

今月のトピックス

- ・東北初設置!!「ユメセン」自販機…《ブランドアップ関連ニュース》
- ・来年度に弾みをつけました…《鹿角ブランドアップ戦略レポート》
- ・笑顔がポイントです……………《鹿角のヒト・モノ情報》
- ・「卵」……………《室長のコラム》

東北初登場!!「ユメセン」自動販売機が鹿角市内に設置されました!!



自販機の前に記念撮影

日本サッカー協会が「こころのプロジェクト」として取り組んでいる“ユメセン(夢の先生)”が鹿角でも開催されるようになって4年。小学校だけでなく、中学校でも導入されているのは全国でも例が少なく、本市はプロジェクトにおける先進地となっています。また、この取り組みの中で、川淵キャプテン、小倉会長の両氏が来訪したのは全国で本市だけ、とのこと。注目度の高さがうかがえます。

夢を持つ事の大切さ、仲間と協力する事の大切さを一流のアスリートの授業によって伝えるユメセンですが、これらの取り組みをキリンビバレッジ(株)がサポートするため「ユメセン自販機」の設置を展開することとなりました。

そして去る2月5日(日)、サッカー日本代表、なでしこジャパンへ淡雪こまちで応援した本市にも、その自動販売機が設置されセレモニー

が行われました。

会場には日本サッカー協会の小倉純二会長をはじめ、キリンビバレッジ(株)石井取締役、「こころのプロジェクト」推進室手嶋室長ほか、多くの関係者がお祝いに駆けつけ、その喜びと感激をわち合いました。市内では総合運動公園アルバス、鹿角市記念スポーツセンター、鹿角アメニティ倶楽部ハウスの3カ所に設置され、売り上げの一部がこころのプロジェクト、ユメセンの活動に役立てられます。

セレモニーの挨拶の席で小倉会長は本市が贈った淡雪こまちの話題にも触れ、縁起を担ぐ意味で大会前に淡雪こまちとトンカツを食べるのが定番になるだろうと述べ、またユメセンの取り組みを通じて本市の多くの子どもたちが夢を持ち大きく育つと思う、と期待を込めました。

本市のブランドアップ戦略では“ひと”にスポットを当てており、多くの資源を生かし、地域を盛り上げていくために何よりも大切なのは“ひと”であると考え、将来を担う子どもたちへのこうした取り組みもブランド化への第一歩として捉えて、今後もこの活動の中においても関係機関との連携を強化しながら人財づくりを進めます。



早速ジュースを購入する小倉会長



報告の様子

意見交換会を開催しました。秋田県鹿角地域振興局、かづの商工会、鹿角森林組合、鹿角金融団、鹿角工業振興会、かづの農業協同組合、十和田八幡平観光物産協会、秋田県畜産農業協同組合鹿角支所、鹿角市の計9団体の代表者に対し、第1部では今年度取り組んだブランドアップ戦略の活動の中から、

活発な意見交換と情報共有が図られました

～鹿角市ブランドアップ戦略関係機関・団体代表者意見交換会レポート～

2月1日(水)、3つのプロジェクトと農商工観連携プロデュサー育成及び起業教育ティーチングスタッフ育成事業について報告しました。その後の意見交換では主に特産品を使った商品開発について、商品開発のスキームや品質管理の必要性、また鹿角のお土産としての商品開発のあり方や、現状の課題解決策等、各代表者から様々な意見が出されました。中でも商品の原料となる農産物等の生産量についてはまだ対応できる量に達しておらず、品質も高いところを目指しながら安定させる体制づくり

が急務であること、そのための人材も必要であること等、商品開発と並行して取り組むべき課題も確認しました。

また第2部ではそれぞれの団体から今年度の主要な事業の報告と来年度の主要な取り組みについて説明し、互いの情報共有が図られました。本市のブランドアップに関連する各機関・団体の数々の事業をこうした情報共有によって認識や協力体制を強め、より確実に効果の高い目的達成を目指して、今後の協力、連携を確認し合い会を終了しました。

【鹿角ブランドアップ戦略レポート】

鹿角ブランドアップ戦略の中で策定メンバーから提案された3つのプロジェクト。その取り組みを毎月レポートします!

