

山と水の自然が生んだ 「まほろばの郷」 岩手県 東和町

一本彫り成仏では日本一の高さを誇る兜跋毘沙門天立像（国指定重要文化財）は、坂上田村麻呂によって平安中期に完成されたといわれています。その後も中世には和賀氏、近世には南部藩の領地として栄えてきました。こうした長い歴史と交流が、今日のまほろばの郷に東和町を育みました。昭和二十九年には、岩手県

を中心に新しい花卉農業に挑んでいます。
元気の素は都会との交流
特産品には、バラやランの他、有機自然乾燥米やリンゴ、東和牛などの農畜産物があります。これら地元産の農畜産物を食材とした料理でふるさとを語ってもらう場を提供しようとして、首都圏・川崎市にアン

テナシヨップを出店しています。その後、川崎市と一層の交流を深め、農村体験学習として、毎年約八十人の川崎市の小中学生が東和町の農家へホームステイするサマーキャンプが、既に十三回続けられています。
バラの町としてイメージアップを果たしてから、都市部からの農業移住希望者も増えています。受け入れは資金面での補助を売りにしない東和町独自の方法を用いています。この事業で独立し、町内で農業を営む人も現れています。
また、東和町の交流は、国を超えて、中国、韓国、アメリカなど十数カ国にも及び、平成六年度には、世界に開かれたまち自治大臣賞を受賞しました。今回は、バラ・ランの栽培・販売事業を行う「とうわアグリトピア公社」と農畜産品の販売アンテナシヨップ経営を行う「とつわ大増」という二つの第三セクターを取り上げ、東和町がすすめる花と農業によるまちづくりにおいて、地域経営の観点から第三セクターが担うべき役割を検証したいと思います。



笑顔に包まれ出荷される東和町のラン・オドントグロッサム

花を愛する町・東和町

東和町は、岩手県中央部の花巻、北上両市からほど近く悠久なる北上山系へとさしかかる穏やかな田園風景の人口一万七百人余り（平成十四年度）のまちです。

の五大ダム第一号として田瀬ダムが完成、電源開発・東和発電所（二万七千キロワット）が運転を開始し、新しいまちづくりが始まりました。平成四年には電源地域振興センターの事業を活用して、ゼロからバラづくり事業に取り組み、バラの町「東和町」として、農業の新しい可能性を全国に示しました。現在は、ラン栽培

特集 電源地域のサクセス・ストーリー

岩手県・東和町
山と水の自然が生んだ「まほろばの郷」 1

対談パート1
第三セクターによる公共ビジネスがまちに収益を還元する
財団法人北海道科学技術総合振興センター クラスター推進部 部長 山中芳朗さん 2
東和町農村振興課 課長 藤井正昭さん

赤字三セクの再生 ケース1
英国王室が愛したラン オドントグロッサム 替星蘭 が咲き誇る町
株式会社とうわアグリトピア公社 事業部 部長 平野初男さん 4
株式会社とうわアグリトピア公社 事業部花き課 課長 千田浩志さん

赤字三セクの再生 ケース2
ふるさとを味わい、語れるアンテナシヨップ
東和町農村振興課 課長 藤井正昭さん 6

対談パート2
公務員は公共ビジネスのコーディネーター
財団法人北海道科学技術総合振興センター クラスター推進部 部長 山中芳朗さん 8
東和町農村振興課 課長 藤井正昭さん

花卉栽培・販売事業に参入を検討されている方へ
DATA PAL 10
東和町 11

Focus 政策・制度

IT活用による行政改革「電子自治体」 12
千葉県 市川市「電子自治体のトップランナー」
コンビニ端末による行政サービスの実施から4年
産学官連携による地域経営型の行政サービスを目指す
市川市企画部情報システム課 参事(課長) 井堀幹夫さん 14

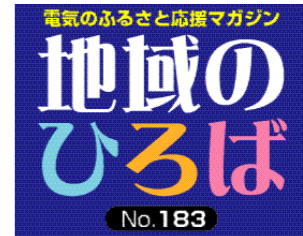
ふるさとじまん

青森県下田町 20
新潟県出雲崎町 20
茨城県日立市 21
長崎県大村市 21

情報クリップ

幻の米を自ら栽培し新しい酒の開発に成功 22
新潟県長岡市
「2002年度エネルギープラザ沖縄・金武町」開催 24
電気のふるさと交流会2002開催 /
電気のふるさとじまん市 25

