

南砺市農畜産加工ブランド開発協議会の現状と課題解決の結果について

～ 富山県 南砺市経済部農政課 農商工連携の取り組み～

背景

南砺市は、平成16年に4町4村で合併が行われ人口59,230人の市となった。年間の平均気温は12.9である。中でも干し柿の生産販売数は、年間480万個で全国4位の取り組みである。

農産物において恵まれた自然環境の中、旧町村では特産品を多く持ち合わせており、既にJAなどの協力のもとで独自の販路が確立されている。

合併後の「南砺市産品づくり」という南砺市：田中市長の想いのもと、平成21年10月に市内の農業者（生産者）と加工業者の連携による事業展開や、新商品・新サービスを生み出すことが期待され、生産者4者、加工業者5者を軸に、22名で協議会が発足することになった。

経緯

発足と合わせて、ふるさと雇用再生特別基金事業を活用し協議会にて1名の雇用をし、市内の農産物直売所内にある加工体験室を活用して食肉加工品（ソーセージ等）の商品開発を行っていた。

協議会で視察も取り入れながら、技術開発・商品開発を繰り返していたが、既存の加工施設が食肉加工製造に係る要項を満たしていないために、他の施設を活用するなど製造に係る問題に直面していた。

こうして協議会発足後1年が経過する中で商品開発、今後の展開においての懸案事項がいくつか生じていた。

協議会にて開発された商品は、23年度末までの販売開始を目標としており、今後の方向性について協議会で度々話し合いが行われていた。

そこで課題解決の方法を探るために、地域の農商工連携の取り組みを支援する『コーディネーター活動支援プログラム』を活用することとした。

現在の課題

FACOが現地入りする際、事前に今までの情報（議事録や現地資料、試作アンケート等）をすべて提出してもらい、必要に応じてFACOからメールや電話にて、協議会事務局と連絡をとり、質問事項に答えてもらうなど、初回派遣時の議題をFACOの指示で行った。

協議会の現状と課題の把握、課題の整理を中心に、目標の明確化や、協議会会員の役割分担を話し合い、試作

品や食肉加工製造現場の把握した。

また、南砺市を南北にまたがる東海北陸自動車道の南砺市桜ヶ池農産物直売所が販売先の一つとして候補にあがっており、現地視察も行った。

まず、試作品についての課題は、商品コンセプトが定まっていない中、試作品づくりが繰り返されており、そのことについて指摘をした。

製造加工場の移管、設備導入などの問題を始め、食肉加工品の生産量、目標販売金額、商品の特徴などが、協議会でしっかりと話されておらず、会議進行が難航していた。

協議会メンバーが、それぞれに得意なことをもちより参加しているはずであったが、役割を割り振りするプロジェクトリーダーが不在であったことも課題の要因である。

南砺市の特産品をつくるという使命がある中で、畜産加工品づくりを手掛けたきっかけを尋ねるとともに、豚の特徴を協議会会員が語れないところに、疑問を感じていたため問題定義をした。



試作品の一部の生ハム

指導の実施内容

第一回目の派遣では、協議会の目標と目的の明確化を行った。この協議会の使命は、南砺市の特産品をつくることである。その使命があり、目標は売上の向上、雇用の創出、市の産業発展であったりする。商品づくりは、目的であり、手段である。

こうした、目標・目的・使命が協議会会員の共通認識でなければならぬことを理解してもらい、会員の想い

を再認識・再確認することから始めた。

試作品については、FACO が持参したコンセプトシートに、協議会会員に記入してもらうことをお願いし、次回話し合いを行うことにした。

また、協議会メンバーは、生産者、製造者、販売者、行政職員で構成されている。その全員に、役割を担ってもらうことをお願いし、コンセプトシートと共に、次回までに提出を求め、それをもとに今後活動をしていくことを指導した。

あわせて、商品が完成した際の販路先の一つとして、城端サービスエリアの名前が挙がっていたため、商品を販売する上で、相手先の情報（販売先の情報）を入手することの必要性をお話し、過去数年間のサービスエリア集客人数や、直売所での売上ベスト10～を調べ、会員全体で販売先の把握を行うため、情報収集をするともに資料提出を求めた。

更に、今後の協議会での「特産品づくり」に活用するために南砺市の農産物を始めとする、素材のリストアップをお願いした。

機会を設けて、南砺市：田中市長より協議会に対し、何を求め、どのような効果を求めているかをお話してもらい、協議会：花島会長より会員へ改めて伝えてもらうことをFACOからお願いをした。

