

直売所の運営を軸に 6次産業化を進める 農事組合法人



『農事組合法人はなどう』の皆さん。右から2人目が組合長の黒木親幸さん。女性は「乙女会」の皆さん。

年間約1億円の売り上げを 出す直売所の運営

高橋町は宮崎県の西南部、霧島連山の麓に位置する、面積の約8割が農地や山林を占める農山村地域です。この農山村地域に、数々のヒット商品を販売して、国内外で注目されている直売所『杜の穂倉』があります。地元産の米や麦などを活かした商品が数多く並んでおり、これらの商品は全て県内企業との6次産業化の取り組みによって開発された商品で、ここでしか買うことができないうオリジナル商品となっています。麺類、ビール、焼酎、日本酒、お酢など、20種類以上にわたる、そのユニークな商品ラインナップ、そしてその商品ひとつひとつが持つストーリー性に注目が集まっています。ここは、平成21年にオープンし、その年の売り上げは約7,000万円。それ以降、年間1億円程度の売り上げを出しています。

この直売所は、町の中央部に位置する花堂地区で設立された、『農事組合法人はなどう』の運営によるもの

のです。

『はなどう』は平成20年の設立ですが、その前身は、平成17年に集落営農組合のモデルケース第1号として設立された『花堂区集落営農組合』です。高齢化による耕作放棄地の増加への対策などを理由に設立され、農業機械の共同利用や、農作業受託などを中心に取り組んでいました。しかし、高齢化や担い手不足、経営管理や税務対策を明確にする必要性が出てきたことから、法人化の検討が進められ、地域の合意形成の場として残しつつ、農作業を受託する実践組織を法人化し、互いに連携を取り、地域農業の発展を目指すことを目的として設立されました。

設立後は、徐々に農地の利用権設定を進めていき、地域農業の担い手として、商品価値の高い『小清水米』や『酒米』の作付け、畑地においては、ムギ、大豆、アワ、キビ、ヒエの生産に取り組んでいます。特にムギは、昭和の終わりとともに姿を消した幻の『ミヤザキハダカ』の復活に成功し、積極的な作付けが続けられています。



6次産業化で開発された商品群

異分野の企業と連携して 6次産業化を目指す

これらの農産物を原料として、県内企業との6次産業化によりユニークな商品が次々と生まれています。

「高橋町にはこれといった観光資源もなく、旅の最終目的地でもない。町の直売所で売り上げを出すには、他には無い『こだわりの商品』が必要でした。『杜の穂倉』の商品は、スーパーで扱うようなものではなく、価格設定は高め。それでも買ってくれる。それは、それぞれの商品に価格相当のストーリーが詰まっているからです。」

と、組合長の黒木親幸さんは語ります。

「もう農家は、単にJAへ農産物を出していれば良い、といった時代ではありません。生産者が作った農産物を、企業と連携して商品化して販売していく必要があります。だから6次産業化が必要だと思いました」

黒木さんのこうした想いのもとで開発された商品が並ぶ、『杜の穂倉』の建物自体も、地域全体で協力し合



ミズナラ樽で熟成中の麦焼酎。イタリアとアメリカに送り出している

地元産の食材にこだわった『とまとラーメン × チーズ』



『麺屋とまと』店内には『はなどう』の麦が飾られている



『麺屋とまと』店内にはまるでカフェのような空間が広がる



蔵の中でプツツと音を立てて発酵を続ける麦焼酎のもろみ



柳田酒造合名会社の代表・柳田正さん



株式会社N moreの代表取締役の安藤慎之助さん(右)とスーパーバイザーの瀬戸山智昭さん(左)



農事組合法人はなどうの組合長・黒木親幸さん

いながら、ほとんどボランティアで建設されたオリジナルの建物となっています。

『農事組合法人はなどう』が数々のヒット商品を生み出した要因の一つに、同法人の女性部である「乙女会」の活動があります。「乙女会」のメンバーは、花堂地区において農家、酪農、ハウス園芸などを各戸で営む女性の集まりで、『杜の穂倉』の商品の宣伝部隊として、全国を飛び回っています。料理レシピも、『乙女会』のメンバー自ら考案し、実演販売も行っています。

「直売所を建設するときに、皆で集まって、わいわい仕事するのが楽しかったことから、『乙女会』という名前前で活動することになりました」と

と、乙女会の皆さんは言います。新商品のアイデア出しも、「乙女会」の役割となっています。

地域を愛する企業との具体的な連携

『農事組合法人はなどう』と6次産業化を進める、『柳田酒造合名会社』（宮崎県都城市）は、創業明治35年、都城市内で最も古い酒蔵です。先代が40歳の昭和53年に、経営判断によって芋焼酎の製造をやめて以来、麦焼酎一本で歩んでいるなか、現在5代目の柳田正社長は、28歳で蔵を継ぎました。

柳田さんは、「麴」「酒母」「蒸留」にこだわって焼酎造りを続けながら、もっと「旨い焼酎」を追い求め続けました。その結果たどり着いたのが、原料であるムギの追求でした。そして、平成17年、幻の麦「ミヤザキハダカ」と出会います。

「地元」に深く根付いた焼酎造りこそ本来の地酒のあるべき姿」という家訓のもとで、柳田さんは、『ミヤザキハダカ』の復活と、この麦を使っている焼酎の醸造に全力を注ぎました。平成19年によく種を手できて栽培。試験醸造の結果、個性豊かで芳醇な香りの焼酎が出来上がりました。

平成21年に『はなどう』へ委託栽培を開始。その高度な麦栽培の技術により安定供給が可能となりました。その結果、『ミヤザキハダカ』で醸造した麦焼酎『ミヤザキハダカ駒』が完成したのです。

同じく、『はなどう』と6次産業化を進める『株式会社N more』（宮崎県都城市）は、地産地消にこだわったラーメン店『麺屋とまと』を宮崎県中心に、8店舗を展開して

います。

「開店当初、そうした地産地消のコンセプトで「トマトラーメン」の原材料探しをしていたときに、『はなどう』と出会いました。それ以来、麵の原材料となる小麦を、同人から購入しています」

と、安藤友美マネジャーは言います。その理由を「出来るだけ、目の届く範囲で栽培している原料を使いたかった」と語ります。

つまり、地域で生産され、そして、目に見えるところで育った安心安全な原材料へのこだわりです。

地域の生産者が栽培した野菜の販売先が少なくなって来ている現状があり、その野菜を使った飲食店を新しく出来ないかというのが、『麺屋とまと』のスタートでした。

『麺屋とまと』で提供する商品の、全ての食材を、目の届くところから調達できるのが理想」という地産地消への熱い思いが、商品から伝わってきます。

このように、『柳田酒造合名会社』や『麺屋とまと』を初めとする、『杜の穂倉』の商品展開にかかわる人々の熱意は、地域を愛する心が原動力となっています。

「どこでも買える商品になってしまっただけではありません。昔からその土地にある原料を使って作った商品のひとつひとつに、新たなストーリー性を詰め込んで、新商品を開発する。そして、『杜の穂倉』の看板を守って、直売所で販売することが、地域を守ることにつながるので」と、黒木さんは、語りました。