

6次産業化で“稼げる農業”に照準

TPP 対応、新幹線効果 発揮でも求められる農業6次化の促進



期待される“潜在農力”の発揮

▲JAあしきた（高峰博美組合長）が経営する農産物直売所「ファーマーズマーケットでこぼん」（芦北町大字佐敷）にスラリと並んだ地元農産物の加工商品。「農商工連携」や「6次産業化」による“稼げる農業”を目指した取り組みが広がっている

農林水産業の強化を目指した「6次産業化法」が3月施行された。1次産業×2次産業×3次産業＝6次産業。農業など1次産業が、製造や加工の2次産業、卸・小売や観光などの3次産業に取り組み＝6次産業化することで、付加価値を高められ、“稼げる1次産業”になれるという訳だ。背景には農家の高齢化、後継者不足、農業所得の減少などがあるが、TPP（環太平洋パートナーシップ協定）参加による農産物輸入自由化に耐えられる農業構造への転換もある。“稼げる農業”を巡る県内の動きを取材した。

（編集部・香月光一）

「くまもと経済(9月号 Vol.363)」(地域情報センター)に法人協会の取り組みが掲載された。

市場販売から「引き抜いて直販」

「農家に「規格外だから売れません」なんていう農協では、とぎやんもならんですと」

JAあしきたの高峰博



高峰博美
JAあしきた
組合長

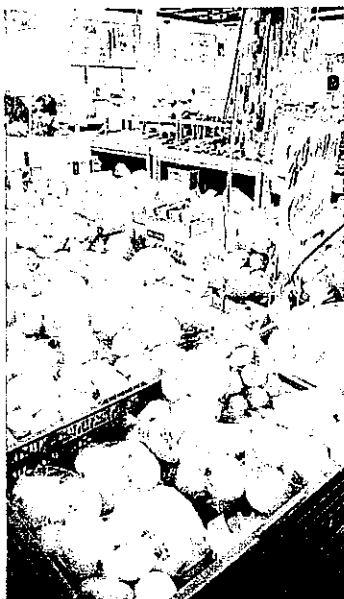
美組合長は、特産のサラダタマネギでキズなどのある規格外品は、皮をむいて「裸ん坊」と名づけて直営のファーマーズマーケット（農産物直売所）「でこぼん」で特価品として販売する。

「品質は何も変わりません。皮をむく手間が省

けてゴミも出ないとお客さんには好評です」

「クス」と呼ばれる規格外品でもアイデアひとつで商品になる。

高峰組合長は、組合員農家が生産し市場販売に回る農産物を、「引き抜いて直販」する事業に農協は力を注ぐべきだと言う。農産物価格の低迷傾向が続く市場販売より、高い利益が見込めるから



だ。その売り場として09年4月、南九州西回り自動車道の芦北開通を捉

JAあしきたでは、農産物直売所と農産物加工

え芦北IC近くにファーマーズマーケット「でこぼん」を出店した。

付加価値を追求、“稼げるJA”へ

JAあしきたの農畜産物の市場販売額は約35億円。これとは別に農産物直売所で約9億9000万円を売り上げ、ミカンやタマネギ、あしきた牛など農畜産物加工品の直販で約6億9000万円を売る。

▲特価品「裸ん坊」の名前で皮をむいて売り場に並ぶ規格外品のサラダタマネギ（JAあしきたのファーマーズマーケット「でこぼん」で）

品の直販を合わせ30億円を目標に掲げる。同農協の農畜産物の市場販売額に肩を並べる額だが、利益率は格段に高い。

「市場販売の粗利率は15〜20%。人件費や施設費に食われて赤字の場合もある。フアーマーケットの粗利率は

最低15%。(農産物加工品の)直販部門は25%、30%。『真水』の部分が全然違う」と高峰さん。

J A あしきたは、地元農畜産物の直売所での販売と加工品販売で高付加価値を追求、稼げるJ A を目指している。

「6次産業化法」施行

TPP参加も視野に1次産業にテコ入れ

この1、2年、J A あしきたの高峰組合長には講演やシンポジウムのパネリストの依頼が増えた。テーマは「農商連携」や「農業の6次産業化」だ。

「6次産業化」とは「1次産業×2次産業×3次産業」「6次産業」の意。農林水産事業者(1次産業)が、加工や製造(2次産業)、卸や販売、観光など(3次産業)にも取り組むことで、従来、

