

物部地区の食品加工グループの 共同化の方向

1120304 古和 英之
1120308 仙頭 愛里

高知工科大学 工学部 社会システム工学科

香美市物部地区の食品加工グループは、生産から加工・販売までを一体化し、6次産業化を目指した活動を始めた。そこで、本研究はワークショップを通じて、「各団体の問題、課題の整理」と「共通問題の解決、共同化に向けて」の2つを調査し、食品加工グループ活動の共同化(効率性や発信力を高める取り組み)の方向を提案した。

Key Words : ワークショップ、6次産業化、物部地区

1. はじめに

1.1 研究の背景

物部地区では、日本一の柚子玉の産地であることを生かし、柚子を使った加工食品が多く作られている。そういった加工食品を生産・販売している小規模な加工グループが物部地区にはいくつもあり、製造から販売に至るまで各グループがそれぞれ運営を行っている。だが、グループの高齢化も進み、製造販売の効率も悪いなど多く課題を抱えている。

高知県は、産業振興計画の香美市の内容に、「物部のゆずを総合的に売り出す取組」や「香美市ブランドの確立・特産品づくり」が含まれている。

また、農林水産省は平成23年3月に「6次産業化法」を施行し、農林漁業者が今後、農林水産物の生産・加工・販売を一体的に行う場合、農林水産大臣による「総合化事業化計画」等の認定を受けることで、国から補助などが受けられるようになった。

そういった6次産業化へ向けての兆しが高まる中、各加工食品グループが協力し合うことが今後必要になってくる。

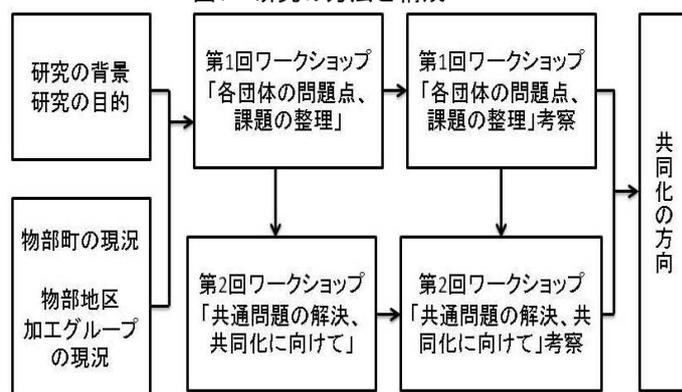
1.2 研究の目的

そこで本研究の目的は、加工グループの人々と全2回のワークショップを通し、小規模加工グループの共同化を進める。

1.3 研究の方法と構成

本研究はまず、背景と目的、物部地区の現況と物部地区の加工グループの現況があり、次に「各団体の問題点、課題の整理」を知るための「強み・弱み」ワークショップを行い、それを基に第2回は「共同化に向けて」ワークショップを行う。

図1 研究の方法と構成



2. 物部地区の概況

2.1 人口

1) 沿革

物部地区の起源は、1185年壇の浦の戦いに敗れた平資盛が、本村奥地に落ちのび、その子孫がこの地方の豪族として栄え、この奥深い谷間の文化がこれらの人々によって開発された。

2) 総人口・男女別人口

国勢調査より物部地区の人口は、昭和30年の11,659人から昭和40年8,779人、昭和50年5,584人、平成2年3,752人、そして平成22年2,255人と著しい減少を示している。

3) 年齢別人口

物部地区高齢化が進み、65歳以上の人口が全体の半数以上を占めており、20~24歳の人口が最も少なくなっている。全国的に進んでいる高齢化が物部地区にも大きく影響していることが分かる。

