



新連携・地域資源活用・農商工連携

金時生姜の食文化承継を目指して

独立行政法人 中小企業基盤整備機構

新事業支援部 連携事業支援課 課長代理 二宮 健晴

紹介事例の概要

団体名 有限会社木村農園

認定事業区分 農商工連携

認定事業名 国産金時生姜を使った無

添加ジャムシリーズの製

造・販売事業

認定日 平成23年2月2日

■金時生姜専業農家としての出発

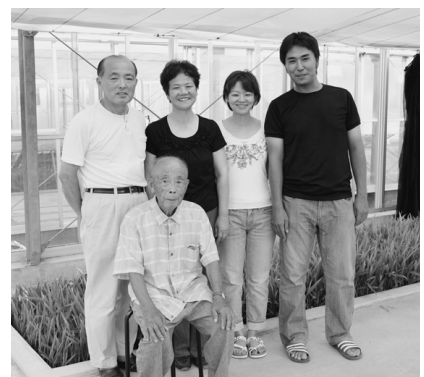
近年、冷え症の改善、風邪の予防等の健康食材として注目され、多種の商品が開発されている生姜だが、そのルーツは熱帯アジアを原産地とし、日本には3世紀頃に中国から伝わり、古事記に記載されるなど古くから用いられている食材・生薬である。根茎の大きさから大生姜、中生姜、小生姜の3種類に大別され、食材として使われることが多い小生姜の主な品種としては、谷中生姜や金時生姜が挙げられる。中でも金時生姜は香りが強く、辛味成分であるジンゲロールやショーガオールを多く含む日本独自の品種として知られている。金時生姜からとれる矢生姜（別名はじかみ）は、美味しいだけでなく鮮やかな赤色の茎が料理に彩りを加えるものとして、主に高級料亭で用いられる逸品である。栽培方法は大きく異なり、繰り返し同じ土壌で栽培するとその品質が低下してしまうため、一度使用した畑では約7年間栽培できない貴重な品種である。



高級食材でもある金時生姜

今回ご紹介する有限会社木村農園（以下、「木村農園」）は、半世紀にわたり金時生姜を作り続けてきた全国でも稀な生姜屋である。同社は戦後間もない昭和24年に金時生姜や米、野菜等の栽培を始めた（法人設立は平成8年）。農業開始にあたって金時生姜の栽培に適した土地を先々代が探した結果、現在の愛知県稲沢市を適地として栽培することとし、その拠点は現在まで変わらない。

同社の現社長である木村憲政氏は、先代の長男として昭和41年に就農し、家業を支えていった。昭和57年に先代が引退し、木村氏が名実ともに家業を引き継ぐことになったが、この間に木村氏は米作りや野菜作りをすべて止めて、金時生姜の専業農家になるという大きな決断を下している。「一般的な米や野菜では今後値段が上がらず成長が見込めないだろう」と判断した木村氏は、嗜好品として金時生姜のみの生産に切り替えた。事業の選択と経営資源の集中を、右肩上がりの成長が当たり前であった約40年前に実



木村社長とその家族
（左端が木村憲政社長）

践しており、木村氏の卓抜な経営センスと金時生姜へのこだわりが伺える。

■市場環境の変化による業態の転換

金時生姜への専念は功を奏し、その後、右肩上がりの成長を続けたが、会社を設立した平成8年頃から、海外産（特に中国）の安価な生姜が市場に出回るようになり、市場価格は暴落。同業者は次々と廃業していくなど、同社は急な苦境に立たされることになった。

当時木村社長は廃業も考えたが、家族や取引先からの事業継続に対する強い懇願もあり、廃業を思い止まった。特に娘が将来的に事業承継する意向であるとわかり、父親として喜ばしいことであったが、収益をあげられる会社にした上で引き継がないと、迷惑をかけることになる。金時生姜一本槍で順調に成長を遂げてきた同社であったが、ここに至り業態の転換を迫られることになった。

それまで同社は農家として金時生姜を栽培し、そのまま出荷していた。このため農作物として他の生姜との価格競争に陥り苦戦することになっていった。これを打破するには、同社ならではの付加価値をつけることが必要と判断し、新たに生姜の瓶詰や乾燥生姜等の加工品を製造販売することにした。また同社の金時生姜はその価値がわかる人には高く評価されていたことから、新たに顔の見える範囲にお届けする宅配事業も開始した。しばらくは苦しい経営状態が続いたが、金時生姜の栽培を地道に続けて、そのノウハウを蓄積しつつ、これらの新規事業により徐々に業績を回復させていった。競合者が少なくなったことや、中国製冷凍餃子事件等による国内食品の再評価も、結果的には同社業績回復の追い風となった。

