



やまなし女性の知恵委員会

農業農村の活性化班

この度、山梨県では、女性の知恵と感性を県の施策に反映させるため「やまなし女性の知恵委員会」の委員を募集し、検討テーマの一つである「農業農村の活性化」について検討を進めてまいりました。その結果9名の委員によって多くの建設的な意見がだされ、最終的に一定の方向性を持った結果を導き出すことができました。今回は、その検討経過を含め、企画書としてまとめましたので、関係各位にご一読頂けましたら幸いです。

現状の農業農村が抱える問題点

1. 特別栽培農産物及び有機 JAS は制度がきびしくなかなか販売ルートがみいだせません。
2. 生産者が丹精込めて作った農産物も農協の厳しい規格条件のために規格外農産物になってしまい、低価格商品に位置づけられてしまいます。
3. ブランド化も進めているようですが、PR もコンセプトもあまり知られていません。
4. あちらこちらに耕作放棄農地がみられるようになり、また後継者も年々減少しています。
5. 新規就農希望者の受け入れ窓口や、相談するところがわかりにくい。
6. 県内の消費者、特に郡内地域は、山梨にいながら山梨県産の野菜がなかなか手に入らない。これは山梨県産農産物が直接首都圏の市場に出荷されてしまうからです。
7. 消費者に、エコファーマー、特別栽培農産物、有機 JAS の違いがあまり理解されていません。
8. こどもたちの「果物離れ」が増加しています。

上記で提示した問題点について、農政部の担当者から示された様々な制度や事業などの資料を検討した結果、次のような項目を抽出することができました。

農業行政の現状

■ 以下に提示したマークは山梨県産農産物につけられた制度、規格を表すマークです。

このようにたくさんの規格、制度があり、そしてそれぞれにマークがあることを知り愕然としてしまいました。

「特選農産物 山河旬彩」「山梨県農産物認定制度」「甲斐こだわり環境農産物」を、実際に農業を行っている委員の中でも知らない人もいて、行政側で作ったブランドの認知度が低いこと、まして一般の消費者には、まだまだ認知されていないのではないのでしょうか。

特選農産物



山梨県農産物認定制度



甲斐のこだわり環境農産物



甲斐のこだわり
環境農産物

- 地域の特産物八幡芋など
- 市町村、まちのブランド
- 個人の生産者によるブランド

有機JAS



全農安心システム



エコファーマーが生産した農産物



■ 特に「特選農産物山河旬彩」があることや、どんなものが特選品なのかを全て知っていた委員はいませんでした。

また、半数の委員は県外からの移住者ですが、山梨県が桃やぶどうの生産量が日本一であることを、山梨に住んでから初めて知ったという人がほとんどでした。

首都圏では高級品ランク、贈答品ランクの果物として、桃は岡山、福島、ぶどうは長野、サクランボは山形というイメージがすでに確立しています。これらは当該県の高級品ブランド戦略によるものと思われます。たとえ山梨県が生産量日本一であっても、ブランドとしての認知はそれほどでもありません。

ブランドの認知度と生産量は正比例はしていないと思います。(たとえば、グッチ、シャネルのカバンが生産量世界一ではないことから理解できます。)

県民さえ認知していない山梨県ブランド「特選農産物 山河旬彩」が県外で認知されている可能性はほとんど無いことがわかります。

■ 地産地消の活動が現在 96 箇所（山梨県果樹食品流通課HPから）でおこなわれています。

甲府市／武田の朝市他 5 カ所

韮崎市／道の駅にらさき 銀河の駅にらさき他 1 カ所

南アルプス市／西野直売所他 7 カ所

北杜市／明野町農村会 直売所他 11 カ所

甲斐市／中巨摩東部農協竜王農産物直売所他 7 カ所

中央市／すみれ会土曜朝市他 2 カ所

山梨市／JA フルーツ山梨フルーツ直売所 他 4 カ所

笛吹市／JA ふえふき富士見支所農産物直売所 他 4 カ所

甲州市／道の駅 甲斐大和他 3 カ所

市川三郷町／三珠農産物販売組合「安心の館」他 8 カ所

峡東 峡南／下部朝市の広場他 7 カ所

大月市／大月市青空市場農産物直売所他 1 カ所

都留市／都留市農林産物直売所「ふれあい市」他 1 カ所

上野原市／ふるさと長寿館他 6 カ所

道志村／道の駅どうし他 1 カ所

鳴沢村／鳴沢村 JA なるさわ物産館・道の駅なるさわ

富士河口湖町／JA 北富士河口湖物産館他 4 カ所

小菅村／小菅村物産館

丹波山村／丹波山村農林産物直売所他 1 カ所

しかし、この活動にしても山梨県として統一したコンセプトがなく、地域、農協、市町村、個人がそれぞれ独自におこなっています。そのため、活動の規模にも大小の差がでており、小規模に行われているところの活動は単発で終わってしまい、拡大につながっていないこともわかりました。

要因からの検討

1. 山梨にはたくさんの農産物ブランドがあるが、**根幹となるコンセプトが無い**ため PR がバラバラで全体に統一されていずわかりにくい。そのため、消費者への訴求力に欠ける。
2. 行政が農業農村活性化のために多くの**支援施策が取られていた**にもかかわらず一般県民には**わかりずらかった**。
3. 地産地消活動を地域、農協、市町村、個人などがそれぞれ独自におこなっているため、なかなか県民に伝わらない、広まらない。
4. 生産者を支援しても新しい市場がない。(特に野菜) 農業だけで生計が成り立たないので、後継者も新規就農者も増えない。
5. 特別栽培農産物、及び有機 JAS の制度でなければ、食の安全安心を考えた農産物を生産しても販売が難しく生計が成り立たない。

