

We are 6次化生活!

Rokujika Seikatsu!

新装刊

心意気を醸した
6次化日本酒が
大集合!

夏、酒、肴

夏に楽しみたい6次化の日本酒

夏のお酒に合う6次化の肴

産地全体で取り組むブランド産品の6次産業化

ファンベースとは?

「6次産業化プランナー」の

6次化生活始める前のQ&A



夏に楽しみたい 6次化の日本酒



諦めず想い続けた努力の結晶



「夏ヤゴ ブルー」(左)は爽快な辛口生原酒で、炭酸水割やロックで飲むのもお勧め。「夏ヤゴピンク」(右)は、自社の田んぼで農薬不使用で栽培した雄町(おまち)という酒米を使い、山田錦を使った日本酒に比べてリッチな味わい。

6次化とは? 「6次化」は、生産者と距離が近づくキーワード!

6次産業化(6次化)とは、1次産業を担う農林漁業者が、加工(2次産業)、流通・販売(3次産業)にも取り組む経営形態を指します。つまり $1次 \times 2次 \times 3次 = 6!$ で6次化。生産者が熱い想いで行う6次化は、わたしたち消費者と生産者の距離が縮まるきっかけにも。作り手の顔が見える6次化商品に、要注目です!



神奈川県海老名市

泉橋酒造 株式会社

住所：〒243-0435
 神奈川県海老名市下今泉5-5-1
 電話：046-231-1338
<http://izumibashi.com/>



酒米の稲は食用米に比べて背が高くなるために倒れやすい。「最初は90%以上が倒伏した」と橋場社長は笑う。現在、栽培する酒米は5種類にまで増やしている。



レストランでは
 美味しい料理とともに
 お酒も各種楽しめます。
 そちらにも是非
 お越しください！

米作りから手掛ける栽培醸造蔵 海老名の“赤とんぼ”の夏季限定酒



蔵元住者 いづみ橋
 〒243-0436海老名市扇町
 12-33 フィールズ三幸 1階
<http://izumibashi.com/kakou/>

料理の旨さを引き立てる辛口の日本酒を製造する泉橋酒造。6代目の橋場友二社長は、大学卒業後に就職した証券会社を辞め、1995年に実家に戻ってきた。同年には食糧管理法が廃止され、酒米の調達方法の自由度が増す中、橋場さんは近隣の若手農家と協力して酒米の栽培を開始。今では一反当たりの収穫は目標の6俵に近い5・5俵。栽培面積は協力農家と合わせて46・5haまで拡大した。「酒造りは米作りからの信念のもと、原料の90%は、自社栽培を含む地元神奈川産の酒米だ。」

泉橋酒造のシンボルマークは赤とんぼ。赤とんぼは、田んぼでお米と一緒に育つ。農業の使用を極力減らす安全・安心な米作りへの想いを、シンボルマークに込める。

そんな泉橋酒造が夏季限定で出している日本酒が「夏ヤゴ」シリーズ。「赤とんぼは、夏の時期にはヤゴなので」とユーモアあふれるネーミングで5種を販売。そのうち「夏ヤゴ生酛13」の2種は、いずれもアルコール度数が13度と低く、日本酒が苦手な人でも飲みやすいだろう。ヤゴは13回脱皮してとんぼになると言われていることにも掛けている。

橋場社長は「農家の顔が見えるお米を使っているので、酒造りもできるだけ自分たちのものにこだわりたい」と、10年前からつくるお酒はすべて、アルコール添加をしない純米酒に切り替えた。酒蔵では珍しく自前で精米設備を持ち、通常の精米より1・5倍の時間は掛かるが、お米を無駄にせず、よいお酒を造れる扁平精米を採用。また、手間の掛かる「麹ふた」を使用した麹づくり、人工的に作った乳酸菌を使用しない「生酛仕込み」など、酒造りにおいても妥協がない。

泉橋酒造が商標登録している「栽培醸造蔵」。酒米栽培から精米、醸造までを一貫して行っていることを端的に表している。

この土地でしか作れない酒がある



5月からの新しいラインナップとして、蔵元分蔵天然酵母仕込みの酒を出荷し始めた。酵母は、酒蔵の敷地内のツツジの花から分離したもので、穏やかな香りと野趣に溢れている。

