

甲府市における果実（フルーツ）産業の現状・課題及び情報発信（調査研究編）

研究代表：国際政策学部 安達義通

I. 甲府市における果樹産業の現状

1. 山梨県の果樹産業の現状

（1）山梨県の気候と果実

山梨県は森林に囲まれており、県全体の森林面積は 77.5% で農地はわずか 5.7% と非常に狭い。農地の 3 分の 2 は山沿いの地域にあるため、農家一戸当たりの耕地面積は全国平均の約 3 分の 1（0.74ha）となっている。

一方、山梨県は日本でも有数の日照時間を誇っている。これは南アルプスが西から運んでくる偏西風を遮るためだと言われている。また、雲が入ってこないことが降水量を少なくしている。山梨県は、このような日照時間の多さ、降水量の少なさという事実、さらには大きい昼夜の寒暖差という気象条件も加わって、果樹（果実）の栽培に適した県になっている。

（2）山梨県における果樹の現状

上記のように、山梨県は果樹の栽培に適している条件を有しているが、実際、様々な果樹の収穫量が多い。表 1 は山梨県の果樹別収穫量と都道府県における順位、さらには全国シェアを表している。ぶどう、もも、すももにおいては全国 1 位の収穫量を誇っており、それぞれ 24.5%、31.4%、34.1% と大きなシェアを占めている。その他の果実においても全国シェアが高いものが多く、果樹大国であることを如実に表している。

表 1：山梨県の主な果樹と収穫量

順位	果物	収穫量(t)	全国シェア
1 位	ぶどう	43,200	24.5%
1 位	もも	39,200	31.4%
1 位	すもも	6,690	34.1%
3 位	さくらんぼ	1,170	6.1%
3 位	ネクタリン	240	13.4%
4 位	カリン	8.8	8.1%
6 位	キウイフルーツ	1,070	3.4%
7 位	プルーン	4	0.1%

出所：農林水産省統計ホームページ

2. 甲府市の果樹産業の現状

ここでは、甲府市の果樹産業の現状をみていく。

(1) 耕地面積

甲府市も果樹が盛んな地域であると言える。表2は甲府市の耕作面積を表している。果実を中心とした「果樹地」は、平成27年においては416haと全体の49.6%を占めており、面積から見ると甲府市の主要な農業となっている。しかし、平成22年度と比較すると果樹地面積は36ha減少しており、衰退傾向を示している。これは高齢化等の影響であると考えられる。

表2：耕作面積 (単位：ha)

区分／年度	平成22年	平成27年	割合（平成27年）
田	287	254	30.3%
畑	167	169	20.1%
樹園地	452	416	49.6%
合計（耕作面積）	906	839	100%

出所：甲府市産業部農林振興室農政課調

(2) 品種別シェア

先述したように、ぶどう、もも、すももの収穫量は、都道府県別にみると、山梨県がすべて1位となっているが、県内における甲府市の収穫量のシェアは、ぶどうが8.2%、ももが2.7%、すももが7.0%と、すべて10%未満となっている（表3参照）。ぶどうに関しては山梨市、甲州市、笛吹市の合計で74.7%と3市に集中している。ももは笛吹市が44.2%、すももは南アルプス市が44.0%とひとつの市に集中する傾向にある。

このように、収穫量において全国的シェアの大きい山梨県の3つの果樹のうち、甲府市は、ぶどう、すももにおいては一定のシェアを占めるものの、県内他市町村の後塵を拝している。

表3：甲府市の主要果樹の収穫量他と県内シェア（平成24年）

	栽培面積	結果樹面積	収穫量	県内シェア (収穫量)
ぶどう	343	329	4030	8.2%
もも	99	90	1,220	2.7%
すもも	72	69	584	7.0%

出所：「山梨県果樹市町村別統計」（平成26年関東農政局甲府地域センター）

また、甲府市には、13 の観光農園（いちご 9 園、ぶどう 4 園）があり、ぶどう狩り、いちご狩りなどを楽しむことができる（「山梨県観光果実園振興協議会」専用のウェブサイト参照）。

