

6 channel

CONTENTS

特集

地域で連携した 6次産業化の取組

徳島県木頭の手絞り柚子の取組が地域の多数の農家や事業者と連携
そこで生まれる新しい価値が地域産業を起こす

6次産業化の達人紹介

磯沼ミルクファーム／ドリームファーマーズ／横山農園／さとう農園

6次産業化ガイド／6次産業化情報





全ては地域未来のために。
地域資源の高付加価値化で都市と交流

地域で連携した 6次産業化の取組

地域のほとんどが、柚子栽培に従事する
柚子の里・木頭^{きとう}で生まれた株式会社木頭いのす。
日本一質の高い柚子の生産地という評価に
あぐらをかかず、新時代の柚子の里を模索する。

徳島県那賀町木頭（旧木頭村）

日本有数の柚子の里

徳島空港から車を走らせて3時間弱。柚子畑の合間に家が建っているかのような山間の小さな村は、11月の最盛期を迎えると村中が柚子の香りでいっぱいになる。西日本第二の標高を誇る霊峰・剣山にほど近い、こ木頭地区（旧木頭村）は、冬は零下10度、夏は最高気温が40度まで上がる。年間の気温差が激しく、四国一の降雨量、朝夕に霧が多いといった気象条件が、香り高い最上級の柚子を実らせ、昭和52年には果樹として初めて朝日農業賞を受賞。名実とも

に日本一と称された木頭柚子は、今でもトップブランドとして、築地で取引されるほどだ。

必要なのは
青果から加工への
地域の意識の変革

木頭いのす代表の神代晃滋さんが、大阪から木頭に移住を決めたのは林業に従事するためだった。だがあるとき、木頭柚子の魅力に目覚める。

「柚子畑をやめるといふ農家から声がかかり、畑をそのまま譲り受けました。農業の経験が一切ない素人の



きとう
徳島県那賀町木頭
高知県との県境に位置。
人口は総数1,410人
高の瀬峡や木頭ゆず、
木頭杉で知られる。



自分に対し、周りは包み隠さず何でも教えてくれましたね」と神代さん。花がついたら木を叩いて落とす、古い枝の剪定方法や時期、柚子の栽培方法は長い年月をかけて、村独自で開発したものばかり。高い技術と知恵が生きていた。

「最高の生産適性地である気象条件と経験に基づく栽培技術を持ち、手間隙をかけて作られた柚子は、日本一と胸をはって誇れる極上の香りと酸味。しかし、せっかくなにかいいものを作っても、相場で値段が変動するし、柚子の質のよさを明確に表現できていないと感じました。加工品にすれば、木頭の柚子の特徴がより際立たせられ、価格も安定できるはず」

木頭には柚子果汁を搾った加工品がすでに存在していた。それらのほとんどは、青果にできなかった柚子の皮を消毒してから機械で搾り、発酵を止めるために熱を加えて出荷されていた。

「青果にできなかったものを加工品に回せばいいという考えでは駄目なんです。生産管理ができない限り、ブランドは構築できませんし、6次産業として成り立たない。青果商品で日本一だからといって、加工でも日本一の味が出せるわけではない。そのあたりの意識改革も進めていきたいですね」

神代さんを中心に 地域で連携して進む 6次産業化の取組

「地元の販売用ではない柚子果汁は消毒せず、手搾りで熱も加えていません。その方が格段においしいんです。人の手、それも女性の力で程よく搾ると、本当の柚子の香りと酸味だけが果汁に残る。手搾りだからこそ出せる素晴らしい柚子の風味は、この村が大切にしていかなければならない食文化だと思います。」

そこで木頭のすでは、農薬、化学肥料不使用栽培、手搾り、非加熱、無添加と、新たな商品に取り組む。

「一農家だけで6次産業化を進めていくのは難しく、ブランドを確立するためには地域の連携と協力が必要。地元の主婦の方には柚子の収穫と手搾りを手伝ってもらっています。また、果汁を作るまでは木頭のすで行いますが、加工製造に関しては木頭でも歴史の古い柚冬庵、その他と連携し、柚子果汁の瓶への充填とボンドの加工をお願いしています」

さらに、木頭に徳島営業所を持つIT企業メディア・ドゥーとも関係を深め、今後の情報発信を計画している。このように、地域の農家、女性、事業者等と連携して6次産業化の取組を進めているところである。



収穫期まっさかりの柚子畑に立つ、株式会社木頭のすの代表・神代晃滋さん。昔ながらの手搾りの柚子の風味にこそ勝機があると確信



特集

全ては地域未来のために。地域資源の高付加価値化で都市と交流
地域で連携した6次産業化の取組



木頭柚子の品質と加工へのこだわりが
地元の人を動かす原動力になると共に
他事業者との連携を実現させた。

地域外にも 広がっていく 連携事業

木頭いのすと地元の林業業者を通して知り合い、販売戦略で連携を進めているアグリゲート代表の左近さんにも話を聞いた。

「まずは主力商品をチェックさせていただき、事業計画を伺いました。なんとなくこのぐらいの数字の売り上げにしたいといった明確ではない部分に対して、具体的な戦略やアドバイス今後のプランを提案しています。問屋に営業すれば簡単に売り上げは上がりますが、一時で終わりの商品になってしまいます。試飲販売によるファン作りなど、お客さんとのコミュニケーションをとっていかないと。また、ただ売るだけではなく、売り場に対しての販売促進も大事です。長く、継続的に売っていくには、ソーシャルメディアの活用がかかせません」

木頭いのすのホームページはアグリゲートが作成。消費者が見やすく、新しい情報や更新は簡単に作業できるフェイスブックで行うなど、忙しい生産者の負担にならないよう工夫がされている。