表1 物部地区加工グループ表

グループ名	人数	年齢層	始めた年	加工品	生産量	原材料調達先	原価	販売価格	販売場所	加工場所
奥ものべを楽しむ会 じじばあんせん会	20名	・59-75歳 (平均年齢60代後半)	2009年	・塩ゆず(ゆずマーマレード)	・大ビン3000個 ・小ビン1500個	県内	50%	・大ビン(110g)500円 ・小ビン(50g)300円	・てんこす ・開犬センター ・瀧河洞 ・龍馬空港 ・バリューかがみの ・その他	旧農協茶葉加工工場を改修して、作業場として使用している。(賃貸)
物部町婦人会	22名 (当初は20名)	・40-77歳 (平均年齢65歳)	2006年	・パウンドケーキ(柚子/カボチャ/プランデー/ショコラ/ジンジャー) ・クッキー	——	国内 (小麦/卵/バター 国産)※ バターは北海道、砂糖は種子島の粗糖	50%	・パウンドケーキ(柚子700円)(カボチャ800円)(ジンジャー1000円)(ショコラ1000円)(プランデー1200円)	・ボンド、エトッティ ・てんこす ・県庁内の生協 ・かつば市 ・菫生の里(美良布)	奥ものべふるさと物産館(賃貸)
小浜グループ	6名 (当初は14-15名)	・52-82歳 (平均年齢70歳)	1982年	・ゆずドリンク(柚子濃縮タイプジース) ・ゆずかりんとう	・ゆずかりんとう200袋 ・ゆずドリンク600本(1升ビンタイプあり)	県内(一部岐阜県)※はちみつは国産のもの	・ゆずドリンク70% ・ゆずかりんとう100%	・ゆずドリンク700円 ・ゆずかりんとう300円	・てんこす ・固定客	小浜直販加工場
べふ峡保勝会	10名 (当初は4-5名)	・59-85歳 (平均年齢70歳)	1956年	・ゆず佃煮 ・ゆず味噌 ・こんにやく ・厚揚げ ・豆腐 ・ゆずふき ・柚子ジャム	——	高知市内から大豆、味噌 柚子は地元	50%	・ゆず佃煮/ゆず味噌/ゆずふき(ビン450円/袋350円) ・柚子ジャム(ビン)350円 ・厚揚げ210円	・バリューかがみの ・香北町 ・移動販売	香美市農業体験実習館
小浜新生クラブ	8名	(平均年齢60歳)	1951年	・茶 ・紅茶(開発中)	・1番茶と4番茶のみの茶摘のみ 200キロ	——	——	450円/100g	・固定客 ・べふ峡温泉販売コーナー	小浜新生クラブ製茶工場

3. ワークショップの実施

3.1 第1回「強み・弱み」ワークショップのプログラム等

1) 第1回のワークショップのプログラム

ワークショップのプログラムは以下の通りである。

2) 第1回ワークショップの様子

第1回ワークショップでは、それぞれの加工グループの強みと弱みを《ひと》《もの》《かね》の視点からワークシートにまとめた。

ワークショップの様子と作成されたワークシートは以下の通りである。

写1.2 ワークショップの様子



表1 第1回ワークショップのプログラム

日時	平成24年1月16日(月) 13:00~16:00
場所	開発センター物部2階
テーマ	加工グループそれぞれの強み・弱みの検討
参加人数	15名(後日同じワークショップをしたグループ含む)
グループ数	6グループ
成果目標	メンバーの交流、情報の共有 強み・弱みの明確化

写3.4 作成されたワークシート

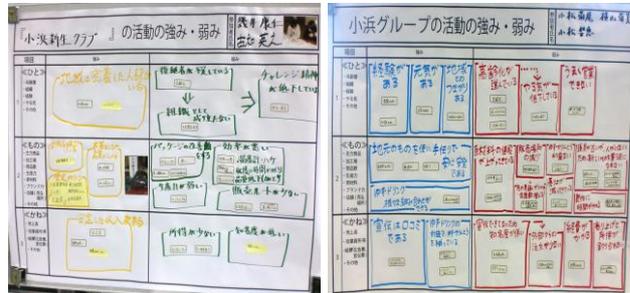


図2 第1回ワークシート

『 』の活動の強み・弱み		参加者は
項目	強み	弱み
1 《ひと》 ・年齢層 ・組織 ・経験 ・やる気 ・その他		
2 《もの》 ・主力商品 ・加工場 ・商品数 ・生産力 ・原材料 ・ブランド力 ・設備(生産場所) ・その他		
3 《かね》 ・売上高 ・従業員待遇 ・経営(広告費、宣伝費) ・その他		

3) 「強み・弱み」ワークショップの結果

全グループのワークショップの結果を、それぞれ強みと弱みでまとめた。弱みは、高齢化や、製造効率が悪い、販売ルートがない、売り上げが少ないことが共通問題としてある。

表2 グループ強みのまとめ

	強み
ひと	経験がある、知識がある(3/5) やる気がある(生きがいである)(2/5) 組織の仲が良い(1/5) 地域のため活性化につなげたいという想いがある(1/5) 地域とのつながりがある(2/5) ボランティア精神を発揮している(2/5)
もの	材料、品質に自信がある(2/5) 原材料は地元のもの(2/5) 手作りである(無添加・無農薬)(4/5) 加工場がある(1/5) 新商品を検討している(2/5) パッケージデザインが良い(1/5)
かね	人件費をかけていないため運営できている(2/5) 宣伝は口コミである(1/5) 経費がかかっていない、固定客がいることで安定した収入がある(1/5) 原価100%の商品は利益がなく、もう一つの商品で補う(1/5)

