

HAL だより

Hokkaido
Agricultural Laboratory
for Business Development

冬

北海道農業の未来を拓く広報誌

第4回 HAL連続講座

第1部 特別講演
沖縄県物産公社の地元特産品
生産・加工・販売の取り組み

第2部 パネルディスカッション
輝く未来産業北海道農業の活路

第1回 フェローシップ会議報告

HAL農業賞受賞者の参加のもと、
生産者同士の情報交換・連携強化を図りました。

第1回 VI・金融に関する勉強会報告

アグリビジネスの基盤整備に向け、
VI・金融をテーマに勉強会を行いました。

From北海道農業法人会議

大型酪農に関する研修会を実施しました
37名が参加した高知県農業法人視察研修。

Vol.02
2006.Winter

HALだより
冬
Vol.02

発行日 2006年2月28日発行(通巻2号)

発行 財団法人北海道農業企業化研究所
〒0600000 北海道札幌市東区北一条西7丁目1番地118
TEL 011-25673333 FAX 011-25673322

編集協力 北海道農業法人会議

〒0600001 北海道札幌市中央区北一条西7丁目1番地118
TEL 011-25673355 FAX 011-25673366

編集責任者 岩崎 充男

From
HAL
財団

北海道のブランドカ

農業にも必要なブランドデザインという考え方

消費者に選択される舞台上がれないからです。

商品は大きく分けると、3つの要素からできています。

食品で言えば、二つ目は『喜んでほしい』『安全で美味しいものを』のような『思い』。二つ目は、その『思い』が形になった『商品そのもの』。そして三つ目が『思い』のこもった『商品』を消費者に伝える『情報発信』。これには商品名やデザイン、説明文のほか宣伝なども含まれます。

この三つは人間に例えることができます。二つ目は志や考え方、二つ目は行動、三つ目は服装、といった具合です。

「ぼろは着ても心は錦」という言葉がありますが、実際はどうでしょう？ どれだけキレイな心を持っていても、素晴らしい行動を伴った人だとしても、初対面の時に、見るからに

ボロボロな格好だったら警戒しませんか？ その人が実は素敵な人とわかるのは、その人の考え方や普段の行動、「あの人はこういう人だよ」という噂話など、何かしらの情報が必要になるのではないでしょう。また、人間ならば向こうから話し掛けてくることで仲良くなることもありえます。しかし、商品の場合にはパッケージや宣伝などを通じて「思い」や「商品そのもの」を伝えていくしかないのです。

逆もあります。格好だけ良かったり言うことだけ大きくて中身の無い人っていますよね？ 商品力を伴わずにパッケージや宣伝がいくら素晴らしかったとしても、一度は買ってもらえても二度目はありません。

「思い」と「商品」と「情報」。この三つが揃った時にはじめて良い商品が消費者にお届けすることができるのです。

編集後記



記録的な大雪が各地に甚大な被害をもたらした長い冬も終わりを迎え、まもなく新しい春が訪れようとしています。政界や財界においてはさまざまな問題が一気に噴出し、今年の幕開けは慌ただしいものでした。それぞれに新たな価値観が求められています。農業界も例外ではなく、あらゆる場面で改革が叫ばれています。今回で第2号となるHAL(はる)だよりですが、春(はる)の訪れとともに第3号、4号と農業者の皆さんにとって有益な情報提供をしていきたいと思ひます。(大沼)

輝く未来産業 北海道農業の活路

第1部 特別講演

沖縄県物産公社の地元特産品
生産・加工・販売の取り組み

沖縄県は北海道と同様、観光業のさかんな土地です。その沖縄が、最近注目を浴びています。不景気といわれるなか、県単位での経済成長率は上向きになり、観光客数も伸びています。沖縄が元気になった背景と沖縄県物産公社の取り組み、さらに問題点などをお話したいと思います。

沖縄県物産公社は、沖縄県内生産者・メーカーの自立、及び沖縄県経済の自立・活性化に貢献することを企業理念に、平成5年に設立されました。「わしたショップ」という沖縄県産品を販売するパイロットショップ



