

平成 20 年度  
関東経済産業局委託事業

平成 20 年度広域ブロック自立施策等推進調査  
「三遠南信流域都市圏」魅力・活力向上に関する調査

地域物産販路拡大調査 報告書

平成 21 年 3 月

社団法人東三河地域研究センター

## 目 次

序章 調査の目的と方法	1
1. 調査の目的	1
2. 調査の方法	2
(1) 三遠南信コミュニティビジネス研究会の設置	2
(2) 社会実験の実施	3
(3) アンケート調査の実施	4
(4) ヒアリング調査の実施	5
第1章 三遠南信地域における特色ある少量分散型地域資源の賦存状況と諸課題	8
1. 特色ある少量分散型地域資源の賦存状況	8
(1) 特色ある少量分散型地域資源の賦存状況	8
(2) 利活用が期待される産業資源等の賦存状況	17
2. 少量分散型地域資源の販路拡大に向けた諸課題	22
(1) 少量分散型地域資源の特徴（強み、弱み）	22
(2) 少量分散型地域資源の利活用を巡る環境	23
(3) 少量分散型地域資源を利用した地域活動事例からみた諸課題	31
第2章 少量分散型地域資源に対する利活用ニーズ	36
1. 農林水産品の仕入れ状況	36
(1) 農林水産品の仕入れ状況	36
(2) 三遠南信地域産の農林水産品の仕入れ意向	40
2. 少量分散型地域資源の魅力とその評価	41
(1) 三遠南信地域産の農林水産品・加工品を仕入れることの魅力	41
(2) 三遠南信地域産の農林水産品・加工品の取扱量を増やすための条件	42
(3) 少量分散型地域資源に対する評価	43
3. 地域からみた少量分散型地域資源に対する利活用ニーズ	45
(1) 地域で戦略的に売り出していきたい分野	45
(2) 地域からみた商品の販売促進に向けた課題	53
4. スーパー等における少量分散型地域資源の販路拡大の可能性	56
(1) スーパー等における取扱品目に対する裁量権	56
(2) 少量分散型地域資源の販路拡大に向けた活動への参加意向	56
(3) 三遠南信地域としてのブランドづくりへの参加意向	60
(4) 地域との包括的な連携協定への意向	62

5．少量分散型地域資源を活用した新たな動き	64
(1) コンビニエンスストアと地域との包括業務提携の動き	64
(2) 高速道路会社と地域との包括業務提携の動き	67
(3) コンビニエンスストアのアンテナショップ化の動き	68
第3章 社会実験を踏まえた消費者ニーズ・販売ニーズの把握	71
1．社会実験の実施概要	71
(1) 社会実験の実施計画	71
(2) 社会実験の実施概要	83
2．少量分散型地域資源やその販売方法等に対する消費者ニーズの把握	90
(1) アンケート回答者の属性	90
(2) アンケート調査結果	92
(3) 社会実験を通じた消費者ニーズ	99
(4) 社会実験における販路拡大の有効性	102
3．社会実験で販売した商品に対する小売業ニーズの把握	103
(1) 少量分散型地域資源の販路拡大に向けた課題	103
(2) 少量分散型地域資源の商品以外の課題	107
(3) 少量分散型地域資源の販路拡大に資する新しい取り組み状況	109
第4章 少量分散型地域資源の販路拡大や移出産業化の検討	119
1．少量分散型地域資源の特徴を活かした商品化・魅力向上の方向	119
(1) 少量分散型地域資源を利用した商品づくり	119
(2) 地産外消・地産地消を推進する情報・流通拠点の整備	119
(3) 地域連携型の生産体制づくり	121
(4) 少量分散型地域資源の商品取扱システムの整備	122
(5) 観光産業との連携	122
2．特徴ある少量分散型地域資源を活用した販路拡大・移出産業化へ向けた対応	123
(1) 特徴ある少量分散型地域資源を活用した販路拡大	
移出産業化に向けた基本的考え方	123
(2) 少量分散型地域資源を活用した魅力的な商品づくりの推進	124
(3) 地産地消・地産外消の情報発信・販売機能の整備	127
(4) 安定した生産基盤づくりの推進	129
(5) 少量多品種型流通システムづくりの推進	130
(6) 観光産業とのネットワーク化の推進	132



# 序章 調査の目的と方法

## 1. 調査の目的

愛知県東部の東三河地域（9市町村）、静岡県西部の遠州地域（9市町村）、長野県南部の南信州地域（15<sup>1</sup>市町村）からなる三遠南信地域は、県境を越えた広域的な連携が盛んな地域である。また、輸送用機器や光技術、精密といった、わが国でも有数の競争力を誇る産業を有するほか、農林水産資源に恵まれた豊かな農業地域を抱えている。しかし、その反面、中山間地域における農林業の担い手不足や高齢化、海外の農産物との競争、未利用バイオマスの利活用など多くの課題も抱えている。

こうした状況の中で、平成20年3月には、地域住民、大学、経済界、行政などの関係者によって「三遠南信地域連携ビジョン」が策定され、経済活動のグローバル化に対応するために、県境を越えた産業競争力の強化を目指すとともに、多様な分野の交流及び連携を一層深めながら、自立性の高い圏域の形成を目指している。

本調査は、三遠南信地域連携ビジョンの基本方針に盛り込まれた「持続発展的な産業集積の形成」及び「中山間地域を活かす流域モデルの形成」に重点を置くものであり、三遠南信地域連携ビジョンの推進組織である「三遠南信地域連携ビジョン推進会議」（通称「SENA」、事務局：浜松市企画課）を中心に、地域物産の販路拡大に関して「三遠南信流域都市圏」の持続発展的な産業集積の形成や中山間地域の自立に資することを目的として実施した。

具体的には、中山間地等に点在している少量分散型の地域資源（工場、農家等で少量しか製造・栽培していない商品や各地区の婦人会・一般家庭等で作られ、今後、需要開拓が見込まれる商品）の商品化を進め、広域観光や高齢者対応型のビジネスとして展開させ、移出産業として育成していくための戦略（情報発信機能等を含む）について、社会実験等を通じて明らかにすることを目的としている。

---

<sup>1</sup> 平成21年3月31日に阿智村と清内路村が合併して阿智村となり、南信州地域は14市町村となったが、本書では、平成20年12月末現在の市町村で記載している。

## 2. 調査の方法

本調査では、以下に示した調査方法により進めた。

### (1) 三遠南信コミュニティビジネス研究会の設置

本調査を実施するに当たり、地域資源と販売者を結びつけるコーディネーター、地域資源を活かした商品づくりを行う担い手（生産者）、地域資源の販売の担い手（事業者）等が参加した「三遠南信コミュニティビジネス研究会」を設置し、少量分散型地域資源に対するニーズの把握や特色ある地域資源の移出産業化に向けた検討を行った。

三遠南信コミュニティビジネス研究会のメンバー

区分	所属	氏名	
民間有識者	遠州地域	(株)ミズ・クリエーション 代表取締役	佐藤 和枝
	"	(株)アイエムアイ 代表取締役	中野 眞
	"	NPO法人 三遠南信アミ	三宅 淳子
	東三河地域	(株)サイエンス・クリエイト 専務取締役	中野 和久
	"	地域文化創造研究所 ディレクター	横山 順子
	"	(有)ジャパン・アグリ・ベンチャー・エリート 代表取締役	河合 洋
	"	福津農園	松沢 政満
	南信州地域	赤土山開拓団	近藤 庸平
	"	(有)松寿堂 代表取締役	黒田 誠
政府関係者	国土交通省 中部地方整備局 企画部 広域計画課長	梅村 博	
	国土交通省 中部運輸局 企画観光部 計画調整官	梅村 栄一	
	農林水産業 東海農政局 農村計画部農村振興課 課長補佐	竹元 裕市	
	経済産業省 関東経済産業局地域経済部 地域振興課長補佐	渡辺 陽一	
三遠南信地域連携ビジョン推進会議 (SENA)	浜松市 企画部 次長	村田 克弘	
	豊橋市 企画課長	鷲坂 浩孝	
	飯田市 企画課長	小林 正春	
	浜松商工会議所 理事・産業政策部長	金原 宏始	
	豊橋商工会議所 事務局 次長	鈴木 拓也	
	飯田商工会議所 事務局長	関島 克郎	
事務局	浜松市 企画課 主任	金子 哲也	
	"	佐々木 健	
	(社)東三河地域研究センター 調査研究室長	加藤 勝敏	
	主任研究員	谷口 庄一	
	研究員	岡田 淳	

三遠南信コミュニティビジネス研究会の開催状況

日時	場所	主な内容
第1回 平成20年12月17日 (水) 18:00～20:00	浜松市役 所 5階 庁議室	座長選出 調査の趣旨説明 検討内容の説明 社会実験について
第2回 平成21年3月4日(水) 14:00～16:00	浜松市研 修交流セ ンター401 会議	社会実験の報告 少量分散型地域資源の移出産業化に向けた方向につ いて

(2) 社会実験の実施

地域資源の販売戦略を検討するため、大都市部として東京都板橋区ハッピーロード大山商店街の中央イベント広場並びに、三遠南信地域内の浜松市の駅前にある「浜松べんがら横丁」のイベント広場において、下記日程で社会実験としての少量分散型地域資源の販売実験を実施した。また、販売商品に対する消費者ニーズ等を分析するため、商品購入者、試食・試飲をされた方に対してインタビュー方式によるアンケート調査を実施した。

社会実験の概要

場所	日時	実施概要等
浜松べんがら横丁 浜松市中区鍛冶町新川	平成21年1月24日 (土)～25日(日) 11:00～17:00	商品延べ購入者数 285名 集客数 約1,000名 アンケート回収数 98名
ハッピーロード大山商店街 東京都板橋区大山町27-9	平成21年1月31日 (土)～2月1日(日) 10:00～17:00	商品延べ購入者数 509名 集客数 約1,800名 アンケート回収数 122名

### (3) アンケート調査の実施

本調査を進めるに当たり、三遠南信地域の企業、地方公共団体、商工会議所、商工会、農業協同組合、森林組合、漁業協同組合等に対してアンケート調査を実施した。

アンケート調査の概要は以下のとおりである。

#### 1)実施時期

アンケート調査票の発送・回収は、平成 20 年 11 月末～12 月並びに、平成 21 年 2 月～3 月に実施した。なお、回収率を高めるため、発送先機関に対して返送依頼の督促を行った。

#### 2)調査票の発送先と調査内容

調査票の発送先と調査内容は以下に示したとおりである。

##### 発送先：地方公共団体

調査票	調査内容
農商工連携調査票	農商工連携の事例、地域として売り出していきたい農林水産品、農商工連携を進めていくための機能整備方向等の把握
少量分散型資源発掘調査票	工場、農家等で少量しか製造、栽培されていない商品や今後需要開拓が期待される商品づくりの事例の把握

##### 発送先：商工会、商工会議所

調査票	調査内容
農商工連携調査票	農商工連携の事例、地域として売り出していきたい農林水産品、農商工連携を進めていくための機能整備方向等の把握

##### 発送先：農業協同組合、森林組合、漁業協同組合

調査票	調査内容
農商工連携・バイオマス調査票	農商工連携の事例、地域として売り出していきたい農林水産品、バイオマス利活用施設の事例、バイオマス利活用上の問題、農商工連携やバイオマス利活用を進めていくための機能整備方向等の把握

##### 発送先：産地直売所等

調査票	調査内容
少量分散型資源発掘調査票	工場、農家等で少量しか製造、栽培されていない商品や今後需要開拓が期待される商品づくりの事例の把握

##### 発送先：食品企業（食品製造業、飲食業等）

調査票	調査内容
農商工連携・バイオマス調査票	地域の農林水産品の仕入れ状況、農商工連携の事例、バイオマス利活用への関心、農商工連携やバイオマス利活用を進めていくための機能整備方向等の把握



発送先：スーパー等

調査票	調査内容
少量分散型資源発掘等調査票	地域の農林水産品の仕入れ状況、少量分散型資源に対する関心、バイオマス利活用への関心、少量分散型の資源の利用、農商工連携やバイオマス利活用を進めていくための機能整備方向等の把握
少量分散型資源の利用等に関する調査票	少量分散型資源に対する関心並びに販売意向等の把握

### 3)回収状況

アンケート調査の回収結果は以下のとおりである。

アンケート調査の回収状況等

発送機関等	調査票	発送数	回収数	回収率 (%)
地方公共団体	・農商工連携調査票	33	33	100
	・少量分散型地域資源発掘調査票	33	31	94
商工会、商工会議所	・農商工連携調査票	60	49	82
農業協同組合、森林組合、漁業協同組合	・農商工連携・バイオマス調査票	57	38	67
産地直売所等	・少量分散型地域資源発掘調査	133	87	65
食品企業（食品製造業、飲食業等）	・農商工連携・バイオマス調査票	430	113	26
第1回スーパー等	・少量分散型地域資源発掘等調査票 ・少量分散型地域資源の利用等に関する調査票	160	36	23
第2回スーパー等	・少量分散型資源の利用等に関する調査票	140	22	16

### (4) ヒアリング調査の実施

少量分散型地域資源を活用した商品開発や販売強化に向けた方向等を検討するに当たり、商品開発事業者やスーパー等に対してヒアリング調査を実施した。

ヒアリング調査先は以下のとおりである。

少量分散型地域資源を活用した商品開発事業者に対するヒアリング調査

名称	所在地	団体・グループの概要	活動内容
遠州夢倶楽部	静岡県浜松市北区細江町気賀 676	遠州地方の酒屋約30店舗が加盟（取材時には29店舗）	・小さな地域の店舗（酒店）が集まり、地元の美味しい食材や地元の優れた技術、人脈を活かしながらオリジナルの商品開発&販売に取り組んでいる。
S - Tいとう	愛知県北設楽郡東栄町下田字和手貝津 1-16	伊藤氏夫妻	・奥三河の自然の中で、無農薬栽培によって心こめて育てたハーブをオリジナル商品にして提供。
山百合荘	愛知県北設楽郡設楽町大字豊那字仲根 5 番地	小川氏夫妻と設楽町の豊那地域とその周辺の仲間 5～6 名	・名古屋コーチンを飼育し、価値ある卵や、名古屋コーチンプリンとして加工。
天龍村柚餅子生産者組合	長野県下伊那郡天龍村神原坂部	関夫妻と2名の80代90代の高齢者	・昭和 50 年に地区の生活改善グループを母体として、「柚餅子」等を製造販売。
愛知県淡水養魚養殖協同組合	愛知県北設楽郡設楽町豊邦字豊詰 27 番地	組合員 32 人	川魚加工品、特にニジマスの甘露煮の製造としては日本一の生産量を誇る。
阿南町社会福祉協議会「南信州おひとよし倶楽部」	長野県下伊那郡阿南町西條 709	阿南町社会福祉協議会木下裕之氏を中心に4人が農業支援担当。	・南信州へのこだわり、人へのこだわり、無添加・無農薬へのこだわり、土へのこだわりを重要視。
有限会社みさくぼアグリ倶楽部	静岡県浜松市水窪町奥領家 2507-4	水窪地域の農業者	・過疎化、高齢化に対応し、なんとか都市部との繋がりをつくり、水窪の魅力ある山の幸を届けるために活動を開始。山里のお茶、有機栽培完熟トマト等を栽培。
遠州縞プロジェクト	静岡県浜松市東区半田山 2-24-3 ぬくもり工房内	繊維関係事業者、デザイナー、市民	・衰退した遠州地域の伝統の綿織物「遠州縞」「遠州綿紬」を復活させようと集まったメンバー（繊維の専門家、事業者、デザイナー、市民）によって平成 17 年開始。
有限会社あちの里	長野県下伊那郡阿智村伍和 5571-1	社員 11 名	・「安心・安全の商品は土作りから」を基本に、完熟堆肥を使用し生産されたトマト、大豆を使用した関連商品の加工を手掛ける。
栗崎園	静岡県浜松市天竜区春野町宮川 537	春野の農業者	・衰退する春野の緑茶生産を、山ならではの生産方法、適切な肥料使用などの研究と実践を通して、高品質な緑茶づくりを開始。

三遠南信地域の大手スーパー等に対するヒアリング調査

地域	実施店舗等
東三河地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・株式会社渥美フーズ（愛知県田原市）</li> <li>・豊橋農業協同組合（愛知県豊橋市）</li> <li>・株式会社豊橋トーエー（愛知県豊橋市）</li> <li>・株式会社ヤマナカ（愛知県名古屋市）</li> <li>・株式会社サンヨネ（愛知県豊橋市）</li> <li>・アピタ向山店（愛知県豊橋市） アピタ豊川店（愛知県豊川市） アピタ蒲郡店（愛知県蒲郡市）</li> <li>・ピアゴ豊川店（愛知県豊川市） ピアゴ国府店（愛知県豊川市） ピアゴ大清水店（愛知県豊橋市） ピアゴ新城店（愛知県新城市）</li> </ul>
遠州地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アピタ初生店（静岡県浜松市） アピタ浜北店（静岡県浜松市）</li> </ul>
南信州地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・みなみ信州農業協同組合（長野県飯田市）</li> <li>・南信州ファームプロダクツマーケット（愛知県名古屋市）</li> <li>・アピタ飯田店（長野県飯田市） アピタ高森店（長野県下伊那郡高森町）</li> </ul>
圏域外	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旬楽膳（ナチュラルフードストア）（愛知県一宮市）</li> <li>・和楽（純正な食品の専門店）（愛知県一宮市）</li> <li>・おかみさんショップ・ふるさとプラザ（愛知県一宮市）</li> </ul>

# 第1章 三遠南信地域における特色ある少量分散型地域資源の

## 賦存状況と諸課題

### 1. 特色ある少量分散型地域資源の賦存状況

#### (1) 特色ある少量分散型地域資源の賦存状況

三遠南信地域には、工場、農家等で少量しか製造、栽培されていない商品（農林水産物、加工食品等）や各地区の婦人会や一般家庭等で作られ、今後、需要開拓が期待されている地域物産が多数存在している。こうした物産の多くは一箇所で集中的に生産、栽培されているのではなく、分散的に生産、栽培されているという性格を持つものである。本調査では、それを「少量分散型地域資源」と称する。

三遠南信地域における少量分散型地域資源について、各種資料等、並びに市町村、商工会・商工会議所、農協・漁協・森林組合等に対して実施したアンケート調査による少量分散型地域資源の事例を表1-1-1に示した。その特徴は図1-1-1及び以下に示したとおりである。

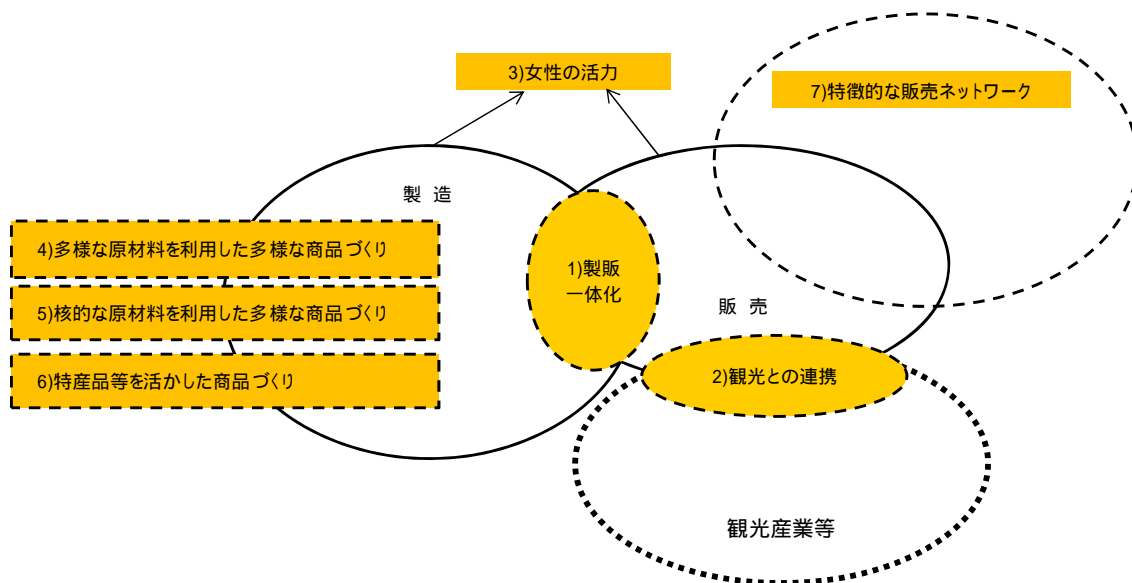


図 1-1-1 少量分散型地域資源を活かした事業活動の特徴

#### 1) 製造（栽培を含む）・販売の一体化による活動（製販一体化）

自ら栽培した農産物や、それを利用した加工品づくりを自ら行うとともに、産地直売所や道の駅を活用した出荷・販売や、特定の場所での飲食機会を提供している。また、原材料調達の不安がなく、直ぐに原料を調達でき、その場で加工することで流通コストを抑制できるメリットがある。

しかしながら、販売拠点としては地元の産地直売所等を活用していることが多く、広域的な販路拡大に至っている例はほとんどなく、消費者ニーズを的確に把握したり、販売拡大を行うまでには至っていない。

## 2)異分野との連携による活動（観光との連携）

食を巡る消費者ニーズの変化は観光の形態にも影響を与えており、食と観光を組み合わせた観光ツアー等が多くなっている。これまでの観光では、「食材の購入、食べる」等が、これからの観光は「観るだけでなく体験する、学習する」等が盛り込まれている（プロセスを大切にするビジネス等）。例えば、農事組合あじさいグループでは、食材づくりに加え、レストラン分野に進出しており、トンキラ農園農事組合法人でも飲食機能を持つようになっている。こうした食品加工・販売、飲食、観光等と連携した事業展開が様々な地域で行われている。

## 3)元気な女性による活動（女性の活力）

本資源では、女性が中心となった事業が多い。これは、女性は普段から家庭内で食事をつくっていること、子供の食事に関する健康管理に気遣っていること等が多いことや、加工品の多くは、手作りが中心であり、手先の器用さが強みとなっていることが要因と考えられる。

また、手作りと大がかりな設備を利用しないことは、高齢者でも事業活動に参画し易く、高齢化が進む中山間地域等では「じば産業」（爺婆[じじばば]産業）として展開していくことも重要である。

## 4)複数の原材料を活用した活動（多様な原材料を利用した多様な商品づくり）

地場の野菜等を利用した漬物づくり等では、複数の商品づくりを手がけることが多くなっている。これは地場にある様々な野菜等を利用していきたいという考え方と、手作りが中心であるため、作り手の創意工夫の余地があり、比較的容易に新しい商品づくりを手がけられることが要因として考えられる。

一方で、様々な商品づくりを進めることは、多くの人から関心を惹くこととなり、事業参画者を増やし易い等の効果も期待できると考えられる。

## 5)核的な原材料を中心とした商品づくり（核的な原材料を利用した多様な商品づくり）

様々な原材料を利用した商品づくりが進む一方で、核的な原材料を利用した商品づくりも進んでいる。「下久堅の食を考える会」では、地元の梅を核として、梅漬け、ドライフルーツ、梅ジャム等の商品づくりを行っており、単品での販売の他、それを組み合わせた商品（セ

ット商品)づくりも進めている。

核的な原材料を利用した複数商品のセット販売では、売れ行きが悪い商品と良い商品を織り交ぜることにより、売れ行きが悪い商品の販売促進に繋げるとともに、他の原材料を利用した商品と組み合わせることにより、新しい商品づくりにも繋がる。

#### 6)特色ある原材料を利用した商品づくり(特産品等を活かした商品づくり)

清内路村の「赤根大根」を利用した焼酎、規格外のジャガイモを利用した三方原ポテトチップ等、特徴的な地域資源(伝統野菜)や販路が極めて少ない地域資源(規格外品)を活用した商品づくりが行われている。伝統野菜の活用は、他地域で生産される類似商品との差別化を促す重要な要素となり、規格外品の活用は生産農家の収益増加を促すこととなる。

#### 7)同業種ネットワーク化によるブランド化・販路拡大(特徴的な販売ネットワーク)

三遠パン屋マイスターズクラブでは、個々のパン屋が持つ製造技術を活かし、特徴的な原料(有機・無農薬野菜、無添加食材等)を活用した職人ネットワークによるブランド化と販路拡大に取り組んでおり、特に高価なパンは大都市を中心に売れていると報告されている。また、地場のジャガイモを利用した三方原ポテトチップスでは、地域の酒屋ネットワークに限定した販売を展開しており、これがブランド価値を高めることにも繋がっている。

表 1-1-1 地域資源を活用した商品・活動事例

	名称	場所	概要
東 三 河 地 域	三遠パン屋マイスターズクラブ	豊橋市	三遠パン屋マイスターズクラブは、三遠地域において、こだわりの手作りパン職人が、「健康にやさしいパン」「おいしいパン」づくりを合言葉に、有機・無農薬野菜、無添加食材、地元の素材などを使い、誰でも安心して食べられるパンを全国の皆さまに提供しようと立ち上げた全国でも珍しいパン職人のグループ。同クラブでは、都会では絶対にできない、田舎でしか作ることのできない「本物の味」の提供を目指している。
	農村輝きネット・しんしろ 荷互奈	新城市	休耕田を荒らさないために、自分たちで作った作物を自分たちで出荷しよう、そんな思いから集まった49人が結成したグループ。国道257号沿いに位置するため、257の数字にちなみ、「地域の『荷』をお『互』いに知恵と汗で『奈』んとか創りましょう」という意味を込めて「の～まんばざ～る荷互奈(にこな)」と名付けた。無人販売所から始まり、現在は「食工房しきさい」で地元農産物を活用した加工品の製造販売を実施。平成7年に、丹波篠山から導入した黒豆は、11月上旬に黒大豆として収穫され、平成12年から「黒大豆」のオーナー農園を開始。現在、鳳来地域の特産品となり、「黒大豆」、「黒大豆愛す(アイス)」、「黒豆入り山菜おこわ」として販売。 
	新城市桜淵加工組合	新城市	「農村輝きネット・新城」の有志が立ち上げた加工組合。旬の農産物を使ったお惣菜やお菓子、漬物などを販売するほか、五平餅や蕎麦打ちなどの体験も受け入れている。 平成3年に15人で立ち上げ、現在は実質10人ほどで運営。立ち上げ当初は組合員の出資金に加え県と新城市の補助金を利用したが、現在は自立運営。商品は「グリーンセンターしんしろ」と「こんたく長篠」で販売するほか、東名高速新城パーキングエリア、大府、長久手、安城等の尾張方面など広い範囲で販売。 
	勇気工房	新城市	道の駅「つくで手づくり村」を拠点に活動する元気なグループ。水田の転作作物である大豆を活用した味噌をはじめ、こんにゃくやキムチなどを加工・販売。看板の「長者味噌」は、作手産の大豆とミネアサヒ米を使い昔ながらの製法で作られる手づくり味噌で、ロングヒット商品である。 
	ママ工房 やまびこ	設楽町	愛知東農協の女性起業支援活動で誕生した女性起業グループ「ママ工房やまびこ」が、地元農産物を利用した農産加工品の製造に取り組み、平成16年4月25日に同農協が東栄町で開催した農協まつりでの販売を皮切りに本格的に活動を開始。この組織は、平成15年秋に同農協が女性部員の中から募ったもので、設楽町及び津具村の5名の女性で結成。旧設楽町農協時代に同町内に設けられた農産物加工施設を改造し、山菜おこわ、かしわもち、からすみ(米粉を練って蒸したもの)などの加工を実施。 同グループのメンバーの1人は20年以上も古代米(黒米)を作付けしており、これらの加工品はいずれもこの古代米を利用。当面は同農協のグリーンセンターを販売拠点に営業を進め、たくわん漬「うまいのん」の加工の再開、高齢者世帯への弁当の製造・販売等検討。

