

〔論 文〕

大阪府松原市 まったら愛っ娘と難波ネギの ブランド化に見る可能性¹⁾

平 山 弘*
山 口 晴 子**

I はじめに

大阪府松原市は旧河内国であり、南河内地域の大阪市側から入る玄関口となっている。古来から交通の要衝として発展してきた経緯がある。それは現在にも引き継がれており、高速道路網として阪神高速松原線と現在整備中の阪神高速大和川線があり、これらは広域主要幹線道路軸として近畿自動車道・西名阪自動車道・阪和自動車道ともつながる重要な拠点となっている。

松原市自体は市のホームページによれば、東西約5.8km・南北約5.1kmで面積は約16.66km²となっており、その多くが平坦地であり、人口は平成31年3月1日現在で120,066人(男性57,826名・女性62,240名)となっている²⁾。

平成31年4月から新たに第5次基本計画³⁾がスタートし、新たな年号となる令和元年が5月1日から始まり、松原市としてもこうした出発の年に将来都市像として「みんなでつくる 未来へつなげる まち まつばら」と規定し、そのまちづくりの柱として「1 安心・安全で活力を生み出すまちづくり」「2 人を育て、人が輝くまちづくり」「3 魅力を発信し、市民と共に進めるまちづくり」という方向性をはっきりと打ち出している。

松原市の基本計画の中身を見ると、施策27「まちの魅力の創造・発信」の取組項目として「①松原ブランドの確立」「②観光資源の掘り起こしと有効活用」「③まちへの愛着醸成」「④魅力の向上と効果的な発信」を謳っており、そこには絶対的な地域ブランドの確立とそれによる全国への浸透が顕現していくことを想定しているといえる。

こうした現状と方向性を踏まえると、既に松原市は平成14年より「大阪エコ農産物」(農薬の使用回数・化学肥料の使用量を府内水準と同様の半分以上にして生産された農産物⁴⁾)としてのブランド化に取り組み、平成16年4月からはそのネーミングを松原独自のブランド化を企図して「まったら愛っ娘～松原育ち～⁵⁾」として市内の農産物販売所などで販売を始めるなど、行政として市内のこうした動きにいち早く呼应・同意した農家・生産者の人たちに加え、販売拠点としてのJA大阪中河内との連携なども含め、非常に先見の明があったといえる。

現実問題としても、農地の住宅地への転用や農業地の周囲へ一般家庭の人たちが住宅地の住人として入り込んでくるという環境圧力の下で、いかに生産農家として生き残りを図るのか。それにはほかの生

* 阪南大学流通学部教授。松原ブランド研究会世話人代表。

** 阪南大学非常勤講師。野菜ソムリエ上級プロ。主な役職に兵庫県宝塚市「宝塚ブランドにかかる懇話会」委員(2011年～現在)、大阪府松原市「松原ブランド研究会」顧問(2013年度～現在)がある。

産者にはない差別化を図る必要があるということで、一部の生産農家の人たちが結束し、先述した「まったら愛っ娘」という農業用生産ブランドの構築を図ったり、個人でありながらもなにわの伝統野菜である「難波ネギ」の復活とその拡大に取り組んでいる農家の方のブランド・ビジネスについて、本研究ではローカルニッチの観点から明らかにしていくことになる。

Ⅱ 大阪エコ農産物となにわの伝統野菜認証制度について

2-1. 大阪エコ農産物認証制度

近年の環境への配慮や生態系（エコロジー）を意識した社会状況を踏まえ、併せて生産農家への化学肥料使用料の減量化へ向けた動きや消費者の以前にも増しての安全・安心志向への意識のより一層の高まりなどを背景に、大阪府は平成13年3月に「大阪エコ農業推進基本方針」（その後平成28年11月改正）を策定している。

この方針によると、「化学肥料の施用量の削減及び化学合成農薬の使用回数を削減した病虫害防除の推進を柱に据え、天敵や性フェロモン剤等の生態系利用防除法や、太陽熱を利用した耕種的防除法などの手法を組み合わせ、病虫害の総合防除や施肥技術の普及⁶⁾」を謳うことで、大阪府としての農業政策の重要な指針となっている。

また、国としての観点からは、平成18年に「有機農業の推進に関する法律（平成18年法律第112号）⁷⁾」を制定しており、その第一条において、「この法律は、有機農業の推進に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務を明らかにするとともに、有機農業の推進に関する施策の基本となる事項を定めることにより、有機農業の推進に関する施策を総合的に講じ、もって有機農業の発展を図ることを目的⁸⁾」としている。続く、第二条では「この法律において『有機農業』とは、化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと並びに遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業をいう⁹⁾」と定義している。

これら第一条および第二条から言えることは、有機農業の推進には国だけではなく地方公共団体自身も積極的に関わる必要性和その責任が問われているということに加え、より国民の安全・安心を意識した化学肥料の不使用と遺伝子組換え技術の不使用を前提とすることでもたらされる農耕地やその近隣および周囲の生活環境及び自然環境への負荷軽減を推し進めるということであり、そのために必要な施策を次々と地方公共団体としても打ち出していくということになる。

大阪府としてはこうした有機農業の推進に関する法律の制定を受けて、大阪エコ農業推進基本方針に新たに有機農業の推進のための骨子（①化学肥料の不使用②遺伝子組換え技術の不使用③環境への負荷軽減）を導入することで、平成28年11月に大阪エコ農業推進基本方針を改正するに至ったのである。

2-2. なにわの伝統野菜認証制度

大阪府は平成17年10月に「なにわの伝統野菜認証制度¹⁰⁾」をスタートさせており、令和元年7月現在で18種類の野菜（表1）が認証されている。大阪府環境農林水産部農政室によれば、「なにわの伝統野菜¹¹⁾」の認証基準はつぎのとおりである。

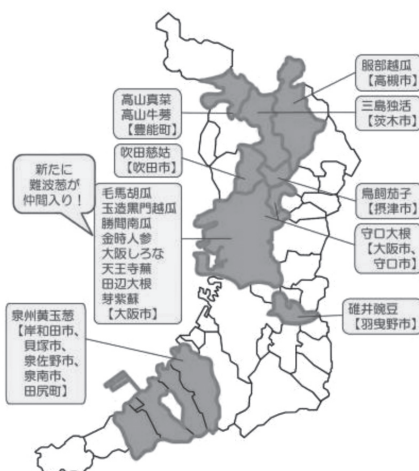
1. 概ね100年前から大阪府内で栽培されてきた野菜
2. 苗、種子等の来歴が明らかで、大阪独自の品目、品種であり、栽培に供する苗、種子等の確保が可能な野菜
3. 府内で生産されている野菜