「6次産業化のメリットは、自分たちが生産した原料を使用するという信頼性と、商品にストーリーがあることです。生産から製造まで1個の商品にかかる時間が長いので、商品には造り手の想いや情熱が詰まっています。これは大量生産の商品にはない、魅力ですよ。だから消費者に対して、舌だけではなく、知識としてのおいしさも訴えかけられるのです。デメリットを上げるなら、価格でしょうか。生産者は消費者の近くに住んでいないので、マーケットが求めている価格と、商品への手間やこだわりが合致しないことが多いです。誰に食べて欲しいのか、どれだけ生産者像が描けるかどうかが大事です」(左今さん)

**木頭いのす
神代晃滋さんのプロフィール**

- 1962年: 神代晃滋さん生まれる
- 1985年: 甲南大学経済学部卒業後、アパレル輸入商社サラリーマンを経験後、独立
- 2001年1月: きこりになるべく、木頭にて定住を決意。林業に従事
- 2004年1月: 木頭柚子に出会い、休耕地となりかけた柚子農園を購入。農林業家としてスタート
- 2008年3月: 木頭果樹研究会理事就任
- 2005年3月: 木頭柚子一番しぼりを百貨店を中心に発売。HP開設
- 2006年9月: 木頭柚子一番しぼりぼん酢販売
- 2009年12月: アメリカ輸出開始
- 2010年11月: 第1回柚子収穫&柚子絞り体験を実施
- 2011年6月: 株式会社木頭いのすを設立。アグリゲート、メディアドゥ、稲畑香料、コスメティックジャパン業務提携
- 2011年11月: 六次産業化法に基づく総合化事業計画が認定される



木頭いのすを支えるチームむかご代表で料理研究家の枝元なほみさん(左)と、アグリゲート代表の左今克憲さん(中)

木頭いのす

徳島県那賀郡那賀町木頭和無田イワシツ5-23
TEL:0884-64-8884
<http://www.kitoinosu.jp>

右: 木頭いのすの神代さんを支える村の人たちは皆、仲がいい。神代さんの右に座るのはメディア・ドゥ木頭事務所所長の瀬戸本さんと、Uターンで村に戻り、木頭いのすで働くスタッフ大西さん。右の女性2名には収穫を手伝ってもらっている。奥の両端の女性はメディア・ドゥの社員、中央は柚子を使った郷土料理の伝承者である中山さん。

下: 収穫した柚子の手搾りは木頭柚子の大切な仕事。地元の主婦が活躍する。



- ① イタリア産のEXVオリーブオイルに自社の柚子果皮より抽出した柚子オイルをブレンドした、神代さんの自信作
- ② 木頭柚子生搾り醤油だれ。ごま風味をブレンドした、いろいろな料理に使える調味料
- ③ 主力商品の木頭柚子一番しぼり。非加熱のため、冷蔵での販売だ



いろいろな人達が
関わることで生まれる
誇りとモチベーション

いい商品だからこそ、食の専門家にも知ってもらいたい。そこで、アグリゲートの左近さん(チームむかごの営業担当)を通して知り合った、料理研究家の枝元なほみさん率いる「チームむかご」のメンバーに来てもらい、柚子の収穫と柚子搾りを体験してもらっている。チームむかごは、むかごのように味がよくても見捨てられがちな食材の魅力やおいしさを伝える、食に関心の高い人々の集まり。収穫などリアルな体験や感動がフェイスブックに流れ、10万人もの人の目に触れる。「わざわざこんな田舎まで来てもらえて、うれしいですね」と、木頭いのすのスタッフ。「収穫期は村で一番忙しい時期なの

で多くの受け入れはできませんが、消費者の方々には現場を知っていただき、いきつけに。地域住民のモチベーションアップにも貢献していきます」と神代さんは話す。

見えてきた。

6次産業化でやるべきこと

「村の人口の50%が65才以上。この村が育んだ柚子栽培の技術や食文化を継承するためには、外に出てしまった若い人を呼び戻すことが必要です。故郷に戻りたいという木頭出身者は多いと聞きます。まずは生産性を上げることが急務。一農家が市場で売るためには、商品の特化させるための他との違いが必須ですが、これがなかなか難しい。味、パッケージ、ブランド作り、今後も模索していきたい」と神代さん。こうした思いから、木頭いのすでは、様々な連携による新たな取組を実施中だ。稲畑香料(大阪)と連携して柚子の皮を水蒸気蒸留し、柚子の香り「水」を抽出。それをコスメティックジャパン(東京)で柚子の香りがするミストやスプレーなどの商品化も進んでいる。このように、地域での連携にとどまらず、地域外や異業種の人達とも連携しながら6次産業化を進めていくこととしている。

6次産業化の達人たち

いち早く6次産業化に取り組み、さまざまな知恵と努力を製品に注入している。そんな6次産業化の先人たちを尋ね、過去・現在・未来のお話を聞いた。



家畜福祉と循環型農業を目指している磯沼さんの酪農スタイルは、26歳の時に経験したオーストラリアでの研修が影響している。

6次産業化の達人

東京都八王子市

酪農

都市型ファームとしての

在り方を追求していく

磯沼正徳（いそぬま まさのり）さん

磯沼ミルクファーム代表

ハンディが生んだ、
コーヒーマの香りする牧場

磯沼ミルクファームは、京王高尾線・山田駅から徒歩5分。住宅地の中にある都市型ファームとして周辺に配慮するため、コーヒーマやカカオの殻を干し草に大量に混ぜ、匂い対策に力を入れている。現在ファームには、ホルスタイン、ジャージー、ブラウンスイスと3種の乳牛約100頭が飼育されており、使用するコーヒーマ、カカオの殻の量は一頭につき10〜15kg、全体でおよそ1.5トンにもなり、コーヒーマの香りのする牧場と言われている。この匂い対策、実は他にも理由がある。