	名称	場所	概要	
東三河地域	せせらぎグループ (設楽町)	設楽町	<p>山間の畑に、青々とした葉が繁るエゴマの実をしばってとるエゴマ油が健康に良いとして注目され、都市部の人もその名を知るようになった。</p> <p>設楽町神田(かだ)・平山地区の農家の女性たちで作る「農村輝きネットしたら せせらぎグループ」は、このエゴマ油を使ったドレッシングを開発。獣害に強いことから新しく奨励作物になったエゴマの活用法を考えようと始まった取り組み。平成13年のはじめごろから試作をはじめ、3年かけて完成。エゴマの実を絞ってとるエゴマ油を脱臭、脱酸素処理し、しょうゆや酢、柚子などを混ぜて製造(岡崎市の工場に製造を委託)。町内の直売所や商店で販売されるほか、注文による通信販売を実施。</p>	
	愛知東農協同組合	設楽町	<p>「しっかり熟してしまったために、遠方に出荷できなくなった桃太郎トマトを活用しようと始まった取り組みで、現在、農協の加工場で、村の女性たちがしばって製造。</p> <p>商品名は天狗の森とまとジュース。年間2.7万本を加工し、生産が需要に追いつかない時もある。とれたてのトマトをしばり、塩を少し加えるだけであるが、トマトが良いから味が市販品と全然違う。</p>	
	下田さん さん漬物ク ラブ	東栄町	<p>東栄町下田地区の農家の女性10人ほどが集まり、20年ほど前に結成された漬物クラブ。さんさの里にちなんで「さんさ漬物」と命名。余剰作物活用のために加工・販売活動を続けてきたが、メンバーが80代近くになってきたため解散。</p> <p>しかし、「名物のさんさ漬物がなくなってしまうのは寂しい」という声が高く、旧鳳来町からの依頼を受けてメンバーの一人だった丸山小梅さんが現在も漬け続けている。</p>	
遠州地域	地場のジャガイモを利用した三方原ポテトチップス	浜松市	<p>浜松市の三方原大地で栽培される三方原ジャガイモ(規格外)を使い、地域の農家、食品加工メーカー、地域の酒屋店が連携して新商品のポテトチップスを製造販売。販売先は、地域の酒屋店に限定。販売期間も5月～10月頃まで。平成19年度経済産業省地域資源活用新事業展開支援事業の採択、浜松市地域ブランド「やらまいか浜松」認定。</p>	



	名称	場所	概要	
遠州地域	NPO 法人 夢未来くんま（前身：熊地区活性化推進協議会）	浜松市	<p>お互いが助け合って生きられる地域づくりをしたいと思い、NPO 法人を設立。経済も心も豊かな活動、環境や人に対して優しい思い、まちづくりやふれあいに対しては楽しさを求めたいといった「豊・優楽・喜」を目指している。</p> <p>「熊」に住む住民は、自治会や公民館、PTA、社会福祉協議会、そして活性化事業のメンバーであり、水車部、しあわせ部、いきがい部、ふるさと部の4部制。水車部は、「くんま水車の里」、「かあさんの店」、物産館「ぶらっと」などを運営。「熊」は元気で、寝たきりの人は少ない。しあわせ部は、高齢者が月に1回集まり、昔話でもできる場を提供するため、いきがいハウス「どっこいしょ」（デイサービス）を開始。平成14、15年度は8カ所（各自治会の集会所）のデイサービスを実施。いきがい部は、交流推進やまちづくりに取り組んでいる。「ホタルを観る会」や「大感謝祭」などのイベントを企画、運営したり、ホームステイ等の窓口。ふるさと部は、土や水や緑、これを守っていこうと、体験型の環境学習、子どもの水辺事業を展開。</p>	 
	奥浜名湖みそまん物語	奥浜名湖観光連絡協議会	奥浜名湖観光連絡協議会(旧の引佐町・細江町・三ヶ日町の観光関連事業者が中心となり、平成17年3月に設立。観光振興、地域振興をめざす。)と旧3町の菓子製造・販売店が連携し、昔から地元で慣れ親しまれてきたみそまんじゅう12店舗の味をひとつ(12個入り)にまとめ、主に観光イベント・コミュニティイベント等で限定販売。奥浜名湖のPRに活用。(「やらまいか浜松」認定)	
	地場産フルーツマトを使ったゼリーづくり(NPO法人インカム)	磐田市	磐田市の子育て中の母親で組織するNPO法人インカムでは、地元のトマト農家約20戸、民間企業(磐田化学、磐田物産)と連携して、県西部地域で栽培されているフルーツマトを使ったゼリーを開発。子育て中の母親が空き時間を使ってでも働けるようインターネットを利用し、消費者の立場で使ってみたい、食べてみたいと思う商品を扱うネット販売店を運営。	
	地場のお茶を利用した「お茶カレー」	袋井市	袋井市の茶農家のU氏は、エコファーマーの認定を受け有機栽培のお茶の生産に取り組み、平成16年から粉末茶入り食品の開発に着手。これまでにお茶せんべい、お茶ビスケットを製品化し、新たにやぶきた種の粉末緑茶入りカレーを食品会社と共同で商品化。平成19年4月から同氏が経営する直売所「元気なあさば」やJR掛川駅、静岡駅、県内のスーパー等で販売し、好評を得ている。静岡県の観光協会との連携で、2009年開港予定の『静岡空港』でも販売決定している。	

	名称	場所	概要	
遠州地域	農事組合 あじさい グループ	森町	<p>平成元年、中山間地の天方地区で、食品添加物の弊害やスローフードの大切さを感じていた農村女性有志7人が、自分たちの食べる食品を安全な手作りのものにしようと、「あじさいグループ」の前身である「さざんかグループ」を発足。味噌から始まったレパートリーを漬物、惣菜こんにゃくなどへと広げ、味噌やそば打ちの原料となる大豆やそばの栽培にも挑戦。</p> <p>平成3年、「森町体験の里アクティ森」の建設をきっかけに、地元世帯が全て会員である「天方地区体験の里振興会」が組織され、地元一体となった取り組みが開始。さざんかグループは地場野菜の生産・加工品の販売を任せられ、新たなメンバーを加えて「あじさいグループ」として活動を開始。当初は運転資金として、グループの会員全員が一口5万円を出資。当初は採算性が厳しかったが、平成6年頃から効果が出始め、より安定した経営を目指すため農事組合法人に組織を再編。平成9年、アクティ森敷地内に加工品の販売や軽食を提供する「八角庵」を開業、続いて平成12年にアクティ森隣接地に、そば打ち体験施設および食堂「ほっとり」を開業するなど事業を拡大。平成19年、アクティ森内のレストラン「食体験ハウス『まんま mamma』」の経営も手がけるようになり、オープンして一年を経過し評判は上々。</p>	
	(有) 臼井 農園	飯田市	<p>ぶなしめじの栽培からはじめ、平成17年7月からきのこ農産物のきのこ加工品作りを開始。ここでは、取れたての新鮮なきのこや野菜を使い、だしは鰹節、煮干、昆布のあわせだしを、保存料や着色料は使っていない。醤油などの材料も天然素材の厳選したものを使得っており、少量生産である。産地直売所、通販により販売。</p>	
南信州地域	下久堅の 食を考 える会	飯田市	<p>地元の梅等を利用し、梅漬け各種、UME ドライフルーツ、梅ジャム、梅肉エキス、梅酢味噌ドレッシングの製造。</p>	
	湯ヶ洞お やきの会	高森町	<p>平成6年、牛牧地区の女性だけで会を設立。施設も自己資金で建設。許可は菓子業と惣菜と飲食業を取っている。昼間は農業をして、朝5時に起きて加工所へ行く。主な商品はおやき、餅菓子、こんにゃくで、産地直売所、店舗で販売。</p>	

	名称	場所	概要
南 信 州 地 域	農事組合 あなん	阿南町	<p>同町町議や商工関係者などが、平成 15 年 8 月に「阿南活性化委員会」を結成し、「町の顔となる特産品」として、地元で生産した米を使用し健康で安全・安心なこだわりを持った手作りの「発芽玄米パン」の製造・販売を決定。平成 17 年 2 月 27 日には、「農事組合法人あなん」(住民 128 人が共同出資)を設立し、同年 3 月 7 日から同町新野の道の駅とかじかの湯で販売を開始。パンに使用される粉は、同町に本社を持つ阿南工業㈱(健康機器の製造)の富草工場が、みなみ信州農業協同組合を通して仕入れた水稻の「秋晴」(全量が阿南町産)を発芽玄米に加工して製粉した「発芽玄米の粉」が使用され、同町の個人所有の空加工場を利用した「こだわり工房ふる里」(約 40 m<sup>2</sup>)で「発芽玄米パン(蒸しパン)」の農家女性 6 名により製造。</p>
	赤根大根 を利用 した焼 酎 づくり	清内路村	<p>清内路村長の提案で「赤根大根」(同村で栽培されている在来種の「かぶ」で、根は赤色で形状は大根に似ており、平成 19 年に長野県の伝統野菜に選定)を有効活用するため、平成 16 年に飯田市内の酒造会社と協同で焼酎「あかねちゃん」を開発。平成 19 年 10 月から木樽で熟成させた焼酎「大人になったあかねちゃん」は人気を得ている。独特な味わいが人気を集め販売が軌道に乗りつつあること、阿智村に合併することを踏まえ、村が担っている製造や販売量の調整などを新組織が引き継ぐ。</p>
	(有)あち の里	阿智村	<p>契約農家栽培のトマトで作ったジュースやトマトケチャップ、地元長野産の玄米・大豆を使用した玄米こうじ味噌、惣菜、漬物などを加工販売。トマトケチャップ:ピザソース感覚のスパイシー風・素材の味をいかしたマイルド風(トマトジュース 農家 14 件と契約栽培し、完熟トマトだけで仕上げた濃厚なトマトジュース)・玄米こうじ味噌:地元の玄米・大豆を使用し、麹から製造。ミネラル・ビタミン豊富な味噌。</p>
	トンキラ 農園農事 組合法人	阿智村	<p>山村の農業現場(遊休荒廃地など)を活用し、山村の景観保全や山村文化の伝承を基調に、内外の人々との参加と交流に経済的成立をねらい、複合農園にするため、平成 3 年 8 月に農事組合法人を設立。「トンキラ」とは、昔から浪合村に伝わるししおどしの原理で動く精米製粉機のこと、「唐臼」とも書く。農園には山村料理を提供したり、農産加工品を販売する本館(郷土文化保存伝習施設)をはじめ、トンキラ小屋(精米製粉機があり実際に使用できる)、工房ほだび(天然酵母のパン屋さん)、炭焼き小屋の施設のほか、簡易宿泊施設や羊牧場、農園などがある。農園では、多様な野菜等を栽培しているが、市場には出荷せずに、経営するレストランで利用されたり、レストランに来店したお客が購入。野菜はすべて自家消費なので、見てくれを気にせず、農薬の使用を極力おさえた野菜作りを行える。化学調味料を一切使用せず、野菜の味を生かした自然の味付けにこだわっている。作っているのは 60~70 代のおばあちゃんて主要なメニューである「トンキラ定食」(ヤマメ、こもどうふ、花豆、五平もち、きびだんご、味噌汁、漬物)や「五平餅定食」「こびき・あわ定食」「とろろ定食」、山菜やきのこ、栗めし等がある。</p>



加工場内部の様子



大人になったあかねちゃん



	名称	場所	概要	
南 信 州 地 域	下條ふるさとうまい会	下條村	「道の駅信濃路下條」「そばの城」「遊牧館」のオープンに伴い、村を訪れる人に地元の農作物のことをもっと知ってもらおうと、村全体に呼びかけて設立。敷地 10 坪ほどの小さな店舗を構え、会員（農家）が毎日運んでくれる新鮮で格安な地元農産物をはじめ、地元の原材料を利用した加工手芸品等の販売、加工部のメンバーが作る「そば万十」「よもぎっこ万十」等の販売。活動は、村民に新たな仕事や村づくりに参加するきっかけを提供することで「生きがい」づくりの場になっている。「下條村からの贈り物（仮称）」の宅配計画をしている。	
	天龍村 柚餅子生産者組合	天龍村	昭和 50 年に地区の生活改善グループを母体として結成。「柚餅子」の開発は、過疎化が進む中、主婦の視点から地域の活性化を模索し、かつて地区に伝わりながら消えようとしていた武士の携帯食を後世に残そうと挑戦したのが始まり。最近、高齢者と子供達のふれあいによる山里文化の伝承、都市との交流、グリーンツーリズム活動等にも展開。柚餅子、五色みそ、五色飴、小梅漬け等をふれあいステーション龍泉閣、おきよめの湯 特産品販売所等で販売。	
	泰阜村 柚餅子生産者組合	泰阜村	昔は沢蟹やマタタビが名物であったが、地元から柚餅子を受け継いだ。柚餅子の商品化には 18 年かかり、家に 40 本の柚子の木があるが、不足分は村内や阿南町からも柚子を入手している。柚餅子は単価が高いため、出来るだけ大きい柚子を使いたい、小さい柚子ももったいないから使いたいと思い、柚子茶や梅と柚子のブレンドジュースも作って販売。県外へも真空パックで 3 分の 1 出荷。柚餅子は 1 1 月中旬から 3 月上旬までで、全部で 1.5 万個生産しており、労働力はピーク時で 3 人。	
	小池手作り農産加工所（有）	喬木村	社長の小池氏は、地域特産物マイスター、日本婦人有権者同盟飯伊支部長で、昭和 54 年から女性による集落営農などに取り組み始め、昭和 61 年に富田農産加工所設立に参加し、平成 5 年に独立し、平成 13 年に有限会社化。農家等が持ちこむ農産物をジュースやジャムに加工。農産加工は、規格外の物でも付加価値がつき、賞味期限も長くなり、オリジナル商品を作ることもでき、毎月の現金収入など、多くの利点がある。	
	農事組合 法人富田農産加工組合	喬木村	委託加工が主で、リンゴ、イチゴ、ブルーベリー、梅などジュースとジャムは頼まれれば何でも加工。ジュースは 1 リットル瓶が主であるが、飲み切りサイズの加工も手がけなければと、手動打栓機での加工も開始。店舗販売、通販等を実施。	
	豊丘村農産物加工組合	豊丘村	うまいもの加工塾の仲間から発足し、製造許可は瓶詰、缶詰加工と漬物、お味噌と惣菜。女性の元気が出るようにと村が建てた施設を借り、女性が中心になって活動。商品は味で勝負の福神漬であるが、冬の間だけの加工から年間を通じての加工にし、年間 2 トン程製造。お味噌は村で取れた大豆を使っており、自分達でも 20a 栽培。休耕田 60a に糯米を作っている。現在、農村交流センターだいちで販売しているが、販路開拓が問題。愛知県の給食会社と直接取引契約（平成 20 年 11 月）。	

出典：各種資料、インターネットホームページを利用して作成

## (2) 利活用が期待される産業資源等の賦存状況

### 1) 中小企業地域資源活用促進法による産業資源の指定状況

平成 19 年 6 月 29 日に施行された「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律（中小企業地域資源活用促進法）」（平成 19 年法律第 39 号）第 4 条の規定に基づき、「地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想」を都道府県が作成し、主務大臣（総務大臣、財務大臣、厚生労働大臣、農林水産大臣、経済産業大臣、国土交通大臣）の認定を受けている（表 1-1-2）。

三遠南信地域の特徴をみると、農林水産品では農業産地を形成している産物の指定や、伝統野菜等が指定されているとともに、野菜類、穀物類、花卉類、畜産類、魚介類（海域・内水面）等の多様な産業資源が指定されている。

また、加工品分野においても、食品（酒を含む）のみならず、繊維製品、木材、工業製品等が盛り込まれている。

### 2) 伝統野菜等の賦存状況

日本各地にはその風土に根付いた独自の食文化があり、その食文化の根底には地元で受け継がれている伝統野菜や数々の食材がある。

伝統野菜は、一般的に都道府県によって指定されており、愛知県は 35 種類、静岡県は 1 種類、長野県は 56 種類が指定されている（表 1-1-3）。こうした中、三遠南信地域には東三河地域で 5 種類（全体の 14%）、南信州地域で 21 種類（同 38%）がある。

また、遠州地域の伝統野菜には「水菜」が指定されているが、それ以外に「海老芋」が産地として有名であるが、これらはいずれも「京野菜」とも呼ばれている。

こうした伝統野菜等は、特徴ある地域資源であるため、利活用を進めながら、商品の差別化・個性化等の特色を出していくことが重要である。

表 1-1-2 地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想に指定されている商品等

【農林水産品】

		東三河地域	遠州地域	南信州地域
地域限定	野菜類等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・米(新城市、設楽町)</li> <li>・キャベツ(豊橋市、田原市)</li> <li>・だいこん(田原市)</li> <li>・トマト(豊橋市、田原市、豊川市、新城市、設楽町)</li> <li>・大葉(豊橋市、豊川市)</li> <li>・グリーンアスパラ(豊川市)</li> <li>・自然薯(新城市)</li> <li>・茶(新城市、豊橋市、豊川市、田原市)</li> <li>・天狗なす(設楽町)</li> <li>・八名丸里芋(新城市)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三方原馬鈴薯(浜松市)</li> <li>・黒大豆(袋井市)</li> <li>・海老芋(磐田市)</li> <li>・白ねぎ(磐田市)</li> <li>・たまねぎ(浜松市)</li> <li>・スイートコーン(森町)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・源助かぶ菜(飯田市、泰阜村、下條村)</li> <li>・下栗二度芋(飯田市)</li> <li>・くだりさわ(飯田市)</li> <li>・鈴ヶ沢なす(阿南町)</li> <li>・清内路きゅうり(清内路村)</li> <li>・清内路かぼちゃ(清内路村)</li> <li>・赤根大根(清内路村)</li> <li>・清内路黄いも(清内路村)</li> <li>・平谷いも(平谷村)</li> <li>・親田辛味大根(下條村)</li> <li>・むらさきいも(売木村)</li> <li>・ていざなす(天龍村)</li> <li>・天龍村飯田冬菜(下伊那地域)</li> <li>・本しま瓜(下伊那地域)</li> <li>・きゅうり(下伊那地域)</li> <li>・トマト(下伊那地域)</li> </ul>
	果実類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・渥美の刈刈(田原市)</li> <li>・いちご(蒲郡市、豊川市、豊橋市、新城市)</li> <li>・富有柿、次郎柿(豊橋市、新城市)</li> <li>・蒲郡みかん(蒲郡市、豊川市)</li> <li>・ブルーベリー(豊根村、設楽町、新城市)</li> <li>・梅(新城市)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・静岡温室刈刈(袋井市、磐田市、掛川市、森町、浜松市)</li> <li>・次郎柿(浜松市、磐田市、森町)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・南水梨(飯田市、高森町、松川町、下條村)</li> <li>・竜峡小梅(飯田市、天龍村、松川町、豊丘村)</li> <li>・下伊那地域のなし(下伊那地域)</li> </ul>
	花卉類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スプレー菊(豊川市)</li> <li>・電照菊(田原市)</li> <li>・バラ(豊川市、豊橋市、田原市)</li> <li>・鉢花(田原市)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・バラ(掛川市)</li> <li>・ガーベラ(浜松市)</li> </ul>	
	畜産類	<ul style="list-style-type: none"> <li>・豊橋うずら(豊橋市)</li> <li>・赤どり(田原市)</li> <li>・みかわボーク(田原市)</li> <li>・鳳来牛(新城市)</li> <li>・田原牛(田原市)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・南信州牛(飯田市、高森町、阿智村、売木村、豊丘村)</li> </ul>
	魚介類等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・あさり(田原市、蒲郡市)</li> <li>・シラス(田原市)</li> <li>・ニギス(蒲郡市)</li> <li>・のり(田原市)</li> <li>・メヒカリ(蒲郡市)</li> <li>・絹姫サメ(設楽町)</li> <li>・鳳来マス(設楽町)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・浜名湖うなぎ(浜松市、新居町)</li> <li>・すっぽん(浜松市)</li> <li>・シズ(浜松市、磐田市、新居町)</li> <li>・浜名湖あさり(浜松市、新居町)</li> <li>・カキ(浜松市、新居町)</li> <li>・遠州灘天然とらふぐ(浜松市)</li> <li>・浜名湖アオリ(浜松市)</li> </ul>	
	その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・へぼ(ナスガキ)(新城市)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・蜂の子(下伊那地域)</li> <li>・ざざむし(下伊那地域)</li> </ul>
全県指定		野菜類等：静岡茶 果実類等：静岡いちご、静岡みかん	野菜類等：レタス、セロリ、野沢菜、キャベツ、トマト、アスパラガス、パセリ、はくさい、わさび、薬用人参、ながいも、米、麦、大豆、信州そば、あわ、きび 果実類等：りんご、ぶどう、もも、なし、ブルーベリー、プルーン、あんず 畜産品等：牛、豚、信州黄金シャモ、信州ジビエ、牛乳 魚介類等：いわな、にじます、うぐい、シノヰマス、信州サメ 林産品等：ぶなしめじ、えのきだけ、エノキ、信州ガマツ、まつたけ	

出典：愛知県、静岡県、長野県の「地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想」を利用して作成

【鋳工業品または鋳工業品の生産に係る技術】

		東三河地域	遠州地域	南信州地域
		名称 地域産業資源に係る地域	名称 地域産業資源に係る地域	名称 地域産業資源に係る地域
地域 限定	食材等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・愛知のしょうゆ（豊橋市、豊川市、蒲郡市、小坂井町）</li> <li>・愛知の清酒（豊橋市、新城市、豊川市、蒲郡市、設楽町、東栄町）</li> <li>・愛知の豆みそ（赤みそ）（豊橋市、豊川市、蒲郡市、小坂井町）</li> <li>・稲荷ずし（豊川市）</li> <li>・蒲郡みかんわいん（蒲郡市）</li> <li>・きしめん（豊橋市、新城市、蒲郡市）</li> <li>・豊橋ちくわ（豊橋市）</li> <li>・豊橋のゼリー（豊橋市）</li> <li>・三河つくだ煮（豊橋市、豊川市）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・浜松餃子（浜松市）</li> <li>・みそまん（浜松市）</li> <li>・袋井宿たまごふわふわ（袋井市）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・馬刺（下伊那地域）</li> <li>・五平餅（下伊那地域）</li> <li>・市田柿（下伊那地域）</li> </ul>
	それ以外（機械類を除く）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・三河の綿スフ織物（蒲郡市、豊川市）</li> <li>・三河のローブ・網（豊橋市、豊川市、新城市、小坂井町、蒲郡市）</li> <li>・三河花火（豊川市、豊橋市、蒲郡市）</li> <li>・三河仏壇（豊橋市、豊川市、蒲郡市、新城市、田原市）</li> <li>・三河木綿（蒲郡市、豊川市）</li> <li>・豊橋筆（豊橋市、豊川市、蒲郡市、新城市、田原市、小坂井町）</li> <li>・木製家具（豊橋市、豊川市）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・森山焼（森町）</li> <li>・ざざんざ織（浜松市）</li> <li>・浜松注染そめ（浜松市）</li> <li>・掛川手織葛布（掛川市）</li> <li>・遠州鬼瓦（袋井市）</li> <li>・遠州織物（浜松市、磐田市、袋井市、森町、掛川市、菊川市、御前崎市、湖西市、新居町）</li> <li>・天竜材（杉・ひのき）（浜松市、森町）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・飯田水引（飯田市）</li> <li>・飯田紬（飯田市）</li> </ul>
	機械類等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・鋳物（蒲郡市、豊川市、豊橋市）</li> <li>・チタン製高度部材（豊橋市、蒲郡市、豊川市、新城市）</li> <li>・三河の光学機器（豊橋市、豊川市、蒲郡市）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・楽器（浜松市、磐田市、新居町）</li> </ul>	
全県指定		食材等：和菓子 その他：一般産業用機械、金型、金属加工機械、自動車部品、繊維機械、建具、プラスチック	食材等：駿河湾海洋深層水、清酒 その他：木工機械、自動車・自動車部品、二輪車（モーターサイクル）、杉材（しずおか優良木材）、ひのき材（しずおか優良木材）	食材等：信州みそ、信州そば、信州しょうゆ、信州豆腐、信州野沢菜漬け、梅漬け、おやき、凍み豆腐、県産地呼称管理制度認定ワイン、県産地呼称認定日本酒、県産地呼称認定焼酎、県産地呼称認定シードル、信州清酒、信州の地ビール、信州のミネラルウォーター（地下水・湧水） その他：ワイシャツ、革製品、ニット製品、草木染製品、染色製品、県産生糸、スポーツ用品、信州のクラフト、楽器、信州木材認証製品、信州の木工品、信州家具 県産建具、自動車部品

出典：愛知県、静岡県、長野県の「地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想」を利用して作成

【文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源】

	東三河地域	遠州地域	南信州地域
	名称・地域	名称・地域	名称・地域
温泉	形原温泉(蒲郡市)、蒲郡温泉(蒲郡市)、西浦温泉(蒲郡市)、三谷温泉(蒲郡市)、湯谷温泉(新城市)	館山寺温泉(浜松市)、弁天島温泉(浜松市)	昼神温泉(阿智村)
水辺	赤羽根海岸のロングビーチ(田原市)、伊良湖岬(田原市)、蒲郡地区マリナー(海陽、三谷、蒲郡、西浦(蒲郡市))、竹島(蒲郡市)、三河大島(蒲郡市)	駿河湾(御前崎市)、浜名湖(浜松市、湖西市、新居町)、遠州灘海岸(浜松市、御前崎市、掛川市、袋井市、磐田市、新居町、湖西市)、中田島砂丘(浜松市)	天竜川(飯田市、松川町、高森町、阿南町、下条村、天龍村、泰阜村、喬木村、豊丘村)
公園・自然等	御油の松並木(豊川市)、桜淵公園(新城市)、三ヶ根山(蒲郡市)、新城総合公園(新城市)、茶臼山高原(豊根村)、東三河ふるさと公園(豊川市)、鳳来寺山(新城市)、本宮山(豊川市)、面ノ木園地(設楽町)、きららの森(設楽町)、宮路山(豊川市)	奥大井県立自然公園(浜松市)、アクティ森(森町)、戦国夢街道ハイキングコース(森町)、小笠山総合運動公園(袋井市)、湖西連峰(湖西市)、遠州三山(袋井市)	北アルプス(下伊那地域)、天竜峡(飯田市)、りんご並木通り(飯田市)、旧東山道(21世紀東山口マン)(阿智村)
祭り	蒲郡手筒花火まつり(蒲郡市)、蒲郡まつり(蒲郡市)、設楽のしかうち行事(東栄町、新城市)、花祭(東栄町、設楽町、豊根村)、三河の手筒花火(豊橋市、豊川市、小坂井町)、三谷祭(蒲郡市)、南設楽のほうか(新城市)、三河の田楽(新城市、設楽町)、豊橋発祥のええじゃないか(豊橋市)、福寿稲荷ごりやく市(蒲郡市)、参候祭(設楽町)、三河大島いかだレース大会(蒲郡市)、チェンソーアート競技大会(東栄町)、エリカカップヨットレース(蒲郡市)	ふくろい遠州の花火(袋井市)、遠州新居の手筒花火(新居町)、三社祭礼囃子(掛川市)、遠州森町の舞楽(森町)	
その他	豊川稲荷(豊川市)、阿寺の七滝(新城市)、三河国分寺跡(豊川市)、三河国分尼寺跡(豊川市)、明神山と振草溪谷(東栄町)、乳岩及び乳岩峡(新城市)、東栄町のさいの神(東栄町)、長岡の産小屋(東栄町)、須佐之男神社のアヤスギ(東栄町)、下粟代のイチイ(東栄町)、財賀寺(豊川市)、三明寺(豊川市)		