Mar. 2020 大阪府松原市 まったら愛っ娘と難波ネギのブランド化に見る可能性

表 1 なにわの伝統野菜認証制度

野菜の種類	概要	備考
鳥飼茄子 (とりかいなす)	摂津市鳥飼地区栽培の丸なす。果皮が柔らかく、果肉緻密、独特の甘味。	
高山真菜 (たかやままな)	豊能町高山地区で江戸時代から栽培。アブラナ科のつけな類。茎部分柔らかで甘味、なばなとしても利用可。	
毛馬胡瓜 (けまきゅうり)	大阪市都島区毛馬町起源の黒いほきゅうり。果長約30cm、果頂よりの3分の2は淡緑白色。果梗部は独特の苦味。	
金時人参 (きんときにんじん)	大阪市浪速区付近の特産として江戸時代から昭和初期に栽培。大阪人参と呼ばれ、根身は約30cmで深紅色。肉質は柔軟で甘味と香気強い。	
田辺大根 (たなべだいこん)	大阪市東住吉区田辺地区の特産であった白首大根。根身は白色の円筒形、末端は少し膨らみ丸みを帯びる。肉質は緻密、柔軟で甘味に富む。	
三島独活 (みしまうど)	茨木市を中心に三島地区で江戸時代から栽培。独特な促成軟化技術で純白で太く大きく、香り高い柔らかな食感。	
高山牛蒡 (たかやまごぼう)	豊能町高山地区で江戸時代から栽培。太いものは中が空洞のため詰め物料理に。特徴は香りが良く柔らかい。	
玉造黒門越瓜 (たまつくりくろもんしろうり)	大阪城の玉造門(黒門)付近発祥地。果長約30cm、太さ約10cmの長円筒型。濃緑色、8～9条の白色の鮮明縦縞あり。	
大阪しろな (おおさかしろな)	江戸時代から栽培。大阪市天満橋付近が盛んであったことから「天満菜」と呼ばれ、葉柄は鮮明で、白色で平軸。	
芽紫蘇 (めじそ)	明治時代初期、大阪市北区源八付近で芽紫蘇等の芽物(源八もの)の栽培が盛んであった。青芽と赤芽、独特の香気と色合い。	
吹田慈姑 (すいたくわい)	江戸時代以前から吹田市で自生していたクワイ。現在流通しているクワイとは異なる。小型のクワイでえぐ味が少なく、栗のようなほくほくした甘さ。	
守口大根 (もりぐちだいこん)	大阪天満宮発祥「大阪宮前大根」の香の物を豊臣秀吉公が「守口漬」と命名、守口大根と呼ばれることとなった。太さ数cm、長さは1mと細長い。	
勝間南瓜 (こつまなんきん)	大阪市西成区玉出町(旧勝間町)発祥。1kg程度で縦溝とコブのある粘質の日本かぼちゃ。果皮は濃緑色、熟すと赤茶色で甘味増す。	
天王寺蕪 (てんのうじかぶら)	大阪市天王寺付近発祥。野沢菜の祖先という言い伝え。根身は純白扁平、甘味強い。肉質は緻密。	
服部越瓜 (はっとりしろうり)	江戸時代から高槻市塚脇地区で栽培。果実は淡緑白色、淡く白い縞。30cm程度まで大きくなる。糟漬は食感よい。	
泉州黄玉葱 (せんしゅうきたまねぎ)	泉州地域で明治時代に選抜された黄色玉葱。代表的品種は今井早生や貝塚極早生。肉質はみずみずしく、柔らかい。球形が扁平。	
碓井豌豆 (うすいえんどう)	明治時代にアメリカから羽曳野市碓井地区に導入。改良されたむき実用えんどう。小型、さやと豆の色合いは淡い。甘味強い。	
難波葱 (なんばねぎ)	江戸時代から大阪市難波周辺で栽培されていたことから難波葱と呼ばれる。葉の繊維柔らかく、強いぬめりと濃厚な甘味。株立(分けつ)が多い。	平成29年4月に9年ぶりに加わる。

出所) 大阪府環境農林水産部農政室ホームページ, 筆者一部加筆,
<http://www.pref.osaka.lg.jp/nosei/naniwanonousanbutu/dentou.html>を参照のこと。(採録日 令和元年7月23日)



出所) 大阪府環境農林水産部農政室ホームページ,
<http://www.pref.osaka.lg.jp/nosei/naniwanonousanbutu/dentou.html>

図1 なにわの伝統野菜

この認証制度の優れている利点としては、出荷する野菜並びにそれを原料として用いる販売用食品・調理品にも販売促進用の認証マークを表示することができることに秀逸性があると言える。

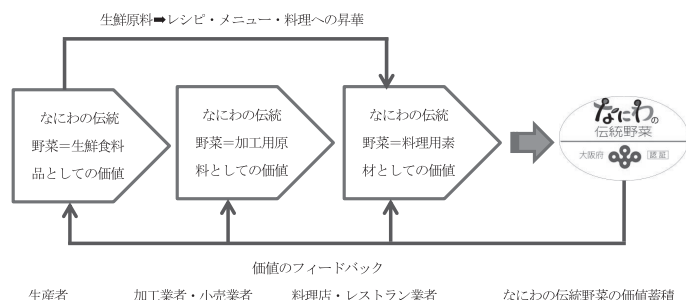
図1 はなにわの伝統野菜の原産地である。

筆者なりこれらの価値をつなげると以下になると考えられる。

生産者(なにわの伝統野菜生産者) + 加工食品製造業者・小売業者(なにわの伝統野菜を原料として使用) + 料理店・レストラン業者(なにわの伝統野菜及びその加工品を料理に使用) = なにわの伝統野菜の最大三重のブランド・プロモーション価値