「キレイ好きな牛のために、ストレスなく牛に気持ちよく過ごしてもらうためでもあります。」と、ファームの代表の磯沼さんは話す。牛にストレスを与えない工夫は、随所に施されている。「エサについては、24時間好きな時に好きなだけエサを食べるこ

とができるシステムを導入していません。それが逆に腹八分目で満足できてしまう。牛の生態を知り、牛に人が合わせているだけのことです。」と磯沼さんは言う。

大切に育てれば、
牛たちが応えてくれる

ファームでは原料として牛乳を出荷する以外に、自社でヨーグルトなど乳製品の加工・販売を行っている。ストレスのかからない環境で育てられている牛たちからは、乳度の高いお乳が搾乳され、ヨーグルトやプリン、アイスクリームなど、高品質の乳製品に加工されていく。ちなみに加工場のキャッチコピーは「世界でいちばん小さなヨーグルト工房」。生産量は少ないが、その味は高級食材を扱うスーパーの社長の舌をうならせ、「磯沼ミルクファームの商品を切らすな！」という命までくだる。それが、ファーム自慢の「かあさん



2012年10月25日、セレオ八王子北館1Fに直営店がオープン。イトインコーナーもあり、フレッシュチーズ!ソフトクリーム、ジャージーミルクで作られた極上ヨーグルトなど楽しめる。

磯沼ミルクファーム

東京都八王子市小比企町1625
TEL:042-637-6086
<http://isonuma-farm.com/>

磯沼ミルクファーム 磯沼正徳さんのプロフィール

- 1952年:先代が農業と酪農の複合経営を始める
- 1952年:東京都八王子市に生まれる
- 1960年:酪農に専業 10頭から始まる
- 1970年:都立瑞穂農芸高校畜産科を卒業
- 1972年:東京農業大学短期大学部を卒業
- 1972年:就農
- 1978年:オーストラリアでの農業研修で酪農スタイルについて影響を受ける
- 1994年:磯沼正徳さんが代表に就任
- 1994年:加工事業を始める
- 1994年:ファーム内に直売所をオープン
- 1994年:酪農教育ファームに認証される
- 2012年:六次産業化法 総合化事業計画の認定を受ける
(ヨーグルトなどの小パッケージ化)
- 2012年10月25日:八王子セレオ北館1Fに直営店オープン
- 2012年:選暦を迎える



- ①直営店セレオ八王子北館オープンに合わせ発売された新商品「みるくの黄金律フロマージュ」(1,800円)は牛乳を生かしたバークドチーズケーキ。1日20個限定。
- ②日本で唯一!一頭のジャージー牛のミルクだけで作るヨーグルト。パッケージには牛の名前が記載されている。
- ③ファーム主力商品の牛乳やヨーグルト。

「事業を進めていくにあたっては、自分ひとりで考えていくより、仲間で考えていくことが必要。六次産業化法の認定申請というのは、そういったいい機会にもなります」と話す磯沼さん。



付加価値の高い乳製品を世に送り出し、高い評価を受けてはいるものの、経営面では、人手不足や手間がかかり限られた生産量で高額となった商品に対する敬遠など、難しい課題を抱えているのも事実。「北海道など

六次産業化法の認定は次のステップにつながる

牛の名前入りプレミアムヨーグルトだ。通常販売されているヨーグルトの5〜10倍もの乳酸菌が、このヨーグルトには含まれ、上澄みはバターに近い食感。深みのある味で、国内外を問わず視察に訪れる人々も、その質の高さに驚いている。

「評価を受けてみようと思いましたが、いろんな事業をやっています、申請にあたっては、やりたいことを整理して絞りました。まずはチーズ作り。そしてヨーグルトの小パッケージ化です。現在のヨーグルト商品は、小さくても瓶詰めで300〜500gサイズ。今後、さらに食べやすくしてリーズナブルな価格設定にしていくことが目標です」と話す。

磯沼さんが取り組む事業には、酪農や加工以外に「オープンコミュニティファーム」もある。都市地域にある酪農として出来ることは何か?というテーマの先に導き出されたキーワードだ。

「牧場という場所は、人の集まる広場になっていくことが必要。地域の役

と目的は、
「評価を受けてみようと思いましたが、いろんな事業をやっています、申請にあたっては、やりたいことを整理して絞りました。まずはチーズ作り。そしてヨーグルトの小パッケージ化です。現在のヨーグルト商品は、小さくても瓶詰めで300〜500gサイズ。今後、さらに食べやすくしてリーズナブルな価格設定にしていくことが目標です」と話す。

に立つ、面白い、美味しい、楽しい空間になっていったらいいですよね」
現在、ファームでは、毎週日曜日の乳しぼり体験やチーズ作り体験、カウボーイスクールなど、様々な体験教室が用意されている。取組は評価され、酪農や農業、自然との共存環境を学ぶことができる牧場ということ、(社)日本中央酪農会議により酪農教育ファームとして認証されている。

六次産業化法の認定申請は、このように、これまでの取組を再整理し、さらに次のステップに行くにはどうするべきかを考える良い機会にもなる。





「6次産業化に取り組もうか考えている方に言いたいのは、とりあえずやってみること。否定するにしても、やってみてからだと思います」と話す、宮田宗武さん。

6 次産業化
の達人

大分県宇佐市
安心院(あじむ町)

