

6次産業化に取り組む生産者・事業者

地域資源を活かした6次産業化経営

大分県 有限会社ゆふいんフローラハウス

1 経営の概要

- | | | | |
|-------|-------------------------------|------|-------|
| 設立 | 平成10年1月23日 | 経営形態 | 3戸1法人 |
| 代表 | 安藤正子 氏 | | |
| 役員 | 4名（男性1名、女性3名） | | |
| 従事者 | 1名（男性） パート2名（女性） | | |
| 従事者数計 | 7名 | | |
| 資本金 | 400万円 | | |
| 生産品目 | 洋ラン、軟弱野菜類、
加工品（ドレッシング、調味料） | | |
- 加工品の生産量：玉ねぎドレッシング・玉ねぎ酢 5,000本／年
 - その他経営内容：農家民宿・機織り等農家体験・土産物売店・カフェ・エステ
 - 経営規模：温泉熱利用ハウス1,650m²、敷地面積約2,000坪、そのほか山林、茶園40a
 - お話を伺った方：安藤茂信会長・安藤正子社長ご夫妻、清水聡二さん（安藤ご夫妻の長女のご主人（経営後継者））



（左から）茂信会長、清水氏、正子社長

2 創業から現在までのヒストリー

(1) フローラハウスを始めたきっかけ

安藤正子社長は、結婚して2年後、知人からもらった1鉢の洋ランがきっかけで、洋ラン栽培を始めた。平成10年1月には有限会社ゆふいんフローラハウスを設立した。茂信会長は林業関係の行政職に勤めていたが、平成11年秋の退職を機にこれまで続けてきた花づくり等の農業部門と新たに湯布院という観光地を活かした農家民宿

を開始した。現在は顧客との交流を通じた商品販売やサービスを提供している。

正子社長は以前から「農家はただものを作るだけで、系統販売するというピラミッド型のやり方に抵抗を感じていた」という。「農業とは何なのか」、「なぜ農業をするのか」、「自分達が生きていく中で農業のことをどう捉えているのか」、「規模は小さくても農業で生きていくためにはどうしたらいいのか」と自問自答していく中で、様々な場所で勉強する機会が増え、そこで辿り着いた答えは「小さくても農業が活かされるように」することであった。この考えが現在のフローラハウスの根底にある。

(2) フローラハウスの事業

所有農地は約70a（水田5a、畑65a）であり、田んぼは自作地だった畑の売却と会長の退職金で購入した。ハウスは各500坪の連棟型が3棟あり、今後ビニールハウスを増設する予定である。茂信会長は「湯布院は観光地という恵まれた環境である一方、農地であっても資産価値が高く、広い面積を所有することが難しく、相続税も高い。次女の嫁ぎ先は農地10haと山林20haを所有する大規模専業農家で、フローラハウスの田んぼはそこに全作業委託し、できた米は一部湯布院の旅館に卸している。」という。

フローラハウスでは、敷地内にある源泉温度70℃～80℃の温泉熱をハウス暖房として利用し、胡蝶蘭やシンビジウムなどの洋ランを栽培している。洋ランの栽培管理は主に正子社長と売店も兼務する従業員1名で行い、販売は民宿に訪れたお客の注文のみ対応している。

現在フローラハウスで力を入れている作物は無農薬栽培での15種類のリーフ類である。リーフ類の導入は3年前、県の花弁センターの紹介で思い立った。正子社長は「ハウスや洋ラン栽培に使っていた架台や資材は再利用できたので、ベビーリーフへの切り替えはし易かった。しかし、栽培技術が身に付くまで営農指導員や農業経営者の仲間に教えてもらいながら試行錯誤した。」と語る。

リーフ類の主な顧客は湯布院の高級老舗旅館2軒やホテル、レストランである。各ホテルには、清水氏がサラダ用としての色合いや味の希望を聞き、15種類のリーフをバランスよく混ぜて収穫し配達している。町内の旅館やレストランの料理人は、直接リーフ類を朝採りにやって来る。旅館やレストランは同じ町内にあるため、関係は密で距離も近く、どのリーフをどれだけ配合するか

よって変わる色合いや味の組み合わせ等きめ細かく対応することができる。

清水氏の話によると、「市場単価だと20～30gで30～50円だが、ここでは45g/200円でも顧客が付いている。一番多い時で一日14,000～15,000円（約70パック/50g）になる。」という。

