

# 元禄生まれの五郎島金時を使った 産地ぐるみの戦略

付加価値の高い  
ブランド産品で  
地域活性！

石川県 金沢市



株式会社 オハラ  
代表取締役社長  
小原 繁さん



有限会社 かわに  
代表取締役社長  
河二 敏雄さん



## 業界を超え連携し、尊重し合うことが 6次産業化成功のカギとなる

6次産業化における連携では、立場の異なる複数のプレーヤーが関わるため、プレーヤー間の連携が難しい。

生産者側は自らが汗をかいて生産した農産物を高く買ってもらいたい。加工業者側は出来るだけ安く買いたい。こうしたジレンマをうまく解消することは産地全体の活性化への成功のカギとなる。

一人のプレーヤーが出来ることは限られている。しかし、人と人の関係では、1+1は2ではなく、3

にも4にもなっていく。地域のプレーヤーたちが地域全体のために連携したとき、新たな可能性が広がっていく。

今回紹介する五郎島金時の取組は、地域でリーダーシップのあるプレーヤー達が、業界を超えて連携し、それぞれが自らの強みと得意な守備範囲を尊重している。産地全体で取り組むブランド産品を活用した6次産業化へのヒントを探る。

五郎島金時は、加賀伝統野菜の一つで、石川県金沢市の五郎島、粟ヶ崎地区や内灘砂丘で主に栽培されている粉質系のサツマイモだ。

味を重視し、収穫量を抑えた栽培方法により、ホクホクした食感と強い甘みの両方を兼ね備えているのが特徴。形と重さを基に39種類にも及ぶ選別を経るため、特に秀品は流通量が少なく、ほとんどが石川県内で消費されていると言われている。プレミアムなサツマイモである。

その歴史は今から約300年前、元禄時代まで遡る。五郎島村の大庄屋太郎衛門が薩摩の国から種芋を持ち帰ってきたのが五郎島金時の始まり。以来、水持ちと水はけのバランスに優れた「奇跡の砂」と呼ばれる砂地の畑と地区全体に広がる灌漑設備、地元で開発されたウィルスフリー苗のおかげで、安定して高品質な五郎島金時が生産されている。



## 五郎島金時の加工を始めた 地域の先駆者

砂丘が積み重なり、島になつてい  
る五郎島・粟ヶ崎地区。50年以上前か  
ら灌水設備が整備されているこの地  
で、五郎島金時と金沢すいかを生産  
し、二次加工、菓子製造、小売りまで  
手掛けるのが、有限会社かわにだ。

河二社長が6次産業化を始めた  
きっかけは、1995年、阪神・淡路  
大震災が起こったときまで遡る。大  
学が関西だったこともあり、出荷の  
真最中だった五郎島金時を10トン集  
め、支援物資として送る手はずを整  
えた。しかし、被災地からは、調理が  
必要なものは受け取れないと言われ  
てしまう。被災地へ現地入りすると、  
自ら焚火を使って作った焼き芋を食  
べている被災者がいた。「加工品があ  
れば支援できた」。この体験を機に、  
同年7月に有限会社かわにを設立  
し、6次産業化への第一歩を規格外  
品の焼き芋加工という形で踏み出し  
た。

品質にこだわる五郎島金時はどう  
しても規格外品が出る。畑に埋める  
か、お金を払って廃棄するしかない  
規格外品を、時には地域の反発もあ  
る中、かわには買い取り、自社で焼き  
芋に加工した。さらに、焼き芋をペー  
ストに加工し、菓子製造業者へ販売  
する取組も始めた。ペーストを活か  
して、自社でプリンやスイートポテ  
ト等にも仕上げて、販売まで手掛け  
る。焼き芋ペーストは精度が高く、水  
分量が少ないため加工がしやすく、菓

子製造業者からは重宝され、プリン  
ド製品である五郎島金時の付加価値  
向上の一端を担っている。

サツマイモプリンを作ったとき、  
試作すると芋の味が濃くて美味し  
く、販売にゴーサインを出した。とこ  
ろが全く売れない。お客様に聞く、  
これはプリンじゃない、美味しい芋  
を食べたいなら焼き芋を買おうと言わ  
れたため、プリンの触感を感じられ  
るように再度試作するが、今度は芋  
のペーストとプリン生地が混ざらず

分離してしまう。苦肉の策として、分  
離したものをそのまま二層仕立てで  
販売したところ、食感の違いが楽し  
め、芋の風味も感じられ、評判が良  
かった。こうした経験から河二社長  
は自らを「失敗の天才」と言い、失敗  
を恐れることなく取組を推進する。

