

6 channel

CONTENTS

特集 専門家の支援で発展する 6次産業化の取組

6次産業化の成功の秘訣は専門家との連携にある
関西と東北からそんな事例をレポートする

6次産業化の達人紹介

萩大島船団丸(山口) / 田舎暮らし(京都) / 前田農園(鳥取)

第6チャンネル(Webサイト)の使い方





6次産業化を成功させるコツは、
経営やデザインに長けた外部の専門家とうまく連携をとること。
専門家と連携し生産から加工、販売へと道筋を固めていった認定者の姿を追う。

専門家の支援で発展する 6次産業化の取組



6次産業化プランナー
青森・秋田・岩手県担当
杉山孝彦

合同会社まっかなほんと代表

対馬正人

「生産物の価格は
自分で決めたい。」
りんご農家の志を、
専門家が策にする

身内の反対を押し切り転職
完全無農薬の自然農法で
人に誇れるりんご作りへ

りんご産地として名高い青森県弘
前市。その中で、他の畑とはあきら
かに風景の異なる一画がある。対馬
正人さんは、化学物質を一切用いな
い厳格な自然農法を実践する、全国
でも数少ないりんご農家のひとり。
年間300日以上は畑へ出かけ、冬は
雪に埋もれながら剪定作業にいそし
む。初夏ともなれば表土が雑草で覆
われた中を、緑の葉を濃く茂らせる
りんごの木が立ち並ぶが、彼は雑草
をそのまま残し、また他の農家が
行っている除葉をすることもない。
その代わり、果実に光が当たるよう、
そっと葉を持ち上げ位置を変えて
やる。

りんご農家に生まれた対馬さん
は、家を出てから様々な職に就いた
が、不思議なことに毎晩りんごの夢



「逃げ道を断ち120%の力でやると、失敗してもヒントをもらえます」と語る対馬さん。

を見るようになったのがきっかけで、実家の畑を継ごうと決心。当時38歳、収入の安定した会社員であり妻も幼い子供もいる彼の転職には、親兄弟そろって反対したという。りんごを市場に卸すと、価格は競りで決まるため、自分で価格を決めることができないし、天候のリスクも全面的に負わなければならない。しかし、「皆に『やったら』と言われたら面白くない」と、逆に火がついた。ちようどそのころ、自然農法に興味を抱ききっかけとなる出来事が起こった。対馬さんが農家を志すほぼ同時期に、病で倒れた父親を病院へ見舞い、自園のりんごを同じ病棟の患者へおすそ分けしたが、その時にりんごを一口かじり「おいしかったよ」と言い残して亡くなっていく人の姿に心が揺さぶられたのだ。「何のためにりんごを作るのか？」との命題を突きつけられたと感じた対馬さんは、「元氣、エネルギーになるような、そして自分の大切な人に自信

を持って提供できる農産物を作る」と答えを導き出した。その手段として選んだのが、完全無農薬の自然農法。通常、化学肥料を使わないと実が極小サイズとなり、採算性は限りなく低い。さらに、対馬さんには知識と経験が足りない。だが、先達より伝授された技術、本や雑誌で得た情報、自らのひらめきなどあらゆるものを織り交ぜ、奇跡的にも1年目から見事な大玉りんごを実らせた。

やりたいのは6次産業化
そう気付かせてくれたのが
サポート役の杉山さん

味と栄養価を最重要視し、見た目は二番目。そう考え、2009年より完全無農薬の自然農法を続ける対馬さんだが、やはり農薬を用いる通常の栽培法よりは傷のついた果実が多い。上空には鷺が舞い、りんごを狙う小動物や鳥がある程度捕食してはくれるものの、それでもりんごへの被害を完全には避けられないのだ。消費者へそのまま渡す生果のりんごは、傷のないものを選び分ける。そして、少しでも傷や傷みのあるものは加工品用として捌くのだが、加工用のりんごはそのまま販売しても生果用と比べて価格が1/6程度まで下がってしまう。「なら、自分で加工

をし、加工賃を引いても同等以上の収益を上げられるような仕組みを構築できないだろうか」との発想へ至るのは、実に自然な経緯だ。農薬を使わないりんごの加工品は、生果と同様、全国に60万人ほどいるとされる化学物質過敏症で苦しむ人々にも支持される。必ず需要はある。自然農法のりんご農家として一定の社会的評価を得てきた対馬さんの次の目標が、徐々に定まりつつあった。

まずは個人消費用に作っていた無農薬りんごジュースをインターネット販売と通信販売で売り始め、次にジュースの搾りかすからペクチンを含むサプリメントを製造。しかし、果たして生産から流通まで自分ひとりの力でやれるのか、不安はぬぐえなかった。会社員時代の経験もあり、人脈作りや企業との折衝は何とかこなせるとして、事業を広げる上で行政とのやりとりは避けて通れない。とはいえ、いかんせん馴染みがない。そこで連絡をとったのが6次産業化プランナーの杉山孝彦さんだった。中央省庁出身で、かつ青森の農業に通じている杉山さんは、商品開発から資金調達まであらゆるジャンルをコーディネートしてきた猛者だ。彼は対馬さんの思い描く事業展開をじっくりと聞き出した。すると、当初は6次産業化との意識を持ってい

なかった対馬さんも「自分がやるう」と思っていたことが6次産業化と一致していた。事実には気付かされる。ここから、六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定申請へ向け、2人はタッグを組むこととなった。

