

今月のトピックス

- ・つながり広がり!!《かづの産業見合市 開催のご案内》
- ・鹿角の魅力を形にしたい《鹿角ブランドアップ戦略レポート》
- ・現代の牛飼名人 畜協 佐藤さん《鹿角ヒト・モノ情報》
- ・Don't Cry Be Hungry!《室長コラム》



出逢ってつながって 強くなる かづの産業見合市2012出展者募集! ///

市内事業者の皆様、自分の分野以外の市内事業者様をどれくらいご存知でしょうか?

この“かづの産業見合市”は、鹿角市内の1次産業から3次産業まで、あらゆる産業分野の事業者の皆様が一堂に会する“出逢い”の場を提供します。

本市の事業者様が、それぞれの得意分野を持ち寄って連携することにより、より“ストーリー性の高い”そして“価値の高い”モノづくりが期待されます。

また、今年度は首都圏ほかスーパーマーケット等のバイヤー様の参加により、販路拡大の“出逢い”も多く創出いたします。どうぞ奮ってご参加ください!

開催日	平成24年11月14日(水)・15日(木)の2日間
会場	大湯温泉「ホテル鹿角」
応募資格	市内事業者の方(個人・法人を問いません)
出展料等	無 料

内 容

- ① 出展・展示【15日(木)】
各事業者様の商品・技術等を展示・ご説明いただき、他事業者・バイヤー様にPRしていただきます。
- ② 個別商談会【14日(水)・15日(木)】
参加事業者様個別に、バイヤー様とご商談いただく時間をセッティングします。

※お問合せは、裏面【発行元】までお願いします。

同時開催① 15日(木) 13:30～

ブランドアップセミナー

講師：(株)日本総合研究所 調査部
主席研究員 藻谷浩介氏



平成合併前の全国約3,200市町村の99.9%を私費で訪問。地域の特性を多面的に把握。今回は「農商工観連携」「ブランド」「地域づくり」をキーワードにご講演いただきます。

同時開催② 15日(木) 10:00～

(公財)あきた企業活性化センターによる各種相談受付

知的財産権、販路拡大、創業・新商品開発等について、直接ご相談いただけます。

ブランドアップ関係機関・団体担当者会議

去る5月15日(火)に開催された「鹿角市ブランドアップ関係機関・団体代表者会議」での意見・要望等に関して具体的な連携等を進めていくため、7月2日(月)に同機関・団体の実務担当者による会議を開催しました。会議では、代表者会議において共通認識が図られた「業種を超えた連携の促進」として、農商工観等の事業者が一堂に介する「かづの産業見合市」の将来的(次年度以降)な共同開催や今年度の連携方法、体制等について協議を行うとともに、来年本市で開催される冬季国体や今年度市が実施する日本サッカー協会との連携事業での地域資源のPR等について意見交換を行いました。今後も担当者会議を開催し、「かづの産業見合市」の開催など、「業種を超えた連携促進」について、協議を進めていくこととしています。



【鹿角ブランドアップ戦略レポート】

米 粉 プロジェクト

7月11日(水)にかづの商工会にメンバーが集まりワークショップ(WS)を開催しました。今回のWSでは、(前回WSで)安藤竜二さんからの課題であったプロジェクト名やブランド作りに必要なターゲット設定のための対象者別ガイドマップの作成、共通のビジョンやブランドマーク(ロゴマーク)、統一商品のお披露目イベントなどについて、全体やグループに分かれて協議を行いました。今後は、次回の安藤さんの来市に向け、WS等で更に内容を詰めていくこととしています。

桃 花 プロジェクト

7月25日(水)、桃花ワークショップ(WS)を開催します。前回のWSでは4つのテーマを検討し、それぞれ意見が出されましたが、今回から数回、それぞれのテーマを深く掘り下げていきます。今回は「生食モモのブランド化をさらに深める」がテーマです。ご興味のある方は、ぜひご参加ください。

コミュニティFM プロジェクト

6月20日～22日、潜在電界調査を実施しました。潜在電界調査とは、鹿角コミュニティFMが想定するサービスエリアに他の放送電波がどのくらいの強さで届いているかを調査するものです。この結果を元に、他の放送周波数と混信しない周波数を総務省に割り当て申請します。最終日の22日は、水晶山頂上にある送信所を共同で使用するようになる(株)エフエム秋田担当者様と一緒に立ちあわせて頂きました。頂上は見晴しも良く、電波条件が揃っており、広範囲での受信が期待されるとのことでした。出資者等の募集は現在も引き続き行っておりますので何卒ご支援の程宜しくお願い致します。

MADE in 鹿角 モノ情報

鹿角産きゅうり



夏の風物詩 きゅうり

夏の食卓を彩るきゅうり。幼いころ、冷たい井戸水で冷やされたきゅうりに味噌を付けておやつ代わりに食べたきゅうり。夏の日差しをいっぱい浴びた露地きゅうりは、これからの時期に食味が良くなり、収穫の最盛期に入ります。普段皆さんが何気なく食べているきゅうりは、実は鹿角地方が県内でも1番の産地で、全国的に見ても、JA単協としての出荷量はトップクラスです。

