

宇大浪漫—地域固有の人的・物的資源の活用による 生産・販売体制を創り上げる

津谷 好人

宇大浪漫は、宇都宮大学農学部附属農場産の二条大麦（品種：ミカモゴールドン）、甘蔗（品種：ベニアズマ）ならびに麴用米（品種：コシヒカリ）を全量原料として製造された麦焼酎と芋焼酎の商品名（図1）で、宇都宮大学グッズの中の1つである。宇都宮大学は「豊かな発想を地域に、新たな知を世界へ」をキャッチフレーズに、教育研究とともに地域貢献および産学官連携を進めている。こうした大学の理念に基づきグッズ開発を進めようという当局の企画に農学部附属農場が応募し、取り組んだ成果である。開発の経緯は次のようである。

開発の動機と経緯

100 haを超える全国でも有数の規模を誇り、教育実習用として多種の作物・野菜・果樹・花卉類を栽培するとともに乳牛・肉牛を飼養している附属農場では、「お米と果樹とミルクの不思議体験」や「オープンエコファーム」と銘打った親子での農業体験や有機農業指導といった食育活動などによる地域貢献を果たしてきた。また、農場のさまざまな資源を活用した産学共同研究も行ってきた。グッズ開発はこれらの活動をスパイラルに発展さ

せる戦略でもある。

附属農場は、「生物生産と自然・環境との調和を目指した農学を実践する」を理念とし、耕種部門と畜産部門とがバランスよく有機的に結合した資源循環型土地利用を標榜しており、環境にやさしい減化学肥料・減化学農業農法で農産物を生産してきた。しかし、今後を展望すると、農畜産物の生産のみならず、付加価値の高い加工・製造の領域にも積極的に関与していくべきとの判断からグッズの開発に取り組んだ。

ところが、宇都宮大学では農場にはもちろん農学部にも、本格的に酒類を研究する学科・講座は存在しないし、ましてや大量に製造できる設備もないことから、連携を構想する以外に方法はなかった。宇大浪漫は地元(株)白相酒造と東京農業大学短期大学部醸造学科酒類学研究室との連携によって誕生したものである。

日本酒製造一辺倒が多い栃木県内の酒造会社の中で、白相酒造は、焼酎も製造している数少ないメーカーであり、日々良質の焼酎を製造できる技術を磨いており、さらに、地元農家からの原料調達にもこだわっている。八溝山系麓近くに立地する白相酒造は、たとえば中山間地域農業振興対策として地元農家にベニアズマの栽培を奨励するといった活動をしている。ベニアズマは通常は食用の甘蔗として栽培されている品種である。白相酒造がこの品種にこだわったのは、加工専用品種を使用している九州地方などの芋焼酎との差別化を図る意味もあるが、農家サイドに立って、食用の販売ルートの余地も残してあげたいとの配慮からである。こうした地元農家との連携を重視する地域に根ざした商品開発という理念のもと、地元農家のイチゴの花から分離した優良な清酒酵母を用い開発した日本酒が、経済産業省「農商工連携88選」に選ばれた実績も持つ。

酵母に関しては、東京農業大学短期大学部醸造学科酒類学研究室において、麦焼酎用に分離開発に成功した天然吟香酵母（NY2-1）と花酵母・日々草（N12）、同様に芋焼酎用に分離された花酵母・蔓薔薇が用いられることになった。その他の酵母を用いた焼酎も試作したが、試飲の結果、これらのタイプで発酵させたものが採択された。なお発酵管理は同研究室の助言をもとに行われている。



宇大浪漫（麦焼酎）



宇大浪漫（芋焼酎）

図1. 宇大浪漫。左の2本は宇都宮大学農場産二条大麦「ミカモゴールドン」を原料とした本格麦焼酎。天然吟香酵母（左の青瓶）：柔らかで、甘く、香り豊かな麦焼酎。花酵母「日々草」（右の白瓶）：香味のバランスのとれた旨みのある麦焼酎。右は農場産ベニアズマを原料とした本格芋焼酎。花酵母「蔓薔薇」を使用し、香味にバランスのとれた旨みのある芋焼酎。

商品化・グッズ化とその意義

こうして、大学グッズの商品として実際に販売していくための次のステップ、すなわち商品名、ビンの色彩や形、ラベルデザインなどを決定する段取りに入ることになる。この過程は農学部長、農場長などから構成された選考委員会を組織し行われたが、まず名称を学内に公募し「宇大浪漫」とした。その後、教育学部美術専攻デザインコースの学生たちに依頼した作品類の中から、「名称から明治や大正時代をイメージし、輝くガス灯の下で待ち合わせ相手を待つ女性のシルエットで浪漫の概念を表現」とする作品（図2）をラベルデザインとして採択した。採択された名称・デザイン作成者には大学からの感謝状とともに農場が開発し新品種として農林水産省に登録されたばかりの、コシヒカリより味が良く作りやすいという評判の「ゆうだい21」が賞品として手渡された。