気候風土を映し出す 地酒の真髄への飽くなき探求



新潟県最南端の糸魚川、翡翠の産地として有名な姫川の支流が流れる根知谷^{ねちだに}。この谷は日本を東西に分けるフォッサマグナ(大地溝帯)の真上にあり、四方を深い山に囲まれながら東から西に緩やかに傾斜している。冬の積雪は2〜3メートルにおよぶ豪雪地帯だ。しかし、こうした厳しい気候風土が、米作り・酒造りに最適な条件になっている。この気候風土にこだわり、この土地でしか造れない酒を造っているのが渡辺酒造店である。明治元年に創業し、150年以上の歴史を持ち、現在は自社で管理する15 ha 83枚の田んぼで、五百万石、越淡麗という2品種の酒米を栽培。それを使って伝統の定番商品「根知男山」^{ねちおやま}「Neechi」(根知)の2つのブランドの日本酒を製造している。

「既存の日本酒マーケットでの差別化は、精米歩合、日本酒度、酸度など工業製品のように技術的な特徴に偏りすぎていてオリジナリティを出すのが難しい」。そう語るのは、同店の6代目・渡辺吉樹社長だ。土壌や天候に影響されて毎年性質が異なる原料米から技術を駆



自社保有山林から切り出した木材を用い、地域の伝統的な建築を再現した直売所兼テイスティングルーム。



米作りにも酒造りにも力を入れています。根知谷に、どうぞ足をお運びください。



新潟県糸魚川市

合名会社 渡辺酒造店

住所：〒949-0536
新潟県糸魚川市根小屋2673-1
電話：025-556-6630
<http://www.nechiotokoyama.jp/>



使して同じ特徴の酒を造るのではなく、田んぼごとの特徴やその年の天候の特徴を最大限に生かす、農産物の延長のような酒を造りたい。そんな発想から作られた「Nechi」（根知）は、原料米の品種による違いや収穫年ごとのビンテージの違いを楽しめるよう設計されており、いわばワインのような日本酒だ。実際、日本酒としては珍しい商品だが、日本酒でありながらワインの世界では広く認知されており、2010年には世界最高峰の酒類コンクール「インターナショナル・ワイン・チャレンジ」でチャンピオンSAKEを受賞している。

渡辺酒造店では昨年4月から、酒蔵の隣に直売所をオープン。これによって米作りから酒造り、販売までの一貫した6次産業化を実現した。「ここからが本場のスタート。1次、2次、3次のそれぞれに磨きを掛けて日本酒の質を深めたい」と熱を込める渡辺社長。今後は地域を超えた連携も含め、酒造りを中心に根知谷にもっと人を集めるというビジョンのもと、日々の仕事に取り組んでいる。



株式会社Amnak

住所：〒667-0143
兵庫県養父市能座100番地
電話：079-666-0227
<http://www.amnak.co.jp/tokku/>



藤田社長は会社を息子に譲った後、自分は養父市の国家戦略特区制度を活用して2015年10月にAmnakを設立した。中山間地の棚田は1枚1枚の田んぼが小規模で階段状になっているため、農作業はしづらい。しかし、昼夜の気温差が大きく、山から湧き出る豊かな水に恵まれている環境のため、収穫できる酒米の品質は非常に高い。



中山間地の棚田で生まれた酒米を 但馬の老舗酒蔵が醸す酒



日本の原風景ともいえる典型的な中山間地の里山。兵庫県養父市能座地区では美しい棚田で極上の酒米が栽培されている。五百万石から作られるのは「能座ほまれ」。落ち着いた香りとキリッと締まった味わいが特徴の純米酒だ。一方の山田錦から作られるのは「但馬ほまれ」。こちらはフルーティーな香りと、ふくよかな味わいが特徴の飲みやすい純米吟醸酒。「いずれも30〜40歳代のご夫婦が晩酌などで冷酒として飲むことを想定したお酒なので、夏には「ピツタリ」と語るのは、株式会社Amnakの藤田彰社長である。

