

## 特産品・ブランドづくりで地方創生 (-献上桃の郷 福島県桑折町の取り組み-)

著作者 経営士 吉村 千鶴子  
(会員番号 5345)  
北関東支部 茨城県会

### (論文要旨)

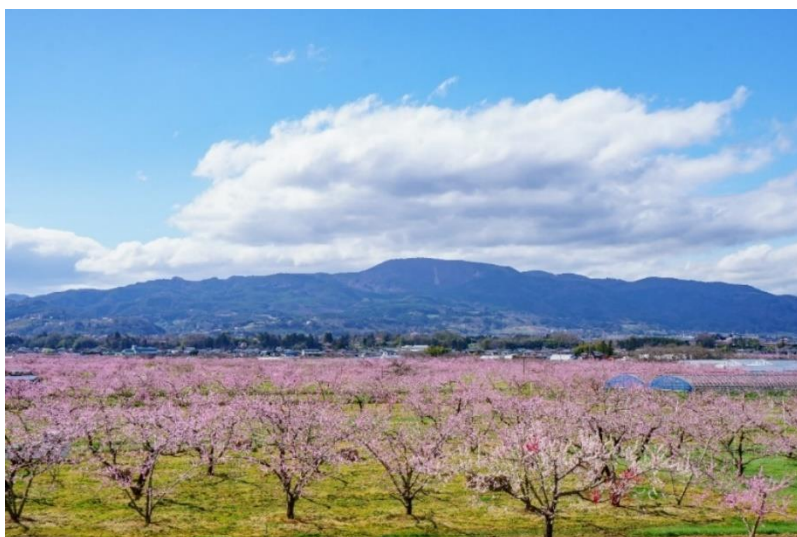
福島県の北部にある「献上桃の郷」桑折町（こおりまち）は、果樹栽培が盛んでさまざまな農産物を生産している。特に上質な桃の産地として、平成6年から現在まで26年間連続で献上桃の指定を受け続け、町産の桃「あかつき」が皇室へ贈られている。東日本大震災と原発事故から8年が経過し、町内全域で除染作業が終了した今もなお、農作物の風評被害が続いている。町では、献上桃の郷こおり創生プランに基づき「復旧・復興」に取り組みながら、新たなステージ「創生」へ向かうための各種施策を行っている。桑折町が計画している、創生プランの4つの重点プロジェクトのうちの1つ目のプロジェクトの目指す姿『献上桃の郷』展開プロジェクトの中で、「桃のブランド化」に着目し、特産品である「桃」のブランドづくりで、桑折町や桑折町振興公社の取り組みを分析し、ブランドづくりで必要なことを明らかにし、6次化製品の開発や、地域づくりの取り組みと影響について考察する。

### 1. はじめに（背景・課題）

福島県の中通り地方の北部に位置する桑折町は、阿武隈川の清流と、緑豊かな半田山の自然の恵みを受けた、面積42.97km<sup>2</sup>、人口約12,000人の町である。戦国時代の分国法として名高い「塵芥集」を制定した伊達植宗の居城である桑折西山城跡や、明治時代に建築された擬洋風建築の旧伊達郡役所などの歴史的資源を持つ地域であり、また果樹栽培が盛んで、桃、りんご、いちご、ぶどう、プラム、柿、トマトなど様々な農産物を生産している。特に、桃が有名で、様々な品種の中でも桑折町産の「あかつき」は、平成6年以降連続で26年間皇室に献上されている逸品となっている。<sup>1</sup>太陽をたっぷり浴びて育った「あかつき」は糖度が高く、果肉が厚いのが特徴で、噛むほどにあふれ出す果汁がジューシーな味わいをもたらしている。その中で起こった、東日本大震災及び原発事故災害による甚大な被害は、福島県桑折町の観光見込客数を震災前の半分以下にまで大きく減少させることとなった。早急な風評被害払拭と来町誘客促進を図るべく、桑折町振興公社や桑折町商工会、農業関係団体と連携、協力して、各種イベントを展開している。徐々に震災前の水準を取り戻しつつある傾向が見られるようになったが、人口減少対策や地域産業の活性化が求められる桑折町において、広域的に人を町内へ呼び込み、賑わい創出を図ることは、震災前からの継続した地域課題でもあり、さらなる交流人口の拡大施策の展開が必要などころである。次世代を担う若者を町内からの流出を少なくし、多くの人に町内に目を向けてもらうため、新しい流れを作っていくことが課題となっている。

