

# 観光と一体化した 6 次産業化の取組み

——道の駅とみうら枇杷倶楽部(千葉県南房総市)——

主席研究員 室屋有宏

多くの道路利用者にとっては、道の駅は休憩場所であり、売店・レストラン、地域特産物等の直売施設だが、地域の 6 次産業化の拠点としても機能している事例を紹介したい。

## 1 地域振興拠点としての枇杷倶楽部

「道の駅とみうら枇杷倶楽部」(以下「枇杷倶楽部」)がある千葉県南房総市富浦地域(旧富浦町)は、房総半島南端に位置し、東京から約 100km、アクアライン経由の高速バスに乗ると約 1 時間半で到着する。温暖な気候と美しい海が目の前に広がる、人口約 5,000 人の農業と漁業を中心とする小さな町である。

富浦は高度成長期には、東京などからの海水浴客で賑わい、ピーク時には年間 40～50 万人に達し、地域の「基幹産業」であった。しかし、1970 年代半ば以降、プールの利用やエアコン普及もあって、海水浴客は 10 万人近くにまで減少するようになった。

こうしたなかで、当時の町長が町の将来に危機感を持ち、「産業・文化・情報」をつなげるビジネスで町の活性化を提唱した。いくつかの実験的取組みのなかで、地域振興の拠点が欲しいと考えていた時期に、「道の駅」構想に出会った。93 年に枇杷倶楽部が、全国第一弾の道の駅として設立された。

## 2 個性的な加工品開発

富浦は平坦地が少ないこともあって、農産物は米ではなく花卉やビワが主に生産されている。特に大粒の房州ビワは長い歴史があり、高級品として皇室献上品にもなっている。

ビワの市場出荷には規格外品が 25～30% ほど発生し、このほとんどが廃棄処分されていた。枇杷倶楽部は、こうした規格外のビワを

利用したさまざまな加工品を開発することで、地域の 6 次化拠点の役割を果たしている。

枇杷倶楽部では、加工品は「試してみてもうまくいったものを伸ばす」「うまくいかなかったものはためておく」ことで、徐々に商品ラインナップを広げてきた。加工品のレベルは「どこよりもいいもの」を目指しており、そのため基礎的な商品や一次加工品は自前施設で加工するが、高度なものは域外の専門メーカーに委託している。

枇杷倶楽部内での飲食も、基本的にビワを原料にしたオリジナル商品であり、特にビワソフトクリームとビワのピューレを使用したビワカレーが人気メニューである。この他にもビワのジュース、お茶等、全部で 40 種類以上のオリジナル商品がある。

## 3 ビワの調達システム

枇杷倶楽部は、規格外のビワを 5～6 月の収穫期に 500 円/kg で集荷する(状態により価格差がある)。結氷を避ける低温貯蔵システムを近年採用したことで、集荷したビワを従来に比べ 1～2 か月保存期間を伸ばすことが可能となった。また通年加工の体制ができたことで、買取数量の増加にもつながっている。

枇杷倶楽部の設立から 20 年が経過したが、こうした規格外を買い入れる仕組みとともに、多様な加工品開発による認知度アップ等によって、市場出荷のビワ価格を下支えする効果も生まれている。

## 4 集客のための一括受発注システム

富浦を含めた南房総市は、有名な集客施設はないものの、ユニークな観光資源が周辺に散在している。枇杷倶楽部はこうした資源を

東ね、観光業者に対してプロモーション・問合せ・クレーム等に対応する「一括受発注システム」を提供することにより、この地域への集客力アップに大きな実績を挙げている。

具体的には、枇杷倶楽部の方で「年間ツアーガイド」という業者向けのパンフレットを作成し、この中には各種花摘み・収穫体験、食事、宿泊、その他の体験メニューが掲載されている。

観光業者はこの中からアラカルト方式で選択し、旅行プランを顧客向けに作成する。一方、枇杷倶楽部は、業者のオーダーに応じ滞在・利用施設等を手配し、また清算事務やクレーム対応等の処理も行う。

業者側では発注窓口が一本化されており、代金清算を含め事務作業がスムーズに処理できるメリットがある。また地域にとっても、1か所でなく複数の場所を周遊してもらえなど、双方に大きな利点がある。

また、一括受発注システムと合わせて、例えば以前富浦で栽培されていなかったイチゴ栽培を導入し、冬から春にかけての観光シーズンの観光客を掘り起こす取り組みも行っている。

こうした枇杷倶楽部を拠点とする加工品開発や集客システムの充実によって、従来は夏期中心であった観光が通年で集客できるようになり、現在では年間の観光客が約70万人に達している。

## 5 公共部門と営業部門の連携

枇杷倶楽部の運営は、営利事業に関わる部門(売店・カフェの運営、観光客誘致等)は町100%出資の第三セクター(株)とみうらが行い(2012年10月に南房総市内の第三セクター2社と合併し、現在は「株式会社ちば南房総」に変更)、公共的な部門(地域振興、文化事業、情報・IT)は町(現在は南房総市観光プロモーション課)が分担している。

公共部門が担当する公益的業務が枇杷倶楽



枇杷倶楽部

部の集客に大きく貢献するとともに、地域住民に対しては、文化事業を通じて地元の価値を再認識してもらう良い機会になっている。例えば、枇杷倶楽部ではコンサート、絵画・アート、写真展等がほぼ連続的に開催されている。

枇杷倶楽部は第三セクターであるため地域貢献はもちろん重要であるが、収益性もしっかり確保する必要があると考えている。利益を確保したうえで、その使い道に社会的な性格を付与していく方針である。

公共部門と営業部門が連携することで、社会的事業と収益ビジネスを両立させ、枇杷倶楽部は単に物販施設を超えた地域活動の中心的存在となっている。

## 6 地域経営体として大きな波及効果

枇杷倶楽部を運営する、(株)とみうらは設立以来、一貫して収支は黒字を維持しており、昨年度(12年9月末決算)の売上高は5.3億円である。また地域経済への波及効果も大きく、南房総市内で年間約2.4億円、南房総地域では約4億円と推計されている。

枇杷倶楽部は、地域全体のイノベーション力を大きく引き出し、地域の6次化・観光の拠点となることで経済的ビジネスとしても成功しており、まさに地域にしっかり根ざした「地域経営体」といえる存在となっている。

(むろや ありひろ)