

地域づくり活動に対する中間支援活動のコンテンツ整備のための  
優良な取組事例調査

小規模農地活用・高付加価値型農業による  
地域づくり支援事業  
【北海道（北見市・佐呂間町・津別町）】

平成26年2月

特定非営利活動法人 北見NPOサポートセンター

# 目 次

1	事業の目的	1
2	事業の概要	1
3	事業の実施フロー	5
4	工程表	6
5	事業報告	6
6	中間支援における課題と対応	38
7	今後の予定	43
8	中間支援の活動イメージ	45

## 1 事業の目的

人口減少、高齢化の進展に伴い増加する耕作放棄地を利活用して、農業活性化と地域コミュニティ形成の推進を目指す。

### ①農産物栽培・加工技術取得・人材育成事業

地域で増えつつある耕作放棄地を農地として再生するために、農業関係者と東京農業大学の専門家による栽培・加工についての指導を支援対象各法人へ行い、少量生産でも付加価値の高い農業の実現とコミュニティ形成の場としての農業により、小規模農地の利用促進を目指す。

### ②商品化・販売指導ハンズオン支援事業

支援NPO法人の経営基盤強化と事業展開拡大のための「ネットワーク力強化」「マッチング対応能力向上」

### ③地産地消推進コミュニティ形成事業

地元製品の価値を認めて、自ら生産・消費する場をつくることでコミュニティの輪を広げ、農業関連分野活動中心にした地域づくりを進め、地域活性化に寄与する。

## 2 事業の概要

### (1) 事業実施地域の概要及び課題

#### ● 事業実施地域の概要

##### 北見市地域（自治区数：4）概要

自治区別	人口	世帯数	人口	世帯数	
北見自治区	107,338	53,773	端野自治区	5,035	2,004
常呂自治区	4,216	1,797	留辺蘂自治区	7,111	3,554
・高齢化率	25.4%（平成24年3月末）				
・耕作放棄地	270ha（平成24年3月末）				

##### 佐呂間町地域概要

	人口	5,674	世帯数	2,447
・高齢化率	33.0%（平成23年3月末現在）			
・耕作放棄地	77ha（平成24年3月末）			

##### 津別町地域概要

	人口	5,436	世帯数	2,549
・高齢化率	37.3%（平成23年3月末現在）			
・耕作放棄地	162ha（平成24年3月末）			

1市2町で東京ドーム約110個分の耕作放棄地面積がある。

（データ出典/人口・世帯数：各自治体HP、高齢化率：北海道HP、耕作放棄地：各農業委員会HP）

- ・提案活動に関わる事
  - ① 高齢化率が高く、業種を問わず後継者不足が進んでいる。
  - ② 主力産業の1次産業を中心に経済活動が停滞している。
  - ③ 経済活動停滞の影響を受け、主婦等の就労希望が増えている。
- 事業実施地域の課題
  - ① 農業の衰退を防ぎ、農地の有効活用による地域づくり支援事業が必要。  
地域の基幹産業である農業が高齢化のため、衰退傾向にあり、耕作放棄地が今後増えていくことが懸念されている。大規模集約しにくい農地の利用、保全方法が求められている。
  - ② 重要な地域資源である各種食材の付加価値向上の段組みが必要。  
食に関する事業分野で、地元企業の商品開発、事業化能力が弱いと指摘されている。  
(平成23年度北海道オホーツク総合振興局：商品開発・事業化調査結果)
  - ③ 農業分野により多くの人々が就労できる、多様な環境整備・支援が必要。当法人が実施した、未就労主婦への就労・企業支援事業(平成21年度北海道)で働きやすい環境があれば、働きたいと考えている主婦が数多くいる。雇用創出の可能性を持つ農業関連分野で生産・加工・交流型農園等への就労を短時間勤務等の労働環境整備や企業、事業運営支援により促進する動きが重要になってきている。
- 支援対象の名称と概要
  - ・NPO法人とむての森  
2004年11月法人設立。障害福祉サービスを提供しながら、地域住民に対する生活支援、交流支援、学習機会の提供を行う。地域に住む全ての住民への、障がい児・障がい福祉及び社会福祉の相互理解を図り、誰もが暮らしやすい社会の実現に寄与することを目的としている。
  - ・NPO法人ふれあいインさろま  
2001年5月法人設立。高齢になっても住み慣れた場所でいきいきと暮らし続けたいと願う地域の高齢者に対して、様々な介護サービスを行うとともに、身体障害者ならびに知的障害者に対して、自立した生活を営めるよう介護サービスを行い福祉に関わる調査・研究・情報提供を行い地域福祉の推進に寄与することを目的とし、活動している。
  - ・NPO法人北海道でてこいランド  
地元有志が集まり1992年に施設の建設を目指す委員会を発足、寄付金や多くのボランティアの方々の協力により施設が完成。心身にハンディのある人もない人も、子どももお年寄りも自然豊かなかたちで出会い気軽に集い、のびのび過ごせるバリアフリーの交流の場を提供するとともに利用者への支援活動を行っている。

- 支援の理由・経緯

支援3法人は福祉系の事業を中心に活動している団体である。それぞれの地域で10年以上活動を継続しており、地域からの信頼も厚い団体である。これまでも当法人も含め、連携して事業に取り組むことも多かった。各法人とも福祉事業だけではなく、地域づくりにも積極的に取り組んでいる。その中で、食に関わる事業も実施しており、今年度、NPO法人とむての森が障がい者雇用として農業分野に本格的に取り組むことや他2つの法人も地元農家等との連携事業を強化したい意向があり、地元農産物を活用した商品開発、販路確保に当法人が中間支援団体として協力することとした。

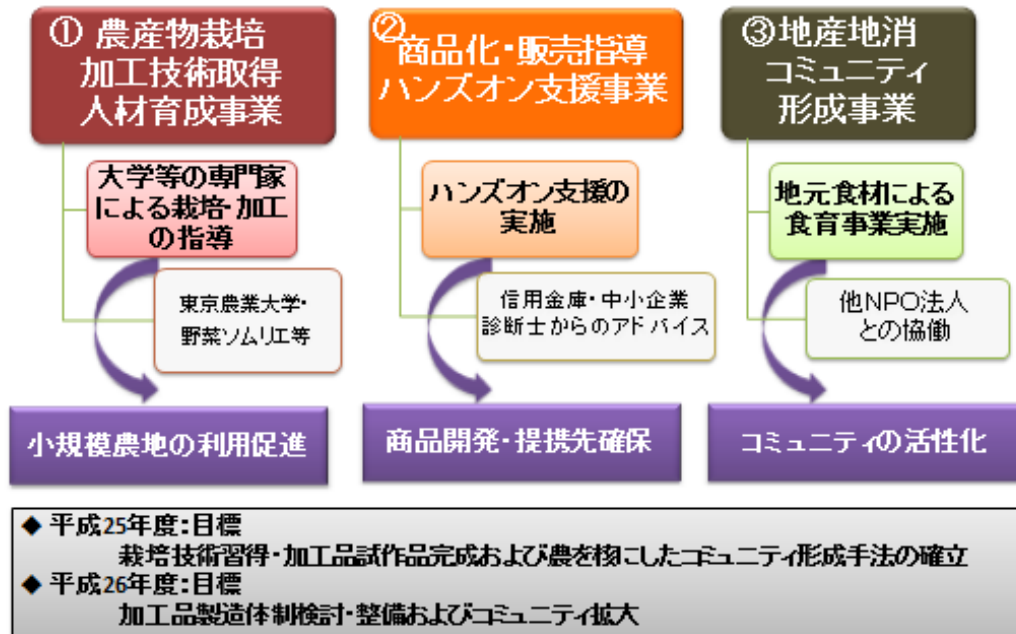
## (2) 取組の概要

- 取組の概要

- ① 東京農業大学の専門家による栽培、加工についての各法人への指導による高付加価値型農業の実現。
- ② 野菜ソムリエによる、商品開発に使用する地元野菜の情報提供とレシピ作成のアドバイス。
- ③ 中小企業診断士による、商品開発提携先確保、商談先のリサーチ方法、バイヤーと知り合うための人脈作り等のハンズオン支援の実施。
- ④ 北見信用金庫からは販売展示先紹介や商談時の説明資料の作成方法のアドバイス。
- ⑤ 地産地消コミュニティ形成を推進するために、NPO間で連携し、子どもの食育、大人の食育事業を実施。

以上の支援法人への中間支援を通じて、小規模農地を活用した高付加価値農業と、より多くの人に参加するコミュニティの場としての農業を実現し、地元産品の価値を認めて、自ら生産や消費することが地域づくりに貢献することを知り、基幹産業を活かした楽しい地域づくりを目指す。

● 各個別取組の名称と概要



① 農産物栽培・加工技術取得・人材育成事業

地域で増えつつある耕作放棄地を農地として再生するために、農業関係者と東京農業大学の専門家による栽培、加工についての指導を支援対象各法人へ行い、少量生産でも付加価値の高い農業の実現とコミュニティ形成の場としての農業により、小規模農地の利用促進を目指す。

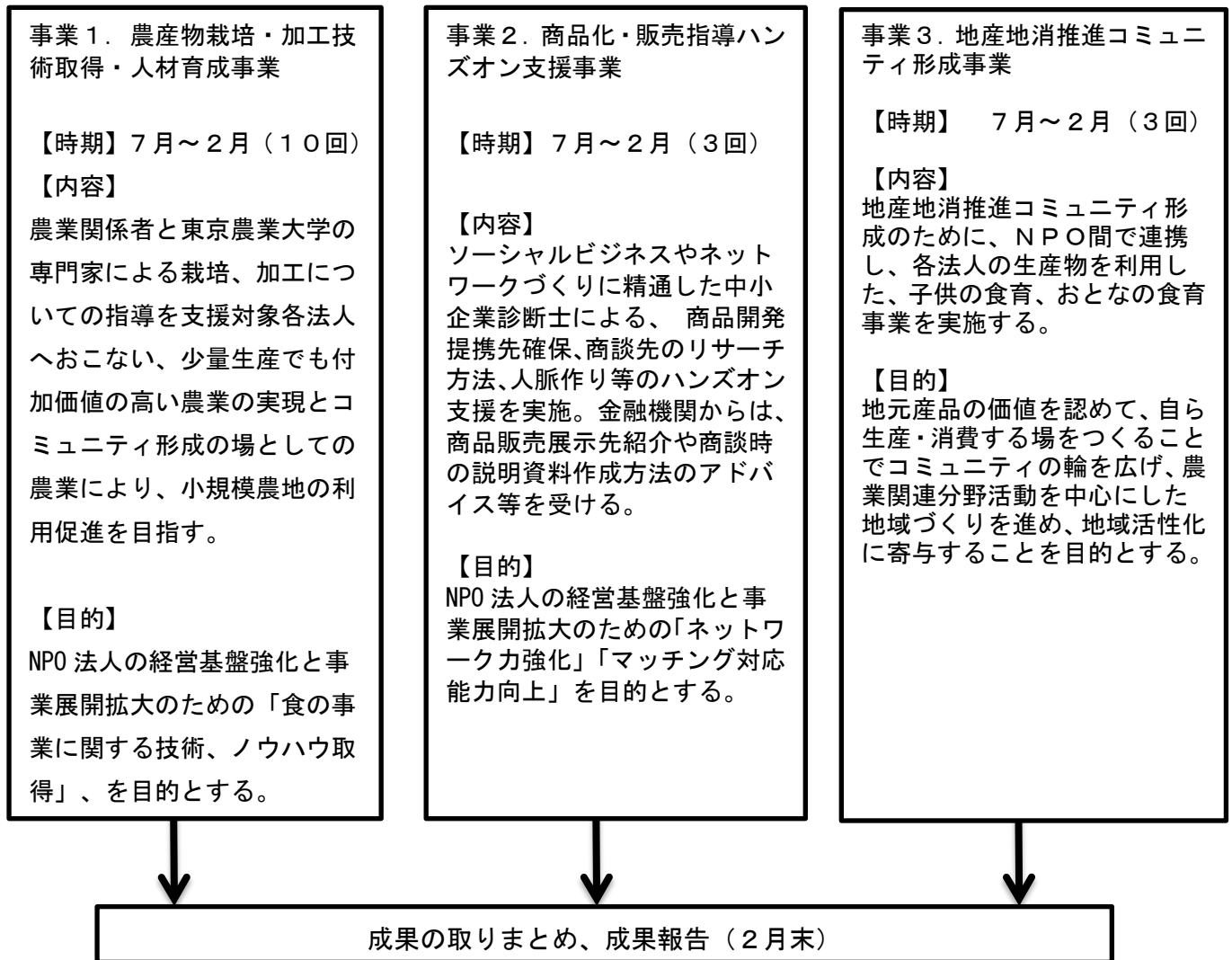
② 商品化・販売指導ハンズオン支援事業

ソーシャルビジネスやネットワークづくりに精通した中小企業診断士による、商品開発提携先確保、商談先のリサーチ方法、バイヤーと知り合うための人脈づくり等のハンズオン支援を実施する。また金融機関からは、商品販売展示先紹介や商談時の説明資料作成方法のアドバイス等を受ける。