そこで、本論では、町が取り組んでいる「地方創生ブランド作り事業」重点プロジェクトの一つである、「献上桃の郷」展開プロジェクト<sup>ii</sup>に着目し、農産物のブランド化によって、地域のイメージアッププロモーションと、施策の一つとして位置づけられる6次化商品開発について、地域づくりの取り組みと影響について考察する。

写真1 桑折町 桃の郷ポケットパーク<sup>iii</sup>



【典拠】桃の郷ポケットパーク 桑折町振興公社より

## 2. 「献上桃の郷」商標登録の認定

桑折町がブランドイメージづくりのために取り組んだことの一つに「献上桃の郷」の商標登録の認定がある。桑折町は上質な桃の産地として知られており、平成6年から現在まで26年連続で献上桃の指定を受け続け、町産の桃「あかつき」が皇室へ贈られている。i これまでは、東日本大震災、原発事故災害など未曾有の大災害にも見舞われたが、そのような状況でも農家や地域住民が協力して対策を講じるほか、町を挙げてセールス活動を展開し、乗り越えてきている。

このような中、平成25年と平成27年には天皇皇后両陛下（現、上皇上皇后両陛下）が、震災から復興を成し遂げた果樹園をご訪問され、原発被災者をお見舞いされ、多くの農家や町民の励みになった。

このことにより、上質な桃の産地としての自信がますます強まり、「桑折ブランド」づくりの第一歩に繋がった。町では以前より「献上桃の郷」の商標登録を検討しており、天皇皇后両陛下のご来町を契機に、その機運が一層高まり平成28年4月に特許庁から商標登録認定を受けることができた。

「献上桃の郷」商標登録を契機に、町では桑折町産、桃のブランド化を推進し、町のイメージアップと交流人口の拡大に努めている。農家はもとより、町民の所得向上を目指し

ている。そのため、平成 28 年 12 月に策定した桑折町総合計画「献上桃の郷こおり創生プラン」ii では、「献上桃の郷」展開プロジェクトを重点プロジェクトと位置付け、さまざまな施策を実施している。

写真 2 ちょうど美しく色づいた桃を見上げる両陛下 桑折町 HP よりiv



【典拠】桑折の今 2015 年 桑折町 HP より

### 3. 桑折町総合計画「献上桃の郷こおり創生プラン」「献上桃の郷」展開プロジェクト

献上桃の郷こおり創生プランの 4 つの重点プロジェクトのひとつに「献上桃の郷」展開プロジェクトがある。プロジェクトの目指す姿は、桑折町産桃のブランド化等を推進し、町のイメージアップと交流人口の拡大に努めるとともに、農家はもとより、町民の所得の向上を目指すとなっている。大きな取組みが 2 つあり、1 つ目が「桃のブランド化」2 つ目が「献上桃の郷の知名度 UP」である。

地域資源を複合的に活用した観光・6 次化交流イベントの実施や地域ブランド確立事業、さらに「献上桃の郷」商標を活用した各種プロモーションなど、事業の展開により、町のイメージアップを図るとともに、地域づくりの受け皿となる桑折町振興公社の機能強化を図って、新しい活性化事業の取り組みにより、雇用の創出にも繋げ、そして、魅力ある地域として知名度や地域への愛着度向上に取り組み、若者等の人口の流出を抑制し、桑折町への交流人口拡大や移住定住の促進、地域経済の活性化を目指すものである。ここでは、1 つ目の「桃のブランド化」⑥ 産品ブランド化についてクローズアップしていく。<sup>v</sup>





