

6channel

「農業＋観光」が生み出すチカラ

特集：農業と観光の連携で人々を魅了する6次産業化

◎株式会社 粟(奈良県)

「大和伝統野菜の魅力を農家レストランから発信!」

◎道の駅とみうら 枇杷倶楽部(千葉県)

「南房総のランドオペレーター的役割を果たす道の駅」

シリーズ：ファンドを活用した6次産業化

◎株式会社あおもり海山(青森県)

「青森県内水揚げ高ナンバーワン! 深浦マグロ加工センター建設で広がる可能性」

◎株式会社おおのミルク工房(岩手県)

「新商品の開発・製造に向けてファンドを活用して設備投資! さらなる販路開拓も」

特集

農業と観光の連携で 人々を魅了する

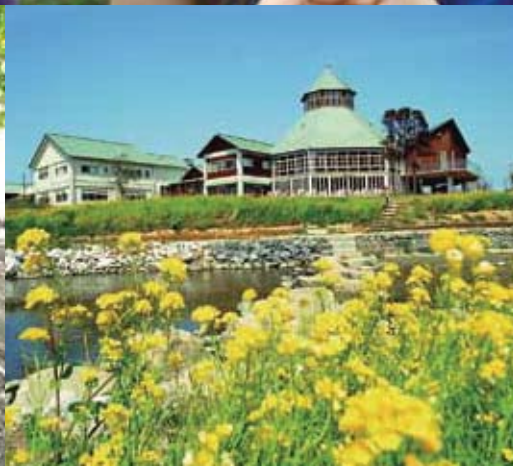
6次産業化

観光客を農業でもてなす。

観光農園や農家レストランなどにより、
農業の魅力と観光需要を結び付けた

6次産業化に、今回はスポットを当ててみた。

6次産業化を進めていく中、事業者たちが直面する課題としてあげられるのが販路の確保。今回の特集は、販路開拓のひとつの方法として「農業と観光」が連携した事例を紹介する。「株式会社粟」は、奈良市の山間地で農家レストランを経営。稼働率95%の人気レストランの売上は、事業者と地元農家の人々の暮らしを支え、姉妹店もオープン。一方、千葉県の「道の駅とみうら枇杷倶楽部」は、日帰り観光バスを誘致して地元農家の観光農園や飲食店、産業施設を案内するというランドオペレーターの役割を果たし、年間20万人まで落ち込んだ南房総への観光客を100万人まで引き上げた。規模の大きさも形態もまったく異なるが、共通しているのは、「お客様との距離を作らない」という接客コンセプト。近年、旅行者のニーズも多様化し、人との交流、自然との触れ合いなど、精神的な豊かさを求める傾向にある。もしかしたら身近な1次産業の魅力を活かすことに、6次産業化の販路開拓の突破口があるかもしれない。



株式会社 粟 [奈良県]



三浦さんの畑の前で、株式会社 粟のスタッフと6次産業化に取り組むプロジェクト粟のみなさん。

家族のために作る野菜こそ伝統野菜 大和伝統野菜の魅力を 農家レストランから発信 株式会社 粟（奈良県）

奈良市の山間地にある 稼働率95%のレストラン

奈良市近郊、中山間地に広がる田園風景を、万葉の歌人は「清澄」と詠んでいた。今なおその面影を残す地で、三浦雅之さん、陽子さん夫妻は

農家レストラン「清澄の里 粟」を営んでいる。ランチタイムのみの営業で一日約20席限定。2002年のオープンから間もなく人気店となり、『ミシランガイド京都・大阪・神戸・奈良2012』で、ひとつ星を獲得。予約の取りにくい店としても知られる。

レストランで提供している料理は、大和伝統野菜を中心とした3500円と5000円のコース料理（税抜）。食材は、三浦夫妻や地元農家の畑から収穫されたもので、新鮮な野菜を料理するのは陽子さんの仕事。雅之さんは調理補助とホールサービスを務め、他に2名の女性スタッフが、三角巾・エプロン姿で接客にあたる。食材を手しながらスタッフが料理を説明してくれるが、見たこともないユニークな形をした伝統野菜を前に客からは笑みがこぼれる。レストランのテーブルというより、農家の食卓を囲んでいるような雰囲気だ。



農家レストランの入口の前に鎮座している小さな石像は「タノカンサア(田の神様)」。プロジェクトの守り神として大切にされている。

それは「清澄の里 粟」のコンセプトのひとつでもある。「もてなす側、もてなされる側を明確にせず、いい意味で距離を感じさせないようにしています。田舎の実家に帰って来たような感覚で、お客様に来てもらえたらと思っています」と話す雅之さん。さらに、デザートタイムになると、レストランのベランダにヤギの家族が現れる。歓声があがり店内にさらに一体感が生まれる。

県内から訪れた加藤さんは、「姉の勧めできましたが、話に聞いていた以上にお料理が美味しかったです。景色もごちそうですね。ヤギに会えたのも楽しく、くつろがせてもらいました」と笑顔で話し、レストランをあとにした。「清澄の里 粟」を訪れる客は、関西圏からが最も多く、全国各地から奈良を訪れた観光客の中にも、この山間地まで足を伸ばす人もいるそうだ。



飲食店の立地条件としては極めて難しいところだったが、三浦夫妻には、「ここが人が集う場所になる」という確信とイメージがあったそうだ。



中心の親芋を囲むように楕円形の小芋がたくさんついている「烏藩(うーはん)」。粘りは里芋の中でも最高級と言われている。



仏様のてのひらを連想させるような形をした「仏掌芋(ぶつしょういも)」。農家が自分たちの食用として栽培してきた自給用の山芋で、長芋より粘りがある。手前にあるのは、UFOの形をした珍しいズッキーニ。



株式会社 栗 代表取締役社長
みうら まさゆき
三浦雅之さん(44)

福祉・医療に従事していた三浦夫妻は、自然環境と人間の幸せが深く結びついていると考え、地域を元気にできる事業をしたいと思うようになった。

大和伝統野菜の復興で地域づくりをしていく

レストランの食材のメインとなつて
いる「大和伝統野菜」とは、奈良県で
戦前から受け継がれてきた在来品種
のこと。早くから伝統野菜のブラン
ド化に取り組んでいる京野菜と異なり、
大和伝統野菜のほとんどは、農家の
人たちが好きな野菜を必要な分だ
け作り、自分たちで食するための作
物として受け継がれてきたものだ。

縁あってこの地に根をおろした三浦
夫妻は、地元農家の人たちから伝統
野菜の種を分けてもらい、研究を兼
ね栽培。現在、伝統野菜を中心とし
た150種類以上の野菜とハーブを
育てながら、種の保存にも取り組ん
でいる。実は、これこそ三浦夫妻のラ
イフワークで、その先に「大和伝統野
菜の復興で地域づくり」という目的
がある。農家レストランは伝統野菜を
提供して、その美味しさや魅力を伝
えていく役目を果たしている。