二人三脚での
事業計画づくり

当時対馬さんが一番困っていたのは、りんごを長期保存できる冷蔵庫がないこと。冬場は零下の気温が長く引く弘前で、積みあげたりんごの一部は毎年凍りついて使い物にならない。選果作業を行う倉庫の建てなおしも課題だった。自分で加工して販売する6次産業化にはどうしても必要な施設だったが、「事業計画をしっかりと作成すれば大丈夫」と杉山さんに教えていただきました」と対馬さん。と同時に杉山さん側は、対馬さんが独自に編み出し実践している「対馬式自然循環農法」そのものを認定に含めようと尽力を重ねた。2012年11月、ついに農法も含めて六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定を受け、スターラインへ。施設の整備へも無事国からの支援を得、対馬さんは理想のりんご事業を今後着実に進めていく予定だ。

■6次産業化を志す生産者たちを支援してきた杉山さんにお聞きします

6次産業化に取り組む方々と、
どのように向き合いサポートされていますか？

「たった一人で頑張っている人でも応援できるのが、6次産業化という仕組みです」。こう説明するのは、文部科学省出身という異色の経歴を持ちながら、農業や漁業従事者のビジネス支援を数多く手がけてきた杉山さん。6次産業化を目指す当事者が個人事業主であれば、なおさらサポートする人材が必要だ。

杉山さんによると、6次産業化のサポート役は、全体を監修していきけるジェネラリストと、デザイナーや食品加工業者など専門性の高いスペシャリストの2タイプに分けられる。最初にジェネラリストが赴いて6次産業化を目指す生産者たちの状況を見極めたうえで、必要に応じて各分野のスペシャリストを適宜派遣するスタイルこそ、効率の良いフォローアップだと杉山さんは考えている。杉山さんの場合、主に前者の役割を担う。聞き役に徹しつつ、たとえば支援先が農家なら実際に農作業を手伝うところから始める。生産者の苦勞に共感するためだけでなく、作業処理時間、人件費などを見積もり、具体的な数字へ落とし込むため

だ。「収益性やコストを全部計算し、それを事業主さんのものにしていただく」と言う杉山さん。一緒に話をしながら数字にまとめ積みあげる。すると、生産者側の経営への意識がより強まり、希望する事業の骨格が固まっていくという。各所との連携には、青森出身である杉山さんの人脈が活かされている。

農業の6次産業化を試みるにあたり、注目すべきは食だけにとどまらない。「環境保全、エネルギー問題などにまつわる様々な仕掛けや知恵を出すことで、面白いことができます」と杉山さんは訴える。無限の多様性を秘めた6次産業化へ向け、杉山さんは支援者の育成にも熱心に取り組む。現在の支援者から未来の支援者へとバトンを渡すことも忘れない。



豊かな資源と食材を蓄える青森に住む杉山さんは、それらを活かして青森から物や情報を発信しようという気概に満ちている。

専門家活用術

総合化事業計画も多種多様、
タイプの異なる事業にも柔軟に対応する専門家を。

昨年より杉山さんと行動を共にしているのは、大崎陽一さんと齋藤拓也さん。歳はそれぞれ31歳、27歳、と支援役のなかではかなりの若手だ。杉山さんが事業のアウトラインを形作り、細やかなやりとりを若手の2人が担当するパターンが多い。

弘前でにんにくの生産・加工を行う鬼丸農園も、3人で訪問する事業者のひとつ。鬼丸農園の奈良公雄さんは現在、にんにくだけを扱うが、今後はりんご産地である地の利を活かし、カットりんごのパックを加工販売する事業を計画中だ。そのためには、200ヘクタールのりんご農園を適切に管理し、加工場の整備も必要となる。一口に6次

産業化といえども規模は異なり、鬼丸農園のプランは町の大産業となるほどのスケールだが、その分、支援役の杉山さんへ期待がかかる。数々の巨大プロジェクトを処理してきた杉山さんの腕の見せ所であるからだ。

それに連動し、創業支援の経験値が高い大崎さん、地域活性化支援を行う齋藤さんは、それぞれの強みを惜しみなく発揮する。鬼丸農園を切り盛りする奈良さんの子供たちは広報を担当しているが、2人と同世代であることから、お互い気負いなく話せるメリットも。各支援役が自らの役割を心得、鬼丸農園も各人の長所を活用する理想的な関係だ。



(上) 加工品のラベル選定に、若手同士で会話が弾む。大崎さん、齋藤さんがデザインしたラベルの商品も完成間近。
(下) 一丸となって6次産業化を進める、鬼丸農園のスタッフと支援役3名。



特集

専門家の支援で発展する
6次産業化の取組



お互い波長が合う
と語る対馬さんと
杉山さんは、「戦友」
のような関係とか。

■お二人に学ぶ6次産業化へ向けての心構え 1個のりんごを中心に広く俯瞰するセンスを

「休みがなくても辛くない。ほん
と、天職です」と支援役の杉山さん
が語れば、「農家はサラリーマンと
違って自由です。1日16時間、20時
間働いても別にいいのですから」と
対馬さんは穏やかに話す。6次産業
化という新規プロジェクトに飛び込
んだ2人は今、大いにこの状況を楽
しんでいる。2人が出会った頃、法
人化を考えていた対馬さんに、まず
杉山さんは株式会社でなく低資金、
短時間で設立できる合同会社を勧め
た。株式会社より負担が軽く、また
法人として対外的に十分通用するた
め、個人事業主向きなのだ。そうし
て一つひとつ相談していくうち、あ
きらめかけていたことが実現できる
ようになり、対馬さんは専門知識の