兵庫県三木市にある建設関連の山陽Amnak株式会社を経営していた藤田社長が6次産業に取り組み始めたきっかけは、美しい棚田が廃れつつある光景を目にしたこと。この地域では人口減少と高齢化が進み、先祖代々守られてきた棚田も多くが休耕田となっていた。そこで藤田社長は「企業経営として農業に取り組み、ビジネスと里山環境の保全を両立させよう」と新事業に着手。休耕田8・4haをすべて再生して酒米の生産に乗り出した。ただし、生産が非効率な

中山間地域において1次産業のみを軸とする企業経営は難しい。そこでAmnakは同志企業と連携する形で6次産業化に取り組む。Amnakが作る酒米を酒に仕上げるのは、但馬の此の友酒造株式会社。元禄3年創業の老舗酒蔵で、全国新酒鑑評会では2014年から6年連続で金賞を受賞しており、高い酒造技術を持つ。Amnakは技術力の高い酒蔵と連携することにより、酒米を高品質かつ高付加価値の日本酒に加工して製造販売輸出している。

この実績にもとづき、今年からAmnakは中山間農業の持続可能なビジネスモデル構築を目的としたプロジェクトを開始。効率化・省力化を推し進めるスマート農業技術の開発・実証を含むこのプロジェクトには、大学・自治体・民間企業等も連携している。

こうした取り組みによって、美しい日本の原風景である里山環境や、日本文化の象徴でもある伝統的な日本酒が守られ、後世に引き継がれていくことに思いを馳せながら、夏の夕べに一献を傾けるのも一興ではなかるうか。



福井県永平寺町

吉田酒造有限公司

住所：〒910-1325
福井県吉田郡永平寺町北島7-22
電話：0776-64-2015
<https://www.jizakegura.com/>



家族の協力と女性のセンスが光る 目と手と心が届く酒造り



夏にぴったりの微発泡日本酒「Dragon Kiss」は、アルコール度数が低く、女性も手軽に楽しめる。永平寺町の米を手で酒を造る「永平寺テロワール」を目標に掲げた酒造りは30年を経て、全量を永平寺町産の米で、550石(約99kL)を生産するまでになった。

良普及所、JA吉田郡の協力・助成などを田んぼに入れ、試行錯誤を重ねて土壌改良。高志農業改良普及所、JA吉田郡の協力・助成

暴れ川で知られる九頭竜川。そのほとりにある小さな蔵が白龍蔵元吉田酒造だ。日本有数の禅寺である永平寺にほど近いこの土地で、始祖・吉田忠左衛門が酒造りを始めたのは、文化3年(1806年)のこと。創業以来、大手酒造メーカーに桶売りをしていた吉田酒造だが、効率的な大量生産に移行したメーカーから日本酒の買い取りを拒まれ、みずから大吟醸を作ることに。吉田家はもともと農家でもあり、原料米の山田錦を栽培するところからの再スタートだった。

しかし、選んだ道は平坦ではなかった。初年度の平成元年、コシヒカリなら8俵とれる田んぼで収穫できた山田錦はたった3俵。化学肥料や除草剤を大量に使っていたために地力が衰えていたのだ。これを克服すべく、牛糞、もみ殻、米ぬかなどを田んぼに入れ、試行錯誤を重ねて土壌改良。高志農業改良普及所、JA吉田郡の協力・助成

言も大きかった。乾いて硬い土だったという田んぼは、土壌改良により足を入れると沈む昔ながらの水田に。最近では魚粉を使った有機肥料も使っている。それから30年。「自分たちでお米を作っていると、一つ一つの田んぼの個性が分かり、それを生かしたお酒造りができる。目が届く、手が届く、心が届くというのがうちのポリシー。米作り、酒造り、最後の販売まで手がけます」。蔵元の吉田由香里社長はそれこそが自社の強みだと語る。水にもこだわりがあり、仕込み水に使うのは、田んぼに流れる水と同じ軟水。発酵力が弱い軟水の特徴を生かし、上品な香りで雑味なく、米の旨みをしっかりと感じる酒造りを行っている。