（3）果実の消費額

表 4 は、ぶどう及びももの住民 1 人あたりの消費額が上位 5 位の市町村及びその金額を表している。甲府市は、ぶどうにおいては 1 位の 6,554 円で全国平均の約 2.5 倍、モモにおいては 3 位の 4,198 円で全国平均の約 3.5 倍となっている。このように、甲府市は、ぶどう、ももの有数な消費地であることがわかる。

表 4：ぶどう及びももの住民 1 人あたりの消費額 （単位：円）

	ぶどう		もも	
	全国	2,606	全国	1,192
1 位	甲府市	6,554	福島市	5,806
2 位	岡山市	4,838	岡山市	4,200
3 位	広島市	3,674	甲府市	4,198
4 位	相模原市	3,288	和歌山市	2,664
5 位	水戸市	3,190	長野市	1,977

出所：山梨県県民生活部統計調査課

3. まとめ

本章では、山梨県及び甲府市の果樹産業の現状を統計データを使って分析した。山梨県はぶどう、もも、すももなど果樹の一大産地であるが、甲府市はそのなかで一定の役割を果たしているものの、収穫量はそれほど多くないことがわかった。しかしながら、甲府市は消費地として大きな役割を果たしていることがわかった。

このような現状から、甲府市は、地産地消でいえば、「地消」地域、農業の六次産業化でいえば、果実に関する「三次産業」の集積地であると仮説を立てることができる。

このような仮説のもと、次章においては、ヒアリングの手法を使って、果樹産業を、特に六次産業化及び地産地消という観点から分析していきたい。

II. ヒアリング調査

本章では、ヒアリング調査の結果を報告する。ヒアリング調査では、地産地消、六次産業化に着目しつつ、甲府市の果樹産業の分析を行った。ヒアリングを行ったのは9企業・団体であるが、紙面の都合上、ここでは7団体において記述する。

1. SADOYA

(1) 概要

SADOYA は、甲府駅北口そばでワイナリーを中心にぶどうの六次産業化を展開している企業である。創業は1917年（大正6年）の老舗企業である。1代目の今井精三が長男の友之助とともに農場を開墾するまでの間、勝沼産ぶどうから造る「甲鐵天然葡萄酒」を商標とするワインを醸造・販売していた。当時フランスでは、地域ごとに気候に合った醸造用品種のぶどうの栽培、ワインの醸造が行われ、地域の特産品になっていた。精三は、日本の食文化も将来欧米化していくだろうと見込み、醸造用品種を栽培していくことを決めた。これが日本初の醸造用品種ぶどうの栽培・醸造である。

1936年に苗木によるぶどうの栽培に成功したあと、当時の日本ではまだ浸透していなかった本格辛口ワインの醸造も開始した。1945年には戦火に巻き込まれ醸造場が全焼する被害も受けたが、新しいワインを作るなどして危機を乗り越えた。

現在のSADOYAは地上に2,200坪、地下に700坪の規模を有している。地上にはワイナリーだけでなく、古名屋ホテルが運営するレストランと結婚式場もある。ワイナリーでは1日6回30分程度のワイナリーツアーも開催されており、お年寄りから家族連れまで幅広い年齢層の人々が訪れている。

またワインに欠かせないぶどうについては、SADOYAで醸造しているものの9割が山梨県産で、一部に長野県産が使われている。年間20万本のワインを製造していてそのうち10万本は日本のぶどうを使用しており、残りの10万本は海外のワインにSADOYAのワインをブレンドしている。

(2) 商品について

フランスのワイン造りを参考に始まったSADOYAのワインは、食卓に合うワイン、すなわち、辛口を中心に醸造されている。SADOYAが自信をもって勧めているワインは、二代目友之助によって名付けられた「シャトーブリヤン」である。シャトーはお城・畑・ワイナリー、ブリヤンはブリリアント（輝き続けるように）という意味がある。このワインの誕生には、ぶどうの生産が軌道に乗り始めた頃、日本が戦争に突入し、1945年には戦火に巻き込まれ醸造場が全焼するという被害に見舞われながらも、翌年には好天に恵まれ、再建できた醸造場で極上のワインを作ることができた、という背景がある。

