

特集 6次産業化の出口となる外食ビジネス

日本の“食”が揺れている。

1次産業従事者の高齢化・減少、食料自給率の低下に加え、TPPへの参加、そして、毎年のように繰り返される食品スキャンダル…。

そんな中で、ここ数年大きな注目を集めているのが6次産業化だ。

6次産業化は、強い1次産業を推進する日本政府の政策であるとともに、“日本の食を守る”切り札とも言われている。そして、食提供の最前線にある外食産業にも、6次産業化の重要な「出口」としての期待が集まり、ビジネスの好機とみる関係者も少なくない。

今号の特集では、現在6次産業化に挑戦している事業者を取材し、

外食ビジネスのイノベーションとしての6次産業化について考えてみたい。

今、なぜ6次産業化なのか？
そもそも6次産業化とは何なのか？

言葉はよく耳にするが、その正確な定義については曖昧な方も多だろう。

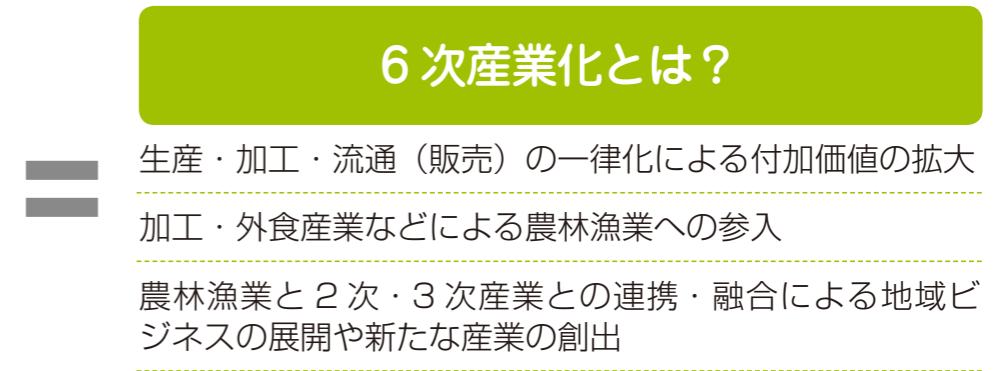
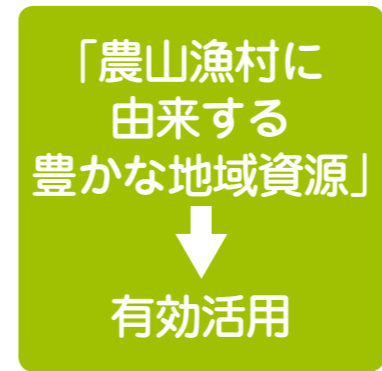
6次産業化という言葉は、農林・漁業者（第1次産業）が生産だけでなく、自ら生産したものを加工（第2次産業）し、そして、さらに流通・販売・外食など（第3次産業）までも行なうことだ。1+2+

3又は、1×2×3の合計が6になることから、6次産業と呼ばれている。

国は、安倍首相の「強い農業をつくる」との宣言のもと、6次産業化・地産地消法（「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」）を施行し、今後10年でその市場規模を現在の1兆円から10兆円にまで拡大することを見込んでいる。

もちろん、その大きな目的は、農林

漁業の振興（農林漁村の活性化や雇用拡大、経営の多角化など）であり、6次産業化・地産地消法による助成制度（条件を満たせば、無利子の資金貸付などが受けられる）も1次産業従事者に対して適用される。さらに、それだけにとどまらず国が旗を振る大きなビジネスチャンスでもあるだけに、本来の1次産業従事者のみならず、2次、3次からも6次産業化を目的とした1次産業への参画が目立ってきているのだ。



