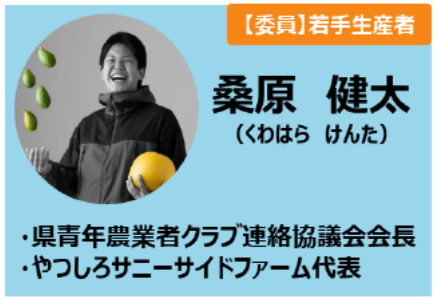
取組発表資料

令和7年（2025年）11月6日

～目次～

○有村友美・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
○桑原健太・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
○島田源太・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
○長尾康・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
○宮本けんしん・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 27
○守田真里子・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 29
○山本浩二・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37
○熊本県立熊本農業高等学校・・・ 40

「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョン
有識者委員



熊本県立熊本農業高等学校

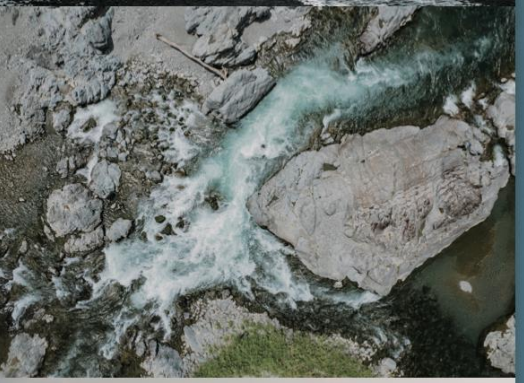
有村　友美（人吉温泉　あゆの里）
「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョン有識者委員

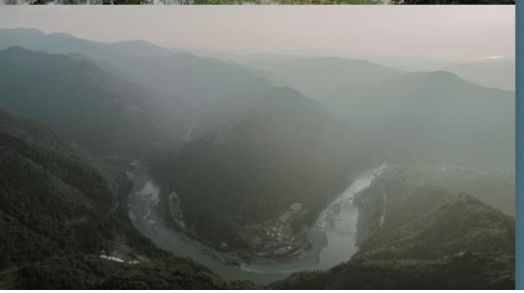
熊本を食で盛り上げる宣言

地域に根ざす旅館として、生産者とともに
熊本の食を未来へつなぎます！

ハイエンド層インバウンド向けの
「球磨焼酎ツアー」を造成・運営しています！

DISCOVER
HITOYOSHI





人吉温泉

あゆの里

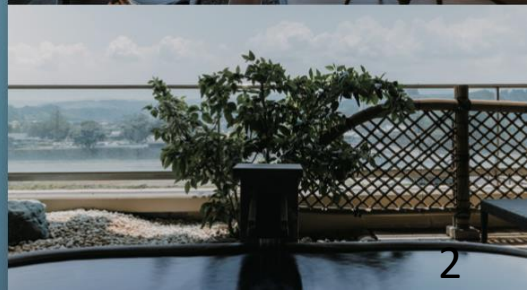
HITOYOSHI

AYU NO SATO

Established in 1941

DISCOVER HITOYOSHI

Kuma Valley is Said To Be One of The Most Blessed Hidden Gems In Japan,
Protected With Care Over 700 Years By The Sagara Clan,
And So It Possesses Many Riches Than Have Been Inherited and Refined.
We Hope You Can Experience The Attraction and Value of
This Place To The Depths of Your Heart's Content.



The Spirit of Kuma Valley

Guided by an Authority: Christopher Pellegrini

桑原　健太（熊本県青年農業者クラブ連絡協議会）
「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョン有識者委員

熊本を食で盛り上げる宣言

熊本の「食」を支える次世代の生産者たちと
学び合い、高め合い、
より良い生産物をつくるとともに、
熊本にはとても魅力的な
生産者がいるということを
全国に轟かせることを誓います！

桑原　健太（熊本県青年農業者クラブ連絡協議会）

熊本を食で盛り上げる宣言

プロジェクト発表で各々の経営課題を改善。
全国大会へ毎年発表者を輩出！

桑原　健太（熊本県青年農業者クラブ連絡協議会）

熊本を食で盛り上げる宣言

聞いて、見て、実感して。実りある学びの機会の提供。

桑原 健太（一般社団法人Fam Lab8）

熊本を食で盛り上げる宣言

農業を、生産を、生産者を知れば
もっと「食」は豊かになる！

Fam Lab8

Making the World Fun with Agriculture

桑原　健太（熊本県青年農業者クラブ連絡協議会）

熊本を食で盛り上げる宣言

農業×スポーツ＝アグリスポーツ
農業、アクティビティ、宿泊を通じて
熊本の「食」の魅力を存分に味わってもらう。

島田源太（あつまるHD・熊本経済同友会）
「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョン有識者委員

熊本を食で盛り上げる宣言

熊本の食を通じて熊本の魅力を発信！

・月1回以上外食をして自ら熊本食の魅力を感じ伝える
・料理人（お店）へのリスペクトと価値ある食への理解
・県産食材の理解と発信
・日常も非日常も熊本を食を楽しむ街へ

（長尾　康 ）（ＳＧＳ株式会社 ）
「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョン有識者委員

熊本を食で盛り上げる宣言

熊本県が持つ魅力を俯瞰的に見ることで、
都心部～各県、そして国外でも通用する、
新たな「熊本の食」ブランドを創造します！

県内のブランド力向上等を
ネットワーキングを軸に推進していきます！

事業紹介
（一部抜粋）

長尾　康 （yasushi nagao）略歴

1974年生まれ 熊本市在住・阿蘇市出身　　SGS 株式会社 代表取締役／CEO

IWATAYA
1998～
2003/5Y

百貨店（小売り）業に携わり約18年。
主に食品部にてバイヤー＆マネージャーを経験

くまもと阪神
2003～
2015/13Y

地域商社
2016～
2022/6Y

全国の商品を取り扱う百貨店とは違い、地域に特化した商品の取り扱いや仕組みを構築する。（卸機能）

SGS
2022
04・05
～

地方創生（地域共創）事業

企画立案・チーム組成→提案→実行　　県・くまもとDMC連携

2022年～2025年　大阪梅田地区「大阪梅田ジャック」
2024年～2026年　東京銀座地区「銀座ジャック」

地方創生（地域共創）事業

大阪の事例：
参加いただく6施設（今年度は2施設が新規参画）
では期間中、くまモンのイベントや加工品の販売に加え、
飲食店約150店舗が熊本の食材を使用した特別メニューを一か月間提供。

