

電気のふるさと応援マガジン

地域の ひろば

No.186

特集 電源地域のサクセスストーリー
愛知県 渥美町
 大都市圏の食糧基地
 JA愛知みなみ

FOCUS 政策・制度
長野県 小川村
コミュニティビジネス
 六十歳入社・定年なし
 郷土食「おやき」が村を元気にする



発電所のある風景「渥美火力発電所」
(愛知県 渥美町)

電気のふるさと応援マガジン 地域のひろば 通巻百八十六号 平成十六年三月十五日発行 発行・財団法人 電源地域振興センター



本誌の取材にご協力いただき、ありがとうございました

この冊子は、経済産業省資源エネルギー庁の委託を受けて作成したものです

財団法人 電源地域振興センター

〒107-6011 東京都港区赤坂一丁目12番32号 アーク森ビル11階
 電話 03-5562-9711(代表) URL <http://www.dengen.or.jp>
 (本冊子は再生紙を使用しています)

読者の皆さまからのご意見・ご感想を反映したいと思います
 折り込みのはがきアンケートにご協力をお願いします

大都市圏の食糧基地 JA愛知みなみ 愛知県 渥美町



農業出荷額 全国第三位の町

渥美町は、愛知県の最南端、渥美半島の先端に位置する、人口約二万三千人、第一次産業就業率が五〇%を超える農業の町です。年平均気温は一五・七度、降雪日数も極めて少なく、

しかし、なんといってもこの地域は、大消費地名古屋への農産物の一大供給地域として有名です。

平成十三年には、渥美町と隣接する田原町（農業出荷額県下三位）・赤羽根町（同県下四位）の三つのJAが合併し、渥美郡を区域とする、JA愛知みなみが誕生しました。

はキャベツ・露地メロンなど野菜中心に変わり、農業出荷額も七十億円に伸びました。

施設園芸が盛んなこともこの地域の特徴です。全農家二千二百戸のうち約千六百戸が施設園芸に従事し、そのうち約千五百戸がビニールハウスを、約八百戸がガラス温室を持つています。機械化の導入にも積極的で、トラクターや耕運機の台数は農家数を上回っています。

ごく近い将来、日本の技術指導による国外生産品を含めて、減農薬など安心・安全を満たす野菜が国内市場の必要最低条件になると予想されます。

また、大産地JAは、資金力を活かして、産学官連携の技術開発を進めるほか、市場の持つ価格不安定という根本的なリスクを最大限回避する出荷体制を整備すると思われまます。

このような大きな流れを先取りする形となる、JA愛知みなみのトレーサビリティやIT農業、特別栽培への取り組みについて検証したいと思います。

気候に恵まれた地域です。

昭和五十五年から、電源立地促進対策交付金を活用して、上水道や総合運動公園、郷土資料館などの整備に取り組み、生活環境の向上が図られました。平成元年からは、電源地域産業育成支援補助金を活用してイベントなどを開催し、賑わいとイメージアップに努めています。

平成十四年度の渥美町の農業出荷額は、豊橋市、別海町（北海道）に次ぐ全国第三位（四百一億円）、部別では野菜が全国第六位（百二十三億円）、花卉が全国第一位（二百二十七億円）です。

出荷高増のきっかけは、昭和四十三年の豊川用水の開通でした。開通後（昭和四十五年）

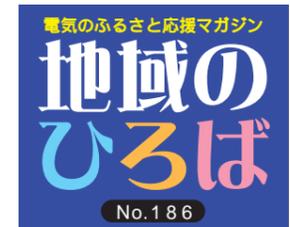


特集 電源地域のサクセスストーリー

愛知県 渥美町 大都市圏の食糧基地JA愛知みなみ	1
大産地JAは今や強力な農業商社	2
JA愛知みなみ 常務理事 森下一良さん JA愛知みなみ 経営改革室室長 鵜飼智温さん JA愛知みなみ 経営改革室審査役 木村俊晴さん JA愛知みなみ 青果農産部部長 鈴木孝典さん	
多くの若者が専業農家を志す農業にしたい	6
伊藤農園 農業経営士 伊藤 成さん	
収量・食味・安全 三つのバランスに優れたトマト「ごほうび」に託す	8
JA愛知みなみ 渥美紅姫トマト出荷連合 代表 渡会陽一さん JA愛知みなみ 渥美紅姫トマト出荷連合 元代表 坂本秀治さん	
生産したらすぐに販売が実現 委託販売POSシステム活用の農作物直売所	10
DATA PAL	
渥美町	11
Focus 政策・制度	
地域の課題解決を目指した新しいビジネスが 地域を豊かにする コミュニティビジネス	12
長野県 小川村 コミュニティビジネスのモデルケース	14
六十歳入社・定年なし 郷土食「おやき」が村を元気にする	
ふるさとじまん	
熊本県苓北町	20
秋田県山本町	20
京都府伊根町	21
情報クリップ	
電気のふるさとじまん市大賞 受賞 上品な味わい「おたふく豆」	22
長野県飯田市	
第十四回「電気のふるさとじまん市」を開催	24
「電源市町村トップセミナー」他、 二つの研修を開催	25
「電気のふるさとじまん市 広島」を開催	25

表紙イラスト・相原健二

「地域のひろば」は、電気のふるさとの「まちづくり」を応援する情報誌です。



大産地JAは 今や強力な農業商社

JA愛知みなみは平成十三年四月、渥美半島の三町、渥美町・田原町・赤羽根町の三つのJAが合併して誕生した、組合員数約九千五百人のJAです。その特徴は、全国一の出荷額を持つ販売事業です。ここでは、大産地JAの今後のあり方について、常務理事 森下良さん、経営改革室室長 鶴飼智温さん、同審査役 木村俊晴さん、青果農産部部長 鈴木孝典さんにお話を伺いました。

大産地の社会的使命は 市場への安定供給

最近、地産地消、直接販売、ネット販売という言葉をよく

聞きます。あたかもこれからの農業の進む道を示すかのようですが、大産地には、市場の需要を満たす絶対量の安定的供給と、産地の農家が生きていくための適正価格の確保



「売れるものを売りたい価格で供給できるJAを目指しています」
JA愛知みなみ 常務理事
もりしたかずよし
森下良さん

この二つの使命が課せられているのです。私たちのJAの組合員は五〇%以上が専業農家であり、その割合は増加する傾向にあります。

JAが市場に競り販売を無条件に委託する無条件委託販売方式は、近年、急速に弱体化しています。無条件委託販売は、市場の需給関係によって大きな価格変動リスクを負

う反面、具体的な顧客を見つける必要なく販売できるといった側面も持ち合わせているのです。市場がもつ5つの機能

のうち、現在でも有効に機能しているのは供給調整機能と代金回収機能だけかもしれません。



左からJA愛知みなみ青果農産部部長 鈴木孝典さん、常務理事 森下一良さん、経営改革室室長 鶴飼智温さん、同審査役 木村俊晴さん

しかし、自ら顧客を見つけ、顧客の要求する量を生産し、顧客の希望する時期に販売していくことは、大きな労力と費用がかかります。やはり、市場の持つ機能を活かしながら、過剰供給にならない、価格変動の少ない、新しい販売方法を定着させていく必要があります。それが、市場を通じて条件付販売委託方式です。この方式は、JAが顧客と供給時期・価格等についてあらかじめ大枠を決めておいて市場に販売する方式で、市場を読む眼と顧客を創造する力が大きな鍵を握ります。

顧客創造には、市場の卸からの情報や自らが得た市場現場の情報が必要です。JA愛知みなみでは、合併時から、東京の大田市場に駐在所を設置し、三名の職員を常駐させています。他の産地よりも速く売り先を見つけ、指定席を確保し、「市場に売ればいい」から「売れるものを売りたい価格で供給する」に変えていくためには、これまであまり気にしていなかった消費動向や

コラム JA愛知みなみの概況

組合員数	9,425名
役員数	役員 36人 職員 430人
自己資本	18,496百万円
出資金	1,471百万円
自己資本比率 (リスクアセット方式による算出)	38.18%
貯金残高	127,437百万円
貸出金残高	24,375百万円
長期共済保有高	773,110百万円
販売取引高	51,683百万円
購買取引高	16,738百万円
経常利益	899百万円
当期剰余金	610百万円
主な産物	菊・キャベツ・トマト

平成14年度事業報告書より



消費者の生の声を生産現場に繋ぐことが急務なのです。将来は、営業所として主要消費地に駐在所の設置を進めたいと考えています。

そのためには、専門職員の育成が重要となり、販売責任部署に専任担当者を配置する機構改革を推進しています。

コラム 市場がもつ5つの機能

従来の競りを中心とした市場は、次の5つの機能を持っています。

- 価格形成機能
- 顧客創造機能
- 供給調整機能
- 代金回収機能
- 情報収集機能

最近の相対取引や直接取引の増加の影響を受けて、価格形成機能や顧客創造機能は弱体化しつつありますが、年間を通じて一定量を確保する供給調整機能、現金支払いを確保する代金回収機能は依然として、重要な市場機能です。

