



北海道
余市郡余市町



ファンドを活用した

余市町とワインの新しいストーリー

6channel

特集：動き始めたファンド活用

〈ファンド活用事例〉オチガビワイナリー（北海道）

〈ファンド活用の仕組み〉農林漁業成長産業化ファンドによる資金・支援の流れ
出資対象となる事業体の設立方法

6次産業化の達人たち

岡本農園（北海道）／大西ファーム（岩手県）／萬秀フルーツ（愛知県）

AFFrinnovation MAGAGINE vol.07

“AFFrinnovation”は、農業（Agriculture）、林業（Forestry）、水産業（Fisheries）の頭文字と、イノベーション（innovation）を組み合わせた言葉です。
農山漁村の地域資源を活用して、1次、2次、3次産業を結合することによりイノベーションを起こし、消費者までのバリューチェーンを形成する6次産業化を意味するものです。

特集

動き始めたファンド活用

農林漁業者の6次産業化を

資金面から新たな形で後押しする

農林漁業成長産業化ファンド。

ついに、第一陣案件となる出資先が決定。

北の大地を活性化させる

6次産業化事業体のひとつをレポートする。



1次産業と2次・3次産業のバリエーションをつなぎ、農山漁村地域で、地域の活性化や雇用創出につながる新たなビジネスを創出する取組を支援するために生まれた農林漁業成長産業化ファンド。

農林漁業者が、パートナーとなり得る2次・3次産業事業者とともに資本金を拠出する6次産業化事業体に対して、最長15年にわたる出資と経営支援を行う。新しい6次産業化の支援の仕組みである。

このファンドを運営する農林漁業成長産業化支援機構(A F I V E)が発足したのは平成25年2月1日。その後、各地域・各分野で資金面は



第一陣案件のひとつ
株式会社オチガビワイナリー代表の
佐沢さん(左)と専務の落さん(右)

もちろんのこと、経営指導や事業展開での支援を行うサブファンドの設立を続けてきた。サブファンドは、設立または準備中を含め9月末の時点で、全国に31。資金総額は580億円に達する。

9月には、このファンドの第一陣案件として、北海道余市町のワイナリー事業、千葉県富里市の植木・盆栽の輸出事業、沖縄県与那国町の車エビの販売事業という3つの出資先が発表された。

その事業内容は？ 出資確定の経緯は？ 15年先に向けてのビジョンは？ 北海道余市町のワイナリー事業からのレポートをお送りする。



ファンド
活用事例

オチガビワイナリー —— 北海道余市町 ——

ファンドの第一陣案件は意外なことに、ワイン。長らく新潟で活動してきたプロフェッショナルが、余市に乗り込み、ワイン作りだけではなく、大きな改革を目指している。

大人の楽しみに耐える

欧米型の本格ワイナリー

北海道・小樽から車で約30分、余市町の静かな谷に『オチガビワイナリー』はある。この11月に開業予定。

なだらかな斜面にはまだ小さな苗木が植えられたばかりのブドウ畑。それらにとり囲まれるようにして施設の中核となる建物がある。コンクリートの武骨な箱の上に、優美な曲線を描く木造建築を載せたような構造。箱がワイン醸造所。上部はレストランであり、ショップである。オリジナルのワインに合う料理を供し、ワインを販売するだけでなく、余市の海産加工品や農産加工品も扱う。「大人が1日ゆったり楽しめるワイナリーにしていくつもりです。」と、代表取締役の佐沢雅美さんは言う。「僕はずっとブドウを植えてワイン

を作ってきたけれど、自分が1次産業の人間だと思ったことはなかった。大昔からワイン造りは6次産業化されてるんです。だって欧米では自分でブドウを育て、自分でワインにして自分で売る。それがそもそものワイナリーのあり方です。」

そう言って笑うのは専務取締役の落希一郎さん。実はワインの世界では知らぬ人のない有名人だ。37年前に「西ドイツ国立ワイン学校」を卒業し、昨年まで、新潟県で自ら興した『カーブ・ドッチ』を経営していた。今回が生涯で4つ目のワイナリー。そして「最後」にするという。敷地総面積は4万8000坪。日常感は徹底的に排除。ゆくゆくは宿泊棟、温泉、パンを焼く小屋、さらに2軒のレストランを開く計画だ。『オチガビワイナリー』がファンドを知ったのは昨年11月。余市町内の有力出資者より説明会の話を開

いたのが始まり。「札幌の大きなホールに出かけていったら、スーツの人たちばかりで(笑)。農業ではなくて、みんな金融機関の人たちだったんです。」

議論される内容も金融よりのものばかりだったので、佐沢さんが声を上げたのは説明会終了後。事業内容を説明したら、農林水産省が興味を示した。そのときは、単にワイナリーという事業の物珍しさが響いただけだったのかもしれない。だが最終的には、落さんの「余市を日本のナパレーにしたい」というビジョンが、おそらくはファンドの理念と合致したのではないだろうか。

ナパレーは有名なカリフォルニアワインの産地。1800年代半ばからワイン造りが始まり、禁酒法の時代を経て、1944年から事業が本格化。70年代以降、ブドウ農家とワイン生産者が一丸となってナパレーのブランド力を上げるためのプロジェクトを展開。今では大小およそ400のワイナリーが集い、競い合う。落さんは「余市にはその可能性がある」というのだ。

ファンドへの道

落さんは昨年まで新潟のワイナリーを経営する「株式会社欧州ぶどう栽培研究所(カーブドッチ)」の社長であった。佐沢さんは、昨年までアメリカの大手石油会社に勤務。東南アジアのマーケティングを担当していた。

「食べることも料理することも好きだったのでフレンチレストランを開こうと思っていたんですが、落の『カーブドッチ』に行ったら、こういう事業形態もあるのか、と。」

つまり、ふたりとも生粋の1次産業事業者ではない。『オチガビワイナリー』は、『農業生産法人オチガビ』の子会社という位置づけだ。

『オチガビワイナリー』の資本金は約8千万円。このうち約5千万円は『農業生産法人オチガビ』による現物出資だ。具体的には、ワイナリーの建物や醸造・熟成等の設備などがそれにあたる。この現物出資という形をとることにより、農林漁業者からの出資が過半を占めるという、ファンドからの出資を受ける条件を満たしたわけだ。

この案件のサブファンドは「北洋6次産業化応援ファンド」。AIFIVEに加え、『オチガビワイナリー』のメインバンクである北洋銀行と、公益財団法人北海道中小企業総合支援センター(以下:支援センター)によって組成されている。実際にファンドの業務を執行し、运营管理と損益に責任を負うGP(無限責任組合員)は、支援センターが担当した。

「いやあ、ほんとうに大変でした。」
佐沢さんは苦笑する。

「銀行からの融資にも必要でしたし、5年分の事業計画書は持っていました。でもそれを15年分要求されるんです。しかも非常に詳細なデータを入れています。たとえばワインの生産本数