加工	21.9
直売	2.9
輸出	0.4
レストラン	0.1
加工・直売	67.2
加工・直売・レストラン	6.0
加工・直売・輸出	1.5

総合化事業計画の対象農林水産物の割合（%）

1次産業従事者の高齢化・減少、食料自給率の低下、TPPへの参加など、日本の食を取り巻く環境は危機的と言わざるをえない状況の中で、食提供の最前線にある外食ビジネスに求められる役割は大きく、それだけに、大きなビジネスチャンスでもあることは間違いない。



6次産業化 case01 [1次→6次産業]

楠こもれびの郷

(山口県宇部市)

消費者の顔を見て、 農業従事者を育成する

「日本の農業は、今までのやり方ではいずれ立ち行かなくなり、劇的に変わっていきますよ。やる気があってもなくても、みんなが同じ報酬をもらえるようなことでは、やっぱり健全ではない。TPP って騒いでいますが、あれは現代の黒船かもしれませんね。なぜ日本はいつも外圧でしか変わることができないのでしょうか…(笑)」

山口県宇部市西万倉で「楠こもれびの郷(さと)」を運営する楠むらづくり株式会社の代表を務める、武波博行社長は、こういって苦笑いを浮かべる。

温泉施設を中心に、農産物の直売所、レストランなどを備えた「楠こもれびの郷(さと)」は、もともと宇部市の整備事業として計画され、2009年にオープン。現在は、楠むらづくり株式会社が指定管理者として運営にあたり、6次産業化を推し進めている。

武波社長は、整備事業発足当時の町長を務めた方。この発言でも分かるように、地域農業の健全な発展を行政の立場から長年支え、その構造上の問題点についても熟知しているのだ。

楠こもれびの郷は、地域住民や観光客などにも大好評を得ている源泉掛け流しの温泉施設「くすくすの湯」を中心に集客し、さらに、併設された農産物直売所や地域の食材を使った食堂、レストランなどを運営して成功を収めている。

地域の活性化は進み、雇用も創出でき

た。しかし、武波社長の目指すところは、ここに留まらない。

楠こもれびの郷には、商業施設とは別に、地域農業にとって非常に重要な役割を果たしている事業がある。それが、万農塾と名付けられた、明日の農業の担い手を育成する研修施設だ。

「高齢化で農業の担い手がいらないと言いますが、実は、町に住む若者の中には、農業をやりたいと思っている人がたくさんいるんです。でも、農地があるからといって農業ができるわけではありません。技術的なことももちろんですが、地域の人達ともちゃんと人間関係を築かなければならない。意欲を持った若者はたくさんいるのだから、そういうことをちゃんと教えてあげれば担い手はいくらでもいるんだって感じなんです」

万農塾を立ちあげた経緯をこう語る武波社長。実際に、楠こもれびの郷が管理する農地では、全国から集った研修生が作物を作り、その作物を直売所で販売したり、食堂やレストランでも料理に使っている。

こうした農業従事者を育成する事業とともに、楠こもれびの郷では、今後は農業体験そのものを観光の目玉にした、グリーンツーリズムも企画しているという。

グリーンツーリズムの宿泊には、周辺

農家での民泊を考え、ホストとなる農家の負担を軽減するためにも、食事の提供は、楠こもれびの郷内の食堂を使う計画とのことだ。

「おふくろの味の食堂、古民家を使った西洋料理店、そして、ベーカリー。施設を運営する上で、飲食施設の充実はとても重要なことです。単純に消費ということだけでなく、飲食施設が繁盛するからこそ、農業を行なうことへのモチベーションが高まるということがありますから—」

ここ数年、スーパーなどでも生産者の顔が見える生鮮食材が普通になったが、

楠むらづくり(株)

武波 博行社長



6次産業化に取り組む 地方の雄は何を思うのか？

楠こもれびの郷では、消費者の顔を見ながら、農作物を作る若者がいるというわけだ。

6次産業化 case02 [3次→6次産業]

ロクファームアタラタ

(宮城県名取市)

