

平成25年度知事と県民の意見交換会概要

テーマ：6次産業化の取組とさらなる推進に向けて

日時：平成25年7月12日(金) 10:00～12:00

場所：羽後町文化交流施設 美里音 サークル室

※意見交換に先立って、農業生産法人株式会社そば研にて、そばの製粉施設を見学。

(知事)

太陽光や風力などの自然エネルギーから地域の祭りまで、秋田にはたくさんの資源がある。地域の資源をどうやって活かすか。他県から加工食品を買っている率が東北では秋田が一番高く、本当の意味での自給率はものすごく低い。口に入る段階のものについてはほとんど県外のもの、しかも、その原材料には秋田産のものも含まれている。農業資源も含めて、資源の活用がまだまだ足りないのが秋田の現状。

人口減少の中で経済をどのように維持していくかという、二つしかない。一つは、地域資源の付加価値を高め、できるだけ外へ売り、マージンを稼ぐこと。もう一つは、県内の商店等の売上げを減らさないために、外から来る人を増やしてお金を落としてもらうこと。外から来た人は当然宿には泊まるだろうけれども、お土産はいいものがないと買ってもらえない。外から来た人に買ってもらうためにも地域資源に付加価値をつけるということが大事。経済学的にもこの二つしか秋田の経済を維持する方法はない。

生産と加工と販売をどうやってネットワークを組んで、全国に通用するものにしていくか、そこまではする必要がないものもあるが、非常に奥が深い。

羽後町は合併しなかったために「羽後」という名前が残っており、非常に目立つ。特色ある資源もあり、町の名前をうまく使えるのではないかと。雄勝地域は高速道路が開通すれば県の玄関口となり、そこで県全体のレベルが測られるというようになる。そういう意味で、この地域の物産は重点的にやっていかないといけないと思っている。

(司会)

これまでの取組を振り返って、製品・商品開発や販路開拓等流通面における成果や課題、また、課題をどのようにクリアしてきたか、今後の6次産業化がどうあるべきかについて御意見をいただきたい。

(A氏)

県立農業短大で基礎知識を学び、その後県フロンティア研修で畜産試験場において2年間勉強し、牛について詳しく知ることができた。

2008年に餌が高騰し牛肉の価格が下がり、何をやってももうまうまかなくなり、自分達で販売することとした。地元スーパーと競合しないようにインターネットショッピングを妻と2人ではじめ、2008年11月にオープンした。最初は牛肉の単価が高く在庫を抱えるリスクもあったので、ホルモンの加工から手がけ、精肉については知人の引き出物や出産祝いに使ってもらえないかと営業を進め、その後徐々に広がってきた。

2010年に関西のお客様から「秋田に牛があることを知らなかった」「他県と何が違う

のか」と言われ、自分としては何も変わらないということに改めて考えさせられた。自分がつくっている牛肉の味が良いということには違いがなかったが、他県の、例えば前沢牛に勝っているかといえば勝っている訳でもなかった。それまでは、切り口の美しい良い肉を目指していたが、方向転換して、味が良く胃がもたれない牛肉をつくるため、生きているうちから品質向上を手がけ、2011年からはより甘みの良い雌牛だけの生産に限定した。すると、お客様から「松阪牛より安い味が味は同じである」と認めていただき、売上げが順調に推移してきた。震災時も県の放射能検査より2か月前に自主検査した。昨年度はネット販売で約3千万円の売上げとなった。

これからのテーマとしては牛肉の加工品に取り組むとともに、今まで羽後町で販売していなかったのを、看板（店舗）を掲げ地元の方にも食べてもらいたいと思っている。

（B 氏）

平成6年に村から加工所を建ててもらった。地元が夏秋トマトの産地であり、トマトでは日本一の名前をいただいたこともある。自身がトマト農家であり、規格外のトマトがもったいないという思いがあった。地場産のものや山から採れるものを基本に加工品をつくり続けてきたが、やはりトマトをメインとした加工品であるケチャップやトマトジュースをつくろうと思った。しかし、機械の規模や衛生面等からジュースは諦め、ケチャップから始め、いろいろな品種のトマトを使いながら様々な加工品づくりに取り組んでいる。

平成21年から農事組合法人化した。経営内容的には厳しい状態。会員は16名おり、理事が3名、会計が1名、正規社員が1名、11名がパートとして働いている。つくる分にはいいが、販売やセールスの力不足のため販売力が弱い。

