

## ◎ 棚田米を活用した米麴の商品開発や販路開拓を支援し、春米地域の活性化をめざす

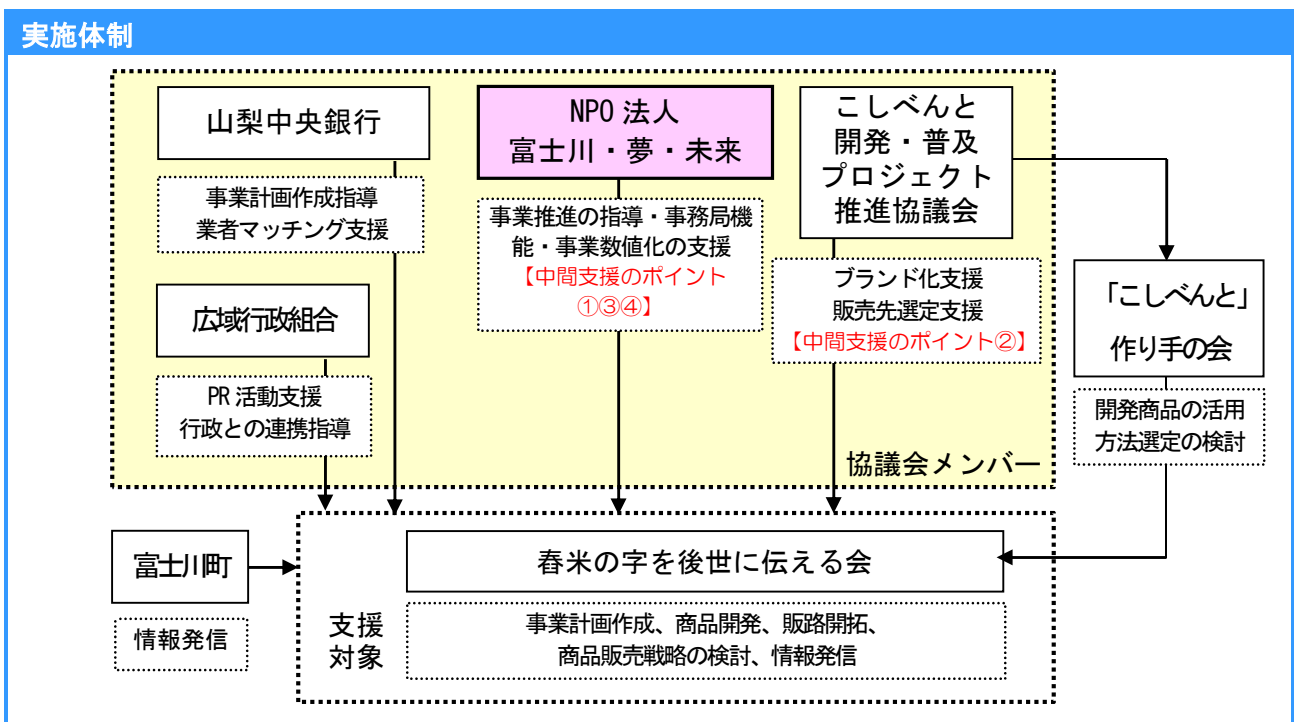
No. 2	峡南地域活動支援協議会（山梨県峡南地域）
事業名	富士川町春米（つきよね）区における棚田米を活用した米麴の開発に対する中間支援活動

**事業の概要**  
 棚田の耕作放棄地を活用した農業生産物「棚田米」を活用し、米麴を用いた新商品を開発しようとしている「春米の字を後世に伝える会」に対して、新規商品開発支援、販路開拓支援、販促支援、情報発信といった支援を行い、地域活性化を目指す。

主な構成主体	中間支援の内容
① NPO 法人富士川・夢・未来	市場調査、ブランド化指導の支援、事業数値化の支援、事業推進の指導
②山梨中央銀行青柳支店	本事業への資金的支援体制の照会、マッチング参加の協力、事業性の診断、事業における各種契約の確認支援
③峡南広域行政組合（市川三郷町・富士川町・早川町・身延町・南部町）	各町の各種動向を把握し情報を提供、身延線沿線観光振興協議会が定期的に実施している静岡駅でのPR活動を通じてPR活動を支援
④こしべんと開発・普及プロジェクト推進協議会	商品の活用等を中心に考えたブランド化支援、試食会支援、販売先の紹介
⑤「こしべんと」作り手の会※	開発商品の活用方法選定の検討
⑥富士川町※	開発商品のPR等の情報発信