■農工商連携等による多様な係わり

会社存続の危機を回避したが、安定的な収益を確保するには至らず、金時生姜を活用した新商品の開発が急務であった。それまでの金時生姜は、料理店等で供されるという限定的な食べられ方であったので、まずは気軽に金時生姜を食べてもらおうと、生姜をまるごと利用できるペーパースト状のジャムの試作を平成21年から始めた。

ジャムを作るにあたっての課題はゼリー状の確保であった。通常のジャムは果物等に含まれているペクチンの作用によ



金時生姜ジャム

りジャムに適したゼリー状となる。しかし金時生姜にはペクチンが含まれていないため、通常のジャム製法ではゼリー状を作りだせない。従来事業とは異なる課題に直面したが、取引先の紹介を経て連携することになった株式会社信州自然食品センターの職人技術に基づき金時生姜の繊維質を微妙な加減で細かく加工し煮詰めることにより、ゼリー状を確保することに成功。この技術の確立により、独特の風味、辛味を活かした無添加の生姜ジャムが誕生した。

平成22年5月から生姜ジャムの試売を開始したところ、愛知県のアンテナショップ「ピピッとあいち」の運営会社である株式会社中日アド企画から、更なる事業展開のために農工商連携制度の活用を勧められた。早速、中小機構中部支部に相談したところ、国産の金時生姜を活用する意義の高い事業と評価され、農工商連携の事業計画策定に着手。平成23年の2月に農工商連携の認定を受け、連携体による生姜ジャムの本格的な製造・販売を推進していくことになった。

認定当初、生姜ジャムはアンテナシヨ

ップや自社サイトで販売しており、購入者からは好評をいただいたが、一般的な認知度は低く、商品の認知や販路開拓が課題であった。この課題解決のため中小機構から百貨店OBをアドバイザーとして同社に派遣し、小売店側に向けた商品の仕入れ、販売の考え方、営業先絞り込みのアドバイス、百貨店との商談調整等を行ったところ、最終的に首都圏の複数の百貨店で平成24年から同社商品が取り扱われることが決まった。また中小機構本部の紹介により、地域活性化パートナー事業のWEBを通じたテストマーケティングに参加したところ、「生姜茶、紅茶、ジンジャーエール、料理の隠し味に使える」「自然食品売り場や調味料コーナーにあつたらいい」などの消費者の具体的な意見を聞き取ることができ、消費者側から見た商品の特性を認識することができた。

また認定と前後して、同社の商品を以前から高く評価していた人の紹介により、予期していなかった販路の開拓にもつながった。具体的に紹介すると、それまで同社の金時生姜を毎年愛用していた百貨店担当者の紹介により、百貨店お歳暮カタログに掲載された。厳選された事業者しか掲載されない1ページ分の紹介により、同社商品とその品質が広く知られることになった。またその掲載が実績となり、別の百貨店での取引につながった。さらに著名な食の専門家が雑誌に寄稿し

たり、全国ネットでのテレビが自発的に取材・放映したりして同社のことが取り上げられることになって、知る人ぞ知る金時生姜の専門家として有名になり、同社商品の販路開拓につながった。

木村社長は多様な分野での紹介を「とてもありがたい話で、幸運に恵まれただけ」と謙遜するが、いずれも同社のこれまでの真摯な取り組みとその高い品質に惚れ込んでの紹介であり、同社のたゆまない努力がたぐりよせた幸運であると言えよう。

■金時生姜の承継

ジャムの知名度は向上し、販路も広がってきたが、日本でも有数の金時生姜屋としては、その認知度はまだ低い状況である。また昨年は天候不順等によって金時生姜そのものの生産量が大幅に減少してしまった。従業員が少ない中で高品質な金時生姜の安定的な生産とジャムの販路開拓を両立させる必要があり、木村社長が持つ金時生姜栽培ノウハウの承継をはじめとした各連携体のレベルアップと今後の更なる効果的な連携が望まれる。

金時生姜承継の取組みは緒に就いたばかりであるが、日本独自の多様な食文化を次世代に伝える実例として同社取組みの意義は極めて大きい。半世紀にわたって金時生姜にこだわってきた同社の生姜ジャムによって、金時生姜の食文化のすそ野が広がっていくことを期待したい。