伝統野菜の魅力を奈良の観光のど真ん中から発信

2008年には個人事業であった農
家レストランを法人化、翌年には市街地
に「栗ならまち店」をオープンさせた。
2号店について雅之さんは、「地域づく
りの経済活動を育てていくためには、
奈良の観光地として注目を集めてい
る場所への出店は欠かせないステップで
した」と話す。店内のディスプレイで
は、野菜そのものや農家の野菜づくり
の営みを表現する写真などを飾り、
大和伝統野菜の物語を伝えていくこ
とを大切にしたい。「そうすることで、一
過性の話題に左右されない大和伝統
野菜の価値を作りだしていくことにな
ると信じていました」と雅之さん。な
らまち店では、大和伝統野菜をベース
に大和牛や大和高原地鶏といった奈
良自慢の食材も扱い、地酒も豊富に
取り揃える。そして、オープン翌年の
平成遷都1300年の観光ブームは、
ならまち店にとって追い風となった。



築130年の古民家を改装したレストラン「栗ならまち店」。ならまちは食材を育てる場所からの距離も適切な場所でもあった。観光地の元興寺からもほど近い。



営業時間外の「清澄の里 栗」は、地域の人々がお茶を飲みを訪れる憩いの場。また年に一度の忘年会も開催され、地域コミュニティの場となっている。

NPO法人清澄の村では、昭和30年代には農家で家族同然に飼われていたヤギの飼育を今に伝えていくことも、取組のひとつとしている。



農家レストランで提供される、むこだましを生地に使った和菓子・栗生(あわなり)。栗独特のぶちぶちとした食感が楽しめる。



五ヶ谷営農協議会設立メンバーの乾和彦さん(55)。乾さんと数人のメンバーが、むこだましの栽培を行い、種をつなぐ役割を担う。



栗の中でも最高級とされる栗の一種「むこだまし」の種。少ない情報をたどり、奈良県十津川村で奇跡的に出会った大変貴重なものだ。

株式会社 粟 [奈良県]

株式会社 粟 6次産業化への道

三浦雅之さん：1970年生まれ、京都府舞鶴市出身。
高校卒業後、京都の福祉の専門学校に通う。
三浦陽子さん：1968年生まれ、奈良県吉野郡東吉野村出身。
高校卒業後、県内の看護学校に通う。

1988年：奈良県の福祉施設のボランティアで出会い、1992年に結婚。雅之さんは、大阪で福祉の研究職に就いており、陽子さんは奈良県で総合病院の看護師として勤務していた。

1992年：新婚旅行でネイティブアメリカンの集落を訪問。要介護者が一人もなく、理想の暮らしの中心にあるのは、集落で共同で育てているトウモロコシ(伝統野菜)であると気付く。

1993年：自然農法の実践者・川口由一氏が主宰する「赤目自然農塾」に仕事の合間を縫いながら2年間通う。農業を実体験。

1994～1998年：奈良県全域をはじめ、熊本県阿蘇郡の産山村など全国の農村を訪ね調査。伝統野菜と伝統芸能、集落機能との関わりというキーワードが見えてくる。

1998年：知り合いより奈良市近郊の中山間地にある遊休農地を使わないかと提案を受け、開墾を始める。

2001年：伝統野菜の種を保存しながら栽培。農家レストランの展開を決める。陽子さんは料理の修行を一年間積む。

2001年12月：全国放送のテレビ番組『人生の楽園』より取材依頼。撮影期間中、奈良県の十津川村を訪れ、幻の粟「むこだまし」の種と出会う。

2002年1月5日：農家レストラン「清澄の里 粟」オープン。

2003年：トカラヤギのつがいが出てくる。

2004年：「NPO法人清澄の村」と「五ヶ谷営農協議会」を設立。

2008年：農家レストランを法人化、「株式会社 粟」を設立。「プロジェクト粟」の活動も始まる。

2009年1月19日：姉妹店の「粟 ならまち店」オープン。

2009年：株式会社粟が第2回奈良県ビジネス大賞の優秀賞を受賞。

2010年：平城遷都1300年記念事業が行われ、奈良県内に4500万人の観光客が訪れる。

2012年：『ミシュランガイド京都・大阪・神戸・奈良2012』で、ひとつ星を獲得。

2001～2014年：700件以上のマスメディアの取材を受ける。



株式会社 粟 専務取締役

みづら ようこ
三浦陽子さん(46)

レストラン開業に当たって陽子さんは、料理の先生について一年間修行した。

地域と連携した6次産業化で和菓子を製造・販売

レストランの運営を通じ、地域の人々との交流も深まり、三浦夫妻は2つの組織を立ち上げた。「地元の農家の方たちに野菜を作ってもらい、レストランに提供いただいていたのですが、これを個人的な活動にするのではなく、地域の宝物にしていきたいために、『NPO

法人清澄の村』と『五ヶ谷営農協議会』を立ち上げました」と雅之さん。2つの組織には、二人が師匠と仰ぐ農業の達人や先輩農家、研究者や学生、芸術家など多種多様なメンバーが集った。そして、この2つの組織とレストランを運営する「株式会社 粟」が連携して6次産業化を図り、農業や農村地域が自立できる道を模索していく取組を「プロジェクト粟」と呼んでいる。現在、プロジェクトが取り組んでいる6次産業化は、和菓子・粟生(あわなり)の製造・販売。貴重な粟の種を譲り受け、試行錯誤を繰り返しながら栽培しているため原料の量はまだまだ、製造数も限られる。粟生は現在、「清澄の里 粟」と「粟ならまち店」で提供されている(要予約)。

三浦夫妻のもとには、量産化やパートナー企業の申し出も持ちかけられるが、プロジェクト粟のコンセプトとそれは異なる。三浦さんたちが目指しているのは、大規模化や利益を優先したものではなく、地元の兼業農家の人々が定年退職後に豊かな自給菜園を手掛け、年間100万円前後の収入が見込める「小さな農業」を続けていくことだ。家族が喜ぶことのできる持続可能な仕組みを、三浦夫妻と地域の人々は、ゆつくりと着実に育てていこうとしている。



株式会社 粟

奈良市高樋町861 TEL : 0742-50-1055
<http://www.kiyosumi.jp/>

株式会社 粟の6次産業化の取組は、動画インタビュー含め、「第6チャンネル」Webサイトで詳しくご覧いただけます。

<http://www.6-ch.jp/tatsujin/0061.html>



五ヶ谷営農協議会

設立メンバー
さかもとしんじ
阪本慎治さん(51)

粟の栽培方法やレンピの改良など、10年以上かけて準備

「三浦さんと一緒に6次産業化に関わっていますが、僕自身は1次産業で地道に人に喜ばれるものを作りたいと思っています。農業をつなげていくことが大事。上手に、入すしていくことが自分の役割です」と話す阪本さん。五ヶ谷営農協議会では、地元の農家12軒20名がメンバーとして活動している。



休憩室・アトリウムでは地元の民話を題材にした人形劇が上演されるなど、文化振興の場にもなっている。



2006年、7町村の合併により南房総市が誕生。これまで旧・富浦町の人々と築いてきた連携を、合併したエリアにどのように広げていくか、そして黒字をどう維持していくか。枇杷倶楽部のこれからの課題である。