③ 地産地消コミュニティ形成事業

地産地消推進コミュニティ形成のために、NPO間で連携し、生産物を利用した子どもの食育、大人の食育事業を実施する。地元産品の価値を認めて、自ら生産・消費する場をつくることでコミュニティの輪を広げ、農業関連分野活動を中心にした地域づくりを進め、地域活性化に寄与する。

### 3 事業の実施フロー



- 全体の取組計画

【平成25年度】

目標：栽培技術習得・加工品試作品完成および農を核にしたコミュニティ形成手法の確立

- ・7月 高付加価値化加工品検討・開発支援開始（事業1・2）
- ・9月 各支援団体生産農産物収穫開始
- ・10月 地域金融機関の協力による商品開発（事業2）
- ・10月 食育事業開始（事業3）



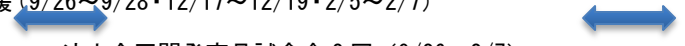

【平成26年度】

目標：加工品製造体制検討・整備及びコミュニティ拡大

◎参加NPO法人の最終目標

小規模農地を福祉的視点で活用し、NPOが連携して運営する大規模セントラルキッチンをつくり、食分野で雇用を増やししながら、地域保全とコミュニティ活性化を目指す。

#### 4 工程表

事業項目	平成 25 年 → 平成 26 年									
	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	
農産物栽培・加工技術 取得・人材育成事業	 ・加工技術指導/永島教授（6 回） ・レシピ指導/野菜ソムリエ 林菜々子（10 回）									
商品化・販売指導 ハンズオン支援事業	 ・第 1～第 3 回ハンズオン支援（9/26～9/28・12/17～12/19・2/5～2/7）  ・法人合同開発商品試食会 2 回（9/26・2/7）									
地産地消コミュニティ 形成事業	 ・食育セミナー開催（11/20・12/27・1/11）									

#### 5 事業報告

##### 取組① 農産物栽培・加工技術・人材育成事業

###### 【目的】

地域で増えつつある耕作放棄地を農地として再生するために、農業関係者と東京農業大学の専門家による栽培・加工についての指導を支援対象各法人へおこない、少量生産でも付加価値の高い農業の実現とコミュニティ形成の場としての農業により、小規模農地の利用促進を目指す。

###### 【概要】

農業関係者と東京農業大学の専門家による栽培、加工についての各法人への指導による高付加価値型農業の実現。

###### 【協力先・協力内容】

東京農業大学 ……栽培・加工についての指導を支援対象各法人におこなう。

野菜ソムリエ 林菜々子 ……野菜本来の味をいかしたレシピの開発。

###### 【取組内容】

###### ●NPO法人とむての森・ふれあいインさろまの取組み

6 月：野菜ソムリエ指導のもと、商品開発スタッフ合同で、アスパラを使った料理の試作を開始。材料の組み合わせを検討しながら、2 種類のアスパラジャムや、芋・牛乳を合せたホワイトアスパラのスープなどの試作を行った。



【作業風景】



アスパラジャム (キウイ入り)



ホワイトアスパラのスープ

7月：東京農業大学・永島教授より、パウダー化されたグリーンアスパラを使い、マドレーヌを試作。色は少しついたが味には反映されていなかった。パウダーを使用して、パンやパウンドケーキ、マヨネーズ、焼きドーナツ、蒸しパン等の試作を重ねた。パウダー化したその他の原料として、かぼちゃ・とうもろこしがあり、それらを使用してクッキーやマフィン等の試作をおこない、それぞれの素材同士の相性などをみるために検証を重ねた。パウダーは焼き菓子には向いているが、スープに使うと、溶けきらず舌に残る感じがした。東京農業大学オホーツクキャンパス大学内の食品加工技術センターを見学し、加工の流れを理解した。



マドレーヌ 2種



アスパラパウダー入りマヨネーズ



食品加工技術センター（東京農業大学オホーツクキャンパス）

8月：東京農業大学・永島教授による、パウダー化したアスパラスープの試食。デキストリンの入っているものと、入っていないものの味の違いを検証。入っていないものの方が、味がよかった。ミニトマトを使ってドライトマトの製作。栽培したトマトを使用したジャムを使いチーズケーキやヨーグルトとの相性を検討。玉ねぎとホタテを使ったスープの試作では、それぞれをブレンドする際の最適な割合を検証し、玉ねぎスープ1：ホタテスープ2の割合が最も良いとの結論を得た。



ドライトマト



アスパラのパウダー



ホタテと玉ねぎのスープ



パウダー化したアスパラスープの試食

9月：3団体の合同試食会に向けて、再度トマトジャムの試作。ヨーグルトムースにのせて試食会に出すことに決定。市販のコーンフレークを使用して、とうもろこしのシフォンケーキを試作。後日とうもろこしを乾燥機で乾燥させパウダー化したものを生地に入れ試作。



乾燥させたとうもろこし



とうもろこしのシフォンケーキ

10月：9月の合同試食会で永島教授からアドバイスを受けた、冷凍トマトにペクチンを入れたジャムを試作。また、試食会のアンケート結果からとうもろこしのシフォンケーキが水っぽいの意見があり、とうもろこしを一度バターで炒めてから生地に入れてみる。水っぽさは無くなったが、味は前回の方が美味しく感じられた。トマトジャムを活かしたお菓子作りの考案。柿やかぼちゃ等でも水分を調整しながらジャムの試作。

ホタテスープをパウダー化したものを試食したが、ほたて独特の臭みが出てしまった。



9月の試食検討会



かぼちゃのジャム



トマトジャムのスノーボール



ホタテのパウダー

11月：玉ねぎ・人参・ビーツ・ヤーコン等様々な野菜ジャムを試作。人参は甘さが強いが美味しくできた。緑の色彩をとほうれん草のジャムを試みたが、酸化して黒くなるため課題となった。LMペクチン・PH（ペーハー）の性質などについて、東京農業大学・永島教授より指導。



人参のジャム



ビーツのジャム

12月：再度ほうれん草ジャムの試作。きれいな色を保つため、重曹・塩を加え変化をみたところ、重曹を入れることにより変色しづらいことが分かった。ホタテスープを冷凍してキューブ型に試作。電子レンジで温め試食したところ、味が変わらないことが分かった。色彩重視で様々なジャムの試作を重ねた結果、市販のジャムと比較してもきれいな色がでた。それぞれのジャムを活かしたお菓子づくりの検討。



ほうれん草ジャムの試作



ホタテスープのキューブ



シャドークイーン・ノーザンルビーのジャム



彩り豊かな野菜ジャムが完成



人参ジャムを使用したクッキー



パイのセジャム

1月：じゃがいも（白）のジャムの試作。茹でる・蒸すなど調理の仕方味が違うかを比較。芋自体の甘さが30度を超えていなかったため、糖度計で計れず相当甘みを入れないといけないため課題となった。冷凍トマトピューレでジャムを試作したが、冷凍したことで味が落ちてしまった。シャドークイーンジャムの再度試作。



ジャム入りマドレーヌ



冷凍トマトピューレ



シャドークイーンジャムの試作



PH計

- NPO法人北海道でてこいランドの取組み

- ・津別町で生産される小麦 50%、道産小麦 50%使用した麺作り。(秋まき小麦・春まき小麦 4種類程度) 地元産アスパラエキスを使用したアスパラ麺の開発。小ロットで生産する製麺事業者の確保に協力。事業担当者を雇用できる事業の情報を提供し、役場と折衝し、事業プラン作成を支援。



ビニールハウスでの栽培

- ・唐辛子の栽培。農業用ビニールハウス 50 坪を利用し、農業者と連携をとりながらの製品づくり。収穫した唐辛子は、寒風に晒しながら乾燥させたものを粉末化する。第 1 回ハンズオン支援で競合製品との差別化を検討し、激辛好き層にアピールする商品を目指す方向で検討。



寒風での乾燥作業



粉碎作業

- ・ピリ・ピリ辛麺の製造は麺に唐辛子を練り込み風味豊かな麺づくりを製麺業者と連携しながら開発。製麺業者の協力で辛味成分を数種類調整した焼きそば、焼うどん、生パスタ、生ラーメンを試作。数回の試食でとうがらし成分 1%のものを選択し、試験販売用に生産を行った。第 3 回ハンズオン支援で<sup>i</sup>黒野中小企業診断士の紹介で、大阪地域の香辛料販売店や料理店の視察を実施することとした。



粉末化された唐辛子



完成品

## 【成果】

### ①レシピの完成

野菜ソムリエのアドバイスを受け、地元野菜を使った野菜調理品を完成  
完成レシピ数

野菜ジャム 18種類（トマト、ビーツ等）

野菜スープ 8種類（ホワイトアスパラ、ホタテ・たまねぎ等）

野菜ケーキ 47種類（トウモロコシシフォンケーキ、ハウレン草パウンドケーキ等）

### ②生産・加工技術の習得

東京農業大学永島教授により、保存方法、加工方法を中心に指導を受けた。

PH計、糖度計を使った品質管理、冷凍・粉末化にともなう調理上の工夫点などを、初心者にはわかりやすい、具体的な説明を受け、製品開発を進めることができた。

### ③事業協力者の確保

ピリ・ピリ辛麺開発には、小ロットでも生産可能な地元製麺業者との連携関係が構築でき、とうがらしの粒度などアドバイスを受け、製品開発を進めることができた。

## 【課題】

### ①自家生産の拡大と協力農家の確保

とむての森は自家生産拡大用に大型ビニールハウス2基を設置した。他2法人は地元のネットワークにより、協力農家を確保し、当座の必要量確保に目途がついたが、安定的に必要な量を維持していくためには、農地、協力農家の確保が欠かせない。

### ②加工作業者の確保

各法人作業のために、障がい者、高齢者等の確保が必要であり、特別支援学校への訪問、地域高齢者への呼びかけ、法人での農業分野従事者雇用準備を開始。

### ③作業のマニュアル化。

ジャムについては実際の作業を障がい者が行うため、野菜ジャムの製造過程の作業分析をおこない、障がい者雇用の拡大のための作業マニュアルを作成する。

本事業では、とむての森で現在雇用中の人材で作業体験を実施した。

(26年度とむての森と協働で作成予定)

## 取組② 商品化・販売指導ハンズオン支援事業

### 【目的】

支援NPO法人の事業展開拡大のための「ネットワーク力強化」「マッチング対応能力向上」

### 【取組の概要】

ソーシャルビジネスやネットワークづくりに精通した中小企業診断士による、商品開発提携先確保、商談先のリサーチ方法、バイヤーと知り合うための人脈づくり等のハンズオン支援を実施する。また金融機関からは、商品販売展示先紹介や商談時の説明資料作成方法のアドバイスも受ける。