究所の増子俊明氏や同 JA 桃生産部会桑折支部役員、担当者らが、優れた桃を厳選する。<sup>vii</sup> 顔の見える食品、顔の見える関係がより消費者に安心感をもたらすものとなる。桑折町の「献上桃の郷ブランド」とは、桃農家の方々の先進的な取組みとたゆまぬ努力の賜物であり、商品自体が大きな価値を持ち、その価値を利用者に評価され、価値が町全体で管理され続けることで、生産者と利用者との信頼関係が築かれている。<sup>viii</sup>

写真 3 献上桃選果式<sup>ix</sup>



【典拠】献上桃選果式 桑折町振興公社より

#### 4. 6 次化商品の開発

「桃のブランド化」⑤6 次化商品開発促進事業について、献上桃「あかつき」の最盛期は毎年 7 月後半から 8 月上旬である。献上桃の郷の本来の「桃」を販売する期間はとりわけ短い期間である。そんな特産品の桃を 1 年間通して PR するため、桑折町振興公社では、特産品のブランド力強化などを通じて、地場産業の一層の振興を目指すため、平成 28 年度に、「献上桃の郷」が商標登録を受けたのを機に、桃の 6 次化商品の開発、また、販売に乗り出した。季節を問わず上質な桃の香りと味わいを堪能できる 6 次化商品の一つとして、第 1 弾は、幅広い年代が好きなアイスに着目し、地元の伊達果実農業協同組合や山形食品株式会社と共同で製品開発を行った。

試作開発においては、献上桃の郷ブランドでこだわった桃本来の味を大切にしたいと、ミルク系を使用しない「氷菓」という分類にし、香料や着色料不使用とした。そのため果汁率にこだわり、多くの試作品を議論し、現在の黄金比率を見つけ出した。こうして桑折町産「あかつき」のみ果汁 75%を使用したご当地ならではの贅沢な「至福の桃ソルベ」を開発した。平成 30 年には食の一大イベント「FOODEX 美食女子グランプリ」で金賞を受賞したほか、「OMOTENASHI Selection(おもてなしセレクション)」で、外国人選定員による特別賞を受賞、また平成 29 年 12 月には 1 か月間、ANA スイートラウンジで「至福の桃ソルベ」が振舞われ、売れ行きも良く好評である。また、第 2 弾として、UHA 味覚糖株式会

社と共同開発した「至福の桃グミ」も桑折町産桃「あかつき」のジューシーな味わいを気軽に堪能できる商品となっており、手軽なお土産として人気となり、増産を繰り返している。令和元年6月の福島県観光物産館お土産ランキングで1位に輝いている。

また、「献上桃の郷」の知名度を向上させるために、PRイベントの開催やマスコミへの情報発信だけではなく、シティープロモーションの視点に立った取組みが必要となるため、商品のロゴマークを制作した。デザインの提案者は、東北芸術工科大学学長の中山ダイスケ氏で、ロゴマークは、「至福の桃ソルベ」「至福の桃グミ」に使われている。このロゴマークを活用した情報発信により、町の財産である自然や歴史、文化や特産品を「桑折ブランド」として確立し、町の知名度向上やイメージアップにつながるよう取り組んでいる。