を『初年度2万5000本、翌年5万本』と書いてちゃダメ。畑にどの品種のブドウをどれぐらい植え、どんなワインを何本ずつ作るか、5年後にはそれがどう変化しているか、商品の原価・単価・売上の推移も出さんです。そんな決算報告のようなデータを15年分。」

このファンドへの申請書類は、佐沢さんがサブファンドと相談しながら自らの手で仕上げた。

佐沢さんは、ファンドを活用するメリットをこのように語る。
「どうしてもやりたい事業があっても、どうしてもお金が集まらない場合は、非常に有効だと思います。ただ投資金ですので、後々返さ(買い取り)なければなりません。厳しい目で事業内容を精査されます。」
ただ、お墨付きが出る「金融機関からの信用がグンと高まったよ(笑)。いくつかの融資がすぐに決まりました」

10月末にはファンドからの投資が実行される。

町へのビジョンを評価 共に手を取り成功の道を

「北洋6次産業化応援ファンド」の担当者、支援センターの産業育成部長・6次化推進室長(取材時)の吉岡孝則さんにオチガビワイナリーについて話を聞いた。

「大きかったのは、おふたりの『将来的には余市を日本のナババレーにしたい。ワイン用ブドウの一大産地として形成したい』というビジョン。施設も、開発後の景観も日本でも類を見ないもので、落さんはワイン業界では有名人ですし、町を変える起爆剤にもなる可能性は高い。地域への効果が見込まれたからこそ、AIFIVEもこの案件をファンドの対象としてプッシュしたのではないだろうか」

このサブファンドの対応はきめ細やかだ。金融のプロフェッショナルである北洋銀行と、長らく道内の1次産業を中心とした事業者の相談に乗り、ノウハウを蓄積してきた支援センターが、それぞれの得意分野で面倒を見てくれるから。「支援センターがGPとして動くので、企業の負担や資金的なリスクを軽減し、実現のスピードを上げるためのサポートができると思っています。」
ファンドは投資をするとともに、約15年にわたるハンズオン支援を行っていく。

事業者とファンドは「向き合っているのではない」と吉岡さんは言う。「通常融資であれば貸し手と借り手は相反する関係です。お金を貸して利息をつけて返してもらおう。でも出資の場合、事業者とファンドは、サイド・バイ・サイド。手を携えて一緒に成功に向けて動いていく立場です。私たちは生産者、事業者側にとっては最大にして最良のパートナーでありたいと考えているのです。」

オチガビワイナリー
(11月開業予定)



サブファンド、曰く。

余市の地域資源を発掘 共存共栄を目指す

『オチガビワイナリー』が契約している農家は町内で2軒。そのうちのひとつ『安芸農園』では、生け垣のような畑で外来種のワイン用ブドウを育てている。こうした「ワイン農家」が余市町には37軒あると落さんは言う。

初年度は5種類のブドウを使って5種類のワインを計2万5000本作る予定である。余市のブドウ農家と契約したのは、まず安定的にブドウを確保するため。落さんは新潟時代からこのブドウを使っていた。余市との付き合いはもう20年以上だ。

初年度からのワインづくりをすべて自前のブドウで賄うために、畑ごと買うという選択肢はなかったのだろうか。

「それでは持ち主が変わるだけ。余市町でのワイン用ブドウの作付面積が増えることにはならない。そのやり方では意味がないんです。」

そう、そこそがフアンドの理念と合致した『オチガビワイナリー』の哲学。自らブドウを育て、ワインを作り、地元の食材とともにレストランで供し、販売する……この事業のスタイルを、余市町の「ワイン農家」全体に広げていく構想だ。目指すのはワイン用ブドウの産地形成と「ヨイチ・バレー」のブランド化。「僕たちがうまくいけば、いい前例に

なるでしょう。それで都市の実力ある3次産業事業者が来て、うまくワイン農家とタッグを組めばワイナリーはあつという間に30軒はできる。」

落さんの言葉に佐沢さんが続ける。「ワインにまつわる教育事業も立ち上げる予定です。」

事業内容に「ワイン農家の6次産業化へのサポート」も含まれているのだ。佐沢さんたちの構想が現実化すれば、町の産業構造は変わり、雇用は増え、税収の増加にもつながる。現在、余市町の人口は2万人強。毎年500人ペースという減少傾向に歯止めもかかるかもしれない。たゆまぬ熱意が、フアンドという新しい仕組みと組み合わせることで、事業の可能性はぐんと広がるのだ。

株式会社OcciGabi Winery-一般法人

平成24年11月 設立
当初は「よいち通商」としておもに醸造機器の輸入を行う予定だった
12月 商号を改称。「OcciGabi Winery」として、ワイン製造販売やレストラン経営など、ぶどうの仕入れと栽培以外のすべての業務を行う
平成25年 8月 醸造棟完成
9月 酒類製造免許取得
11月 レストラン棟オープン

株式会社OcciGabi-農業生産法人

平成24年 7月 設立
9月 農地売買完了、土地の造成工事に着手
平成25年 6月 ぶどうの苗植え。4000本、約2ha
平成26年 春 さらに1万本、約3haを植える予定

代表取締役社長・佐沢雅美(さざわ まさみ)さん
1967年、横浜生まれ。日本女子体育短期大学卒業後、横浜市立富岡中学校に勤務。92年、モービル石油(現・エクソンモービル)に入社。セールス担当後、Asia Pacific全工場の3ヵ年ビジネスプラン作成のため4ヶ月間シンガポールに駐在。同部門の生産効率改善アドバイザーを担当後、アメリカ本社組織に配属され物流部門のシステムサポートを担当。12年3月退職。08年ごろよりレストラン開業を目指し準備を行うが、落希一郎の営む「カーブ・ドッチ」に出会い、ワイナリーリゾートという事業形態に共感を覚える。退職後の7月、株式会社OcciGabiを設立

専務取締役・落希一郎(おち きいちろう)さん
1948年、鹿児島生まれ。東京外国語大学英米科中退後、74年よりワイン醸造家を志し、渡独。76年、「西ドイツ国立ワイン学校」卒業。ワイン栽培醸造士の国家資格を取得。帰国後、小樽・浦臼・長野にてワイン事業に従事。92年、新潟県新潟市にて「株式会社欧州ぶどう栽培研究所」(カーブドッチ)設立。12年4月「株式会社欧州ぶどう栽培研究所」代表取締役社長辞任。同年7月、農業生産法人(株)OcciGabiを設立し、専務取締役に就任。同年11月(株)OcciGabi Wineryを設立し、同じく専務取締役に