表紙イラスト・相原健二



「地域のひろば」は、電気のふるさとの「まちづくり」を応援する情報誌です。



財団法人北海道科学技術総合振興センター
クラスター推進部 部長

山中 芳朗さん

つ第三セクター（以下三セク）の役員でもいらつしゃいます。企業経営者の立場から、三セクの使命についてどうお考えですか。
藤井正昭さん（以下藤井） 三セクは儲からなくともよいという考えは間違っています。少なくとも過去のものと、公社も収益を出し、町に還元していかなければなりません。この姿勢がなければ、赤字を積み重ね、町のお荷物、不良債権になるだけです。東和町の三セクも設立後数年間は赤字続きで、議会からも「つぶせ」という批判が相次ぎました。
僕は、福祉課にいたときに

発想の転換。
第三セクターも
儲けなければならぬ

山中芳朗さん（以下山中）農
村振興課長の藤井さんは、東
和町のまちづくりを進める二

第三セクターによる公共ビジネスが まちに収益を還元する

対談
パート1

財団法人北海道科学技術総合振興センター
クラスター推進部 部長
やまなか よしろう
山中 芳朗さん
ふじい まさあき
藤井 正昭さん
東和町農村振興課 課長

東和町は、平成五年から町の命運をかけて、首都圏を対象とした事業をはじめました。景気低迷による消費の落ち込みなどの逆風を受けながらも、第三セクターによる事業を展開しています。

花卉栽培を行う「とうわアグリトピア公社」、首都圏にアンテナショップを運営する「とうわ大増」両社の役員であり、役場の農村振興課長でもある藤井正昭さんに、山中芳朗編集委員（財団法人北海道科学技術総合振興センター）が第三セクターによる花と農業のまちづくりについてお伺いしました。

農業生産地にとって、お客様はそれを食する消費者であり、自分の町の町民だけではありません。こう考えると、生産努力だけでは不十分だ、販売努力も絶対に必要だと感じました。川崎市との交流やアン

テナシヨップ事業は、都会の消費者ニーズは何なのか、どんな価値観をもっているのか、東和町の生産者が都会の消費者の気持ちに直接感じ取るための事業でもあるのです。
東和町の顧客、すなわち、都会の消費者が求めているものを感じ取るうとする努力が、生産者の意識を変えていきま



東和町農村振興課 課長
藤井 正昭さん

東和町の三セクは
町民への
収益還元を目指す
公共ビジネス

山中 消費者ニーズを
つかみ、生産地の資源

子どもを育てる大切さを身をもって体験しましたから、育てる努力が大切だと思つています。育てるとは、安易に三セクの赤字を補填することではなく、三セクが自立し収益を町に還元できるよう、儲ける努力をすることだと考えています。

職員研修のフロント係で
ビジネスの醍醐味を学ぶ

山中 三セク経営に企業の経営感覚を導入すること、これこそ三セク経営の鍵ともいえます。東和町職員の藤井さんが、役場がビジネスをするという感覚に気づいたのは、何がきっかけですか。
藤井 僕は、民間に二年間勤めてから町の職員になりました。それでも最初は「住民が喜んでくれるサービスの提供」ということを強く意識することとはなかつたと思います。事務職から農政課、観光課、公民館、健康福祉課、東京事務所などいろいろな部署を経験しましたが、顧客の望むものを提供するというビジネス感覚に目覚めるきっかけとなつたのは、新潟県黒川村での三

力月間の研修のときでした。黒川では、村が四軒のホテルを直接経営していました。研修の話を書いた当初は、観光政策の視察くらいに考えていたのですが、行ってみるといきなりフロント係をさせられ、正直これには驚かされました。勤務シフトも厳しく、なぜ今さら新入職員のようなことをしなければならぬのかと悩んだものです。それでも、お客様相手の話が好きだったのでせいか、はじめてお金をいただくときには思わず両手を揃えて出していました。お客様に喜んでもらつてお金をいただくというビジネスの醍醐味を学んだ瞬間でした。

消費者のニーズを考え
感じることが
生産者を元気づける

山中 顧客の望むサービスの提供こそビジネスの基本ですね。職員研修でこの基本を実体験して町に戻ったとき、ふるさと東和町はどのように見えましたか。町を元気づけていくためには何が必要だと感じましたか。
藤井 東和町は農業の町です

を見直し、地域の進むべき方向性を示すこと、これこそ行政のリーダーシップです。東和町ではそのリーダー役を三セクによる公共ビジネスが担っているわけですね。
藤井 三セクによる事業には、収益を上げる部分と還元する部分が必要です。「アグリトピア公社」は、花卉栽培で収益を生む一方、農作業の受託、農業機械レンタルなど、農業への利益還元を行っています。また、若者を中心に三十名もの雇用を生みだしました。そして、「花の町」として東和町の知名度を上げるなどイメージアップに貢献し、川崎を初めとした首都圏、そして海外との交流を生みました。「とうわ大増」の経営するアンテナショップは、大幅な赤字から連続黒字へ転換を図り、農家への生産委託など都会の消費ニーズを地元の農業生産に還元しています。

