



6次産業化 取組事例集

令和3年3月



農林水産省
MAFF

平成 23 年 3 月に六次産業化・地産地消法が施行され、法に基づく総合化事業計画の累計認定件数は順調に増加し、令和 3 年度末時点で約 2,600 件となっています。

近年では、加工・直売の取組にとどまらず、経営の多角化を目指し、農家レストランや農業体験、輸出などへの取り組みも増えています。

その中でも、コスト意識やマネジメント感覚を持ち、付加価値の高いビジネス経営を行っている優良事例を収集し、取りまとめました。

本事例集が、6 次産業化に取り組まれる事業者の皆様の一助となれば幸いです。

利用上の留意点

- 掲載情報は編集時点のもので、常に最新のものとは限らないことをご了承ください。

関連情報

- **農林漁業の 6 次産業化（産業連携課 HP）**

6 次産業化に関する支援策や商品事例集、情報誌などを掲載しています。

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika.html>



- **6 次産業化優良事例表彰（産業連携課 HP）**

6 次産業化の事例を収集し、外部有識者による審査を経て選定した優良事例を掲載しています。

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/renkei/6jika/good_practice_awards.html



- **食料産業局 HP**

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/index.html>



【お問い合わせ先】

農林水産省 食料産業局 産業連携課

担 当：企画班

TEL：03-3502-8246

取組事例(北海道農政事務所)

No.	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数(名)
1	株式会社あつまみらい	北海道勇払郡厚真町	北海道に自生しているハスカップを自家栽培し、品種登録した「あつまみらい」「ゆうしげ」を使用した加工品の開発、生産。直売所である「ハスカップカフェLabo」を整備し、販売事業を展開。	約2,800万円	12
2	株式会社NIKI Hillsヴィレッジ	北海道余市郡仁木町	世界の銘醸地にも負けないワイン造りと、地域の食や自然の楽しみ方を提供し、地域の活性化を促すワイナリー。	1億1,322万円	28
3	株式会社あべ養鶏場	北海道上川郡下川町	地域ブランド「下川六〇酵素卵」を使用した商品開発を行うとともに、下川町と連携した地域活性化に取り組む。	1億900万円	15
4	株式会社おおともチーズ工房	北海道厚岸郡浜中町	生乳の消費拡大、自家生乳の付加価値を高めた乳製品の製造・販売。	売上高 39.1%増加	9
5	有限会社伊藤畜産 酪農家集団AB-MOBIT	北海道根室市	旅行会社と連携しフットパスを利用したツアーを企画し、自社生産の短角牛と生乳を使った肉料理・菓子等の提供・販売を行う。	1億9,500万円	13
6	小西 静江	北海道滝川市	北海道でいち早く生食用さつまいもの栽培をはじめ菓子店と連携するとともに、自社ブランド「紅甘雪(べにあまゆき)」を活用した真空パック焼きいもの開発・販売。	売上高 70%増加	9
7	株式会社知床エゾシカファーム	北海道斜里郡斜里町	エゾシカを放牧飼育し、精肉や食肉加工品、ペットフードなどの製造・販売を行う。北海道HACCPの取得や肉の等級格付を実施することで、エゾシカ肉の高付加価値化に取り組む。	7,110万円	8
8	中札内村農業協同組合	北海道河西郡中札内村	一般消費者向けの「冷凍むき枝豆」として販売し、中札内村の枝豆の知名度を上げ、枝豆商品全体の売上拡大を図り、組合員の更なる所得向上、地域雇用の創出を実現している。	加工販売事業 部門 27億4,063万円	147
9	美幌町農業協同組合	北海道網走郡美幌町	組合員が生産した農産物を地元事業者が加工し、生ラーメン、カレー、パスタソース等の商品として道の駅や町内スーパー等で販売を行う。	13,382百万円	2000
10	有限会社コスモス	北海道上川郡清水町	食肉流通で経済価値が低いとされていたブラウンスイス牛の雄牛を肥育し、肉質の特性を踏まえたコンビーフなどの加工品の開発。	8億円	14
11	有限会社福田農園	北海道亀田郡七飯町	有機JAS認証を取得した「王様しいたけ」をブランド化し、乾燥品への加工や直接取引に取り組む。		16
12	株式会社ひこま豚	北海道茅部郡森町	自社グループで生産した豚肉を「北海道育ちひこま豚」ブランドとして確立し、飲食店で料理して提供するとともに精肉、加工品の店頭販売を行う。	2億,6000万円	45

令和元年度、令和2年度の6次産業化優良事例表彰において受賞された事業者
下記URLに取り組事例を掲載していますので、ぜひご覧ください。
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/renkei/6jika/good_practice_awards.html

受賞年度及び 受賞名	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数(名)
令和元年度 食料産業局長 賞	十勝清水コスモスファーム	北海道上川郡	日本に於いて一般的な食肉流通に乗らず経済価値の低いブラウンスイス牛を全国で唯一ブランディング。独自の飼育管理方法で加工適性のある肉質を実現。地元の食肉加工事業者と連携によるコンビーフ製造により、食肉加工の依頼が増加。ブラウンスイス牛の雄牛活用法の開拓で、全国のブラウンスイス牛飼育農家収入増に寄与。	8億8,300万円	14
令和元年度 奨励賞	株式会社NIKI Hillsヴィレッジ	北海道仁木町	地元と地元周辺のワイン用ブドウを使用して、国産ワインを製造・販売。地元農家と連携することで、品質の高いワイン用ブドウを仕入れ、高品質なワインづくりを行っている。仁木町と協力し、地域に根差した取り組みを行っている点が高く評価された。	1億1,600万円	28

取組事例(東北農政局)

No.	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数(名)
1	SKファーム株式会社	青森県つがる市	生産した寒冷地向けもち性六条大麦「はねうまもち」(以下「もち麦」という。)を自社精麦施設で加工し、精麦商品及び精麦時に出る副産物(外皮粉)を販売している。	5億7,200万円	17
2	松原農場 松原久美	岩手県岩手郡雫石町	自家産堆肥を使用した自社農場の牧草を給餌する循環型農業を実践し、生産した朝搾りミルクでジェラート、ヨーグルトを製造し、自社直売所、インターネット及び近隣デパートで販売している。	4,284万円	15
3	あらはま海苔合同会社	宮城県亶理郡亶理町	生産した海苔を自社加工場で焼き海苔、ばら干し海苔、味付け海苔に加工し、近隣の直売所や加工場に併設した直売所で販売している。	2億651万円	14
4	株式会社そば研	秋田県雄勝郡羽後町	耕作放棄地の解消を図るため、地域と一体となってそば栽培を推進し、生産したそばは玄そばでの販売のほか、自社製粉施設でヌキ実やそば粉に加工。主に関東の製粉会社と連携して業務用として販売している。	1億4,800万円	18
5	株式会社 やまがたさくらんぼファーム	山形県天童市	さくらんぼを中心とした世界に誇れる山形のくだものを活用し、県内最大級の観光果樹園と直営のカフェやショップの経営、ワイン、ジュース等の加工品の製造・販売に取り組む。	2億6,800万円	20
6	有限会社舟形マッシュルーム	山形県最上郡舟形町	自社生産のマッシュルームを活用し、水煮やうま煮等のほか、業務用のマッシュルームパウダー、エキスなど多様な加工品を製造・販売。平成29年度に直売所併設のレストランを開設。	12億9,000万円	130
7	株式会社モス山形	山形県山形市	耕作放棄地を利用し、コケの栽培とコケ緑化商品の開発・販売を行っているトップ企業である。建築用の緑化資材も開発し、大都市圏のビル等の緑化や緑化資材等の販売を行っている。	1億3,500万円	18
8	有限会社まるせい果樹園	福島県福島市	40品種以上の果樹を生産し、直売所、観光果樹園のほか、生産した旬の果物を提供する農家カフェに取り組んでいる。	1億2,500万円	25

令和元年度、令和2年度の6次産業化優良事例表彰において受賞された事業者
下記URLに取組事例を掲載していますので、ぜひご覧ください。

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/renkei/6jika/good_practice_awards.html

受賞年度及び受賞名	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数(名)
令和元年度 食料産業局長賞	有限会社伊豆沼農産	宮城県登米市	地域の農業者で組織し、自社ブランド「伊達の純粋赤豚」の養豚部門、水稻、ブルーベリー等耕種部門、食肉、総菜、アイスクリーム、パン、酒類等多様な加工部門、農業レストラン、直売マーケット、外販、通販等販売部門、更には生ハム体験工房等農泊・食農体験部門を展開。ハムの輸出により海外からも高評価を獲得。インバウンド等観光需要にも対応。	5億200万円	40
令和元年度 奨励賞	秋田やまもと農業協同組合	秋田県三種町	水田転換作物として導入したそら豆の規格外品を活用した、国内初の豆板醤を開発から生産・販売まで行っている。国産の豆板醤がないことに着目し、原材料を秋田県産にこだわり、差別化を図った点が高く評価された。	57億3,700万円	126
令和元年度 奨励賞	株式会社そば研	秋田県羽後町	中山間地における耕作放棄地を活用して玄そばを栽培。生産から販売まで行い、ヌキ実やそば粉を中心とした加工・出荷体制を構築し、付加価値を高めて販売している。里山を守り、農地を農地として次世代に残すというコンセプトのもと、そばを栽培することで耕作放棄地の解消を図った点が高く評価された。	1億4,300万円	18
令和2年度 食料産業局長賞	合同会社ねっか	福島県只見町	農家5軒が協力し、米焼酎製造会社を設立。日本酒の吟醸作りの技術を用い、不可能と言われていた吟醸香の香り高い米焼酎の開発に成功するとともに、日本初の全量自社米のみでの米焼酎製造に成功。JGAP認証を取得した自社圃場で生産から醸造までの一貫製造は日本で唯一。香港、イギリス、オーストラリアへの輸出も展開予定。	5,800万円	7

取組事例(関東農政局)

No.	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数(名)
1	倉持ビッグファウム株式会社	茨城県下妻市	飼料用米で育てた「伝説の下妻金豚」を使った加工品の製造・販売	2億1,650万円	20
2	株式会社いちごの里ファーム	栃木県小山市	いちごを中心とした体験・観光農園のほか、自社農産物を活用した加工品の製造販売やレストランを展開	8億5,000万円	130
3	鳥山畜産食品株式会社	群馬県渋川市	肉牛の生産から食肉加工・販売まで一貫した事業を行う。自社直営牧場を筆頭に群馬県内50戸の契約畜産農家で黒毛和牛・交雑種を肥育。	25億600万円	52
4	TATA GREEN株式会社	埼玉県熊谷市	自社生産のさつまいもを原料とした加工品を開発し、自社店舗のほかインターネットでの販売を行う。農地の借入れ栽培面積を増やし、通年販売が可能な体制とし、雇用の拡大と経営改善を図る。	7,800万円	11
5	株式会社オオノ農園	千葉県香取市	自社生産した落花生を活用し、無糖・無添加の落花生100%のペースト商品を製造・販売		20
6	磯沼ミルクファーム	東京都八王子市	家畜福祉に取り組んで生産した生乳を活用した牛乳・乳製品の製造販売。直営店の運営や体験教室などのイベント事業に取り組む。	1億3,000万円	15
7	有限会社相澤良牧場	神奈川県横浜市	自らが生産した牛乳を使用し、ノンホモジナイズ牛乳の製造とジェラートの商品開発・製造・販売を行っている。	8,900万円	18
8	神奈川中央養鶏農業協同組合	神奈川県愛川町	当組合が生産する鶏卵の内、規格外卵を使用した「たまごソフトクリーム」、「焼き菓子」の開発、製造を行い、直営店の卵菓屋やイベント等での販売を行っている。	41億100万円	13
9	有限会社農業法人清里ジャム	山梨県北杜市	地域に点在する耕作放棄地を再生し、スモールフルーツを栽培。これらのスモールフルーツを原材料とした新飲料等の商品開発と販路拡大。	3,000万円	7
10	株式会社未来農業計画	長野県長野市	特産のブルーベリーを活用したコンフィチュール等の製造・販売。ハイヒールでも楽しめる観光農園の運営。	5,200万円	55
11	KAWANE抹茶株式会社	静岡県島田市	立地条件を生かした有機農法により生産された碾茶の生葉を「オーガニック碾茶」、「オーガニック抹茶」として加工し、国内及び需要が伸びている海外向けに販売。	2億7,180万円	11

令和元年度、令和2年度の6次産業化優良事例表彰において受賞された事業者
下記URLに取り組事例を掲載していますので、ぜひご覧ください。

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/renkei/6jika/good_practice_awards.html

受賞年度及び受賞名	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数(名)
令和元年度 農林水産大臣賞	有限会社ワールドファーム	茨城県つくば市	農産物の国産化と若い担い手を育成する農業の地域一体化プロジェクト「アグリビジネスユートピア構想」を掲げ、自社はもとより、全国各地の自治体との進出協定を締結し、耕作放棄地を活用したキャベツ、ホウレン草等の生産及び業務用一次加工(カット、冷凍)を展開するとともに、地元若手就農者の雇用就農を促進。	16億7,400万円	80
令和元年度 食料産業局長賞	株式会社ザファーム	千葉県香取市西田部	農村地域で自然、文化、交流を楽しむ滞在型余暇活動の文化を日本に定着させるべく、農作業体験をはじめ宿泊、温浴施設等を運営し、利用リピート率、お客様満足度ともに高水準の農園リゾートを実現。インバウンド、国内企業研修誘致による平日稼働率の確保や、SNS情報発信、リピート顧客限定商品等質の高いサービスを提供。	6億5,800万円	130
令和元年度 奨励賞	株式会社赤城深山ファーム	群馬県渋川市	蕎麦職人だった事業者がマーケットインの発想で6次産業化に取り組み、地域の生産者の牽引役として、そば産地を形成。生産、そば粉の製造、販売に至る全過程で高付加価値化を実現。地元産地とともに高収益な経営を実現している点が高く評価された。	1億5,400万円	16
令和2年度 食料産業局長賞	有限会社きたもつく	群馬県長野原町	広葉樹の計画伐採を行い、建築材や家具材を加工、木質エネルギーの利用促進、宿泊施設や住居への薪ストーブ設置や地産蜂蜜を使用した加工品の販売など、地域の資源を観光宿泊事業と連携することで高付加価値化を実現。多面的な地域資源活用事業の展開で移住者の増加に寄与。	4億7,900万円	148
令和2年度 奨励賞	株式会社はすみふぁーむ	長野県東御市	耕作放棄地を借り受け、約2.6haの農地で醸造用ブドウを生産するとともに、自社以外の県内産ブドウやリンゴも使用し、ワイン及びシードルを製造。ワイナリーに併設したショップや隣町のアンテナショップで農産物加工品等を直売。SNSによるPRや1年を通じてブドウ栽培、ワイン造り体験が行えるプログラム(「グロワーズクラブ」)を展開し、交流を促進。	4,100万円	6

取組事例(北陸農政局)

No.	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数 (名)
1	新潟みらい農業協同組合 かんしょ部会	新潟県新潟市	葉たばこの廃作等に伴い、H21年からさつまいも(品種:べにはるか)の栽培を推進。生産したさつまいもを「いもジェンヌ」としてブランド化。青果販売のほか、一部をペーストにして菓子原料として販売。芋焼酎の委託製造・販売も行っている。	8,899万円	
2	有限会社白根グレープガーデン	新潟県新潟市	50年にわたりぶどう・いちご等の観光農園を経営。1年を通してフルーツ狩りが体験できる。各種フルーツの直売のほか、自社産フルーツを使用したジェラートを販売。	1億4,400万円	35
3	有限会社梅香園	富山県砺波市	農園内に直売所・観光農園・喫茶コーナー(米粉カフェ)を整備し、自社のカルチャー教室や高齢者・身体障害者のために利便性を図るなど「地域に憩いの場」を提供。また、自社産の米から加工した米粉及び米粉製品や農園で収穫された野菜を活用した加工品の製造販売。	3,000万円	3
4	有限会社たなか	富山県氷見市	自社で飼育した和牛「氷見牛」を活用した新たな加工品(レトルトカレー、ビーフジャーキー昆布締めローストビーフ)の開発、販売。	2億7,000万円	20
5	株式会社大地農産	富山県黒部市	地域の中で作業効率の悪い小規模な休耕田(6.4ha)を活用し、さつまいもの栽培を行う。生産したさつまいもは干しいも等に加工し、主に自社の直売所で販売している。	9,000万円	36
6	農業法人有限会社かわに	石川県金沢市	五郎島金時を栽培するだけでなく、地域のJAから加工用の五郎島金時をほぼ全量買い上げ、自社加工場で一次加工し業務用として販売。また、自社製品を2店の直売所や通販で販売。	1億9,369万円	28
7	農業法人有限会社 わくわく手づくりファーム川北	石川県能美郡川北町	地域で生産した六条大麦や小麦を活用して地ビールを製造。JR駅構内等で販売を行うとともに、輸出にも取り組む。	2億2,291万円	13
8	株式会社エコファームみかた	福井県三方上中郡 若狭町	自社生産及び地元の梅「紅映(べにさし)」を使用した海外現地の嗜好にあった梅酒を開発し輸出を拡大。国内向けにクエン酸を多く含む梅飲料を開発し販売拡大を図る。	8,500万円	7
9	SFV生産農場	福井県大野市	これまで未利用であった上庄産里芋の親芋を活用した里芋スイーツの製造・販売。	1,200万円	8

取組事例(東海農政)

No.	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数 (名)
1	株式会社 キサラエファールカンパニーズ	岐阜県揖斐郡 揖斐川町	鳥獣害対策として捕獲したジビエをロースト肉やソーセージに加工して販売する事業モデルを確立し、「ぎふジビエ」のブランド化による新しい価値の創造に取り組む。	1億3,000万円	29
2	有限会社レイク・ルイズ	岐阜県海津市	黒米及びうるち米の米粉と飛騨地域の野菜の乾燥粉末を原料とする、新たな米粉製品の製造・販売。 独自製法で作る発芽玄米を焙煎、粉碎した玄米塩の製造・販売。	7,623万円	18
3	有限会社高橋養鶏	愛知県豊橋市	自社オリジナルブランド卵を使用した商品開発及び直売店やキッチンカーによる販路開拓を行うことで、認知度の向上及び経営の安定化を図るもの。	2億9,300万円	17
4	株式会社椿茶園	三重県鈴鹿市	椿大神社参道沿いに構えたカフェにて、プロが面前で淹れる本格的な日本茶を提供することによる感性の刺激で、顧客の定着と開拓を図る。	4,584万円	5
5	有限会社松本畜産	三重県多気郡多気町	加工場併設のレストラン(週に3日の営業)を整備し、特産松阪牛の精肉やしぐれ煮の販売と、牛肉ランチを提供。 未利用部位である特産松阪牛の牛脂を使った「ビーフオイル」を販売。	8,766万円	8

令和元年度、令和2年度の6次産業化優良事例表彰において受賞された事業者
下記URLに取り組事例を掲載していますので、ぜひご覧ください。
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/renkei/6jika/good_practice_awards.html

受賞年度 及び 受賞名	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数 (名)
令和2年 度 奨励賞	有限会社サポートいび	岐阜県池田町	サツマイモを苗から自社生産し、キュアリング処理と長期貯蔵により均一な品質と高糖度化に成功。 水田転作で排水対策と土壌改良技術の導入により低コストでの安定生産体制を確立し、さらに、生産拡大により地域の耕作放棄地解消にも寄与。	1億9,500万円	49

取組事例(近畿農政局)

No.	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数(名)
1	有限会社 池田牧場	滋賀県東近江市	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併設し、観光事業も展開。	1億5,400万円	19
2	株式会社京都ものがたり	京都府船井郡京丹波町	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。	960万円	7
3	カタシモワインフード株式会社	大阪府柏原市	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。	2億5,600万円	35
4	前川農産	兵庫県赤穂市	自家栽培のもち米とうるち米を活用した切り餅(米農家が作った杵つき餅)の製造と販売をしている。	1,020万円	8
5	株式会社芦田ポーター	兵庫県丹波市	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。	9,329万円	8
6	株式会社 堀内果実園	奈良県五條市	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・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。	2億4,600万円	40
7	御所市6次産業化・地産地消推進協議会	奈良県御所市	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。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。	100万円	8
8	有限会社深見梅店	和歌山県西牟婁郡上富田町	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。	7,150万円	8

令和元年度、令和2年度の6次産業化優良事例表彰において受賞された事業者
 下記URLに取り組事例を掲載していますので、ぜひご覧ください。
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/renkei/6jika/good_practice_awards.html

受賞年度及び受賞名	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数(名)
令和元年度奨励賞	株式会社早和果樹園	和歌山県有田市	自社栽培と地域農家から仕入れたみかんを自社加工場で、ジュースなどに製品加工している。また、加工の過程で発生するみかんの皮を利用した、スムージー、漢方薬の陳皮、化粧品などの製品開発も積極的に行っている。完成された6次産業化のビジネスモデル性が高く評価された。	9億9,000万円	140

取組事例(中国四国農政局)

No.	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数 (名)
1	有限会社ひよこカンパニー	鳥取県八頭町	平飼いで生産した卵や加工品のスイーツを直営のカフェやスイーツ店、通信販売で提供。農家レストランでは地産地消メニューを提供。		185
2	株式会社兎ッ兎	鳥取県鳥取市	鳥取地域のブドウを使用したワイン製造販売事業。自社ワイナリーを整備し、自社で生産する醸造用ブドウを用いて自らワインの開発・醸造・販売を行う。	810万円	7
3	柿壺株式会社	島根県出雲市	柿の美味しさに魅せられ農業を始めた。生柿は樹上完熟した一番美味しい果実だけを厳選して収穫、若年層にも受け入れられやすい絶妙のシットリした干し柿を開発し販売している。	3,000万円	8
4	有限会社 奥出雲薔薇園	島根県大田市	産業型薔薇園として創業。悪天候等のリスク軽減のため、圃場の分散化、防風対策の生垣の設置により安定した生産と周年供給を実現。また6次産業化により、販路の多角化に成功。100社以上の取引先へ薔薇の原料及び加工品の供給。		9
5	レッドライスカンパニー株式会社	岡山県総社市	自社で栽培する赤米を使用して特産品の製造、販売による地域の活性化		9
6	農業法人株式会社D&Tファーム	岡山県岡山市	輸入に頼る農作物を独自の品種改良技術「凍結解凍覚醒法」で国内栽培可能とし、自社生産及び苗を販売するとともに「バナナジャム」などの加工品の製造・販売。また、栽培指導や資材提供も行い、消費者に安心安全を、栽培者に好収益な農業を提供。	10億374万円	36
7	万汐農園	広島県尾道市	尾道市と三原市で約2.5haの果樹園を経営し、いちじくと梅の観光農園事業を行っている。自ら生産したいちじくや梅、地元産の柑橘などを原料にプリン、ジャム、タルトなどの加工品を製造し、販売している。		15
8	株式会社グリーンカクエイ	広島県庄原市	大規模水耕栽培で生産した青ネギを生鮮販売するほか、自社加工場で一次加工した「カット青ネギ」を、スーパーや卸売業者等に販売している。	約3億円	36
9	株式会社 林檎の樹らら	山口県山口市	自家農園で生産したりんごの青果販売、観光りんご園の経営、自家生産したりんごの加工品(アップルパイ、りんごジュース、りんご酢ドレッシング等)の製造、販売を行う。		6
10	有限会社 司ガーデン	山口県下関市	自農園で生産するバラを用い、生花、バラ加工品(バラ風呂・バラ足湯)及びバラの花びらにメッセージを印字したメッセージローズやメッセージローズの茎にリングを通したメッセージリング等の製造・販売を行う。	2,430万円	6
11	株式会社ビッグウィル	徳島県東みよし町	木材を世界最薄水準まで加工する技術で、建設資材をはじめ文具、日用雑貨及び装飾用商品等の製造・販売	3億5,000万円	27
12	株式会社黄金の村	徳島県那賀町	特産品の木頭ゆずを活用して調味料やコスメを製造・販売。	1億2,000万円	11