地方創生（地域共創）事業

東京の事例：
松屋銀座店を中心に、ユニクロ、無印良品、銀座名店約50店舗に
ご参画いただく。

地方創生（→地域共創）事業

①オープニングセレモニー

1ヶ月間のイベントの始まりを記念し、くまモンを招聘してオープニングセレモニーを開催予定。
開催時期は11月1日（土）で検討中。
場所についても、現在検討中。

②マッチング商談会

飲食店シェフ等に熊本県産食材等を試食していただき、11月の梅田ジャック開催に向けたメニュー開発のイメージ創出につなげる。
（6月25日に大阪開催）

③熊本フェア

各施設の中の飲食店や小売店・催事場でくまもとモンを提供する機会を提供。

飲食店ジャック

くまもと県産酒・県産食材を使用したメニューを商業施設内の飲食店で販売

熊本県産品の販売

くまもと県産酒・県産食材などを小売店・催事場でも提供。
大阪梅田を熊本色に！

④熊本県産品をより身近に感じるコンテンツ(案)

・くまもとモン×大阪梅田にご参加いただいた飲食店舗に、より熊本県産品にふれていただく機会を提供。
・飲食店ジャックとは別に体験を通して熊本県産品によりふれていただく機会を提供。

⑤マーケティング

施設周遊を目的としたスタンプラリー企画の実施。
※昨年度の店舗様からの要望を踏まえ、施設様へのご負担が軽減する内容で再検討。

- アンケート回答者には熊本県産品等の特典を付与する等でアンケート回答を促進
- スタンプラリー等のマーケティング情報を収集し、施設店舗にも還元を予定

大阪シェフ → 熊本 → お店でメニュー化

生きたデータの獲得：
自社の商品がどのようなお店に使用いただけたのか、等

地方創生（→地域共創）事業

タイでの取り組み事例：
タイ国にてマーケティングを踏まえたイベントを実施。
実施後の参加各社とのミーティング踏まえ、タイでも販売できる商品を共同開発中。

〈商流構築の為のマーケティング～コーディネートを実施　→　輸出拡大に向けた商品化支援事業〉

【国内】
鳥越商店
（地域卸会社）

⇒

【国内】
インターナショナルエクスプレス
（エクスポーター）

⇒

【タイ】
CONNECT ASIA INTERFOOD CO.,LTD.
（インポーター）

⇒

【タイ】
日本亭/
セントラホテル（セントラルG）及び
CPF（CPグループ）

〈販路拡大イベント〉

●バンコク1位の和食店日本亭でのペアリングイベント（VIP招待）

- 日　程：2024年1月23日（火）18:30（タイ時間）
- 内　容：球磨焼酎のプレゼンテーション
  日本食と球磨焼酎とのペアリング
  オリジナルカクテル披露、熊本県産ゆうべに苺提供
  球磨焼酎の受容性調査
- 参加者：４名

	所属	氏名
1	バンコクポスト副会長	P'Chan
2	CEO of Yunhee Enterprise Co., Ltd.	Mr.Tosak Taitongchai
3	Charoen Pokphand Group　CPF　President	Mr.Sujari
4	Charoen Pokphand Group　CPF　EVP	Mr.Kitsana

●BARイベント（VIP招待）

（セントラルグループセンタラホテル
ルーフトップＢＡＲ　RedSky）

- 日　程：2024年1月24日（水）18:30（タイ時間）
- 内　容：熊本在住バーテンダー木場氏による球磨焼酎カクテル披露
  球磨焼酎の受容性調査
- 参加者：約１５名
- 制作物：球磨焼酎カクテルの特別メニュー
  オリジナルコースター
  その他、熊本県よりくまモングッズ、球磨焼酎酒造組合よりタペストリーや卓上のぼりを提供いただき、イベントの統一感を演出した。

スタートアップ事業への参入　例

ZEROCOとは？

ZEROCO

冷蔵庫でも冷凍庫でもない第三の道

温度約0度・湿度100%弱の庫内環境を実現

今までの冷蔵庫・冷凍庫の低温での保管技術とは異なり、低温と高湿に着目しました。
冷却庫内の温度と湿度を厳密に管理し食品の温度を安定的に保つ冷却庫です。
食品の保管を行う保管庫・冷蔵庫的な活用だけでなく、冷凍前の予備冷却や解凍にも
活用できます。

Introduction

ZEROCO

**低温・高湿の保管環境「雪下野菜」から
ヒントを得て、その機能をはるかに超える
品質保持をテクノロジーで実現。**

低温で高湿度の環境が食材の保管に最適であることを
私たち日本人は古くから知っていました。

人類誕生以来、自然界における食物腐敗との戦いの歴史は長く、
乾燥や塩漬け、発酵などによる長期保存の知恵にはじまり、
産業革命を経て冷蔵技術や冷凍技術を発展させてきました。

そうした鮮度保持技術は人類発展のための必須条件で、
社会や文化の発展の基盤として大変に重要です。

特に、日本は豊富な魚介類など海の恵みと、森や山の恵みが存在し、
雪下保管をはじめとするナチュラルな手法で鮮度を保持する技術を
発達させてきた歴史があります。

G7 2023 HIROSHIMA SUMMIT

ZEROCO

ZEROCO

コンサルティング事業　例

社員教育＋新規事業（ブランド）構築支援

クライアント社員様の適性を考慮しチーム組成。
SGSはチームに不足している分野をヒアリングし人材補強したうえで、
クライアント社員が「ゼロイチの事業」を作り出すまでの工程を専門員で教育しながら構築する。
（今回はマーケター、デザイナー、プロパティマネジメントをチームにアサイン）
発注いただいた会社社員が自ら考え、行動できる人材としてコーチングしていく。
コンセプト設計～運営・販売戦略までアドバイス

