

## 大阪府和泉市における泉州みかん復活に対する農業者支援に関して

滋賀県推薦都市農村交流アドバイザー（分野：商品開発）

瀧田圭樹（株式会社瀧田農産加工研究所 代表取締役社長）

### 1 取組概要

大阪府和泉市の温州みかんの復活に挑む4代目果樹農家「なやファーム」（代表 納家正弥氏）を2017年より支援。みかん品質の向上、特色と付加価値のある加工食品、販路開拓の相談等トータルサポートを実施した。一生産者の成功事例とプロセスを示すことで、周囲を巻き込み、継承する者を増やすことで持続可能なみかん栽培の一助となることを目指して取り組みを行った。

### 2 取組前の地域の状況

かつて和歌山、静岡と並ぶ産地であり、戦後は輸出までされていた大阪府和泉市の温州みかんが産地間競争の激化や生産者の高齢化により、この20年でも50%以上（340戸）10年後にはさらに半減する状況である。大阪府内においても和泉地区でみかん栽培がされている認知度が低く、程よい酸味とコクのある甘み、芳醇な香りでは他産地に負けないみかんを府民に知ってもらって地産地消の気運を醸成する必要があった。

### 3 具体的なアドバイス内容

- ・「なやファーム」のみかんに対する意識改革の実践（自覚していなかった強みの再発見）
- ・「なやファーム」のみかんにはできない越冬樹成り宮川早生みかんの栽培支援。
- ・越冬樹成り宮川早生みかんの魅力を真夏の端境期にアピールできるジュースの商品化。
- ・Instagramを中心とした情報発信やきめ細やかな販路開拓。
- ・デザイン会社とのマッチングによるシール、ロゴ、パッケージの見直しによるブランド価値向上。

### 4 地域の変化

- ・小ロットから始めた高級みかんジュースを地元、大阪府民に認めてもらった。  
（大阪人が手土産や贈答品として、地元みかん農家が本気で作る商品を待っていたとの声）
- ・令和元年の大嘗祭に「庭積の机代物」として採用され、和泉みかんの知名度が上がった。
- ・朝日新聞、朝日放送等のメディアで「収穫後土蔵で2ヶ月熟成させる蔵出しみかん」が取り上げられ、大きな反響があり、和泉みかんの認知度が上がった。
- ・メディアの効果もあり、従来和歌山県産等に流れていた購買傾向から地元和泉産のなやファームのみかんの指名買いが地元の道の駅、直売所、ショッピングモール等で増えた。
- ・有名ショコラティエやパティシエ、地元菓子製造事業者がみかんを採用する事案が増えた。

### 5 取組の効果と地域が変化するために必要なこと

- ・大手百貨店、高島屋が青果のみかん、ジュースを外商のお客様向けに採用。

- ・野菜ソムリエ協会主催「第1回全国ミカン選手権」において金賞受賞。
- ・納家さん自身、祖父の臨終に立ち会ったことがきっかけで、祖父が鋏1本で切り開いたみかん山とみかん栽培を継承する決意を固め、15年間の会社員生活を終え、屋号を「なやファーム」に改め、和泉のみかんを日本一にすべく日々精進されている。
- ・納家さんは自分に続き、農業を継承する人が増え、地域全体の底上げになることを願っている。
- ・みかんは苗木を植えてから収穫まで最低10年かかり、土壌改良に費用と作業負担が大きくのしかかり、いわゆる社会投資であり、異常気象による作柄不良の脅威にも直面している。
- ・地域のみかん栽培を持続可能な農業にするためには改良への補助金や自然災害による損害補償の充実で生産者が安心して従事できる仕組みが必要である。

## 6 アドバイザー自身のPR

私は、もともと生産者と加工事業者をマッチングすることで、加工品の製品化をサポートすることを得意としてお手伝いをしてきた。当初はどちらかと言えば、どのような農産物からどのような加工品ができるか、というプロダクトアウト的な活動であった。

ところが最近、大切なひとりのためにアイデアを企画する手法である「自分の身近で困っている人を助けるために作ってみたら実はみんなが欲しがっていたものだった」という「n1マーケティング」による商品開発を提案している。

身近なお客様の隠れた悩みの本音（インサイト）を起点とし、その悩みを解決する今までにない製品やサービスを提供することができれば、多くの人役に立つことにつながるという視点からマーケティングの仮説を作り、検証と試作（プロトタイプ）を繰り返して評価することにより製品化する方法を公的機関のセミナーやフェイスブックライブで発信している。