農業

安心院で育まれた奇跡の ぶどうを干しぶどうに

宮田宗武 (みやたむねたけ)さん

(株)ドリームファーマーズ代表

宮田ファミリーぶどう園代表

ぶどう産地の生き残り
をかけた農村再生

四周を連山に囲まれた盆地の町「安心院」は、昭和40年より国営総合開発パイロット事業により樹園地造成がなされ、「西日本一のぶどう園地」をスローガンに産地育成が行われたところ。宮田宗武さんの父・静一さんもこれに参加し4,000本の苗からぶどう園を開園した。盆地ならではの風土・気候が、質の良いぶどうを育み、やがて安心院は西日本有数のぶどうの生産地に成長。しかし1990年代になると、高齢化、若者の流出、過疎化、荒れた耕地の増大など、安心院のぶどう農家は多くの問題を抱えるようになる。そこで静一さんが考えた農村再生は、ドイツで経験した農泊研修からヒントを得た、安心院ならではの農泊(農村民泊)。「グリーン・ツーリズム」と呼ばれる農山漁村地域での自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇

活動は、教育効果のある修学旅行とも評価されている。そしてなにより、農家にとっては、副収入が入ることが救いとなっている。

農業は生産だけでは
食べていけない

グリーン・ツーリズム発祥の背景もそうだが、2代目の宗武さんも、「農業は生産だけでは食べていけない」と話す。そこで宗武さんが就農してから取り組んだのが加工事業だ。宮田ファミリーぶどう園の農地は現在5ha、基本的には巨峰のみの栽培だ。この生果販売用の巨峰を使って加工したのが100%のストレートジュース。巨峰を何トンも潰し試作を重ね、意見を交え、出来上がった商品はジュースというよりはスムージーに近い仕上がり。協力を仰いだ食品加工の先生からは「こんな商品、日本のどこを探してもない。あんただからできる」と言われたそうだが、

**株式会社ドリームファーマーズ
宮田宗武さんのプロフィール**

- 1972年:先代の宮田静一さんが4000本の苗を植え開園
- 1975年:宮田宗武さん生まれる
- 1999年:東京農業大学大学院 農学研究科博士前期課程を修了 大分に帰り就農
- 2003年:加工商品100%ジュースを発売
- 2008年4月:宮田ファミリーぶどう園 代表就任
- 2009年8月:王さまのぶどう・旅行村農園開園
- 2009年10月:宇佐市内の5名の農業青年で「Dream Farmers Plus」を結成
- 2011年4月:干しぶどうの商品開発をスタート
- 2012年5月:六次産業化法に基づく総合化事業計画が認定される(干しぶどう)
- 2012年5月:(株)ドリームファーマーズを設立
- 2012年8月:大分県地域活動支援事業で干しぶどうの加工場を建設
- 2012年9月:干しぶどうの加工・販売を開始



- ①加工事業取組の足がかりとなった宮田ファミリーぶどう園の主力商品の100%ジュース。ストレートジュースは1,260円/500ml、濃縮巨峰は1,470円/500ml
- ②六次産業化法の認定を受けた(株)ドリームファーマーズの干しぶどう事業。国産のぶどうを使った加工商品は、種入り巨峰・青春編、種なしピオーネ、いろいろミックスと3種類。

このまま食べても十分に美味しい規格外の巨峰。これから手作業で形・色ごとに分けられ、洗浄してから加工に入る。

それは宮田ファミリーぶどう園の生産力があつたからこそだろう。原料となる巨峰は、「王さまのぶどう」というブランド名で販売されている。食べた人が王様のような気分になる極上のぶどうであることを表現したブランド名だが、栽培にもこだわりがある。土作りでは、化学肥料は使わず有機質肥料のみ使用。防除に関しては、農薬の濃度や回数を減らすことで、安全で安心なぶどう栽培を心がけている。加工されたジュースは、隣町の湯布院の駅前などで地道な販売活動を行い、手心えを感じるまで3年かかったそうだが、以降、商品はひとり歩きするようになる。手間がかかり限られた生産本数となるゆえ、直売所、地元の道の駅、関東圏でも一部店舗と販売箇所は限られる。ちなみに、湯



㈱ドリームファーマーズの主力メンバー。社長の宮田さん(中央)、副社長の安部さん(右)、工房長の園田さん。取締役3人の平均年齢は34歳。



王さまのぶどう直売所。「王さまのぶどう」はじめ、様々な加工品を販売。巨峰のソフトクリームは伊勢丹のパイヤーの舌もうならせ、2012年の催事で東京にも出店した。

株式会社ドリームファーマーズ

大分県宇佐市安心院町下毛1193-1
TEL:0978-44-0155
※宮田ファミリーぶどう園
<http://tenjin.coara.or.jp/~ajmkk/miyatafamiri.htm>

布院の高級旅館「玉の湯」でも人気商品として販売されている。

6次産業化プランナーによりカードが広がる

今回、六次産業化法で宗武さんが認定を受けた事業は、干しぶどうの加工事業だ。「食べて美味しいぶどうなのに、見てくれば良くないだけで売れない。いわゆる”規格外のぶどう”をどうするか?というのが産地としての命題なんです。干しぶどうにすることによって新しい個性として目の目を当ててあげたい」

柔軟な発想力と行動力で、安心院の若い農業者たちをリードし続けていた宗武さんの元に仲間も集まった。

六次産業化法の認定申請では、6次

産業化プランナーが力を貸してくれた。プランナーならではのネットワーク・人脈を活かし、宗武さんたちがカタチにしたものを具現化していく。「こつちが持っていないカードを6次産業化プランナーさんは持っている、カードが広がっていくのが楽しいですね。相性も合っていたんだと思います」と話す。そして、六次産業化法の認定を受け、2012年5月に(株)ドリームファーマーズを設立。主力メンバーで考えた企業理念は、「農家のチカラで農村イノベーション」。地元他のぶどう農家とも協力して、農家にしかできないことをやっていこう!という思いが込められている。国産では珍しい巨峰を使った干しぶどうの加工商品は無添加。女性をメインターゲットに、これから販売される予定だ。