13	さんわ農夢株式会社	香川県三豊市	建設業から農業へ参入し、糖度、旨みに優れたサツマイモの生産体系を確立し、そのサツマイモを商標登録している。また、自社で販路の拡大を行うと共に、規格外品をペーストに加工し、新商品を地元洋菓子店と共同開発、販売している。	3,700万円	9
14	株式会社アンファーム	香川県三豊市	国産マンゴーをはじめ様々なトロピカルフルーツを栽培し、自社店舗(カフェ)等にて販売すると共に、マンゴーの加工品を開発、製造販売している。	2,900万円	5
15	株式会社 内子フレッシュパークからり	愛媛県喜多郡内子町	内子町産じゃばら、もち麦を2本柱とした「からりブランド」の健康食品(じゃばらサイダー、もち麦うどん、もち麦大福等)を製造し、直売所等で販売。	6億8,120万円	70
16	有限会社南四国ファーム	愛媛県宇和島市	コクのある美味しい柑橘を年間いつでも提供できるよう、高品質で新規性のある加工品を製造販売。	3億2,000万円	38
17	株式会社ぶらうん	高知県四万十町	自らが生産する鶏卵「コロブスの茶卵」を使用したプリン、シュークリーム、ロールケーキ、惣菜等の製造・販売。	1億6,000万円	13
18	馬路村農業協同組合	高知県馬路村	青果出荷が困難なゆずを有効活用するためジュース・ポン酢しょう油等を製造し、販売。	29億円	91

令和元年度、令和2年度の6次産業化優良事例表彰において受賞された事業者
下記URLに取り組事例を掲載していますので、ぜひご覧ください。

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/renkei/6jika/good_practice_awards.html

受賞年度及び 受賞名	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数 (名)
令和元年度 奨励賞	有限会社袖冬庵	徳島県那賀町	地域内の女性の視点を活かし、木頭ゆずを使用した加工品を製造。ポン酢、ゆず味噌、ジャム、マーマレードなど約20種類の商品販売・製造している。地域産業の衰退により、地域の女性が働く場所が減少している問題に着目し、加工用のゆずを使用して女性が活躍できる雇用を生み出した点が高く評価された。	2,200万円	10
令和元年度 奨励賞	株式会社ゆうぼく	愛媛県西予市	肉牛の肥育をメインに、養豚事業、米生産を行っている。添加物を使用しないハムやソーセージ、ベーコンなどの加工品を製造。精肉は熟成を行い、旨味を増加させて付加価値を高めている。若い世代へ事業継承したことにより、事業に推進力が出た点について高く評価された。	3億2,600万円	40
令和2年度 食料産業局長賞	農業生産法人株式会社 ミヤモトオレンジガーデン	愛媛県八幡浜市	農場全体で、GLOBALG.A.P.とASIAGAP認証を取得するとともに、他の生産者が低価で使用可能な「GAP認証取得支援システム」を開発。教育機関へシステムの無償提供を行い、GAP取得のノウハウやICTを活用したスマート農業の普及に貢献。また、みかんを使用したジュースやゼリーに加えて、オリジナル調味料の塩みかんなど、新商品開発も積極的に実施。	1億5,200万円	11

取組事例(九州農政局)

No.	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数 (名)
1	株式会社うるう農園	福岡県久留米市	「いちご」の観光農園の他、規格外を活用した「ジェラート」、「いちご大福」などの6次化商品を販売。 農産物を福岡県認証の特別栽培にて生産。	1,897万円	13
2	合同会社田島柑橘園&加工所	佐賀県藤津郡太良町	スペインから柑橘の新品種を導入し、独自のジューサーで搾ったジュースを製造・販売。	2,740万円	8
3	有限会社永淵ファームリンク	佐賀県藤津郡太良町	「農場HACCP認証」を取得し、「金星佐賀豚(※)」の販売と自社で加工した精肉・加工品を佐賀市の直売所・レストラン(ファームリンク金星屋)などで販売。	8億9,000万円	36
4	農事組合法人サンエスファーム	長崎県南島原市	自社生産の椎茸を加工・販売し、卸売販売及び直売所レストランで提供。 また、収穫体験等の観光農園事業にも取り組んでいる。	3億8,300万円	47
5	株式会社オオヤブデイリーファーム	熊本県合志市	オメガ3脂肪酸が豊富な自家生乳を活かしたヨーグルトやジェラートの製造・販売事業。	1億4,700万円	16
6	株式会社パストラル	熊本県山鹿市	自社生産の粟・米等を活用した洋菓子を製造し、自社直営のカフェ兼洋菓子店「ricca」で販売。地域で生産された農産物を原材料にしたアイスの製造事業による地域雇用の創出と里山農業の発展。	1億5,600万円	18
7	有限会社ファームヨシダ	熊本県菊池郡大津町	自社配合のオリジナル飼料と阿蘇の地下水で育てた豚「えころとん」を自社加工の精肉と委託加工のウインナー・ソーセージ等として販売。	1億7,100万円	8
8	有限会社福田農園	大分県中津市	ストレスを与えない環境で米を配合した飼料を豚に与え、上質な豚肉を生産・出荷・加工し、自社レストラン等で提供している。	6億8,000万円	38

9	サンアグリフーズ株式会社	宮崎県児湯郡都農町	グループ会社の牛糞を完熟堆肥化し土作りから行い、主に高菜と大根を栽培し漬け物等に加工。循環型・自己完結型農業に取り組みながら、生産履歴を明確にして安心・安全な商品を販売。	1億5,000万円	23
10	株式会社オキス	鹿児島県鹿屋市	大隅半島で生産する農産物「薩摩の恵」を用いて、乾燥野菜や雑穀加工品等を製造・販売と輸出に取り組む。	6億5,000万円	52
11	ヘンタ製茶有限会社	鹿児島県霧島市	有機栽培の茶葉を活用して抹茶等の製造・販売と輸出に取り組む。	2億円	12

令和元年度、令和2年度の6次産業化優良事例表彰において受賞された事業者
 下記URLに取り組事例を掲載していますので、ぜひご覧ください。
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/renkei/6jika/good_practice_awards.html

受賞年度及び 受賞名	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数 (名)
令和元年度 奨励賞	糸島漁業協同組合	福岡県糸島市	真鯛を使った地域おこしやブランド化に取り組んでおり、糸島産の真鯛や明太子を使用して、加工品を開発した。また、加工品の製造・販売も手掛けるほか、直売所や牡蠣小屋の企画運営など多様な6次産業化を展開する。ネットワークづくりに努力している点や、様々な商品開発を行っている点が高く評価された。	3,400万円	53
令和元年度 奨励賞	株式会社タケマン	福岡県糸島市	国産原料による消費者向けの贈答用メンマ及びスナック菓子を製造販売している。放置竹林の竹を原料にしているため、地域の放置竹林の解消に寄与している。西日本では大きな課題となっていた放置竹林の問題を事業として解決している点が高く評価された。	1億7,100万円	15
令和元年度 奨励賞	村商株式会社	鹿児島県肝付町	自社牧場及び地域の生産農家から黒毛和牛を仕入れ、一次加工し、「新村和牛」というブランドを確立して、販売。外食産業等への卸販売のほか、直営の精肉店や焼き肉レストランでも販売している。牛舎の一部に地元木材を利用、地元福祉施設への軽作業の委託など地域資源を有効活用している点が高く評価された。	14億6,300万円	83
令和元年度 奨励賞	株式会社オキス	鹿児島県鹿屋市	配送業から農業に参入。自社生産及び契約農家から買い取った野菜を乾燥させて、業務向けの青汁原料(粉末)やゴボウ茶(乾燥)など軽量商品に加工して販売。遠隔地で輸送コストがかかるデメリットを克服するため乾燥加工技術を磨いた商品展開が高く評価された。	5億4,900万円	37
令和2年度 農林水産大臣賞	有限会社シュシュ	長崎県大村市	自社で、ぶどう、梨、いちごの生産・加工を行うとともに、約200戸の生産者を抱える直売所を経営。また、地域生産者の加工を受託することにより地域の6次産業化を促進するほか、結婚式も行えるレストランを運営。耕作放棄地の再生や、体験工房、農業塾、食育にも取り組み、地域のプラットフォームとして地域農業に貢献。	4億1,900万円	73
令和2年度 食料産業局長賞	有限会社ふくどめ小牧場	鹿児島県鹿屋市	希少種の「サドルバック」と自社交配して誕生した「幸福豚」を育成。取締役がドイツ留学の際に食肉加工のドイツ国家資格マイスターを取得し、高い加工技術により差別化された商品を展開。地域では、養豚で排出される糞尿の堆肥化による地域農業者との耕畜連携も実施。	3億4,400万円	12

取組事例(沖縄総合事務局)

No.	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数(名)
1	農業生産法人 株式会社マルシェ沖縄	沖縄県西原町	加工品原料のかんしょの調達不安定という課題を解決するため、年間を通じた計画生産体制を連携農家とともに構築し、経営の拡大を図るとともに、これまでの業務用向けの商品開発に加え、家庭向けやお土産向けの新商品を開発して、直売にも取り組む。	1億1,200万円	14

令和元年度、令和2年度の6次産業化優良事例表彰において受賞された事業者
下記URLに取り組事例を掲載していますので、ぜひご覧ください。
https://www.maff.go.jp/j/shokusan/renkei/6jika/good_practice_awards.html

受賞年度及び受賞名	事業者名	所在地	取組内容	売上高	雇用者数(名)
令和元年度 食料産業局長賞	株式会社いえじま家族	沖縄県伊江村	離島である伊江島の経済振興として、琉球王朝時代から栽培されていた在来種の小麦「江島神力」を復活。島内生産者とともに生産を確立するとともに、全量買い取りで全粒粉を用いたチップスを製造。製品及び小麦は県内外からの引き合いも多く、生産、製造拡大、更には島らっきょう等他の特産品とのコラボ商品の開発に寄与。島内雇用の創出にも貢献。	7,600万円	21
令和元年度 食料産業局長賞	しろう農園合同会社	沖縄県宮古島市	アロエベラの栽培(有機JAS認証、日本最大規模の生産)、山羊による除草管理等無農薬循環型農業の話題性を活かし、アロエベラ商品の販売をはじめヤギふれあい牧場による観光連携、ヤギミルク加工品、養蜂と蜂蜜製造等お互いのシナジー効果を最大限に発揮し、冬場の観光資源が課題の沖縄で、新たな観光資源の創出に寄与。	2,900万円	11
令和2年度 食料産業局長賞	株式会社UKAMI養蚕	沖縄県今帰仁村	一般的な蚕とは別種の「沖縄産エリ蚕」を大規模養蚕し、繭を加工・販売。100%天然の沖縄産エリ蚕シルクは豊富なナチュラル・ナノポアラス※を有しており、世界的な需要に対応。観光資源として、インバウンドの拡大に寄与。 ※多孔質(スポンジ状の穴が空いている)構造により、多孔質体により油分、水分が整えられ、一般的なシルクとは差別化された機能性が発揮される。	8,300万円	9

厚真町を日本一のハスカップ産地にしたい！ こだわりのハスカップを用いた加工品で魅力発信

総合化事業計画の認定

平成25年10月

株式会社あつまみらい

<事業者の概要>

- ・所在地：北海道勇払郡厚真町
- ・代表者：代表取締役 山口善紀
- ・取組内容：北海道に自生しているハスカップを自家栽培し、品種登録した「あつまみらい」「ゆうしげ」を使用した加工品の開発、生産。
直売所である「ハスカップカフェLabo」を整備し、販売事業を展開。
- ・売上高：約2,800万円（R2）
- ・雇用者数：12名（R2）（パート含む）
- ・URL：<https://hasukappu.com/index.html>（ホームページ）
<https://ja-jp.facebook.com/Hasukappu/>（Facebook）

【取り組むに至った経緯】

- 厚真町はハスカップの産地であったが、青果としての販売だけでは十分な付加価値を付けられておらず、収益性が良いとは言えない状況であった。
- Uターン就農した際に、日本一のハスカップの農家を目指すとともに、厚真町を日本一のハスカップの産地とすることを目標とした。

【活用した支援施策】

- 厚真町商談会等出店支援事業補助金10万円（H25）
- 厚真町起業化支援事業補助金200万円（H25）

【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）

- ・自農園内で栽培していた大粒で甘い系統を「あつまみらい」「ゆうしげ」として個人で品種登録を行った。農協において「あつまみらい」「ゆうしげ」は糖度12度以上を出荷基準とするなど、規格を厳しく設定し、ブランディングを行っている。
- ・栽培方法は、慣行栽培以外に低農薬栽培やオーガニックにこだわる消費者にも受け入れられるように有機栽培を行っている。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・ハスカップ栽培農家に自農園で培った肥培管理や剪定方法などのノウハウについて教えており、産地づくりに貢献している。



株式会社あつまみらい
代表取締役 山口善紀氏とハスカップの苗木



ハスカップ



ハスカップスムージー

【成長へのターニングポイント】

○厚真町を日本一のハスカップの産地に

→「あつまみらい」「ゆうしげ」の苗木を町外に持ち出さないことを条件に、町内の生産者に自家増殖を認めた。また、厚真町も苗木の購入支援を行ったことにより、町内のハスカップの生産者が60軒から100軒を超えるまでになり、2013年には栽培面積日本一を達成した。

○コープさっぽろ「農業大賞 北海道知事賞」（2017）

→「消費者目線で優れた第一次産業の生産者を応援する」という目的で開催されているコープさっぽろ農業賞において、地域を一体となって盛り上げたことが評価され、最高賞である北海道知事賞を受賞した。この受賞がきっかけとなり、厚真町のハスカップの認知度が向上した。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・町営の施設を使用して加工品の製造を行っていたが、町内に加工品製造と販売のための施設を整備し、生産者がJAに出荷したハスカップのうち、加工用をJAから購入し加工品の原料として活用した。

○経費節減の工夫

- ・消費者に通信販売を利用してもらうため、加工品の容器包装の見直しを行い、少量からでも手軽に安価で注文できるよう改良を図った。

【今後の展望】

○収穫は果実を潰さずに効率的に収穫するために経験と技術が必要となることから、熟練した従業員を確保するために、加工品の充実を図り、閑散期に製造を行うことで、従業員の通年雇用を目指す。

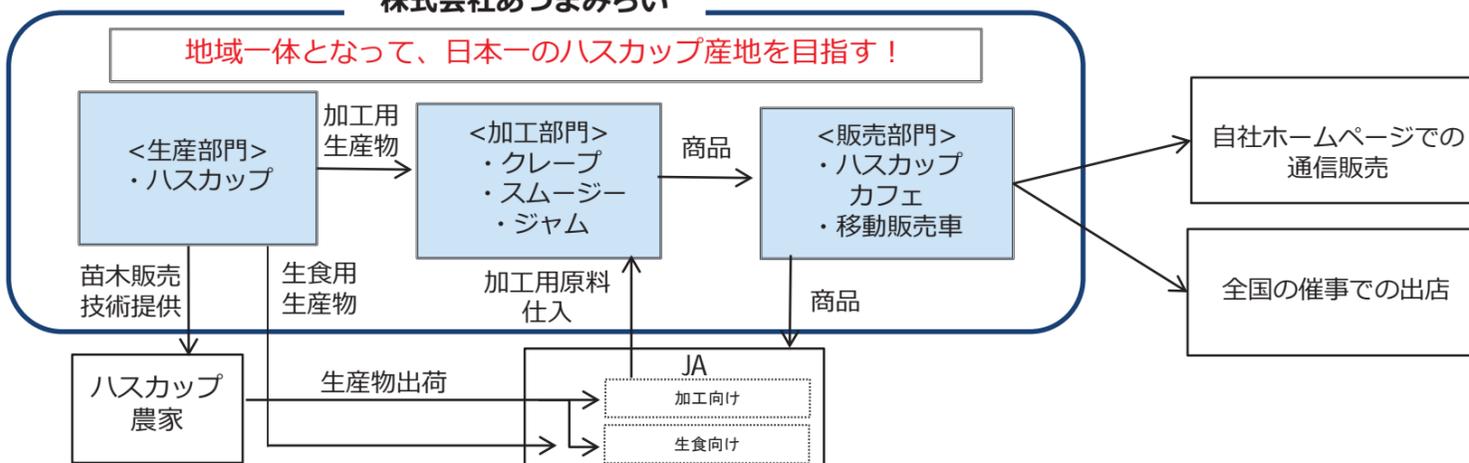
○厚真町を日本一のハスカップ産地にする目標が達成出来たのは、共に栽培に取り組んでくれた皆様のおかげ。町内ハスカップ農家全体の収益向上に取り組む。

【取組の効果】

- 売上高
993万円（H24（6次産業化取組前））
→約2,800万円（R2（6次産業化取組後 8年））
- 雇用者数（パート含む）
3名（H25）→12名（R2）
- 厚真町全体の作付面積
22ha（H25）→33.2ha（H30）

（ビジネスモデル・連携図）

株式会社あつまみらい



世界で評価されるワインで地域に人を呼び込む 複合型ワイナリー

総合化事業計画の認定

平成27年7月

株式会社NIKI Hillsヴィレッジ

<事業者の概要>

- ・所在地：北海道余市郡仁木町
- ・代表者：代表取締役 石川 和則
- ・取組内容：世界の銘醸地にも負けないワイン造りと、地域の食や自然の楽しみ方を提供し、地域の活性化を促すワイナリー
- ・売上高：1億1,322万円 (R2)
- ・雇用者数：28名 (R2) (パート含む)
- ・URL：<https://nikihills.co.jp/>

【取り組みに至った経緯】

- 全国展開する広告会社の代表取締役である石川氏は、仁木町長の町づくりへの思いに共感し、ワイナリー事業と地域活性化を構想した。
- 平成27年にワイナリーの造成・建設を開始し、同年10月に初醸造。醸造葡萄の生産は、(株) NIKI Hillsファームが行い、平成27年畑の造成を開始、平成28年に醸造葡萄の植栽を開始した。

【活用した支援施策】

- 農林漁業成長産業化ファンド
162.1百万円 (H27)

【取り組みの特徴と強み】

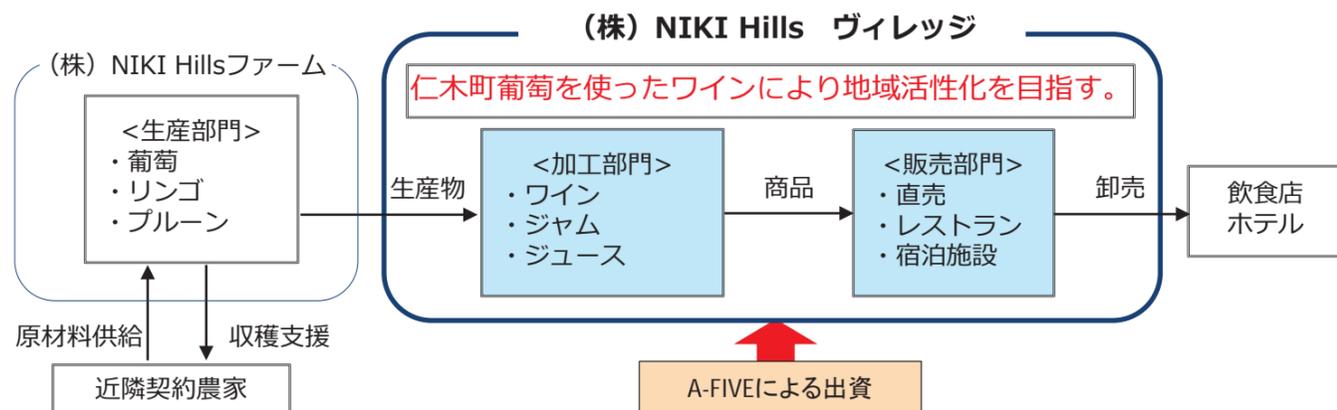
○バリューチェーン (付加価値・差別化)

- ・ワインの醸造に用いられる葡萄は、日本の気候下では栽培が難しいとされていた欧州系の高級品種を使用。この地区のテロワール (気候、風土、土壌等の自然条件) を重視して生産された糖度20度以上の葡萄のみで醸造し、世界に打ち出せるワインとしてブランディングしている。

○イノベーション (他者との新結合)

- ・ワインの醸造経験を積ませるため、葡萄の収穫期が真逆となる南半球 (ニュージーランド、オーストラリア、南アフリカ) にあるワイナリーへ醸造責任者を派遣することにより、醸造技術の向上を促している。

(ビジネスモデル・連携図)



※ (株) NIKI Hillsファームは、(株) NIKI Hillsヴィレッジのグループ会社である。



眼下に広がる葡萄畑と
仁木町の景色



NIKI Hillsワインの数々



レストランにて提供される
ディナーコース

【成長へのターニングポイント】

○世界的権威のあるコンクールでの金賞受賞

- 2020年9月22日、イギリスのワイン雑誌「デキャンター」主催の世界最大規模の国際ワインコンテスト「Decanter World Wine Awards 2020」において、NIKI Hillsワイナリーが醸造したワイン「YUHZOME2018」が金賞を受賞し、世界に通用することが証明され各種ワインが売り切れる等、NIKI Hillsワインのブランドが確立された。

○散策して豊かな自然を楽しむワイナリー造り

- 日本のトップレベルのガーデナー、世界的冒険家が、スタッフとして常駐。四季折々の花が咲き誇る「ナチュラルガーデン」や、野鳥・動植物などが生態を織りなす自然な森づくりを目指した「ナチュラルフォレスト」などを併設し、訪れる人が自然を楽しみ、リラックスできる環境が整っている。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・隣接する余市町と仁木町は、内閣府からワイン特区したフレンチレストランで自社産ワインや地域の食として認められ、NIKI Hillsワイナリーでも、ワイナリーツアーを中心に、ネイチャーツアーやガーデンツアーなど、多岐にわたるツアーを展開。国内屈指のリゾートホテルやレストランで研鑽を積んだシェフをスタッフとして招聘し、併設材を活用した料理を提供することにより地域風土の魅力を発信し、多くの観光客を集客した。

○経費削減の工夫

- ・葡萄を搾汁する際に発生する年間1トンにも及ぶ葡萄の絞りかすを活用するため、他社と連携し天然素材のクレヨンを開発・販売。新規商品開発を同時に行っている。

【今後の展望】

- ワインを世界的なコンクールに出品し高い評価を受けることで、仁木町の知名度向上を図る。
- 醸造所を持たない葡萄栽培農家からワインの委託醸造を受け、栽培を始めとするワイン関連産業を振興することで、地域のワイン文化の活性化を促す。

【取組の効果】

- 売上高
0千万円 (H27 (6次産業化取組前))
→1億1,322万円 (R2 (6次産業化取組後5年))
- 雇用者数 (パート含む)
0名 (H27) →12名 (R2)
- 主な原材料生産面積
0ha (H27) →33ha (R2)
- 6次産業化優良事例表彰「奨励賞」受賞 (R1)

下川町の寒暖差60℃の厳しい環境で生まれた 「下川六〇酵素卵」を全国へ！

総合化事業計画の認定

平成30年10月

株式会社あべ養鶏場

<事業者の概要>

- ・所在地：北海道上川郡下川町
- ・代表者：代表取締役 東郷 啓祐
- ・取組内容：地域ブランド「下川六〇酵素卵」を使用した商品開発を行うとともに、下川町と連携した地（特徴）域活性化に取り組む。
- ・売上高：1億900万円（R1）
- ・雇用者数：15名（R1）
- ・URL：<https://www.abe-youkei.com>（あべ養鶏場）

【取り組むに至った経緯】

○あべ養鶏場は、50年以上の長きにわたり卵の生産を行い、地元ブランドとして愛されてきたが、経営者が高齢となり、事業の継続が難しくなった。そのため、地元商工会等の努力により、全国展開する飲食店へ継承された。継承後、卵の生産能力向上のため、新商品の開発に着手することにした。