株式会社沖縄県物産公社
事業開発部マーケティング室長
渡慶次 憲夫氏

当財団では北海道農業の安定・発展を図る取り組みとして、『HAL連続講座』を開催しています。第1回～3回は、平成17年3月に惜しまれながら亡くなった元拓殖大学北海道短大・相馬教授による講座で、多くの方々から反響をいただきました。今回はこれまでの問題提起を踏まえ、沖縄県の先進的な地場物産の販売における取り組み事例に関する講演と北海道農業の活性化策を論じるパネルディスカッションの二部構成で、北海道農業の未来について学び、考える講座となりました。

増え、それと同時に「わしたショップ」の客数も増加しました。さらに拍車をかけたのが、ここ数年の「健康ブーム」です。「わしたショップ」の売り上げ分類を見ても、健康食品が第1位で24.2%を占めています。長寿の島として知られる沖縄発の健康食品が人気となり、ウコンやゴーヤー、シークウワサーなどの関連商品が全国で売れました。

沖縄ではもともと食文化として、こうした健康食品を食生活に取り入れていました。沖縄県では健康食品産業を、オキナワ型産業の戦略的展開と新規事業創出の核として重視し、健康指向とマッチした沖縄発健康食品の開発・製造、産学官共同による研究推進などを進めています。

農産物原材料健康食品の産業化例として、「ヤエヤマアオキ(ノニ)」の栽培・製品化について紹介します。ノニはもともとは海岸沿いに自生する植物で、果実を収穫後4カ月間密閉樽で自然発酵させた後、果汁を压榨機で搾るのですが、独特な風味があり、飲みにくいことから伸び悩んでいました。これに取り組んだのは、建設業から農業・製造業に参入した会社でした。平成15年より沖縄本島の大量村というところで、栽培から加工まで「貫生産を手掛けるようになったのです。さらに当公社ではマスコミでの露出を高め、PR活動を弾力的に行いました。その成果から、平成17年度上半期の健康食品売り上げ状況ではノニ関連は4.7%(6位)となり売り上げは確実に伸びています。

ノニは販売先行で機能性研究が後になった例です。平成16年度に市場を確保した後、地域結集型共同研究開発事業や平成17年度の産学官共同開発研究事業で機能性成分

の研究などが開始されました。

次に沖縄の農業と農産物を原材料とした製造業の現状についてお話しします。総農家数は約250戸と平成12年度以降横ばいで高齢化も進んでいます。主要な農産物としては、さとうきびや肉用牛、菊、マンゴーなど。シークウワサーやノニ、ウコンといった健康食品関連の農産物は増えず、そのため原材料が不足しています。ここに沖縄健康産業の抱える農業との問題があります。なぜ農産物原材料の生産が増えないのか。これには、農業側には輸入低価格原材料の脅威や気候などによる収穫量成分変動が、また健康産業側には原材料の信頼性への不安や製品のバラつきといった事情があります。

これに対して健康食品産業界では、製造メーカーが農業生産法人を子会社で立上げるなど、産地にこだわるトレーサビリティに対応した動きが出ています。また、農家との連携強化や農家の製造業参入といったケースもあります。例えば製造メー

カーが農家と契約する、農家が農業生産法人化し、活用工場を設立して本格製品を製造するなど、農産物の安定・供給に向けた取り組みが始まっています。

こうした仕組みづくりには、行政の支援を受けながら、農業と農業系研究機関・商品開発研究機関などが有機的連携を図り、市場を開拓することが重要です。製造・流通・エビデンス(科学的根拠)の追求・原材料供給安定を図るという図式を構築することで、沖縄の健康食品産業はさらに発展していくものと考えています。

