

宮城県・地域ブランドの確立を目指した農商工連携

～ 農業生産法人 有限会社伊豆沼農産の取組みを中心に～

1 有限会社伊豆沼農産の概要

宮城県登米市の農業生産法人有限会社伊豆沼農産は、「農業を食業に変える」「人と自然へのやさしさを求めて」を経営理念として、農畜産物の生産、加工、販売に取り組んでいる。

伊豆沼農産の取組みについて、2009年1月17日の伊豆沼農産への視察、および2009年2月24日に開催されたやまがた第6次産業人材創成コンソーシアム主催人材育成シンポジウムでの伊豆沼農産代表取締役伊藤秀雄氏の事例報告「農業＝食業と考えたらやるべきことが見えてきた」をもとに、有限会社伊豆沼農産を核とした農商工連携の形成および地域ブランド化戦略について、紹介する。



有限会社伊豆沼農産の概観



有限会社伊豆沼農産 代表取締役 伊藤 秀雄氏

2 伊豆沼農産を核とした農商工クラスターと地域ブランド戦略

2.1 伊豆沼農産を核とした農商工クラスターと農商工連携

伊豆沼農産は、生産部門、製造部門、販売部門を有している。生産部門では、養豚、水稲、果樹、路地野菜に取り組んでいる。製造部門では、食肉製品製造業（ハム、ベーコン、ソーセージ等）、食肉処理業、総菜製造業、菓子製造業（ブルーベリー加工品を開発中）、魚肉製品製造業（伊豆沼の外来魚を加工）に取り組んでいる。販売部門では、自社敷地内に農家直売所、レストランを営んでいる他、卸販売やweb販売、会員¹向けの通信販売を行っている。

また、生産関係、製造関係、販売関係での連携が見られる。連携以前は、自社のみで生産・加工・販売の6次産業化を目指していた。しかし、より良いもの作りのために、1990年代半ば頃から、他の生産者や食品製造業者との連携を本格化していった。

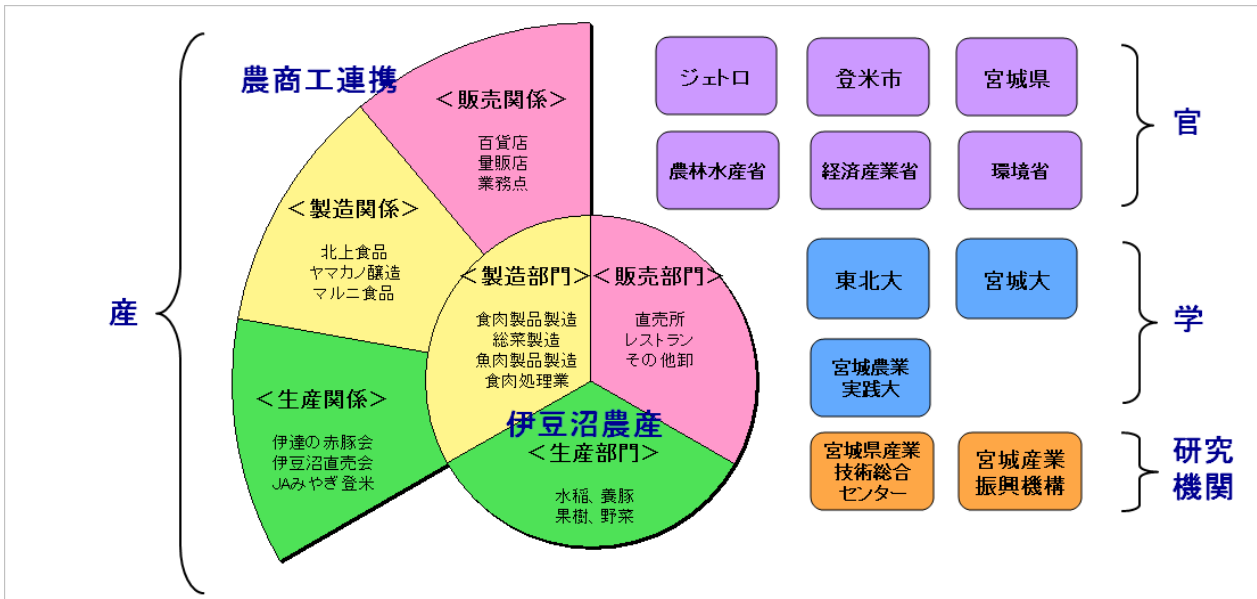
生産関係では、「伊達の赤豚会²」「伊豆沼農産直売会」「JAみやぎ登米」と連携している。「伊達の赤豚会」の生産農家は全て伊豆沼農産のホームページで確認でき、製品パックには生産者の顔写真シールが貼られている。豚の肥育方法や飼料が統一されており、「伊達の赤豚会」の豚肉は、安全・安心に加え、高品質と味の良さで高評価を受けている。「伊豆沼直売会」の生産農家の農産物は、農家直売所で販売される他、レストランでも使用されている。