【活用した支援施策】

- 下川町経営基盤強化・経営革新事業
中小企業庁事業継承補助金
施設整備：1,600万円（H30）

【取り組みの特徴と強み】

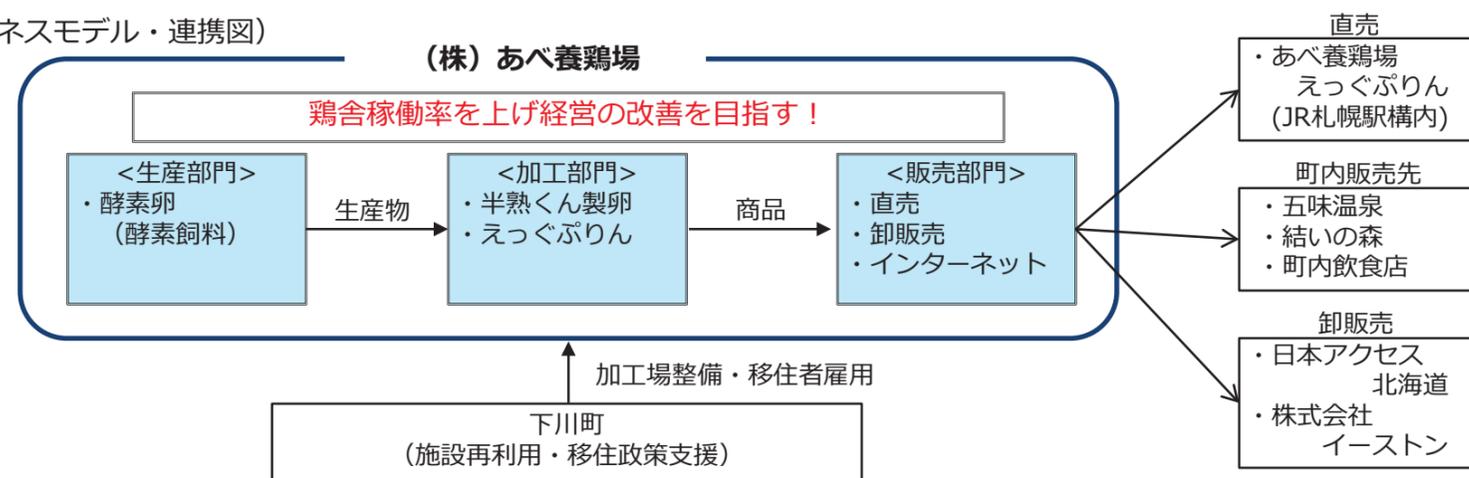
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・卵の商品名である「下川六〇酵素卵」は、下川町の夏は30℃に、冬は-30℃となり、その寒暖差は60℃という厳しい環境で育てられた、健康で生命力の強い鶏の卵であることに由来する。
- ・鶏の健康を重要と考え、飼料の研究を重ねた結果、昆布酵素や乳酸菌を特徴とした17種類の素材からなるオリジナル飼料を給餌。黄身の色は上品なレモンイエローで、甘みある卵を生産している。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・下川町と連携し移住政策支援として移住を希望する者の雇用の受け皿となっている。また、町内の空き屋対策の一環として旧公民館を再利用し加工場の整備を行うなど、地域の活性化に取り組んでいる。
- ・町内の宿泊施設でお土産として販売しているほか、町内の飲食店で使用されている。

（ビジネスモデル・連携図）



下川六〇酵素卵



えっぐぷりん
(酵素卵を使用)



直営店「えっぐぷりん」

【成長へのターニングポイント】

○下川町の魅力を詰め込んだくん製卵

→下川町自慢の五味温泉の温泉水を使用して卵を半熟に茹で上げて、さらに下川町のオニグルミのウッドチップを使い燻した燻製卵。ほんのり甘い黄身が半熟に濃縮され柔らかく、ほんのり香ばしい燻製の香りと、濃すぎない丁度いい塩加減が美味しいと評判である。下川町が特産品PRのため、吉本興業と連携協定が結ばれた。

○新鮮な卵を贅沢に使用した「えっぐぷりん」

→北海道産の素材にこだわって作ったプリンである。素材の良さを味わってもらおうとカラメルは使わず、卵と牛乳の旨みがマッチした濃厚で深みのある風味豊かな味に仕上がっている。販路拡大のため札幌駅に直売店を出店した。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

・札幌駅構内に直営店舗「あべ養鶏場えっぐぷりん」をオープンした。ここでしか購入できない限定商品として、抹茶味、チーズ味、白いコーヒー味なども販売している。また、下川六〇酵素卵、燻製卵も店舗に置くことで、土産としても好評となり、商品の認知度が高まったことから、新規顧客を獲得することができ、売上の向上と経営の改善に繋がった。

○経費節減の工夫

・生鶏糞については、近隣農家に肥料として利用してもらうことにより、産業廃棄物の処理経費を軽減した。

【今後の展望】

- お土産として喜んでいただけるよう、これまで取り組んでいなかったハロウィンなど市中行事の需要に応える商品開発を行う。
- 地元高校の商品開発に協力するなど、今後も町のイベントに積極的に参加し、地域貢献に取り組む。

【取組の効果】

- 売上高
5,000万円（H29（6次産業化取組前））
→1億900万円（R1（6次産業化取組後2年））
- 雇用者数（パート含む）
4名（H29）→15名（R1）
- 主な原材料生産規模（鶏舎2棟）
15,000羽（H29）→22,000羽（R1）

「おいしさ」を一人でも多くの人に 消化仕入れ方式でドリンクヨーグルトをお届け

総合化事業計画の認定

平成28年3月

株式会社おおともチーズ工房

<事業者の概要>

- ・所在地：北海道厚岸郡浜中町
- ・代表者：代表取締役 大友 孝一
- ・取組内容：生乳の消費拡大、自家生乳の付加価値を高めた乳製品の製造・販売。
- ・雇用者数：9名（R1）（パート含む）
- ・URL：<https://www.otomo-cheese.com/>

【取り組むに至った経緯】

- 『愛情込めて育てた牛の新鮮な生乳を使用して、一人でも多くの方々に「おいしさ」を届けたい』との思いから、加工品の製造を行い自社牧場の生乳の付加価値の向上を図ろうと考えた。

【活用した支援施策】

- 6次産業化ネットワーク活動交付金1506千円（H27）
（商品開発・販路開拓費用への補助）
- 農業改良資金：115千円（H28）
（ドリンクヨーグルト製造機械・施設）

【取り組みの特徴と強み】

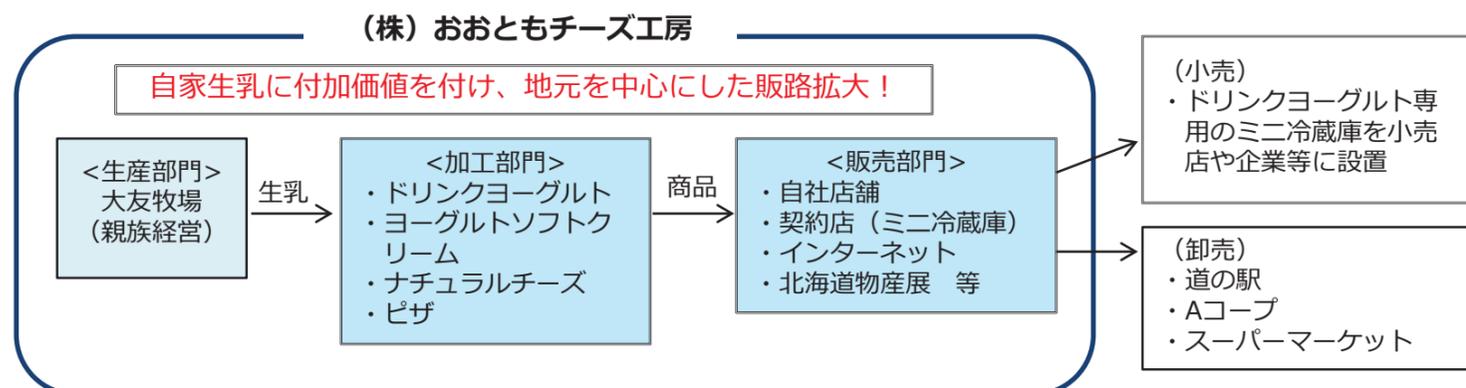
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・自社牧場では牧草地の土づくりからこだわり、不足しがちな土壌のミネラルに注意を払いながら良質な牧草を生産している。
- ・放牧を中心としたストレスのかからない環境での飼育により健康な牛を育てており、搾られるミルクを使い生産されるチーズはカマンベールやレクタン、モッツアレラなどの定番が8種類のほか、季節限定や数量限定のものもある。
- ・チーズを製造したときに大量に発生するホエーは産業廃棄物として処理されていたが、生乳を余すことなく使用したいとの思いから、ドリンクヨーグルト作りに取り組んだ。風味豊かで、ほどよい酸味と自然な甘さのチーズにも似た濃厚な味わいが楽しめる。また、ヨーグルトを活用したソフトクリームを商品化、さわやかな酸味のあるソフトクリームで、催事での人気商品となっている。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・コンビニエンスストアのカタログギフトをはじめ百貨店のギフトに掲載されているほか、浜中町のふるさと納税の返礼品としても採用されており、順調に売上げを伸ばしている。

（ビジネスモデル・連携図）



新設したドリンクヨーグルト工場



ドリンクヨーグルト



工場の直売所

【成長へのターニングポイント】

○チーズコンテストでの受賞

→ALLJAPANナチュラルチーズコンテスト2001で、「ミルドー」をはじめ、「レクタン」「ロンドブラン」や「デザートチーズ」などが優秀賞を受賞しており、チーズの製造技術を高く評価された。このことにより知名度が上がり、一般の消費者にもチーズの良さが伝わりやすくなった。

○道の駅などとのコラボ商品の開発

→隣町である厚岸町の道の駅とコラボして、自社で生産しているチーズの「スカモルツァ」を使用したチーズカレーを開発。
→コロナ禍の状況を踏まえて、近隣市町村の企業と連携し、自社チーズを使用したピザ等が入っている「寄付金付きお取り寄せセット」を販売。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・出荷基準から外れる自社チーズを利用しピザの製造を行うことで、商品バリエーションが広がり、通信販売をはじめ全国の物産展等でも販売し、売上高が向上した。
- ・ドリンクヨーグルトは地元でも気軽に飲んでもらえるよう専用のミニ冷蔵庫を用意し、小売店に設置協力を依頼した。自社職員が直接商品を配達・補充陳列する消化仕入れ方式で、「ご当地ヨーグルト」として定着。従業員向けに設置する企業もあり好評を得ている。

○経費節減のポイント

- ・ドリンクヨーグルトの設置協力店を根室市と釧路市を結ぶ国道沿いに限定し、配送を効率化することで輸送コストを抑えた。

【今後の展望】

- 地元を中心にした販路拡大、地産地消の更なる推進。
- ドリンクヨーグルトの宅配、フレーバータイプなどの新商品開発、QRコードの付与などパッケージのリニューアルに取り組む。
- ヘルシーD o（北海道食品機能性表示制度）の認定取得

【取組の効果】

- 売上高増加率
39.1%（H27（6次産業化取組前）→R1）
- 物産展での高評価が売り上げ増に繋がった。
- チーズ、ピザ、ドリンクヨーグルト、ヨーグルトソフトクリームが、ふるさと納税の返礼品に採用された。

酪農を核としたフットパスをきっかけに 6次産業化で酪農地域の魅力アップへ！

総合化事業計画の認定
平成23年10月

有限会社伊藤畜産/酪農家集団AB-MOBIT

<事業者の概要>

- ・所在地：北海道根室市
- ・代表者：代表取締役 伊藤泰通
- ・取組内容：旅行会社と連携しフットパスを利用したツアーを企画し、自社生産の短角牛と生乳を使った肉料理・菓子等の提供・販売を行う。
- ・売上高：1億9,500万円（R1）
- ・雇用者数：13名（R1）（パート含む）
- ・URL：<https://www.akesatoitodairyfarm.com/>
<https://ja-jp.facebook.com/pg/AkesatoItodairyFarm/posts/>

【取り組むに至った経緯】

○伊藤畜産は乳牛300頭を飼養し、牧草地168haを有する大規模酪農家である。経営の効率化を図るだけではなく、農業には多面的な価値があり、消費者に酪農への理解を深めてもらいたいとの思いから広大な牧場の景観を楽しむ道「フットパス」作りを構想した。

【活用した支援施策】

- 6次産業化推進事業（連携施設整備事業）（食肉加工機器・施設）（H24）
- ものづくり・商業・サービス新展開支援補助金（食肉冷凍保存施設）（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）

・地域の農協青年部の役員5人で協力し、酪農家集団AB-MOBITを設立後、「根室フットパス」を整備。牧草地や森の中を歩ける40kmの散策コースを巡りながら、北海道の広大な酪農地域にある美しい景観や、歩きながら地域の自然や歴史を感じることが出来るなど、農村の新しい楽しみ方を提供している。

○イノベーション（他者との新結合）

・旅行会社と連携したバスツアーを企画し、修学旅行や団体旅行を受け入れることで、根室市の人口にあたる25,000人が年間で来訪しており、地域全体の活性化にも繋げている。



フットパス「もの思いにふける丘」



農家レストラン「ATTOKO」



和牛・明郷短角牛料理

【成長へのターニングポイント】

○レストランの開店

→牧場を訪れたお客さんから、食事をしたいとの声があり、短角牛の肥育を開始した。6次産業化プランナーの支援を受け、「レストランATTOKO」をオープン。古い牛舎の梁を再利用したデザインの店舗では、牧場で搾った低温殺菌牛乳や自身が肥育した「あけさと和牛」使用のメニューが好評である。

○酪農の魅力伝える取組

→牛舎での乳しぼりやエサやり、バター作りの体験メニューを設けている。また、牧場内の「あっとこ家畜動物園」では、ヤギ・ヒツジ・ウサギなど、昔から私たちの身近にいた家畜とふれあうことができ、子どもたちへの教育を行うとともに集客力が上がった。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

・牧場は地域の観光名所となり、観光バスが来訪するようになった。酪農をモチーフとした事業として、ちいさな雑貨屋「Étable」を併設する「酪農喫茶Grassy Hill」を展開することにより、相乗効果を図っている。

○経費節減の工夫

- ・ものづくり補助金などを活用、効率の高い加工機器を導入し、人件費の抑制をした。
- ・業態別の2店舗体制とし、営業時間を見直したことから残業を減らすことができた。

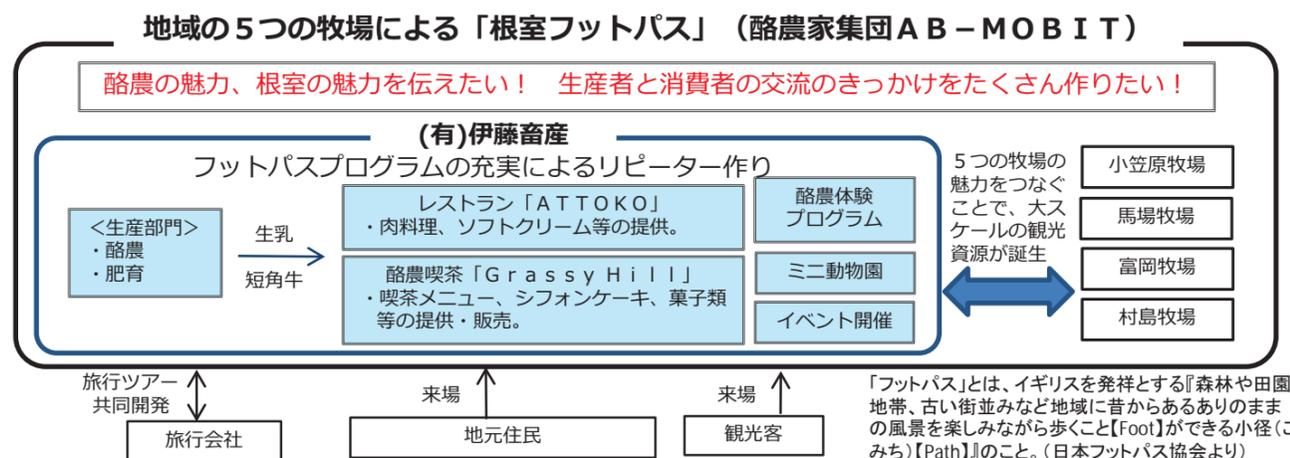
【今後の展望】

- 隣町のフットパスと連携してルートを拡大することを目的に広域化検討委員会を発足。今後は根室市にとどまらない観光資源に発展させる。
- 自社日本短角種を根室短角和牛のブランドで精肉卸売り販売を始める。
- アニマルセラピーができる精神医療分野との連携を模索する。

【取組の効果】

- 売上高
1億4,100千円（H22）
→1億9,500万円（R1（6次産業化取組後7年））
- 雇用者数（パート含む）
12名（H22） → 13名（R1）
- 来場者数
15,000人（H22） → 25,000人（R1）

（ビジネスモデル・連携図）



凍えて甘くなりました 北国で生まれたさつまいもの小さな焼きいもです

総合化事業計画の認定

平成30年3月

小西 静江

<事業者の概要>

- ・所在地 : 北海道滝川市
- ・代表者 : 小西 静江
- ・取組内容 : 北海道でいち早く生食用さつまいもの栽培をはじめ菓子店と連携するとともに、自社
(特徴) ブランド「紅甘雪(べにあまゆき)」を活用した真空パック焼きいもの開発・販売
- ・売上増加率 : 170% (新商品等)
- ・雇用者数 : 9名 (R1) (パート含む)
- ・URL : <https://kozaifarm.stores.jp>

【取り組むに至った経緯】

- 平成23年に後継者として就農。稲作中心の農業経営から、地元直売所向けに野菜の少量多品目栽培を開始。試験研究機関からの勧めもあり、北海道では珍しい「さつまいも」の栽培に挑戦し、近隣市の菓子店との連携で洋菓子の商品化に成功。
- 生産量の増加に伴い生じる、流通に乗らない小ぶりのさつまいもを加工することで収益増加に繋がりたいと考えた。

【活用した支援施策】

- 革新的ものづくり・商業・サービス開発支援補助金 (H29)
施設整備 (保管庫) : 202万円

【取り組みの特徴と強み】

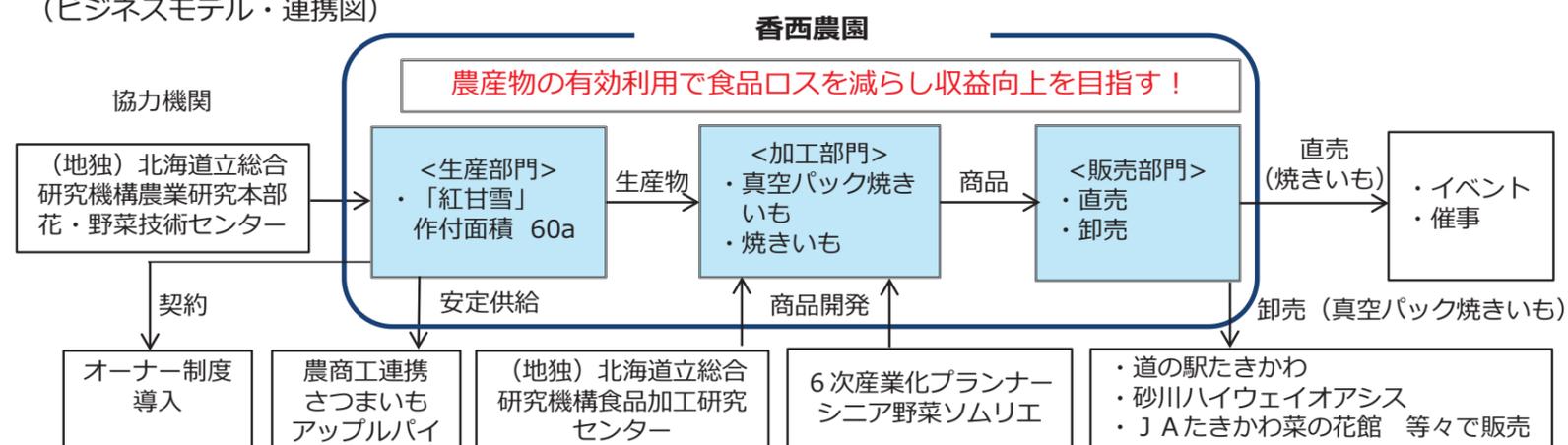
○バリューチェーン (付加価値・差別化)

- ・事業開始当初、さつまいもは北海道において自家用として主に栽培されており、事業用として栽培しているのは、当農園などに限られていた。
- ・北海道で生産されるさつまいもは寒暖の差が大きいことから、関東、九州などの主産地に比べて糖度が高くしっとりとした食感が特徴。また「地元産のさつまいも」という希少性も伴い、多くのメディアに取り上げられた。

○イノベーション (他者との新結合)

- ・平成27年度に近隣市の菓子店である「ほんだ菓子司」と「本別農協」との連携による、農商工等連携事業計画の認定を受け、「こうざい農園のおいもと紅玉りんごのパイ」を商品化。予想以上の売れ行きで、さつまいもを増産している。

(ビジネスモデル・連携図)



紅甘雪



真空パック焼きいも



おいもの株主制度の植付風景

【成長へのターニングポイント】

○消費者に美味しさや魅力を直接伝えたい

→自らが焼きいもを直接販売する「出張焼きいも屋さん」や、ひと口10株でさつまいものオーナーとなり収穫などを楽しめる「おいもの株主制度」を実施。多彩なアイデアを精力的に実現している。

○クラウドファンディングの実施

→「たくさんの方に美味しいさつまいもを届けたい!」との思いから作付面積を増加させるため、生産機器を購入することとした。そのための資金確保を目的に、クラウドファンディングを活用し、取組内容や生産への熱意が伝わり、ファンとなる顧客の獲得に繋がった。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・さつまいもの生産量の増加にともない、一般流通に乗らない小ぶりのさつまいもが多く発生したため、焼きいもの真空パックを開発し販売した。しっとりなめらかな食感と上品な甘さが特徴であり、冷たいままでも美味しく食べられると評判を集め、売上げが伸びた。

○経費削減の工夫

- ・焼きいも製造については、町内の道の駅に併設された食品加工室を利用することにより、初期投資を抑えた。

【今後の展望】

- おいしいさつまいもを生産するため栽培や保管技術を追い求めつづけて、多くの人に支えられて誕生した紅甘雪のブランド価値を高めていきたい。
- 菓子店との連携により自社ブランドである「紅甘雪」を使った新たな商品の開発に取り組む。

【取組の効果】

- 売上高増加率
170% (H28 →R1)
- 雇用者数 (パート含む)
7名 (H29) →9名 (R1)
- 栽培面積
5a (H24) →60a (R1)

エゾシカ肉の有効活用のために！

地域一体となった高付加価値化の推進

株式会社知床エゾシカファーム

総合化事業計画の認定

平成24年5月

<事業者の概要>

- ・所在地：北海道斜里郡斜里町
- ・代表者：代表取締役社長 富田 勝将
- ・取組内容：エゾシカを放牧飼育し、精肉や食肉加工品、ペットフードなどの製造・販売を行う。北海道（特徴）HACCPの取得や肉の等級格付を実施することで、エゾシカ肉の高付加価値化に取り組む。
- ・売上高：7,110万円（R1）
- ・雇用者数：8名（R1）（パート含む）
- ・URL：<http://www.shariken.co.jp/ezoshika/>

【取り組むに至った経緯】

○平成18年、親会社である斜里建設工業(株)が、地域の大きな問題となっているエゾシカによる交通事故や農林漁業被害を減少させ、生態系維持、地元斜里町での雇用確保等を目的として、同社を設立。

