

裸麦を活用した「丸ぼうろ」の開発・販売

— 始良市商工会と始良市、あいら農協の連携事例 —

主任研究員 尾中謙治

1 「あいらブランド」の開発

鹿児島県の姶良市商工会(以下「商工会」)は、姶良市商工観光課と毎月1回の定例会を5年ほど前から開催している。そのなかで「あいらブランド」の確立が模索されていた。姶良市は有機農業を行っている農家数が県内一であり、有機野菜は市内で有名ではあるが、地域外へのPRは十分とは言えなかった。そこで、有機野菜を活用した農商工連携を検討したところ、商工会は市の農政課からあいら農協(以下「農協」)に相談することを勧められた。

商工会は農協に有機野菜の加工品開発・ブランド化の話を持ち掛けたところ、反対に農協から市内で生産を再開した裸麦の活用についての相談を受けた。裸麦は食物繊維が豊富なスーパーフードであるが、味噌に加工する以外の活用方法は少なく、農協は販路・活用の仕方に課題を抱えていた。農協からは有機野菜と裸麦の両方を使ったレシピのアイデアの提供を受け、商工会は試作品としてケーキ・サレ(惣菜ケーキ)を作成した。地域活性化委員会において試食会が開催されたが、製造原価が高く、製造工程に時間がかかるなどの理由で、裸麦を活用すること以外はゼロベースで商品化を見直すこととなった。

2 裸麦を活用した商品づくり

裸麦の商品化にあたって、販路として想定している鹿児島県商工会連合会のアンテナショップである「かごしま特産品市場 かご市」の販売実績から、50～60代の女性をターゲットとして設定した。それを踏まえて、お茶のお供になり、材料の特性を発揮でき、日持ちがするなどの商品イメージおよびコンセプトを決めていった。そのコンセプトの実現にあたって、か

ご市の人気商品である丸ぼうろに着目し、裸麦による丸ぼうろを商品化することに決定した。

次に、商工会は商品化にあたって試作開発をする事業所の探索を行った。事業所の条件は、①かご市への出品実績があること、②製造から販売までが可能であること、③オープンなどの設備があることの3つであり、その条件を満たしている就労継続支援A型事業所の合同会社イーサポート（商工会会員）が2019年に選定された。

裸麦は、製粉して生地にすると粘り気が強くなり加工がしづらいという特徴がある。また、砂糖を使わない方針から、裸麦と相性の良い甘味料を探すことにも苦労し、レシピ開発は思うように進まなかった。イーサポートが苦労しているところに、菓子作りが得意な商工会職員からレシピ案の提供を受けて開発が前進した。現在販売している商品のレシピは、このレシピ案をベースにしている。

試行錯誤の末に試作品は完成したものの、市の商工観光課と農政課へのアンケートおよびヒアリングからパッケージの課題・改善点が浮上した。具体的には、袋詰めした丸ぼうろ同士がくっついてしまうこととパッケージデザインである。この課題について、商工会は市の農政課に相談したところ、農政課から新たなデザインの提案がなされた。くっつくという課題については、丸ぼうろの間にフィルムをはさむことによりクリアし、パッケージデザインも新たに考案された。新デザインは、丸ぼうろの表面に「はだか麦ぼうろ」と書かれたラベルを貼り、裏面には「はだか麦ぼうろ」と「丸ぼうろ好きの方へ」という文字が記載された。また、袋の上部には「○○県○○市○○町」という地名が記載されている。



**写真 「はだか麦ぼうろ」
のパッケージ
(姶良市商工会提供)**

ージのデザインは贈り物・郵便物をイメージさせるポップなデザインが完成した(写真)。

完成した丸ぼうろは、19年4月から「はだか麦ぼうろ」として、1袋5個入り280円(税込)で、かご市と姶良市蒲生町物産館「くすくす館」など地元の物産館を中心に販売されている。

3 姐良市における裸麦の生産

姶良市は1970年代頃まで県内有数の麦の产地であり、裸麦は自家製の味噌用として生産されていた。その後、輸入などの影響で衰退したもの、「昔ながらの味噌が食べたい」という声と農家の所得向上のために、2009年から農業者3人が3haから裸麦の生産を再開した。15年には「あい裸麦生産組合」が設立された。当時は6~7人が10ha弱を耕作する程度で、当初の裸麦は味噌加工用として味噌加工グループや個人に販売されていた。

17年産の作付面積は11.7ha、約23t収穫、20年産は16ha、30t収穫、21年産は19ha、35tの収穫予定である。作付面積は県下第1位である。生産組合の20年度の組合員数は12人(うち3法人)で、若手農業者4人(40代1人、30代2人、20代1人)も活躍している。

生産した裸麦は農協に出荷され、農協は精麦を外部業者に委託した後に実需者に販売している。生産者は、農協の倉庫に裸麦を仮置きする形をとり、販売が確定したときに生産者の売上となる。精麦すると1年間保存できるので、在庫を生産者が引き取る例は基本的に発生していない。イーサポートなどの加工業者に対しては、精麦よりも製粉・粉末にしたものの方が利用しやすいが、製粉したものは3か月しか保存が効かず、販売できない場合はすべて生産者がリスクを負うことになる。

(注)地域活性化委員会とは、姶良市、観光協会、農協などの外部機関との連携を強化するために創設した委員会で、運営主体は商工会である。会議の内容は、姶良市の特産につながる新商品開発や観光関連産業を中心とした地域の活性化に関するものであり、年に2~3回程度開催している。

そのため、製粉した裸麦の販売までは至っておらず、今後の課題となっている。

19および20年産の精麦後収量は21t(裸麦の精麦歩留りは約7割)である。19年産の販売先別の内訳は、丸ぼうろを製造するイーサポートに約0.5t、味噌加工業者・グループに5t、学校給食に1t(半分は味噌、半分は料理に使用。「あいらのむぎポタージュ」などの料理のレシピが市のHPで公開されている)、Aコープなどを通じて自分で味噌を作りたい人向けに4.5t、残り10t程度は、19年度から取引を開始している白金酒造(株)に販売している。白金酒造は、地域貢献の意味合いもあり、市内の裸麦を活用した焼酎「すっぽん麦」を製造・販売しており、21年度も10tの裸麦を仕入れる予定である。

4 連携による効果

商工会と姶良市、農協の連携によって、あいらブランドのひとつとして裸麦を活用した「はだか麦ぼうろ」が誕生した。これによって、①裸麦の作付面積・生産量の拡大および農家所得の向上、②イーサポートの売上拡大(売上高が約10%増加)および事業の発展、③裸麦の知名度の向上によって、白金酒造などの市内の他事業者による裸麦の取扱いの開始、④「あいらブランド」確立への貢献(市のPR)などの効果が発現している。

商工会は、裸麦の取組みを通じて農協との関係ができたことによって、農業に対する理解が深まったと言う。商工会会員のなかには農業に参入している建設会社などがあり、会員の農業に対する関心は高く、彼らに農業関連の情報も提供できるようになったことはメリットと捉えている。

商工会は、「はだか麦ぼうろ」による「あいらブランド」の確立は道半ばと評価しており、現時点の課題は販路拡大としている。商工会としては、市民に対して「はだか麦ぼうろ」の消費・認知を促し、地域へのしっかりした定着を図り、そこから全国に広げようとしている。

(おなか けんじ)