

十勝毎日新聞

地域商社の可能性

道の駅核 独自物流網も

宇都宮市の郊外に、道の駅を核とした地域経営に取り組む「地域商社」がある。地域の玄関口として人、モノ、コトがつながるプラットフォームを確立し、新たなビジネスモデルを次々と生み出している。

三セクから継承
直営で運営メス

東京ドーム10個分、広さ46畧を誇る「道の駅うつのみやろまんちっく村」。供用開始から丸5年を迎えた9月23日、計1100台分の駐車スペースが終日満車となるほど混雑していた。栃木県に隣接する埼玉県春日部市から一家4人で訪れた千種百貨(まさゆき)さん(50)は、「温泉にプール、公園、ドッグラン」。テーマパークみたいで1日では回り切れない。農産物の品質や安さにも驚いた」と商品を詰め込んだ買い物袋

栃木ファーマーズ・フォレスト(上)



連日、多くの人でにぎわう「道の駅うつのみやろまんちっく村」。栃木ブランドを域内外に発信する起点となっている

を提げて笑顔を見せた。ろまんちっく村は1996年、宇都宮市が第三セクター

方式で運営する農林公園として152億円を投じて開園。ところが、来園者の減少と



もに経営も悪化の一途をたどっていた。再建を担ったのは、全国各地の企業のコンサルディングを手掛けていた松本謙(ゆずる)氏(50)が、市の指定管理者制度の公募で選ばれた。そのアイデア実行のため、2007年に設立した民間企業「ファーマーズ・フォレスト」だった。地域商社の先駆けとされる同社。松本社長は「道の駅の冠を付ける前のしがら

みや行政の枠に収まっていた仕組みを壊し、他が手を出さない市場に挑戦したかった」と振り返る。松本社長が手始めに取り組んだのが、第三セクター時代は当たり前となっていた外部委託の撤廃だ。地元JJAに業務委託していた農産物直売所の直営化はその一例で、「地産地消という狭い論理にとらわれたくない」との理由で売り場づくりや販売方法を見直し、原価の統制やサービスの一貫性に知恵を絞った。

地域商社 特産品や観光資源などを含めて地域を丸ごと市場開拓の「司令塔」とも呼ばれ、地方創生を掲げる国は全国に100社の地域商社を設立する目標を掲げている。

総売上高20億円
首都圏へも出荷

松本社長がもう一つ重要視したのは出口戦略だ。単に地域産品を売るだけでなく、流通経路に乗りこむことで生産者の生産意欲の向上を図っている。現在は200を超えている生産者と契約を結び、地域全体を売り込むワンストップ窓口となりつつある。さらに宇都宮市というエリアにとどまらず、栃木県内に拠点となる自社の集荷場を整備し、各地域の生産者を通じて、各地域の商品を集め、そこ

また、松本社長が「ダブルターゲット」と表現するように、地元客が日常的に買い求める農産物は栃木県産に限らず、他県のものも手に取る。一方、観光客の多くは栃木県産を買い求めに訪れる。そのため、地元の生産物を集中して取りそろえながらも、気候や環境から調達できない農産物は他の産地から取り寄せることで、消費者を飽きさせない仕掛けを意識した。

多くの課題に直面する地方の活性化に向け、全国各地で「地域商社」が誕生している。外資の獲得や地域ブランドのファンの形成に貢献する組織として期待されるが、どれだけの存在感を発揮できるか。先駆的な取り組みや十勝での動き、有識者へのインタビューを通してその可能性を探る。

からトラックで集荷する独自の物流網を構築。首都圏への直送はスーパーなど100店舗以上を数え、生産者の売り先の選択肢も増やしている。こうして、栃木県の地域ブランドを域内外に発信する拠点に成長した同社。総売上高は創業8年で20億円に上り、年々、事業規模を拡大している。松本社長は「短期間で栃木内のシェアを獲得できたことで、組織の自走につなげられた」と、成功の秘訣(ひけつ)にスピード感を強調する。商流を通じた人とモノのつながりが生まれる中、松本社長が次に目を向けたのは、着地型観光の挑戦だった。(小縣大輝)

十勝毎日新聞

地域商社の

可能性②

宇都宮市の「道の駅うつのみやま・まんちく村」を運営拠点に、農産物など地域ブランドを域内外に売り込む「フアー・マーズ・フォレスト」モノに限らず、まんちく村を起点とした着地型の観光事業にも乗り出している。

「反対する人もいたが、できる人と手を組んでやり切る自信があった」。同社の松本謙社長がそう話すのは、採石場の跡地を活用した観光ツアーのことだ。

負の遺産を再生 採石場でツアー

宇都宮市北西部に位置する大谷（おおや）地区。かつて大谷石の産出地として栄えたものの、産業が衰退して以降、採石場のほとんどが姿を消

栃木ファーマーズ・フォレスト（下）



地底湖探検で魅力創造

し、石が切り出された状態で残存している。過去には、大規模な陥没事故が相次いで、負の遺産」と語り継がれてきた。

それでも、松本社長は「ここでしか味わえない体験がある」と、旅行業など異業種仲間の知恵を借りて再生の道を模索。地下に投棄されたごみを自ら拾い集め、地下水がたまってできた地底湖に試しにボートを浮かべてみたところ、アドベンチャー映画のような冒険心をくすぐる探検ツアーをひらめいた。

広大な採石跡をコムボートで巡るツアー。地底湖のような空間が観光客の好評を得ている（宇都宮市大谷地区）

「大谷アンダーグラウンド」

と銘打ったツアーを2014年に本格開始した。採石の山をハイキングしてから地底湖をのんびりクルージングを楽しむ7560円のコースや、団体で貸し切る20万円以上のコースまでさまざまなプランを用意した。2016年は外国人旅行者など約1600人が体験し、今や同社が手掛ける30種類のツアーの中でも1



「地元客や観光客の両方にとって魅力ある直売所でありたい」と話す松本社長

番人気となっている。

道の駅が発着点 来場過去最多に

松本社長は「着地型観光単体の収益は少ない。だが、道の駅のリピーターが増えれば、本業とするモノの購入などで利益を見込める」と、ろまんちく村をツアーの発着点にした狙いを話す。結果、道の駅は「通過点」ではなく「目的地」として訪れる人が増え、かつては100万人を切っていた来場者も昨年度は過去最高の142万人となった。

また、大谷地区で始めたツアーをきつかけに新たな産品も生まれた。地下空間の冷水のエネルギーを活用した夏イチゴだ。宇都宮市や宇都宮大学などの実証実験を経て、今年に入って商標登録し、来夏には増産に向けたハウスを設けて「大谷夏いちご」のブランド名で広く売り出すという。

ツアーの造成や夏イチゴの開発と、立て続けに新たな地域価値を創出した松本社長。全国のメディアにも取り上げられ、他の自治体からアイデアを求められる機会が増えている。松本社長は「物産も観光も、栃木のすべてを担う立ち位置をつくるのができた」と手応えを感じ、この「栃本モデル」のノウハウを約1600㎡離れた沖縄県に展開することを掲げている。

今年で創業10年の節目を迎えたファーマーズ・フォレストの先の先も地域商社として、地域に活力を与える原動力となり続ける。（小縣大輝）