

サツマイモの生産から加工品まで体験できる なめがたファーマーズヴィレッジ

JAなめがた 代表理事専務 **たな や 棚谷 保男**

白ハト食品工業(株) 代表取締役社長 **なが お しゅんいち 永尾 俊一**

2015年10月30日に、サツマイモ主役の体験型巨大テーマパーク「なめがたファーマーズヴィレッジ」(以下「ヴィレッジ」という。)が、茨城県の行方市にオープンした(図1)。

1. ヴィレッジを運営する(株)なめがたしろはとファーム

このヴィレッジは、総事業費50億円を投

じて整備された。その運営は、JAなめがたと農家、(株)白ハトファームが3億円を出資して設立した農業生産法人の(株)なめがたしろはとファームが担っている。この運営主体の構成員であるJAなめがたと白ハト食品工業(株)について、サツマイモ関連事業を中心に概説しておこう。

(1) JAなめがた

JAなめがたが取り扱う野菜は、サツマ



図1 なめがたファーマーズヴィレッジのマップ

イモ、レンコン、イチゴ、水菜、チンゲンサイ、トマト、大葉、エシヤレット、ジャガイモ、ハーブ類、春菊、セリ、キュウリ、わさび菜、ネギ類、ゴボウなどと多彩である。野菜総販売額108億円のうち、サツマイモが約32億円で、畑地面積の約4割を占めている。JAなめがた甘藷部会の会員数は286名、栽培面積710haであり、サツマイモの農協共販率は約70%である。

JAなめがたにおける産地再編の流れをみると、かつての個別販売から集落別販売、一元集荷の一元販売と推移し、水菜などでは実需者との連携による商品開発が進み、サツマイモでは約10年前から食品企業と連携した商品開発に取り組んできた。今後は一元管理の多元販売を目指すこととなる。

サツマイモの販売に取り組んだのは昭和52年からで、生産者35名、販売額約300万円からのスタートであった。焼きいもに適した「べにまさり」を導入し、全国に先駆けスーパー店舗内での焼きいも販売を開始した効果もあって、平成10年には販売額は10億円台に達した。平成11～17年には軟腐病が大発生し、販売は一時停滞した。しか

し、平成18年からキュアリング貯蔵庫を拡充整備したことなどによって安定出荷が可能となり販売額は上昇し、平成22年には20億円台に達した。その矢先に、平成23年の東日本大震災による風評被害の影響で販売額が一時減少した。平成25年から良食味の「べにはるか」の導入・普及と関西への本格的な販路拡大戦略によって販売額は急増した。

特に、平成15年からスーパー50店舗で、焼きいもを核としたサツマイモ販売戦略をスタートさせた。その戦略の一環として、美味しく焼くために品種、時期、大きさ、焼き位置毎に、焼き温度、焼き時間などを示した“焼きいもマニュアル”を作り、各店舗などに配布した。また、いつ食べても美味しい焼きいもを提供するために、「べにはるか」、「べにまさり」、「ベニアズマ」の3品種によるリレー出荷によって周年供給体制を確立していった。

一方、夏場でも焼きいも需要を創出するために、スーパーでの冷やし焼きいもづくりにも取り組んでおり、徐々に売れ出している（図2、図3）。

JAなめがたでは、全国47都道府県のうち39都道府県にサツマイモを中心とする農



図2 夏場の需要拡大を目指したスーパーでの冷やし焼きいもづくり



図3 冷蔵棚に陳列された冷やし焼きいも

産物を販売している。取引のない県は、富山、石川、福井、奈良、山口、佐賀、大分、熊本の8県を残すのみである。サツマイモの購入にみられる地域の特徴は、北海道では大きいいも、関東では長いいも、大阪では丸いいもがそれぞれ好まれよく売れている。

(2) 白ハト食品工業(株)

白ハト食品工業(大阪府守口市)は、昭和22年に大阪で、アイスクリームを販売する「らぼっぼ」の店からスタートした。現在、東京・銀座三越のチャイモンのほか、イオン、イトーヨーカ堂、セブン-イレブンなどの100店舗で、大学いも、総菜などを販売している。最近ではくら寿司、生活協同組合などでも大学いもを取り扱っていただいている。その結果、全国の大学いも販売シェアは約80%を占める。

良い商品を製造するためには、品質に優

れた原料サツマイモの確保が不可欠である。当社では毎年サツマイモを8,000t確保し、加工に供している。このうち2,500tを茨城、千葉の両県から調達している。2,500tのうち1,500tはJAなめがたからの供給である。この原料サツマイモを、茨城県行方市、兵庫県神戸市、宮崎県都城市の3工場で製品加工して、全国販売を展開している。

当社では、安全安心な良品質なサツマイモ製品を、安定的に供給していくことが最も重要と考えている。その一環として、行方市に3番目の加工工場などを建設した。こうしてサツマイモを核とし、6次産業化の全てが見て、体験してわかるワンストップ型のヴィレッジを開村するに至った。また、このヴィレッジ構想には、若い女性や子供たちに農業や食品産業の魅力ある姿を実際に見せて、将来、農業参入して欲しいという願いも込められている。



図4 体験型農業のテーマパークなめがたファーマーズヴィレッジの誕生



図5 なめがたファーマーズヴィレッジの施設概要

2. ヴィレッジ創業のきっかけと理念

この大プロジェクト実現のきっかけは、全国の農業地域に共通する少子高齢化、農業後継者不足や東日本大震災の風評被害だった。また、JAなめがたでは農業従事者を確保し農家所得の向上のためにもサツマイモ加工部門の強化が、白ハト食品工業(株)も原料サツマイモの安定確保が、それぞれ喫緊の課題であった。

具体的な戦略では、従来の農業6次産業化に観光、教育、IT農業、地域貢献、子育て、交流の6要素を新たに加えて、12次産業化を目指す壮大な構想である。このヴィレッジの創業理念は、「日本の農業をステキにしよう！」である。食と農業の未来を、「見る」、「食べる」、「育てる」ことによって繋いでいくというものだ。

3. ヴィレッジの全体構想と実践

ヴィレッジの事業主体であるJAなめがたと白ハト食品工業(株)は、廃校となった



図6 新設したキュアリング定温貯蔵庫・なめがたファーマーズヴィレッジ

旧大和第三小学校の跡地や耕作放棄畑などの約50万㎡の敷地に、サツマイモのキュアリング貯蔵庫、サツマイモの加工品工場や焼きいもミュージアム、レンタル農園などを整備した(図5)。これによって、新たに300人の雇用を生み出し、様々な見学の場を提供しており、食と農の魅力を発信する地方創生における一つのモデルともなっている。

メインエリアには、貯蔵規模900tのキュアリング定温貯蔵庫(図6)、大学いもや

干しいもの製造を見学できる工場棟、スイートポテト作りや焼きいもが学習出来るミュージアム棟（図7）、店舗やレストランの並ぶ商業棟がある。これに加え、レンタル農園やオーナー専用おいも畑などの農業体験エリアが広がる（図8）。さらに森の遊歩道など、トレッキングエリアの整備も進みつつある。

JAなめがたは、これからも農業と地域社会に根ざした組織として、次世代に引き継ぐ様々な活動に取り組んで参りたい。

注：本稿は、講演要旨を編集部の文責（狩谷昭男）で取りまとめた。



図7 焼きいもミュージアムの偉人たちの部屋



図8 ファーマーズヴィレッジ開設による耕作放棄畑の解消