

石川県農業総合研究センターの地域農産物ブランド化に向けた取組み

～戦略作物の育成とクラスター化～

1 石川県農業総合研究センターの概要

石川県農業総合研究センターの沿革は、明治 35 年（1902 年）に石川県立農事試験場の設置に始まる。その後、時代の要請に合わせ移転と改称を何度か経て、平成 8 年に砂丘地農業試験場を統合(分場)したときに、石川県農業総合研究センターとして現在に至っている。

その間、石川県の農産物の生産に関わる全般的な技術指導を行い、石川県の風土を活かした特産物の育成に力を注いできた。

そして、平成 18 年に同センター内に中央普及支援センターを設置し農産物のブランド化を強力に推進するようになった。

1.1. 石川県農業総合研究センターの取組み

石川県は南北に細長く、能登地方と加賀地方に分かれている。能登地方は、海に面している部分が多く水産加工業が中心となり、加賀地方は 2,000m を超える高地（白山）と中山間地区を多く抱えることもあり、農産加工業を中心に食品産業が発展してきた。

また、大規模農業に適している広大な土地（加賀平野）もあり稲作や畑作、果樹が農業の主力作物となっている。気候的には、夏は高温多湿となり冬は積雪も多いが、幅広い農作物の育成が可能な恵まれた風土を持つのが特徴である。

一方、石川県の人口の 3 分の 1 が集中する金沢市は観光産業に支えられ、和菓子製造業などが伝統産業として定着している。

このような地域性の中で、同センターが掲げる研究目標は、「高付加価値農産物の生産と拡大」と「石川県の農業担い手育成」である。

具体的には

- ① 新品種の育成・導入
- ② 高品質安定生産の現場対応型技術開発
- ③ 省力・低コスト生産の現場対応型技術開発

などである。

また、産学官の連携を強化し、農産物の機能成分を利用した高度食品加工技術、食品残さなどの、未利用有機物の資源化技術の開発に取り組んでいる。

特に流通加工グループでは、農産物の食料産業化に向け、石川県産農産物の食味評価や機能性成分（血圧調整、



石川県農業総合研究センターの概観



流通加工グループの皆さん

（一番右が今回話を伺った三輪氏）

抗酸化機能)の解析や付加価値向上のために加工・流通・品質保持技術の開発に取り組んでいる。

1.2. 食料クラスター化の事例

石川県の農作物を含めた食品の研究は表 1（次ページ参照）に示した研究機関が相互に連携をとりながら推進している。

特に食品の技術開発の分野では石川県立大学との連携が強く、それを支えているのが研究員同士の人的交流にあるようだ。

石川県農業総合研究センターが進めているクラスターは、能登の「ころ柿」製造時に発生する柿皮や摘果の有効利用を目的としたものがある。

表 1 石川県の食品関連主要研究機関

機 関 名
●石川県農業総合研究センター
●石川県立大学
●金沢大学
北陸先端大学院大学
北陸大学
金沢工業大学
●石川県工業試験場
石川県水産総合研究センター

●は相互連携による研究を推進

【柿ポリフェノールクラスター】

課題：未利用資源である柿皮や摘果からポリフェノールオリゴマーを量産する技術開発と機能性解析（糖尿病・動脈硬化症などに対する効果）および、商品化（抗加齢機能性食品・化粧品）と事業化

クラスターの構築：

金沢大学大学院自然科学研究科（機能性評価）

富山大学和漢薬研究所（動物試験）

長崎大学大学院医歯薬学総合研究科（構造解析）

石川県農場総合研究センター

（加工適性評価、オリゴマー生産技術）

明治薬品株式会社

（商品化：オリゴマー生産技術、飲料、タブレット）

株式会社ルパンシュ（商品化：化粧品）

このように、県内の研究機関、民間企業とクラスターを形成し、単純に機能性成分の抽出のみならず、科学的な知見を幅広く集める取組みを積極的に行ってきた。

2 戦略作物

また、特色ある農産物のブランド化を推進するために、石川県は戦略作物を指定し強力な支援体制をとる仕組がある。現在、戦略作物に指定されている農産物は表 2 の 5 品目である。

表 2 石川県の戦略作物

品目名	特 徴
●能登大納言	特産作物
●金時草	伝統野菜（機能性：抗酸化能）
●中島菜	伝統野菜（機能性：抗高血圧）
●源助大根	伝統野菜
●ルビーロマン	品種育成（国内最大の赤色ぶどう）

これらの農産物をブランド化するために、石川県農業総合研究センター内にある中央普及支援センターが全面的に支援に当たっている。

具体的には、1 農産物につき担当者を 1 人専属につけて、各作物の生産体制、消費拡大、新商品開発や販路開拓までを支援するといった具合である。

石川県農林水産部肝いりの戦略作物は、普及指導員が担当している農産物の問題解決と販売促進を精力的に行っていることもあり、民間企業から注文がとれるなどの成果が確実にあがっている。その端的な事例が中島菜である。

2.1. 戦略作物（中島菜）の事業化事例

表 2 の戦略作物のうち、ブランド商品化が行われ生産量が伸びているものに、能登の中島町で生産されていた中島菜がある。

中島菜は、当初（平成 7 年）9 名の生産者が細々と生産を行い、中島町婦人グループが浅漬けをつくっていたが、石川県農業総合研究センターが平成 7～10 年にかけて血圧上昇抑制の機能成分を含有することや、加工適性を解明すると次々に産官共同で商品開発が行われてきた。

麩饅頭・生麩（㈱サンミレー）、せんべい（㈱北陸製菓）、麺・豆腐・饅頭（中島町商工会）などに粉末化したものを添加して開発が行われてきた。

このとき、石川県農業総合研究センターは、中島菜の低コスト粉末化技術に係わった。はじめは 1kg あたり 15,000 円であったが、6,000 円にまで下がった。この結果、商品化のための用途が広がり、中島菜の認知とブランド化が進むことになった。