グッズは主に、大学構内にある生協の売店とミニストップにおいて、特設コーナーを設け販売されている。販売個所を限定しているのは、生産量に限りがあるためもあるが、大学への帰属意識・愛着心の深まりを期待して、顧客ターゲットをまず宇都宮大学の学生・教職員に絞っているためである。ここでの売上を確保できなければ他での売上も期待できないであろう。ちなみに焼酎の売上は現在のところ堅調である。

教育学部にラベルデザインの作成を依頼する際に、大学グッズとはいえ実質的には農学部からのものであるのに、余計なアルバイトを強いるのではと危惧をいっていたが、それは全くの杞憂にすぎなかった。指導教員によると、「学生にとってはまたとない勉強の機会であって、喜んで応募していた。今後も遠慮なさらずにご依頼下さい」とのことであった。小さいながらも、学部間のシナジー効果と他学部の学生の能力開発の可能性を感じた。また、グッズに記されたラベルデザインの説明を見たある梨農家から次のような問い合わせがあった。「うちの“ニコリ”（栃木県開発梨品種名）の商標をとったのでデザインも考えたいのだが、高いデザイン料は払えないので、学生さんをお願いできないだろうか？ただ、美術専攻（大学）は敷居が高いし、どうしてよいかわからないので農場に電話してみました」と。工夫次第ではこうした学生の能力を活用すること（地域貢献）によって、たとえば低コストでよりユニークな商品のマーケティング戦略を実現したいと考えている地元企業の要望に応えることができるかもしれない。

芋焼酎「宇大浪漫」

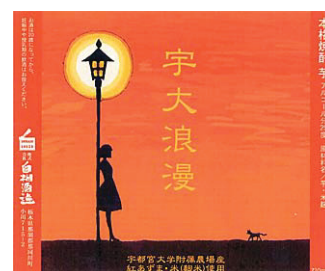


図2. 採択されたラベルデザイン

今後の課題

これからの課題として、①ビジネスギャップ解消による原料調達問題の解決に向けて、②より科学的根拠に基づいた商品情報によるマーケティングについて最後に述べる。

農商工連携を推進していくにあたっての大きな課題は、違いすぎる「農」のビジネスサイズと「商」・「工」のビジネスサイズのギャップをいかに埋めるかにあると言われるが、ここでも同様の問題が存在する。

大学の附属農場はもともと教育・研究のための農場であって、生産のための農場ではない。しかしグッズを製造する連携先の白相酒造は企業であるためビジネスとして成立しなければならない。企業側からするとビジネスとして成り立つミニマムな要求であっても、農場側からするとマキシマムを超えそうな要求になるといった、事業内容や事業規模の相違による取引におけるさまざまなギャップの存在である。

白相酒造は多数の地元芋農家から焼酎原料を調達している。一日あたりの加工処理能力は決まっている一方で、他方では芋の収穫適正期は限定され鮮度も要求されるため、出荷が集中しがちになる。したがって供給サイドは、処理能力を超えないよう相互に調整しながら生産・出荷対応をしなければならない。しかし、栽培方法や商品名が異なることから附属農場産は別扱いとなり、この農家間の調整に関係しない。すなわち出荷は農家が優先されるため、農場産は適性期を逃す危険があり、栽培管理が難しい。また現在以上の出荷量を要求されると他の作業との関係から対応自体ができなくなる。これらの問題を解決するためには、農場における農法を近隣農家に普及させ、別扱いとならないように同一品質原料の確保を図るといった農家の組織化あるいは農家との連携という新たな課題に取り組む必要が出てくる。

上述のように、附属農場はいわば環境保全型・循環型

生物資源生産システムの構築を目指してきており、生産される農畜産物は、総合防除IPM^{注1)} 研究やアニマルウェルフェア研究に基づく技術に基づいて生産されており、国や県の認証を得ているわけではないが、一般に「安全・安心」とみなされている。また連携している白相酒造も地域の農家や地域連携を重視している。こうした人材は貴重である。

しかし、真に風土・地域個性を生かした地域ブランドを確立している商品とは残念ながら言い難い。たとえば、地域、地域によって異なる土壌成分（ミネラル）や土壌微生物の生態まで含めた生態学的風土の科学的解明がなければ、地域固有の農・食の意味を捉えたことにはならないであろう。

この点での研究はまだまだである。大学グッズの開発を通して、フランスの原産地呼称管理AOC^{注2)} 制度のように、差別化されたブランド食品に科学のお墨付きがつくような体制が構築されていくよう期待したい。

注1) Integrated Pest Management. 農薬, 施肥, 水管理, 輪作などのさまざまな手段を組み合わせ、雑草や病虫害を防除する方法。

注2) Appellation d'Origine Contrôlée. 全国原産地呼称管理局 Institut National des Appellations d'Origine (INAO) 下で行われている、フランスにおける食品の地域ブランドを認証・管理する制度。津谷好人: 農業, No.1518, p.53, 大日本農会 (2009).