ということになろう。

こうしたなにわの伝統野菜の三重の価値を、ポーター(1980)の提起した価値連鎖¹²⁾として見ると、下記に示す図2として表現できるであろう。



出所) 筆者作成

図2 なにわの伝統野菜の三重のブランド価値連鎖循環構造

Mar. 2020 大阪府松原市 まったら愛っ娘と難波ネギのブランド化に見る可能性

Ⅲ まったら愛っ娘の経緯と現状

3-1. まったら愛っ娘誕生に至る経緯

大阪府松原市では大阪府が認証するエコ農産物の基準（農薬の使用回数と化学肥料の使用量を府内水準と同様の半分以下）に則って、独自の松原ブランドとしてのブランド化を目指すべくJA大阪中河内と連携することで市内の生産農家への働きかけや取り組みを平成14年から開始し、その成果としては公募の中から愛称として選ばれた名前である「まったく愛っ娘」が誕生することになった。販売については平成16年4月より松原市内の農産物直売所等で始まっている¹³⁾。

基本的な基準は大阪府エコ農産物の枠内での取り決めとなっており、現在では上田ファームなどの農家が認定されている。

平成31年1月の申請時点での松原市内の認証一覧は表2のとおりである。

表2 大阪エコ農産物認証一覧表

	栽培責任者氏名	作物名（農薬・化学肥料5割減認証）	作物名（農薬・化学肥料（チッソ）不使用認証）	作物名（農薬・化学肥料不使用認証）
1	乾 直哉	しろな、こまつな、さつまいも、じゃがいも、おおば、えだまめ	該当なし	該当なし
2	上田 悦男	えだまめ、トマト、ピーマン、さつまいも、きゅうり、だいこん、かぶ、スイートコーン、きゅうり、なす（水なす以外）、非結球レタス、じゃがいも、ミニトマト	該当なし	該当なし
3	岡田 進	こまつな、しろな、ねぎ、オクラ、きゅうり、モロヘイヤ	該当なし	該当なし
4	出口 正広	えだまめ、さつまいも、じゃがいも、オクラ、まこもたけ、れんこん	該当なし	該当なし
5	出水 晃三	ほうれんそう、さやいんげん、きゅうり、オクラ、えだまめ、にんじん、こまつな、しゅんぎく、ミニトマト、じゃがいも	該当なし	該当なし
6	仲川 正明	水稲、さつまいも、さといも	該当なし	該当なし
7	前田 清	えだまめ、オクラ、さつまいも	該当なし	該当なし
8	森本 良行	なす（水なす以外）、ピーマン	該当なし	該当なし
9	山口 英則	きゅうり、なす（水なす以外）、ミニトマト、モロヘイヤ、かぼちゃ	さつまいも、かんきつ、かき	該当なし

出所) 大阪エコ農産物資料（平成31年1月申請）

3-2. まったら愛っ娘の現状

表2で見たように、現在松原市内で大阪エコ農産物としての基準でもって生産している農家は9軒であり、平成31年1月申請時の市町村別申請件数等一覧によれば、松原市からの申請は個人で1件、人数は一人、栽培面積は183.35a¹⁴⁾となっている。

このことから、松原市内産で安全・安心な野菜を購入しようとした場合にその生産量は限られており、前松原市市民生活部産業振興課農政係長前田要一氏にお聞きすると、「まったく愛っ娘」の出荷量を把握できるかどうかという問いに対して、「9軒の各農家で市場、農産物販売所、ネット販売等販路が多様であり全体の出荷量は把握できないということ。それには以前は大阪府が大阪エコ農産物の出荷量を義務

づけていたのであるが、現在は行われていない¹⁵⁾」ということであった。

一般的にマーケティングの観点からすれば、大量生産された製品を全国の市場に流通させるために必要な売れる仕組みづくりが重要ということになるが、一方でブランドの観点からすれば、ブランドの持つ本質は稀少性や誰もが憧れ信奉される他の製品では代替できないものということからすれば、生産量も限られ、流通場所も「畑のつづき松原店」「畑のつづき天美店」「デイリーカナート松原中央店」などに限定化されているため、まったら愛っ娘～松原育ち～という農産物はブランド化された安心野菜であると見てとれ、あとは価格競争での他の大阪エコ農産物の範疇に入らない野菜との競争上の優位性をどの程度保っているかという市場原理に左右されることになる。

Ⅳ 難波葱の歴史と現状

4-1. 難波葱の歴史

先述したように、難波葱は江戸時代から大阪市内の難波周辺で生産されてきた歴史があり、大阪府環境農林水産部農政室ホームページには次のような記述がある。

「口碑によれば和銅4年(西暦711年)頃に難波から京都の九条地区に伝わり、改良されて九条ねぎになったと言われ、また、鴨肉とねぎが入ったうどんを「鴨なんば」と呼ぶのは、難波葱に由来するとも言われている。葉の繊維がやわらかく、強いぬめりと濃厚な甘みが特徴で、株立(分けつ)が多いという性質は、明治時代の文献¹⁶⁾にも紹介されている¹⁷⁾。」

他にも、大阪府南河内農と緑の総合事務所農の普及課と大阪府環境農林水産部流通対策室ブランド戦略推進グループ」が発行した「第2回なにわの伝統野菜 難波葱フェスタ」リーフレットにも「明治時代には現在の南海難波駅周辺で葱畑が広がっていた¹⁸⁾。」との記述もある。

また、産経新聞の記事「産経新聞『「下仁田」だけじゃない…大阪にもあった名物ねぎ」と題する難波葱の紹介についても、「歴史は江戸時代ごろにさかのぼる。大阪府によると、当時の書物には『難波がねぎの産地』との記述があったほか、南海電鉄の前身会社の社史も、明治18(1885)年に完成した難波駅の周辺はねぎ畑だったと記している¹⁹⁾。」

以上のことから、概ね難波葱の存在自体は古くから大阪府内で生産されており、そうした関係会社の歴史や先祖からの言い伝えなどの口碑などもあり、大阪府のなにわの伝統野菜認証制度に見事認められた正統性のあるブランド農産物の一つであると考えられる。

4-2. 難波葱の現状

現在難波葱を大阪府下で生産しているのは、松原市内の農家を中心である。

筆者も実際にこの難波葱を中心となって生産・活動している、稲田元正氏の難波葱の畑を見学させていただき、いろいろとお話を聞くことできた。

一言でいえば、難波葱の本質は、

「葉の繊維が柔らかく、強いぬめりと香り、濃厚な甘みの特徴。とくに冬場(1から3月)が旬で、葉の内側に透明なゼリー状のぬめりが溜まり、葉の切り口からとろりと流れ出すほどになる²⁰⁾」