豊富な杉山さんへ全幅の信頼を置く
ように。杉山さんも、りんご園を奇
跡的な完全無農薬の自然農法で営み
ながらも驕り高ぶらない対馬さんの
人柄に深い敬意を払う。

あらゆる食材のなかで、りんごし
か作っていない。でも、そのりんご
で何が提供できるか、と常にアンテ
ナを張り巡らせる対馬さんは、消費
者の安心や健康を願いながら幾つも
の加工品に挑戦してきた。農薬を一
切使用しない農業とは、自然との共
存でもある。りんご園の経営につい
て『生活のため』だけだとさみし
い」と語る対馬さんは、りんごへの
消費者のニーズや、環境保全までを
見通しつつ6次産業化を選択した。
**1個のりんごを中心に事業の周辺を
もまともて俯瞰してみせるセンス
は、生産から流通まで一貫して手掛
ける6次産業化を推進する上で必要
不可欠なものだ。**そこへ農業事情に
も詳しい杉山さんが加わり実務面で
支援することで、ビジネスとして成
立していく。世の中が自然と6次産
業化の方向に動いているのは確かだ
と杉山さんは考えている。その流れ
に乗るには広く俯瞰する力、知識そ
して人との繋がりがカギなのである。



「まっかなほんとのアップルペクチン」
は、医学界でも注目を集めるペクチン
を豊富に含む。



「りんごジュースの格を上げたい」との
目標を掲げて作られた「農業不使用りんごジュース」。



特選りんごのみを用いた贅沢なジュース「神々の林檎」は2012年、皇室御献上品に。

Profile-2

杉山 孝彦（すぎやまたかひこ）
1960年、青森生まれ。合同会社チームスリー代表CEO。18歳から仙台へ、25歳からは東京へ移住し文部科学省に入省、2007年に大阪で開催された世界陸上競技選手権大会では組織委員会の財務責任者を務めあげる。日本全国、世界各地を仕事で飛び回るうち、民間の立場から産業を支えていく人材が不足していると痛感、48歳で青森へ戻り独立し、起業・創業支援を行うコンサルタントとして奔走する日々を送る。

Profile-1

対馬 正人（つしまさと）
1965年生まれ。合同会社まっかなほんど代表、青森県認定エコファーマー。ホテルマン、地方公務員、病院給食センター、所長など様々な職を経て、2002年より実家のりんご園を継ぎ農家となる。虫よけには食酢を用い、摘果はすべて手作業で行うなど、独自の手法で無農薬のりんご栽培を成功させ、「対馬式自然循環農法」として確立した。2010年には農業・化学肥料を不使用の農産物として青森県特別栽培農産物認証制度で第1号の認証を受ける。



堆肥を敷き詰めたハウス内では、2本仕立てで通気性の良い枝に黒雄なすが実る。

地域の農業のため6次産業化を目指す！ 組合で挑む、名産品育成から販路開拓まで



農事組合法人丸広出荷組合

杉本雅照

6次産業化プランナー
大阪・奈良・和歌山県担当

高橋太一郎

広陵町の農業を守りたい。
その想いを組合で共有し
新たな特産品を模索

なすの産地として名高い、奈良県
広陵町。丸広出荷組合の代表を務め
る杉本雅照さんは、この地で6次産
業化による新たなビジネスモデルを
構築中だ。きっかけは、長年なすの
栽培を続けてきたがゆえの連作障害
だった。高齢化などの理由により手
放された耕作地が次々と宅地へ変わ
るなか、かろうじて農業を続けてい
る生産者にも将来は見通せない。そ
こで杉本さんは、組合単位で広陵町
の農業を変える決心をした。
「2006年、有機を基準に、皆で考え
ていこう」と杉本さんは当時を語
る。牛糞ともみ殻を発酵させた有機

肥料の堆肥を用い、土の力を再生さ
せる。そして、組合員にはなす以外
の野菜へ果敢に挑戦してもらい、広
陵町の風土に合うものを探し出す計
画をたてた。同じ志を持つ生産者そ
れぞれが、なすの栽培と並行させな
がら20品目に近い野菜を試験的に栽
培。するとそのうち、ほうれん草を
はじめとする軟弱野菜に可能性を見
い出すことができた。体にいい有機
栽培の青菜となれば、ぜひ地元の人
々に食べてもらいたい。その願いか
ら、給食への供給を考えるに至った。





特集

専門家の支援で発展する
6次産業化の取組



なす選果場の見学をさせてもらったお礼にと小学生から届いたメッセージ。これもなすを好きになってもらうための戦略だ。

6次産業化の専門家、 高橋さんと二人三脚で 野菜の加工も現実のものに

だが、給食センターへ野菜を卸すには、様々な難関が待ち受けていた。地元の有機野菜ということで、町の支援を得ることはできた。しかし、泥や虫の付いた状態で野菜を渡すと、給食を作る側の人間は手間がかかる。また、事前に献立が決められており、旬でない時期にも野菜を供給しなければならぬが、特に夏場過ぎは軟弱野菜の収穫が難しい。となれば、おいしい時期に有機野菜を収穫、洗浄し、何らかの方法で加工した上でストックしておく手段が必要となってくる。

方法を探っていた。

去年の展示会で、杉本さんが「この冷凍庫、面白いと思いませんか？」と高橋さんに声をかけ連れていたのが、特殊な冷凍技術を開発している企業のブース。そこで2人は、分量の多い青菜でも一定の温度で急速冷凍を施せば、おいしいまま冷凍保存できることを知った。

「杉本さんは動くのが早いです。6次産業化を進めるには、すぐ出来るか、プレイヤーが揃っているか、実現可能性があるかどうかが大事。段取りが良く揃っていて成功の可能性が見えるから申請は通るんです。」と、高橋さんは杉本さんの行動力に感服しながら語る。六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定を受けたのは、2011年度。「いろいろな冷凍技術を見つけてください」と杉本さんをお願いして。認定から半年で急速冷凍の施設整備への補助を申請しました。」と説明する高橋さんも、杉本さんにあわせてテンポよく手続きを進めてきた。