### 【協力先・協力内容】

#### 北見信用金庫

ふれあいインさろまへの、旭川食マルシェの販売ブース確保と販売支援協力。当法人への商談会開催情報提供。

#### 大阪中小企業診断士会ソーシャルビジネス研究会

支援3法人へのマーケティング指導、商品開発提携先確保、商談先のリサーチ方法、バイヤーの直接現場訪問実現等のハンズオン支援(3回)を実施。

### 【取組内容】

#### ①ふれあいインさろまによる食マルシェ出店実演販売

日時：平成25年9月14日(土)～16日(月)

場所：旭川市

- ・佐呂間町で栽培されているかぼちゃを利用した「蒸しパン」と「ふっくらまん」を実演販売し、2個入りパックを1,100個販売することができた。

前年度から北見信用金庫の紹介で旭川食マルシェに参加しているが、2年目ということで、前年の反省を活かし、販売方法の改善や北見信用金庫の尽力で販売条件のよいブースを確保していただき、気候には恵まれなかったが、前年を大きく上回る実績を残すことができた。今回も信用金庫職員の方々には率先して店頭販売に協力していただき、完売で終えることができた

また地元で商品の製造に携わった地域の高齢者製造スタッフにとっても、大きな励みとなった。

「ふれあいインさろま」では、小規模でも地元の名産をつくろうとしている人たちのネットワークづくりにも力を入れており、実演販売での確かな手ごたえが、これから開発に取り組もうとする地域の協力者達の活力となった。





大勢の人で賑う会場の様子



かぼちゃや蒸しパン



店頭での試食販売



店頭販売の様子

## ②商品化に向けた法人合同試食会の実施

### (1) 第1回

日 時：平成 25 年 9 月 26 日

開催場所：夕陽ヶ丘オレンジスタジオ（北見市寿町 1 丁目 6-20）

試食会第1回目は、とむての森・北海道でこいランド、ふれあいインさろまの法人3団体から、それぞれ開発中の食品を持ち寄り、ホタテのスープ・唐辛子麺・野菜ジャム・とうもろこしのシフォンケーキ等を試食し、それぞれの見た目や味について意見を交わし専門家の指導を受けながら、今後の課題について話し合った。試食会では、同時にアンケートも行い商品改良の参考とした。

#### ● アンケート結果による改善点

##### ①アスパラスープ

濃度が濃すぎる→風味の調整（成分割合）、濃度調整

##### ②とうもろこしシフォンケーキ

とうもろこしの水分によるべとつき感→べとつき感の解消、味付け調整

##### ③トマトジャム

水分が過剰→LMペクチンによるゲル化調整



試食会の様子



専門家による指導

### (2) 第2回

日 時：平成 25 年 2 月 7 日（金）

開催場所：北見市民会館（北見市常磐町 2-1-10）

2回目の合同試食会は、北海道開発局主催の「多様な主体による地域づくりセミナー」での、地域資源を活用しているNPO法人の取組事例発表終了後に、会館内の調理室で開催された。参加者のほとんどがセミナー終了後に足を運び、100人以上がそれぞれの団体のテーブルをまわり、試食をしながら交流を楽しんだ。味の評価等のアンケートも行い、多くの感想や指摘をいただき、各団体にとって収穫の大きいイベントとなった。

・試食会に出品した料理

とむての森…野菜ジャム・とうもろこしのシフォンケーキ・アスパラスープ

ふれあいインさろま…ホタテと玉ねぎのスープ・かぼちゃまん

北海道でてこいランド…ぴり・ぴり辛麺（焼きそば・うどん・ Pasta）



ぴり・ぴり辛麺



ホタテたまねぎスープ



野菜ジャム



かぼちゃまん

【試食会の様子】

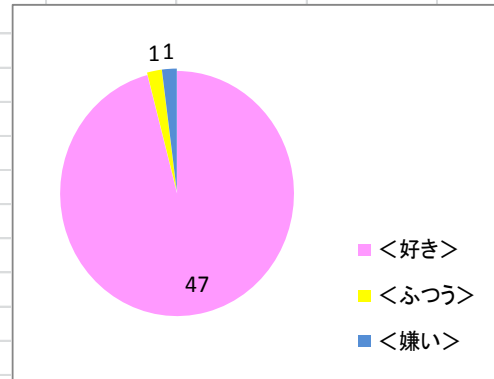


## 2/7試食会 アンケート結果(人)

### <ぴり・ピリ辛麺>

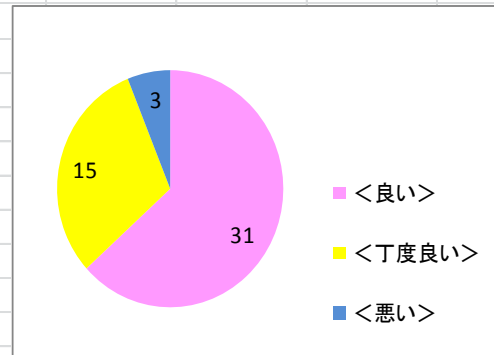
・お好みの味でしたか？

<好き>	<ふつう>	<嫌い>
47	1	1



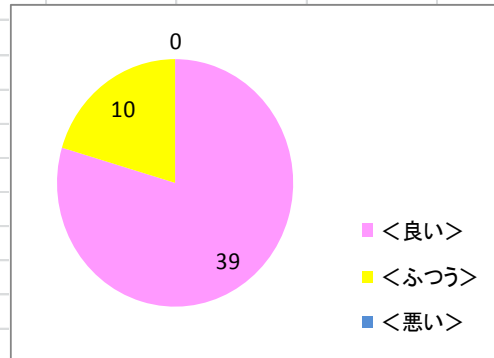
・お好みの辛さでしたか？

<良い>	<丁度良い>	<悪い>
31	15	3



・見た目はいかがですか？

<良い>	<ふつう>	<悪い>
39	10	0

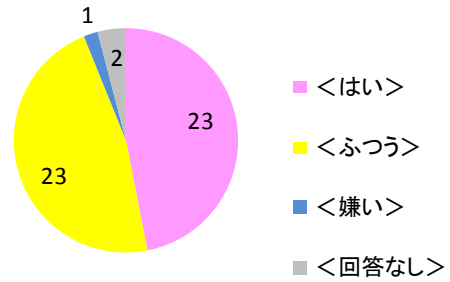


## 2/7試食会 アンケート結果(人)

### ＜アスパラスープ＞

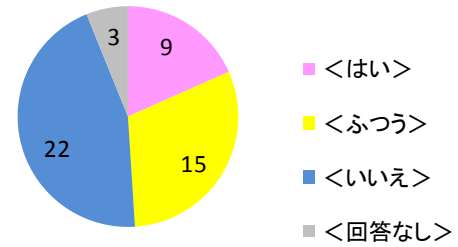
・お好みの味でしたか？

＜はい＞	＜ふつう＞	＜嫌い＞	＜回答なし＞
23	23	1	2



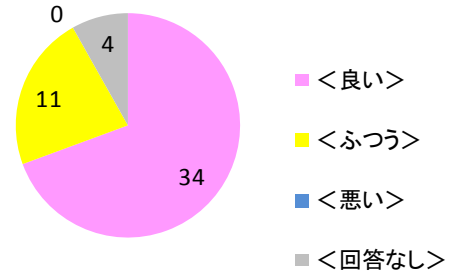
・アスパラの青臭さは気になりましたか？

＜はい＞	＜ふつう＞	＜いいえ＞	＜回答なし＞
9	15	22	3



・見た目はいかがですか？

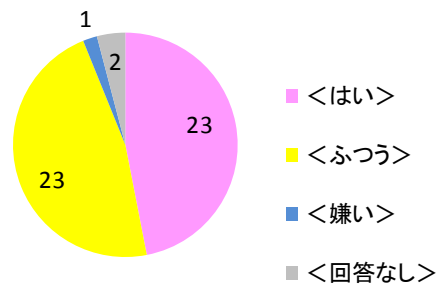
＜良い＞	＜ふつう＞	＜悪い＞	＜回答なし＞
34	11	0	4



### ＜トマトジャム＞

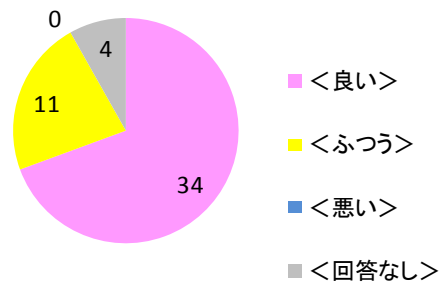
・お好みの味でしたか？

＜はい＞	＜ふつう＞	＜嫌い＞	＜回答なし＞
23	23	1	2



・見た目はいかがですか？

＜良い＞	＜ふつう＞	＜悪い＞	＜回答なし＞
34	11	0	4

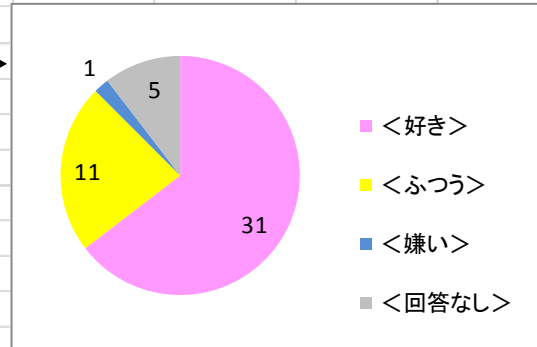


## 2/7試食会 アンケート結果(人)

### <ホタテスープ>

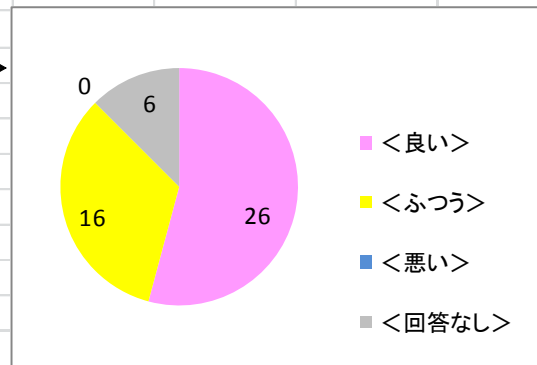
・お好みの味でしたか？

<好き>	<ふつう>	<嫌い>	<回答なし>
31	11	1	5



・見た目はいかがですか？

<良い>	<ふつう>	<悪い>	<回答なし>
26	16	0	6



アンケート結果からの検討事項

- ① トマトジャム……アンケートでは好評だったが、様々な食べ方の提案として、パン生地にジャムを折込んだジャムパンや、ディップの試作を行った。
- ② とうもろこしのシフォンケーキ……アンケート結果は好評であったが、さらに口当たりの良いシフォンにするには、とうもろこしの粒の比率の調整が課題となった。
- ③ アスパラスープ……アスパラの青臭さが指摘されたことに関して、アスパラの収穫時期から調理までに日数がかかると、アスパラ本来のえぐみが強調されるため、旬の味を提供できるよう保存方法を工夫することが必要

### 【成果】

#### ① 製品化に目途

試食会の評価等から、開発品の商品化の目途はついたと考える。開発レシピ数もかなりの数になることから、その完成度を上げていけば、将来の事業展開に備える基盤は整うところまで進むことができた。

#### ② 販路確保

黒野中小企業診断士の関西地区のネットワークを活かした活動により、販路として可能性を持てる相手を数多く知ることができた。具体的な訪問スケジュールも予定できる状況になった。

## 【課題】

### ①販売プラットフォーム構築

商品化の目途がついてきたので、販売体制構築の動きを加速させるために地元と販売対象地域を強かに結びつけるプラットフォームづくりがテーマとなってくる。まず黒野中小企業診断士のネットワークを活用した動きを進めていきたいと考える。

### ②高価格材料の使用

ホタテ・玉ねぎスープ材料の貝柱は高価な食材で、一食当たり単価が高くなるため、販売対象の絞り込み・販売方法の検討を深める必要がある。販売方法の一例として、地元焼物事業者と連携した「流水焼＋スープ」でのオホーツクイメージづくりによる通販を模索している。