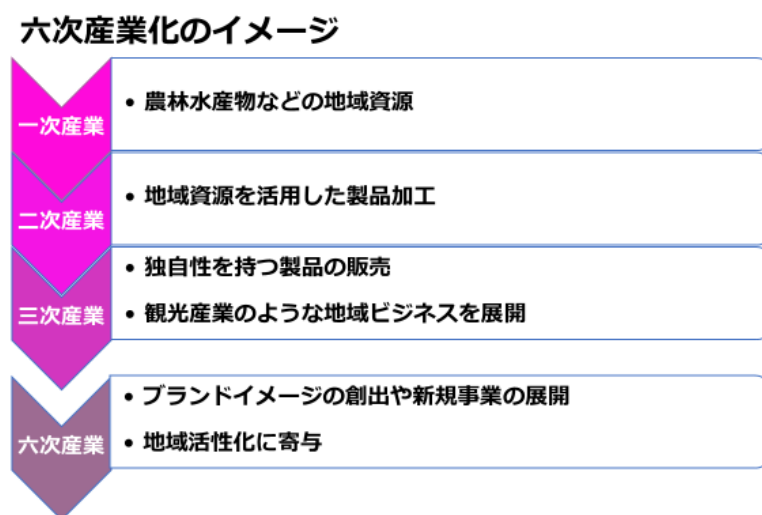
写真4 至福の桃ソルベ 桑折町振興公社\*



【典拠】至福の桃ソルベ 桑折町振興公社より

桑折町は、主要な雇用の場である製造業及び農業の就業人口は年々減少している。農業就業者は、昭和60年の907人から、平成22年には580人と減少している。<sup>xi</sup>しかし、農業には成長の余地が多く残されている。農業を生産のみで考えるとマーケットは限られたものとなるが、図1のように加工・流通・販売・と川下へ踏み込むことで、マーケットは大きく広がっていき、さらに桑折町の自然を活かした観光業等に結び付けていくことが期待できる。6次産業化は、高額な初期費用や衛生管理の徹底が求められるという点から、個人の農家に簡単にできることではないというデメリットがあるが、マーケットが大きくなれば既存の事業の発展につながる点や、ブランドイメージの創出が可能な点が大きなメリットといえる。特に、桑折町は町を挙げて桃のブランド化に取り組んでいるため、可能性がますます向上していくこととなる。「農」を軸にしたまちづくりと結びついていることも成長産業としての良い材料となる。雇用創出や過疎化対策、農地の保全などのメリットをもたらす地域を盛り上げる活力となっていく。<sup>xii</sup>

図1 六次産業化のイメージ<sup>xiii</sup>



【典拠】6次産業化関連文献より 筆者作成

## 5. 地域と共につくる農業振興活動拠点施設「Legare Koori レガーレこおり」

「桃のブランド化」②農業振興活動拠点整備事業について、桑折町振興公社の取り組みを紹介する。2018年4月に、旧伊達崎幼稚園舎を改修整備した農業振興活動拠点「レガーレこおり」とレガーレこおり内にあるレストラン「ピザスタ」をオープンし、食と農をつなぐさまざまな取り組みを行っている。

当施設の活用により、女性や高齢者の直売活動への参加による農家所得の向上と農業者の営農意欲喚起や、農業への理解を深める研修事業を通じた新たな担い手の確保など、農業の安定的な発展を目指している。また、町民はもとより町外から訪れる消費者と生産者、地域住民との交流事業を通じた地域の活性化、さらに魅力ある地域として観光客の増加と移住定住の促進を目指している。

農業を主要産業としている桑折町だが、これまで気候や土壌、地形的な条件から水稲と果樹の栽培を中心とする複合型農業経営が行われてきた。しかし全国的な傾向と同様に、農業従事者の高齢化や後継者不足、耕作放棄地の増大等で、農業環境を守る取組みが課題となっている。また、桃源郷としての賑わいも一過性のものとなっていることから、農業振興活動拠点では、農業振興の起爆剤となるような活動拠点の整備が望まれていた。

レガーレこおりでは、食農体験事業で、田植え体験や桃狩り体験等が行われている。桃

狩りでは、生産者の方のお話しを伺い、収穫を体験する。そして、レガールこおり内のレストランで収穫した桃を使った桃ピザ作り体験をするという、とても人気のある企画となっている。また、6月から11月までの毎月最終日曜日には、桑折町の採れたて野菜・果物・加工品などが集まる「伊達崎マルシェ」を開催。桑折町や近隣町村の方々と地元の生産者の方との交流の場にしたいとの考えで行っているが、野菜作り一筋、果物作り一筋の職人気質の生産者の方にはなかなか受け入れられる仕組みではない。と担当者の試行錯誤が日々行われている。<sup>xiv</sup>

