

H28地域協働研究（地域提案型・後期）

RT-04「久慈地域におけるヤマブドウを核とした地域づくりについて」

課題提案者：岩手県東北広域振興局

研究代表者：高等教育推進センター 劉 文静

研究チーム員：岩手県東北広域振興局

＜要 旨＞

本研究では、久慈のヤマブドウブランド化のための新たな経営戦略立案の前段階として、「現場側の意識調査」を行うことを目的とする。「久慈地域のヤマブドウ振興の現状と課題について、質的調査法（聴き取り調査など）により探る」、「地域特産物の先進地を視察し、久慈地域との比較を行う」、「若者を対象とした意識調査」の結果、販促よりは生産現場・生産供給不足の課題のほうが大きく、支援策の模索が急務であると結論付けた。

1 研究の概要（背景・目的等）

久慈地域のヤマブドウ栽培面積は日本一である。そのため、県ではヤマブドウを地域活性化の目玉（ブランド化）とすべく、表1のように生産・加工体制の強化や加工商品の販促支援、ヤマブドウの持つ効果・効能の解明など様々な支援を行ってきた。しかし今、地域活性化へ繋げるための更なる経営戦略の立案に行き詰りが生じている。これは、地域の実情に沿った地域活性化を目指しているため、従来の統計による分析以上に多面的な要素を分析する知識と経験が必要であるためである。経営戦略の立案には「現場側（生産者、加工業者、行政など）の意識調査」と「市場（消費者など）調査」が欠かせない。本研究では更なる経営戦略を打ち出すために「現場側の意識調査」を行うことを目的とする。これにより、現場での生の声を元にした経営戦略を打ち出すことが可能となる。

表1 今までの活動

| | 活動内容 |
|---------------|---|
| 岩手県東北広域振興局が主体 | <ul style="list-style-type: none">久慈地方ヤマブドウ振興協議会を設立（平成17年）し、生産者相互の情報交換、技術研鑽を図る。久慈地方ヤマブドウ産業化研究会を設立（平成18年）し、加工業者による商品開発（飲食物、剪定枝活用の陶器、果汁活用の染色）および利用検討会の開催、販売促進（パンフレット作成、イベント参加）等を実施。生産振興のため普及センターが中心になって、技術支援により生産性を向上。ヤマブドウのもつ食品以外の活用法（果実・葉・蔓・枝をまるごと利用したアンチエイジング素材の開発）について委託研究（平成21-23年度；県工業技術センター）し、久慈市のヤマブドウ加工業者「株式会社佐幸本店」が、アンチエイジング商品として活用（アンチエイジング食品・ヤマブドウ樹液の化粧品等として利用）。 |
| 地域が主体 | <ul style="list-style-type: none">イオンリテール株式会社の「フードアルチザン（食の匠）」活動に参画し、久慈地域のヤマブドウの販路拡大支援、商品開発（缶チューハイ、ヤマブドウパン等）を行った。野田村では「涼海の丘ワイナリー」を開設（平成28年）し、野田村産ヤマブドウを100%利用したワイン醸造やヤマブドウ加工品の開発に着手。久慈市では、事業者とのマッチングやブランド再構築に向けた活動（平成28年度）等を支援。 |

2 研究の内容（方法・経過等）

「現場側の意識調査」として、「A．久慈地域のヤマブドウ振興の現状と課題について、質的調査法（聴き取り調査など）により探る」ことで今までの行政支援の効果の検証を行うと同時に、「B．地域特産物の先進地を視察し、久慈地域との比較を行う」ことで新たな支援策の模索を行う。さらに、「市場調査」に関しては次の研究課題としているが、今回はその序章として「C．若者を対象とした意識調査」を行っている。

- A) 久慈地域のヤマブドウ振興の現状と課題について
- ヤマブドウに関する従来の取組が、久慈地域においてどのように生かされているか（生かされていないとすれば何が原因か、認知度向上のためには何が必要と考えているか）現場側（市町村、生産者、販売・加工業者）が抱える課題を探る。

B) 地域特産物の先進地の視察

- 地域における取組の内容や、地域に特産物が定着するまでのプロセス等を調査し、久慈地域の取組みと比較検討する（カシス栽培日本一で近年知名度が向上している「あおりカシスの会事務局」を視察）。

C) 若者を対象とした意識調査

- 大学生を対象に、久慈地域の「ヤマブドウ」における意識調査を行う（アンケート）。これにより、若者に久慈地域のヤマブドウがどの程度浸透しているのか、浸透していないとすればどのような理由なのか、を確認する。

3 これまで得られた研究の成果

研究の内容A～Cについて、調査結果と考察を述べる。

- A) 久慈地域のヤマブドウ振興の現状と課題について
- 表2の13ヶ所へ現地訪問して聞き取り調査を行った結果、主な課題は**販促よりは生産現場、生産供給不足の課題のほうが大きい**ということがわかった。研究課題の設定前は、「久慈地方のヤマブドウ振興にお

