

# 地域という視点から 農業経営を捉える

### 今回のキャスト

社長 藤田 匠

社員 西園寺 千代

塾生 伝法院 千里

伝法院 千里

地域への思いや不満。そんな話で熱くなつた会合から帰ってきたアルパカファーム藤田社長。どうやら、道の駅のような拠点が欲しいらしい。そこにやってきた伝法院先生「ハコ以上に仕組みが大切！」

千代 社長、昨日も帰り遅かったみたいですが、会合のあとの飲み会がまた長引いたんですか？

藤田 いやあ、昨日の会合は珍しく「地域活性化」というテーマで盛り上がりすぎてね。普段そんなに熱くなることってないんだけど、それぞれの地域への思いとか不満を話してたら止まらなくなっちゃってさ。それで、何か動けることはないのかって、具体的にそれぞれが考えていくことになつたんだよ。

千代 そのテーマは、社長は熱くないですか？

藤田 まだ具体的な策はないんだけど、道の駅みたいな地域の特産物を販売する場所があればなあと、ぼんやり思ってるんだよね。詳しく知りたいと思って、伝法院先生にも連絡を入れておいたんだよ。

伝法院 藤田社長、千代さん、こんにちは！ ご連絡ありがとうございます

ました。地域活性化について知りたいたいということで、いくつか資料を持ってきましたよ。

藤田 伝法院先生、ありがとうございます。先ほど千代ちゃんとも話していたのですが、道の駅のような、地域の特産品や観光的魅力を発信できる拠点みたいな場所ができるか、いいなと思ってるんです。

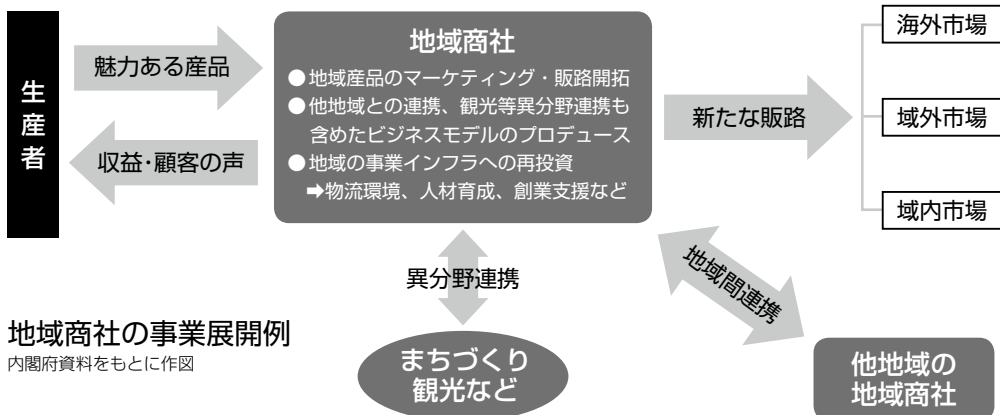
伝法院 なるほど、そうすると、単純に道の駅という「ハコ」だけでなく、重要なのは仕組みづくりになりますね。その道の駅を活用して、どんな人がどのような価値を体験でき、誰がそれを提供するのかが「自分」という視点でもなく「消費者」という視点だけでもなく、「地域」という視点で生態系をつくっていくことがポイントになります。先日視察してきた、宇都宮市にある「ろまんちっく村」という道の駅が参考になりそうですね。具体的な紹介していきますよ。

今回の執筆者  
瀬戸山 匠

(有)人事・労務  
小商いプロデューサー/  
(-社)日本ES開発協会  
事業開発室長/  
われらまちの農縁団



地域活性化マルシェの企画・運営を統括。「人に地域に環境にやさしい持続可能な社会を目指して」をテーマに、グリーン企業が集まる勤労感謝イベントや、「日本の未来のはたらくを考える」をテーマに日光街道143km踏破イベントを開催。埼玉県春日部市に実在する農園「縄文ファーム」の園長でもある。