製造関係でも、北上食品との連携による豆腐・納豆開発、ヤマカノ醸造との連携による味噌・醤油の商品開発、マルニ食品との連携による麺の商品開発を行っている。

販売関係では、「伊達の純粋赤豚」の精肉と加工品を中心に、全国の百貨店、量販店で販売されている他、海外でも販売されている。また、県内外、海外の外食産業でも使用されている。

¹ 入会費100円、年会費1,000円で会員になれる。会員になると、買い物時にポイントがたまり、通信販売時の送料が割安になるなどの経済的メリットがある他、年4回会誌が届く、ラムサークル条約登録地である伊豆沼の地域活動に参加できる（会費のうち200円が地域活動に充てられる）などの特典もある。

² 宮城県畜産試験場が7年かけて育種した「伊達の純粋赤豚」の生産農家の集まり。「伊達の純粋赤豚」は伊豆沼農産の登録商標である。



また、宮城県、登米市、農林水産省、経済産業省、環境省（伊豆沼の保護等）JETRO（輸出）等、「官」との連携も取っている。

さらに、東北大学、宮城大学、宮城農業実践大学といった「学」との連携、宮城県産業技術総合センター、みやぎ産業振興機構（経営関係等）とも連携している。

伊豆沼農産の「地元産赤豚による新商品開発とブランド化」は、2008年4月に、農林水産省と経済産業省により、農商工連携88選に選ばれた。以下では、「地元産赤豚による新商品開発とブランド化」について概要を紹介する。

2.2. 伊豆沼農産を核とした地域ブランド戦略

伊豆沼農産の持つブランド力には、店名ブランド、商品ブランド、企業ブランドがあり、地域ブランドの形成を目指している。店名ブランドとしては、直営レストラン「くんぺる」が好評を得ており、店名の「くんぺる」がブランド化している。そして商品ブランドとしては、伊豆沼農産の「伊豆沼ハム」「伊達の純粋赤豚」がある。そして、これらの取組みによって伊豆沼農産の知名度が上がり、伊豆沼農産自体がひとつの企業ブランドとして存在していると言える。

さらに、伊豆沼農産では、伊豆沼全体の地域ブランドの形成を目指している。made in izunuma を基本に、welcome to izunuma が目標である。そのために、地域の視点を重視し、事業展開には地域力が必要であると考えている。そこで、2006年に、伊豆沼周辺のヒト・モノ・環境等の豊かな資源を様々な角度から調査し、新たな価値を創造するため、「新田あるものさぎの会」を設立した。伊豆沼農産では、地域の価値を再発見し、それを活用することで、伊豆沼の地域ブランドを創造し、地域を誇りに思う人を増やし、伊豆沼へ来てもらうことへの価値の創造を目指している。

ブランド化戦略として、黒豚の産地である鹿児島で伊達の赤豚を販売し、マスコミに取りあげてもらったり、香港に輸出して行政、マスコミ、学会に取りあげてもらうなどの、ユニークな販売戦略を取っている。



伊達の純粋赤豚

3 今後の展望

伊豆沼農産では、農商工連携を持続可能な農村の最適化産業の確立、産学官連携を農村産業興しのシステム化と公開を実現する場として位置づけている。

伊豆沼農産は、1988年から農業を食業に変えるという理念のもとに経営されてきた。今後は地域のヒト・モノ・環境という資源を活用した農村産業の創出、そして農村で作る地域のオンリーワン産業の創出を目指している。

【お問い合わせ】

農業生産法人 有限会社伊豆沼農産

〒989-4601 宮城県登米市迫町新田字前沼 149 番地 7

TEL 0220-28-2986 FAX 0220-28-2987

URL <http://www.izunuma.co.jp/>

（文：山形大学農学部 博士研究員 大西 千絵*）

*社団法人食品需給研究センター 非常勤研究員