桃 花 プロジェクト

去る1月30日(月)、桃花ワークショップ(WS)を開催しました。今回初めての試みとして、4つのテーマごとにそれぞれテーブルを設け、メンバーが行き来するようにして意見の共有を図りつつ、テーマごとに議論を展開する方式のWSとしました。

現在のテーマは、①生食ブランドと加工転用/②桃を通した体験提供(観光など)の推進/③関連イベントの推進/④桃キャラクターやロゴの考案とし、①では「長期間桃を提供できる生産体制について」、②では「ここでしか食せない物の提供」、③では「園地での花見会の開催」、④では「キャッチフレーズは?」など、この他にも多くの意見交換がなされています。

議論の展開としては、まだ多くの意見が飛び交う「拡散」の段階ですが、さまざまな意見が見られ次回の展開が期待されるそうです。



米 粉 プロジェクト

プロジェクトのステップアップを図り、鹿角地域の米粉や米加工品を地域が一丸となってブランドとして売り出していくため、かづの商工会が事業主体となり「あきた農商工応援ファンド事業(運営:(財)あきた企業活性化センター)を活用し、「ブランドアップ事業」に取り組んでいくことになりました。

事業では、ブランド化に向け専門家による助言を受けながら、プロジェクトを構成している食品事業者や農業者、関係機関等が連携し、ビジョンの共有、情報交換、統一デザイン及びPRツールの作成などに取り組んでいく予定です。今後は、専門家によるセミナー等も予定していますので、興味ある方は市産業連携推進室までご一報ください!

コミュニティFM プロジェクト

2月15日(水)に花輪市民センターで開催した公開講座。約60人の参加者がコミュニティFMへの理解を深めました。開局に向けた様々な動きが本格化する来年度に向け、体制(チーム)の強化を図りながら、着実な免許申請手続きが進められます。

MADE in 鹿角 モノ情報

ものづくりネットワークかつの 若手チーム製作の「メカたんぼ小町ちゃん」

「難産だった!!」完成した我が子、「メカたんぼ小町ちゃん」を前に取材した最初のメンバーの一言。この言葉にはものづくりネットワークかつのが目指す企業間連携の難しさ、事務局等との連絡調整の難しさ、そして「たんぼ小町ちゃん」という可愛らしさを持つキャラクターを題材にした事の難しさ、がありました。



若手のアイデア、技術をつないだたんぼ小町ちゃん

完成した「メカたんぼ小町ちゃん」は両手が上下に、胴体が左右に運動して動く仕掛け。笠部分は高度なアルミ溶接、塗装技術が用いられ、可動部分には動きが引っ掛からず、かつ滑らかに動くよう何度も改良され、着物は若手チーム（男性）のメンバーが手作り! 腕と胴体の動きはモーターを使用し可変ボリュームによって制御されています。また可愛らしさを出す顔にも高い板金技術によって奥行きのある目、頬、口になりました。

製作期間は約8ヵ月。一番難しかったのは可動部分と話す若手チームでしたが、形になった安堵感はひとしおの様子。このメカたんぼ小町ちゃんは2月2～4日に東京大田区で開催された「おおた工業フェア」での展示を経て、様々な場面でその可愛らしさと共に鹿角の高い工業技術を紹介してくれる予定です。

メカたんぼ小町ちゃん、ものづくりネットワークかつのにお問い合わせは鹿角工業振興会（電話23-5588）まで

PEOPLE of 鹿角 ヒト情報

箒畑農産加工グループ 代表 成田勝子さん

小柄で温かい笑顔のお母さん。でもグループの加工品には立ち上げ当初からしっかりと「こだわり」を持ち、常に挑戦する姿勢を感じます。

十和田湖に向かう国道103号沿いにある産直「箒畑ふれあい市場」を地域の農家の方々6名で始めたのが平成6年。当時はまだ、加工所の設置についての理解が得がたい中、成田さん達は移動販売等も続けながら、加工所開設への情報収集、支援依頼にまわる日々を続け、念願が叶ったのが平成10年。お菓子や「赤飯」「おこわ」づくりを始め、今では注文を受ける等リピーターを獲得するまでになりました。

自慢の餡子はグループの農家を作る小豆を原料に、6人それぞれが同じように作れる体制づくりを最初から整え、誰に何があっても同じ商品をつくれるという徹底ぶり。大福や饅頭等の商品化にあたっては市内の菓子店に研修にも出向き、「習ったお菓子と同じものでなくて、私たちらしいものを作りたいと思って」そこからまたメンバーで試行錯誤しながら商品化を進めています。