ということに尽きるのである。

Mar. 2020 大阪府松原市 まったら愛っ娘と難波ネギのブランド化に見る可能性

しかしながら、こうした難波葱の特徴が逆に流通段階ではネックとなり、青果市場の関係者によれば、その独特の強いゼリー状のぬめりゆえに難波葱を切断する際に困難を伴うことから、市場からの支持を失うことになっていったのである。

加えて、難波葱の持つ特徴である、葉が軟らかいため、それを袋詰めする際に、葉先が曲がると入れにくい性質があるため、通常の青ねぎのまっすぐで袋詰めしやすいものとの間の差別化が進んだ結果、その市場での勢力地図が変換され、非常に厳しい立場に追いやられたといえる。

このような時代にあって、いち早く難波葱の特質を見抜き、生産農家の方たちを巻き込みながら奔走されたのが、前松原市市民生活部産業振興課農政係長前田要一氏である。

彼は公務員でありながらも、積極的に生産農家の人々との意見交換を通じて、難波葱の良さを説いて回り、その生産体制の確立に尽力している。平成22年には「難波葱の会」が稲田友正氏ら有志の方の集まりで設立されるなど、難波葱のなにわの伝統野菜としての歴史的正当性と実際の生産量の増加とともに、青果市場でも再評価がなされ、ここ数年においてはがんこフードサービス株式会社の季節限定メニューに難波葱の食材を使用したメニューが開発されたり、松原市内の流通スーパー「デイリーカナート」やJA中河内「畑のつづき」店でも販売されるなど、流通チャネルも充実しつつある。

生産する側も稲田氏の実直な人柄や熱い想いに打たれた人々がこの難波葱の生産に集うことで、現在は15軒の農家が「難波葱」ブランドづくりに勤しんでいる。

基本的に難波葱は路地ものであり、ハウス栽培には向いていないこともあり、松原市内に降り注ぐ太陽光線と地下水、よく手入れされた土壌と生産農家の人たちの熱い愛情が注がれていることになる。

V まったら愛っ娘と難波葱のブランド価値創造戦略

まったら愛っ娘（上田ファームなど9軒）と難波葱（稲田ファーム）は平成29年6月に松原ブランド研究会が創設したLa Matsubara まつばらブランドに認定されている。

現在La Matsubara まつばらブランドに認定されている生産農家は9軒あり、それらは大阪エコ農産物と同水準の農薬・化学肥料5割減の松原市オリジナルブランドであるまったら愛っ娘としての安全安心な野菜としての位置づけとなっている。

La Matsubara まつばらブランド²¹⁾で認定されているまったら愛っ娘～松原育ち～は大阪産（おおさかもん）であり、大阪エコ農産物として認証されていることから三重のブランド価値を持っていることになる。

一方、難波葱生産農家の稲田ファームは大阪産（おおさかもん）ではあるが、大阪エコ農産物には現状では申請していないことから、La Matsubara まつばらブランドとしての認定に留まっていることになっているが、歴史的な背景としてのブランド価値としては、約100年前から大阪府内で栽培されてきた鳥飼茄子や高山真菜と同様に、難波葱は平成29年4月になにわの伝統野菜に新たに追加されたことから、これも「大阪産（おおさかもん）」と「La Matsubara まつばらブランド」、及び「なにわの伝統野菜」という三重のブランド価値を同様に保持していると判断できる。

稲田氏の話では、大阪エコ農産物の指定を受けるための活動をする自体はやぶさかではないが、特に申請書類上の煩雑さや手間の多さ、残留農薬の調査等は検査品としての一定量以上の無料提供があるため、本来は流通市場に並べるはずの商品としての存在が常に消し去られているということが要因であろう。

Ⅵ 結論－農産物資源ブランドの今後について－

松原市内の農産物において少数気鋭の生産農家の存在と、松原市市民生活部産業振興課農政、JA 大阪中河内 松原営農センター営農指導委員たちが中心となってその真のブランド化に取り組んできた成果が大阪エコ農産物やなにわの伝統野菜、大阪産（おおさかもん）、La Matsubara（まつばら認定事業）として認証されたことになる。

海外からの低価格の農産物やその加工食品の数々が日本の家庭の食卓やいわゆる外食産業のチェーン店等で採用されていることからすれば、日本の一般的な生産農家にとっては非常な脅威と見るのが一般的となっている。

しかしながら、ニッチな市場においては誰もが真似をすることができない、徹底したその製品・サービスのブランド化が求められることになる。ブランドは一度消費者に認知され、恒常的な製品・サービスの継続的な供給システムの確立と流通システムの整備などにより、そのブランド価値を高めていくことになる。

本研究においては、ここではその優秀な選ばれた種子の適切な管理とその生産への波及、生産農家における農薬使用料および使用回数の減量化、生産農家の損益分岐点を踏まえた上での価格交渉、大手スーパー店やJA 関連のお店での販売に見る流通ルートの確保、大阪府南河内農と緑の総合事務所農の普及課と大阪府環境農林水産部流通対策室ブランド戦略推進グループとの協力により開催された難波葱フェスタ、自らのホームページでの広報活動²²⁾やSNS²³⁾や新聞・雑誌・テレビ等を通じた情報発信などに見られるように、生産から販売、消費に至る価値連鎖の流れが価値として、しっかりとつながり、それらが蓄積されることで、そのブランド価値を毎年確実に拡大させていることになる。

ブランドの本質が稀少性と高価格（一般的なコモディティ商品と比較して）であることからすれば、今回取り上げさせていただいた「まったら愛っ娘」と「難波葱」の存在は、近年数多くの農産物がブランド化され具体的なネーミングがなされており、さらには、売り上げ面や認知度において全国的に有名な農産物ブランドに接近しようとしてはいるものの、それらは表面的なブランド化＝名前が真新しい、他の農産物との正統性の欠如や差別化のあいまいさに留まっていることからすれば、この「まったら愛っ娘」と「難波葱」はそうした課題をクリアするべく努力を続けている生産農家であると考えられることになる。

今後の課題としては、まったら愛っ娘においては大阪エコ農産物の認証を毎年受け続けなければならないため、本来農産物市場に流通させるべき商品を、検査の試料として無償で提供しなければならず、そのことは実質的な出荷量に影響し、収益構造にも関係するという、生産農家みなさんの高齢化等により後継者問題が浮上してくるということもあり、また大阪市の郊外のベッドタウンでもある松原市においても住宅地化が進み、生産農家としての環境保持に苦慮するなど、本来の農地改良や害虫駆除、農産物に関係する病気の予防・対策以外にも、生産農家を取り巻く新たな環境圧力が年々高まっていくということになる。