この収益還元という考え方は他の公社でも貴かれています。町営バスなどの公共交通サービスとして始めた「総合サービス公社」は、収益を上

げるため観光バス事業も手がけながら、さらに「とうわ地域資源開発公社」が開発した温泉施設への集客に貢献しています。
山中 藤井さんが考える公共ビジネスのあり方、特に赤字に陥つた三セクを立て直すには、どのような努力が必要ですか。
藤井 まず、状況を直視し、失敗があればそれを認めること。次に代替案を示すこと。そして自ら崖っぷちに立つって知恵を絞り出すことです。
東和町の花卉栽培もアンテナショップも大きな危機に直面しながら、試行錯誤を繰り返し、その経験から生み出した知恵で再生することができました。どんな困難な事業にも、再生のチャンスは必ずあるものです。問題は、自らの判断により見いだした活路とそれに伴うリスクと責任を背負う覚悟ができるかどうかだと思います。

*次に藤井さんが中心となって再生させた二つの三セクのケースを紹介いたします。

赤字三セクの再生

ケース1

英国王室が愛したラン
オドントグロッサム 彗星蘭が
咲き誇る町

東和町は、平成四年にバラづくりをゼロからスタート、二億円産業にまで発展させました。しかしその後、売上は落ち、現在はランの栽培が盛んです。なぜバラからランへの転換を行ったのか、とうわアグリトピア公社の事業部長である平野初男さんにお伺いしました。また、二月二十二日から三月二日にかけて東京ドームで開催されていた「世界らん展日本大賞2003」に、とうわアグリトピア&ニチレイとして出展中の同公社事業部花き課長の千田浩志さんをお訪ねしました。



株式会社とうわアグリトピア公社
事業部 部長
平野 初男 さん

失敗を認める
一本六十円が限界
一本二十円の
韓国産バラには勝てない

平成四年に設立された(株)とうわアグリトピア公社は、花と農業によるまちづくりをめざす第三セクターです。バラづくりを成功させ「バラの東和町」と呼ばれましたが、現在の栽培は、バラが二棟、ランが九棟と、大半をランへ移行しました。この二棟は東和町のバラの固定ファンのためのもです。

なぜ、ランへ移行したのか、それは韓国産バラが急増し太刀打ちできなかったからです。日本の大手企業が韓国に技術指導し数万坪の規模で栽培、しかも高速フェリーで舞鶴・新潟まで運び、後は高速道路早朝摘んだバラをその日に一本二十円で関東に持つてくるのです。東和町でどんな努力をしても一本六十円以下なら原価割れです。確かに、景気低迷による嗜好品の買い控えや連作障害も厳しかったのですが、それはある程度予想できたことで、

対策も講じられる課題でした。しかし、韓国産バラには対策なしと判断しました。量が取れる中輪系から値が取れる大輪系への移行も



とうわアグリトピア公社のビニールハウス内で出荷を待つオドントグロッサム(上)と、公社の外観(下)

試みましたが、普及のための戦略であったカジュアルラウ「のイメージが強いし、値の建て直しはできませんでした。

「オドントグロッサムを日本に広めよう」
ニチレイの呼びかけに応じる

その時、アンテナショップの出店 赤字三セクの再生・ケース2で紹介した協力いただいたニチレイから希少品種のラン、オドントグロッサム(愛称・彗星蘭)栽培の委託がありました。迷いましたが一年間試行する判断をしました。その根拠は次の五点でした。英国王室の愛した希少価値あるランであること、寒

の実験部隊、言い換えると「試験管による研究は米田教授とニチレイが担当し、当社はその成果をフィールドで実現することにしたのです。広い意味での産学官連携といえます。それでも、リスクのと、市場価値の確立と顧客の開拓は残りました。

ステップ3 産つぶちで知恵を出す
花卉運送会社が顧客を見つけてきてくれた

平成六年四月、百五十坪で一年間の試行に踏み切りました。寒い気候と研究成果のおかげで花は咲きました。このとき問題となったのが売り先でした。宮城県にある花卉専門の運送会社の紹介で地元盛

岡の花市場に出したところ、ものめずらさで売れたのです。すると運送業者は埼玉県の花市場に持っていったくれました。これも売れました。他の生産者と競合しないという希少性があったので、運送業者も花市場を紹介できたのではないかと思います。