地域商社の事業展開例  
内閣府資料をもとに作図

# ▶ 地域商社が展開する中規模流通戦略 ◀

## 地域の魅力を体感できるテーマパーク

先日、宇都宮にある道の駅「ろまんちっく村」を視察しました。運営会社は、(株)ファーマーズフォレスト。自社を「地域商社」と位置づけ、栃木・宇都宮の魅力を、全国、そして世界に発信しています。

地域商社とは、「地域のさまざまな課題を解決し、地域を活性化するための仕組みづくりをする」会社のことです。地域と人びと、地域と地域を結ぶだけでなく、その地域で働く人・暮らす人・つくる人・使う人を結び、生態系をつくる役割を担っています。

ろまんちっく村は、栃木の農作物の物流における起点とも言えます。その機能や役割は多様で、さまざまな顔を持ちます。年間に146万人ものお客さんが訪れ、取引する地元農家の数は300軒に及び、施設内の直売所には2,000種類もの農作物が並び、国内屈指の道の駅です。

誕生したのは、今から約10年前の2008年。敷地内には、直売所だけでなく、レストランや醸造所、温泉、宿泊施設、温室植物園、クラインガルテンなど、さまざまな施設があります。来場者は、「野菜を買う」という行為だけではなく、地元の魅力を体感するテーマパークのような「楽しさ」を求めています。

ファーマーズフォレスト社は、ろまんちっく村の運営以外にも、地域商社として、持続可能な地域活性化に必要な「入口」と「出口」、主に「出口」の戦略を事業化することで、地域の重要な役割を担っています。アンテナショップの運営だけでなく地域の資産である農作物を「中規模流通」に乗せて、東京など近隣の消費地に展開しています。中規模流通の核となる倉庫兼プラットフォームという裏の顔もあるのです。

## 系統でも直売でもない新たな流通

中規模流通とは、農協や地方市場を活用した大規模流通（系統販売）でもなく、生産者が直接野菜を販売する直接販売でもない、独自の流通網で地域同士をつなぐ農作物流通の新たな形態です。

農業経営における「入口」である「生産」に関しては、国を中心にさまざまな支援がされていますが、ファーマーズフォレスト社によって直売所 & 中規模流通という「出口」が整備されたことによって、ろまんちっく

村に登録する農家は飛躍的に売上が伸びたといえます。

これは単純に「販路拡大」というマーケティングの観点だけで起きた農業経営の変化ではありません。大事なのは、「消費者との精神的な距離が近づいた」という点にあります。

これまで主要な流通形態であった「大規模流通」の弊害として、生産と消費が分離してしまったことが挙げられます。しかし地域の中で生産した野菜の流通を、地域の魅力を伝える地域商社に任せることで、まさに地域の魅力のひとつとして、野菜は消費者のもとに届けられます。生産者としてその「誇り」は「働く誇り」となり、より一層の情熱を、農業経営に注ぐことにつながっていきます。

また、消費者からすると、物理的に生産者の顔が見えなかったことで、商品の責任は「売り手」となり、クレームは売り手に集められるばかりでしたが、地域商社としてクレームも生産者に棚卸しすることができるので、生産者の意識改善や技術改善につながっています。

## 地域活性化の鍵を握る地域商社

ファーマーズフォレスト社は、沖縄県うるま市に、「うるマルシェ」という産直複合施設をオープンしました。栃木県では冬の期間は農作物の出荷量が非常に少なくなってしまうますが、沖縄県は夏の猛暑の期間は出荷量が少なく、冬の時期は安定して出荷できるので、産地リレーの観点から、双方にメリットがあります。

このうるマルシェの運営が表すように、これからの時代の農作物流通は、これまでのように産地から都市圏への一極集中、一方通行なものではなく、産地と産地、地域と地域をつなぐような中規模流通が主流となるでしょう。そのプラットフォームの中核を担う地域商社が、地域活性化の鍵を握ります。

ファーマーズフォレスト社は、「農」を起点に地域をつないでいますが、例えば大谷石の採掘場跡地を活用してツーリズム事業を行なうなど、「地域資産を活かす」という視点で事業を展開しています。

個人や会社の資産だけでなく、地域の資産へと視座を上げる。農業は特に、地域の成長との相関が高い仕事です。視座を上げれば、農業経営者が、地域商社の役割を担うことができる可能性を秘めています。