

31H 梅野 乃愛 33H 白江 恵 33H 土倉 未来
 34H 平田 直也 35H 坂本 和輝 36H 箕田 和奏

■課題

能登の里山里海で作られる特産物の知名度が低いこと。

■解決策

特産物の一つである日本国内では希少ないちじくである「バイオソリエス」の商品の開発・販売を通じて知名度を上げるため、ふるさと納税の返礼品・道の駅の一商品として押し出す。

■現状（課題の背景）

1 いちじくの知名度

いちじくという果物自体の知名度は低くないが能登で作っていることを知っている人が少ない。特産地としての認識が低いことが現状。
 （班調べ）（表1）



バイオソリエス

| | いちじくを知っているか | 能登でいちじくを生産していることを知っているか | 能登で扱われているいちじくの品種{バイオソリエス}を知っているか |
|-----|-------------|-------------------------|----------------------------------|
| はい | 225 | 51 | 3 |
| いいえ | 8 | 182 | 230 |

2 能登での生産<バイオソリエス>

フランス原産の黒いいちじくで、日本国内では希少な品種。約45軒の農家が約8ヘクタールの畑で栽培している。佐賀県唐津市でも作られている。
 →高価なうえに市場に出回る期間が短いため、消費者の目に留まりにくい

3 ふるさと納税の現状

年々ふるさと納税受入額、利用者ともに増加傾向にある。理由としてインターネットサイトからでも簡単に納税でき、利用しやすくなっていることがあげられる。（図2）

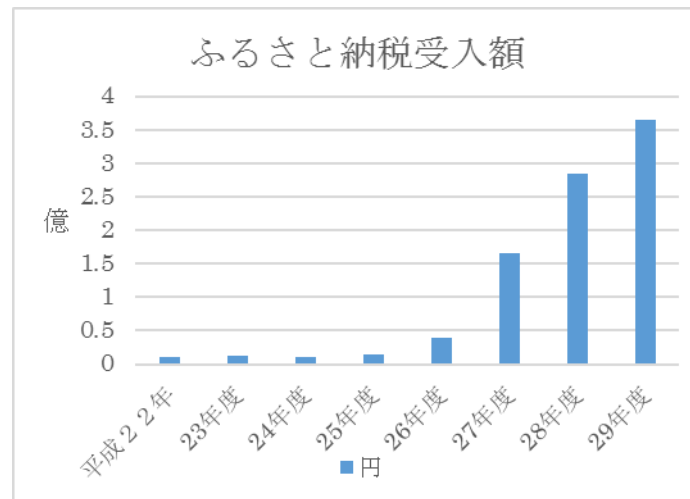


図2(全地方団体対象 総務省より)

■具体的内容と効果

- 能登がいちじくの特産地であることを地元に着せさせるため、道の駅などで、バイオソリエスを販売する。
 →地元の人に認知してもらえ、県内での知名度が少しずつ上がることが期待される。
- 生の状態では日持ちしないため、バイオソリエスを加工して、ワイン・ジャムやフローズンタイプの商品を作る。
 →一年中販売できることによって多くの人目に留まり知名度の向上が見込める。また、現在生産していないが「いちじくワイン」を復活させることができれば、より多くの消費者の確保が見込める。
- 県外の人に知ってもらうため、ふるさと納税を1万円以上寄付してくれた人への返礼品にバイオソリエスを加える。
 →県外の人に能登でいちじくを作っていることを知ってもらえ、PRになる。いちじくから能登を連想してもらえるようになることが期待される。

■成功例（秋田県にかほ市）

特産物のいちじくを郷土料理と結び付け地元で宣伝
 ↓
 加工品を作って日常的に使いやすくなったことで消費者が増加
 ↓
 量産が可能となり、ANA国際線の機内食として提供

■参考文献

地元加工業者との連携によるいちじくの高付加価値化と産地の強化
http://www.maff.go.jp/j/seisan/gizyutu/hukyu/h_zirei/h29/attach/pdf/index-78.pdf
 石川県果樹園芸協会
<http://i-kaju.com/figs.html>
http://www.soumu.go.jp/main_content/000562702.pdf（総務省）