※…体制の構成メンバーではなく、外部の協力機関

支援対象	地域づくり活動の内容
①春米の字を後世に伝える会	地域の有志が集まり、棚田米づくりや棚田米を使った酒づくり等に取り組む 棚田米を使った新たな商品開発と販路開拓



## 取組内容

### 取組①事業計画作成支援

棚田を活用した農業商品である米の全体生産量から米麴加工に出荷できる生産量などのヒアリング、春米の字を後生に伝える会が将来的にめざすもの、中長期における事業の方向性と目標の明確化による意識統一を行った。

### 取組②地元棚田米を使った新規商品開発支援

地元麴屋による麴づくり基礎知識の共有を行い、春米の棚田米を使用した米麴の試作品を麴屋に依頼した。また、出来上がった麴の特徴を明確化することで差別化を図った。

### 取組③新規商品販路開拓支援

取組2で開発した商品の販売先・事業展開方法を明確化するために、外部委託にて市場調査を行った。

### 取組④商品販売戦略に基づいた販促支援

取組3で明確化したターゲットに向けたPR方法を確定するためデザイナー指導によるブランドイメージを活用し、パッケージ・販促グッズの制作を実施。また、フレンチシェフによる新しい麴の利用方法についての指導を受け、戦略のひとつに新しい麴活用を組み込んだ。

### 取組⑤ブランドイメージを活用した情報発信

取組4において開発した販促グッズを用いて、第10回こだわり食品フェア2015への出店、こしべんと作り手の会、わくわくファームツーリズム参加者、富士川・夢・未来会員へのPR活動とモニタリングを行った。また、事業実施について地元メディアによるPRを行った。

### 取組⑥実施した事業の検証

取組5までの事業内容を検証し、原価計算、損益分岐点の算出等数値化を実施し、生産目標の設定など事業計画検討の支援を行った。

## 1 中間支援の活動プロセスにおける課題と対応

プロセス	支援対象	中間支援	成果・効果
取組の背景・動機	<ul style="list-style-type: none"> <li>富士川町にある春米（つきよね）という地名は日本国内にも2カ所のみ、地元の神社とのつながりが歴史の物語としてあり、広がる棚田は開墾したときに地から出された石のみで積み上げたものとして、歴史的価値があると言われている。富士川町春米地域における地名、歴史と物語をからめ、地域の良さと特色を広く伝えることで、峡南ブランドの確立・ファンづくり、観光客・地域居住者の増加、ひいては地域活性化のため現状ある資源や歴史的、物語的な事業の存続を助けることを目的とし、「春米の文字を後生に伝える会」が平成24年より地元広がる棚田の耕作放棄地を活用した、日本酒づくりをスタートした。しかし、この事業は富士川町内の醸造店である「榎萬屋醸造店」へ酒米を販売することのみの活動であり、酒米売上収入と町の補助金を頼りにする事業性のない活動となっており、継続が危ぶまれるものであった。</li> <li>また、地域のキーパーソンが1名でリーダーシップをとり活動を展開しているが、今後の活動展開において、参画メンバーの役割分担等、事業の進め方にも改善が必要な時期にきていた。一方、地元に移り住んだ若い世代の中で農業に興味のある人材があり、新しい取組を通じた仲間づくりの機運も高まっていた。</li> </ul>		
体制構築のきっかけ	<ul style="list-style-type: none"> <li>まずは富士川町において、地域活動に取り組みやすい支援体制を整えようとした。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>富士川・夢・未来の理事長が、富士川町の地域づくり活動を支援するための組織構築を構築するべきとの提案をし、富士川・夢・未来の事務局が担うことになった。</li> <li>富士川・夢・未来とともに、山梨県主催の中部横断道沿線活性化協議会のメンバーとして活動していた山梨中央銀行、広域行政組合、こしべんと開発・普及プロジェクト推進協議会に声をかけた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>以前より協働の経験があるメンバーによる協議会設立に至った。</li> </ul>
支援対象の選定	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成24年より活動を開始した「春米の文字を後生に伝える会」であったが、事業の継続が危ぶまれる状況であり、メンバーの役割分担や新たな仲間づくりも課題となっていた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>富士川・夢・未来の理事長は「榎萬屋醸造店」の会長でもあり、当会の酒づくりが赤字続きという状況を鑑み、富士川・夢・未来として支援することを提案。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>当会を支援対象とすることが決定した。</li> </ul>