シャトーブリヤンのほかにも、甲府市や山梨大学とコラボしたワインやブルーベリーワインもある。ブルーベリーワインは、ほかのものに比べてアルコール度数が低く、甘いためワイン初心者に人気を博している。

(3) 六次産業化及び地産地消について

SADOYA では自社農園を持ちぶどうを育て、自社でワインを醸造・生産し、販売まで手掛けている。つまり SADOYA 一社で六次産業化が実現されている。SADOYA は、六次産業化は避けては通れない道だと考え、推進している。なぜなら、我が国では、第三次産業、とりわけサービス産業は成長している一方、第一次産業、第二次産業へ従事する人たちは減少しているため、地域の一次産業や二次産業も守るためには、第三次産業とつなげて、六次産業化するしかないと考えているためである。このような認識は、1 章の分析と一致する。

また、ワインにおいては、地産地消は難しい、との認識を持っている。なぜなら山梨県だけでは市場が小さすぎ、経営が成り立たないからだという。1 章において果樹の消費地としての甲府に着目したが、甲府だけでは十分でないことが確認できる。

さらに、生産地表記の問題もある。すなわち、ワインは瓶詰した場所が生産地として表記されるため、海外産のぶどうを使って山梨で瓶詰めした場合、山梨産と表記されてしまう。このような状況の中、山梨で生産されたぶどうにこだわって作ったところで、どれだけ付加価値がつき、販売量が増えるのか、疑問であるという。

(4) 考察

現在、我が国ではワインが広く流通しているが、SADOYA の事例から日本で醸造用品種ぶどうを栽培し、食事に合うワインを醸造し、普及させるまでには多くの苦労と努力があることがわかる。人口が減少している地域の現状において、六次産業化は、生き残るひとつの道であるとはいえ、消費地が小さいため、地産地消を推進していくことには困難が伴うといえる。

2. 葡萄屋 kofu

(1) 葡萄屋 kofu 甲州夢小路店について

葡萄屋 Kofu とは、製造を中心に展開している甲府市内の企業である。県内の農家からぶどうなどを仕入れ、加工・販売している。SADOYA のように農業は行っていないが甲府市を中心にぶどうを核にした六次産業を意識的に推進している。2013 年 3 月、販売拠点として、甲府駅北口に葡萄屋 kofu 甲州夢小路店は開店させている。

(2) ぶどうについて

ぶどうを中心とした商品を加工・販売しようとしたきっかけは、ぶどうは山梨県の基幹産業であるにもかかわらず、生産されるぶどうのうち、その1割〜2割が廃棄されているということを知ったからである。廃棄されるとはいえ良質であるぶどうを加工品（レーズン）として販売することにより、これまで生で食されることが主流だったぶどうに新たな利用方法を提案しようと考えたという。したがって、商品に使用されているぶどうはすべて県内産であり、特定の農家との契約や提携はせず、県内の様々な農家から仕入れている。

商品に使用されているぶどうの品種数は、ジュース用で約6〜10種類、レーズン用で約10種類にのぼる。また気候などの影響から、使用されるぶどうの種類・数は年によって変化する。

以前県内で雹によるぶどうへの被害が出たことがあった。通常であればこのように被害を受けたぶどうはすべて廃棄処分されてしまう。しかし、葡萄屋 kofu ではこの被害をチャンスに変えようと、県内の農家から被害を受けたぶどうを集め、商品に加工し販売した。これにより県内農家のダメージを軽減させることができたうえ、農家に「新たなフルーツのかたち」を提案することが出来たという。

(3) 商品について

葡萄屋 kofu 甲州夢小路店では、レーズンサンドが人気の商品となっている。レーズンサンドの中でもラムレーズンサンドが最も人気が高い商品である。こだわりをなくしたらプロではないとの認識のもと、商品を作る際は、常にぶどうへのリスクを忘れないように心掛けて作業しているという。

