

channel

特集2

輸出を目指す事業者たち

●アライオリーブ ●日本信頼農業 ●香寺ハーブ・ガーデン
●わくわく手づくりファーム川北

6次産業化の先駆者紹介

6次産業化の達人たち

●澤田農場 ●旭川あらかわ牧場 ●愛南漁協 ●海苔漁師

達人たちの商品紹介

6次産業化に取り組む達人たちが創る逸品

6次産業化情報

「全国キャラバン 食の発掘商談会in東京」取材報告

特集1

次代を担う

“せがれ”世代の6次産業化

Talk
座談会
Talk



次代を担う “せがれ”世代の 6次産業化



新しい日本の農林漁業を担う、“せがれ”を中心にした若い世代。古い慣習や固定化された発想を打ち破り、柔軟なアイデアや時代にあった視点を取り入れながら、日本の農林水産業を温故知新して道を切り開く者たち。今回の巻頭座談会特集では、次世代を担う若手の方々が集い、“せがれ”世代による6次産業化の推進、持続可能な事業の実現、後継者として農林漁業に従事することに感じる魅力などを聞く。



コーディネーター

塩谷 未知氏

(青森中央学院大学 経営法学部教授、農林水産省FCPファシリテーター)

専門領域・研究テーマは、マーケティング論、新規事業構築論、地域企業の経営戦略論、食の信頼構築論。「カゴメ」21世紀への飛躍(共著)(1988年10月 日本能率協会)、経営再構築時代の「企業ビジョンのつくり方」(1993年8月 実務教育出版)、生物学に学ぶビジネス戦略イノベーションと生き残りへのヒント(1997年6月 実務教育出版)地域を育てる普通の会社ドメイン経営/地方小都市からのメッセージ(共著)(2007年6月 新評論)など多数。



小林 篤司さん

(株式会社海苔漁師
代表取締役)
六次産業化法認定事業者

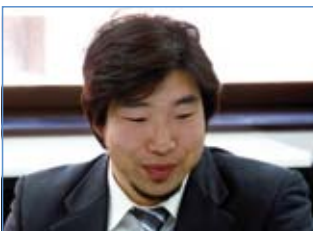
生海苔を使った高付加価値の加工商品の生産・販売事業を手掛ける。これまで市場に流通させることができなかった生の海苔を特殊技術を用いて冷凍し、主として関東圏の業務用商品として販売を行っている。他産業から農林漁業に参入した起業家としての立場から座談会に参加。



入口 峰人さん

(農業法人 有限会社わくわく手づくりファーム川北 醸造部 主任)
六次産業化法認定事業者

減反や農村の過疎化が進む現代において、農村である地域の活性化を目指して設立された「わくわく手づくりファーム川北」で、地元の休耕田を利用してビール麦や豆類の栽培を推進し、そこで収穫した農作物から地ビールをはじめとする商品開発を進めている。農林漁業に従事したいという若い世代の立場から座談会に参加。



荒川 求さん

(旭川あらかわ牧場合同会社 2代目)
六次産業化法認定事業者

牧場の生乳を使用したノンホモ牛乳とナチュラルチーズを新たに商品開発し、現在行っている体験牧場事業と併せて展開していく。商品は、一般消費者向け以外にも、観光客向けのお土産品や贈答用に適した開発を行い、販路を拡大しながら農業経営の改善を図る。牧場を経営する実家の長男に生まれ、後継者としての立場から座談会に参加。



わくわく手づくりファーム川北で醸造している「白山わくわくビール」。地元産二条大麦を使用した、わくわくのビール工房で醸造しているオリジナルレシピのビール。「コシヒカリエール」「アンバーエール」「ゴールドエール」の3種類のテイストがある。まろやかですっきりした味わいが飲みやすく好評。

「今取り組んでいる事業 牧場初のチーズづくり、 六条大麦でつくる地ビール、生きている海苔」

荒川さん 私の実家は酪農を営んでおり、私も酪農関係の大学を卒業してから、まず旭川のデパートの

地下の対面販売で食品販売経験を積み、その後酪農センターや大手食品メーカーのナチュラルチーズ研究所などで乳加工の技術や知識を学びました。今、そうして学んできた知識と技術を活かして、一般の方々を受け入れての搾乳体験やチーズづくり体験教室を開催しています。同時に、**ナチュラルチーズの製造・販売を事業化する**ために**会社を法人化**しました。現在は試作品を作っている段階です。早ければ今年の秋ごろから**自社で製造したチーズを商品として販売**開始したいと思っています。**入口さん** 私が働いているわくわく手づくりファーム川北は、叔父が10年前に設立した事業ですが、私も6年ほど前から叔父を手伝ってビール醸造や販売先への営業をしています。本来ビール用の麦ではない地元で収穫される六条大麦を使い、大麦の生産からビール醸造、販売まで一貫して自社で行っ

ています。また、この地ビールを楽しめるレストランと地元の野菜や加工品を扱った直売所の運営もしています。今回、麦芽の製造から**地ビール販売までの部分をより強化していくために六次産業化法の認定を受けました**。現在は、大手ビール工場で長年勤務されていた方から指導を受けながら、どうやったらいかに美味しいビールができるかを考える毎日です。

小林さん 私は皆さんとは違い、第1次産業には全く縁のないIT業界で起業したのですが、今回**地元徳島の漁業の6次産業化をやりたいがために株式会社海苔漁師を設立**しました。私自身は、株式会社スペックというところで衛生検査の仕事もしていて、賞味期限の設定や細菌検査、成分分析、農薬など食の安心・安全などに関わっていました。自分たちの事業が農林漁業の生産者の方が6次産業化を進めるときに、役に立てるのではないかと考えたのがきっかけです。海苔業界の現状も非常に厳しく、なんとか漁師さんたち

の状況を改善したいという思いもあり、3年前から、私が所属している衛生検査所の株式会社スペックが、**特殊冷凍技術で「生きている**

「第1次産業の課題、親世代との違い 消費者に近づく、原価、何を伝えるか」

小林さん 私たちの冷凍技術でこれまで流通させることができた

海苔」という生海苔の新商品を開発し、これを株式会社海苔漁師では、事業として発展させることに取り組んでいます。

か**つた生海苔の商品化に成功し、今後これを販売していくにあたって6次産業化という取り組みはどうしても必要になると実感しています**。私は漁師の生まれではないのですが、生産部分を会社として独立させてみると、加工や物流、販売にいたるまでの各事業者が