第二回目の派遣では、求めていた提出物を軸に、議事進行もFACOが行った。

現在取り組んでいる畜産加工品については、生産者、製造者、販売者、行政職員の方々に記入いただき、持参してもらった。そのコンセプトシートを大まかに分類すると、お土産用と業務用にわかれたため、それぞれについてどういった売上目標が想定できるか、またそれらが製造可能かどうかとも現状の施設を踏まえて検討を行った。

提出された資料に基づき、話し合いを進めると販路先の問題点や、質問がでてきた。

お土産用商品づくり～販路においては、城端サービスエリアは21年がもっとも集客があり、22年は、減少に転じている。その原因を整理していくと、人（車）の導線に問題がある上、サービスエリア内での競合店の集客増などが発生していた。

販路先として最有力候補であった、サービスエリアの現状がわかることで、そこで販売することを想定しての商品づくりが最優先なのかを指摘した。

事実、サービスエリア直売所での売上ベスト10～は、主に農産加工品が占めていたため、お土産ものとして畜産加工品の販売目標を、このサービスエリアで大きく設定することは、困難に思えたことを伝え、協議会で検討してもらった。

商品づくりのコーディネートをする際、どこに行っ

ても毎回お話をすることがある。

その商品は、御社のどのようなポジションの商品ですか・・・と。

この協議会は、ふるさと雇用再生交付金を活用している為、人員を協議会で1名雇用している。そのため、まず必要な売上は、コンスタントに売上可能な商品づくりであることをアドバイスした。



南砺市田中市長との面談：協議会会長と同席

一方、業務用としての加工品づくりについては、地元給食を活用しての商品づくりや販路が話しあわれ、協議会員を通じて情報を仕入れ、ただちに検討を行った。給食での物流ルートが会員に既にあったことからそれを強みとして、給食での利用数、単価の割出しが出来た。

業務用販路を更に詰めていくと、ソーセージづくりにおいての設備や機械の導入の検討が必要になってきた為、そうした設備や、機械を導入した際の経営計画、販売計画を会員である商工会、所長と事務局で試算をするよう指導した。

農政課のメンバーには、この協議会の今後のスケジュール、事業のスキーム作成を指示した。今後の南砺市の産品開発、協議会のコンセプト、パブリシティ、金融、経営担当、販路開拓・支援など、自らが進んで取り組んで行けるよう会員に担当をお願いした。

次は販路先に対しての既存のソーセージとの違い（特徴）を出せること、伝えることが大切になってくる。

このソーセージ（南砺の豚）は、どんな味なのか、どう食べたら一番おいしいのか、なども会員で話しあってもらった。この話し合いをするの意味は、商品を販売する上で、非常に大切である。誰もが共通の認識を持つこと、話せることで商品が売れるからである。関わったたくさんの人たちが特徴を話せる、伝えることができることで、商品は売れていくのだと理解してもらった。

課題解決の結果

三回目の派遣では、各担当者をお願いしたすべての資料（経営計画、販売計画、スケジュール、事業スキーム）が揃ったので、その資料を元に、具現化に向けて話しあった。

目標売上数字と事業進捗スケジュール、今後の会員メンバーの流れが目に見えたことで、ソーセージを始めとする商品化の見通しが立ちやすくなり、会員同志で活発な意見が出やすくなったように思う。こうして、資料がそろったことにより、設備や機械の検討もより現実的に話しあわれた。

また、会員のメンバーには、複数の小売業を営む方々がいるため、販売計画に関する面では、様々な側面での支援が期待できる。事実、会議中の場面で、売り方の提案も、各会員からあがるなど積極的な声が見られ、数字を資料化したことで効果が得られた。

スケジュールにおとし込むことで会員が動きやすくなり、スキームによって、誰がどう動いて、いつまでにするのかを、会員同志で理解することが出来たように感じている。



会議の様子：南砺市城端支所にて

今後の方向性

FACO 派遣中に様々な補助金などの話が出ており、そのことについても話しあいが行われていた為、最後の派遣で検討できた内容及び資料をブラッシュアップすることで、補助金申請も視野に入れた。設備や機械導入などの動きも出来るように感じている。

事業主体者の意志や、今後の方向性を決定する為の判断材料となる、商品コンセプトや目標となる数字がないまま会議が行われていたことで、協議会の進捗が遅れていたが、1年経過する現在において方向性が固まったように思う。

会員のメンバーに、南砺市の素材をリストアップして

もらったが、これは今後の南砺市の産品（商品）づくりのためである。南砺市に何がどれだけあるか、いくつあるかと把握した上で商品づくりの手順を踏んでもらいたい。

今後協議会は、ソーセージづくりを始め、様々な南砺の産品づくりに取り組んでいく。それによって、産業の創出、人の雇用を生んでいくことを期待したい。



整備候補地の視察

執筆者：株式会社ナレッジリンクス
代表取締役 岸本 純子