(4) 六次産業について

葡萄屋 kofu では、先述したように、一次産業との提携によって六次産業化を推進している。県内で六次産業の形を提案しつつけているが、完成には至っておらず、模索し続けているという。六次産業は、生産者、農協、加工業者など、地域全体で地産の生産物を扱ってこそ完成するという。また、生産者である農家自身が、生産物の加工をできるようになることも六次産業の形を完成させるうえで必要なことであり、加工のためのノウハウを農家に伝えることが葡萄屋 kofu が果たすべき重要な役割だと考えている。

また、笛吹市のフルーツ公園で、山梨県内のフルーツ生産者や、都内などからパティシエなどを招き、マルシェのような形でイベントを行い、フルーツ生産者に生食以外のフルーツの形を提案していきたいとのことであった。

(5) まとめ

葡萄屋 kofu は、甲府市を拠点に山梨県全体のフルーツ産業の六次産業化を推進するという強い使命感を持って活動しているソーシャルビジネスの担い手であり、中心的な活躍が期待される。

3. 遠藤フルーツ

(1) 遠藤フルーツについて

遠藤フルーツは、甲府市丸の内に位置する、終戦の年から続くフルーツ販売店である。昔は商工会議所の近くにお店を構えていたが、集客を考え、甲府駅近くの現在の場所に移転した。また3年前にリニューアルしている。販売に関しては、県外への発送が7割を占め、電話による問い合わせも多い。

(2) フルーツの仕入れと管理

遠藤フルーツは、2つのことにこだわりをもっている。1つ目は山梨県産のフルーツを一番おいしい時期に販売すること、2つ目は質の高いフルーツを販売することである。県外と比べて山梨県産のフルーツはおいしさが違うと考えており、なるべく山梨県産のフルーツの販売を促進している。そのため、季節によって山梨県産のフルーツの割合が異なってくる。果物が取れない冬には県外の旬のフルーツで対応している。

遠藤フルーツでは山梨県産の良質な果物の質をできるだけ維持して販売できるように、お客さんが手に触ることができないようにしている。そのためお客さんの手に渡った後も保存可能な期間が長く大型食料品店の果物のようにすぐに商品が劣化することがない。大型食料品店では、フルーツに自由に触れるため、その魅力が消されてしまうという。

(3) 仕入れ先へのこだわり

質の高いものを仕入れることを心掛けているため、お店にはそれほど多く果物は陳列されていない。遠藤フルーツは農家も市場もつぶしてはいけないという考えから、農家からだけではなく、市場からも果物の仕入れをしている。

(4) 果物専門店の課題

甲府駅前にある果物専門店の遠藤フルーツだが、山梨県には遠藤フルーツを含め果物専門店が3つしかない。他2つの果物専門店は後継者不足に悩んでいるという。その中で遠藤フルーツはまだ店主が若いため、今は後継者のことを考える必要はないという。しかし将来、山梨県の果物専門店は1つになってしまい、良質な果物を提供できる第三次産業が弱くなってしまう可能性もある。その解決策として、情報発信が必要になってくると考えている。お店を周知させるためにインターネットで

のプロモーション等も始めたいとのことだが、人手が足りずやりたいことができていないという。

(5) 地産地消と六次産業化

遠藤フルーツは旬の時期に山梨県産のフルーツを取り扱っているため、地産地消の「地消」の部分を担当している。しかしながら、上述したように県外のお客さんへの発送の売り上げが全体の売り上げの7割を占めるというのが現状であり、地元顧客の獲得が課題である。

