



6次 産業化 の達人たち

全国各地で営まれている農業をはじめとする第1次産業。
気候・文化・行政・人々の生活の成り立ち・規模感に至るまで、
その様相は、実にさまざま。

画一的ではない1次産業の実態こそが、
6次産業化の難しさと奥深さである。

しかし今、各地で育ち始めている6次産業化の芽は、
多彩で大きな可能性を孕みながら、まさに花開こうとしている。



新商品「やさしいスイートピー」は、ドレッシングに絡みやすく、時間が経っても潰れない特性を持ち、サラダの盛り付けにすると見栄えがする最適な野菜。花のような形だから、フラワーアレンジメントやテーブルコーディネートにも使え利用シーンは幅広い。



農業をデザインする

菜人



gene 農業 agriculture
茨城県古河市
(有)クリアライス
岩瀬 弥隆氏

ライフスタイル型野菜で
農業からの顧客創造

農業をデザインする という発想が、新しい 市場を創造する

です。

我々の事業の特徴は、生産から販売までの流れを管理することで、商品を買っていただくお客様の反応が生産者までフィードバックされるような流通の仕組みを取り入れているところにあります。これが6次産業化ということなのですが、直にユーザーとタイアップすることで、形や色味、時間がたっても品質が変わりにくいものなど求められる野菜の様々なニーズを聞くことができます。すると、「それならばこういう野菜はどうか」と我々の側から提案することができるようになる。提案したものが受け入れられれば顧客との間に契約が結べ、農家には作ったものは全て買い取るという補償が成り立ちます。我々がしっかりと担保を提供すれば、農家の方もついてくる。販売店に対してもいいものを安定的に供給できるといわけです。

また今後はライフスタイルを豊かにするような「見た目に美しい」「見た目に美味しそう」というビジュアル的にも優れた野菜づくりに力を入れたいと思っています。重要なのは商品デザインです。ものを作ればいいという時代は終わりました。売り方、パッケージも含めて「美しさ」を追求することで高付加価値の野菜が生まれるのです。ビジュアルマーチャндаイジングですね。自己満足に陥らずに根気強くマーケット評価を捉え、常に新しい展開を模索していく。そうした姿勢がこれからの農業経営には大事だと思うのです。

農業に「商品をデザインする」という発想を取り入れた経営戦略を打ち出すクリアライス。そこから生まれる人々の暮らしを彩る、美しくデザインされた野菜たちの今後が楽しみです。

茨城で白菜農家だった実家の後を継いだ岩瀬氏は、独自に吟味した糖度の高い「霜降り白菜」という品種をサラダメーカーへ売り込んだ。市場のニーズにマッチした品種をつくれれば、農作物の契約栽培が可能になる。この発想を軸に、競争力のある野菜づくりをベースにした農業経営を目指す同氏は、2001年12月有限会社クリアライズを立ち上げ、大手百貨店のデパ地下などでサラダ等の惣菜店を展開しているロック・フィールドなどの販売企業と連携して、野菜の品質にこだわる顧客向けのレタスの契約栽培事業をスタート。

チリチリレタス、チューリップレタス...。市場を多角化するデザインされた野菜

菜たちが、いま注目を浴びている。人々のライフスタイルにフォーカスしたユニークで付加価値の高い野菜を続々と打ち出す仕事人、岩瀬氏が語るこれからの農業経営とは。

これからの農業は、生産した農作物に何かしらの付加価値がなければ、すぐに価格競争に巻き込まれ、経営は成り立たなくなるでしょう。そもそも農家は自分で値段を決められないんです。だからこそお客様のニーズに応える新しい付加価値を持った新商品を開発する必要があります。さらに言えば顧客創造。農業者の側から市場の多角化を促すような商品をどんどん打ち出していくのがベスト