同様に難波葱においては大阪エコ農産物で求められている農薬の減量、使用回数の減少に向けた取り組みが今後可能かどうか、なにわの伝統野菜及びLa Matsubara まつばらブランドとして生産者ブランドとしての名称認定を受けている15軒の生産農家としての品質のレベルの統一の重要性である。そこには絶えず15軒の農家による品質・サービス向上に向けた飽くなき挑戦と、内部からの改革意見の吸収や外部からの消費者行動調査など、今後難波葱というブランドがよりブランド価値を高め、それがツムラ本店の河内鴨と難波葱でかたちづくられる鴨ねぎ鍋（まつばら鍋）や治部煮（まつばら治部煮）として、全国の消費者がこの大阪府松原市でしか味わえないおいしいものの創造ということで、常に生産現場の本質はその場＝土壌と価値連鎖の最終段階であるレストラン・和食店、家庭の食卓を意識した情報価値

Mar. 2020 大阪府松原市 まったら愛っ娘と難波ネギのブランド化に見る可能性

の提供である。

消費者のこころは移ろいやすく流行に流されやすいということを踏まえれば、こどもたちの給食にこうしたブランド化された食材の提供による新たなメニューづくりとそのレシピの開発、普及は非常に重要になるであろうし、今後海外から日本に観光で来日される外国人観光客へのPR活動や実際の食体験を定番化することで、イベント的ではない地に足のついたブランド価値基盤の強化にもつながることが大切になってくるであろう。

【資料 1】

大阪エコ農業推進基本方針

平成 13 年 3 月
平成 28 年 11 月改正

1 趣旨

21 世紀は「環境の世紀」といわれ、物質面での豊かさを追い求めるこれまでの大量生産・大量消費・大量廃棄の「使い捨て」型社会から、生産から流通、消費、廃棄に至るまで物質の効率的な利用やリサイクルを進めることにより、資源の浪費が抑制され、環境への負荷の少ない「循環型社会」・「エコロジー社会」への転換が急務となっている。

農業は、土壌、水、大気や微生物などの自然資源を活用し、物質循環を基礎とした生産活動を行っており、元来自然環境ともしっかりと調和のとれた産業である。

しかしながら、近年、化学肥料、農薬等の多投入、家畜ふん尿等の不適正な処理が環境に悪影響を及ぼすという場面も生じており、農業分野においても環境への負荷軽減に向けた努力が求められている。

そのため、本府では平成 13 年 3 月に「大阪エコ農業推進基本方針」(以下「基本方針」という。)を策定し、化学肥料の施用量の削減及び化学合成農薬の使用回数を削減した病虫害防除の推進を柱に据え、天敵や性フェロモン剤等の生態系利用防除法や、太陽熱を利用した耕種的防除法などの手法を組み合わせ、病虫害の総合防除や施肥技術の普及に努めてきたところである。

こうした中、平成 18 年 12 月に有機農業の推進に関する法律(平成 18 年法律第 112 号:以下「有機農業法」という。)が制定され、化学肥料及び農薬を使用しないこと並びに遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境の負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる有機農業を推進することとなった。

府として地球環境保全や循環型社会構築への取組が急務であることから、基本方針に有機農業法の取組を明確化して組み入れることにより、環境負荷の少ない農業を積極的に推進するものである。

2 大阪エコ農業の概念

エコ農業とは、生産性との調和及び農業経営面における採算性に留意しつつ、環境負荷の軽減に配慮した持続的な栽培により、府民が求める安心農産物を生産することを基本に、農業の持つ物質循環機能を活かしながら地域環境の保全にも寄与していく農業をいう。

有機農業とは、エコ農業に含まれるものであり、化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと並びに遺伝子組み換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業をいう。

3 大阪エコ農業推進に向けた基本方針

- 1) 農業の環境負荷の軽減を図ることによる府民の求める安心農産物生産の推進
- 2) 農業経営を成立させるための支援の推進

- 3) 有機物資源による循環型農業の構築
- 4) 農業の地域環境に与える負荷軽減・循環システムの推進
- 5) 生産者から消費者までの幅広い府民合意に基づく運動の展開
- 6) 生物の多様性保全

4 推進内容

大阪エコ農業の推進を図るために、具体的推進システムとして下記の事項を実施する。

1) 農業の環境負荷の軽減を図ることによる府民の求める安心農産物生産の推進

本府としては、有機物等による土づくりや病害虫の総合防除技術、効率的施肥技術を駆使した栽培管理手法や有機農業を推進することとする。

府民に対して「より安心であること」や「環境に配慮して生産した農産物であること」をアピールする観点から、府独自の作物別の農薬の使用回数等を規定する栽培基準を策定し、その基準の1/2以下の使用を目標とした栽培管理手法を推進する。

また、化学肥料及び農薬を使用しない有機農業については、有機農業に関する技術体系が十分に確立されていない状況であることを踏まえ、新たな知見に基づく耕種の防除技術を提供するなど有機農業者等の自主性を尊重しながら推進する。

2) 農業経営を成立させるための支援の推進

エコ農業や有機農業に取り組む農業者を経営面から支援するとともに、府民へのアピール、ブランド化を進めるために、府で定める栽培基準の1/2以下での生産の実施が確認された農産物を知事が認証する制度を推進する。

さらに、知事によって認証された農産物（以下「認証農産物」という）に「認証マーク」を添付して出荷するシステムを構築するとともに、各種イベント等を通じ広く府民にPRするほか、認証農産物が有利に販売されるように流通・販売業者との連携を強化し、消費者がこうした農産物を容易に入手できるようにする。

有機農業により生産された農産物については、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）による有機農産物JASマーク制度がすでに整備されている。これを受けて、府内産有機農産物の生産・販売拠点等をホームページ等にとりまとめて紹介するなどにより購入を希望する消費者の購買行動につながる支援を進める。

3) 有機物資源による循環型農業の構築

植木のせん定枝、稲わら、家畜ふん等の農業生産由来の有用な有機物資源の堆肥化を推進し、農業のもつ物質循環機能の増進を図る。

4) 農業の地域環境に与える負荷軽減・循環システムの推進

農業のもつ物質循環機能をいっそう強化・アピールするために、地域内から出る食品残さ等未利用有機物を堆肥化し、地域内農地に還元するという地域全体の環境保全に寄与する資源リサイクルシステムについても、調査研究を進めるとともに、モデル地区での実証検討を行う。

