

商品開発や事業拡大に向けた異業種連携の活用

— 糸魚川なりわいネットワーク —

研究員 亀岡 鈺平

現在、「異業種連携」をキーワードとした第一次産業活性化の動きが活発になりつつある。全国レベルでの動きとしても、全中、全森連、全漁連、全国商工会連合会および日本商工会議所の5団体による「農林漁業と商工業の連携を通じた地方創生の推進に関する協定」が2017年に締結されている。ほかにも水産業に特化したものとして、「漁業・異業種連携促進事業」(水産庁補助事業)が実施されている。これらは異業種間のマッチング支援を目的としたものであり、今後の成果が期待される場所であるが、全国各地には既に連携の実態が現れているものもある。その一例として、新潟県糸魚川市の「糸魚川なりわいネットワーク」(以下「ネットワーク」)を取り上げる。

1 組織の概要と販路拡大活動の状況

本ネットワークは、第一次産業含め広く糸魚川市内の中小事業者が集い、それぞれが有する資源や技術を相互に有効活用することで新商品開発や地域ブランド創出に努め、販路拡大を目指す組織体である。本ネットワークは、12年に市の働きかけにより会員企業を募る形で設立された。事務局は、市商工観光課が地域おこし協力隊員との連携の下で担当している。現在の会員企業・団体は50であり、業種は生産、加工、販売から飲食、商工業、企画等多彩である。活動実績として、17年度は計9回のイベント出店のほか、講習会、先進地視察等が行われた。イベントの中には、武蔵小山(品川区)、大山(板橋区)といった東京都内の商店街で開催されている定例イベントで、参加が定着しているものもある。これら都内での販路拡大に当たっては、糸魚川市の出身者からなる「東京糸魚川会」の組織基盤

が有効に活用されている。また、昨年からは(注1)ネットワーク内部に部会制が設けられ、課題別での対外対応力が強化されるとともに、会員間のマッチング精度の向上が図られるに至っている。

2 異業種連携に基づく商品開発

— パクチー翡翠バーガー —

ネットワークによる商品開発の例として、「パクチー翡翠バーガー」が挙げられる。このハンバーガーでは、特徴となるパクチーをはじめとして、地鶏のメンチカツ、コシヒカリ米粉のバンズ、水耕栽培レタスといった原材料の大半に糸魚川産品が利用されている(第1図)。ハンバーガーの開発に当たっては、糸魚川青果卸売市場が事務局となり、ネットワーク会員の手による生産物の活用が重視された。また、ご当地バーガーのコンテストが行われる「とっとりバーガーフェスタ2018」では4位を獲得し、糸魚川市のPRにも寄与した。このバーガーは、ネットワークに参加している市内飲食店でも提供されている。

パクチー翡翠バーガーのポイントは、原材料の一つ一つは必ずしも糸魚川市固有の名産品として知られたものではないものの、糸魚川産をキーワードに集結することで、新しい地域商材としての魅力の付与に成功した点にあると考えられる。何気ない素材であっても、アイデア次第でPR力を持ちうるという点は、全国的にも参考になる視点であろう。そして、複数の事業者の協力を促進させたネットワークが背後に存在していたことが効いている。また、この事例は、「地域を持続的に発展させるために、地域の魅力を創出し、地域内外に効果的に訴求し、それにより、人材・物

第1図 パクチャー翡翠バーガーの素材



資料 糸魚川なりわいネットワーク提供

財・資金・情報などの資源を地域内部で活用可能としていくこと」と定義されるシティプロモーションの事例として捉えることもできる。

3 異業種参入に際してのネットワークの活用

以上のような異業種連携の促進役としての機能のほかにも、ネットワークは既存業者が異業種に参入する際のサポート役としての機能も担っている。

ネットワークには農業生産を行う事業者として9事業者が参画しているが、その中には地元建設業者から農業に参入している者が複数ある。これらの業者は、新事業での販路開拓・商品開発の基盤としてネットワークを活

(注1) 東京糸魚川会の活動チャンネルの一つである「NPO法人むらまち三世代」の活動については、尾中(2019)参照。

(注2) 河井孝仁(2014)「シティプロモーションを成功に導く要素」『JOYO ARC』533号、4頁。

用している。個別業者の多角化支援という面でのネットワークの可能性もまた注目されるところである。

4 今後の活動に向けて

—戦略の具体化—

以上のように、ネットワークは連携を通じた商品開発や事業拡大の支援において実績をあげている。

今後は、販路拡大の方針として、首都圏向けとともに隣接する長野県の消費者をターゲットとしたイベントの開催が構想されている。これは、既存の市内道の駅の購買層として長野県からの来訪者が多い点に注目したことによる。また、「松本糸魚川連絡道路」の開通に向けた建設事業が前進したことも、このような機運を高めている。

中長期的には、観光業との連携の深化による市内での消費拡大も視野に入ってくる。例えば、市内飲食店と連携し、地元産品メニューをご当地グルメとして開発するといった取り組み方向は、市内を包括した面的な対応が要されるものであることから、ネットワークとの相性が良い。また、首都圏でのイベントが定着した後は、糸魚川市に関心を持った層を呼び込むための新しい企画へと発展させていくことも有効であると考えられる。

本ネットワークは、行政が連携を活性化させる役割を果たしたことで、その活動の定着に至っている。一口に異業種連携と言っても、地域や中心となる産業によって事情は異なってくると推察されるが、連携に際してどのような枠組みを用意することが有効であるのか、どのような外部支援が必要とされているのか、あるいは何が連携の障害となっているのか、既存の事例について理解を深める必要があると考えられる。

<参考文献>

・尾中謙治(2019)「ふるさとと都市住民をつなぐ『NPO法人むらまち三世代』」『農中総研 調査と情報』7月号

(かめおか こうへい)