最後までご静聴ありがとうございました。

沖縄の文化を全国に発信する
「わしたショップ」の魅力

「わしたショップ」は株式会社沖縄県物産公社が、沖縄の食や伝統工芸品などを知ってもらう、市場やニーズを開拓するために展開しているパイロットショップ(アンテナショップ)をさらに進化した実験店・企業などの新規流通チャネルのことです。現在の店舗数は、直営店・特約店含めて24店舗。札幌や東京、さらには台北にも出店しています。

「わしたショップ」の魅力は、それまで沖縄に行かなければ手に入らなかったお菓子や特産品、名物などがまとめて買えるところ。プームの健康食品や酒類、珍しい調味料、さらに毎日空輸で届く新鮮野菜まで、沖縄の食文化を家庭で楽しむことができます。また、

沖縄の観光や文化などに関する情報提供も行っており、沖縄ファンならずとも、一度はのぞいてみたい、という気になせる工夫があります。人気の出た商品は、一般の小売店や量販店でも販売されるなど、販路拡大に効果をあげているという「わしたショップ」。パイロットショップの成功例として、全国の自治体から注目を集めています。



オーロラタウン内にある「札幌わしたショップ」。

第2部 パネルディスカッション

輝く未来産業

北海道農業の活路

パネラーとして、麻田信二北海道副知事、岡田ミナ子(有)トウリリアム・オカダファーム代表取締役専務、高向巖北洋銀行頭取・札幌商工会議所会頭に、特別講演をされた渡慶次憲夫(株)沖縄県物産公社事業開発部マーケティング室長を迎え、北海道農業の発展には何が必要なのか、これからの北海道農業はどうあるべきか、といったテーマについて意見を交わしていただきました。

最初に、コーディネーターを務めた木村篤子(株)北海道新聞情報研究所調査研究部長が、「今の北海道農業への思いを」とそれぞれに発言を求め、岡田氏が30年来取り組んできた酪農業と平成元年から始めた加工品製造と販売について紹介。

「農業者が自分のドラマやストーリーを背負って、売っていくことが大事と気づいた」と話し、食べ物よりも農業を売っていくべきと述べました。また、麻田氏は「農業を変えない限り、北海道の経済発展はない、というぐらい熱い思いがある」と語り、大量生産型の農業から消費者ニーズをとらえた生産体制への転換を訴えました。金融と経営の実務家である高向氏は「閉塞した北海道経済を切り開くには、農業がカギ。農業と商工業が連携すれば、北海道はきつと良くなる」と発言。北海道米のPRを例に挙げ、「北海道民が北海道のお米を食べること。それが北海道経済の起爆剤になる」と話しました。

渡慶次氏の講演についても、さま

第一部の特別講演を受けて、第二部では行政・農業・経済、各界からの代表者によるパネルディスカッションを行いました。それぞれの立場から考えた北海道農業の未来について、内容を抜粋してご紹介します。



ざまな感想が出され、「各方面との連携については、道としての取り組みはまだ弱い。情報の収集や技術力の活用など、いいものを売り込んでいく手法づくりが大切(麻田氏)など、(株)沖縄県物産公社の成功例に学ぶことが多い、というのが共通の意見でした。さらに、消費者ニーズをつかむ手法についても、「生産者と消費者の交流に力を注ぐべき」、「消費者に顔を知ってもらうのも一つの手段」といった意見が出ました。

農業と商工業界の連携が必要、という発言が相次いだところで、木村氏が「連携の促進には、どのような課題があるのか」と質問。これには、原料の安定供給といった計画生産の必要性や情熱を持った起業家の

育成など、生産と加工のより良い関係づくりを求める意見が出されました。その一方で、岡田氏が「農業者が安心して生産に専念できるのが本来の在り方。商売が本業ではなく、いいものをつくることに全力を注げるような環境づくりをしてほしい」と述べるなど、農業者の抱える切実な問題も浮き彫りになりました。

北海道が推進している「食育」については、「北海道で健康的に、そして心豊かに暮らしていくために食育は重要。食に興味を持ってもらうことで、北海道農業の発展、さらには北海道経済の推進力になる(麻田氏)」、「農業の担い手育成にもつながるはず。食育を、生きていくことをしっかりわかってほしい(岡田氏)」と期待する声が聞かれました。