といったハードを全て揃えるのではなく、外部と協力して事前に試すことでリスクヘッジを行う。5カ年計画の最終年には、設立予定の新工場で大部分の野菜加工を処理しつつ、小ロット分については引き続き社会福祉法人に発注するつもりだ。そういったアイデアは、高橋さんが投げる金銭面や経営面での課題を、杉本さんが解決していくうちに生まれたもの。2人のキャッチボールから、現状に即した形で事業が展開していく。

今後、地元の中学校でも弁当の持参から給食に変更となる。広陵産の有機野菜を、広陵の子供たちが笑顔で頬張る日は近い。



なすのビニールハウスを背景に、広陵町の平野を見渡す杉本さん(左)と高橋さん(右)お互い気心が知れており対話は漫才のようにテンポよく進む。

■高橋さんにお聞きします

6次産業化を目指す生産者に寄り添う人材として心がけていることはなんですか？



「やはり6次産業化に取り組む農家さんは、意欲の高い方が多い」と語る高橋さん

高橋さんの31歳という年齢、コンサルタントとしてはかなりの若手だ。「変な話、こんな若造が経営のことで能書きをたれても誰が話を聞くんだろう、と私自身が思っていました。」と高橋さんは謙虚に話す。6次産業化の案件でサポートを行っている農家や企業は30軒近くと多忙な日々を送っている。支援先の内訳は、5割が果樹園、4割が野菜、1割が養鶏。6次産業化については、すでに認定された農家が7割、残り3割がこれからだ。支援先のほとんどが、「高橋と言う面白い奴がいるから、一回相談しにいつてみては」と生産者間で評判が伝わり、直々に指名されてきたのだとか。声をかけてきた各生産者と、高橋さんは一体どのよう

にコミュニケーションをとっているのだろう。

「基本的に、私は農家さんのことを否定しません。ダメだと言うと、そこで止まってしまわないので、『まずはちよつと作ってみたら』などのご提案します。」と高橋さん。実際に試作してもらい、結果として周囲の評判が芳しくなければその時点で、ではほかのものを考えましようか、と誘導していく。「いきつ、もどりつ。ちよつと時間がかかりますけれど。」と言いながらも高橋さんがそのスタイルを固持するのは、「農家さん自身に気付いてもらう。」農家さん自ら動いてもらう「ことを念頭に置いているから。ゆえに、バイヤーや消費者の反応を生産者自身が感じ取れるよう、展示会や知人を活用して声の収集に努める。

高橋さんのこだわりは、プレス・リリースだ。生産者が自身でプレス・リリースを各メディアに発信することで、取材に来てもらうチャンスを獲得するという。自分でおいしいと言うのではなく、第3者からおいしい

と評価されて初めてブランドは確立する。その評価を積み重ねるためのプレス・リリース。農産物そのものだけでなく生産者の哲学や姿勢、キャラクターを出せば、生産者の名前自体がブランドとなる。そうしてステイタスが上げれば、ゆくゆくはプレミアムな加工品までも販売できる力が得られるという。

もともと種苗会社におり、大根1本を作る苦労をよく知っているのが高橋さんの強みだ。農業のつらさを共感してもらえるため、生産者は胸襟を開く。また個人の農家の場合、確定申告書を見せることは、家の所得を全てさらけ出すことに他ならない。大切なのは、この人に見せても他人に言わないだろうと申告書を託してくれるほどの信頼関係を築くことが大切、と高橋さんは心得ている。



今まで冷凍に不向きとされてきた軟弱野菜も見事な状態で冷凍に成功。葉や茎がバラバラなままなので、適量を調理にまわすことができる。



加工場では、サラダ用水菜の寄り分け作業中。やまと小町サラダ茄子をはじめ生食用野菜は今ブームだ。



規格外品のため出荷できないなすをジャムに仕立てた。珍しさと甘みを控えた大人の味が好評だ。



特集

専門家の支援で発展する
6次産業化の取組

■お二人が語る農業の今と将来
農家が安心できるために必要なのは
「出口」の確保、そしてステップアップの可能性



商工会議所のセミナー講師をはじめ、組合の野菜をアピール出来る機会は逃さない杉本さん。

6次産業化において、ともすれば新商品や加工品の開発に重きを置きがちだが、**最終的な販売先を事前に定めておくのは何よりも重要である。**野菜で言えば八百屋やレストランといった販売先、いわゆる「出口」の確保は、丸広出荷組合では杉本さんが一手に引き受けている。「すべて僕が売ります。その点は心配しないでいい」と語り各農家を安心させてくれたのは、自ら農業を営みながらも、組合の代表として日々いそしむ営業活動の賜物だ。また、サポート役の高橋さんも、出口あつての農業だというポリシーに則り、販路開拓に余念がない。そもそも高橋さんは中小企業診断士の資格を持ち、日頃より他業種の人々と交流を

深めている。八百屋やレストラン側から創業相談をもちかけられることも多く、両者をうまくつなぎ合わせ、双方ともに満足してもらえ、関係を目指す。サポーターに必要なのは、やはりコーディネート力。「事業者同士、その方にある人をきちんとつなげていくこと」と、高橋さんは語る。