▲「どらがしあんあん」ロゴ

▲商品イメージ

▲どらがしあんあん限定デザイン「花手箱」

◂ただデザインするのではなく、地域の伝統工芸を活かし、リブランディング

イメージキャラクターに
八代亜紀さんを起用▸

コンサルティング事業　例

2024年11月3日ローンチの「帝国ホテル」新WEBモール事業における、
コンセプト提案（地域共創軸）、商品セレクトコンサル、商品企画、バイイング業務

帝国ホテル
東京
ANoTHER
IMPERIAL HOTEL

もっとあなたを、驚かせたくて。

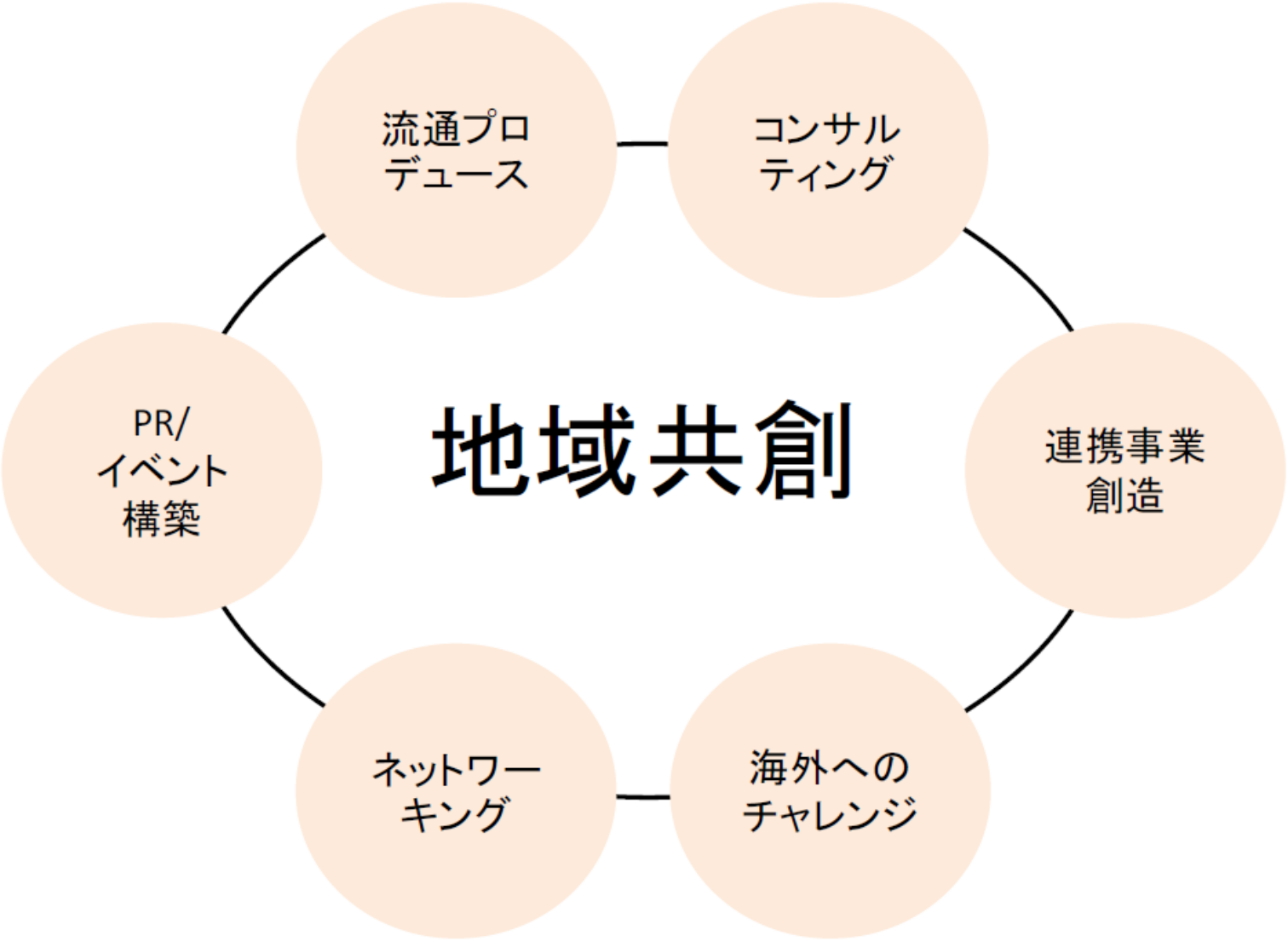
帝国ホテルのオンラインモールへようこそ。
ものが溢れるこの世の中で、ここでしかめぐり逢えない「良いもの、良いこと」を、
日本が誇るおもてなしの心をこめてご用意しました。
食す・暮らす・楽しむ。
人生に深く豊かな色彩を添えるものごとを
各地のすぐれた生産者やつくり手のストーリーとともに、
お客様との出会いへつなぎます。
もっとあなたを、驚かせたくて。
アナザー インペリアルホテル。

