

村山地域における原木なめこのブランド力向上に向けた取組について

山形県村山総合支庁産業経済部森林整備課 林業普及指導員 阿部健太

1 はじめに

山形県村山地域は、県庁所在地である中核市の山形市を含む7市7町で構成されます。令和4年の特用林産物生産統計調査によると、村山地域におけるきのこの生産量は344トンで、以前から豊富な広葉樹資源を活用して原木きのこの生産が行われてきました。その中でも特に生産量が多いのは原木なめこで、都道府県別の生産量は全国1位です(表1)。

また、令和4年の県内の市町村別原木なめこ生産量は、県全体の4分の1を占める西川町をはじめ、寒河江市、尾花沢市と、村山地域の市町が上位にあります(図1)。

表1：都道府県別の原木なめこ生産量(特用林産物生産統計調査) (単位：t)

年	1位	2位	3位	4位	5位	・・・	計
H30	山形県	岩手県	秋田県	鳥取県	長野県	その他	
	21.7	7.2	7.1	6.4	4.7	24.8	71.9
R1	山形県	秋田県	鳥取県	岩手県	岡山県	その他	
	16.8	10.0	6.7	4.8	4.3	22.9	65.5
R2	山形県	秋田県	群馬県	鳥取県	岩手県	その他	
	20.1	8.5	6.9	6.9	6.6	31.1	80.1
R3	山形県	宮城県	長野県	秋田県	熊本県	その他	
	21.8	20.8	9.6	8.4	5.4	24.4	90.4
R4	山形県	宮城県	秋田県	岩手県	福島県	その他	
	15.3	11.2	7.3	4.4	3.9	17.1	59.2

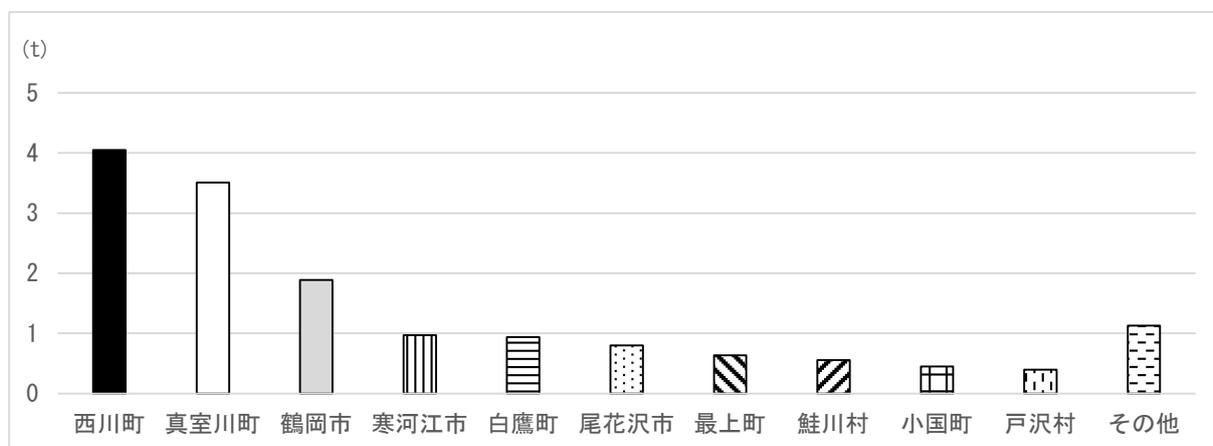


図1：令和4年の山形県における市町村別の原木なめこ生産量(特用林産物生産統計調査)

県内有数の産地である村山地域で生産された原木なめこは、味に対する評価や消費者からのニーズが高く、県内の産直施設などのほか、隣県や首都圏でも販売されています。その一方で、生産には次のような課題があります。

- ・気温、降水量、乾燥などの気象の影響を受け、安定生産が難しい。
- ・収穫できる期間が秋の数週間に限られる。
- ・特産物としての認知度が低い傾向にある。
- ・生産者の高齢化、後継者不足により、将来の生産量の低下が危惧される。

そこで、村山地域における原木なめこの特産物としての認知度の向上や生産・消費の拡大に繋げるため、県内で生産される原木なめこの魅力を発信し、ブランド力向上に向けた取組を行うこととしました。