地元農家と枇杷倶楽部が連携、6次産業化で生まれたオリジナルブランドの商品数は、40種類を超える。



1995年に国内で初めて開発された「びわソフトクリーム」。房州びわを原料に毎朝自社工場で作られている。

特産品の商品開発、観光バス誘致 南房総のランドオペレーター的 役割を果たす道の駅 道の駅とみうら 枇杷倶楽部（千葉県）

居心地の良さで、日本一に輝いた小さな道の駅

波を表現した青い屋根が目印の「道の駅とみうら 枇杷倶楽部（以下、枇杷倶楽部と記載）」は、千葉県で一番最初に開設された道の駅。中に入ると、地元の野菜がゴロゴロ並んだ直売所もなければ、大きなレストランもない。中央の吹き抜きの休憩室・アトリウムには、深く腰掛けられる籐のソファが配置され、誰もがパノラマサイズの窓から、建物を囲む美しい花々や、のどかな田園風景を眺めることができる。「都内から毎月バイクでいらつしやる男性のお客様は、ここで読書をされています」と、四代目駅長の鈴木賢二さん。カフェレストランのオープンテラスでは、草花を間近に見ながら、びわカレーやびわソフトクリームなどを食べることが

できる。この他、建物の中には、インフォメーションやギャラリー、体験スタジオ、そして、加工場やオリジナル商品が並ぶ売店などがあるが、建物自体は決して大きくはない。

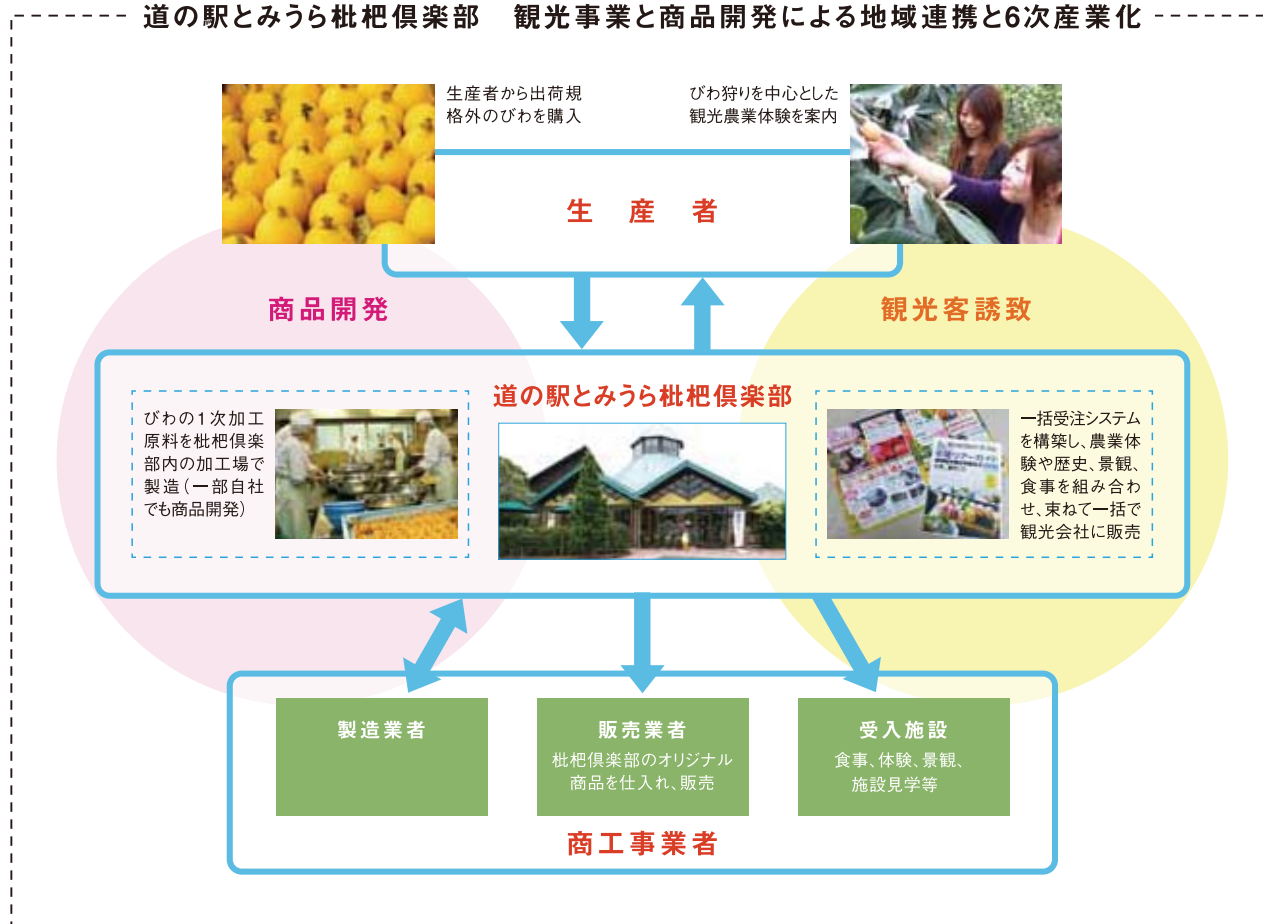
だが、この小さな施設こそ、「全国道の駅グランプリ」で最優秀賞を受賞した道の駅で、年間100万人もの観光客を誘致する南房総のランドオペレーター的作用を果たす場所なのだ。道の駅日本一の受賞ポイントのひとつに審査員は、「居心地の良さや、スタッフの温かさ、気安さ」をあげている。

これに対し鈴木さんは、「接客業として気を張って観光客を迎えられるというよりは、家族とか第二の故郷とか、そんな雰囲気でもらえるような、また来たいと思ってもらえるような道の駅にしたい」と心がけています」と話す。



道の駅とみうら 枇杷倶楽部 [千葉県]

道の駅とみうら枇杷倶楽部 観光事業と商品開発による地域連携と6次産業化



6次産業化 地元のびわ農家と連携した



枇杷倶楽部では、地域住民が使用できる加工場を設けている。予約制で貸し出し、生産者単独の6次産業化もフォローしている。



ほづみ・びわランド
ほづみしょうじ 穂積昭治さん(69) ゆうこ 優子さん(38)

穂積さんは2代目、娘の優さんは3代目。穂積さんが経営するびわ農園は、ハウス栽培が60アールで露地栽培(山)が80アール。旧・富浦町では最大規模を誇る。

枇杷倶楽部の売店で販売されている、ジャムやゼリー、飲料など、びわの加工商品には、規格外の房州びわが活用されている。「一番の人気商品はゼリー。そして思った以上に売れているのが、びわカレーです。カフェで召し上がっていただいて、気に入った方がお土産で購入されているようです」と鈴木さん。房州びわは、南房総の内房地区で260年以上前から栽培されている高級果実。毎年5〜6月に生食用として主に首都圏に出荷されているが、収穫された房州びわの約3割は規格外として廃棄されていた。規格外といえども高級品なので、加工されても決して安い価格とは言い難い。それでも、テイクアウトコーナーのびわソフトクリーム(400円)やプレミアムび