ANoTHER IMPERIAL HOTEL【帝国ホテル】

菊乃井×
帝国ホテル総料理長コラボ商品

ぎんざ空也5代目山口彦之×
帝国ホテル総料理長コラボ商品

全国地域の優れた商品のセレクト → **熊本県の採用商品**


地域共創
流通プロデュース
コンサルティング
連携事業創造
海外へのチャレンジ
ネットワーキング
PR/イベント構築

最後に

地方（地域）のブランド力の必要性

現在、都心部では地方（地域）のコンテンツを取り入れることを積極的に行っている。

例えば都心部の商業施設では、出店社がどこも同じといった、

いわゆる金太郎飴のような施設を作るのではなく、

地方で人気のあるお店や人に着目し、

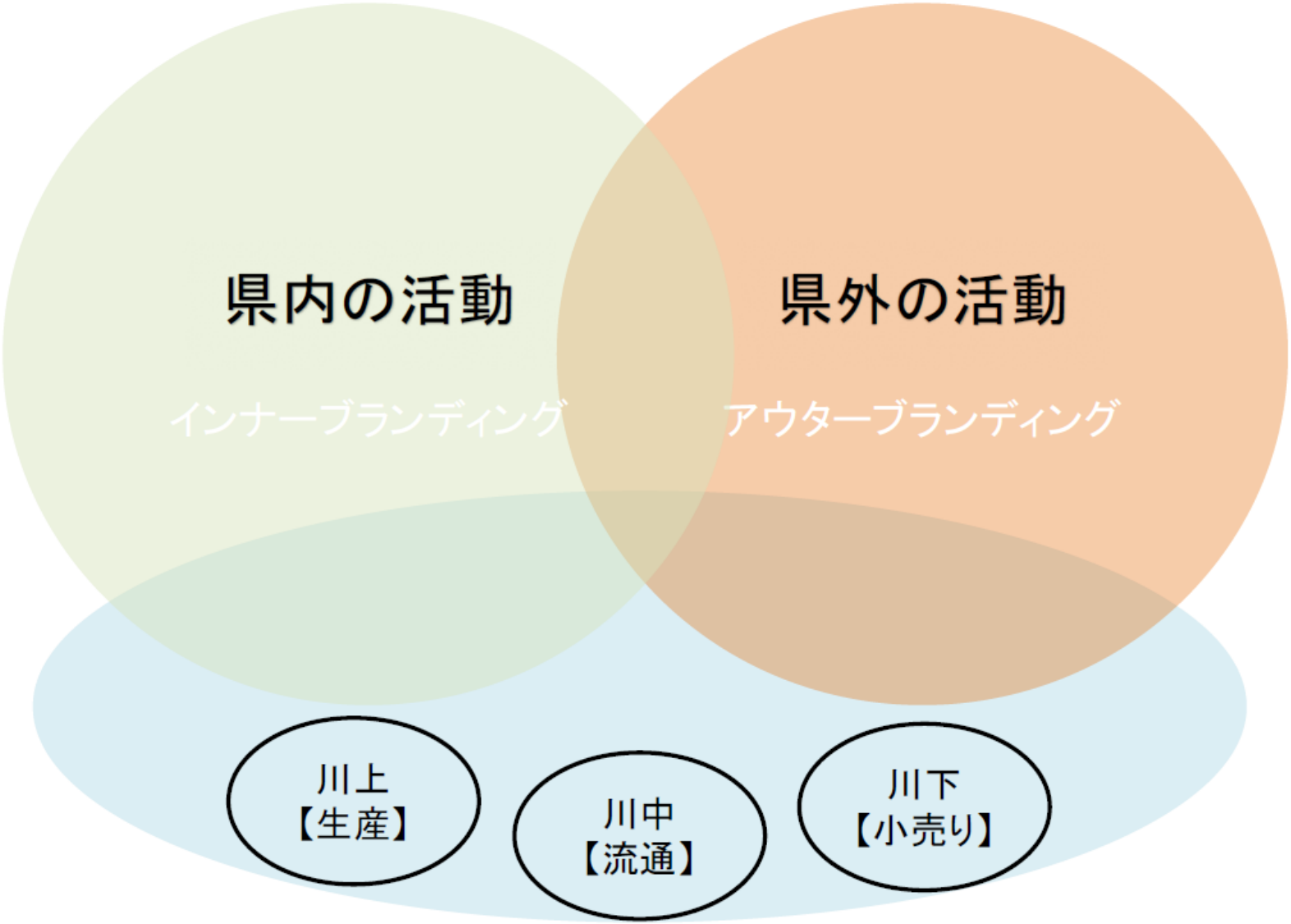
展開する商品の「素材」や運営する「人の活動や思想」など。

背景が見える店をクローズアップすることで差別化を図っている。

そして消費者も、これまでのような見た目だけの商品に惑わされることなく、商品の本質をみるという感覚が備わってきている。

※阪神百貨店にて

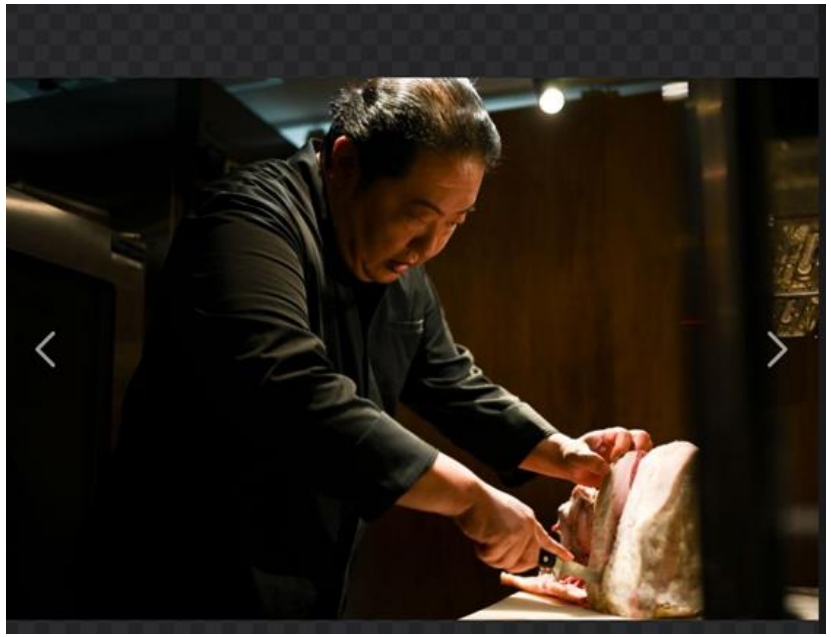
偏らない、バランスの良い活動を行う



宮本　けんしん（antica locanda MIYAMOTO オーナーシェフ）
「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョン有識者委員

熊本を食で盛り上げる宣言

「熊本の大地と阿蘇の草原が育むあか牛をはじめ素晴らしい食材と生産者の思いに寄り添う料理を作り続けます！」



「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョン有識者会議の様子（R7.5）

「FOOD MADE GOOD Japan Awards2024」
「BEST 調達賞」 受賞報告（R7.1）

守田真里子（尚絅大学生活科学部）
「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョン有識者委員

熊本を食で盛り上げる宣言

◎熊本の**食や郷土料理を自慢できる県民**を増やしていきます！
◎「**くまもとふるさと食の名人**」のみなさんの**技を伝承**していく活動を応援していきます！

①学校給食における「ふるさとくまさんデー」の充実と郷土料理の認知度アップ図っていきたい。
②熊本の郷土料理をPRする機会を設け、その由来を県内外の人に説明できるようにしていきたい。
③「くまもとふるさと食の名人」のみなさんによる料理教室の開催を推進し、すばらしい技を伝承していきたい。

