

平成20年度 地方の元気再生事業 事業実施調書

(1) 取組名	「灰干しプロジェクト」による地域再生全国ネットワーク構築		
(2) 実施団体名	三宅島人材受け入れ連携協議会	(3) 対象地域	東京都三宅村三宅島（岡山県笠岡市笠岡諸島、山形県酒田市飛島）
(4) 代表団体名	株式会社ラフ	(5) 推薦団体名	東京都三宅村

(6) 実施した取組の内容	取組①	産業実態調査と日本灰干し協会の設立	
	実施主体	(株)ラフ(三宅島人材受け入れ連携協議会の専門家、3島の漁協他)	
	実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画	
		3島の実態調査と島民への参画啓発。3島間と、3島と販売ルートとのネットワーク構築。灰干しブランドの広報と発信拠点の構築。	実際の取組内容及びその結果 実施内容: 島の産業実態調査、漁種、設備・人材等の調査 実施時期: H20年9月～H21年11月 取り組みの内容: ○3島において各島2回、計6回の実態調査を行った。○各漁協の収穫漁種等を調査して、灰干しの対象漁種を洗い出すとともに、今期の試作漁種を選び出した。○加工や冷凍保存の設備を調査し、担い手について各島で話し合いの場を設定した。○さらに灰干し以外の各島の地域資源も調査して、食用草花など島の特長ある特産物を連携して販売し集客する方法について島民と話し合った。
取組②	火山灰加工テスト、灰干し製品化実験と試作研修、交流料理講習		
実施主体	(株)ラフ(三宅島人材受け入れ連携協議会の専門家、3島の漁協、地元商店街、パル生協他)		
実施内容、実施結果	当初提案により予定していた計画		
	3島連携の品質管理と出荷体制の確立。事業化のための原価計算と生産見込み量の算定。三宅島の火山灰・礫を笠岡諸島で加工し、灰干し用火山灰を試作実験する。各島で加工された火山灰を使用して、島の魚で灰干しを試作する。3島の関係者と販売ルートが共同で試食と料理講習研究会を実施する(3島各1回、東京1回、合計4回実施)。梱包デザイン、価格、生産魚種、生産数量等を算定する。	実際の取組内容及びその結果 実施内容: 灰干し製品化材料試験、試作、試食 実施時期: H20年10月～H21年1月(2月まで行う) 取り組みの内容 ○三宅島、笠岡諸島の北木島、白石島、高島、真鍋島の4島と、飛島と酒田の山形県漁協において、製法の概要マニュアルを作成して灰干しの試作研修を行い、三宅島、北木島、白石島、酒田で試作を行った。○セロハン紙や布や不織布の材質についての試用実験を失敗も重ねながら繰り返している。○塩分濃度も各地で伝統的な干物作り製法が違うため試行錯誤しながらも、笠岡においては市民70名を対象に試食会開催。○酒田や三宅島においても、先発メーカーの灰干しを取り寄せて、自分たちの試作品と食べ比べてみるなどの実験を重ねている。○12月と1月には、販売側として厳しい衛生管理や生産履歴を求める生協の担当者や、灰干しにかかわる生産者との協働の試作実験の場と試食実験を行い、商品化への問題点を話し合った。○製品としては十分美味しいものが出来る手応えは明確になったが、商品化へは、生産管理や衛生面に課題が残っている。	