この成果に勢いづき、翌年からは三倍以上の五百坪で本格的生産に取り掛かりました。売れた後の問題は、育て方について花屋さんからの問い合わせでした。当初は注意点を手書きで箇条書きした説明書を渡していたのですが、自信を持って答えられない質問を受けたときには「今研究中です」と苦しい答えをしまし



株式会社とうわアグリトピア公社
事業部 花き課 課長
千田 浩志 さん

せりによる安定化と
相対取引による
価格維持のバランスが
販売の鍵を握る

ランの販売方法は次の三つです。生産者が花市場に出



「世界らん展日本大賞2003」において「ディスプレイ審査部門 奨励賞」を受賞したとうわアグリトピア&ニチレイの作品



た。今お渡ししている説明書こそ、数年間の研究成果と経験により得られた知識を全て公開したものです。相対取引による安定化と価格維持のバランスが販売の鍵を握る。ランの販売方法は次の三つです。生産者が花市場に出

げ、相対取引を伸ばしたいと考えています。世界的権威のある「世界らん展日本大賞」での高い評価を支えに、オドントグロッサム(彗星蘭)の知名度向上に努めたいと考えています。

花が人を呼ぶ
田園理想郷・アグリトピアをめざして

現在、ランの売上は三十万円強(除く委託生産)、今後五年以内に一億円を達成することを目標にしています。花卉栽培は、町の知名度を上げ、地元の若者を三十人新規雇用するまでになりました。また、町民の中に花を愛でる心が広がり、思い思いの花づくりが始まりました。特に女性の栽培者が増え、首都圏からの新規就農者も増えています。全国から集まった花を愛する人々とともに、花と農業の田園理想郷・アグリトピアをめざしたいと思えます。

赤字三セクの再生

ケース2

ふるさとを味わい
語れるアンテナショップ

「東和ふるさと村」(神奈川県川崎市)は、東和町の特産品を首都圏の消費者に紹介するアンテナショップとして、平成九年にオープンしました。現在は、産直ショップにレストランや料理教室が併設され、賑わいをみせていますが、開店当初は大きな赤字に苦しみました。この危機の時代に三年間村長(店長)をつとめ、赤字経営を黒字に転換した藤井正昭さんに、公共ビジネスであるアンテナショップ経営について伺いました。



農家の八百屋さんの店内で川崎の東和ふるさと村へ送る切り干し大根を手に入れている藤井さんと店員の八重樫さん

ステップ1 失敗を認める
「都会人は高級志向」との
思い込みが失敗を招いた

平成五年、東和町は米の販路拡大を目指し、当時のJA岩手東和町と三セク(株)とつわ大增」を設立しました。平成九年には、小中学生の農村体験などで交流を深めていた川崎市に、アンテナショップ「東和ふるさと村」を出店し特産品販売とレストラン経営をスタートさせました。消費地の都会で地元農産品を直接販売し、消費者の価値観を直接感じ取ることを狙っていました。

しかし、初年度三千一百万円、次年度千九百万円の赤字、二カ年で五千万円を超える赤



創業時の東和ふるさと村のにぎわい

字を出し、撤退の話も持ち上がりました。特にショップ内に設けられたレストランは、東京・銀座や西麻布の高級料亭と契約し、三陸直送の鮮魚を中心に高級料理を提供していたのです。議会からは「お茶碗に千円札を貼り付けて料理を出している」と非難されました。このままでは撤退やむなしと訴え、自ら店長をかってでました。私が店長として出向いたとき、現地では赤字状態に慣れきっていました。

ステップ2 代替案を示す
都会のブランド志向から
東北ふるさと志向への
大転換

「ふるさと村をつぶすわけに



はいかない。この思いが、店を一からやり直す決意をさせました。まず、コスト削減を断行しました。店員もパートも全員見直して人件費を削減し、家賃削減の交渉も自ら行いました。店頭にも立ちました。前掛け・エプロン姿で注文を取り、東北なまり丸出しで接客をしました。土日もなく毎日朝八時から深夜まで働いているうちに、東北なまりのお客さんが多いことに気づきました。京浜工業地帯の川崎には、農家の二男や三男の東北出身者が多いのです。ふるさとの香りがし、味わえ、語れる場所を求めて、ここに足を運んでくださっていることに気づいたのです。今思えば神の思召しです。それからは、ふるさと・東和町の郷土の味に徹しました。盛岡で料理店を繁盛させていた同級生を説得して、板前として来てもらい、高級店の料理人と入れ替えました。飯米も地元のひとめぼれに統一、郷土色あふれるメニューに切り替えました。都会の一角に