タッグを組んでいく必要を痛感しました。**ビジネス的な視点でみると6次産業化で生まれる商流というのは、非常に大きな波になる**のではないかと期待を持っています。**荒川さん** 私は農家の二代目として家を継ごうと決心したわけですが、多くの農家さんの間では「農業は疲れる」「将来暗い」「儲からない」といったネガティブな声がかかります。でも、それではなかなか将来に夢を持ってないということで

す。小林さんの言うとおり、うちでも**少しでも消費者に近づく経営をと**いうことで**6次産業化に乗**

り出して、この部分に関しては私も大変興味を持って取り組んでいます。「やってみよう」という強い気持ちを持つことで、仕事が楽しくもあり、夢も膨らませることができるとは思いません。

塩谷さん 実際に消費者と近づくというところで、農場体験に来られる方に接してみようですか？**彼らの声は参考になりますか？**

荒川さん はい、実際に農場に来て体験してもらうことで、牛乳やチーズに対するお客様の見方も変わってくるように思います。自分で作ったチーズはやはり皆が「美味しい」と感じられるようですし、体験を通して農場や商品に愛着を持ってもらえればと思います。**塩谷さん** 入口さんは甥御さんと



して2代目になるかと思いが、事業に対してどんなことを感じていらつしやいますか？

入口さん 私はもともとビール醸造に興味があつて、この世界に足を踏み入れました。うちは叔父が生産を行い、私が醸造を担当するというように役割分担をしています。加工までではなく、加工している一方で、商品開発や販売先の開拓に関しては、もっと新しいアイデアで人を惹きつけることを検討しなければいけないと実感しています。

塩谷さん 生産した地ビールの具体的な売り先は、どういったところを考えているのでしょうか。

入口さん 地元の方にも愛されていつて欲しいという思いもありますが、今目指しているのは、缶に詰めて商品化することで、3年後に開通する新幹線での車内販売や小松空港からの海外輸出も検討中です。

小林さん うちは、東京で実際に商品展開したときに、東京で買ったものではないことに気づきました。つまり、商品デザインを含めて「なぜそれを選ぶのか」という理由付けが必要になる。それが東京で商品を展開する際のポイントです。

荒川さんの農場や入口さんのビール醸造所のように、そこに行つてお金を出すから価値があるといった商品がお土産品として売れるのだと思います。商品を作る時にどちらの市場を狙うのかをしっかりと考える必要があると思います。

塩谷さん 小林さんの場合は、ご自身以外は全員海苔漁師という会社なかで、商品づくりや値段の設定に対して周囲を説得する時は苦労されているのでしょうか。

小林さん はい。生産者の方々は価格をつけるというストレスのかかる作業をこれまで経験してこなかったのだと思います。東京で売ろうとすれば原価率も抑えなければいけないという理屈を理解してもらうために、どうやって説得しようかと日々奮闘しています。

荒川さん 自分も農家をやっていて思うのですが、特に農業経験しかない場合、原価計算などを考えない人が多いのではないかと実感しますね。

塩谷さん 価格というのは、商品が大きいものであること以外の要素も大きく作用しますよね。作るところも大切ですが、消費者までつないでいく過程を考えることが大切ですね。小林さんはIT出身との

ことですが、IT技術で以前よりも消費者との距離が近くなったということはありませんか。

小林さん それはあると思います。情報発信のツールはいろいろありますが、「どう発信するか、どう見せるのか」という部分が難しいのです。例えば海苔も、できる漁場によって味が全然違い、漁師言葉でいうと「トンガ」という場所で見られる海苔が一番美味しいのですが、これはトンガで獲れた海苔だからといって理解できる消費者の方は少ないですよ。対面販売にしても、説明のやり方で売れ行きが全然違ってくる。消費者への伝え方って本当に大切ですよ。

入口さん それは私も実感しています。商品のストーリーを知っても

—若い人たちの参入

家族以外の後継者、連携、サービス化

荒川さん 6次産業化を図り加工分野に乗り出す農家の取り組みなど、農業にも将来性があると分かれば人は戻ってくると思います。後継者は家族に限らず、他産業から参入した人が担う場合もあると思いますが、私は、子供のほうから継がせて欲しいと望むよう

らえれば買いたくなるものもあると思うのですが、どうやってそこに引き込むかについては私も常に考えています。ビールで言えば、一番搾りがビール製造の中で一番美味しいというわけでもないのですが、言葉のイメージがいい。皆それが一番美味しそうだと感じるんですよ。

荒川さん 牛乳も、季節や牛の育つ環境によって味が変わっているんです。でも商品になってそれを毎日買っていると、いつも同じ味だと思つて皆さん飲んでいらつしやいますよ。

塩谷さん なるほど。そういう農家の人がだけ知っている、農作物の味や美味しさのこともっと消費者に伝えていくことがこれからの課題ですね。

な事業経営を目指したいと思えます。

入口さん 将来性もそうですが、仕事自体のやりがいや面白さをもっと知ってもらいたいです。ビールのホップがどうか、生産する麦の味がどうか、そういう農業のものづくりの面白さを伝えられ



株式会社海苔漁師の手掛ける「生きている海苔」磯の香、海苔本来の旨みが味わえる「生きている海苔」。お刺身・天ぷら・お吸い物・酢物や山芋の短冊に和えて。また、パスタやリゾット、そうめんの薬味などなどアレンジ次第で幅広い料理に使える画期的な商品。

れば、体力的には厳しい仕事ですが、やりがいのある農業に取り組みたいと思う人も出てくるのではないかと思います。

小林さん 私は経営的な視点から会社を拡大させていきたいと思っているわけですが、農林漁業は生産だけを担う産業ではなく、2次、3次産業の事業者たちと組んで、連携しながら経営を拡大していくという視点を持つべきではないかと思えます。農家や漁師は魚や野菜を売るだけではない