今年からトマトピューレを給食用に使ってもらっている。昨年の暮れに、おいしいトマト「桃太郎」を飲んでもらいたいという思いから、トマトピューレをつくった。値段は高いが好評を得ている。今は在庫も切れ、新しいトマトがでてくるまで待ってもらっている状態。県内では秋田空港、道の駅「菜菜こまち」、直売所、スーパーなど、県外では「おむすび権米衛」というおにぎり屋に販売している。

昨年からは地元の米粉も販売。これまでお菓子はつくっていたものの、パンづくりは難しく、パン屋に頼んで白神酵母菌を使い、トマトピューレを入れて米粉100%に仕上げたパンを販売した。しかし、東成瀬村の奥まった地域では、珍しく、話題性がないとお客さんが来ないため、バーガーにしてみた。レタスは村で試験栽培している水耕レタスを使用している。村産のトマトがようやく採れたので、今日からトマトを挟んだバーガーとして販売している。ケチャップも地元のものを使っている。

（C 氏）

チーズ工房を立ち上げて今年で3年目になる。5人で雄勝酪農牛乳を使ってすべて手づくりでチーズをつくっている。きっかけは、平成6年にヨーロッパの視察研修で食べたスイスのチーズが淡泊でおいしく、チーズが苦手な方でも食べられ、このようなチーズを自分達でもできないかと考えたこと。1999年にチーズ部会を立ち上げ、今の工場長に指導を仰いだ。熟成チーズは10年試作を繰り返して作製し、チーズが苦手な人にも評価を得た。

乳製品加工は法律が厳しく、衛生面でも他の加工品とは異なるため、宮城県の蔵王にある専門施設に行き、製造・販売・衛生・コストなどについて学んできた。その後も北海道から九州まで視察を行い、腕を磨いた。夢プラン事業を活用し、閉校となった小学

校に工場をつくった。農閑期の合間での仕事が今では通年の仕事となった。

熟成するチーズなので半年、1年、2年とその度においしくなる。しかし、経営を考えると1年間収入がないのも大変なので、フレッシュチーズも手がけた。つくってすぐに売れるモッツァレラチーズやストリングチーズをつくったところ、ミルク感たっぷりのチーズだと反応が良かった。こういったお客さんの反応を力に頑張っている。

地元の人も含めたくさんの人に食べてもらい、自分たちのチーズを評価してもらいたいため、採算が合わないが手の届きやすい価格設定にしている。現在は、地元のスーパーや道の駅、セリオン、結婚式場で取り扱っていただいている。飲食店の方から美味しい食べ方を紹介してもらったり、料理専門家の先生からチーズのつくり方や食べ方を教えていただくなど、つながりがたくさんできて嬉しく思う。もっとたくさんの人に食べてもらいたいが、機械化となると自分たちが大変になってくる。まず、この味をいろいろな方々に知ってもらいたいので、今は試食販売などに出向いて食べてもらっている。

(D 氏)

昨年7月に直売所「菜菜こまち」がリニューアルした。以前は生野菜と果物、漬物等を取り扱っており、1億円程度の売上げであった。もう少し売上げを伸ばすためには加工部門が必要であり、新しい直売所に加えて加工研修施設も併設していただいた。現在の会員数は前年度の60名から100名に増え、1年間の売上げも1億3千万円となった。

会員が農家なので、1次生産をしながら2次、3次にも取り組むのは現実的に難しいものがある。「比内地鶏たまごプリン」も手がけているが、1日50個つくり、手元には2千円が残るかどうかが時給が500円という状態。これを自分の事業としてやっていこうとしたときに、果たして採算がとれるのかどうか悩みである。加工をやりたいという熱意があって加工施設をつくってもらったが、独り立ちしていくのは非常に困難だと感じる。本日出席の皆さんの話を聞くと並々ならない苦労をしているのだと感じている。しかし、施設があるからこそプリンやチーズケーキ、クッキー、シフォンケーキなどいろんなチャレンジができる。なると餅は地域で培ったテクニックを活かしている。大々的なものはできないが、直売所という売る場所が確立されていることでチャレンジでき、情報交換しながら輪が広がり、製品づくりが広がっていくという面では非常にいい効果が出ていると感じる。自分のできる範囲での6次産業化は実践できているのではないか。ただし、事業としていく上で農家の男性から「女性が加工に従事して農業を手伝ってくれない。」という声もある。

(E 氏)

還暦を控え、このままの農業で良いのだろうかと考え、やれるだけ挑戦してみようと平成21年に会社を設立した。水田の36%が減反であり、国政策の新規需要米の補助制度をうまく利用するため米粉用米の生産に取り組んだ。