ふるさとの香りのするスポットをつくること、遠く離れた都会だからこそ、ふるさとの味が価値を持つのだと判断したからです。

幸い、郷土料理が口コミで評判となり、赤字続きのレストランも黒字、店全体でも二年連続の黒字を計上しましたが、この大転換は大きな賭けでもありませんでした。

しかし、ふるさと志向への転換を頭に描いているときはいつも、喜んで食べてくださるお客さんの笑顔が浮かんできて、この方針変更には一抹の不安もありませんでした。

ステップ3 属づぶちで知恵を出す
食中毒事件発生、
即日、記者会見、
企業経営の危機管理を
実践する

一度、大変な事件を起こし

ました。レストランのコースに入れた生力キで食中毒を出してしまつたのです。

即日、町長がお詫びの記者会見をしてマスコミに公表しました。私も二週間、御願願にして下さっていた「食」のサークルの方々の家を一軒一軒お詫びに回りました。そのとき、逆にお客さんから励まされ、「真面目な商売」をやってきたことへのありがたさを感じました。

今考えれば、あれがまさに企業経営の危機管理だったと思つています。事業に臨むときは、いつも崖づぶちに立っている自覚が必要です。そこから必死の決断と知恵が生まれるものです。

最近、都会の中で見つけたふるさとの店」としてテレビで取り上げられ、レストランの売上が月七百万円から千五

百万円に跳ね上がりました。嬉しい反面、流行という商売の怖さを感じ、これまで以上にお客様の心をつかんでいく努力をしていかなければならないと決意を新たにしました。

アンテナショップの
成功は
地元農家も元気づける

毎年秋の新米まつりでは、直接農家の人に来てもらって販売を手伝ってもらっています。生産者である地元農家が販売の喜びを体験する、これは農家を元気づける効果も持っています。産地と消費地の交流の一つと考えています。岩手花巻農協の協力を得て、最近話題になっている発芽玄米の試食販売会も開催しました。

地元の産地販売の店「農家の八百屋さん」では、ふるさと村から毎日リクエストが入ります。首都圏の消費者の嗜好に合わせた食材が、農家で採れた翌日に都会の消費者に届くしくみができています。自分たちのつくった農産品を都会の方が待つてくださって



東和ふるさと村で行われる東和町と首都圏の消費者との交流。祭り寿司作り教室(上)しめ縄作り教室(下)

いると感じることで、元気が出るのです。アンテナショップの経営を通じて、郷土料理の提供(レストラン)、その食材の提供(ショップ)、そして料理の技の指導(料理教室)さらには交流の拡

大友の会)を目指していきたいと考えています。全国の電源市町村の皆さん、東和ふるさと村で特産品販売やイベントなどを一緒にしませんか。小さいですが、スペースも用意しています。ご連絡をお待ちします。

コラム

企業経営における
危機管理について

東和ふるさと村の食中毒事件では、町長の迅速な記者会見による説明と現場責任者の誠実な対応が、顧客との結びつきをかえって強いものになりました。説明責任が厳しく問われる近年、「思わぬ危機」に直面した場合の対応が、企業経営に与える影響は非常に大きくなっています。この危機管理の中心は、迅速な状況の把握、責任者による状況説明、謝罪をも含めた誠意ある顧客への対応、再発防止策の徹底、です。商品に対するクレームが新商品開発の原動力になるケースも多くみられます。このように危機管理意識は揺ぎ無い安定した企業経営に必要な不可欠なものといえます。

電源地域の
サクセスストーリー



対談
パート2

公務員は 公共ビジネスのコーディネーター

人のネットワークづくりが コーディネーターの 仕事です

山中 東和町のまちづくりを支える三セク事業について検討してきました。事業の進め方はさまざまですが、結果責任を負つてという経営の厳しさが求められています。町の職員でもあり、経営者でもある藤井さんが事業に取り組む際に心がけていることは何でしょうか。

藤井 それは、事業が最終的に儲かるか、儲からないかという事です。僕たちが預かっているのは町民の税金です。一般の民間企業よりもお金を有効に活用し、町に還元することを心がけなければなりません。その気持

