藍染めと花のコラボレーションによる地域農業の活性化

- Flower meets Indigo -

地方創生☆政策アイデアコンテスト２０１９

徳島県地方創生局地域振興課

南賀　銀次

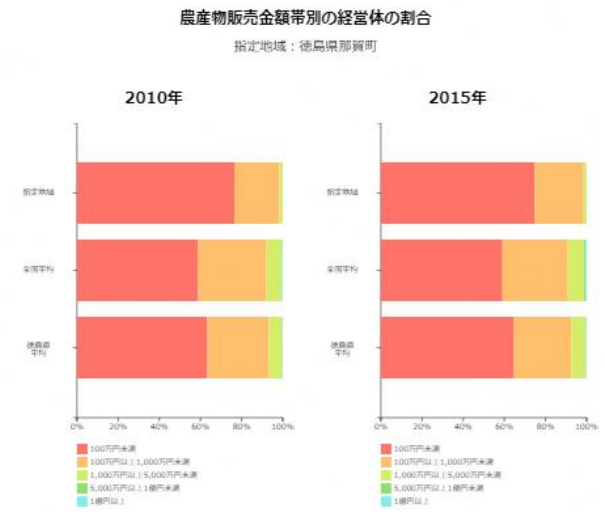
今回の舞台-徳島県那賀町について-

- 平成１７年３月に近隣５町村が合併し誕生
- 徳島県の南部に位置し、町面積の９割以上が森林の中山間地域
- 人口は８，２２０人（１０月末）
- 昔から農業や林業が盛んに行われている

那賀町HPより

問題意識 -那賀町農業の現状-

- 零細農家が中心でその大半は５５歳以上
- ５年前から構成比に大きな変化はなし
- 少ないながらも若手・青年農家も親元就農を中心に現れている

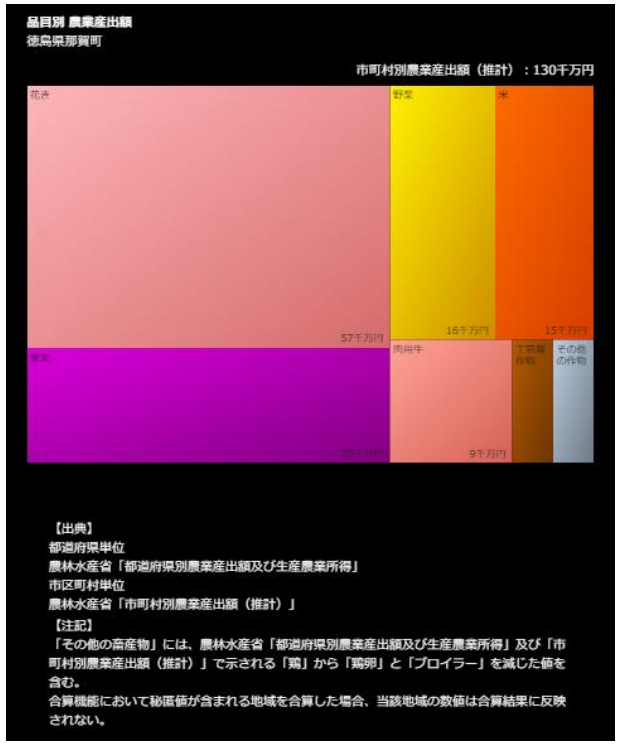


【出典】
農林水産省「農林業センサス」再編加工
【注記】
旧市区町村とは、1950年（昭和25年）当時の市区町村。
合算機能において秘匿値が含まれる地域を合算した場合、当該地域の数値は合算結果に反映されない。