また、農業が地域環境に与えている負荷を軽減するために、ハウス等での使用済ビニールやマルチ資材、肥料袋、農薬の空容器等の適正処理についても、啓発指導を徹底する。

5) 生産者から消費者までの幅広い府民合意に基づく運動の展開

大阪エコ農業を推進するに当たっては、有機農業を含む大阪エコ農業が、食の安全安心のみならず、農業の物質循環機能を増進し、農業生産に由来する環境への負荷を低減するものであり、生物多様性の保全に資するものであることについて、生産者はもちろんのこと関係者、消費者までの幅広い府民合意に基づいた運動として展開する。

Mar. 2020 大阪府松原市 まったら愛っ娘と難波ネギのブランド化に見る可能性

5 具体的な推進方策

大阪エコ農業の推進を図るために、下記の具体的方策を実施する。

1) 試験研究による技術開発・体系化及び展示などによる技術普及

大阪エコ農業の推進につながる技術・資材の開発・普及を図るため、(地独)大阪府立環境農林水産総合研究所における試験研究や、農政室推進課病害虫防除グループを中心とした総合的病害虫・雑草管理(IPM)指標モデルの作成、各農と緑の総合事務所農の普及課における各種技術実証展示ほに、積極的かつ計画的に取り組むものとする。

また、資源リサイクルによる堆肥化の推進を図るために、効率的な堆肥化の方法や効果的な施用方法についても、試験研究や技術実証に取り組むものとする。

特に有機農業については、国の研修を活用するとともに、先進的な有機農業者との連携を強化するなど支援を強化する。

2) 推進状況の把握及び事例調査の実施

本府における大阪エコ農業の推進状況を把握するために、土づくり、施肥、農薬の使用等に係る主要な農業技術の普及状況や、エコ農業に取り組む農業者の意識や課題等の実態調査を行うものとする。

また、本府における今後の推進の参考に資するために、他府県等における取組状況等についての事例調査も行うものとする。

さらに、資源リサイクルについても、府内の取組状況や地域における問題点・課題等の抽出を実施するとともに、他府県等の先進事例の調査・研究にも努めるものとする。

3) 幅広い意識啓発の推進

協議会、研修会等の開催、各種広報媒体等の利用により、農業者、農協営農指導員、消費者、流通関係者、市町村担当者等に対して、大阪エコ農業の推進に関する意識啓発を行い、この実践や意識の高揚を図る。

特に、農の普及課においては、各種の研修会、講習会、消費者参加型イベント等を積極的に活用してこの啓発を行うものとする。

4) 流通関係者や府民の協力体制づくりや理解の推進

エコ農業や有機農業により生産された農産物の生産振興を図るためには、農家経営上のメリットが不可欠であり、認証農産物のブランド化を推進する必要があることから、特に流通関係者や府民との協力体制づくりに配慮するものとする。

また、大阪エコ農業が安心農産物の供給のみならず、環境と調和の取れた農業を目指すものであることについて、消費者の理解を促していくものとする。

5) PR及び販売への取組の推進

大阪エコ農業の推進を図るためには、府民の認知度の向上を図ることが重要なため、各種イベントにおけるPR活動や、販売面で有利となるような取組の検討と実践について行っていくものとする。

また、大阪エコ農業に取り組む農業者やJAなどの出荷団体等と、農産物の流通業者や販売業者等との連携・協力体制を構築し、認証農産物や有機農業により生産された農産物の流通・販路拡大を図るものとする。

6) 補助・融資等各種施策の積極的活用

大阪エコ農業がより加速度的に確立・普及するよう、有機物供給施設、堆肥原料等製造施設、土壌診断、生育診断施設などの施設整備促進を積極的に行うため、各種補助事業・融資等の積極的活用を図るものとする。