パネルディスカッションによって見えてきた新たな課題・問題などについては、今後の財団の活動の中で随時取り組んでいく予定です。

Fellow Ship

HAL農業賞受賞者の参加のもと、生産者同士の情報交換・連携強化を図りました。

HAL農業賞受賞者による「第1回フェロシップ会議」を旭川にて開催しました。この会議の意義はフェロシップ仲間という名の通り、参加者がそれぞれの経験や事例を共有し、北海道農業の今後について語り合いながら、共に歩んでいくための基盤づくりを進めることにあります。参加者は未来の北海道農業を担うリーダーだけに、熱心な意見交換が行われました。

今回ご参加いただいたのは、有限会社谷口農場の谷口威裕代表取締役社長、ノースプレインファーム株式会社の大黒宏代表取締役、農業組合法人西上経営組合の上原明彦組合長理事、有限会社もち米の里ふうれん特産館の堀江英二代表取締役、有限会社山崎ワイナリーの山崎和

幸オーナー、株式会社アグリスクラム北海道の大石富一代表取締役社長の6名。まず、各参加者からはこれまで取り組んできた事業内容、問題点、今後の展望などが紹介され、先駆者として新しいスタイルの農業に取り組む苦労や、これからの事業ビジョンなど、具体的な事例を交えた話題に関心が集まっていました。

続いて、質疑応答に移ると、活発な議論が展開されました。そこで中心になったのは、北海道農業における全体的な底上げをどうしていくか、という話題。例えば、農産品を2次・3次加工する際の技術力不足やコストの問題、冬期経営の難しさ、消費者への訴求力不足など、地域農業に携わる生産者の誰もが直面する問題が多く、率直な意見が交わされ

ました。また、当財団に対しても、「作物の成分分析を(安価で)してもらい、その商品が『HAL財団調べ』という認証を受けることで、付加価値がつくようにしてほしい(上原氏)。「都会の人を呼びこむような、農業の生産と現場での多様な魅力づくりの手法も大切では(山崎氏)」、「北海道が探求すべき技術力の向上も大切だが、民間組織にはできない、北海道農業全体のレベルの底上げといった事業に期待したい(谷口氏)など、さまざまな要望や意見が出されました。当財団からは、現在取り組んでいる事業内容を説明。企業化のための基盤整備、例えば農業金融のあり方や、ブランド戦略やトレーサビリティの調査・研究、ITの活用、物流拠点づくりなどについて紹介し、「みなさんの意見を聞きながら、一緒に構築していきたい」と訴えました。

こうした意見交換を受けて出さ



れたのが、農業版ビジネススクール開催の必要性。当財団にはその牽引役を担ってほしい、というものでした。これについては当財団でも検討中の事項であり、北海道農業の発展と農業企業化の普及を図るためにも実現させたい、と回答しました。終盤まで「生産ありきだが、戦略も大切(谷口氏)」、「生産現場がしっかりしていないと、販売もうまくいかない(大石氏)」といった意見が出され、参加者の意識の高さが感じられる第1回会議となりました。

アグリビジネスの基盤整備に向け、
VI・金融をテーマに勉強会を行いました。

当財団では、北海道における農業の企業化を促進するために、さまざまな勉強会やセミナーを主催しています。その一事例として、「第1回VI・金融に関する勉強会」の内容をご紹介します。

勉強会では、毎回テーマごとその分野のエキスパートを招き、講義をお願いしています。これからの農業にとって必要と思われる「生きた情報」を得ていただくのが狙いです。第1回目は、VI部門の講師として札幌大同印刷株式会社様を、金融部門の講師として北海道銀行の法人営業部様をお招きしました。どちらも、農業生産者の収益機会を増やしていくために、重要と思われるテーマであり、生産者サイドからは代表として6名の参加がありました。