最低15%。(農産物加工品の)直販部門は25%、30%。『真水』の部分が全然違う」と高峰さん。

J A あしきたは、地元農畜産物の直売所での販売と加工品販売で高付加価値を追求、稼げるJ A を目指している。

民主党は農林水産政策大綱に「6次産業化の推進」を掲げ、昨年12月に「6次産業化法」(地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律)を成立させた。この6次産業化の取り組みではJ A あ

しきたは全国のトップリーダー集団の中にある。農家の高齢化が進み、後継者不足は依然深刻。農畜産物の市場価格の低迷で農家所得の低下が続いている。加えてTPP(環太平洋パートナーシップ協定)への参加が決まれば、国内農業生産に大きな影響が予想される。この農産物の貿易自由化に耐えうる農業づくりの方策としても「農業の6次産業化」が急がれている。

1次認定、熊本最多の12件
J A 熊本中央会が「サポートセンター」

「6次産業化法」により、農林水産事業者が農林水産物の生産・加工・販売を一体的に行う場合、農林水産大臣の計画認定を受けると、無利子融資

【表-1】 6次産業化法に基づく第1回「総合化事業計画」認定者(熊本県関係)

1	阿部牧場	オリジナルブランド「ASO MILK」と地域農産物を利用した商品開発及び販売事業
2	大蔵 正勝	牛乳を利用した乳製品(ヨーグルト、フレッシュチーズ、アイスクリーム)の加工販売事業
3	くまもと南国の匠協同組合	農水産物「南国の匠」を活用した新商品の開発と新たな販売事業
4	農業生産法人(株)コウヤマ	さつまいも(紅はるか)の品種特性を活かした商品の加工・販売事業
5	餅サン・ファーム	地域の特産品である自家製たまご熊本県産小麦粉を利用した商品の加工・販売事業
6	合同会社成光丸水産	タイ・ヒラメの真空パック冷凍製品及び新しい冷凍技術を取り入れた都市部の消費者への直接販売
7	玉名市大浜町農業協同組合	地域の特産品であるイタリアントマト等を利用した商品の加工・冷凍・販売事業
8	農業生産法人(株)蜂の郷にしおか	ミツバチの生成物である「ミツロウ」を活用したキャンドル製品の開発
9	阿蘇馬果樹園	シンデレラ太秋柿を使った商品の加工と販売事業
10	農業生産法人(株)みなみ阿蘇	熊本県の品種のしずくを利用した商品開発・1次加工及びミニトマトの出荷体制の強化事業
11	阿部樹木園	桑と繭(まゆ)を利用し日本古来からの伝統産業技術を活用した健康と環境に根ざした自然循環型食品加工品生産事業
12	阿部樹木園(共同申請書) 岳間製茶(株)	岳間製茶のお茶と再製阿蘇農協のシソ等を使った、プレゼンター等を含む新商品の開発及び販売

資金の償還期限や据置期間の延長など関係法の特例措置が受けられる。

九州農政局が5月31日に発表した「総合化事業計画」の第1次認定件数は九州管内で39件。内、熊本県は最多の12件となった(表1)。第2次認定は10月末の予定。認定事業計画の支援などを行う「熊本6次産業