特に、市場に集まる消費者に関する情報を提供する情報収集機能は消費者ニーズを把握する手段として重要性を増しています。

徹底した栽培履歴開示は
必要最低条件

農作物の安心・安全を証明する一つの手段として、栽培履歴に関する情報開示にも力を入れていきます。JAから組合員全員に対するルールとして位置づけ、これを遵守しなければ農作物の買い取りを受け付けませんから、地域一帯で徹底されています。具体的には、毎日の栽培日誌・防虫日誌の記録、栽培管理の整理などが、定期的な実地調査を通じて行われています。メロンなどは、一玉ごとに生産者の名前シールを貼付しています。

さらに平成十六年四月からは、化学合成農薬と化学肥料の両方の使用を抑えた農作物を「特別栽培農作物」と表示する新ガイドラインが施行されることになり、トレーサビリティの重要性はますます高まっています。

このトレーサビリティは、栽培情報自体の開示とともに法令を遵守する姿勢（コンプライアンス）を示す説明責任



JA直売所のふれあい広場で売られている産直品。生産者情報がそれぞれに貼られている

としても、時代が要請するものと考えています。

安心・安全を満たした
輸入品との競争が始まる

国内市場においては、すでにトレーサビリティは差別化対策ではなく、必要最低条件になりつつあります。輸入品に対してはいくぶん有利に働いていると感じていますが、価格でいえば一割高まっています。安心・安全を売りにしても、二割から三割高くなれば買わないと思います。安心・安全に関心が強い生協さんで

もそうです。

輸入農産物も、いままでの「安かろう・悪かろう」ではなく、輸入業者が日本の優良種苗、農業技術を提供して、日本向けに生産された高品質な物が年々増大しています。この「開発輸

入農産物」に安心・安全だけで勝ち抜くことは無理だと思えます。やはり、価格でも対抗していく必要があります。そのためにも、産地の生産コストの削減は当然として、卸、仲卸、小売店等の流通コストの削減が重要な課題です。JA愛知みなみでは、出荷労力を削減し規模拡大のメリットを増大させるた

めに、自動選果施設をはじめとしたJAによる機械化を積極的に推進しています。

また、全般的な「輸入農作物」対策としては、市場への年間を通じた安定的供給や共同販売、資材の共同仕入れ、行政への財政的・法的支援に対する共同申請など、産地間連携・産地間リレーによる対

応が急務と考えられます。



コラム 特別栽培農産物 新表示ガイドライン

平成16年4月1日から、(社)日本農林規格協会(JAS協会)が定めた新ガイドラインが施行され、平成16年4月以降に生産される農産物から適用されます。

特別栽培農産物とは

化学肥料

50%以下に

化学合成農薬

50%以下に

その農産物が生産された地域の慣行レベル（各地域の慣行的に行われている化学合成農薬及び化学肥料の使用状況のこと）に比べて、化学合成農薬の使用回数が50%以下であり、かつ、化学肥料の窒素成分量が50%以下で栽培された農産物のこと。

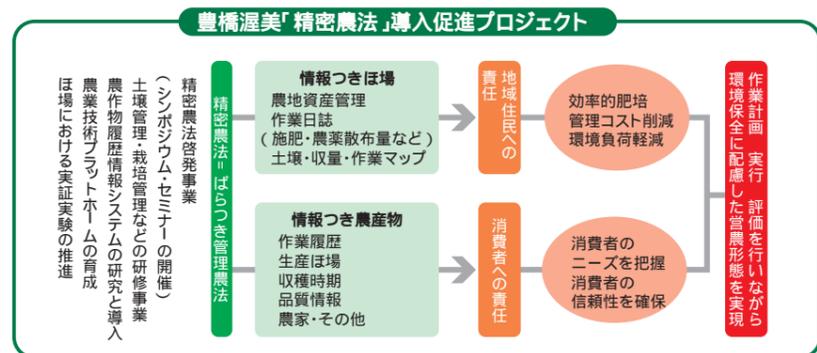
なお、JAあいち経済連は愛知県の特別栽培農産物に対して、「いきいき愛知」認証制度を導入し、推進に努めています。

改正のポイント

- 特別栽培農産物の特徴が消費者等に正しく理解されることを目的として、**生産の原則**（土づくり等）が定められました。
- 化学合成農薬と化学肥料の「双方」を慣行の**50%以上減らして栽培された農産物**になりました。また、慣行のレベルは、地方公共団体が策定または確認したものを節減割合の算定の比較基準にすることになりました。
- 無農薬栽培農産物、無化学肥料栽培農産物、減農薬栽培農産物、減化学肥料栽培農産物がすべて**特別栽培農産物に統一**されました。

産地間連携の成果
― 農業への取り組み

平成十三年五月、情報技術を農業に本格的に導入するため、JA豊橋と連携して「IT農業研究会」を発足させました。豊橋市や田原市などの自治体のほか、東京農工大学、豊橋技術科学大学、日立製作所、オムロンなどが参加する産学官連携事業です。センサーや人工衛星を使ってほ場の土質や農作物の状況を分析・管理する精密農法や、農産物履歴情報システムの導入を検討しながら、二十一世紀型農業の方向性を探ることを目的としています。



コラム 安心・安全の証 トレーサビリティ

トレーサビリティとは、トレース(追跡する)とアビリティ(可能である)を組み合わせで作られた言葉で、野菜・果物について、栽培から加工を含めた流通過程を追跡できることをいいます。栽培日誌・防虫日誌の記録、生産基準・栽培指針に基づく栽培約束、出荷記録の確認、などによる生産工程管理により、生産者から消費者へ、生産物に関する、A.生産者、B.肥料使用状況、C.農薬使用状況、といった生産者の顔や生産情報などが公開され、生産者が消費者に安心・安全に関する説明責任を果たす仕組みになっています。

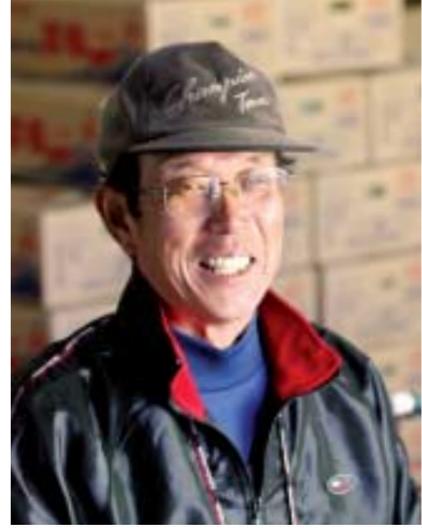
トレーサビリティの流れ

生産工程管理
[栽培日誌・防虫日誌の記録]
[生産基準に基づく栽培約束]
[出荷記録の確認]

生産情報提供
誰が作った青果物か
どうやって作った青果物か
生産者から消費者へのメッセージ

多くの若者が 専業農家を志す農業にしたい

JA愛知みなみの「常春部会」は、国内トップクラスのキャベツ生産量を誇ります。その中で、特別栽培という方法を推進している農業経営士伊藤成さんに、生産現場から語っていただきました。



伊藤農園 農業経営士
伊藤 成さん

虫にやられる、こつ判断したときに初めて農業を撤くのです。どの農業をどの程度撤いたか、すべて栽培日誌に記録し、JAあいち経済連が規定した特別栽培基準の枠内に収めます。ですから、害虫の種類、発生時期、効果的な農薬の知識、現状を判断する眼が以前とは比較できないくらい重要で神経も使います。

でも、一番の問題は特別栽培は人手がかかることです。技術の問題は、指導を受け、学び、経験を積むことで対応できますが、一時的に発生する人手不足への対応はもつと頭の痛い問題です。肥料ひとつをとっても、化学肥料なら三倍分の量で済むところでも、鶏糞の有機肥料に変えると十五倍分もかかり、結果として、五倍の労力が必要になるんです。

それでも、この特別栽培を地域全域に広めたいと思っております。なぜなら、その効果も大きいからです。農薬代が半減するほか、若干ですが高値で売れます。一ケース（八個）の市場価格で五十円から百円の高値が付きまます。特別栽培農家だけで見れば、全部

減農薬・減化学肥料の 大量供給を実現したい

食品の安心・安全に対する消費者の要求の高まりは急激で、そのスピードは想像以上でした。今、力を入れているのは、減農薬・減化学肥料による特別栽培です。ただ、部会全体で五百二十人いるうち、

