

食と農の発信拠点 大自然が育んだ味 自然生乳ジェラートで思いを消費者へ

総合化事業計画の認定

平成27年2月

有限会社 池田牧場

<事業者の概要>

- ・所在地 : 滋賀県東近江市
- ・代表者 : 代表取締役 羽田陽一郎
- ・取組内容 : 牧場に隣接した工房で、生乳からジェラートを製造し販売。また、近隣に宿泊体験施設を（特徴）併設し、観光事業も展開。
- ・売上高 : 1億5,400万円 (H31)
- ・雇用者数 : 19名 (H31) (パート含む)
- ・URL : <http://www.ikeboku.com>

【取り組むに至った経緯】

- 余剰生乳の有効な活用をするためにジェラートへの加工を模索。
- 米国での低脂肪アイスクリームのブームを受けて、日本でも流行ると直感し、本場イタリアに渡って製造・販売技術を習得。帰国後、自社の生乳を活かした各種商品の開発、製造を開始。

【活用した支援施策】

- なし

【取り組みの特徴と強み】

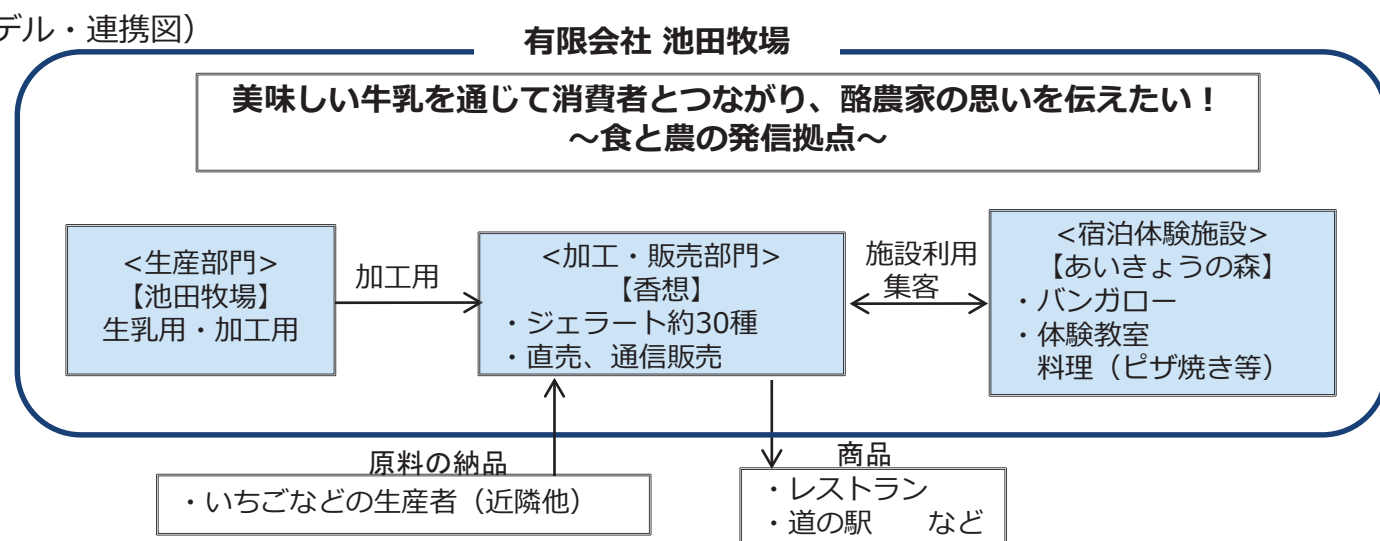
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・毎朝の絞ったて生乳を使った新鮮さと、消費者の嗜好の多様化に合わせた種類の豊富さで、他業者との差別化を図る。
- ・イタリア製のジェラート製造設備の導入により、滑らかな食感となり付加価値を生む。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・ジェラートの原料となるいちごは近隣の生産者から直接仕入れをする。
- ・地域の雇用を生むため、近隣住民を積極的に雇用する。

(ビジネスモデル・連携図)



ジェラート工房（香想）



ジェラート

【成長へのターニングポイント】

○広告宣伝の促進

→店舗内広告の他に、ホームページで商品を紹介し、EC販売の売上げアップに効果。

○発想の転換（チャレンジ精神）

→廃棄していた余剰生乳の有効利用を考えた際、米国の低脂肪アイスクリームのブームに着眼し、本場イタリアにおいて、ジェラートの製造・販売技術を習得し、高品質なジェラートの製造・販売を実現。

○相乗効果

→ジェラートの直売店（工房）と宿泊体験施設が隣接していることや、宿泊施設利用者に牛乳の試飲サービスを行うことにより、相乗効果を実現。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・良質なジェラートを目指し、原料となる生乳の品質向上のため、乳牛の牛床の清掃・衛生管理を徹底することや栄養価の高い飼料の給餌により、ストレスフリーの飼育環境や与える飼料などを改善。
- ・イトイン販売だけでなく、持ち帰り用カップや業務用など商品のバリエーションを増やすことで、道の駅やデパート、レストランなど近畿各県や関東への販路拡大を実現。

○経費節減の工夫

- ・各種ジェラートの容器の共通化と包装の一部をオリジナル品で多量仕入れし、コストダウンを実現。
- ・節電等職員に伝えることにより意識づけをおこない光熱水費の節約を図る。

【今後の展望】

- コロナ禍の中、人の流れが都市部から開放的な自然のある場所へシフトしていく事が予測されることから、施設を拡充し集客力を向上するとともにジェラートの売上げアップを目指す。
- ジェラートのラインナップにおいては、今後も地域の生産者と連携し、消費者ニーズに応えるべく、新しいものも積極的に取り入れていく。

【取組の効果】

- 売上高
約4,000万円 (H9)6次産業化取組前
→ 1億5,400万円(H31)6次産業化取組後22年
- 雇用者数（パート含む）
15名 (H19) →19名 (H31)
- 飼養頭数
50頭 (H29) →54頭 (H31)