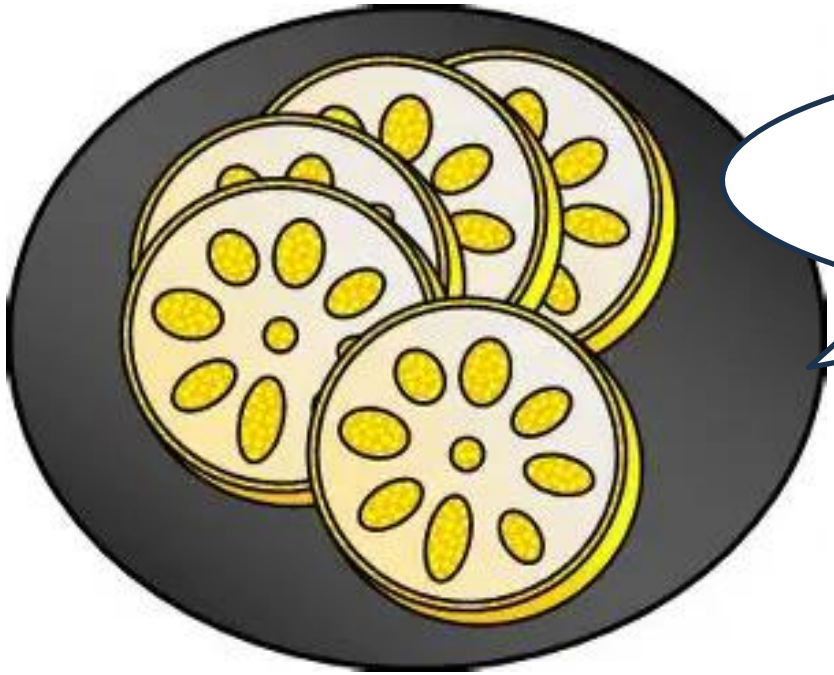
守田真里子　　（尚絅大学生活科学部）

熊本を食で盛り上げる宣言

◎熊本の食や郷土料理を自慢できる県民を増やしていきます。

◎「くまもとふるさと食の名人」のみなさんの技を伝承していく活動を応援していきます。

食のみやこ熊本県の
郷土料理と言えば‥‥？



ちょっと辛いですが、
食べてみられませんか？

これは細川家の殿様の
養生食で、門外不出の食
べ物でした。一般庶民は、
口にできなかったのです。
食べてみられませんか？

小学生が、1番知っていたのは何でしょうか？

一文字のぐるぐる

タイピーエン

赤土漬け

つぼん汁

ぶたあえ

南関あげ巻き寿司

ざぜん豆

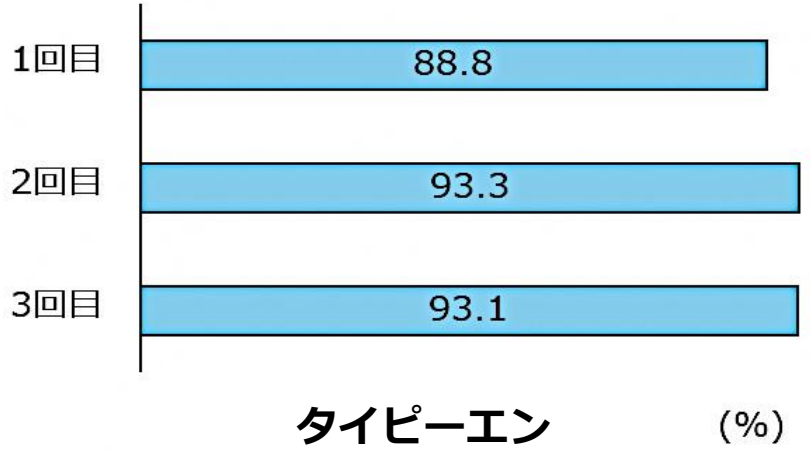
がね揚げ

給食時間に見る動画（5分間）を作成、視聴。アンケートの実施

郷土料理クイズの正解率

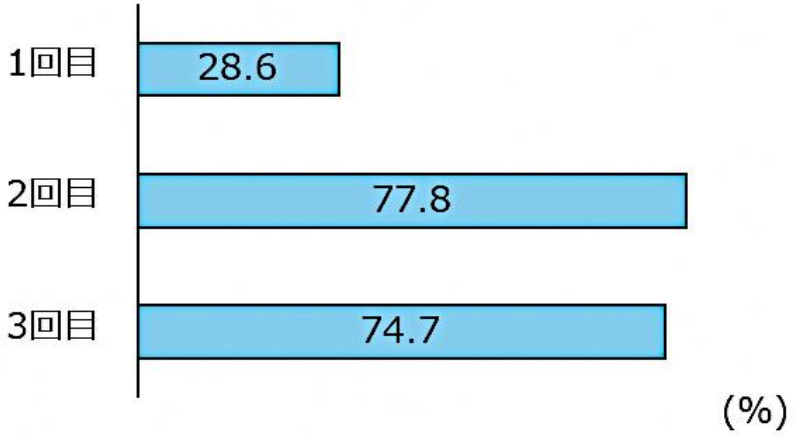
県内小学校５校（4･5年生）

１回目　視聴前
２回目　視聴後１週間
３回目　視聴後１か月　　N＝415

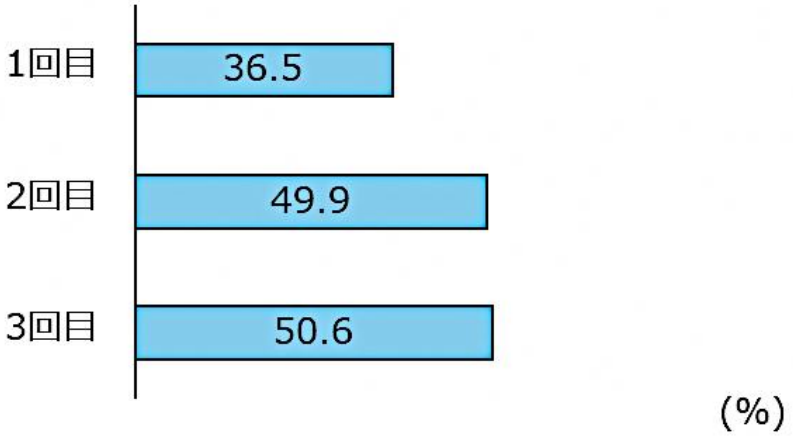


タイピーエン

赤土づけ



人文字のぐるぐる



つぼん汁

くまもとふるさと食の名人さんによる料理教室の実施
（菊池地区：お姫さんだご汁）

熊本の郷土料理（先人の知恵）や食の名人さんたちの技を継承していきます。

山本　浩二　（熊本県農業協同組合中央会 ）
「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョン有識者委員

熊本を食で盛り上げる宣言

安全･安心な県産農畜産物を安定して県民･食に携わる事業者の皆様に提供し、「食のみやこ熊本」を盛り上げて参ります！

〇われわれ農業者・農業関係団体は、食料を生産・提供する立場として、安全・安心なものを消費者の皆様に提供し続けることは当然のことですが、一方、農業者が経営を維持していくためには、生産に係るコストを賄うことができる適正な価格形成も必要であります。

〇そのためには、消費者の皆様のご理解と県産農畜産物の消費拡大へのご協力をよろしくお願いします。

熊本県農業協同組合中央会

大地と人の"きずな"を育む
日々の生活にとけこむ
食の安全・安心

国消国産
こくしょうこくさん

"食"と"農"を支えるJAグループ

普段，私たちが何気なく口にしている米や肉、野菜…。それらが安全･安心に食べられる背景には、日本の農業を守り、向上・発展させているJA(農業協同組合)の働きがあります。農業者を中心とした組合員が作る組合で、身近にある"食"と"農"に、JAは深く関係しています。

耕そう、大地と地域のみらい。 JAグループ熊本

管内JA

- JA熊本市
- JAたまな
- JA大浜
- JA鹿本
- JA菊池
- JA阿蘇
- JAかみましき
- JA熊本うき
- JAやつしろ
- JAあしきた
- JAくま
- JA本渡五和
- JAあまくさ
- JAれいほく

連合会

- JA熊本中央会
- JA熊本経済連
- JA共済連熊本
- JA熊本厚生連
- 農林中央金庫 熊本支店
- らくのうマザーズ
- JA熊本果実連

熊本県農業協同組合中央会

JA のさまざまな活動

JA では組合員や地域の人たちに対し、地域貢献や安全・安心な農畜産物の提供のため、さまざまな活動を行っています。今回、その一部をご紹介します。

耕そう、大地と地域のみらい。 JAグループ熊本

【巡回健診】

県内を巡回し、年間約 15 万人以上を健診。そのほか、健康に関する情報発信も行っています。

【食農教育】

楽しい農業体験などを通して、子どもたちに農業や食の大切さを伝える「あぐりキッズスクール」も開講中です。

【自転車交通安全教室】

スタントマンによる実演により中高生に危険性を疑似体験させる教育手法を、JA 共済が警察等と連携して推進しています。

【農畜産物直売所】

熊本県産の新鮮で安全・安心な農畜産物や加工品を、県内各地の JA 直売所で販売しています。

【残留農薬自主検査】

「安全・安心」な農産物を消費者に届けるため、県下統一のルールで計画的な自主検査を行っています。

持続可能な養豚経営を目指して
～「くまもとの赤」による

熊本農業高校　養豚プロジェクト

Ⅰ　プロローグ

鮮やかな赤身に上品な旨味、これが私達が開発した「くまもとの赤ぶた」です。熊本県の畜産業は、豊富な天然資源を活かし、あか牛や馬肉、天草大王など様々な畜産物が産出されており、これらの畜産物は「くまもとの赤」と呼ばれ、熊本県の産業を支えています。しかし、出荷頭数全国第８位である豚の登録はありません(図１)。また、飼料費の高騰(図２)など、世界情勢の影響により、県内でも養豚農家の廃業が進んでいます(図３)。