特別栽培に取り組んでいるのは二十人、わずか5%です。確かに、解決すべき難しい課題もあります。

まず、農業に関する専門技術的な問題。従来の農業は害虫発生の予防のため事前に散布するのですが、減農薬は散布回数が限定されているため予防のための散布はできません。ここで薬を与えなければ

と言われてしまうのも、当然です。「渥美町の特別栽培のキャベツ」を広く知ってもらって信用力を増せば、消費者も、生産者も増える。大生産地での

特別栽培の取り組みは始まったばかりです。今が分かれ目なんです。ここで地域一丸となつてできるかどうかで、今後が大きく変わっていくと思います。遠方の産地、たとえ

ば千葉県のJAちばみどりさんや神奈川県JA三浦市さんのような所とも産地間レールできれば、輸入品対抗策にも繋がっていくと思います。

機械化を進め儲かる農業へ

特別栽培へのこだわり、産地間連携への期待、これらは若者が期待できる農業を實踐していききたい

安定した供給がないと 広告が出せない

私の所でも特別栽培はまだ三分の一、三分の二はレギュラー

で六万六千ケースですから六百六十万円の売上増に過ぎませんが、JA全体だと五百万ケースになるので、五億円の売上増に繋がります。しかも、レギュラー（通常栽培もの）と特別栽培ものがあれば、市場は必ず特別栽培ものを指定します。市場の引きが強いのです。五年以内には特別栽培が普通になると思っています。

ラーです。現在の人手ではこれが精一杯です。

これからは特別栽培の効果を目に見える形にして仲間を増やしていくことが重要です。そのためには、市場の要求する生産量を供給していくことが必要なんです。たとえば生協さんの場合、一日あたりの特別栽培の要望量は千から二千ケースなのですが、こちらが出せるのは三百ケースほどで、残り七百ケースはレギュラーになつてしまつのが現状です。これでは生協さんから「特別栽培キャベツを前面に出した広告をはたくてもできない」

ほぼ終わっています。耕す、苗を植える、運搬用箱を作る、すべて機械化しています。大型収穫機ではきめ細かい出荷調整ができないので、収穫だけは手作業のままです。

今の若者は「しんどいから」農業を敬遠するのではないと思つています。「期待が持てないから」農業を敬遠するだけなんだと思つています。「頑張つたら売れる、儲かる、消費者が喜んでくれる」農業だつたら、好きなんです。こんな思いで、部会の有志二十人が特別栽培に挑戦して効果を出して広めていこうとしています。私たちは実験台なんです。



渥美町の「特別栽培」のキャベツを広く知ってもらいたい



生産者の名前も入った特別栽培のキャベツ用の出荷段ボール

最近では、中国から若い人が研修生や技能生として日本の農業を学びに来ています。農家に入つて二年から三年の間、朝四時の収穫にも文句一つ言わずに働いてくれます。今では私たちの貴重な戦力になっています。

収量・食味・安全 三つのバランスに優れたトマト 「じほつび」に託す

JA愛知みなみの「渥美紅姫トマト出荷連合」は、減農薬栽培の大玉トマト「じほつび」を栽培しています。青穫りして市場で熟す「追熟」ではなく、赤く熟してから収穫する「木熟」です。そのため栽培時の温度や水分、日照時間の管理が難しく、収穫も四日に一度という手間のかかるトマトです。自慢は、九度にも達するという糖度と、ほどよい酸味が調和した「トマトらしい味」。連合の現代代表の渡会陽一さんと、栽培開始当時の代表の坂本秀治さんにお話を伺いました。

減農薬栽培に未来を賭ける

私たちは、収量を上げつつ、いいもの、おいしいものを作



JA愛知みなみ 渥美紅姫トマト出荷連合 元代表
さかもとひではる 坂本秀治さん

つていきたいと考えています。そこが、少量生産で希少価値が売り物のフルーツトマトとは少し違います。最近、食の安心や安全に消費者の関心が

高まっていますが、市場から「減農薬ものだからほしい」とは言われても「減農薬ものだから高くてほしい」とはなかなか言われません。

以前は、同じ種苗メーカーの「サンロード」を作っていました。これは形は悪いが、味はいい。糖度と酸味がしつかりのつた「トマトの味」がするのです。ただ、樹性が強過ぎるため木作りが難しく、鬼花（乱形花）が出やすい欠点がありました。七年続けましたが結局手に負えず、他社の品種に変えた時期もあります。

その後、「サンロード」と同じメーカーが味を重視した改良種を開発したと聞いて試してみると、納得できる昔風の濃いトマトの味がしたので、栽培することに決めました。これが「じほつび」です。現在、渥美紅姫トマト出荷連合の有志十一軒が、減農薬による「じほつび」栽培に賭けています。

日常の「ごまめな栽培日誌」 栽培履歴が安全を生み出す

「じほつび」の生産にはリスクもあります。まず、木と果実



JA愛知みなみ 渥美紅姫トマト出荷連合 代表
わたらいよういち 渡会陽一さん

増やして土壌の汚染防止などを行っています。耐病性を高くする品種改良も行われていますが、トマトは病気の種類が多いので気が抜けません。特に減農薬の場合は、いかに何を、どれだけ使ったか、一回の消費にも注意

く頭を悩ませます。同じ一回なら、少しでも効果的に使いたいですからね。

最近よく耳にする「トレーサビリティ」にも以前から対応しています。農薬を使った日付や種類、量、堆肥の種



類や量など、すべてを栽培日誌につけて、後から履歴を整理するのです。栽培履歴も収穫前と収穫後に農協に提出するほか、収穫中には、週一回の糖度、食味の検査。そして、JAあいち経済連による残留検査も受けています。化学肥料から有機肥料への切り替えも五年前から行っています。

厳しい選果基準を自ら課す

なかなか手ごわい品種ですが、「じほつび」の市場価格はJA愛知みなみのトマトの中では最高クラスです。四キロ一箱で普通のトマトより百〜二百円高く、値下りも普通のトマトより緩やかで、その分有利です。

また、渥美紅姫トマト出荷連合は選果の厳しさでも評価されています。トマトの階級は大きさによる3L・2L・L・M・S玉の他に、形にもA・B・Cのランクがあります。Aの方が断面が真円に近く、形がきれいです。連合のメンバ



の間の隔離層という部分が弱く「玉落ち」が発生しやすいのです。劣皮・劣果も多く、カルシウム欠乏による「尻腐れ」の対策も欠かせません。決して育てやすいとはいえない

品種です。さらに、ナス科の宿命として連作障害の危険も高く、一番怖い病気は、青枯病です。その対策として、青枯病に強い台木への接ぎ木や、有機肥料の割合を

「は、自分たちの手で厳しい選果を行います。その甲斐あってか、四〜五年で市場の信頼も得て、B品の割合が多くなって、B品単価はよそのA品より高いことも多いです。販売は、直販も行っていますが、一般の市場が主体です。顧客と直接契約を結ぶやり方は考えていません。天候の影響などで顧客の思い通りの品質・数量・時期の約束がしにくいからです。

結局、仲介や消費者がある程度の差別化をしてくれるのが一番です。幸い渥美紅姫トマト出荷連合のトマトは味・形とも定評があり、A品なら箱も開かず、値も聞かずに買ってくれます。中にはB品まで黙って持っていつてくれる業者もあるほどです。この連合は若い会です。長老格の一人を除くと、四十代が五人、三十代が四人、二十代の若者も二人います。トマト栽培で



農薬や堆肥を使った日付、種類、量など、すべてつける栽培日誌

は、病気が多いだけに病状を見抜く眼が必要で、これは経験で身につけるしかないのですが、若い人も先輩の知識・経験から学んでいます。一番煎じの減農薬では勝ち残れない。将来を考えて、やれることはやろうという気持ちで仲間を動かしたのだと思います。

渥美町

お問い合わせ先 / 愛知県渥美町総務課
〒441-3695 愛知県渥美郡渥美町大字古田字岡ノ越6-4
電話 0531-33-1111
URL <http://www.town.atsumi.aichi.jp/>