漢方で和牛をそだてた

牛人

畜産業

宮城県栗原市
関村牧場

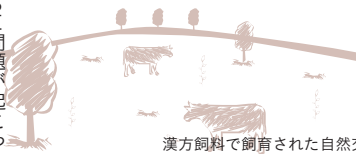
関村 清幸氏

漢方和牛で健康志向の食材マーケット創出 自給自足の 農業経済を育てる

2001年に勃発したBSE問題が畜産業界に激震を走らせた。食の安全に対する消費者不安が高まるなか、窮地に立たされた全国の畜産農家たち。しかし宮城県栗原市の関村牧場の関村氏の動きは早かった。代々百姓の家に生まれ、自分の代になってから飼料作りに始まり、育成、出荷・販売していく一貫した牛の販売体制を地域農家と連携しながら築いてきた関村氏は、BSE問題を機に、それまでやってきた「霜降り牛」の販売から健康志向の安全な牛づくりへと完全に切り替えた。こうして誕生したのが、牛骨粉を使わない代わりに独自にブレンドした漢方飼料による肥育と自然交配によって育てられた「新生漢方牛」だ。もちろんトレーサビリティの面も最大限に配慮された安心安全な牛肉だ。

BSE問題が起こった時、これからは本当に健康な牛づくり、牛肉本来のおいしさを追求しなければいけないと痛感しました。だからこれからは霜降りじゃない。「氏より育ち」、自然に則した状態で牛づくりを行えばちゃんと健康な牛が育つ。これがBSE問題から私が学んだことでした。霜降り信仰が根強い同業者のなかで、当時の私の発想は市場に逆行するものでした。ですが人が健康になれるものをつくることを追求する。最終的にはこれに尽きると信じてやった結果、今では全国的にも赤身の牛肉の美味しさが認知されたことで価格も上昇。やはり自分の見込みは間違っていないかったのだと改めて思いますね。

事業の6次産業化を考えたのは、そもそも農業がやれる経済体制をつくらなければとどんな農業が衰退するの思いつからずです。私が畜産を始めたときにまず思ったことは、今のままで農業がやっていけるのかということだったんです。だからこれから立ち上げる事業は、消費者にダイレクトに商品を提供できる環境を整えることで、年間を通して自分たちが価格をつくれる「循環型農業」のシステムです。新生漢方牛ブランドを軸に、地元で大きく展開していきたい。そこには牛だけではなく、農業や化学肥料に頼らない商品として、新生漢方牛の肝になっていく漢方たい肥を用いた野菜の栽培や米づくり、その米から作った日本酒、豚、ブルーベリーといった健康志向の農産物も仕掛けていきます。東北は存じの通り3月の震災で大打撃を受けました。まずは復興。足場を強固なものにすることに注力しながらも将来を見据え、ここ栗原の地から全国に新たな新生漢方牛ブランドを発信していきたいと思えます。



漢方飼料で飼育された自然交配の牛の有機肥料で作った新生漢方米・ひとめぼれ(食用米)から日本酒を醸造。地元金の井酒造による傑作「綿屋幸之助院殿」は、清々しさと透明感、ピュアな米のうまみが感じられる。肉にもよく合うお酒。



飲む酢、『美酢』の商品化を目指す

酢人



「誰が今の農業をつくったか」現状を憂う誰もがしたくなるこの問いかけ。だがその答えは農協ではない。農家でもない。行政でもない。戦後の合理化の一途を辿った産業システムの在り方や大都市への人口集中、そうした経済的、歴史的背景を含めた時代の流れのなかでいまの農業の産業構造は出来上がった。それが今、岐路に立っている。農業界の流通において、大きな存在感と力を持ってきた農協は、日本の優れた農業技術を支える研究者や指導員を排出し、農家をサポートし、日本の農業に大きく貢献してきた存在であることは言うまでもない。全国各県に存在する農協のなかでも、6次産業化の取り組みに積極的な地域がある。JA福岡大城もそのひとつだ。大きな力を持つ農協が展開する6次産業化の動きは注目している。福岡県は平坦な地形から木になる果物の生産が難しい地域である。そこで農協が行政と組み、福岡県大川市の産地ブランドとした育て上げたのが、全国切っの苺ブランド「博多あまおう」。続いて新たに開発したいちじくのオリジナル品種が「とよみつひめ」なのである。甘苦い特有の香りに包まれたいちじく畑で、太陽の光を浴びながら大きく育った「とよみつひめ」の産地ブランド化が開始される。JA福岡大城の牟田氏を訪ねた。