契約農家、曰く。

地域の活性化に期待。
そして新たな動きも！

「落さんと佐沢さんへの期待はすごくあるね。余市を変えていくきっかけになってくれるかなと思うよ。」

そう言うのは、『安芸農園』の5代目主人・安芸慎一さん。明治時代にこの地に農園を開き、りんごを中心の栽培を、昭和58年ごろからワイン用ブドウにシフトチェンジ。現在ではぶどう畑はおおよそ8ヘクタール。パッカス、ケルナー、ツバイゲル、レーベ、ドルンフェルダー、レグレントなど、ドイツ系の品種を中心に栽培している。育てたブドウの多くは道内のワインメーカーに納めていたが、今年から約30%を『オチガビワイナリー』に入れるようになった。

「去年4月頃から余市に来て活発に動き始めて、ふたりのバイタリティーで停滞している地域の空気が活性化しつつある。」

慎一さんの父上・舜一さんは89歳。『安芸農園』でワイン用ブドウを慎一さんとともに作り始めた張本人だ。「余市は変わらねばならないよね。モトもがんばるだろうからさ。」
「モト」とはお孫さんの元伸さん。農園の6代目となることが決まっている。



安芸農園 安芸 慎一さん

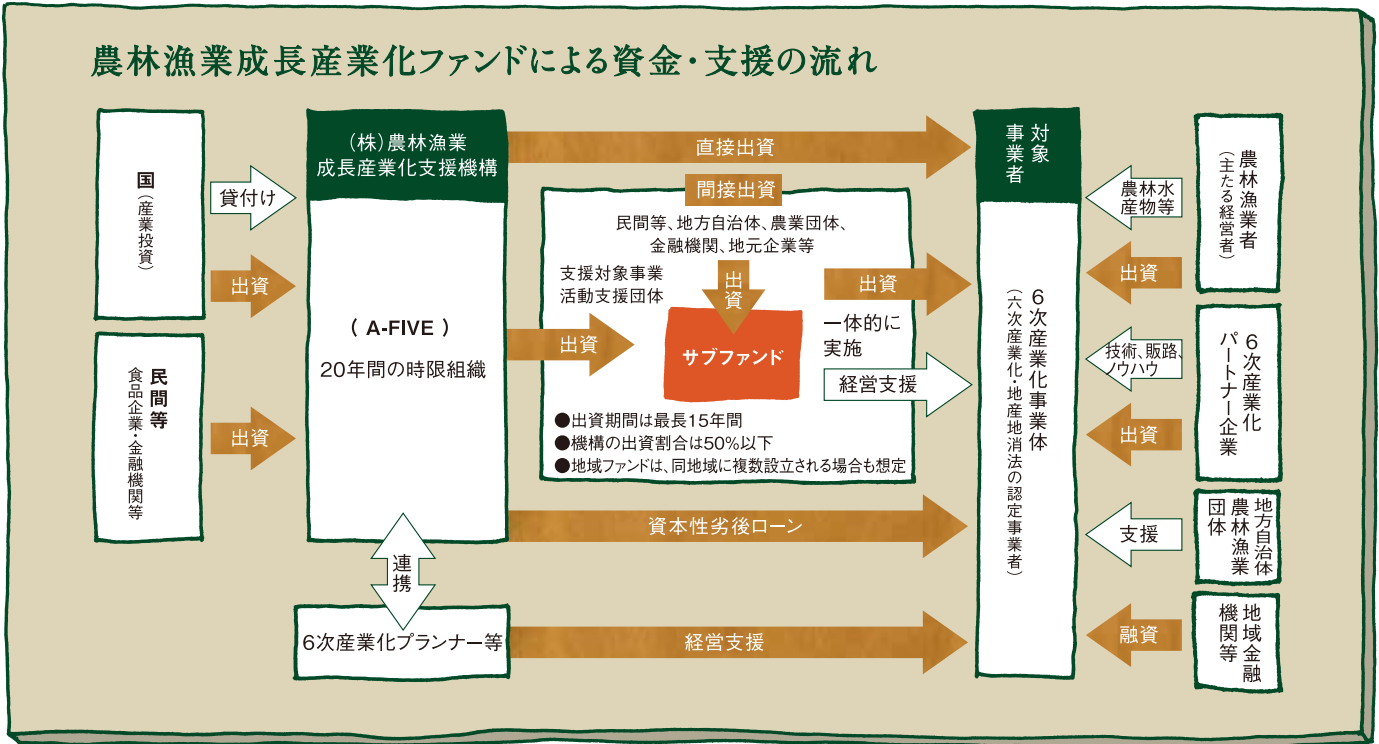
ファンド活用の仕組み

農林漁業成長産業化ファンドは、農林漁業者の方とパートナーとなり得る2次・3次産業の事業者の方との融合を図り、双方が資本金の拠出する合弁の株式会社（6次産業化事業体）に対して最長15年間にわたり出資と経営支援を一体的に実施します。

これによって、成長資本を共有した農林漁業者の方と2次・3次

産業の事業者の方とがパートナーシップを強化し、農林漁業・農山漁村が有する価値を、消費者にきちんと届けられるような事業に取り組むことができます。ファンドの仕組みは、下図のとおりです。