### ③商品ブランドの確立

開発商品のうち野菜ジャムは競合品が数多くあるため、特徴を持たせるために野菜の色に着目し、各種色彩の野菜ジャムをつくることができた。いんどりを必要とする食材への応用も検討し、「彩り」のブランド化を目指す。

### ③ハンズオン支援事業

#### 第1回ハンズオン支援

支援者：コア・サポート株式会社 代表取締役 黒野秀樹（中小企業診断士）

株式会社ドクター・オブ・ジ・アース 代表取締役 河村賢造（野菜流通会社）

#### 【支援者への要件】

地元製品の加工が一定の成果をあげつつある中で、消費地の立場から製品の価値を率直に評価する。

以前より、当センター事業に協力している、マーケティング専門家で、NPO 認定コンサルタントの黒野中小企業診断士に事業展開に適切なアドバイスをいただける人材の紹介を依頼し、野菜流通を始め農産物バイヤーとしてのプロを招聘。NPO 団体のハンディなしの評価者としてソーシャルビジネス実践マーケティングのプロ（黒野中小企業診断士）と厳しい目利き者（河村社長）つわものバイヤー（≒売れ筋発掘者）ダブルチームで忌憚ないコメントをもらい、一方で「こうすれば〇〇〇」的アドバイスも得ながら、実需につながる道づけを期待し、第1回支援をお願いした。

#### 第1日

平成25年9月26日（木）15:00～17:30

#### 【実施場所】

夕陽ヶ丘オレンジスタジオ

#### 【支援事業所】 ふれあいインさろま、北海道でてこいらんど、とむての森

試食会

#### 【現状】

地域の産品を活かし様々なレシピから試食が行われた

- ① とうがらし焼きそば、焼うどん
- ② ホタテのポタージュ
- ③ アスパラガスのスープ
- ④ トウモロコシ シフォンケーキ
- ⑤ トマトジャム

#### 【課題】

地域の特産品を活かした製品（加工食品）は、多種にわたり大量に流通している。厳しい環境下において本事業を成功に導くための要素として下記の項目を課題として提示する。

#### ☞ マーケティングの観点から

- |                   |   |                     |
|-------------------|---|---------------------|
| ◇ 製品全体のコンセプトの明確化  | ⇒ | メッセージを発信し共感を得ること    |
| ◇ 製品の特長の訴求        | ⇒ | 後発であっても優れる価値ポイントを請求 |
| ◇ 価格設定（容量、外装等）    | ⇒ | 市場調査、顧客ニーズをベースに検討   |
| ◇ 流通経路（チャンネル政策）   | ⇒ | 道内、道外、流通コストを考慮      |
| ◇ 情宣方法、購買促進のための取組 | ⇒ | パブリシティの活用（社会性が重要）   |



### 【3 支援法人への課題解決に向けた具体的アドバイス】

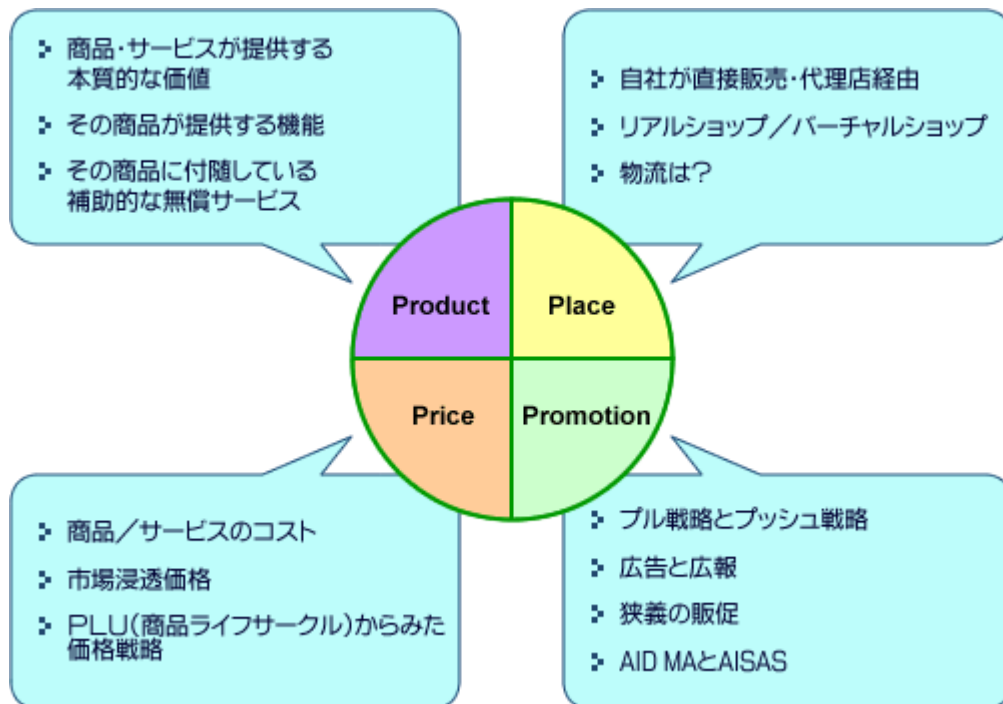
飽食の時代といわれて久しい。世の中レベル「美味しい」は当たり前、今回の開発製品についても地元の産品を活かした「美味しい」ものとなっている。しかし「美味しい」に他を圧倒するインパクトがあるかは疑問、まだ話題を独占する「尖がり」に欠けると感じる。流通にのせる場合、製品を後押しする背景が欲しい。当社は、全国の農家と直取引で「美味しい野菜」を扱うが、コストが合えば、製品を取扱うことも可能である。製品の完成度をより高めていただくことが必須要件である。

(株式会社ドクター・オブ・ジ・アース 河村賢造)

河村社長の「製品を後押しする背景」とは、ストーリーのこと。津別の唐辛子なら、地元の元気を取り戻すべく、どんな若者が立ち上がったのか、何故唐辛子なのか、何故パスタ、うどんなのか、小ロット生産をなんとか製麺所において実現した、そんな苦勞の末の、渾身の唐辛子アイテム。またサロマのホタテスープ、とむてのジャムは、いずれもつくり手⇒担い手（農家生産者⇒加工者⇒流通業者）の想いリレーが成果となって結実する⇒その効果（売上）の大きさは想いの強さ×シビアなマーケティング施策に比例する。これからの信を問われる。

(コア・サポート株式会社 黒野秀樹 中小企業診断士)

### (マーケティングの4P)



## 第2日

平成25年9月27日（木）9:00～17:00

### 【実施場所】

津別 北海道でてこいランド直売所でてこい240

### 【支援事業所：北海道でてこいランド】

#### 【現状】

とうがらし拡販について

- ☞ 収穫量少なく、近隣事業所や直売所来店客の需要を満たせない状況が続いている

#### 【課題】

- 生産農家の確保 ⇒ 収益面（事業性）もさることながら、栽培することの意義（社会性）が重要
- 六次化の検討 ⇒ 生産・加工・流通販売 一体となった事業展開、事業計画が発展の必須要件
- 直売所の運営 ⇒ 年間スケジュールと月別販売目標（予算）個別作物の確保：事前告知

### 【視察事業所：ぼちぼち農場】（支援法人協力農家）

#### 【現状】

- ☞ 大阪出身の女性二人で香土鮮緑合同会社社員として近隣農家と協同活動している。
- ☞ 現在はアスパラガスをハウス栽培で展開している。冬季はオフシーズンとなり帰郷する。
- ☞ 研修から入職を経て数年。2人でハウスを設営し築き上げた精神力は高く評価できる。
- ☞ 今後の事業展開については方向性が明確とは言えず、脆弱なマンパワーもボトルネック。

#### 【課題】

- ☞ あらためて、今後の中長期ビジョンの検討を行い『想い』を事業計画として明確にする。
- ☞ マンパワーの確保と労務管理、予算管理、収益計画などマネジメントの強化。
- ☞ オフシーズンの有効活用、農閑期対策など効率化に向けての事業見直し

### 【支援のプロセス】

支援2日目、河村社長と黒野中小企業診断士は「北海道でてこいランド」に赴き、直売所の現状を視察するとともに、河村社長より製品単価、ロット、用途など矢継ぎ早の質問に対し、唐辛子にける津別の想いを語った。一方で、河村社長は冷静に商業ベースで採算に合うか、運賃＝原価積上げ要素、ロット＝消費×供給のバランスなど実売ベースの質問に、十分な回答をすることが出来なかった。やり取りを検証する中で、販売に向けてのハードルの高さと、河村社長の「コマースベース（＝ハンディなし）の商戦に勝てるか？」は、現実的な重い課題を突き付けられる格好となった。

### 【課題解決に向けた具体的なアドバイス】

販路拡大に向け収量の確保が重要。生産農家の確保が「津別の産品」と認知される必須要件である。

上記課題項目に掲げるように、単に栽培を促すのではなく「何故、唐辛子なのか…」地域を元気にするストーリーが明確になっているか。地元農家の共感を得ること。即ち、動機づけが重要である。六次化に向けた検討では『製品コンセプト』を明確にする。例えば「日本一辛い津別の唐辛子」などのキャッチコピー⇒キケン、取扱注意！など Attention（注目を集める）キーワードをラベルやPOPに明示するのも良い。例えば糖度のような尺度があれば、よりビジュアル（視覚的）に訴求できる。流通においても地元での消費＝地産地消、道内流通、道外流通等販路開拓は優先順位が必要。

直売所の運営では、生産者の販売窓口としての機能を有する者の、経営ベースで考えれば目標売上や収穫時期＝販売時期等、月ごとのスケジュールリングが必要であり、特に冬場（閑散期）の展開については検討が必要と思われる。

### 第3日

平成 25 年 9 月 28 日（金）9:00～13:30

#### 【視察事業所】（支援法人協力農家）

佐呂間町 藤沢牧場

生はちみつ限定生産 希少種ラム肉

佐呂間町 荒田牧場

放牧酪農家&青空豚生産者

#### 【支援事業所】

NPO 法人 ふれあいインさろま

佐呂間町 街の駅 わかさ

飲食展開、地域特産品直売所

#### 【支援のプロセス】

「道の駅」ならぬ「街の駅」で様々な地域の課題に応える NPO 法人「ふれあいインさろま」敷理事長を訪ね、試食会の感想と、佐呂間若佐地区の将来像、団体のビジョンをヒアリングしながら「より良い商品づくり」の突破口を探った。大きく「道内か道外か」まさに活動領域であり、観光（道外）か実需（道内）に象徴される選択である。流通形態（冷蔵 or 冷凍）、ロット、体裁等さまざまに検討すべき要素があり、その明確化の可能性は『本気度にある』と指摘。

#### 【課題】カボチャ蒸しパン、ホタテスープ等製品戦略の確立と流通戦略の検討が急務

#### 【課題解決に向けた具体的なアドバイス】

カボチャ蒸しパンについては、旭川、東京で1日1,000個の販売実績を上げているが、イベント販売のため、販売員として佐呂間から出張せねばならず、採算ベースでは厳しいものがある。都市部での協力者の確保のため、協働事業の検討も必要。また、拡販に向けた製品形態は、カボチャ蒸しパン、ホタテスープとも冷凍が最適である。本格的な販売に備えるならば、品質保持の観点からも瞬間冷凍機の導入を検討する必要があると思われる。