出典：愛知県、静岡県、長野県の「地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想」を利用して作成



表 1-1-3 伝統野菜等の賦存状況

県	内 容																																	
愛知県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 伝統野菜の定義は、今から 50 年前には栽培されていたもの、地名、人名がついているものなど愛知県に由来しているもの、今でも種や苗があるもの、種や生産物が手に入るものであり、現在 35 品種が選定されている。</li> <li>・ この地にゆかりのある「信長・秀吉・家康」の三英傑を「愛知の歴史・伝統」に置き換え、キャラクターマークを設定したりして、啓発普及を進めている。</li> </ul> <p>東三河地域の伝統野菜</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>品目</th> <th>品種</th> <th>産地</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>さといも</td> <td>八名丸</td> <td>新城市</td> </tr> <tr> <td>なす</td> <td>天狗</td> <td>設楽町、東栄町、豊根村</td> </tr> <tr> <td>トマト</td> <td>ファースト</td> <td>豊橋市、宝飯郡、渥美地域</td> </tr> <tr> <td>メロン</td> <td>渥美アールスメロン</td> <td>渥美地域</td> </tr> <tr> <td>えんどう</td> <td>渥美白花絹莢えんどう</td> <td>渥美地域</td> </tr> </tbody> </table>	品目	品種	産地	さといも	八名丸	新城市	なす	天狗	設楽町、東栄町、豊根村	トマト	ファースト	豊橋市、宝飯郡、渥美地域	メロン	渥美アールスメロン	渥美地域	えんどう	渥美白花絹莢えんどう	渥美地域															
品目	品種	産地																																
さといも	八名丸	新城市																																
なす	天狗	設楽町、東栄町、豊根村																																
トマト	ファースト	豊橋市、宝飯郡、渥美地域																																
メロン	渥美アールスメロン	渥美地域																																
えんどう	渥美白花絹莢えんどう	渥美地域																																
静岡県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 磐田市付近は、京野菜の「海老芋」の産地である。</li> </ul> <p>伝統野菜として、「水かけ菜」があるが、産地は御殿場地域である。</p>																																	
長野県	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 信州の伝統野菜は、地域の食文化とともに生まれ、他にはない多彩な味と香りを持つこと、時代の流れとともに多くの地方種が淘汰されていった中で、限られた地域で今日まで脈々と伝えられてきた貴重な品種であること、地域の気候風土に適応した適地適作で栽培される野菜といった「来歴」・「食文化」・「品種特性」の基準を満たした野菜を指す。一定の基準を満たす野菜の情報提供を受け、伝統野菜の生産・流通・消費に精通する専門家で構成する信州伝統野菜認定委員会にて「信州の伝統野菜」に選定する。</li> <li>・ 選定された「信州の伝統野菜」を伝承地栽培している生産者グループ（生産組織、農協、市町村等）は、認定基準を満たしている場合、伝承地栽培認定を受けるための申請をすることができ、認定を受けた「信州の伝統野菜」を出荷・販売するとき、「信州の伝統野菜伝承地栽培認定証票」（いわゆる認定マーク）を表示することができる。</li> </ul> <p>南信州地域の伝統野菜</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>品目</th> <th>品種</th> <th>産地</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>漬け菜</td> <td>飯田かぶ菜源助蕪菜 飯田冬菜 野沢菜</td> <td>飯田市、下伊那全域 飯田市、下伊那全域 野沢温泉村、県全域</td> </tr> <tr> <td>なす</td> <td>ていざなす 鈴ヶ沢なす鈴ヶ沢の地ナス</td> <td>天龍村 阿南町</td> </tr> <tr> <td>きゅうり</td> <td>清内路きゅうり 伍三郎うり 鈴ヶ沢うり 中根うり</td> <td>清内路村 天龍村神原 阿南町和合 飯田市南信濃和田</td> </tr> <tr> <td>かぼちゃ</td> <td>清内路かぼちゃ</td> <td>清内路村</td> </tr> <tr> <td>うり</td> <td>本しま瓜</td> <td>飯田市、下伊那全域</td> </tr> <tr> <td>ばれいしょ</td> <td>下栗芋（下栗二度芋） むらさきいも 清内路黄いも 平谷いも くだりさわ</td> <td>飯田市上村下栗 売木村 清内路村 平谷村 飯田市、南信濃</td> </tr> <tr> <td>大根</td> <td>親田辛味大根</td> <td>下條村</td> </tr> <tr> <td>かぶ</td> <td>赤根大根（清内路蕪）</td> <td>清内路村</td> </tr> <tr> <td>ねぎ</td> <td>千代ねぎ</td> <td>飯田市竜東地区（千代、千栄、龍江）</td> </tr> <tr> <td>さといも</td> <td>あかたつ（唐芋）</td> <td>木曾地域、上伊那・下伊那地域</td> </tr> </tbody> </table>	品目	品種	産地	漬け菜	飯田かぶ菜源助蕪菜 飯田冬菜 野沢菜	飯田市、下伊那全域 飯田市、下伊那全域 野沢温泉村、県全域	なす	ていざなす 鈴ヶ沢なす鈴ヶ沢の地ナス	天龍村 阿南町	きゅうり	清内路きゅうり 伍三郎うり 鈴ヶ沢うり 中根うり	清内路村 天龍村神原 阿南町和合 飯田市南信濃和田	かぼちゃ	清内路かぼちゃ	清内路村	うり	本しま瓜	飯田市、下伊那全域	ばれいしょ	下栗芋（下栗二度芋） むらさきいも 清内路黄いも 平谷いも くだりさわ	飯田市上村下栗 売木村 清内路村 平谷村 飯田市、南信濃	大根	親田辛味大根	下條村	かぶ	赤根大根（清内路蕪）	清内路村	ねぎ	千代ねぎ	飯田市竜東地区（千代、千栄、龍江）	さといも	あかたつ（唐芋）	木曾地域、上伊那・下伊那地域
品目	品種	産地																																
漬け菜	飯田かぶ菜源助蕪菜 飯田冬菜 野沢菜	飯田市、下伊那全域 飯田市、下伊那全域 野沢温泉村、県全域																																
なす	ていざなす 鈴ヶ沢なす鈴ヶ沢の地ナス	天龍村 阿南町																																
きゅうり	清内路きゅうり 伍三郎うり 鈴ヶ沢うり 中根うり	清内路村 天龍村神原 阿南町和合 飯田市南信濃和田																																
かぼちゃ	清内路かぼちゃ	清内路村																																
うり	本しま瓜	飯田市、下伊那全域																																
ばれいしょ	下栗芋（下栗二度芋） むらさきいも 清内路黄いも 平谷いも くだりさわ	飯田市上村下栗 売木村 清内路村 平谷村 飯田市、南信濃																																
大根	親田辛味大根	下條村																																
かぶ	赤根大根（清内路蕪）	清内路村																																
ねぎ	千代ねぎ	飯田市竜東地区（千代、千栄、龍江）																																
さといも	あかたつ（唐芋）	木曾地域、上伊那・下伊那地域																																

出典：愛知県、長野県等のホームページを利用して作成

## 2. 少量分散型地域資源の販路拡大に向けた諸課題

### (1) 少量分散型地域資源の特徴（強み、弱み）

少量分散型地域資源を活用した事業展開では一般的に以下のような強み・弱みが考えられる（表 1-2-1）。このため、少量分散型地域資源の販路拡大や商品づくりに向けては、この「強み」を活かし、「弱み」を克服していくような事業活動形態のモデルを構築していくことが重要である。

表 1-2-1 少量分散型地域資源を活用した商品等の強み・弱み

区分	強み	弱み
ロット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・身近に地域資源を自ら保有することが多いため、特徴的な試作品づくりや商品づくりを比較的容易に実施できる。</li> <li>・少量生産であるため、高度な生産システムの導入を行う必要が低く、高価で効率的な設備の導入よりは手づくり（手作業）による方法の方が全体的な投資コストの低減化となる。</li> <li>・小ロットであることが、商品の希少性を高めることに繋がり、ブランド化を進める要素にもなる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産活動等に対して、機械化・システム化による合理化・効率化が難しく、生産性の向上が難しい。</li> <li>・小ロット生産では大きな収益は期待できないため、仮に機械化・システム化を推進しても投資に対する回収が難しくなる。</li> <li>・小ロットの程度にも依るが、余り少なすぎると機械導入自体が難しくなり、生産性の向上や、高付加価値化も期待できなくなるものが予想される。</li> </ul>
組織・計画性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・比較的少人数で事業活動を行え、身近なグループ活動の一環としても進めやすいため、事業の参加者を募りやすい。</li> <li>・少人数であるために、事業活動の意思決定が単純化でき、臨機応変に事業変更等を行い易い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・経営的なセンスを持つ人材が参加していないことが多いため、原材料の調達～加工～出荷等に至る一連の作業内容、取引事業者との契約手続き等を含めた事業計画の立案が難しいため、事業資金の融資等を得ることが難しい。</li> <li>・事業継続性に対する意識が低いことが多いため、将来的な投資、人材育成等の対応を考えていくことが難しい。</li> <li>・経営者感覚が低い代表者では、意思決定に対する責任体制が曖昧になり、問題が起こった時に適切な対応を取ることが難しい。</li> </ul>
規格化と個性化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品を大量に製造しないため、規格化された原料に限らず、形状が不揃いな規格外品等の原材料についても活用していくことが比較的容易に行える。</li> <li>・規格外品の原材料を利用することで、逆に個性的な商品として PR することができ、消費者の関心を高めることに繋がる可能性がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品の品質（形状を含める）に差があると、形状等に対応した生産システムの変更等が必要になる等、問題が発生する可能性が高い。</li> <li>・商品の品質（形状以外の質的な違い）に差があると、それを利用して製造した加工品等の品質のバラツキを高め、品質を一定にする商品づくりが円滑に進まない。</li> <li>・品質のバラツキは、消費者に対して安心・安全性の不安を抱かせる。</li> </ul>

区分	強み	弱み
原材料の入手・加工等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小ロット生産であるため、原材料である農産物も大量に栽培等を行う必要がないため、農家等に対する栽培委託に対しても依頼者、栽培者双方のリスクを低下できる。</li> <li>・原材料の調達、比較的近郊から行えるため、収集コスト（購入コストを含める）の抑制が期待できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原材料や商品が広範に分散している場合、効率的な物流が困難になり、収集コスト（運搬費用）が割高になり、事業採算性を悪化させる要因に繋がる。</li> <li>・原材料を広域的な地域から調達していないため、気候変化等による原材料の不足（台風等によって収穫量が減少）への対策が講じることが難しく、安定的な供給体制の構築が困難である。</li> </ul>
安定的な雇用・収入等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高度な生産・加工システムを導入していないことが多いため、高齢者でも十分に機械操作に対応できる可能性が高い。また、高度な知識・技能を利用することが少ない。</li> <li>・事業活動場所が居住地周辺になる可能性が高いため、交通弱者でも比較的に事業参加し易い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者等の雇用が前提になると、高い技術・ノウハウを利用する設備導入に支障を来し、その結果、生産性の向上や高付加価値化を進めることが難しくなる。</li> <li>・生活活動が原材料の調達状況や、気候等に影響される可能性が高いため、安定収入や安定雇用に関わりづらい。</li> </ul>
消費者ニーズ・マーケット	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小ロットであれば、事前のマーケットリサーチが余り必要でなく、地域住民からの助け合い的な感覚で協力を得ることが可能である。このため、経営資源を生産・加工に傾注できる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ある程度のロットの生産量に拡大していく場合、市場調査や市場開拓への対応を図る必要があるが、そうした専門的な人材が社内等にいないことが多い。また、消費者ニーズを掴むツールの整備やそれらに対する投資を実施していくことが難しい。</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者の雇用機会、収入機会を増やすことになり、高齢者が元気になり、地区コミュニティの活力向上にも寄与する。</li> </ul>	

## (2) 少量分散型地域資源の利活用を巡る環境

少量分散型地域資源を利用した事業活動は、全国各地で競って進められており、競争が激化している。特に、地元の農林水産物を利用した事業活動は、原材料・人材・活動場所等の地域資源を有効に活用できるツールとして最も注目され、事業参加が進んでいる分野である。

これらを踏まえ、少量分散型地域資源を利用した事業化を巡る新しい動き（ビジネスチャンスとビジネス脅威）について、食材を中心に分析した。

### 1) ビジネスチャンス

#### 消費者志向の変化

（安心・安全志向の高まり）

毎年のように発生する食品偽装等の問題を受け、消費者の食に対する安全・安心志向は一層高まっている。内閣府大臣官房政府広報室の世論調査（平成20年9月調査：食料・農業・農村の役割に関する世論調査）によると、食料品選択の基準は、「安全性」が最も高く、その割合は90%に迫る勢いである（図1-2-1）。

（食材に対する国産志向の高まり）

特に、農産物では栽培方法（有機農業、減農薬栽培等）加工食品では添加物（合成保存料を使用しない等）等が注目されており、原材料から加工までを含めた一連のトレーサビリティの情報公開に対するニーズが高まっている。

また、中国製餃子の問題（有機リン系化合物であるメタミドホスの混入）等の動きもあり、海外からの輸入食品に対する消費者の不安が高まっており、内閣府の世論調査でも国産品を選好する指向性が高まっている（図 1-2-2）。

（地産地消意識の高まり）

こうした国民の国産志向とともに、地産地消（旬産旬消）という地域で産出されたものは地域で利用していこうとする考え方について、賛同意識が高まりつつあり、地産地消を基本としたレストランや商品づくりが全国各地で進んできている。

このように多くの国民は、「食」に関して安全・安心な国産品を求め、ビジネス展開としては地産地消という原材料の調達と利用が近くで行われる形態の小規模ビジネスが多数発生してきている。

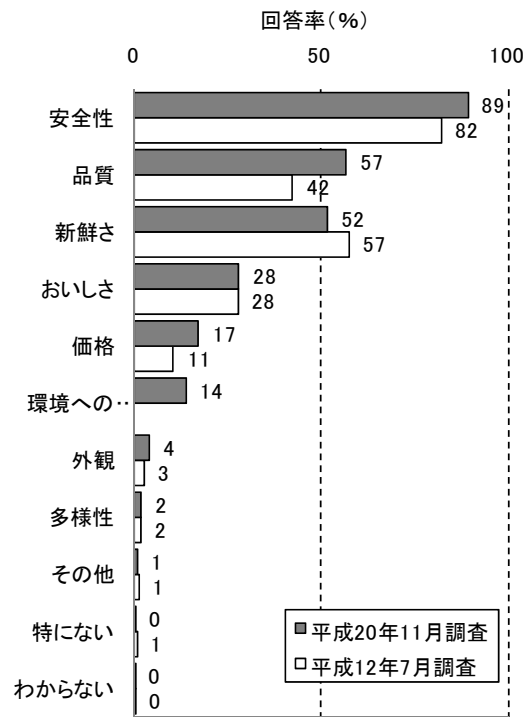


図 1-2-1 食料品選択の基準

出典：平成 20 年 9 月調査：食料・農業・農村の役割に関する世論調査（内閣府）

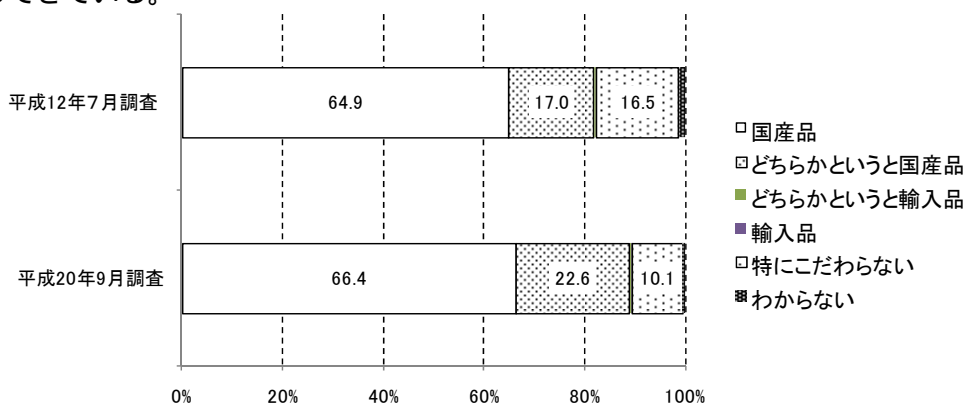


図 1-2-2 国産品と輸入品の選択意識

出典：平成 20 年 9 月調査：食料・農業・農村の役割に関する世論調査（内閣府）

## 健康をキーワードにした商品市場の拡大

生活様式や食生活の変化は、生活習慣病の増加等が拡大させてきており、「メタボリックシンドローム」や「アレルギー」という言葉が流行する中で、食への関心とともに「健康」に対する意識も高まっている。(財)日本健康・栄養食品協会の調査によれば、健康補助食品<sup>1</sup>や特定保健用食品<sup>2</sup>の市場規模は拡大化傾向にあり、平成19年度の特定保健用食品の市場規模は約6,800億円と推定され、平成9年度以降着実に増加している(図1-2-3)。特に、特定保健用食品では整腸、コレステロール、血圧、骨・ミネラル、血糖値等への有効性が認められたものであるが、身近な食品を見た場合、発酵乳、乳酸菌飲料を原料とした清涼飲料水やカテキン等が含まれる茶等の多様化が進んでいる。

一方、海外では「日本食は健康である」との意識が定着しつつあり、「すし」をはじめとした日本食ブームが拡大化してきているとともに、中国の食材に対する不安が高まる中で逆に日本の農産物や食品に対する安全・安心志向が海外からも高まってきている。こうした中、三遠南信地域でも、「メロン」、「柿」、「みかん」等の農産物が海外に輸出されてきており、新たな市場開拓に向けた取り組みが進んできている。

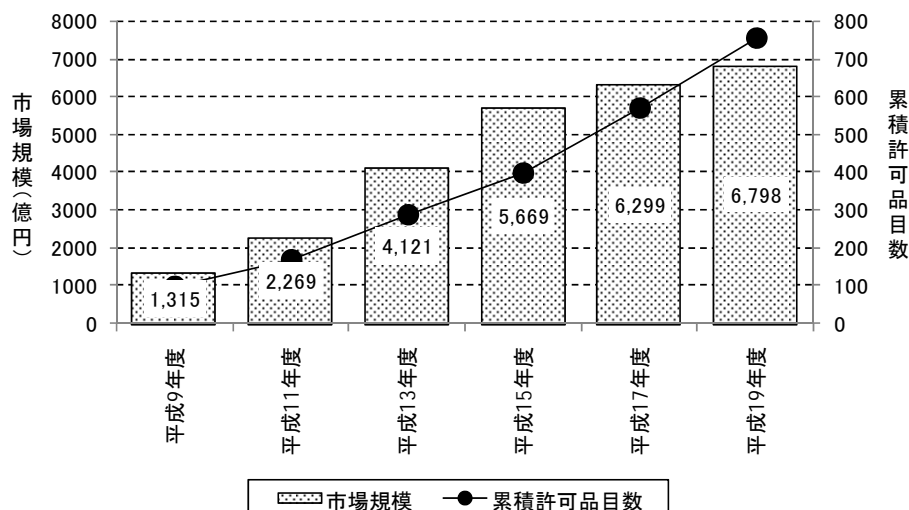


図 1-2-3 特定保健用食品市場の動向

出典:(財)日本健康・栄養食品協会資料を利用して作成

<sup>1</sup>健康補助食品:(財)日本健康・栄養食品協会が認定した健康食品のこと。栄養成分の含有量を表示できるが、その効果や効能の表示は、広告等も含め一切禁止されている。健康補助食品の種類には、タンパク質類、ビタミン類、ミネラル類、脂質類、糖類、きのこ類、ハーブ等の植物成分類、藻類、発酵微生物類などがある。

<sup>2</sup>特定保健用食品:通称「トクホ」と呼ばれ、個別に生理的機能や特定の保健機能を示す有効性および安全性等に関する国(厚生労働大臣)の審査と認可が必要なもの。特定の保健の目的が期待できる旨を、定められた範囲内で表示することが認められている。

### 地域資源の総合的な利活用の動き

地域資源には、食材を含めた商品以外に、自然等の観光資源や、農業現場や工場施設を観光資源として利用していこうとする動きが活発化してきている。特に、今日注目されている体験型観光等では、観る観光から、体験したり学んだりするような「プロセス」に対するニーズに対応した観光スタイルであり、これに地域食材等を組み合わせたツアーが増加してきている。

既に、南信州地域では、(株)南信州観光公社を、平成13年1月に飯田市、阿智村、喬木村、浪合村、平谷村の5市村とみなみ信州農業協同組合、信南交通をはじめとした10の地元企業・団体の出資により、第三セクターとして設立している(図1-2-4)。

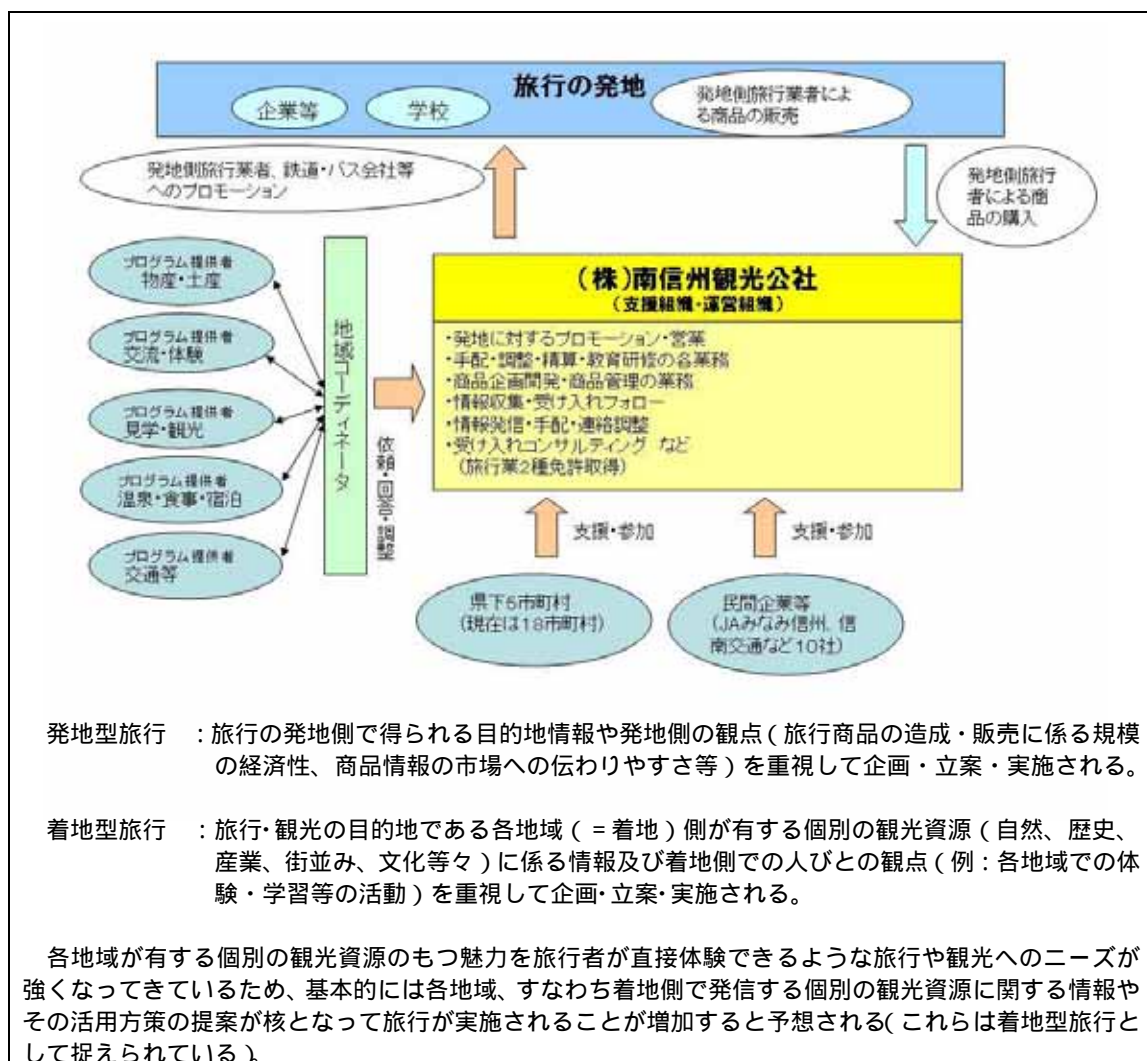


図1-2-4 (株)南信州観光公社の取り組み概要

出典:「産業観光推進懇談会報告書～産業観光の推進のために～」平成19年5月、産業観光推進懇談会等を利用して作成

地元の観光資源を活かした体験型旅行による広域地域振興を目的とし、現在では下伊那

18 市町村全ての出資を受けている。(株)南信州観光公社は着地型観光の地域支援組織であると同時に、旅行業第二種の取得により、体験型プログラムの窓口として中心的な役割を担うなど運営組織としての機能も併せ持っている。こうしたプログラムでは、体験とともに地域食材を提供する等、地域資源の総合的な利用が進められている。

このため、少量分散型地域資源の活用では、観光等の他分野との連携を考慮しながら、販路拡大の方向を考えていくことが必要である。

#### 労働資源や未利用農業資源の活用

「団塊の世代」の大量退職が進み、地域には豊富な労働資源が賦存している。一方、平成 20 年 9 月のアメリカ発の金融危機に伴い、我が国経済は非常に大きな影響を受け、派遣労働者をはじめとした多くの労働者の雇用機会が失われてきており、平成 21 年 1 月における三遠南信地域が含まれる愛知県(0.90)、静岡県(0.69)、長野県(0.61)の有効求人倍率はいずれも 1 を割り込んでおり、長野県は全国平均(0.67)を下回っている状況である<sup>3</sup>。

こうした経済状況下、農業、林業等の第一次産業が、新しいビジネス及び雇用機会の創出先として注目されてきている。例えば、人材派遣会社である(株)パソナでは、既に就農支援事業を具体的に進めてきており、インターネット上には農業生産法人等に就農したい人を紹介するサイト<sup>4</sup>も出てきている。

また、耕作放棄地も拡大しており、これを利用すれば、農業生産を拡大化させていくことができる。

## 2)ビジネス脅威

#### 競合商品の出現

地域振興施策には、域外からの企業誘致による産業振興、域内の地域資源を活用した産業振興等の域内、域外といった関わりから地域活性化が進められてきた。こうした中、経済産業省では、平成 19 年 6 月に「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律(中小企業地域資源活用促進法)」を、平成 20 年 7 月には「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律(農商工等連携促進法)」を施行し、地域資源を活用した地域振興の取り組みを加速化させる動きが活発化してきている。

図 1-2-5 は、平成 21 年 2 月 6 日現在における「中小企業地域資源活用促進法」に基づいて、国の認定を受けた「地域産業資源活用事業計画」(農林水産物を活用したケース)を都道府県別にみたものである。地域資源として農林水産物を利用した全国平均は 35%であり、大都市部(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、大阪府、兵庫県)における農林水産物の認定割合は 18%、それを除いた地域では 38%となっており、地方圏において、農林

<sup>3</sup>出典は厚生労働省「職業安定業務統計」である。

<sup>4</sup>(株)Life Lab:「第一次産業ネット」全国の農業 林業 漁業 求人情報サイト。全国共同機関として、農業会議所(担い手・新規就農対策部 新規就農相談センター)がある。

水産物を利用した割合が高い。

このため、少量分散型地域資源を利用した商品の競争相手は、主に地方圏で生産される商品となることが考えられ、地方間の競争が一層激しくなっていくことが予想される。

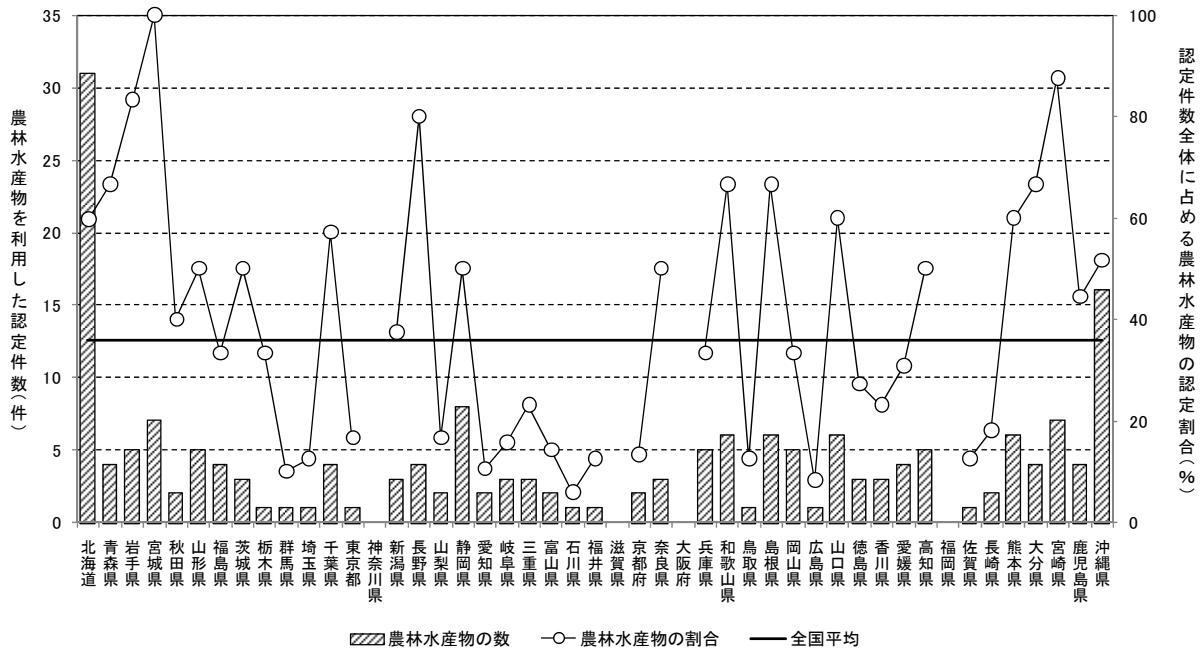


図 1-2-5 地域産業資源活用事業計画（農林水産物を活用したケース）の認定状況等

出典：中小機構ホームページを利用して作成（平成 21 年 2 月 6 日現在）

### 価格競争の激化

平成 20 年 9 月以降、急速に落ち込んだ景気停滞の影響を受け、様々な商品の価格低下傾向が伺える。平成 19 年からの消費者物価指数（平成 17 年=100）の動向をみると、総合指数は平成 19 年から物価が上昇し、平成 20 年 9 月頃から急速に低下している（図 1-2-6）。一方、食料は、平成 19 年も 100 以下で推移、平成 20 年 2 月を境に上昇傾向がみられるが、平成 21 年 1 月には急速に低下している。