表3 グループ弱みのまとめ

	弱み
ひと	地域全体の高齢化と若者不足(5/5) 経験不足(2/5) やる気やチャレンジ精神が低下している(1/5)
もの	パッケージに詳しい情報が記載されていない、目立たないデザインである(1/5) 加工場の整備が不足している(2/5) 加工場狭い(1/5) 備品の修繕が必要(2/5) 販売場所が少ない(5/5) 専門の店舗があるが来店客が少ない(1/5) 収穫、製造に手間と時間がかかり、効率が悪い(4/5) 主力商品が少ない(別商品の考察、詰め合わせ箱の開発)(1/5)
かね	売上げが少ない(5/5) 最低賃金を維持できず、雇用できない(時給200-500円)(2/5) 売上げと所得が釣り合わない(1/5) 所得が少ない(4/5) 原価が高い(4/5) 宣伝費がなく宣伝できていないため、知名度が低い(4/5)

4) 強み・弱みの関係矛盾

強みと弱みの関係性のあるものをまとめた。

かねの視点からは、時給が200円のグループもあり、最低賃金が維持できていないという弱みに対して、人件費をかけていないため運営できているということを強みに挙げていたが、これは強みとは言えず矛盾しているようである。

表4 強み・弱みの関係矛盾

	強み	弱み
ひと	経験がある、知識がある(3/5) やる気がある(生きがいである)(2/5)	経験不足(2/5) やる気やチャレンジ精神が低下している(1/5)
もの	材料、品質に自信がある(2/5) パッケージデザインが良い(1/5) 原材料は地元のもの(2/5) 手作りである(無添加・無農薬)(4/5) 加工場がある(1/5)	原価が高い(4/5) パッケージに詳しい情報が記載されていない、目立たないデザインである(1/5) 収穫、製造に手間と時間がかかり、効率が悪い(4/5) 加工場の整備が不足している(2/5)
かね	人件費をかけていないため運営できている(2/5) 原価100%の商品は利益がなく、もう一つの商品で補う(1/5)	加工場狭い(1/5) 最低賃金を維持できず、雇用できない(時給200-500円)(2/5) 売上げと所得が釣り合わない(1/5)

3.2 第2回 加工グループの「共同化に向けて」ワークショップのプログラム等

1) 第2回のワークショップのプログラム

ワークショップのプログラムは以下の通りである。

表5 第2回 ワークショップのプログラム

日時	平成24年1月25日(水) 13:00~16:20
場所	開発センター物部2階
テーマ	加工グループ共同化に向けて
参加人数	17名
グループ数	4グループ
成果目標	メンバーの交流、情報の共有 期待の共同化

今回のワークショップは、加工グループ毎に班を分けるのではなく、様々な加工グループで成り立つ混成チームを作った上で行った。これは、各加工グループメンバー同士の交流や刺激のし合い、他の加工グループメンバーから、観点の違う意見を出してもらえると狙いがある。

2) ワークシートの記入説明

まず、以下の表の中から共同化すべきものにおいて、来年度できそうなものと将来やるべきものの順位を挙げる。グループ内で意見が出た場合、新しく項目を付け足す。

次に、右側のワークシートに《ひと》《もの》《かね》の視点から、各グループに設定されたテーマについて課題と対応を話し合う。

表6 共同化すべきもの

生産面	加工場の共同化
	加工設備の共同化
	商品開発の共同化
	パッケージデザインの共同化
販売面	贈答品(お歳暮等)の共同化
	販売場所等への輸送の共同化
	販売店舗の共同化
	通信販売の共同化
	ホームページの共同化
その他	宣伝の共同化
	人材(雇用)の共同化 会計等の事務の共同化

図3 第2回ワークシート

共同化に向けて		山形県 山形市 山形県立中央図書館
共同化するべきものの順位		「加工場」の共同化の課題とその対応(解決策)
来年度できそうなもの	1 2 3	
(気になること、不安なことなど)		
将来やるべきもの	1 2 3	
(気になること、不安なことなど)		