横山さんと長男の請悟さん。請悟さんは中学生くらいから後継ぎを意識していたそう。現在従業員2名、パートさん4名を束ねているのも請悟さんだ。

農業

愛知県豊明市

6 次産業化
の達人

経験に裏付けされた

付加価値の高いトマト栽培と
経営スタイルを次世代に伝授

横山賢一（よこやまけんいち）さん

(株)横山農園 代表取締役社長

トマト栽培のプロ同士で
話ができるようになるまで20年

横山農園は、1999年に第29回日

本農業大賞(※1)と第39回農林水産大臣賞(※2)を受賞。その主たる受賞理由は経営状態の良好さだ。横山さんにその秘訣をうかがうと、「単価を落とさないこと」「販売量に応じた生産をすること」という2つの要因をいただいた。現在、横山農園のファーストトマトは2kgで1,470円。市場調査も行い、販売価格は作った人(自分たち)が納得できる価格に設定した。「高いと思う人もいるでしょうが、買うかどうか決めるのは消費者です」と横山さんは割り切る。

先代の露地農業から切り替え、施設トマト栽培を始めた横山さんだったがトマト栽培の知識はゼロ。県内の第一人者に教えを請いながら栽培を始めるが、失敗を繰り返し、先代からも叱咤された。そんな苦い経験を重

ね、横山さんは環境制御の大切さに気付き、水分コントロールを自由に行える隔離ベットや良質のバーク堆肥、小さな虫の侵入も許さない防虫ネットなどを導入する。

「病気の出ないような環境でトマトを作ること。質のいいトマトを作るには、環境制御はとても重要」と唱え、収穫された完熟ファーストトマトは、濃厚な味わいとなる。年々増え続ける顧客リストには、一人を越える名前が並んでいるそうだ。

トマトを主役にした
レストラン事業で

6次産業化

食べて美味しい完熟ファーストトマトをトマトジュースやジャム、ケチャップに。6次産業化について、トマト加工という点では、横山さんは平成2年からスタートさせていた。提携してくれる加工場をインターネットで調べ、農家が持ち込む

※1 日本農業大賞…平成11年度実施の第29回日本農業賞において明日の農業の担い手としての実績を評価され受賞

※2 農林水産大臣賞…第39回農林水産祭に参加の第29回日本農業賞での評価に対し受賞

少量のトマトでも引き受けてくれるところを見つけた。原料を持ち込むと、加工場の担当者から「こんないいトマトを使うのか！」と驚かれたそう。加工の実績はすでにあるが、今回、六次産業化法で認定された事業は、それとはまったく異なるレストラン事業だ。

レストラン事業を仕切るのは、横山さんではなく後継者となる横山さんの長男の請悟さんと、次男でイタリアで9年のキャリアを積んで帰国したシェフ・智之さんだ。料理の主役となるのは、もちろん横山農園のトマト。メニューのアイデアはシェフの頭の中にあるそうだが、智之さんと一緒に帰国した奥様は、パティシエで、夫婦そろってレストランの主力メンバーとなる。レストランの建設はこれからだが、「農家色を打ち



2009年にリニューアルオープンした直売所。店内にはトマトや加工品が並ぶ。

株式会社横山農園 横山賢一さんのプロフィール

- 1951年：豊明市に生まれる
- 1969年：安城農林高校卒業
- 1970年：アメリカで一年間農業研修を受ける
- 1970年：施設トマト栽培を始める
- 1989年：販売を市場出荷から直売に切り替える
- 1990年：トマトを加工したジュース、ジャム作りに着手
- 1996年：温室を新たに9棟増設
- 1998年：直売所オープン
- 1999年：第29回日本農業大賞、第39回農林水産大臣賞を受賞
- 2002年：直売所の顧客数が1万人を超える
- 2009年：直売所をリニューアルオープン
- 2012年：六次産業化法総合化事業計画の認定を受ける（レストラン事業）

株式会社横山農園

愛知県豊明市沓掛町山新田42-2
TEL:0562-92-5228 営業時間：9:00～18:00
シーズン中は無休。臨時休業もあり。
<http://www4.ocn.ne.jp/~yk-nouen/>

出し、来てもらったお客様に感動を与えられるようなレストランにしたいです」と長男の請悟さんは話す。客層は、直売所に来てくれている顧客を中心に幅広い年齢層をイメージ。レストランには、直売コーナー

新しい事業を始める時は、見通せているかが大事

六次産業化法の認定を受けた理由については、「正直、まわりから勧められたから。資金面等、受けてメリットがあるからね」と長男の請悟さん。続けて「メリットを活かせるか、制度を上手に利用できるかは本人次第じゃないでしょうか」と綴る。取材中も、一農家ではない事業者であることについて、経営者と生産者は両

立させなければならぬ、など真っ直ぐに議論する親子だが、横山さんの顔は終始にこやかだ。そんな横山さんに、これから六次産業化を目指す皆さんに向けてのアドバイスを求めた。

「六次産業化には、いろんな形態がありますよね。やろうと思ったらやってみたらいいと思いますが、やみくもにやっちゃいかんですね。これは、息子にも言っています。が、事業主であり、家族もいる立場ですから、ある程度の慎重さと自分なりの裏付けが必要。九分九厘大丈夫と自信が持っているか、見通せているかということとは、とても大事なことです」といいただいた。直売所は奥様に、温室は長男の請悟さんに任せることが多い横山さんだが、農園を訪れる視察団の対応や各地での講演会など、現在も多忙な毎日を送っている。



食べて美味しいファーストトマトが加工された100%トマトジュース(1,000円/1.0L)。ネーミングはご先祖様の名前から。トマトケチャップ(735円/400g)とジャム(630円/200g)も主力商品。