こうしたデフレーションの傾向がみられ、しかも、経済活動が停滞しているため、商品価格の値下げ圧力が高まることが予想され、価格競争が激化する可能性が高い。特に、地域資源を活用した商品に食品分野が多いため、事業活動等にも影響を受けることが予想される。

こうした価格競争下において、少量分散型地域資源を活用した商品は、高い生産性や効率性を確保することが困難であるため、NB（ナショナルブランド）商品との競争優位性を持ち得ない。このため、価格競争でない分野（地域特性や特産品等を活用した差別化、個性化等の競争等）を中心に市場開拓を目指していくことが必要である。



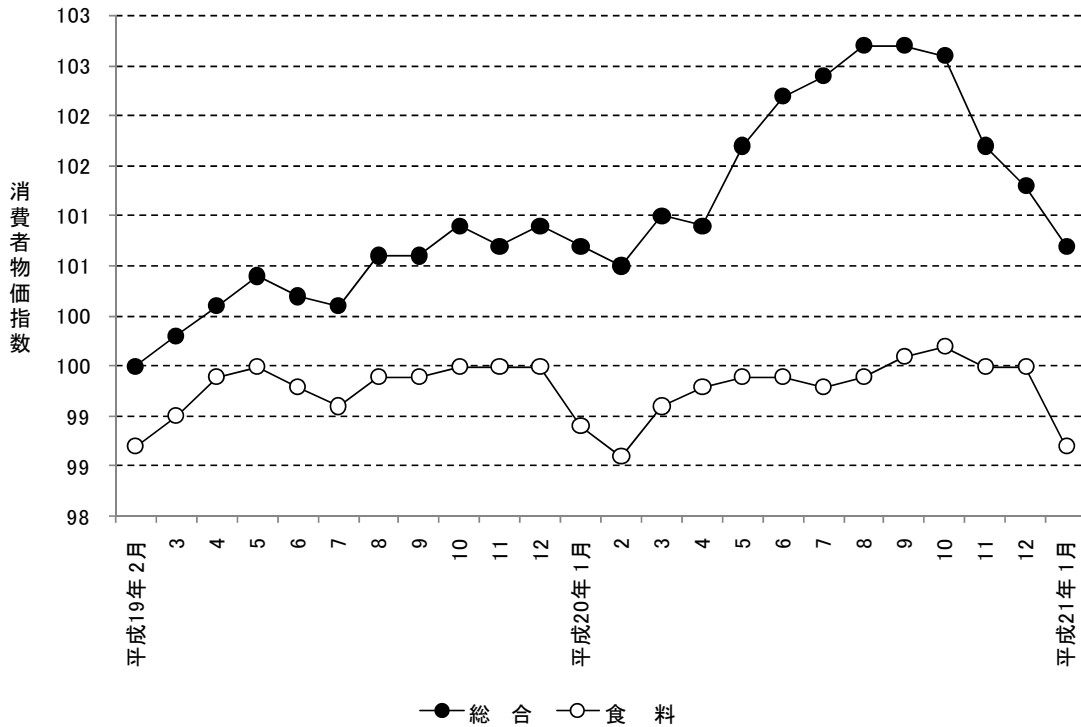


図 1-2-6 消費者物価指数の推移  
 注記：食料は、酒類、エネルギーを除いている。  
 出典：総務省統計局資料

### 「食分野」への異業種からの参入の進展

食に対する安全・安心志向の高まりにより、これまで農産物を利用していた側や、全く異なる分野から農業分野へ進出する事例が増えてきている。

三遠南信地域において、そうした事例が出現してきており、廃棄物処理業の成和环境㈱(豊橋市)では、収集した廃棄物を利用した「たい肥製造」、「飼料製造」を行い、自らの子会社では養豚事業も展開している。

青果物全般の卸小売や食品全般の小売を行っている㈱ミマス(田原市)は、農業生産法人を立ち上げ、野菜の栽培、加工食品づくりを進めている。

遠州地域では、惣菜・弁当類の製造・販売業者である㈱知久(浜松市)では自社農場を立ち上げており、施設園芸用蒸気消毒機の製造販売の㈱丸文製作所ではガラス温室による花卉栽培を行っている。

南信州地域の㈱スパークイン殿岡温泉湯元湯～眠(飯田市、ホテル業)では、従業員の雇用維持と効率性を高めるため、米づくりを行い、ホテルの食材として利用している。また、プラスチック成型業の阿南工業㈱(阿南町)では、発芽玄米に炊きあげる炊飯器を製造・販売したことが契機となり、発芽玄米等の健康食品の製造を実施している。

このように「食分野」に対して、異業種からの進出が進んできており、少量分散型地域資源を活用した商品づくりでは、差別化等による特色付けが、一層求められるようになっていく。

### 食の安全・安心の信頼性を高めるシステム整備の進展

食に対する消費者の安全・安心志向の高まりは、様々な新しいシステム整備を誘発させている。例えば、農産物分野では「青果ネットカタログ」(詳細は第3章に述べる)というシステムが導入されており、消費者が農産物の生産情報(農薬使用、その頻度、栽培方法等)をインターネットで容易に閲覧できるようになっている。また、加工食品では、原料の入荷から製造・出荷までの全ての工程において、予め危害を予測し、その危害を防止(予防、消滅、許容レベルまでの減少)するための重要管理点を特定して、そのポイントを継続的に監視・記録し、異常が認められたらすぐに対策を取り解決するための HACCP の導入が進んでいる。

このため、少量分散型地域資源の商品に対しても、こうした新しいシステムの導入を図りながら、消費者の信頼性を高めていくような対応が求められている。

### マスコミの脅威

東国原宮崎県知事の就任は、宮崎県産の地域商品の認知度を飛躍的に高め、観光振興を含めた広範囲な分野に効果を与えている。特に、同知事は自身の知名度とともに、マスコミを巧みに利用している。三遠南信地域でも、かつて、テレビで大葉の効果が公表されると、大葉の消費が著しく伸びる等の現象もみられている。

しかしながら、マスコミ報道による効果は、長続きすることは少なく、商品の品薄感が高まり、新たな投資を行ったが、消費が伸びず、経営を悪化させた例等も報道されている。

このため、マスコミ等による一過性の需要に踊らされないことがないよう、持続的な経営を目指していくことが重要である。

(3) 少量分散型地域資源を利用した地域活動事例からみた諸課題

ここでは、三遠南信地域において少量分散型地域資源を利用した事例に対するヒアリング調査をもとに、活動上の諸課題を整理した。

1)事例調査対象

ヒアリング調査は、表 1-2-2 に示した組織に対して実施した。

表 1-2-2 少量分散型地域資源を活用した事例調査対象

名称	所在地	団体・グループの概要	活動内容
遠州夢倶楽部	静岡県浜松市北区細江町気賀 676	遠州地方の酒屋約 30 店舗が加盟（取材時には 29 店舗）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小さな地域の店舗（酒店）が集まり、地元の美味しい食材や地元の優れた技術、人脈を活かしながらオリジナルの商品開発&amp;販売に取り組む。経済産業省地域資源活用新事業展開支援事業費補助金に採択。</li> <li>・オリジナルポテトチップは、大ヒット商品となり加盟店への目的買い客を確実に増加させている。</li> <li>・酒店網で展開しているため、配達機能がある。</li> <li>・加盟店は年間 24,000 円の倶楽部会費を納入。会費は通信費、会議費、慶弔費、事務費、広告費、コンサル費などに利用されている。</li> </ul>
S - T いとう	愛知県北設楽郡東栄町下田字和手貝津 1-16	伊藤氏夫妻	<ul style="list-style-type: none"> <li>・奥三河の自然の中で、無農薬栽培によって心をこめて育てたハーブをオリジナル商品にして提供。</li> <li>・販売だけでなく、地元東栄町のイベントなどに無料提供し、地域活性化を応援。</li> <li>・個人で作っているため「無理はせず出来る範囲で提供。皆さんに喜んでいただけるハーブを提供することが喜び」というポリシー。</li> </ul>
山百合荘	愛知県北設楽郡設楽町大字豊那字仲根 5 番地	小川氏夫妻と設楽町の豊那地域とその周辺の仲間 5~6 名	<ul style="list-style-type: none"> <li>・名古屋コーチンを飼育し、価値ある卵を、プリンとして加工。</li> <li>・物産販売、飲食処をベースに、川魚釣りや山菜取り、山遊びなどのイベントを企画し、都市と地元・里山との交流を進めている。</li> </ul>
天龍村 柚餅子 生産者 組合	長野県下伊那郡天龍村神原坂部	関夫妻と 2 名の 80 代 90 代の高齢者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昭和 50 年に地区の生活改善グループを母体として結成。「柚餅子」の開発は、過疎化が進む中、主婦の視点から地域の活性化を模索し、かつて地区に伝わりながら消えようとしていた武士の携帯食を後世に残そうと挑戦したのが始まり。</li> <li>・最近、高齢者と子供達のふれあいによる山里文化の伝承、都市との交流活動等も行っている。</li> </ul>

名称	所在地	団体・グループの概要	活動内容
愛知県淡水養魚養殖協同組合	愛知県北設楽郡設楽町豊邦字豊詰27番地	組合員32人	<ul style="list-style-type: none"> <li>・購買事業：配合飼料、飼料添加物、種卵、養殖機材等の供給</li> <li>・販売事業：マス・アヒ等の活魚の販売、種卵の生産販売</li> <li>・製氷冷凍事業：氷・冷凍品の販売及び保管</li> <li>・加工事業：淡水魚各種の加工販売</li> <li>・利用事業：組合施設の利用・養殖機材のレンタル等</li> </ul> <p>川魚加工品、特にニジマスの甘露煮の製造としては日本一の生産量を誇る。各業者と提携しそれぞれのプライベートブランドとして製造することが中心。</p>
阿南町社会福祉協議会「南信州おひとよし倶楽部」	長野県下伊那郡阿南町西條709	阿南町社会福祉協議会木下裕之さんを中心に4人が農業支援担当。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・遊休畑の再生・再活用、離農農家の復帰、高齢農家への利益還元、取り残されてしまった中山間地の地域再生を目指して4年前に社会福祉協議会の農業支援事業として取り組みをスタート。</li> <li>・南信州へのこだわり、人へのこだわり、無添加・無農薬へのこだわり、土へのこだわりを重要視。</li> </ul>
有限会社みさくぼアグリ倶楽部	静岡県浜松市水窪町奥領家2507-4	水窪地域の農業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・過疎化、高齢化に対応し、なんとか都市部との繋がりをつくり、水窪の魅力ある山の幸を届けるために活動を開始。山里のお茶、有機栽培完熟トマト等を栽培。</li> </ul>
遠州綿プロジェクト	静岡県浜松市東区半田山2-24-3ぬくもり工房内	繊維関係事業者、デザイナー、市民	<ul style="list-style-type: none"> <li>・衰退した遠州地域の伝統の綿織物「遠州綿」「遠州綿紬」を復活させようと集まったメンバー（繊維の専門家、事業者、デザイナー、市民）によって平成17年開始。平成19年静岡県グッドデザイン賞県知事賞受賞、同年浜松ビジネスコンテスト最優秀賞、平成20年浜松やらまいかブランド認定</li> </ul>
有限会社あちの里	長野県下伊那郡阿智村伍和5571-1	社員11名	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「安心・安全の商品は土作りから」を基本に、完熟堆肥を使用し生産されたトマト、大豆を使用した関連商品の加工を手掛ける。自社商品と外部業者からの委託加工があり、直売は2割程度。豊富な地元野菜を加工し、地元のおばさんたちの仕事にしようと、平成9年阿智農産加工組合を設立し、味噌やトマトジュース、ピューレを加工。その後、有限会社に変更。</li> </ul>
栗崎園	静岡県浜松市天竜区春野町宮川537	春野の農業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・衰退する春野の緑茶生産を、山ならではの生産方法、適切な肥料使用などの研究と実践を通して、高品質な緑茶づくりを開始。</li> <li>・第58回（平成15年度）全国品評会、普通煎茶1等2席（農林水産大臣賞）に入賞。</li> <li>・現在、緑茶、紅ふうき茶飴、紅茶などを生産。</li> </ul>

## 2)事業活動上の諸課題

表 1-2-3 に事業活動上の諸課題を整理し、以下に解決に向けた考え方を検討した。

### 連携型事業における進め方の工夫

遠州夢倶楽部では、独自の販売網とアイデアを活用した事業を展開し、「三方原ポテトチップス」は大ヒットに繋がっている。しかしながら、新しい事業を開始する場合、参加企業の意識の違いが、合意形成を難しくしている。

このため、出来るだけ緩い連携を保てるような組織を立ち上げ、具体的な事業段階に至る過程で参画事業者の絞り込みを行いながら、事業化を推進するような仕組みを導入していくことが必要である。

### 商品の安定供給への対応

農畜産物づくり、加工食品づくり等では、気候等の影響を受け、安定的な商品供給が難しい。また、生産規模が小さいと、商品供給能力を高めることが難しい。

このため、気候等の影響を低減できるような栽培方法の導入（施設の導入等）、委託栽培の実施や、生産効率向上のための機械導入等を進めていくことが必要である。

### 販売力の強化

販売力の強化は、あらゆるビジネスに共通の課題であり、小規模ビジネスではこの機能強化がビジネス成功の大きなカギになることが多い。また、商品自体が全国品評会で優秀な実績を収めても、必ずしも販売額が増加するわけではない。

このため、地域として販売力を支援できるような基盤を整備していくことが求められ、その一つの手法として「アンテナショップ」の活用が挙げられる。

### 労働力不足への対応

中山間地の事業活動では労働者確保も大きな問題である。天龍村柚餅子生産者組合では、高齢化による労働力不足が進み、ニーズがあっても商品を生産できない状況に陥り、ゆずの保存期間の長期化による劣化を招いている。また、営業人材等の特定の能力を有した人材の不足感もある。

このため、中山間地において、労働力を集める仕組みを行政側と連携して進めていくことや、高齢者が集まりやすい場所に、工場施設を移動する等の対応を考えていくことが重要である。また、機械化による対応も重要であり、その際、高齢者でも対応できる機械設備の導入、身近なメンテナンス体制等を考慮していくことが重要である。

### 新商品開発への支援

魚の消費量の低下や、それを扱う施設、店舗が少なくでは魚需要を拡げることは難しいた

め、需要拡大化の一つの方向として、先に述べたアンテナショップの設置を進め、消費者ニーズの把握による商品開発や、販売戦略を展開していくことが必要である。

その際、食材の調理方法を消費者に説明することは、消費者購買意欲の向上に繋がる。このため、地域食材を利用した調理方法の開発(地域食材を利用した調理コンテストの実施等)や地域食材の仕入れ業者を集めた物産会の実施を進めていくことが必要である。

また、商品開発に資する資金確保では、様々な融資制度や支援措置が国等で講じられてきているが、小規模経営者では申請書類が難しく、申請しづらいことが多い。このため、支援規模(金額の規模)を少額にし、申請条件等を緩和させた地域独自の支援措置を整備していくことが必要である。同時に、小規模事業者が自らの事業を行いながら、新規事業を展開していくことは非常に難しい。このため、小規模事業者の新しい事業を地域として支援できるような基盤づくりが重要である。

表 1-2-3 事業活動上の諸課題

項目	視点	課題
経営意識の課題		<ul style="list-style-type: none"> <li>様々な考えや経営体制を持つ店舗の集合体(30店舗)のため、経営や事業に対する意識差がある。意識差を縮めるための会合も十分に行えず、倶楽部内で拘束し過ぎることにより、事業への影響が懸念される。(遠州夢倶楽部)</li> </ul>
事業実施・推進上の課題	原材料の輸送	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポテトチップの生産では、農家から芋を集め、運ぶ作業が大変であり、輸送コストだけで月30万円も掛かり、コスト削減が喫緊の課題である。(遠州夢倶楽部)</li> </ul>
	商品の安定供給	<ul style="list-style-type: none"> <li>農作物と同じように、1年に1時期の栽培であるため、出来方や乾燥の仕方を失敗すると、全てが台無しになり、商品供給が難しくなる。(S-Tいとう)</li> <li>卵を産む量に変動があるため、安定的な供給が難しい。もし、病気が発生した場合に痛手が大きいことから、常に注意が必要。(山百合荘)</li> <li>小さな生産者ネットワークで行っているため、商品加工数が限定される。(阿南町社会福祉協議会)</li> <li>大手企業からの依頼もあるが、加工工場に限界がある。((有)あちの里)</li> </ul>
	販売力	<ul style="list-style-type: none"> <li>ポテトチップは大ヒットしたが、その他の商品など倶楽部内だけではまだまだ宣伝力や販売力が乏しい。販売店を増やすと、加盟店のメリットが減少する。(遠州夢倶楽部)</li> <li>アンテナショップなど、商品を扱ってくれる提携先を増やすこともあるが、納品やチェック等を個人で行っているため、人手がない。ハーブティのよさを理解して販売してもらわないと意味がないため、むやみに増やすことはしたくない。(S-Tいとう)</li> <li>パイロットショップを試みたこともあったが、小規模物流で事業採算性の確保が難しい。(愛知県淡水養殖協同組合)</li> <li>販売店が不足し、販路開拓が難しい。(遠州縞プロジェクト)</li> <li>地元出身の熊谷元一先生の絵を自社製品のキャラクターに使用しているが、販売場所により、キャラクターと商品イメージが合わず売れない場合がある。このため、販売地域等によってパッケージや価格設定を変える工夫を考えている。((有)あちの里)</li> <li>需要の停滞、価格下落に対して十分な対策を図れていない。(栗崎園)</li> </ul>

項目	視点	課題
事業実施・推進上の課題	労働力、技術継承	<ul style="list-style-type: none"> <li>・組合員が高齢化し、作業が追いつかない。ニーズがあっても生産できないジレンマや、後継者不足がある。特に、ゆずは季節もので、生ゆずが一気に集められても、製造が追いつかず、コンテナに保存して積んでおくうちに、せっかくのゆずをダメにしてしまうこともある。(天龍村柚餅子生産者組合)</li> <li>・生産者の減少をどう食い止めるかが問題。組合員も高齢化し、確実に人数が減少。(愛知県淡水養殖協同組合)</li> <li>・養殖技術は長年の経験と知識が必須。魚に関する専門員の採用が過疎地勤務では難しいことや、未経験者をそこまで育てるシステムが整わないと難しい。(愛知県淡水養殖協同組合)</li> <li>・社会福祉協議会内の仕事であるため、営利追求ができず、人数も限られているため、特定の人への負担が大きい。(阿南町社会福祉協議会)</li> <li>・「腰掛けではものづくりはできない」というモットーから、多忙でもアルバイトは雇っていないが、人手不足感がある。営業人材も少ないため、社長自らが取引先周りを行っている。((有)あちの里)</li> </ul>
	新商品開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・肉食文化の盛り上がりで魚消費量が減少傾向にあり、食育による魚食のPRが必要である。また、加工品や活魚・鮮魚料理を地元で食す施設がない。(愛知県淡水養殖協同組合)</li> <li>・商品開発のアイディアは湧き出ているが、それを誰が先導して事業に結びつけるのか、商品加工段階等での様々な作業を誰が対応するのか等、実働部隊メンバーを決めるとその人だけの負担が大きくなる。(遠州夢倶楽部)</li> <li>・柚子の種をローションにしたり、果汁を調味料にしたり新しいチャレンジをしたいが許可を取るのに費用がかかり、現在の売上の中では踏み込めない。(天龍村柚餅子生産者組合)</li> <li>・地元での商品の高付加価値化、加工力向上が困難である。((有)みさくぼアグリ倶楽部)</li> <li>・スピード感を高めた商品開発が難しい。(遠州縞プロジェクト)</li> <li>・味噌等は大手同業者と競合関係にあり、味わいへの深い追求とこだわりが大事と考え、成分分析を依頼し、そのデータを商品につけて販売するなど工夫をしているがコスト高となっている。((有)あちの里)</li> <li>・商品開発時に調理方法等を考える必要があり、料理研究家や料理の得意な主婦層などとの接する機会を多く持ちたいと考えている。((有)あちの里)</li> </ul>

## 第2章 少量分散型地域資源に対する利活用ニーズ

### 1. 農林水産品の仕入れ状況

#### (1) 農林水産品の仕入れ状況

##### 1) 食品企業

食品企業における農林水産品の仕入れ状況をみると、「遠州産の農林水産品を仕入れた」(66%)、「東三河産の農林水産品を仕入れた」(65%)、「南信州産の農林水産品を仕入れた」(56%)はいずれも50%以上である(図2-1-1)。

地域別にみると、東三河地域の食品企業では「東三河産の農林水産品を仕入れた」割合は69%であり、遠州地域では「遠州産の農林水産品を仕入れた」割合は88%、南信州地域では「南信州産の農林水産品を仕入れた」割合は85%と、いずれも地元産(東三河地域、遠州地域、南信州地域内を地元と考える)を仕入れる割合が高い。

また、各食品企業の平成20年における仕入額に占める割合は、東三河産の場合「1~9%の間」「1%未満」とする企業が30%、遠州産の場合「1%未満」とする企業が33%、南信州産の場合「1%未満」とする企業が58%と、それぞれ最も多くなっている(図2-1-2)。

地域別にみると、東三河地域の食品企業で東三河産を50%以上仕入れている割合は25%、同様に遠州地域の食品企業で遠州産を50%以上仕入れている割合は36%、南信州地域の食品企業で南信州産を50%以上仕入れている割合は45%を占めており、企業所在地域の地元から仕入れている割合が高い。

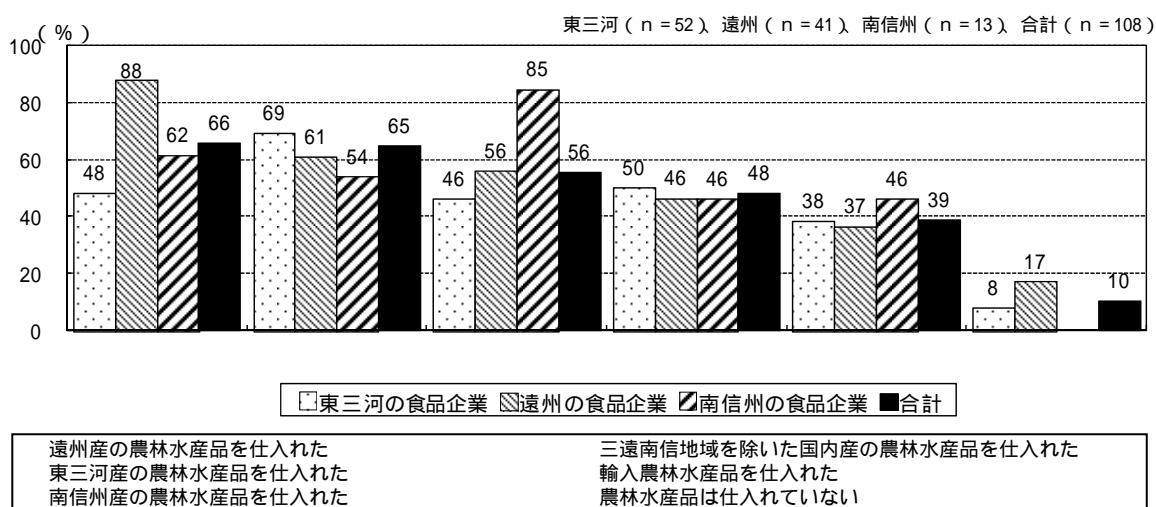
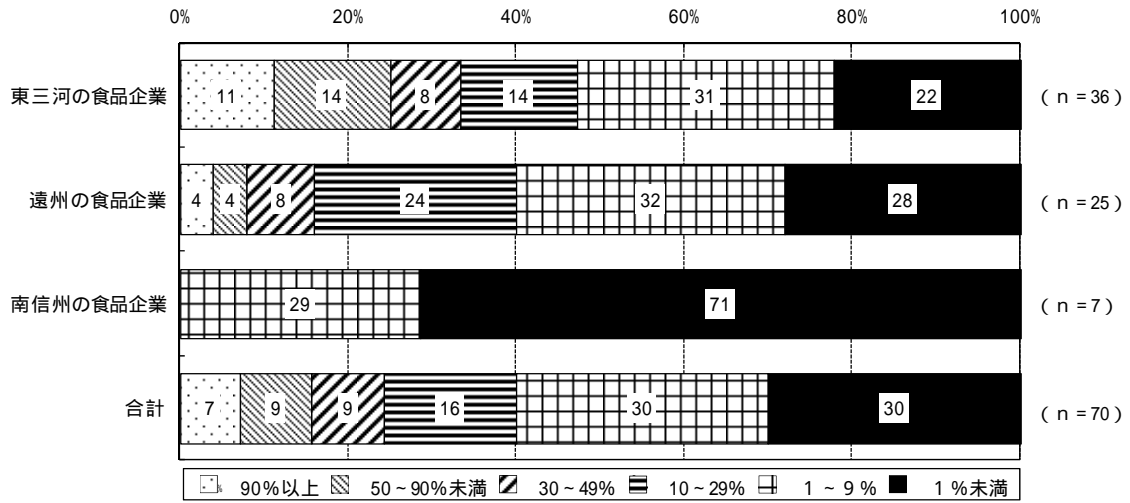


図2-1-1 三遠南信地域産の農林水産品仕入れ状況(平成20年)