原因解決への方向性

1. **山梨県全体を主張できる統一性を持ったコンセプトに基づいた山梨県ブランドを見直す必要がある。**
2. 山梨県産農産物やブランド農産物についてももう一度見つめ直して、確実に結果が出せるように検討し、しっかりとしたコンセプトに基づいて効率よく PR 活動し県内、外に認知されるようにする。
3. 今ある市場を拡大し、販路を確立する。(小規模生産農家、エコファーマー、食の安心安全を考えている生産者など)
4. 販売ルートの開拓と生産者が生産に見合った収入を得られるようにすることが最も重要ではないかと考える。

解決への具体策

現状をベースとして、余計な費用をかけず効率よく解決するために、先ず山梨県産農産物の生産者、及び山梨県内消費者全体の底上げを図る手段として、「**暮らしやすさ 日本一**」を基本コンセプトにした**山梨県ブランドを導入**する。

導入に際しては、製造業（製品開発）で活用される**※マーケットインの考え方**をあてはめ・消費者のニーズを充分にくみあげ、新たな市場を意識したブランド構築を行う。

※消費者のニーズを把握し、消費者の視点で商品等を検討し、消費者が求めているものを必要な量だけ提供していこうという考え（⇄プロダクトアウト）

「暮らしやすさ 日本一」に基づいた山梨県ブランドの企画

「農業農村の活性化」班9名は生産者、消費者の立場だけでなく、委員それぞれの立場や経験などを基に検討を行った結果、この「素晴らしい山梨県」を誇りに思う山梨県民として、

この、自然が満ちあふれる「本当のおいしさ」を生み出す条件が揃っている山梨県をぜひ、

「日本全国へ発信していきたい」という想いが一致いたしました。

わたしたちの生命を維持していくのに欠かす事のできない「食」を生み出す農業を「起点」に、

知事が掲げた**「暮らしやすさ 日本一」を全面的に支援し、展開**を進めていきたいとの思いから

「暮らしやすさ 日本一」に基づいた山梨県ブランドを企画いたしました。

はっぴー やまなし

こどもたちから、高齢者の方々まで年齢に関係なく、**わかりやすく、おぼえやすく、**

そしてたのしくなることを考慮しました。

本シートのロゴマークは、参考として掲載しました。

「はっぴー やまなし」のロゴマークのデザインを山梨県民からひろく公募することも、統一コンセプト浸透の手段となります。

山梨には**8**個の**P**がある。 8個のPがあるやまなし → はっぴーやまなし

Peaceful ----- 安らぎ・安心・安全 暮らしやすさ

Pure ----- 純粹、澄んだ 澄んだ水や空 宝石の澄んだ輝き

People ----- 人 人は宝（人は石垣、人は城 信玄の信条）

Pride ----- 誇り 「暮らしやすさ」日本一との誇り

Peach ----- 桃 生産量日本一

Grape ----- 葡萄 生産量日本一

Plum ----- すもも 生産量日本一

Keep ----- 守る そして山梨の伝統、自然環境を守る



はっぴー やまなし

さらに、日照時間日本一、水の生産量日本一、フルーツ生産量日本一、そして日本の象徴である富士山の美しいフォルム。

だから **暮らしやすさ 日本一** なのです。

8個のPは美しい自然を持つ山梨のすばらしさ、それを育む県民、それから育まれる県産品を表しました。

「はっぴー やまなし」は健康で安心で安全のしるしなのです。

山梨県全体の統一したブランド「はっぴーやまなし」導入の意義

- ・山梨県全体の統一したブランド「はっぴー やまなし」の導入は山梨県民が「暮らしやすさ 日本一」であることをまず県民が自ら明確に理解し認知してもらうことが目的です。
- ・山梨県全体の統一したブランド「はっぴー やまなし」の導入は山梨県民自らが「暮らしやすさ 日本一」であることを誇りにもち、県民ひとりひとりが県外に対して「暮らしやすさ 日本一」を発信させることができるための大切なツールになります。
- ・山梨県全体の統一したブランド「はっぴー やまなし」の導入は「暮らしやすさ 日本一」のビジョンを共有するためのたいせつなツールとなります。
- ・山梨県全体の統一したブランド「はっぴー やまなし」の導入は山梨県民ひとりひとりの「気づき」を導くためのツールにもなります。
- ・「のぼり」「パッケージ」「車両」「看板」「封筒」「名刺」などに「はっぴー やまなし」を統一して用い、活動することで、県全体の統一感を持ち「暮らしやすさ 日本一」であることを県外に認知させ浸透させることができます。

そして「はっぴー やまなし」を山梨県産品すべてに展開するには、「はっぴー やまなし」を常に**目にする**こと、**耳にすること**、**を繰り返す**ことで強調され、意識に残り早期に認知されます。

山梨県全体の統一したブランド「はっぴー やまなし」の導入は

私たち山梨県民の生活の質を高め、ひいてはものの見方や考え方にも大きく影響を与え、高付加価値の提供に寄与でき、県民全体が、山梨県「暮らしやすさ 日本一」に意欲的に取り組むこととなります。

はっぴー やまなし

農産物

畜水産物

特産加工品

宝飾品

観光

山梨県全体の統一したブランド「はっぴーやまなし」の展開例

本シートのロゴマークは、参考として掲載しました。

