

富山市えごま6次産業化推進プラン ～富山えごま推進戦略2030～



第1章 計画策定の趣旨

期間

本計画は、その初年度を令和2年度(2020年度)とし、期間を令和11年度(2029年度)までの10年とします。ただし、変化する社会経済情勢を見極めつつ、必要に応じて、適宜見直しを図ります。

位置づけ

本計画は、上位計画である「富山市総合計画」を踏まえつつ、「富山市環境未来都市計画」や「富山市SDGs未来都市計画」とも整合を図り、今後のえごま6次産業化を推進するためのアクションプランとなるものです。

計画策定の進め方

本計画は、えごまの生産者や流通・販売者、大学関係者、マスコミ等で構成する「富山市えごま6次産業化推進グループ」のメンバーを中心として、「富山市えごま戦略策定業務ワークショップ」を開催し、将来ビジョンや「富山えごま」のコンセプト、具体的な施策について検討を重ね、その素案をもとに策定しました。

〈富山市の目指す都市創造のスパイラルアップ〉



第2章 えごま6次産業化の現状と課題

えごまの概要

えごまは、「畑の魚」ともよばれるシソ科の植物です。

葉

ロズマリン酸やクロロフィル、ビタミンCなど、強い抗酸化作用を有するとされる機能性成分が豊富に含まれています。

実・油

実を搾って抽出した「えごま油」は、近年、アレルギー疾患や生活習慣病等の改善効果が期待できるオメガ3系脂肪酸(α-リノレン酸)を豊富に含む食品として注目されています。

植物油には、さまざまな脂肪酸が少しずつ混ざっていますが、「えごま油」のオメガ3系脂肪酸(α-リノレン酸)含有割合は約60パーセントと格段に高いです。



本市のえごま6次産業化の取組



牛岳温泉植物工場

平成26年3月に、高齢化・過疎化が進む山田地域にある牛岳温泉の温泉水や太陽光発電を活用した完全人工光型植物工場を整備し、えごま葉の水耕栽培を行っています。

露地栽培の取組

平成30年度において、30.1haとなっており、えごまの栽培面積は着実に拡大しています。さらに、大沢野塩地区において、耕作放棄地等を市が大規模優良農地として再生し、そのうちの約16haにおいて、えごまの大規模露地栽培を行っています。

えごまの販路拡大に向けた取組

えごまの生産、加工、商品化、流通などを総合的に推進する「富山市えごま6次産業化推進グループ」を組織し、えごまを使用した商品の研究開発や、試食会、展示会での宣伝、SNSを活用した宣伝・普及を行うことにより、えごまの消費増大に取り組んでいます。(令和2年2月末日現在104団体・個人)



【地域ブランド「富山えごま」の普及】



本市が特産化を目指すえごまの認知度を高め、より市民に愛され、地域に根差した特産物になることを目指して、平成30年3月に、地域ブランド「富山えごま」ロゴマークを公募により決定し、商標登録を行いました。

認定条件
条件①富山市民が購入できる商品
条件②富山市内に所在を持つ事業者・個人が生産・製造・加工・または販売している商品
条件③富山県内で生産されたえごま、又は富山県外産であっても認証機関による有機認証等の認定を受けたえごまを使った商品(同等程度の品質のものを含む)

【えごまの国際展開】

＜イタリア食科学大学との協定・えごまグローバルブランド化＞

- ・平成27年5月イタリアの食科学大学と協力協定を締結
・えごま油とオリーブ油を最適配合した日伊共同研究スタート
・「ブレンドオイル」を開発し、民間企業において販売が開始
・日本産食材を扱う海外の飲食店でえごまを活用



【SDGsモデル事業】

＜IoTを活用したヘルシー&スマートシティの形成＞

- ・気候・地形等のセンシング及びGPSでの自動操舵を行うAI(人工知能)を搭載したトラクターやドローンを活用します。
・ICTによる効率的なえごま栽培方法の確立を行うことにより、えごまの収益性・経済性を飛躍的に高めることを目指します。
・無人化による作業員の減少や労働生産性の向上、他の地域での展開による耕作放棄地の発生防止につなげます。