ワークショップの様子と作成されたワークシートは以下の通りである。

写5.6 ワークショップの様子



写7.8 作成されたワークシート



4) 「共同化に向けて」のワークショップの結果

①来年度できそうなもの

1班は宣伝の共同化と贈答品の共同化を上位に挙げ、贈答品に関して気になることとして、賞味期限が異なることや手作業なので数を対応できないということを挙げた。

2班は宣伝の共同化を1位に挙げ、それに関して、どのような宣伝を行うのか、宣伝のための資金はどう集めるのか、などの意見を挙げた。

3班は贈答品の共同化等ほかの班と同じ意見もあったが、人材育成の共同化を1位にした。気になることにも雇用があれば若い人にも来てもらえるという意見が出た。

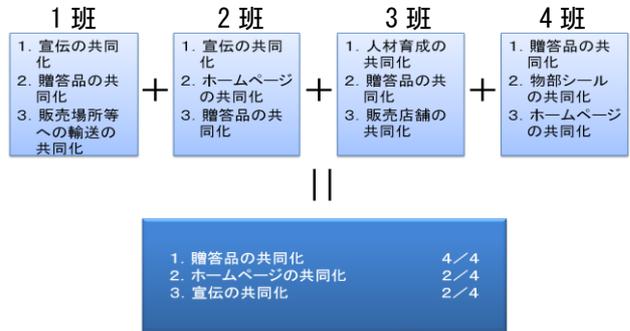
4班は項目にはなかった物部シールの共同化を2位に挙げた。物部シールを導入すれば、一目でその商品が物部地区の商品だということが分かるためである。

表7 来年度できそうな共同化

	来年度できそうな共同化	気になること、不安なことなど
1班	1位 宣伝の共同化	・手作業なので数が多いと対応しきれない ・個々の商品の賞味期限が異なる。
	2位 贈答品の共同化	
	3位 販売場所等への輸送の共同化	
2班	1位 宣伝の共同化	・誰がリーダーとなって行うのか ・どのような宣伝を行うのか ・宣伝のためのお金をどのように集めるのか
	2位 ホームページの共同化	
	3位 贈答品の共同化	
3班	1位 人材育成の共同化	・販売する所があるのか ・物部町以外でも販売可能かどうか ・若い人がいないということ(雇用あれば…)
	2位 贈答品の共同化	
	3位 販売店舗の共同化	
4班	1位 贈答品の共同化	・資金面
	2位 物部シールの共同化	
	3位 ホームページの共同化	

以上の結果として、全グループの来年度できそうなものの1~3位に贈答品の共同化が入っており、全グループにおいて、贈答品の共同化は重要視されていることが分かった。また、その際に物部シールを作ることや、誰がリーダーになってやるのかという意見も出た。資金面を気にするグループも多かった。

図4 来年度できそうな共同化



②将来やるべきものの共同化

1班はホームページの共同化を1位に挙げ、作成に費用がかかるという気になる点を挙げた。

2班は加工場の共同化を1位に挙げ、気になる点として、場所があるのか、支援はあるのか等の意見が出た。

3班はインターネットの共同化を1位に挙げ、気になる点として、インターネット販売をしても対応できる人がいるのかという意見が出た。そのためにも3班は、来年度やるべき共同化の1位に人材育成の共同化を挙げている。

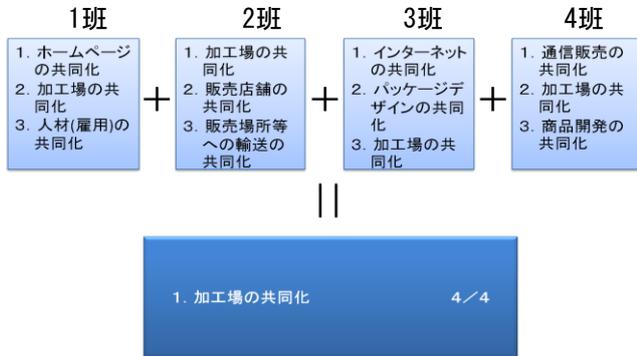
4班は通信販売の共同化と加工場の共同化を上位に挙げている。

表8 将来やるべき共同化

	将来やるべき共同化	気になること、不安なことなど
1班	1位 ホームページの共同化	・ホームページ作成に費用がかかる ・高齢化 ・加工場には駐車場が必要 ・役割分担(人手不足)
	2位 加工場の共同化	
	3位 人材(雇用)の共同化	
2班	1位 加工場の共同化	・加工場を作るための場所があるのか ・行政の支援(資金)があるのか
	2位 販売店舗の共同化	
	3位 販売場所等への輸送の共同化	
3班	1位 インターネットの共同化	・インターネット販売をして対応できる人がいるのか ・お客さんのニーズが大事になっている
	2位 パッケージデザインの共同化	
	3位 加工場の共同化	
4班	1位 通信販売の共同化	・資金面
	2位 加工場の共同化	
	3位 商品開発の共同化	