## 【第1回 ハンズオン支援 総括】

黒野中小企業診断士

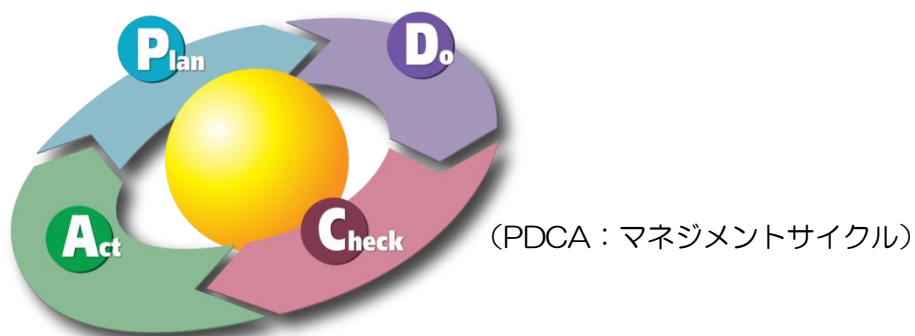
今回のプロジェクトは、オホーツク管内の地域の元気を発掘し育てる取組と判断する。

北海道は全国有数の地域資源を有する。農産品、畜産品、魚介類このすべてが確保できるオホーツク地域は北海道内でも優位性が高く、1次産品をどのように活かすか、加工・流通との戦略的連携が成功の大きなカギを握る。限りある経営資源、不足する経営資源を如何に補完し、後発でありながらもどう事業を展開し、安定的な事業活動を継続できるかが団体の共通の課題といえる。第1回でありながら、各々の団体の取組を視察し、それぞれの熱い想いを感じの中で、ハンディなしの商戦に勝ち得る『強み』は何か…。“ないない尽くし”の団体にあつてその実情を確認し、残念ながら今回は「勝利の方程式＝繁盛の法則」的なアドバイスはできなかった。

今後、継続的な支援を通じていかに強みを発掘するか、強みを磨き上げるか、ハンズオン支援は、支援される側（対象者）よりも支援する側にある種の責任の所在を感じる。時には寄り添い時には厳しく…。それが社会性・事業性のバランスである。その観点から以下のように総括する。

- ◇ ミッション、ビジョンの明確化
- ◇ 事業計画の確立（長期・短期）
- ◇ マーケティング手法による事業展開
- ◇ マネジメントの強化（迅速・確実なPDCAの実践）
- ◇ 人財確保と育成

組織の安定化と発展のため、継続的な中間支援（ハンズオン支援）の必要性を痛感する。



## 第2回ハンズオン支援

支援者：コア・サポート株式会社 代表取締役 黒野秀樹（中小企業診断士）

### 【支援者の要件】

第1回支援より3か月を経過し、各団体においてはアンケート結果や多くの方々のアドバイスを基に製品のブラッシュアップに努めてきた。改良を重ね、その成果を専門家に評価をお願いした。

### 第1日

平成25年12月17日（火）15:00~17:30

【支援事業所】 ふれあいインさろま、北海道でてこいランド、とむての森

### 【支援場所】

夕陽ヶ丘オレンジスタジオ

### 【支援内容】

本事業中間ヒアリング・試食会

参加者

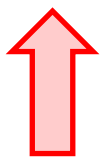
国土交通省 国土政策局 : 2名

北海道開発局 ; 2名

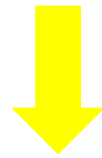
㈱日本能率協会総合研究所 環境都市・まちづくり研究部 : 3名

【現状】 各団体より、産品開発および販売状況について報告

【課題】 量産化の可能性、収益性・採算性の検討



収益アップ



費用削減

(収益性・採算性の検討)

### 【課題解決に向けた具体的アドバイス】

前回より、スープ、パスタ、ジャム、それぞれがステップアップした出来栄であった。しかしながら、これを量産体制に持って行けるか。すなわち設備投資等のリスクを厭わず責任体制を確立できるのか…。現実的にはまだまだ厳しい状況である。投資回収、これをクリアして初めて『儲かる』である。『儲け』は商人根性丸出し的なイメージを持たれるが、これからの『儲け』はお役立ちのバロメーターである。プロ・アマ関係なくみんなを笑顔にできるか。美味しさか、ストーリーか。お役立ちの思いがないと、対象者は笑顔になれない。製品のブラッシュアップが進む中で、あえてメンバーに『儲け心』をアピールした。

## 第2日

平成25年12月18日（水）9:00～17:00

### 【支援場所】

夕陽ヶ丘オレンジスタジオ

### 【支援内容】

- ◇ 今年度事業の検証と今後の展開について課題を踏まえて検討（午前）
- ◇ 「野菜ジャム」プロジェクトについてメンバー（森川、仲村、佐藤、亀谷）より進捗報告
- ◇ マーケティングとものづくりについてレクチャー
- ◇ 「製品コンセプト」≒メッセージの発信 明確化に向けて全員で議論を重ねる

## 第3日

平成25年12月19日（水）9:00～13:00

### 【支援場所】

夕陽ヶ丘オレンジスタジオ

### 【支援内容】

#### 「野菜ジャム」プロジェクトメンバーとのセッション

- 工程管理について「動作研究と生産性の向上」  
今後、量産化をイメージし知的障害者にも活躍の場を設けるときの、シンプルな工程とすることが肝要である。材料の確保、皮むき、カット、調理、冷却、計量、容器充填、ラベル、検品等各工程において作業場（調理場）の動線管理とレイアウトが生産効率を左右する。現段階においては、安定した品質の保持が必要である。
- ワークショップ 「効率向上のための治具の機能と役割」  
生産性の向上に付随するテーマで、効率向上の治具について検討が行われた。容器充填に必要な漏斗を使用した場合と、計量カップに入れ容器に移し替える場合との時間差の比較やスプーンの形状等につき意見が交わされた。  
手作業でありながらも効率を高めることで、生産量の増大が実現し、結果コスト低減が実現することを、作業を通して体感する。
- 今後に向けての展開、要望、モチベーションについて各自表明  
今回の野菜ジャムプロジェクトに従事する、佐藤、森川、亀谷、仲村4人のメンバーが同じ想いで参画することが重要であることから、各自の想いを確認した。いずれも前向きであり、研究熱心で既にジャムプロジェクト以外にも多数のレシピを保有しており、貴重な資産として活用を検討することも一考と考える。ジャムプロジェクト以外の新たな展開で蓄積したデータは様々な可能性を実現する資源であることを強調した。一方、ジャムの製品化については、前回に比べ種類豊富になり、鮮やかな色調も特長であることから、単品販売と同時に化粧ケースに入れたセット販売も検討し、ちょっとしたギフト需要に向けたラインアップとすることを提案した。将来的には7色のレインボージャムも夢ではない。

## 【第2回 ハンズオン支援 総括】

とむての森、ふれあいインさろま、北海道でてこいランド いずれの団体も商品開発に対しては一律の成果があるものの、価格設定の妥当性、採算性評価など、まだまだ検証すべき点がある。試食会で一定の評価を得たものの、従業員の幸せを担保できるかどうか…。加工までの評価を得ながらもなお、流通ベースでの課題をクリアしたか問われるところである。各々製品の完成度もさることながら、今一度スピリチュアル（事業に想いを込める＝魂を入れる）に注力いただきたい、そんな使命をもって、プロジェクトに臨む。

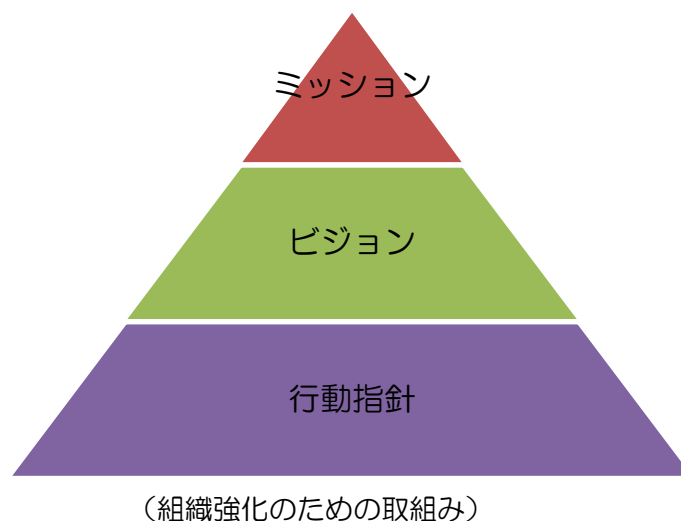
### 〔事業所の課題〕

前回のハンズオン支援で指摘した支援事業所共通の課題は以下のとおりであった。

- ◇ ミッション、ビジョンの明確化
- ◇ 事業計画の確立（長期・短期）
- ◇ マーケティング手法による事業展開
- ◇ マネジメントの強化（迅速・確実なPDCAの実践）
- ◇ 人財確保と育成

今回は課題解決の一助として、製品コンセプトについて開発スタッフと時間をかけ議論を行った。各法人の限りある経営資源、不足する経営資源を如何に補完し、後発でありながらもどう事業を展開し、安定的な事業活動を継続できるかのキーワードは「共感」であると考えた。商品を購入することが、自分たちの活動への「いいね」意思表示になるようなものづくりを目指すこととした。購入してくれた人たちへの自分たちの思いを「色と健康」イメージでしっかり伝えられる野菜ジャム・スープづくりをおこない、「食を通してのつながり」をコンセプトに開発を進めることとした。

ひとつの商品を生み出すために、丁寧に寄り添い、継続的な中間支援（ハンズオン支援）の必要性・重要性を強く感じた。



### 第3回ハンズオン支援

支援者：コア・サポート株式会社 代表取締役 黒野秀樹（中小企業診断士）

#### 【支援者への要件】

プロジェクトの総括的ステージであり、事業の着地点を明示するサポートである。  
残念ながら実務用件を満たすまでは至らなかったが、今後のマーケティングの参考になるような事例を紹介し（兵庫県淡路島：大人のラスク～ディップソースの開発等）「とむての森」スタッフのモチベーション向上および「ふれあいインさろま」「北海道でてこいランド」各々の潜在的強みを表出させる取組を実践する。

#### 第1日

平成26年2月5日（水）15:00～17:30

#### 【支援場所】

夕陽ヶ丘オレンジスタジオ

#### 【支援内容】

- ◇ 「野菜ジャム」プロジェクトメンバーに進捗確認 ⇒ 5アイテム ラインアップ完成
- ◇ 「野菜ジャム」における『生産者の想い』≒メッセージの発信 重要性の確認
- ◇ 「野菜ジャム」価格設定、内容量設定につき確認 製品戦略についてレクチャー

#### 【プロジェクトメンバーに対するアドバイス】

「野菜ジャム」5アイテム開発については、これまでに至る努力を高く評価したい。と同時にこれらの製品をどこで販売していくかであろう。さらに発展させるには「野菜ジャム」に込められた生産者の想いである。食育の一環として、天然無添加、安心安全な製品。野菜嫌いな子供でもジャムにすることで食することが出来る。例えば「野菜ジャム」は優しいお母さんの味。などセールスコピーとしてお客様にどのようにアピールするか、生産だけでなく販売にもその想いを込めていただきたい。そのためにも発信するメッセージやジャム生産の背景、ストーリーが重要な要素となってくる。是非検討いただきたい。

#### 第2日

平成26年2月6日（木）9:00～14:40

#### 【支援場所】

夕陽ヶ丘オレンジスタジオ

#### 【支援内容】

- ◇ 中間支援組織として支援課題と今後の展開について論点整理
- ◇ ふれあいインさろま、とむての森合同による試食会サンプル準備視察

平成26年2月6日（木）15:00～17:00

#### 【支援場所】

とむての森 ミーティングルーム



## 【支援内容】

地域活動団体による連携・協働について意見交換会

参加者

国土交通省 国土政策局 : 1名

国土交通省 関東地方整備局 : 2名

国土交通省 東北地方整備局 : 2名

北海道北見市市民環境部 : 1名

支援3法人+北見市内2NPO法人運営者

特定非営利活動法人 北見NPOサポートセンター代表 谷井 貞夫

コンサルティングパートナーコア・サポート株式会社 代表取締役 黒野 秀樹

◇ 各自自己紹介

◇ 各団体の概要 活動内容について説明

◇ ディスカッション 団体継続の要点と成功要因について議論

◇ 地域振興策の現状と課題

## 第3日

平成26年2月7日(金) 9:00~14:00

多様な主体による地域づくりセミナー(国土交通省北海道開発局主催)