鹿角産のきゅうりの特徴は何と言っても、みずみずしさ、糖度の高さ各種ミネラルの豊富さで、中でもカリウムが豊富で、夏バテやむくみの防止に効果があると言われています。首都圏市場でも評価が高く、夏場は特に引き合いが強くなります。大田市場の審査会でも毎年上位を獲得しています。さらにほかの産地との大きな差別化がなされている部分では、選別機を使わず、農家の方が1本1本目視で状態の確認や形状での分類を行っております。一見非効率な作業にも思えますが、これは選別機を使用する事によるこすれや傷を防ぐもので、生産者の方々が炎天下で、大変な思いをしながら、まさにわが子を育てるように手塩にかけてきゅうりと取り組むことで、上質で気品のあるきゅうりが出荷されるのです。曲がっていても新鮮でおいしいきゅうり。今年度は、加工用の需要開拓を目指し新規格「無印」を設けるなど新たな取り組みも開始しています。

長年に亘って、きゅうりの栽培技術を確立された諸先輩や品質向上・維持に努めてきたJAきゅうり生産部会の皆様、そして食卓を潤してくれる「きゅうり」たちに改めて敬意を表します。



目揃い会
真摯に規格を確かめる農家の方々



JA指導員ときゅうり部会長村田さん

PEOPLE of 鹿角 ヒト情報

秋田県畜産農業協同組合 佐藤 実幸氏

四季折々に魅せる大自然の中で、「自然放牧」「自然交配」そして「無農薬の牧草と有機飼料」によって育てられているのが日本短角種「かづの牛」です。

佐藤さんは、この「かづの牛」の出産から飼育、食肉加工販売まで一貫して業務に携わっています。牛の生産農家に生まれ、根っからの「牛好き」であったことから畜産に従事する事には抵抗感が無かったと言います。30kg程度に生まれた牛が700kgにまで成長する姿に接する度に、牛の偉大さや逞しさを感じ、最後に食肉として出荷されていく過程を見るにつけ、「牛の使命感」までも感じてやまない様です。そんな牛たちを、安全・安心でおいしい牛肉として届けることが佐藤さん自身の使命と捉えているとの事です。

かつて鉱石の運搬を担う畜役として繁栄を支え、現在では低脂肪の牛肉本来の味を提供する事で、「おいしさ」を支持して下さる消費者も増えてきています。佐藤さんは、この仕事を単なる業務に止まらず、「かづの牛」の種の保存、本来の食文化の在り方や、風土に土着した牛を育てることで今まで辿って来た歴史の継承までもを考えながら、これからの「かづの牛」のあり方を模索して行きたいと、力強く語っていました。

民謡『南部牛追唄』で「田舎なれども南部の国は西も

東も金の山」と歌われる金山の一つ「尾去沢鉱山」の繁栄を支えた「かづの牛」に関わる佐藤さんが、現代の「牛飼いな人」に見えるのは私だけでしょうか。



佐藤 実幸氏



放牧中のかづの牛
佐藤さんが「ヨー」と呼ぶと集まってきました

JFA(日本サッカー協会) 連携・鹿角ブランドPR強化事業実施

日本サッカー協会と連携してスタートしたユメセン事業も今年で5周年となりました。これまでの協会とのつながりを生かし本市の課題の一つとなっている外向けのPRについて、日本サッカー協会と連携してPR強化の事業展開を行っていくこととしております。まずは「鹿角」を知ってもらうことに焦点を置いたこのPR事業。関係団体の方と連携を図りながら取り組んでおります。来月号で詳しくご紹介いたしますので、ご期待ください!!



つぶやき～コラム～

白熱の試合だった。久々に手に汗を握り、試合終了後にドッと疲れた。それは、ミニバスの鹿角郡市の女子の決勝。優勝候補と前評判の高かったチームは、後半相手チームの追い上げと勝ち気なプレーに圧倒され、半ば戦意喪失状況になり、そのまま挽回することが出来ず、逆転負けを期してしまっ。試合半ばには、相手チームの迫力のプレーに半泣きべそをかきながらもボールに向かう選手の姿に、胸が熱くなることもしばしばだった。そんな試合を見ながら、泣きたい気持ちを持ちながら一つの物事に向かったのはいつのことだろうと、そして、そんな気持ちを持つ純粋な子ども達が羨ましくさえた。しかし、試

合終了後、関係者が一喝した。「試合中泣く子がいるチームは絶対に勝てない。家庭でも大事に育てられ過ぎるから、競っているゲームで気持ちが負けるのだ」と。決して誤解しないで頂きたい。ハングリー精神が足りないということである。どの子ども普段は、素直で非常に素晴らしい子達だ。

それにしても、あの一言…自分に、そして今の我が市のおかれている状況にも一喝されているような気がした。勝負の前から、諦め、泣いては始まらない。～見渡せば、渡る世間は鬼ばかり～。今の厳しい世の中を生き抜き、更に「地域ブランド化」という勝つための戦略を進めるためには、「どん (don't) くらい (cry) 泣こうか」絶対に前に進むという覚悟とハングリー精神が必要だ。(ブランドル)



ヒト・モノ・ワザ情報
お待ちしております!