地場産農産物を活用して地域を活性化！ 地域のストーリーを詰め込んだ6次産業化の取組み 株式会社京都ものがたり

<事業者の概要>

- ・所在地：京都府船井郡京丹波町
- ・代表者：代表取締役 森 典子
- ・取組内容：京丹波町竹野地区で生産された農産物を使用した加工品（やさいおいる・乾燥野菜）を地域（特徴）の生産者と連携し、製造・販売している。また、竹野活性化委員会と連携し、収穫体験やグランピングなど、地域のストーリーが詰まった「コト」の提供に取り組む。
- ・売上高：960万円（H31）
- ・雇用者数：7名（R2）（パート含む）
- ・URL：<http://www.kyo-monogatari.jp>
<https://www.facebook.com/kyo.monogatari>

【取り組むに至った経緯】

○京都市内で府内産農産物100%を使用したぶどうジュース等、様々なこだわりの加工品を開発していたが、「生産者の隣で野菜の加工」が可能な京丹波町竹野地域に活動拠点を移した。

【活用した支援施策】

- きょうと元気な地域づくり応援ファンド委託事業（平成29年）
- きょうと農工商連携応援ファンド（平成29年）
- ステップアップ補助金事業 受託（平成30年）
- 農村型小規模多機能自治推進事業費補助金（平成31年）

【取組みの特徴と強み】

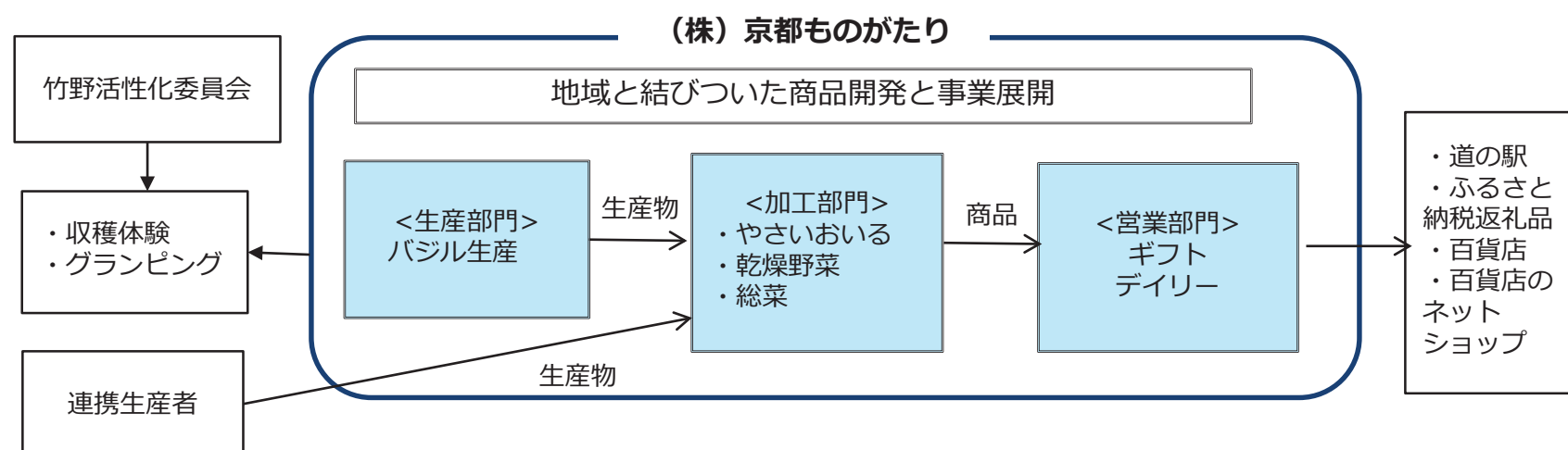
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・国内産米油と地元野菜のみを使用した「やさいおいる」を製造している。濁りのない透明なオイルに仕上げ、見た目にもこだわっている。
- ・ギフトを中心に展開している「やさいおいる」や、手軽に風味豊かな地元野菜を味わえる「乾燥野菜」を用いて実演販売を行うことで、商品の活用方法をアピールして付加価値化を図る。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・竹野地域住民で構成される竹野活性化委員会や地元生産者と積極的に連携し、地域の活性化に取り組む。
- ・観光業との結びつきに着目し、グランピングや収穫体験に訪れた観光客に商品を販売することで、地域のストーリーが詰まった「コト」の提供に取り組む。

（ビジネスモデル・連携図）



取扱商品



やさいおいる（バジル）



グランピング

【成長へのターニングポイント】

○協力生産者の拡大

→地域の連携農家が1件から17件までに拡大。原料の安定供給につながっていると同時に、より地域と結びついた取組みに成長している。

○地域製品の展開

→商談会への出店をきっかけに、地場製品の発掘や発信に力を入れる地元百貨店と連携し、パッケージデザインを共同で検討し作成するなど、こだわりのギフト商品を開発。百貨店ギフトサロンを利用した販売から、ネットショップの活用、お歳暮の取り扱いと販路を拡大している。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・新商品を広報誌に掲載し、京都ものがたりの取組を広め商品を活用、提供する。
- ・道の駅への売り込み、実演販売することにより調理方法など知ってもらい販路を拡大する。

○経費削減の工夫

ボランティアを募集し、農産物（バジル、ニンニク、鷹の爪とうがらし）の収穫と農産加工作業を依頼することで、経費の削減を行っている。また、引きこもり中の人材もボランティアとして採用している。

【今後の展望】

- 連携生産者の最年少は50代であるため、若手連携生産者を増やす。
- ギフト商品の拡充、総菜等の商品開発や、実演販売を通じた販売促進に取り組む。
- 農業と観光の結びつきに着目し、グランピングの取組み拡大や、収穫体験等とおとして竹野地区のファンづくりを並行して進め、地域の活性化を図る。