なお、出資を受けるには、農林漁業者の方が6次産業化事業体の議決権の過半数を取得している必要があります。



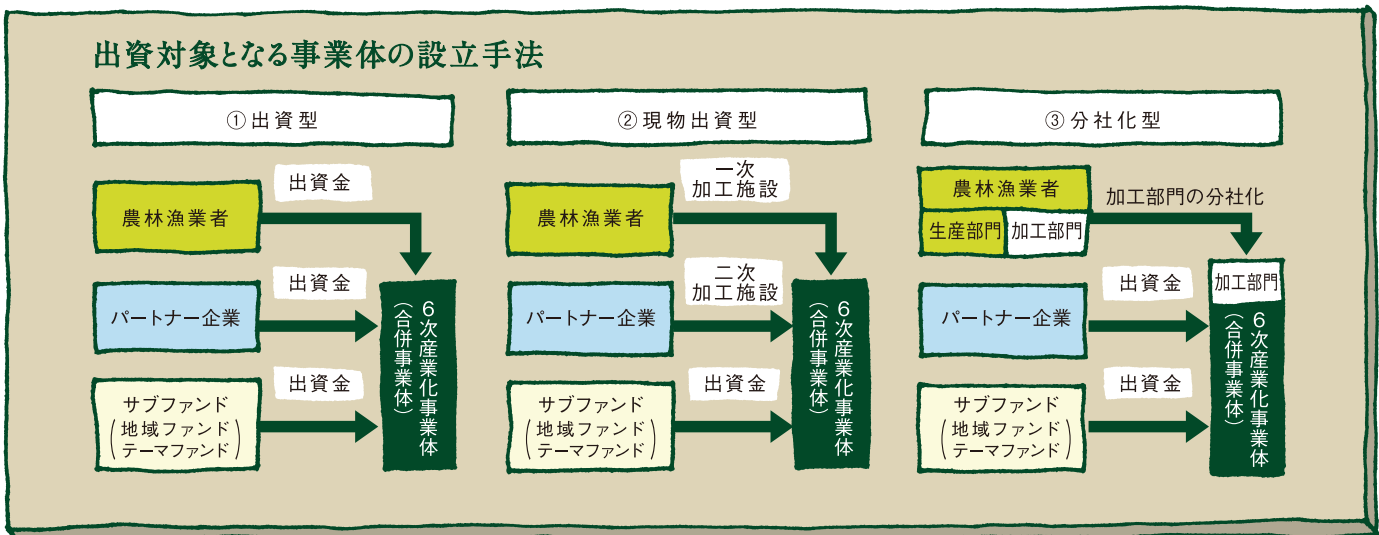
出資対象となる事業体の設立手法は、以下のように分かります。

◇出資対象となる事業体は、農林漁業者からの

- ①出資
- ②現物出資
- ③加工部門の分社化

等の手法により、ファンドからの出資受け皿となる6次産業化事業体を用意。

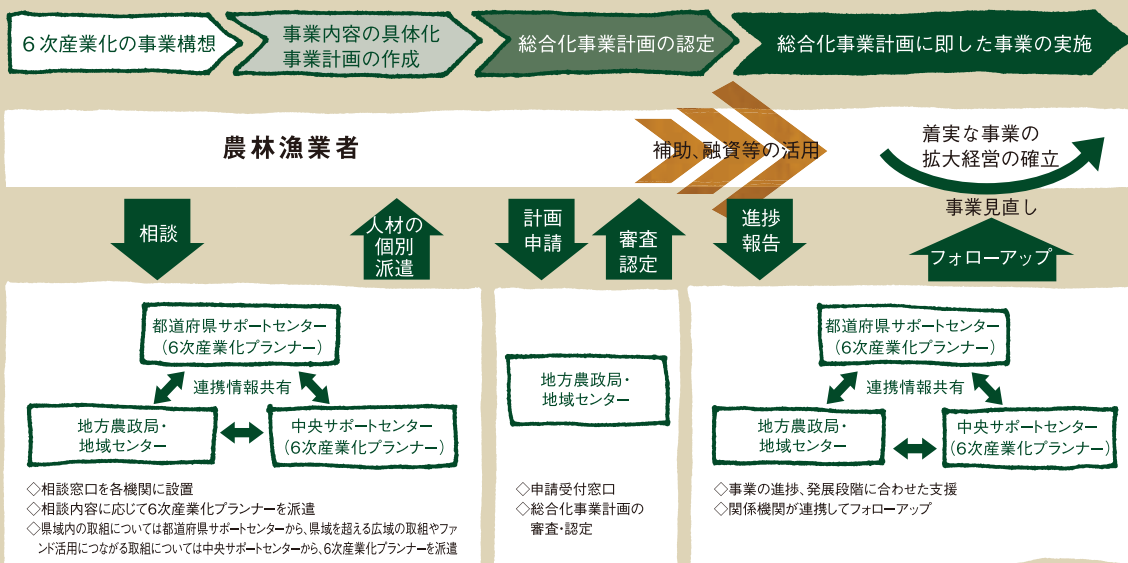
◇既存の事業体を活用し、追加的にサブファンド、パートナー企業からの出資を受け入れることも可能。



農林漁業成長産業化ファンドを活用するためには、 六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定が必要です。

農山漁村には、有形無形の豊富な様々な資源「地域資源」（農林水産物、バイオマス、自然エネルギー、風景・伝統文化など）に溢れています。6次産業化とは、それら「地域資源」を有効に活用し、農山漁村に雇用と所得を確保し、地域活力の向上を図るため、農林漁業生産と加工・販売の一体化による付加価値の拡大や、地域資源を活用した新たな産業の創出を促進することです。こうした経営の多角化（6次産業化）の取組に対し、様々な支援策が準備されています。

6次産業化に向けた構想段階から認定、事業の実施までのフロー



※6次産業化プランナーとは、農林漁業者等による総合化事業計画の作成や事業推進の支援等を行うため、都道府県サポートセンターや中央サポートセンターに登録・派遣される中小企業診断士等の民間の専門家
※都道府県サポートセンターは、秋以降、国の整備から県の整備する支援機関へ移行する予定

六次産業化・地産地消法に基づき、総合化事業計画等が認定された場合、 資金援助や人的なサポートなどの支援策を準備しています。

【六次産業化・地産地消法に基づく各種法律の特例措置】

- 農林漁業者等向けの無利子融資資金（農業改良資金）の貸付対象者の農林漁業者等以外（促進事業者）への拡大及び償還期限・据置期間の延長（償還期限:10年→12年、据置期間:3年→5年）（農業改良資金融通法等）
- 産地リレーによる野菜の契約取引の交付金対象産地を拡大（野菜生産出荷安定法）
- 直売施設等を建築する際の農地転用等の手続を簡素化（農地法、酪肉振興法）
- 市街化調整区域内で施設整備（開発行為）を行う場合の審査手続を簡素化（都市計画法）
- 食品の加工・販売に関する資金を債務保証の対象に追加（食品流通構造改善促進法）

【事業者の取組みに対する資金援助】

- 融資
 - 農林漁業者向け無利子融資資金（農業改良資金）の貸付（上限額:個人5千万円、法人・団体1億5千万円）
 - 短期運転資金（スーパー S資金）の貸付（上限額:個人1千万円、法人4千万円、金利1.5%（平成25年8月19日現在））
- 補助
 - 新商品開発、販路開拓等に対する補助の補助率がき上げ（通常1/2→認定者2/3）
 - ★新商品開発に向けた試作品の製造に関する機器のレンタル・リース料や市場評価の実施、販路開拓に向けた商談会への出展、パンフレットの作成費等を支援
 - 新たな加工・販売等へ取り組む場合に必要施設整備に対する補助（補助率1/2）
 - ★実施主体を六次産業化・地産地消法又は農商工等連携促進法の認定を受けた民間団体等に限定
- 出資
 - 農林漁業成長産業化ファンドからの出資（上限額:新たに設立する合弁事業体の資本金の1/2）
- その他
 - 農林水産省のホームページ（本省及び各地方農政局等）において認定事業者名を掲載・公表、広報誌、メルマガ等の広報媒体への掲載、認定事業者向けの仲間づくり、研修会の開催、情報提供 等