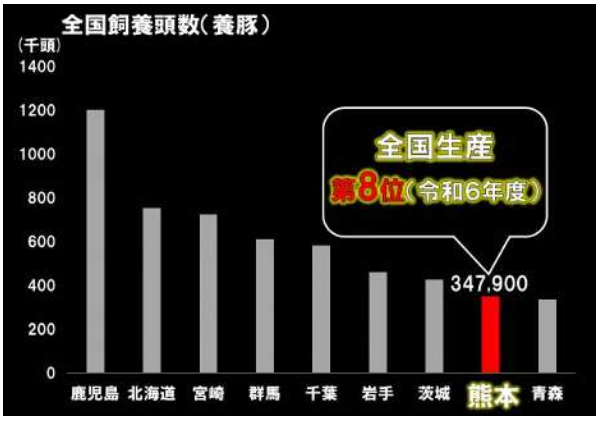


図１　全国飼養頭数（養豚）

Ⅱ　これまでの取り組み

これらの課題を解決するため、「くまもとの赤ぶた」を開発・普及することを目標に活動を行ってきました。「くまもとの赤」認定に向け、品種を毛並みが赤く、肉質が良いデュロック種に決定し、給餌飼料を工夫することで産子数改善や肉質向上に成功しました。この豚肉を「くまもとの赤ぶた」(以下赤ぶたとする)と名付け、販路の確保を行いました。

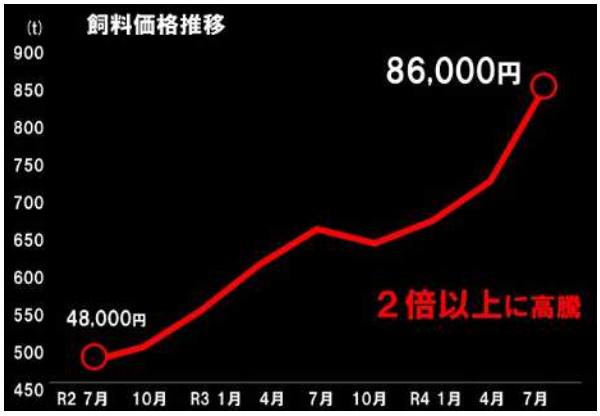


図２　飼料価格の推移

Ⅲ　課題及び目的

熊本県内での流通を考え、老舗、加茂川元舗(精肉部 古賀 雄馬 様)を訪問。「赤ぶた」を食味していただいたところ、「味は甘くておいしいが、脂が柔らかいので加工が難しい」と「くまもとの赤」登録には大きな課題があることが分かりました。これらの課題解決のため今年度の目標を「くまもとの赤登録に向け、さらに肉質を向上させ、普及活動を行うことで熊本県の地域ブランドを確立する」と決定し計画を立てました。

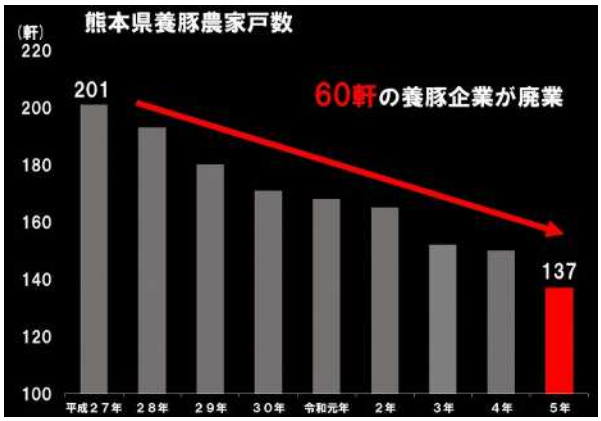


図３　熊本県養豚農家戸数　推移

Ⅳ　研究内容

チャレンジ１　改良実験

ステップ①　現状調査

現状を調査するため肉質調査を行ったところ、一般的な豚肉と比べ脂肪の融点が低い(図４)ということが分かりました。これらの豚肉は軟脂豚と呼ばれ、市場での取引価格に大きく影響します。原因を調査するため、日本格付協会（七城営業所 所長 坂本 和隆 様）を訪問し、軟脂は脂肪の融点を決定する脂肪酸組成が重要になる事を学びました。脂肪酸は飽和脂肪酸と不飽和脂肪酸に分けられ、一般的に不飽和脂肪酸が多いほど、脂肪の融点が低くなり、飼料に

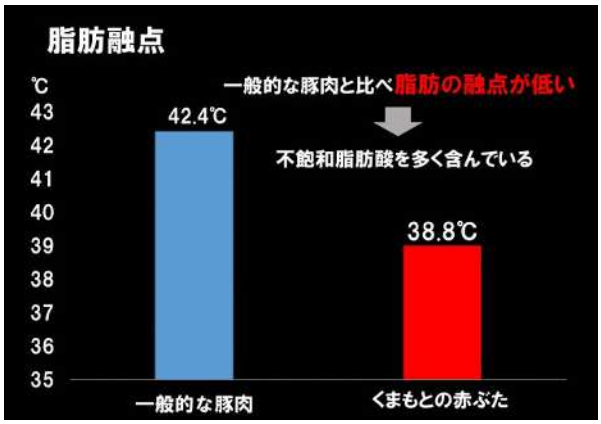


図４　肉質調査（脂肪融点）

含まれる不飽和脂肪酸が脂肪内に蓄積することで、軟脂が発生します。このことから、軟脂の原因は飼料にあると考え、授業で学んだ飼養標準を参考に飼料設計を行いました。

ステップ②　比較実験

早速、不飽和脂肪酸を多く含むパンの配合割合を変え、比較実験を行ったところ、パンの給餌量が20％を超えると発育が悪くなり、脂肪が柔らかくなりました(図５)。しかし、脂肪交雑や旨味成分である遊離アミノ酸はパンの給餌量が多いほど良い結果(図６)となったことから、軟脂の防止と旨味の両立が課題であることが分かりました。課題解決のため、先輩方が取り組んだエコフィードの研究を参考に様々な原料を試し、比較実験を行いましたが、何度やっても失敗の繰り返しで上手くいきませんでした。