原料になる農作物も減農薬、有機肥料の多用等、安全でおいしい農産物生産を目指し「納得のいくこだわりの加工商品」づくりを続けています。こうした想いから今年度、市内学校給食への食材提供の中で（みどりの食材連絡会にも所属し食材提供もしている）米粉と北限の桃を使用したマラーカオを開発。一般向けには南瓜や枝豆を使用したバージョンも販売しました。

グループの課題は高齢化が進み、「まだしばらくは大丈夫だと思っているけれども、誰かに伝えていきたい」と少し不安も。現在の商品数と体制のバランスがちょうど良い、と感じてはいるものの、商品を広く知ってもらいたいという願いもあり、「一気に全部は無理だから、一つひとついろんな人に相談しながらやりたい」と堅実的。

そんなグループの皆さんが作った農産物、加工商品は道の駅かつのでも販売中です。（箒畑ふれあい市場は冬期閉店しています）



この笑顔に会いに来る観光客も

【展示会・商談会等のご相談はお気軽に】

去る1月25日（水）、（財）電源地域振興センターが主催する第4回産品相談・商談会（東京）が行われ、本市から（福）花輪ふくし会障害者センター、（株）山麓管理サービス、LLP京彩会京にしきの3社が出席しました。こうした活動は商品の販路拡大の為に様々な意見、アドバイス等を得ることができ、商品のブラッシュアップ等にも大変効果的です。

市では農商工観連携プロデューサー育成に取り組みしており、今後一層こうした展示会、商談



7/5京北スーパーを招いた商談会の様子

会等の開催情報を収集し、市内事業所等に向け発信していきます。「商品開発に取り組みたいけど手法がわからない」「商品を作ってみたけど売れない理由がわからない」「商談会に参加してみたいけど、どうしたらいいかわからない」といった方の相談窓口となりますので、お気軽に下記までご連絡ください。

かつの商工会 電話22-0050

鹿角市産業連携推進室 電話30-0264

つぶやき～コラム～

皆さんは当然のことながら「コロンブスの卵」の事を知っていることだろう。自分自身にとって、これまで学んだ偉大な人物の伝記の中で特に印象的な話で、今でも頭の中から離れず、いつもこのような考えで物事を考えなければと思っている。実際なかなか出来ないが。

この逸話には、二つの大切な意味が込められている。もちろん人によって捉えられ方はそれぞれあると思うが、一つめは、「誰でも出来る事でも、最初に行うのは至難であり、柔軟な発想力を持って実行に移す」ことの大切さであり、二つめは、「逆転の発想」をもつことの大切さである。

何故今いきなり「コロンブスの卵」の話を出したかと言えば、この二つの要素がブランド化を進める上で実に必要な要素ではないのかと感じているからである。特に、多様な資源を持ち、それらが生かし切れていないと言われている我が市は尚更そう感じる。そう思っていた矢先、そんな商品が誕生した。

「北限の桃の缶詰」である。今まで北限の桃の加

工品として流通販売可能な条件を備えているものは、桃ジュースだけ。「桃の缶詰」自体は決して目新しいものではないが、「北限の桃」のブランド化を進める我が市にとっては、これまでありそうでなかった、皆が望んでいた商品がようやく登場したのである。

「桃」は果物の中でも、特に扱いが難しいものの一つで、傷み易く、加工も機械では出来にくい。特に素材を生かす缶詰加工には出来れば手を付けたくないというのが通常であろう。しかし、今回、北限の桃が初めて缶詰として市内業者との連携で手が加えられた。缶詰は瞬間に売れてしまったようだが、実に美味かったし、本来のブランドアップのあるべき姿であろうと賞賛を贈りたい。市民栄養賞を贈ってもいいぐらいであろう。

今後、これを機に北限の桃は色々な展開が広がられていくものと思う。「コロンブスの卵」よろしく、作った方の名前にもちなみ、正しく「はじめさんの桃」である。その辺に「卵」はたくさん眠っている。「そんなもの」...と思わず、臆せず手がけてみよう!!

今、コラムを書いていて気づいた。元々卵がなければこの逸話も生まれていない。もしかすれば、「卵」こそヒーローなのかもしれない。あー「コロンブスの卵」にない...。（ブラードル）

【発行元】

発行 鹿角市産業連携推進室

電話 0186-30-0264

FAX 0186-30-1515

メール renk@city.kazuno.lg.jp

Twitter@KazunoRenk

Facebookページ

鹿角の【ヒト・モノ・ワザ】

