



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、第一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**

—第一次産業の課題、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なかっ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

塩谷さん 実際には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てもうですか？

荒川さん はい、実際に農場に来て体験してもらおうことで、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「美味しいー」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

取り組んでいます。

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っています。

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っています。



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というのはお土産物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の中で、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

らなけ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ね。

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ています。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。