現在、サツマイモ4ha、スイカ3ha  
の経営面積を持ち、生産、加工、販売、  
総務の4部門があるかわには、部門  
ごとさらには商品ごとに数値計画  
を作成。毎月の初めにその数字を皆  
で共有し、良かった点悪かった点を  
議論し、アクションプランに落とし  
込む。うちはとことん数字で見る。  
生産部門の責任者も加工部門の責任  
者も皆、同じ数字を見ている。全体た  
けでなく、部門、商品ごとに数字で把  
握しないと何が良いか悪いかわか  
らない。当然のように言うが、ここ  
まで徹底する例は製造業まで広げて  
みて少ないと思われ、成功の秘訣

の一つと考えられる。

「共働きで時間も無い今日、生の芋  
を買って料理する人はまずいない。  
作ったものをいかに消費者の口に近  
づけるかが農家の仕事」であり、6次  
産業化の本質と河二社長は言う。規  
格外品の加工をいち早く手掛けた、  
6次産業化の先駆者である有限会社  
かわに。そのリーダーシップで今後  
も産地を引っ張っていく。





## 生産者×加工業者×行政による 地域全体の産地化

ブランド商品の6次産業化によって産地を盛り上げる、それを支える一次加工や最終商品の生産を行うのが株式会社オハラだ。冬はおでん用のこんにゃく、夏はゼリーやプリンを製造し、コンビニエンスストア等へ納めている。

「地域全体の産地化を行う場合は、量が多くなるため、出口となる最終商品は大手のメーカーや流通の取り扱いとなります」と同社の小原社長。

「当然、求められる品質管理のレベルも高くなります」と続ける。単純にペーストに加工する場合でも、農産物の洗浄と殺菌のため、次亜塩素酸を使用し、さらにペースト加工後の二次殺菌も求められる。同社はこうした厳しい品質管理基準に対応する生産体制を構築している。

オハラの強みが発揮された代表的な例がポッキー(五郎島金時)だ。オハラが生産者から仕入れた規格外品



6次産業化  
バンザイ!

をペースト加工し、江崎グリコが「地元とつくる地元ポッキー」の一つとして商品化。実現までに半年かかったが、今では8種類ある同シリーズ中、売上ナンバーワンとなっている。

県の役割も大きい。石川県産業創出支援機構(I-SICO)が生産者とオハラの間に入り、コーディネートすることで商談がスムーズに進んだ。さらに、商品化後は知事がトップセールスを行ったことでメディアにも取り上げられ、注目度が上がった。「餅は餅屋」と小原社長は強調する。実は、オハラは自社でサツマイモを育てようとしたことがある。安定調達を目的に、50aの畑を借り、社員が農作業を3年続けたが、うまくいかず断念した。この失敗から、農家さんはすごいと思うようになったと明かす。

その経験もあったのだろう。農家

の収益を正(プラス)にする」と小原社長。農家が売りたい値段で、オハラは買う。また、天候による作物の過不足などの事情にも耳を傾ける。その一方で、菓子メーカーや流通からの数量や価格の希望もある。調整は難しい。ただ、うちの経営理念は架け橋となること。そこにオハラの存在価値はある。小原社長は力強く、自信を持って言う。

五郎島金時の規格外品の活用で最初に取り組んだのは、生産者である有限会社かわにだ。20年来の知り合いでもある小原社長は「河一さん無いです。五郎島金時はここまで盛り上げていません」と断言する。全国商品はオハラ、地域商品はかわに、と販売先は住み分けされている。また、かわにの商品をオハラが生産したり、かわにからオハラが仕入れたたり、互いに顧客にもなっている。

先駆的な生産者とそれを支える地元の加工業者という二人三脚と、さらに行政の支援という後押しによるブランド農産品の産地全体での取り組みは、成功例として他産地でも大きな参考になるだろう。

五郎島金時の6次産業化を最初に行ったかわにとそれを発展させ、新たな販路を開拓したオハラ。それぞれ単独ではなし得なかつたろう。五郎島金時の産地化の成功のカギは、お互いを尊重し利害を超えた連携だった。

自らを架け橋と称するオハラ、五郎島金時の加工の先駆者であるかわに、民間の活動を側面支援する行政、3者の姿勢や想いのどれが欠けても産地全体が盛り上がることはなかつただろう。

### Corporate Data

#### ■ 有限会社かわに

〒920-0226 石川県金沢市粟崎町5-32-2  
TEL 076-255-2217  
<https://kawani.jp/>



#### ■ 株式会社オハラ

〒920-3133 石川県金沢市柳橋町甲14-1  
TEL 076-288-6572(代)  
<http://www.ohr.co.jp/>