度重なる失敗で、「赤ぶた」の開発を諦めかけていたところ、養豚の専門家である家入先生（元熊本県農業研究センター　草地畜産研究所　所長）より「軟脂改善には穀類を給餌することが大切だよ」と教えていただき、再度原料の選定を行ったところ、熊本市で茶業を営まれている安永様（株式会社安永商会　代表）より「製茶後の副産物を使ってみませんか」と相談が寄せられました。熊本県の製茶業は全国第 7 位の生産量であり、大麦や玄米は市販飼料の主原料であるトウモロコシと比べ、飽和脂肪酸が多く含まれていることから、軟脂改善に繋がると考えました。これらの廃棄物を原料に再度飼料設計し、給餌実験を行った結果、脂肪の融点が 44.5℃となったことから、軟脂の改善に成功しました(図７)。さらに、成分分析では旨味成分であるグルタミン酸が 1.8 倍、アスパラギン酸は 1.75 倍多く含まれており(図８)、苦味成分は 49％抑えられました(図９)。

山下様（加茂川元舗　代表取締役）による食味評価の結果、「味はもちろん、加工性も良い素晴らしいブランドを開発されましたね」と高く評価していただきました。

ステップ③　新ブランド豚完成

これらの実験により「赤ぶた」の改良に成功。こ

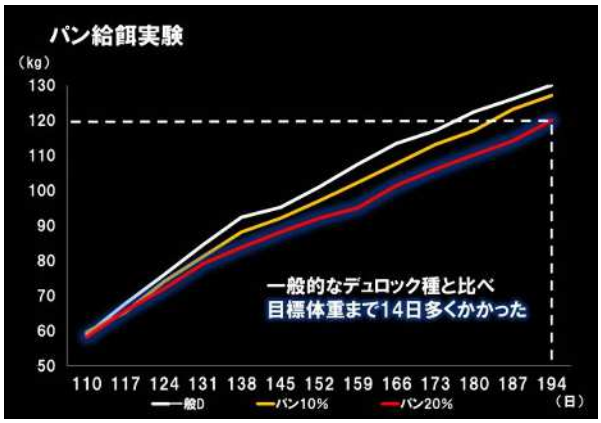


図５　パン給餌実験　発育結果

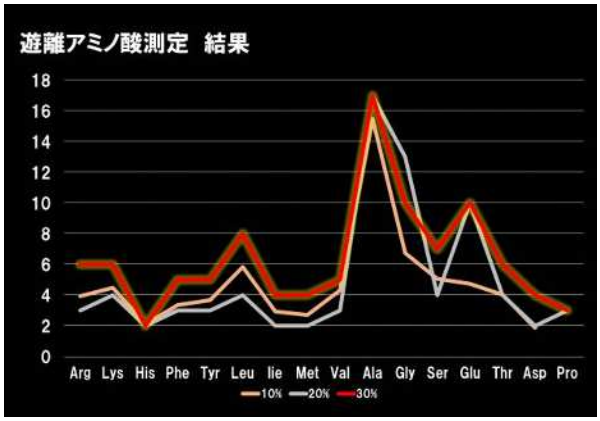


図６　遊離アミノ酸測定　結果

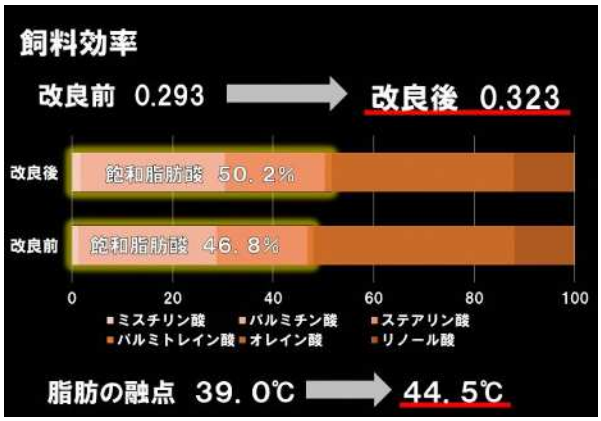


図７　改良実験　結果

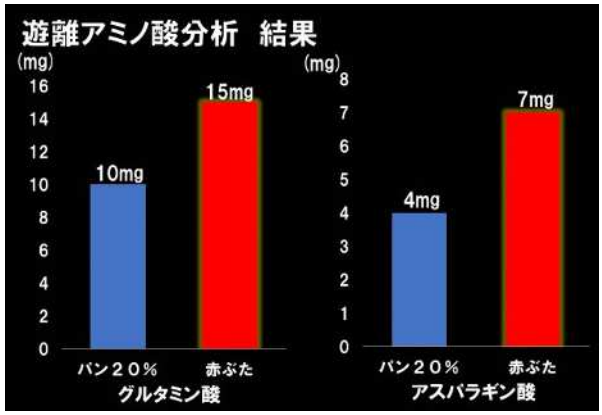


図８　改良後　遊離アミノ酸測定　結果

の豚肉は、一般的なデュロック種と比べ旨味成分が1.4倍多く含まれており(図10)、脂肪交雑の入りも良い高品質な豚肉であることから、価格を 1 kg 1,500円と決定し、販売を行うことで導入前の経営と比較して、386 万円の売上向上に繋がりました(図11)。さらに、小磯様（日本養豚協会 参与）にこの取り組みを報告したところ、「産子数が多く、肉質にも優れた豚を開発するなんて素晴らしい」と高評価をいただき、高校では初となる認定銘柄豚として3つ星認定されることになりました。

チャレンジ２　普及活動

次に、「赤ぶた」の母豚としての普及を考え、校内で生産されたデュロック種（母豚候補）の選抜を行い、繁殖能力を調査したところ子豚の産肉能力に大きくばらつきがあることに気がつきました(図12)。そこで、熊本県のデュロック種改良の第一人者である淋種豚場（代表 淋 博道 様）を訪問し、技術研修を行ったところ、「子豚の産肉能力は母豚の体格と深い関係がある」と教えていただきました。早速候補豚の各体尺を測定し、体格と産肉能力の関係を調査したところ、尻尾の付け根が大きい母豚ほど子豚の発育が良いという事がわかりました(図13)。この結果により、母豚の選抜・普及が可能となり、持続可能な「赤ぶた」生産基盤を作ることに成功しました。

さらに、これらの研究を第121回日本養豚学会で報告。「熊本県を盛り上げるため是非協力したい」と嬉しいお言葉をいただき、行政機関や大学、養豚農家と連携し、「赤ぶた協議会」を設立。普及活動を行うことで、農家や農業高校計11軒(図14)で生産されるまでになり、ビジネスとして実現可能であると確信しました。

チャレンジ３　販売活動及び商品開発

「赤ぶた」の更なる販路拡大を目指し、西日本フーズ様（九州第1営業部 部長 上平 雅也 様）を訪問。取り組みについて相談したところ、「地域活性化のため、是非協力させて欲しい」とお声かけいただき、株式会社イズミ様と連携した「赤ぶた協議会」の合同販売会が実現しました。当日は多くの方に購入していただき 1 日で 113 万円の売上となったこ