米粉を利用し加工して販売することができないかと思い、当時、湯沢市内には米粉麵に取り組む業者がいたので、簡単にできるパンづくりに取り組んだ。平成23年4月にオープンしたが、米粉パンはできあがり直後はおいしいが、冷めると固くなるという欠点があり、売上げが伸びないなどの課題があった。今は改良を重ねて日持ちのよい柔らかいパンになった。小麦のパンに比べて生産原価が高くつき、工房内の温度、湿度、水温によってイースト菌の動きが変わり、大変苦労した。昨年9月から洋菓子職人を雇い入れ、安定して良い商品が出せるようになった。夏場はパンの売上げが落ちるため、職人と相談して米粉を使ったカレー、オニオン、チーズ味の3種類のスティックをつくった。

このスティックは飲み屋から非常に好評で、商談を進めていく予定である。

昨年、県と市の支援事業で冷凍できるさくらんぼ入りシナモンロールをつくった。冷凍できることで県内だけでなく首都圏への流通が可能となり、これから商談に入る。

今まで苦労の連続だった。我々農家は1次産業は得意だが加工は難しく、2次部門の職人が見つかって良かった。今後は販路拡大に向けて頑張りたい。我々は自動車をつくるのとは違って、つくる人の顔が見える仕事ができる。中間マージンがなく、ダイレクトに生産者と消費者の流通スタイルが確立されている。ネット販売も最近注文が増えてきている。

販路拡大のためには県内だけではいけない。先般、フーデックス（国際食品・飲料展）に行かないかと誘われた。実際行ってみていろんな方と話ができ、今後は商談会に積極的に参加しようと考えている。経験が大切と感じており、今いる職人は69歳でもう5年は頑張ると言っているが、後継者をどう育てていくかが一番の課題である。消費期限の長い商品を開発し、県内だけでなく首都圏への流通を考えた商品開発をし、地元から採れる農産物を使ってコラボレーションしていきたい。

米の販売もフィリピンや香港に展開している。空輸の運賃は高いが、船賃は安い。しかし、時間がかかるため、船の搬送は真空詰めにして送っている。T P Pで大変だがなんとかしてピンチをチャンスに変える攻めの農業にしていきたい。

（F 氏）

建設会社が農業に参入した。解体も行っており、廃木材をチップにして熱源として利用できないかと考え、それを農業の熱源にしてイチゴ栽培に取り組んだ。イチゴ栽培は最初苦労した。農業に携わったことがなく全くの部外者であったため、出荷の際になぜ手数料や包装などが決められているのか疑問に感じた。そこで、自分達で売っていこうとお客さんに直接足を運んで買ってくださいと頼んだが、買ってもらえなかった。言葉だけではなかなか伝わらないと考え、地元の幼稚園児をイチゴ狩りに招待した。生産者側はほ場を隠したが、弊社では来て体験してもらうことでイチゴの味と安心を伝えることができた。

2年目からは本格的にイチゴ狩りの観光農園を始めた。初めは広告費用を全くかけられなかったが、口コミで人が集まり、結局は口コミが一番良いと思った。3年目には市場に出すのをやめ、観光農園にシフトした。

実際、農家はつくることで精一杯で、その他に加工・販売まで手がけるのは大変だと思った。そこで、お客さんに来てもらい、おいしいものを食べてもらって口コミで広めてもらえればいいのではないかと。単に生産・加工して販売するのではなく、農家がほ場を開放したり、体験してもらう仕組みが大切だと思う。

（G 氏）

西馬音内は盆踊りと冷やがけそばの食文化がある。200年近い食文化があり、私も小さいときから冷やがけそばに慣れ親しんでいる。そば粉をなんとか自分達の手でやりたいと思い、水田の減反でそばを栽培している。そのそば粉を使ってそば屋を経営し13年になる。そば屋を始めてから、日々お客さんとの会話に喜びを感じ、頑張れる要素となっている。また、健康保険税、町・県民税、消費税まで払うようになり、これが以前の兼業農家と6次産業化に向かった経営との違いになっている。

なんとかここに根差した生産地をつくっていききたいと思い、研究会をつくり、その後平成24年には農業生産法人となり、県の支援により昨年、製粉所をつくることができた。

昨年は150トン販売し、遠くは九州にまで製粉したものを発送している。

営業活動により多くの業者等とのつながりができ、製粉所ができたことでさらに幅が広がった。また、農業試験場、東北農政局との出会いが「にじゆたか」という品種をもたらしてくれた。この「にじゆたか」を製粉し、今年度から全国に発送するが、業者からの問い合わせが多く、すごく反響がある。