遠藤フルーツ自体が販売店であるため、三次産業として確立してしまっているため、単独で六次産業化を進めることは難しいといえる。

4. annies タルト専門店

(1) 概要

annies は、山梨県南アルプス市、甲府市上石田に店舗をかまえるタルト・キッシュ専門店である。annies は、もともと別の場所でハンバーグ専門のレストランとして開業していたが、そこで提供していたタルト・キッシュの人気の高まり顧客からの要望があったため、2009年3月に南アルプス市にタルト・キッシュ専門店オープンさせた。第一店舗開店後、同じくタルト専門店であるアニーズ上石田店を甲府市にオープンさせた。店舗は、明るく非日常的な空間づくりが意識されており、癒しを提供しているといえる。

annies はフルーツタルトをはじめ季節もののキッシュやケーキなど、およそ50種類ほどの商品を製造・販売している。そこで使用されているフルーツの多くは、外国でしか生産できないものを除くと、ほとんど山梨県産のものとなっている。地元（南アルプス市等）の農家と契約を結んでおり、多くのフルーツはそこから仕入れられている。

(2) 地産地消について

先述の通り、地元南アルプス市や笛吹市の農家と契約を結び、そこからタルトに使用するフルーツを仕入れている。地元のフルーツを使用することにより、採りたてで新鮮なフルーツが使用できる。また annies では秋のタルトとしてぶどうやシャインマスカットのタルトも提供している。ぶどう産地全国一位を誇る山梨県産の品質の高いぶどうを使用することは地産地消の観点からも優れている。さらに地元の農家と契約を結ぶことにより地元の人々とつながることを可能とし、地域に根差したお店となっているといえる。すなわち、annies は地域においてフルーツの地産地消ネットワークの一翼を担っているといえる。

(3) 六次産業化について

先述の通り、annies は地元の農家からフルーツを仕入れておりお店として畑を持っているわけではないので、二次産業である加工・製造、そして三次産業である商品の販売を行っている。

(4) 考察

Annies からは、試行錯誤を繰り返しながら、山梨県内のフルーツを加工し「商品」へと形にしており、その努力とこだわりを深く学ぶことができた。地域において地産地消、農業の六次産業化を成功させるためには、消費者に買ってもらえるような商品を作るべく不断の努力を行うことが何より重要であるということであろう。

5. 氷華

(1) 概要

氷華は今年で創業 25 年となる果実氷菓と氷菓子の店である。シャーベットはアイスクリームの種類で言うと氷菓に分類されるため、氷華で製造されるシャーベットも氷菓に分類される。しかし果物の形を変えたシャーベットを氷菓の部類に分けられるのは寂しいということで「氷華」という店舗名にしている。

兄弟で始めた店は今アイスへの思いが強い弟の中西さんが継いで夫婦二人で経営している。始めた当初から 11 年間は移動販売車で販売していた。また、山交や OKAJIMA、東京の駅地下で販売していたこともあったという。東京では山梨以上の値段で多く量が売れたが、東京での販売は早いうちにやめたという。

利益よりフルーツの良さ、農家の想いを伝えたいと考え、今の場所にお店を構え、店舗だけで販売している。お客はリピーターが多く、土日は県外客が多い。九州や関西からわざわざ来る人もいるという。時期ごとに扱っている果物が違うため、お客から今年は〇〇の出来はどうか、いつできるかなどと聞かれることもある。また、雨の日でも雪の日でもお客さんがゼロという日はなく、使命感で店に足を運んでくれるリピーターや、二人の様子、店の様子を見に来る人もいるという。

農家の想いをお客さんに伝えるために、自ら農家へ出向き、状態観察、収穫などを行っている。顔の見える間柄の農家と取引をすることで、旬のフルーツを一番良い状態で安く仕入れることができるという。山梨のフルーツは、ネオマスカットは小野さんから、すももは望月さんから、アジロンは高野さんから、という形で特定の農家から仕入れている。その他もも、さくらんぼ、柿、ラフランス、ゆずなども山梨の農家から仕入れ、シャーベットにしている。仲の良い農家は店内に写真付きで紹介されており、商品にもフルーツ名とともに農家の名前が書かれている。そういった農家との出会いは自然にあるという。利益を目当てに直接お店に売り込みに