7) 大阪版認定農業者制度の活用

小規模であっても環境に配慮した栽培管理手法により認証農産物等を生産し、出荷・販売する農業者

については「大阪版認定農業者」などの新たな制度を活用し、積極的に支援していくものとする。

6 推進体制

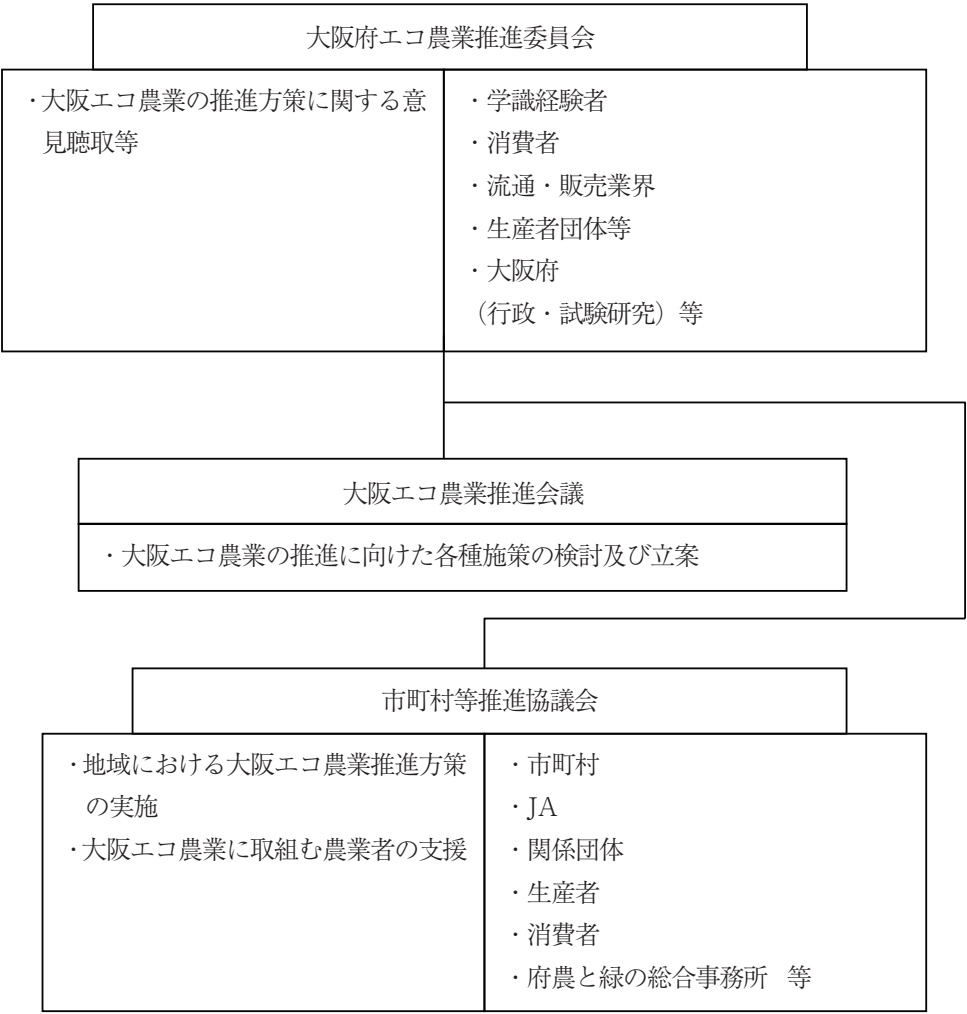
基本方針の具体化に向け、別表に示す推進体制を整備する。

また、全市町村で推進体制が整備されるよう、市町村や関係団体に積極的に働きかける。

7 その他

本方針は平成18年12月に成立した有機農業法第7条第1項に基づく都道府県の推進計画としても位置づけるものとする。

〔推進体制〕



【資料2】La Matsubara まつばらブランドについて

大阪府松原市を広くPRするため立ち上げた「まつばらブランド」です。

「まつばらブランド認定事業」は、松原市内の事業者の優れた商品や技術・ビジネスモデルを認定し、その商品価値や企業価値を全国にPRします。そこからネットワークを広げていくことで地域産業のよ

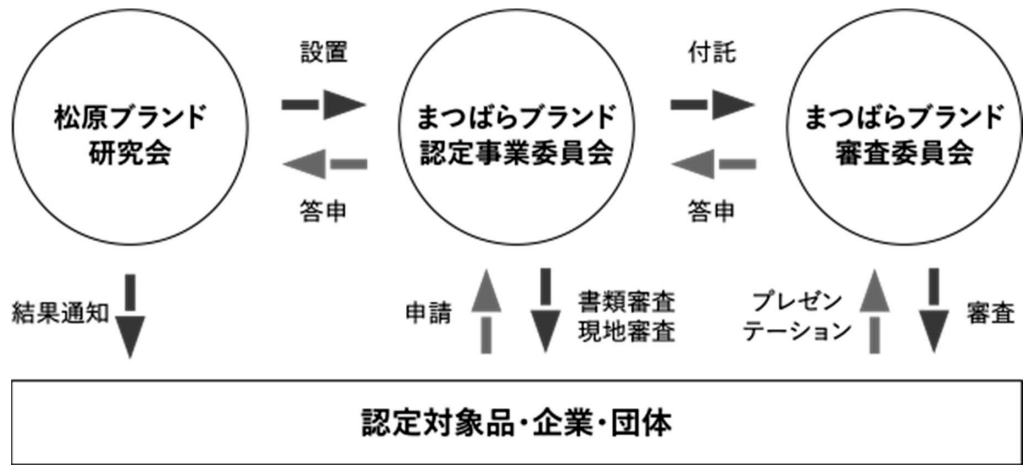
Mar. 2020 大阪府松原市 まったら愛っ娘と難波ネギのブランド化に見る可能性

り一層の発展と、松原市のCITYイメージの向上を図ります。

認定制度について

認定方法

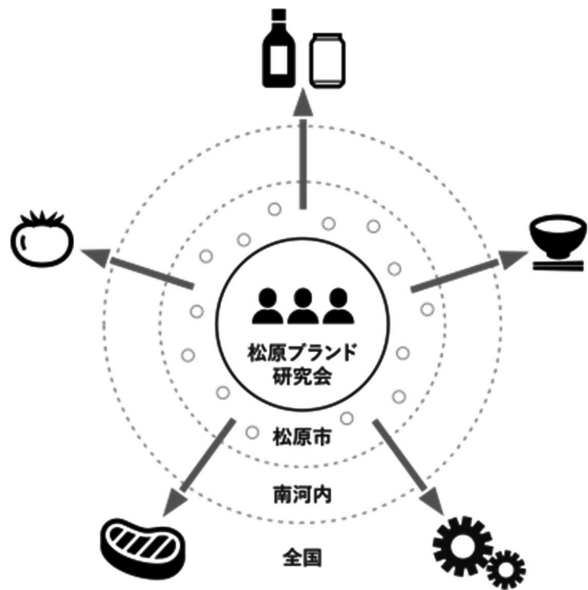
認定基準による評価を行い、まっばらブランド認定事業委員会の審議を以て決定します。



認定された商品・企業・団体には

認定された商品・企業・団体にはまっばらブランド認定マーク「La Matsubara」が付与され、販路拡大のためのPR支援などの事業を産官学一体で展開し、全国へアピールします。

松原ブランド研究会とは



VISION 展望

「松原」を全国区に！

松原市を含めた南河内は、素晴らしい文化遺産や自然・食材や産業の宝庫でありながら、まだまだ認知度が低いのが現状です。その現状を打破し、全国に松原や南河内の価値を知っていただくことが松原ブランド研究会のビジョンです。

MISSION 役割

「まつばらブランド」の価値を創造！

地元の生産物を生かした地産地消の観点から新たなブランド (La Matsubara) を創造し、地域のまち起こしの起爆剤ともなるような人が集い・語らう場として、ビジネスの立場からのブランド価値の創造を行っていきます。

ACTION 姿勢

松原ブランド研究会の3つの姿勢

知られていない松原の「ええもん」を発掘

日本で生産されている3分の1が松原市で生産されている、真珠を造る「元」となる「真珠核」や、「印材」「金網」「まったら愛っ娘～松原育ち～」「南河内のワイン」など南河内や松原市に誇れるものは数多くあります。それらを発掘し、全国に発信していきます。また、もうすでに知名度のある河内がもについても、新たに価値を見直していきます。

点から線、線から面へとつながり、地域課題を解決

現在の地域名産品が直面している課題について、産官学(松原市・松原商工会議所・一般社団法人松原青年会議所・阪南大学)に加え、広く一般の市民の皆様にも参加を呼び掛けることで、そうした課題解決へと向けた施策を練り上げるとともにビジネスとして成立するモデルを構築していきます。