取組③	事業を継続して行うための「灰干しプロジェクト」のネットワーク実施体制の検討と構築	
実施主体	(株)ラフ(三宅島人材受け入れ連携協議会の専門家、パル生協、3島の生産者他)	
実施内容、 実施結果	当初提案により予定していた計画	実際の取組内容及びその結果
	3島生産関係者と全国販売ルート担当者が共同で、各島ごとに、民宿や土産店と製品内容や価格、島内流通について検討会開催。販売内容や販売量を算定して、全国販売の実験を行う。共同販売事業組合をLLP形式で設立。情報プラットフォームを構築して、共同で受発注等情報発信を行うホームページとメーリングリストを立ち上げる。	実施内容: 情報発信の為にホームページとメーリングリストの作成。事業継続母体としてのLLPの設立準備と、各島、各現場への説明と参加推進 実施時期: H20年11月～H21年2月(ホームページやMLはその後も継続) 取組みの内容 ○実態調査や試作研修や試作実験等の場を活用して、生産体制、品質管理、販売ルート等の話し合いを3諸島で行ってきた。各島が孤立して生産や販売を行うのではなく、各島が連携して、しかも販売側とも協働して、生産から販売までのネットワークをいっしょに構築するという目標について話し合ってきたが、まだ生産者のネットワークについての理解が不十分で、LLPの内容までは話が進んでいない現状。○12月～1月の試作現場や試食を通じて、生産者と販売者が、顔の見える関係をようやく築き始めたところである。○顔の見えるアナログのネットワークを基礎として、その上にホームページやメーリングリストのデジタルのネットワークを乗せるのが、2月15日頃を予定。顔の見える関係を作りながら、事業を継続的に行うための連携協働事業母体であるLLPへの理解と主体的参加をいっしょに作り上げる段階に入った。
(7)実施体制	平成20年度取組実施における体制・役割分担	
	(株)ラフと三宅島人連協の専門家(パル生協五辻氏、東京海洋大工藤先生、大妻女子大干川先生、星陵女子短大沢野先生、海洋研修センター藤村氏等)が、3島を調査し、試作指導した。販売側のコープ自然派生協やパル生協や、酒田や笠岡の商店街、東京のレストラン等も、前述の専門家群が、販売側と生産地を結びつける役割を果たした。その結果、ようやく、島の漁協や住民が関心を持って試作に乗り出した段階である。	取組の実施を踏まえた反省点 小さな島や地域では、新しい試みや早急な取組みは排除されやすく、その意味で、灰干しは準備が比較的簡単でわかりやすく試作に至るため、島の人たちが参加しやすい開発であり、3～5ヶ月で試作から試食、そして生産を考える段階までやっとなってきたが、このような事は珍しく、3島以外に展開する時も、慎重に取組む必要がある。3島でも、漁協関係者とそれ以外の人たちとの間で、温度差がまだまだあり、慎重に実験を繰り返しながら確実な前進を図る必要がある。
(8)取組により得られた成果	○成果1→ 3島の産業実態調査と、「日本灰干し協会」設立を通じて、生産—加工—販売のネットワーク化と、ブランド発信拠点の構築。	
	H19 未利用資源の存在の認識と、利用可能性についての話し合い段階。三宅島と笠岡諸島が知り合った。	H20(当初予定していた目標) 3島の未利用資源の調査。可能利用魚種、収穫季節、収穫量、加工設備と冷蔵冷凍設備、担い手、梱包運搬等の実態調査。3島の住民へ灰干しの意義認識のための話し合いと、広報とブランド化への日本灰干し協会の設立。
	H20(実際に得られた成果)	
	○産業実態調査の結果、3島共に未利用資源としての漁種が多く、海苔や焼きアゴだしなど島の繁忙期が2ヶ月くらいと短く、10ヶ月分の人材と施設が活用されていないため、灰干しへの関心と期待が高い。○日本灰干し協会は、取組3の情報発信やホームページ作成とともに立ち上げるための話し合いと準備はできた。○灰干し以外にも、食用草花や海藻類など、それぞれの島の特色を活かした商品化できる資源はたくさんあることが確認された。灰干しの販売ルートに順次乗る可能性がある。	
	○成果2→ 火山灰加工実験、灰干し製品化実験、試作研修、交流料理講習を通じて、3島の品質管理と出荷体制の確立。原価計算と生産見込み量の算定。	
	H19 三宅島内の各所で、火山灰、火山礫の採取と一部の分析。東京の灰干しメーカーへの見学。	H20(当初予定していた目標) 三宅島と笠岡諸島で、火山灰・礫の灰干し用加工試作。3島で灰干し試作。3島での試作研修し、交流料理講習会開催。
H20(実際に得られた成果)		
○三宅島の火山灰を、笠岡諸島で灰干し用に加工。加工実験成功し、その火山灰で灰干し試作も成功。現在、量産の原価計算を行い、一部機械化の導入を検討中。○3地域での試作は、予想外の好評で、試食においても先発メーカーの商品と食べ比べるも勝るとも劣らず。島の生産者たちは自信を持つに至った。先発メーカーが海外の冷凍漁を加工しているのに比べて、島では新鮮な魚を加工することによるものと思われる。○生協の専門官による生産現場視察により、灰干し加工予定場所の衛生管理が指摘されているので、その対策を講じなければならない。		