【活用した支援施策】

- 農業改良資金
施設改修費：947万円（H25）

【取り組みの特徴と強み】

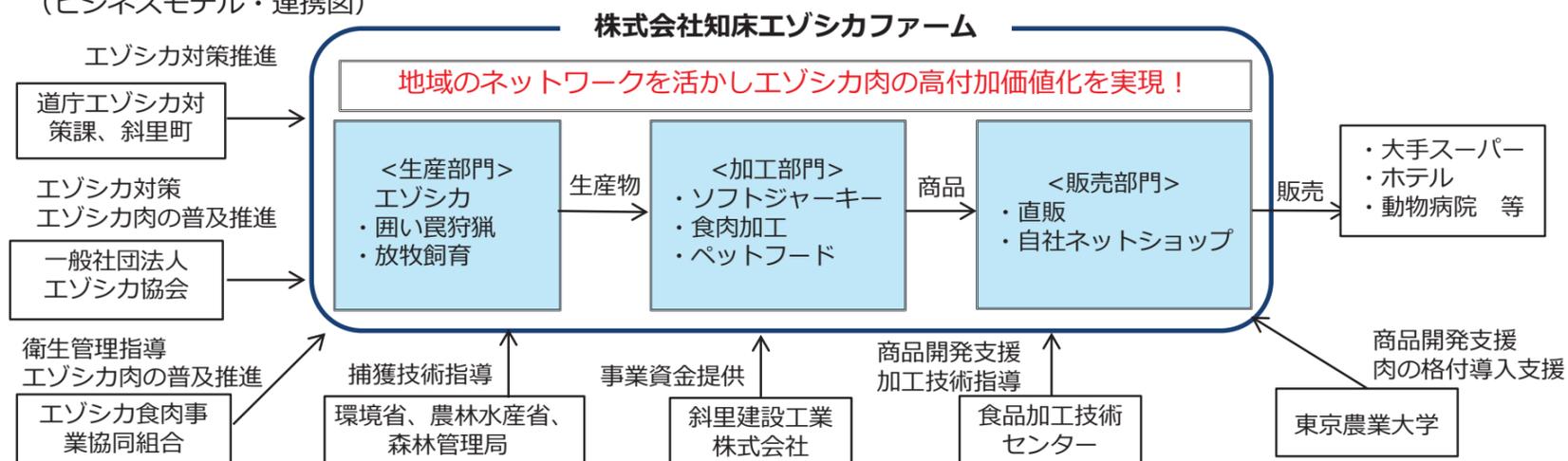
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

・自社で囲い罫による狩猟を行い、エゾシカの放牧飼育を実施。斜里町近郊で生産された安全で良質なビートパルプや牧草などの天然飼料で養鹿し、自然に近い状態で飼育することで「天然の味」に仕上げることが意識。

○イノベーション（他者との新結合）

・行政と連携した捕獲技術の実証や、東京農業大学との食味試験の実施など、産学官連携ネットワークの形成により、捕獲から飼養、加工の各過程においての知見を深め、エゾシカ肉の普及を推進。

（ビジネスモデル・連携図）



エゾシカファーム内の養鹿場



「知床もみじ」のスライス



HACCP対応の食肉加工処理施設

【成長へのターニングポイント】

○衛生管理の徹底

→加工処理施設を整備し、北海道HACCP認証を取得。トレーサビリティの完全実施や、国産ジビエ認証制度に先駆け、北海道の「エゾシカ衛生処理マニュアル」、「エゾシカ肉処理施設認証制度」に基づいた自社独自のマニュアルの策定や肉の等級格付の導入など、徹底した衛生管理によりエゾシカ肉の高付加価値化と消費者への安全・安心の確保に向けた取組を実施。

○未利用資源の有効活用

→歩留まりが30%程度と低いエゾシカ肉の有効活用のため、レバー、アキレス腱などの未利用部位を活用してペットフードの製造を開始。ネット販売に加え、動物病院にも積極的に営業を行い、院内で販売してもらうことで安定的な売上の確保が可能となった。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

・自社ネットショップにおける「もみじ鍋セット」や「鹿肉しゃぶしゃぶ」の販売など、消費者がより手取りやすい商品を展開。
・高たんぱく、低脂肪でヘルシーであることをPRし、精肉や加工肉の首都圏高級ホテルでの提供や大手スーパーでの販売を行うことで、「臭みが強い、クセがある」というエゾシカ肉のマイナスイメージを払拭し、消費の拡大に繋がった。

○経費節減の工夫

・エゾシカを処理した後に残さとなる部分を自社で減容化することにより、外注する場合と比較して廃棄費用を約35%低減。（平成25年発酵処理施設建設）

【今後の展望】

○知床同様にエゾシカ被害防止が課題となっている近隣市町村等と連携してネットワークを形成し、捕獲したエゾシカを当社に搬入する体制を構築することにより、エゾシカ肉の安定確保と永続的な事業継続を目指す。

【取組の効果】

- 売上高
5,722万円（H23（6次産業化取組前））
→7,110万円（R1（6次産業化取組後7年））
- 雇用者数（パート含む）
7名（H23）→8名（R1）
- 処理頭数
2,000頭（H23）→2,149頭（R1）

とれたての旬の味を瞬間冷凍！ 使って便利な「むき枝豆」でブランド強化

総合化事業計画の認定

平成28年6月

中札内村農業協同組合

<事業者の概要>

- ・所在地：北海道河西郡中札内村
- ・代表者：代表理事組合長 山本勝博
- ・取組内容：一般消費者向けの「冷凍むき枝豆」として販売し、中札内村の枝豆の知名度を上げ、枝豆（特徴）商品全体の売上拡大を図り、組合員の更なる所得向上、地域雇用の創出を実現している。
- ・売上高：27億4,063万円（R1、加工販売事業部門）
- ・雇用者数：147名（R2）
- ・URL：<http://www.ja-nakasatsunai.or.jp>

【取り組むに至った経緯】

- 全国屈指の枝豆の産地として消費者向けに冷凍の「そのままえだ豆」と業務用の「冷凍むき枝豆」を全国に販売していたところ、利便性の良さから「冷凍むき枝豆」を小分けにして販売してほしいという小売店からの要望に応じて新たに商品化に取り組んだ。
- おつまみとしての印象が強い枝豆を、調理の食材として活用することにより、新たな料理の楽しみ方を提案。

【活用した支援施策】

- 強い農業づくり交付金（農畜産物輸出拡大施設整備事業）
施設整備：18億1625万円（H26補正）
- 産地パワーアップ事業
施設整備：1億2982万円（H27）
施設整備：1億7900万円（H30）
施設整備：4億0885万円（R1）

【取り組みの特徴と強み】

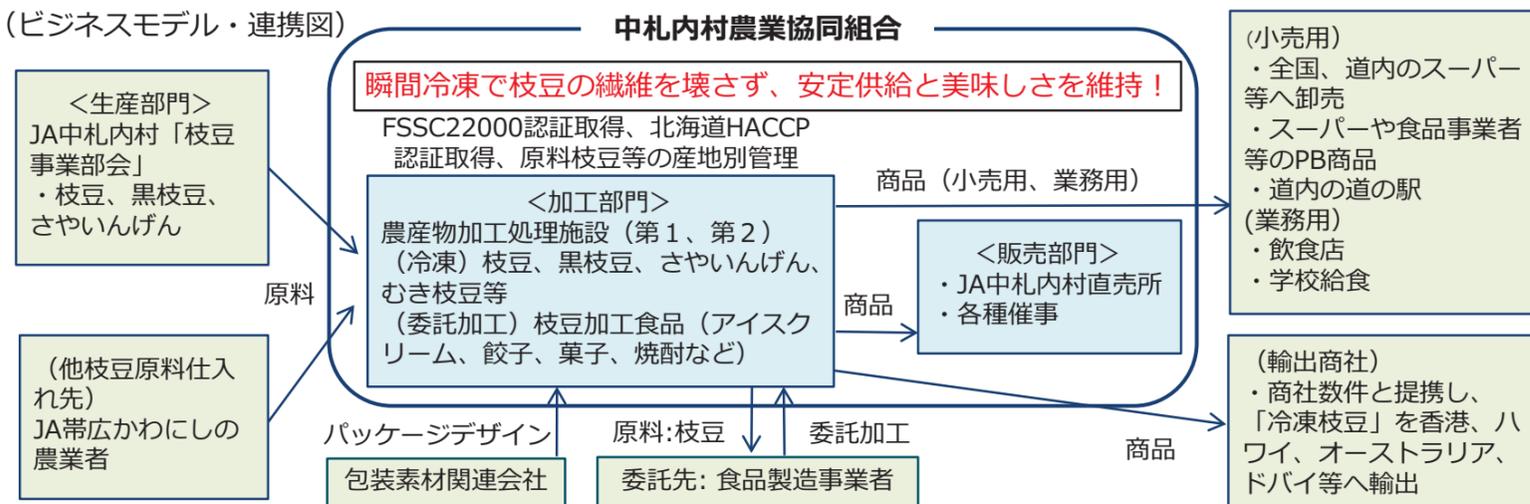
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・収穫から3時間以内にマイナス196℃の液体窒素フリーザーで瞬間冷凍することによって、細胞破損がほとんどなく自然の風味と鮮度を保ち続け、解凍するだけでいつでも旬の味が楽しめる。
- ・主婦層をターゲットに「むき枝豆」として販売することで、おつまみのイメージが強い枝豆を調理の食材としてアピールし新たな需要を開拓した。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・農畜産物直売所の新設で、加工品の販売窓口と雇用の確保、地域経済の活性化に貢献。
- ・地道な販売促進活動の結果、信頼できる商社と提携し、輸出の受注先を確保。

(ビジネスモデル・連携図)



一般消費者向け「そのまま枝豆（冷凍）」



一般消費者向け「えだ豆餃子」



一般消費者向け「えだ豆グラタン」

【成長へのターニングポイント】

○安定供給の取組

→加工処理施設・冷凍冷蔵庫の増設を行い、冷凍枝豆等の商品の生産を拡大し、需要に応える体制を確立した。枝豆事業全体の安定的な継続と一層のブランド力の強化のため実需者への要望量調査を行い、ニーズを反映した安定供給に取り組んでいる。

○技術促進

→最先端の光学式選別機と自動箱詰ロボットの導入で、人による製品への接触機会を減らし、作業効率の向上と衛生管理の強化を実現。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・取引先の需要量に応えるため、在庫量を鑑みた作付面積を計画することで、安定供給を実現。
- ・全国の学校給食をはじめスーパーや外食、食品メーカーなど多様な販路の拡大と、海外への売り込み。

○経費節減の工夫

- ・加工処理施設に光学式選別機を導入、包装ラインの機械化によって人件費を節減。
- ・高能率な枝豆ハーベスターの整備により適期収穫を可能にするとともに、リスク分散と収穫期間延長のための遅まき作型を導入し、加工処理と労働力の効率化を実現。

【今後の展望】

- 生産体制を更に充実し、枝豆事業の主力商品「そのまま枝豆」等の輸出拡大を含めた販売強化により、さらなる収益向上を目指す。
- 令和元年10月に、農産物加工処理施設で食品安全管理の国際規格「FSSC22000」を取得したため、冷凍枝豆の販路拡大やヨーロッパなどへの輸出に取り組む。

【取組の効果】

- 売上高（加工販売事業部門）
23億3733万円（H27（6次産業化前））
→27億4063万円（R1（6次産業化後4年））
- 雇用者数
102名（H29）→147名（R2）
- 主な原材料生産面積（枝豆）
447ha（H27）→545ha（R1）
- 海外展開の状況
輸出先：オーストラリア、ドバイ、香港、シンガポールなど6カ国・地域

JAと道の駅の連携からはじまった商品づくり 食を通じて地域活性化！

総合化事業計画の認定

平成25年10月

美幌町農業協同組合

<事業者の概要>

- ・所在地：北海道網走郡美幌町
- ・代表者：代表理事組合長 清野 政彦
- ・取組内容：組合員が生産した農産物を地元事業者が加工し、生ラーメン、カレー、パスタソース等の商品として道の駅や町内スーパー等で販売を行う。
- ・農畜産物取扱高：13,382百万円（R1）
- ・組合員数：2,000名（R1）
- ・URL：<https://www.ja-bihoro.or.jp/index.html>

【取り組むに至った経緯】

○食を通じて地域の活性化を図りたいと考えていたJAが、地域の特産物を販売したいという地元道の駅の要望を受け、6次産業化プランナーのコーディネートにより連携を開始。地域住民や観光客に愛される商品づくりを企画した。

【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）

・小麦独特の芳醇な香りの「春よ恋」と、高タンパクが生み出す弾力の「ゆめちから」をブレンドし、香りや風味、コシやのど越しにこだわったラーメンや、美幌町産の黒毛和牛、玉ねぎ、にんじん、じゃがいもなど地元農産物をふんだんに使用し、うまみが凝縮したカレーなど、美幌産農畜産物のおいしさを味わえる商品をJA及び近隣地域の食品事業者と共に開発した。

○イノベーション（他者との新結合）

・促進事業者（協力事業者）である株式会社ツムラ及び株式会社美幌峠物産館（道の駅の運営会社）と連携し、地元農畜産物を活用した商品を共同開発。地域の飲食店等の協力を得て販売体制を構築し、特産物としてPRすることで地域ブランドの確立に繋がり、地産地消に貢献した。



美幌和牛ほろほろ煮込みカレーと美幌小麦中太ちぢれ麺のセット販売を実施



町内産のにんじんとアスパラを使用したパスタ用/サラダ用ソース「彩るソース」



美幌小麦中太ちぢれ麺の活用例
ラーメンサラダ

【成長へのターニングポイント】

○広告宣伝の促進

→全国に美幌産の食材を食べてもらいたいとの思いから、印象的な商品名や高級感のあるデザインパッケージをコピーライターに依頼し、魅力ある商品となった。

○バリューチェーンの好循環

→ラーメンの商品化を機に、生産者が自主的に高品質な小麦生産のための講習会を開催する等、生産意欲が高まり、所得が向上するなど農業経営の改善が図られた。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

・新商品を町内スーパー及び道の駅などで販売するとともに、レストランや焼肉店と連携し、新メニューの開発を提案することで需要拡大に取り組んだ。

○経費節減の工夫

・業務用の生ラーメンについては、これまで製麺委託し引き取って販売していたが、委託先の製麺業者が地域の飲食店等から直接オーダーを受ける体制を構築することで、在庫リスクがなくなり、ロスの発生が低減された。

【今後の展望】

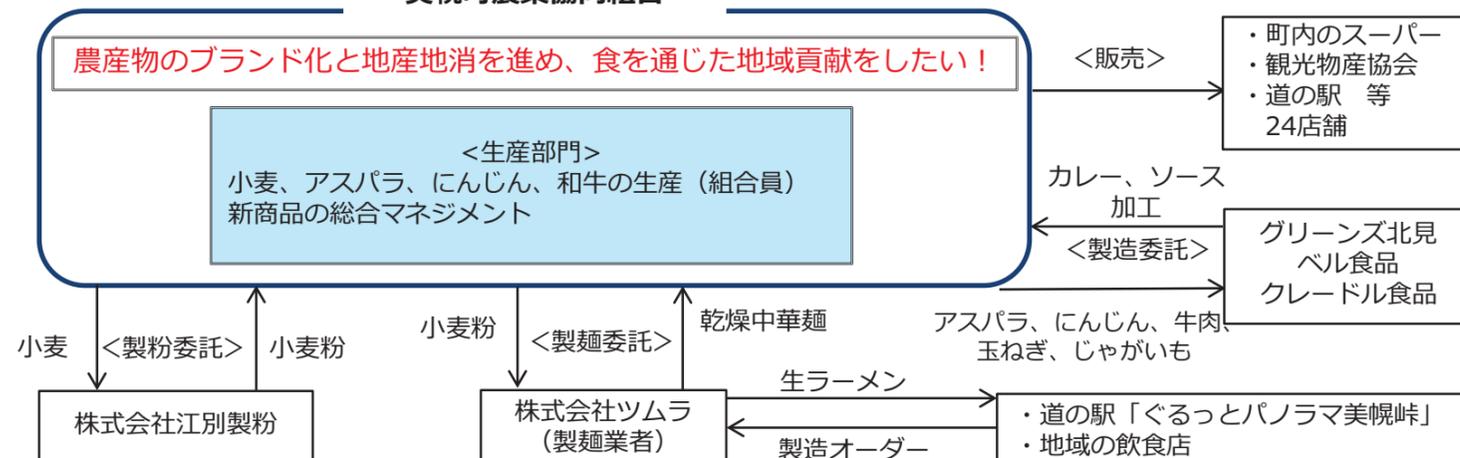
- 販路拡大を目指して商談会へ積極的に参加することにより、新たな連携先を見つけ、新商品の開発やインターネット販売の強化を目指す。
- 商品のバリエーションを増やすため促進事業者の株式会社ツムラと連携し、「彩るソース」に使用しているアスパラとにんじんのペーストを練り込んだ「生ひやむぎ」を開発、商品化に向け取り組んでいる。

【取組の効果】

- 農畜産物取扱高
9,531百万円（H24（6次産業化取組前））
→13,382百万円（R1（6次産業化取組後7年））
- 組合員数
1,770名（H24）→ 2,000名（R1）
- 主な原材料取扱量（小麦）
14,460トン（H24）→ 16,320トン（R1）

（ビジネスモデル・連携図）

美幌町農業協同組合



ブラウンスイス牛をブランド化！ 6次産業化による付加価値向上の取組み

有限会社コスモス

<事業者の概要>

- ・所在地：北海道上川郡清水町字御影南5線51番地7
- ・代表者：代表取締役 安藤 智孝
- ・取組内容：食肉流通で経済価値が低いとされていたブラウンスイス牛の雄牛を肥育し、肉質の特性を踏（特徴）まえたコンビーフなどの加工品の開発。
- ・売上高：8億円（R1）
- ・雇用者数：14名（役員・パートを含む）
- ・URL：<http://kosmosfarm.com/>

【取り組むに至った経緯】

○手違いでブラウンスイス牛の雄牛が届けられた。経済価値が低く、ほとんどが生後すぐに殺処分される事実を知り、「命を無駄にしない、きちんと育てて送り出してやりたい」との思いから肉用牛として肥育に取り組むこととした。

【活用した支援施策】

なし

【取組みの特徴と強み】

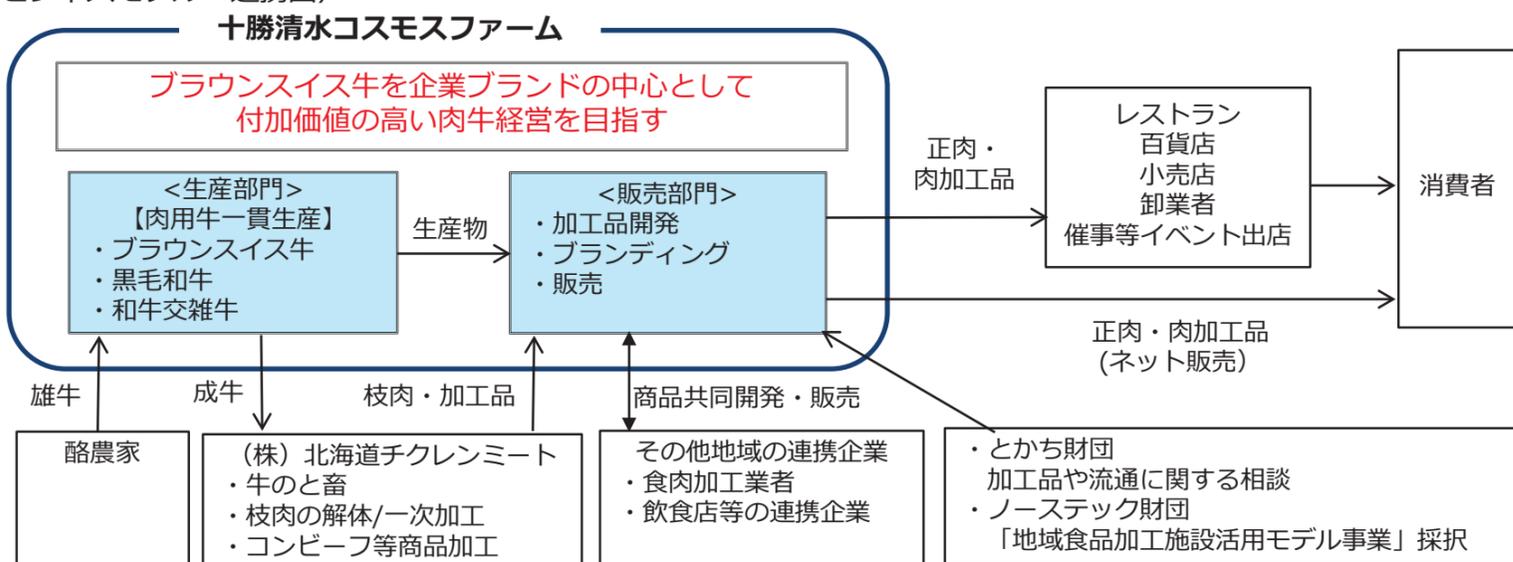
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

・食肉市場での経済的な価値は低いものとなっていたが、うまみ成分の数値が黒毛和牛並みで、かつ脂肪が少ないという特徴があり、これまで他の事業者が取り組んでいなかったブラウンスイス牛の牛肉の事業化に着手し、特徴を活かした商品開発を行った。

○イノベーション（他者との新結合）

・高度な加工技術を持った加工業者の協力のもと商品を開発。商品化にあたっては、と畜から製造までを加工業者に委託することで加工業者の収入増や地域経済好循環に寄与している。
・地域の飲食店と連携して、イベントなどでコラボ商品を開発するなど、地域活性化に寄与している。

（ビジネスモデル・連携図）



ブラウンスイス牛



ブラウンスイス牛のコンビーフ



牧場の全景

【成長へのターニングポイント】

○ブランド化への取組

→肉質の特徴を活かし、コンビーフを開発。独自の製法、味わいなどが評価され、フード・アクション・ニッポンアワード2016において“世界に通用する”「究極の逸品」として賞を受けた。
→ブラウンスイス牛の希少性を消費者等へ積極的にアピールするなどブランド化を進め、ネット販売や飲食店への販売拡大に取り組んでいる。

○供給体制の確立

→ブラウンスイス牛を飼養する酪農家にとって課題であった雄牛の利活用方法を開拓し、仔牛を継続的に購入・肥育して安定供給できる体制を構築した。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

・自社牧場全体の経営方針を見直し、多頭数の飼養・販売による薄利多売のモデルから、少頭数の飼養・販売に転換し、飼養頭数を減らすことで目の行き届いた管理が可能となり、質の高い肉牛生産に取り組むことが出来た。

○経費節減のポイント

・肥育牛の導入、出荷、経費などの管理や、飼養状態などの現場の情報をスマホで入力し、パソコンで詳しく分析を行うなど、IT化をすることにより従業員の負担を軽減させると同時に作業効率をあげ、人件費を削減した。

【今後の展望】

○直接取引拡大による収益性向上のため、webサイトの拡充、SNSによる情報発信を強化し、ブランドイメージの向上やファンの拡大に取り組む。

○今後は、ブラウンスイス牛を自社のブランドイメージの象徴と位置づけるとともに、安定した供給体制となるよう取組を進める。

○このスキームが定着した暁には、他の乳用種の雄にもチャレンジし、種毎に適した肥育方法、肉質に適した加工品等の出口を模索し、世の中に喜ばれる形で命を還元したい。

【取組の効果】

- 売上高（6次産業化関連のみ）
300万円（H27）→3,000万円（R1）
- 商品化したコンビーフが、地域の定番商品となり、北海道のシェフやバイヤーが選ぶ「北のハイグレード食品+」（2015年）に選定された。
- ブラウンスイス牛（雄牛）の利活用方法を開拓し、収益化に成功した。
- 6次産業化優良事例表彰
「食料産業局長賞」受賞（R元）

肉厚、香り、味を追求し続けて 「王様しいたけ」を「世界に通用する食材」へ

総合化事業計画の認定
平成25年5月

有限会社福田農園

<事業者の概要>

- ・所在地：北海道亀田郡七飯町
- ・代表者：代表取締役 福田将仁
- ・取組内容：有機JAS認証を取得した「王様しいたけ」をブランド化し、乾燥品への加工や直接取引に（特徴）取り組む。
- ・雇用者数：16名（R1）（パート含む）
- ・URL：<https://k-kinoko.co.jp/>

【取り組むに至った経緯】

- 1970年代からシイタケの栽培を開始し、安定した収量確保のため菌床栽培の研究を行ったところ、菌種により、形が大きく、美味しいシイタケが発生することが分かった。
- 大きなシイタケは、市場では規格外品とされ、低価格でしか取引されなかった。このため、活路を見出すために販路開拓などに取り組むこととした。