ける市場調査から販促を手掛けたい」という意図があり、今後もそれが振興策の重要な一環であることに変わりはない。しかし、販売促進よりも生産や供給の不足を訴える生産者や団体が多かった。一方、加工販売においての課題も多く現れている（以下ア～オ）。

- (ア) 商品開発（ドレッシングやケーキなど）が進んできているが、価格設定が課題である。
- (イ) 会員制のヤマブドウワインの取組みはリスクが低いものの、消費拡大（手ごろな価格による供給）及び原料供給が課題である。
- (ウ) ワインに合う食の開発、雰囲気作りの工夫が必要。
- (エ) 海外への販路開拓と拡大の可能性がまだ見通せない。行政の支援によるものなのかは疑問。ヤマブドウの果実だけではなく樹液をはじめ枝など更に活用の余地があると思われる。
- (オ) ヤマブドウの機能的性が確立できていないため、売り出しにくい。

- 以上のことより、今後は生産、供給への支援策の模索が急務であると考えており、以下①～③を提案したい。
- ①生産拡大が可能か検討してみる。生産維持が問題なので、一般的なブドウの栽培をも含めた生産方向の見直しを検討する。
- ②生産維持に関連する生産者組織の見直し、いわゆる生産組織の会社化の動きが焦点となる可能性がある。会社化に伴う後継者問題解決の可能性を検討する。
- ③農地の集積、ヤマブドウ畑を含めた畑地の集積の可能性についても検討してみる。

表2 調査対象

| |
|--|
| 久慈地方ヤマブドウ振興協議会、野田村山ぶどう生産組合、直売所（産直花野果及び産直まちなか）、(株)佐幸本店、(株)のだむら、涼海（すずみ）の丘ワイナリー、(有)沢菊、(有)竹屋製菓、(一社)大野ふるさと公社、イオンリテール（株）東北カンパニー、野田村の生産者、洋野町（大野、種市）の生産者 |
|--|

B) 先進地視察

「あおりカシスの会」の事例調査を実施した結果、青森のカシスは日本国内の特産品ではなく、海外から持ってきた苗を定着させて生産拡大および商品開発してきているということがわかった。

C) 若者を対象とした意識調査

岩手県立大学の学生（238名）を対象に、久慈地方のヤマブドウの知名度（選択式）や理想的なPR方法（自由記述）、久慈地方のヤマブドウ商品の購入履歴（選択式）などのアンケート調査を行った。その結果、「ヤマブドウ」というものは知っているが、

久慈地域が日本有数のヤマブドウの産地であることを知らない、ということがわかった。また、久慈地域のヤマブドウ関連商品を購入したことがない人が半数以上いることもわかった。

【現時点でできる販売促進方法の提案】

現時点でできる販売促進方法は「パッケージの改良」であると考えている。生産数を増やす、新商品の開発、機能的表示、といったことができない、となると、現時点で売られている商品・謳い文句を使用して如何に買いやすくするかを考える必要がある。「買いやすさ」で一番先に思いつくのは「安価にすること」であり、(C) の若者を対象とした意識調査でも多数の回答を寄せられた案件でもある。しかし、生産数拡大は容易ではないため難しい。価格以外で不満があるのは、アンケート結果では主にパッケージについてであった。特に昨今ではSNS等を通じて全世界に消費者が発信（売り込み）をしてくれる時代である。「日本のかawaii」は世界的にも大流行している（例えばキティちゃんや若者向けファッション、マンガなどは海外でも根強い人気がある）。こういったブームを感知し、まずは久慈地方の「ヤマブドウ」を知ってもらうように努めることも大切なのではないだろうか。また、「日本らしさ」に着目するPR方法も有効であると考ええる。日本の抹茶を使用した菓子は、外国人観光客が買う定番のお土産である。(B) の先進地視察により、久慈地方のヤマブドウは日本古来の原種であり、伝統的産品であることがわかった。もっと「日本独特である」ことをアピールすれば、海外向けに販路拡大が見込めるのではないか。さらに、希少性にも着目すべきである。生産数を拡大できないのが人手の問題・団体（会社）の維持の問題であれば、政府支援策を講じる余地は十分にあると考える。しかし、技術的な問題であるならば生産数の拡大は容易ではない。手軽に買えることも強みではあるが、逆に手軽には買えない、ということもメリットになりうる。現時点で生産数を増やすことがすぐには難しいのであれば、「希少性」をもっとPRすべきであると考ええる。

4 今後の具体的な展開

本稿では「現場側の意識調査」を主軸に調査を行った。その結果、販売促進よりも「生産、供給への支援策を模索することが急務である」と結論づけた。また、当初の目的である販売促進に関しては「パッケージ」の改良が最も効果的であると結論づけた。今後は本稿の結果を基に、更に市場調査をすることでより具体的な経営戦略立案へと繋げていくことが必要である。

5 その他（参考文献・謝辞等）

今回の協働研究において、先進地視察を含め、関連機構、組織、法人、団体、企業、および個別農家などに、多大なご協力をいただき、チーム一同を挙げて厚く御礼を申し上げます。