化サポートセンター」も九州農政局の認定を受けたJ A 熊本中央会が開設、7月2日から5人体制で業務をスタートさせている。

「6次産業化プランナー」は、田尻恒憲(NORIN)プランニング社



熊本6次産業化サポートセンター

7月2日から業務を開始した「熊本6次化サポートセンター」の5人のプランナー。左から本郷誠、田尻恒憲、伊東正寿、小島賢博、坂本博行の各氏。

長/総括、農業・農協・農政全般、農産物貿易、坂本博行(中小企業診断士/食品加工における商品開発、原価計算)、小島賢博(サステイナブル創研究所代表/農林水産物の加工・流通・マーケティング全般、商品開発、市場調査、HACCP等衛生・品質管理、工程・原価・生産管理、食品加工施設的设计等)、本郷誠(本郷経営研究所代表/経営革新承認申請支援、農商連携事業計画認定支援、創業支援等)、伊東正寿(IT/O/U企画代表/販路開拓支援、商品開発、イベント企画、店舗陳列、流通の仕組み最適化)の各氏。

総括アドバイザーの田尻氏は、「熊本は農産物に恵まれているが、対外的な認知度は今ひとつ。農産物の多角化と高付加価値化、加工によるプラ

ンド化は欠かせない。センターには各分野の専門家が揃っているので相談して欲しい」と話す。

サポートセンターでは認定事業計画の支援のほか

「1リットル100円の手取りを、最低5倍にしたい」

「6次産業化法」の「総合化事業計画」の第1次認定を受けた(阿)阿部牧場(阿蘇市三久保)の阿部寛樹さん(34歳)は2代目酪農家。大学卒業後、阿蘇に帰る家業を継いで10年になる。

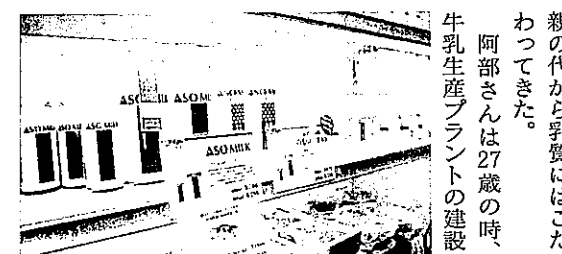
家が稲作農家だった父親が、農業高校に通いながら飼いはじめた乳牛1頭



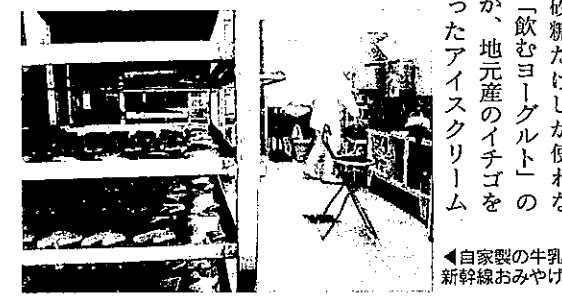
阿部 寛樹 (阿)阿部牧場 専務

か、6次産業化案件の発掘、案件のスキームづくりのアドバイス、認定申請書や補助事業関係申請書の作成・手続きのサポートなどを行う。

阿部さんは27歳の時、牛乳生産プラントの建設からスタート、現在約300頭を飼育する。輸入牧草を使わないなど父親の代から乳質にはこだわってきた。



▲道の駅阿蘇で売られる阿部牧場の「ASO MILK」ブランドの牛乳や「飲むヨーグルト」



▲自家製の牛乳を使い生産しているクッキーは牛の形。県の九州新幹線おみやげ開発事業の対象商品に選ばれている

▲ズラリと並んだ「阿蘇ものがたり」の商品と吉田清二代表（阿蘇市の物産館「四季彩いちのみや」で）



や牛の形をデザインしたクッキーなどを製造、道の駅阿蘇などで好評だ。「阿蘇に來ない」と飲めない牛乳が基本です」PRのため熊本市内の鶴屋百貨店や城彩苑などには置いていますが、阿蘇を土俵にブランド力を高

「先輩格」の「工房阿蘇ものがたり」

「ASOMILK」が並ぶ道の駅阿蘇でも

うひとつ目を引くのがトマトジュースやケチャップ、ジャムなどの地元農産物加工品「阿蘇ものがたり」が並ぶ売り場。無農薬、低農薬の地元農産物の品質を生かし、添加物を使わないこだわ