6次産業化で最も大事なことは、まずやってみること。小さな単位でも良いので試験的に加工・販売を開始し、反応を見て手ごたえを得てから事業を拡大することである。<sup>xv</sup>6次産業化のノウハウを持たない生産者たちが6次産業化を成功させるには、思い切った事業展開ではなく、地道な試行錯誤が必要となってくる。例えば、品質の良いブドウが収穫できる地域であった場合、ジャムを作ろうという考えがあって、地域がジャムを必要としない環境ならば、「ジャム以外の製造を考える」。また、「ジャムを必要とする環境の場に販売する」ということが考えられる。

「ジャム以外の製造を考える」場合は、アイデアを考え直すため6次産業化は進まないが、「ジャムを必要とする環境の場に販売する」場合は、地域にあるパン屋さんや洋風レストラン、百貨店に営業する、又は地域の美味しいパンを仕入れ、地場産のジャムと一緒に販売するという事が考えられる。地域の美味しいパンを求める人々の所に付け合わせの選択肢として、地場産ジャムが置かれ、地場産のジャムを求める人の所に地域の美味しいパンが置かれることになる。ただモノを売るだけではなく、消費者がどのような場面で商品を求めるか、それが成功するための鉄則となってくる。

また、平成29年度の食料・農業・農村の動向によると、農業生産で、今後伸ばしていきたい方向のうち、単収の向上が70.6%、高品質化・ブランド化が53.1%、となっていて、販売金額別に見ると、販売金額が大きいほど、「IoT等新技術の導入」と「異業種との連携」が高くなる傾向が見られる。また出荷・販売先では、56.7%で消費者への直接販売が最も高くなっている。<sup>xvi</sup>

レガールこおりの「伊達崎マルシェ」は、この6次産業化の新しい商品開発の試行錯誤を行う場としても良い機能を果たし、また直売を試す機会を得られ、異業種との連携をもたらす事ができる環境を提供できる。つまり、それらのメリットをどのように生産者に伝えていくことができるのかが、今後の活動拠点の運営と交流の場のカギとなってくるだろう。



写真5 レガーレこおり 桑折町振興公社<sup>xvii</sup>



【典拠】レガーレこおり 桑折町振興公社より

## 6. 桃のブランド化による魅力的で活力ある、地域づくりのための取組み

桃のブランド化による地域づくりを進める要所は、施策の体系でもある、活力ある農業の推進、営農支援体制の強化、農村環境の整備、充実などを、地域づくりの仕組みに組み込むことである。

地域固有のライフスタイルにこだわりつつ、地域の中にある得意や潜在可能性を結び付け、価値を創造する。通常のマーケティングの発想を超えて、ローカルであることに誇りを持ち、日本一の桃を、国内外でも通用するように更に磨きをかけていく。それに、地域の内外に情報発信していく。

ブランド化を目指すのは、特産品や観光地等に留まらず、それらを使った地域の暮らし方、楽しみ方、地域の文化であり、多彩な地域の特色がある。そのためには、地域の得意や潜在可能性が、地域内の生産者や消費者の間で化学反応を起こし、有用性を生み出す仕組みと体制が必要となる。具体的な取り組みには、①「献上桃の郷」産地維持とブランド化、生産者の所得向上 ②桑折町振興公社の農業部門の組織強化支援 ③農業振興活動拠点整備事業 ④6次化商品の企画、研究開発 ⑤町内産農産物のPR促進等がある。