【活用した支援施策】

- （中小企業庁）北海道農商工連携ファンド事業（商品開発）（H21）

【取り組みの特徴と強み】

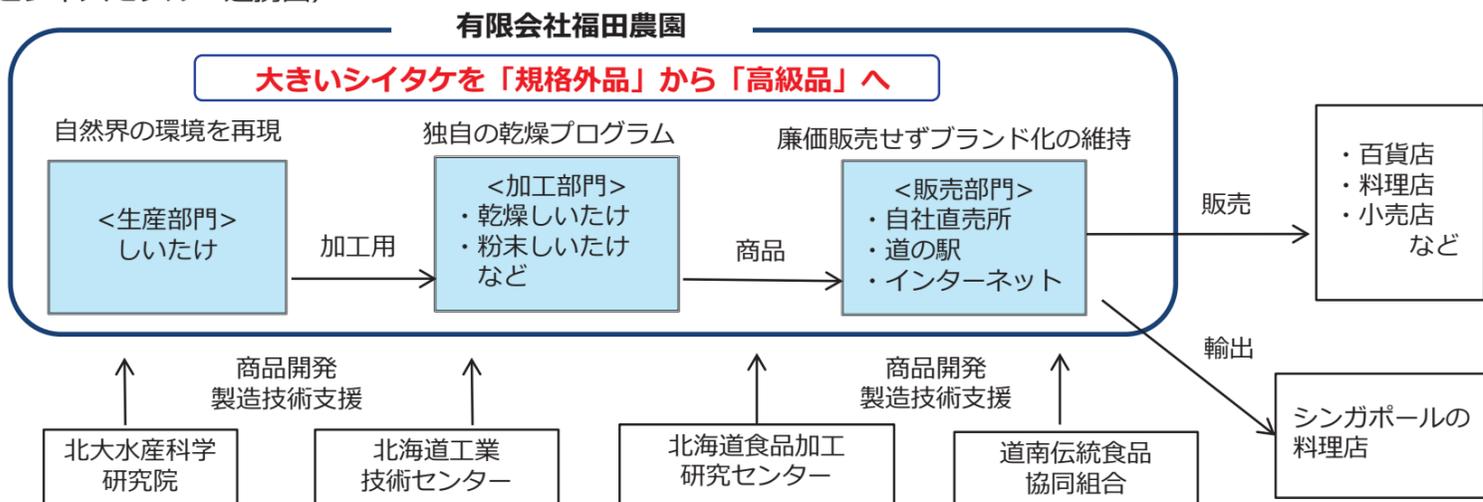
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・道産ミズナラのチップや、ミネラル分が豊富な横津岳の天然水を利用することにより、本来の生育環境が再現され、品質の良いものを育てることができる。
- ・「王様しいたけ」は、一般的なシイタケにはない、濃厚な旨味、芳醇な香りを実感でき、大型であっても大味という先入観を覆す存在感がある。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・消費者ニーズとして、干しシイタケの需要（保存性・栄養価）があり、道立工業技術センターとともに、味が維持できる乾燥法を共同開発した。香りや旨味を引き出す生産工程を確立したことで、一般的な市販品に比べ、渋味・苦味・雑味・酸味が少なく、シイタケ本来の味わいを感じられるものとなった。

（ビジネスモデル・連携図）



ハウス内に並ぶ「王様しいたけ」の菌床

「王様しいたけ」

直売所に並ぶ「干しシイタケ等」

【成長へのターニングポイント】

○全国品評会等での受賞

→大きなしいたけ栽培を開始してから10年後の2009年に生産協議会による全国品評会にて最高賞である「ゴールデンサンマッシュ賞」の栄誉に輝いた。さらに同年以後の道品評会においては、林野庁長官賞を3年連続で受賞している。

○「王様しいたけ」の商標登録

→受賞を契機に「王様しいたけ」として商標の登録を行った。北海道と連携し試食会を催すことで、レストランのシェフ等から高級食材として認知された。現在の取引先は、百貨店やシェフへの出荷が多く、贈答品としての評価が高い。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・2015年に北海道が設置した「どさんこプラザ・シンガポール店」における実演販売を契機に輸出を開始した。その後、同国のイタリア料理店へ輸出を継続しており、更なる輸出増を目指している。

○経費節減の工夫

- ・消費期限の短い生シイタケを干しシイタケに加工することで、受注量の増減などによる廃棄量の低減が図られるとともに、生産物の有効活用が図られた。

【今後の展望】

- 独自改良した殺菌釜により、良質な菌床づくりに取り組むことで、大きなシイタケの発生率を高める。
- 2020年4月、生シイタケと干しシイタケの両方で「有機JAS認証」を取得した。消費者に対して、こだわりや優れた品質に加え、安心・安全な商品であることを分かりやすく伝え、更なる差別化・ブランド化に向けて取り組みを行う。また、オーガニック需要の高い国への輸出を計画しており、韓国やヨーロッパなどへの輸出拡大を目指す。

【取組の効果】

- 直接取引先件数 30件（H22）→40件（R1）
- 海外展開・輸出量 輸出先：シンガポール 78kg（H28）→約130kg（R1）

高品質のSPF豚肉「ひこま豚」を提供！ 精肉や加工品を製造し直売所・飲食店を展開

総合化事業計画の認定

平成26年5月

株式会社ひこま豚

<事業者の概要>

- ・所在地：北海道茅部郡森町
- ・代表者：代表取締役 日浅順一
- ・取組内容：自社グループで生産した豚肉を「北海道育ちひこま豚」ブランドとして確立し、飲食店で料理して提供するとともに精肉、加工品の店頭販売を行う。
- ・売上高：2億,6000万円 (R1)
- ・雇用者数：45名 (R1) (パート含む)
- ・URL：<http://www.hikomabuta.com/>
<https://www.facebook.com/hikomabuta/>

【取り組むに至った経緯】

- 代表の父が経営する有限会社道南アグロのSPF豚（特定の病原菌を保有せず希少性が高い）を販売するため、平成23年に設立。
- 自社生産した豚を「ひこま豚」と名付けて、さらなる事業拡大を目指し、直接販売への取り組みを開始した。

【活用した支援施策】

- 農林漁業成長産業化ファンド
出資額：300万円 (H26)

【取り組みの特徴と強み】

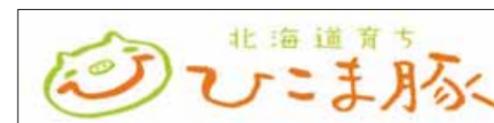
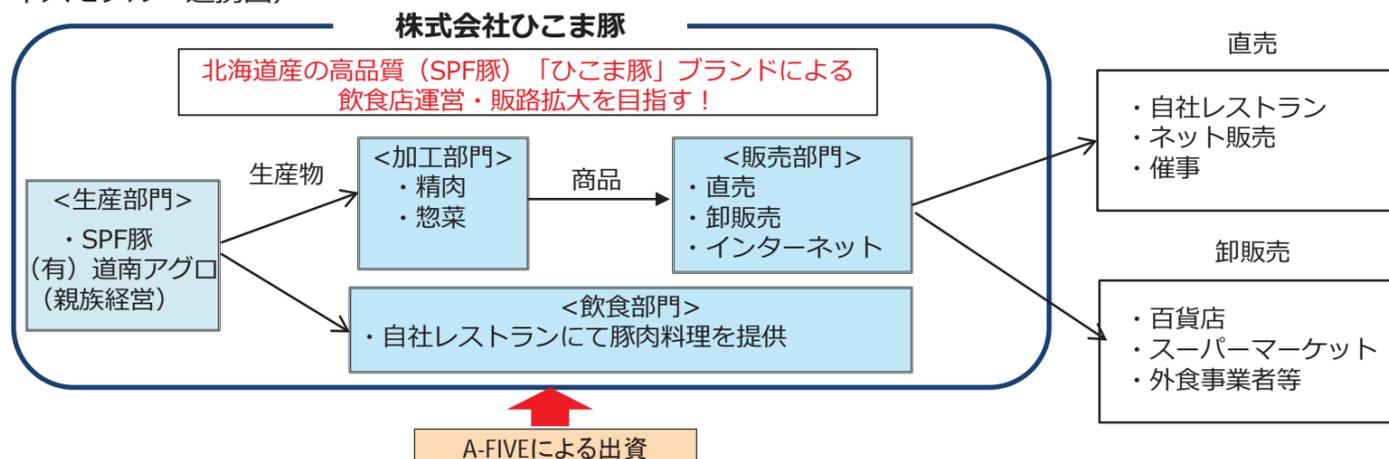
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・「ひこま豚」は、180日間という比較的長い飼育日数にこだわることで、風味が高く、きめ細かい肉質に仕上げている。
- ・道内でも早期にHACCPを導入し、各工程での異物混入等を防ぐ管理方法を実施することにより、取引先との信頼関係の強化に努めている。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・地域のブランドとして認められるようになった「ひこま豚」を、子どもたちにも味わってほしいとの思いから、学校給食への提供を行っている。その結果として、地元住民にも品質の良さが広まることにつながった。

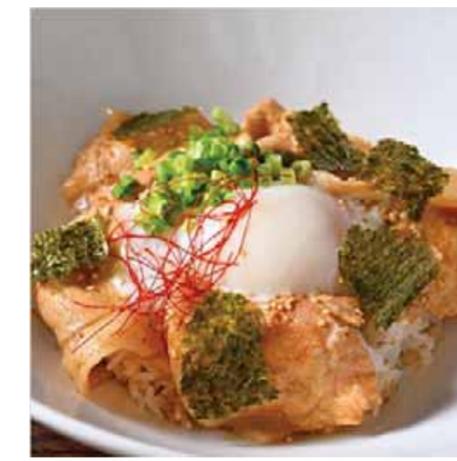
(ビジネスモデル・連携図)



有限会社道南アグロの豚舎



ひこま豚食堂 森町店舗



ひこま豚食堂 名物の豚丼

【成長へのターニングポイント】

○販路拡大・集客力増加への取組

→「ひこま豚」の直接販売は、札幌市と地元の森町にある直営店で行っている。精肉店と飲食店を兼ねた業態は地元客から人気を集めており、豚ザンギやメンチカツなど、手の込んだ惣菜商品も好評である。

○「ひこま豚」の認知度向上

→インターネットや郵便局の「北海道ふるさと会」による通信販売では、しゃぶしゃぶやステーキ肉セットなどが売れ筋となっている。また、百貨店やスーパーマーケットなどでの販売も行っており、家庭での調理や贈答用の需要にも応えている。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

・札幌市にある直営レストランを統合し、ショッピングセンター内に新店舗をオープンした。飲食スペースを拡充することにより売上高の向上が図られ、設備と人員の集約を行うことにより利益率が向上した。

○経費節減の工夫

- ・と畜場を変更することにより、と畜、加工処理料金を安価にすることが出来た。
- ・飲食店で使用する食材等の仕入れ先を複数確保することで、コストダウンを実現した。

【今後の展望】

○「ひこま豚」を使用した料理を提供するほか、精肉・加工品の店頭販売を積極的に取り組む。また、自社のブランドを高め、ビジネスモデルを確立しながら、外食事業へ販路拡大・出店拡大に取り組む。

○有限会社道南アグロが出荷する豚をすべて自社販売することを目指す。

【取組の効果】

- 売上高
5,000万円 (H25)
→2億6,000万円 (R1)
(6次産業化取組後5年)
- 雇用者数 (パート含む)
7名 (H25) →45名 (R1)
- 来店者数
約23,000名 (H25)
→約150,000名 (R1)

小麦から転換し、つがるの恵みを凝縮させた もち性六条大麦「はねうまもち」の普及拡大

総合化事業計画の認定
平成31年2月
S Kファーム株式会社

<事業者の概要>

- ・所在地 : 青森県つがる市
- ・代表者 : 代表取締役 小館誠一
- ・取組内容 : 生産した寒冷地向けもち性六条大麦「はねうまもち」(以下「もち麦」という。)を自社精麦施設で加工し、精麦商品及び精麦時に出る副産物(外皮粉)を販売している。
- ・売上高 : 5億7,200万円(R元)
- ・雇用者数 : 17名(R2) (パート含む)
- ・URL : <http://www.kodate-agri.jp>

【取り組みに至った経緯】

- 平成23年度6次産業化先導モデル育成事業により大型機械を導入して秋田県鹿角市の耕作放棄地を再生させ、実需者と連携して小麦・蕎麦の生産を拡大。
- 平成28年、小麦の販売先からもち麦の栽培を進められ、もち麦の普及拡大と当社の経営発展(加工部門)に挑戦するとの思いから6次産業化に取り組むこととした。

【活用した支援施策】

- 東日本大震災復旧・復興農山漁村6次産業化対策事業補助金
機械整備 : 3,600万円(H23)
- 食料産業・6次産業化交付金
施設整備 : 1億円(R元)

【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)

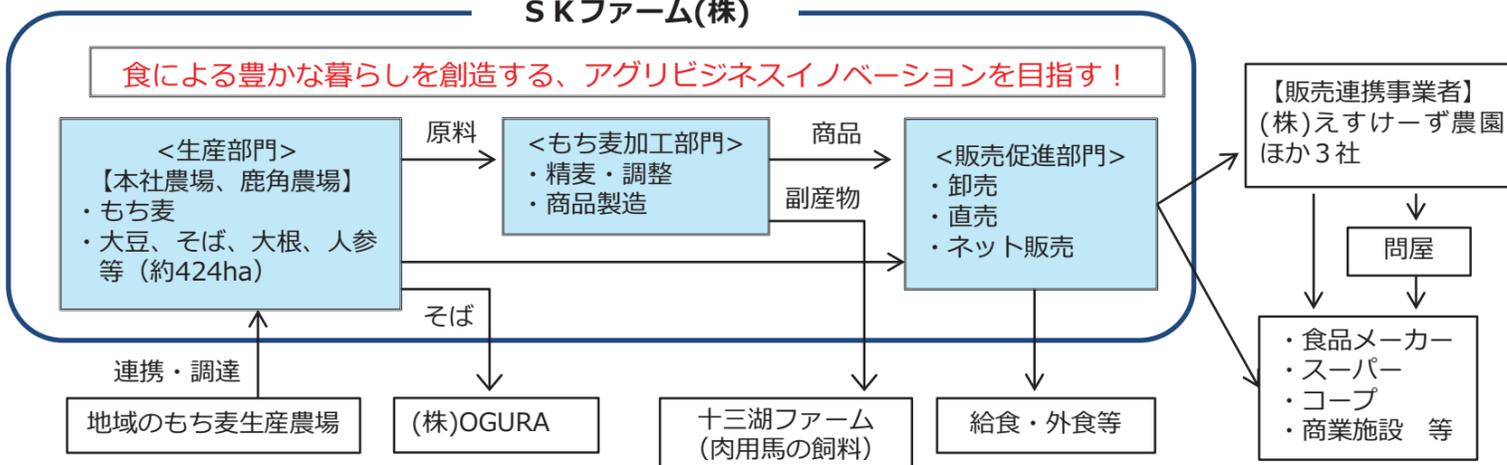
- ・生産するもち麦は、アミロースを含まない突然変異種で、従来品種に比べてもちもち感が強く、水溶性の食物繊維β-グルカンが1.4倍多いという健康機能性を有している。この特徴を活かし生活習慣病の予防に役立つ食品としてセールスしており、購入者からも良い評価を得ている。

○イノベーション(他者との新結合)

- ・自社の生産面積の拡大とともに、地域のもち麦を生産する農場と連携・調達することで、安定した原料大麦の確保を実現。
- ・健康機能性を有する食品として大学、研究機関、食品メーカー等とのコラボ商品開発。

(ビジネスモデル・連携図)

S Kファーム(株)



精麦施設(青森県つがる市)



もち性六条大麦(はねうまもち)



商品(つがるもち麦 美仁)

【成長へのターニングポイント】

○バリューチェーンの確立

→農場の生産部門を長男が担い、販売促進部門を三男が代表を務める(株)えすけーず農園がメインとして担うなど自社における役割分担を明確化し、生産から販売までのマネジメント機能を確立。実需者ニーズを生産計画に反映するなど安定供給と効率的な経営体制を実現。

○もち麦の普及拡大への挑戦

→これまで青森では厳しい寒さのため大麦栽培は行われてこなかったが、寒冷地向けのもち麦が開発されたことにより栽培が可能となった。6次産業化中央プランナーのアドバイスともち麦開発者の普及拡大への思いに応え、連携農園とともに生産拡大に取り組んだ。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・もち麦とその健康機能性等を知ってもらうため、地域の小中学校・幼稚園の給食用として提供、また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けた飲食店に対しても無償で商品提供したところ、もち麦のネームバリューと売上げ向上につながった。

○経費節減と作業効率化の工夫

- ・精麦・貯蔵施設の建設による精麦委託費用のコスト削減及び原料大麦の刈取りから商品製造まで一貫して行う生産体制による自社スケジュールに基づく作業工程の効率化。

【今後の展望】

- 大口の業務用販売先の確保。
- 令和3年1月、加工施設のISO22000を取得。無農薬・減農薬栽培を進め、青森県の特別栽培認証を取得し商品の差別化を図る。
- 副産物(外皮粉)の利活用に向け、(地独)青森県産業技術センターや食品加工メーカー等と連携して商品開発を実施。
- 商品製造の加工部門において、農福連携による障害者雇用を目指す。

【取組の効果】

- 売上高
4億9,600万円(H29(6次産業化取組前))
→5億7,200万円(R元(6次産業化取組後2年))
- 雇用者数(パート含む)
16名(H29) → 17名(R2)
- 主な原材料生産面積(もち麦)
0.1ha(H29) → 28ha(R2)

アンチエイジング！朝搾りミルクと乳酸菌H61株で作ったヨーグルトと四季折々のジェラート販売

総合化事業計画の認定
平成28年11月
松原農場 松原久美

<事業者の概要>

- ・所在地：岩手県岩手郡雫石町
- ・代表者：松原 久美
- ・取組内容：自家産堆肥を使用し生産した、自社農場の牧草を給餌する循環型農業を実践し、朝搾りミルクでジェラート、ヨーグルトを製造し、自社直売所、インターネット及び近隣デパートで販売している。
- ・売上高：4,284万円 (R1：6次化新製品)
- ・雇用者数：15名 (R1)
- ・URL：https://matsubokkuri.jp/

【取り組むに至った経緯】

- 平成13年、雫石の自然の中で過ごした牛から採れる自社農場の朝搾りミルクのおいしさを知ってもらおうとジェラートの製造・販売を始め、いつかはヨーグルトを作りたいと思っていた。
- 平成27年、アンチエイジング効果のある乳酸菌H61株と出会い、味はもちろん毎日食べるものとして体に良い影響があり、付加価値の高いヨーグルト商品の製造・販売に取り組むこととした。

【活用した支援施策】

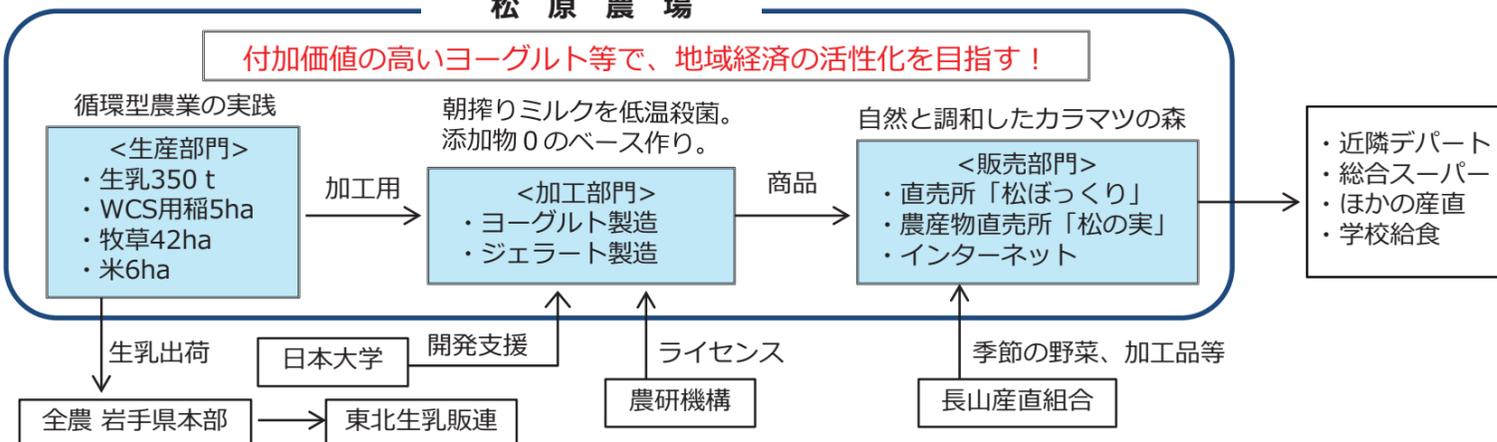
- なし

【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）**
 - ・新鮮な朝搾りミルクと雫石町の旬の食材にこだわったジェラートの製造・販売。
 - ・農研機構と「老化抑制作用を有する乳酸菌（H61株）」のライセンス契約を締結。乳酸菌H61株を使ってミルクの風味を消すことなく、チーズのようなコクを感じるヨーグルトを開発し、付加価値を創出。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・日本大学と連携し、当該大学の教授から全面的な支援を受け、新商品を開発。
 - ・農産物直売所を運営し、近隣の産直組合の野菜、雑穀、加工品等地元で作られたものを取り扱い、地域経済の活性化に貢献するとともに、地元住民を積極的に雇用し、地域の雇用拡大に貢献。

(ビジネスモデル・連携図)

松原農場



乳酸菌H61株を使用したヨーグルト



朝搾りミルクのジェラート



岩手県内のジェラート店として屈指の人気を誇る直売所「松ぼっくり」

【成長へのターニングポイント】

- バリューチェーンの好循環**
 - 自社農場におけるWCS用稲、牧草等の生産部門、酪農部門、直売所、産直施設それぞれの役割分担を明確にして、収益やコスト等の改善ポイントを見つけやすくすることにより効率的な経営を実現。
 - 県内有名菓子店と連携し、自社ヨーグルトを使用したコラボ商品を開発。
- 技術促進**
 - 哺乳・搾乳ロボットなどのスマート農業技術の導入による酪農部門の効率化、加工施設の再整備により徹底した衛生管理、品質管理を実現。

【経営改善に向けた取組】

- 売上げ高向上のポイント**
 - ・ジェラートとともに直売所から続くウッドデッキの遊歩道があるカラマツの森などの自然風景をHPに掲載しアピールしたところ、口コミで来客数が増加。特にリピーターが増加。
 - ・隣接する産直施設も直売所との相乗効果で来店客が増加。
- 経費節減の工夫**
 - ・配送ルートや配送方法を見直し、効率的な配送と配送経費の削減を実現。
 - ・閑散期における来客者の減少に伴う人員の配置替え等、適切な人員管理を実施。

【今後の展望】

- 食品製造事業者との連携により、ヨーグルトを活用したソースなどの新商品開発を進める。
- 子供たちの思い出の食材として大人になっても、手に取ってもらえるよう、学校給食に自社農場商品の提供機会を増やしたい。
- テイクアウト用のカップアイスを開発・製造し、デパートや総合スーパーでの需要を喚起したい。

【取組の効果】

- 売上高（6次化新製品）
4,175万円（H27（6次化認定取組前））
→ 4,284万円（R1（6次化認定取組後4年））
- 雇用者数（常勤）
9名（H27）→ 15名（R1）
- WCS用稲 生産面積
4 ha（H27）→ 5 ha（R1）

荒浜のいちばんを誇りに「ひとつ」のチームが繋ぎ、挑む。新しい海苔養殖のカタチ。

総合化事業計画の認定

平成30年11月

あらはま海苔合同会社

<事業者の概要>

- ・所在地 : 宮城県亶理郡亶理町
- ・代表者 : 代表社員 菊地 幹彦
- ・取組内容 : 生産した海苔を自社加工場で焼き海苔、ばら干し海苔、味付け海苔に加工し、近隣の直売所(特徴)や加工場に併設した直売所で販売している。
- ・売上高 : 2億651万円 (R2)
- ・雇用者数 : 14名 (R2) (パート含む)
- ・URL : <https://arahamanori.wixsite.com/arahama>

【取り組むに至った経緯】

- 東日本大震災後、3軒まで減少した海苔養殖業者が亶理町海苔養殖の歴史などを後生に伝えるため、平成27年に「あらはま海苔合同会社」を設立した。
- 自分たちが作った海苔を「あらはま海苔」の名前で食卓に届けたいとの思いから、ばら干し海苔や焼き海苔の製造工場と直売所を整備した。