完熟ファーストトマトは一年に5回収穫され11月上旬～翌年6月頃迄販売。トマトを選別しているのは横山さんの奥様。



的確な水分調整と養分調整が施される横山農園のこだわりの完熟ファーストトマト。付加価値をつけるため徹底した環境制御がなされている。

畑に埋もれた巨大な石を中心に、古代農法にあったという渦巻状の畑を再現



6 次産業化
の達人

山形県山形市

農業

山形県の里芋を
日本一のブランドに！

地域の向上を狙う

「さとといもや」の挑戦

佐藤卓弥（さとうたくや）さん

さとう農園株式会社 専務取締役

里芋を御馳走に上げた 初代のイメージ戦略

私どもの農園は加工が主体の里芋専門店で、日本全国から上質の里芋を仕入れ、すぐ調理できるようにきれいに洗ってから販売しています。洗った芋は真っ白で、漂白されているのでは？と敬遠する方もいますが、実は”洗い里芋“の方が鮮度や虫食いが隠せず、商品の質が見分けやすいもの。面倒な里芋の皮むきが不要で表皮近くの旨みも残るため、地元では洗い里芋の需要が高いです。毎年開催される「日本一の芋煮会」で使われるのも洗い里芋なんです。山形は河原で行われる秋の芋煮会が盛んなことで知られますが、実は正月やお盆など、芋煮は特別な日のおもてなし料理として愛されてきました。山形県人にとって芋煮に使われ

る里芋は”御馳走“。このイメージを作ったのは佐藤家、私の祖父である初代の清蔵だといわれています。

清蔵がリアカー販売をしていた時代、裕福な家庭だけを厳選して里芋を売り歩き、完売させたことから「お金持ちしか食べられないもの」として憧れの食材に定着させた。今というイメージ戦略の勝利ですね。

里芋畑を中心に広がる 地域の輪、農への関心

祖父の代から洗い里芋の販売を主流としてきましたが、洗っているだけでは立ち行かない時代が来るという危機感を覚え始めたのが5年前のこと。たくさんあった芋洗い業者も今では数軒だけになり、大手も参入。まともに競争しても勝てない、ならば「さとといもや」と農園から買い

さとう農園株式会社
佐藤卓弥さんのプロフィール

1900年: 初代の佐藤 喜三郎さんが天秤を担いで、野菜行商開始
1910年: 洗い里芋の販売を開始
1920年: 2代目の佐藤清蔵さんが、リアカーで里芋の販売を始める
1989年7月: さとう農園株式会社設立
3代目の佐藤賢治さんが代表就任
1993年: 大学進学のため上京
卒業後、東京のIT企業に就職
1995年: 里芋苗の栽培を開始
2000年4月: 4代目佐藤卓弥さんが山形に戻り専務として経営に参加
2002年8月: 新工場完成。真空パック機を増設
2003年4月: 新工場にて稼働開始
2006年11月: 山形商工会議所青年部
日本一の芋煮特別委員会で活動開始
2008年4月: 里芋の自社栽培開始。
2009年4月: 西藏王の休耕地を借り
うずまき畑を開墾(無農薬栽培)
2010年7月: 「やまがた6次産業ビジネス・スクール」
受講(2期生)
2011年10月: 芋煮のレトルトパックをテスト販売。
商品開発プロジェクトを推進。
2012年2月: 6次産業化法に基づく総合化事業
計画が認定される

さとう農園株式会社

山形県山形市下柳157-1
TEL: 023-631-2648
<http://www.satou-nouen.co.jp/>

右: 「里芋のおいしさだけでなく、農業の楽しさも地域の人に広めたい」と語る、佐藤卓弥さんと奥さんのみかさん

下: いったい幾つもの里芋がここにあるのかと思わせる程里芋だらけの加工場。「本当に美味しい里芋を全国に届けたい」という佐藤さんの思いをここから発信している



山形産の里芋は土垂(どだれ)という品種で、非常にねばりが強く、やわらか。特に西藏王のように標高が高く、朝晩の寒暖の差が激しい畑では、ねっとり力強い味わいに育つ

たい！」と思わせる商品作りが必要と痛感しました。今までは契約農家から里芋を仕入れて洗うだけでしたが、自分達で理想の里芋を作ろうと一念発起し、無農薬栽培に取り組んで早5年。というのも、アトピーやアレルギーで悩んでいるお客様から無農薬の安全な里芋が食べたいという要望があったのですが、お願いしてもやってくれない農家さんがいなくなりました。だったら、自分達でお客様の望む商品を作ろうと始めました。畑を借りたのは、工場から車で20分ほどの西藏王の山の中。長らく耕作放棄地だった荒地状態の畑を一から耕し、林を切り開いて車の通れる道も作りました。周りの人からは、不便で草だらけの畑は止めた方がいいと反対されましたが、私には、しっかり休んで、自然の養分をたっぷり蓄えたい畑に思えました。システムエンジニアから転身して家業に入ったので、農業の経験が全くなかったからこそ、そう思えたのでしようね。私同様に農家ではなくても畑に感心を持ってくれる方たちが地域にいらっしやるので、今年は声をかけて一緒に苗を植え、草刈りや収穫を体験しました。農業をしたいという仲間も増えているので、これをきっかけに休耕地を減少させたいですね。いずれは観光農園やカフェ