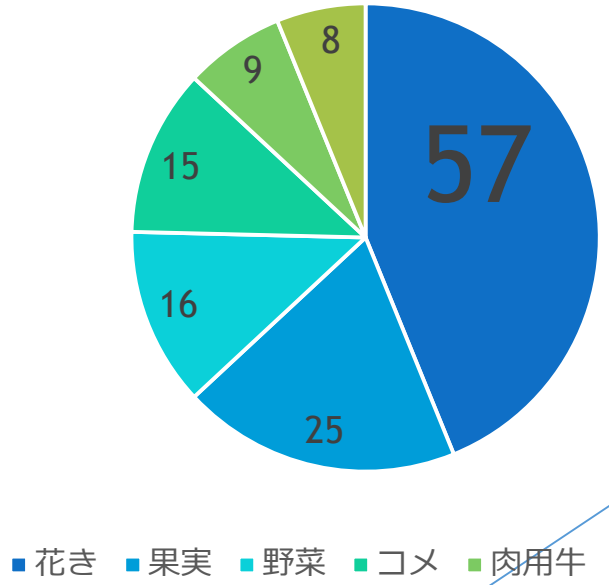
【出典】
農林水産省「農林業センサス」再編加工
【注記】
農業経営者：当該農家の農業経営に責任を持つ者をいい、農作業に従事せず作業等の指示を行うだけの者も含める。
農業就業人口：農業従事者のうち、農業を主して従事した世帯員
合算機能において秘匿値が含まれる地域を合算した場合、当該地域の数値は合算結果に反映されない。

問題意識 -那賀町農業にとっての花き-

- 那賀町の農業生産において、花きは大きな割合を占める
- 那賀町の農業振興にとって最重要品目
- 複数の品目を組み合わせて周年出荷を行う複合経営が主



農業産出額（推計）



単位：千万円

問題意識 -その現状にどう対応するか-

- 今後、短期間での担い手農家の劇的な増加を期待することは難しい
- 独立就農には一定の経験、人とのつながりが求められ、中長期的な視点での取り組みが必要
- 新規就農者の獲得においても、まずは彼（彼女）らの受け皿となる地域の既存の農業生産が維持されていることが大前提

目指すのは・・・

農家の絶対数の増加を目的とせず、「稼ぐ力」をもった優良な農家を育成し、彼（彼女）らの生産活動を通した

【地域農業の維持発展】

問題意識 -稼ぐ力とは-

稼ぐ力とは＝持続的な競争優位

既存の生産品目を
生かしたシナジー

＋

他産地がマネを
することが困難

↓

徳島県那賀町の特産花きの**コワニー**を
徳島が誇る**「藍染め」**で**カラーリング**

持続的な競争優位の検討

- **既存の生産品目を生かしたシナジー**
  - ・コワニー産地としての生産ノウハウが蓄積
  - ・新たな品種、栽培技術の習得が不要
- **他産地がマネをすることが困難**
  - ・藍で染色はできても「阿波藍」で染めることは簡単でない
  - ・先行者イメージを定着させられる

コワニーのご紹介

- 園芸店などでは、アリウム・コワニーと呼ばれているユリ科アリウム属の花
- 北ヨーロッパなどを原産とする球根植物
- 那賀町では数十年の生産歴があり、平成２８年度の出荷本数は約３８万本
- 採花後の日持ちがよく、長い期間楽しむことができる