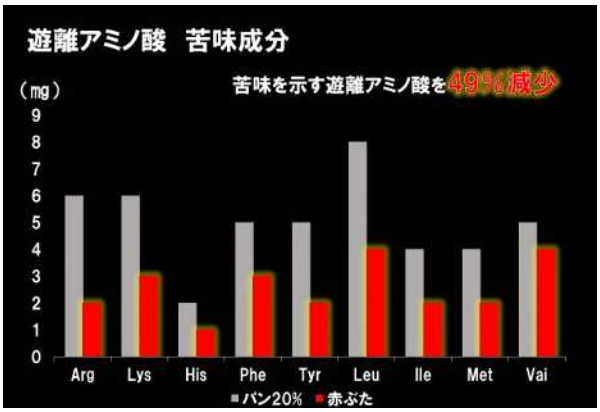


図９　遊離アミノ酸測定　苦味成分

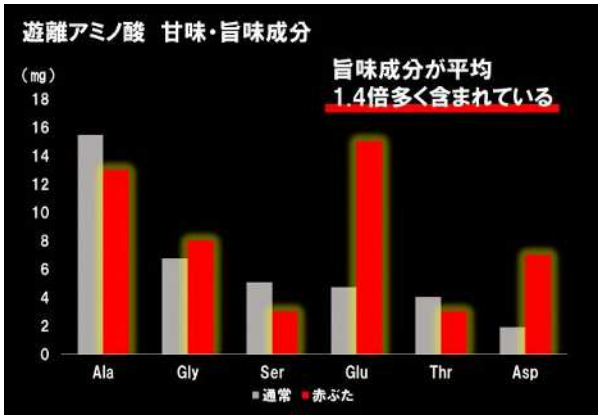


図１０　遊離アミノ酸測定　比較

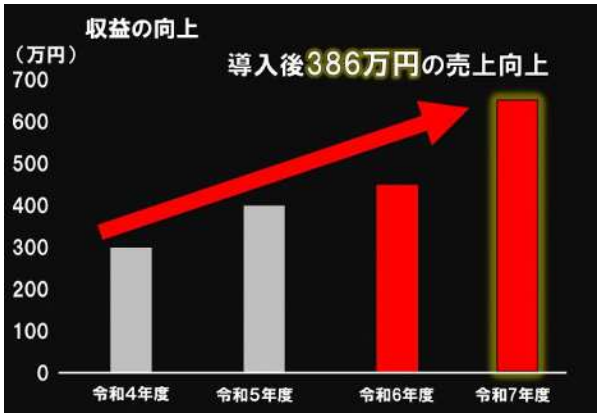


図１１　「赤ぶた」導入後の収益

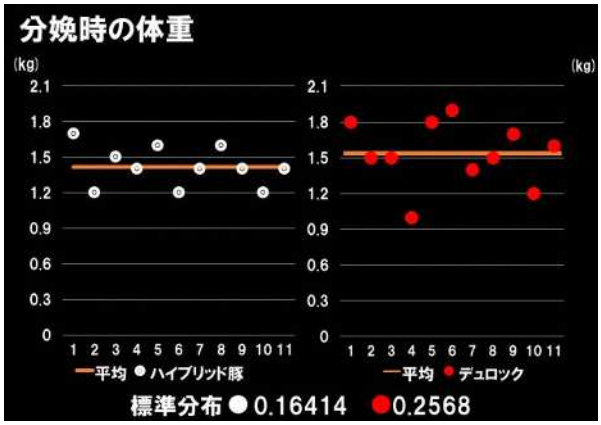


図１２　母豚選抜実験　発育結果

とから「赤ぶた」の需要が高い事がわかり、販売活動を継続することで県内 9 軒の販路確保に成功しました。

さらに、「赤ぶた」でふるさと納税を行うことで熊本県を盛り上げたいと考え熊本市政策局を訪問。池田様（熊本市政策局 秘書部 広報課）より地方の現状や手続き方法を確認し、株式会社さとふる様と連携することで、ふるさと納税の返礼品として採用され、安定した収入が得られるシステムの確立に成功しました。

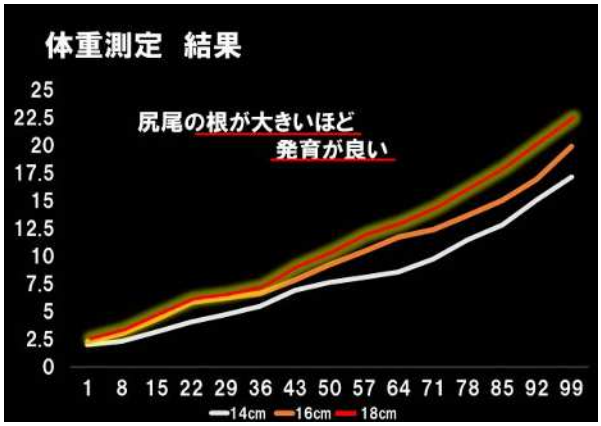


図１３　体尺と産肉能力の関係

次に、「赤ぶた」を活用した非常食を開発することで自然災害の多い熊本県の助けになりたいと考え、熊本市で安心安全な商品の開発・販売をされている荻原様（九州おぎはら産業株式会社　取締役専務）を訪問し、企業（株式会社 HOSHIKO Links）と共同でレトルトカレーを開発することが決まりました。商品のコンセプトを地産地消と規格外野菜の活用に決定し、試作を重ねることでついに「くまもとまるごとカレー」が完成。この商品はイオングループやグリーンコープで取り扱われ、地域資源を循環した流通に成功しました。さらに、県産農産物のみで製造したことが高く評価され、熊本県より赤ブランドの認定をいただくことになりました。

図１４　普及先一覧

この取り組みを知り、地方創生担当大臣である伊東良孝様が来校され、「環境保全と地方創生を両立したビジネスを高校生が確立するなんて素晴らしい」と高く評価していただきました。

Ⅴ　まとめ及び今後の課題

①「赤ぶた」を改良し、販売活動を行ったことで 386 万円の売上向上(本校)につながり、普及活動を進めた結果、年間約 9,000 万円の経済効果を生むことができた。

②地域の未利用資源を家畜用飼料として活用したことで年間 16ｔの廃棄物を削減し 1 頭当たり 5,950 円の飼料費削減に成功した。

③「くまもとの赤」を活用した加工品を開発・流通させたことで熊本県よりブランド認定をいただき、収益向上に繋げることができた。今後も熊本県の養豚業を盛り上げるため「赤ぶた」の普及を進めます。

Ⅵ　結びに

「くまもとの赤」で地域おこしを目指す私達の取り組みは、地方創生に大きく貢献していると認められ、地方創生担当大臣から表彰されるまでになりました。輸入に頼る日本の産業を改善するためには地域資源を活用し、上手に循環させることが大切です。その結果、飼料費高騰など世界情勢に左右されない、持続可能な畜産経営が可能であると確信しました。1 次産業が衰退している現状をすぐには変えられないからこそ、地域を活性化し、深刻な社会問題を解決していきます。10 年先の豊かな未来を願って。