― 施策提案、意見、期待 海の耕作放棄、農業機器の再利用、 農業者ネットワーク

小林さん 販売会への補助金など、PR面での6次産業化の支援では、さまざまな機会を頂くことができてありがたいと思っています。

荒川さん うちも商品開発面で専門家にアドバイスをただけるのでとても助かっています。ただ、今後の農業界全体で考えないといけないのは、農業はあまりにも初期投資がかかり過ぎることです。土地を使わないのに放置している農家が多い一方で、一般の人の農地利用に制約があるなど、土地所有問

く、文化的背景をもつことや、畑での婚活なども新しいビジネスとして成り立つかもしれない。物を売るだけではなく、他の産業が入ってくることでもっと洗練された産業としての未来があるのではないだろうか。

塩谷さん 食糧を生産するだけではなく、サービスとしての農林漁業などという視点で考えれば、1次産業分野にも伸びしろはたくさんあるということでしょうか。

題があります。それから農業を辞めた人たちが持っている農業機器のリサイクルなど、農業を行うための初期投資面をサポートするものがあればいいと思います。

入口さん 私たちはビール醸造のための設備にとってもお金がかかります。土地があっても加工のための投資に多大な資金が必要になることは地域の人々のネットワークなどで解消できないものかと頭を悩ませるところですね。

小林さん 土地の所有と管理につ

いてはうちも同じです。漁師も自分の持ち場のことを畑というのですが、もう漁をしないのに手放さない人が多いです。事業を進める中で若手にどんどん畑を割り当てたいですから、やらないのに所有

― 農林水産業による地域おこし、街の魅力づくり 観光産業としての農業、都市とつながる農業、 地産都市消費型

荒川さん 旭川は動物園が有名ですが、それ以外にもまだまだ新しい街になる可能性がたくさんあります。動物園に来て宿泊しないで帰ってしまうというケースが多いので、点を線にして、最後は面で観光地化できるような街にするために、私たちの事業も貢献したいと思えます。

入口さん 石川県は、農業テーマパークを目指してグリーンツーリズムを推進している地域です。6次産業化の取り組みとして缶ビールの開発を進めています。新幹線の中で金沢を感じていただき、さらに、実際に足を運んでもらいたい体験教室などに参加してほしいですね。

小林さん 徳島県は羽田から飛行機で1時間で行けるのに、心理的

をするのはだめだという規則が必要ではないかと思っています。
塩谷さん ひとり1億かかるというわかれる農業の初期投資。若手主体で、やらないのだったら寄付して欲しいというのが本音ですよね。

に都心から遠い場所だと思われると思います。その中でどうやって地域のブランドを立ち上げるかが大事であると思います。徳島県のブランドは足を運んでこの土地に来てもらうのではなく、東京で徳島の商品消費してもらおうのが二番いいのだと思っています。地産都市消費型。逆にもっと山奥でやろうとしているのが観光ビジネス。地域性を客観的にみて、どちらを向いていくべきなのかを常に考えていく必要があるのではないかと思っています。

塩谷さん 地域と育った会社は、地域を育てるということですね。今日は皆さんのお話を聞きながら、まさに農林水産業のイノベーションの時代がきたなということを感じました。

特集2

EXPORT

輸出を
目指す
事業者たち農業
agriculture香川県小豆郡小豆島町
株式会社アライオリーブ代表園主
荒井 信雅 氏

メイド・イン・ジャパンの技術を伝承する

世界のオリーブオイルづくり

ヨーロッパの地中海地方原産のオリーブが日本に伝来したのは江戸時代末期。日本のオリーブの発祥地・小豆島からジャパン・クオリティで世界進出を果たしたオリーブ農家がいる。

果油人



輸出対象国 イタリア、香港、シンガポール、ドバイ

輸出取組商品または仕掛品 アライオリーブオイル

輸出取組の現況 実績／ローマのホテル内レストランで採用。シンガポール伊勢丹、香港SOGOでのテスト販売会出店。

私 は小豆島で世界に誇れる最高品質のメイド・イン・ジャパンのオリーブオイルを作り、それで世界に打って出たいと思い、株式会社アライオリーブを立ち上げました。アライオリーブは、世界で一番酸度の低い一番新鮮なオリーブオイルで、ポリフェノールも通常の約3倍にもなります。世界基準のエキストラバージンオリーブオイルは酸度が0・8%というのが一般的ですが、私の作っているアライオリーブは、0・1%。昨年に至っては、0・09%という数値になりました。『世界のベストオリーブオイル・ガイド』にも掲載されています。

最高品質の鮮度を持つオイルを作るには、設備にも莫大な資金がかかりますし、抽出量もごく少量です。そのため利益追求をしている他の農家さんからは私のやっている事業は全く理解されません。しかし、私は世界に誇れる日本産のオリーブオイルを作りたいという一心でこの事業を進めてきました。

品質を守るためにはブランドが大切です。この商品は、百貨店でも一般の食品売り場では手に入らず、**全て大手百貨店の外商に取り扱っていただいています。**

【海外展開】

この品質であれば、十分海外に通用すると確信しています。現

在は、ローマのホテル内レストランで採用しているとともに、香港のSOGOでテスト販売しており好感触を得ています。今後注目しているのは、香港、シンガポール、ドバイです。特に、ドバイでは日本国内で確立したブランドを背景に高い価格帯で狙えます。そして、高層ビル内で展開しているレストランでもアライオリーブを取り扱ってもらう計画が着実に進められています。

株式会社アライオリーブ
〒761-4411
香川県小豆郡小豆島町安田甲664-1
TEL.0879-82-0733





日本信頼農業株式会社
〒885-0055 宮崎県都城市早鈴町16街区22号
TEL.0986-46-1683

売る農業に必要なのは、交際費

韓国は未開拓の大市場

九州は、東京、大阪といった国内の大都市よりも、むしろ韓国に近い。当たり前のようでいてこれまで目を向けられてこなかった韓国というマーケットの攻略法やいかに。

日 本信頼農業株式会社は農作物を海外に輸出することを目的に設立した会社です。寒冷地域である韓国では、野菜の栽培が難しく、輸入に頼る食糧も多い国です。そこで日本の白菜、キュウリといった野菜を韓国向けに展開できないかということを考えつきました。私自身もともと無農薬栽培の農業資材を扱う会社を経営しており、韓国企業との付き合いも長いことから、国内の農家が手掛けた農作物を韓国に輸出するのを手助けする役割をしていました。農作物はお客様の口に直接入るものですから、**自分の手で作ったより安心安全なものを、自信をもってお客様に販売したい**と考えるようになり、自ら農作物の生産に着手しました。同じ野菜でも韓国でキムチ