【取組の効果】

- 売上高
30万円（H29（6次産業化取組前））
→960万円（H31（6次産業化取組後2年））
- 雇用者数（パート含む）
3名（H29）→7名（R2）
- 連携生産者
1件（H29）→17件（R2）
- 平成28年「京の食6次産業化コンテスト」において「京都やさいおいる」が最優秀賞受賞

大阪のぶどうを地域全体で盛りあげる 100年続くワイナリー

総合化事業計画の認定

平成24年6月

カタシモワインフード株式会社

<事業者の概要>

- ・所在地 : 大阪府柏原市
- ・代表者 : 代表取締役 高井利洋
- ・取組内容 : 衰退したぶどうの生産を再興し、ワインの醸造と販売に取り組む。地域のぶどう畑や古民家(特徴)の景観を保全する等、伝統や文化を受け継ぎ地域の活性化を目指す。
- ・売上高 : 2億5,600万円 (R1)
- ・雇用者数 : 35名 (R1) (パート含む)
- ・URL : [http:// www.kashiwara-wine.com/](http://www.kashiwara-wine.com/)

【取り組むに至った経緯】

- 昭和初期にはぶどうの栽培面積が日本一であった大阪において、明治時代からぶどうを生産し、大正3年からワイン醸造を開始した。
- 農家の高齢化等で急増する耕作放棄地の解消と地域活性化を目指し、ぶどうの栽培を拡大した。

【活用した支援施策】

- 6次産業化ネットワーク活動交付金整備事業 : 848万円 (H25・H26)
- 6次産業化ネットワーク活動交付金推進事業 : 52万円 (H25・H26)

【取り組みの特徴と強み】

○バリューチェーン(付加価値・差別化)

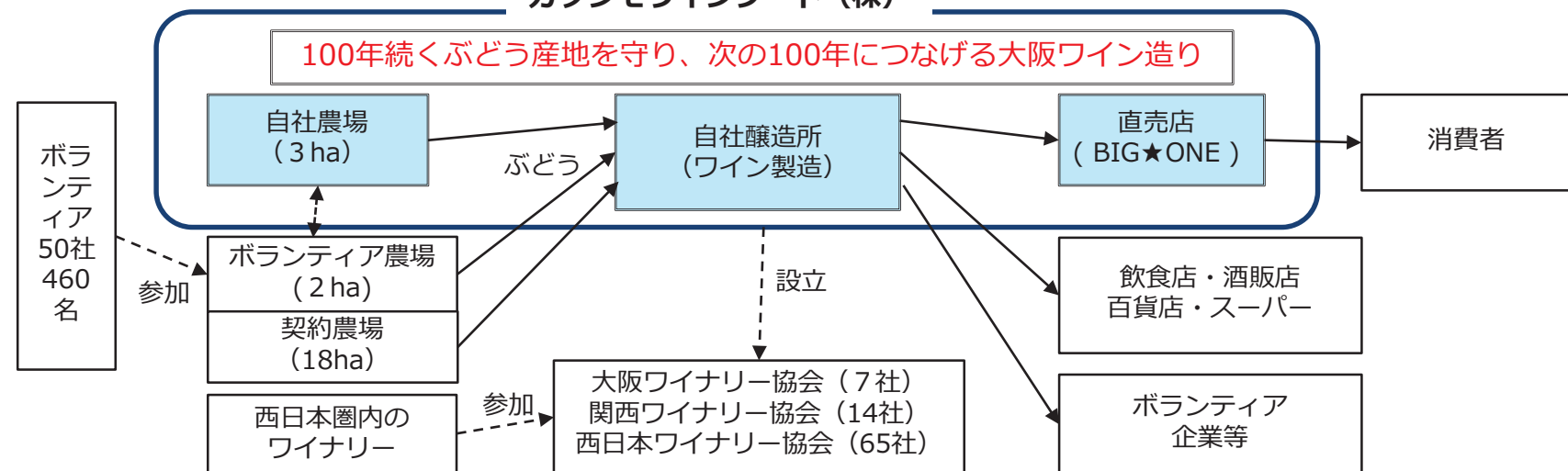
- ・10年以上の研究開発の結果、地元のデラウェアから主力商品であるスパークリングワイン「たこシャン(たこ焼きにあうシャンパン)」を生産し、ぶどうの皮からグラッパ等を生産することで利益率を向上。
- ・農作業経験のないボランティアでも安心して栽培・管理ができるように、短梢剪定の採用による管理作業の省力化、有機肥料栽培、除草剤の不使用などの工夫を実践。

○イノベーション(他者との新結合)

- ・地域の飲食店や酒販店、愛飲家、企業の社員等が見学会や栽培体験、イベント等を通じて有志となり、ボランティアで栽培や販売協力として参加しており、このメンバーは460名にも及ぶ。
- ・地元資源のデラウェアは「大阪や地域の宝」という認識が共有され、ボランティア数の増加とともに、参加者がFacebookやTwitter等で栽培の様子や思いを発信し、新たな顧客の獲得につながっている。
- ・ワイナリーに隣接する古民家を買取り、古民家ワイナリーやレストランへの活用、街並み散策コースの取り組み等、ワイナリーと共存する地域の観光事業へと連携を拡大した。

(ビジネスモデル・連携図)

カタシモワインフード(株)



大阪ど根性スピリット



山裾に広がるぶどう畑



古民家の活用

【成長へのターニングポイント】

○物流の確保

→「地域のぶどう産業を盛りあげる」という考えを根底に、販売方式を卸問屋経由から地域の飲食店や酒販店等へ変更したことで、地域に密着した直接販売を実現。

○バリューチェーンの好循環

→地域特産品であるデラウェアを1次加工品としてワインに醸造するとともに、副産物であるワイン粕を再発酵させ蒸留する等により、2次加工品・3次加工品という形でフル活用し、徹底的に付加価値をつけていく取り組みを実践。