## 7. 結論

以上のように、献上桃の郷 桑折町、桃の特産品、ブランドづくりについて、桑折町と桑折町振興公社の事例を述べてきたが、農業生産の縮小や耕作放棄地の拡大、食料消費の減退など農業への支援の不足を考えると産業全体で大きな成長が求められてくる。そこで有効な概念だと考えられるのは、6次化商品の企画が挙げられる。個人の生産者では高額な初期費用や衛生管理の徹底は難しいが、地域ぐるみで農商工連携等の施策活用や調査、連携を行うことで6次産業化を成功させることも可能となる。桑折町、桑折町振興公社、JA ふくしま未来、伊達果実農業協同組合、桑折町商工会、関係機関が、地域の生産者と協力して地域と密着した活動を行うことができれば、主要産業の農業が活性化するだけでは

なく地域振興としての側面も強く表れるだろう。

最後に、農業には地域に根づくという特性がある。農業は「人」をつくり、人が「仕事」をつくり、やがて仕事が「地域」に根付く。震災の風評被害が残る中、献上桃の郷から発信する地方創生に今後も注目していきたい。

## 【謝 辞】

今回の研究論文の執筆に際しまして、一般財団法人 桑折町振興公社 代表理事 理事長 渡邊 美昭様、桑折町 総合政策課 課長補佐兼広報公聴係長 佐藤 克彦様、株式会社 T plus creation 代表取締役 鶴町 伸子様には、日々の感謝と多大なご尽力を頂きました事を深く感謝申し上げます。

## 【参考文献】

- 
- <sup>i</sup> 桑折町 HP 桑折町の今 2019 年 26 年連続献上桃に選ばれました！  
<https://www.town.koori.fukushima.jp/soshiki/sangyo/sangyonow/2019/7355.html> (アクセス 2019 年 6 月 28 日)
- <sup>ii</sup> 桑折町総合計画 献上桃の郷こおり創生プラン 2017-2021 みんなとつながりみんなが活躍できる 安心のまち桑折 (概要版)
- <sup>iii</sup> 写真 1 桑折町「桃の郷ポケットパーク」 桑折町振興公社より
- <sup>iv</sup> 写真 2 桑折町 HP 桑折町の今 2015 年「天皇皇后両陛下、行幸啓で桑折町へ」  
<https://www.town.koori.fukushima.jp/soshiki/seisaku/seisakunow/2015/2324.html> (アクセス 2019 年 6 月 28 日)
- <sup>v</sup> 地域再生計画 「献上桃の郷」展開プロジェクト～イメージアップ・プロモーションの展開～  
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/tiikisaisei/dai41nintei/plan/a088.pdf> (アクセス 2019 年 6 月 28 日)
- <sup>vi</sup> 表 1 桑折町総合計画 献上桃の郷こおり創生プラン 2017-2121 みんなとつながりみんなが活躍できる 安心のまち桑折 p.9
- <sup>vii</sup> JA ふくしま未来 HP トピックス 2018.07 25 年連続！皇室・宮家に桃を献上 <https://www.ja-f-mirai.or.jp/topics/?id=1063> (アクセス 2019 年 6 月 28 日)
- <sup>viii</sup> 農業ブランドはこうして創る-地域資源活用促進と農業マーケティングのコツ- 後久博著 ぎょうせい 2008 pp.11-12
- <sup>ix</sup> 写真 3 献上桃選果式 桑折町振興公社より
- <sup>x</sup> 写真 4 「至福の桃ソルベ写真」 桑折町振興公社より
- <sup>xi</sup> 桑折町まち・ひと・しごと創生 人口ビジョン 平成 27 年 10 月 p.18
- <sup>xii</sup> 強い農業を作る 青山浩子著 2009 p35
- <sup>xiii</sup> 図 1 6 次産業化関連文献より 筆者作成
- <sup>xiv</sup> 『福島民報』民報サロン 理想時々現実 中村彩著 2019.06.16 朝刊
- <sup>xv</sup> 実践！田舎力 金丸弘美著 2013 pp.38-39
- <sup>xvi</sup> 農林水産省 平成 29 年度 食料・農業・農村の動向 pp.14-16
- <sup>xvii</sup> 写真 5 レガールこおり 桑折町振興公社より