ちがなければ税金泥棒といわれても仕方がないと思っております。

土地・人・技術という地域の資源を活用して、どんな事業を興せるのか。それは限りない可能性を持つものです。

東京に行ったときには食品店や花屋に行く、時にはバイヤーにも会う。何か新しいも

の、成功したものがあれば、東和町に導入できないか常に考えています。

また、一緒にビジネスに取り組んでくれる相手を見つけるのもコーディネーターの重要な仕事です。

アンテナショップの経営では、「日本はし大増」さんにお手伝いいただきましたが、そ

のつながりから、ラン栽培では親会社ニチレイのフラワー事業部に技術と苗を提供していただいています。



は、役場と企業の間ではなく、事業に打ち込む人と人的ネットワークがものをいうのです。

事業成功には課題の整理と夢のある将来ビジョンが必要

山中 といってもビジネスですから、いつも成功するとは限らないわけです。事業の成功のためには将来ビジョンが必要で

す。藤井さんはどのように将来ビジョンを作るのですか。

藤井 僕が新しい事業を始めるときは、まず事業化の道筋を検討します。事業展開の道筋を繰り返し検討し、その中で最も起こる可能性の高いシナリオを決

定します。何度も繰り返しながら、納得できる結論を得ることが大切なのです。

次に、事業化に活用できる人や技術、モノや施設という地域資源について検討し、足りない資源は別途調達します。

最後に、事業が成功するかわからないか、儲かるか儲からないかは市場に委ねます。

新しい果物の栽培事業を例にとつて考えた場合、まず、その果物の特徴を考えます。例えば、リンゴや梨に比べてやわらかければ、お年寄りに食べやすいのではないかと。やわらかければ腐りやすくて日持ちがしないため、逆に安い輸入品が押し寄せることもないのではないかと道筋を考えていくのです。

次に、既に市場に出回って



小さな自治体こそ 役場のリーダー シップが重要

山中 今後、市町村の合併が進み、合併特別法期限である平成十七年三月には、町村規模の自治体の意義が問われるともいわれています。そこで、全国の町村へ、小規模自治体におけるまちづくりにおける最も重要なことは何か、ご意見をお願いします。

藤井 小さい町ほど、役場が頑張れ！ と言いたい。地域の誰よりも情報とネットワークを持っているのが役場です。それだけに、行政の役割は大きい。今後、合併などで基礎自治体の形が変わったとしても、進むべき方向性を示すのは、地域経営者としての行政の責任であり、リーダーシップだと思っています。

一万人規模の地域には、互いの人の顔が分かるようなコミュニケーションがあります。課題が持ち上がった時はすぐに相談相手の顔が浮かぶとい

った、フェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションが、町村規模の地域の良さ、魅力だと思っています。

山中 最後に、若い職員の人たちにアドバイスをお願いします。

藤井 役場の中でいろいろな部署を経験したので思うことですが、今の仕事と無関係なものは何ひとつありません。保健福祉は食の安全性、公民館では焼物やわら細工の郷土学習、このさまざまな経験が将来を考えるとときの創造力となり、リスクを判断するときの決断力になっていきます。

他の地域との交流によって受ける刺激と同じように、人とのつながりで刺激を受け、刺激を与えるという気持ちのリフレッシュも重要です。仕事が目白押しと思えば、その仕事仲間を通して、縦割りの部署も横につながっていくものです。

電源地域の サクセスストーリー



るアンテナショップ経営の黒字化に取り組んでこられて、現在のどのような課題あるいは夢をもたれていますか。

山中 ランの栽培とブランドの確立や、ふるさとが味わえ

るアンテナショップ経営の黒字化に取り組んでこられて、現在のどのような課題あるいは夢をもたれていますか。

藤井 東和町の手がけたパラモランも岩手県の推奨花でなかつたので、技術支援も得られませんでした。そこで、ニチレイから技術指導を受けながら、自前の技術でやってきました。今後は、生産の新しい取り組みとして、技術面のネットワーク