○技術促進

→商品開発において、デラウェアを生かした納得できる味や柔らかな香りを実現するために、大阪府環境農林水産研究所等と加工技術の研究や成分分析等を実施。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・これまでの卸問屋を経由した販売方式を見直し、飲食店や酒販店、百貨店、スーパー等への直接販売(製造免許酒類品目の販売)にシフト。
- ・自社ブランドの地位向上のために、直売所(BIG★ONE)を充実させて消費者に直接訴求。

○経費節減の工夫

- ・ワイナリーの見学会や栽培体験、イベント等を通じて、大阪府内を中心とする地元のファンがボランティアとなってワイン造りに参画。
- ・ボランティアのネットワークによりレストラン等に販路が拡大される等、利益につながる仕組みを構築。

【今後の展望】

- 大阪のぶどう産地・景観を守るとともに、耕作放棄地の活用や雇用創出に積極的に取り組み、地域活性化に貢献する。
- 大阪府内をはじめ、関西地域や西日本地域のワイナリーと連携し、ワインの品質・知名度の向上、地域に合う醸造用ぶどうの開発に取り組む。
- 100年以上の歴史を有する大阪のワイン産地の生産者やワイナリー、関係機関が一丸となって、成長著しいアジア地域を目標市場として、ニーズを捉えた戦略的な販路開拓により輸出拡大を目指す。

【取組の効果】

- 売上高
1億9,800万円(H24(総合化事業計画認定前))
→2億5,600万円(R1(総合化事業計画実施後))
- 雇用者数(パート含む)
24名(H24)→35名(R1)
- 自社農場のぶどう栽培面積
1ha(H24)→3ha(R1)
- 6次産業化優良事例表彰
「農林水産大臣賞」受賞(H28)
- 地産地消等優良活動表彰
「農林水産大臣賞」受賞(H30(生産部門))

自家栽培のお米と赤穂の塩をベースに地元の食材を使った切り餅の製造と販売

<事業者の概要>

- ・所在地 : 兵庫県赤穂市
- ・代表者 : 代表 前川勇人
- ・取組内容 : 自家栽培のもち米とうち米を活用した切り餅（米農家が作った杵つき餅）の製造と販売を（特徴）している。
- ・売上高 : 1,020万円（R1）（もちのみ）
- ・雇用者数 : 8名（R1）（期間パート含む）
- ・URL : http://www.instagram.com/maekawa_nousan

【取り組むに至った経緯】

- 営農開始当初の計画では、水稻を主体で規模拡大を行う予定であったが、区画整理事業で作付面積が減少したことにより、所得確保のため自家栽培の水稻を使用した丸餅とのし餅の製造、販売事業を開始した。また、米離れが進行する中、お米を身近に感じて欲しいという思いと雇用創出によって地域貢献したいという思いから取組を実施。

【活用した支援施策】

- 次世代経営モデルチャレンジ支援事業（兵庫県）
機械導入：40万円（H29）
- 小規模事業者持続化補助事業（経済産業省）
機械導入：50万円（H30）

【取り組みの特徴と強み】

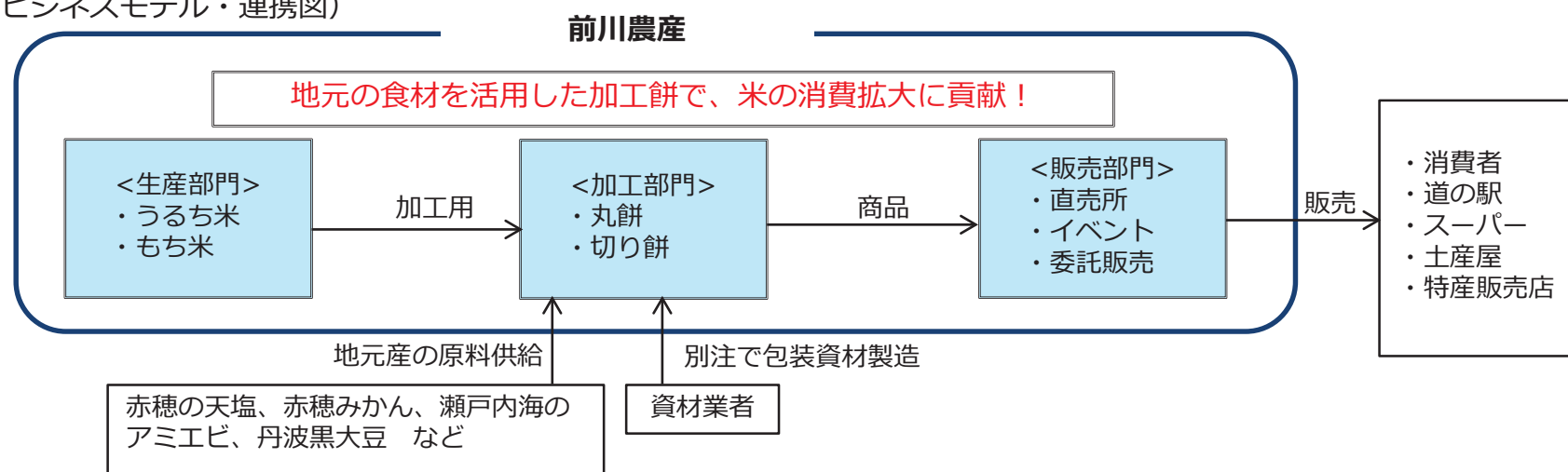
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・地元赤穂産の食材を混ぜるなどして味のバリエーションを変えた商品を製造し、特に「赤穂みかん」を使った「赤穂みかんもち（切り餅）」は、地元みかん農家と3年の歳月をかけて開発したこだわりの商品である。
- ・少人数世帯や単身者、女性をターゲットにした少量パック品（3枚入り）や、様々な味を楽しめる「アソートパック」を商品化し、付加価値を創出。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・繁忙期には、地元住民を積極的に雇用する体制を整え、地域の雇用創出の場となっている。
- ・地元赤穂産の食材を使用した切り餅を製造することにより、地域農業の活性化に貢献。