【活用した支援施策】

- 亶理町水産業共同利用施設復興整備事業
施設整備 : 212,625千円 (H30)
- みやぎ6次産業化トライアル事業
施設整備 : 946千円 (H30)
- 宮城県6次産業ステップアップ事業
商品開発、リブランディング (H30)

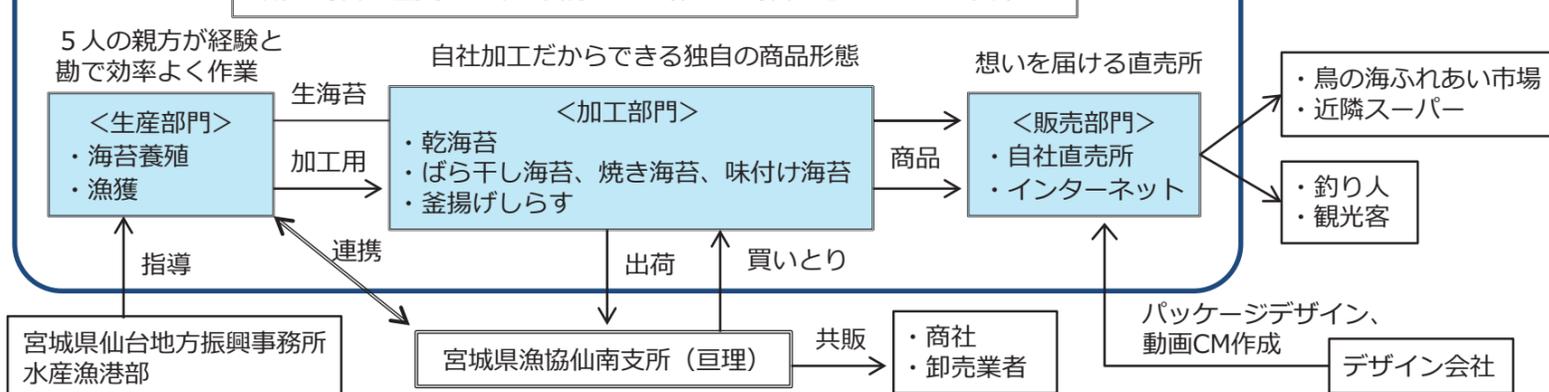
【取り組みの特徴と強み】

- バリューチェーン(付加価値・差別化)**
 - ・朝摘みした生海苔を即時乾燥し、国内流通の少ないパラパラのばら干し海苔、海苔養殖期後半(2月~4月)の比較的堅く市場価値が下がる海苔などをスナック感覚で食べられる味付け海苔等に加工し、「ひと味ちがう!」付加価値を創出。
- イノベーション(他者との新結合)**
 - ・代表が運営委員長も務める宮城県漁協仙南支所(亶理)とともに、亶理荒浜漁港の漁船漁業と連携した地域一体型漁業を実現。
 - ・海の仕事だけでなく、商品開発・販路開拓などに取組む若者を受入れ、新しい漁業のカタチを目指す。

(ビジネスモデル・連携図)

あらはま海苔合同会社

荒浜海苔の歴史をつなぐ自分たちが作った海苔を想いととも食卓に



たった1人で効率的な作業を実現、自動で摘み取る海苔養殖システム船



焼きたての海苔の香りが漂う、海苔加工工場に併設した直売所



デザインを一新した海苔加工品焼海苔、味海苔、黒ばら海苔

【成長へのターニングポイント】

- 文化の継承**
→東日本大震災で自宅や船、機械など甚大な被害を受け、海苔養殖事業をあきらめかけたが、受け継がれてきた亶理町海苔養殖の歴史や栄養塩豊富な荒浜の養殖漁場を後生につなぎ、伝える役目を果たす。
- バリューチェーンの好循環**
→海苔加工施設に直売所を併設し、生産から販売までのマネジメント機能を集約。生産者と消費者がつながる場所で、消費者のニーズを商品開発に反映する効率的な経営体制を実現。
- 技術革新**
→宮城県で唯一導入している海苔養殖システム船により、6人必要だった収穫と網洗いの工程を、1人操縦席で機械操作することで、同時に短時間で可能となるなど作業の効率化を実現。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・比較的堅く色の落ちる海苔を付加価値の高い味付け海苔等に加工。
 - ・広報戦略として、一貫したコンセプト「食卓いちばん」で海苔をイメージしたパッケージ、「のり」と「朝陽」をモチーフとしたロゴマーク、映像を製作してイメージを一新。(「東北映像フェスティバル2019」CM・キャンペーン部門特別賞受賞)
- 経費節減の工夫**
 - ・海苔養殖システム船導入による収穫作業人員と作業工程の効率化を実現。
 - ・ばら干し海苔、焼き海苔等製造ラインの導入及び直売所併設による外注加工費等のコスト削減。

【今後の展望】

- 漁協共販の乾海苔、ばら干し海苔のほか、生海苔、焼き海苔、味付け海苔等の直売、シラスの釜揚げに取組む。
- 漁業未経験の若者を受入れ、地域に根ざし、一緒に漁業を盛り上げ、亶理の名前とおいしい海苔があることを広めていく。
- 飲食業での海苔の使用拡大や地産地消の促進につながる普及活動を行う。

【取組の効果】

- 売上高
1億7,843万円 (H30 (6次産業化取組前))
→2億651万円 (R2 (6次産業化取組後2年))
- 雇用者数(臨時含む)
14名 (H30) → 14名 (R2)
- 海苔生産数量
630トン (H30) → 650トン (R2)

地域伝統のそばで里山を守り、耕作放棄地を解消 「農地を農地として次世代に引き継ぐ」

総合化事業計画の認定
株式会社そば研

＜事業者の概要＞

- ・所在地：秋田県雄勝郡羽後町
- ・代表者：代表取締役 猪岡 専一
- ・取組内容：耕作放棄地の解消を図るため、地域と一体となってそば栽培を推進し、生産したそばは玄そば（特徴）ばでの販売のほか、自社製粉施設でヌキ実やそば粉に加工。主に関東の製粉会社と連携して業務用として販売している。
- ・売上高：1億4,800万円（R元）
- ・雇用者数：18名（R元）（パート含む）
- ・URL：<http://www.sobaken.co.jp>
<https://www.facebook.com/sobaken.ugomachi/>

【取り組むに至った経緯】

- 平成10年、羽後町の中山間地における耕作放棄地解消とそば生産振興を目指し、稲作農家15戸が「羽後町そば栽培研究会」を設立。3haでそば栽培を開始。
- 平成24年、玄そば価格の下落から生産販売体制の強化のため法人化。製粉設備を導入し、ヌキ実やそば粉への加工を開始。
- 町内には古くからそば屋が多く、そば食文化が根付いており、「美味しいそば処には産地もある！」の実現のため、仲間たちと普及活動を進めた。

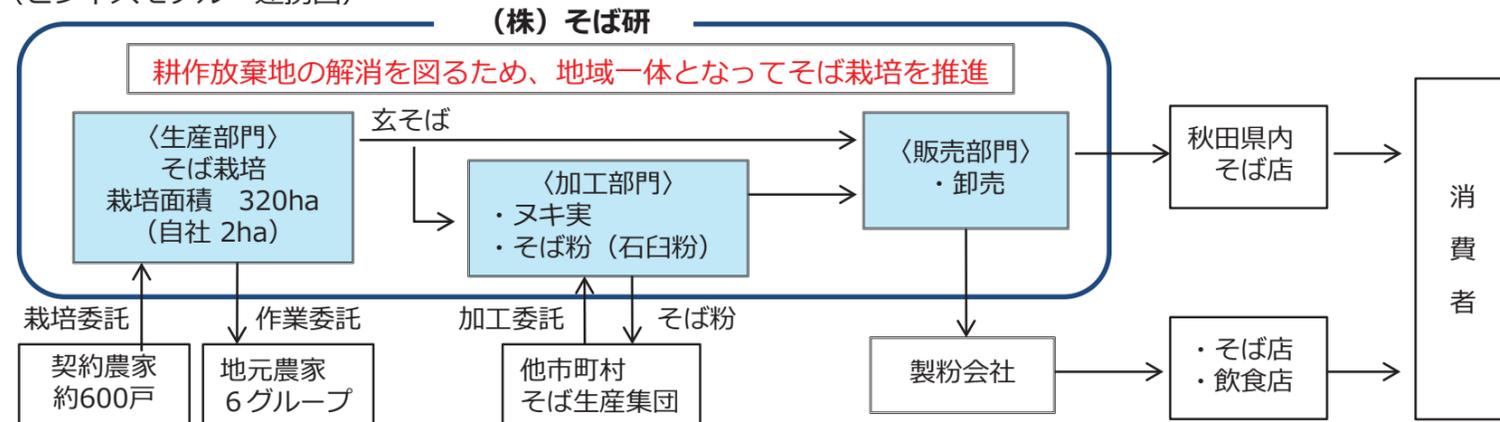
【活用した支援施策】

- 新ビジネス発展体制整備事業（県・町）
機械・施設整備：1,620万円（H24）
- 秋田県農林漁業振興臨時対策基金事業
機械整備：213万円（H27）
- 秋田県農業夢プラン応援事業
機械整備：277万円（R元）

【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）**
 - ・平成31年4月にJGAP認証を取得した玄そばは、全量検査出荷を行うことで、品質が安定し、実需者に信頼される取引を実現。
 - ・従来の玄そば販売と高付加価値で実需者ニーズの高いヌキ実やそば粉を中心とした出荷体制を構築し、関東への販売を強化。
 - ・令和2年7月、秋田県HACCPの認証取得により品質管理が向上。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・地元農家グループへ作業を委託し、作業受委託清算金として支払うことで、地域に収益を還元している。

（ビジネスモデル・連携図）



作業委託により作型の異なる4品種を栽培適期に収穫



石臼製粉機の導入により商品を多様化



玄そばを実需者ニーズの高いヌキ実に加工

【成長へのターニングポイント】

- BtoB**
 - 通年で安定供給が可能な単一産地を求めていた消費地（関東）の製粉会社と連携したことにより、関東方面への積極的な営業を展開。
- 技術促進**
 - ・中山間地域の農地は複数のグループへ作業委託を行い、不作付地の解消と作業の効率化を追求。
 - ・「石臼」の増設により、生産量の拡大と高品質なそば粉を製造。商品の多様化を図った。
 - ・作業の平準化を図るため、作型の異なる4品種（夏そば：キタワセ、夏吉、中間型：階上早生、秋そば：にじゆたか）を導入し、適期収穫により品質の向上及び収量アップにつなげている。
 - ・農研機構との共同研究により、そばの安定生産や品質向上に取組み、町産そばのブランド化を推進。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・実需者のニーズの把握に努め、要望にきめ細かく対応した商品の提供により売上高向上。
 - ・商品の多様化を図るため、製粉会社と連携してそば粉の需要が多い関東の販売先に秋田県の地場産野菜（春菊、辛味大根）、舞茸等を組み合わせたそばのセットメニューを提案。
 - ・玄そば加工技術の向上に伴い、粒が小さい玄そばの脱皮が可能となり、ヌキ実の歩留まりが向上。
- 経費節減の工夫**
 - ・県内の一部店舗を除き、卸売販売のみ行うことにより、小売販売に要する経費の抑制及び販売の効率化を図っている。

【今後の展望】

- 地域の担い手の人数に合わせ、持続可能な範囲で面積を拡大。
- 平成31年3月に立ち上げた「秋田県そば生産者連絡協議会」の事務局として秋田県内のそば生産者の栽培技術及び品質向上に取り組んでおり、秋田県産「そば」のブランド化を目指す。
- 県内の実需者の要望に応じ、そばの地産地消を進めるほか、辛味大根の粉末化など、そばの新しい薬味の開発についても取り組む。

【取組の効果】

- 売上高
3,400万円（H24（6次産業化取組前））
→1億4,800万円（R元（6次産業化取組後7年））
- 雇用者数（パート含む）
7名（H24）→18名（R元）
- 主な原材料生産面積（そば）
240ha（H24）→320ha（R元）
- 6次産業化優良事例表彰「奨励賞」受賞（R元）

6次産業化で“相乗効果”を発揮！

日本一のさくらんぼ観光果樹園を目指して

株式会社やまがたさくらんぼファーム

総合化事業計画の認定

平成26年12月

<事業者の概要>

- ・所在地：山形県天童市
- ・代表者：代表取締役 矢萩 美智
- ・取組内容：さくらんぼを中心とした世界に誇れる山形のくだものを活用し、県内最大級の観光果樹園と（特徴）直営のカフェやショップの経営、ワイン、ジュース等の加工品の製造・販売に取り組む。
- ・売上高：2億6,800万円（H31）
- ・雇用者数：20名（H31）（パート含む）
- ・URL：http://www.ohsy.co.jp

【取り組むに至った経緯】

- 東日本大震災の年、風評被害などにより、観光果樹園への来園者が激減し、多くのさくらんぼを廃棄せざるを得なかった。
- 「丹精込めて作ったものを何とか加工して商品化できないか」との思いと、多様化している消費者ニーズに対応するため、果実を活用した加工品の製造・販売に取り組み、直営のカフェ・ショップをオープンした。

【活用した支援施策】

- 農の雇用事業
人材育成：118万円（H31）
- 経営体育成支援事業
農業機械：390万円（H28）
- 山形県元気な6次産業化応援プロジェクト事業
販売施設：1,300万円（H27～28）
- 山形県園芸大国やまがた産地育成支援事業
栽培施設：420万円（H31）
- 天童市日本一さくらんぼ名産地生産性向上支援事業
栽培施設：100万円（H29）

【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）

- ・観光農園の目玉であるさくらんぼ狩りでは、温室栽培やハウス、遮光シートの活用、晩生種導入等により、通常の2倍のサクランボ狩りの期間（2ヶ月間）を確保。
- ・季節の果物をふんだんにトッピングしたスペシャルパフェを販売をすることで、地元や若年層の来客数が増加、カフェ及び直営ショップの売上げに貢献。

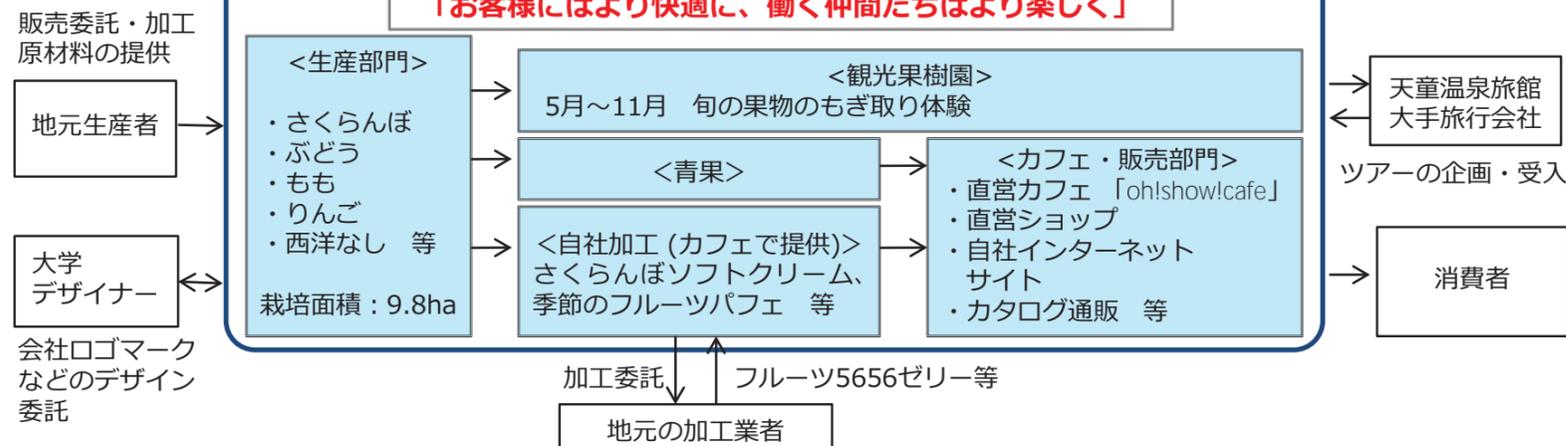
○イノベーション（他者との新結合）

- ・地元の酒造会社や菓子店等との連携による新商品の開発。
- ・地元の温泉旅館、大手旅行会社と連携し、宿泊客が朝の涼しい時間帯にさくらんぼ狩りが楽しめる着地型体験ツアー等を企画。

（ビジネスモデル・連携図）

株式会社やまがたさくらんぼファーム

「お客様にはより快適に、働く仲間たちはより楽しく」



観光果樹園の社屋全景
カフェ2階ラウンジからは山並や果樹園等の景色を一望。



カフェのメニュー
さくらんぼソフトクリームと季節のフルーツパフェ。



一緒に働く仲間たち
一緒に働く仲間たちが楽しく仕事できる環境を作ることがコンセプト。

【成長へのターニングポイント】

○5本柱の確立により経営が拡大

→カフェ、ショップを併設した新社屋建設を機に、さくらんぼソフトクリームや季節のフルーツパフェなどの商品を提供することにより、新たな顧客を確保。これにより、生産、販売、観光農園に、加工、カフェを加えた5本柱が確立。各部門の相乗効果が発揮され経営が拡大。

○メリハリのある勤務体系により人材を安定的に確保

→勤務時間は、年間を通したバランスを考え、サマータイムとウィンタータイム制を導入。メリハリをつけた勤務体系を実現し、繁忙期の夏場は集中して働き、閑散期の冬場は休日を多くすることにより仕事と家庭の両立支援と通年雇用を実現したことにより、人材を安定的に確保。

○オールラウンドプレイヤーの育成により売上が向上

→全従業員が冬の栽培管理（剪定等）に従事したり、男女分け隔てなく生産から販売までを経験することが可能となり、各部門に精通したオールラウンドプレイヤーとなることで、客からの質問や要望に的確に対応可能となり、新たな顧客獲得と売上高が向上。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・加工やカフェ事業に関心が高い女性を従業員として積極的に雇用したことにより、女性目線の感覚による商品開発や店内レイアウトなど、女性の力が経営に反映。従業員の意識向上と売上げ増加に寄与。
- ・観光農園、直営ショップ、インターネット、電話注文などによる直売にこだわり、直売が売上高の95%を占める。対面販売によりお客様の声が経営改善、「やりがい」に繋がっている。

○経費節減の工夫

- ・加工品の製造は果実の有効活用を基本としていることから、過大な設備投資は行わず、商品の開発と製造を委託し、売れ行きを見極め商品化することで経費削減とリスクの低減を図っている。

【今後の展望】

- 果樹園の隣に宿泊しながら収穫を楽しみ、農業体験が宿泊費となる「体“換”農泊」の実施。
- オンライン収穫体験会「王将果樹園AIR(IA)農園部」など、リモートによる生産者と消費者の顔が見える、安全・安心な果物の提供。
- 障がい者雇用による農福連携の取り組み。
- 育休・産休等の導入による福利厚生の充実。

【取組の効果】

- 観光果樹園の売上高合計
1億8,020万円（H25（6次産業化取組前））
→2億6,800万円（H31（6次産業化取組後6年））
- カフェの売上高
151万円（H25） → 2,127万円（H31）
- 観光果樹園の入園者数
2万3千人（H25） → 6万人（H31）
- 全国優良経営体表彰6次産業化部門
「農林水産大臣賞」受賞（H30）



天才きのこを、日本中の食卓へ

総合化事業計画の認定
平成23年6月・平成26年10月
有限会社舟形マッシュルーム

<事業者の概要>

- ・所在地：山形県最上郡舟形町
- ・代表者：代表取締役 長澤 光芳
- ・取組内容：自社生産のマッシュルームを活用し、水煮やうま煮等のほか、業務用のマッシュルームパウダー（特徴）ダー、エキスなど多様な加工品を製造・販売。平成29年度に直売所併設のレストランを開設。
- ・売上高：12億9,000万円（H31）
- ・雇用者数：130名（H31）（パート含む）
- ・URL：http://www.f-mush.com/

【取り組むに至った経緯】

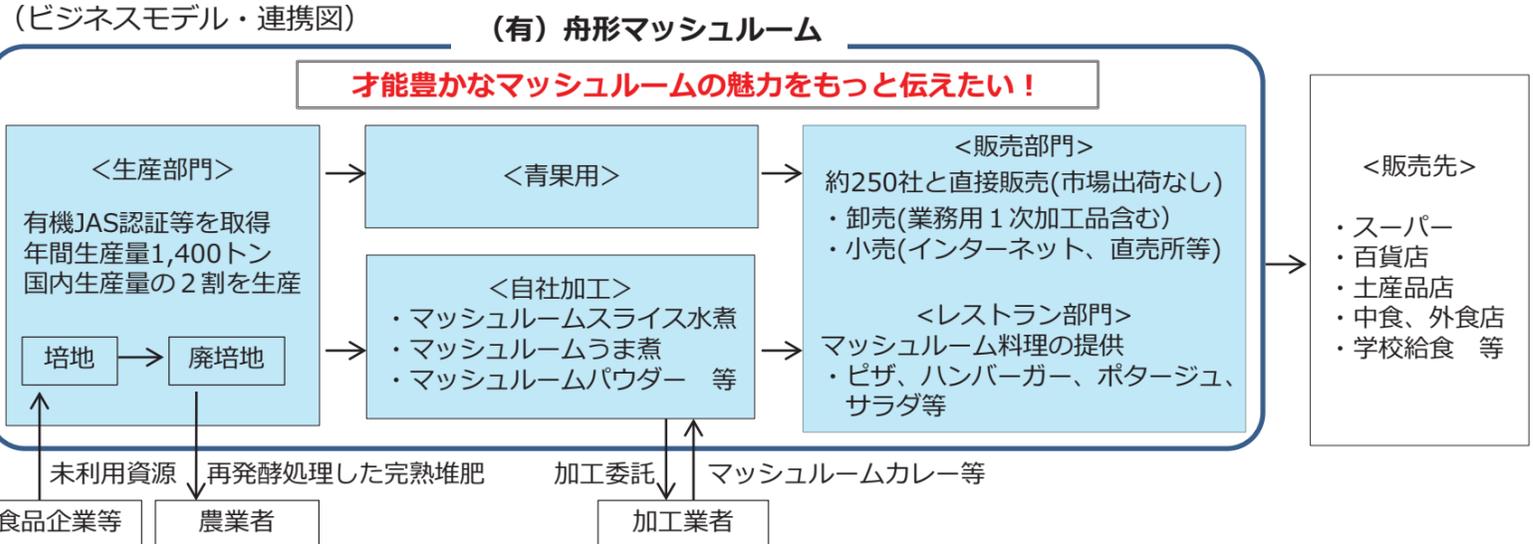
- 当初は、マッシュルームの全量を市場出荷していたが、値崩れすることもあり、直接販売に切り替え。平成19年からは、契約数量を超えた余剰生産物について、市場価格に委ねるのではなく、自社で販売するレトルトカレー等の加工品の原料に使用し、経営の安定化を図る。
- 平成23年には、加工施設を整備し、自社による加工品の製造を開始。

【活用した支援施策】

- 6次産業総合推進事業
新商品開発・販路開拓：524万円（H24）
- 強い農業づくり交付金（H24,H26,R元）
栽培施設一式：1億6200万円（R元）
- 山形県共同研究シーズ事業化支援助成事業
商品開発：300万円（H26～29）
- 山形県元気な6次産業化応援プロジェクト事業
直売所併設レストラン：5,177万円（H28）

【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）**
 - ・農薬の不使用栽培に取り組み、有機JAS認証を取得。
 - ・JGAP認証、生産情報公表JAS認証、ISO9001-HACCP認証を取得し、消費者や実需者の信頼を確保。
 - ・「日本缶詰びん詰めレトルト食品協会」主催の衛生管理研修に職員を派遣し、衛生管理の徹底を図る。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・生産工程の発生物をすべて商品化・有効活用し、廃棄物を出さないことで環境負荷を低減。
 - ・地域の未利用資源（コーヒー粕等）を活用した独自の培地づくりにより、未利用資源を資源化。
 - ・加工品の自社製造や直売所を併設したレストランの開設など6次産業化の取り組みにより、地域の雇用創出と地域活性化に貢献。