わソフト(450円)は、多い時は一日に千本以上売れることもあり、年間約10万本の販売を見込んでいる。

そして、旬の季節には観光客はびわ狩りも楽しむことができる。地元のびわ農家に協力してもらい、房州びわの圃場を観光農園として開放。農家の人たちはトイレを整備したりお土産品なども準備したりしてくれた。最大規模のびわ農園を抱える穂積昭治さんの農園には2か月間で1500〜2000人も観光客が訪れ、日帰りバスツアーで訪れた観光客の中には、個人でリピートする人もいるという。「びわ狩りは初めてという方がほとんどですが、消費者の『美味い』という声を直接聞けるのは嬉しいですね」と話す穂積さん。跡継ぎの優子さんはパティシエの資格を持ち「いつかはびわを使ったカフェをやってみたい」と夢を語る。

道の駅とみうら 枇杷倶楽部 6次産業化への道

- 1975年頃をピークに富浦町の観光業が衰退しはじめる。
- 1988年：行政で観光バスツアー客を対象に、びわ狩りやカーネーション狩りの誘致、食事会場の紹介を開始。人形劇の郷づくり事業も行われる。
- 1989年：行政でびわジャムの製造・販売開始。
- 1990年：東京湾アクアラインの開通が具体的に決定。富浦町役場内に、観光・企画課長の加藤文男氏を中心とした町産業活性化プロジェクトチームを結成。
- 1991年：運営母体(株)とみうらの前身(有)富浦の味加工センターを設立。
- 1993年：運営母体である(株)とみうらが、富浦町による資本金2千万円の全額出資で発足。建設省から「道の駅」に認定。「道の駅とみうら 枇杷倶楽部」がオープン。
- 1995年：直営農場の苺狩り園がオープン。びわビューレ、びわアイスソフト製造開始。びわ葉茶販売開始。
- 1997年：東京湾アクアライン開通。
- 2000年：「道の駅グランプリ2000」において最優秀賞を受賞。
- 2002年：「過疎地域 自立活性化優良事例」総務大臣賞受賞。
- 2003年：直営農場の花倶楽部が道の駅に。「道の駅おおつの里・花倶楽部」登録。



- 2006年：南房総市誕生(7町村合併)。
- 2012年：第三セクター3社合併[(株)とみうら、(株)鄙の里、(株)丸山町振興公社]。そして「(株)とみうら」から「(株)ちば南房総」に社名変更。
- 2014年：南房総いとこどり「逸品市場 びわマルシェ」オープン。



道の駅とみうら 枇杷倶楽部

運営：株式会社ちば南房総
千葉県南房総市富浦町青木123-1
<http://www.biwakurabu.jp/index.html>

道の駅とみうら 枇杷倶楽部の6次産業化の取組は、動画インタビュー
含め、「第6チャンネル」Webサイトで詳しくご覧いただけます。
<http://www.6-ch.jp/tatsujin/0062.html>

中国ではびわの葉を別の生薬と配合し様々な漢方薬を作り出している。日本では、江戸時代にびわの葉が全国的に人気になったという話も。



びわの葉を使ったボディソープや入浴剤、洗顔石鹸など。今後さらに力を入れ取り組んでいく開発商品が増えそうだ。

枇杷倶楽部の存在意義は 黒字を出すこと

枇杷倶楽部開設の背景には、旧・富浦町の農業・観光業などの基幹産業の衰退、過疎化などの問題があり、枇杷倶楽部は、地域活性化事業の転換を図るために立ち上げられた。初代駅長を務めたのは、当時、町役場の観光・企画課長だった加藤文男さん。そして大手小売業に勤務していた鈴木賢二さんも「地元のために」と転職をしてプロジェクトに参加した。町が出資した第三セクターが運営する施設は、単なる道の駅という位置づけではなく、地域と一緒になって産業を活性化するための施設だった。地元商店との競合を避けるため、

ターゲットを明確に分け、枇杷倶楽部は観光客に向けて商品を開発したり、日帰りバスツアーを企画して観光会社へ営業したりした。バスツアーは、びわ狩り、花摘みなどの観光農園や施設、飲食店、民宿など小規模な観光事業者を集約して組み合わせたもの。メニューや料金、サービスを規格化し、集客の配分や代金精算、クレーム処理までを一貫して行うことができる「一括受発注システム」を構築して実現化した。これにより、以前は週末でも一日10台程度であった観光バスの数が、年間で4千台、12万人のツアー誘致に成功し、閑散期と言われていた南房総の冬にも多くの観光客を呼び込めるようになった。しかし、2011年の東日本



道の駅とみうら 枇杷倶楽部駅長
(株式会社 ちば南房総 取締役)
すずき けんじ
鈴木賢二さん(53)

大震災の影響を受け、売り上げは大幅にダウン。房州びわの生産者も減少している。鈴木さんが話す。「売れるびわの加工商品を枇杷倶楽部が発して、原料をどんどん農家さんから仕入れ、魅力ある産業として若い人たちに伝えていけたらと考えています。びわの実は5〜6月だけのものですが、びわの葉は通年の収穫が可能ですが、研究機関とも協力しながら、このびわの葉を使った加工品を今後さらに商品開発していく予定です」。



水産卸・小売事業を展開する魚力45店舗で「深浦フェア」が開催され、あおもり海山の加工品、深浦まぐろの柵も首都圏でアピール。地元漁師も接客にあたり、駆け付けた堀内社長も顧客の反応に手応えを感じた。



CASE
001
あおもり海山
[青森県]

1次産業事業者の6次産業化を資金面から後押しする、(株)農林漁業成長産業化支援機構(A・F・I・V・E)の設立から一年半。各地域のサブファンドにより全国をカバーする体制も整い、活発化してきているファンドの活用を、事業者の取組を通してレポートしていく。

シリーズ
6次産業化
ファンドを活用した

平成26年8月25日現在、各地域、各分野での経営指導や事業展開の支援を行うため、A・F・I・V・Eと地域金融機関等の出資により全国に46のサブファンドが設立され、資金総額は711億円に達している(設立準備中のサブファンドを含む)。また、サブファンドから事業体への出資については、31件、22億円超の支援を決定している(平成26年8月8日時点)。今回レポートする「あおもり海山」、「おおのミルク工房」は、サブファンドのひとつ、「※とうほくのmiraい応援ファンド」の出資を受け、事業拡大に向け、新たな



CASE
002
おおのミルク工房
[岩手県]

販路開拓を行っていく。「あおもり海山」は深浦マグロ加工センターを建設、パートナー企業と手を組み関東の飲食店に販路を開拓していく。「おおのミルク工房」は、新商品開発のため工場内に新たな設備を導入。いずれも、地域の資源を活かし、地元住民のバックアップを受け、地域における農林漁業の持続的な成長発展、雇用の創出を図ることを目指している。