広陵町の農業について、「10年後のイメージは？」と高橋さんが尋ねたところ、杉本さんは「この組合であれば、今の農家さんの半分は居ませんね……年齢的に不可能でしょう。」と厳しい見解を述べた。それでも、若くして参入する就農者は少なからず存在している。彼らへ期待を寄せているからこそ杉本さんは、5年先には6次産業化を成功させようとする高いモチベーションを崩さない。5年先、10年先、広陵町の農業にどのような選択肢が突きつけられようとも、さらなるステップを踏めるよう、経済面を含めた環境基盤を整える必要があるからだ。今、広陵町を代表する新たな一大勢力となりつ

つある商品、やまと小町サラダ茄子もそのための手段。若き就農者に魅力を感じてもらえる付加価値の高い野菜を積極的に手掛け、同時に広陵町の農業がさらなる発展を遂げることを杉本さんは願ってやまない。そこへ、自らを「寄り添い型」と評する高橋さんが細やかにフォロー。華麗なる連携プレーだ。

正直なところ、当初は高橋さんの必要性を特に感じなかったという杉本さん。しかし多様な事業展開を進める上で、高橋さんのノウハウが必要不可欠だとすぐに見抜いた。農家の人々に理解しやすいよう**上手く説明や伝達ができるのも、高橋さんの魅力だ。**それを受けて、「杉本さんには人を巻き込む魅力があり、それでうまく回っているのです。そんな杉本さんに、私の存在が必要だと気付いていただけたのがありがたいです。」と高橋さんは述べていた。町や人の幸せに心を砕く彼らの存在が、6次産業化の成功を堅固なものにしていく。



Profile-3

杉本 雅照
(すぎもと まさてる)

1958年、畜産を営む家に生まれる。跡を継ぐべく奈良県農業大学校畜産科に在学中、父親が病に倒れたため家業が続かず、やむなく進路を変更。土木業、運送業、農業と幅広く事業を展開する。2004年より農事組合法人丸広出荷組合の代表理事となり、農家の収入向上等を目的として組合の法人化を推進。広陵町の多様な野菜と、料理の専門学校で磨いた腕を活かし、将来は農家レストランを手掛けるのが夢。

Profile-4

高橋 太一郎
(たかはし たいちろう)

1981年生まれ。高橋アグリビジネスクリニック代表、農業経営コンサルタント、中小企業診断士。近畿大学農学部卒業後はタキイ種苗株式会社入社。困っている農家が相談できる場を作るため27歳で独立、農業の知識と中小企業診断士の資格を活かしてコンサルタントに。豊中商工会議所の経営相談窓口で研鑽を積んだほか、現在は近畿大学で非常勤講師を務め、コンサルタントの意義や農家の視点を学生へ伝える。

6次産業化の達人たち

地元の素材を活かしブランド化を目指す達人。
他者とのコラボレーションで新たな商品作りを目指す達人…。

いま、日本で様々な6次産業化が加速している。

萩大島船団丸は7隻でチームを組み、探索船や網船、運搬船など役割を分担し、18~20人でまき網漁を展開。20~30代の若い漁師が多く従事している。



6次産業化の達人

山口県萩市瓦町

漁業

まき網漁業3社で船団を
結成。萩のブランド魚で
6次産業化を図る！

萩大島船団丸（はぎおおしませんだんまる）

有限会社松原水産「三成丸」／有限会社岡村水産「福寿丸」
／有限会社吉光水産「満漁丸」

自分たちの力で切り拓か
なくてはならない時代

山口県萩市から北西へ約8キロ。

日本海に浮かぶ大島は、まき網漁業
※を主体とした漁業が盛んで、県内
離島中ではトップの漁獲高を誇って
いる。しかし3年前から環境の変化
などにより漁獲量・漁獲高ともに急激
に減少。最もよかった船団の例をあ
げると、5年前に年間約3億2~3千
万円あった売り上げが、一昨年では約
1億8千万円にまで落ち込んだ。人
件費や設備代については、この中から
支払われ、利益幅はかなり薄くなる。

「水揚げすれば儲かるような時代
は、これから先は望めない。少ない
魚でも安定経営できるように、その
ために萩の魚を自分たちで宣伝し
て、販路を開拓して、売っていかなく
てはいけない。そういう時代が来て

いると感じました。そんな時に、あ
る方から6次産業化・地産地消費と
いうのを教えてもらい、これを活か
したいと思ったんです」と、萩大島
船団丸の団長・長岡秀洋さん。

長い交渉の末、生まれた
新たな6次産業化の商品

通常、水揚げされた魚は漁協を通
し市場に出荷される。そこを6次産
業化で、自ら販路を開拓し販売する
となると、漁協の経営にも大きく響
くことになる。漁協との交渉は3年
の月日を要したが、市場価格に影響
を与えない程度の数量であれば、漁
師が自ら加工し、消費地へ直接販売
しても良いと認められた。そして
2012年より、山口県漁協大島支
店に所属する、まき網船団の3船団
が結成した「萩大島船団丸」の6次



① まき網漁業就労者が、まず覚えることのひとつが網の修理。漁に出られない日は悪天候の中、港に係留されている船の上で作業を行う。



② 萩のブランド魚「瀬つきあじ」
萩沖の大陸棚は激しい潮流がめぐり、豊富で良質なエサに恵まれる海域。潮流にもまれ身がしまった瀬つきあじの旬は5～8月で、萩を代表するブランド品だ。