（ビジネスモデル・連携図）



袋詰め作業



切り餅

【成長へのターニングポイント】

○包装資材の変更

→カビ発生の原因となっていた包装フィルムのピンホール（小さな穴）対策として、より丈夫なフィルムをオーダーメイド品に変更したことで、カビなどのクレームが激減した。

○技術促進

→すべて手作業で行っていた、のし餅の製造工程（成型、カット加工、袋詰め）を機械化したことにより、従業員が安定した製品の切り餅が生産できるようになった。特に、餅の成型は力とスピードを要するため、これまで限られた従業員のみが行っていたが成型機を導入したことで、すべての従業員が無理なく製造可能となった。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・餅の成型機や包装機材の導入により、作業時間が削減でき営業活動の時間を確保。納入先を訪問し陳列棚の交渉、売れ行きによる納品数調節、店頭販売することで、販売数量が向上。
- ・包装フィルムの資材業者等と相談し、厚さ75ミクロンから85ミクロンに変更したことで、より一層カビの抑制を図った。
- ・餅の成型機や包装機材を有効活用することで、生産性が向上し、令和2年より「昔おかき」（素焼きのおかき）の販売を開始した。

○経費削減の工夫

- ・成形後切れ端の餅等を「お徳用」商品へ仕向けることで、廃棄量を減らし経費削減に繋がっている。

【今後の展望】

- 賞味期限の課題を解決して販路拡大に取り組み、委託販売から買取販売に変更したい。
- 空調、温度、湿度を管理した上で、HACCPに対応した新しい加工施設の新設を検討計画している。
- 商品の長を伝えるパッケージデザインに変更したい。
- 切り餅は11月から3月の販売のため、4月以降の季節商品（柏餅等）の販売を増やしたい。
- 「昔おかき」の製造の効率化と販路開拓。

【取組の効果】

- 売上高
552万円（H28（6次産業化取組前））
→1,020万円（R1（6次産業化取組後3年））
- 雇用者数（期間パート含む）
3名（H28）→8名（R1）

丹波の鶏の美味しい卵でつくるスイーツと惣菜の加工・販売事業

総合化事業計画の認定

平成25年2月・令和2年5月

株式会社芦田ポトリ

<事業者の概要>

- ・所在地：兵庫県丹波市
- ・代表者：代表取締役 芦田 昭也
- ・取組内容：自社生産した丹波産鶏卵を使ったスイーツ及び惣菜類の新たな加工商品の開発・製造・販売。
- ・売上高：9,329万円（R1）
- ・雇用者数：8名（R1）（パート含む）
- ・URL：<https://ashidapoultry.jimdofree.com/>
<https://www.facebook.com/ashidapoultry/>

【取り組むに至った経緯】

- 卵の販売価格が下落傾向なことで、飼料価格の高騰により現状のままでは養鶏業が維持できなくなることを危惧した。
- 新たな加工商品の開発・製造・販売で収益向上に取り組み、経営改善を図る必要性を痛感した。
- 卵の生産を通じて食の魅力と大切さを伝えたい。

【活用した支援施策】

- 兵庫県起業支援型地域雇用創造事業
人件費等：1,454万円（H26、H27）

【取り組みの特徴と強み】

○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・主原料のトウモロコシや大豆粕に地元の米・野菜等を配合した餌や鶏のストレス緩和のため自然に近い環境の平飼い鶏舎で育てられた鶏による安心・安全なこだわりの卵と低温殺菌牛乳、丹波篠山茶、丹波黒大豆、丹波ブルーベリー、丹波無農薬人参などの地域素材を活かした商品作り。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・6次産業化プランナー、丹波農業改良普及センター等と連携を図りながら、新商品の開発・製造及び販路の開拓を実現。
- ・加工品製造にあたり、地域農家が生産したこだわりの丹波産農畜産物を使用することで、地域農業の活性化に貢献。

（ビジネスモデル・連携図）

（株）芦田ポトリ

卵の生産を通じて食の魅力と大切さを伝えたい！

生産のサポート

<生産部門>

- ・養鶏（鶏卵）
- ・平飼い1,000羽
- ・ゲージ飼い10,000羽

加工用

<加工部門>

- ・なめらかプリン
- ・シフォンケーキ
- ・たまごブリュレ
- ・キャロットケーキ
- ・味付け卵
- ・だし巻き卵 等

商品

<販売部門>

- ・直売所
- ・カタログ販売
- ・インターネット
- ・イベント 等

原料供給

地域農家

丹波産のこだわり素材（低温殺菌牛乳、茶、黒大豆、ブルーベリー、無農薬人参 等）

商品開発・製造技術支援

6次産業化プランナー

丹波農業改良普及センター
日本プロ農業総合支援機構



芦田ポトリの卵を使用した商品



平飼い鶏舎

【成長へのターニングポイント】

○循環型農業の実現

→H29年に堆肥舎を完成させ、発酵鶏糞堆肥製造販売。さらに自家製堆肥を水稻や野菜及び芋類の基肥として利用し、収穫した米・野菜を原料とした自家配合飼料を鶏のエサとして与えるなど、循環型農業を実現。

○加工品への転換

→H26年8月の丹波市地域への集中豪雨により平飼い鶏舎が被災し4千羽から1千羽に減少し、卵の生産量が激減したことを契機に、生産部門は維持しつつ菓子を中心とした加工商品の開発に一層力を注いだ。

○技術促進

→加工施設の整備により徹底した衛生管理、品質管理を実現。
→-40℃の急速冷凍庫を導入し、風味を損なわない品質管理を実現。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・県民局主催の商品開発セミナーに参加し、デザインや販路開拓について勉強し、プリンなどの商品の外箱・パッケージ等を更新し、販路拡大に繋がった。

