

活動レポート

地域産業研究会

文責：地域産業研究会幹事長 須川清一

第15回食の討論会『後志における「食のブランド化」の取組』

後志総合振興局 産業振興部長 鳴海拓史氏

地域産業研究会では、年4回の食の討論会を企画し実施している。この討論会は、講演の後に全体で討論しながら考える方式を取っている。

鳴海部長に今回の講演をお願いした理由は、民間企業の勤務経験、経済産業省や豊浦町への派遣、小樽商科大学大学院ビジネススクール就学など地域振興やビジネスに関する豊富な経験を有し、しかも現在勤務している後志総合振興局管内の寿都町、黒松内町、島牧村が当研究会の古くから研究のフィールドであったためである。

本討論会では、講演いただくとともに、同部長の希望により、討論会を通して後志との関係が深い当研究会の技術士の視点を地域振興や施策立案や実施の参考としたいとの主旨で意見交換を行った。

後志総合振興局における『「食」の「しりべし」ブランド化の推進』は、大きく3つの点を柱に次のように取り組まれている。

○「しりべし」ブランドの創造

- ・隠れた土産品などの発掘、PR
(184商品のガイドブック作成、ホームページ等)
- ・安心安全を基準とした「食」のブランドの向上
(「フルーツランドしりべし」グレードアップ事業)

○「しりべし」ブランドの販路拡大

- ・地元食材の活用促進など地消協働の推進
(農商工連携型ビジネス開発支援機能強化事業、地域食クラスター推進事業等)
- ・官民協働による国内外でのプロモーション
(しりべしフェア(札幌・東京での開催)等)

○観光と連携した「食」ブランド発信

- ・「食」のイベントの発信
(後志収穫祭、羊蹄山麓味覚フェスタ等)

後志総合振興局では、官民の連携のもと多くの取

組が展開しており、成果とともにさらなる振興を目指す上での課題も明らかになっている。

〈成果〉

- 百貨店等との取引開始、○商品デザインの改良
- 企業連携

〈課題〉

- 新たに取り組もうとする事業者が続かない
- 商品価格が高く、販路が限られる
- 大手との取引に必要なロットの生産が困難
- 成果の検証が困難

後志総合振興局を中心とした取組によって企業連携や百貨店等との取引開始などは、具体的に動き出しており、成果と言える。また、商品デザインの改良は、より高い付加価値商品への取組として興味深い成果である。

一方、ロットの確保や商品価格の課題は、後志の中小企業が有する規模の制約などから百貨店等への市場開拓を見据えた場合、高いハードルとして立ちあがる。

新たな取組の継続性の問題や成果検証の困難性は、振興局の立場でどのように地域振興を図るかとの自問のなかから出ている課題で、有効な施策をどのように展開するかに向き合っていることが表れている。

食のブランド化に向けて地域の強み、弱み、機会、脅威についてのSWOT分析をまとめている。

〈強み〉

- 札幌からの近接性
- 一次産品の種類の豊富さ
(農産物(米・畑作・酪農・果樹)、水産物)
- 地域ブランド「ニセコ」「羊蹄山」「小樽」…
- 多彩な才能を持つ移住者の存在

《弱み》

- 「しりべし」の知名度が低い
- 事業規模が小さく、設備投資が困難
- 一次産品は大ロットで安定的な購買が見込まれる
大都市圏へ販売されており、地元にもわらない
- 規格外農産物などの集荷システムが未整備
- 加工品は小ロットで労働集約的なため高価格
- 観光客は日帰り主体(消費が少ない)

《機会》

- ニセコ・羊蹄、小樽への観光入込との連携
- アジアからの富裕層の入込が増大傾向
- 安全で安心な食に対する関心の高まり

《脅威》

- TPPによる安価な輸入農産物・水産物の増加
- 各地域で食の取組が強化(競合激化)

後志管内は、地形の変化に富み、魅力ある歴史や資源が沢山ある地域であるが、加工業者のほとんどは小規模事業者のため、大ロット確保の大量生産を図ることが困難である。一方で羊蹄山麓などの観光資源や農水産物などの資源のすばらしさなども有しており、他の地域とは異なった地域振興の方向づけもひとつの選択肢なのかとも感じられた。

食のブランド化に向けた戦略では、地域の弱みであるロットの問題に対応しながら多様な農水産資源を活用でき、既に多数の宿泊者がある観光との連携を図ること想定し、以下の戦略をひとつの選択肢として提案している。

《「食のブランド化」に向けた今後の戦略》

- ターゲット＝国内外富裕層
- 取組方向＝小規模事業者による富裕層向け小ロット生産の支援
 - ✓過大な設備投資を行わず身の丈にあった経営を行う小規模事業者を多数輩出し、大都市圏や富裕層観光客に売り込む。(観光客の増加との相乗効果)
 - ✓規格外農産物を活用する場合における、集荷や加工の省力化など関連機械の開発などコスト低減の工夫も必要

当研究会の技術士に聞きたい事項として以下(太字)の3点が挙げ、討論会を行った。

○“しりべし”ブランドのあり方について

“しりべし”ブランドと“ニセコ”、“小樽”など地域ブランドとの整合性をどう図るべきか？

- ・大量生産よりはむしろ、観光や農業、加工などの地域資源を結びつけ、ブランド化で差別化を図ることが後志にはマッチしているのではないか。
- ・良いだけでは売れないので、どのように対象となる顧客に伝えるかのマーケティングの視点が必要。

○これまでの取組の検証について

「発掘」「磨き上げ」「発信」「マッチング」という手法以外に効果的な手法はあるか？

- ・マーケティングに精通した人材の育成が必要。
- ・地元食材を活用するための食クラスターが重要。
- ・物流のあり方を工夫する必要があるのではないか。

○今後の方向性について

希望する事業者に広く呼びかけ、全員が成功することを目指す行政的手法は妥当か？

- ・積極的に支援を求める事業者に対応し、結果責任は事業者が負うものではないか。

後志地域は、既に高い地域ブランドを持つ区域や、一方で過疎化が進み行政機能の維持に困難をおぼえる町村など多様な上に、地域産業が農林水産業、観光、加工等の工業などと幅広いことが特色である。そのため、地域振興施策の推進に当たっては、一様な施策ではなく多様性が求められる。

地域内には、さまざまな資源があるものの、大量生産、大量消費型の生産体制の構築は難しい、しかしながらこれまで大量生産型の施策が推進され、農村・漁村地域は一部を除いて過疎化が進んできた。

そのため、地域産業の有機的な連携を目指した食クラスターなどの取り組みを通して地域の価値を求める購買者に魅力ある製品やサービスを提供することを提案された戦略は興味深い。

講演会で技術士に聞きたい項目として挙げられた点のうち「取り組みの検証」、「今後の方向」の2点は、全体の水準を底上げする行政施策から地域の特色を生かした行政施策への転換を模索しているように思えた。地域資源を生かす取り組みは、これまで地域内での経験が少なくこれらの点をサポートすることも行政に求められているように感じた。

忙しいなか今回の講演を快諾し、講演をして下さった鳴海氏に感謝している。