実態調査や研究を重ね、ブランド価値を向上

さまざまな意見を収集し相互に交流するとともに、地域ブランドの実態調査や研究・報告を行いながら、地域の活性化に貢献していきます。ブランドを質量ともに複層構造化していくことで、ブランドイメージや価値を向上させていきます。

【謝 辞】

本研究はJSPS科研費 JP16K03966 の助成を受けたものです。

注

- 1) 本研究は前松原市市民生活部産業振興課農政係長前田要一氏、上田ファーム上田悦男氏、稲田ファーム稲田元正氏、JA大阪中河内松原営農センター営農指導委員木浦秀至氏、La Matsubara まつばらブランド認定 創作揚げ工房さ・ん・ぽ 後中正雄氏・富美子氏へのインタビュー調査等を通じて大変お世話になった。記して謝意とする。また、平山弘が世話人代表を務める松原ブランド研究会においても、以下の世話人の方々に協力をいただいた。衷心から感謝申し上げる。松原市市民生活部産業振興課課長中尾憲次氏、松原市市長公室企画政策課副理事兼課長松本久次氏、松原市市民生活部産業振興課 丸山裕樹氏、松原市市民協働部いきがいの学習課 課長津村直輝氏、松原商工会議所中小企業相談所長・業務課長山科友嗣氏、松原商工会議所業務課中野光彬氏、一般社団法人松原青年会議所専務理事仲田幸祐氏、有限会社ツムラ本店代表取締役社長津村佳彦氏、株式会社エム企画代表取締役社長岸田充三郎氏、

Mar. 2020 大阪府松原市 まったら愛っ娘と難波ネギのブランド化に見る可能性

松原ブランド研究会会員 水野清美氏の各氏である。他にも松原市民生活部産業振興課参事金徳洙氏、同課農政係長川谷昌俊氏にも御礼申し上げたい。なお、本稿では「ねぎ」の表記を「ネギ」「葱」「ねぎ」という3種類でおこなっている。筆者が世話人代表を務める「松原ブランド研究会」では「難波ネギ」として扱っており、稲田氏を始めとする「難波生産農家のグループ」はネギを漢字表記している。「ねぎ」については一般的表記として記述している。

- 2) 松原市ホームページ「松原市の概要」を参照のこと。<https://www.city.matsubara.lg.jp/material/files/group/21/20110530-165005.pdf> (採録日 2019年6月18日) および『広報まつばら』https://www.city.matsubara.lg.jp/shisei/kouhou/3/9_1/10513.html (採録日 2019年6月18日)。
- 3) 松原市総合計画第5次基本計画 <https://www.city.matsubara.lg.jp/shisei/keikaku/7790.html> (採録日 2019年6月18日)。
- 4) 松原市ホームページ「まったく愛っ娘～松原育ち～」を参照のこと。https://www.city.matsubara.lg.jp/soshiki/sangyou_shinkou/1/3/6/3607.html (採録日 2019年6月18日)。
- 5) 「まったく愛っ娘～松原育ち～」の“まったく”とは、河内地方で古くから使われている方言で「松原」がなまったものであり、“愛っ娘”は、愛娘のように地元野菜を愛情こめて大事に育むイメージから、このように名付けられた、ということになる。(前掲ホームページを参照のこと)。
- 6) 大阪府環境農林水産部農政室ホームページを参照のこと。<http://www.pref.osaka.lg.jp/attach/4380/00207677/ecokihonhousin161117.pdf> (採録日 2019年7月22日)。
- 7) 農林水産省ホームページを参照のこと。<http://www.maff.go.jp/j/seisan/kankyo/yuuki/pdf/d-1.pdf> (採録日 2019年7月22日)。
- 8) 前掲ホームページを参照のこと。
- 9) 前掲ホームページを参照のこと。
- 10) 大阪府環境農林水産部農政室ホームページを参照のこと。<http://www.pref.osaka.lg.jp/nosei/naniwanonousanbutu/ninteiseido.html> (採録日 2019年7月22日)。
- 11) 大阪府環境農林水産部農政室ホームページを参照のこと。<http://www.pref.osaka.lg.jp/nosei/naniwanonousanbutu/dentou.html> (採録日 2019年7月22日)。
- 12) Porter, M. E. (1985), *Competitive Advantage*, The Free Press. (土岐坤・中辻萬治・小野寺武夫訳 (1985)『競争優位の戦略』ダイヤモンド社, 2章を参照のこと)。
- 13) 松原市ホームページを参照のこと。https://www.city.matsubara.lg.jp/soshiki/sangyou_shinkou/1/3/6/3607.html (採録日 2019年7月18日)。
- 14) 1aは100㎡から換算すると、183.35a=18,335㎡となる。
- 15) 令和元年6月16日付、メールの取材(山口晴子宛て)による。
- 16) 明治43(1910)年発行、種苗会社品種カタログ、大阪市経済戦略局産業振興部産業振興課ホームページを参照のこと。<https://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/page/0000396224.html> (採録日 2019年7月22日)。
- 17) 大阪府環境農林水産部農政室ホームページを参照のこと。<http://www.pref.osaka.lg.jp/nosei/naniwanonousanbutu/dentou.html> (採録日 2019年7月22日)。
- 18) 大阪府南河内農と緑の総合事務所農の普及課と大阪府環境農林水産部流通対策室ブランド戦略推進グループ」が発行した「第2回なにわの伝統野菜 難波葱フェスタ」リーフレット。
- 19) <https://www.sankei.com/premium/news/190212/prm1902120002-n1.html> 産経新聞「「下仁田」だけじゃない…大阪にもあった名物ねぎ」(2019. 2. 12 14:00 プレミアム)。
- 20) 大阪府南河内農と緑の総合事務所農の普及課と大阪府環境農林水産部流通対策室ブランド戦略推進グループ」が発行した「第2回なにわの伝統野菜 難波葱フェスタ」リーフレット。
- 21) <http://la-matsubara.jp/> La Matsubara まつばらブランドホームページ。
- 22) <http://nambanegi.com/> 難波葱公式ホームページ (採録日 2019年7月22日)。
- 23) <https://www.facebook.com/nambanegi/> 難波葱フェイスブック (採録日 2019年7月22日)。

(2019年11月22日掲載決定)