【部局横断型「えごまプロジェクトタスクフォース」による検討】

富山えごまの一層の普及拡大等を図ることを目的として、部局横断的に検討を行う「えごまプロジェクトタスクフォース」を平成30年に設置し、各種施策の検討を行っています。

＜目的＞富山えごまの需要を高めるための事業を組み立て、政策立案を実施

＜構成メンバー＞企画管理部、環境部、農林水産部、商工労働部をはじめ、関係部局の職員

＜検討項目＞「富山えごまの認知度向上」、「えごま商品の需要拡大」、「えごまの安定供給」の観点から施策を整理

本市のえごま6次産業化の課題

(1)生産量・生産者の不足

個人農家等で生産するえごまは、栽培方法が十分に確立しておらず、安定した収量が確保できないこと等から、生産者数が増加しにくい状況です。

(2)限定的な販路

えごまの葉・実・油は販路が限定されており、結果として消費者の目に届く形で富山えごま関連商品が十分に提供できていません。

(3)エビデンスの周知不足

市民から「具体的な健康効果がわからない」、「他地域のえごまとの成分の違いがあるのか」等の声が寄せられ、効能に関する理解が浸透していません。

(4)他地域のえごま商品との差別化が不明確

他の地域のえごま関連商品との差別化が不明確であり、消費者にとって富山えごまの購買意欲に必ずしも結び付いていません。

(5)サプライチェーン全体のストーリー訴求力不足

生産から加工・流通販売までの一連のサプライチェーンにおいて、持続可能性を追求したストーリーの訴求力が弱いです。

(6)牛岳温泉植物工場でのえごま葉の需要不足

工場で生産するえごま葉については、需要が伸びない。今後、えごま葉を安定的に供給しつつも、他の葉物野菜の栽培を組み合わせながら、いかに工場のスペックを最大限に活用していくかが課題です。



第3章 えごま6次産業化推進に向けた戦略

第1節 将来方針

富山えごまの6次産業化を通じて、SDGsの推進による自立的好循環の創出に寄与し、環境・経済・社会が調和する「地域循環共生圏」を実現する。

富山えごまは「健康食品」というイメージだけでなく、持続可能な社会にも貢献できるという面に注目し、富山えごまの6次産業化を通じて、市内外に広く普及させ、市民の健康増進、産業の振興、雇用創出・人材育成、クリーンエネルギーの利活用、食育、地産地消、国際展開など、SDGsの推進による自立的好循環の創出に寄与します。

さらに、富山えごまの6次産業化により、エゴマ生産に関する土地、水、人といった地域資源を循環し、環境・経済・社会の統合的調和を図る「地域循環共生圏」の実現を目指します。



第2節 戦略コンセプト

「からだ・地域・未来を元気にする、みんなの富山えごまプロジェクト」

富山えごまの推進に関するプラットフォーム機能を持つ「富山市えごま6次産業化推進グループ」は、産学官民金の様々なステークホルダーが参画しており、富山えごまの6次産業化を推進する上で、重要な役割を果たすことから、今後も、本協議会が中心となり、具体的なアクションを実施するとともに、「からだ」、「地域」、「未来」を元気にする魅力的な「富山えごま」を市民全体が「自分ごと」として捉えるプロジェクトを展開します。

また、市民一人ひとりが富山えごまの普及展開プロジェクトに積極的に関わっていただくことで、「生産農家の拡大」、「新しい視点での商品開発」、「市内・市外での販路拡大」を加速させます。

- ①富山えごまの安定供給、出口戦略の布石を打つ(生産力・販売力強化)
- ②市民に「富山えごま」を覚えてもらう(認知力強化)
- ③国内外へ需要を拡大し、「富山えごま」のブランド力を高める(ブランド力強化)