ク化が課題になってくると考えています。

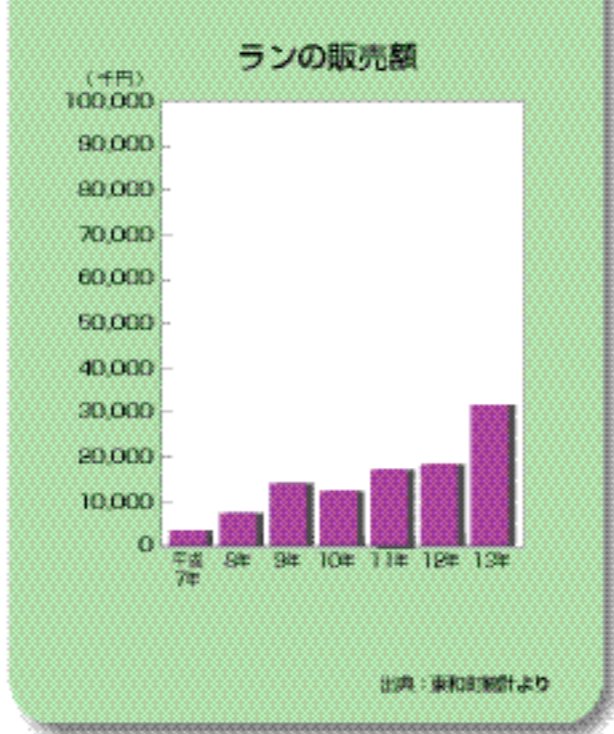
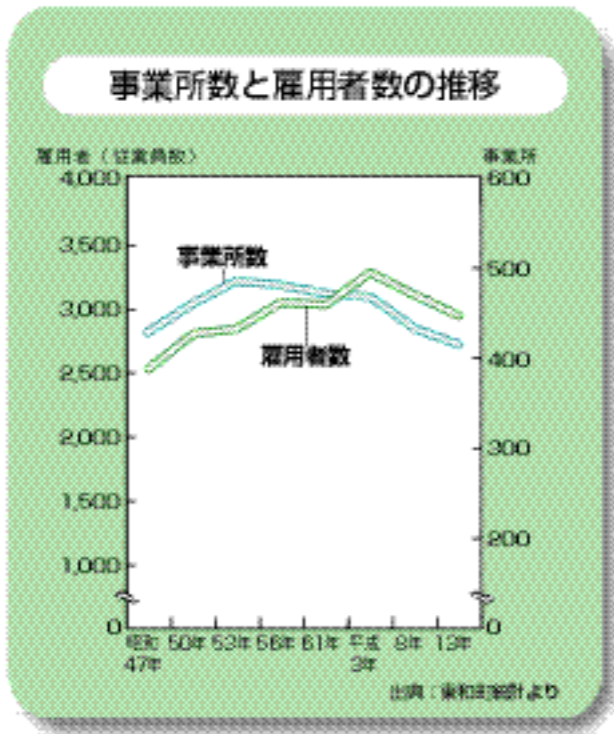
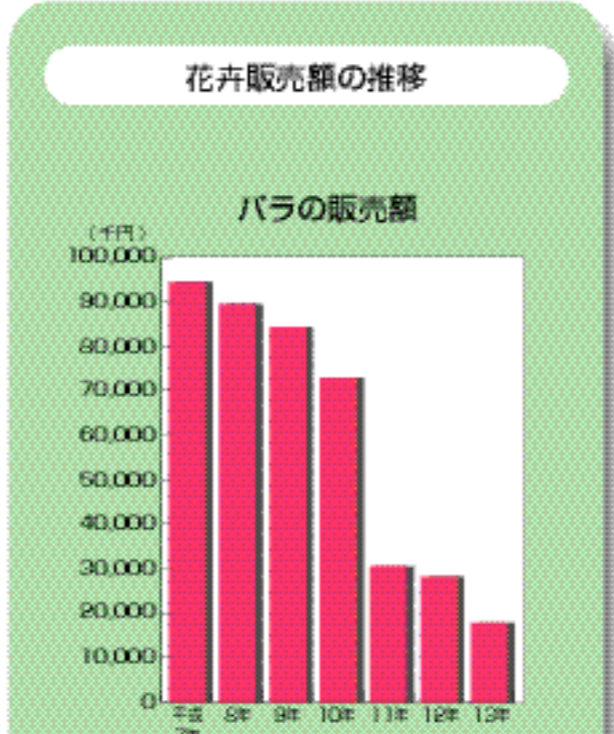
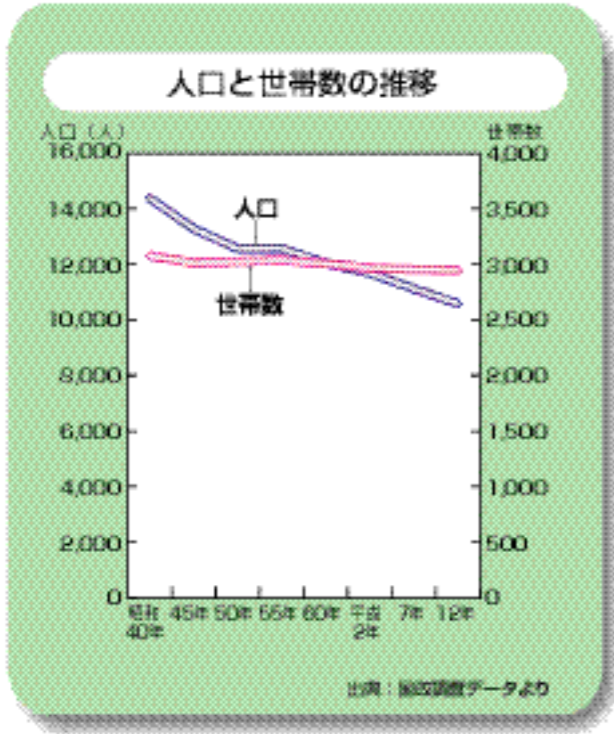
それから、東和町ならではの例をあげると、地元の食材を生かした加工品、花巻という地名にちなんで、地元の祭り寿司という赤い花模様の巻きずしで駅弁をつくるような事業。これを機械で量産できれば、女性向け商品としていけるんじゃないかと思っています。機械の開発は難しいですが、それさえクリアすれば、事業を成功させるだけのビジョンはできています。