～地域資源の活用と多様な主体による連携・協働～

基調講演

中京大学総合政策学部 奥野 信宏 教授

事例発表

一般社団法人 WATALIS 代表理事 引地 恵

特定非営利活動法人 とむての森 事務局長 弓山 祐子

特定非営利活動法人 ふれあいインさろま 事務局長 金子 裕司

特定非営利活動法人 北海道ででこいランド 副理事長 山内 彬

試食会

## 【支援内容】

セミナー・試食会での参加者との意見交換

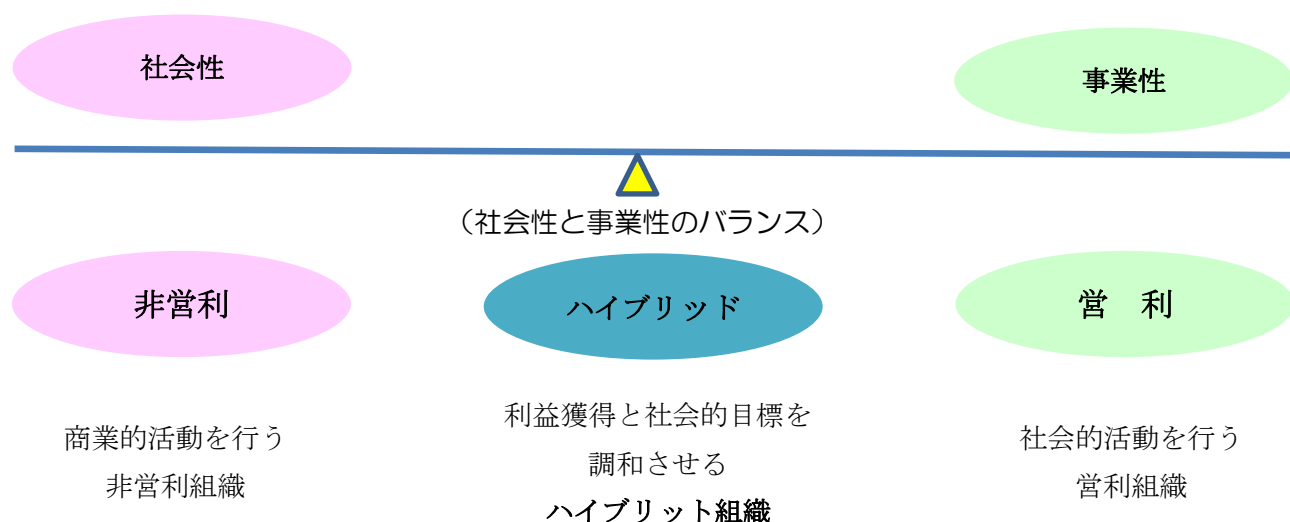
## 【第3回 ハンズオン支援 総括】

北海道開発局主催セミナーでの、支援団体の報告は大きな発信となった。その評価は単に量的な参加人数ではなく、伝わりの強さであろう。本事業実施団体のひとつである、宮城県亘理町『WATALIS』代表引地恵氏の想い・生き様は感動を呼ぶものであり多くの方々の賞賛を得るものであった。

一方、とむての森、ふれあいインさろま、北海道ででこいランドについては団体の活動や今後の支援事業の課題等が報告されたが、その解決方法も違うことから、今後も寄り添いながらの自立支援が求められる。改めて中間支援の重要性を感じるセミナーであった。

ハンズオン支援を終えるにあたって、以下の所感を述べる。

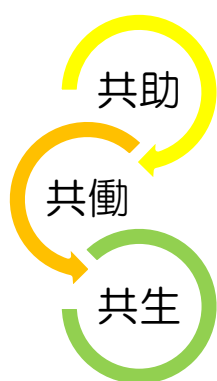
宮城県亘理町 WATALIS の女性自立支援含め各団体においては高齢者支援、障害者支援等様々な地域の課題に取り組んでいるが、組織の成長発展においては様々に連携し、限りある資源を補完しながら活動範囲を拡げていくことが重要な要素となっている。また、組織体制の強化として補助金依存からの脱却、自立的運営を目指しながら収益確保に注力すること、社会の新たな資本形成において各団体の果たす役割は大きい。今回、事例発表の団体は一般社団および特定非営利活動法人（NPO）であり、ともすれば社会性・公共性に活動の重心があると思われるが、先述の自律的運営のための収益確保は、まさに事業性に重きを置く領域であり、こうした「社会性」と「事業性」のバランスが重要なファクターとなってくる。NPO 非営利に対し、営利団体はどうか。近年、CSR 企業の社会的責任が問われ、大企業のみならず中小企業・小規模企業においても徐々に拡がりつつある。



特に東日本大震災以降「私たちでできること」の機運が高まってきている。例えば小規模酒販小売店による「東北復興支援」では東北地方の地酒を販売し、その収益の一部を東北の復興支援に寄付するキャンペーンを行い、消費者の賛同を得て支持され相当額の寄付を確保した。こうした取組は、大企業と同じコーズリレイテッドマーケティング（大義によるマーケティング：一定期間商品の収益の一部をある期間に寄付する活動）の実践であり、それに共感し購買するエシカルコンシューマー（倫理的消費者）によって支えられている。新たな視点のマーケティング活動である。営利企業の社会化、一方、非営利のマネジメント強化、社会性と事業性のバランスはどの組織においても必要となってきた。

- ☞ 非営利組織のマネジメント
- ☞ モノづくりに対するマーケティングの視点

上記2点が今後、各団体に必要とされる大きな課題である。中小企業診断士として営利企業の支援を行ってきたが平成17年よりNPO認定コンサルタントとして非営利領域にも活動が拡がり、様々な関わりで当事者に寄り添い、実務面・メンタル面をサポートしてきた。「新しい公共」といわれ営利非営利ボーダレスの環境下で我々サポーターのミッションはより重要なものとなってきている。日々支援に注力することは勿論、サポーターの育成にも微力ながら貢献していきたい。あらゆる人々が、共に喜び、共に生きる。共助、共働、共生する社会。「生き生き」暮らす社会。それが本来の『生活』であることを確信する。



【支援3法人へのハンズオン支援の様子】



### 取組③ 地産地消推進コミュニティ形成事業

#### 【目的】

地元産品の価値を認めて、自ら生産・消費する場をつくることでコミュニティの輪を広げ、農業関連分野活動中心にした地域づくりを進め、地域活性化に寄与する。

#### 【取組の概要】

地産地消推進コミュニティ形成のために、NPO間で連携し、地元生産物を利用したこどもの食育、大人の食育事業を実施した。通常の料理教室と異なり、コミュニティ力向上と地元食材への関心を高めることを目的に、特に子どもたちへ自分の成長にとって食物がどれだけ重要かを学び、考える場として実施した。

#### 【協力先・協力内容】

特定非営利活動法人 耳をすませば ……参加者募集および一時託児

#### 【参加対象者】

北見市内の小中学生、小学生を持つ母親を対象として、子育て支援NPO「耳をすませば」の会員・利用者等への周知と地元フリーペーパーへの広告掲載で募集を行った。

#### 【取組内容】

平成25年11月～平成26年1月にかけて、地元食材活用食育セミナーを3回開催した。

日 時：平成25年11月20日（水）「子どものやる気を引き出す食生活」

開催場所：夕陽ヶ丘オレンジスタジオ（北見市寿町1丁目6-20）

講 師：第1部 谷本あゆみ 第2部 林菜々子

参加者：13名

第1回目は、子育てに関わる全ての方を対象として、一般の子育てに関わる女性13名が参加した。前半は、魔法の質問キッズインストラクター・谷本あゆみ氏による「こどものやる気を引き出す魔法の質問」で、前向きなコミュニケーションを学び、ペアワークやグループワークを行った。後半は、野菜ソムリエの林菜々子氏による地元食材を使い、野菜嫌いな子どもも食べやすい料理、豚肉と彩野菜のつまみ揚げ、長ネギグラタンなどを紹介し参加者で試食をした。



魔法の質問講座



グループワーク



野菜ソムリエによる料理指導



試食したメニュー

日 時：平成 25 年 12 月 27 日（金）

開催場所：夕陽ヶ丘オレンジスタジオ（北見市寿町 1 丁目 6-20）

講 師：野菜ソムリエ 林菜々子

参 加 者：14 名

第 2 回目は、「こどもクッキング～食害を学ぼう～」をテーマに、北見市内の小学生 14 名が参加し、地元食材（野菜・鹿肉等）を使って、鹿肉バーガーづくりに挑戦した。講師による地産地消の説明や、市販のスープとの食べ比べを行った。試食後アンケートも行い、「普段食べているものと自分で作ったものどちらがおいしいですか？」という質問には約 9 割の子ども達が「自分が作ったものおいしい！」と回答した。



講師による趣旨説明



調理実習



鹿肉ミンチを初めて調理することも達



完成した鹿肉バーガー

日 時：平成 26 年 1 月 11 日（土）

開催場所：夕陽ヶ丘オレンジスタジオ（北見市寿町 1 丁目 6-20）

講 師：第 1 部 谷本あゆみ 第 2 部 林菜々子

参加者：12 名

第 3 回目は、北見市内の小学生 12 名が参加し、前半は「なりたい自分になる魔法の質問」を講師の谷本あゆみ氏が、小中学生の皆が仲良しになる&これからの自分に問いかける内容で進行した。後半は、野菜ソムリエの林菜々子氏による、和食に使う「だし」の作り方を皆で見ながら試食をした。また、「一汁三菜」を学んで、ご飯や箸の並べ方も学び、野菜ソムリエらが調理した肉じゃが、味噌汁などを食べ、感想などを話し合った。



なりたい自分になる魔法の質問



だしの取り方を学ぶ子ども達

#### 【成果】

大人・こども向けのコミュニケーション講座と料理教室開催により、地元食材への関心度向上と日常生活での地元食材消費意欲の喚起ができた。

特に子供向きセミナーでは、普段なじみのない鹿肉を食べたり、昆布だしの味噌汁を作ったりと子供たちにとって身近にありながら、非日常的な存在であった食材を知った効果は大きかったと子どもたちの反応を見て感じている。

NPOで保有している調理施設の関係で 15 名程度の規模での実施であったが、この程度の規模での実施が、目が届き、子供たちも参加者全員と仲良く作業ができよかったと思う。市販品と手作りとの差を明確に認識できたことも地元食材の価値を知るうえで大きかった。

#### 【課題】

日常的に地元食材の価値を感じ、消費意欲を高める場の必要性。参加人数の拡大。次年度は、農政関係機関、他NPO法人や農協等と連携し、地元産品を利用した、こどもクッキングの開催回数を増やしていきたいと考えている。

