商品や、町にある菓子業者に働きかけて「キレイマメ」のスイーツや飲料の展開をやりたいと考えています。