リーフ類の栽培は、温泉を利用した水耕栽培を行っている。正子社長は「以前0-157対策として50～60℃の温水中でサラダの野菜を洗って食べるという内容のテレビ番組をヒントに、温泉水を試用したら葉がパリッとして美味しくなり、温泉の温度と成分による殺菌効果でベビーリーフは日持ちするようになった。」という。リーフ類の他には、地元の旅館やレストランからの依頼でハーブ類を作っている。リーフ類の播種は正子社長、育成と収穫、販売や配達も清水氏が担当する。正子社長は「今後は温泉水をもっと利用し、クレソン等も水耕栽培でやりたい。これらは少ない労働力で労働時間も短く、温室や資材は花で使っていたものを利用できるし、温泉水を活かすこともでき、今後ハウスの増設も検討しており、力を入れていきたい。」と考えている。



ベビーリーフを収穫する清水氏

3 6次化部門の内容

(1) 加工・販売について

フローラハウスの加工・販売は、湯布院で売れ残っていた玉ねぎをドレッシング用に加工品にしたのがきっかけである。現在では、高級老舗旅館等でも蒸し野菜用ソースとして使っている。他には玉ねぎを使った「玉ねぎ酢」も作っている。玉ねぎは町内の生産者から通常の買取価格60円/キロより高く150円/キロで購入し、加工は加工業者に委託している。味付けのレシピは自社考案したもので、外には出さない。加工品の販売はフローラハウスの売店のみ。正子社長は、「以前はこのドレッシ



玉ねぎドレッシングと玉ねぎ酢

ングを土産物屋で売っていたが、中々店頭に並べてくれず売れ残ってしまい、期限切れで戻されたこともあった。同業者に真似され類似品を出されたこともあったが、レシピを外に出さなかったことと湯布院の玉ねぎ使用による自社特有の味のおかげで、今まで続けることができた。売店でのみの販売で、お客は減ってしまうと心配したが、旅館の食事で知った宿泊客が、この味を気に入りフローラハウスまで買いに来てくれる等口コミで客はついていく。小売店で販売すると、フローラハウスの加工品は800～1,000円と普通のドレッシングより割高になる。店内で直接販売にすることで販売価格を抑えることができる。」という。

他方、フローラハウスは、土産用にはビン詰め、業務用には回転が速いので1.5ℓのペットボトルにする。ラベルにはデザイン関係の勉強をしている地元の学生に頼み、自分達の身近で出来る最大限の工夫を常に考えている。

(2) 民宿について

民宿を始めた当時はグリーンツーリズムや農家民宿に取り組む農業者は少なく、政策的な支援もなかったため、旅館業法（消防法、食品衛生法等）に則って設備を揃えた。以後農家民宿の普及は進み、旅館業法が一部免除される特区が設けられる等、支援体制は整備された。

湯布院での農家民宿は比較的以前から注目されている。6次産業化を提唱する有識者が視察に訪れた際、その取組を称賛していたこともある。しかし、当時の農家民宿は跡形もない。それは普通の農家の生活スタイルを強調しすぎたため、一般客には馴染めなかった経緯がある。正子社長は、「民宿にも経営者意識（おもてなし）が必要であり、普通の農家そのものの生活を単純に客に提供することが良いという訳ではない。農産物を生産しつつ、お客を泊めることは相当な労力が必要だが、民宿も旅館に敵うくらいのノウハウをもってやらないと続けない」と思っている。フローラハウスの宿泊客には長期

大分県 有限会社ゆふいんフローラハウス



談話室を兼ねた民宿の食堂



売店と押し花・機織り体験工房



機織り工房（売店1F）



アロマテラピーエステ（売店2F）

滞在の人も多く、昼食や夕食は共同炊事場を利用できるなど自由で、朝食だけを用意している。また、宿泊と組み合わせた機織りや、押し花づくりなどの体験ができる。長女が取得したアロマテラピーを活かしたエステも楽しめる。

最近の宿泊客には中国や韓国からの旅行者も増えている。一方、正子社長は「宿泊を経営のメインと考えていたものの、当初考えていたほどの柱にはなっていない。どうやってお客を取り込んでいくかがこれから勝負になっていく。」と考える。

(3) 農業者が6次産業化に取り組むことについて

6次産業化について、正子社長は農業が置かれている環境や現状をしっかりと把握した上で取り組むべきであると考えている。「生産計画や販路確保等の戦略をしっかり持った人でないと、生半可な取り組み方ではうまくいかない。相当の知恵と労力がないと出来ない。他方で、生産者と食品加工業者等他産業と連携し6次産業化支援制度を受け、新商品を開発するケースは多い。しかし、実際には加工業者は生産者からアイデアを得て、独自で商品化し販売利益を独占することが多く見られる。また、商品が売れ残ると在庫は生産者側が抱えることになる。」と指摘する。生産者は原材料供給に徹し、原材料を高く売ることが確実なやり方で、農家が一から加工しても、既存の大手加工業者には太刀打ちできない。生産者にとって一番良いのは原材料を適正価格で買ってくれることであり、加工食品は委託した方がリスクも減り容易にできる。自社で設備を全て揃えることのメリットは大きいですが、消費者に必要とされるヒット商品を作り続けることは難しい。