第3節 短期戦略

「みんなの富山えごまプロジェクト」は、「富山市えごま6次産業化推進グループ」を中心に展開することを想定しており、短期戦略として、①新規参加メンバーの獲得、②プロジェクトの認知拡大、③6次産業化推進グループメンバーの活動活性化の3つを設定します。

1) 新規参加メンバーの獲得

プロジェクトは「市民全員事化」を目指すため、関係者に限らず広く参加を促す必要があります。「食べるだけでも参加」のように参加に関する物理的・心理的障壁を低くすることで、多くの参加獲得を目指します。

2) みんなの富山えごまプロジェクトの認知拡大

幅広い産業の方々が共創・協働し、6次産業化を推進していくことを目指すため、プロジェクト自体の認知を獲得・拡大していくことを狙います。

3) 6次産業化推進グループメンバーの活動活性化

2013年に設立、活動を続けている「富山えごま6次産業化推進グループ」に参加いただいているメンバーへも、より積極的に活動へ参加しやすくなる仕組みを用意し、既存メンバーの活動活性化を促します。

第4章 推進施策

<考え方>

「ブランド」という概念は、一部の高級品や広告表現を表すものではなく、固有で魅力的な「らしさ」を表す考え方です。「富山えごま」のブランド力を強化することは、①様々な商品の中でも選ばれる存在になる、②多くの関係各所との絆を強くする、③強いチームワークを生む、④様々な活動を行う上での判断基準になる、などの多くのメリットが想定できるため、次の各分野において強化施策を実施していきます。

第1節 富山えごまの生産力強化

<具体的な取組>

- ・薬用植物生産推進事業
- ・エゴマ安定栽培実証調査・生産普及拡大事業
- ・スマート農業導入実証モデル事業
- ・スマート農業機器導入事業
- ・スマート農業機器によるデータ収集解析
- ・クラウドシステム構築業務
- ・株間除草ロボット研究調査
- ・市民への普及啓発事業
- ・ソーラーシェアリングの導入可能性検討
- ・農協等と連携したエゴマ生産拡大に向けた検討

<SDGsゴール>



第2節 富山えごまの販売力強化

<具体的な取組>

- ・富山えごま関連事業者の拡大に向けた市外事業者との連携
- ・民間企業等の食堂でのエゴマの活用奨励
- ・SDGs未来都市関連企業への奨励
- ・販路開拓のためのサポート体制の強化
- ・セルロースナノファイバー技術を活用した新素材の開発・販路拡大

<SDGsゴール>



第3節 富山えごまの認知力強化

<具体的な取組>

- ・主婦層をターゲットとし、「健康効果」に焦点を当てたテレビ・ラジオCM制作・放送
- ・CMと連動したポスターの制作、富山えごま商品や健康効果を訴求する広告物、WEB制作、料理レシピの掲載等の広報媒体制作
- ・富山えごま認定商品を集めた、展示・試食・販売等のイベントを開催
- ・新規商品開発に関する機能・技術マッチング、情報共有等のサポート体制の構築
- ・富山市の特色ある商品とコラボレーションした商品開発の企画・制作
- ・デザイン性の高いパッケージを使い、富山のお土産品として商品開発

<SDGsゴール>



第4節 富山えごまのブランド力強化

<具体的な取組>

- ・「富山えごま」商品開発ワークショップの開催
- ・サブリ試用のモニター調査の検証と有効活用
- ・市民等へのエゴマカプセル等斡旋販売
- ・ANA マルシェの出展やCAサミット等への参加
- ・国内外市場開拓プロモーション

<SDGsゴール>



<中長期的なアクション>

富山えごまのブランド力のより一層の強化を図ることを目的に、中長期的な取組みとして実施に向けた各事業の検討を行う。

- ・富山えごま6次産業化の自走化、社団法人・協会等の設立
- ・富山えごまの高付加価値化に向けた「美容」や「スローフード」等の訴求
- ・富山えごまを使った「食育」の実施
- ・首都圏(東京)の著名レストランへの働きかけの強化
- ・温泉、登山等のアクティビティと栽培・収穫体験を合わせたツアーパッケージの実施