震災を経てあらためて問う、 食と農の尊さ

東日本大震災によって大きな被害を受けた東北。この地に6次産業化を掲げて誕生したのが、地域の復興と「食と農のあり方を問う」学びの商業施設、ロクファームアタラタ(宮城県名取市)だ。

施設を運営する、東北ロクプロジェクトは、震災を機に、一般社団法人東北復興プロジェクトと株式会社東北6次産業創出支援センターのメンバー6名が出会って生まれた。

メンバーの経歴は、飲食店経営、障害者雇用のスペシャリスト、設計・建築業経営、6次産業化のコンサルティングなど、それぞれ。いずれも各分野で成功を収めた優れた人材が、「東北の復興」と失われつつある「日本の食への危機感」から、プロジェクトを立ちあげ、その中核施設としてロクファームアタラタを

オープンさせたのだ。

東北ロクプロジェクトのメンバーで、株式会社東北6次産業創出支援センターの代表取締役を務める大江社長は、ロクファームアタラタオープンまでの経緯についてこう語る。

「震災は、私たちに『生きることは食を食べること』であることを教えてくれました。私は飲食店を経営していることがきっかけで、震災直後から炊き出しをするために被災地へ入りましたが、そこで人間は食べないと死ぬ、という事実を直面させられました。炊き出しをするにも食材がない、今までは欲しい食材が手に入るのが当たり前だと思っていたけど、全然当たり前のことじゃなかったんだって。野菜を作る人がいて、魚をとる人、それを運んだり加工したりする人がいて、はじめて、やっと自分の手に届くんだということを改めて痛感させられました。ですから、ロクファームアタラタを作る時には、単なる復興のための商業施設にするのではなく、ここに訪れた人々が、こうした食の尊さ、ありがたさといったものを感じられる施設にしたいと考えました」

ロクファームアタラタがテーマとする、「食と農」は、大江社長とロクプロジェクトのメンバーが震災を機に感じた危機感を、多くの人に共感して広げて



(株)東北6次産業創出支援センター
大江 文彦社長

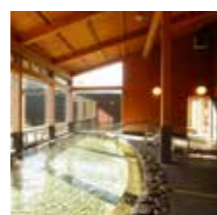
もらいたいという強いメッセージが込められているのだ。

ロクファームアタラタには、大江社長が山形・仙台などで展開している、人気そば店「焔蔵(えんぞう)」がある。この店の施設を見れば、震災時に大江社長が抱いた食の尊さ、危機感を垣間見ることができるだろう。

店の外から、誰でもが見学できる場所に設えた製粉所・工房では、山形の契約農家から仕入れた玄蕎麦(殻付き)を脱穀、選別するところから、蕎麦を打つまでの工程を間近に見ることができる。

蕎麦打ちを演出として見せる店は多いが、焔蔵では、まさに農家の方が丹精込めて作った蕎麦という作物が、人の手を介して食べ物に蕎麦に変わって行く工程をあますところなく見ることができるのだ。

食べ物の手間ひまかけられて作られている様子がわかる、焔蔵のそば打ちを見て蕎麦を食べれば、食べ物へのありがたみがわかり、一層美味しく食べられ安易



に残したりはできないに違いない。ここはまさに、学びの場なのだ。

外食産業の発展が、1・2次産業の活力につながる

「1次産業の支援という観点からすれば、外食産業はその出口といえます。焙蔵の蕎麦は、山形の契約農家から仕入れられている特別な蕎麦ですが、山形・宮城で展開している店も含めて、うちのグループで使う蕎麦の量が増えれば、その分だけ農家の方が作付面積を増やしてくれるわけです。それは、蕎麦だけでなく、小麦や卵ももちろんです。量としては微々たるものかもしれませんが、飲食という明確な出口を持ってもらうことで、震災によって大きな痛手を被った1次産業の方、2次産業の方にも、やりがいを持ってもっともっと頑張っていただけではないかと思っています」(大江社長)

