



生産者が栽培した柚子を全量買い取り、加工・販売。2001年から柚子栽培を有機栽培に転換し、村全体で取り組んでいる。

地域をブランド化して売り込む 農業と観光を結びつけた JAの6次産業化



代表理事組合長

とうたにもちふみ

東谷望史さん(61)

2006年より馬路村農業協同組合代表理事組合長に就任。馬路村観光協会会長も兼任。平成22年度「地域づくり総務大臣表彰」で大賞を受賞。



柚子加工品の種類は現在60種類。「日本の101村展」において、ポン酢しょうゆ「ゆずの村」が最優秀賞(1988)、ゆずジュース「ごっくん馬路村」が農産部門賞を受賞(1990)。

2011年、ゆず原料の化粧品販売を開始。東谷さんも手応えを感じている、馬路村の新たな6次産業化の一品だ。



デザインを「田舎」で統一
村と商品を一緒に売り出す

人口約千人。村の面積の96%は森林に覆われ、林業で生計を立てていた過疎の山村が、柚子の加工品販売で有名になり、年間6万人の観光客が訪れるようになった。仕掛け人となったのは、馬路村農業協同組合の組合長の東谷望史さん。1980年代、見栄えのよくない柚子の販売に苦慮し赤字を抱えていた農協で、当時、販売課長を務めていた東谷さんは、加工品として柚子を有効利用していく方向を模索。柚子を使った佃煮や、ポン酢しょうゆ、そして1988年には大ヒットとなった、ゆずジュース「ごっくん馬路村」(馬路村公認飲料)を商品化。開発に携わりながら、東谷さんは営業のため、県内外への宣伝販売や物産展へ積極的に参加した。ヒットの背景には、そんな努力の他に大きな販売戦略があった。それは、馬路村をまるごと売り込むというもの。「名前も知らない村の特産品は売れない。名前を知らない村へは遊びに行けない。最初は村を売るしかない。」東谷さんが掲げたコンセプトのもと、練り広げられたのは、ローカル色を前面に打ち出した商品のラベルやポスターだった。

雇用を生み出した
馬路村のブランド力

東谷さんの強いリーダーシップにより周囲も感化され、村と農協は協力して、「馬路村」のブランド化を図っていく。そして、2005年には売上が30億円を突破。馬路村農協の成功は雇用を生み、加工場、コールセンター、配送センターなどで、現在75人の村人が勤務しており、U・イターンも呼び込んでいる。また、村おこしの成功事例として、毎年約200〜3000団体が視察に訪れるようになり、東谷さんは「こんな山奥まで来てくれた方たちが、満足できるような施設の建設を」と、ゆずの森構想を掲げる。約25億円をかけ2006年に完成した新工場は、視察者や観光客が馬路村のさまざまな魅力に触れることのできる交流施設となっている。



1963年に10人程の農家で始まった柚子栽培も、今では190戸の生産者が一年を通して柚子の世話にいそんでいる。

馬路村農業協同組合
高知県安芸郡馬路村3888-4
TEL:0887-44-2211
<http://www.yuzu.or.jp/>

あしきた農業協同組合 [熊本県]

存続させるためのJAではなく、
地域のためにあるJAを

あしきた農業協同組合が、6次産業化に取り組み始めたのは1950年。現在、組合長を務める高峰博美さんの先代・坂本栄吉組合長の時代からだった。今でこそ、芦北地域は、日本一の甘夏生産量を誇り、デコボンでも有名な産地となっているが、当時は産業らしいものは何もなかった。そんな時代に「農家は農作物を作るだけでなく、売りに出なければだめだ。」と話していた先代は、地元産の小麦を使用して麺類の製造・販売を行っていた。当時の農協としては珍しい取組で、完成した商品は、九州管内や生協などにJAマークの商品として納められていた。高峰さんは「JAあしきたの6次産業化・農商工連携の取り組みの原型はそこにあります。」と話す。以降、JAあしきたでは、地域の農業者や大手の流通業、消費者団体、学校などを巻き込み、『JAあしきた農産物直販ネットワーク』を構築。共同で商品開発を行っている。連携することの意味について高峰さんは、「地元企業と共に潤わなければ地域振興とはいえません。JAは地域のために存在するものです。」と話す。

JAをリードし続ける
地域と連携した6次産業化

商品開発されたのは、デコボンや甘夏、サラたまちゃん(タマネギ)などを使ったゼリーやジュースなど。毎年モンドセレクション(食のオリンピック)に出品して入賞を果たし、その付加価値を高めている。販路については、全国の取引市場をはじめ、ネット販売を展開。そしてJAあしきたの直売所、ファーマーズマーケット「でこぼん」の店頭にも並ぶ。また、セブンイレブン・ジャパンと業務提携を行い、JAあしきたが運営するセブンイレブンを2011年にオープン。展開する6店舗では、地元農産品や加工品の販売コーナーを設置。移動販売も実施している。少子高齢化や人口減少、小売店舗の減少等の社会環境の変化を背景に、地域に密着し、組合員や利用者のニーズに応えるため、JAあしきたは様々な6次産業化に取り組んでいる。

地域と連携した 小さなJAの大きな6次産業化

温暖多雨な気候と海山の織り成す自然の豊かな地形の恵みを生かし、甘夏みかんやデコボンなどが栽培されている。あしきた牛も産物。

ゼリーやお茶の加工施設、また精米工場としての役割を果たす、JAあしきたの農産物加工処理施設。現在25名が働いている。



JAあしきたが運営するセブンイレブン店舗は、異業種とのコラボレーションとして注目されている。お買物支援として実施されている移動販売も好評だ(写真右)。



代表理事組合長
たかみね ひろみ
高峰博美さん(66)

葉タバコ農家の跡取りとして生まれる。農協ではほとんどの部署を経験。2005年に代表理事組合長に就任。



熊本県産デコボンを贅沢に(果肉40g以上)使ったフルーツゼリー。

2009年にオープンしたJAあしきたの直売所のファーマーズマーケット「でこぼん」。隣接してレストラン「ぎゅーぎゅー亭」もオープン。

あしきた農業協同組合
熊本県葦北郡芦北町大字佐敷242
TEL:0966-82-2515
http://www.ja-ashikita.or.jp/