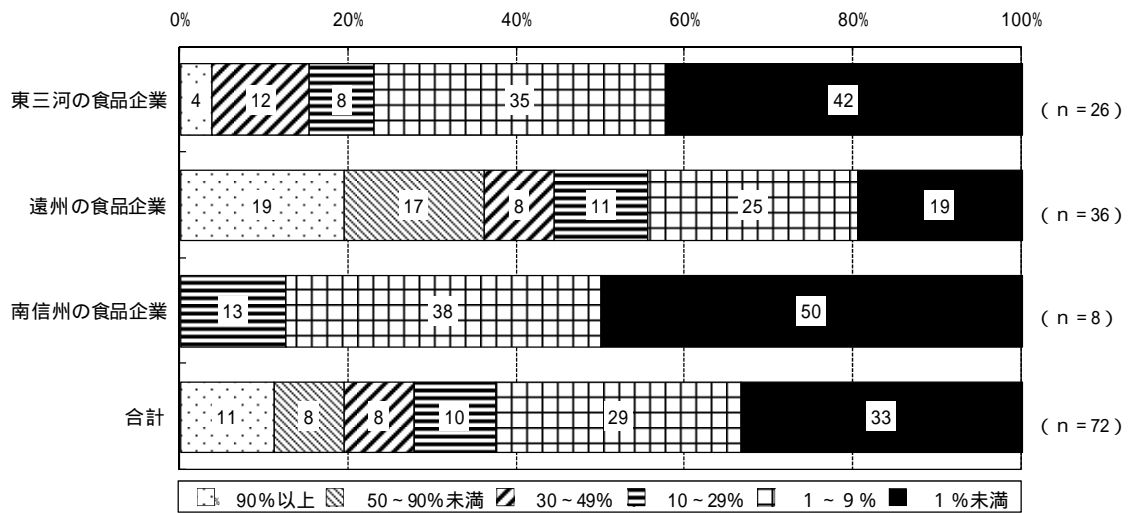
出典：食品企業アンケート調査



仕入れ金額に対する東三河産の割合



仕入れ金額に対する遠州産の割合



仕入れ金額に対する南信州産の割合

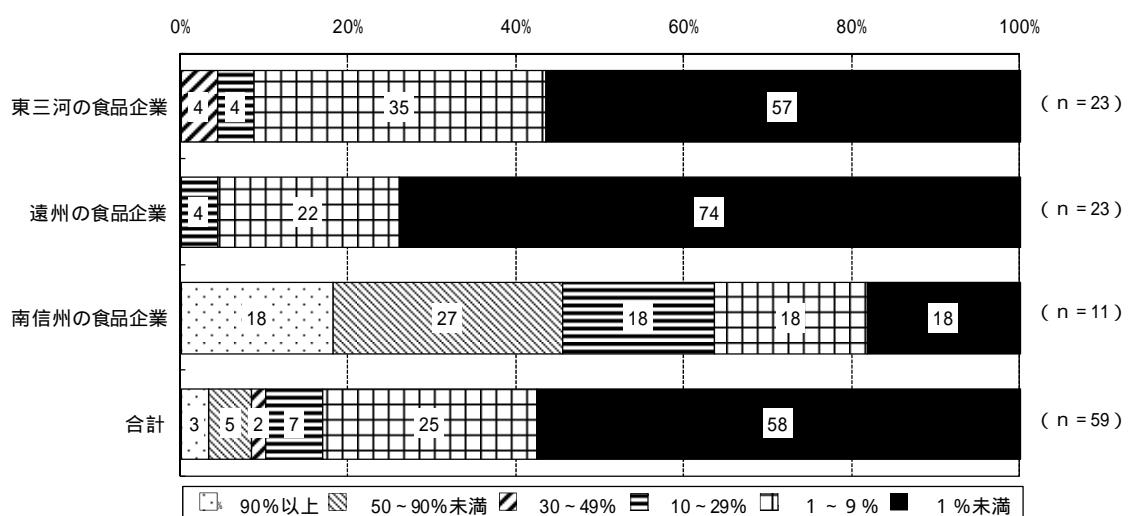


図 2-1-2 三遠南信地域産の農林水産品仕入れ金額の割合 (平成 20 年)

出典：食品企業アンケート調査

## 2)スーパー等

スーパー等における農林水産品の仕入れ状況についてみると、「遠州産の農林水産品を仕入れた」(94%)、「東三河産の農林水産品を仕入れた」(91%)、「南信州産の農林水産品を仕入れた」(88%)はいずれも80%以上である(図2-1-3)。

地域別にみると、東三河地域のスーパー等では東三河産、遠州産、南信州産を100%仕入れており、遠州地域のスーパー等では「遠州産の農林水産品を仕入れた」割合は89%で最も高く、南信州地域のスーパー等では「東三河産、遠州産、南信州産」を100%仕入れている。

また、各スーパー等の平成20年における仕入れ額に占める割合は、東三河産の場合では「10~29%の間」とするスーパー等が46%、遠州産の場合では「1~9%の間」とするスーパー等が62%、南信州産の場合では「1~9%の間」とするスーパー等が57%であり、東三河産を仕入れることが多い(図2-1-4)。

地域別にみると、東三河地域のスーパー等では東三河産を30%以上仕入れている割合は9%、同様に遠州地域のスーパー等では遠州産を30%以上仕入れている割合は21%、南信州地域のスーパー等で南信州産を30%以上仕入れている割合は25%を占めており、食品企業に比べて事業所所在地の地元から仕入れている割合が低い。

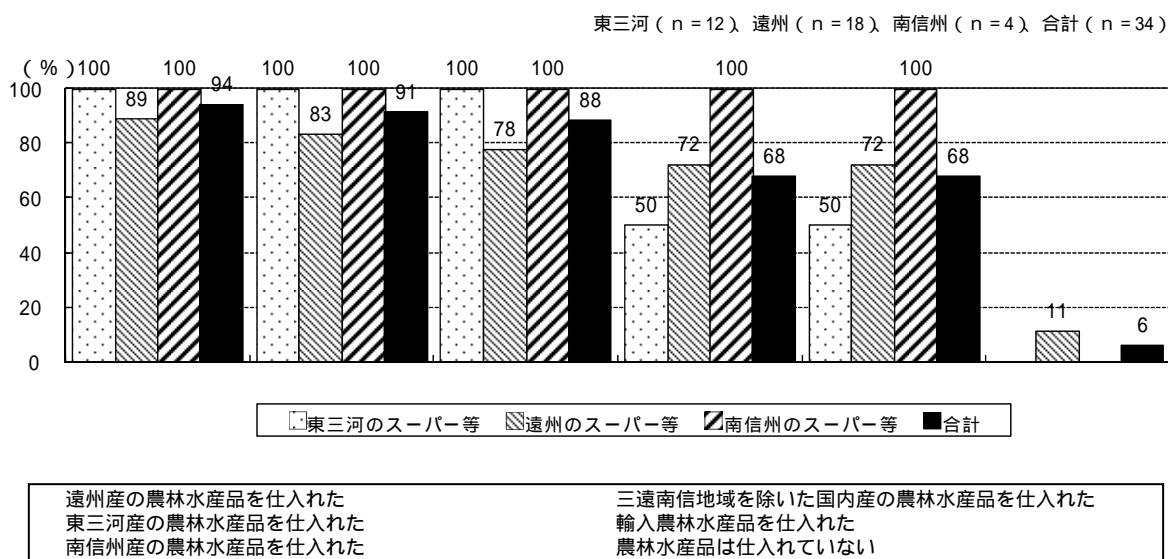
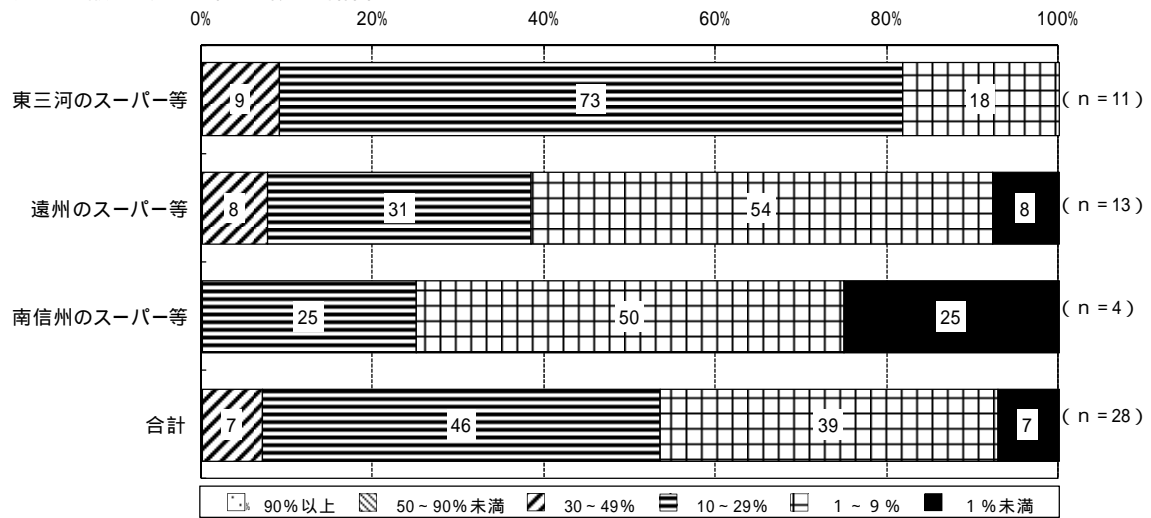


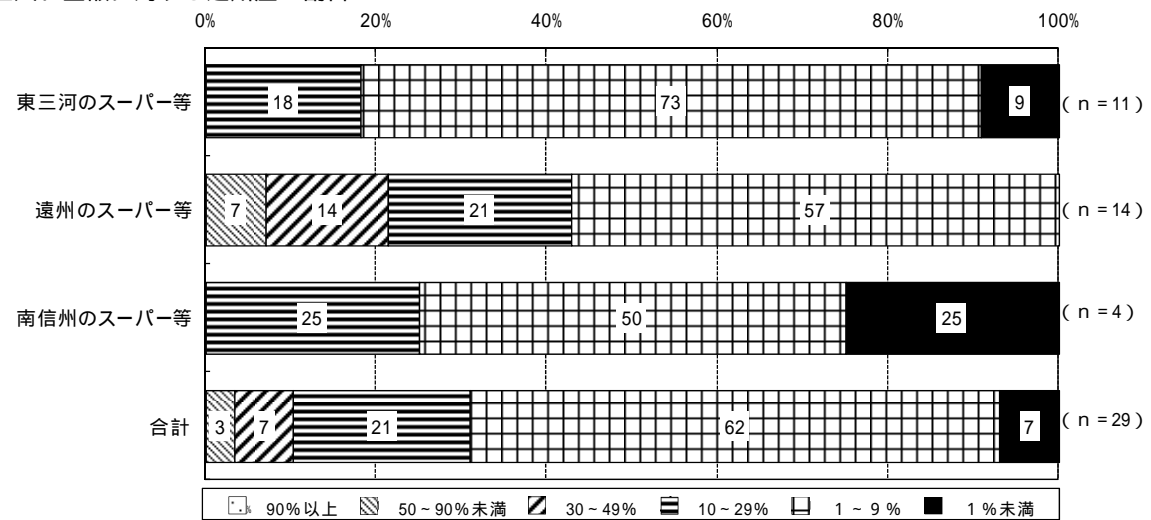
図2-1-3 三遠南信地域産の農林水産品仕入れ状況(平成20年)

出典：第1回スーパー等のアンケート調査

仕入れ金額に対する東三河産の割合



仕入れ金額に対する遠州産の割合



仕入れ金額に対する南信州産の割合

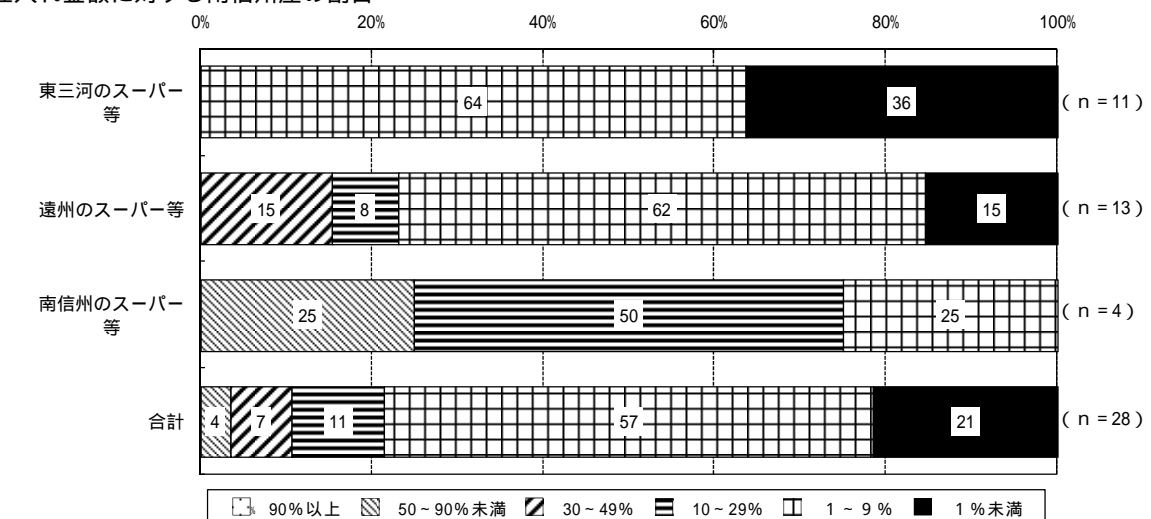


図 2-1-4 三遠南信地域産の農林水産品仕入れ金額の割合（平成 20 年）

出典：第 1 回スーパー等のアンケート調査

(2) 三遠南信地域産の農林水産品の仕入れ意向

食品企業において、今後の三遠南信地域産の農林水産品の仕入れ意向をみると、「仕入れていきたい」(「 どんどん仕入れていきたい」と「 条件さえ合えば仕入れていきたい」の合計)は36%を占めている(図2-1-5)。地域別にみると、遠州地域の食品企業では「仕入れていきたい」が43%であり、南信州地域は同33%、東三河地域は同32%といずれも30%を超えている。

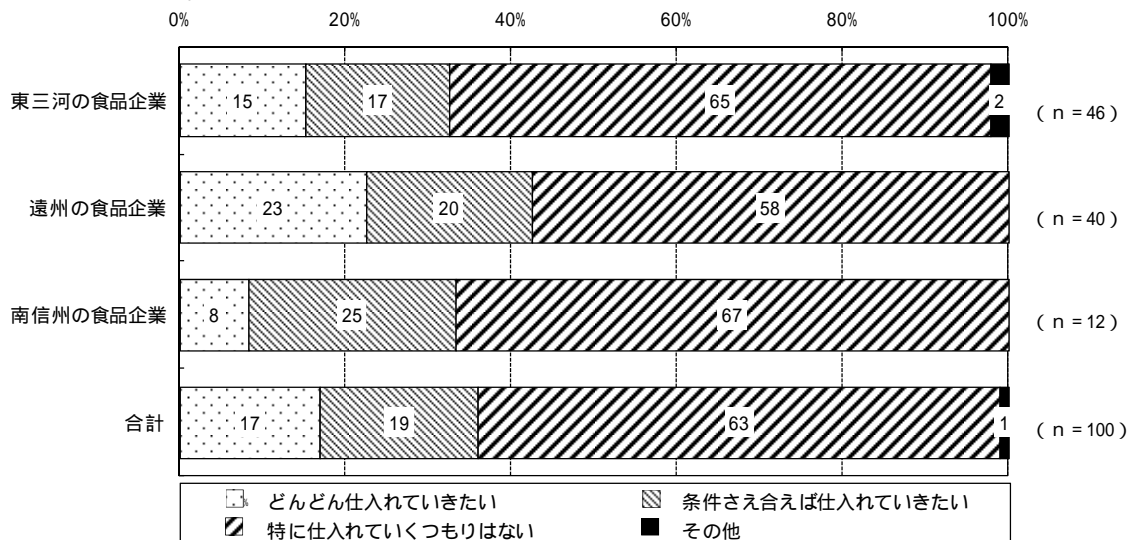


図2-1-5 今後の三遠南信地域産の農林水産品仕入れ意向

出典：食品企業アンケート調査

スーパー等において、今後の三遠南信地域産の農林水産品の仕入れ意向をみると、「仕入れていきたい」(「 どんどん仕入れていきたい」と「 条件さえ合えば仕入れていきたい」の合計)は97%を占めており、食品企業よりも、地元産の仕入れに対する意向が非常に高い(図2-1-6)。

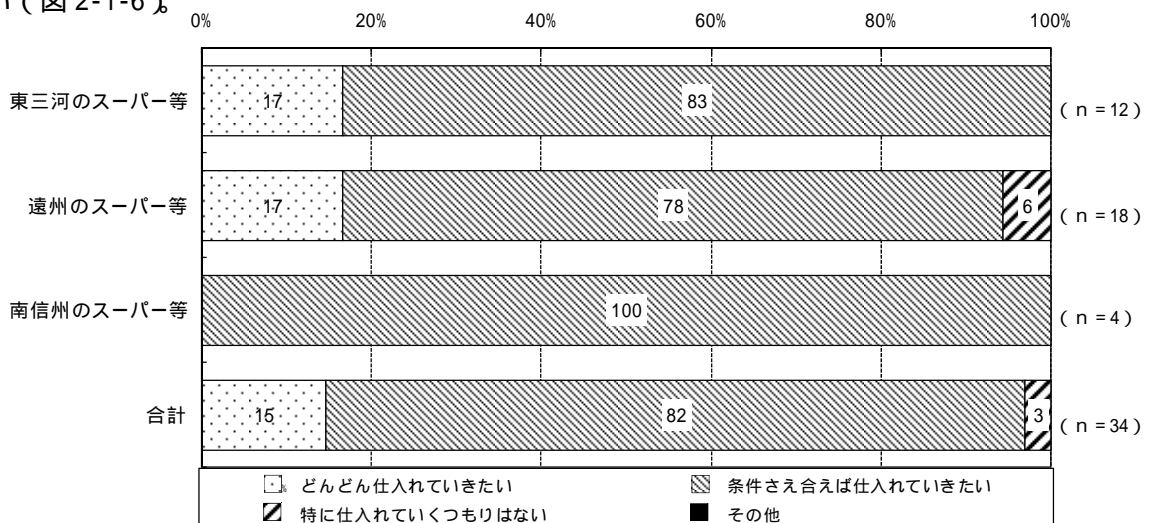


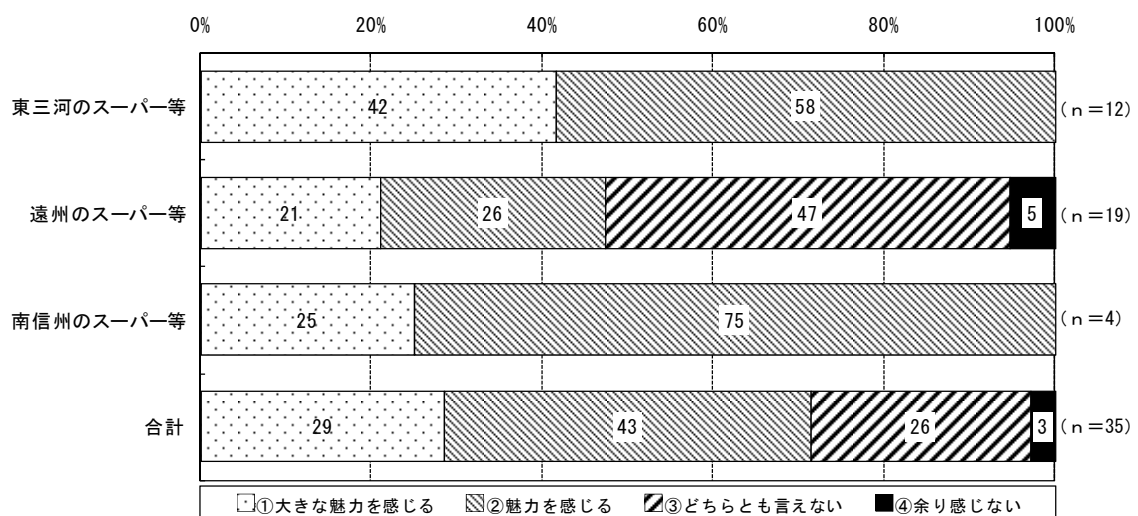
図2-1-6 今後の三遠南信地域産の農林水産品仕入れ意向

出典：第1回スーパー等のアンケート調査

## 2. 少量分散型地域資源の魅力とその評価

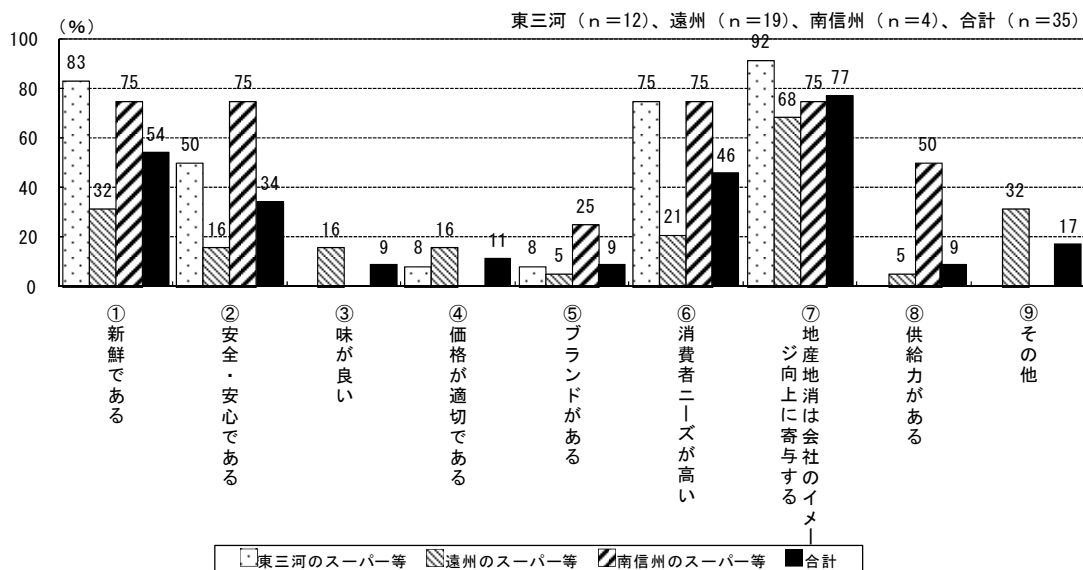
### (1) 三遠南信地域産の農林水産品・加工品を仕入れることの魅力

三遠南信地域にある農林水産品・加工品を仕入れることについて、スーパー等では魅力を感じている(「大きな魅力を感じる」と「魅力を感じる」の合計)は72%と高い(図2-2-1)。魅力を感じている理由は、「地産地消は会社のイメージ向上に寄与する」(77%)が最も高く、次いで「新鮮である」(54%)、「消費者ニーズが高い」(46%)であり、三遠南信地域産の農畜産品・加工品を仕入れていくことは、「企業イメージの向上」、「消費者ニーズへの対応」、「新鮮(商品の特徴)」が大きな魅力になっている(図2-2-2)。



■ 図 2-2-1 三遠南信地域産の農林水産品・加工品を仕入れることの魅力

出典：第1回スーパー等のアンケート調査

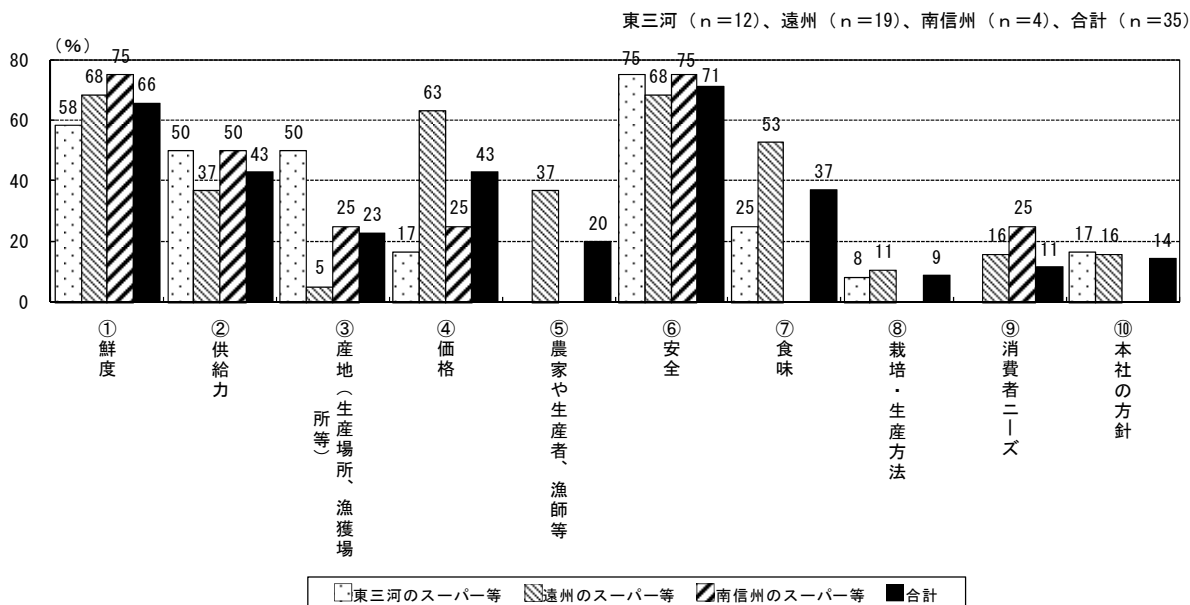


■ 図 2-2-2 三遠南信地域産の農畜産品・加工品を仕入れる理由

出典：第1回スーパー等のアンケート調査

(2) 三遠南信地域産の農林水産品・加工品の取扱量を増やすための条件

三遠南信地域産の農林水産品・加工品の取扱量を増やすための条件としては、「安全」(71%)、「鮮度」(66%)、「供給力」(43%)、「価格」(43%)が高く、安全、鮮度、安定供給といった視点が高い(図2-2-3)。



■ 図 2-2-3 三遠南信地域産の農林水産品・加工品の取扱量を増やすための条件

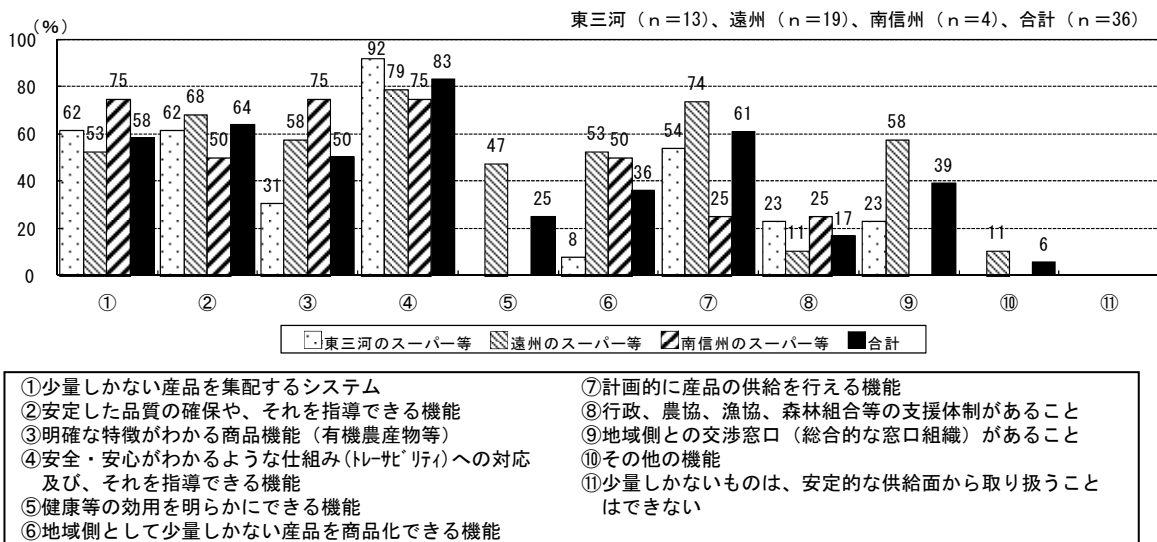
出典：第1回スーパー等のアンケート調査

### (3) 少量分散型地域資源に対する評価

#### 1) 少量分散型地域資源の取り扱い意向と地域側で整備することが期待される基盤

三遠南信地域には、量的には多くないが、地域資源を活用した農林水産品や加工品等がある。このような少量でありながら特徴のある地域資源の取り扱いについて、スーパー等から「少量しかないものは、安定的な供給面から取り扱うことはできない」との回答は全くなかったことから、少量分散型地域資源の販路としてスーパー等も十分に期待できることが明らかになった(図2-2-4)。

そこで、こうした地域資源を取り扱ってもらうため、地域側として整備することが望まれる機能としては、「安全・安心がわかるような仕組みへの対応及び、それを指導できる機能」(83%)、「安定した品質の確保や、それを指導できる機能」(64%)、「計画的に製品の供給を行える機能」(61%)、「少量しかない産品を集配するシステム」(58%)等が高く、安全・安心の仕組みとしてのトレーサビリティへの対応、品質管理、安定供給、集配システム整備が期待されている。