6 次産業化の達人たち

6次産業化という言葉が浸透し始めている昨今、
たくましく挑戦し続ける

プロフェッショナルな3事業者に、その取組を聞いた



農業 | 榊 孝弘 (さかき たかひろ) さん
北海道 | 株式会社 岡本農園 代表取締役

「これまでの製造過程で、どこに問題点があったか、どうしたら付加価値の高い商品を作れるか、パッケージデザインの大切さ、購買層や商品を評価してくれる販路について、一緒に考え、実現まで導いてくれました。私たちがだけでは出来なかった商品です。衝突することもありましたが、一生の仲間です。」と話す。

「もつと食べ物に関心を持ってほしい。小さい頃から、自分の体は何でできているのか、というのを、大人が教えていかないといけない。食べ物の本当の味を知ってほしいです。」と話す。6次産業化に取り組む夫婦が次に描いているのは、岡本農園の美味しいをその場で味わえる農園カフェの建設だ。

無添加で加糖されてない
スイートコーンスープが話題に
安全・安心な食べ物にこだわる
北の6次産業人

6次産業化プランナーと
作り上げた注目の加工品

岡本農園の榊孝弘さん(44)は、農業人として8年目を迎えた今年、

ヒットを予感させる加工商品、スイートコーンスープを世に送り出した。商品開発に携わった6次産業化プランナーの木村円さんも、「非常にクオリティの高い商品です。絶対売れます!」と太鼓判を押す。ここに至るまで失敗を重ね、解決策を模索していたところ、榊さんは、6次産業化プランナーの岩井宏文さん、木村円さんと出会った。

6次産業化は、
日本にとって必要な取組

榊さんが、無我夢中で6次産業化に取り組むのには理由がある。

「6次産業化は、生産者の顔が見え、安全・安心の食べ物を消費者の皆様へ供給することができます。次世代に、子供たちに、食の大切さを伝えていくことができるもので、これからの日本にとって、6次産業化は間違いなく必要な取組になっていくと思います。」と話す。



株式会社岡本農園 6次産業化への道



1931年頃：岡本農園 開園

初代（園さんの曾祖父）が福島県から現在の中札内村へ入植。馬と人の力だけで原野の木を切り倒し、雑草を刈り、土を起こし農業を始める。

2005年春：榊 孝弘さんが4代目に

三代目（園さんの父）が余命いくばくもない病となり、自らの意思で公務員を退職し、農家に転身。1か月も経たないうちに三代目は亡くなり、榊さんが4代目に。

2006年：課題の整理

大規模農業を目指しても、他の国には勝てない。日本の国土にあった付加価値のある、安全・安心な農産物を消費者に理解してもらうことが必要と考える。



ジャガイモ、どう？

2007年：農商工連携法に基づく認定を受ける

2011年5月：六次産業化・地産池消法に基づく総合化事業計画に認定される

9月に直売所を併設した加工施設を建設し、シュークリームやトマトジュースなどの製造に取り組み始める。



煮立てるのも濾すのもすべて手作業。添加物不使用、加糖もされてない、100%スイートコーンスープ（スープの素）。同量の牛乳で割ればスープになるし、離乳食としても最適。

2012年：スイートコーンスープの製造を再スタート

6次産業化プランナー岩井宏文さん、木村円さんと出会い、これまでなかなかうまくいかなかった、スイートコーンスープの製造方法を見直す。



2012～2013年：アグリフードEXPOやFOODEX JAPANなどに参加

既存商品とともに、コーンスープも出展。これにより、出光クレジットが運営する、こだわりの日本産の食品を扱うショッピングサイト「日本きりり」では、トマトベリーを使った加工品やシュークリームが、また、『婦人画報』のグルメスイーツ・ギフトのお取り寄せサイトでは、コーンスープが扱われるようになる。



株式会社岡本農園

北海道河西郡中札内村興和東5線199-10
直売所の営業日：土・日・祝日
営業時間：10:00～15:00
TEL：0155-68-3206
<http://www.okamotofarm.com/>

今後の展望：農園カフェの開業

岡本農園の「美味しい」を、その場で味わえる農園カフェの建設。そうして次は、商店街を作りたいと語る榊さん。目指すは地域活性化だ。

株式会社岡本農園の6次産業化の取組は、動画インタビュー含め、「第6チャンネル」Webサイトで詳しくご覧いただけます。
<http://www.6-ch.jp/tatsujin/0052.html>

商品開発に関わったフードアドバイザーから見た、岡本農園の6次産業化

フードプランニングオフィス サレド・シュクレ 木村円さん

「完成したスイートコーンスープの色が、あまりに美しく、これをアピールできるパッケージにしようと、デザイナーの寺島賢幸さんをお願いしました。市場調査でも、コーンスープで透明なパックはありませんでしたから。岡本農園さんには、申し訳ないけど、デザインに金をかけてくださいとお願いしました。商品に思い入れがあれば、自信と誇りがあれば、そこにデザイン力をつけて、さらにパワーアップさせることができます。もちろん、販路開拓でアジアを狙えるよう、英語表記もしています。」



イザとなったら、農機具も全部動かします！

商談会担当、加工場責任者 榊 園さん

「十勝地方は日照時間が長く、寒暖の差も大きいので、甘いスイートコーンが育ちやすいと言われています。岡本農園では1ha（全体の農地は30ha）の農地から収穫した、とうもろこしを使って、今年は1万パックを製造、関東を中心に販売させていただく予定です。スイートコーンスープも自信作ですが、直売所では、うちの野菜を使ったシュークリームや、トマトベリーを材料としたジュースやゼリーも販売、好評いただいています。寝る暇もないぐらい忙しいですが、頑張ってます！」



1×2×3

6次産業化の達人たち

農業 | 大西 範道 (おおにし のりみち) さん
岩手県 | 大西ファーム株式会社 代表取締役社長



ドライトマトは、自然乾燥所で一週間をかけ天日乾燥される。手間がかかる天日乾燥にこだわる理由は、「味が全然違います。機械乾燥では酸味も甘味も飛んでしまいます。」と、社長と二代目が口をそろえて話す。

趣味から作り始めた
ドライトマトの売り上げが好調！
加工場を持たず、
地元農家や施設と連携して百笑を目指す



アミノ酸が非常に高いトマトの品種「にたきこま」を使ったドライトマト。旨み成分は通常のトマトの4倍なのだそう。

売れるかどうか
わからないうちは、
加工場を作らない

天日乾燥にこだわったドライトマトや、オリーブオイル漬けのドライトマトなど加工品の売れ行きが好調。順調な6次産業化を進めている大西ファームだが、自社では加工場を持っていない。その理由は、「売れるかどうかわからないものに、初期投資はできません。それに、地域と連携した6次産業化を進めていきたくて考えていましたから、設備を持った人、機械があれば、そこにお願いで、みんなが潤える百笑(ひゃくしょう)を目指せたらと思っています。」と、社長の大西範道さん(64)は話す。大西ファームの6次産業化を見守ってきた、コーデイネーターの五日市知香さんも、「6次産業化では、加工場を作って、商品を作らなきゃいけないと思っている事業者さんが多いですが、そうでなくても商品はできると思います。商品が売れるようになって、収入が安定してから、次のステージとして加工場を持つという方法もあります。」と話す。