防災、雇用は、被災地東北だからこその使命

農園を持ち、焙蔵をはじめ、経営する飲食施設で、6次産業化を進めるロク

ファームアタラタだが、忘れてはならないのは、防災(避難所)、雇用の創出という、被災地東北ならではのミッションを持っていることだ。地域貢献は、飲食のみならずあらゆる産業で求められる現代だが、ロクファームアタラタはより現実的に、それを行っている数少ない施設なのだ。

例えば、厨房にも工夫がある。電気・ガスといったライフラインが途絶えた場合でも、施設内に設置されている薪釜と、焙蔵の蕎麦、ベーカリーの小麦など、各施設に備蓄されている食材を使うことで災害避難時の食を確保している。

また、雇用の面では、ロクプロジェクトのメンバーで、自身も障害者を多数雇用する飲食施設「六丁目農園」を運営する渡部哲也氏の指導のもと、他の飲食施設では例を見ないほど、積極的に障害者雇用を進めている。例えば、焙蔵では、障害者が主となって働ける厨房設備をあらかじめ設けているほどだ。(詳しくは、p8-9を参照)

『六丁目農園』や『焙蔵』では、障害者の方々が積極的に社会に進出して、もっと主体的にイキイキと働ける環境を整えています(渡部哲也氏)

震災によって職を失った人が数知れないほどいる東北。その中でも、社会的に弱者である障害者雇用は、どうしても後回しになってしまう現状の中で、多数の障害者を雇用する飲食施設を運営することは、真の社会貢献を行っているといえるだろう。もっとも、渡辺氏、大江氏ともに、そうした評価・賞賛に関してはまったく興味のないことであろうが。

六次産業化 case03 [2次⇒6次産業]

玉城農菜館ゆずりは

(三重県度会郡)

地盤沈下する郷土を救いたい！

三重県度会郡に今年オープンした「玉城農菜館・ゆずりは」(グリーンピア・ヨシダ)。母体となっているのは、吉田産業という地域密着で長年地元で建設業を運営してきた企業だ。

なぜ、6次産業化に踏み切ったのか? グリーンピア・ヨシダの小倉光子社長はこう語る。

「長年この地で会社をしております



グリーンピア・ヨシダ
小倉 光子社長

と、お客様の中でもどんどん農業を廃業される方が増えているのを感じていました。少子高齢化で次世代の担い手がいなかったため、強い危機感を抱いたのです。そうした中、当社では、農家さんから田畑を借り受ける形で事業として農業をはじめました」

創業者以来、食と関わりを持ってきた吉田産業。6次産業化に進出した一番の理由は、このまま地域の地盤沈下が進めば、本業の建設業経営にも影響する、そして、何よりも廃れて行く郷土をこのままにはしておけない、という熱い思いがあったからだろう。

「玉城農菜館・ゆずりは」は、開店以来右肩上がりに売上が伸び、大盛況となっている。直売野菜、加工品に加えて、評判となっているのが、地元産の野菜を中心にした惣菜と弁当だ。

「店の名前はあまり浸透していないんですが(笑)、吉田産業のはじめたお弁当屋さん、と言えみんな知ってます」と、ゆずりはの従業員は笑う。

ユネスコ(国連教育科学文化機関)の世界無形文化遺産に、「和食」が登録された。世界的にもヘルシーフードとして認知されている「和食」だが、今回の登録では、新鮮で多様な食材を使い、栄養バランスに優れたヘルシーさと共に、自然の美しさ、季節の移ろいを表現したり、年中行事、伝統文化などにも重要な役割を果たしていることも登録の理由に上げられているという。

つまり「和食」は、まさに日本の自然・文化そのもので、そこで暮らす日本人のライフスタイルを表現したものということだろう。

ところで、和食はもちろん、私たち日本人の食生活の中心となっている「米」の消費が、ここ40年来減少の一途をたどって

いることをご存知だろうか? その一番の要因は、食の欧米化、多様化にあるのだが、同時に、減反政策などを推し進めた結果、米を含む日本の農業全般の生産力が弱くなってしまっているという現状がある。