に用いられている白菜、キュウリは日本のものとは食感も味もぜんぜん違います。ですから、**日本の白菜やキュウリでつくるキムチを韓国で売れば面白いのではないかと考えました**。その他にも、韓国ではインスタントラーメンはちぢれ麺のものしかなく、日本のようなストレート麺は韓国人の人々は食べたことがないなど、**日本にあつて韓国にないものを新たに韓国の一般大衆市場向けに開発を進めています**。

【海外展開】

当初から海外を視野に事業を進めていました。ターゲットは韓国で、韓国の日本の野菜への評価は一度でいいから食べてみたい」というほど高いことから、特にソウルは非常に魅力的な市場です。実は、宮崎県から東京へ農作物を輸送するのと、韓国に

農業
agriculture

宮崎県都城市
日本信頼農業株式会社
代表取締役会長
長濱 三成 氏

輸出対象国	韓国
輸取出組商品 または仕掛品	白菜、キュウリを使った韓国市場向け加工品(キムチやインスタントラーメン)
輸取出組の現況	準備中／2012年展開を目標

輸送する配達時間は同じくらいなのです。これまで殆ど手つかずであった「野菜」の海外進出を目指しています。



農儀人

香葉人



輸出を目指す事業者たち

農業
genie agriculture
兵庫県姫路市
株式会社香寺ハーブ・ガーデン
総務課長 企画課長
黒瀧 陽子 氏

輸出対象国	フランス、アメリカ
輸出取組商品または仕掛品	姫路産柚子のエッセンシャルオイル
輸出取組の現況	展示会出展実績／フランス コスミーティング2008 ハーブコスメの展示会出展、アメリカ ナチュラルプロダクトエキスポ2010ハーブコスメの展示会出展 輸出実績／アメリカ フレグランス生産企業へ原料として、取引高年間百万円未滿

ハーブの本場へ日本のハーブを

日本固有の植物と抽出技術

兵庫県・姫路の香寺ハーブ・ガーデンは、ハーブエキス抽出の技術を用いた「不凍タンパク質含有大根エキス」の開発に成功。農業の枠を超えて医療分野など他産業への応用も期待されている。また、ハーブの本場、欧米では柚子など日本固有のハーブが注目を集め、海外輸出も実現している。

私

たち香寺ハーブ・ガーデンでは、ハーブの栽培から加工・販売までを一貫して自分たちで手掛けてきました。6次産業化への新たな取り組みとして、新開発した「不凍タンパク質含有大根エキス」と兵庫県産小麦で作るパンやケーキ、クッキーなどの食品加工、販売をスタートしています。私たちの抽出技術と関西大学の共同開発による「不凍タンパク質含有大根エキス」とは、冷凍食材の天然原料の品質保持剤として活用でき、また、医療分野ではヒト細胞などの保存液として臓器移植にも応用することができ、画期的なエキスです。私たちは今後ともハーブエキスの抽出技術を他産業の分野へも活かすような取り組みをしていきたいと考

えています。また柚子など日本らしい和の植物も海外で注目されています。海外での展示会や販売会などで海外の人は意外にもハーブにあまり詳しくないのではないかという感触を得ました。私たちのハーブは単なる癒しや安らぎのためのハーブだけではなく、業界や分野、国や地域の枠を超えて広く世界の人々の生活に本当の意味で役立てていけるものを作り出したいと考えています。

【海外展開】

私たちはこれまで、2008年のフランスのコスミーティングやアメリカのナチュラルプロダクトエキスポ2010といったハーブのコスメ展示会に出展をするなどし、海外へも目を向けた商品PRをしてきました。海外での

展示会では、ハーブティーや柚子のエッセンシャルオイルを紹介したのですが、欧米では柚子という植物を知らない人も多く、姫路産の柚子の新鮮な香りはとても好評でした。アメリカのあるフレグランスを作っている会社から、日本の柚子の香りが欲しいといわれて、取引額は少量ですが、ようやく輸出も始まりました。私どもの製品を海外でさらに取り扱っていただくために、ハーブの世界基準に沿った製品づくりを進めています。

株式会社香寺ハーブ・ガーデン
〒679-2155 兵庫県姫路市香寺町矢田部689-1
TEL.079-232-7316





農業法人 有限会社わくわく手づくりファーム川北
〒923-1267石川県能美郡川北町宇志ツ屋183-3
TEL.076-277-8989

健康指向のGABA入りビールを世界に

六条麦のビールで海外展開

ストレス予防や血圧上昇に抑制作用、肥満予防の効果があるとされている「GABA」を配合した六条麦のビール開発に成功。3年後の新幹線開通をきっかけにした国内での地域ブランドのPRや世界的知名度を活かして、小松空港からの海外への商品展開なども模索中だ。

こ 石川県の美しい農村風景は昨年、農業世界遺産（GI AHS）に認定されました。県はグリーンツーリズムを掲げ、地域の農業文化でひとつのテーマパークとなるような街づくり構想を持っているのです。地元の川北町でも農業による地域振興ビジョンとして「川北町地場新産業創造構想」を指針としています。私共も地域産業の振興の原動力となる企業を目指し、地元企業との連携もできる限り進めていきたいと考えています。

具体的には、地元北陸三県で収穫できる麦茶などの原料になる六条麦を原料にした地ビールづくりに取り組んでおり、今後、この生産販売を拡大するために

六次産業化法の認定を受けました。3年後に金沢に新幹線が開通するので、このタイミングでぜひ地元をアピールする商品を打ち出して、国内外から訪れる観光客向けに製品を提案していきたいと思えました。地元の石川県立大学の榎本教授と連携して、ストレス予防や血圧上昇抑制作用、肥満予防の効果があるとされている「GABA」の機能性に着目し、六条麦を原料に使った健康志向の人にPRできるビールの開発に成功しました。ビール麦で作られた従来の地ビールよりもまろやかでコクがあり、麦の旨みを感じられる味わいに仕上がっています。