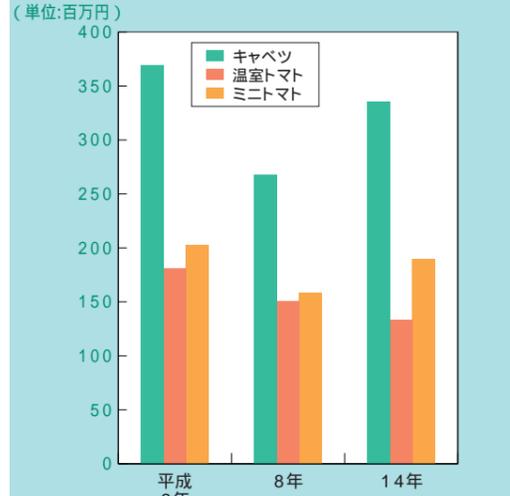
電源地域のサクセスストーリー

人口と世帯数の推移



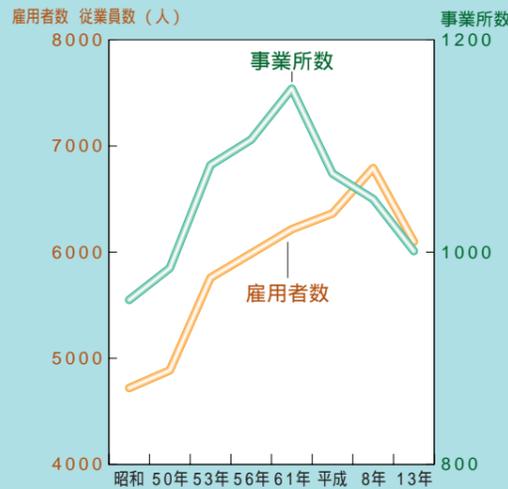
出典：国勢調査より

作物別販売高の推移



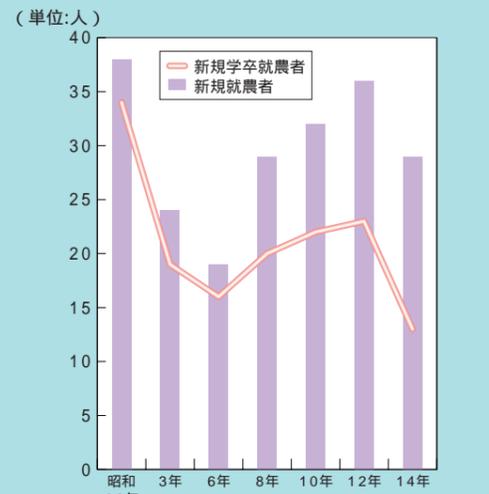
出典：渥美町統計より

事業所数と雇用者数の推移



出典：事業所・企業統計調査より

新規就農者数の推移



出典：渥美町統計より

発電所概要

発電所名	出力	運転開始
渥美火力発電所1号機 (中部電力)	50万キロワット	昭和46年6月
渥美火力発電所2号機 (中部電力)	50万キロワット	昭和46年10月
渥美火力発電所3号機 (中部電力)	70万キロワット	昭和56年5月
渥美火力発電所4号機 (中部電力)	70万キロワット	昭和56年6月

生産したらすぐに販売が実現 委託販売POSシステム活用の農作物直売所

食の安心・安全確保は、国内市場の緊急課題です。「顔の見える農業」として、直接取引を中心とした小規模ながらも高い利益率をあげてきた農家グループも、これからは、スーパーに当たり前のように陳列された「安心野菜」商品との価格競争にさらされていくものと考えられます。

そのため、早期にコストダウンの努力をすることが必要です。

ここでは、農作物履歴情報システム導入などの大掛かりな農業IT化ではなく、小規模な事業所でも比較的簡単に導入できるシステムでありながら、大きな効果をあげるPOSシステムを紹介します。

直売所の規模を問わない委託販売POSシステム

生産物を持ち寄って地元で販売する農産物直売所が、「顔

図1 農産物直売の流れ



出荷業務～売上金入金まで一貫して管理できます。

図2 売上確認について



当日の売上数量や販売物が自宅で確認できます。生産者は前日に明日の生産物の準備が可能です。

自宅のパソコンや携帯電話で売上確認

身近な農業ITと評価されています。

委託販売POSシステムの仕組み

農家によるバーコードの印刷

農家は、POSシステムを設置している直売所で、「商品名・生産者名・価格」を記載したバーコードを印刷し、農作物に貼付します。(図1)

農家による農作物の出荷

農家は、バーコードを貼付した農作物を直売所に出荷します。(図1)

直売所による販売

販売時に、バーコードに記載されている売上データをPOSレジで読み取ります。そのデータを直接パソコンに送り、売上高を生産者別や商品別に自動的に集計します。(図1)

売上状況の通知

直売所は、パソコンで自動的に集計される日々の売上状況をホームページに掲載した

り、携帯電話で農家に通知します。これにより農家は、直売所に出向くことなく自分の出荷物の売れ行きを把握でき、出荷体制を検討できます。(図2)

売上金の支払業務

直売所は、生産者ごとの締日・支払日に応じて、支払明細表を自動的に作成し、金融機関に支払金の振り込みを依頼します。(図1)

管理帳票の自動印刷

売上集計表や日報・月報など、管理に必要な帳票も、必要事項を指定すれば印刷できます。(図1)

このように、POSシステムという小さなITを活用すれば、生産者が個別に決定した価格での販売、生産者への販売状況の通知、生産者への売上金支払管理、直売所全体の経理管理など、手管理では困難な作業をほぼ自動的に行うことができます。今後、農産物直売を実施されている方は、ぜひ検討してみてください。(地域のひろば「編集室」)



地域の課題解決を目指した 新しいビジネスが地域を豊かにする コミュニティビジネス

コミュニティ ビジネスとは

コミュニティビジネスとは、地域住民が主体となって、地域の資源を活用しながら、地域の課題を解決することを目的としたビジネスです。財政的に厳しい状況にある自治体が、すべての地域課題を解決していくことは困難になりつつある一方、大きな利益が期待できない分野の課題解決には民間企業の参入も期待できません。このような問題に対してボランティア団体の活動が一定の役割を果たしてきましたが、事業の継続性という点から不安定さも持っていました。

コミュニティビジネスに 対する行政の支援策

- (1) 情報提供
起業に関する相談会開催
NPO設立の相談会開催
法的手続に関する支援
アドバイザーによる診断・助言
先進事例の紹介

- (2) 業務委託
コミュニティビジネスにおける代表的な主体はNPOですが、利潤追求を第一の目的としないことから、安定した事業資金の確保に窮しているのが現状です。しかし、活動を通じて地域のニーズを的確に把握し、特定の領域において高い専門性

コラム 指定業者制度

平成十五年九月二日、改正地方自治法が施行され、地方公共団体の指定を受けた「指定管理者」が、「公の施設」を管理できるようになりました。従来は認められていなかった株式会社でも、議事決定があれば指定管理者になれるもので、官から民へ構造改革を推進する小泉内閣の規制緩和策の一つです。
この制度は、コミュニティビジネスの代表的な担い手であるNPOの受託業務の幅を広げ、安定的な事業収入を得る道を開くものとしても期待されています。
「公の施設」とは、住民の福祉を推進する目的をもって住民に供するために地方公共団体が設ける施設

コミュニティビジネスの 特徴

- (1) 目的
「地域の課題になっていることを解決すること」、「地域の人々が求めているものを作り出すこと」が目的であり、事業のニーズになります。利潤追求を第一目的とする企業とはこの点が異なります。
- (2) 事業の継続性
地域課題を解決し、事業を継続させていくためには、しっかりと事業計画・資金計画の作成・実行をし、事業継続に必要な収入を確保する必要があります。この点がボランティア活動と異なります。
- (3) サービスの質
地域課題の解決という高い志をもった活動ですが、企業と同様、ビジネスとしての競争に勝ち抜くために

- (3) 資金の助成
ビジネスモデルを公募し、優秀な

- (4) 強いリーダーシップの存在
事業創設者として、地域の課題解決に強い情熱を持ったリーダーと支援者である仲間が存在が不可欠です。

コミュニティビジネスの 効果

- (1) 地域ニーズにあった
独自の方法による課題解決
地域資源を活かした地域独自の創意工夫により地域の課題を解決していくため、住民が期待し、支持する事業が実施されることとなります。
- (2) 新しい住民自治の実現
コミュニティビジネスの発展は、住民参加による地域独自のまちづくりを推進し、「自己決定・自己責任」の地方分権型住民自治の実現を促進

を有しながら柔軟性・機動性に優れている公益的なNPOも多く存在しています。このようなNPOへの業務委託は、重要なコミュニティビジネス支援策の一つです。
モデルには創業資金を助成する制度や、NPO活動に必要な資金の一部を融資（利子補給）する制度があります。
最近では、地道な活動により得た信用力に基づいて、償還期間十年、一口十万円といった市民債券（私募債）の発行による資金調達を行うケ

します。加えて、住民主導による地域コミュニティの再生が期待されます。

- (3) 地域経済の活性化と
新規雇用の創出
企業OBや女性・若者など、市民起業家を創出し、新規雇用者を生み出します。事業収入は新たに地域資源に投下され、地域内の経済が循環し、地域経済の活性化が図られます。