■ 図2-2-4 少量分散型地域資源を取り扱うために地域側で整備すべき基盤

出典：第1回スーパー等のアンケート調査

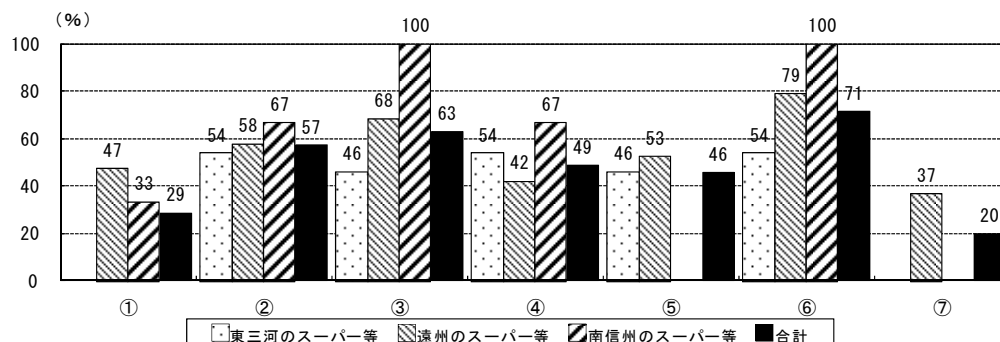
#### 2) 少量分散型地域資源の販売方法等

少量分散型地域資源の販売方法としては、「店舗内に常設の地産地消コーナーの設置」(71%)が最も高く、既に多くのスーパー等にも導入されているが、地域小売業との一層の連携が重要である(図2-2-5)。次いで、「収穫された当日に販売できる商品(朝採れ野菜等)」(63%)が高くなっており、これを実現していくためには、三遠南信地域内の物流

基盤（道路基盤）の改善が重要である。「期間限定商品」（57％）については、「限定品」という消費者心理を捉えた販売方法であり、こうした幾つかの販売方法を組み合わせながら販路開拓を進めていくことが求められている。

また、具体的に地域産品の中で魅力を感じるものについてみると、「当該地域でしか採れない農産物・きのこ等」（89％）が最も高く、次いで「昔から地域で食べられてきた加工食品（漬物、五平餅等）」（64％）、「当該地域でしか採れない農産物・きのこ等を利用した加工品」（56％）である（図2-2-6）。これから、商品の差別化が行い易い産品や、食と文化を組み合わせたとような食品に対するニーズが高い。

東三河（n=13）、遠州（n=19）、南信州（n=3）、合計（n=35）

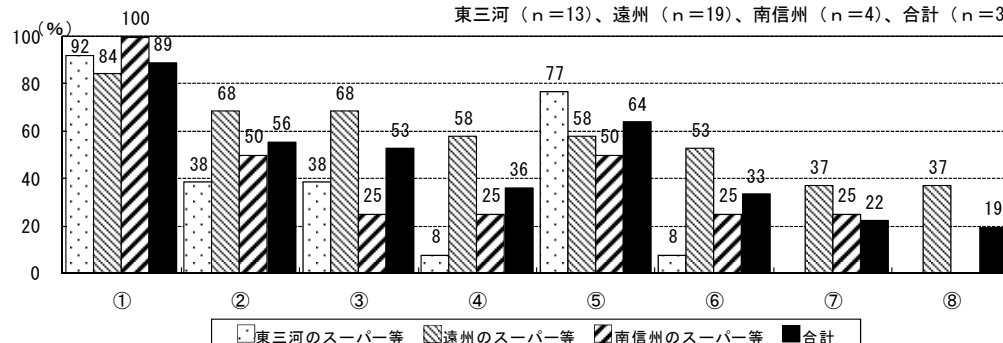


- ①少量しかない産品を複数組み合わせの商品
- ②期間限定商品
- ③収穫された当日に販売できる商品（朝採れ野菜等）
- ④不定期な集客イベント時の地域産品としての出品
- ⑤定期的（毎月第三金曜日に実施等）な集客イベント時の地域産品としての出品
- ⑥店舗内に常設の地産地消コーナーの設置
- ⑦その他

■図2-2-5 少量分散型地域資源の商品化・販売方法

出典：第1回スーパー等のアンケート調査

東三河（n=13）、遠州（n=19）、南信州（n=4）、合計（n=36）



- ①当該地域でしか採れない農産物・きのこ等
- ②当該地域でしか採れない農産物・きのこ等を利用した加工品
- ③特徴ある加工方法による加工食品（ハム・ソーセージ、果実ジュース、ワイン等）
- ④特徴ある餌（液状飼料等）で飼育した牛・豚・鶏等の肉及び肉加工品
- ⑤昔から地域で食べられてきた加工食品（漬物、五平餅等）
- ⑥地域食材を利用した半加工品（野菜ペースト、魚ペースト等）
- ⑦地域産の木材を利用した産品（箸、本棚等）
- ⑧その他

■図2-2-6 少量分散型地域資源の中で魅力を感じる商品分野

出典：第1回スーパー等のアンケート調査



### 3. 地域からみた少量分散型地域資源に対する利活用ニーズ

#### (1) 地域で戦略的に売り出していきたい分野

市町村、商工会・商工会議所、農協等からみると、地域として売り出していきたい分野（商品）は、農産物（畜産を含む）並びにそれを利用した商品に対するニーズが高く、次いで加工品、水産物である。地域別にみると、南信州地域では農産物に対するニーズが非常に高く、その中には愛知県、長野県の伝統野菜に認定されているものが多数みられる（表 2-3-1～2、図 2-3-1）。

##### 1) 東三河地域

全国的にみても生産量が多い「キャベツ」<sup>1</sup>、「うずらの卵」や高級感のある「蒲郡みかん」<sup>2</sup>、伝統野菜の「八名丸里芋」<sup>3</sup>や、「自然薯」<sup>4</sup>、「猪肉」<sup>5</sup>等を売り出していきたい意向がある。

水産物では、「メヒカリ」<sup>6</sup>、「ニギス」<sup>7</sup>、「鮎」<sup>8</sup>等が、東三河地域の中山間地では大量に賦存している木材を利用した商品化に対する意向が非常に高い。加工品では、昔ながらの三河佃煮に加え、農産物の加工品である「とまテル」<sup>9</sup>、「めるんハート」<sup>10</sup>に対する意向がある。

商品開発方向等では、加工食品づくりと同時に、販路開拓が挙がっており、そのための戦略としてブランド化に着目している。

とまテル：農業資材や農産物の生産販売をするイシグログループ（豊橋市）、酒卸の榊杉八（豊橋市）、青果卸・小売業の㈱ミマス（田原市）で共同開発したカクテル。

めるんハート：㈱ミマス（田原市）と榊杉八（豊橋市）が共同開発したメロンリキュール。

##### 2) 遠州地域

地域の農産物である「エシャレット」<sup>11</sup>、「セルリー」<sup>12</sup>、「馬鈴薯」<sup>13</sup>、「みかん」<sup>14</sup>、「次郎柿」<sup>15</sup>や、水産物として「しらす」<sup>16</sup>、「天然ふぐ」<sup>17</sup>、「うなぎ」<sup>18</sup>、「車エビ」<sup>19</sup>、「すっぽん」<sup>20</sup>、「のり」<sup>21</sup>、「牡蠣」<sup>22</sup>等の浜名湖や遠州灘の産物が多数含まれており、特に水産物は東三河地域、南信州地域との違いが明確に現れている。また、「クエ・ガワ料理」等にも期待が寄せられている。

商品開発方向等では、東三河地域と同様に販路開拓が挙がっており、市場による価値づくり（ブランド化や健康志向等）を目指していこうと考えている。

クエ：スズキ目ハタ科の魚。市場に出回る量が極端に少なく「幻の魚」と言われている高級魚。身だけでなく、皮、内臓にもコラーゲンが多い。平成 17 年、全国的にも珍しい卵から稚魚を育てるクエの完全養殖に成功。平成 19 年 11 月 1 日より御前崎市内の飲食店や宿泊関係者ら 10 店舗で「御前崎クエ料理組合」を立ち上げている。

ガワ：「ガワ」は御前崎を代表する漁師料理。カツオ等の夏の魚を使い、生姜、葱、シソ、梅干し等の具と共に氷水に入れ、味噌で溶いた「冷たいみそ汁」。

### 3)南信州地域

地域の農産物の中でも伝統野菜に該当する「ていざなす」、「鈴ヶ沢なす・きゅうり」、「清内路きゅうり・かぼちゃ」、「赤根大根」、「辛味大根」、「清内路黄いも」が多数含まれており、東三河地域、遠州地域と比べて地域特性を發揮できる差別化商品に対する意向が強い。また、内陸部であるため、水産物はなく、林産物で「やまびこしめじ」があるだけである。

商品開発方向等では、東三河地域、遠州地域と同様に販路開拓が挙がっており、他機関との連携（医療機関等）や、他産業との連携（観光との連携）等を目指そうとしている。

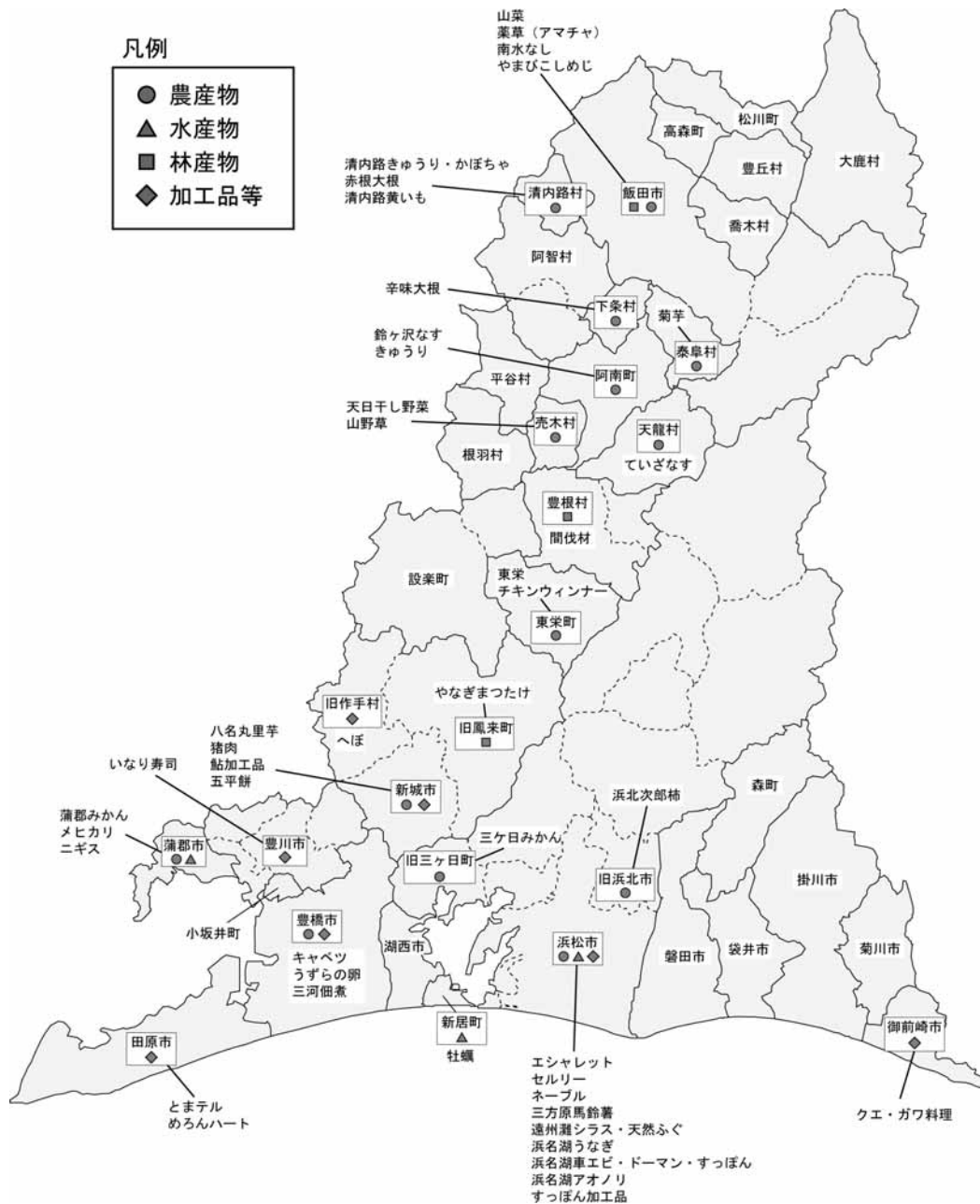


図 2-3-1 地域で戦略的に売り出していきたい分野  
出典：市町村、商工会・商会議所、農協等アンケート調査

表 2-3-1 地域として戦略的に売り出していきたい商品

区分 1	区分 2	東三河地域	遠州地域	南信州地域
農産物	野菜類	・キャベツ(豊橋市)	・エシャレット(浜松市) ・セルリー(浜松市)	・ていぎなす(天龍村、天龍村商工会) ・鈴ヶ沢なす・きゅうり(阿南町) ・清内路きゅうり・かぼちゃ(清内路村) ・赤根大根(清内路村) ・山菜(飯田市) ・薬草(アマチャ)(飯田市) ・辛味大根(下條村商工会) ・天日干し野菜(売木村商工会) ・山野草(売木村商工会)
	果実類	・蒲郡みかん(蒲郡商工会議所)	・三ヶ日みかん(浜松市、三ヶ日農業協同組合) ・ネーブル(浜松市) ・浜北次郎柿(浜松市)	・南水なし(飯田商工会議所)
	芋類	・八名丸里芋(新城市商工会) ・自然薯(新城市、作手商工会)	・三方原馬鈴薯(浜松市)	・清内路黄いも(清内路村) ・菊芋(泰阜村、泰阜村商工会)
	卵肉類	・うずらの卵(豊橋市) ・猪肉(新城市商工会) ・東栄アヅカイナ(東栄町)		
水産物	魚類	・メヒカリ(蒲郡市、蒲郡商工会議所) ・ニギス(蒲郡商工会議所) ・鮎加工品(寒狭川鮎ヤナ組合)	・遠州灘シラス・天然ふぐ(浜松市) ・浜名湖うなぎ(浜松市)	
	その他		・浜名湖車エビ・ドーマン・すっぽん(浜松市) ・浜名湖アオノリ(浜松市、浜松商工会議所) ・牡蠣(新居町商工会)	
林産物	木材・間伐材	・間伐材(豊根村商工会、豊根村森林組合、設楽町森林組合)		
	きのこ類	・やなぎまつたけ(鳳来町商工会)		・やまびこしめじ(飯田商工会議所)
加工品等	食材	・三河佃煮(豊橋商工会議所) ・いなり寿司(豊川市) ・五平餅(新城市) ・とまテル、めろんハート(田原市) ・へぼ(作手商工会)	・クエ・ガワ料理(御前崎漁業協同組合) ・すっぽん加工品(浜松市)	

注記：下線の商品は愛知県、長野県の伝統野菜に指定されているもの

とまテルではファーストトマトが、めろんハートではアールスメロンが伝統野菜に指定。

出典：市町村、商工会・商工会議所、農協等アンケート調査

表 2-3-2 地域として戦略的に売り出していきたい商品及び・商品化方向  
(市町村)

組織名	売り出したい産品	その理由	商品開発方向等	
東三河地域	豊橋市	全国一の生産額を誇るうずら卵を使った商品開発	うずら卵の生産者は、比較的価格が安定している生鮮用の需要の低下、また加工用についても輸入品におされ価格が下落し、厳しい環境にある。そこで、付加価値の高い加工品の開発または生鮮品としての新たな需要を開拓し、生産者の経営の安定に繋げていきたい。	うずら卵の栄養価を生かした付加価値の高い商品開発。生鮮品としての販路開拓。
		キャベツ(全国4位の産出額)	キャベツは、本市の産出額が全国4位、隣接する田原市をあわせると断トツの1位を誇る。しかし、キャベツは経費の割に価格が低く、生産者が収益を上げにくい。過剰生産時には、産地廃棄を余儀なくされることもある。近隣市町での取引で生産者の経営の安定化を図る方法を考えたい。	産地(JA)と近隣市町の食品事業者との直接取引等により、流通経費削減による生産者の収益の増加をねらう。(浜松市の餃子の業者との連携等)
	豊川市	いなり寿司	豊川市の名物のため	
	新城市	五平餅	地域に根ざした料理であり、食べ物と地域イメージが一度にPRできるものであるため。	常時食べられるところを増やすこと。
		自然薯	地域に合っている。	
	蒲郡市	蒲郡市で水揚げされるメヒカリのブランド化	蒲郡市では、県内のメヒカリの95%が水揚げされている。近年メヒカリは高級魚として注目されており、ブランド化により更なる知名度の向上を図りたい。	3~5年以内の「地域団体商標」の登録を目標とする。
	田原市	とまテル、めろんハート	地元産品のPR。	田原市特産品として認定PR。
東栄町	東栄チキンウインナー	幻のチキンウインナーを復活させたい。	今後検討を行う。	
遠州地域	浜松市	ペースト化した三ヶ日みかんゼリー・アイス	三ヶ日町では特産の三ヶ日みかんが主であり、年1度の収穫時の相場で収入が左右される。そこでみかんの加工品等の開発と販売により農家の安定的な収入を確保したいため。	
		浜松の水産資源(遠州灘シラス・遠州灘天然とらふぐ・浜名湖アサリ・浜名湖アオノリ・浜名湖車エビ・浜名湖ドーマン・浜名湖うなぎ・すっぽん、すっぽん加工品等)	天竜川、浜名湖、遠州灘等、浜松地域の恵まれた自然による恵みを十分に活用し、資源と観光業とを結びつけることで、全国有数の旅行先、グルメエリアとしての地位を確立させる。	コストに利益を積み上げる手法でもなく、マーケットの価値で値段をつけるようにすべき。
		浜松産農産資源(三ヶ日みかん・とびあみかん・ピオーネ・ネーブル・浜北次郎柿・ガーベラ・エシャレット・セルリー・三方原馬鈴薯・やら米か等)	浜松の農産品は全国第4位を誇る生産であり、その豊かな資源やその加工品を全国へ発信することにより、地域のイメージを高め、地域間競争の中での差別化を図る。	コストに利益を積み上げる手法でもなく、マーケットの価値で値段をつけるようにすべき。

組織名		売り出したい産品	その理由	商品開発方向等
南 信 州 地 域	飯田市	薬草（アマチャ）	全国的にも栽培できる地域が限定されているが、お寺の花祭り等での需要は元より、糖尿病患者等への甘味料としての利用が期待されており、中山間地域の特産品にして、地域振興を図りたい。	企業等と提携し、甘味料等への利用や、加工品の開発を行い、医療機関や医療関係事業者に販売したい。
		山菜（行者にんにく、たらのめ、こしあぶら等）きのこ（くりたけ、まいたけ等）筍等を使った商品開発と都市農村交流活動。	消費者、特に団塊の世代以上の者が、昔食べた味・食の回帰を求める消費動向が見られる。特に山菜、きのこ等は収穫期も限られており、珍重されている。里山や農地活用することでその荒廃を防ぎ、地域振興を図りたい。	山菜等の長期保存、加工品の開発を行い、販路を拡大すると共に、都市農村交流による観光資源としての活用策を探りたい。
	阿南町	町内伝統農業（鈴ヶ沢なす、鈴ヶ沢きゅうり）	町内でも限界集落である鈴ヶ沢地区（5戸9人）で昔から伝わっている野菜を残していきたい。	信州伝統野菜の認定（なすは認定済み）によるブランド化。
	清内路村	信州の伝統野菜に認定された、清内路きゅうり・清内路黄いも・清内路かぼちゃ・赤根大根	清内路村の中で江戸時代頃から生産されてきた貴重な伝統野菜。清内路の気候・風土だからできる野菜で、独特な味が他地域から注目されている。	家庭で栽培されているのが現状。収穫量も少ないので、的を絞った販売ルートの設定が必要。
	天龍村	長野県の伝統野菜の認定を受けた「ていざなす」を利用した観光ルートの開発	天龍村特産の「ていざなす」のPRを図ると共に、観光協会と連携して天龍村全体のPRを図りたい。	収穫体験できる畑の確保、ナスの管理等問題は多く存在するが、試験的にでも実施していきたい。
泰阜村	菊芋	村の特産品として栽培を始めた。糖尿病に効果・効用がある。遊休荒廃地の活用と農村の活性化のため。	菊芋のレシピは全国へ呼びかけ冊子になった。これらも一緒に芋の販売をしたい。	

( 商工会・商工会議所、農協等 )

組織名		売り出したい産品	その理由	商品開発方向等
東三河地域	豊橋商工会議所	三河佃煮	東三河地域の食材(はぜ、うずら卵、調味料)を利用しており、地域の農林水産業振興や雇用拡大に繋がる。従来は大手食品メーカー等へのOEM供給が中心であった脇役から主役への転換が図られ、地域のブランド力強化に繋がる。	三河佃煮ブランディング戦略の検証・是正 海外の展示会出展・販路開拓(アジア) 嗜好性・機能性ある佃煮の開発 等に取り組んでいる。
	蒲郡商工会議所	蒲郡みかん	地域ブランドづくりのため。	不良品のみかんを利用した商品づくり(パウダー状、液状のものから)
		メヒカリ、ニギス	蒲郡で海からの漁獲が多い。	アンチエイジング料理として開発したい。
新城市商工会		猪肉、八名丸里芋		
豊根村商工会		間伐材を使った木製品	山に放置されている間伐材を有効利用し、いろいろな木製品に加工・製造することで、蓄用機械の向上を図るとともに、地域の活性化に結び付けていきたい。	
鳳来商工会		やなぎまつたけ(しゃきっこ)	平成20年度全国展開事業で取り組んだ「やなぎまつたけ」の供給を安定させ、誘客に結び付けたい。	愛知東農業協同組合が平成21年度しいたけの菌床栽培に取り組む計画のため、やなぎまつたけ栽培も依頼する。
作手商工会		自然薯	現在農協を通じての販売が主で、冷蔵庫等の保存管理が悪く、販売時期が限定されている。また、加工品も現在自然薯菓子「とろろの夢」だけであり、地域特産品として国の認定を受けていることから、今後はその販路の拡大、商品開発に力を入れていきたい。	加工品として、煎餅、スナック菓子等考えているが、自然薯のイメージに合う商品を考えている。また、自然薯その物については、通年販売が出来る方向を探っていきたい。
		地域で取れる「へぼ(クロスズメバチ)」の商品開発	へぼの効能については、昔から言い伝えられては来ているが、現在明確な効能をうたった商品もなく、姿そのものもグロテスクだけに、その商品化は現状、薬品系統しかないのかなと思っているが、もう少し気軽に食する事が出来る商品開発が出来れば地域特産品として売り出し、活性化につなげたい。	供給面での不安があるが、地域内で飼育する人も増え近隣市町村でも「へぼサミット」が開催されマスコミにも度々取り上げられるようになりました。こうしたことから、是非「うなぎパイ」のような気軽に食べられる物と思っています。
ひまわり農業協同組合		農産・畜産加工品等	少量多品目の農畜産物(野菜・果実・花き・畜産・水稻)を生産販売。農協管内には4Aコープ・3グリーンセンターがあり、地場による生産から販売までのルートがある。	農協管内の販売ルートから発信していきたい。
寒狭川鮎ヤナ組合		鮎加工品の増加	客の要望に応える。	

組織名		売り出したい産品	その理由	商品開発方向等
東三河地域	設楽町森林組合	間伐材	新規事業等で今後出荷増が予想されるため。	現在、円柱加工、レーザー加工による利用拡大を図っているため、新たな商品開発等を進める。
	豊根村森林組合	間伐材(建材、ペレット)	木材価格の低迷が続いており、流通コストカット、付加価値化が必要。	流域で使用する気運づくり。
遠州地域	浜松商工会議所	浜名湖産アオノリを使った商品開発	浜名湖産アオノリは、佃煮としての利用がほとんどだが、佃煮にすると、アオノリの特徴である色と香りが損なわれてしまう。色と香りを活かした商品づくりで、浜名湖産アオノリブランドを確立し、全国へPRしていきたい。	
	新居町商工会	牡蠣	本会では、浜名湖産牡蠣のPRについて過去手掛けてきたが、受入体制の不備から誘客につなぐことができずに現状を迎えている。	新居のカキ「プリ丸」として、商標登録しており、地元カキ養殖業者の販売+で何かできるかどうか。例えば、商品開発。
	舞阪町商工会	しらす加工品	漁獲高日本一の舞阪漁港と伺っていて、その1.5次産業、産品化による、地域業界の活性化を図って参りたい。	現状、大半が魚市場経由で直接卸・小売部門へ向かい市場(消費者)により大量消費される。今後、その中間における高付加価値化の可能性を探る。
	細江町商工会	遠州夢倶楽部 開発特産品・とんきい豚肉・加工品・まいひめ他	地域資源を生かした特産品だから。	
	三ヶ日農業協同組合	温州みかん	生果としての温州みかんの消費は近年顕著であり、平成16年には1人当りの温州みかんの消費量はバナナを下回る実績となった。特に、40歳代以下の消費が少ない状況である。しかし、加工品としての果実全体の消費は若い年代を主体に微かであるが増加傾向である。また、当果実の機能性についても解明されつつあり、このことも含めて温州みかんの消費増加を図る。	一般消費者受けする商品。好き嫌いが明確な商品の開発としたい。このため、販売先についても当然ながら異なる。また、健康をキーワードに機能性の商品(食品とは限らないで)の開発を望みたい。
	龍山森林組合	木材	地域活性化のため。	
	御前崎漁業協同組合	クエ料理	浜岡温水利用研究所がクエ養殖に取り組んで2年ほど経過。500gほどに成長したクエを使用し、観光客に提供していますが、参加商店の拡大とPRに努めたい。	現時点で他地区への配送は無理だと思う。地元で色々な料理方法があると思う。店によって料理方法も単価も違う。
	ガワ料理	毎年数回ガワ料理の取材等が行われる。当然、ガワで知られるのは、カツオですが地元では、アジ・イサキ・タチ・ヘラ、色々な食材が使われ好まれています。世間にアピールしたらどうか。	具材を冷凍・真空パックに出来ないか。	

組織名		売り出したい産品	その理由	商品開発方向等
南 信 州 地 域	飯田商工 会議所	南水なし	長野県南信農業試験場で育成された品種で、日持ち性に優れている梨である。	観光(特に中京、三遠南信地域)からのなしの観光ツアー、ブランド作りに期待したい。
		やまびこしめじ	世界初の「やまびこしめじ」人工栽培に成功した歴史がある。	
	松川町商 工会	低温殺菌果汁	果物、野菜をより新鮮なままジュースにし、フレッシュ感のある飲料を提供する。地元の青果を使い、生産者の方々の連携をとり、より良い品の生産も出来るように取り組みたい。	販売先を限定する等。
	下條村商 工会	辛味大根の加工品	現在は素材のままでの出荷である。	通年利用可能な製品化が課題。
	売木村商 工会	天日干し野菜、山野草	当地域では、以前より「つみ草」(山野草)をPRしているが、なかなか周知されていない。また、野菜もおいしいのだが、認知度は高くない。そこで、保存食としても味的にも健康にも良い天日干しにすることで広く流通させ販売したい。	現在は、試作段階である。「つみ草」に至っては、東京の料亭等へ卸しており、そこから広がりを見せれば良いが、まだ生産体制が取れていないのでそこを確保したい。
	天龍村商 工会	ていざなずの商品開発	村内で栽培される「ていざなず」を使った商品開発と観光ルート開発。村内特産品のPRと普及拡大。	収穫体験、アンテナショップ、加工品の開発。
	泰阜村商 工会	菊芋の加工品	糖尿病に効くとも言われており、農薬が余りいないという点で今後の市場開拓が期待できる。	現在、村内企業がネット、商店等で漬物を販売しているが、実績としてはこれからである。
	喬木村商 工会	惣菜類	農業者から仕入れた野菜、果物を安心して利用できる。	賞味期限のなるべく長い商品づくり。
信州の原料を使用した加工品		地産地消を進めていくためにも、地元材料を使用。	自然増で仕事や委託者があり、今のところ、販売方法は考えなくてもいける。	