【輸出展開】
新製品は缶に詰めて販売する予定にしており、缶にすれば輸出もできるようなと考えています。幸い近くに小松空港があるため、こうした立地も活かして4、5年後を目処に海外輸出にも乗り出していきたいと考えています。農業世界遺産の認定も世

輸出対象国	韓国、アメリカ
輸出取組商品 または仕掛品	金沢という地域ブランドを打ち出した地ビール
輸出取組の現況	検討中／4,5年後を目標

農業
genetic agriculture

石川県能美郡
農業法人 有限会社わくわく
手づくりファーム川北

代表取締役
入口 博志 氏

麦酒人



界的な地域の知名度を上げてくれるきっかけとなりました。海外のターゲットは韓国やアメリカです。これからは、販路に関しては日本に固執することなく、世界を視野に入れながら事業展開をしていかなければいけないと考えています。

6次産業化の達人たち

北海道知床の自然と農民の「手業」が生み出す加工品

オホーツク・テロワールというブランド

その土地・土壌を持つ個性をテロワールという。自然に恵まれた日本の食糧庫、北海道では、知床のテロワールをそのままブランド化した「オホーツク・テロワール」の取り組みが進められている。



農業
agriculture

北海道斜里郡清里町
有限会社澤田農場

(3代目)
澤田 篤史 氏

大地人



日 本全国のなかでも北海道は他を凌ぐ大自然があります。昔の農民にはその恵みを活かした「手業」というものがある。そう、いわば生きる知恵とライフスタイルの融合のようなものが自然と育まれてきたのではないかと思います。特別に何か手を加えなくても美味しいものができあがる、そういう恵まれたところが北海道にはあります。この辺りの農家はどこも広い土地で大量生産する農業のやり方をしてるので、あまり野菜づくりに専念していません。が、数年前から「食のオホーツクブランド」を確立して「層の地域産業の振興につなげよう」という「オホーツク・テロワール」とい

う取り組みがこの地域で行われるようになりました。その影響もあって、地域ならではの特色を活かした作物を加工して打ち出すような動きがはじかっています。私たちは、牛めし、豆腐(黒大豆を使ったもの)と普通の大豆の2種)、あげ、おかず味噌、手作り味噌などを開発中です。6月に完成した加工場で作っているのですが、今回、六次産業化法の申請をした大きな理由としては、私たちへ農業を受け渡し、世代交代にあたり、農業の第一線を離れる親が、これまでとは違う、何か新しいことにチャレンジしてみたいという考えからでした。本格的な農場経営は私が担っていきませんが、母もまだまだや

れることがあるので、少し勇氣を出して前向きに取り組めるものとして加工販売を手掛けることにしました。

私は、これからの日本の農業は、「国際化」がひとつのキーワードであると考えます。1000年先に遺るような美しい農村を200年くらいかけて作り上げていく、今はそんな社会の仕組みができていくための通途点にいるのかもしれない。まさに北海道の農業のグローバルゼーション。これからも新しい農業に向けて少しずつ前進していきたいと思っています。

有限会社澤田農場
〒099-4401 北海道斜里郡清里町字上斜里40番地
TEL.0152-25-3698





旭川あらかわ牧場合同会社
〒071-1172 北海道旭川市江丹別町拓北582-4
TEL.0166-73-2107

消費者参加型の農業体験でファンづくり

酪農家発！日本のチーズ文化

全国各地で今やブームとなつている農業体験。生産者と直に接することで農作物への理解が深まり、食べるための農作物から、農作物をひとつの農業文化として捉える消費者が急増している。

自 分たちの牧場で獲れる生乳を使って自家製チーズ

やオリジナルブランドの牛乳を使用した乳製品の加工品を手掛けたと思ったきっかけは、これまで約30年間酪農を主体とした牧場経営をしてきたなかで、狂牛病を始め、口蹄疫、O157などの問題が起ころ度に経営が大打撃を受けてきたことが一つです。そして、もう一つは11年間に渡り地域交流牧場、酪農教育ファーム認証牧場の活動で一般消費者の方々と交流してきたなかで、酪農体験も含めてより一般消費者向けに直に販売できるような新製品を作ってみたいと思い始めたことがあります。今後は国の補助に頼らず、できるだけ自立した経営をして、リスクを減らしたいという思いを持っています。これまで私たちは酪農だけしてきたの

で、商品企画や販売に関するコネクションがまるでありません。そのため、多方面のプロの方を紹介してもらえらることは大変助かります。六次産業化法がこれまでのような補助金制度と違う点は、お金だけの補助ではなく、実際に事業を成り立たせていく過程で必要になるアドバイザー、知識を授けてくれるプロの人材面でのサポートが手厚い点だと思っています。

フランスなどのヨーロッパでは、フェルミエチーズのように個々の牧場が独自の味わいを持つオリジナルのチーズ作りをしているという文化がありますが、日本のチーズと言えば、ほとんどが大手食品メーカーによって大量生産されているチーズです。そこで私たちが将来的に目指したいのは、**荒川牧場独自の本格的なチーズ作りで、日本のチーズ**