○経費節減の工夫

- ・約-20℃で8時間キープできる配送箱を導入することにより、商品の発送を宅配業者の冷凍便から、自社便に切り替えることができたことで配送料のコストダウンが図られた。

【今後の展望】

- 鶏卵の付加価値を高め、加工品の品質向上に努める。
- 鶏卵・加工品ともに自然食品を取り扱うカタログ通販会社への卸売やインターネットでの販売、イベント等への出展を通じ販路拡大を図る。
- 新商品の飲食店向けスイーツの開発とあわせて、一般消費者向けの更なる販路拡大に取り組む。

【取組の効果】

- 新商品の売上高（加工品）
0円（H25（6次産業化取組前））
→970万円（R1（6次産業化取組後6年））
- 雇用者数（パート含む）
5名（H25）→8名（R1）
- 平成31年兵庫県農とくらし研究コンクール
「なめらかプリン」優秀賞受賞

フルーツ直営店（フルーツ飲食）の経営 及び果実・加工品の販売

株式会社 堀内果実園

<事業者の概要>

- ・所在地：奈良県五條市
- ・代表者：代表取締役 堀内俊孝
- ・取組内容：奈良・吉野の広大な山々で果樹を専門に栽培し、生産した果樹を自社加工場で加工・販売・
（特徴）輸出を行うとともに、スタンド形式の直営店で飲食の提供をしている。
- ・売上高：2億4,600万円（R1）
- ・雇用者数：40名（R1）（パート含む）
- ・URL：https://horiuchi-fruit.jp/

【取り組むに至った経緯】

- 繁忙期の人手不足の解消のため、通年雇用が行えるよう、加工・販売・輸出事業を開始した。
- 生産した果樹を卸として販売するだけでなく、取引上の有利販売を目指し、直接販売のしくみが必要と考えた。

【活用した支援施策】

- 食料産業・6次産業化交付金
新商品開発：89万円（H30）

【取り組みの特徴と強み】

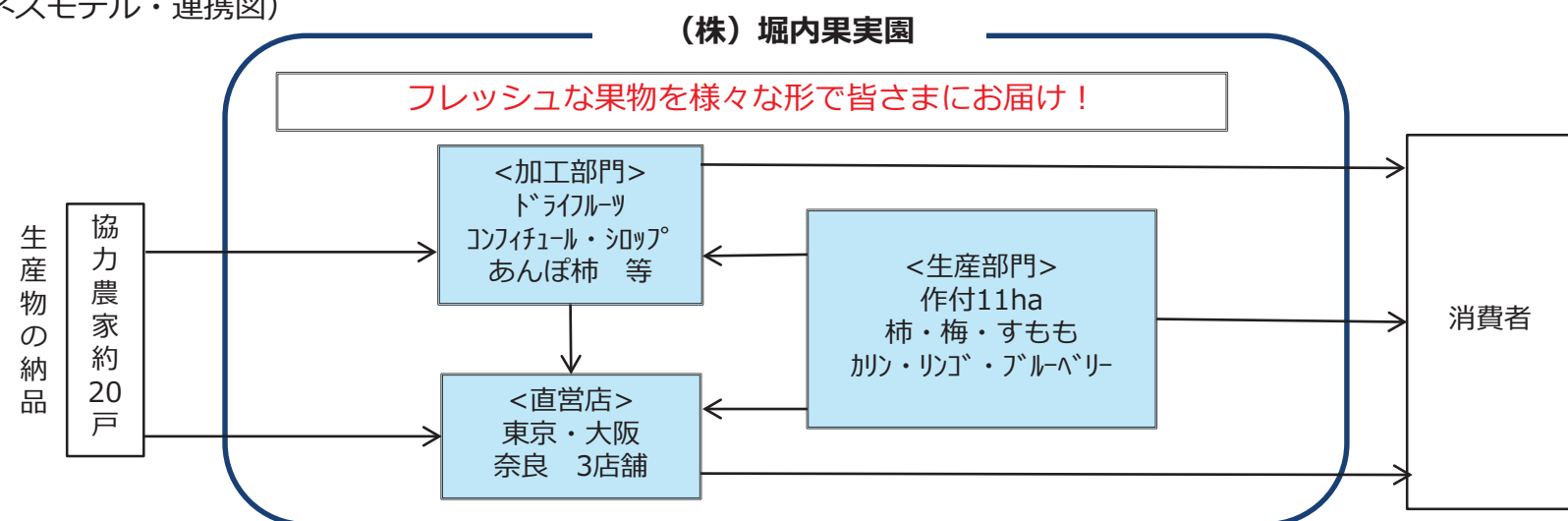
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・販売する生果・加工品は、消費者ニーズにあわせて厳選された原料を使用する。
- ・直営店（飲食・加工品販売）においては、客層にあわせて商品を開発・販売しており、原料は各商品に適したサイズ、状態、熟度のものを使用。
- ・原価を気にせず“おいしい”商品の開発を行い、出来上がった商品にあわせて適正価格で販売。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・生産していない果実については地元生産者から仕入れており、地元生産者の売上向上に貢献。
- ・通年雇用により、多様な人材が能力を発揮。

（ビジネスモデル・連携図）



富有柿の収穫



富有柿の加工



グランフロント大阪店

【成長へのターニングポイント】

○チャレンジ精神

- 旬にあわせたフルーツを毎月お届けする「季節のフルーツ定期便」を消費者へ直送。
- ・WEB販売だけではお客様の顔が見えず、お客様が求める商品のイメージをつかむため、お客様と直接に接し意見をいただけるカジュアルなスタンド形式の直営店（飲食・加工品販売）を展開。
H27年奈良三条店
H31年グランフロント大阪店
R1年エキュートエディション渋谷店（加工品販売のみ）
- ・果樹加工品の輸出にも取り組んでいる。