※とうほくのmiraい応援ファンド
平成25年6月に設立。生産から加工、流通、販売までを総合的かつ有機的に結び付けるネットワーク構築をサポートしている。出資者は、県内銀行、(株)東北銀行、(株)北都銀行、(株)みちのく銀行、(株)みずほ銀行、みずほキャッシュ(株)、A・F・I・V・E、(株)農林漁業成長産業化支援機構

おおのミルク工房の牛乳は、酪農家が絞りたてをお鍋でコトコト沸かして飲む牛乳の風味を再現。平日は宅配も行っており、学校給食も含め地元の人たちへの浸透が深い。今後は新たな販路開拓を目指していきたいと塩倉社長は話す。



青森県内水揚げ高ナンバーワン 深浦マグロ加工センター建設で 広がる可能性 株式会社あおもり海山（青森県）



今まで通りでは

漁業が成立しなくなる！

青森県の西部、日本海に面した深浦町では大型定置網漁で本マグロが大量に漁獲される。水揚げ量は年間で約450トン、金額にすると約6億3千万円。漁獲量では青森県下ナンバーワンを誇る。しかし、大量に水揚げされると魚価が下がり、廃棄されることも。「これまで生鮮で売っていたので、加工や冷凍施設の必要性を感じませんでした。現在は資源が少なくなっている上に、魚価も安くなってきています。今まで通りの経営では漁業は成り立たないでしょう」と話すのは、あおもり海山の代表の堀内さん。堀内さんは、大型定置網漁業と土木建設業を営む株式会社ホリエイの

出資者・出資額表

株式会社 ホリエイ	8,000万円
株式会社 エー・ピーカンパニー	2,000万円
とうほくのみらい応援ファンド	1億円
合計	2億円

【事業内容】

- 「深浦マグロ」のブランド化を推進する目的で、冷凍加工場を整備。さく加工した後、-55度で冷凍保管し、通年で安定した出荷を可能とする体制を構築。
- 冷凍加工場の整備により、以下の①～④を通じて地元雇用の拡大と農山漁村の活性化に貢献する。①食の観光資源として、深浦町および青森県内の流通促進を図る。②首都圏ベンダーへの直接販売を図る。③ネットや対面による消費者への直接販売を図る。④産地における未利用資源の有効活用を図る。



株式会社あおもり海山 代表取締役
ほりうち せいじ
堀内精二さん(51)

運営母体となる株式会社ホリエイの社長も兼任する。

代表も務める。これまで漁業に携わってきた堀内さんは、2013年に水産物の加工・販売を事業とする株式会社あおもり海山を設立。ファンドの出資を活用して直売所を併設したマグロ加工センターを建設して、5月～8月の4か月間に水揚げされる本マグロを加工して冷凍保管を行い、通年供給を可能にしていく。「貴重な水産資源の本マグロのすべての部位を活用して、刺身以外の新たな食べ方を提案していきたい」と堀内さんは話す。

6次産業化と 地元漁協との関係

深浦町にある深浦港と岩崎港の2つの港のうち、ホリエイは8対2の割合で主に岩崎港に水揚げをしている。水揚げした魚はすべて漁協に納め、ホリエイは他の仲買人と同様、公正に入札を行い、あおもり海山に卸している。新深浦町漁業協同組合の福沢さんは、ホリエイ、あおもり海山の6次産業化への取組について、「深浦町全体の漁業と本マグロの品質を底上げしてくれるもの」と期待を寄せる。漁協との関係は良好だ。

現在、全国漁業協同組合連合会がインターネット上で展開している「漁師が選んだ、本当に美味しい魚 プライドフィッシュ」プロジェクトには、各県を代表する四季の魚が紹介されているが、青森県の夏のプライドフィッシュとして、深浦マグロが紹介されている。福沢さんは町の漁協窓口としてバックアップを行っている。



新深浦町漁業協同組合
岩崎支店長
ふくざわ けんいち
福沢欣一さん(57)

20～30代の若い漁師が多い株式会社ホリエイの漁業部門のスタッフ。19トンの定置網船2艘に、20名の漁師が乗り込み漁を行っている。





株式会社あおもり海山
取締役営業部長
のろひでき
野呂英樹さん(30)

東京海洋大学院卒業後、青森県庁に入庁。かねてから国内漁業の問題・改善を意識していたところ堀内さんと出会い、あおもり海山設立に力を尽くす。



船上処理された本マグロは、「船上活メ」のタグが付き、市場やパートナー企業に向け出荷される。

「定置網漁船で、ここまで処理にこだわっている船は、日本でも今は他にないと思います。この処理を施すことで魚の臭みがなくなり、新鮮な身を維持できます。品質のいいものを出荷していこうという意識改革は、漁師さんたちの間にも浸透していますね」と野呂さんは話す。

この他にも野呂さんは、冷凍加工の試験データを収集したり、販路開拓の窓口も担当。また、県職員時代に県内の漁業調査を行い普及員も務めた経験から、「深浦の漁業を底上げしながら、将来的には県内の他の漁協・漁師さんとも連携していけたらと思っています」と抱負を語る。その思いの背景には、「自然豊かで、いい漁場があっても、それを伝えていく産業を作っていくか」という思いが込められています。今、何とかしないと、この町に住めなくなってしまう」と、過疎化が進む町への危機があった。

マグロは大間だけじゃない！ 深浦マグロのブランド化

あおもり海山は、ホリエイと連携した事業内容で、六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画を作成し認定を受けた。「本マグロといえば、大間のマグロが有名ですが、水揚げ量では深浦が大間の3倍。でも価格では大間の3分の1しかありません。まずは知名度を上げ、『深浦マグロ』のブランド化を図り、魚価を上げていきたい」と堀内さん。そこで、生産者のホリエイが今春から始めたのが、漁獲直後に本マグロの血抜き、内臓除去、神経抜きまでを船上で行う船上処理。技術指導には、堀内さんの右腕として奮闘している、あおもり海山の野呂さんが当たっている。



鮮魚小売「魚力」で開催された深浦フェア。魚力の担当者也深浦町で漁業の現場を見て、開催を決めた。

「定置網漁船で、ここまで処理にこだわっている船は、日本でも今は他にないと思います。この処理を施すことで魚の臭みがなくなり、新鮮な身を維持できます。品質のいいものを出荷していこうという意識改革は、漁師さんたちの間にも浸透していますね」と野呂さんは話す。

この他にも野呂さんは、冷凍加工の試験データを収集したり、販路開拓の窓口も担当。また、県職員時代に県内の漁業調査を行い普及員も務めた経験から、「深浦の漁業を底上げしながら、将来的には県内の他の漁協・漁師さんとも連携していけたらと思っています」と抱負を語る。その思いの背景には、「自然豊かで、いい漁場があっても、それを伝えていく産業を作っていくか」という思いが込められています。今、何とかしないと、この町に住めなくなってしまう」と、過疎化が進む町への危機があった。