マッシュルーム栽培舎の全景
全70棟で生産。舟形町のほか和歌山県に提携ファーム。



超スーパージャンボマッシュルーム
レギュラーサイズから、直径15cm
超のビックサイズまで生産、販売。



マッシュルームを使った商品
加工品は、水煮、うま煮、乾燥、
スープ、カレー、ハヤシ、パスタ、
ソテー、パウダーなど14品。

【成長へのターニングポイント】

- 市場出荷から直接販売への転換**
→市場価格変動に左右されない独自の販売網を構築。アグリフードEXPOへの出店により、新たな販路開拓と、商品開発においては全て取引先(顧客)のニーズに応えた商品となっており、マッシュルームのバリューチェーンが拡大。
- 差別化による認知度アップ**
→マッシュルームを大型化し差別化した商品が、マスメディアの取り上げにより認知度アップ。
- 働きやすい職場環境づくり**
→地域の働き手のニーズに応えるため、正社員雇用を基本に短時間勤務希望者にも柔軟に対応。多くが地域住民であることから、地域行事等による休暇希望に対しても、外国人労働者の雇用により取得が可能になるなど働きやすい職場環境づくりに取り組み、年間を通じた稼働を実現。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・取引先（顧客）の多様なニーズ、例えば業務用のマッシュルームソテーやパウダー等に応えるため自社加工施設で商品開発に取り組み、スーパーや外食店の他、業務用（1次加工品）など多方面への販路を拡大し、売上高の増加を図る。
- 経費削減の工夫**
 - ・未利用資源（コーヒー粕等）の培地への活用及び廃培地の再利用（堆肥化）により経費削減

【今後の展望】

- 生産管理について、AIを導入し、温度・湿度等の一元管理・制御を行うことにより、マッシュルーム生産の効率化を図る。
- ISO22000を取得し、品質管理と衛生管理の強化により、安全・安心への信頼性の向上を図る。

【取組の効果】

- 売上高
1億1,960万円（H18（6次産業化取組前）） → 12億9,000万円（H31（6次産業化取組後12年））
- 雇用者数（パート含む）
22名（H18） → 130名（H31）
- マッシュルームの栽培規模
18棟（H18） → 70棟（H31）

耕作放棄地を利用したコケ緑化商品の開発・販売

総合化事業計画の認定
平成24年2月
株式会社モス山形

<事業者の概要>

- ・所在地：山形県山形市
- ・代表者：代表取締役 山本正幸
- ・取組内容：耕作放棄地を利用し、コケの栽培とコケ緑化商品の開発・販売を行っているトップ企業である（特徴）る。建築用の緑化資材も開発し、大都市圏のビル等の緑化や緑化資材等の販売を行っている。
- ・売上高：1億3,500万円（H31）
- ・雇用者数：18名（H31）（パート含む）
- ・URL：http://mos-yamagata.com

【取り組みに至った経緯】

- 新しいビジネスを模索する中、必ずやコケの生命力が注目される時期が来ると信じ、平成3年に休耕地や耕作放棄地で栽培開始。
- 京都議定書（平成9年）を契機に地球温暖化防止に向けたコケ緑化資材の開発に取り組み、栽培期間短縮やコケの固定技術などを確立。
- 地球温暖化防止問題が重要課題となった、平成20年の洞爺湖サミットにおいて、緑化資材としてコケが広く注目され、緑化事業の転機となる。

【活用した支援施策】

- 山形県農林水産業創造工夫プロジェクト支援事業 環境土木に対応した緑化商品開発(H21)
- 経済産業省新連携支援事業 コケ緑化商品開発・販路拡大(H22~26)
- アグリビジネス投資育成事業 コケ栽培面積拡大(H23~R2)
- やまがた農商工連携ファンド事業(H26)
- やまがた地域産業応援基金助成事業(H27~29)
- 荘銀あぐり応援ファンド(H30)(800万円)

【取り組みの特徴と強み】

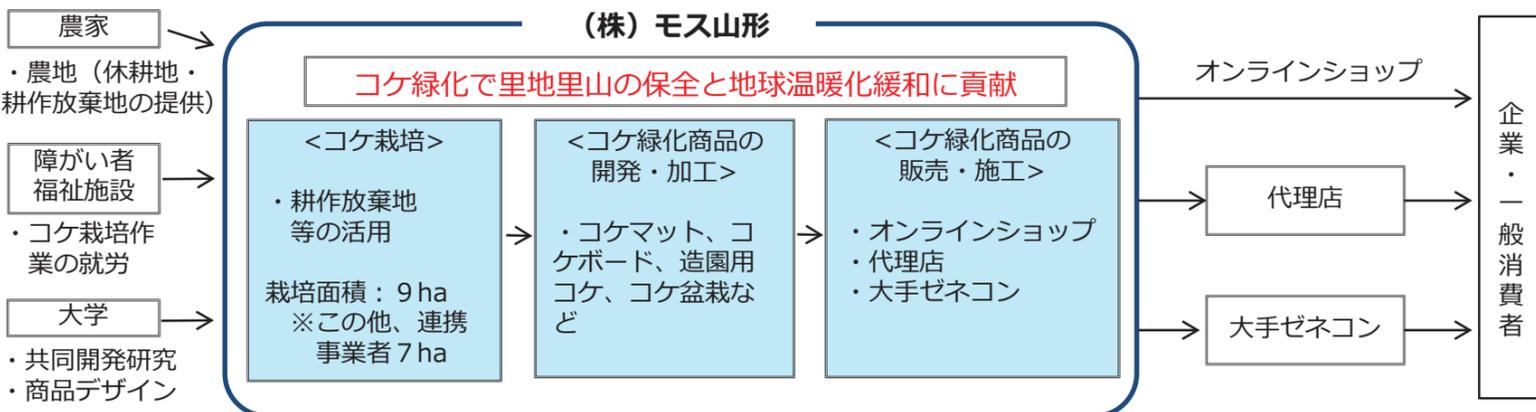
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・コケの栽培期間短縮技術の確立とコケマット・コケボードを使った屋根や壁面等の簡易緑化システムの開発・商品化。コケ及びコケ緑化商品の国内トップシェアを占める。
- ・全国の事業者と連携したコケ栽培と園芸・緑化資材の加工・提供。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・コケ栽培は、耕作放棄地等の解消のほか、軽作業であるため高齢者や子育て中の女性、障がい者も生産・管理が可能であり、地域の雇用創出や農福連携にも貢献。
- ・コケ加工品の販売は、連携する代理店（全国20事業者）のほか大手ゼネコンにも緑化資材として提供。

（ビジネスモデル・連携図）



コケトピアリー



屋上緑化



耕作放棄地利用のコケ栽培

【成長へのターニングポイント】

○環境問題への関心の高まり

- 都市部のヒートアイランド化や工場立地法の規制緩和（屋上緑化・壁面緑化面積を緑地として参入）等により、都市部のビルや工場、道路の法面、トンネル屋根などへの緑化が急速に広まり、コケの需要が拡大。
- 地球温暖化防止対策への関心の高まりから、CO2削減や省エネに有効なコケ緑化が注目される。

○耕作放棄地等を有効活用したコケの栽培

- コケ栽培は、休耕地や耕作放棄地の有効活用のほか、鳥獣被害がないうえ寒暖差がある中山間地域に適した作物であり、需要に応じた作付面積の拡大が可能。

○品種、栽培技術、工法の開発

- 通常は5年程度かかるコケの栽培期間を独自技術により、2年程度まで短縮。また、緑化場所の設置条件に応じた工法及びコケ品種の開発・商品化。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・自社生産に加え、他県の連携事業者が生産したコケを当社へ集約し、加工することにより、安定供給体制を構築。また、代理店の全国展開やオンラインショップの開設により、販路の拡大を実現。

○経費節減の工夫

- ・コケの栽培管理や加工作業のマニュアル化により、生産性の向上を図りコストダウンと効率化を実現。
- ・寒暖差が大きくコケ栽培に適した、中山間地の耕作放棄地活用により、借地料のコスト低減を図る。

【今後の展望】

- コケの認知度を上げるため、数多くの展示会等への出展でPR強化。
- CO2削減への更なる寄与。
- 農福連携の継続推進。
- 鳥獣被害のない作物のハープ（ハッカ）の栽培やバイオエタノール抽出用の「藻」の栽培に挑戦。
- 東京オリンピック会場の緑化工法として、実証試験パートナーに選定された「壁面緑化」の普及拡大。

【取組の効果】

- 売上高
1億1,000万円（H22）→1億3,500万円（H31）
- 雇用者数（パート含む）
10名（H22）→18名（H31）
- コケの栽培面積
5ha（H22）→9ha（H31）
- 代理店の全国展開
10事業者（H22）→20事業者（H31）
- 障がい者施設との連携（農福連携）
連携なし（H22）→2事業者（H31）

GAP認証取得による経営改善、SNSを活用した旬を味わう農家カフェなど新たな農園のカタチ

総合化事業計画の認定

有限会社まるせい果樹園

<事業者の概要>

- ・所在地：福島県福島市
- ・代表者：代表取締役 佐藤 清一
- ・取組内容：40品種以上の果樹を生産し、直売所、観光果樹園のほか、生産した旬の果物を提供する農家（特徴）カフェに取り組んでいる。
- ・売上高：1億2,500万円（R元）
- ・雇用者数：25名（R元）（パート含む）
- ・URL：<https://www.maruseifukushima.com/>
<https://www.facebook.com/MORIGARFUKUSHIMA/>
<https://www.facebook.com/fukushima.marusei/>

【取り組むに至った経緯】

- GAP認証の取得により、果物の「安全性」と「品質向上」、「環境への配慮」を消費者へアピールでき、コスト削減にもつながると考えた。
- 加工にも取り組んだが、「人を惹きつけるものは何か」を考えた末、やはり旬の果物を生で味わってもらえるカフェ事業に取り組むこととした。

【活用した支援施策】

- 福島県地域産業6次化新商品加工支援事業 施設整備：200万円（H26）

【取り組みの特徴と強み】

○バリューチェーン（付加価値額・差別化）の向上

- ・豊富な種類や品種の果物を生産することにより、春から秋まで旬の果物を提供可能としている。
- ・農家カフェ「森のガーデン」を開業し、ほかでは味わえない果物をふんだんに使ったパフェ等スイーツを提供するとともに、カフェ利用客に直売所のサービス券を配布し、直売所の売上増につなげている。

○イノベーション（他社との新結合）

- ・メディアや写真家、パティシエと連携して「夜の果樹園実行委員会」を組織し、夜間・早朝の活用による新たな時間市場の創出事業を活用した「夜の果樹園」を実施。夜の農園の一部エリアをライトアップして新しい空間を創り出し、生産地ならではの楽しみ方を提供。

（ビジネスモデル・連携図）

有限会社まるせい果樹園

また行きたい、会いたいと思える場所、人になることをモットーに

<生産部門>
・さくらんぼ、もも、なし、西洋なし、柿、りんご、ぶどう等
9ha

青果

加工用

<加工部門>
・あんぼ柿
・冷凍果肉

加工委託

加工事業者

商品

<販売部門>
・直売所「かずちゃん直売所」
・観光果樹園
・農家カフェ「森のガーデン」
・インターネット
・卸売

販売

消費者、観光客

EC事業者

大手量販店
（夏、秋味覚ギフト）

観光

ツアー会社

イベント

夜の果樹園実行委員会



福島を代表する桃「あかつき」



人気の丸ごと桃パフェ



スペシャルパフェ（秋バージョン）

【成長へのターニングポイント】

○GAP認証の取得

→果物の第三者の審査による客観的な安全性を証明するため、平成25年にJGAP認証を取得。取引先からは「安全性が担保された農産物」との評価を得た。

○マスコミの活用

→メディア取材への積極的な対応により、旬の時期には複数回取り上げられることが定番化。テレビ放送、新聞やタウン情報誌等に掲載されるたびに新たな集客につながった。

○SNSの反響

→自社のSNSに果物が丸ごと乗った旬のパフェやライトアップされた農園の写真を掲載し、それを見て来店した方が来店者自身のSNSに投稿することで、さらなる集客につながった。

【経営改善に向けた取組】

○人材力の向上

・GLOBALG.A.P.、ASIAGAP認証の取得と継続により、社員が自主的に改善策を提案・実施するなど意識の向上があり、生産コストの削減と経営改善に貢献。

○経費削減の工夫

- ・いろいろな果物のイラストを印刷した汎用性のある箱に見直し、まとめて発注することで仕入れ単価を下げ、容器包装費を削減。
- ・農薬等資材はGAPから必要量を勘案し、あらかじめ在庫して備えるのではなく、不足分を発注する方法に改めたことで、農薬等資材費を大幅に削減。

【今後の展望】

- カフェの通年営業を目指し、新たにいちご生産に取組む。これにより雇用拡大につなげる。
- 古民家を改築した農家民宿を開業し、更なる収益向上を目指す。
- 食育・農業体験の推進や、働きやすい環境作りなど、SDGsが掲げる目標に取り組む。

【取組の効果】

- 売上高
7,500万円（H26（6次産業化取組前））
→1億2,500万円（R元（6次産業化取組後5年））
- 雇用者数（パート含む）
14名（H26）→25名（R元）
- 主な原材料生産面積（果樹）
7.5ha（H26）→9ha（R元）

「伝説の下妻金豚」で 一人でも多くの豚さんファンを増やしたい

倉持ピッグファウム株式会社

総合化事業計画の認定

平成26年10月

<事業者の概要>

- ・所在地 : 茨城県下妻市
- ・代表者 : 代表取締役 倉持 勝
- ・取組内容 : 飼料用米で育てた「伝説の下妻金豚」を使った加工品の製造・販売
(特徴)
- ・売上高 : 2億1,650万円 (H31)
- ・雇用者数 : 20名 (H31) (パート含む)
- ・URL : <http://buu-bu.com/>
<http://www.maroon.dti.ne.jp/kuramochi-pigfarm/>

【取り組むに至った経緯】

- 養豚に30年以上携わり、種豚改良を続け、子豚期から動物性飼料を含まない配合飼料で育てた銘柄豚を販売してきた。
- 養豚経営は飼料価格と豚肉の相場に大きく影響を受けることから、経営の安定を図るため、自社で食肉加工製造に取り組み、付加価値の高い精肉販売や加工品、総菜等幅広い商品販売を行う必要があった。

【活用した支援施策】

- 6次産業化ネットワーク活動交付金
施設整備 : 2,934万円 (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)

- ・種豚の改良から飼料配合、飼育環境まで一貫した生産管理で新たなブランド豚を開発。
- ・自社生産した豚肉を加工・販売することで、味と品質にこだわった商品を消費者に提供。

○イノベーション (他者との新結合)

- ・地元JA等の協力により、メーカー飼料に飼料用米を多くブレンドした独自の飼料を給餌した結果、食味が向上。
- ・地域住民の積極的な雇用を行うことで、住民の雇用創出に貢献。

(ビジネスモデル・連携図)

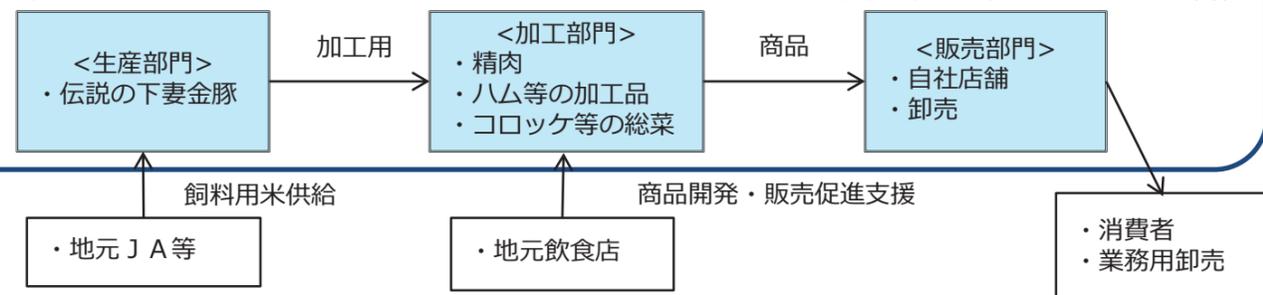
倉持ピッグファウム株式会社

「ぶうーぶー」のお肉で、ちょっぴり嬉しく、たっぷりおいしく!

飼料用米を55%ブレンドした飼料
で食味アップ

加工品はヨーロッパの本格的な製法で
日本人の食文化に合わせた商品開発

購入額が高いほど割引率の高い
ポイントカードでリピーターを確保



販売店舗：ぶうーぶー



加工品



総菜

【成長へのターニングポイント】

○肉質改善によるブランド化

→自社肉の成分分析を実施し、おいしさを数値で証明。お客様の声を生産現場にフィードバック。豚の成長に合わせた健康管理と地元産の飼料用米を配合した独自の飼料で飼育することで、肉質の改善に取り組み、おいしい豚作りを目指す。「伝説の下妻金豚」として商標登録。

○店舗販売で売上向上

→相場に左右されず売上げを確保するため、自社加工場と販売店を整備。生産した豚は屠畜後、1頭を余すところなく精肉、ハム・ソーセージ等の加工品、コロッケ等の総菜に加工し販売。6次産業化の取組4年目で、店舗販売が生産部門の売上げを上回った。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・広い駐車スペースを確保し、立ち寄りやすい店舗づくりで集客力が向上。
- ・ポイントカードの導入や春秋の感謝祭イベントの開催でリピーターを確保。
- ・新聞折込、地方タウン誌等、各種媒体への掲載や、オンラインショップでも販売を行うこと等により、ブランド肉を求める消費者を広く呼び込んでいる。
- ・コロナ自粛期間中は食卓応援企画で割引価格を設定した結果、冷凍ものを中心に売上向上。

○経費節減の工夫

- ・ロスなく商品化できるように、肉質や部位の特徴を活かし「豚一頭まるごと、どのように使うか」常に用途を考えながら商品づくりをしている。
- ・「もも・かた」などの精肉需要が少ない部位は、加工品として商品化。お歳暮・お中元時期にカレーギフト、ハンバーグギフトとしてセット販売。欠品が出るほど人気商品となっている。

【今後の展望】

- 現在、約50品目を販売中。顧客ニーズを踏まえ、地元酒造メーカーとコラボ、大吟醸の酒かすを利用した加工品等、さらなる新商品の開発を進める。
- 今後、新たな顧客獲得、販路拡大のため、インターネット販売を導入予定。近隣市で加工品、総菜を専門に販売する2号店の展開も考えている。

【取組の効果】

- 売上高
1億4,400万円 (H26 (6次産業化取組前))
→2億1,650万円 (H31 (6次産業化取組後5年))
- 雇用者数 (パート含む)
3名 (H26) →20名 (H31)
- 豚生産頭数
4,100頭 (H26) →4,600頭 (H31)

栃木のいちごで地域を世界的な観光地にしたい！ 「いちごのナパバレー」を目指します！

総合化事業計画の認定

平成24年2月

株式会社いちごの里ファーム

<事業者の概要>

- ・所在地：栃木県小山市
- ・代表者：代表取締役 黒弘征
- ・取組内容：いちごを中心とした体験・観光農園のほか、自社農産物を活用した加工品の製造販売やレストランを展開
- ・売上高：8億5,000万円（H31）
- ・雇用者数：130名（H31）（パート含む）
- ・URL：<http://www.itigo.co.jp>



いちごハウス全景



いちご狩りの様子



いちごをふんだんに使ったスイーツ

【取り組むに至った経緯】

- 栃木県の代表農産物である「いちご」を観光資源として活用しようと思い立ち、平成19年より観光いちご園をスタート。
- 農園の余剰いちごの活用と来園者からのお土産ニーズにより、ジャムやケーキなどの加工品の製造・販売に着手。

【活用した支援施策】

- （栃木県）アグリフードビジネス支援事業 施設整備、商品開発（H26）（H28）

【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）**
 - ・夏秋いちご（なつおとめ）の導入、もも、さくらんぼ、ぶどうなど複数の品目を導入することにより、通年で自社生産した農産物の提供を実現。
 - ・フルーツ狩りは完全予約制としており、高品質の農産物を提供することで顧客満足度の向上を図りリピーター客を獲得。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・百貨店、駅ビル等の商業施設や地元道の駅などに直営店を出店し、販売力やブランド力を強化することで幅広い購買層に訴求。
 - ・旅行会社とタイアップすることで、近隣の観光施設や商業施設を周遊したバスツアー企画による集客を向上。
 - ・関連する社会福祉法人と連携した農福連携による地域貢献。

【成長へのターニングポイント】

- いちごの周年営業**
 - 冬春いちごのほか、夏秋いちごを導入することで、年間を通じた観光客の受入れが可能となり、観光事業者とのタイアップが実現。
- 長時間滞在するためのコンテンツの充実**
 - 体験農業から食事の提供、お土産販売まで敷地内に多くの施設を新設し、長時間滞在しても飽きの来ない楽しめるコンテンツを充実。
- 技術促進**
 - 自社生産いちごの安全・安心を訴求するため、観光農園としてJGAP認証を取得。さらに取組を継続していくため担当社員がGAP指導員資格を取得。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・家族連れなどグループでの来場者へのサービスを充実させるため、野菜類（じゃがいも、えだまめなど）のオーナー制度、ふれあい動物コーナー、ジャムやケーキ作り体験など各種イベント等を実施。
 - ・フルーツ狩りは完全予約制として栽培管理を調整し、常に大粒で高品質の農産物を供給する体制を構築。
- 経費節減の工夫**
 - ・有料媒体に換えSNSなどで定期的に情報発信することで広告宣伝費を節減。
 - ・農作業、加工作業のマニュアル化により生産性の向上、コストダウンと効率化を実現。

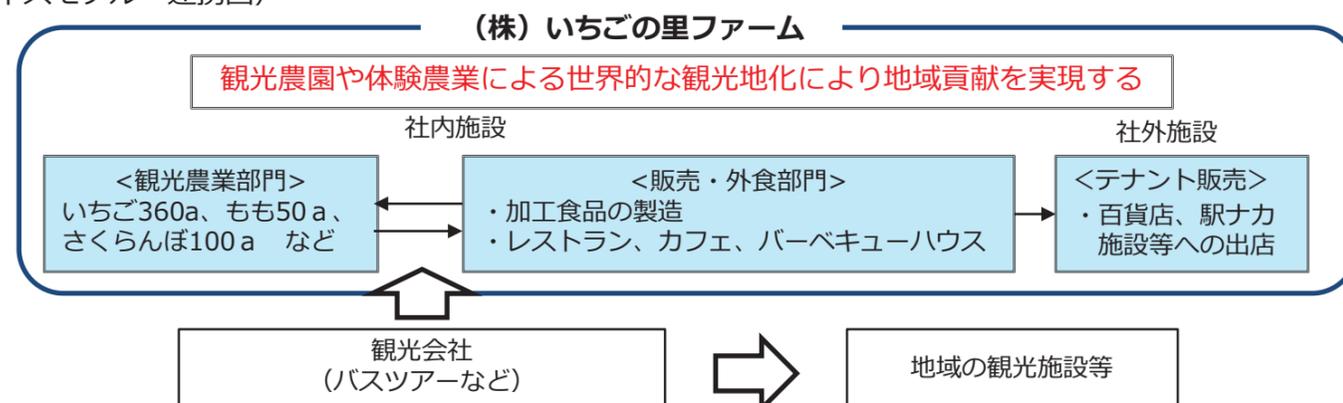
【今後の展望】

- 「いちごのナパバレー」を構築し、世界中から来場者を地域に呼び込む。
- 系列の社会福祉法人とタイアップし、日本最大規模の農福連携農園を目指しながら地域社会に貢献する。

【取組の効果】

- 売上高
4,000万円（H23）
→8億5,000万円（H31）
- 雇用者数（パート含む）
86名（H23）→130名（H31）
- 生産面積（観光いちご）
35a（H23）→360a（H31）
そのほか観光農園として230a