プロセス	支援対象	中間支援	成果・効果
商品企画・開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業計画を立てるにあたり、支援対象の事業の採算性等に関する認識を明確に持ってもらう必要があった。</li> <li>山梨県北杜市で耕作放棄地を活用した企業 CSR 活動支援や商品開発等に取り組む NPO 法人「えがおつなげて」の活動を知る麴屋から、麴用の米や大豆をつくる畑で同じような活動をやってみたいとの提案があった。</li> <li>麴について学ぶ必要があった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品開発において、最も重要なことは原価計算、原材料（棚田米）の生産量の数値化であることを経験的に分かっていたため、支援対象メンバーには、事業計画を立てる中で、原価計算、原材料の生産量の数値化に取り組んでもらい、収益確保に対する意識を明確に持ってもらった。</li> <li>【中間支援のポイント①】</li> <li>既に耕作放棄地を活用して棚田米を生産していたこと、麴自体をブランドにするという話をあまり聞いたことがなかったこと（新規性）から、麴が良いと考えた。</li> <li>地元の麴屋がつくった試作品を使って、水稻品種の違いによる米麴の違い等について検討。完成した試作品について、質疑応答、意見交換を実施。また、完成した麴をメンバー数名が持ち帰り、それぞれ活用方法について調査することとした。</li> <li>【中間支援のポイント②】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>数値化され目に見える形になったことで、支援対象メンバーの収益確保に対する意識が高まった。</li> <li>麴を新たな商品とすることで決定した。</li> <li>春米の棚田米を使った米麴商品開発における第一歩として、麴の基礎知識を春米の字を後生に伝える会メンバーが把握し、品種による試作へとつなげることができた。</li> </ul>
デザイン	<ul style="list-style-type: none"> <li>麴商品のプロモーション活動を行っていくにあたり、パッケージデザイン等が必要であった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>専門家からの講習を受け、商品のデザイン・ストーリーをメンバーで協議した上で、商品のパッケージやロゴ等のデザインを行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>メンバーの意見も踏まえたパッケージデザインやロゴデザイン等が決定した。</li> </ul>
販路開拓	<ul style="list-style-type: none"> <li>麴商品の活用方法について学び、販路開拓に向けた営業戦略等へ結びつける必要があった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>専門機関へ依頼し、マーケティング調査を実施。</li> <li>地域女性を招いての試食会、フレンチシェフによる麴活用学習会等を行い、地元住民の意見を聞く場、麴活用の方法について学ぶ機会を持った。</li> <li>【中間支援のポイント②】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>麴商品の活用方法や地元の意見を支援対象メンバーが把握することで、今後の商品 PR や営業活動に活用できるとメンバー自身が実感した。</li> </ul>
広報・プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>取組を広く周知する必要があった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新聞社やテレビ局へ積極的に働きかけ取材対象にしてもらうことで、取組の露出を高めた。</li> <li>【中間支援のポイント③】</li> <li>東京ビックサイトで行われた「こだわり食品フェア 2015」への出店、新東名高速道路の駿河湾沼津 SA での PR 活動等により、プロモーションを展開。</li> <li>【中間支援のポイント④】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>継続的に新聞に掲載されたり、テレビで取り上げられたりしたことで、認知度向上につながった。</li> <li>また、大規模なイベントへの出店等にも取り組み、多くの人の目に触れる機会をつくった。</li> <li>取材やイベント等では支援対象メンバーに対応してもらうことで、営業への意識の向上、営業ノウハウの蓄積等にもつながった。</li> </ul>
モチベーションの維持・向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>支援対象メンバーのモチベーションの向上、取組意識の高まり。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域女性を招いての試食会、フレンチシェフによる麴活用学習会等を行い、地元住民の意見を聞く場、麴活用の方法について学ぶ機会を持った。</li> <li>【中間支援のポイント②】</li> <li>新聞社やテレビ局へ積極的に働きかけ取材対象にしてもらうことで、取組の露出を高めた。</li> <li>【中間支援のポイント③】</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>試食会や学習会を通じて、自分たちが作った商品が形になったこと、地域住民の意見を聞くことができたこと、多くのメディアに取り上げられたこと等がメンバーのモチベーションの向上につながった。</li> </ul>

