

- 下呂市は、県の中央に位置し、農地は市面積の1.4%(県内平均5.4%)という中山間地域で、日本三大名泉である「下呂温泉」が有名。
- 管内農業は、夏秋トマトや飛驒牛といった市場出荷が主体で、これらに次ぐ観光客の誘致促進にも繋がる新たな特産品が求められていた。
- このため、農業普及課では、寒暖差で糖度が高く、直売所で人気、初期投資が少ない「スイートコーン」を特産品にしようと、関係機関とチームを結成。
- チームの働き掛けで農家が研究会を組織し、最大の課題である鳥獣被害対策

技術の普及や地元高校と連携した加工品の開発などを進め、3年目には加工品も含め1,000万円の売上を実現。

具体的な成果

普及指導員の活動

1 新たな特産品が誕生！

- 下呂スイートコーン研究会を組織し、地区別にリーダーを置いて、生産技術の普及等により、栽培面積が拡大。
- 関係機関が一丸となった販促支援、新商品の開発に取り組むなど、加工品と合わせ販売額が1,000万円を超える。

■成果＜H26→H28＞

- ①販売額
0万円 → 1,026万円
- ②作付面積
0a → 160a
- ③生産者数
0名 → 97名



平成25～26年度

- 農業普及課が中心となって新たな特産品づくりに向け、関係機関による産地戦略会議を設置。新規作物導入の方針づくり。
- まず組織が必要と考え、生産者を募集し下呂市スイートコーン研究会発足。
- 県の新産地づくり地域活性化推進事業を活用し、展示ほの設置や研修会を開催。

平成27年度

- 鳥獣害対策のモデルほ場を設置して農家最大の課題を解消。
- ブランド名の公募など販売面も含めた戦略づくり。



平成28年度

- 高校や地元企業を巻き込み、加工品開発・販売を通して地域の関心を高める。
- 「南飛驒コーン」と名付け、テレビなどメディアを活用したPRを支援。

普及指導員だからできたこと

- ・専門知識を持つ普及指導員だからこそ、品種や栽培技術、加工方針を指導・提案し、地域の魅力を活かした特産品を創出。
- ・普及指導員のコーディネート力によって、戦略会議の設置や研究会を組織化、地元高校・民間企業を巻き込む等の支援。



岐阜県

中山間地域に新たな特産品を！「南飛騨コーン物語」

活動期間：平成 25 年度～継続中

1. 取組の背景

当管内にある下呂市は、森林面積が 9 割以上を占め農地は 1 割程度と典型的な中山間地域であって、日本三名泉として有名な「下呂温泉」で知られる観光地でもある。農業では、米、夏秋トマト、ほうれんそう、飛騨牛が主要な品目である。

しかし、これらは市場出荷が主体で、一部の米や牛肉、トマトジュースなどは地元農産物として販売しているものの、有名な観光地を抱え多くの観光客が訪れながら、これらの品目に次ぐ特産品が無い状況であった。

そのため、下呂の新たな魅力づくりと、観光客をさらに呼び込めるような特産品を作りたいと考えた。

2. 活動内容（詳細）

農業普及課では新たな特産品を生み出すべく、市内の直売所で人気が高く、中山間地域という冷涼な気候を活かし、小面積で気軽に取組めるよう初期投資が少ない品目を検討した。

結果、スイートコーンを選定、市役所や J A に呼び掛け戦略会議を設立、推進体制を整備し、特産品とすべく戦略を検討した。

普及指導員は、市役所や J A などが持つ様々な情報を一元化し、作戦の企画立案、栽培技術に関する指導、専門家を活用した販売・加工の支援などに主体となって取り組んだ。

（1）平成 25～26 年度の取り組み

平成 25 年 11 月の戦略会議で協議の結果、地域に根付いた特産品を生み出すためには、まずは母体となる組織が必要と考え、農閑期に生産者を募集、組織化を進めた。

結果、平成 26 年春には「下呂市スイートコーン研究会」が発足、生産方針や企画について協議する仕組みをつくり、活動を開始した。

その後、活動を活発化させるため各地区にリーダーを設け、はじめに関係機関で全体の素案（方針案）を作り、それを地区リーダーが中心となって検討するといった地元に根付いた研究会活動を展開することで、個々の生産者まで特産づくりの意識が定着するよう仕組みづくりを行った。

取り組みが始まった当初は、栽培規模が少なく、技術レベルが低いこと、販売先が直売所のみであり、消費者の知名度がないこと等が課題であった。

そこで、生産、販売、知名度の 3 つの視点でそれぞれ課題を設定した。

- ①生産面：生産技術の普及と生産者の確保
- ②販売面：販売促進活動と新たな販路の開拓
- ③知名度：地元企業等を巻き込んだ加工品の開発

(生産での取り組み)

