

特集：地域力——静岡に学ぶ地域活性化のヒント

第2章 工業団地を観光資源とした 6次産業化を目指す施設の建設 —あさぎりフードパークの建設事例

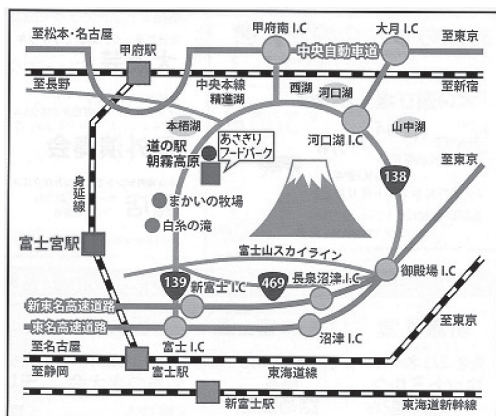


増田 徳好
静岡県中小企業診断士協会

1. はじめに

「あさぎりフードパーク」は、富士山の西麓、朝霧高原の広葉樹に囲まれた豊かな景観の中で、環境にマッチした「食と自然が融合した、林の中の食品工房」をコンセプトとするテーマパークである。

当団地を建設した「あさぎりフードパーク協同組合」では、富士宮市が推進している「フードバレー構想」を具現化するハード施設として位置づけている。



2. 富士宮市フードバレー構想

(1) フードバレーとは

静岡県富士宮市は、豊かな自然に恵まれ、広大な朝霧高原の酪農や湧水を使ったニジマ

ス、日本一の標高差を活かした多品種の野菜など、古くから多くの食資源に恵まれ、それを大切に育ててきた。

そんな富士山の恵みと文化を誇りとする富士宮市は、平成16年から「フードバレー構想」を掲げ、市民と生産者・NPO・企業・大学が連携し、市を挙げて「食」のまちづくりに取り組んでいる。

(2) 基本コンセプト

「フードバレー構想」の基本コンセプトは食の循環である。

「食」は大地からの賜物。つまり「農業」である。「農業」はその土地の「環境」そのものでもあり、「環境」が市民の「健康」を作り、「健康」は「食」から始まる。そして、その中心には、富士山の湧水をはじめとする、きれいでおいしい「水」がある。「水」を中心に、「食」→「農業」→「環境」→「健康」→「食」、この循環が健康に生きる源になる。



(3) 目指しているもの

富士山と豊かな水に育まれた食によるまちづくりを目指している。

・富士山の恵みである水をはじめとした豊富な食資源を活かした、第1次産業から第3次産業まで食関連産業の振興。

- ・食を通じた民・産・学・官のネットワーク化を進め、協働していくことによる。食関連産業にとどまらない地域全体の活性化。
- ・地元の安全な食材の生産と提供によって安全な食生活を守り、食を通じた環境学習を進めるとともに、資源循環型社会の形成。
- ・地元の食材を地元で消費するシステムづくりを進めるとともに、食文化を継承・創造し、食による生活習慣の健全化、家庭教育、人づくりに取り組むことで、「食育」による健康な人づくり。
- ・富士宮市の食を全国に情報提供することにより、農林水産物のブランド化を確立するとともに、その食を求めて訪れる観光交流人口の増加による活力あるまちづくり。



朝霧高原道の駅に隣接する約5万坪の荒地を開削し、数年前から手分けして育てていた「ケヤキ」や「ヒメシヤラ」、「ヤマボウシ」、「コナラ」、「クヌギ」、「ドウダンツツジ」といった広葉樹の苗を植えた。

パーク内の木々の間をのんびり散歩しながら各工房を巡っていただき、各社自慢の味わいを楽しんでいただく、そんな施設をイメージしている。

飲食品製造を営む6社の工房群は、地域の食文化の拠点でもある。地元農産物の加工はもちろん、最新技術を駆使した製造工程の公開や、見せる工房としての直販も行っている。また、子どもから大人まで楽しめる、魅力ある体験プログラムも充実させていきたいと考えている。