現在、大西ファームの商品の加工は、レストラン並みの厨房を備え、瓶詰め殺菌も可能な、近くの障害者施設で行われている。

みんなでアイデア出しました。



家族3人、それぞれが担う役割

大西ファームは家族3人が中心となり運営。兼任は当然あるが、それぞれに、生産者、商品開発、営業と明確な役割を担っている。



大西ファームの社長であり畑の管理人・範道さん(64)。六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の書類作りも範道さんの担当。

範道さんの妻・英子さん(64)は営業担当。人当たりがよく、対面販売や商談会で果たされる役割は大きい。



二代目の道成さん(38)は、主に商品開発と営業を担当。試作品を作っては、プロ級の料理の腕をふるい、商品を活かすレシピ提案することにも力を入れている。

コーディネーターから見た、大西ファームの6次産業化

株式会社パイロットフィッシュ
五日市知香さん

「会社名の決定や、ロゴや商品パッケージのデザイン、販売戦略まで、様々サポートさせていただきましたが、今はご自分たちでどんどん6次産業化を進めていらっしゃいます。大西ファームさんのいいところは、美味しいものを作っていくための努力、

売れるための努力など、欠かさずされていることだと思います。いつも笑顔でお仕事されていますが、市場調査をはじめ、次に何をすべきか、具体的にとてもよく考えていらっしゃいます。」



大西ファーム株式会社 6次産業化への道

2003年頃:ドライトマト作りを始める

イタリア在住の家族の影響を受け、妻の英子さんと二人で趣味でドライトマト作りを始める。当時は住宅関連の会社を経営。



2010年:個人事業者として農家に転身

2011年8月:加工品「黒にんにく」発売

生のにんにくよりも抗酸化成分が多く、免疫力や殺菌力、抗菌力が期待できる無添加の自然食品。

2012年5月:六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画に認定される

2012年9月:加工品「ドライマト」発売



2013年3月:

加工品「オリーブオイル漬けドライマト」発売

形の良くないドライマトをオリーブオイル漬けに応用。ドライマトの美味しさが外に逃げ出さないよう試行錯誤を繰り返して完成した逸品。商品化される前から一部のイタリアンシェフに注目される。東京駅構内の「ニコリナーナ」で市場デビュー。



加工品「バーニャカウダ」発売


「二戸産のにんにくと、岩手県産のアンチョビを使ったバーニャカウダを作りたい」という希望を、コーディネーターの五日市さんがサポート。東日本大地震の被災地で加工場を再建したばかりの、宮古市の山根商店のアンチョビとのコラボレーションで、無添加のディップソースが完成。早速に「いわて特産品コンクール」にて、岩手県市長会会長賞を受賞!




法人設立

同時にホームページも公開。商品を活かすためのレシピ提案も。写真はドライマトを使ったアクアパッツァ。



今後の展望①:  結婚式場を新たな販路に

今後の展望②: 西洋野菜の栽培・販売 



ひとつの売り先で2割を超えたらいけない。販路は細かくいくつも

販路については、コーディネーターの五日市さんがサポート。ドライマトの品質を高く評価してくれる売り先を見つけられてきた。だが、経営していた会社をたたんだ経験を持つ、大西社長は慎重だ。「ひとつの売り先で2割を超えてはいけません。細かくいくつもの販路を持つておかないと、もしものことがあったら共倒れしてしまいます。」と話す。

現在、大西ファームの商品は、盛岡を中心に、百貨店、レストラン、物産店、スーパーなどで取り扱われ、東京にも販売先を持つ。今後の展開については、「商品をシリーズ化してセットにし、結婚式場で引き出物として扱ってもらいたい。」と、二代目の道成さん(38)がビジョンを語ってくれた。

大西ファーム株式会社

岩手県二戸市石切所字荒瀬5-2
TEL:0195-23-4515
(090-4319-1713)
受付時間:9:00~18:00
<http://onishifarm.p-kit.com/>

大西ファーム株式会社の6次産業化の取組は、動画インタビュー含め、「第6チャネル」Webサイトで詳しくご覧いただけます。
<http://www.6-ch.jp/tatsujin/0050.html>



①×②×③

6 次産業化の達人たち

農業 | 大崎 秀樹 (おおさき ひでき) さん
愛知県 | 株式会社萬秀フルーツ 代表取締役

枝に付いた状態で完熟させる
萬秀フルーツのグレープフルーツ。
加工品のジャムは、火を通し過
ぎず果汁と一緒に煮込む。



試行錯誤の末に得た
「国産・安全」という
付加価値

温暖な知多半島で、国産では珍しいグレープフルーツの栽培に挑んでいる萬秀フルーツ。主力だったミカンの消費が低迷、そして伝染病といった苦境に立たされ、二代目となった大崎秀樹さんが目をつけたのがグレープフルーツだった。だが、日本で販売されているグレープフルーツのほとんどは海外のもの。100%に近いといってもいい。

試作・研究は2004年頃から始められ、最初は30本の苗からスタートしたが、酸っぱすぎて何度も廃棄したそう。そうして2012年、長年の苦勞が実り、ようやく初出荷へとこぎつけた。価格は、ハウスミカンを上回る1kgあたり千円で、収穫した1トンすべてを売り切り、2013年には収穫量を5トンに拡大、種類も5種類にまで増えた。

グレープフルーツには、大崎さんのこだわりでもあった、防カビ剤、防腐剤が使われておらず、ワックス処理も一切されていない。試行錯誤の繰り返しは、ジャムやピールに加工しても安心という、大きな付加価値を得て、大手百貨店などからも引き合いがくるようになった。

自社農園の素材を
自社スタッフで加工して
低価格を実現させる

ジャム作りは、妻の佳子さんを中心に、調理師資格を持つ農園スタッフが加工を担当。自社農園産、自社スタッフによる手作り、120g入り500円(税込)の価格を実現している。販売方法は、農園での直売やインターネットを利用した直接販売が中心。地元で開催されているマルシェやイベントなどにも積極的に参加している。また、大崎さんは、「生鮮は東京などに出荷して、地元では観光としての役割を果たしていきたい。」と話す。現在、30組限定のグレープフルーツオーナー制度を導入、観光農園の足掛かりとしていくようだ。地域のミカンブランドの旗手だった先代に続き、今度は二代目、国産グレープフルーツの旗手となり、知多半島の新たな地域ブランドを育てていく。

