

[本文]

1 . 事例場所の概要

東青地域県民局は青森県のほぼ中央に位置し、青森市を含む陸奥湾沿いの5市町村を管轄している。地域の農業形態は水稲を基幹として、指定産地となっているトマトやピーマン等の野菜を組み合わせた複合経営が主体となっているが、平成17年に青森市と旧浪岡町が合併したことで、りんごの作付面積、産出額が大幅に増えた。また、平成20年12月に管内4農協が合併し青森農協が誕生したことで、1県民局5市町村1農協体制となった。

2 . 活動対象及び概要

当地域のそばは水田転作が主体で作付面積が約1,000haと県内一の産地となっている。しかし、産地づくり交付金に依存した体系が中心で、排水が悪く収量・品質レベルも低いことから、農家の生産意欲は必ずしも高いとはいえない状況にある。

3 . 背景・指導・ねらい

普及指導室では、平成17年度から「生産性向上と地産地消の推進による青森『そばの里』づくり」を普及計画に位置付け、排水対策の徹底や優良品種への切替、青森市内の地元産そば使用店の拡大等に取り組んできた。平成20年度に県の重点推進プロジェクトとして「東青そば海道づくり推進事業」を創設し、農商工が連携して、地元食材と組み合わせた商品開発に取り組み、新たな東青ブランドを確立することで、農業所得の向上と地域農業の活性化を図った。

4 . 具体的データ

(1) 情報の内容・方法・特徴

ア 東青そば海道づくり推進事業検討会の設置

平成20年6月に生産者、製粉業者、製麺業者、加工業者、青森市内そば店等で構成される検討会を立ち上げ、東青産そばのネーミング、地元食材を組み合わせた商品・オリジナルメニューの開発、各種イベントの開催等について検討を重ねた。

検討会では 東青産そばのネーミングを「あおもり海道そば」として、今後イベント等でPRしていくこと、「鴨南蛮そば」の県内一貫生産、「水そば」のメニュー化について取り組んだ。

また、21年度は当検討会を発展的に解消し、新たに「あおもり海道そば」ブランド推進協議会を立ち上げることで、2010年東北新幹線新青森駅開業に向けて、「あおもり海道そば」のブランド化に向けた取組を加速することとした。

イ 観光客をターゲットとした新商品の開発

当地域は全国で唯一フォアグラを生産しているが、ブランドが確立されているフランス鴨バルバリ種種の鴨肉と、県内一の作付面積を誇るそばを組み合わせた新商品「鴨南蛮そば」の開発をコーディネートした。

「鴨南蛮そば」は青森にこだわった商品をコンセプトに、首都圏の高所得者層や観光客をターゲットとしたものである。原料の鴨肉とそばは青森県東青地域産を使用し、そば麺は無添加で常温90日保存可能なものである。当初は県内に製麺技術がなかったため、県

外の業者に製麺を委託していたが、県内一貫生産を目標に、検討会に参加している製麺業者等を結び付け、試作品の開発と評価会を継続的に開催した。

ウ 実需者ニーズに応じた販売拡大

(ア) あおもり海道そば取扱店の拡大

青森市内のそば店を対象として、東青産そば粉のサンプルを提供し、品質に関するアンケートを実施するとともに、市内そば店と生産者の現地検討会を開催し、東青産そばに対するそば店の要望等について意見交換を行った。そば店から出された意見については生産現場にフィードバックし、自然乾燥など乾燥方法の改善や低温貯蔵、小口出荷体制の確立等に結び付けた。

(イ) 東青産そばのPRと消費者ニーズの把握

青森県観光物産館アスパムやイトーヨーカドー青森店、地元商店街のイベント等において、東青産そばの試食・販売を行い、消費者に東青産そばを広くPRした。

また、平成21年2月には「あおもり海道そば」のネーミングと「鴨南蛮そば」等のお披露目を兼ねて「あおもり海道そば」フォーラムを開催した。フォーラムではホシノ・アグリコミュニケーション研究所代表の星野康人氏の基調講演のほか、「鴨南蛮そば」や「そばスコーン」の試食・アンケートや関連商品の紹介を行い、TVや新聞等マスコミに取り上げられたことで、県内の消費者やそば関連業者等に広くPRした。

(2) 成果

東青産そばは、平成19年度実績で2生産組織が市内9店舗に5.2tのそばを供給しており、平成16年度と比較して約10倍に増加した。平成18年度からそば加工組織が製造した麺が県庁生協食堂(県内7店舗)の県産品メニューとして採用され、19年度から東青産そばを使用した麺が定番メニューとなった。

管内のそば加工組織は4組織に増加し(平成14年度対比2組織増)、イトーヨーカドー青森店や青森県観光物産館アスパム等でのイベント販売、年越しそばの受注販売を行っているほか、2組織は常設店舗を設置するなど、販売額は年々増加している。

また、平成20年8月から農商工連携により取り組んだ鴨そばは、お歳暮用に約4万食販売しており、今後販売拡大が期待されている。

(3) 普及活動上の留意点

東青産そばのブランド化を推進するに当たり、アンケートや市内そば店との現地検討会等により消費者や実需者のニーズを把握し、その結果を生産現場にフィードバックしてきたこと、東青そば海道づくり検討委員として、地元の製粉業者や製麺業者、料理専門家等を参画させ、農業サイドだけでは解決できない課題を地域の産業界全体で取り組んだことが大きなポイントである。

今後、「鴨南蛮そば」の県内一貫生産を目指して試作品の製造や評価会、試食アンケートを継続するとともに、さらなる付加価値の向上を図るため、青森県特別栽培農産物制度(農薬・化学肥料不使用)による実証ほを設置する。

また、東北新幹線新青森駅開業に向けて、これまでの取組を加速するため、生産者やそば関連業者等で構成されるブランド推進協議会を設立し、商標登録やオリジナルメニューの開発、そば体験ツアー、スタンプラリーの開催等に取り組むこととしている。



写真1 青森市後潟地区そばほ場

< 写真1 >

陸奥湾を望み、JR津軽海峡線や青函フェリーが平行して走る地域に作付が集中していることから「あomorい海道そば」命名

< 写真2 >

全国で唯一フォアグラを生産し、ブランドを確立しているフランス鴨バルバリエ種の鴨肉とあomorい海道そばのコラボレーション商品



写真2 新商品「鴨南蛮そば」



写真3 東青そば海道づくり推進事業検討会

< 写真3 >

生産者、製粉業者、製麺業者、加工業者、青森市内そば店等で構成される検討会、地元食材を利用したオリジナル商品等を開発

< 写真4 >

青森県観光物産館アスパムやイトーヨーカドー青森店、地元商店街のイベント等において、あomorい海道そばの試食・販売を行い、消費者にPR



写真4 アスパムでの販促イベント



写真5 あomorい海道そばフォーラム

< 写真5 >

「あomorい海道そば」のネーミングと「鴨南蛮そば」等のお披露目を兼ねて「あomorい海道そば」フォーラムを開催、マスコミを通じて県内の消費者にPR