水田の農地にそばを植えているのでリスクは高いが、品種名と品質の良さで他の産地と勝負していくため、日々の研究を怠らないようにしなければならない。一貫した地場生産体系をつくりたいので、夏そばの営業販売に力を入れていきたい。秋そばについても計画している。

そば屋では、そばの実とそば粉を使ったそば懐石の最後のデザートとしてシフォンケーキを出している。そばの剥き実を使ってなんとか麴ができないかと思案してそば麴ができた。これをなんとか商品にしたいと思い、ある会社と商品開発を計画中である。県には、今後とも6次産業化への支援をお願いしたい。

(知 事)

いくつかの共通した課題があるようだ。

Aさんはまだオールジャパンではないようだが、攻勢のかけどきだと思う。ネット販売や贈答品としているが、冬、夏は贈答品が多く出回る。県としても秋田県産牛の底上げをしていきたい。地元での販売について、前沢ではお客さんに足を運んでもらう仕組みをつくっている。前沢で取り組んだようにするためには、足を運ばせるぐらいのものが必要で、そこまで来てもらうには大変だが、やはり地元で足を運んでもらいたいし、その際に他のものも見てもらうこともできる。

Bさんのトマトについて、村内よりも秋田市の評判が良いようだ。うちの娘はこのケチャップを愛用している。問題は秋田の食生活にまだケチャップが浸透していないということ。食生活にケチャップが合うのは、おそらく秋田市や仙台市など、ある程度都会であるところや首都圏などで、そことのマッチングをどうするかだ。県内では洋食ものとのギャップがある。漬け物は衰退していくことが見込まれ、秋田で生き残れるのはいぶりがっこくらいではないか。ケチャップの販売先に大口をつかむか、~~+~~一流レストランで使ってもらえるか、超有名なデパートでなければ買えないというようになればいい。

Cさんのチーズについて、秋田の人は余りチーズを食べる習慣がないが、若い人が食べる。また、若い人は秋田らしさにこだわらない。地域らしさを出し過ぎるものは売れないが、極端にあるものは売れる。首都圏で売るには量が必要だが、その見極めが難しい。地域的にこじんまりやる分については、行政はああだこうだとは言わない。販路を広げようとするに対してリスクをどう回避するか、販売先との交渉をどうするか、行政も一緒に考えていきたい。

Dさんの事業をどのくらいまでやればいいのかということについて、中途半端が一番難しい。売る場所については一定の場所があり、そこをどう活かすかだ。今後高速道路が全面開通した際に、雄勝の道の駅は高速を降りてすぐという非常に良い場所であり、秋田に来たときの一番最初の観光施設になる。ここをどう形成するか中長期的な考えでやっていくのがいいのでは。

Eさんの米について、今、輸出はキューブ型の2合の真空パックで箱詰めであればいけない。Eさんは難儀はしているだろうが、ひとつの成功例だと思う。しかし、この世界の競争は非常に激しい。6次産業化は完全に弱肉強食で助け合いが通じない。加工・販売はたたき合いで勝つか負けるかだ。場合によっては破産するかもしれないという

腹の決め方でいかなければならない。

しかし、リスク低減の部分に行政は入っていけるのかもしれない。商談会を設定して認知度を高めたり、ネットワークを仲介したりと行政が支援できると思う。個別に行政が入ったとしてもかえって足手まといになる。いかに販売戦略を優位に進めるかという視点で行政がバックアップをしていける。

Fさんのところもそうだが、全国で建設会社がこの分野に参入してきている。建設会社が試行錯誤してうまくいくところとそうでないところがある。地域イメージのないところに観光農園をつくってもなかなか難しい。周辺への波及によって観光農業など周りの人と支え合っていくネットワークがこれから必要だ。6次産業に対して、お客さんをつくっているバックグラウンドを見ている。単に観光客にものを販売するのではなく、生産の過程を売り込むネットワークをやっていかないといけない。ものを売るときにバックグラウンドをどう見せるか、そこがポイントになる。

Gさんのそばについて、羽後町といえば2つ3つイメージが出てくる。西馬音内盆踊りとそばの名産地だ。これは全体のバックグラウンドを見せやすいところだ。伝統ある地域性とそば粉のネーミングが盆踊りの舞子とイメージがマッチしていてずっと入ってくる。

共通した話題について、持ち帰って検討していきたい。

(G 氏)

そばの品質にかけたい。そばは天候頼りの栽培だが、品質重視の栽培をしていきたい。

(F 氏)

