



特集

全ては地域未来のために。地域資源の高付加価値化で都市と交流  
地域で連携した6次産業化の取組



木頭柚子の品質と加工へのこだわりが  
地元の人を動かす原動力になると共に  
他事業者との連携を実現させた。

### 地域外にも 広がっていく 連携事業

木頭いのすと地元の林業業者を通して知り合い、販売戦略で連携を進めているアグリゲート代表の左近さんにも話を聞いた。

「まずは主力商品をチェックさせていただき、事業計画を伺いました。なんとなくこのぐらいの数字の売り上げにしたいといった明確ではない部分に対して、具体的な戦略やアドバイス今後のプランを提案しています。問屋に営業すれば簡単に売り上げは上がりますが、一時で終わりの商品になってしまいます。試飲販売によるファン作りなど、お客さんとのコミュニケーションをとっていかないと。また、ただ売るだけではなく、売り場に対しての販売促進も大事です。長く、継続的に売っていくには、ソーシャルメディアの活用がかかせません」

木頭いのすのホームページはアグリゲートが作成。消費者が見やすく、新しい情報や更新は簡単に作業できるフェイスブックで行うなど、忙しい生産者の負担にならないよう工夫がされている。

「6次産業化のメリットは、自分たちが生産した原料を使用するという信頼性と、商品にストーリーがあることです。生産から製造まで1個の商品にかかる時間が長いので、商品には造り手の想いや情熱が詰まっています。これは大量生産の商品にはない、魅力ですよ。だから消費者に対して、舌だけではなく、知識としてのおいしさも訴えかけられるのです。デメリットを上げるなら、価格でしょうか。生産者は消費者の近くに住んでいないので、マーケットが求めている価格と、商品への手間やこだわりが合致しないことが多いです。誰に食べて欲しいのか、どれだけ生産者像が描けるかどうかが大事です」(左今さん)

**木頭いのす  
神代晃滋さんのプロフィール**

- 1962年: 神代晃滋さん生まれる
- 1985年: 甲南大学経済学部卒業後、アパレル輸入商社サラリーマンを経験後、独立
- 2001年1月: きこりになるべく、木頭にて定住を決意。林業に従事
- 2004年1月: 木頭柚子に出会い、休耕地となりかけた柚子農園を購入。農林業家としてスタート
- 2008年3月: 木頭果樹研究会理事就任
- 2005年3月: 木頭柚子一番しぼりを百貨店を中心に発売。HP開設
- 2006年9月: 木頭柚子一番しぼりぼん酢販売
- 2009年12月: アメリカ輸出開始
- 2010年11月: 第1回柚子収穫&柚子絞り体験を実施
- 2011年6月: 株式会社木頭いのすを設立。アグリゲート、メディアドゥ、稲畑香料、コスメティックジャパン業務提携
- 2011年11月: 六次産業化法に基づく総合化事業計画が認定される



木頭いのすを支えるチームむかご代表で料理研究家の枝元なほみさん(左)と、アグリゲート代表の左今克憲さん(中)

**木頭いのす**

徳島県那賀郡那賀町木頭和無田イワシツ5-23  
TEL:0884-64-8884  
<http://www.kitoinosu.jp>

右: 木頭いのすの神代さんを支える村の人たちは皆、仲がいい。神代さんの右に座るのはメディア・ドゥ木頭事務所所長の瀬戸本さんと、Uターンで村に戻り、木頭いのすで働くスタッフ大西さん。右の女性2名には収穫を手伝ってもらっている。奥の両端の女性はメディア・ドゥの社員、中央は柚子を使った郷土料理の伝承者である中山さん。

下: 収穫した柚子の手搾りは木頭柚子の大切な仕事。地元の主婦が活躍する。



- ① イタリア産のEXVオリーブオイルに自社の柚子果皮より抽出した柚子オイルをブレンドした、神代さんの自信作
- ② 木頭柚子生搾り醤油だれ。ごま風味をブレンドした、いろいろな料理に使える調味料
- ③ 主力商品の木頭柚子一番しぼり。非加熱のため、冷蔵での販売だ



いろいろな人達が  
関わることで生まれる  
誇りとモチベーション

いい商品だからこそ、食の専門家にも知ってもらいたい。そこで、アグリゲートの左近さん(チームむかごの営業担当)を通して知り合った、料理研究家の枝元なほみさん率いる「チームむかご」のメンバーに来てもらい、柚子の収穫と柚子搾りを体験してもらっている。チームむかごは、むかごのように味がよくても見捨てられがちな食材の魅力やおいしさを伝える、食に関心の高い人々の集まり。収穫などリアルな体験や感動がフェイスブックに流れ、10万人もの人の目に触れる。「わざわざこんな田舎まで来てもらえて、うれしいですね」と、木頭いのすのスタッフ。「収穫期は村で一番忙しい時期なの

で多くの受け入れはできませんが、消費者の方々に現場を知っていただき、いきつけに。地域住民のモチベーションアップにも貢献しています」と神代さんは話す。

見えてきた。

6次産業化でやるべきこと

「村の人口の50%が65才以上。この村が育んだ柚子栽培の技術や食文化を継承するためには、外に出てしまった若い人を呼び戻すことが必要です。故郷に戻りたいという木頭出身者は多いと聞きます。まずは生産性を上げることが急務。一農家が市場で売るためには、商品の特化させるための他との違いが必須ですが、これがなかなか難しい。味、パッケージ、ブランド作り、今後も模索していきたい」と神代さん。こうした思いから、木頭いのすでは、様々な連携による新たな取組を実施中だ。稲畑香料(大阪)と連携して柚子の皮を水蒸気蒸留し、柚子の香り「水」を抽出。それをコスメティックジャパン(東京)で柚子の香りがするミストやスプレーなどの商品化も進んでいる。このように、地域での連携にとどまらず、地域外や異業種の人達とも連携しながら6次産業化を進めていくこととしている。