## 6 中間支援における課題と対応

### (1) 中間支援において特に工夫した点

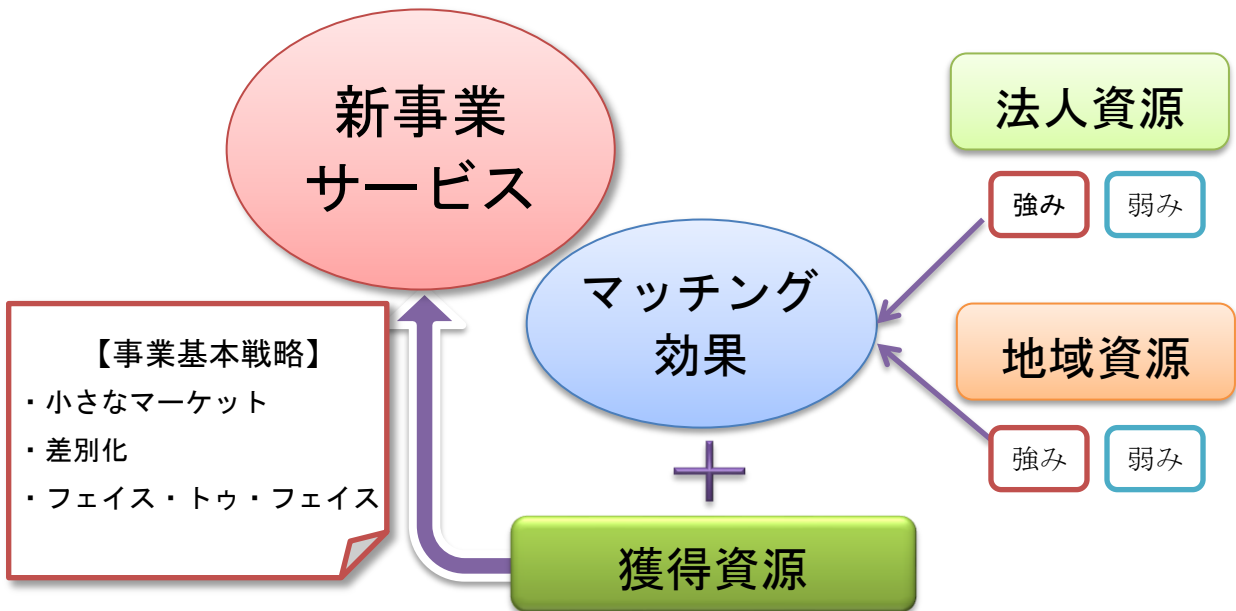
#### ① 支援法人の強み・弱みに応じた支援内容

今回の事業で特に工夫した点は、各法人の有する資源と地域資源それに獲得可能な資源を考慮した支援を行うことであった。

具体的にNPO法人「ふれあいインさろま」の例では

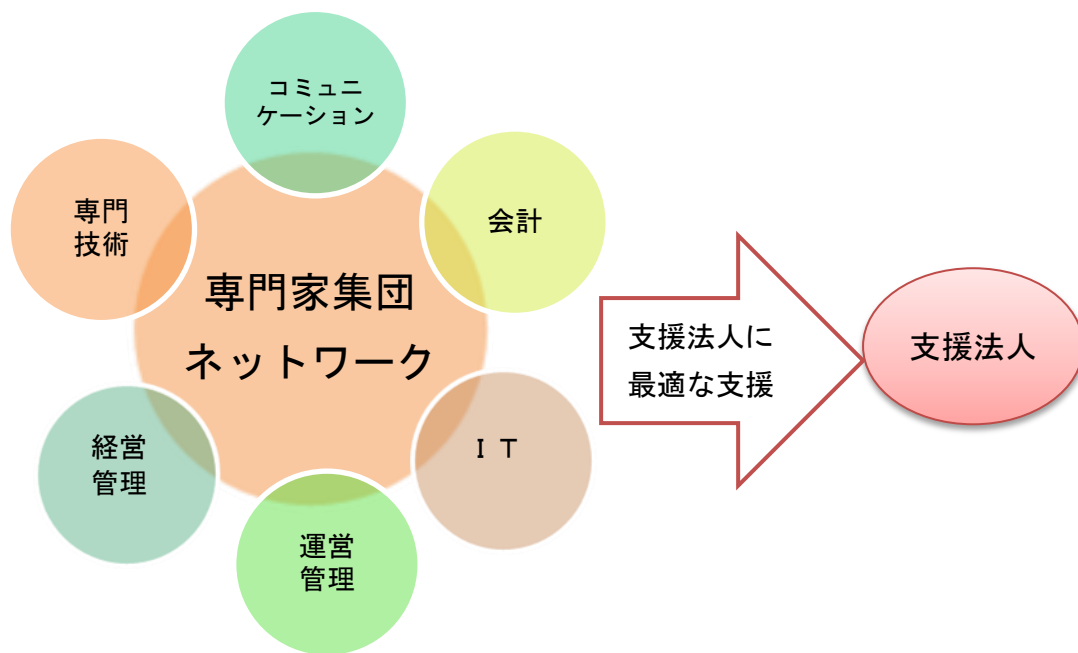
- 法人の強み 地域でコミュニティ型飲食事業を展開  
地域の元気な高齢者が普段から集まっている。  
事業展開に積極的な人材がいる
- 地域の強み 豊富で品質の高い食材（ホタテ・かぼちゃ等）を生産している。

というそれぞれの強みがあり、これをマッチングすることにより、新たな特産品ができるのではとの可能性が膨らみ、それにチャレンジしようとする機運が盛り上がってきた。そこに当法人のネットワークにより、専門性の高い金融機関、中小企業診断士、大学という新たな資源が加わることで、適切なアドバイスを受けながら、商品開発、販路確保・拡大に結びついていった。地域でのベストミックスにそれを加速する外的要素を見つけ出し、どのように加えるかが重要であり、その過程で身の丈にあった事業戦略をしっかりと作り上げ、取り組むことがポイントと考える。





②協力可能な専門家の特徴を最大限生かした支援内容



(2) 中間支援にあたり苦勞した点、うまくいかなかった点

- ①商品化を意識した食材加工が初めての人材で実施したため、意識転換するための情報提供や研修等に時間を要した。
- ②各法人の力量が違うため、同じ内容に取り組んでも進捗状況に差異が生じる。今回のように短期間での成果を求めるような状況では、進捗状況に対する目配りが特に大切で、その確認作業と工程管理には苦勞をした。
- ③今回は長年さまざまな事業に取り組んできたもの同士で実施したので、あまり齟齬をきたす場面はなかったが、通常だと、自分の組織を優先し過ぎる言動等で、事業自体がうまく回らなくなるケースが見られる。協働事業で事業全体の意義と各団体の利益をバランスよく説明し、事業を遂行することは中間支援団体にとって一番大変なことだと考えている。

(3) 団体の成長につながった点

①北見NPOサポートセンター

金融機関、経済団体、従来連携が弱かった団体との関係が強まった。

②支援3法人

○とむての森

本事業で、団体活動紹介機会、施設を訪問する人の増加により、多くの人たちに団体を知ってもらい、自団体の活動意義を自覚し、活動を展開していく機会を得た。

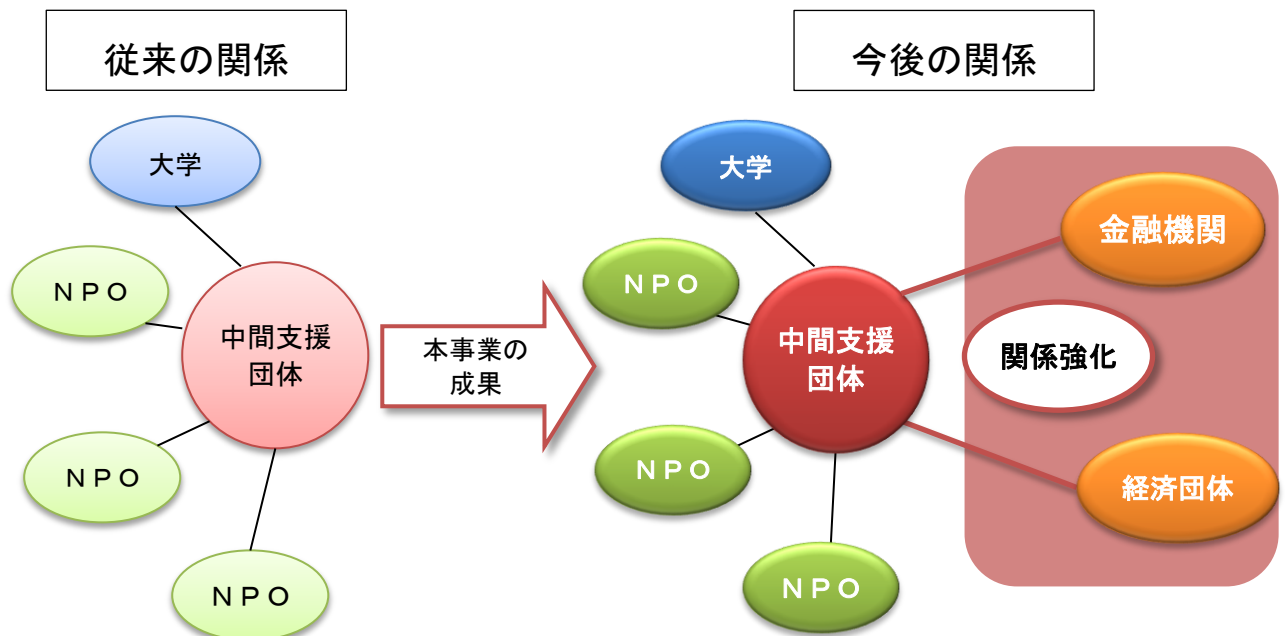
○ふれあいインさろま

本事業で、北見信用金庫とのつながりも密になり、旭川マルシェへの出店も定例化の可能性が大きくなった。

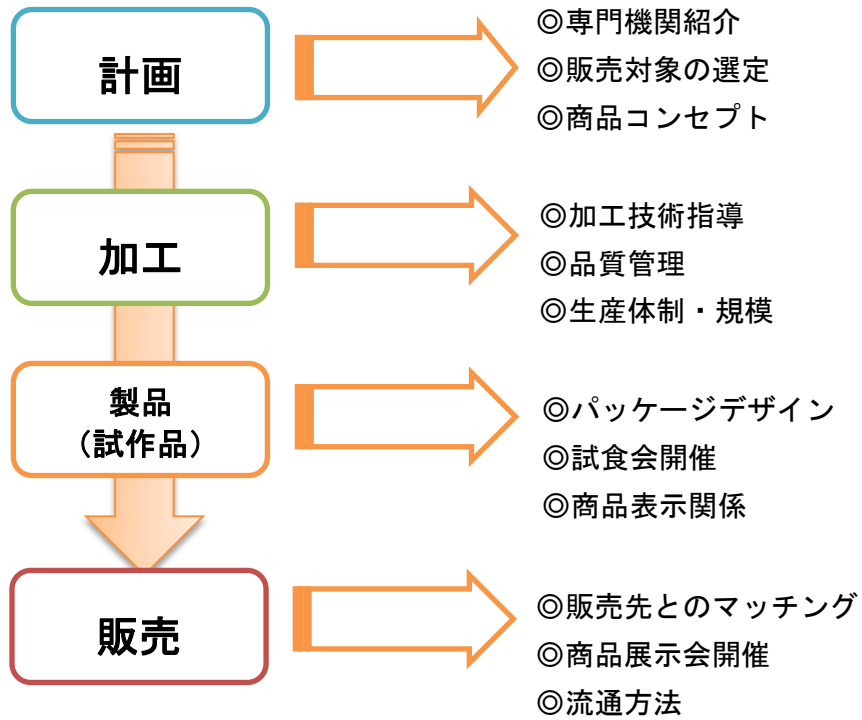
○北海道でてこいランド

本事業で、販路確保のきっかけを得て、事業化の目途がたち、次年度以降、具体的な動きができる環境が整った。

3 団体共通しての成長として、自団体の取り組みを客観的に評価する目を養うことができた。本事業の中で、専門家や役所の方と接する中で、自分のポジションを認識し、自信を深めながらも自団体を客観的に評価できるようになったのは一番の収穫と感じている。