さらに、石川県は中島菜生産振興プロジェクトチームを発足させ、アイスクリームや煎餅などの新商品化と販売を後押ししてきた。そして、平成 15 年以降、生鮮中島菜の試験販売を行い、J A 能登わかば中島菜部会が発足し、24 名の生産者が中島菜を生産することになった。

このあたりから、民放のテレビ局や健康関連の雑誌にとりあげられ市場ニーズの高まりを見せるようになり、問合せやそれに伴って注文が増えていった。



中島菜を使った商品群

年々中島菜の健康イメージが定着すると共に安定した需要が見込めるようになり、H17年には39名の生産者までになった。同時に商標登録を行い、ブランド力の強化を図った。そして、H19年の今年は78名の生産者を見込むまでになった。表3にその経緯をまとめた。

表3 中島菜商品開発の経緯

ステップ	経緯
第1段階 (町役場/ 産業振興課)	<ul style="list-style-type: none"> ・当センターのHPで機能性紹介(H8～) ・県内の民放で取材放送(H8～) ・町が県内企業に中島菜利用商品(麩饅頭、生麩、煎餅)の製造を依頼 <p style="text-align: center;">↓</p> フリーストライ品開発(榊北陸製菓採用) 町役場: フリーストライ品を原料に町内商工会での商品化支援 事例 ラーメン店が中島菜入り麺を商品化 問題点 原料価格が高く商品化難航 <p style="text-align: center;">↓</p> 低価格の粉末品開発(トレハロース使用)し、町内での商品化促進
第2段階 (JA)	<ul style="list-style-type: none"> ・市町村合併で役場からJAへ移管 ・民放が全国放送(H15) ・健康関連の雑誌に掲載(H14～15) <p style="text-align: center;">↓</p> 全国から問合せと注文が殺到 <p style="text-align: center;">↓</p> ・生産体制が不十分で対応できず。生鮮中島菜の試験出荷は、反響良好。
第3段階 (JA 生産部会)	<ul style="list-style-type: none"> ・JAに生産部会発足 ・民放が全国放送(H16～17) <p style="text-align: center;">↓</p> 問合せと注文が殺到 (TVで紹介された健康ジュースとしての利用が、注文を増やした。) <p style="text-align: center;">↓</p> 高付加価値商品化へ (フリーストライ原料も採用し量産化体制)

表3からテレビや雑誌で取り上げられたことによる効果が読み取れるが、そこに至るまでの地道な研究がベースとなっていることは明らかである。

特に石川県農業総合研究センターでの研究成果をホームページなどでみて、電話で取材をしていくケースが多かったことから、そのことが伺える。

2.2.ブランド化成功の要因

中島菜のブランド化が進化した要因は、産学官連携(クラスター)による継続的な取組みであろう。

当初、中島菜の新たな取組みは、加工食品を原材料として利用して商品化することでスタートしたが、その機能性に対する健康イメージが県民の間に定着し、生鮮野菜の消費が伸びたことが、大きな要因であるように思われる。その生産量の推移を図1に示した。

図1を見ると、平成18年から大きな伸びを示しているが、これは、外食フランチャイズを全国展開している地元企業(株式会社ハチバン)に採用が決まったからである。

(株)ハチバンは「菜めし」をメニューに加え、中島菜のもつ健康イメージに波及力を求めた。販売は季節商品としてスタートしたが、評判は上々とのことである。

しかし、ここに至るまでにはいくつかのステップを踏んで到達したことが取材を通じてわかってきた。

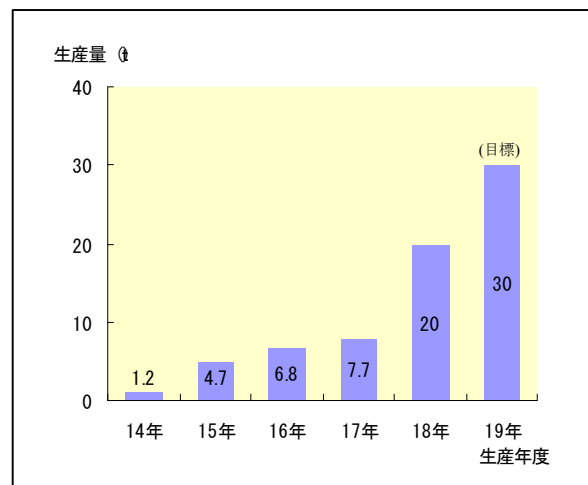


図1 中島菜の生産量と年次推移

このように、石川県の全面的なバックアップ体制と、担当している普及指導員の売り込みがあったことは、大きな要因となっているようである。

特に、民間企業等への営業活動を積極的に行い、そこから受け取る情報は、直ぐに生産者にフィードバックされるというシステムは、従来になかった効果を発揮しているのは間違いないだろう。

中島菜の例は、クラスターを形成する各機関がそれぞれ役割を果し、縦割りの仕事になりがちであった従来の産学官連携のウィークポイントを、普及指導員がキーマンとなって有機的(機動的)に結びつける接着剤的な役割を担っている。

さらに、消費者の求めるものや開発品の問題点を、迅速に解決に向かわせると言う点で、農産品活性化事業のビジネスモデルとなるのではないだろうか。

【お問い合わせ】

石川県農業総合研究センター
〒920-3101 石川県金沢市才田町戊 295-1
TEL 076-257-6911（代表） FAX 076-257-6844
HP <http://www.pref.ishikawa.jp/noken/>

（文：有限会社食品環境研究センター 新蔵 登喜男）
*社団法人食品需給研究センター 客員研究員