まず第1部のテーマとなったのは、ここ最近話題を集める「VI」(ビジュアル・アイデンティティ)。VIとは企業活動や理念などを、明確にビジネス化したもので、イメージ戦略が重要視される現代では、不可欠な要素です。札幌大同印刷様からは「VIとは、人間に例えれば容姿にあたる部分。商品においても、第一印象がお客様に与える影響は大きく、売場所や客層によって見た目(デザイン)を変えることが重要」といった説明があり、北海道農業の活性化を図るためにも、共通した北海道ブランドの構築が必要という提言がありました。さらに、道外をマーケットにする場合、消費者が北海道を求める「クリーンで安全でおいしい」というイメージに込めるような認証や

ロゴマークをつくったらいののでは、といった具体的なアイデアも出され、参加者の関心を集めました。(裏表紙参照)

続く第2部の「金融」では、参加した生産者が運営資金における悩みや実情、疑問などを話し、それぞれのケースについて北海道銀行の西野太郎法人営業部次長が、金融業界の取り組みなどを交えながら答えをいただきました。西野氏からは「農業の方の土地への思いや志を積極的に評価し、「ビジネスモデル融資」というものを正当化していきたい」という意見が出される一方で、農業への新規参入や加工施設の開設といった設備投資に必要な資金調達難の難しさについて、生産者からは多くの質問や要望が出されました。資金繰り

はどの生産者も抱える悩みということもあり、具体的な議論が交わされ、農業金融スキームの構築をめざす当財団にとっても非常に参考になる内容でした。

こうした勉強会に対して参加者からは「とても良い機会になった」、「すごく刺激を受けた」といった声が聞かれました。当財団ではさまざまなテーマで勉強会を予定しています。ぜひ、ご参加ください。



From
北海道農法人
農業法
人会議

大型酪農に関する
研修会を実施しました

北海道農業会議と共催で平成17年11月1日に、酪農経営の規模拡大を目指す農業法人や大型の酪農法人設立を目指している農家などを対象とした「大型酪農に関する研修会」を開きました。道内各地より101名の農業者と関係者が参加し、根釧農業試験場からの事例報告と別海町の大型酪農法人の取り組み報告、およびそれぞれの現地視察を実施しました。

事例報告では、根釧農業試験場の鈴木善和専門技術員が『道東の酪農経営の現状と大型酪農の技術』と題して発表を行いました。また、



大型酪農法人の事例としては、別海町で総数560頭の乳牛を飼育する有限会社中山農場の中山勝志代表取締役が法人設立から現在の経緯までを紹介。さらに、経営における工夫などについて自身の経験をもとに説明しました。

根室管内では17年3月に情報・意見の交換を目的とする「ねむろ農業法人ネットワーク」が設立されたこともあり、参加者からは「この研修を通し、道内で活躍している各地域の法人とも交流していきたい」との声が聞かれました。

37名が参加した

高知県農業法人視察研修

道外研修は都府県で多角的な経営づくりを進める農業法人の視察、および現地関係者との意見交換を目的として北海道農業法人会議が毎年実施しています。今年12月7日から3日間、道内の農業法人総勢37名で高知県を訪れました。

研修を行ったのは、馬路村と有限会社なつばくらぶ(高知市)、農事組合法人西島園芸団地(南国町)です。馬路村では「ゆず」を中心とした村おこしについての戦略や今後の展開



について、温暖な気候ならではの通年施設野菜栽培に取り組み「有限会社なつばくらぶ」では設立からの経過や将来の経営計画を、「農事組合法人西島園芸団地」では施設を見学し、さまざまな困難を乗り越えた取り組みについてうかがいました。

参加者からは「北海道とは土地環境も気候も違うが、工夫をこらしているのがわかる」「経営という意味では皆同じ。それぞれの思いを感じることができた」との声が聞かれました。また、高知県農業法人組織である「コウチ・アグリマネジメント・クラブ」との懇親会も開かれ、場所は違えども同じ志を持って今後も頑張ろう、とエールの交換が行われました。