②商品開発・販売全般に関わることにより、プロセス毎の必要な支援内容が把握できた



(4) 他の主体との連携の効果（連携して初めてできたこと・効果が高まったことなど）

①東京農業大学との連携効果

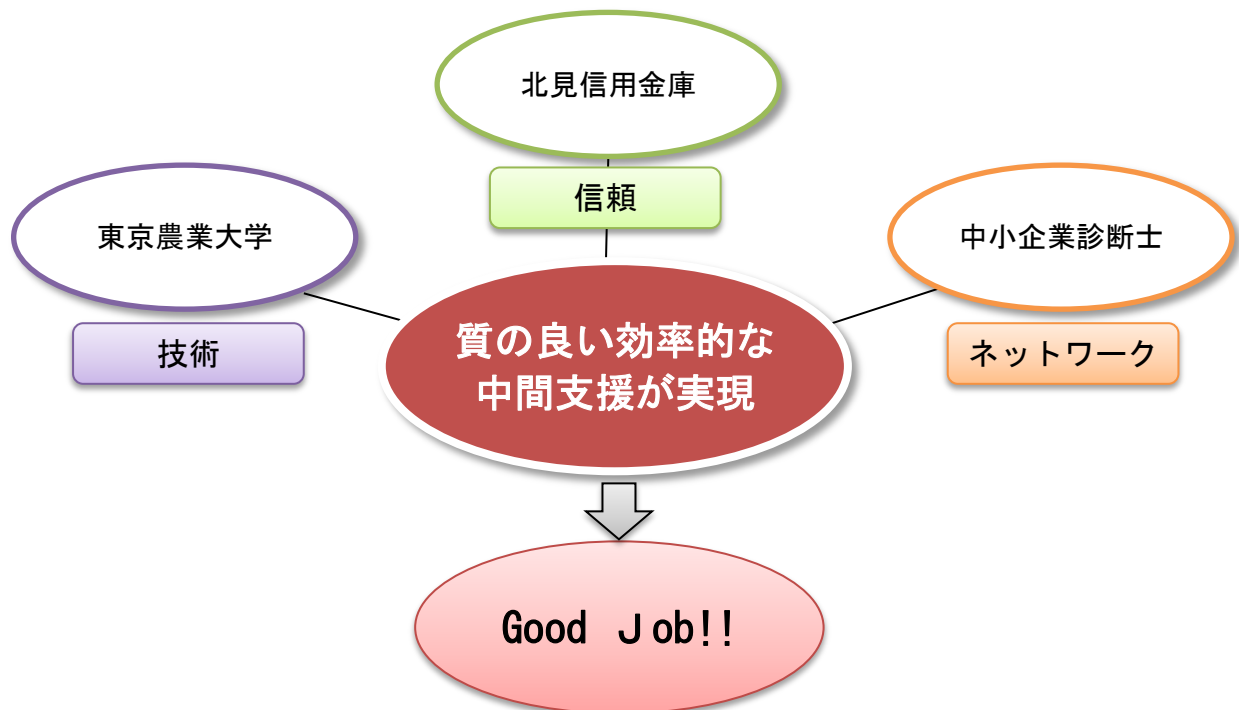
専門知識がないままに食品開発を進めた場合、仮においしいものは作れても、それを売り物にすることには困難があり、予測できない落とし穴に落ちるリスクがある。今回、食品開発が初めてのメンバーが商品化の目途がつくところまで成長できたのは、農業加工技術に高度の知見を有する東京農業大学永島教授の継続的な指導の賜物だと思っている。短期間で、科学的加工技術の指導による品質管理・作業管理手法の効率的習得ができたことで、大学との連携の在り方の重要性を改めて認識した。

②北見信用金庫との連携効果

金融機関には多くの情報が集まり、また持つ情報の信用性は高い。また当然のことながら金融機関そのものも信用性も高い。特に地方部においてはその存在感は大きい。そのような金融機関との連携は、今回の例のように、商品販売展示先の確保（大規模な展示先の紹介）及び販売支援での効果以上に、各団体そのものの対外的な信用力向上に大きく寄与している。

③ソーシャルビジネスに精通した中小企業診断士との連携効果

商品販売に実績のないものが販路を確保していくことは通常並大抵のことではない。特に一見、業種的に何の関係もないようなNPO法人が商品の販売を進めようとしたときには、まず相手に受け入れてもらうだけでも困難をとまなう。今回、ソーシャルビジネスに精通し豊富なネットワークを有する中小企業診断士との連携により、関西地区の販路に接点をもつことができ、また事業展開ネットワーク構築ノウハウの習得ができたことは、今後の事業展開に大きな可能性をもたらした。

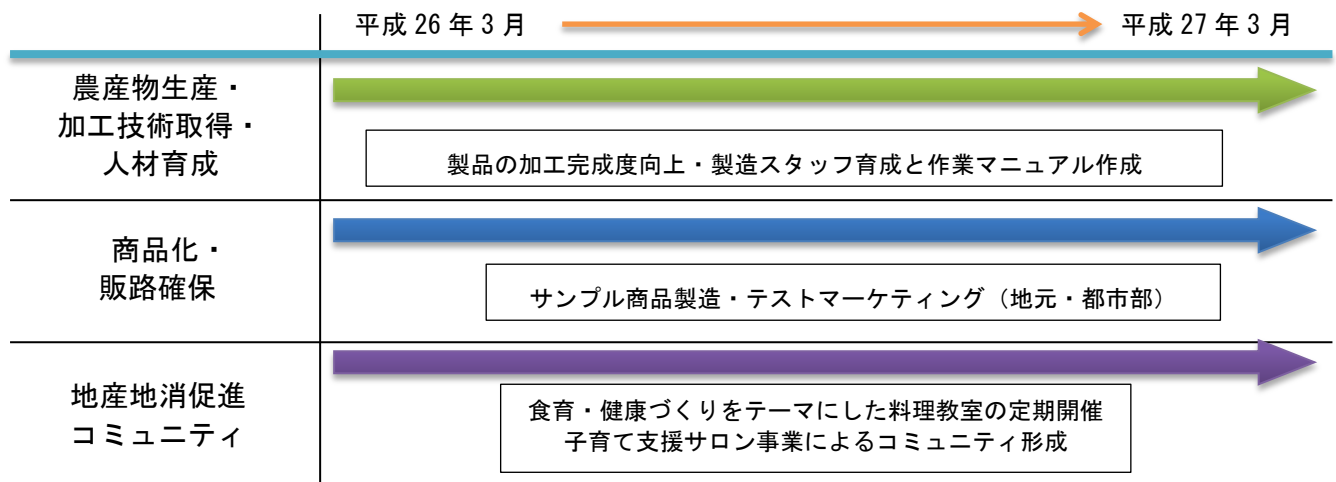


## 7 今後の予定

### (1) 平成 26 年度以降の具体的な支援・協カスケジュール

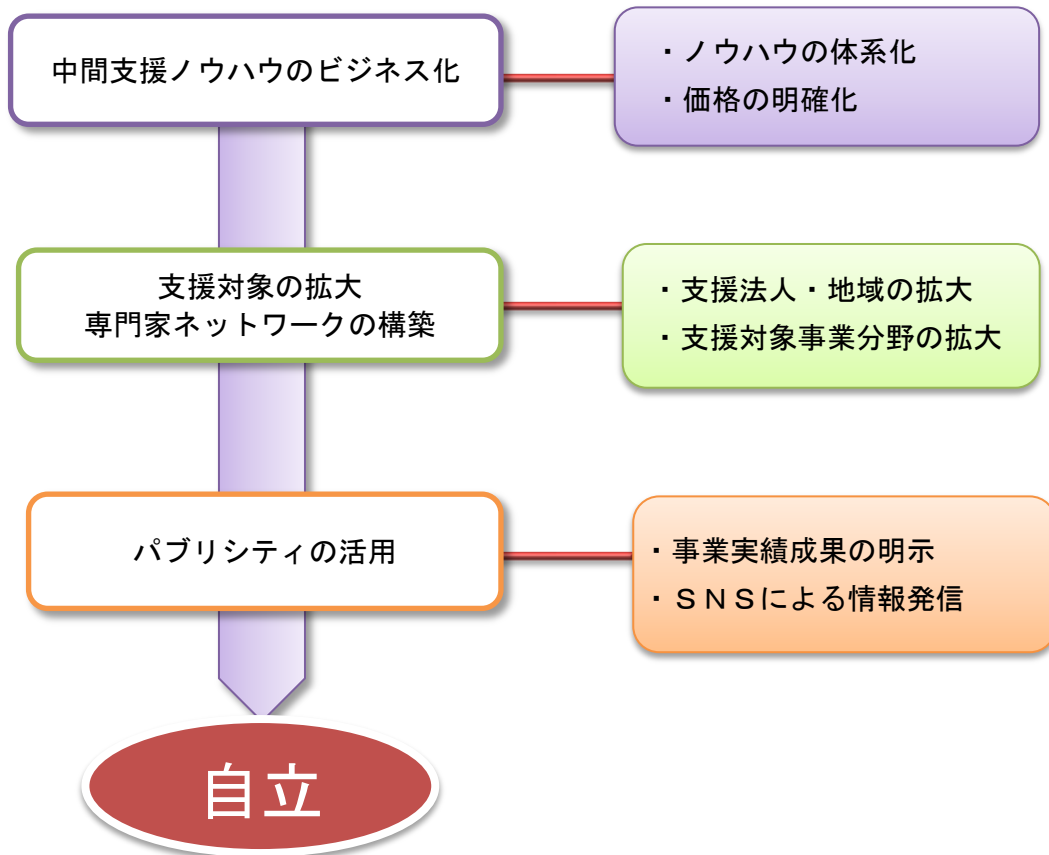
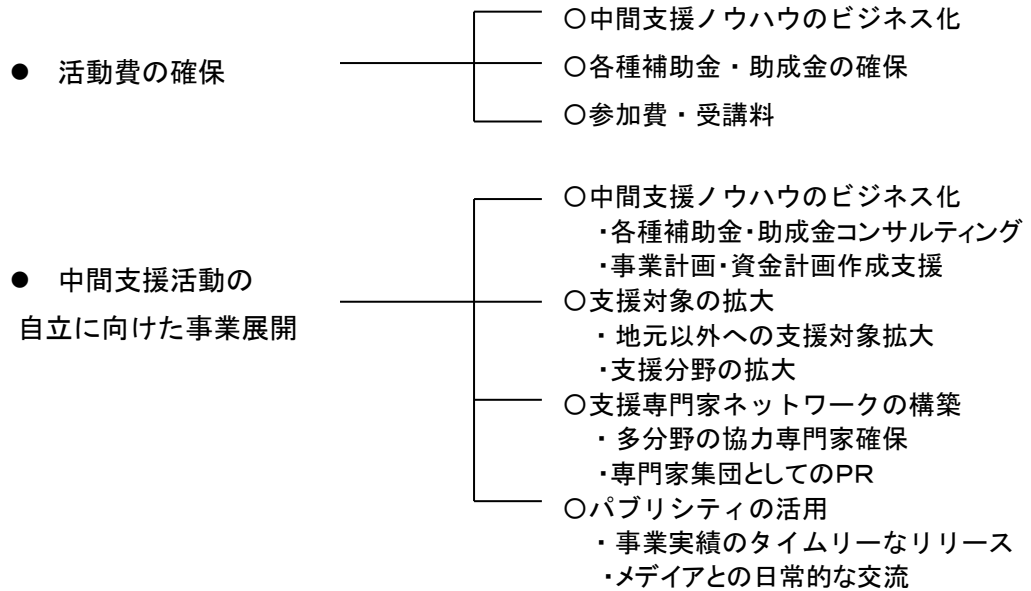
- ①農産物生産・加工技術取得・人材育成
  - 開発商品のブラッシュアップ（夏ごろまでを予定）
  - 製造スタッフの育成研修（4月新人研修開始）
  - 障がい者用作業マニュアル作成（3月着手、年内完成目標）
- ②商品化・販路確保
  - テスト販売商品製造と試験販売
  - 各法人店舗での試験販売を秋ごろまでに行い、その後、都市部での試験販売を予定
- ③地産地消促進コミュニティ
  - NPO、関係機関と連携した食育セミナー定期開催（農政機関、農協との連携）

- 各法人への支援予定 ……3月/北海道でてこいランド：販路確保大阪視察（黒野中小企業診断士紹介）  
 3月/とむての森：障害者作業分析開始（年内マニュアル化）  
 6月/日本赤十字北海道看護大学協力による地元食材を活用した健康料理教室



(2) 平成 26 年度以降の自立的な中間支援に向けた取組

当法人の実施する中間支援活動を自立させていくために、ノウハウのビジネス化等による活動費の確保により、支援対象拡大、専門家ネットワーク構築等の事業展開を実施し、積極的に情報発信を行っていく。



## 8 中間支援の活動イメージ

- 支援対象者、支援専門家、自治体、協力・連携機関等で構成するプラットフォームを構築し、事業に応じ、構成員を機動的かつ複合的に組み合わせる。