県内外から羽後町に限らず秋田に来てもらいたい。春に新卒者が入社したが、高卒の子どもたちが県外に流れていってしまっている。後継者の確保や県外へ人が流出しないような仕組みを自分たちができる限りでやっていきたい。

(E 氏)

温暖化により日本の農業主産地は北東北3県と北海道となるだろう。農業県秋田を強くアピールしてイニシアティブをとり、全国に秋田県は食料の主産地だ、と言えるくらいにがんばっていきたい。

後継者が少ないという問題について、農業関係の高校、大学を出た人だけでなく、工学系や法学系を学んだ人が農業をやりたくなるような施策の誘導をして欲しい。

(D 氏)

直売所の独自商品をつくることで、秋田県の南の玄関口として大きなセールスポイントになる。これを長期的な課題として頑張りたい。加工品だけでなく、1次産業そのものの魅力、雄勝地域の魅力も含めて直売所が情報発信地として頑張っていきたい。

(C 氏)

6次産業化の言葉になる前から、私たちがやってきたことが6次産業化だったんだと改めて知った。こうやって私たちが頑張っていることで、地方の方でこれからチーズで頑張りたいという人が増えてほしい。子ども達に牛乳に関して興味を持ってもらいたいので、工房に足を運んで遊びにきていただきたい。

(B 氏)

高齢化が進み、まして平均年齢が60何歳ということで、60代後半の方が16名、一番若い人が3年前に入ってもらった方で52歳、この人に事務・経理の一切を仕切ってもらっている。若い人も大事だが、これからは高齢者の時代。地元の60～70代のお母さん達がお孫さんから手が離れて一番動きやすい。そういう人に頑張ってもらいながら、若い人にも入っていただきたい。自分には経営という立場は難しいので、経営者の方にも入っていただきたい。村の方にも経営者の確保をお願いしている。

自分たちの販売品だけでなく、3か所から委託加工もいろんな形で受けている。他店でも扱ってもらっており、美彩館でも販売している。自分たちの商品はなかなか表に出ていかないが、隠れ蓑を着ながら出させてもらっている。これからも、外へ向けて一層頑張っていく。

(A 氏)

今までやってきて、すごく売上げは伸びてきている。しかし、農家の皆さんは利益が出ているかどうかについては絶対にしゃべらない。売上げはこのくらい出ているが、実はこのくらい赤字が出ている、など把握することが大切。農家が一番これからやっていかななくてはいけないことは、「このくらい儲けた」と言える6次産業化でないと、補助をいくら突っ込んでも赤ベースになる。これからは、これをやったらこのくらい儲けたと言えるものをつくれたらいい。

(知 事)

秋田の料理は、いつもきりたんぼとしょつつるだけ。白神ネギは大産地であり、本県では枝豆に次ぐ商品。ネギは一般商品でいいものが売れる。全国チェーンで「秋田のネギすき焼き」、これがいい。牛肉とネギだけのすき焼きが一番うまい。ネギは一人3本。ネギ3本を食べられる料理はない。白神ネギと地元の牛肉を使った「秋田のネギすき焼き」のような地域を越えたコラボをつくっていかないといけない。いつもきりたんぼだけではいけない。鍋で日本全国共通しているのはすき焼きくらいしかない。すき焼きはオールジャパン、だから秋田流のすき焼きがあってもいい。例えば、秋田のレストランで、どここのケチャップと何かを組み合わせるようなコラボ、そういう物語をつくっていかないといけない。

国が狙っている6次産業化は超大規模化が中心のような気がする。何百haを集約化して、大量生産したモノを大規模工場加工する。しかし、農業の場合、売り先がないと大規模化しても、それで本当にうまくいくか疑問がある。

6次産業化は、いきなり旗を上げるのではなく、地道な取組の中で試行錯誤して、それをブランド化していくべき。地域の歴史や風土を踏まえた6次産業化でないといけない。私が目指している6次産業化は、ただものをつくって売るのではなく、観光や農業、地元との結びつきなどバックグラウンドが大事。別に名勝・旧跡地でなくても、空気がきれい水が美味しくて、人柄の良い農家のじっちゃんばっちゃんがつくっているなどのバックグラウンドがないと。大企業がつくる製品と対等にやろうとしてもだめ。大企業にないものはバックグラウンド。どこから材料が来ているか分からなくて、工場機械でがちゃがちゃモノをつくっているイメージとは違うイメージがないといけない。そうでなければ6次産業化は中途半端なものになる。秋田は秋田らしい風土、歴史、伝統的なもの、人柄の良さなどを出していくことが重要である。

(終了)