酪農 Dairy

北海道旭川市
旭川あらかわ牧場
合同会社

家畜・牛舎部門責任者
荒川 忠基 氏



文化を育て広めていきたいという事です。一般家庭でもワインの消費量が増加している今、日本産のチーズ作りももっと盛んになつてもいいので

はないかと思つたのです。将来は牧場直送のチーズを日本全国の人々に楽しんでもらえるようにしていきたいと思っています。

漁業

genie fishery

愛媛県南宇和郡愛南町
愛南漁協

事業部長

藤田 知右氏

鮮魚堅人



他の漁港で水揚げされる魚との差別化を

鮮度のブランド「びやびやかつお」

同じ海で獲れる魚にどう付加価値をつけるか。鮮度に着目した新たな魚のブランド戦略が、愛媛県愛南町からスタートした。

高

知県は全国一のかつおの消費量を誇っていることで有名ですが、ここ四国の漁港にお

てかつおの水揚げ量が一番多いのは、実はこの愛南漁港です。しかも、漁港と漁場が近いという地の利から、釣ったその日のうちに水揚げされる日帰りかつおのことを、地元の漁師たちの浜言葉で鮮度を表す「びやびや」と表現していることから、鮮度の高さなど一定の条件を満たしたものを「愛南びやびやかつお」として打ち出し、まさにここでしか食べることでできない味としてブランディングしています。今回の6次産業化の取り組みとしては、当組合がこれまで進めてきた「愛南びやびやかつお」のブランド化事業において培った水産物ブランド化のノウハウを最大限に活用して、かつおだけでなくイサキやビンタ(キハダマグロ)など他

の魚種も含めてトータルに「愛南びやびやシリーズ」としてブランド化することです。

びやびやかつおは、漁師が釣り上げたばかりのかつおを船上ですぐに活け締め・血脱き処理をして、その日のうちに水揚げし、漁協の管理の下、スラリールで保管し梱包します。そして、翌日までに消費者に提供できるものだけを「愛南びやびやかつお」の条件としています。かつお一尾ずつにシリアルナンバーのタグを打ち、いつ釣り上げられ、どこに出荷されたのかをWebサイトで公開してトレーサできるようにし、びやびやかつおのブランド基準を守っています。現在、町内の飲食店6店舗(この6店舗で「愛南びやびや広め隊」というグループを結成)でメニューとして提供し、この「愛南びやびやかつお」ブランドの付



加価値によって漁業者と飲食店双方の収益の向上と、観光客の増加が見込まれると考えています。これからは、本当に新鮮なかつおの味を求めて、全国の皆さんに足を運んでいただけるよう、地域としての様々な取り組みを展開していきたいと考えています。

愛南漁協
〒798-4351 愛媛県南宇和郡愛南町舗越166-3
TEL.0895-72-1135





株式会社海苔漁師
〒771-0201 徳島県板野郡北島町北村字吉町四反
地18-2 TEL.088-666-3850



海苔の新たな価値創造で100倍の単価を実現！

漁師の新発明、生きている海苔

市場で製品の値段が決まるのは農業も漁業も同じ。焼き海苔1枚十円前後という市場単価を、1000円にまで劇的に上げたのはまさにミラクル。海苔漁師の新発明「生きている海苔」とは。

日 本人の99.9%は生の海苔を食べたことがありません。それは日本の海苔を食べる文化がイコール海苔の保存の歴史だったからです。海苔は収穫すると生のままでは3日と持たず細胞が壊れてしまうほどデリケートな生き物です。そのため海苔は収穫してすぐに焼き海苔にするか佃煮にするかのいずれかの方法で加工しなければ流通させることができませんでした。私が立ち上げた株式会社海苔漁師では、株式会社スベックが開発した「生きている海苔」という新商品、また、漁師が作っている海苔の原草を乾燥した「浜干し海苔」を始め、さまざまな海藻を販売しています。特にこの「生きている海苔」は、海から摘みだての新鮮な生の海苔をそのまま特殊冷凍技術によって長期保存できるよ

うにしたもので、焼き海苔1枚分の海苔の量で1パック1000円という単価を実現しています。海苔の価格が下がり始めた昭和の終わりごろから、漁師の人々の生活は苦しくなる一方です。こうした状況を改善するためには、コスト削減が現実的ではない漁業の性質から、商品単価を上げ、売り上げを伸ばす方向で風穴をあけるしかなかったのです。

私は「生きている海苔」を開発した食品の衛生管理のコンサルティング会社のCEOをしています。業務拡大に伴い漁師2名とともにこの新会社を立ち上げ、6次産業化への取り組みを始めました。徳島のこの地域の漁業組合では、最盛期には160人ほどだった漁師が、今では10数名にまで減りました。漁師の待遇もよくなり、後継

ぎもない。この負のスパイラルから抜け出すために、なんとかしたいという思いで、株式会社海苔漁師を立ち上げましたが、業界全体にはまだまだ6次産業化へ乗り出すことすら困難な漁師たちが沢山います。私は、まずは日本の漁業を担う漁師たちがきちんとした生活を営むことができる収入を得られるようにし、さらには世界に誇れる日本の漁業を蘇らせたいという思いを持ってこの会社を運営しています。日本の漁師の生活水準

が世界の漁師と肩を並べられる日が来ることを願い、今後も事業推進に力を注いでいきたいと考えています。



が世界の漁師と肩を並べられる日が来ることを願い、今後も事業推進に力を注いでいきたいと考えています。

6次産業化の達人たちの多彩な商品一挙紹介!

それぞれが地域資源を活かし、日本の農林漁業の新たな可能性を秘めたオリジナリティ溢れる商品は、人々の心と体を満たすものばかり。

2 (有)大塚農場 北海道

トマトジュース

特別栽培した生食用トマト『桃太郎』を絞ったジュース。1本のトマトジュースを作るために、なんと約1.1Kgものトマトがたっぷり使われている。
内容量:700ml(瓶)



1 (有)澤田農場 北海道

豆腐「雪娘」

「トヨムスメ」と「ユキホマレ」の2種類の大豆を使っているのが「雪娘」と命名。北海道ならではの農家の家庭の味わいが消費者にも好評。



3 高松農業・農村振興協議会(花巻) 岩手県

豆銀糖

岩手県特産品コンクール受賞の「豆銀糖」。枝豆の余剰品や規格外を使って、枝豆の色味を活かした観光客向けのお土産品に加工。
内容量:5本入り×3袋



4 関村牧場 宮城県

漢方和牛和風ハンバーグ【調理済みタイプ】

温めるだけで肉汁たっぷりの本格的な和風ソースのハンバーグがお手軽に楽しめる商品。
内容量:150g



5 (株)ごはん 新潟県

特別栽培味噌「雪蔵」

有機物肥料100%で作った地豆、津張大豆に特別栽培の魚沼産コシヒカリを麹として使用。豆60%麹50%とおしげもなく配合した逸品。
内容量:800g



6 (有)クリアライズ 茨城県

シャキタス

「シャキッとした食感が美味」「シャキシャキとした食感が最高!」という消費者の声からネーミングされたシャキタス。サラダに使えばドレッシングにもよく絡まり、見栄えもよい。