株式会社萬秀フルーツ

愛知県知多郡美浜町上野間越智83
TEL:0569-87-5088
(090-2773-9986)
<http://grapefruit.co.jp/>

株式会社萬秀フルーツの6次産業化の
取組は、動画インタビュー含め、「第6チャ
ネル」Webサイトで詳しくご覧いただけます。
<http://www.6-ch.jp/tatsujin/0051.html>

窮地に追い込まれたミカン栽培から
 国産のグレープフルーツ栽培に挑戦！
 試行錯誤から得た付加価値を、
 新たな地域ブランドとして育てていく

今日もやるよー！



萬秀フルーツの安全・安心なグレープフルーツ作りでは、
 土壌作りにもこだわっている。

株式会社萬秀フルーツ 6次産業化への道

1984年頃：知多半島で柑橘栽培をスタート

萬秀フルーツの農業の歴史は、戦前の養蚕から始まる。以降、養豚、
 路地野菜の栽培などを行い、ハウスミカンの栽培に取り組み始めて
 からは、これが主力品となっていく。

2004年：二代目・大崎秀樹さん、就農

国産グレープフルーツの研究も
 この頃から始める。



2008年：法人設立

社名の「萬秀フルーツ」は、初代（父）・
 万助さんと、二代目（息子）・秀樹さんの
 名前から一字ずつ取ってつけられた。
 スタッフは家族4人と従業員2人。

2010年：グレープフルーツ専用ハウス2棟を建設

購入した苗木から伝染病をもらい、年々、秀品率が下がり危機的状況に。
 国産グレープフルーツ栽培への転換を決意する。

2012年：六次産業化・地産池消法に基づく
 総合化事業計画に認定される

2012年春：グレープフルーツやジャムの販売を始める

8年に及ぶ試行錯誤が実り1トンを収穫。農園での直売や、地元開
 催のイベントなどにも積極的に参加し、直接販売で売り切る。新聞
 などメディアにも多く取り上げられる。



自慢のグレープフルーツ5種と 美味しいいただき方

スーパーで売られている白い実のマーシュや、赤い
 実のスタールビーはじめ、原種系で香りのよいダンカ
 ン、ルビーレッド、そして、オロブロンコと5種類にまで
 広がった萬秀フルーツの
 グレープフルーツ。スム
 ージーやジュースとしていた
 だくのが一番美味しい。



2013年：連携事業者とグレープフルーツの
 ジェラートを製造

アイス・シャーベットの製造メーカー「知多セントラルシ
 ステムズ」と進んでいた、グレープフルーツのシャーベット
 を、地元の老舗活魚店「まるは食堂」中心に販売。



2013年：様々な企業とのコラボレーション

地元の老舗酒造とはグレープフルーツを使ったお酒、東京のラーメン
 屋とは、グレープフルーツ冷やしラーメンなど次々に商品を開発。



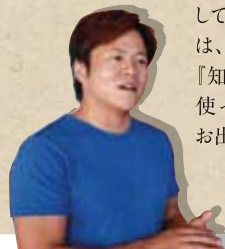
今後の展望①：
 グレープフルーツのオーナー
 制度を広めていきたい

今後の展望②：
 季節限定の出荷を通年出荷
 できるようにしたい

加工品を販売している事業者から見た、 萬秀フルーツの6次産業化

株式会社まるは 代表取締役社長 坂野豊和さん

「知多半島の若手経営者の集まりで、大崎さんとは知り合いました。消費
 が低迷しているミカンから、よくグレープフルーツに目をつけたな!と感心し
 ました。まるは食堂では、活魚料理をメインに提供しているのですが、デ
 ザートには力を入れてなかったんです。これからの地域ブランドにも成長
 していきそうな、国産のグレープフルーツシャーベット
 は、ちょうどいい商品でした。お客様に提供する際は、
 『知多半島で栽培された国産のグレープフルーツを
 使ったシャーベットです』と、ひとこと説明を添え、
 お出していますが、お客様からの反応は上々です。」



活魚料理 まるは食堂
<http://www.maruha-net.co.jp/>

『6次産業化中央サポートセンター』開設

“中央”である意義とは。
各都道府県のサポートセンターと連携し、
新たな6次産業の未来を見据える。

「中央」である意義とは、
これまでとの違いとは

9月上旬、『6次産業化中央サポートセンター（以下・中央サポートセンター）』が開設された。

これまで各都道府県ごとに『6次産業化サポートセンター（以下・サポートセンター）』が設置され、商品開発や販路開拓に関する民間の専門家を「6次産業化プランナー（以下・プランナー）」として農林漁業者の6次産業化の取組に対する支援を行ってきた。この仕組みがさらに充実されることになる。

事業責任者の大慈弥晶土さんにお話を聞いた。

「簡単に言うと、地域段階のサポート体制に加え、全国的な視点からのサポートを新たに行うということです。新しくプランナーも募集します。各都道府県のサポートセンターがあり、中央サポートセンターはその取組をさらに広げていくような位置づけになります。」

広げる、とは具体的には「たとえば輸出の話や、県をまたいだ都市間の流通・物流。従来のサポートセンターにもプロの方はいますが、それを越えてサポートする体制を整えたいと思っています。」

すべて中央からの派遣ではなく、

ある地域のプランナーの能力や知識が、別の地域で役立つと判断すれば、派遣することも行うという。中央サポートセンターは全国を俯瞰し、全国の案件や様々な事業に対して担当していくことになる。都道府県ごとのサポートセンターの上部組織ではないのだ。

「中央のサポートセンターのプランナーと各都道府県ごとのプランナーは別立てです。中央サポートセンターの下部組織として、各地域のサポートセンターがある、ということではありません。両方パラレルで動いていくつもりです。都道府県ごとのサポートセンターとの連携はもちろん、都道府県、地方農政局をはじめとする関係機関とも連携し、新しい支援体制を構築していく考えです。」

新たなプランナーたちは より専門化された精鋭集団

今後「プランナー」となる者には、これまで以上に専門的な知識が求められることになるだろう。

「今回の枠組では、精鋭を束ねた組織を作ろうとしています。」

現在、中央サポートセンターでは、

改めてプランナーを募っている。農林漁業に関する専門的な知識や、それを踏まえた上での経営への視点を持った、まさにプロフェッショナルを集めようとしている。

これがうまく機能すれば、事業者によりきめ細かな支援が可能になる、と大慈弥さんは、力説する。

「川上から川下までを中央のサポートセンターがプロデュースしてオーガナイズしてキャスティングして。安全、品質管理、製造工程、加工から物流、市場なのか業務用卸なのか……あらゆる分野のプロの声を聞きながら、事業者にあった形で事業を組み立てていく。6次産業化すればそれでいいわけではなく、作ったものがどの程度売れるかが重要なんです。だから2次・3次の事業者との連携を深めて、より売れる商品を作って、より売れる形で流通させる。食品ならば、今は、某有名スーパーの棚に置くことが至上命題のようになっていますが、そうではなく、その商品がより売れる別のチャネルもあるはずなんです。そういうところまで見極められるプランナーを配置して、できることなら世界にまで広がってほしい。それが中央サポートセンターでやりたいところです。」