ク化が課題になってくると考えています。

DATA PAL

東和町

問い合わせ先/東和町役場 農村振興課
和賀郡東和町土沢8区60番地
電話 0198-42-2111
URL http://www.town.towa.iwata.jp/



発電所概要

東和発電所（電源開発） 出力/2.7キロワット 運転開始：昭和29年12月

花卉栽培・販売事業に参入を 検討されている方へ

利益率の高い商品作物の
市場取引方法について

「とうわアグリトピア」4、
5ページで整理した通り、ラ
ンの販売方法は次の三つです。

生産者が花市場に出荷し、
せりて値段が決められる市
場取引。

卸問屋がつかんだ花屋の需
要に基づいて、卸問屋と生
産者が相談しながら出荷量
と値段を決める、いわゆる
相対取引。

花屋や消費者が直接生産者
に申し込む直接取引。最近
普及しつつあるネット販売
はこの代表です。

このうち、「とうわアグリト
ピア」が重視するのは、市場
取引と相対取引です。最近拡
大しつつある直接取引になぜ
「とうわアグリトピア」が力を
いれようとしているのか、そ
れらの取引における平均的取
引値段、売れ残りリスク、品

質保証リスクをもとに検証し
たいと思います。

ポイント
生産者の意向を反映できる
直接取引は高値を生む

平均的な取引値段は、直接
取引、相対取引、市場取引の順
に高値がつかめます。なぜなら
直接取引は生産者の言い値に
消費者が応じる取引であり、
相対取引も市場価値を考慮し
ながらも生産者の意向を値段
に反映できるからです。せり
にかける市場取引には生産者
の意向を全く反映できません
その値段格差は、「とうわアグ
リトピア」の経験則によると
市場取引を八〇とすると、相
対取引が一〇〇、直接取引は
一二〇以上だということです。

デメリット
利益率の高い直接取引は
不良在庫の危険が大きい

一方、売れ残って不良在庫

になる危険という点からは、
生産者の意思でせりにかける
市場取引は売り切ることがで
きるので不良在庫の危険は小
さいのに対し、ネットを通じ
て顧客からの注文を待つとい
う直接取引は売れ残る危険が
非常に大きくなります。

しかし、「とうわアグリトピ
ア」が、価格が安い市場取引
をあえて重視するのは、売れ
残りが発生する危険を回避す
るためだけではありませんで
した。価格と売れ残り以外に
もう一つ、品質を保証しなけ
ればならない、言い換えると
出荷後の管理負担の大きさに
着目したのです。

ポイント
直接取引は出荷後も
管理負担が大きい

花卉、特にランのような高
価な花の場合、顧客の嗜好が
強く出ます。また、輸送にお
ける損傷などについても非常

に敏感になります。

このような品質に対する保
証は誰が担うのか、これが最
も大きな問題であると、「とう
わアグリトピア」は判断して
いました。

(1) 市場取引の場合

せりに出して値がつけば、
その時点から生産者は品質保
証リスクを負いません。品質
が悪ければ買い叩かれるか売
れないかのどちらかとなりま
す。せりに出すための輸送に
関しても輸送業者がリスクを
負うように契約しています。

(2) 相対取引の場合

市場取引と同様、顧客の要
望するランを市場に渡せばそ

	価格	売れ残り	出荷後の 管理負担
市場取引	低	少	無
相対取引	中	中	少
直接取引	高	大	大

れ以降のリスクは負いません
市場に渡すための輸送に関す
るリスクも輸送業者が負いま
す。

(3) 直接取引の場合

直接取引では、出荷後の管
理負担は、輸送に関するリス
クを除いてすべて生産者が負
うこととなります。たとえ、
出荷時点で要望どおりのラン
であっても、顧客への到着時
点で損傷していれば、どこで
発生したのか調査する必要が
あります。言い換えると、顧
客からの注文を受ける担当以
外に、出荷後の管理のための
担当者が必ず必要となります。
このように考えると、一定規
模の組織を有する企業でなけ
れば直接取引の負担は重いと
考えられるのです。

このようさまざまなメリ
ット・デメリットを考慮した
結果、「とうわアグリトピア」
は市場取引と相対取引を重視
することになりました。
今後、花卉栽培・販売事業
に参入を検討されている方は、
以上のような選択肢を十分検
討する必要があります。

（「地域のひら」編集室）