数字で見えないものも 評価してくれたサブファンド

あおもり海山とホリエイが進める六次産業化には、地域産業を振興していきたいという強い思いも含まれている。ファンドの活用にあたり堀内さんは、「サブファンドの方たちからは、1次産業者の私達がどれだけのやる気を持って取り組もうとしている6次産業化なのか、数字では見えない部分も評価されたのではないだろうか」と話す。出資決定後も堀内さんは、「信用力が全然違います。特に営業の面で手応えを感じます」と話す。一方、サブファンドの担当者は、漁業の基本を学び、定置網船に乗船し漁の現場も見学。販路開拓先として、水産卸・小売事業者の株式会社魚力や、塚田農場などの飲食店を全国177店舗で居酒屋を展開する株式会社エー・ピーカンパニーを紹介してくれた。

エー・ピーカンパニーは、2013年にエー・ピー6次産業化ファンドを設立。あおもり海山に2千万円の出資を行い、販売先としても関わっている。社長米山さんは、「地域とのつながりというのは1年や2年で出来上がるものではないですね。今回の投資は15年というスパンになりますが、私たちとしては、半永久的に一緒にやっていきたいと思います」と話す。

あおもり海山とホリエイが進める六次産業化には、地域産業を振興していきたいという強い思いも含まれている。ファンドの活用にあたり堀内さんは、「サブファンドの方たちからは、1次産業者の私達がどれだけのやる気を持って取り組もうとしている6次産業化なのか、数字では見えない部分も評価されたのではないだろうか」と話す。出資決定後も堀内さんは、「信用力が全然違います。特に営業の面で手応えを感じます」と話す。一方、サブファンドの担当者は、漁業の基本を学び、定置網船に乗船し漁の現場も見学。販路開拓先として、水産卸・小売事業者の株式会社魚力や、塚田農場などの飲食店を全国177店舗で居酒屋を展開する株式会社エー・ピーカンパニーを紹介してくれた。

エー・ピーカンパニーは、2013年にエー・ピー6次産業化ファンドを設立。あおもり海山に2千万円の出資を行い、販売先としても関わっている。社長米山さんは、「地域とのつながりというのは1年や2年で出来上がるものではないですね。今回の投資は15年というスパンになりますが、私たちとしては、半永久的に一緒にやっていきたいと思います」と話す。

地域をあげてバックアップ 深浦マグロのブランド化

深浦マグロのブランド化は、町をあげての取組となっており、深浦町役場の戦略事業室や商工会などもこの取組に必死だ。2013年6月から、深浦マグロ料理推進協議会主催により始まったのが、深浦マグロを使ったご当地グルメの展開。町内7つの飲食店で、新鮮なマグロを刺身、片面焼き、両面焼きにして3種類のタレをつけご飯にのせて食べる「深浦マグステ井」（全店共通1350円税込）を提供。

今までにない食べ方が消費者に受け、1年間で4万食を突破した。協議会の試算によると、このマグステ井の経済効果は2億2千万円にも達するという。注文客の9割が町外からの客で観光客誘致の大きな布石となった。一過性に終わらせないよう、協議会では今後、関連商品の発売やイベントを企画している。



当初の売上目標1万5千食を大幅に上回り、4万食を突破するヒット商品となった「深浦マグステ井」。

6次産業化のカギを握る マグロ加工センターの建設

エー・ピーカンパニーが展開する一部の居酒屋では、すでに、あおもり海山から仕入れた深浦マグロの刺身が商品として提供されている。船上活メの本マグロの評判は上々で、エー・ピーカンパニーの吉野さんは「このクラスの中では最上級のもですね」と太鼓判を押す。780円という価格設定について社長の米山さんは、「正直、利益は上がりませんが、この価格だからお客様に響くんです。まずは『深浦マグロ』というブランドを知ってもらうことが大切で、マグロ加工センターでの2次加工が始まるからポイントに



株式会社エー・ピーカンパニー
代表取締役社長
よねやま ひさし
米山 久さん(44)

「全国の埋もれている商材を発掘をして、我々の手でブランド化して世の中に発信していき、1次産業と地域の活性化を目指していけたらと考えています」。



株式会社エー・ピーカンパニー
常務取締役 流通本部長
よしの かつみ
吉野勝己さん(40)

あおもり海山の窓口を担当。「ダイレクトなパートナーシップを結び、それぞれの役割を果たし、一緒に取り組んでいくことが6次産業化だと思います。餅は餅屋ですね」。



各店舗のホールスタッフは関係者専用のSNSでリアルな生産者の情報を知り、付加価値を高めた情報をエンドユーザーに提供している。

なってくると思います」と話す。

建設予定のあおもり海山のマグロ加工センターには、マグロを熟成させるための保管庫や、約30トンの柵を冷凍保存できる超低温冷凍庫などの設備を導入。本マグロの柵以外に、頬肉、頭、内臓などすべての部位を加工する。「マグロの最適な加工ができる工場ができるのはすごく面白いことです。弊社の料理長も青森に行つて、県の研究所の方と、どうやって加工したら美味しく食べられるか研究を始めています。ブランドイメージを出していきたいながら、商品としても、これまでにないものを首都圏のお客様に提供していけると思っています」と吉野さんは声を弾ませる。

マグロ加工センターに併設される直売所ではマグロ解体ショーの開催も予定され、建設地の隣で、ふかうら雪人参などを扱う農産物加工工場が稼働。農業と漁業の6次産業化発信地に観光バス誘致の期待もかかる。

今日もとびっきり
イキの良いのが
入ったよー。

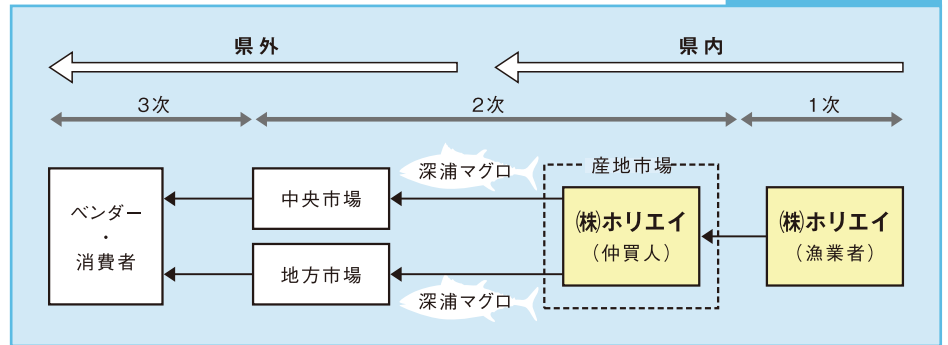


株式会社あおもり海山

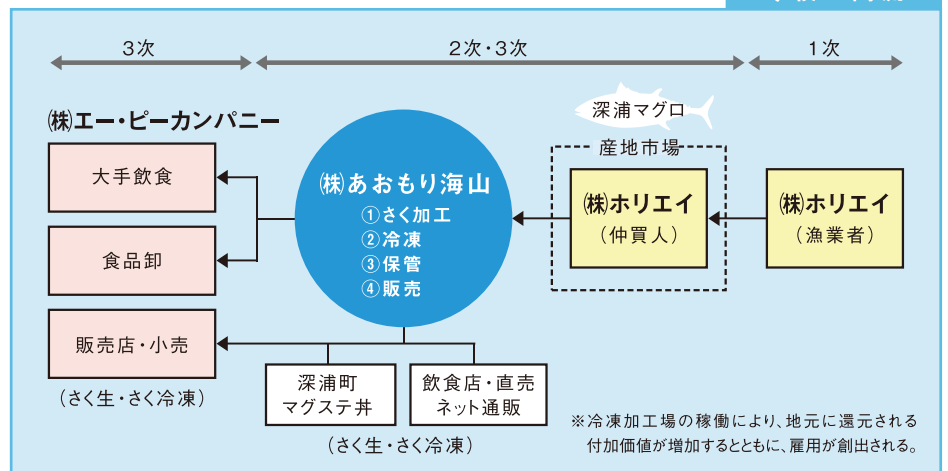
青森県西津軽郡深浦町大字岩崎字松原193-2
TEL:0173-77-2102
<http://www.6-ch.jp/fund/fundcase02.html>