①採算性の確保に重点を置いた支援

以前、富士川・夢・未来が県の依頼を受け、地域の特産品であるゆずの商品開発に取り組んだが、その際、商品開発にあたり一番重要なのが原価計算、原材料となるゆずの生産量の数値化であると分かった。そのため、商品開発において、最も重要なことは原価計算、原材料（棚田米）の生産量の数値化であることを支援対象に伝え、事業計画を立てる中で、原価計算、原材料（棚田米）の生産量の数値化に取り組んでもらい、収益確保に対する意識を高めてもらった。

これらの作業を通じて、ある収益を想定した場合に必要な棚田米の生産量や売値等が見えてくることで、メンバーの収益確保に対する認識が高まった。

②行政の積極的な関わりによって事業が大きく前進

麴に馴染みのない支援対象メンバーには、まず麴について知ってもらうことが重要と考えた。そこで、地元の麴屋がつくった試作品を使って、水稻品種の違いによる米麴の違い等について質疑応答や意見交換を行った。そして、試作品をメンバー数名が持ち帰り、それぞれで活用方法を考えてもらうようにした。

また、PR活動やプロモーションに向けて営業活動を行っていくにあたって、麴の活用方法の提案も重要となることから、地域の女性を招いての試食会を開催して率直な意見を聞いたり、フレンチシェフによる麴活用学習会を開催して、麴の料理への活用方法について学んだりしてもらう機会を持った。

麴商品の活用方法を学び、地域住民の意見を聞くことで、今後の商品PRや営業活動に活用できる貴重な材料になるとメンバー自身が実感した。また、試食会や学習会を通じて、自分たちが作った商品が形になったこと、地域住民の意見を聞くことができたこと、多くのメディアに取り上げられたこと等がメンバーのモチベーションの向上にもつながった。

③マスコミの積極的な活用

支援対象の稲刈り作業、地域女性を招いての試食会、フレンチシェフによる麴活用方法の学習会等に対して、テレビ局や新聞社の取材を積極的に受け入れて露出を高めた。これによって多くの人の目に触れることとなり、認知度が向上した。また、取材を受けることで、支援対象メンバーのモチベーション向上にもつながった。



↑UTY テレビ山梨による試食会の取材  
→山梨日日新聞社の記事





#### ④イベントの活用

麴商品の PR 活動やプロモーションの展開を行うにあたり、東京ビックサイトで2月に行われた「こだわり食品フェア 2015」へ出店した。3日間で合計 84,614 人の来場者があり、多くの人の目に触れる機会となった。さらに、名刺交換を行ったのが 84 社あり、うちサンプル・見積依頼が 15 社あったことから、販路開拓に向けて大きな成果と言える。「こだわり食品フェア」の来場者の多くは、スーパー、百貨店、生協、コンビニエンスストア等の小売業を中心に、商社、食品卸、フードサービス等に関わるプロが中心となる。そのため、プロの目に止まれば、すぐに販路開拓につながるという大きな効果が期待できる。

加えて、新東名高速道路の駿河湾沼津サービスエリアでもテントを立てて出店し、チラシを 500 枚配布するなど、多くの人に知ってもらう機会をつくった。

また、このようなイベントには、支援対象メンバーに主体的に参画してもらい、顧客と話す場を体験してもらうことで、メンバーの営業への意識の向上や営業ノウハウの蓄積等にもつながった。



こだわり食品フェア 2015 の出店風景



新東名高速道路の駿河湾沼津サービスエリアでの PR 風景

### 3 支援対象の成果

当初目標とした商品の売上 70 万円に対して、商品の予約状況は総額 881,500 円と大きく上回った（希望単価：「食べる糰（こうじ）」500 円、「飲む糰（こうじ）」1,000 円で算出）。また、「こだわり食品フェア 2015」においてサンプル・見積依頼も受けており、今後の販路開拓も期待される。