くる農家もいるが、利益を求めてくる人とは長く続かないと考え、基本的に断っている。出会いは客伝いやお店伝いなど、身近なところからできるという。

フルーツジェラートを作り始めた当初は山梨県産のフルーツにこだわっていたが、他県のフルーツでも山梨県産のものよりおいしいものがあるということが分かり、静岡他近隣の県の農家さんから仕入れているフルーツもある。なかには市場を通して仕入れるフルーツもあるが、市場から仕入れるものより直接農家さんと顔を合わせて取引するほうが安くて質の良いおいしいフルーツを仕入れることができるという。

経営者はとてもフレンドリーであるため、どんなお客や農家とも仲がいい。今や商品となっているアイスクーキーは、普通のクーキーだとアレルギーがあり食べられないという常連のお客の息子のために作ったのが始まりだという。また、毎年決まった時期に決まった商品を注文する県外のお客とは、直接会ったことはないものの果物や特産物の贈り合いをしている。子供に氷華のジェラートを食べさせたらコンビニなど他のアイスが食べられなくなったという人もいる。

(2) 商品について

一番人気のジェラートはアジロンである。店を始めた当初はイタリアンジェラートを作ったこともあったが、農家との出会いをきっかけに作ることを辞めたという。ジェラートに使うフルーツの種抜き、皮むきなどはすべて経営者二人の手作業だという。ジェラートは完熟のフルーツに糖度だけを加えているため、素材本来の味を楽しむことができる。また、他の物を一切加えていないため、同じフルーツを使っているでもフルーツの出来によって色や味が多少変わることもある。明日には腐ってしまうというくらいぎりぎりまで完熟させたものを使用しているため収穫したものをジェラートへ加工するタイミングに対しては、シビアである。収穫したフルーツはその日のうちに全てジェラートに姿を変えている。

農家さんが財産というほど思いの強い店主が作るジェラートは本当にどれもおいしいとの評判である。人気になりすぎて近隣のお店の駐車場に車を停める客が増え苦情が相次いだことからなくなってしまったメニューもあるとのことだ。

(3) 地産地消について

農家さんとの出会いをきっかけに、フルーツ大国山梨県なのに山梨のフルーツの魅力を知らない人が多いのは悲しい、もっと知ってもらいたいという想いから事業を始めたという。したがって、創業の動機そのものが地産地消と結びついている。山梨のフルーツの仕入れ先は全て付き合いがある農家で、顔を知っているだけでなく、仲がいいからこそおいしいものを安く仕入れることができるという。その意味氷華は、「地産」と「地消」を信頼でつないでいる企業であるといえる。

(4) 六次産業化

氷華は畑を持っておらず、自家農園栽培したものを店に出しているわけではない。しかし、先述したように、仕入れ先の農家の畑へ行き、果物の観察を行い、自ら収穫作業を行うときもある。そうして仕入れた果物は収穫したその日のうちに加工しジェラートにする。そして時期ごとにお店で販売する。その意味で、畑を持っていないが六次産業化のネットワークの一翼を担っている。

六次産業化の課題として高齢化があげられる。農家、氷華共に高齢化しており、後継ぎがないのが現状である。高齢化は設備投資にも影響を与える。加工に使用している機械は一台数百万円するため、購入した場合、ローンを返済するまでお店を続ける目途が立たない。したがって、現在使っている機械が壊れたらお店を閉めるという。すなわち、高齢化、後継者不在が様々な問題の元凶にある。

6. ぶどうの早川園

(1) ぶどうの早川園について

ぶどうの早川園は、戦後すぐに現店主の曾祖父によって開園され、現在は3代目が経営している。甲府市甲斐善光寺辺りは、扇状地のため水はけが良く、田園には向かず、養蚕が盛んでなかった。一方、ぶどうは一定の寒さが無ければ発芽しないが、甲斐善光寺辺りは、昼夜の温度差が大きいため、ぶどう作りに適していた。このような理由からぶどう園を開園した。

ぶどうの旬は8～10月で、この3ヶ月の訪問客が最も多い。なかでも9月がピークになる。客層については、半数以上がリピーターで、家族連れが多い。近年ではインターネットの普及で県外から訪れる人も増え、わざわざ遠方から特定のぶどうを求めて来訪する人もいる。また、当園は旬の期間が長いため、1シーズンに何度訪れても楽しめる。