夏の お酒に合う 6次化の肴

冷酒にロック、スパークリングと夏の飲み方もいろいろ。今回は、夏のお酒に合う6次産業化商品を揃えました。お好みの飲み方に合う逸品をお探しください。



広島県産

クレールストライプオイスター

株式会社 ファームスズキ

〒725-0231

広島県豊田郡大崎上島町東野垂水37-2

TEL 0846-65-3911

<https://shop.farmsuzuki.jp/>



クレールとはフランス語で塩田跡地を表し、ストライプとは広島牡蠣の原生種の縞牡蠣のこと。湧き水を利用し、繊細な水質管理をして植物プランクトン豊富な環境で育てた牡蠣を水揚げ直後に-30℃で瞬間凍結し、鮮度と味を保持。解凍してそのままレモンをかけて食べられる。やや辛めのスパークリングの日本酒が合う。購入はオンラインストアのみ。



車海老養殖発祥の地である熊本県の天草からの逸品。商品開発には5年の歳月が費やされた。自社で養殖した車海老の濃厚な風味と旨味に、バターやニンニク、タマネギなどがコクと風味を添える。さっぱりした日本酒と一緒に、その味わいと香りを堪能してほしい。

熊本県産

車海老のパテ

有限会社 友榮水産

〒863-0044

熊本県天草市楠浦町3237

TEL 0969-66-9221

<http://yueisuisan.com/>



岡山県産

牡蠣のアヒージョ

牡蠣の家しおかぜ

〒701-4501

岡山県瀬戸内市邑久町虫明3901-1

TEL 0869-25-0225

<http://www.kakinoie.jp/>



手作業で牡蠣を瓶詰し、最高級のオリーブオイルとにんにくで風味付け。独特の歯ごたえと風味は、さっぱりした日本酒と相性ぴったり。切りグラスに注いだ酒と「牡蠣のアヒージョ」を楽しむという贅沢を味わってみては？購入は「牡蠣の家しおかぜ」のホームページ他。

青森県産

天然本マグロなめろう

株式会社あおり海山 水産加工センター

〒038-2326

青森県西津軽郡深浦町大字月屋字裸森73-3

TEL 0173-82-0577

<http://www.aomorikaisan.co.jp/>



青森県産の天然本マグロ、青森県産みそ、国産のしょうが、ねぎを使って開発。食べた瞬間、適度なたたき具合の本マグロの旨みが口いっぱいに広がる。小分けされた真空パックのまま流水で解凍し、すぐに食べられる。辛口の冷酒の肴として最適。購入は(株)あおり海山水産加工センター直売所、または(株)あおり海山ネットショップから。



茨城県産

キャビア

有限会社 つくばチョウザメ産業

〒300-4413

茨城県桜川市真壁町酒寄1152-1

TEL 0296-49-6500

<https://www.fb.com/499534163427431/>



冷凍品が普及する中、60度で低温殺菌し、冷蔵品として販売。冷凍で失われがちなキャビア本来の独特の味と食感が魅力だ。濃厚・辛口の日本酒を冷凍庫で凍る寸前まで冷やして合わせると、最高のマリージュを堪能できる。購入は茨城県桜川市またはつくば市のふるさと納税、もしくは茨城県アンテナショップ「IBARAKI sense」にて。

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。お客様に聞くと、
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と。
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、分か
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
みても少ないと思われ、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に限りに取り組んだのは、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がっていません」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ら、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だろう。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

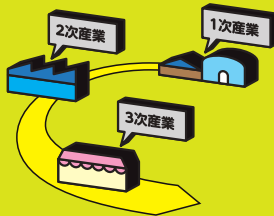
〒920-0226 石川県金沢市粟崎町5-32-2
TEL 076-255-2217
<https://kawani.jp/>



