

6次産業化による「地域内発型バリューチェーン」の構築

～大分県竹田市の取り組みを中心に～

株式会社農都共生総合研究所 川辺 亮
佐藤佳奈美

1. 大分県竹田市の6次産業化への取り組みと「地域内発型バリューチェーン」

6次産業化は、農家の所得向上、農業の再生のみならず、農山漁村の地域活性化にとって重要なキーワードである。当研究は、典型的な地方都市である大分県竹田市の6次産業化への取り組みを、「地域内発型バリューチェーン」構築の試みとして捉え、当地の6次産業事業の事例分析を踏まえ、その意義を明らかにするものである。

竹田市では、平成19年度から平成21年度にわたって「食育ツーリズム雇用創出大作戦」プロジェクト（厚生労働省地域雇用創造実現事業）を展開した。この事業の狙いについて、実施主体となった「竹田市経済活性化促進協議会」は「昭和45年に過疎法の適用を受け、更に合併に伴う再指定を受けた竹田市は県内一の農業生産高は維持しているものの、著しい高齢化（65才以上40%）や後継者不足など先行きは極めて厳しく（中略）生き残りをかけ、新たな就業の場を確保することが喫緊の課題であった」と記し、続けて「このため本市は高品質の水や温泉など豊富な自然資源の他に、城下町に伝承する発酵文化や伝統工芸、文化遺産等を中心とする観光部門と、地域の食、産品開発を融合させる食育ツーリズムを推進し、一般市民や各地域の中核的人材による業種別研究会を継続して開催することによって、人材の育成を図るとともに（中略）雇用や創業の創出を目指すものである」と目的を記している。

ここでは、6次産業化という言葉は使っていない。しかし、「地域の食、産品開発を融合させる食育ツーリズム」との表現から、この事業が“6次産業化”を念頭に置いたものであることを推測さ

せる。また、同市の総合計画ともいべき「新生ビジョン」には、それを進める4つの力として「経営力」を挙げ、その中には「6次産業化」が強調されている。

2. 食育ツーリズム雇用創出大作戦の研修事業

食育ツーリズム雇用創出大作戦の中心となったのは観光関連で8、食づくりで12を数えた研修事業である（表1）。

表1. 研究会一覧

	研究会
食づくり関連	薬膳惣菜料理 名水料理 郷土料理 ジュース加工 ジャム・ソース アレルギー等対策用品製造 発酵商店街 どぶろく ワイン・リキュール 野菜加工 山菜加工 農産加工

（出所：竹田市経済活性化促進協議会）

研究会は、農家の女性を中心としたメンバー10名内外で構成され、内発型の雇用創出を目指して、地域資源とは何か、消費者のニーズはどうか等の検討に基づき、商品アイデアを出し合いながら、具体的開発商品を決定し、企画、試作、加工実習、商品化を進めていった。この研究会活動からおよそ24件の6次産業化事業が生まれた。

3. 事例

上記24件の中から、下記7件について現地調

査を行った。これらの事例から竹田市の6次産業化への取り組みの特徴を以下のようにまとめることができる。

重要なのは、販路である。1、2の例外を除いて道の駅、農産物直売所等の地元チャンネルでの販売が多くを占めている。新しく立ち上げた事業が、まず地域内での販売から始めていることが分かる。また、市では「農村商社わかば」を設立し、地域内の商品の流通・販売支援を行っている。つまり、食育ツーリズム雇用創出大作戦においては生産・加工に留まらず、流通・販売までの過程をバックアップしていることが特徴として指摘できる。

4. 結論

竹田市においては、6次産業化による雇用創出をめざし、農業者等による生産、加工、販売という6次産業化の3つのパートを政策的にバックアップすることによって、これを実現しつつある。特に重要なのは、商品開発を研修による人材開発から始めたこと、そして、6次産業化において、常に問題となる販売過程（出口）支援策として、農村商社わかばの立ち上げ等を行ったことである。換言すれば、食育ツーリズム雇用創出大作戦とは、6次産業化による「地域内発型バリューチェーン」の構築に他ならないとすることができる。

表2. 調査事例の概要

	事業・商品等の概要	所属研究会と販路	評価
喜多屋 連携組織：農村商社わかば等	大学卒業後、父祖の地竹田に移住。江戸時代からの屋号「喜多屋」を引き継ぎ開業。地野菜を素材とした具沢山のドレッシング、和風タルタルソースを商品化。	商家民泊研究会 道の駅 5% ネット販売 1% 都市部百貨店等 94%	竹田市の官民一体型の地域活性化研究会「竹田研究所」を通じて、中小企業庁や大分県の支援による商談会等に積極的に参加し販路を拡大。
農事組合法人エコファーム21 連携組織：加工組合もぎたて、農村商社わかば等	代表者は竹田生まれ竹田育ちのトマト農家。JA出荷ではない新たな販路を求め、規模拡大と加工に進出。トマト及びトマトジュース	ジャムソース研究会 道の駅 15% 農産物直売所 5% その他（福岡ハローデイ等）80%	製造を加工組合もぎたてに委託。販売専門の法人MMプロデュースを設立し、積極的マーケティングを展開。経営・生産・販売を明確に役割分担することで、起業当時（2000年）の2000万円から2012年9000万円へ拡大した。
よていは味亭 連携組織：加工組合もぎたて、農村商社わかば等	自家使用分の延長として、地元特産のトマト、とうきび、ピーマンなどの加工品製造に着手。トマトカレー、トマトジュース、きび味噌、まぜご飯の具、など。	ジュース研究会 道の駅、エリアラボ竹田、花水木 45% 農産物直売所 45% 通信販売 10%	自家消費から出発し、加工品の開発・販売へ乗り出すという、6次産業化の典型例。
竹田たなぼた幸房 連携組織：食事処命水苑、農村商社わかば等	ヤマメや鱒養殖を行っていたA氏が立ち上げた事業に、県庁農政部を退職したI氏が参画。未利用資源椎茸の軸を使った「森のさきいか」「森のアタリメ」を開発・販売。	名水料理研究会 道の駅 80% 通信販売 20%	廃棄されている椎茸の軸を利用し、市場になかった商品の開発を思い立つ。「以前からなにかやりたいと思っていたことを食育ツーリズム雇用創出大作戦の研究会に参加したことで実現した」
志土地農産加工所 連携組織：農事組合法人紫草の里宮農組合、農村商社わかば	代表者は竹田生まれ竹田育ち。自家用から派生し販売用味噌や漬物づくりを始め、「味噌玉」「酢大豆」などを開発・販売。「竹田の郷土食文化を継承する」を理念として事業を展開。	道の駅 50% 通信販売 50%	竹田市において生産不能な塩以外はすべて地域産の素材を使用し、「究極のインスタント味噌汁＝味噌玉」を開発した。収益よりも食文化の継承を目的とした取り組みは地域におけるソーシャルキャピタルの豊富化につながっており、地域活性化の一つの核となっている。
とうきびの郷すごう 連携組織：竹田市国産原料供給協議会等	竹田市菅生地区の特産品である糖度平均18度以上の「すごあまコーン」を活用した冷凍コーンスープ、コーンまんじゅう、揚げドーナツ、ポーロ等を開発、販売している。	野菜加工研究会 道の駅 90% 農産物直売所 5% 自社店舗 5%	道の駅での販売が90%を占めている。現状では、原料確保の限界もあり、生産者との更なる緊密な連携と付加価値創造のためのマーケティング強化が課題。

参考文献

[1]食育ツーリズム雇用創出大作戦事業報告書 等