○多様な人材

- 女性スタッフが中心となり、さまざまなアイデアから人気商品が出来ている。

○人材力の向上

- 社労士等を講師として招き従業員の勉強会を開催し、従業員自ら意識改革等の向上に努めている。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・直営店の運営や加工施設の設置等による、通年雇用の実現。
- ・お客様に喜んで頂くため、顧客ニーズにあわせて新商品を常に開発する。

○経費節減の工夫

- ・平成25年に会社を設立し、個人での事業と経営を統合。
- ・加工場内の機械等の配置を見直し、動線・作業の効率化を行った。

【今後の展望】

- 国内10店舗の直営店、海外への店舗展開の実現を目指す。
- 輸出への対応のため、HACCP対応の農産物加工所の整備。
- 果樹園、加工所、農家レストラン、直営店等を併設する観光農園の設立を目指す。

【取組の効果】

- 売上高
1億6,900万円（H25（6次産業化取組前））
→ 2億4,600万円（R1（6次産業化後6年））
- 雇用者数（パート含む）
6名（H25）
→ 従業員10名、パート30名（R1）
- 主な原材料生産面積
5ha（H25）→ 11ha（R1）
- 海外展開の状況（R1）
輸出先：台湾、香港、シンガポール

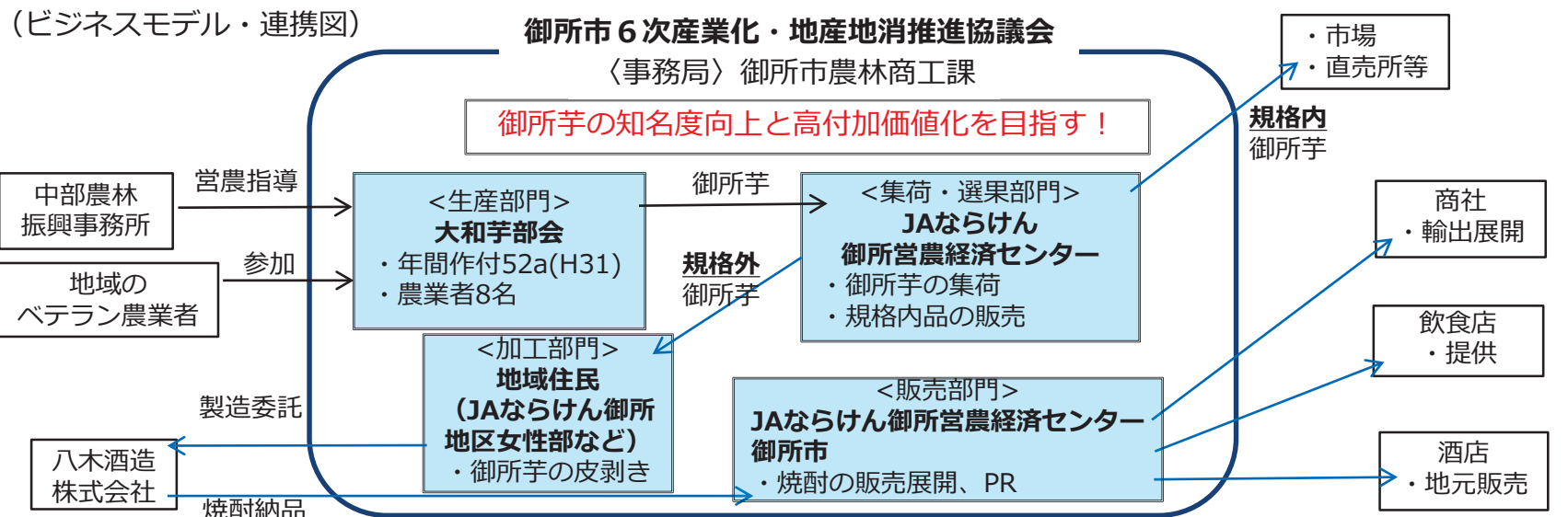
ベテラン農業者のわざと誇りの結晶！ 地域伝統野菜の復活と地域経済活性化に向けた焼酎の開発！！ 御所市6次産業化・地産地消推進協議会

<事業者の概要>
 ・所在地：奈良県御所市
 ・代表者：会長 壺井和子
 ・取組内容：地域で伝統的に栽培されてきた御所芋の規格外品を集めて加工し、焼酎に仕上げた。
 (特徴) 知名度の低い農産物の魅力を高付加価値商品を通じてPRし、農業者のやる気にもつながった。
 ・売上高：100万円 (H31)
 ・生産者数：8名 (H31) ※皮むき参加者は50名
 ・URL：http://www.city.gose.nara.jp/0000002846.html

【取り組むに至った経緯】
 ○栽培が難しく希少な御所芋（奈良県御所市産のヤマトイモ）は御所市で古くから栽培されてきた伝統ある作物であるが、規格外品が多くできることから生産者が年々減少してきた。
 ○御所芋の魅力を広め、高級食材御所芋の復活と伝統の承継を目指し、地域のベテラン農業者が知名度向上・高付加価値化に向けた取組を開始した。

【活用した支援施策】
 ○食料産業・6次産業化交付金 新商品開発等：40万円 (H31)
 ○御所市農産物6次産業化補助金 焼酎開発関連：135万円 (H31)

【取り組みの特徴と強み】
 ○**バリューチェーン（付加価値・差別化）**
 ・従来廃棄されてきた規格外品を共同集荷したうえで有効活用し、高付加価値を創出。販売店では、課題発掘から解決までのストーリーを伝えつつ販売し、生産者の思いに共感できる商品にしている。
 ○**イノベーション（他者との新結合）**
 ・地元で個々に営農していた高齢生産者を結び付けるとともに、加工に当たっては地元JAの女性部等の地域住民と連携して実施している。
 ・地元酒店を主たる販売店とし、商品のストーリーと生産者の思いを購入者に伝えてもらう。
 ・御所市のトップセールス品として、農業者・JA・御所市が役割分担のもとで商品開発し、各得意分野で活躍できる出番を創出している。