コラム

**故郷でこだわり事業
ターン&コミュニティビジネス**
故郷に戻った企業OBが、コミュニティビジネスの手法を活用して故郷を豊かにする取り組みが、パイロット事業として群馬県太田市で行われています。
関東経済産業局とNPO法人日本NPOセンターとの共催で実施するこの取り組みは、豊富な経験、知識、実績を持つ高齢者が、故郷で活躍できる可能性を秘めた事業として注目されています。

イスも珍しくなくなってきました。さらに、コミュニティクレジットという新しい仕組みも始まっています。

コラム

コミュニティクレジット
コミュニティクレジットとは、新製品の共同開発や新分野進出を目指す地域の堅中小企業、あるいは店舗改装・新規出店を目指す中小事業者等を支援するために、日本政策投資銀行が取り組んでいる地域金融の新たな手法です。
地域社会において互いに信頼関係にある企業グループ（コミュニティ）が、自らの資金を拠出し合つとも、コミュニティ固有の信用情報と高いモラルに基づいて、コミュニティ内で構成員への貸付審査を実施することにより、金融機関からの資金調達を円滑に行つていきます。
二〇〇一年十一月、日本トラストファンドを中心とした阪神・淡路大震災被災企業等のグループに対し、日本初のコミュニティクレジットが実行されました。

- (4) 中間支援組織による支援
地域のコミュニティビジネスに対して、資金面や人材・情報面での総合的な支援を展開していくためには、中間支援組織（インターメディアリィ）の存在が不可欠であり、この支援組織の設立を検討することが重要です。

全国の先進事例

名称	所在地	事業概要
(株)小川の庄	長野県小川村	郷土食おやきで高齢者雇用
森のそば屋	岩手県葛巻町	水車をシンボルとした地域特産品そばの製造・販売
(株)アモールトーワ	東京都足立区	生活支援サービスによる商店街活性化
(株)黒壁	滋賀県長浜市	歴史的建造物活用による集客交流事業
(株)ア・ラ・小布施	長野県小布施町	街並み修景事業による観光産業
NPO・FUSION長池	東京都八王子市	大規模団地多摩ニュータウンの暮らしを支える活動
(株)なんてん共働サービス	滋賀県石部町	福祉サービスと建築物管理施行
コミュニティ・サポートセンター神戸	兵庫県神戸市	住民活動団体支援による復興支援活動
都岐沙羅パートナーズセンター	新潟県村上市	まちづくりの中間支援組織

コミュニティビジネスの モデルケース

長野県 小川村



六十歳入社・定年なし 郷土食「おやき」が村を元気にする

長野県上水内郡小川村は、長野市の中心と白馬とのほぼ中間に位置し、長野市からはオリンピック道路を車で三十分ほどのところだ。人口約三千五百人の村で、高齢化率は四割弱。特に農業人口のほとんどが六十歳以上で、年間の農産物出荷総額は隣の中条村と合わせてもわずか五億円という、高齢化・過疎化の進む典型的な中山間地域です。

この小川村を一躍有名にしたのが、郷土食の「おやき」でした。昭和六十一年五月、変則的な第三セクター方式でスタートした村づくり事業「おやき村」(株式会社小川の庄)は、数々の特徴ある取り組みがマスコミにも取り上げられ、コミュニティビジネスのモデルケースとして注目を集めています。

「小川の庄」の従業員の多くは小川村在住または出身者で、しかも「六十歳入社・定年なし」のスローガンのもと、高齢者が大半を占めています。にもかかわらず、昨年度の年商は七億円に達し、村に活気を与えるばかりか海外でも人気を呼んでいます。

社長の権田市郎さんも小川村の出身。「村のためにできることを」と立ち上がり、数多くの協力者や応援者を得て「おやき村」を軌道に乗せたリーダーです。地元ならではの郷土食に着目し、地域との共存共栄を第一に考えてビジネスを展開してきました。

ここでは「小川の庄」におけるコミュニティビジネスの取り組みについて、これまでの経緯と現状、今後の展望について紹介します。

郷土食こそ地域資源 高齢者の技術を活かした おやき事業

「おやき」は、この地方に昔から伝わる焼き饅頭的一种です。野沢菜などの具を小麦粉の皮で包み込み、囲炉裏などで焼いて食べるもので、主食と野菜が同時に摂れ、作り置きもきく便利な食べ物です。昭和三十年代までは各家庭で作られていましたが、生活が洋風化し、村の家庭からも囲炉裏が姿を消すにつれて、次第に忘れられていきました。

現在、「小川の庄」の社長を務める権田さんは、その当時、年々過疎化が進み、子どもや若者が減りつつあった村の将来に不安を感じ、「若者を村に呼び戻したい」と考えました。

しかし、実際に村に住んでいるのは高齢者ばかり。そこで、若者を呼び戻すためにも、今この村に住んでいる多くの高齢者のためにも、まず魅力ある村にすることが大切だと考えました。お年寄りにもできる、魅力ある村づくりにつながることを探し続けた結果、「おやき」にたどりついたのです。

「昔は『おやきが焼けなければ嫁に行けない』といわれたほどで、お年寄りなら誰でも作り方を知っていたからです。」

会社の創立メンバーは、食品加工会社に勤務していた権田さんをはじめ、地元の郵便局員や農協職員など、小川村出身の七名でした。彼ら「七人の侍」は、気心の知れた二十代からの仲間、顧問・参与あるいは製



株式会社 小川の庄 取締役代表
権田市郎さん



「おばあちゃん」の要望を取り入れた働きやすい職場

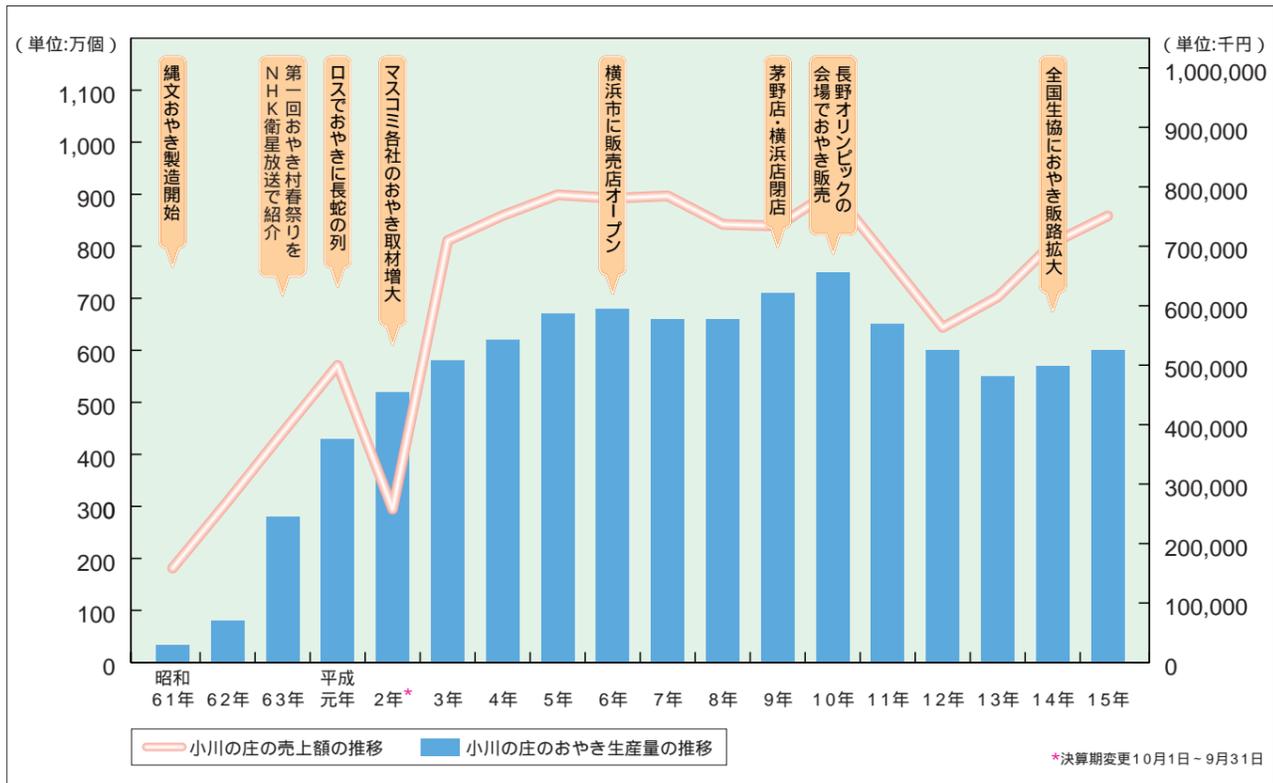
造・営業・総務部長として、権田社長を支えました。権田社長の強い熱意と彼らの尽力があったからこそ、農協が長野県農協地域開発機構のふるさと田舎事業に指定され、その一環として、農協から七十五万円(当初資本金五百万円の十五%)と床の補修・水道の施設等に関する二千二百万円の投資を受け、「小川の庄」がスタートできたのです。発足にあたり