以上の結果として、将来やるべきものでは、全グループの順位に加工場の共同化が入っていた。しかし、それ以外では、各々の班で共通しているものはなく、将来のビジョンが立っていないということがわかる。

図5 将来やるべきものの共同化



③共同化の課題とその対応について

1班は販売場所等への輸送の共同化、2班は加工場の共同化、3班は商品開発の共同化、4班は贈答品の共同化のそれぞれ課題と対応を話し合った。

1班「販売場所等への輸送」の共同化は、配達してくれる人、営業もできる人が必要であるという課題の対応に、仕事の合間に配達、パンフレットを作成するという案が出た。また必要になる共同の窓口を別府峡温泉にしてみてもどうかという意見も出た。

2班「加工場」の共同化のものの視点からは、場所の選定や設備面、広さを確保できるのか等の課題が出た。それに対し、新規で建てるか、大栃高校を使うという案が出た。

3班「商品開発」の共同化のひとの視点からは、みんなの意識が共有できるかどうか重要であり、目的意識を一つにすることが大切という意見が出た。また商品開発する際にも外の目、若い人の目でニーズをつかむことが大切であるという意見が出た。

4班「贈答品」の共同化は、実行(作業)する人はセンスのある人、女性が適しているという意見や、贈答品を保存する場所がないので空き家を利用するという意見などが出た。

表9 1班 「販売場所等への輸送」の共同化と対応

項目	課題	対応
1 <<ひと>>	・配達してくれる人が必要 ・営業もできる人が必要 ・共同の窓口を何処に置くか	・仕事の合間に配達、パンフレットを作成 ・別府峡温泉を共同窓口にする ・雇用創造協会が観光を引き継げば可能?
2 <<もの>>	・配達車両が必要	・補助金を利用して車両を購入する
	・配達日が不定期、配達日に商品がそろるか	・販売先のリストを作り、配達日、集荷のルートを決める
3 <<かね>>	・人件費が必要 ・車両の維持費と更新費がある	・売上から維持費、更新費を出す

表10 2班 「加工場」の共同化の課題と対応

項目	課題	対応
1 <<ひと>>	・リーダーとなる人、営業できる人、組織力のある人が必要 ・高齢化 ・受け継ぐ若者が育っていない	・工場長のスカウト ・勉強会を開く ・研修をする ・先進地視察 ・若者を育てる ・大学生の力を借りる ・商品開発 ・新しい考え方を期待
2 <<もの>>	・場所の選定 ・加工設備が整っていない ・調理場が狭い ・広いスペースを確保できるのか	・新規で建てる ・大栃高校を使う
3 <<かね>>	・費用(建設費用がない)	・支援をしてもらう

表11 3班 「商品開発」の共同化の課題と対応

項目	課題	対応
1 <<ひと>>	・リーダーがない ・意識が共有できず共同でやるのは難しい ・高齢化である	・外部から呼ぶ →物部に興味を持ってもらう ・目的意識を一つにする 自分のできることを探す ・意識の向上が必要 ・目的を探す ・アンテナをはる ・生きがいがあれば、やる気が出る
2 <<もの>>	・材料費が高い ・売りが難しい	・原価おさえる →余っているもので商品を作る →現代の食生活にあったものづくり ・納得のいく価格設定にする ・パッケージを工夫する 一情報収集が必要
3 <<かね>>	・資金の集め方 ・経費がかかる	・共同化(法人化)できれば融資がうけやすくなる ・出資金をつる

表12 4班 「贈答品」の共同化の課題と対応

項目	課題	対応
1 <<ひと>>	・リーダーが必要 (内部の人で、核になる人、まとめ人、変わり者) ・実行(作業)する人が必要 (センスのある人、女性が必要)	・ファンを作る →宣伝力が必要である ・知名度 ・キャッチコピー ・イメージづくり ・魅力の有無
2 <<もの>>	場所が無い ・保管場所 ・作業場	・空き家を使用する
3 <<かね>>	・費用がかかる	集金する ・支援者から寄付 ・グループで出資する
	・値段の設定をしなければならない	