従来廃棄されていた規格外御所芋



御所芋焼酎 みかけによらず



御所芋畑と大和芋部会長

【成長へのターニングポイント】

- ストーリー制の導入**
→地域や御所芋に関する歴史と農業者の努力と技術保持の歴史をストーリーとして整理し、販売業者を巻き込んだ地域一体となったPRを実施した。多くの消費者から共感を得ることができた。
- 多様な人財**
→従来廃棄されていた規格外御所芋を農業者から協議会が全量買い取り、地域住民を雇用して加工を実施。ベテランの御所芋農業者や加工に長けたJAの女性部等、それぞれに出番を創出し商品化している。
- 地域貢献、文化継承**
→奈良県とも連携し、市内における御所芋の適切な栽培方法を整理し、新規作付者にも伝授している。また、焼酎のみならず、生鮮の御所芋も高級感あるブランド商品として強化するために焼酎とセットでPR展開しており、知名度向上・消費拡大につながった。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
・主張の強くないすっきりとした味であることをアピールし、高級料亭での取り扱いに繋がった。
・規格外品の商品化で収入源を確保することができ、農業者の安心につながり、御所芋の作付け面積が増加し安定供給を実現した。
- 経費節減の工夫**
・原材料である御所芋は、規格外廃棄されるものを農業者から共同出荷してもらい、経費を安く抑えた。

【今後の展望】

- 作付面積の維持・拡大を通じて、年間約2,000本の焼酎を生産し、ストーリーを前面に押し出したPRにより、完売を目指す。
- 中長期的な目標として、生鮮の御所芋の出荷量も増加させ、地域農産物の知名度向上と消費拡大を達成する。御所市をヤマトイモの一大産地として成長させ、所得につながる高級食材として若い農業者の作付けに繋げていく。

【取組の効果】

- 売上高
0万円 (H30 (6次産業化取組前))
→100万円 (H31 (6次産業取組化後))
- 生産者数
5名 (H30) → 8名 (H31 6次産業化取組後)
- 主な原材料生産面積 (御所芋 (ヤマトイモ))
25a (H30) → 72a (R2春)
- 海外展開の状況
輸出先：香港 (R2)

肥料も農薬も使わず栽培した梅で、 体にやさしい梅干しを作りました。

総合化事業計画の認定

平成28年5月

有限会社深見梅店

<事業者の概要>

- ・所在地：和歌山県西牟婁郡上富田町岩田2483-1
- ・代表者：代表取締役社長 深見 優
- ・取組内容：こだわりの有機栽培による梅の生産とHACCPに基づいた品質管理による梅干し・梅製品の製造・販売を行い、積極的に海外市場にチャレンジしている。
- ・売上高：7,150万円(H31)
- ・雇用者数：8名（パート含む）
- ・URL：https://www.fukami.co.jp/

【取り組むに至った経緯】

- 本物の食品の良さを広く知ってもらうため、化学調味料に頼らず、手間と時間がかかる漬け込み方法により梅干しを製造してきた。
- 酸味の苦手な方でも梅本来のお味を楽しんでいただけるよう、2007年には、フルーツ感覚で食べやすい「フルーツ梅ぼし」を開発。
- 欧米ではオーガニック製品が高く評価されることに着目し、有機JAS認証を取得して、農産物の生産から販売までを一貫して行えることを強みに海外展開を強化することとした。

【活用した支援施策】

- わかやま中小企業元気ファンド (H25)
- 小規模事業者持続化補助金 (H27)

【取り組みの特徴と強み】

○バリューチェーン（付加価値、差別化）

- ・難しい有機栽培による梅生産に早くから取り組み、HACCPに基づく品質管理の徹底により生産から加工までの一貫した品質管理。
- ・原料となる南高梅は放射能物質検査や残留農薬検査など様々な検査を実施し、分析方法や分析結果などをHPで公開することで消費者の信頼を勝ち取る。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・近隣農家に対し梅の有機栽培に理解を求め、連携農家を増やすことにより原料梅を確保。



【成長へのターニングポイント】

○逆境をバネに

- ・2006年7月の集中豪雨により製造工場が全壊し、製造不可能になり、三代続いた梅干屋の廃業の危機に直面したが、そんな折にお客様から激励の電話があり、「梅干しを待っているお客様がいる」、「梅干屋をつぶしてなるものか」という思いで「フルーツ梅干」を開発。
- ・逆境をバネに開発した「フルーツ梅干ぼしは、業界で初めて梅干では受賞不可と言われた「モンドセレクション」を受賞し、その後、最高金賞を8年連続受賞と海外でも認められる梅干になりました。

○原料の確保

- ・商品価値が認知され販売が増えていくと、課題となるのは原料の確保。近隣の農家に有機農法の良さを分かってもらうための取り組みを進め、平成28年には「日本有機梅協会」を設立し会長として活動を実施。連携農家が増え、原料確保に繋がっている。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・国内向けネット販売を導入し、有機栽培された梅の価値を分かってくれる顧客を確保することで、リピーターが増え、安定した売上を確保。

○経費削減のポイント

- ・自社による輸出手続きや相手国カウンターパートナーと直接取引することにより、経費を削減し、利益確保を実現。

【今後の展望】

- 国際認証HACCP取得を目標に既存施設の改修を行い、自社製品だけでなく製造受託も可能な製造設備の充実を図る。
- 梅加工品の新商品拡充を行うとともに、ヨーロッパ向けだけでなくアメリカにも販売網を拡大させる。

【取組の効果】

- 輸出売上高：
 - 30万円(H28(6次産業化取組後1年))
 - 800万円(H31(6次産業化取組後4年))
- 雇用者数：6人 → 8人
- 生産面積：145a
- 海外展開
 - 輸出先：アメリカ・香港・台湾・EU
- その他
 - モンドセレクションを8年連続受賞するなど、海外で高く評価された。

(ビジネスモデル・連携図)