出典：市町村、商工会・商工会議所、農協等アンケート調査

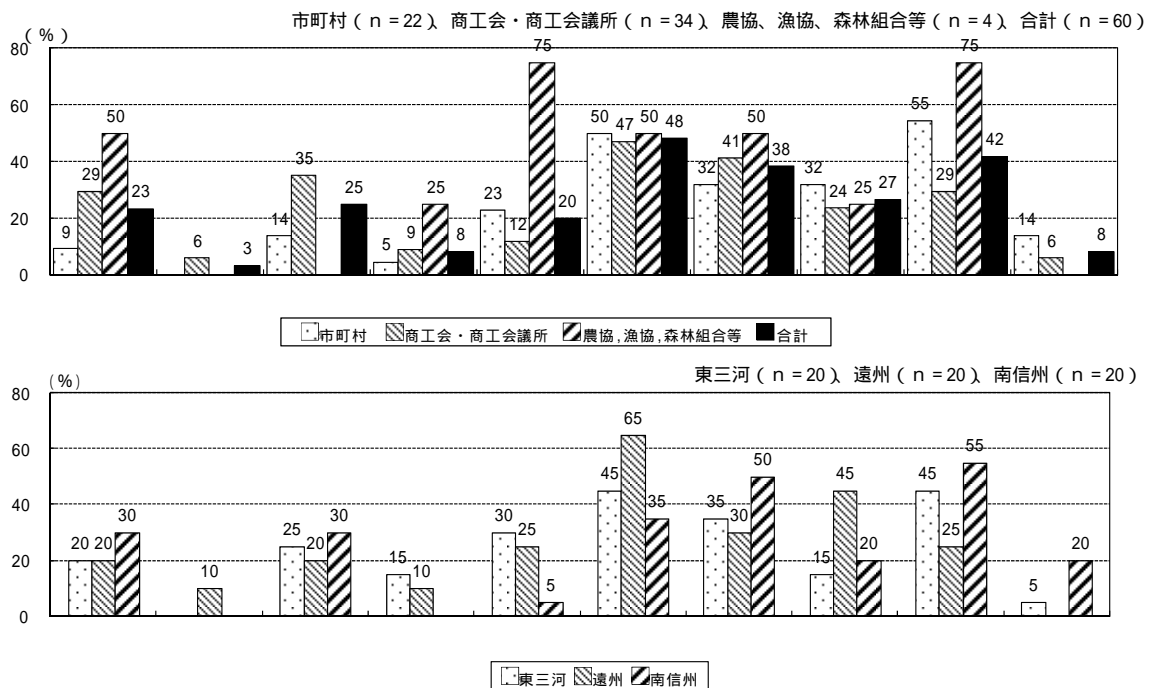


(2) 地域からみた商品の販売促進に向けた課題

地域（市町村、商工会・商工会議所、農協等）として、農林水産物、加工品を売り出していく場合の課題としては、「農商工連携を進められるような体制が整備されていない」（48％）が最も大きく、次いで「農家、漁師、林家等の一次産品を生産する事業者の農商工連携に対する意識が低い」（42％）となっている。また、「商品開発しても販売ルートがない」（38％）も高い（図2-3-2）。

機関別に見ると、市町村では「農家、漁師、林家等の一次産品を生産する事業者の農商工連携に対する意識が低い」（55％）が高く、商工会・商工会議所では「農商工連携を進められるような体制が整備されていない」（47％）が高い。

地域別に見ると、遠州地域では「農商工連携を進められるような体制が整備されていない」が大きな課題となっているが、南信州地域では「農家、漁師、林家等の一次産品を生産する事業者の農商工連携に対する意識が低い」が大きな問題であると指摘している。東三河地域では、「農商工連携を進められるような体制が整備されていない」、「農家、漁師、林家等の一次産品を生産する事業者の農商工連携に対する意識が低い」ともに大きな課題としている。



どのような農林水産物を活用していけばよいかわからない  
 地域でどのような農林水産物があるのかが、余りわからない  
 地域には農林水産物を加工できるような事業者がいない  
 農林水産物の加工事業者を知らない  
 商品化をどのように進めたらよいかわからない、相談する  
 ような機関がない(知らない)  
 農商工連携を進められるような体制が整備されていない  
 商品開発しても販売ルートがない  
 開発された商品の試験販売ツール(アンテナショップ等)  
 がない  
 農家、漁師、林家等の一次産品を生産する事業者の農商  
 工連携に対する意識が低い  
 その他

図2-3-2 農林水産物・加工品を売り出していく場合の問題

注記：上図の凡例である「東三河」、「遠州」、「南信州」は市町村、商工会・商工会議所、農協等の回答数を合算した回答率である。

出典：市町村、商工会・商工会議所、農協等のアンケート調査

一方、地域から商品売り出ししていく場合に支援を必要としている内容としては、「販路拡大」が最も多くなっており、非常に大きな課題である（表 2-3-3）。支援して欲しい内容としては、商品 PR、販路開拓（海外を含む）が非常に多く、同時に当該分野を支援できる機関・人材の紹介、情報提供についてのニーズが高い。次いで、「商品開発」が大きく、地域の食材・素材を利用した商品開発（加工品等）に対するニーズが非常に高く、単なる加工品ではなく、機能性を持った加工品への期待も大きい。また、商品開発の進め方や、商品を加工できる工場の紹介等、経済界や産業支援機関間の情報交換等が進むことにより、比較的容易に解決できるニーズも含まれている。科学的な検証では、食材等の科学的な効用分析に対するニーズが高く、国民の健康志向等を踏まえた商品の差別化方策の一つとして考えられている。その他としては、食材（加工品等を含む）や収穫体験、自然等の観光資源と連携した観光ルート開発に対するニーズが南信州地域で高くなっている。

このように地域側の課題としては、「農商工連携を進められるような体制が整備されていないこと」が最も大きい。また、地域から商品売り出ししていく場合の支援としては、科学的な分析と専門的なコンサルティング、商品開発における企業とのマッチング、観光との連携等への期待が大きい。このため、こうした機能を考慮した農商工連携の基盤づくりを進めていくことが必要である。

表 2-3-3 他機関から支援して欲しい分野

支援して欲しい分野	地域	商品等
科学的な検証	東三河地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・うずら卵の栄養価を科学的に立証し、特定保健用食品等の商品開発(うずらの卵：豊橋市)</li> <li>・自然薯の保存管理に詳しい人材・機関の紹介(自然薯：作手商工会)</li> <li>・科学的な効能を証明できる機関、人材の紹介(へぼ(クロズメバチ)：作手商工会)</li> </ul>
	南信州地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・健康面での効用の科学的分析(薬草(アマチャ)：飯田市)</li> <li>・科学的な成分、効用分析(山菜(行者にんにく、たらめ、こしあぶら等)きのこ(くりたけ、まいたけ等)筍：飯田市)</li> </ul>
販路拡大	東三河地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食品販売・流通専門家、パイヤー等による販路拡大(キャベツ：豊橋市)</li> <li>・商品 PR(東栄チキンウインナー：東栄町)</li> <li>・愛知東農業協同組合との連携(やなぎまつたけ：鳳来商工会)</li> <li>・年間を通じた販売体制づくり(自然薯：作手商工会)</li> <li>・販売チャンネルに関する情報提供(農産・畜産加工品等：ひまわり農業協同組合)</li> </ul>
	遠州地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品価値の評価と販売ルートを踏まえたコンサルティング(ペースト化した三ヶ日みかんゼリーやアイス：浜松市)。</li> <li>・海外販路の開拓(遠州灘シラス・遠州灘天然とらふぐ・浜名湖アサリ・アオノリ・車エビ・ドーマン・うなぎ・すっぽん、すっぽん加工品等：浜松市)</li> <li>・海外販路の開拓(三ヶ日みかん・とびあみかん・ピオーネ・ネーブル・浜北次郎柿・ガーベラ・エシャレット・セルリー・三方原馬鈴薯・やら米か等：浜松市)</li> <li>・商品 PR(牡蠣：新居町商工会)</li> <li>・商品 PR(しらす加工品：舞阪町商工会)</li> <li>・販路開拓(遠州夢倶楽部 開発特産品・とんきい豚肉・加工品・まいひめ他：細江町商工会)</li> <li>・販路開拓を促す人材確保やコーディネーターに関する情報(温州みかん：三ヶ日農業協同組合)</li> </ul>
	南信州地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品の PR・広報活動(ていざなす：天龍村、天龍村商工会)</li> <li>・商品の PR・広報活動・販路開拓(菊芋：泰阜村、泰阜村商工会)</li> <li>・商品 PR(天日干し野菜、山野草：売木村商工会)</li> </ul>

支援して欲しい分野	地域	商品等
商品開発	東三河地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・味付け、サイズ等の地域特性を活かした商品開発(五平餅：新城市)</li> <li>・木を利用した商品開発(間伐材を使った木製品：豊根村商工会)</li> <li>・商品開発支援機関、人材の紹介(自然薯：作手商工会)</li> <li>・商品開発(へぼ(クロスズメバチ)：作手商工会)</li> <li>・商品開発(間伐材：設楽町森林組合)</li> </ul>
	遠州地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランド化(遠州灘シラス・遠州灘天然とらふぐ・浜名湖アサリ・アオノリ・車エビ・ドーマン・うなぎ・すっぽん、すっぽん加工品等：浜松市)</li> <li>・ブランド化(三ヶ日みかん・とぴあみかん・ピオーネ・ネーブル・浜北次郎柿・ガーベラ・エシャレット・セルリー・三方原馬鈴薯・やら米か等：浜松市)</li> <li>・商品開発の進め方の指導(豊橋地域の「青じそ加工研究会」等)(浜名湖産アオノリを使った商品開発：浜松商工会議所)</li> <li>・農産物等を加工できる工場の紹介(遠州夢倶楽部 開発特産品・とんきい豚肉・加工品・まいひめ他：細江町商工会)</li> <li>・商品開発できる企業の紹介や、2次加工品企業の紹介(温州みかん：三ヶ日農業協同組合)</li> <li>・色々な海産物(具材)を活用した商品開発(ガワ料理：御前崎漁協)</li> </ul>
	南信州地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・機能性食品等としての研究・商品開発や、企業等の紹介(薬草(アマチャ)：飯田市)</li> <li>・加工食品等の研究・開発、企業等の紹介(山菜(行者にんにく、たらめ、こしあぶら等)きのこ(くりたけ、まいたけ等)筍：飯田市)</li> <li>・やまびこしめじを利用した料理の開発(やまびこしめじ：飯田商工会議所)</li> <li>・果物・野菜の品質や選定指導(低温殺菌果汁：松川町商工会)</li> </ul>
その他	東三河地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産体制の確立(やなぎまつたけ：鳳来商工会)</li> <li>・公共事業での利用促進(間伐材：設楽町森林組合)</li> </ul>
	遠州地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源に関する情報の紹介(遠州夢倶楽部 開発特産品・とんきい豚肉・加工品・まいひめ他：細江町商工会)</li> <li>・地場産業として定着化(クエ料理：御前崎漁協)</li> </ul>
	南信州地域	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都市農村交流活動(山菜(行者にんにく、たらめ、こしあぶら等)きのこ(くりたけ、まいたけ等)筍：飯田市)</li> <li>・伝統野菜を通じた都市との交流事業への参加(鈴ヶ沢なす、鈴ヶ沢きゅうり：阿南町)</li> <li>・伝統野菜を利用した観光ルートの開発(収穫体験)(ていざなす：天龍村)</li> <li>・伝統野菜を利用した観光ルート開発(ていざなす：天龍村商工会)</li> <li>・関係する農産物を生産する農家等の紹介。(低温殺菌果汁：松川町商工会)</li> </ul>

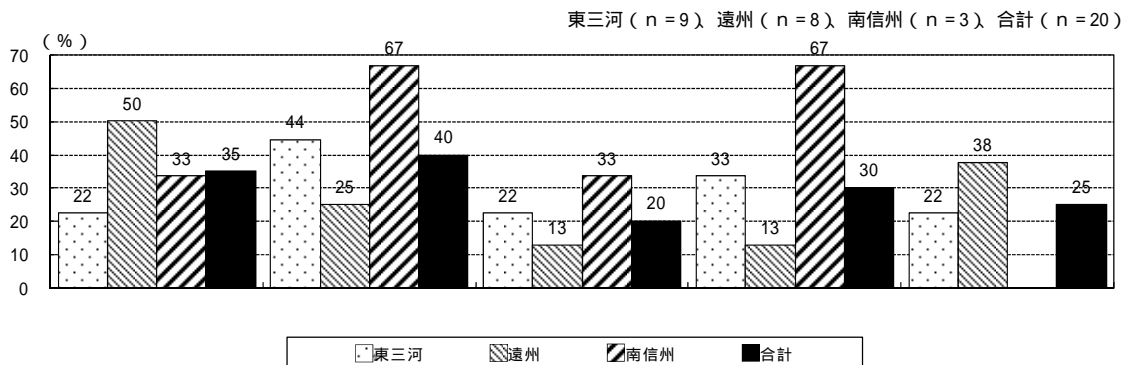
出典：市町村、商工会・商工会議所、農協等のアンケート調査

## 4. スーパー等における少量分散型地域資源の販路拡大の可能性

### (1) スーパー等における取扱品目に対する裁量権

今回アンケート調査を実施した個々のスーパー等における物産仕入れの裁量権についてみると、35%の店舗は全く裁量権を持っていないが、「若干量の物産の仕入れ」(40%)、「地元の物産の仕入れ」(30%)については、店舗の裁量権がある(図2-4-1)。また、これは店舗毎の性格等によって決まるものではなく、本社との関わりの中で決定されている事項である。

このため、スーパー等に対して少量分散型地域資源の取り扱いをお願いする場合(販路開拓) 地元店舗との連携の可能性が期待できる。



物産の仕入れは本社または地域支部などで行われており、事業所・店舗の裁量はない  
 若干量の物産の仕入れについて、事業所・店舗の裁量がある  
 特定の品目の仕入れについて、事業所・店舗の裁量がある  
 地元の物産の仕入れについて、事業所・店舗の裁量がある  
 その他

図2-4-1 各事業所における物産等の仕入れ裁量の状況

出典：第2回スーパー等のアンケート調査

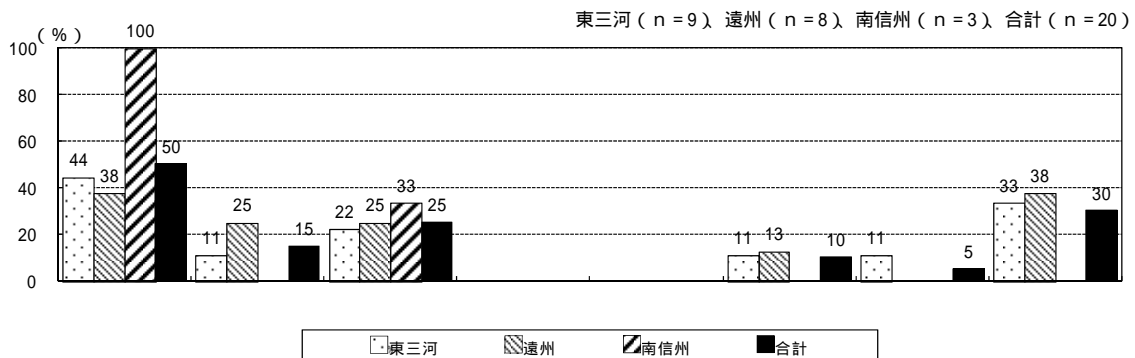
### (2) 少量分散型地域資源の販路拡大に向けた活動への参加意向

#### 1) 生産者(加工業者を含む)等を含めた情報交換・交流会への参加意向

少量分散型地域資源を利用した商品は、知名度が低く、取り扱い店舗等も少ないため、スーパー等のバイヤーの目に留まることが少ない。このため、生産者(加工業者を含む)等を含めた情報交換・交流等が重要になる。

スーパー等の第2回アンケート調査では、「生産者(加工業者を含む)と貴事業所等の小売業者・流通業者が参加し、試食・試飲を兼ねた交流」(50%)への高い参加意向がみられ、特に南信州地域では100%であった(図2-4-2)。また、ヒアリング調査では豊橋市の卸売業者において、東三河地域ではあるが、地元の小規模事業者等も参加できる物産展(小売業・流通業者が対象)を開催している。

こうした状況を踏まえ、民間が主体となり、行政・経済界の支援を得ながら三遠南信地域としてこうした場づくりを進めていくことが重要である。



生産者(加工業者を含む)と専事業所等の小売業者・流通業者が参加し、試食・試飲を兼ねた交流会  
 生産者(加工業者を含む)が参加した一般向け物産展と同時開催される商談会  
 生産者(加工業者を含む)と専事業所等の小売業者・流通業者等が参加した物産展と商談会  
 地元の食材を利用した一般住民向けや専門業者による調理・料理コンテスト  
 地元の原材料(木材等)を利用した商品づくりコンテスト  
 中山間地等で生産されている商品生産現場の見学ツアー  
 その他  
 上記に示された情報交換・交流会等には参加する意向はない

図2-4-2 生産者(加工業者を含む)等を含めた情報交換・交流会等への参加意向  
 出典：第2回スーパー等のアンケート調査

## 2)少量分散型地域資源を活用した商品の取り扱いに向けた協力可能性

少量分散型地域資源を活用した商品の取り扱いに向けた協力可能性についてみると、「積極的に協力したい」(5%)は非常に少なく、基本的には「内容による」(43%)が最も多く、次いで「多少は協力できる」(33%)となっている(図2-4-3)。但し、「協力する余裕はない」と回答した事業所はなかったため、スーパー等が参画しやすいような協力内容を提供することで連携の可能性が広がると考えられる。

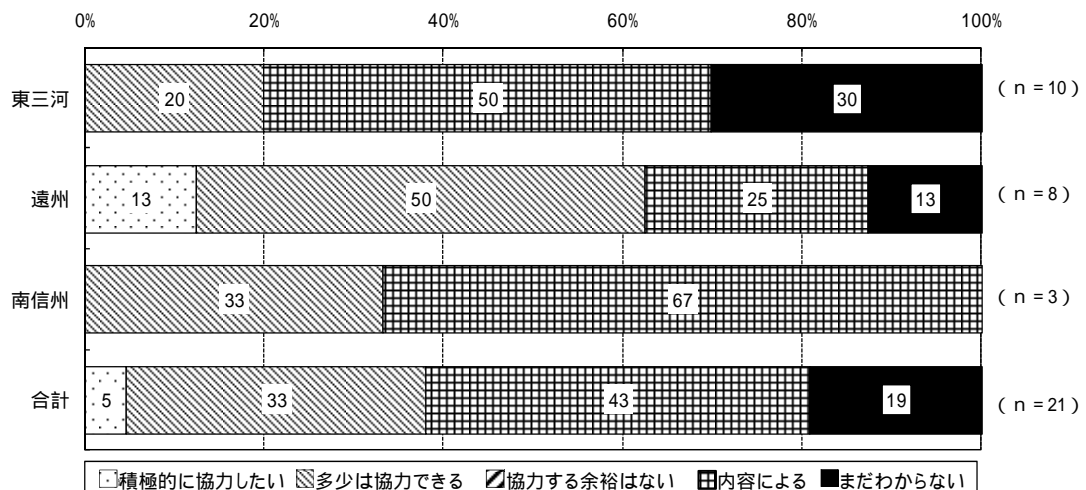


図2-4-3 少量分散型地域資源の取り扱い等に対する協力可能性  
 出典：第2回スーパー等のアンケート調査

### 3)少量分散型地域資源を活用した商品づくりへの意向

スーパー等において、少量分散型地域資源を活用した商品づくりの参加可能性についてみると、40%は「現在、商品開発を行うことは考えていない」となっている（図 2-4-4）。しかしながら、「地元経済界等による商品開発を目指した研究会が設置されれば参加したい」が 30%となっており、地域側とスーパー等との連携の仕組みが整備されれば、小売業者が参加した商品開発づくりが行え、販路開拓を進めていく上でも非常に有利になると考えられる。

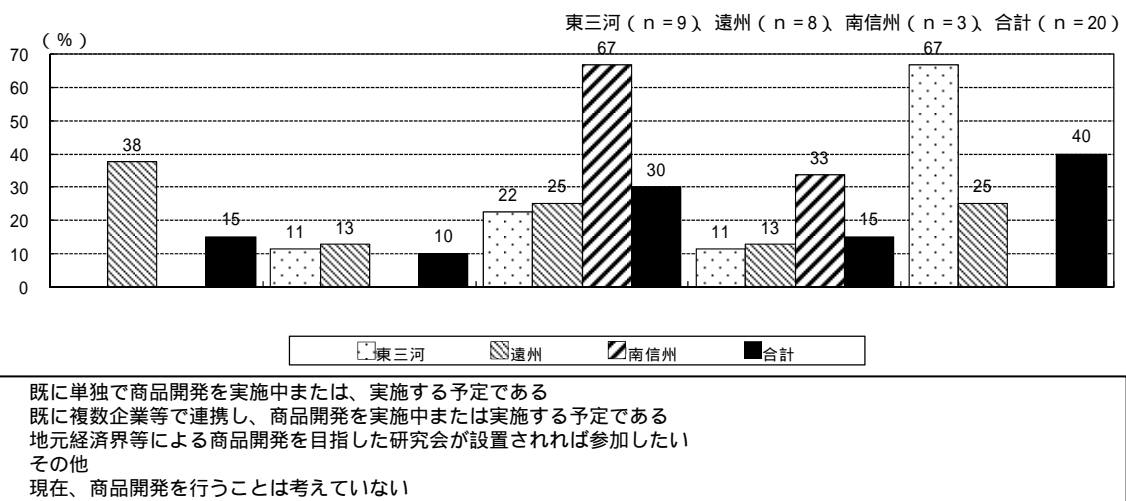


図 2-4-4 少量分散型地域資源を活用した商品づくりに関する参加意向  
 出典：第 2 回スーパー等のアンケート調査

### 4)規格外の農産物の取り扱いについての可能性等

#### 規格外農産物の販売の可能性

これまで規格外の農産物は、自家消費や産地直売所等での販売が中心であったが、新たな業態として規格外農産物の取り扱いが増えている<sup>1</sup>。遠州地域で開発された「三方原ポテトチップス」は、規格外の馬鈴薯を活用したアイディア商品である。

こうした中、スーパー等では、規格外品を「販売したい」(24%)、「販売を検討したい」(33%)の合計は約 57%であり、半数以上の事業所で取扱の意向がある（図 2-4-5）。

このため、非常に有望な市場であると判断できる。

<sup>1</sup> 浜松市の(株)生活創庫（リサイクルショップ）では、キズ有、ワケ有の新鮮野菜を農家から直接仕入れ、自らのリサイクルショップ（現在は本店のみ）で販売している。

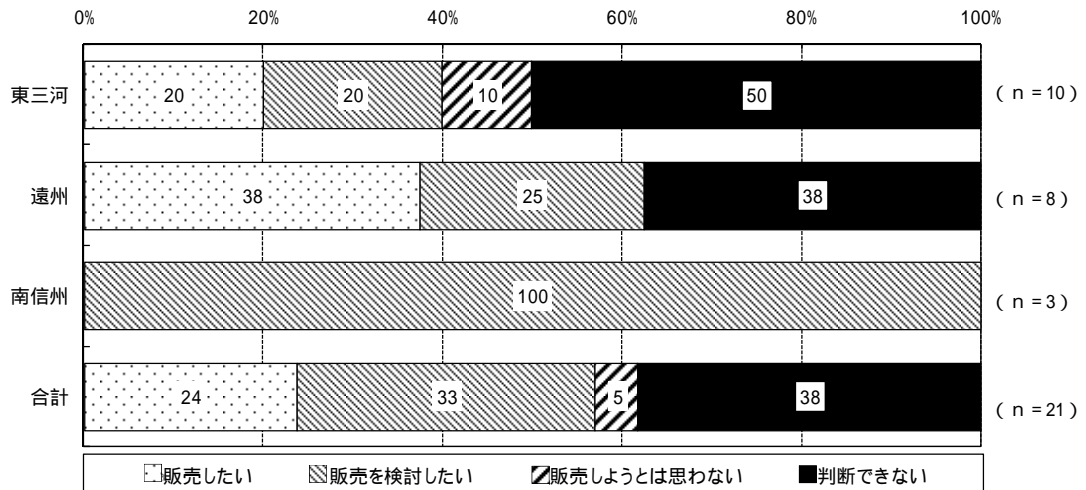


図 2-4-5 規格外農産物の販売意識  
出典：第 2 回スーパー等のアンケート調査

#### 規格外農産物を利用した加工商品づくり

規格外農産物を利用した加工商品づくりでは、「行いたい」(5%)は非常に少ないが、「検討したい」(40%)は非常に高くなっており、規格外農産物を販売することや、それを利用した加工食品づくりに対して高い関心を示している(図 2-4-6)。

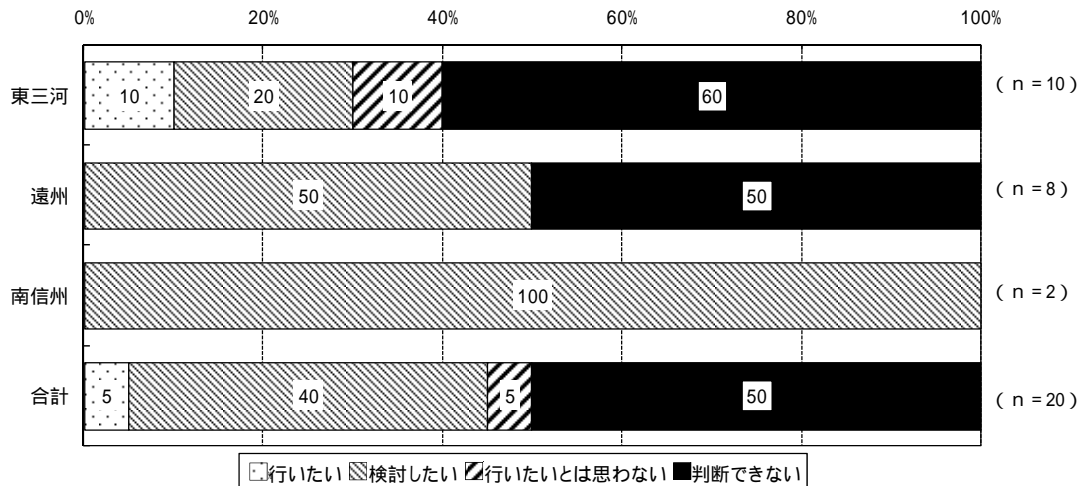


図 2-4-6 規格外農産物を利用した加工商品づくりへの意向  
出典：第 2 回スーパー等のアンケート調査

#### 規格外農産物の発生状況に関する情報

規格外農産物、それを利用した加工商品づくりに対して、半数近くのスーパー等が関心を占めているが、そうした情報提供に対しては、「是非欲しい」(15%)、「欲しい」(20%)を合わせると約 35%であり、情報提供についてはそれほど高くはない(図 2-4-7)。

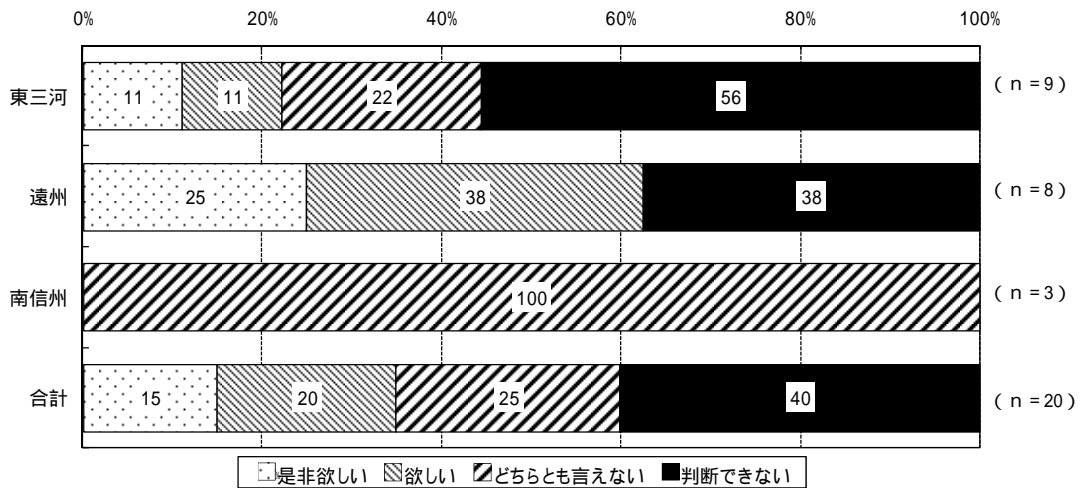


図 2-4-7 規格外農産物の発生状況に関する情報提供について  
出典：第 2 回スーパー等のアンケート調査

### (3) 三遠南信地域としてのブランドづくりへの参加意向

#### 1) 三遠南信地域としての地域ブランドづくり

三遠南信地域には、経済界が中心となり、遠州地域の「やらまいか浜松ブランド」が設定されており、東三河地域においても「穂の国ブランド」等の動きがある。

こうした中、スーパー等からみた場合、三遠南信地域としてブランドづくりを進めることについて、「是非進めることが必要」(14%)、「進めることが必要」(62%)を合わせると約 76%が必要であると認識している(図 2-4-8)。