いま農業だけで生計を立てることは難しくなっているのが現状です。いちじくは高齢者や女性農業者でも栽培しやすい果実ですが、青果としての品質が収穫時の天候によって左右されやすく、鮮度を保つことが難しいため、カビの発生や軟化で商品価値がなくなり廃棄量が多く発生する傾向にある農作物なんです。そのため生産状況や販売計画の見通しを立てるのが困難で、生産者の収益も不安定になりがちです。そこで、うちで一昨年、県下で2位の販売高(30億円)を誇る「博多あまおう」を使った飲むお酢「美酢あまおう」を開発したところ大好評で、昨年からは大々的に売り出し販売数一万年を達成した実績を踏まえて、福岡県のオリジナル品種であるいちじく、「とよみつひめ」で「美酢あまおう」に続くアイテムとしてシリーズ展開しようと思っただけです。そもそも農業は、余剰品の有効利用が課題。でも余剰品で加工品を作って売れば、逆にそれなりに益が出るものです。それが6次産業化のいいところだと思います。今後も農家の方が主体となつてと知恵を出し合えば、今後いろいろな可能性が広がるはずなんです。それには行政である大川市役所とJAで連携をとって地域振興を進めることがとても大事だと思います。また一緒に「飲む酢」を作ってくれている地元で300年以上の歴史を誇る老舗「株式会社庄分酢」さんの力も大きい。行政、地域企業、そしてJAが連携することで、産地ブランド化の流れを今後大きく展開させていきたいと考えています。

地域連携と一口にいっても、その主体となる組織が誰なのか重要なポイントになる。これまで農家と農家をつなぎ、地域農業の発展に貢献してきた農協が、今後6次産業化で担うべき役割は大きいと言えるだろう。

福岡自慢のいちじくの加工商品を全国に発信!

農協発、地域連携の産地ブランド化

genie 農業 agriculture

福岡県大川市 JA福岡大城

牟田 昭博 氏

糖度が16度~18度と非常に高い福岡オリジナル品種いちじく「とよみつひめ」。上品で自然な特有の甘みが酢づくりに適している。商品は、静置発酵法という昔ながらの伝統の製法で行われ、透感のある綺麗なお酢に仕上がります。





東京青山の国連大学前で毎週行われているファーマーズマーケットはいつも大勢の人で賑わっている。さがみこ有機畑の事業の要となる消費者とのコミュニケーションの場だ。オリジナル加工商品はネットで販売中。開発中の「ルッコラソース」は料理研究家からも大絶賛の注目商品だ。

安心・安全を唱い、首都圏市場に挑む

有 人



農業

神奈川県相模原市
さがみこ有機畑
熊谷 隆雄 氏

異業種からの農業参入! 地産他消の 都市近郊農業 スタイル



きちんとした産業（私はこれを「食業」と呼んでいるのですが）として成り立つような事業を展開していこうと考えているのです。都心に経済や人が一極集中してしまうことは避けられない問題なので、東京から30〜70キロ圏内からの、高付加価値で安心安全な食料供給システムを構築することが重要なんです。生産した青果とオリジナルの加工品の販路は、ネット販売や都内のマルシェです。例えばトマトとレモンバジルのソース、きゅうりのソースなど、市場に既存商品のないものを探して美味しく作るんです。さらに今、さがみ湾の漁業者とタイアップして新商品開発をしようという取り組みも始めています。

私はもともと住宅メーカーに務めていたのですが、相模原で農業を始めるにあたっては「地産他消をうまく実践しながら、慣習に囚われない自由な発想でもって農業はもったいなくしたいんじゃないの？」っていうのを素直に実行していきたいと思っています。6次産業化の取り組みは、農業の後継者問題についても大事な意味を持っていると思います。私のところでは農業経験のない人たちが働ける場をつくり、彼らがいずれ独立を目指してやっていけるような仕組みを作っています。新しい農業を担う人を増やして、大きなムーブメントを起こしていければ日本の農業はきっと変わるはずですよ。

農業が産業化に遅れをとっている要因のひとつが、業界特有の慣習にあると言われる。ものづくりのプロとして自然に向き合い農作物を作っている農家たちが保守的になるのは、ある意味当然かもしれない。しかし、今確実に変わらなければならない農業の現場において、新しい風を入れることも必要。そんな中、異業種からの農業参入によって6次産業化の認定を受けた事業者がいる。神奈川県相模原市のさがみこ有機畑である。慣習に囚われない自由な発想で打ち出す農業が話題を呼んでいる。有機農法による野菜づくりとその加工品を大都市東京で開催されるマルシェへ出品したり、相模湖を