今や食料のおよそ6割は外国からの輸入品になっているなど、食糧安保の観点からも、日本の農業の復活を期待する声が高まっている。

6次産業化や交渉の成り行きが大いに注目されるTPPなども、強い農業復活への起爆剤になるのでは? という期待がかかるが、生産者から消費者まで、私たちすべての日本国民が、これからの日本の「食」のあり方について真剣に考え、行動を起こす時がやってきているのだ。

■米の消費量、生産量等の推移

	昭和55年 (1980)	平成2 (1990)	平成7 (1995)	平成12 (1995)	平成17 (2000)	平成20 (2006)	平成21 (2009)	平成22 (2010)
一人あたりの消費量(kg/年)	78.9	70.0	67.8	64.6	61.4	59.0	58.5	—
国内生産量(万t)	969.2	1,046.3	1,072.4	947.2	906.2	881.5	846.6	847.8
作付面積(万ha)	235.0	205.5	210.6	176.3	170.2	162.4	162.1	162.5
主食用(万ha)	—	—	—	—	165.2	159.6	159.2	158.0

資料:農林水産省「作物統計」「食料需給表」農林水産省調べ
注:一人あたりの消費量は、一人あたりの供給純食料

商売は違っても、地域に密着して愛され続けてきた、長年商売を続けてきた建築屋さんの面目躍如といったところだろう。

6次産業化の発展は、外食ビジネスにとっても好機

現在、農水省に6次産業化・地産地消費法の認定を受けて、6次産業化に取り組む事業は、累計で1708件にも上る。その事業内容の内訳は、1次産業者からのアプローチでは、比較的にハードルが低いと思われる加工・直売が最も多く、特別な経営的にも特別なスキルと経験が必要とされる、レストランをはじめとする飲食をメインとする事業者はまだまだ

少ないのが現状だ。しかし、「玉城農菜館・ゆずりは」もそうだが、冒頭でも述べたように、非1次産業からのアプローチは確実に増えているという。そして、今後は、明確な出口を持つ外食ビジネスが6次産業化に進出する、又は、1次産業、2次産業従事者から、6次産業化のパートナーとしてコラボレーションするというケースも増えていくに違いない。

日本の食が揺らいでいる今、外食ビジネスには多くの課題があると同時に、食提供の最前線にあるゆえの期待も寄せられている。6次産業化の発展は、市場縮小に苦しむ外食産業にとってはまさに好機。既存のカテゴリにとどまらない、新たな食ビジネスの開拓を目指したい。

ピンチはチャンス！？

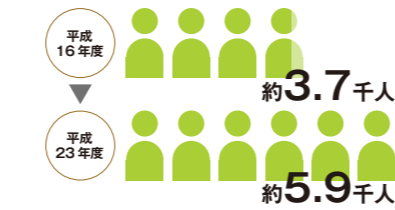
動き出す、新しい日本の農業

日本の農業が危ない。高齢化が進み担い手がなくなっている。どんどん農家が廃業し、耕作放棄地も増えている。さらに、TPP加盟への動きで、いったい日本の農業はどうなるのか?

こんな心配をされている方も少なくないでしょう。確かに、日本の農業が今、大きな転換点にあることは間違いありません。ただ、悲観一色なのかといえば、実はそうではありません。

「ピンチはチャンス」とはよく言ったもので、長年続いてきた日本型農業の存続がピンチの一方で、若い世代で農業を始める人が増え(図①参照)、異業種からの参入を含む農業法人もここ10年ほどで倍以上に増えています(図②参照)。また、その事業規模も、販売金額1億円以上が全体の24%を占めるという、従来型の農業とは異なる農業モデルが台頭していることを伺わせます。

【図1】若い世代の雇用就農者の増加



【図2】法人経営体の増加