を作り、里芋を通して人が集う楽しい時間を提供したい、町の活性化に繋がりたいと思っています。

加工と生産を一緒にやるメリットは大きい

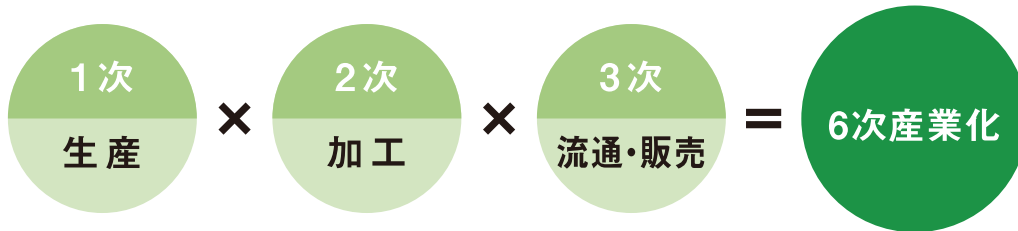
売り手や消費者の声が直に聞ける加工業者をやっているだけに、生産を始めた今、どんな里芋を作りたいのか目標が明確です。6次産業化は私たちが生産した原料の使用という信頼性と、消費者のニーズが掴みやすいという2つのメリットがあると感じています。

山形は芋煮で有名ですが、里芋の知名度は低く、収穫高も日本一ではありません。そこで近年は、地元の里芋農家同士で作り方や肥料、土地の選び方など情報を共有し、山形の里芋が量ではなく質で日本一となるように取り組んでいく予定です。山形産の里芋を使い、昨年は芋煮のレトルトパックのテスト販売を行いました。さらに里芋加工商品も検討中で、来年には独自のブランドを立ち上げます。東京では、銀座の山形県アンテナショップや地域の農家を応援している民間事業者などを発信基地として戦略を立てていますが、この新ブランドが山形県産里芋の価値引き上げに貢献できればと思います。

6次産業化が目指すもの

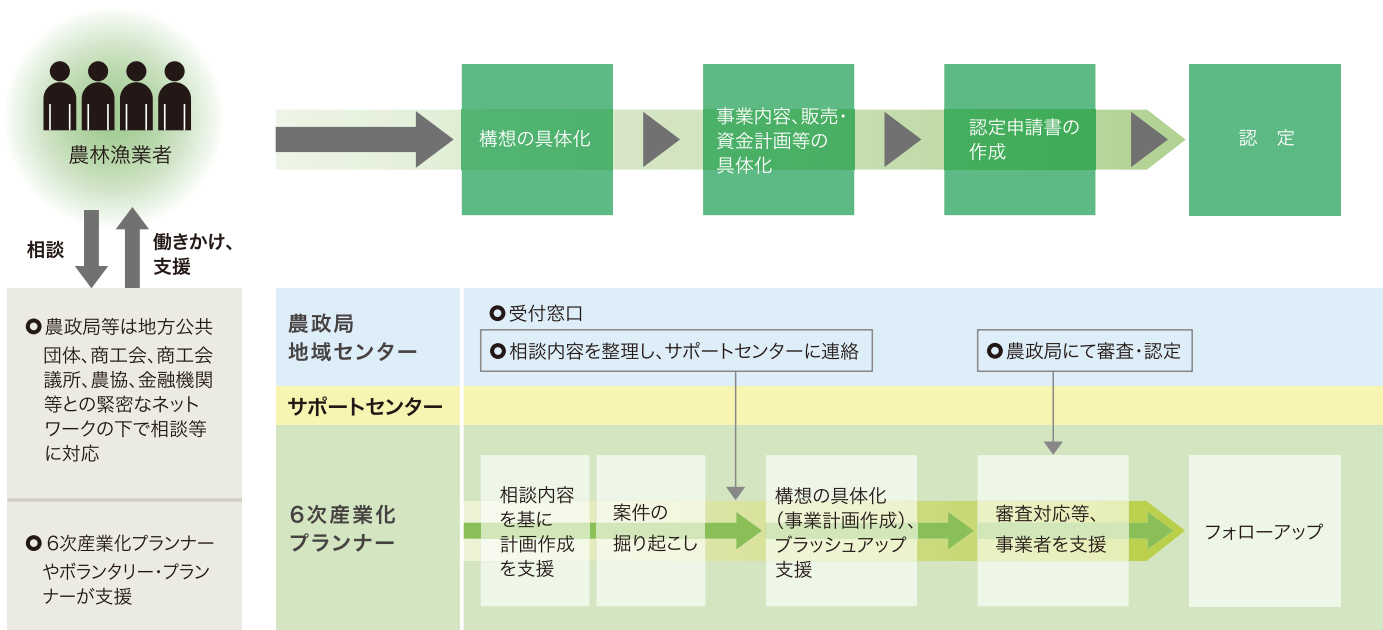
農山漁村には、有形無形の豊富な様々な資源「地域資源」（農林水産物、バイオマス、自然エネルギー、風景・伝統文化など）に溢れています。6次産業化とは、それら「地域資源」を有効に活用し、**農林漁業者（1次産業従事者）**がこれまでの原材料供給者としてだけでなく、自ら連携して**加工（2次産業）・流通や販売（3次産業）**に取り組む経営の多角化を進めることで、農山漁村の雇用確保や所得の向上を目指すことです。こうした**経営の多角化（6次産業化）**の取組は、地域の活性化に繋がることが期待されています。

この考え方に基づき、平成23年3月1日、「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」、通称「**六次産業化法**」が施行されました。



六次産業化法の認定までの流れ

6次産業化で次代を拓く。そう決めた事業者の方はご自身がお住いの地域の農政局等の事務所に問い合わせ、認定までの流れや提出書類、提出締め切り日などを知りましょう。そして支援団体などを紹介していただくことが認定への第一歩となります。担当地区の6次産業化プランナーに相談することもお勧めします。





編集後記

大分の宮田さんと東京で一緒する機会があった。「一粒の葡萄ってわかりますか?」「分からない、どういうこと?」。現在の市場基準では葡萄の等級を「一房」単位で、ひとつの「固まり」として、色目や重量、粒の揃い加減などで決まる。