訪れる観光客に向けた有機野菜の宣伝、インターネットを活用した通信販売によって、自然豊かな相模原の農作物を都心の人々へPRし、販路を拡大させる戦略だ。農業を「食業」と捉え、独自の都市近郊農業のあり方を模索する熊谷氏を直撃した。

私は農業を3階建ての仕組みで捉えており、1階部分で有機野菜を生産し、2階部分で付加価値の高い商品へと加工し、3階部分で都心の人々をメインターゲットにして直販する。この構想をベースにハイオプティ農業の体制、ノウハウを築き、農業を1次産業に留まらず、

都市近郊から有機野菜やその加工品という付加価値の高い食品を都心へ出荷する。そして若い世代が農業に参加できる仕組みを提供すること。いずれも慣習に囚われない発想へと転換することで膠着した農業の現場に刺激と活力をもたらす。今後の動向に注目したい。



モチモチ感が絶妙の芋屋長兵衛の代表商品「いきなり団子」。このほか芋焼酎や糖度の高い安納芋でつくったお芋のアイスなど芋の美味しさを活かした商品を展開。



とことん芋にこだわり、世界を目指す



芋人



サツマイモを軸に 食品加工メーカーとして急成長 農家が企業へ 脱皮する日



農業が6次産業化する過程において、青果以外の加工品を開発して販売することはひとつの道である。農作物を生産し、青果を原料としたペーストやパウダー、果汁などから菓子などの食品加工を行えば、食品加工メーカーとして農家が企業へと脱皮する。当然、その道のりは一筋縄ではいかない。しかしここに成功事例として紹介したい事業者がいる。熊本県益城市にてサツマイモを軸に「芋屋長兵衛」を屋号として地元名物「いきなり団子」を全国展開している農業生産法人コウヤマだ。今年の頭にHACCPを取得し、企業間でのOEMや海外輸出も展開しながら食品メーカー企業として成長しようとしている。香山氏率いる芋屋長兵衛が辿ってきた、これまでの道のりと今後の展開を探る。

農業生産法人コウヤマは今年で20周年ですがサツマイモを主体にした事業展開をすることは変わっていません。最初はサツマイモの生産農家として食品企業へ営業して加工原料の契約栽培を始めました。農家が直接食品企業へ営業するの

は珍しいかもしれませんが、芋の生産だけでは事業規模は変わらないので、規格外の余った芋を加工しようという発想に行き着くでしょう。芋の加工原料としてペースト、パウダー、エキス、この3つが作れるというんな企業と連携できるようになりまます。始めは少量生産でもいい。全体量の割合ではまだまだ青果がメインでした。そんななか加工品の最終商品として作り始めた「いきなり団子」がヒットし、芋の専門店として屋号も「芋屋長兵衛」に定めて本格販売に乗り出しました。芋焼酎の生産も実現し、それが今回6次産業化認定されたんです。作ったら売らないといけない、その思いで続けてきた延長線上に自社完結型の一貫体制が出来た。儲かるからではなく、余ったものから加工品を作るようになり、それを売るからさらにまた原料となる芋をつくる、こういう螺旋階段のような展開なんです。

私がこの10年間、ずっと目指してきたことは、単なる農産加工から食品企業への脱皮です。今グローバル化のハードルがどんどん低くなっている。自分たち

の強みを活かし、商品力を磨いて、世界に通じる農作物、食品化をしたい。そしていつでも海外に打って出られる体制をとっていきたい。そのためには、衛生基準、管理運用が重要になってきます。私の工場ではゼロエミッションを掲げ、グローバルギャップを見据えた先行投資的意味合いから、今年HACCPの認定も取得しました。HACCPの認定や6次産業化の認定という客観的基準をクリアしていくことで、よりグレードの高い企業からの話も出てくる。通行手形のようなものです。どんなことも初めは難しく感じるものですが、これからは農家だけで考えても広がりがないので、小売り、流通、食品企業と連携しながら事業展開することが一番だと思います。

始めは一生産農家。それが20年後には芋焼酎やスイーツまでの加工食品を手がける企業になった。こうした成功事例は、これから6次産業化を目指す人々にとって、事業を進める手がかりや情報を掴む拠り所となるだろう。