(2) 早川園のぶどうについて

早川園の特徴は、ぶどうの種類の多さであり、約40種類ものぶどうを育てている。普段食べられないものを食べて欲しい、お客さんに新しい発見をして欲しいという想いからこのように多種のぶどうを育てている。ぶどうの種類が豊富で、常に旬のぶどうを食べることができる。実際、当園には、旬の始めと終わりに来る人、毎年6月頃に今年のぶどうの様子を確認しに来る人など、マニアックなお客さんも訪れるという。

(3) 早川園が抱えている問題

早川園が抱えている問題は大きく分けて3つある。1つ目は、「後継者問題」で

ある。以前は早川園の周りにも多くのぶどう園があったが、高齢になるにつれ後継者もいないため、たたむ所が増えてしまった。実際、自身の子供も普通に就職し、跡を継いでくれる人がいないという。

2つ目は「環境問題」だ。地球温暖化の影響による夜間の気温の上昇に伴って昼夜の温度差が小さくなってしまった。その結果、ぶどうに色が付きにくくなってしまい、美味しいぶどうが出来にくくなってしまっているという。

3つ目は「いかに美味しいぶどうをつくるか」である。これは早川さん曰く「永遠の課題」である。お客さんの期待以上のものを提供しなければ、リピーターにはなってもらえない。おいしいぶどうをつくること、これが一番大事で1番難しいという。

(4) 六次産業化、地産地消について

六次産業化は、自分で生産、加工、販売を行うので作業が増えるが、その分、収入も増える。地産地消を実現し、地域ブランドを創造することも可能となる。消費者側からすれば、この果物を誰が作って、誰が加工したのかが分かるので、安心して購入することができる。このようなメリットがあるという。

反対にデメリットとしては、第一次産業従事者であれば加工する上での衛生管理の知識の習得、加工器具の整備など、第二次、三次産業従事者であれば農業の知識、あるいは専門知識の習得などによる手間及びコストがかかってしまうことがあげられる。特に、第一次産業従事者は高齢者が比較的多く、何か新しく始めることや、規模を拡大することが困難な場合が多い。ぶどうの早川園も、高齢化による仲間の減少などの理由で現状以上に規模を拡大することは難しいという。

地産地消については、メリットとしては六次産業化と共通するところがあり、例えば、地域ブランドの構築があげられる。地域の食に対する知識が増えるので、地域の伝統的な食文化の維持、継承に繋がっていく。また、地域の食材を使用することで観光面にも好影響を与える。地域のものを食べることで、地域の農家を支援することにもなる。

反対にデメリットとしては、これも六次産業化と共通するが、自分が今している農業や、加工業以外にも専門知識が必要になってくることである。これも、高齢者等によって事業を拡大することが困難な状況にある。

六次産業化、地産地消は成功すれば、地域活性化に繋がる反面、容易にできるようなものではないとの認識を持っている。

7. 土方洋蘭いちご園

(1) 歴史について

土方洋蘭いちご園は、約30年前に、現オーナー土方の父が胡蝶蘭専門の直売所

として、生産・直売を始めた。最初はぶどうや米の生産も行っていたが、山梨ではどこもやっていないということで、胡蝶蘭の生産・販売をはじめた。県内で一番最初の洋蘭のグループだったこともあり、アジアへ行き、洋蘭の原種を日本に入れ、品種改良を行った。これが胡蝶蘭の生産にいたった経緯である。

しかし徐々に景気が悪くなっていったため、蘭のハウスを縮小し、空いたハウスでいちごを生産しだした。いちごを育てることにしたのは、単純にその当時いちご狩りが人気だったから、そんな理由でいちご園が始動した。だがいくらいちごが人気だとはいえ、どうしてもいちごのロスが生じてしまった。そこでいちごのロスを無駄にしないためにカフェを始めたという。これがいちご園とカフェ開業の経緯である。