■ 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/>

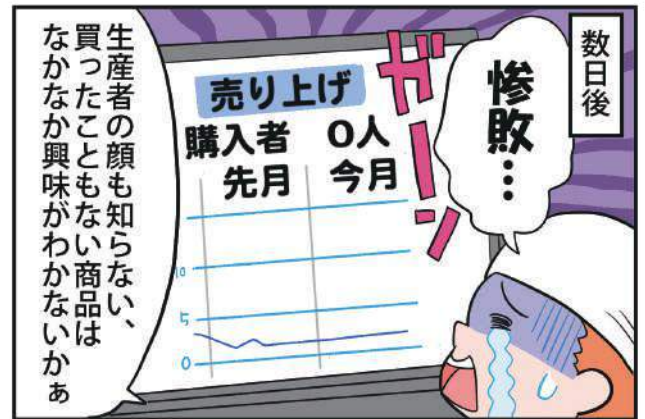




取材協力：株式会社ファンベースカンパニー
池田 寛人 さん
https://www.fanbasecompany.com

マンガ 6次産業化を更に深掘!

6次化 ものがたり





読者アンケートのご協力をお願い

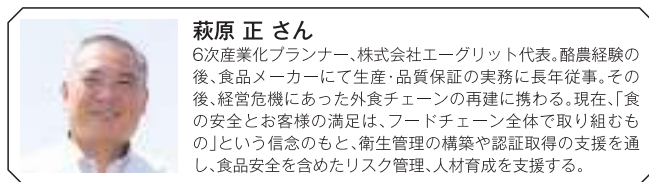
6次産業化情報誌「We are 6次化生活!」をご覧いただきありがとうございます。今後のより良い情報提供のために読者アンケートにご協力ください。本アンケート結果は、統計調査および、より良い誌面作りのために使用させていただきます。詳しくは、WEBアンケートページをご覧ください。
<https://www.contactus.maff.go.jp/j/form/shokusan/renkei/190731.html>



6次産業化プランナーの

6次化生活始める前の

6次産業化に取り組む際、お客様においしく安心して食べていただくために守るべきルールがあることをご存知ですか？それが衛生管理手法HACCP(ハサップ)。初めて聞いた方でも分かりやすいように、HACCPの基本について、衛生管理を得意とする6次産業化プランナーに伺いました。



Q

HACCPって、何ですか？

A

食品安全を確保するために、国際的に認められた衛生管理手法です

HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point)とは、食品等事業者が食品安全を確保するための衛生管理手法です。例えば、食品を加熱殺菌する温度と時間などを定め管理すること。フリートレードの流れからも、各国間における衛生管理のルールを揃えることが求められ、欧米やアジアなどで、いわば「食品安全の仕組みの共通言語」として認識されています。歴史的には様々な手法がありましたが、全リスクの管理は現実的に不可能なため、予期できる食品安全上のリスクを重点管理するHACCPが、国際的機関である食品規格委員会から発表され、各国にその採用が推奨されています。日本では、2018年に食品衛生法等が改正され、原則、全ての食品等事業者がHACCPに沿った衛生管理に取り組むこととされました。

Q

HACCPは農業者にどのようにかかわってくるのですか？

A

6次産業化における保管、調理や加工の工程で導入していく必要があるでしょう

農業界では、農業生産工程管理(GAP)が話題ですね。HACCPは、これに近い考え方の衛生管理手法ですが、主な対象は製造業や飲食業などの、食品を加工する方。そのため、法律的には農業は適用外。そもそも、HACCPは農業のために作られたものでもありません。ただし、6次産業化を行う際に、調理加工する場合には、これに沿った衛生管理が求められるようになります。家庭で食べる分には問題ないことも、ビジネスとして販売するためには、きちんと管理すべきことがあります。農業において、HACCPの考え方の対象範囲は、栽培期間中ではなく収穫後です。リスクを知って、気をつけるべきことを意識していく必要があります。

Q

農業者がHACCPを導入するメリットは何ですか？

A

リスク軽減、安全証明、ノウハウの明確化という3つのメリットが考えられます

メリットは3つ考えられます。1つ目は、リスクを減らせること。例えば、商品ラベルにアレルギー表示をしないことも食品安全リスクの一つ。HACCPは、これらのリスクを意識するための現実的な管理手法です。2つ目は、お客様へ安全をお伝えできること。衛生管理の世界的共通言語であるHACCPの導入は、皆様がお客様に対して真面目に向き合っていることの一つの証明になります。3つ目は、ノウハウの明確化。勘と経験が重視されがちな農業界ですが、HACCPのような科学的な考え方を基にしたリスク評価によってノウハウが明確になることが期待されます。すると、事業承継もしやすくなるという副次的な効果もあり得ます。経営者から「仕事の“棚卸し”をしてくれてありがとう」と言われることもありますね。