2 取組方法

日本特用林産振興会により「きのこの日」に制定された10月15日から11月15日の期間は、きのこの生産及び需要が高まる時期であることから、「原木なめこブランド力強化期間」に設定し、以下の(1)から(3)の取組を村山地域原木なめこブランド力向上対策事業として行いました。

(1) きのこの食のPR・普及啓発活動

山形県産のきのこを広くPRするため、10月21日及び22日に開催された「山形県林業まつり」において、きのこを販売する出店者のブースで「山形県山菜・きのこ振興会」のホームページを紹介し、県産きのこの情報を発信しました(図2-1、図2-2)。このホームページは、山形県内で採れるきのこの種類や、きのこを使ったレシピ、販売、提供する店などの情報が掲載されているもので、きのこを購入した人にホームページを見てもらうよう声をかけました。



図2-1：配布したチラシ



図2-2：「山形県林業まつり」でのきのこのPR

(2) 原木なめこ収穫体験活動

原木なめこの魅力を広く発信し、生産意欲の向上につなげることを目的として、11月6日に寒河江市において、原木なめこの収穫体験活動を開催しました。参加者は、近年きこの栽培を始めた農家の方やこれからきこの栽培を始めたい若手農家の方、県内でラジオ番組を持つシンガーソングライターの庄司紗千さん、山形市内で飲食店を運営する料理人の方などです。講師は寒河江市で長年原木なめこを栽培する生産者に務めていただきました。体験活動では、原木なめこの特徴や栽培方法等の説明の後、参加者は実際に原木なめこを収穫し、地元の方に調理してもらった原木なめこ料理の試食を行いました（図3-1、図3-2）。

収穫と試食を終えた参加者からは、

「生産量を増やすことで原木なめこの魅力を発信したい」

「新規就農する際に品目の一つとして原木なめこを栽培し、消費者に届けたい」

「店での提供に加えて栽培もしていきたい」

「調理方法を含めて魅力をSNSでPRしていきたい」

など、前向きな感想を多くいただきました。

収穫体験活動の様子は新聞記事に掲載されたほか、参加したシンガーソングライターの庄司紗千さんによってラジオ番組やSNS等を通じて県内外に発信されるなど、収穫体験活動を通して原木なめこの魅力を広くPRすることができました。



図3-1：原木なめこの収穫体験



図3-2：原木なめこ料理の試食

(3) 原木なめこの学校給食への提供

原木なめこの消費は高齢層に偏る傾向があるため、子どもたちに地域の特産物としての原木なめこをPRすることを目的として、11月8日に原木なめこの生産が盛んな西川町内の全小中学生247人の学校給食に地元産の原木なめこを提供しました（図4-1、図4-2）。

児童からは、

「いつも食べているものよりも大きく、食感も違いおいしかった」

「西川町で生産した原木なめこの特徴を知ることができた」

などの感想がありました。



図4-1：味噌汁に原木なめこを使用した給食 図4-2：原木なめこを食べる児童

3 結果

「原木なめこブランド力強化期間」の取組により、新聞記事やSNS等を活用し広く魅力を発信したことで今後の生産・消費の拡大に向けた成果が得られました。

その一例として、後日、収穫体験活動に参加した若手農家から「新規就農する際に原木なめこを栽培したいので、所有する山林での栽培が可能か教えてほしい」との相談がありました。相談を受け、収穫体験の講師と現地を確認したところ、スギ林の下で適度に日陰になることや平らで作業がしやすいこと、近くに広葉樹林があり原木を調達しやすいことなどから、栽培に適した場所と判断されました(図5-1、図5-2)。そこで、令和6年度からの栽培に向けて準備していくことになり、生産者の確保に繋げることができました。



図5-1：栽培候補地の確認



図5-2：栽培の適地

4 結論

今回の取組は新たな生産者の参入に繋がり、若手生産者や後継者の確保の改善に寄与しました。特に収穫体験活動でSNSやラジオ等で広く情報を発信する手段を持つ方や栽培に興味を持つ若手農家の方の協力を得られたことは、原木なめこの認知度の底上げへの効果的な取組となりました。

今後も引き続き生産・消費の拡大に向けて原木なめこを積極的にPRし、生産に加えて加工、流通に係る課題にも取り組みながらブランド力を高めていきたいと考えています。