はじめに、栽培実証ほを設け、有望品種の選定と栽培体系の確立を行った。

品種は、甘くて大果となることを目標に2品種を選定、下呂市の気候に合わせ直売所で長期間販売できるように定植時期についても実証した結果、出荷時期を7月上旬～9月上旬とすることができた。

また、実証ほで確立した技術はマニュアル化し、研修会等を通じて生産者への普及を図った。

なお、1年目は実証ほにて研修会を開催し、栽培技術の普及を図ったが、研究会員には高齢者や新規栽培者が多く、より広く技術の浸透を図るには、きめ細やかな技術指導が必要であった。

そこで2年目からは、地区リーダーを中心に研修会を地域ごとに開催して、栽培技術の普及を図ることとした。

結果、各地区のほ場でポイントとなる作業時期に合わせ開催したことで、「自分のほ場に近く参加しやすい」と参加者が増加し、また生産者同士の交流も活発になって、その後の発展に大いに役立った。

次に大きな課題は、鳥獣被害対策であった。スイートコーンは甘くて美味しいため、鳥獣被害を受けやすい品目であり、その対策は必須である。

そこで、総合的な対策が必要だと考え、多様な獣種に対応する「猪鹿鳥無猿柵」や中型動物に絞った防止対策の「楽落くん」などのモデルほ場を地域に設置し、鳥獣被害の軽減を図った。

また、各地区で研修会を開催するなど普及に努めたことで、防護柵を設置する集落が増加し、対策への意識の高まりが進んだ。

このように技術面での課題を解決できたことから、関係機関の協力のもとチラシ等で栽培募集のPRを行い、一層の生産拡大を進めた。

あなたも、甘くて美味しいスイートコーンをつくりませんか？

スイートコーン 生産者募集！

下呂市スイートコーン研究会
支援機関 岐阜県、下呂市、JA

【研究会員のメリット】
★栽培マニュアルがもらえます
★甘くて美味しい品種（ゴールドラッシュ等）の作り方を学べます
★鳥獣害の対策方法が学べます
★イベント等で消費者へPRを行います

・会費無料
・入、退会は自由

○研究会への加入申し込み、お問い合わせは下記へ
JAひだ益田営農センター TEL52-1281 FAX52-1402
(下記の欄に記入の上、持参またはFAXにて申込みください)
＜お申込み記入欄＞

お名前	ご住所	電話番号

下呂市スイートコーン研究会の活動

下呂市スイートコーン研究会では、下呂市の新たな特産品づくりを目指して“甘くて美味しいスイートコーン”の栽培に取り組んでいます。

昨年は旧町村単位で研修会を開催し、スイートコーンの栽培技術について学ぶとともに、PRイベントを開催し、消費者から好評を得ました。また、新しい商品（加工品）を開発しました。

美味しいスイートコーンの作り方をみんなで勉強しました

【研修会の開催】
4月 は種、育苗、ほ場の準備
6月 追肥、アワメイガ対策、鳥獣害対策
7月 収穫適期、後作
12月 H28年度に向けた準備

【PRイベントの実施】
県立益田清風高等学校と連携し、市内量販店にて、PR販売を実施しました。消費者から好評であり、開始後約2時間で完売しました。

下呂市産スイートコーンを広く市民にPRしました。

【新商品の開発】
新しい商品としてレトルトパックを開発しました。これにより、年間を通じ販売を可能とするのと同時に、付加価値を付けることで販売単価の向上を図っていきます。

【名前から栽培のコツを披露】

【高校生によるPR販売】

仲間を増やし、生産数を拡大していきます。

【開発したレトルトパック】

図1 JAや市の広報誌での募集チラシ

（販売での取り組み）

平成27年度には、生産者からブランド名を付けて販売したいとの声が高まったことから、スイートコーンの名称を公募することになった。

公募にあたり農業普及課では、著作権や商標権などの権利関係を調べ整理し、関係機関とともに募集チラシを作成、広く市民から公募した。

結果、100点を超える応募があり、生産者や関係機関での協議により「南飛驒コーン」という名称に決定した。

ブランド化には、名称だけでなく品質の保証と他産地との違いを打ち出す必要があるため、28年度には研究会で生産・出荷販売基準を策定し、糖度15度以上、2Lサイズ以上、日の出後1時間以内に収穫した物を「南飛驒コーン」という名前を付けて販売することとなった。