こうした中で、大手では出来ない6次産業化推進のポイントは、地域内で連携する仕組みにすることだと考えている。「農産物を地域の特性と結びつけ、いかに付加価値を付けるか。例えば、最近では農産物の成分分析で産地が分かる。食材を地産地消できる仕組みを作れば信頼度の面で大きな強みとなる。そこでは雇用も生まれ利益が分配されていく。地域の信頼関係の中で自分たちの特色をどう出していくかが、今後のカギになる。」と茂信会長は語る。

湯布院は古くからの観光地である。若者や外部から来る人も多く、芸術等色々な情報源が豊富にある。彼らとの交流の中から新たな発見が生まれる可能性もある。最近旅館では、宿泊者の健康志向を汲んで、地元で採れた生鮮野菜を中心としたメニューで食事を提供するところが多く、その原料は町内の生産者が供給することが多い。茂信会長は「もし生産者が加工等の6次産業を手掛ける

のであれば、自分たちが生産した地元の食材を、地元の加工業者等に加工してもらい、販売も地元で行うことが望ましい形ではないか。」と考える。

4 今後の展開と支援施策への希望

今後の展開について、フローラハウスではドレッシングや酢以外に新しく加工品を開発することはあまり考えていない。生産部門は原料生産に徹し、湯布院という地の利を活かして、旅館やレストラン、加工業者等には適正な価格で買い取ってもらい、地域内で利益を還元できるコラボレーションが良いと考えている。

実際、旅館からはバジルソースのためのバジルやハーブティーのハーブ類の栽培依頼を受けている。また、ベビーリーフを主体にしたテイクアウト出来るサンドウィッチを作り、レストラン等に置いてもらうやり方も考えている。正子社長は「絶対皆が欲しいと思う物さえ作れば、加工しなくてもここの農家は生き残れる。加工業者に作ってもらう形で農家が加工品を作る場合は、契約時に連携する業者とは必ず対等な立場になるように注意しなければいけない。」という。

他方、生産面で大きな問題となることは、燃料代をはじめとした生産費の高騰である。大分は温泉が豊富なので、温泉熱や地熱などの自然エネルギーを活用した生産ができる。別府では洋ラン栽培のハウスに地熱を利用したタービン発電の設備を設置して生産に必要な電力をまかなっている例がある。この取組みには地元銀行が融資ファンドを作り支援している。

「現在の農業は作物を作る土地や技術力はあるが、資金力、燃料は少ない。生産部門では出来る限り低コストに抑えていくことが、農業を続けていく上で非常に大切である。燃料に代わる自然エネルギー（地熱、太陽光発電等）を生産に活用できる技術力や、低コストに生産できる方法を援助してくれる支援制度や他産業のパートナーがいると助かる。」と茂信会長らは語る。

5 食Pro.段位取得の可能性

フローラハウスは、温泉熱を利用した洋ランやベビーリーフ等軟弱野菜類の栽培、湯布院産玉ねぎを使ったドレッシング等加工品の販売、そして農家民宿といった「地域ブランド」や「温泉」という地域資源を最大限に利活用し、地域限定のモノやサービスを農業者の立場から消費者へ提供している。

正子社長はこれまで6次産業化によって活路を見出そうと頑張っていた農業者の仲間達が辞めていくケースを

散見してきた経緯がある。こうした中で、フローラハウスの加工販売部門は地域限定の販売方法で継続している。

農業者が加工・販売まで手掛けることについて、正子社長は「農業を理解した6次産業化の精通者が、マーケティングや商品デザイン、販路開拓、リスク分析等を支援してくれることが、消費者に選ばれる強い商品を作り出すことに繋がる。また、売れた商品の利益を生産者に還元する仕組みを作らなければならない。農業を理解しない人と手を組み、彼らが農業者の足元につけ込む場合もある。原料生産する人、加工する人、販売する人が信頼関係を築いた上で6次産業化に携われるような支援があれば、全ての人がWIN-WINの関係になれる。」と考える。

フローラハウスでは、早くから加工や民宿などの6次産業化に取り組んできたので、現段階で自身の食プロ段位の取得についてはあまり考えられないが、一方で、小売や流通、コンサルタント等様々な立場の違う人達が段位を取得し、より生産現場や農業への理解を深め、支援者となってくれること、農業者が6次産業化に取り組む時のアドバイザー選びや講師採用という点でわかりやすい判断材料になること、また、これからの農業を担う若い人材が各々の経営や仕事に活かせること等、頑張る農業者の支援にこの制度が繋がってくれることに強く期待する。今後、この制度の認知度の高まりなどの動向を注意深く見ていきたい、とのことだ。