③ 萩大島の船上一夜干し
漁獲後すぐに活け絞めし、首折れ、血抜きを行うので、身に透明感があり臭みのない一夜干し。天候や気温に合わせた加工技術が評価を受けている。



代表・営業・事務と一人で何役も務める坪内さん。船員にとっては頼りになる存在だ。



副団長の吉光さん。「難しいことがあっても、信念を持ってやりきることが大事」と話す。



副団長の岡村さん（岡村水産所属）。商品のキャッチコピーは従業員全員で考えたそう。



団長の長岡さん（松原水産所属）。漁協を巻き込んで話し合うことが必須だと唱える。

萩大島船団丸 プロフィール

- 2010年：6次産業化に取り組んでいる和歌山県の漁業者を見学。外から見た萩の漁業というのを思い知り、厳しい状態にある萩の漁業について見直しが必要であることを痛感。萩大島船団丸の6次産業化についての考えを漁協に提案する。
- 2012年3月10日：山口県漁協大島支店に所属するまき網船団3船団から成る、まき網漁業者グループの発足。
- 2012年5月：6次産業化・地産地消法に基づく、総合化事業計画の認定を受ける
- 2012年7月：関東方面での販路開拓。料亭と契約を結ぶ。
- 2012年8月：関西方面での販路開拓。デパートから高い評価を受ける。



萩大島船団丸
山口県萩市瓦町60-3-3
TEL:080-4261-4227(坪内)
Facebookより情報発信中

※まき網漁業…魚群の回りを逃げられないように網で囲み、徐々に網を狭め、魚を獲る漁業。

「人と人とのつながり」
販路確保のキーワードは、
総合化事業計画の申請書類作り

注目を集めている。
言葉が「人と人とのつながり」。今後、様々な人とのつながりで、萩大島船団丸の6次産業化がどう展開されていくのか、全国の漁業関係者からも

産業化への本格的な取組が始まった。六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画に認定された内容は、鮮魚を船上で箱詰めし直接販売する「萩大島の鮮魚BOX」と、高級干物「萩大島の船上一夜干し」と「萩大島の寒風一夜干し」の製造・販売。副団長の岡村直明さんが話してくれた。
「ブランド品のアジといえば関アジが有名ですが、萩の瀬つきあじも高く評価されています。身がしまっていて旨み成分が高く、この数値はシンポジウムでも発表されています。」6次産業化で商品化された高級干物のキャッチコピー、「大陸棚の漁村（さと）からの贈り物」は、従業員全員で考えたそう。

は、坪内知佳さんが担当した。売上目標の設定や販路開拓を行っている坪内さんが一番気にかけていることは、従業員60人の雇用対策だ。
「いくら数字をあげても、現場が良くなしないと意味がありません。生活環境、経済状況の改善を行い、働きやすい環境を作っていきたい。」と話す。
萩のブランド魚の販売ターゲットは富裕層。百貨店や高級干物を扱うインターネット販売業者とも交渉を重ね、販路確保の手応えを感じているそう。そうしている間にも、一夜干しの加工技術のさらなる向上、安定供給できるような生産システムの構築など、次々に課題がある。萩大島船団丸の皆さんが口を揃えている

農業

夜久野ブランドの鹿肉、猪肉の構築を目指して 中山間地域の農業を脅かす獣害に挑む

中島健太郎（なかしまけんたろう）さん
有限会社 田舎暮らし

農業を脅かす獣害

京都府福知山市夜久野町。周囲を山に囲まれた、過疎化が進む、小さな町である。人口約4,000人のこの町の主な産業といえば農業。そんな町の基幹産業を脅かしている深刻な問題、それが鹿や猪による獣害だ。町の人口よりもはるかに多いといわれる鹿に、農作物を食い荒らされる被害に悩まされている。夜久野町だけで年間約600頭の鹿を駆除しており、福知山市全体の駆除では3,000頭を超える数にもなる。中山間地域での農業は、まさにこの獣害との戦い。田んぼや畑には一面にネットが張りめぐらされ、獣害から免れようと頑張っているが、なかなか難しいのが現状だ。また、鹿や猪を駆除しても、きちんと埋設しないと他の動物に食い荒らされ、その処理も大変だが、年間の駆除が何百頭では埋設場所にも困っている。

獣害からの逆転の発想 ジビエ料理として活用

そこで、中島さんは、農業の敵である鹿や猪の肉を活用しようと、アイデアを考えた。せっかくの命なのだから、資源として生かしたいということで、新たに食肉処理の加工施設の整備（2013年春完成予定）を計画。狩猟期や鳥獣被害対策実施時期に捕獲した野生の鹿、猪を食肉として加工し販売すると同時に、骨は乾燥させてペットフードに加工するなどして有効利用する予定。これらの事業計画を六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画として整理し、認定を受けた。

「鹿肉は高たんぱく、低カロリーで鉄分もたつぷりと、栄養価が高く、女性にもぜひおすすめめの食材。昨今のジビエ料理ブームから資源として十分活用できますが、実は、ちゃんと肉用に獲った鹿肉でない」と美味しくあり

ません。適切な捕らえ方で正しい血抜き処理を行い、なおかつ脂がのっているものはかなり美味しいです。」と中島さんは語る。

夜久野町名物の

鹿肉料理の確立を目指して

農家でありながら、猟師でもあり、かつては和食レストランで働いた経験もある中島さんは、美味しいお肉を提供するだけでなく、調理方法も合わせて商品化していくこと目標としている。

「商品化された後は、京都などの調理組合や食材卸などと連携をとり、出来るだけ多くの飲食店で使用していただけるような販売ルート確保に努めていきたいと考えています。」

鹿肉は、上手に料理すれば臭みもなく、美味しい肉である。鹿肉が産業として成り立つことで少しでも農業がやりやすくなり、同時に獣害も減少すれば、まさに一挙両得。獣害と

農業との新たな共存のシステムの構築を目論んでいる。

複合経営で経営を強化

ジビエに取り組み一方、農家である中島さんは米の加工食品にも力を入れている。現在、借受けて栽培している圃場は4ヘクタール、受託作業している圃場が6ヘクタールほどあり、さらに今年は30アールほど増える予定だ。