「南飛驒コーン」を効果的にPRするため、広く関係者と連携し、のぼりやポップ等を作成、販売やイベント等に使用して、知名度の向上を図った。

PRは、直売所の他にも市内量販店、JR下呂駅など多く人が集まる場所で、生産者や関係機関が一緒になって実施した。また、試食を用意したことで、消費者から「こんなに甘いコーンは食べたことが無い」と非常に好評で、地元TV番組にも取り上げられ、知名度向上につながった。他にも、JAの直販事業を活用して系列の県内直売所に販売するなど販路拡大を進めていった。

生産者を巻き込んで販売促進を進めた結果、「今年は高い価格で売ったがよく売れた」「消費者から好評でうれしかった」「来年はもっと規模を拡大したい」など、生産者自身にも変化があり、自らが販売先を開拓し、高い単価で販売できるよう品質向上の努力をするようになった。

（加工での取り組み）

夏場の過剰生産を回避しつつ、年中「南飛驒コーン」をPRできるよう農業普及課では生産拡大と並行して、当初から加工品の開発を研究会へ働きかけていた。

地元加工業者とともに試作を重ねた結果、下呂温泉らしさを出すため地元の鉱泉に浸けて味付けし、常温でも長期間保存できるスイートコーンのレトルトパックを研究会にて完成させた。

また、地元県立学校が農業体験として生産者のほ場にて、自ら栽培した「南飛驒コーン」を地元朝市で販売していたが、生徒のアイデアで加工品づくりにも取り組み「下呂にゾッコーンポタージュスープ」や「南飛驒コーン ジェラートバー」といった若者らしいユニークなコラボ商品を生み出した。

これらの加工品を地元の朝市やイベント等で販売したところ、消費者から大変好評で、知名度や販売単価の向上に繋がった。



図2 PRのぼり



図3 左からポタージュスープ、ジェラートバー、レトルトパック

3. 具体的な成果（詳細）

平成25年11月より農業普及課が中心となって新たな特産品づくりに向けた戦略会議を設置、生産者による「下呂スイートコーン研究会」の組織化を支援し、26年度からは実証ほの設置、研修会の開催等を進めてきた。