那賀町内にて撮影

なぜコワニーに注目するのか

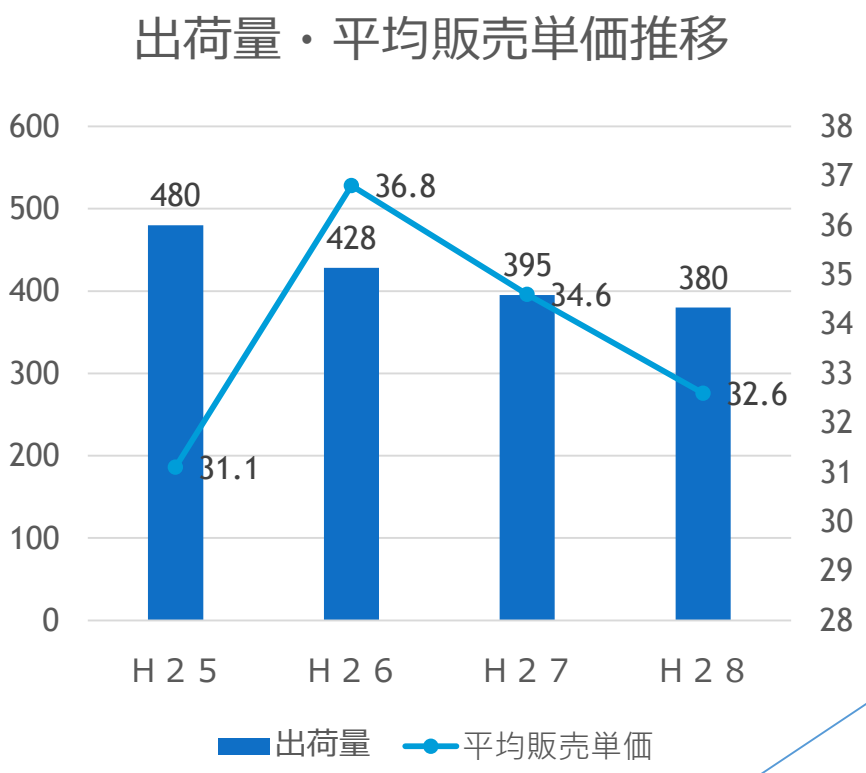
様々な課題・・・

- 出荷量、平均販売単価とも下落傾向
- 非需要期における販売方法の確立
- カスミソウなどの強力な同色代替品の存在

しかしながら・・・

- 那賀町はコワニーの最大産地
- 使用シーンに固定イメージが少ないため自由度が高い

⇒高いポテンシャルを秘めている



単位：千本、円

コワニーのカラーリングについて

- ２０１８年度産から試験的にカラーリングを行いテスト販売
- 白色とカラーリングとでは２倍近い単価差となった市場もある
- 花びらの中心を直線を描くように染まる

那賀町内の農家が実際にカラーリングしたもの

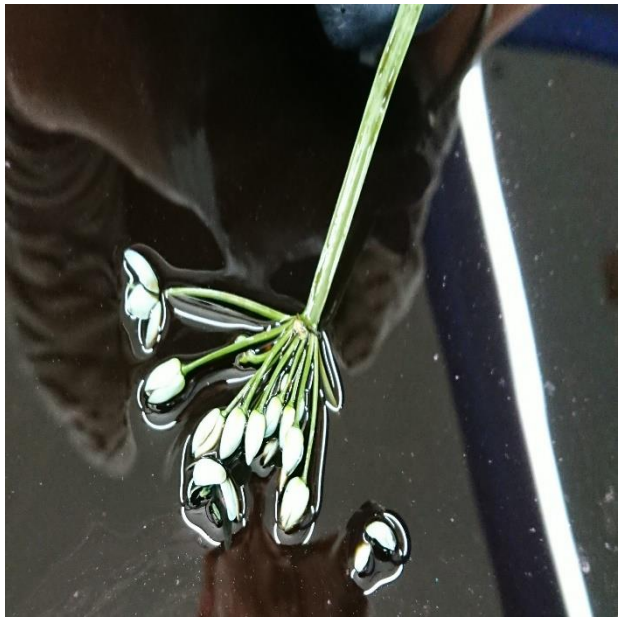
藍について

- インド洋から伝来したタデ藍が多く栽培されており、徳島県の他、いくつかの地域で栽培
- 江戸時代には幅広く藍染めが普及し、中でも「阿波藍」は別格の扱い
- 五輪エンブレムへの藍色の採用、２０１９年には阿波藍の日本遺産認定など注目が集まる