りの製法で商品化、阿蘇のイメージを全面に打ち出している点では、91（平成3）年に販売を始めた「阿蘇ものがたり」は「ASOMILK」の先輩格。「工房阿蘇ものがたり」の吉田清二代表は、JA一の宮で青年部部長を務めた米と野菜の生産農家。同じ道の駅阿蘇に並ぶ無農薬にこだわって21年、「高冷地自然栽培」と印刷された袋に詰められた2kg1600円のコシヒカリ「阿蘇吉田米」を見れば、消費者にアピールする農産物づくりが共通するようだ。

直販店と「地産地消の物流会社」を検討
阿部寛樹さんは口蹄疫にも配慮して牧場と店舗を分離、観光客を意識した直販店を検討中だ。「スィーツやジェラードにも挑戦したい」。ただし、集客の利を優先させた国道57号のロードサイド店ではなく、阿蘇らしさを感じられる立地を物色中だ。さらに、「業務用食材などオール阿蘇の物産を扱う会社」も検討中だ。

記事冒頭のフアーマーズマーケット「でこぼん」が、JA系の注目される直販店なら、民間で最も注目されるのが農業生産法人(株)コッコファーム(菊池市森北、松岡義清社長)が今年1月15日、同市森北の国道325号沿いに移転、開業した。農産物販売や直営レストラン、インキュベーション施設などで構成される

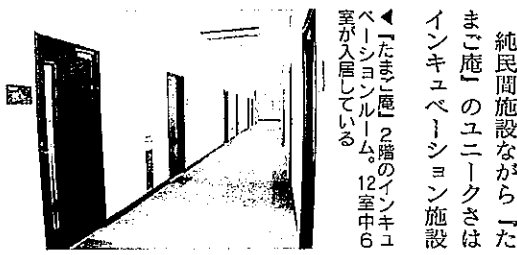


松岡義清(株)コッコファーム会長

▲1月15日、菊池市森北の国道325号沿いに開業した「たまご庵」。農産物販売施設、直営レストラン、本社事務所、インキュベーション施設などで構成されている



▲「たまご庵」の農産物直販店内部。「たまご直送便」(上写真)でピストン輸送される新鮮な鶏卵のほか、周辺の契約農家が持ち込む野菜類や提携先から供給される加工食品、菓子類など品揃えも魅力的だ

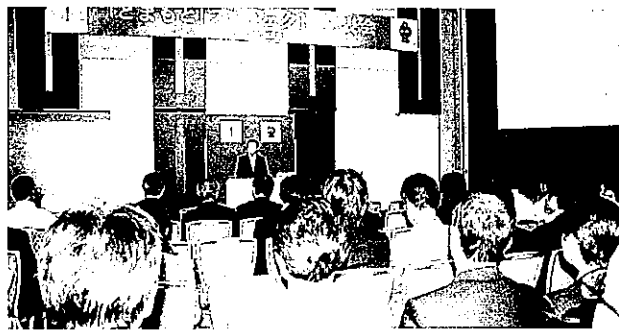


▲「たまご庵」2階のインキュベーションルーム。12室中6室が入居している

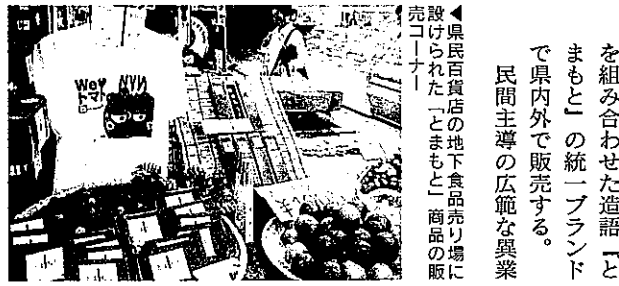
「たまご庵」だろ。同社の松岡義博会長を中心に10年計画で構想を練ってきた農産物販売施設とはひと味違った創造性を感じられる施設だ。「初年度は目標は11億円。予定通りは10億円」と松岡会長。農産物販売の目玉は自社養鶏場から直送する新鮮な卵。開店前から「朝どりたまご」を求めてお客さん