「栽培しているのは、こしひかりと新羽二重もち米の二種類。粘土質の肥沃な土地、きれいな水、そして適度な日照時間と、3拍子揃った環境に恵まれ、減農薬で栽培されたお米は夜久野町の中でも評判の美味しさで





10月中旬～11月が旬のイネ科「マコモダケ」。春、株分けして植えた際に、除草剤を1回使用したのみ。販売ルートが出来れば、力を入れていきたい。



鹿肉の中で、最上級の「背ロース」。タタキやロティエ（ローストビーフ風）、カツ等に最適。

中島健太郎 プロフィール

京都府福知山市夜久野町直見出身。37歳。
綾部高等学校東分校農業科卒業。勤めていた地元企業の倒産を機に、新たな農業の可能性を探りたいと農業に参入。実家は兼業農家。
地元高校の農業科出身で、もともと農業に興味があった。
京都府の就農支援制度を利用して、平成13年から2年間、農業研修を受けて、平成15年に就農。
自宅そばに、食品加工所を建設し、平成17年3月に(有)田舎暮らしを設立。
現在、自ら生産した米を使用し米粉づくりをメインに、米麴、おこわ、お餅などの加工品製造に取り組む一方で、農業環境に害をもたらしていた鹿や猪も資源化する事業に挑戦している。

有限会社 田舎暮らし
京都府福知山市夜久野町
直見915-2番地
TEL:077-38-0553



自家製の米粉を使用したシフォンケーキ「米粉シフォン」(500円)。ほんのり優しい甘さと香りが人気。



粘土・きれいな水・西日と三拍子揃った、丹波夜久野の「相谷米 こしひかり」。ほどよい粘りと甘み特徴だ。



自家製の新羽二重もち米100%の自信作。「本格杵つき餅」のほか、「丹波黒大豆豆餅(切餅)」などがある。

す。申請こそしていませんが、特別栽培米、エコファーマーの基準をクリアした品質を誇っています。」
この米を利用して米粉や米麴、お餅に加工。さらに、毎日朝早くから、おこわや巻き寿司、和菓子等を作り、道の駅や直売所、商店など13カ所の直売所に卸しているほか、委託販売をお願いしている所が20店舗ある。
「今後は、もっと日持ちのする加工食品の開発にも力を入れていきたい。」と、中島さんは語る。

さらにチャレンジ、夜久野町で農業スタイルを確立

中島さんは、農業に参入する前から、6次産業化の必要性を感じてい

たという。「単に、生産するだけの農業ではなく、生産して、加工して、付加価値をつけて販売する。それには農地だけでなく、加工する場所の整備も必要になってきます。最初に有限会社を立ち上げ、食品加工所を設立した時は、資金面で本当に大変でした。六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定後に受けられた国からの支援はとても大きいです。経済的基盤があつてこそ、新たな取組に挑戦が出来るし、大いに力になり、とても大事なことだと思います。今後は、販売ルートの確保やパッケージデザインなど、ブランド制度を積極的に利用して、夜久野町で農業を中心とした活躍の場を広げていきたいと考えています。」

農家と一流料理人が

世界レベルの「味」を実現

前田修志（まえたしゅうじ）さん

前田農園 園主

前田農園の未来を変えた

一流料理人との出会い

「昨今、農作物の販売環境の変化は目まぐるしく、農業経営の予測は不透明になりがちです。うちは、親子二世帯5人による典型的な家族経営の専業農家です。両親も高齢になり、将来の労働力の低下を考えると、今のままでの農業経営ではやっていけなくなるという危機感がありました。」そう語るのは、鳥取県で2ヘクタールの畑地を所有する前田農園、園主の前田修志さんだ。「数年前より、加工品の製造・販売を新しい収益の柱にしたいと考えていました。そんな時、幸運にも出会ったのが、料理人業界では伝説のシェフと呼ばれている松下銀次郎さんでした。」この出会いをきっかけに、農家と料理人の本格的な調味料シリーズ「農家と料理人ぎんじろう」のコラボレーションが始まったのだ。

一流料理人の黄金レシピ

プロの味を忠実に再現！

「私たち生産者は、加工や料理に関してはまったくの素人。一方、料理のプロである銀次郎さんは、1g、1秒、1cc、1度にいたる厳密さと緻密な構成のレシピで、奥行きのある味わいを表現します。この味を商品化するのも一苦労です。」と前田さん。六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画に認定された「農家と料理人ぎんじろう」シリーズの事業コンセプトは、土作りからこだわった農家ならではの野菜を、一流シェフのレシピによる味で消費者に届けることだ。食材のプロである農家と調理のプロである料理人が力を合わせ、より付加価値の高い加工品を作るといふ、6次産業化の理想的な組み合わせである。今後は商品ラインナップの充実や販路拡大に取り組み、安定した収益確保を目指している。

料理人、松下銀次郎氏との出会いをきっかけに農家と料理人の本格的な調味料シリーズ「農家とぎんじろう」のコラボレーションが始まった。



鳥取から世界へ

ITを駆使した販売戦略

前田さんに今後の事業課題を聞いた。「どんなに付加価値の高い商品作りを目指していても、地方にはお客さんが少ないというデメリットがあります。技術や商品力があっても、それを多くの消費者に伝えていくのは簡単ではありません。」と前田さん。この問題を解決するために、今後のブランドPRや消費者とのコミュニケーションのために、ITツールを積極的に取り入れたいという。