	○成果3→ 灰干しの地産地消。製造販売連携の共働事業組合LLPの設立と、離島と商店街や生協とを結び情報システムの構築で、全国販売ルートの確立。
	H19 商店街ネットワークと生協の、従来商品への個別現地調査。
	H20(当初予定していた目標) 3島内で民宿や土産店と生産者が共同でデザインや価格の検討会開催。3島と販売ルートが、いっしょに3島へ渡り、試食と販売実験。情報システムの実証実験で販売の社会実験を行う。3島共同の販売計画立案。
	H20(実際に得られた成果) ○産業実態調査、試作現場や試食を通じて、生産者と販売者と専門家が、顔の見える関係をようやく築き始めたところである。○顔の見えるアナログのネットワークを基礎として、その上にホームページやメンバーリストのデジタルのネットワークを乗せるのが、2月15日頃を予定。○顔の見える関係を作りながら、事業を継続的に行うための連携協働事業母体であるLLPへの理解と主体的参加をいっしょに作り上げる段階に入った。LLPやLLCの基礎的な法律準備はほぼ整っている。
(9)今年度の取組成果や活動を踏まえた反省点、改善点	○「灰干し」に関する関心は、各島の漁師さんや地元各層にも大変高く、島の未利用資源の商品化と、付加価値化について理解が得られた。試作実験を通じて、品質の安定や衛生管理等を理解しながら、繁忙期以外の時期に、空いている施設と人材を活用するという「できる時期に、できる人で、できる量だけ生産する」という無理をしない生産体制の構築に向かって1歩を踏み出した。○販売側でも、灰干しに関する関心は高く、生産者と販売者との協働の場の設定は可能となった。○今後は、今まで島の中で孤立していた生産者を、販売者と専門家がいっしょになって島間でネットワークしていく外部との「顔の見える関係づくり」が第一の目標である。本土の商店街と島の生産者がいっしょになって試食会を行った笠岡の実例を拡大実行して、山形でも、飛島と酒田の商店街との連携、三宅島と東京のレストランとの連携などの連携活動を積み重ねて、協働事業体LLPへの道筋をつけていくことが課題である。
	当初提案に予定していた平成21年度以降の展開
	今年度の取組状況を踏まえた平成21年度以降の活動の見込みと活用を希望する支援制度
(10)平成21年度以降の活動の見込み	1、LLPの本格稼働による全国水平展開:生産から販売までを連携した事業母体LLPの本格稼働。3島から15の島や地域へ生産拡大。そのための販売用受発注システム作成と、島で活用できる人材体制を構築。
	1、LLPの本格稼働による全国水平展開・・・事業支援費用(1,530万円) ○LLPが各地域と連携して受発注システムを本格稼働させる。○3島から15の島や地域へ生産拡大。○販売網を、商店街、生協、直接取引レストラン等へ拡大。LLPの販売額は5,000万～8,000万円を当初目標とする。○そのための販売用受発注システム作成と、島でシステム活用できる人材体制を構築。
	2、各灰干し生産地の未利用資源の商品化:食用草花、海藻など特色ある特産物を商品化して、商品化の垂直展開で販売を拡大。
	2、各灰干し生産地の未利用資源の商品化・・・事業支援費用(450万円) ○重層的な商品開発で各地域に3～5アイテムを開発。当初目標は15地域で30アイテムとし、販売ルートをLLPと共有化して販路を拡大。
	3、現地体験型交流ツアーの企画実施:灰干しの漁業体験、加工体験、灰干しと海藻や食用草花等の料理講習会、My蒲鉾、My竹輪、My薫製などの体験と試食を含む現地体験型ツアーをLLPで企画集客。
	3、現地体験型交流ツアーの企画実施・・・事業支援費用(350万円) ○3島をはじめ5～8地域で体験ツアーを実施。当初集客数1,000人を目標とする。

主な実施取組の内容：三宅島の未利用資源（火山灰・豊富な未利用魚種）に着目し、保存の利く高付加価値製品「高級干物・灰干し」として商品化するとともに、全国への販売ルートを開拓。この過程で離島の生産ネットワークを構築し、消費地からの遠距離等の条件不利を克服する地域連携ビジネスモデルを確立する。

平成20年度の主な取り組み

- 3島にて魚種等の資源実態調査実施。生産方法現場検証。
- 11月～2月は、三宅島の火山灰・礫を灰干し用火山灰へ加工する実験(笠岡諸島)や3島に分配して各地の未利用鮮魚を活用した「灰干し」の試作を実施。商店街等と試食会開催、好評。
- 商品化ネットワークの形成を進めるとともに、情報発信システムの構築と、販売ルートと連携した事業組合LLPの設立を含めた今後のプロジェクト実施体制の構築を行った。



三宅島での漁業風景
定置網収穫の半分を放棄



三宅島の火山礫(赤色、灰色)



⇒



石材加工の島
笠岡諸島で粉末加工



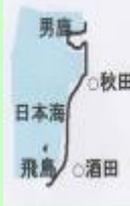
火山灰のサンドイッチで
低温熟成「灰干し加工」



三宅島に水揚げされた
キンメと灰干し試作

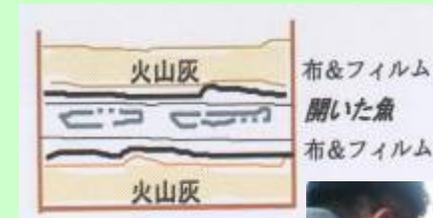


飛島の漁師と漁港で調査



全国販売のLLP設立

3島の生産者と、自然派生協や商店街ネットワーク、こだわりレストラン等の販売ルートが、協働して事業継続のための母体を設立



好評の試食・テレビ取材

◆取組実施による成果・今後の展開◆

平成20年度に設立した3島生産ネットワークを本格稼働させ、全国ネットワークの事業母体となるLLPが、他の離島や僻地との連携を全国水平展開(平成21年度は、15島・地域に拡大。販売5～8千万円目標)。島の未利用資源(食用草花や海藻等)の商品化を拡充(30アイテム目標)で垂直展開し、本ネットワークの流通ルートを活用した販売拡大と、健康になる美味しい体験型ツアー(5～8本)で集客を推進する。