「たまご庵」のユニークさはインキュベーション施設を持つことだ。地域イベントなどにも使われる中央ホールを挟み、コッコファーム本社事務所と廊下でつながって12室が並ぶ。部屋は広さ24㎡で家賃は月8万円。「公募はしていない。起業化が目的ではなく、どちらかと言えばシンクタンク的なスタンス。農業以外の分野から見た農業観を組み立てたい」と、松岡会長は設置の理由を説明する。いずれにして

「まもと」プロジェクトの概要を説明する田中穂積(株)農園社長(5月24日、熊本ホテルキャスルで)



な認知度の低さという課題を抱える県産トマトを、農商工連携による加工食品づくりや販売方法の工夫で高付加価値化、ブランド化を進めようというプロジェクトだ。プロジェクトは、種子・農業資材などを販売する(株)農園(熊本市上



通町、田中穂積社長)がまとめ役となり、県内農協、食品や飲料製造会社のほか、印刷・デザイン関連、販売企画、店舗ディスプレイ、IT関連など約30社が参加。県産トマトを原料とした加工食品や飲料、ミニトマトを、「まもと」と「くまもと」を組み合わせた造語「まもと」の統一ブランドで県内外で販売する。民間主導の広範な異業

種連携による農産物の販促企画は、これまでになかった動きだ。ヒット商品づくりのハードルは低くないだろうが、注目はされる取り組みだ。

合志市「新日本製菓の『甘草提携』」

薬用植物の栽培で連携を図る動きもある。4月5日、合志市は健康食品、化粧品、医薬品の製造・通販を手掛ける新日本製菓(福岡市、後藤孝洋社長)と、甘草(かんそう)など薬用植物の研究開発、栽培技術の確立や製品化に関する包括的連携協定を結んだ。甘草は、漢方薬原料や、みそ、しょうゆなどの甘味料として広く使われているが、大半を中国からの輸入に頼っている。しかし、中国は甘草の採取による砂漠化の進行などを理由に輸出を抑制する

田中穂積農園社長は、「トマト産地としての熊本の認知度を高め、高付加価値化で生産農家の手取りも増やしたい」と話す。

動きを強めている。そこで、甘草の栽培技術を確認し、国内商業生産を目指す新日本製菓と、農業が盛んで市内に国や県の農業研究機関が立地する合志市が手を結んだ。

新日本製菓は、合志市と湯前町で約2年かけ甘草の試験栽培を実施。栽培技術を研究する。甘草は荒地でも育つため耕作放棄地を活用できる可能性もある。

同社では、新潟、青森、高根各県でも甘草の栽培を計画しており、3年、4年後をメドに4地域合



計で栽培面積を200haに拡大、輸入量の約1割に当たる200tの生産を目指す。また、甘草以外の薬用植物の栽培も計画している。

合志市は生産拠点と同時に、農業研究機関と連携した新品種や栽培技術の開発、薬用成分の抽出法開発など「頭脳拠点」としての機能も視野に入れている。

4月から合志市内の圃

▲農家に委託した試験栽培の甘草の育苗具合を見る新日本製菓・岩本郷研究所の吉岡達文生薬栽培試験場所長(8月11日、合志市の試験圃場で)

