

# 農商工連携フォーラム開催

## ～地域資源の発掘が地方活性化・農業付加価値化につながる

7月3日(木)東京国際フォーラムにおいて、‘農商工連携フォーラム’が農林水産省と経済産業省が連携して開催された。両省が支援する「農商工等連携促進法」の活用術と先進事例を紹介した。フォーラムでは、地域の「強み」である農林水産品を中小企業者と農林漁業者との連携により、この資源を活用した新しいビジネスの成功例を紹介し、またそれぞれの技術や特徴等を活用している先進的な取り組みを行っている事業者(農商工連携88選。http://www.meti.go.jp/press/20080404002/03\_jirei.pdf)の認定授与式が執り行われた。

引き続き、全国を代表する先進企業2社、「青森りんごを世界10カ国へ」片山りんご(株)山野執行役、「コメを飼料にしたブランド豚」(株)平田牧場新田社長の『経営者の新事業創出の可能性や地域活性化への期待』について語るトークセッションや、「地場産小麦から作る麺」で農商工連携に取り組む江別麦の会会長 片岡弘正氏、「川越芋から出来た地ビールで2007年モンドセレクション最高金賞受賞」の(株)協同商事 社長 朝霧 幸嘉 氏の事例を詳しく紹介し、地域ブランド戦略についてパネルディスカッションが開催された。



### 地域にこだわり、小さいからこそ出来た

今回事例紹介された各地域の農商工連携の共通する特徴は、地域の資源にこだわり 付加価値をつけて差別化し 新しい食品、健康食品の市場開拓を狙い 農家、製造業者、研究機関、大学、行政、J A、地方銀行等が連携して成功していることである。農商工連携は、若林農林水産大臣の挨拶にあった“地域資源を見つめ直し、農業改革、農と商工業の相乗効果を生みながら、加工・保存技術・情報ネットワーク・先人の知恵を生かす”ことで、農山漁村を活性化する上で大きな力となる。そして、大手に出来ない地域の差別化、唯一無二の地域資源の活用で、小さいながら数がないから思いっきり出来る強みがあり、品薄だからブランドになる。それこそ小さいからこそ出来た訳である。また、成功するのに必要なことは、差別化・新規性(新たな発想) 優位性(他の物より優れていることの証明、大学研究機関の活用) 話題性(消費者ニーズに結びつく) 地域性(地域資源を活用しないと地域活性化につながらない) 持続性(継続的な取り組みが若手のやる気を引き出す)である。

### 片山りんご(株)は更に新しい取り組みにチャレンジ

片山りんご(株)は、日本で初めて青森りんごを英国に輸出し、その後EUREPGAPを2004年に取得している。そして、同社社長の片山氏は安全な農産物を担保する仕組み-GAPを、日本に普及した立役者であると共に、海外に青森りんごの市場を開拓した農産物輸出の先駆者でもある。国際市場では、安全を担保することが前提で必要条件であることから、GAP導入に加えICタグ(センサー)を使い、輸送時の温度管理、加重データを取り輸送上の品質の向上にも取り組んでいる。トレーサビリティ確保のため、大手企業日本電気と輸出技術で連携し実現している。

(次ページへ続く)

### 肥料事業関係者の参画を期待

農林業や漁業に携わる人たちと中小企業の協力を促す「農商工連携促進法」が、5/16の参院本会議で可決、成立した。農産品の開発や販売に企業のノウハウを取り入れ、販路拡大や生産性向上に役立てる。新法では、企業と農家が共同で事業計画をつくり、国の認定を得れば、税制や公的融資で優遇措置を受けられる。地域活性化関連で経産省が農業分野に関与することは画期的な展開であり、農業分野に欠けていた農業経営の近代化にも貢献する。例えば、農業法人の経理・財務といった専門性のいる分野において、地方銀行の支援が得やすくなる。農業の活性化を制約していた要因に、後継者となる若者に夢を与える材料が不足していたことが挙げられる。各地域において農業、商業、工業、(地方)銀行、大学などが連携して、農業関連の新しいビジネスを創ることが出来れば、若者の夢を日本ばかりでなく海外にまで拡げることが可能だ。地域経済の中核にいる肥料事業関係者の参画を期待したい。

## 『エムシー・ファーターコム』の経営方針

(前号からの続き)

新会社高野社長から、「5社それぞれが今日に至る発展には、お客様の支援・協力があつたからこそであり、新社になっても引き続きのご厚誼を是非ともお願いしたい」と“お客様への感謝の意と共に一層の協力・支援のお願い”のメッセージがあつた。農業・肥料を取り巻く内外の環境は大きく変わる中、個社単独でこの大きな時代のうねりを乗り越えるのは極めて困難と判断した。個社の持ち味・商品力・人材を結集し、「経営効率」「投資効率」「生産性向上」「技術を含めた人材強化」「現場力」「展開力」そして「開発力」を高め“名実共に肥料事業に対して商品力・事業力でコミットメント出来る会社”を目指す決意である。会社としては、あくまで現在・将来を満たす商品力維持・改善・創造に努めたい。商品の内容・普及に理解を頂き販売展開を共有できる関係が基本で、今までと大きく変わるものではない。これからの国内外の農業経営を見れば、重点分野としては、機能商品の一層の強化であり、商品開発の展開力増強である。



新社社内の様子

### 菱肥会、トモエ肥連、MACへのメッセージ

日本の農業の将来を考えても、肥料産業の復興は急務である。新社としても、その役目を少しでも担いたいが、菱肥会各社、トモエ肥連各社、更にMACの協力がなくては実現できない。農業現場に近いところにおられる各社と共に、互いに建設的な意見・議論を進めながら相互発展を遂げるようにしたい。MACには、農業、農産物の先行情報提供と肥料事業展開のコーディネーター力、一層の商圏創出力、業界向上企画、流通進展力、商品開発の助言・提案、短期的には不本意でも長期的には顧客に資することへの説明力強化。などを期待している。新社としては、これらの提言をしっかり受け止め、“エムシー・ファーターコム”と取引して肥料に誇りが持てる、と言って貰えるような企業として成長したい。お客様の期待に応えるためにも、技術力、商品開発力・商品説明力、作物向上への提案力・技術力・普及力・現場実行力を一層磨き、安全・安心・環境型肥料メーカーとして、お客様に何事においても実現度高い会社を目指す。

7/7の七夕に「クールアースデー」という試みが全国各地で実施されました。電気を消して天の川を見ながら地球温暖化を考える日ですが、食の世界での温暖化対策は“地産地消”。輸入に要したCO<sub>2</sub>排出量は国内輸送の約2倍。国内で“地産地消”が進めばもっと軽減できます。これを機にまずは身近な所から始めてみるのはいかがでしょうか。

編集局長：小田原次洋 アシスタント：助川尚子

電話：03-5802-2011/E-mail：journal@mcagri.co.jp URL http://www.mcagri.jp