7 長井新宿港竜海丸 神奈川県

イカの船上干し、沖漬け

船上で開き、調味料を一切使わず潮風で干し上げた、イカの味わいを更に引き立てる「船上干し」、また、活きた状態で特製のたれを吸わせた「沖漬け」。どちらも味わい深い逸品。



8 合同会社さがみ有機畑 神奈川県

ルッコラソース

さがみ有機畑のオリジナルルッコラソースは、サンドウィッチのソースやパスタのソースにと、幅広い料理に活躍する便利なアイテム。青山マルシェにも参加しています!
内容量:90g



9 (有)夢郷葡萄研究所 山梨県

ラ・フロレット スミレ・ルージュ 2010 La Florette Sumire Rouge 2010

奥野田地区で収穫した糖度の高いメルロ種を用い、スミレやカシスを思わせる華やかな香りが絶妙。ラベルのスミレは中村さんの奥さんが手書きで描いた。
内容量:720ml



10 澤田農園 愛知県

ハートツリー

6~7月に小さな白い花を咲かせた後、ハート型の可愛い赤い実を付けるます。鉢物を扱う初心者向けのパンフレットやギフト包装、メッセージカードサービスなど利用者目線のサービスも充実。
サイズ:各種



12 (株)明宝レディース 岐阜県

明宝トマトケチャップ

岐阜県内で生産されるトマトを用いて、完熟のトマトの甘みを活かしたペーストは、さまざまな料理に使える便利なアイテムだ。
内容量:300g



11 (有)石川養豚場 愛知県

幸せケーゼ(プレーンタイプ・チーズ入り)

ソーセージを型に詰めたフライッシュケーゼ。厚めにスライスして軽く焼いたり、そのままサラダやサンドイッチにしても美味しい。まさに食卓に幸せをもたらす逸品だ。
内容量:280g



14 (有)甲賀もち工房 滋賀県

米粉たい焼き (朝食たい焼き)

うるち米「キヌヒカリ」の米粉と豆乳の生地にウィンナー、ベーコン、玉子などを入れた「朝食たい焼き」。若い人にもお米に親んでもらいたいと考えられた、これまでのイメージを覆す新しい米粉商品。



13 (有)わくわく手づくりファーム川北 石川県

オリジナル地ビール「白山わくわくビール」

白山わくわくビール。地元産二条大麦を使用した、わくわくのビール工房で醸造しているオリジナルレシピのビール。「コシヒカリエール」「アンバーエール」「ゴールドエール」の3種類のテイストがある。内容量:330ml



15 (有)すぎもと農園 三重県

白みかンドリンク

「美容に関心のある」消費者をターゲットに、みかんの果皮に含まれるポリフェノール的一种でメラニン色素の定着を防ぐ「ナリンギン」を多く含むサマーフレッシュを商品化。
内容量:100ml



編集後記

少し古くなるが、「若者自立・挑戦プラン」というものがある。その後改訂され「若者の自立・挑戦のためのアクションプラン」として、省庁連携で、フリーターやニートの雇用・自立化に向けての機会創出、意識改革のために、ジョブカフェ、職業教育、地場産業との連携、農業就業体験、eラーニング等々の施策が進められている。

農林水産省でも、平成24年度からはこれまでの事業を強化し、安心して農業を始められるよう総合的なサポートを展開するということである。

今回の6次産業化座談会は、若者の就業の場としての農林水産業が、2次・3次と連携しながら発展することで、新しい就業チャンスが生まれてくるはずと考え、設定した。自分を活かせる場として、懐が広くなった6次産業化の現場にどんなチャンスがあり、魅力があるのか。3人の話は興味深かった。

編集長 奥野俊志

6次産業化フリーペーパー

「第6チャンネル」 Vol.03

2012年3月発行

発行/株式会社アール・ピー・アイ

〒101-0061

東京都千代田区三崎町3-1-16

神田アメックスビル8階

TEL:03-5212-3411

http://www.rpi.co.jp

編集人 奥野俊志

編集 河原木徹、矢野雄介、高野裕子

取材・編集 浦岡伸行、尾方実和

川口可奈子

制作協力

モアデザインニングコーポレーション

印刷・製本

株式会社アイエスアイ

©RPI

本誌記事の無断転載を固く禁じます。



www.6-ch.jp
好評配信中!



ここに掲載する商品は、
6次産業化WEBサイト
「第6チャンネル」でも紹介中です。

これらの商品はほんの一部。
もっと見たい! もっと知りたい!という方
はWEBサイトにアクセスしてください。

<http://www.6-ch.jp>



18 (有)杉・農園 大阪府

農園会席

農園レストランでは、自家製野菜、山菜、川魚などをふんだんに盛り込んだ農園会席や地どり鍋、陶板焼などを趣のある個室でゆっくりといただける。

コース:各種



21 愛南漁協 愛媛県

愛南びやびやかつお

「びやびや」とは、地元の浜言葉で新鮮という意味。もちもちした食感を味わえるかつおの刺身がその美味しさが一番よく味わえる食べ方。地元を足で運んできた逸品。

24 日本信頼農業(株) 宮崎県

キュウリ

ゴールドネッカという土壌改良資材を用いて土地の活性化を図っているビニールハウスで生育されている。



26 (有)やえやまファーム 沖縄県

石垣島産

パイナップルジュース

亜熱帯の気候、日照、豊富な水源、栽培に適した土地に恵まれた条件で育てたパイナップルの中でも鮮度、糖度、酸度のバランスの取れた完熟の原料のみを使用した、「無添加、無調整」の100%ストレートジュース
内容量:900ml



16 農事組合法人グリーン日吉 京都府



黒豆甘露煮(特選)