Q

HACCPは、どのように導入すればよいのですか？

A

自治体、6次産業化サポートセンターへの相談や各種セミナーやWEBから情報収集を

「HACCPはハード面の整備だから、導入コストが大きい」と誤解している方もいますが、そうとも言えません。HACCPは基本的にはソフトの部分。圃場で農作業をして、長靴のまま調理加工の作業場に入らないなどの仕組みです。しかし、作業場に扉がなく、砂や泥が入りやすい状態なら、扉をつけるために費用がかかることもあります。ただ、それもホームセンターで買って対応することもできます。HACCPは決して難しいものではありません。自治体や6次産業化サポートセンターから専門家を紹介してもらって、導入を手伝ってもらっても良いでしょう。今後は各所から、導入のための手引書もつくられる予定です。ご自身の周りのリスクを見直したとき、その対策にHACCPは有効な手段です。

農林水産祭参加行事

令和元年度 6次産業化 優良事例表彰

6次産業化 アワード



農林水産大臣賞※…1点以内
農林水産省食料産業局長賞…数点
審査委員会奨励賞…数点
※大臣賞受賞者は次年度の農林水産祭(天皇杯等)に参加可能

エントリー
受付スタート!

募集締切

8月23日(金)
必着

あなたの6次産業化を 広めよう!

あなたの住む地域には沢山の優れた素材があります。

その素材を農林漁業者が異業種や地域とのつながりでさらに付加価値の高いモノへと変えていく。そして地域の未来をも変えていく。そんな6次産業化の取組を全国から広く募集し、表彰いたします。

表彰対象事業者

6次産業化や農工商連携に主体的に取り組んでいる農林漁業者又はその組織する団体。
※一定の経営規模以上の農林漁業者等が対象となります。

募集方法

表彰対象事業者の条件を満たしていれば、自薦・他薦を問いません。他薦の場合は、表彰対象事業者に実施要領の内容を理解いただき、同意を得たうえで応募してください。

応募提出書類

実施要領および応募様式を専用ホームページからダウンロードしてください。実施要領に基づき、応募書式に必要事項を記入し、添付資料と共に e-mail または郵送にて事務局までご提出ください。

詳細は専用ホームページをご覧ください

https://www.e-toroku.jp/6jika_gpa_r01/

※本表彰は令和元年度6次産業化普及啓発委託事業の一環として実施しています。

問い合わせ先

6次産業化推進協議会 事務局 野村アグリプランニング & アドバイザー株式会社
〒100-8170 東京都千代田区大手町 2-1-1 大手町野村ビル 22 階
TEL:03-3281-0780 E-mail:6jika-gpa-rj170016@jp.nomura.com



農林水産省

6次産業化のご相談はこちら

全国の6次産業化を進める農林漁業者等のもとへ、高度な知識と経験を持つ専門家を無償で派遣して、新しい6次産業化のチャレンジを支援します。

農水省 6次産業プランナー 検索

www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/jinzai/index1.html



農業、林業、漁業はもちろん、その加工や販売といった6次産業化に興味がある人向けの情報が満載



「We are 6次化生活!」Vol.25(2019年7月発行)

編集協力:野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社

〒100-8170 東京都千代田区大手町2-1-1 大手町野村ビル22階 TEL.03-3281-0780 FAX.03-3281-0789

編集/佐藤正之 遠藤暁 久保田信治 廣井淳 周旋 原田茉莉絵

アートディレクション/(株)イベント・レンジャーズ 藤井康之

デザイン/小松宣之 ライティング/三坂輝 撮影/和氣淳

この情報誌「We are 6次化生活!」は、農林水産省6次産業化普及啓発委託事業により制作・運営しております。本誌記事の無断転載を固く禁じます。

We are 6次化生活!

6次産業化の取組み事例や、お役立ち情報をお届けしています。