「葡萄は一粒毎の味わいで楽しむもの、1パックで色々楽しめるとどうですか?」。葡萄は一粒毎に結果枝部分で切るとフレッシュなまま一月位持つ。母枝にぶら下がる「房」の場合、枝に養分が流れてしまうので持ちが良くない。

一粒一粒ごとに切り分けてパッケージ化する手間はどれ程のものか、しかし、新しい価値、より高い価値を生み出し、農業を面白いものにしていこうとする氏の発想こそが6次化なのである。



6次産業化フリーペーパー「第6チャンネル」Vol.04
2012年11月発行

編集人：奥野俊志
編集：河原木徹、矢野雄介、高野裕子、管野康子
取材：浦岡伸行、嶺月香里、高野裕子、管野康子
デザイン：安野真由美
制作協力：平成ソフト

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 神田アメレックスビル8階
TEL：03-5212-3411
<http://www.rpi.co.jp>
この情報誌及びWebサイト「第6チャンネル」www.6-ch.jpは、
農林水産省6次産業化情報提供支援事業により制作・運営しています。
©RPI 本誌記事の無断転載を固く禁じます。

認定を受けた場合のメリット

六次産業化法に基づき、総合化事業計画等が認定された場合、資金援助や人的なサポートなどの支援策を準備しています。

【6次産業化プランナーによる総合的なサポート】

・構想段階から認定までの支援に加え、認定を受けた農林漁業者に対しては、計画に基づく事業の実施期間にわたり、プランナーが課題解決に向けフォローアップ。

【事業者の取組に対する資金援助】

●融資等

・無利子融資資金(改良資金)の償還期限・据置期間の延長
(償還10年→12年、据置3年→5年。上限額個人5千万円、法人・団体1億5千万円)
・促進事業者に対する無利子融資資金(改良資金)の貸付
・短期運転資金(新スーパーS資金)の貸付
(上限額認定された個人：1千万円、法人：4千万円、金利1.5%(22年12月現在))
・食品の加工・販売に関する資金についての債務保証

●補助金：未来を切り拓く6次産業創出総合対策等

※補助金を活用するためには、別途、補助事業への申請を行い、採択される必要があります。

(6次産業総合推進事業)

・新商品開発、販路開拓等に対する補助(補助率：通常2分の1→認定3分の2)
・交流会、研修会の開催等に対する補助(補助率：2分の1)

(6次産業化推進整備事業)

・六次産業化法認定者等が新たに加工・販売等へ取り組む場合の施設整備に対する補助(補助率：2分の1)

【交付金】

・産地リレーによる野菜の契約取引について認定事業者のリスク軽減(交付金交付)

【施設整備等の手続き】

・直売施設等を建築する際の農地転用等の手続きを簡素化
・市街化調整区域内で施設整備(開発行為)を行う場合の審査手続きを簡素化

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/pdf/6jika_suisin.pdf

6次産業化情報

「ジャパンフードフェスタ2012」で出会った
六次産業化法認定事業者たち

主催：農林水産省

後援：ご当地!絶品うまいもん甲子園実行委員会 /
フード・アクション・ニッポン推進本部事務局

運営：ジャパンフードフェスタ事務局

公式HP：<http://food-festa.jp>

全国の農林水産物が一堂に会する食の祭典「ジャパンフードフェスタ2012」が、11月3～4日の2日間、東京丸の内仲通り～有楽町駅周辺で開催されました。農林漁業の生産者と消費者の絆を深めるとともに、食に対する理解促進、国産農産物の消費拡大を図ることを目的としたイベントに、地域ぐるみで6次産業化に取り組む事業者たちも参加。出店することによって、消費者の反応をダイレクトに知り、また、バイヤーとの出会いから販路拡大の手応えを感じた実りある2日間となった事業者もいました。



長谷川農園 (群馬県)

自社農園で生産した多品目の野菜をドライ野菜やスイーツトッピングに加工の予定。野菜のブランド化による農業経営の安定化を図る。ブースでは「にんじんジュース」も販売。



レインボーファーム (東京都)

神津島特産のバッションフルーツを使ったゼリーなど新商品開発を行い、地域ブランド化を目指した開発をすすめている。神津島の良質な天草も材料として使われている。



こと京都 (京都府)

京野菜「九条ネギ」を生産、加工品の開発・販売を行っている。保存性抜群の乾燥させた九条ネギに続き、九条ネギオイルやプチカットネギなど続々と新商品を開発!



ハニー松本 (福島県)

会津地方のブルーベリーに似た果実「ナツハゼ」を自社生産の蜂蜜を合わせ、ソースやゼリーの商品開発を行う予定。首都圏の百貨店や県内のアンテナショップ等で販売。

第6次産業化ポータルサイト | <http://www.6-ch.jp/>
チャンネル

6次産業化の達人情報を更新中!



新着! 6次産業化の達人
6次産業化に取り組む方々を紹介する「達人列伝」。その知恵と努力は様々な参考になるでしょう。

インフォメーション
第6チャンネルの更新情報や6次産業化に関するセミナーや研修会情報等を一挙掲載!

6次産業化製品・商品情報
6次産業化に取り組む事業者が生産した商品を随時紹介!

インデックス
6次産業化に関する様々な情報を分かりやすくまとめました。

facebook
第6チャンネルでも6次産業化情報を配信中!
<https://www.facebook.com/6channel>

フリーペーパーのご案内
本誌のバックナンバーをダウンロードできます。是非ご覧ください。

情報誌バックナンバー好評配布中!

会員登録をするとバックナンバーがダウンロードできます!



▼フリーペーパーのダウンロードはこちらから
https://www.6-ch.jp/fp_contact/

▼メルマガ会員登録はこちらから
<https://www.6-ch.jp/melmaga/>