以上は、当フードパークの箕功代表理事のことばである（当フードパーク HP より）。

3. フードパークの内容

(1) 集団化の目的

組合員6社は、富士宮市内の食品製造関係企業であるが、既存工場の狭隘化・老朽化、キャパシティ不足による受注機会の損失、自社製品の販売促進といった経営課題を抱えていた。これらの課題に対応するため、当団地を富士宮市が推進する「フードバレー構想」を具現化するハード施設として位置づけ、観光地である朝霧高原に工場団地を建設した。

(2) フードパークの概要

あさぎりフードパークは、「食と自然が融合した、林の中の食品工房」をコンセプトに、食に携わる6社がコラボレートした「食の工房団地」である。

所在地	富士宮市根原字宝山449番地の1
敷地面積	49,383.58㎡
建物	食品工房5棟・レストラン1棟・売店、組合事務所兼トイレ1棟
営業時間	午前9時～午後5時 (予約による夜間営業も可能)
休日	年末年始(12月31日～1月2日)
駐車場	バス10台、乗用車70台 ほか各工房

(3) 施設の特徴

「あさぎりフードパーク」は、富士山麓でそれぞれ実績を積んだ食品（乳製品、日本酒、お茶、和菓子、さつま芋製品）製造会社5社と地元食材を使ったレストランが1ヵ所に集まり、工房団地を形成している。「ものづくり文化」を観光資源とした、6次産業化を目指す施設である。

①ものづくりの現場を肌で感じられる

暮らしに欠かせない食生活に必要な、身近な製品の生産工程（ものづくり）現場を見学、作り手の姿勢を肌で感じられる。

②作り手の感性を感じられる

富士山麓の恵みで生まれた、伝統的で磨き



抜かれた各種製品づくりの現場で、良いものを見極める目を養える。

③食と地域性のかかわりが感じられる

生産現場の見学や、試食、試飲、レストランでの食事など、地元（富士山麓）から生まれた本物の味について、作り手のこだわりが伝わる食文化を堪能できる。

④心地よい空間の楽しみが感じられる

富士山を仰ぎ見る景観と、広い敷地の広葉樹に囲まれた工房団地内で、都会では味わえない心地よい空間を楽しめる。

(4) 各工房の概要

①牛乳・乳製品

朝霧高原の乳牛の生乳を利用した牛乳製造の「朝霧乳業株式会社」の工房である。既存工場の狭隘化、製造工程の非効率化を解消するとともに、外注していたバター、チーズなどの乳製品の内製化を図った。

製造工程を見学できる衛生的な工場を建設し、取引先や消費者に安心、安全をアピールすることで、ブランド認知度を高め、新規顧客（宅配牛乳など）を開拓している。

②酒蔵

「富士山麓の感性の酒蔵」として地酒を造り続けている「富士正酒造合資会社」の工房である。既存工場は老朽化し、増築を重ねたため、生産効率が悪化していた。既存地での建替えは困難であったため、団地内に工場を全部移転した。

集客が期待できる朝霧に「見せる酒蔵」を

建設することで、清酒など（リキュール、焼酎含む）の売上拡大を図っている。本来の主力製品である清酒などの比率を高めて、現状の発酵調味料に過度に依存する形態から脱却する。

③芋

観光土産品の卸販売と地元の芋生産農家とのパイプにより、切干芋などの地元食材を活かした製品を取り扱っている「有限会社かくだに」の工房である。現在外注していた「切干芋」などの芋製品の生産を行い、切干芋のほか、芋菓子（芋羊羹、スイートポテト）、芋アイス、焼き芋などの新商品を開発し、事業拡大を図っている。

④菓子

菓子製造会社で、昔ながらの製法にこだわった「精進川羊羹」や「草大福」、「饅頭」などの和菓子を製造販売している「上野製菓株式会社」の工房である。焼き菓子などを充実させるにあたり、既存工場は狭隘化し、十分な生産スペースを確保することができないため、団地内に工場を全部移転した。