つては、「村の人たちが、生涯現役で生きがいを持って働ける環境」に着目して、和気あいあいと働ける場の創出を目指しました。「小川の庄」は、地元の人たちの協力やマスコミが競って取り上げる幸運にも恵まれ、初年度売上約一億四千万円と順調に立ち上がりました。ところが、創業から十年余りは順調に伸びていた「小川の庄」の売上



小川の庄ホームページ
<http://www.nande.com/ogawa/index.htm>

は、平成十年の約七億二千万円をピークに減少に転じました。不景気に加え、長野県は平成十年に開催された長野オリンピックの景気の反動が大きくなり、「小川の庄」も大手スーパー閉店に伴い、ここに出店していた五店舗を閉鎖せざるを得ませんでした。既存店の売上も大幅に減少し、どこまで



おやき村への入口(右上) 村には囲炉裏を切った棟があり、その場でおやきを味わえる



下がるか分からないと、経営を危惧するほどでした。

「一ついった状態は、おばあちゃんたちにも少なからず影響がありました。その頃、七十五歳以上のおばあちゃんたちが五人も退職したのです。人手も足りているし、年齢もあるし、そろそろゆつくり老後を楽しむのもいいかもしれない、というような理由でした。

これまで五人もまとまって退職したことはなく、長年一緒に働いてきたので寂しさもありましたが、結果的には、売上減のため事業規模を縮小しながらも、強引な人員削減をせ



作ってすぐ焼くことが「おやき」のおいしさの秘訣のひとつ

品作り」を行っています。徒歩十五分で通える働き手が十五人確保できる範囲を一集落とし、「お年寄りや畑仕事の間で通える職場」を実現しました。現在は、「おやき村」「農園村」「野菜菜村」「山菜村」の四集落です。多くの作業場を抱えることは、経営上はコスト増ですが、高齢者の生きがいと希望もてる地域づくりのためには必要なことであり、労働力の安定確保にもつながります。

方針3
六十歳入社・定年なし

発足時に最も特徴的だった基本方針が、「六十歳入社・定年なし」です。現在、従業員数は約八十名ですが、半数が六十歳以上です。設立当初の

平均年齢は六十五歳でしたが、現在は若い人たちも増えて、五十五歳以下が大半です。

定年は各自が決めていますが、まだ健康で働ける七十五歳前後で退職する人が多いようです。六十歳未満の若い人への配慮や、十分な現金収入を得て豊かになり、いよいよ本当の老後を楽しみたいという心のゆとりができたという理由からです。

皆においしく食べてもらいたい
幅広く販売するための工夫

販路は当初、村内の「おやき村」一店舗で、顧客は長野市など周辺地域の人たちでした。

しかし、権田さんたちは「おやき」を販売するからには、できるだけ多くの人においしく食べてもらいたいと考えました。そこで、「村の味」が都会の人にも受け入れられるように、東京のデパートの売り子さんにも試食してもらい、具の味や皮の柔らかさを決めました。蒸しても焼いてもおいしく食べられるように、調理直後に瞬間冷凍して全国に配送しています。この瞬間冷凍方法には予想以上に苦労し、今ではちょっとした企業秘密になっています。

価格については、百四十円を基本に、できる限り抑えています。これは価格競争のためではなく、普及さ

Focus 政策・制度

「小川の庄」には、創業当初から続く三つの基本方針があります。

方針1
変則的第三セクター方式

村が企業に出資できる条例がないため、村からの出資はありません。この点で、通常の第三セクター方式とは異なるのですが、それでも「第三セクター」と呼ぶのは、基本理念を共有し、村と一体となって村の活性化を目的とした事業を展開しているからです。

事業は、村・農協・小川の庄の三者がそれぞれ役割分担をして進められています。村は補助金導入の検討・実施や道路整備などの環境整備を出資者でもある農協は遊休施設の提供や無農薬有機栽培による原料の確保を、そして、(株)小川の庄が加工・

販売を、それぞれ担当しています。具体的な補助は、製造施設に対し、国から二千万円、県と村から各一千万円。その後五年間で村に一千万円を返済し、現在、施設は「小川の庄」の所有となっています。

方針2
集落二品づくり

集落ごとに作業場を作って、集落一

ずすみましました。

その後、オリンピック後の低迷からもようやく脱し、五億六千万円まで落ち込んでいた売上も、今年度は七億五千万円に回復しました。

この間、施設改修投資や財務の健全化のため、会社の資本金も二千万円に増資し、安定的な成長を遂げることができました。

「小川の庄」を形づくる特徴的な三つの基本方針



「おやき」はこの地方に伝わる郷土食

せることが第一という考えからです。「おやき」普及に関しては、やはり地元村民の協力と、マスコミ報道によるものが大きかったと思われる。四千人の村民が、村外の知人や親戚などに「おやき」を送ってくれたのです。これが口コミによる効果を生みました。村外に住む村出身者も「おやき村」のおかげで誇りをもって村を紹介できるというような、うれ

しい効果も生まれました。さらに、「ちょっと」「ふるさと志向」「地方の時代」といった言葉が脚光を浴びた時期で、マスコミに競って取り上げられるという追い風もありました。報道直後は、山の中に行列ができるほどの賑わいでした。このような「費用をかけない広告」も、販売促進につながりました。今では県南部や県外から訪れる人



コミュニティビジネスだからこその暖かい職場風景

も増え、現在、直売店は村内一カ所のほか県内三カ所、そのほか、通販や生協・テパートでも販売しています。特に食の安全に厳しいと評価されている生協との取引は、商品の信用力の向上にもつながっています。ただ、やはり主力は直売です。その理由は、直売でない「おやき」をつまぐ蒸したり焼いたりしてもらえなかつたりして、いちばんおいしい状態で食べていただけないことがあるからです。さらに、「もつと」「おやき」を楽しんでもらおうと、新商品の開発にも積極的にチャレンジしています。それぞれのおばあちゃんの自慢の「My おやき」を商品に加えたこともあります。これまでにメニューに載った商品は計五十八種類にも及びます。

「おばあちゃん第一」の職場づくり

「小川の庄」の従業員は全員が正社員ですが、時給月給制を導入し、休みも自由に取れるようにしています。これは、「農繁期には畑仕事をしたい」「孫が来たときに相手をしたい」とさらには「趣味の時間がほしい」というおばあちゃんたちの要望をできるだけ取り入れるためです。各職場には休憩室をつくり、お昼に六十分、三時に三十分の休憩時間が取れるようにしています。事業の

滑り出しが予想外に好調だったため仕事が忙しくなりすぎ、おばあちゃんたちから「昼寝もできないのではやっつけていくのが大変」「ゆつくり世間話もできない」といった声が続出したからです。「小川の庄」の主旨は、何といてもおやき作りの技術を持ったおばあちゃんたち。彼女たちの生活のペースを尊重し、大切に守ってきたことが、事業の発展にもつながっているのです。六十歳と八十歳では作業効率が二割ほど違いますが、お年寄りの働く意欲を尊重するため、給与は同じに設定されています。六十歳の社員には不満がもたれませんが、自分の将来を考えてみてくださいという説

おやき作りが生んだ幅広い効果

地元経済への還元

原料は、当初三年間、地元の高齢者農家三百八十人から継続仕入れすることを約束しました。安定供給の面から農協仕入れに切り替えた現在も、極力地元産を使っており、年商の七割が地域に還元されています。最近では、定年後に再び農業に携わる人も増えていきます。「小川の庄」では毎年の買い取りを約束するなど

して、彼らが安心して農業に取り組めるようにしています。

「ミニミニ」の活性化

集落ごとに作業所があるので、いつも顔を合わせる仲間ができ、会話をしながら働けます。また、「おやき村」でお客さんとのふれあいを通じて働く意欲もわき、高齢だからと閉鎖的になることもありません。自分で作ったものが売れる喜びを通して「やらなければ」という自覚も生まれます。

高齢者の健康づくり

村の老人医療費は年間一人あたり四十七万八千円(全国平均七十九万円)と、極めて低い水準にあります。働き続けることで、高齢者が健康でいられるのです。また、平均寿命も長野県内でトップクラスです。

