

JA南三陸の「春告げやさい関連商品試食会」

取締役調査第一部長 斉藤由理子

1 「春告げやさい」とは

JA南三陸は宮城県の北部、三陸海岸沿岸の気仙沼市と南三陸町と登米市の一部を管内とする。JAでは、この地域の冬に雪が少なく日照時間が長いという立地条件を生かして、冬から春に収穫する野菜を「春告げやさい」としてブランド化を進めてきた。「春告げやさい」という名前は、この地域でシラスを「春告げ魚」、ウグイスを「春告げ鳥」と呼び親しんでいたことにちなみ、一足早い春を知らせるという意味が込められている。

2007年には、管内の様々な産品を柔軟に取り入れ幅広くブランド化できるように、登録商標を「春告げ」として、JAが商標登録を行った。登録時に春告げやさいは5種類であったが、現在では、なばな、春立ち菜、アスパラ菜、ちぢみほうれんそう、ちぢみゆきな、ちぢみ小松菜、ふきのとうの7種類に広がり、色違いの共通パッケージで販売されている。

2 春告げやさい関連商品試食会

東日本大震災の津波による農地や施設の流出、農業者の仮設住宅での生活等により、春告げやさいの産出量は急減した。JAは、施設

の整備等で生産量の回復をはかるとともに、地元企業と連携して春告げやさいの6次化を進め、ブランドの再興に力を入れている。

14年3月22日、南三陸ホテル観洋で「平成25年度JA南三陸園芸部会キリンビール『絆』プロジェクト『春告げやさい関連商品試食会』」が開催された。JA南三陸園芸部会とJA南三陸が主催、キリンビールマーケティング宮城支社が共催、全農みやぎが後援した。これらの関係者とともに、生産者、関連商品を開発した地元企業、市場関係者、行政、地方振興事務所、普及センター、生協、系統団体、報道機関など約80名が出席した。

試食会のテーブルには、春告げやさいのおひたしと、「春告げろーる」「春告げ天」「南三陸キラキラ春つけ丼」「春告げやさい入り彩ミックス」「春告げの酒」などの関連商品が並び、出席者は関係者のあいさつを聞き、春告げ天使として春告げやさいのポスターに登場するSCKガールズ(産地直送気仙沼アイドル)のステージを楽しみつつ、春告げやさいとその関連商品を堪能した。

「気仙沼・南三陸春告げろーる」は、春告げやさいのペーストを生地に練りこみ、当地ブランドの気仙沼いちごを生クリームで包んだロールケーキである。「春告げ天」は、JAと南三陸町のマルセン食品が共同開発した、春告げやさいを練りこんだ揚げかまぼこである。「南三陸キラキラ春つけ丼」は、三陸の海産物を中心に地元食材にこだわった「キラキラ丼」に、春告げやさいをプラスしたどんぶり、3月から4月にかけて、仮設商店街「南三陸さんさん商店街」、南三陸ホテル観洋および地元の飲食店で提供されている。

春告げやさいと海産物等地元の食材の組合



春告げやさい



気仙沼・南三陸春告げろーる

せで、この地域ならではの商品ができあがった。春告げやさいを中心に、農業者、加工企業、市場、飲食店、ホテルなど様々な人々が関わっており、商品開発の効果が地域に波及していることがうかがえる。また、「春告げ」という復興の息吹を感じるブランド名をつけた多様な食品のラインアップが、この地域を訪れた観光客を楽しませて、今後の観光客の増加につながる効果も期待できる。

3 キリン絆プロジェクトによる支援

キリン絆プロジェクトが、この春告げやさいの6次化、ブランド化を支援している。

キリングroupは東日本大震災の復興支援活動として「復興支援 キリン絆プロジェクト」を立ち上げた。農業については、公益社団法人日本フィランソロピー協会を事務局として、12年までは農業用機械の支援を行い、13年からは第2ステージとして「生産から食卓までの支援」をテーマに、農業者やJAなど

による6次化や農産物のブランド化を支援している。

地域の復興には基幹産業である農業の復興が必要であり、地域の雇用拡大には農業だけでなく加工、流通を巻き込んだ6次化の影響力が大きいとした。また地域ブランドが、人々の地域に対する理解と愛着を生み、地域への定着を促すと考えたためである。

JA南三陸に対して、第2ステージでは「『春告げやさい』の再興による南三陸『春告げの国』づくり」を含む3つの事業に、合計5千万円が助成されている。

4 「春告げの国」づくりで生産意欲を喚起

ブランド化が奏功して、市場や生協などには春告げやさいをもっと販売したいというニーズがあるものの、13年度においても震災前の約半分しか生産量は回復していない。

このため、一層の生産振興が大きな課題であり、いくつかの取組みも行われている。JAや普及センターにより「春告げやさい栽培マニュアル」が、これから生産に取り組む農家向けに作成され、ここには販売側のために野菜料理のレシピも掲載されている。また、この試食会に、地元企業や市場、そしてキリンビールなどの関係機関から多数が集まっており、春告げやさいが注目され期待されていることが、生産者を励まし意欲を高める効果を持ったと思われる。

さらに、JA南三陸では、管内を「春告げの国」としたいという将来構想を持つ。南三陸町の志津川と歌津を「ふきの里」というように各地の里づくりをすることで、生産者の意欲を喚起したいと考えている。

<主要参考文献・webサイト>

- ・社団法人全国農業改良普及支援協会(2010)「普及組織による商標・地域団体商標活用事例集」
- ・公益社団法人日本フィランソロピー協会webサイト
(<http://www.philanthropy.or.jp/kirin/stage2/harutsuge/>)

(さいとう ゆりこ)