栽培マニュアルの普及を進め、地区別研修会（5か所）の開催に取り組んだ結果、鳥獣害対策が4カ所実施されるなど地域に動きが現れ、さらに新規栽培者54名が確保できた。

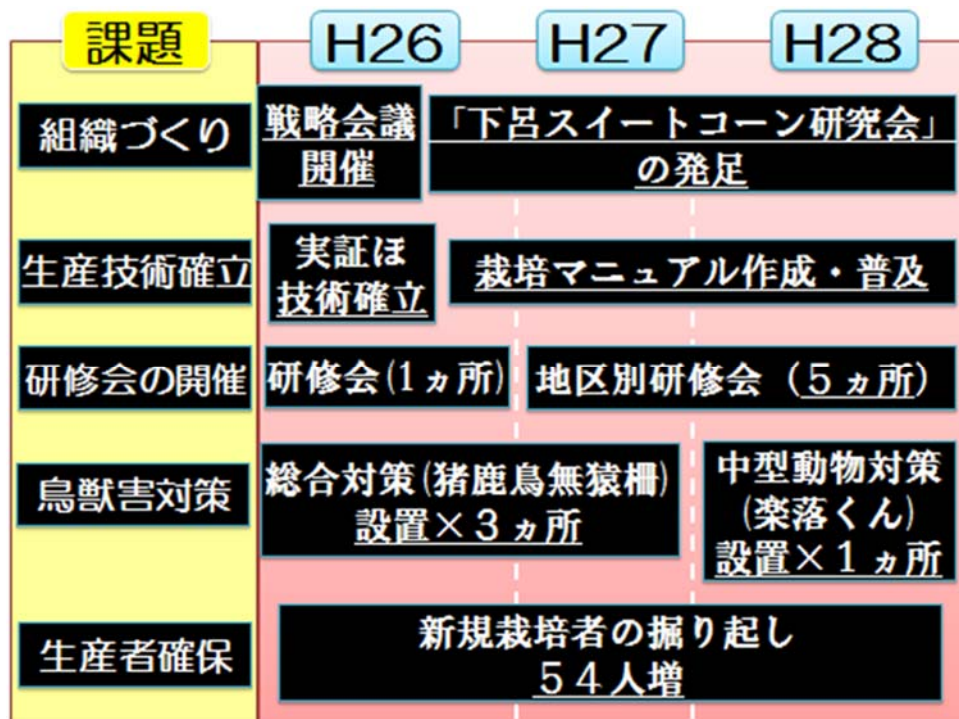


図4 生産支援の動きとその成果

生産支援と併せて関係者とともに販売支援に取り組み、ポップの作成やイベントの開催を企画・支援し、地域の協力もあり市内直売所等でのイベント販売が定着した。

また、「下呂スイートコーン研究会」発足当初から加工品の開発を提案し、

関係機関とともに商品づくり取り組み、鉱泉を利用したレトルトパックや地元高校とコラボレーションした商品など多彩な販売戦略を支援した。

課題	H26	H27	H28
販売促進活動	量販店 J R下呂駅 延べ2回	量販店 高校 延べ2回	各直売所 イベント 延べ6回
新商品開発	レトルトパック 構想・試作・検査		レトルトパック 販売開始 875本加工
地元高校との連携	・農業体験 ・加工品開発 (ホタージュスープ) 2,000食		・農業体験 ・加工品開発 (ホタージュスープ) 2,000食 (ジェラート) 1,500本

図5 販売支援の動きとその成果

結果、当初43名で発足した研究会員数は、3年間で97名に増加した。併せて、栽培面積も1.6haまで拡大し、加工品も含めた販売額は当初の159万円から大きく伸びて1,000万円を超えた。

表1 普及活動の成果

項目	H26	H27	H28
研究会員	43名	97名	97名
作付面積	97a	153a	160a
販売金額	159万円	600万円	1,026万円

4. 農家等からの評価・コメント（下呂市 桂川氏）

定年退職後、水稻作に取り組んでいたが、市、JA、農業普及課から実証ほを設けたいとの依頼がきっかけとなり、スイートコーン栽培を始めた。

栽培方法や鳥獣被害防止など技術指導を受けながら、仲間づくりについても、市やJAとともに地域に合った方法で支援していただいた。

加工品開発やPR活動については、直売所・加工関係者との間に入って色々と調整していただき、商品化やTV取材まで来て大変盛り上がったと思う。

また、地元高校の栽培体験授業に協力したところ、栽培だけでなく高校生

自らのユニークな商品作りもでき、スイートコーンを生産する側としても大いに励みになっている。

5. 普及指導員のコメント

(下呂農林事務所 農業普及課 技師 矢島隼人)

課題2年目の平成27年度から「下呂スイートコーン研究会」の担当となった。当初から生産者の組織化、鳥獣被害防止の徹底、加工品の開発といった戦略が明確になっており、関係機関とともに普及指導計画(注)に従って活動を展開した。

この取り組みは、生産者の方だけでなく、市・JAという関係機関や直売所・加工関係者、地元高校といった多くの方々を巻き込んだことと、その方々の理解と協力があったため、得られた成果だと考えている。

普及指導員は、色々な人の想いやアイデアをコーディネートする仕事だと改めて感じた。

(注) 普及指導計画とは、5年間の基本計画と年度計画からなり、地域や作物ごとに課題を絞り込み普及指導員の活動計画を作成、PDCCサイクルに沿って活動を展開する。

(下呂農林事務所 農業普及課 課長 酒井貞明)

下呂市のような中山間地域は、ほ場規模が小さく市場からも離れており、農業生産には不利な地域である。最近では、高齢化の進展と鳥獣被害の増大により、さらに農業経営の維持拡大が困難になってきている。

しかし、そのような中にあっても、農家や関係者は日々「何とかしなければ」と奮闘しており、普及指導員も専門知識を活かし、コーディネート力を発揮してその一員として取り組んでいる。

今回の活動事例も、普及指導員が中心となって農家や関係機関をまとめ、目標や戦略を明確にして、対象品目の特性に即した生産や販売、加工に至るまでの支援を行うことで得られた成果である。

6. 現状・今後の展開等

今後は、「下呂スイートコーン研究会」をより自主性を高め、意欲の高い生産者を中心に関係機関との連携を一層高め、地区リーダーを中心とした組織強化を図る。

鳥獣被害防止に関しては、集落ぐるみの防護柵の成果によりスイートコーンへの被害がイノシシなど大型動物からハクビシンといった中型動物へ変化しているので、それに対応した防護柵の普及を進める。

販売では、生鮮品をより長期に出荷できるよう加温育苗を取り入れ、早期定植による早期出荷技術の普及を進める。

併せて、直売所以外にJA出荷・量販店などへの販路拡大を支援する。

加工については、レトルトコーンの加工量拡大とPRの継続、地元高校と連携した加工品づくりを引き続きコーディネートしてゆく。

さらに、スイートコーンで得られた手法を活用し、次なる地域の特産品「あぶらえ(えごま)」を重点品目として活動を展開する計画である。