株式会社あおもり海山の6次産業化の取組は、動画インタビュー含め、「第6チャンネル」Webサイトで詳しくご覧いただけます。

これまでの商流



今後の商流



新商品の開発・製造に向けて ファンドを活用して設備投資 さらなる販路開拓も 株式会社おおのミルク工房（岩手県）



地元の支援を受け再出発 そして黒字経営への転換

「おおのミルク工房」は、経営困難に陥った乳製品加工施設を存続させるため、酪農家16名をはじめ、地元商店主や連携事業者など24名が1300万円を出資して2005年に設立。再出発したおおのミルク工房が目指したのは、地元の住民に支持される商品作り。そのためマーケティングにも力を入れた。異なる方法で加熱殺菌処理をした6種類の牛乳を600人以上の人に試飲してもらい、最も多くの人々から支持を得た「85度20分間殺菌」という製法を確立。一般的な超高温瞬間殺菌に比べ手間がかかるが、この製法により、酪農家が搾りたての生乳を弱火で沸かして自宅

で飲んでいるような牛乳本来のコクと旨味を引き出すことに成功した。

関係者の熱意に共感して、おおのミルク工房に入社したベテランの工場長・小野協次さん（専務取締役）も「酪農王国・岩手の中でもトップレベルの生乳を使ったコクのある飲みやすい牛乳」と、味と品質を自負する。新商品は「ゆめ牛乳」と名付けられ、スーパー店頭での試飲会やイベントへの出店など地道な営業活動が展開された。その結果、販売ルートは、道の駅や岩手県・青森県の小売店・スーパーをはじめ、ホテル、老人ホーム、そして、宅配や学校給食など周辺地域を中心に拡大。7年目から黒字経営に転換、3年間連続で黒字を維持し、2013年度の売上は予想を上回り3億7千万円まで伸びた。

出資者・出資額表

地元酪農家等	1,300万円
とうほくのみらい応援ファンド	1,300万円
合計	2,600万円

【事業内容】

- 酪農家が搾りたてを鍋で沸かして飲む牛乳本来の味を再現した牛乳の製造販売の他、地域特産品を活用したヨーグルト・ソフトクリームミックス等の開発・製造・販売を行う。
- 製造工場の設備整備、ファンドからの経営支援・販路支援により、以下の①～④を通じて、地元雇用の拡大と農山漁村の活性化に貢献する。①生産量拡大による地元酪農家への貢献。②地域特産品とコラボした新商品の開発による地域のPR効果。③地域への販路拡大。④首都圏への販路拡大。



現在、おおのミルク工房での一日の生乳処理量は5～7トン。この生乳を原料に、主力商品の「ゆめ牛乳」のほか、ヨーグルト、アイスクリーム、生洋菓子、業務用ソフトクリームミックスなどの製造・販売を行っている。



株式会社おおのミルク工房
代表取締役
しおくら やすみ
塩倉康美さん(48)

「現在15人の従業員がいますが、それぞれが大きな役割を担っています」と話す。酪農家で出資者の一人でもある。



本州でも有数の酪農地帯として知られる岩手県北部。戦後まもなく酪農が導入され、最盛期の昭和40年代には、洋野町(旧大野村)の酪農家の数は250軒を超えていた。(平成20年度時点で44軒)



再出発して発売した商品「ゆめ牛乳」のPRには生産者も積極的に参加。スーパー店頭での試飲会やイベントへの出店など、営業努力が実を結び販路が拡大した。

構えることなく柔軟に考える 相談することで展望が 見えてくるファンド活用

法人設立から10年。節目となる2014年に、おおのミルク工房は、「とうほくのみらい応援ファンド」に支援を求め、1300万円の出資を受けることになった。

その経緯について、取締役企画部長の浅水さんは、「今後のビジョンを明確にしていくため、六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画を作成し認定を受けたところ、6次産業化を応援してくれるファンドの存在を知りました。地元の商工会議所や銀行が窓口となり、デイスカッションを重ねているうちに、地域活性化に対する思いの方向が出資者と一致していることに気が付きました。そして、ファンドを活用してやっていけば、やりたいことに近づける、将来が見えてくると感じました」と話す。

新商品の開発、HACCP導入による品質管理の強化と新たな生産

牛乳ばなれを
なんとかしなきゃ!



体制の整備。雇用の創出、そしてデータ活用による営業力の強化、個別の顧客対応を充実させていくなど、おのミルク工房の今後の事業展開の目標・目的は多岐に渡る。

小さな工房ならではの 強みを活かす

現在、おおのミルク工房では、主力商品の「ゆめ牛乳」のほか、ヨーグルト、アイスクリーム、生洋菓子、業務用ソフトクリームミックスなどの製造・販売を行っている。社長の塩倉さんが話す。「小さな工房ならではの強みがあると思います。おおのミルク工房は、地元酪農家と強い信頼関係があり、安定した原料の確保ができます。小ロットでの商品開発や、短い納期にも対応できる柔軟な営業スタイルも私たちの強みです。おおのミルク工房という名前は表に出していませんが、岩手県野田村でヒットしている塩ソフクリームや、県内の南部せんべいを使ったアイスクリームなど、ご当地

酪農の里のシンボルを 支える酪農家たち

おおのミルク工房は、地元酪農家たちの「酪農の里のシンボル」をなくしたくない、という思いから再生した施設。前身となる農協が運営していた乳製品加工施設が経営難に陥った時、法人設立の中心メンバーとなったのは、自らも大型の酪農経営を営む田村英寛さん(初代社長)だった。田村さんからバトンを引き継ぎ、社長に就任した塩倉さんが話す。「2011年の東日本大震災では、大手メーカーが出荷できない状況に陥る中、私たちは震災の影響は受けながらも、酪農家の協力のおかげで、なんとか製造できる状態でした。このことは、おおのミルク工房の知名度をあげる大きな要因になりました。地域の人たちに支えられていることを実感した出来事でした」。