5) 「共同化に向けて」ワークショップのまとめ

共同化に向けて、それぞれ共同化の種類は違うが、<<ひと>>の視点から見た意見の中で、リーダーが必要だという意見が多く出た。実際どういった人がリーダーに向いているかは、組織力のある人、まとめられる人なのは共通している。一方で内部の人が良いという意見と、外部から呼ぶという違う意見もあった。

4. 物部地区加工グループの共同化の方向とその課題

4.1 強み・弱みを明確化する

1) ワークショップの成果

第1回ワークショップでは、各加工グループの強みと弱みを知ることで、各グループの良さや、逆に問題点も具体的にわかった。また加工グループの方々も、自分のグループ以外の状況を知ることや、他のグループの考えや思いなども知る機会ができたと思う。

2) ワークショップの感想

ワークショップの最初に、各加工グループの紹介(商品の紹介や原価率等)をしているとそのグループ以外の人たちが興味を持って聞いてくれているのがわかった。また、人件費を削って時給200円でなんとか運営しているグループや、最低賃金を維持できていないグループが何組かあることがわかった。せっかく良い商品をもっとたくさんのお客さんに知ってもらい、売り上げにもつなげる組織にすることが必要だと思った。

4.2 実際に共同化の可能性のあるもの

1) 来年度できそうな共同化

第2回ワークショップにより、来年度できそうな共同化の中で圧倒的に多かったのは「贈答品の共同化」、また、4グループ中2グループが挙げたのが「ホームページの共同化」と「宣伝の共同化」である。

この3つの共同化それぞれを実際にやるとした時の注意すべき点を挙げる。

①贈答品の共同化

- ・生ものと保存がきくものは一緒にできない
- ・梱包はどうするのか
- ・生産は間に合うのか
- ・保存場所はどうするのか
- ・商品の値段が高いと、贈答品自体が高価になる
- ・斬新さはあるが、万人受けするかどうか
- ・個々の商品の賞味期限が違う
- ・贈答品はお得に見えるものでなければならない

②ホームページの共同化

- ・誰が、何処で、どの様に管理するか
- ・宣伝しなければ、閲覧者が増えない
- ・パソコンの知識がある人で、かつ商品を知り尽くしている人ではないと運営できない

③宣伝の共同化

- ・パンフレットは手書きならば、費用はかからない
- ・宣伝はどの様に行うか
- ・宣伝費用はどのように集めるか

2) 将来やるべき共同化

第2回ワークショップより、将来やるべき共同化

で全グループ挙げた「加工場の共同化」も同様に、実際にやるとした時の注意すべき点を挙げる。

①加工場の共同化

- ・加工場の場所はどこにするのか
- ・グループによって使用頻度の違う、共有している設備の維持費はどうするのか
- ・各グループ違う機械を使うので広いスペースが必要になる
- ・管理者はどうするのか

3) 贈答品の提案

全グループの来年度できそうなものの1~3位に贈答品の共同化が入っており、贈答品の共同化は、実現しようと思えば、早期に実現できるものでもある。そこで、実際に贈答品を作る場合、組み合わせや価格等をどうするのか、新商品が必要なのか等を考えた。

①組み合わせ

組み合わせ例として、紅茶とパウンドケーキ、紅茶とゆずマーマレード、紅茶と緑茶など、開発中の紅茶があると様々な組み合わせができる。その他、ゆずドリンク、茶、焼酎、ゆず佃煮等を合わせて、物部ふるさと便などにもできる。

②価格

・2000円(紅茶とケーキセット)

紅茶 450円 + パウンドケーキ 1200円 + 箱代とすれば、2000円以内でできる。紅茶とパウンドケーキで2000円はやや高めなので高級感のあるパッケージにするなど工夫する。

・3000円(ゆずづくしセット)

ゆずマーマレード 500円 + ゆず佃煮・ゆずみそ・ゆずふき(450円×3) + ゆずドリンク 700円 + ゆずかりんとう 300円の6点で2850円の箱代込で3000円の贈答品にする。

・5000円(物部満喫セット)

上の3000円の贈答品に、現在開発中の銀杏の焼酎などのお酒も加え5000円の価値になるようなセットにする。

③物部シールを作る

商品のパッケージを変えるのは在庫等もあり大変だが、今ある商品に「物部シール」を貼り、統一感を持たせる。

参考文献

- ・高知6次産業化サポートセンター「応援します！農林漁業者の6次産業化」
- ・高知県庁,平成21年度,産業振興計画
- ・統計資料編 香美市市勢要覧,2009年11月発行