前田さんによると、たとえばインターネットのFacebookなどソーシャルネットワーク上で、グルメに対するアンテナの高い消費者とのコミュニケーションを図り、口コミ効果を狙うなどが典型的な活用方法だという。2012年6月3日に「農家と料理人ぎんじろう」ブランドのFacebookページを立ち上げた。ここで新製品情報や試食販売イベント情報を発信したり、ブランドの背景や商品開発秘話といったコンテンツも更新している。

Facebookページのファン数も増加していて、前田さんの商品の口コミを発信しているのは、主に東京都内の人々だ。ITツールを

活用すれば、話題にしている人の情報も簡単にチェックでき、しかも無料で利用できるものも多い。Facebookページとオンラインショップをリンクさせれば、より効果的にネット上での販売ができると考えているのだ。

またITツールによる商品PRを進めると同時に、パッケージデザインやロゴ、ネーミングのイメージも改善していきたいと前田さんは考えている。デザインは専門家の協力が必要不可欠。お互いに信頼し合い、思いを共有できるパートナーを探していると前田さんは語る。業界や業種、地域の枠を超えて、新しい分野の人々と交わっていくことが、新規事業に取り組みむどの農家にも必要な第一歩となるようだ。



完成した商品を試食させて頂く。化学調味料など使っていないのでどの商品も角が取れたまるやかな味。この調味料からどんな料理ができるのかを考えるとワクワクする。

前田修志 プロフィール

鳥取県出身。

1965年4月6日生まれ。

鳥取県東伯郡北栄町で三代続く前田農園を継ぎ、20年の経験をもつ専業農家。大柴西瓜や長芋（砂丘長芋やねばりっこ）、米の生産を手掛けるほか、ビニールハウスではトマト、ほうれん草の栽培も行っている。

妻の純子さんは、5年間、弁当屋を経営し、健康食に対する意識が高い。

調味料やドレッシングも手づくりのものを食べたいという思いから、数年前から料理人の松下銀次郎さんが自宅で行っている料理教室に通い始める。

これがきっかけとなり、松下銀次郎さんと前田農園のコラボレーションが実現。農家と料理人が手がける本格的な調味料シリーズ「農家と料理人ぎんじろう」を立ちあげた。

自宅の加工所にて加工品の製造・販売に取り組んでいる。

前田農園

鳥取県東伯郡北栄町妻波677

TEL:0858-37-5200

<http://ginjiro.ocnk.net/>

Facebookより情報発信中



フレンチ業界で伝説のシェフと呼ばれている松下銀次郎さんとの出会いそして目指す商品像について熱く語る前田さん。



鳥取県産品の白ねぎで作った“食べるジャム”シリーズ。パンにつける以外にも、お肉やチーズなど料理にも使える。白ねぎをジャムにする発想がユニーク。



プロの料理人がキッチンに常備する調味料を家庭用にアレンジした“生姜ペースト”シリーズ。ひと匙加えるだけで、仕上がりがワンランクアップ。



料理の下ごしらえはもちろん、そのまま食べても美味しい“食べる塩麹”シリーズ。松下銀次郎氏の鉄板レシピで作った目玉商品。

第6チャンネル(Webサイト)の使い方

新着! 6次産業化の達人

6次産業化に取り組む方々を紹介する「達人列伝」。その知恵と努力は様々な参考になるでしょう。

インデックス

6次産業化に関する様々な情報を分かりやすくまとめました。

インフォメーション

第6チャンネルの更新情報や6次産業化に関するセミナーや研修会情報等を一挙掲載!

facebook

第6チャンネルでも6次産業化情報を配信中!
https://www.facebook.com/6channel

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はこちらから
https://www.facebook.com/maff.shokusan



達人を経験を紹介

6次産業化への取組や考え方、そして試練など様々な経験を紹介するとともに、サポーターなどの声も掲載。

達人の商品紹介

試行錯誤し、アイデアを形にした様々な素晴らしい商品を紹介しています。

情報誌バックナンバー好評配布中!

会員登録をするとバックナンバーがダウンロードできます!



■印刷物をご希望の際は、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、郵便番号をお送りください。※在庫によってはお送りできない場合もございますので、ご了承ください。



6次産業化を目指す人に

六次産業化・地産地消法の認定を目指す人に向けたコンテンツです。ご参考にしてください。

編集後記

6次産業化プランナーという存在が第1次産業にもたらす効果はかなり大きい。経験豊富で専門的知識を持ったプランナーの役割は、認定申請の支援に始まり、技術的な問題解決、経営指導、マーケティング支援、販路開拓支援など広範囲に及ぶ。筆者の経験から、第1次産業事業者が商品開発をしようとする時の最大のサポートは「常に寄り添い、相談相手になること」である。今回の取材でもそのような意見があった。個々の問題を速やかに解決することはもちろん重要であるが、事業期間中発生する色々な悩み事に対して真摯に向き合い、一緒に考える人こそ必要なのである。先日プランナーの方と話す機会があった。相談相手として側にいることはやはり重要であるが、もう一つ、特に販路をどうするかということ、マーケティングの重要性を指摘された。マッチングである。プランナー間連携がよりしつかり出来ると、そのチャンスは拡大する。これも課題である。

6次産業化フリーペーパー
「第6チャンネル」Vol.05
2013年2月発行

編集人: 奥野俊志
編集: 河原木徹、矢野雄介、高野裕子、管野康子
取材: 浦岡伸行、山本真紀、尾方実和、笠原千恵子、高野裕子、管野康子
デザイン: 安野真由美
制作協力: 平成ソフト