【表-2】 県内のJA系農産物直売所

1	JA 熊本市	「夢未来」	熊本市御幸園田 4-1-1	☎096-334-3110
2	JA たまな	「いきらめき六田店」	玉名市六田 5-1	☎0968-72-5796
3		「いきらめき築山店」	玉名市山田 2137-1	☎0968-72-1533
4	JA 鹿本	「夢大地館」	山鹿市鹿本町千田 2950	☎0968-42-0141
5		「ふれあい市場橋本店」	熊本市植木町岩野 225-1	☎096-275-5402
6	JA 菊池	「きくちのまんま合志店」	合志市栄 3766-30	☎096-348-6556
7		「きくちのまんま菊池店」	菊池市野間口 903-1	☎0968-26-5877
8		「きくちのまんま菊陽店」	菊陽町曲手 546-4	☎096-213-5088
9		「大津とれたて市場」	大津町大津 1271-1	☎096-293-3294
10	JA 阿蘇	「小国朝朝どり市」	小国町宮原 2300	☎0967-46-3212
11		「四季彩いちのみや」	阿蘇市一の宮町宮地 538-1	☎0967-35-4155
12		「特産物直売所」	阿蘇市一の宮町宮地 5816	☎0967-22-5512
13	JA かみましき	「とれたて市場嘉島店」	嘉島町北甘木 2206	☎096-235-6201
14		「とれたて市場花立店」	熊本市花立 3-39-24	☎096-367-7904
15		「とれたて市場益城店」	益城町木山 241-2	☎096-287-1147
16	JA 熊本うき	「サンサンうきつ子宇城彩館」	宇城市松橋町久貝 757-3	☎0964-34-0377
17		「サンサンうきつ子」	熊本市富合町櫻津 54	☎096-358-6111
18		「低用農産物直売所」	美里町三和 224	☎0964-47-1784
19	JA やつしろ	「ドレミ館」	八代市吉岡浜町 3448-53	☎0965-32-5154
20		「きつちんはうす」	八代市坂本町川麻 762-1	☎0965-45-8185
21		「かあちゃん市場」	氷川町早尾 186-1	☎0965-62-4802
22		「いぶき館」	八代市井上町 490-1	☎0965-31-8711
23		「ひふみ館」	八代市日奈久浜町 532	☎0965-38-0114
24		「ふれあい市場」	八代市古城町 2279-1	☎0965-33-1700
25		「花野果市場」	八代市興善寺町 12	☎0965-39-1800
26		「夢・花実館」	八代市永徳町 851-1	☎0965-32-9233
27	JA あしきた	「ファミリーふれあいハウス」	芦北町湯浦 410	☎0966-86-0198
28		「ふれあいの店」	津奈木町岩城 1607-1	☎0966-78-4456
29		「おろろんこ」	水俣市大黒町 2-3-18	☎0966-62-2788
30		「でこぼん」	芦北町佐敷 443	☎0966-61-3020
31		「でこぼん熊本駅店」	熊本市春日 3-15-30	☎096-354-3010
32	JA くま	「くまっこ市場」	人吉市瓦屋町 1852-1	☎0966-22-3607
33	JA あまくさ JA 本渡五和	「天草とれたて市場」	天草市瀬戸町 2-1	☎0969-32-6888
34	JA 本渡五和	「グリーントップ本渡ふれあいコーナー」	天草市八幡町 1-26	☎0969-24-1516
35	JA 熊本経済連 県エコー館熊本	「you+youくまもと農産物市場」	熊本市高平 2-25-57	☎096-341-7070
36	らくのうマザーズ	「阿蘇ミルク牧場」	西原村河原 3944-1	☎096-292-2100
37	JA 熊本果実連	「熊本フルーツセンター」	熊本市小山町 1878-5	☎096-380-5511
38	熊本県畜連	「ミートショップカウベル」	熊本市桜木 6-3-54	☎096-365-8833

「戦力強化」急がれるJA系農産物直販施設

曲がり角を迎えている農業「6次産業化」

は農業が生き残るためのひとつの処方箋を示した

峰博美組合長は、「農協

は自前でやらなければと考え勝ち。だから進まない」と、企業との連携の必要性を説く。

全国の農業法人1730社で構成する(株)日本農業法人協会の会長を務めるコッコファームの松岡義博会長は、「農家が欲しているのは消費者とつながること。当社がそのモデルを作る」と、生産者も巻き込んだ農産物直販施設を進化させている。

JA系の農産物直販施設は上の表の通り県内に38施設。消費者、さらに企業とつながるJAの最新練基地と言っている。「農商工連携」や「6次産業化」でこれら最新練基地の戦力をアップさせ、消費者と新たな関係を構築することが、熊本の「農業力」を強化するひとつの方法だと思われる。

● TPPへの参加が決まれば、農業は厳しい環境に晒されそう。食の安全・安心をベースに、地域の消費者、さらには交流人口拡大で予想される観光客も視野に入れた取り組みが急がれる。