後継者の誕生

「小川の庄」が着実に業績を伸ばすにつれ、十代、二十代でも「働きたい」という人が増えてきました。実際に八人ほどが入社し、おやき作りの後継者として高齢者から指導を受けています。権田さんが最初に抱いた「若者を村に呼び戻したい」という想いが、ようやく実現に向かい始めたのです。「地元では勤務先としての信用がまだないのか、若い人は村

外から通う人が中心ですが、今後に期待しています」と、権田さんは明るい表情を見せます。

地域や海外との交流

県内の特別養護老人ホームや精神薄弱者施設へ、おばあちゃんが出かけていって、実演販売をしています。周辺の美麻村・中条村とは街道沿いの交流として、「アルプスおやき恋訪」という名称で共通の販促活動を展開しています。

平成元年から十年まで、毎年、ロサンゼルスで開催される「ジャパンエキスポ」におばあちゃんたちが参加して実演販売をしていました。また、平成四年にはヨーロッパ視察にも出かけ、特にドイツのグータツハ村からは学ぶべき点も多く、国際交流をスタートさせました。

*ドイツグータツハ村(人口千五百人)ドイツ一貫しかつた村が、ランドスケープデザインでドイツ一美しい村に生まれ変わり、百二十五軒の民宿を擁するドイツ一裕福な村になりました。地域の食材を使った郷土食のモテし(グリーンツリスマの原点)も特徴です。

おやき作りの

今後に向けた課題と展望

多彩な郷土食の商品化

おやきという単品では将来的に不安なため、地元の郷土食の商品化に取り組んでいます。郷土食こそ「オ



ジャパンエキスポでの「おやき」の実演販売。長蛇の列ができるほど好評だった

「小川の庄」であることには変わりありません。

無農薬証明の確保

生協などから「無農薬証明」を求められますが、地元農家や農協では対応できていません。市場購入の素材であれば無農薬証明は難なく取得できますが、それでは地元農業との共存共栄という目標に反するため悩んでいます。今後は他地域の事例なども参考に、地元農家と協力し合っ

て対応していきたいと考えています。

おやき村は、決して一人の成功事例ではありません。権田

さんが独創性と実行力のあるリーダーであることは確かですが、青年団時代の仲間、地域の高齢者や生産者、地元行政、農協、外部の協力者など、大勢の人が「村を元気にしたい」という共通の想いで取り組んだ成果なのです。権田さん自身も「皆の意見をその通り実行しただけ」と語ります。

「自分の母親が、喜びを感じながら生き生きと働いて生活できること」を考え抜いたという権田さん。その理念は、村の活性化という成果の中に息づいています。

電源地域から「ふるさとじまん」をご紹介します。

温泉水とおいしい米を使った 本格焼酎「鱒泉」誕生

熊本県苓北町

苓北町では、平成十二年度から電源立地等初期対策交付金事業を活用し、湧出量の豊富な温泉水の有効利用と町内産米の消費拡大、町の特産品開発等の産業振興策として、温泉水を利用した焼酎の開発を進めてきました。

製品質化に向けての試作品製造・評価、品質向上のための成分分析等の研究、



苓北の豊かな自然を映した本格焼酎「鱒泉」をどうぞ



「やわらかい甘みが口中に広がる」「口ツクが特別にいい」など好評をいただいております。そのおいしい焼酎をより引き立たせるとつくり瓶は、地元で産出される天草陶石の白磁容器です。

お問い合わせ先

熊本県苓北町 企画商工課

電話 0969-35-1111

URL <http://www.krnet.ne.jp/reihoku/>

森岳温泉夏・冬まつりは、魅力がいっぱい

秋田県山本町

山本町は、「じゅんさい」の生産量日本一を誇ります。このじゅんさいをアヒールしようと、毎年八月下旬に、森岳温泉夏まつり」が開催されます。豪華ゲストのコンサートや、夜空に大輪の花を咲かせる花火大会、わんこじゅんさいに流しじゅんさいと、催しが盛りだくさんです。そして、毎年二月下旬には、森岳温泉冬まつり」も開催され、長面三兄弟の神事や雪像コンテストなど、たいへん好評です。



森岳温泉冬まつり「長面三兄弟登場」



森岳温泉夏まつり「流しじゅんさい」

「志戸橋そば」が有名で、味はもちろんのこと、そば打ちが体験できるということでも町内外からも参加者が多数います。そして、密かな人気を博しているのが、「岩川水系米」です。この米は、豊富な土壌の養分と清流がもたらすミネラル成分が加わり、そのおいしさはひと口食べればすぐわかります。また、平成十四年の第二十二回秋田県特産品開発コンクールにおいて秋田県商工会連合会会長賞優良賞を受賞した、「パステルおやき」は、地場産の野菜をペースト状にして生地に練り込み、添加物を一切使わないという健康的な食品です。魅力がいっぱいの山本町に、どうぞ遊びに来てください。

お問い合わせ先

秋田県山本町 総務課

電話 0185-83-2112

URL <http://www.town.yamamoto.akita.jp/>

舟屋と伝説のまち

京都府伊根町



舟屋群と呼べる舟屋のまち並みは全国に類をみない

伊根町は、京都府北部丹後半島の東北端に位置し、まち全体が雄大な自然に包まれ、とりわけ海は人々にとってこの上ない財産になっています。若狭湾国立公園に指定されている海岸線沿いの道を走れば、紺碧の海を見下ろす景色が続いています。松の緑と岩が続く海岸は、まさに自然が織りなす造形美といえるでしょう。そんな美しい風景に、さらに伊根町独自の趣をもたせているものをいくつかご紹介したいと思います。

舟屋のまち

伊根湾を取り囲むように軒を連ねる「舟屋」。一階は舟のガレージ、二階は居室などの生活の場となっています。直接海に面して建ち並ぶ舟屋は、まるで海にぽっかり浮かぶような独特の景観です。湾を見下ろす高台にある、舟屋の里公園



は、丹後風土記、日本書紀、万葉集に「浦嶋」の名が見られることから、七世紀後半と考えられています。なかでも、浦嶋神社に伝わる浦嶋伝説は最も起源が古いとされ、神社には伝説の玉手箱などが保管されています。「水の江里浦嶋公園」には、浦嶋太郎のたどったコースの追体験など、伝説を体感できる「うらしまシアター」などがあります。



景色も空気もきれいな山頂付近にあるオレンジ製の風車は迫力満点

出しないクリーンな自然エネルギーを利用した風力発電は、地球環境保全のシンボルです。高さ七十五メートル、羽の直径五十メートルの六基の風車が、青空に弧を描く姿は壮大です。

伊根の幸

伊根湾で水揚げされた魚を、米糠と塩で漬け込み、熟成させた「へしこ」、浦島の浜で採れた「本庄わかめ」、古代米を原料に地元の名水が育んだ地酒「伊根満開」、本格的な手打ちの「筒川そば」など、伊根町には豊かな海の幸、山の幸が満載で、おみやげにも最適です。

海水浴

透明度抜群の泊海水浴場や本庄浜海水浴場はともに遠浅なので、美しいだけでなく、磯遊びにも最適です。泳ぎ疲れたら泊海水浴場から歩いて五分の温泉へ。

温泉

眼下に広がる雄大な日本海を見渡す名湯「奥伊根温泉」、桜ともみじに囲まれ、多彩なお湯を取り揃える「伊根温泉リゾート」。伊根の宿に泊まってゆっくりと温泉につかりながら、日本海の旬の幸を味わってみてはいかがでしょうか。

お問い合わせ先

京都府伊根町役場 未来課

電話 0772-32-0502

ホームページURL <http://www.town.ine.kyoto.jp/>

「地域のひろば」編集室では、「ふるさとじまん」を紹介します。皆様の地域の「ふるさとじまん」の写真とコメントをどしどしお寄せください。

お問い合わせ先 電源地域振興センター 企画調査部広報課 電話 03-5562-9730 e-mail kouhou@div.dengen.or.jp

電気のふるさとじまん市大賞 受賞 上品な味わい「おたふく豆」

**りんご並木の町で生まれた
全国に誇る名産品**

長野県飯田市は、県の南端に位置する人口約十万七千人の都市です。江戸時代は生糸や和紙などの産業の



「第十四回電気のふるさとじまん市」にて「じまん市大賞」を受賞した「おたふく豆」。創業以来守っている「秘伝」の蜜においしさの秘密がある

ほか、物資の集積地として栄え、伊那谷の中心地として今日に至っています。昭和十一年に市制施行、周辺町村との合併を経て現在の姿になりました。昭和二十二年の大火の復興に際し、地元中学生が植えた「りんご並木」は今も防火モデル都市・飯田の象徴です。