出典：https://ai-tokushima.jp/aitoha/

コワニーの藍染め

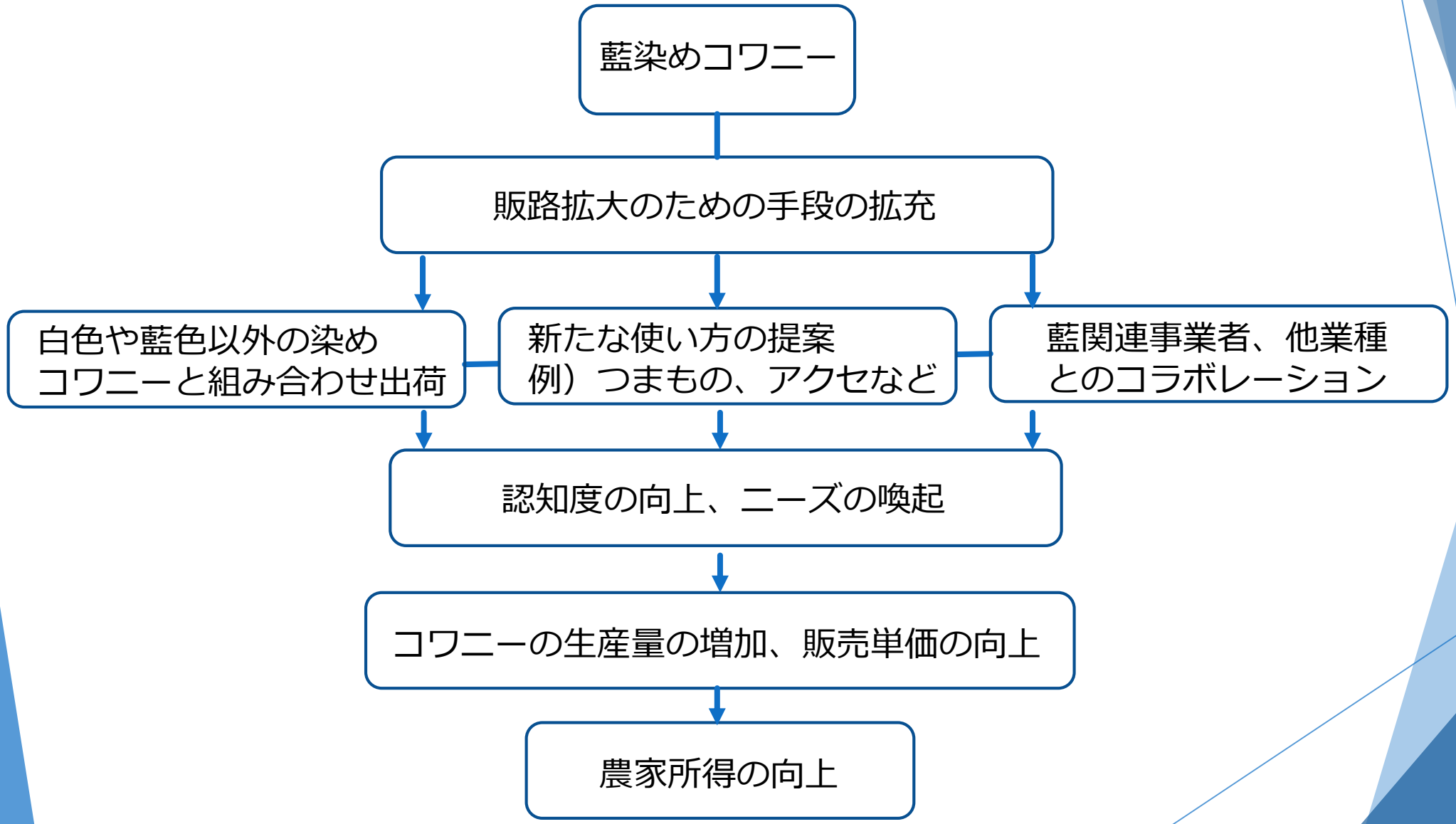
- 染色剤を溶かした水を吸い上げて染める方法では染まらず
- 花びら部分を直接、藍染めの染料に浸す方法を採用
- 染料に浸す時間によって、藍色の濃淡が変化



藍染めコワニーの特性

- 蕾状態で染めたものも後日開花、日持ちについても問題なし
  →無染色のコワニーの特徴は失われていない
- 両面で色が異なる花びらもあった
  →時間の経過による色合いの変化を楽しむことができる

藍染めコワニーの展開と効果



藍染めコワニー事業の実行モデル案

- 染料供給など産地だけでは解決できない課題
- 産地におけるマーケティングノウハウの蓄積は少ない
- 効率的な染色、新たな商品開発には専門的知見も重要

多様なプレーヤーを巻き込んだ連携体制

生産農家・部会・農協

・コワニーの安定供給
・染色技術の向上
・研究機関への企業紹介

民間企業、卸売市場

・（共同）商品開発
・マーケティング
・情報提供

行政機関

・生産振興、販路開拓、研究開発への支援
・染料の安定供給体制の構築

大学等研究機関

・染色や生産に関する技術開発
・技術、ノウハウの提供

ご静聴ありがとうございました