2つの協同組合と地元大学による農商工連携
──JA山形農工連・山形県漁協・東北公益文科大学の取組み──

主任研究員　室屋有宏

1　はじめに

農商工連携は農林漁業者と加工メーカーという組合せが大半を占めるが、山形県庄内地域において２つの協同組合と地元大学生が連携し、新商品の製造・開発からマーケティング活動を一緒に取り組んでいる。このユニークな事例を紹介したい。

2　連携の背景

この農商工連携には主に３つの参加者が登場するが、その中心的組織といえるのが山形県農村工業農業協同組合連合会(JA山形農工連、以下「農工連」)である。

農工連は1939(昭和14)年に農山漁村経済更生運動の一環として発足し、戦後は主に県内向けの味噌、醤油の製造・販売を行い、会員である農協・連合会への還元を図ってきた。しかし、地元産の米、大豆を利用した味噌は95、96年ごろから激しさを増す価格競争の波を受け売上が大きく落ち込むようになり、また主力の醤油の売上も食生活の変化による全国的傾向等から、低迷する状況となった。

こうしたなか大手との差別化、「地産地消」推進の観点から、農工連は自らの醸造技術と地元産果樹を生かした「柿酢」や「梅酢」等の新商品の開発に力を入れてきた。これらは消費者の健康への強い関心からも人気が高く、売上を着実に伸ばしている。

さらに08年には酒田市の北西39kmに浮かぶ離島「飛島」沖の海洋深層水を利用した色々な商品開発を企画したものの、取水中止となりこの計画そのものは頓挫することになったが、県、酒田市、中小企業基盤機構の働きかけもあり新たに農商工連携の事業に取り組むことになった。

3　日本北限の飛島の「とび魚」漁

飛島の「とび魚」漁は日本北限の漁であり、このとび魚を漁獲から焼き干し造りの全工程まで手作業で行っているのは全国で唯一ここだけである。

農工連は以前から飛島の炭火焼・天日干しのとび魚(「あごだし」)をめんつゆとして利用していたが、今回、農商工連携の事業として濃縮しないストレート・タイプを開発することに決めた。とび魚のダシは、上品でくせがなく昔から最高級のダシとされてきたが、ストレート・タイプで製造するのは、食塩分が低いため衛生管理が難しいことや(二次発酵のリスク)、風味の安定等に課題があるため濃縮タイプが主流となっている。

一方「あごだし」を供給する山形県漁協でも、スルメイカが漁獲高、売上の大半を占めるため、新たな高付加価値商品を模索していた。農商工連携事業では、従来は漁業者ごとに品質のバラツキがあった「あごだし」の鮮度・品質管理を統一し、保存技術を向上させ、農工連に安定供給する役割が期待されている。

4　大学生の「あごだしプロジェクト」

この農商工連携が面白いのは、地元の東北公益文科大学の学生がマーケティング調査、デザイン、ネーミング等さまざまな形で事業支援に加わっていることである。商品が09年６月に農商工連携の認定を得ると、大学内に「あごだしプロジェクト」(単位の対象科目)が立ち上がり、現在約20名近い学生が参加している。

昨年はプロジェクトの学生たちは、飛島での漁獲にはじまり商品製造、販売までを農工連の職員と一緒に経験した。

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。

飛島では早朝３時に起床し漁師の方と一緒にとび魚漁を体験、港に戻り今度は「焼干しづくり」に挑戦した。とび魚をさばいて天日干し（前処理）にした後、炭火で焼いて、再び１週間前後天日干しをするという重労働である。しかも漁期が毎年６月下旬から７月いっぱいと短いため、作業はしばしば深夜に及ぶことから体調を崩す方も多いという。

また学生たちは飛島滞在中に、島民との座談会を３回開き、漁業の現状や島民が置かれている厳しい状況について色々な角度から学んだ。さらに酒田市の農工連工場では、つゆ製造についての勉強会を開き、「かえし」「だし取り」などの体験を行った。

このように商品の背後にある人びとや地域資源に対する認識を共有した後で、学生たちは商品の販売促進活動を積極的に展開している。プロジェクトの学生たちは、農工連の職員と一緒に学内、県内、首都圏で開催される各種展示会などでマーケティング調査、データ収集・分析、バイヤーへのPRなどを行った。また商品の映像制作、キャッチフレーズやキャラクターづくり、Ｔシャツ作成などの活動も実施した。

首都圏の展示会に参加した際には、バイヤーから「他の料理のレシピないの？」との問い合わせが多数あったことから、今年２月には野菜ソムリエや地元小学校の親子も交えて、料理教室を開くなど学生と農工連の連携は食育にまで広がっている。

商品のネーミングでは、首都圏でのマーケティング調査を踏まえた決定会議で、「絶品とび魚だしめんつゆ・贅沢ストレート」と名付けられた。パッケージデザインも、飛島の魅力を全国に発信したいという学生の思いから飛島の地図が記載された。

5　学習ネットワークの広がり

昨年のストレート・タイプの販売はまだ6,000本（小売価格350円、１本270ml）と当初の目標からは相当隔たりがある。商品そのものは「圧倒的なダシ感」があるとして高い評価を得ているが、「あごだし」の安定供給がまだ軌道に乗っていないのが一番の原因である。

山形市内での販売活動の様子

一方で、この農商工連携は連携体の構築という点では、非常にしっかりしたスタートをきった事例といえよう。農工連にとってプロではない学生を連携に加えたのは、たんに宣伝効果だけでなく、学生の声を通じて外部の声、顧客の声をダイレクトに取り込むことができた点でメリットが大きかったといえる。

また学生と連携したからこそ、地域資源について基礎から学び、商品の背景にあるストーリーの一貫性と自らのポジションについて再確認する貴重で「楽しい」機会を得ることができたといえる。

農商工連携の核心は「学習し合うネットワーク」にあり、それをいかに長期にわたり進化させていくかという点がビジネスとしての成功の基本でもある。学生を連携パートナーとする農工連の事例は、庄内地域の価値と内発的発展の「種」を広く蒔いたという意味で、長期的なビジネスの広がりをも期待させる取組みであるといえる。

（むろや　ありひろ）

ここに掲載されているあらゆる内容の無断転載・複製を禁じます。