その飯田市にある和菓子店「春月」の主力商品である「おたふく豆」が、昨年十一月に開催された「第十四回電気のふるさとじまん市」で「じまん市大賞」を受賞しました。

電気のふるさとじまん市は、全国の電源市町村から名品・特産品約四千品目が集まる、日本最大の物産・観光展。そのなかから選び出された「おたふく豆」は、控えめな甘さのなか原料のそら豆本来の



風味が生きる上品な味わいを持ち、大賞にふさわしい佳品です。

**素材は大粒の
そら豆を厳選
着色料や防腐剤は
一切使わない**

おたふく豆の名前の由来は、原料のそら豆を「お多福」に見立てたことにあります。全国に同名の商品は他にもありますが、「当店は『十号』以上の大きな豆しか使いません。大きくて厚みがないとおいしくありませんから」と

「春月」の本田寛志代表取締役、サンプルを取り寄せて品質や粒の大きさを確認するのはもちろんのこと、最近では仕入れ先の業者に農薬リストを提出させるなど、安全面の管理にも気を配ります。甘さを出す材料は一般的な上白糖と隠し味の塩だけ。甘味料はもちろん、着色料や防腐剤も一切使いません。賞味期限は冷蔵



庫で一月ですが、在庫は二日では足りないので、毎日炊かないと生産が追いつきません。

豆の形がきれいに残り、芯がなく均一にやわらかいのが「春月」の自慢。断面全体が均一に、白っぽさの残る濃い飴色に仕上がっているのも特長です。これは炊き上げたあと、一日かけて冷ます間に徐々に蜜がしみ込むからで、着色料を使っていない何よりの証拠。大手メーカーの社員が試食して「うちのよりおいしい」と驚いたそうです。

**水煮から炊き上げ、選別まで
すべて手作業で作り上げる**

製造は、乾燥状態のそら豆を水に戻すことから始まります。硬い豆なので、夏場で二日、冬場は五日かかります。お湯を使えば早いのですが、炊き上がりに皮が破ける「煮こわれ」も増えるため、手間ですが冬でも水を使用します。次に、皮をやわらかくする重曹を加えて大釜で三〜四時間水煮します。煮上がった釜から上げて水にさらし、重曹を洗い流します。その後、水を切り、砂糖と水だけで炊き上げます。

「春月」の「おたふく豆」の味の秘密は、創業以来つぎ足しながら使っているという「秘伝」の蜜にあります。会社設立は昭和三十八年ですが、「おたふく豆」は先代が割烹料理店を開いていた頃から名物で、大正末には現在の製法が確立していました。「一番難しいのは煮上げの火加減です。当店独自の糖度を出すために、糖度計とにらめっこで季節ごとに細かく調整しています。」

炊き上がった豆は一粒一粒手作業で選別、箱詰めされます。ここですべての工程が手作業で、機械を使つのは最後の包装だけです。

皮が破れたり形が崩れたりしたものは「煮こわれ」という別商品として



て安く販売します。餡状の煮こわれはパンや餅につけるのにもぴったりで、秘かな人気商品です。

**じまん市が縁で三越にも進出
売上が二五%もアップした**

いままでは、販路の中心は店頭販売や固定客向けの通信販売、高速道路のサービスエリアなどでした。それが一変したのは、電気のふるさとじまん市への出展です。数年前から飯田市役所の協力も得て出展を続けていたのですが、あるとき会場内に設けられた相談コーナーに出向いた



大賞を受賞してじまん市会場でも人気を博した飯田市のブース

**新工場の建設やネット販売
次々に新しい展開を模索する**

現在、「春月」の工場では常時十

とところ、三越百貨店を紹介され、それが縁で昨年五月に取引が始まりました。「当初は先方も『本場に売れるのか?』と半信半疑でしたが、今では全国的に扱ってまわっています」と本田さん。昨年の売上約二億二千万円に対して、「三越効果」は月に二〜三百万円、年間予測で四〜五千万円にも達します。

このほか、歌舞伎座など有名な劇場の売店も大きな販路になりました。本田さんは「最初は断られました。『当たって砕ける』と何度か通ううちようやく置いてもらえました」と謙遜しますが、人気商品となった今では、有名な女性デザイナーが雑誌のコラムで取り上げるほどです。

現在、「春月」の工場では常時十

五名が働き、年間の生産量は十五〜二十トン。このほか、中央道飯田インター近く七百坪の土地を用意し、平成十六年度には現在の二〜三倍の生産が可能な新工場を建設する予定です。新工場でも、今と同じ「手作り」を続けます。「今の時代に新工場なんて」と思われるかもしれませんが、「おたふく豆の売上は景気に左右されないのが強みなんです」と本田さん。従来から店頭販売は固定客が多く、一般的には三割くらいでよい方だと言われているDMのリピート率も、一二%と高く、固定客への売上は全体の三割に達すると聞けば納得です。

インターネット販売も、息子さんの本田達史常務取締役を中心に展開しています。まだ売上に占める割合は大きくありませんが、手応えはあるようです。「今年はネット上から直接注文できる『注文フォーム』も作成し、本格的なネット販売を始めます」と達史さん。

和菓子をはじめとする「手作り」の産業には後継者難が付きものですが、「春月」にはその心配もありません。

大量生産には向かないシステムがもたせませんが、固定客に支えられた手作りの「おたふく豆」の味をいつまでも守り続けてほしいものです。

第十四回「電気のあるさとじまん市」を開催 過去最高の二百三十一市町村が出席

第十四回「電気のあるさとじまん市」を平成十五年十一月二十一日（金）から二十三日（日）までの三日間、千葉県の幕張メッセで開催いたしました。これは電源地域の特産品の販路や交流人口の拡大を図り、産業振興を支援することを目的として



開催しているもので、期間中、のべ十万人を超えるお客様にご来場をいただき、会場は終日賑わいました。今回は過去最高の二百三十一市町村が出席し、昨年を上回る売上高を記録しました。各ブースでは出展者により電源地域の特産品販売や観光PRなどが行われました。

最終日には恒例の「じまん市大賞」の発表が行われ、今回は三十産品のエントリーの中から、長野県飯田市の「おたふく豆」が大賞に選ばれました。また、十七市町村が郷土芸能を披露した「お国じまんステージ」では大分県竹田市の「天のメ」が最優秀賞に選ばれ、それぞれ表彰されました。



「電源市町村トップセミナー」他、二つの研修を開催

毎年恒例、幕張メッセでの「電気のあるさとじまん市」開催に併せ、財電源地域振興センター主催の研修事業として「電源市町村トップセミナー」・「地域特性を活かした特産品開発の考え方・進め方」という二つのテーマの研修が、隣接のワールド



ビジネスガーデンを会場に開催されました。

まず、「電源市町村トップセミナー」は、電源地域市町村長や議長など自治体のトップを対象とした研修会で、十一月二十日に開催されました。今年には全国二十名の参加者のもと、東北大学の滝教授より社会環境・経済動向の変化に対応できる自治体経営について、さらに、広島県御調町の若林町長より健康と福祉のまちづくりについて、それぞれ講演を受け、地方自治体の果たす役割について活発な議論が交わされました。

また、「地域特性を活かした特産品開発の考え方・進め方」研修については、全国の電源地域より七十四名の参加者のもと、十一月二十日から二十一日の二日間に行われ開催されました。それぞれの地域特性を活かした個性ある、売れる特産品づくりを研修の課題とし、研修講師の政所氏・松崎氏・五十嵐氏による講演や「じまん市」会場視察のほか、グループディスカッション等をカリキュラムに取り入れ、熱気あふれる研修会となりました。

「電気のあるさとじまん市 広島」を開催 電源地域の特産品や観光資源を紹介

平成十六年二月十九日（木）から二十三日（月）までの五日間、広島市の福屋広島駅前店にて、当センターが主催、経済産業省、中国経済産業局からご後援をいただき、「電気のあるさとじまん市 広島」を開催いたしました。

この物産展は、開催地域の皆様に電源地域の特産品の数々や豊かな観光資源を紹介し、定着化を図ること

を目的として、年に一度、各地の主要都市で開催しているもので、十一回目となる今回は、北海道から沖縄まで七十二市町村が参加しました。会場では各地の特産品の販売、調理実演、各地の特産品を日替わりで先着二百名様へプレゼントしたほか、特設ステージでは郷土芸能の披露や市町村のPRなども行われ、連日、たくさんのお客様で賑わいました。



長野県長野市の郷土芸能、真田勝間太鼓

事務所移転のお知らせ

このたび当財団は、アーク森ビル27階から同ビル11階へ事務所を移転し、業務を行うこととなりました。

平成16年3月15日(月)より

新住所(郵便番号と階が変更となります)

〒107-6011

東京都港区赤坂一丁目12番32号

アーク森ビル11階

電話番号

03-5562-9711

(代表、ダイヤルイン番号とも変更はありません)