(2) いちご園について

いちごは、酸味がなく実が柔らかく甘みが強いあきひめと、あきひめを品種改良し少し酸味はあるが実が硬めなべにほっぺの二種類を生産している。特にべにほっぺは実がしっかりしているため出荷に適しており、人気がある。いちごの旬は12月下旬から5月初旬までとなっている。一番おいしい時期は1月で、実が大きく一番甘い。いちご狩りの繁忙期は2月からGWだが、特に2、3月は春休みに突入した大学生が県内外問わず広域から訪れる。それ以外の時期は比較的幅広い年齢層に楽しんでもらっている。

当園が苦勞していることとしては、少ない農薬での栽培、害虫駆除、人手不足などである。

(3) カフェについて

カフェでは、いちごのかき氷、いちごパフェ、もものかき氷など商品が人気がある。かき氷を売っている他のお店は、一般的にいちごを青いうちに採って凍らせるのだが、土方洋蘭いちご園では、いちご狩りで採るような熟したいちごを凍らせて作っているため、味も格別においしいという。お客さんからはいちごのかき氷などは安すぎるのでは？という声も出るくらいコストパフォーマンスがよい。

さらに、当園の一部が、ドキュメントバラエティー「モニタリング」で取り上げられた反響もあった。そんななか、カフェを経営する上での悩みはハイシーズンになるとお客が多く、30分以上待たせてしまうことだという。

(4) その他

土方洋蘭いちご農園における六次産業化のメリットは、ロスをなくすることができることである。逆に、加工する必要があるため人件費がかかること、さらに収穫などのシーズンが限定されることがデメリットであるという。

土方さんがこの仕事をするうえで大切にしていることは相乗効果である。いちご狩りをしに来たついでに花屋も見してくれる、というような相乗効果があり、それが当園の大きなアピールポイントであるとしている。

Ⅲ. 結論

甲府市における果実（フルーツ）産業の現状・課題を地産地消、六次産業に着目しつつ、研究を行った。

I で分析したように、甲府市はぶどう、すももなどに関しては一定の収穫量があるが、むしろ消費地として大きな役割を担っていることがわかった。地産地消でいえば「地消」、六次産業化でいえば、「第三次産業」である。ヒアリング調査では、主に遠藤フルーツ、annies、氷華などがこれに当たる。これらの企業は、山梨県内の農家などと提携し、果実を仕入れることによって、甲府市内で果実そのもの、あるいは加工品などを販売している。また、これらの企業は農家との物理的近さや精神的な距離の近さから、質の良い果実を安く入手でき、また、農家の想いを消費者に伝えることも行っている。人口の少ない山梨県ならではの社会関係資本のあり方であると思われる。

また、一社で六次産業化を実現している企業もあった。SADOYA、土方洋蘭いちご園などがこれに当たる。また、ぶどうの早川園も2次産業は展開していないが、1社で完結している地産地消産業である。

葡萄屋 kofu や土方洋蘭いちご農園などの廃棄物などの有効利用方策としての六次産業化という視点が注目に値する。うまくシステム化していけば、大きな利益を生むビジネスモデルになるのではないかな。

甲府市を中心に地産地消あるいは六次産業化を進めていくうえで、大きなネックになっているのが、高齢化である。高齢化は後継ぎ問題に直結し、後継ぎ問題は設備投資の問題にも直結する。さらに、高齢者が、新しい知識やノウハウを習得して、現在の仕事から幅を広げて、六次産業化に取り組むのは難しい。農業の高齢化問題が叫ばれて久しいが、果物店や氷華といった第3次産業でも高齢化の問題に直面しているという厳しい現実もある。

一方で、葡萄屋 kofu や annies といった企業は、富裕層や若者、女性に人気のある商品の開発に成功している。やはり最終的には、よい商品は売れ、商品が売れば、産業としても成り立ち、雇用も生まれるということだろう。農家との信頼関係を築きつつも、マーケティングなどを積極的に展開し、若者、女性などに「売れる商品」を作ることが成功の要だと考えられる。