焼き菓子などの充実により、寺向けの羊羹に過度に依存する形態から脱却し、さらなる事業の拡大、経営の安定化を図った。集客が期待できる朝霧に「見せる工場」を建設することで、安心・安全をアピールして売上拡大を図っている。

⑤お茶

富士山南麓の茶畑（自園）で有機栽培主体の茶葉を使用、荒茶製造、仕上茶の製造販売を行っている「株式会社富士園」の工房である。当社では粉末茶やフレーバー茶の拡大を計画しているが、荒茶製造工程では茶葉の粉塵が飛散するため、粉末茶やフレーバー茶を同一箇所で製造するには適さない問題があったため、これらの部門および火入れ（乾燥）工程の一部を団地内に移転した。

⑥レストラン

フードパークと隣接する「道の駅朝霧高原」を運営管理している「株式会社富士山」（富士宮市内の食品関連業者など20社による

設立会社)」のレストランである。「道の駅」は、多くの来場者の訪問に伴い、レストランのキャパシティが不足しており、当レストランは個人客向けであり、団体客に対応できず、機会損失を起こしていたため、団地内にバイキング形式で団体客を受入可能なレストランを建設した。

四季折々の地元食材やパーク内の工房で生産された食品を利用して、食による地産地消に取り組んだ安心感のある食事を提供している。富士山の眺望と敷地内の広葉樹の植え込みがマッチした、心地よい空間の中でバイキング方式の食事を楽しめる。

⑦組合売店

あさぎりフードパーク協同組合の運営管理、情報発信などを行う「組合棟」を兼ねた、パーク内工房5社で製造される生産商品を販売する施設である。販売施設は、パーク内工房が製造した商品を主に、各工房の生産品とコラボレート商品を取り揃えた販売コーナーを設け、製造したばかりの新鮮で安心、安全な商品を購入していただく場となっている。

また、各工房が生産する商品を地域の風土、文化、伝統などの郷土色の濃い「あさぎりブランド」の商品として、インターネット、宅配、通販による販売を行うなど、全国展開を目指している。

4. 今後の課題

(1) 団地運営

①テーマパークとしての機能充実

コンシェルジュの養成・配置により、工房見学の魅力づけを図る。季節ごとに各工房の特徴を活かしたイベントの開催。各工房の体験教室の拡大および連携。

②道の駅「朝霧高原」との連携

フードパークへの誘導。連携強化による誘客拡大。

③地域観光施設との連携

朝霧地域におけるフードパークの位置づけを再確認し、地域観光施設のインフォメシ

ョン的役割を持ちつつ、他施設との連携を図り、観光客の誘客を図る。

④広報活動

広報活動を強化することで、誘客を図る。

⑤団体客の受入態勢の整備（対応）

観光（旅行）業者への宣伝活動の強化によるバスツアーの受入拡大。

(2) 共同売店

①販売品目・品揃えの充実

各工房のコラボ商品（新商品）、朝霧関連商品、各工房の商品のセット販売。

②インフォメーション機能の充実

各工房の情報提供。工場見学コース、工場の稼働時間、コンシェルジュの配置による各工房見学の紹介。

③各工房との連携

各工房のアンテナショップ的役割。

(3) 各工房

①新商品・コラボ商品の開発・販売

各工房のコラボ商品による新商品の開発。工房でしか買えないオリジナル商品の開発・販売。

②体験事業の実施

体験メニューの検討・充実による参加者の拡大。各工房体験事業の連携。

③工場見学者への対応

コンシェルジュの養成・配置による工房の紹介。

④リピート客の増加対策

見せる工房の四季による変化、工房での販売商品の魅力づけによるリピート対策の実施。

増田 徳好

（ますだ とくよし）

1950年生まれ。静岡県立静岡商業高校卒業後、静岡県庁に勤務。県中小企業支援機関において、商業および工業案件の診断業務に従事する。1986年中小企業診断士登録。2013年独立開業（増田経営診断事務所）。現在、商業、製造業などの企業および組合に対し、経営計画策定支援、経営改善計画策定および実行支援などのコンサルティングを中心に行っている。静岡県中小企業診断士協会副会長。