また、このブランド化がスーパー等への取扱量の増加に繋がるかでは、「取扱量の増加に繋がる」(10%)、「多少、取扱量の増加に繋がる」(52%)を合わせると、約 62%は取扱量の増加に寄与すると考えている(図 2-4-9)。

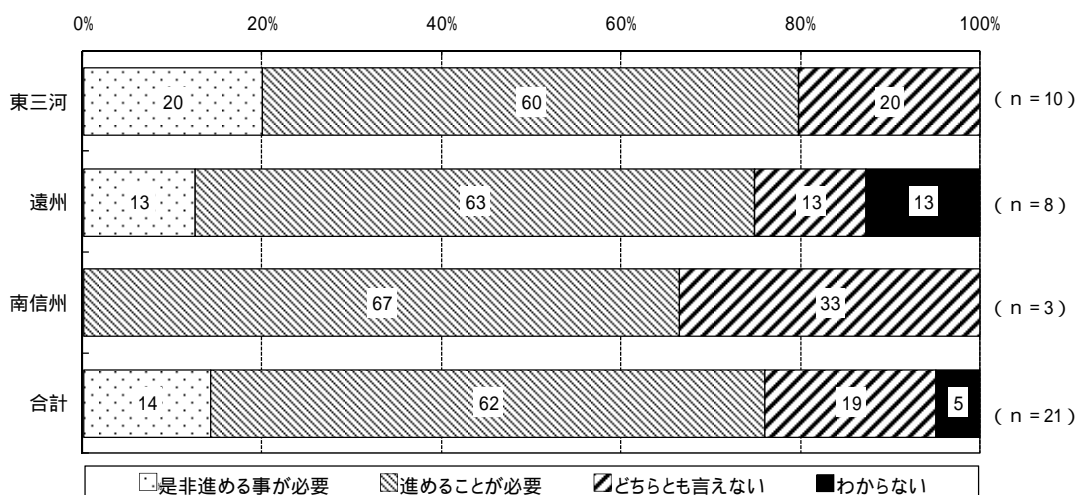


図 2-4-8 三遠南信地域の物産等の地域ブランドづくりについて  
出典：第 2 回スーパー等のアンケート調査



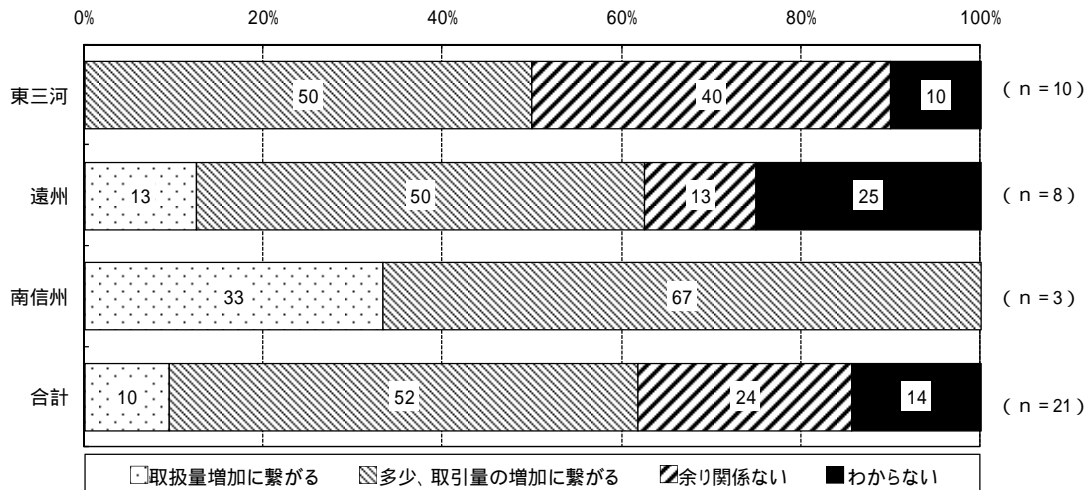


図 2-4-9 地域ブランドがスーパー等の取引量に与える効果  
出典：第 2 回スーパー等のアンケート調査

## 2)三遠南信地域としてのブランドづくり

### 三遠南信地域のブランドづくりのキーワード

三遠南信地域の物産等のブランドづくりのキーワードとしては、半数以上の事業所では「安全・安心」(100%)、「地産地消」(67%)、「新鮮」(67%)、「地元食材の利用」(57%)を指摘している(図 2-4-10)。

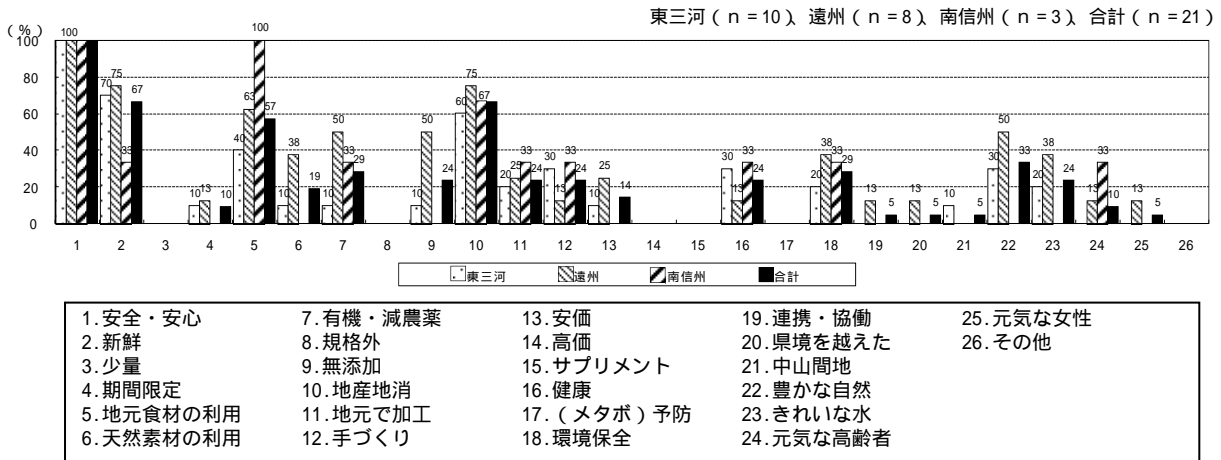


図 2-4-10 三遠南信地域におけるブランドのキーワード  
出典：第 2 回スーパー等のアンケート調査

### 三遠南信地域のブランドづくりへの参加意向

三遠南信地域のブランドづくりへの参加意向では、「参加したい」(33%)が意外と高くなっており、地域物産を販売していく上でスーパー等も地域と何らかの関与を持って行きたいとする意思の表れとも考えられる(図 2-4-11)。

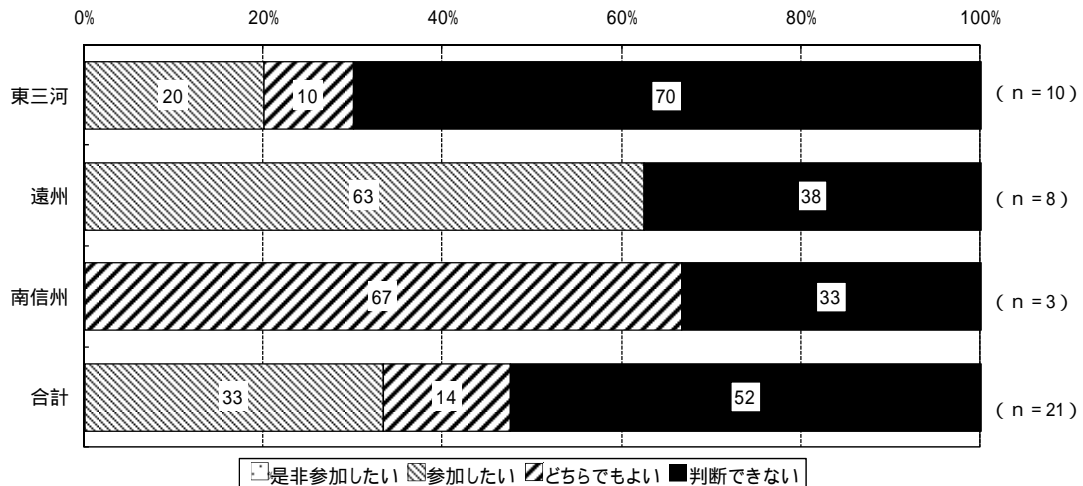


図 2-4-11 地域ブランドづくりへの参加意向  
出典：第 2 回スーパー等のアンケート調査

このように三遠南信地域の物産等を販売していく場合、スーパー等からみると、ブランド化が必要であるとの認識が高い。これは、知名度や認知度が低い商品について、消費者により認知してもらうためには「ブランド化」による販路拡大が重要であると考えているためである。

スーパー等のヒアリング調査では、キーワードに指摘されていた「安全・安心」に対して、「何故安全で安心であるのか」について、商品毎に正確な情報や消費者が欲する情報を、消費者にわかりやすく説明することが必要であると指摘している。

このため、地域としてのブランド化（商品としてのブランド化とは異なる）を進めていく場合、商品毎に正確な情報や消費者が欲する情報を、消費者にわかりやすく説明できる基準づくりを設けていくことが必要になる。また、キーワードで同様に高かった「地域食材の利用」では、加工食品について、どこまでを地域食材として限定するのか（主原料のみを地域食材とした基準とするのか、副原料も併せて地域食材とした基準とするのか等）等の基準づくりも併せて検討していくことが必要である。

#### (4) 地域との包括的な連携協定への意向

現在、スーパー等と地域との間で包括的な連携協定を行っているのは 1 事業者のみである。今後、三遠南信地域の特産品づくりや地産地消を進めていく場合、地方自治体との協定締結については、「協定を結ぶのではなく、連携という柔軟な仕組みによって地域の特産品づくりや地産地消等の活動を進めていきたい」（48%）が半数近くを占め、協定締結ではなく、柔軟な連携に対するニーズが高い（図 2-4-12）。

このため、こうしたニーズを考慮し、三遠南信地域とスーパー等が柔軟な連携活動を行える場や仕組みづくりを整備していくことが重要である。

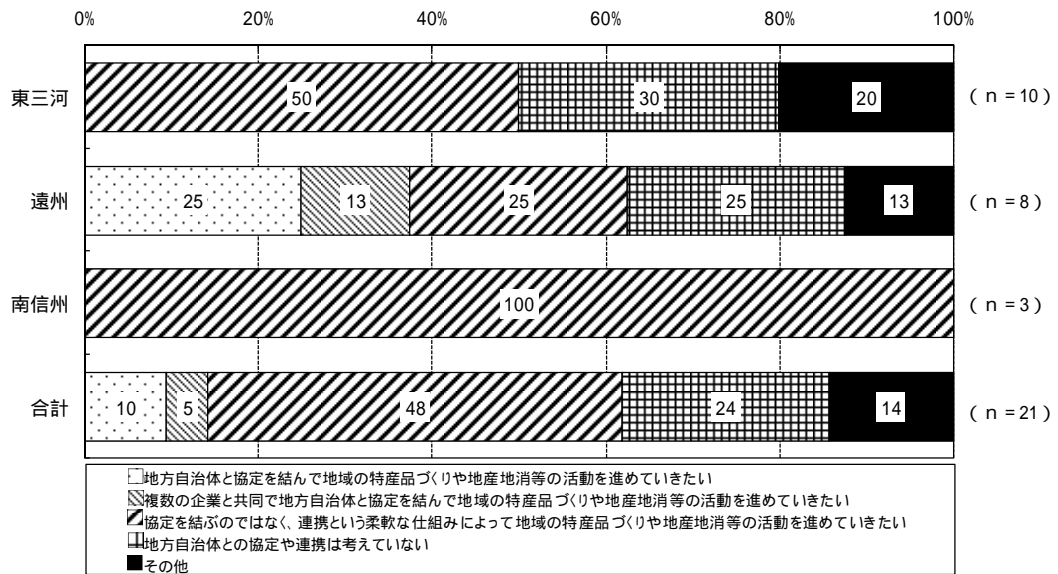


図 2-4-12 地方自治体との特産品づくり等に関する協定締結の意向  
 出典：第 2 回スーパー等のアンケート調査

## 5 . 少量分散型地域資源を活用した新たな動き

### (1) コンビニエンスストアと地域との包括業務提携の動き

#### 1) コンビニエンスストアと地域との包括業務提携の動き

近年、全国展開しているコンビニエンスストアが、地域に密着した店舗経営や地域貢献活動を積極的に進めるという経営方針に基づき、地方自治体と包括的な業務提携を進めている（表 2-5-1）。受け手である地方自治体は、企業の積極的な地域貢献活動は歓迎しており、協働して県政等を推進することは地域住民にも有意義であるとの観点から、受け入れられている。

業務提携の分野は、観光・特産品など産業活動をはじめ、環境保全、地域の安全・安心の確保、子ども・青少年の育成支援、生活文化・住民サービスの向上、防災等、広範多岐にわたっている。

三遠南信地域では、長野県が(株)ローソン、(株)セブン-イレブン-ジャパン、(株)サークルKサンクス等と静岡県が(株)ローソン、(株)セブン-イレブン-ジャパン等と包括業務協定を締結しており、様々な活動を展開している（表 2-5-2）。

表 2-5-1 (株)ローソンにおける地方自治体との包括業務協定の締結状況

	地方自治体名	協定締結日		地方自治体名	協定締結日
1	和歌山県	2003.8.1	13	高知県	2007.10.31
2	三重県	2006.4.24	14	熊本県	2007.12.17
3	鳥取県	2006.5.1	15	北海道	2008.2.21
4	富山県	2006.8.9	16	香川県	2008.3.13
5	佐賀県	2006.9.30	17	岩手県	2008.6.23
6	徳島県	2006.12.4	18	山梨県	2008.6.24
7	福井県	2007.3.7	19	埼玉県	2008.6.30
8	大分県	2007.5.9	20	長崎県	2008.7.9
9	宮崎県	2007.6.4	21	静岡県	2008.9.22
10	沖縄県	2007.7.10	22	石川県	2008.11.27
11	鹿児島県	2007.9.14	23	青森県	2008.12.15
12	長野県	2007.9.19			

表 2-5-2 三遠南信地域に関係した地方自治体と主なコンビニエンスストアとの  
包括業務協定の締結状況

コンビニエンスストアとの協定		
長野県	(株)ローソン	締結日：平成 19 年 9 月 19 日 名 称：長野県と株式会社ローソンとの包括的連携に関する協定 内 容： <u>観光・特産品など地域ブランドの振興</u> に関する事、 <u>環境保全</u> に関する事、 <u>地産地消・食育</u> に関する事、 <u>地域の安全・安心の確保</u> に関する事、 <u>子ども・青少年の育成支援</u> に関する事、 <u>生活文化・住民サービスの向上</u> に関する事、 <u>その他地域の活性化</u> に関する事
	(株)セブン-イレブン-ジャパン	締結日：平成 19 年 11 月 16 日 名 称：長野県と株式会社セブン イレブン・ジャパンとの地域活性化包括連携協定 内 容： <u>地産地消及び県オリジナル商品の販売やキャンペーン実施</u> に関する事、 <u>県産の農林水産物・加工品・工芸品の販売・活用</u> に関する事、 <u>健康増進・食育</u> に関する事、 <u>高齢者支援</u> に関する事、 <u>子供・青少年の健全育成</u> に関する事、 <u>観光振興や観光情報の発信</u> に関する事、 <u>環境保全</u> に関する事、 <u>地域や暮らしの安全・安心の確保</u> に関する事、 <u>災害対策</u> に関する事、 <u>その他地域の活性化・住民サービスの向上</u> に関する事
	(株)サークルKサンクス	締結日：平成 20 年 12 月 8 日 名 称：長野県と株式会社サークルKサンクスとの連携と協力に関する包括協定 内 容： <u>地産地消およびオリジナル商品の販売</u> に関する事、 <u>地域の農林水産物・加工品・工芸品の販売・活用</u> に関する事、 <u>観光振興</u> に関する事、 <u>少子化対策・子育て支援</u> に関する事、 <u>健康増進・食育</u> に関する事、 <u>高齢者・障害者支援</u> に関する事、 <u>中高年層の雇用拡大</u> に関する事、 <u>若年層の職業意識の醸成</u> に関する事、 <u>子ども・青少年の健全育成</u> に関する事、 <u>災害対策</u> に関する事、 <u>環境保全</u> に関する事、 <u>その他地域活性化や住民サービスの向上</u> に関する事
静岡県	(株)ローソン	締結日：平成 20 年 9 月 22 日 名 称：静岡県と株式会社ローソンとの包括的連携に関する協定 内 容： <u>県政情報の発信</u> 、 <u>富士山静岡空港のPR</u> 、 <u>県産食材を使用した商品づくりやその販売</u> （弁当やパンなど）、 <u>災害時の支援等</u>
	(株)セブン-イレブン-ジャパン	締結日：平成 21 年 1 月 22 日 名 称：地域活性化包括連携協定 内 容： <u>オリジナル商品開発にあたっての県産品の活用</u> に関する事、 <u>観光や県産品の情報発信</u> に関する事、 <u>地域の安全・安心の確保</u> 、 <u>災害時の支援</u> に関する事、 <u>県政情報の発信</u> に関する事、 <u>県民の健康増進</u> に関する事、 <u>子ども・青少年の育成支援</u> に関する事、 <u>高齢者や障害のある方の支援</u> に関する事、 <u>環境の保全</u> に関する事、 <u>富士山静岡空港の利活用促進・PR</u> に関する事、 <u>その他県政の推進や住民サービスの提供</u> に関する事

出典：各種ホームページを利用して作成

## 2)包括協定締結の背景等

コンビニエンスストアとの包括協定締結の背景について、長野県、静岡県の担当部局に対する電話ヒアリングの結果では、いずれもコンビニエンスストア側からの申し出が契機となって協定締結に至っており、地方自治体側から積極的に仕掛けてはいない。また、地方自治体側では、県政に対して理解を示してくれた企業（本件の場合、コンビニエンスストア）が、その協力の一環として包括協定を結んだと位置づけており、地域食材を使った商品開発等において、地方自治体側から特別な支援は行われておらず、地方自治体側からは食材等に対する情報提供を行うことに留まっている。

一方、コンビニエンスストア側からみると、これまでコンビニエンスストアで取り扱う商品は、大量・規格商品が望まれ、それを同じ品質で全国の店舗に配送することが求められてきた（規格大量商品の販売）。しかしながら、最近、消費者の地産地消に対する意識が高まり、地元食材に対するニーズが高まってきていることに対応し、小ロット商品も店舗で扱っていかうとの意識が高まってきたと考えられる。

### 3)包括協定による具体的な活動内容

長野県と㈱ローソンでは、包括的連携協定を契機として様々な活動を展開している。特に、自らの店舗による販売力、食品開発力を活かした活動が進められている（表 2-5-3）。

具体的には、地域の食材を利用した弁当、惣菜づくりや、地産地消の観点からの朝市等が行われており、地域食材の加工による用途開発や朝市による地域物産の販路開拓等が行われている。また、平成 20 年 12 月からは観光パンフレット等がコンビニエンスストア内に置かれる等、店舗は地域情報の発信拠点にもなっている。

また、信州フェア「味めぐり 長野編」等では、県による研究開発等によって生産された食材（信州サーモン、リンゴ等）を中心に㈱ローソン側に推薦食材として情報提供しており、最終的な食材の選定は㈱ローソン側が決定したとは言え、地方自治体からの推薦食材の多くが利用されていることを踏まえると、食材の用途開発や販路拡大に繋がる可能性を秘めていると言える。

今後、少量分散型地域資源のような特徴的な地域資源の販路拡大等を進めていくためには、県が関与した食材以外のものを積極的に盛り込んでいく必要があり、長野県側では食材や取扱商品について、一般公募する等の方向を検討したいと考えているが、実現時期は未定である。

表 2-5-3 長野県と㈱ローソンとの包括的連携協定による地域物産販路拡大に資する活動内容

時期	内容
平成 20 年 1 月 22 日	「長野かがやき国体」にちなんだお弁当を販売。 平成 20 年 1 月 26 日から 2 月 22 日まで長野県内で開催された「長野かがやき国体」の開催に合わせ、長野県・山梨県のローソンで「長野かがやき国体弁当」を販売。信州産野沢菜、鮭の信州味噌和え、山賊揚げ、信州産豚バラ肉煮など信州ならではの味が楽しめる弁当。
平成 20 年 5 月 17・18 日	地産地消を進めるイベント「ローソン元気！朝市」の開催 今年度から始まる「信州を味わう日」に合わせ、地産地消を推進しようというイベント「ローソン元気！朝市」を長野市内のローソン長野善光寺下店で開催。 17 日は中野市の生産グループ「ロック・シップファーム」が、18 日は飯綱町の農産物直売所「むーちゃん」他が、朝採りの新鮮野菜などを直売。

時期	内容
平成 20 年 9 月 9 日 ~ 22 日	<p>中部 9 県のローソンで、信州フェア「味めぐり 長野編」の開催</p> <p>包括的連携協定の締結 1 周年を記念し、9/9 ~ 22 までの 2 週間、中部エリア( )のローソン各店舗で、長野県産の食材を使ったオリジナル商品や地元メーカーの商品を販売するキャンペーン「味めぐり 長野編」を実施(中部エリア：長野・福井・石川・富山・山梨・静岡・愛知・三重・岐阜の 9 県と新潟県の一部)。</p> <p>信州サーモンや野菜など信州の食材がたっぷり詰まった「おつまみ弁当(信州編)」「(甲信・東海エリア限定販売)をはじめ、きのこや野沢菜などを使ったお弁当・惣菜など長野県ならではの味、合計 38 品目がローソンで販売。</p>
平成 20 年 12 月 ~	<p>県のパンフレットコーナーがローソン店内に登場</p> <p>「広報ながのけん」や観光パンフレットなど、県が発行する様々なパンフレットが県内のローソンで手に入れられるようになった。目印は、「長野県からのご案内」と書かれた青い 3 段のラックである。</p> <p>パンフレットは 1 か月ごとに替える予定である。</p>

出典：長野県ホームページを利用して作成

## (2) 高速道路会社と地域との包括業務提携の動き

コンビニエンスストア以外にも地方自治体との包括業務協定を結び、新たな事業展開を検討している企業が出てきている。中日本高速道路(株)等は、地域住民の生活の安全・安心の確保、産業振興、高速道路利用者の利便向上等を推進するため、高速道路をはじめとする地域内社会資本の有効活用と円滑なマネジメントの実施に必要となる協力を相互に行うことを目的として、地方自治体との包括業務提携を進めている(表 2-5-4)。

業務提携の分野は、コンビニエンスストアの分野と若干異なるが、災害時の対応、災害で損壊した道路の復旧支援、交通安全の啓発、高速道路 S A (サービスエリア) P A (パーキングエリア) での地域物産の P R、地産地消の推進等が盛り込まれている。三遠南信地域では、長野県が中日本高速道路(株)、東日本高速道路(株)と協定を締結している。

包括業務協定とは関係ないが、刈谷ハイウェイオアシス(管理運営：刈谷ハイウェイオアシス(株))では、既に西三河産、東三河産の農林水産物が多数販売されており、高速道路利用者のみならず、周辺住民も利用できるような施設となっており、S A、P A 等の立地場所と地域との関わりが持たれるようになってきている事例もある。

表 2-5-4 長野県と高速道路会社との協定締結状況

高速道路会社名	内容
中日本高速道路(株)	締結日：平成 21 年 1 月 27 日 名 称：長野県と中日本高速道路株式会社との包括的連携協定 内 容：地域の安全・安心の確保に関する事、観光振興及び高速道路の利用促進に関する事、特産品振興及び S A ・ P A のサービス向上・利用促進に関する事、環境保全に関する事、その他本協定の目的に沿うこと
東日本高速道路(株)	締結日：平成 21 年 1 月 27 日 名 称：長野県と東日本高速道路株式会社との包括的連携協定 内 容：地域の安全・安心の確保に関する事、観光振興及び高速道路の利用促進に関する事、特産品振興及び S A ・ P A のサービス向上・利用促進に関する事、環境保全に関する事、その他本協定の目的に沿うこと

出典：中日本高速道路(株)等のホームページを利用して作成

### (3) コンビニエンスストアのアンテナショップ化の動き

#### 1) コンビニエンスストアのアンテナショップ化

徳島県と(株)ローソンは、平成 21 年 3 月 24 日、ローソン虎ノ門巴町店の店内に、「徳島アンテナショップ」を開設した。徳島県産品の販路拡大と情報発信を目的としたものであり、都道府県のアンテナショップがコンビニエンスストアの店内に設置されるのは初めてである(表 2-5-5)。

今回の取り組みは、平成 18 年 12 月に徳島県と(株)ローソンの間で締結された包括業務提携に基づく協働事業の一環であり、両者はこれまでも徳島県の特産品を使った商品の開発・販売など地産地消・地産外消に関する取組みを進めてきている。

こうした背景には、徳島県では東京都港区内にアンテナショップ「とくしま藍あいプラザ」(東京都港区虎ノ門 1 丁目 22-1 徳島県虎ノ門ビル 2 F)を設置していたが、東京都都市計画により移転を余儀なくされたことが起因しており、新たなアンテナショップの設置について、(株)ローソンとの包括的連携協定を結んでいたことを契機として、県側から(株)ローソン側に依頼したことが要因となっている。

また、アンテナショップとして選定された店舗である「巴町店」は、既存のアンテナショップから近いことが勘案されており、ローソン側の店舗改装費用等については、徳島県側からも費用が支払われている。



表 2-5-5 店舗の概要

概要：徳島アンテナショップは、既存のローソン虎ノ門巴町店を改装し、店舗内に徳島県の特産品コーナーを設置する。

場所：ローソン虎ノ門巴町店（東京都港区虎ノ門3-11-15）

規模：ローソン店舗内に「徳島アンテナショップ」のスペースを設置  
(300cm×90cm 上下2段の専用陳列棚を新設)

取扱商品：食品類を中心に約60品目

開設：平成21年3月24日



店舗内の状況

出典：㈱ローソンホームページ等を利用して作成

## 2)アンテナショップの運営方法

アンテナショップの運営方法について、徳島県に対する電話ヒアリングを行い、整理した。

### （運営方法）

包括業務提携は、徳島県と㈱ローソンが結んでおり、本事業も徳島県とローソンとの関係の中で進められる。しかしながら、実際の物産の手配、納品等は社団法人徳島県物産協会（以下、「物産協会」という。）が行っている。物産協会は、徳島県内の商工業の振興を図るため、物産の品質改善及び販路拡大、紹介宣伝などを行い、徳島県商工業の健全な発展に寄与することを目的に設立された団体である。

### （販売商品の選定方法）

販売商品の選定（約60品目）は、徳島県側の意向、ローソン側の意向を協議し、決定することとなっている。徳島県側としては、物産協会会員の商品から選定する方針であり、仮にアンテナショップで販売して欲しい商品を持つ企業があった場合、まずは物産協会の会員になる必要がある。

また、商品化のアイディアについては、ローソン側から物産協会に提案している。

### （販売方法）

商品の流通は、物産協会が行い、販売はローソンで行う。原則、仕入れは1週間に1回であり、土曜日に商品を発注し、月曜日に商品が到着する。基本的に、店舗で在庫を持たない。ローソン側では、販売された分だけ、販売手数料を差し引いた料金を支払う（売上

げ仕入れ方式)。但し、生鮮等の足の速い商品については、リスク（廃棄商品となる場合がある）が発生するため、徳島県では、物産協会に対応できないかの検討を行っている。

（今後の予定）

県事業として推進しているため、当面1年間実施してみて、良ければ継続したいと考えている。なお、この事業は徳島県商工労働部観光戦略局観光企画課が担当となって進められている。