また、商品の PR 活動に関しても、来場者数が 8 万人を超えるイベントへの出店、高速道路のサー

ビスエリアでのチラシ配布（500枚）など、当初の目標に匹敵する達成状況となっている。

表 成果目標の達成状況

成果指標	事業開始当初	平成 26 年度目標	達成状況
①春米新規商品の売り上げ	—	春米棚田米を活用した商品 販売売上 一般向け:50万円 業務用:20万円	※予約状況 事業者売上:545,000円 団体売上:225,000円 個人売上:111,500円 合計:881,500円
②春米新規商品のPR活動参加者数	—	こだわり食品フェア 2015(東京ビックサイト、2/10~12の3日間)参加者:5,000人 広域行政組合主催企画への参加:400人(9月・3月各日200人)	こだわり食品フェア 来場者数:84,614人 2/10:30,292人 2/11:25,621人 2/12:28,701人 名刺交換:84社(うちサンプル・見積もり依頼:15社) 新東名高速道路の駿河湾沼津サー ビスエリアPR(2/18):チラシ配布枚数500枚

また、活動を通じて各種メディアからの取材を受けたり、食品フェアへ出店したりする中で、外部から高く評価されたことはメンバーの大きな自信につながった。また、このままでは会が終わってしまうという危機意識も芽生え、「誰かがやってくれる」活動から、自分がやる」活動へ変化したことも大きい。中心となる人物だけが動く活動から脱却し、役割分担を決めて、新しい人を巻き込む活動へと成長したことは大きな成果と言える。また、今後法人化を考える意識も芽生えた。



地元住民を対象とした試食会の様子



フレンチシェフによる麴活用方法の学習会の様子

## 4 地域づくり活動支援体制としての成果と課題

### ◎中間支援活動の手を出す加減

中間支援活動を行うにあたって、まずはヒアリングによって支援対象の現状を把握することの大切さを改めて学ぶことができた。

ヒアリングを通じて支援対象の能力等が把握でき、お互いの関係構築にもつながった。それによって、どの程度の関わり方で支援を行えばよいか（手を出す加減）が分かるようになった。また、飲食を共にすることで、内部のコミュニケーションが活性化されることも重要なポイントである。

### ◎金融機関、行政等の関わりの変化

これまで、山梨中央銀行青柳支店は机上の議論にのみ参加するスタンスであったが、今回の事業では、新規事業を展開する春米の文字を後生に伝える会に対して実際に足を運んでヒアリングするというのを初めて行った。今後は論議のみにとどまらず、実際に現地へ足を運び、金融機関としての的確なアドバイスも必要である。

峡南広域行政組合では、これまで様々な地域のPR活動を行ってきたが、旅行会社やプランナーなどから、地域の取組や商品に関する問い合わせがあった場合に、ひとつの取組に特化して紹介するといったことは、立場上できなかつた。そのため、今後は峡南地域活動支援協議会を通じた個別活動の紹介を検討していくこととなった。

## 5 地域づくり活動支援体制としての今後の展望

### ◎平成27年度以降も支援を継続、拡大

地域の農産物と事業所をつなぎ、地域内で完結するビジネスとして、商品づくりを達成することができたが、今後は流通や商品の多様化などの課題が多く残っている。しかし、商品流通や開発について地元食品メーカーや加工委託先の協力を継続的に受けることができる見込みがあるため、来年度以降も継続して実施できる見込みである。

また、富士川町の支援として、米づくりに関しては「中山間補助事業」商品開発や販売促進に関しては「コミュニティービジネス補助事業」が活用できるため、来年度は、春米の文字を後生に伝える会自身の商品開発も継続して実施できる。

販路先としては、「道の駅」、「直売所」、「観光施設」などと商談を進めることとなっており、個人の問い合わせも多数寄せられているため、ある程度期待できる。

### ◎新たな支援対象への対応

富士川町鯉沢地域にて生産したさつまいもで焼酎を作っている団体からは、特色を生かした販売をめざして助言を求めており、支援対象として検討している。

前年度までの事業内容や活動の状況、本年度焼酎用さつまいもの作付け計画等について把握しており、今後は、現状の会計内容等についてのヒアリングを実施し、どのような支援が必要なのか、詳細を詰めていく予定である。

また、富士川町箱原地域の農産物生産団体が生産しているジャンボにんにくに関して、事業の安定化等をめざした相談が来ている。ここに対しても、前年度までの事業内容、本年度計画、市場の動向等を把握した上で、商品開発に加えて、観光振興等についても支援を検討していく予定である。