編集後記

本号取材先、大西ファームの事業支援を行っている五日市さんと直接お会いする機会を得た。某県での商品開発セミナーで、大西ファームの取り組みを紹介しながら、素材の活かし方、消費者への伝え方、販路へのつなぎ方など実践的で説得力のある内容に聞き入った。講演後、6次産業化への思いなど改めてご意見をお聞きしたが、認定に向けて事業者が自らの事業を客観的に見ることができることは大変重要であるという指摘と、記事にもあるが、補助金ありきの姿勢は結果的に何ももたらさないという批評に、これまで見てきた多くの事例を振り返りながら頷いた。

6次産業化は地域内の新しい事業連携を促す。技術や人材、情報をうまく繋ぎながら付加価値を生み出し高めていく過程では、設備投資という負荷を背負う前に、できることが沢山あるのではないか。地域ぐるみで生み出される思いのこもった商品づくりの手順を改めて認識することができた。

編集長 奥野 俊志

6次産業化フリーペーパー
「第6チャンネル」 Vol.07 (2013年10月発行)

編集人：奥野俊志
編集：河原木徹、高野裕子、菅野康子
取材：浦岡伸行、武田篤典、高野裕子、菅野康子
デザイン：安野真由美
制作協力：平成ソフト

発行：株式会社アール・ピー・アイ
〒101-0061
東京都千代田区三崎町3-1-16
神田アメリックスビル8階
TEL: 03-5212-3411
<http://www.rpi.co.jp>

※この情報誌およびWebサイト「第6チャンネル」www.6-ch.jpは、農林水産省6次産業化情報提供支援事業により制作・運営しています。
©RPI 本誌記事の無断転載を固く禁じます。



大慈弥 晶土 (おおじみ まさと) さん
6次産業化中央サポートセンター 事業責任者

売れるものを作る。
なにはともあれ、まず相談を

今後、積極的に事業者のサポートを行うという。

「〃ともかく補助を求める事業者〃という図式から〃国がお金を出したくなる事業者〃へと転換していきたい。そんな事業者をつくるのが私たちの役割だと考えています。有望な事業者には銀行もお金を貸しなくなります。1次産業事業者への貸金が少なかったということがありますが、少しずつ変わってきており、事業を理解し、農家に足を運んで膝つき合わせて話をする銀行員が増えています。私たちは、そういう人たちと

仕事をし、ファンドも組んでいこうと。私たちが〃売れるようにする〃活動を続けていけば、6次産業化事業の案件もこれまでよりも理解されやすくはならずです。」

専門的知識と経験を持ったプランナーを集め、事業者とのマッチングを行う。6次産業化・地産地消法に基づく認定だけでなく、それ以降の事業を総合的にサポートしていく。キーワードは(少々生々しいけれど)〃売ってナンボ〃。ファンドという新しい武器も生まれ、中央サポートセンターは6次産業化について実を伴ったものとして推進していく。

「まず相談してください。具体性はなくても構いません。アイデアが出たときにとりあえず問い合わせてください。そうすればいろんなところでそのアイデアを投げられるし、お金を使って作りこむ前に、簡単なリトマス試験にかけることもできます。普通の主婦に聞いたり、バイヤーに聞いたり、丸の内のOLに聞いたり。コンサルタントからマーケティングの難しい言葉をもらったり、町を歩いているお母さんたち、お姉さんたちが一番のお客さんだから。たったそれだけでも、全然違います。だから作りこむ前に相談してください。……できれば事前に1本お電話を。」

6次産業化中央サポートセンター(株式会社農林漁業成長産業化支援機構)
問い合わせ/ TEL:03-6269-9780 Email:contact@6sapo-center.net
<http://www.6sapo-center.net/>

第6 6次産業化ポータルサイト チャンネル

Webサイトの使い方 <http://www.6-ch.jp/>

一部コーナーをリニューアルし、平成25年度版として、10月1日にオープンしたWEBサイト「第6チャンネル」。皆様の6次産業化の取組を支援するポータルサイトとして、これからも情報発信していきます！



新着! 6次産業化の達人
「6次産業化の達人」紹介。
最新の達人はこちらからご覧になれます。

NEW デザイン、構成をリニューアルしました!
第6チャンネルをより使いやすくするために
デザインやコンテンツの構成を細かく調整しました

6channel index
6次産業化に関しての様々な情報を分かりやすくまとめました。
NEW 「6次産業化Q&A」を追加しました!
6次産業化についての様々な疑問にお答えできるよう、Q&Aを追加しました。ご活用ください。
NEW 特集6次産業化にコラムを掲載しました!
6次産業化に関する様々な情報をコラム形式で紹介していきます。イベント、追跡取材、商品情報などを掲載します。

facebook
第6チャンネルの最新情報や
6次産業化に関する様々な情報
を配信!



インフォメーション
第6チャンネルの最新情報や
6次産業化に関するセミナー
や研修会情報等を一挙掲載!

NEW 6次産業化
商品情報も
リニューアル!
6次産業化の達人としてご紹介
した皆様の商品を中心に、
商品情報データベースとして
新たに公開!商談等の情報と
しても活用いただけます。



達人の経験を紹介
6次産業化への取組や考え方、
そして試練など様々な経験
を紹介するとともに、サポ
ーターなどの声も掲載。

達人の商品紹介
試行錯誤し、アイデアを形に
した様々な素晴らしい商品
を紹介しています。

フリーペーパーのご案内 本誌のバックナンバーをダウンロードできます。是非ご覧ください。



▼フリーペーパーのダウンロードはこちらから https://www.6-ch.jp/fp_contact/
▼メルマガ会員登録はこちらから <https://www.6-ch.jp/melmaga/>
▼農林水産省食料産業局フェイスブック <https://www.facebook.com/maff.shokusan>

■バックナンバーの印刷物をご希望の方は、第6チャンネル(Webサイト)のTOPページ「お問合せ」より、「詳細」欄に「フリーペーパー希望」とご明記の上、ご希望の号数と送付先、郵便番号をご連絡下さい。送料実費にてお送りいたします。なお、数に限りがございますので、在庫が無いバックナンバーにつきましては、印刷費、送料実費にてご提供いたしますので、ご相談下さい。



発行:株式会社アール・ピー・アイ 〒101-0061東京都千代田区三崎町3-1-16 神田アメックスビル8階 発行責任者:奥野俊志
※この情報誌及びWebサイト「第6チャンネル」www.6-ch.jpは、農林水産省6次産業化情報提供支援事業により制作・運営しています。
©RPI 本誌記事の無断転載を固く禁じます。