京都産黒大豆(新丹波黒)甘さ控えめで煮込んだ黒豆甘露煮(特選)。扱いやすいトレイに入れ、お正月だけでなく、日常の食卓で楽しめる商品。

内容量:100g

17 (株)香寺ハーブガーデン 兵庫県

自家製てづくり柚子パン

兵庫県産の柚子の香り高い手作りパン。ハーブの香りを活かしたオリジナルの自家製パンは現地であつあつの出来たてを味わいたい。



19 (株)アライオリーブ 香川県

Shodo-Shima Extra Virgin Olive Oil

1本12,600円という超高級エキストラバージンオリーブオイル。酸度0.1%という驚異的な数値を出している。若草色の爽やかな芳醇な香りが感じられる逸品。

サイズ:各種



20 (株)海苔漁師 徳島県

生きている海苔

磯の香、海苔本来の旨みが味わえる「生きている海苔」。お刺身・天ぷら・お吸い物・酢物やパスタやリゾットなどアレンジ次第で幅広い料理に使える画期的な商品。

内容量:50g



22 JA福岡大城 福岡県

美酢あまおう

昔ながらの静置発酵製法によって素材の糖度を活かしたまろやかな味わいが特徴です。

内容量:300ml



26

23 (有)コウヤマ 熊本県

芋焼酎「芋屋長兵衛」紫芋

香山農場産の紫芋を厳選し、黒麹でじっくりと仕込みました。紅あずま焼酎と合わせて720ml 2本セットはギフトにも最適。
容量:4合・5合・一升瓶があります。



25 アネット(有) 鹿児島県

こいざい生姜の調味液

鹿児島産しょうが汁を高濃度配合した新商品。料理や飲料など汎用性の広い生姜の調味液という新ジャンルを打ち出した画期的なアイテム。

内容量:110ml



6次産業化情報

全国キャラバン! 食の発掘 in 東京 商談会

JTB西日本主催 『全国キャラバン 食の発掘商談会in東京』取材報告

プロダクトアウトではモノは売れない。
マーケットインの発想を持つことが大切。



商品開発者、バイヤー、プロデューサーなどによるパネルディスカッション。



5時30分から始まった試食会は、バイヤーとサプライヤーの真剣勝負。様々な商品が集まり、フードショーのような賑わい。



個別商談会の様子。

バイヤーは、消費者の代理で目利きをしている。

まずバイヤーが見るのはパッケージだろう。消費者に訴える形、デザインが施されているか…。「まず味をみてください」と、よくサプライヤーは言う。しかし、順序が逆なのだ。殆どの商品の場合、消費者は店内で味見はできないし、それほど時間もない。

プロダクトアウトとは、消費者ニーズを考えず、「作ったから買ってください」という発想だ。モノが無い時代はそれで売れた。しかし、消費が成熟した現在ではマーケットインの発想が必要だ。消費者が何を望んでいるのかからプランを考え、製品を作り、デザインを施し、商品に育て上げる。その上で販売戦略を如何にバイヤーに上手く伝えるか。サプライヤーの共通の課題はそんなところにあるのだろう。

ヒントは、6次産業化にあるかもしれない。6次産業化の良いところは基本的に加工業者が原材料を作っている（もしくは現場を知っている）というところにある。つまり、原材料のトレーサビリティが担保できているという安心と信頼を有するのだ。見た目だけで評価する気持ちも分るが、6次産業化事業者と一緒に商品を育てる気持ちになれば、もっと素晴らしい商品が生まれるのではないかと、そう感じたイベントだった。

Watch! 会場で見つけた6次産業化商品



埼玉県の小松菜産地からは小松菜ラーメンやヨーグルト。小松菜の風味が新しい



能登半島から出品した「海のじゅんじょ」山芋に勝るとも劣らぬネバネバの味を堪能

6次産業化ガイド

目標を定め、6次産業化に向けて事業を進めたい。そんな決意をしたら、まず様々な情報を集めたい。ここで、制度や考え方のおさらいをしよう!

■6次産業化が目指すもの

農山漁村に由来する様々な地域資源

○農林水産物



- バイオマス
・食品廃棄物 ・未利用間伐材
- 自然エネルギー
- 風景
- 伝統文化

農山漁村の地域資源を利用し新たな事業に取り組みとうとする産業

食品産業、観光産業、IT産業、化粧品・医薬製造業、エネルギー産業

地域資源の有効活用

マーケットの拡大を図りつつ農山漁村を6次産業化

生産・加工・流通(販売)の一体化による付加価値の拡大
農林漁業者による加工・販売分野の取り組み(多角化・複合化等)、農林水産物や食品の輸出

2次・3次産業による農林漁業の活用

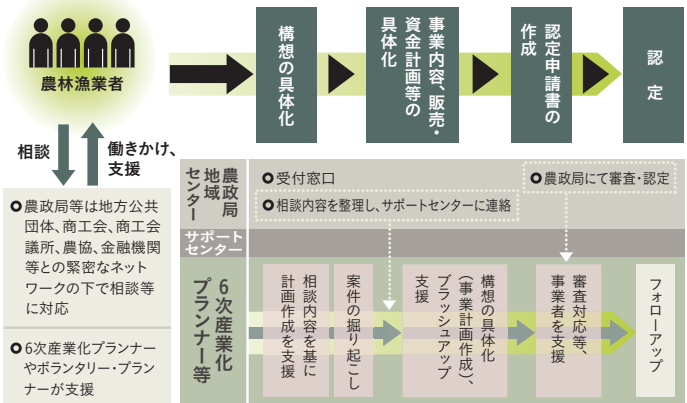
農林漁業と2次・3次産業との連携・融合による地域ビジネスの展開や新たな産業の創出

バイオマス等地域資源を活用した新事業の創出、農商工連携の推進、再生可能エネルギー利用の推進

新たな付加価値を創出

雇用の確保と所得の向上による農山漁村地域の再生・活性化

●6次産業化法の認定までの流れ



詳細は、下記の農林水産省ホームページをご覧ください。

農林水産省ホームページ ▶ <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika.html>

6次産業創出総合対策予算等について ▶ <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika/yosan/index.html>

6次産業化の推進について(6次産業化全国推進会議資料) ▶ <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika/suishinkaigi/pdf/suisin.pdf>