おおのミルク工房に生乳を出荷している酪農家の中の一軒「間澤牧場」。2007年、岩手県内では初となるHACCP認証畜産農場となった。

アイスクリームの商品開発のお手伝いもさせていただけます」と話す。

ご当地ソフトクリームと飲むヨーグルトで事業展開

おおのミルク工場の地域特産物を活用したOEM乳製品開発に対する評価は高く、全国の6次産業化を目指す生産者から次々に業務委託の相談が持ちかけられている。今後、フアンドを活用した事業展開のひとつとして、マルチ対応で多様な商品の加工が可能になる設備を導入。新たなご当地ソフトクリームの開発・製造を行っていく予定だ。

また今年度から、おおのミルク工房

では加工場内に新たな設備を導入して、新商品「飲むタイプのヨーグルト」の開発を進めていく。その背景について、「牛乳の消費量が年々下がって

いく中、これからは、お茶、炭酸飲料などの清涼飲料水を含むすべての飲料を意識しながら、牛乳は生き抜いていかないといけません」と浅水さんは話す。新商品は他にも、管理栄養士と共同での機能性ヨーグルトの開発や、シニア野菜ソムリエと共同での地場野菜を使ったヨーグルトの開発などを予定している。

こうした商品アイテムの増加は生乳利用の拡大に直結する。「現在、おおのミルク工房での一日の生乳処理量は5〜7トンですが、今後の事業展開

ではこの約1.5倍を予定しています。そもそも地元では約20トンの生乳出荷が見込めるのですが、弊社では、まだ3分の1しか処理できていません。地に密着した企業として、できれば地元の生乳すべてを処理できるよう、商品数を増やし、売上を伸ばしていけたらと思っています」と浅水さんは抱負を語る。

販売ルートは、これまで築いてきた地元の取引先、道の駅や岩手県・青森県の小売店やスーパーなどを中心に、今後は首都圏も視野に入れ展開していく。そして、5か年計画で、おおのミルク工房は売上4億円弱を見込んでいる。

株式会社おおのミルク工房 取締役企画部長 あさみず たくみ 浅水巧美さん(45)

農協が運営していた頃から関わっていた浅水さんは、法人設立と同時に、おおのミルク工房へ転職。「経営難に陥った事情も知っているだけに、もう失敗はできないという思いがありました」と話す。



おおのミルク工房では、岩手県産100%の南部小麦で作られた「南部せんべい」を使った「せんべいアイス」など、地域特産品の野菜・果物・海産物などを使った乳製品を製造。今後さらに、ご当地アイスについては力を注いでいく予定だ。



株式会社おおのミルク工房

岩手県九戸郡洋野町大野58-12-32
TEL : 0194-77-4301
<http://www.yumemilk.com/>

株式会社おおのミルク工房の6次産業化の取組は、動画インタビュー含め、「第6チャンネル」Webサイトで詳しくご覧いただけます。
<http://www.6-ch.jp/fund/fundcase01.html>

再出発したおおのミルク工房の最初の販売先

おおのふるさと公社は、旧大野村の村おこしのシンボリックな施設「おおのキャンパス」を運営。おおのミルク工房が再出発を図った時、キャンパス内の宿泊棟を新商品の試飲会の場所として提供した。商品を最初に置いてくれたのも、おおのキャンパスだった。また、事務局長の林下さんは、キャンパス内で製造していたアイスクリームの製造もおおのミルク工房に委託。「施設内の設備に限界がありましたし、せっかく地元でアイスクリームを作れるところがあるのなら、そこにお願いした方がいいと思いましたが」と話す。

おおのミルク工房の浅水さんは、「おおのキャンパスが起点となって、まるで波紋が広がっていくように商品が認知されていきました」と、当時を振り返る。



社団法人おおのふるさと公社 事務局長
はやしたせんいちろう
林下千一郎さん(60)

産業連携ネットワーク交流会（農観連携）レポート

平成26年6月19日、農林水産省で開催

農山漁村の魅力と観光需要が結び付いた日本のブランド確立に向けて **キックオフ!**



写真提供:特定非営利活動法人遠野山・里・暮らしネットワーク

平成26年1月、農林水産省と観光庁は「農観連携の推進協定」を締結しました。これを受け、「農観連携による農山漁村の活性化について」をテーマに、産業連携ネットワーク交流会が開催されました。同ネットワークは、「多様な産業分野が有する様々な知見の共有と創発によりイノベーションをすすめる場」として平成23年12月に設立。7月31日現在、1,279の団体・企業・個人が参加しています。

今回の交流会は、農観連携を推進する上での課題解決の糸口を探るとともに、ノウハウ共有を図ることを目的として開催されました。冒頭で、農林水産省、観光庁双方から協定についての説明があった後、株式会社JTB総合研究所コンサルティング第一部長篠崎氏から、北海道奥尻島における取組を例に、農林水産業と観光の連携の可能性や課題についての発表がありました。

続いて、フードバレーとかち推進協議会（帯広市役所産業連携室主任）奥村氏、一般社団法人雪国観光圏代表理事井口氏、NPO法人遠野山・里・暮らしネットワーク会長菊池氏から、それぞれの事業の経緯や成果、課題などが発表されました。また、株式会社農林漁業成長産業化支援機構投融资本部長岸氏から、農観連携支援策として農林漁業成長産業化ファンドの説明がありました。

第6次産業化ポータルサイト 第6チャンネル

www.6-ch.jp/

6次産業化の取組を支援するポータルサイトとして、これからも情報発信していきます!



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。

▼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/>

▼農林水産省食料産業局フェイスブック
<https://www.facebook.com/maff.shokusan>

■バックナンバーの印刷物をご希望の方は、第6チャンネル（Webサイト）のTOPページ「お問合せ」より、「詳細」欄に「フリーペーパー希望」とご明記の上、ご希望の号数と送付先、郵便番号をご連絡下さい。送料実費にてお送りいたします。なお、数に限りがございますので、在庫が無いバックナンバーにつきましては、印刷費、送料実費にてご提供いたしますので、ご相談下さい。



編集後記

枇杷倶楽部のノウハウがベトナムで活かされている。平成25年度、千葉県南房総市はジャイカの草の根技術協力事業（地域提案型）に採択され、「道の駅」を基盤とした、農業の第6次産業化による地域振興」をテーマに、ベトナムのクアンナム省で3年間にわたる事業に取り組んでいる。以前にも、「日越地方市民団体交流事業」に参画、現地で道の駅設立を支援している。

この事業では、「道の駅が、安全野菜や特産物の販売推進基盤としてより充実し、加工事業や推奨品制度の整備を行い、さらに、集荷・販売・配送を共同化させて販路を拡大し、農家の自立と所得向上、雇用の拡大を促す」という地域全体に及ぶ課題解決の具体的な手法の定着化を図る。

枇杷倶楽部がオープンして約20年、築いてきた地域の農業振興、商品開発、販路拡大などの仕組みが海外でも地域活性化に役立っている。

編集長 奥野 俊志

6次産業化フリーペーパー

「第6チャンネル」vol.10（2014年9月発行）

編集人：奥野俊志

編集・取材：奥野俊志、河原木徹、菅野康子、浦岡伸行、金森真粧美

デザイン：安野真由美

制作協力：平成ソフト

表紙写真提供：三浦雅之（株式会社 粟）