（ビジネスモデル・連携図）



群馬県産すき焼きを用いて 群馬の牛肉を世界に発信

鳥山畜産食品株式会社

<事業者の概要>

- ・所在地：群馬県渋川市
- ・代表者：代表取締役社長 鳥山 真
- ・取組内容：肉牛の生産から食肉加工・販売まで一貫した事業を行う。
(特徴) 自社直営牧場を筆頭に群馬県内50戸の契約畜産農家で黒毛和牛・交雑種を肥育。
- ・売上高：25億600万円 (H31)
- ・雇用者数：52名 (H31) (パート含む)
- ・URL：<http://akagi-beef.jp/> <https://umami-wagyu.com/>

【取り組むに至った経緯】

- 牛肉市場の価格形成は「消費者ニーズをくみ取れていない」という思いから、生産・加工・販売のサプライチェーンの構築を図る。
- 牛肉は一般的に「霜降り」から判断されるが、霜降りランクに加え、「味の見える化」による差別化を図る。

【活用した支援施策】

- 経済産業省 ものづくり交付金
味覚センサー小型化：800万円 (H30)
- 日本政策金融公庫 事業性評価融資
畜産の拡充：2億円 (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)

- 生産：約10年に渡り4,000頭以上の個体別生育データを記録し、生育カルテとしてデータベース化。牛肉の霜降りに加え、脂・赤身のうま味を追求した生産を実施。
- 加工：食肉加工時に牛肉のうま味(脂・赤身)を測定するノウハウを保有し、クラウドデータベース化を実現。
- 販売：食材にこだわりを持つスーパーやレストランが取引先。海外輸出にも積極的に取り組む。レストランへは料理の食肉部位の提案だけでなく、メニュー開発もサポート。

○イノベーション (他社との新結合)

- 食肉脂質測定装置を利用した脂肪酸組成の分析、うま味指標の一つであるオレイン酸を測定。
- 東洋大学と連携した、柔らかさ測定と官能評価の研究。
- 牛個体別にうま味測定データと生育カルテを解析し、独自和牛生産メソッドを蓄積。



管理飼育された赤城牛



こだわりの赤城牛の部位



赤城牛を使用した料理

【成長へのターニングポイント】

○経営戦略

→「自社で手がける一貫生産」、「味の見える化(味マップ)」、「外さない牛肉生産」、「遺伝子解析」及び「ロース+セカンダリーカット(ロース以外の部位で、カタ、モモ、バラ)での海外輸出」の実践。

○地域の畜産農家との連携

→鳥山牧場で出生した年間380頭の子牛のうち、一部を地域の畜産農家へ出荷して提携肥育を行い、肥育された和牛も「TORIYAMA UMAMI WAGYU」ブランドとして海外で販売し、群馬の輸出基盤拡大を図る。

○海外の需要者へのアピール

→霜降りだけでなく肉のうま味に特化していることを伝えるために、海外専用ブランド「TORIYAMA UMAMI WAGYU」を展開。
→海外プロモーションでは、牛肉だけでなく和食料理人を世界に派遣し、日本特有の和牛調理技法のコツ・ヒントを紹介しながら高級レストランにアピール。すき焼き応援県として、和牛のほか群馬県産品(ねぎ、しらたき、調味料、日本酒など)を紹介。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・県産牛肉を観光資源ないしは飲食店における差別化食材として捉え直し、県内観光地向け及び県内飲食店向けの営業活動を強化。また、牛肉加工品の販売促進に注力し、新商品開発も実施、併せて会社近隣の消費者需要を取り込む営業施策を行った。
- ・鳥山牧場では2018年に「農場HACCP」、2019年に「JGAP家畜・畜産(肉牛)認証」、鳥山畜産食品株式会社では2020年に「JFS-B認証」をそれぞれ取得。

○経費節減の工夫

- ・全社で原料・加工・販売各セクションを貫いたサプライチェーンマネジメントを実施し、各工程が連動した計画性の高い会社運営を実践することで、人件費、工場稼働費の無駄を削減して最大利益を目指す。
- ・管理者、責任者を中心に、スタッフ全員でPDCAサイクルを意識した運営ができる仕組みを構築。原料・加工・販売各セクションを貫いたサプライチェーンマネジメントを実施し最大利益を目指す。

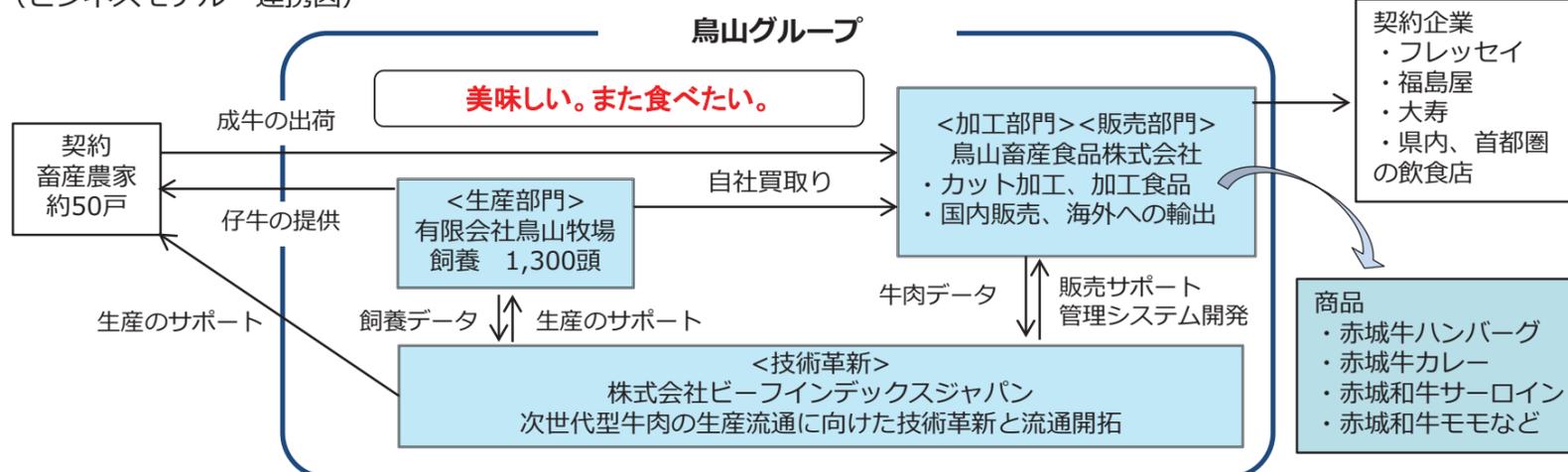
【今後の展望】

- 国内・海外マーケットともに、自社コンセプトとターゲットニーズを再度見直し、訴求内容を再整理したプロモーションを実施。
- コロナ禍の経験から、直接販売(直売・ネット販売)を現状10%程度から20%増加させる。また、輸出についても5%から10%増加させる営業活動を実施。
- 消費者向け直接販売を拡大させるため、販売所施設の充実に向けて検討。

【取組の効果】

- 売上高
25億1,300万円 (H25) → 25億600万円 (H31)
- 雇用者数(パート含む)
49名 (H25) → 52名 (H31)
- 主な原材料の取扱い頭数(牛枝肉)
2,686頭 (H25) → 2,058頭 (H31)
- 海外展開の状況
輸出先：シンガポール、米国、EU、香港

(ビジネスモデル・連携図)



自家産さつまいもを活用した 加工品の製造と通年販売事業

総合化事業計画の認定

平成27年10月

TATA GREEN株式会社

<事業者の概要>

- ・所在地：埼玉県熊谷市
- ・代表者：代表取締役 坂井 孝行
- ・取組内容：自社生産のさつまいもを原料とした加工品を開発し、自社店舗のほかインターネットでの販（特徴）売を行う。農地の借入れ栽培面積を増やし、通年販売が可能な体制とし、雇用の拡大と経営改善を図る。
- ・売上高：7,800万円（R1）
- ・雇用者数：11名（R1）（パート含む）
- ・URL：<http://tatagreen.jp>
<https://www.facebook.com/imoyatata/>

【取り組みに至った経緯】

- 元証券ディーラーの代表が兼業農家を開始、課題の多い農業の魅力にとりつかれ、専業となる。農業の悪いイメージ（きつい、汚い等）を払拭することを使命とし、自らモデルとなることを決意する。
- 江南地区の土壌にさつまいもが適していることを確認、H23年に30aの作付けを始める。

【活用した支援施策】

- 特になし

【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）

- ・自社さつまいもの風味をより感じていただくことをコンセプトに冷凍焼き芋、さつまいもプリンなどさつまいも関連商品を開発・販売。

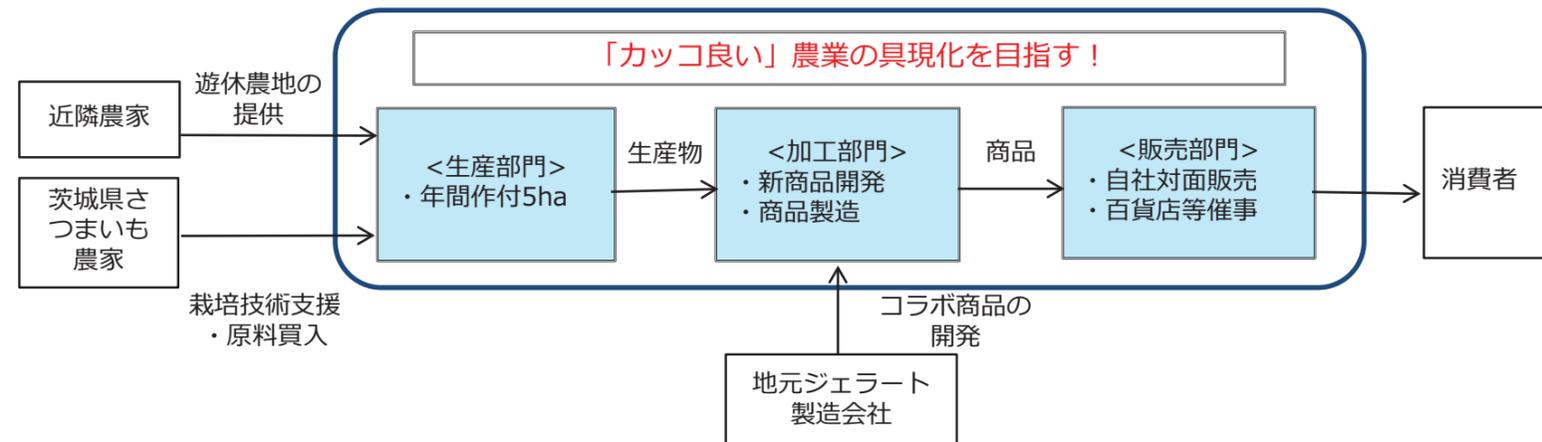
○イノベーション（他者との新結合）

- ・地元のジェラート専門店とコラボし、「TATA焼き芋アイス乗せ」を開発。「ここでしか食べられない商品」を積極的に開発し、店舗への来客増加を図る。
- ・自社さつまいもを地元の特産品とするため、自ら産地化プロジェクトを開始。地元農家とのイベント開催や地元飲食店との連携を行う。

（ビジネスモデル・連携図）

TATA GREEN（株）

「カッコ良い」農業の具現化を目指す！



DISCOVER

MURA no TAKARA
ディスカバー 農山漁村の宝



第6回ディスカバーノミネート&事例集表紙に写真掲載



各種商品



店舗自慢の吹きさらし構造

【成長へのターニングポイント】

○SNS活用

- 「干し芋1000個売るまで帰れま1000」（※代表自らリヤカーを引いて、干し芋を爆売りするイベント）等の企画や代表が農業への熱い思いを語るなどSNSを展開し、同社のファン（常連）を多数獲得。

○自社店舗における対面販売

- 自社店舗は、吹きさらしの構造により、焼き芋の香りで人を呼び購買欲を掻き立てる。店頭にて、季節ごとのさつまいものやわらかさ、甘さなどを丁寧に説明。少しでもお客様に好印象をいただくことを目指し、リピーター獲得につなげる。

○オリジナル商品「焼き芋の干し芋」等商品の開発・販売

- 自社のさつまいもを素材だけでどれだけ甘くできるか追及し開発した商品。同社を代表する商品となる。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・ペースト化したさつまいもを冷蔵保存し、長期の販売を実現。現在は廃棄ロスを殆ど無くし、売上高向上につなげる。

○経費節減の工夫

- ・代表、常勤職員をリーダーとして、非常勤職員を生産・加工・販売の複数部門に従事できるよう育成。季節を問わず、非常勤職員を効率的に雇用する。

【今後の展望】

- 東南アジア、ニューヨーク等の現地有力企業から情報収集をした上で、当社さつまいも商品の海外展開を図る。
- 自治体主催の講演会等で、農業者に農業の魅力をあらためて伝えるとともに、SNSの活用方法など具体的な販売促進方法の講演を行っていく。

【取組の効果】

- 売上高
800万円（H26（6次産業化取組前））
→7,800万円（R1（6次産業化取組後4年））
- 雇用者数（パート含む）
非常勤10名（H26）→11名（R1）
- 原材料生産面積（さつまいも）
2.1ha（H27）→5.0ha（H31）

毎日食卓に落花生を！ 丹精込めてつくった落花生の新たなニーズを創出

総合化事業計画の認定

平成25年10月

株式会社オオノ農園

<事業者の概要>

- ・所在地：千葉県香取市
- ・代表者：代表取締役 大野俊江
- ・取組内容：自社生産した落花生を活用し、無糖・無添加の落花生100%のペースト商品を製造・販売
(特徴)
- ・販売数量：20,000個 (R1)
- ・雇用者数：20名 (R1) (パート含む)
- ・URL：<http://www.oono-nouen.com/>

【取り組むに至った経緯】

- 丹精込めて栽培した落花生を単なる嗜好品で終わらせたくないという思いから、新たな需要の開拓と販路の拡大のため、お菓子作りや料理など幅広い用途で使える無糖・無添加のピーナッツペースト商品の製造・販売に取り組む。

【活用した支援施策】

- 農林水産省：6次産業化推進整備事業（加工設備）（H23年度 食流機構基金事業）補助金：221万円
- 千葉県：千葉県経営多角化支援事業（H29）補助金：157.7万円
- 千葉県：東京湾アクアライン・圏央道を活かした地域産業活性化事業（商品開発に係る専門家の派遣）（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）

- ・土づくりや有機肥料にこだわりを持って栽培した食味の良い落花生を、無糖・無添加でペースト状に加工することにより、お菓子作りや料理などへの幅広い用途のある商品に仕上げ、新たな需要を開拓できた。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・毎年、東京の大学からの農作業アルバイトを受け入れ、播種、除草及び収穫作業を手伝ってもらっている。近所の空き家を借り上げ、学生の宿泊場所として提供。町からの依頼で始めた取組も、今では、学生サイドで毎年引継ぎを行い来園してくれている。

(事業体制図)

(株) オオノ農園

こだわりの落花生を単なる嗜好品で終わらせたくない。

<生産部門>
落花生
・千葉半立
・Qなっつ
・郷の香

加工

<加工部門>
・ピーナッツペースト

商品

<販売部門>
・直売
・インターネット

販売

・百貨店
・地元直売所
・道の駅
・菓子店
・ネット通販
・スーパー 等

展示会・商談会・コンテストへの積極的な参加

大学生の農作業体験、研修の受入れ



代表の大野氏（左）



落花生100%ペースト。左は渋皮入り

【成長へのターニングポイント】

○新たな需要の開拓

- 当初は、塩味、甘味、無糖・無添加の3商品をラインアップしたが、無糖・無添加の評判が良かったことと、より当園の落花生の素材の旨さをPRすることにもつながることから、無糖・無添加にこだわって「落花生100%ペースト」として商品化していった。平成29年度6次産業化優良事例表彰で奨励賞（地域連携賞）を受賞する等、知名度も上がり新たな需要の広がりをみせ、販路は多岐にわたり展開することとなった。

○技術促進

- 千葉県が開発したトラクターのアタッチメントを利用して、耕運・播種・マルチ張りを一連の機械作業で行う。生分解性マルチを使用することにより、作業効率の向上と廃棄物処理問題を解決。掘取り機は、農研機構が開発した製品を使用することにより、掘取り、土ふるい、反転を一工程で行う事ができ、慣行作業より労働時間を35%短縮。天候に左右されず安定的に乾燥する独自の方法で乾燥期間を短縮。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・展示会・商談会・コンテスト等へ積極的に参加し、試食等を通じて商品の良さや食べ方の提案を行った。

○経費節減の工夫

- ・播種前の耕運から収穫後の作業まで機械化し、人件費の節減を図った。千葉県経営多角化支援事業（H29）で導入した落花生の渋皮を自動で除去する機械により、労働時間を30%削減。
- ・オンライン上での商談を積極的に推進することにより、限られた人的資源の中で交通費、移動時間の削減、経営の効率化が図られた。

【今後の展望】

- 自社HPを改修してECサイトを立ち上げ、ネット販売を開始する。
- 宿泊施設のある滞在型農業体験の出来る施設や農家カフェ(落花生専門)等に取り組んでみたい。
- 関西や東北方面での販売を展開していきたい。

【取組の効果】

- 販売数量 20,000個 (R1) (6次産業化取組後6年)
- 雇用者数 (パート含む) 6名 (H25) →20名 (R1)
- 主な原材料生産面積 (落花生) 10ha (H25) →18ha (R1)
- 6次産業化優良事例表彰「奨励賞」受賞 (H29)
- 「ちばの逸品を発掘2015」女性起業家等部門 金賞受賞

「牛とひとを育む」幸せな牧場！ —まちなかの楽しい牧場めざして—

総合化事業計画の認定

平成24年2月

磯沼ミルクファーム

<事業者の概要>

- ・所在地：東京都八王子市
- ・代表者：磯沼 正徳
- ・取組内容：家畜福祉に取り組んで生産した生乳を活用した牛乳・乳製品の製造販売。直営店の運営や体（特徴）験教室などのイベント事業に取り組む。
- ・売上高：1億3,000万円（R1）
- ・雇用者数：15名（R1）（パート含む）
- ・URL：<http://www.isonuma-milk.com/>

【取り組むに至った経緯】

- オーストラリアで研修を受け導き出した、地域に役立つ楽しい空間として、誰でも気兼ねなく訪問できる地域の交流が図れる農場（オープンコミュニティファーム）に着目。
- 八王子にて乳牛の命の尊厳と自主性の尊重（アニマルウェルフェア）を目標にした牧場づくり。カカオやコーヒー殻を敷き材利用し、環境に配慮した都市酪農を展開。

【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）

- ・乳牛は、代表的なホルスタイン以外に6種類の牛種を飼養。
- ・ヨーグルトは複数の乳牛の生乳を混ぜるのではなく、厳選された1頭からの生乳を使用して商品化することにより付加価値を創出。
- ・都内から1時間、最寄り駅から5分で行ける街の中の牧場。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・エコフィードの給餌を行い特色ある畜産物を生産。（H29 エコフィード優良事例、最優秀賞受賞）
- ・乳加工食品作り体験教室、長期・短期の研修生、子供の職場体験、見学の受入れを実施し（教育ファーム認定）、各種市民との関係性を構築。
- ・SNSを活用し異業種とコラボして各種イベントを開催し、楽しい空間をPRしながら積極的につながりを広げている。

（ビジネスモデル・連携図）

磯沼ミルクファーム

牧場を地域に役立つ、おもしろい、美味しい、楽しい空間にしたい！

オープンコミュニティファーム

～酪農の価値を地域と共有
動物福祉、癒しを通じ、教育の場に活用～

<生産部門>
・生乳
・完熟堆肥

→ 指定団体

一頭のジャージー牛のミルク
クだけで製造し、その牛の
名前を冠にした商品開発

加工仕向

<加工部門>
・ヨーグルト

→

<販売部門>
・イトイン型直営店
（セレオ八王子）
・道の駅、インター
ネット等

<連携部門>新商品開発・OEM販売・研修、体験教室

SNSを活用したつながり

催事への積極的な参加

・日本橋三越・新宿伊勢丹（催事への出展）

イベントの開催

・乳搾り体験等自社企画
・地域活動のフィールドとしての牧場の提供（ヨガ
キャンプ・いも煮会等）。

価値の創生

・農場から発信するアニマルウェルフェアの価値を食品企業・流通業・外食業・消費者と連携する地域密着な活動で創造する。



放牧場



直営店



一頭のジャージー牛のミルクだけで製造し、その牛の名前を冠にした商品



【成長へのターニングポイント】

○販売先の確保

→駅ビルにて、イトイン型直営店を営業（セレオ八王子）、広範囲の消費者への販売を実施。

○ネット環境の整備

→ホームページの随時更新、ネットショップの拡充。

→都心から1時間という立地条件からテレビやマスコミの取材を受けること多数、その波及効果は大きい。

○バリューチェーンの好循環

→都内で生産されていることを付加価値として販売を促進。

○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。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・新商品開発による、直営店での販売実績の向上。
- ・牧場を市民活動に提供し、地域に密着した「まちなかの牧場」をアピール。
- ・SNSを活用し、酪農の枠を超えたつながりを増やして、多種多様な販路を開拓。

○経費節減の工夫

- ・機械化・システム化による人件費の節減。
- ・作業のマニュアル化により生産性向上、効率化を実現。

【今後の展望】

- AWFC（アニマルウェルフェアコミュニティ、H28設立）の発起人となっていることから、動物福祉の価値を認知する消費者へ供給するためのバリューチェーンを構築する。生産・加工・流通を担う事業者のコミュニティの発展を通じて、我が国の動物福祉に寄与する。
- 環境に配慮した取組と牛と人とを育む牧場づくり。
- 加工施設、搾乳施設の高度化と酪農への理解促進の取組を推進する。
- 楽しめる酪農の推進、後継者の育成。
- 酪農におけるSDGsの実現。

【取組の効果】

- 売上高
40%向上（H22（6次産業化取組前）
→R1（6次産業化取組後7年））
- 雇用者数（パート含む）
7名（H22）→15名（R1）
- 平成29年度エコフィードを活用した畜産物生産の優良事例（生産局長賞、最優秀賞）

横浜育ちの牛乳「ハマッ子牛乳」の地域ブランド化 ～地元の農産物を活用したジェラートの開発～

総合化事業計画の認定

平成24年10月

有限会社相澤良牧場

<事業者の概要>

- ・所在地 : 神奈川県横浜市
- ・代表者 : 代表取締役 相澤 広司
- ・取組内容 : 自らが生産した牛乳を使用し、ノンホモジナイズ牛乳の製造とジェラートの商品開発・製造・販売を行っている。
- ・売上高 : 8,900万円 (R1)
- ・雇用者数 : 18名 (R1) (パート含む)
- ・URL : <http://www.augustamilkfarm.jp/>
<https://ja-jp.facebook.com/AugustaMilkFarm>

【取り組むに至った経緯】

- 自社ブランド牛乳は委託で加工、販売を行うため、高コストが課題であり、販売価格に転嫁できない悩みがあった。
- このため、ジェラートの開発により高付加価値化を図るとともに、自ら加工・販売を行うことを着想した。

【活用した支援施策】

- 農山漁村6次産業化対策事業
ソフト事業 : 130万円 (H25)
- 6次産業化ネットワーク活動支援事業
ソフト事業 : 80万円 (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)**
 - ・横浜育ちの牛のミルクを、横浜ブランドとして、牧場と隣接する自社店舗で販売。
 - ・風味豊かで、加工特性の良いブラウンスイス種の生乳を原料に使用。
 - ・ジェラートの開発、製造、販売により付加価値を創出。
- イノベーション (他者との新結合)**
 - ・地元生産者やJAからジェラートの原料供給を受けることにより、地元農業に貢献。
 - ・地元住民の積極的な雇用を行っている。



店舗・店舗内部



商品 : ジェラート
商品 : ハマッ子牛乳



【成長へのターニングポイント】

- 知名度向上**
→横浜市内等で行われるイベントに積極的に参加したことにより、自社ブランドの知名度向上、新商品のリピーター獲得を実現。
→近隣の小学校の校外学習に協力し地元での知名度向上。
- 商品開発**
→イベント限定でワッフルにジェラートやフルーツをトッピングした商品を開発し、インスタ映え、お得感などの消費者のニーズに乗ることのできる商品開発ができたこと。
→学校給食・事業者向けの商品開発 (ヨーグルト等) を実施したこと。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・南町田グランベリーパーク新規出店や学校給食への納品などによる販路の拡大。
 - ・事業者向けの商品開発により飲食店への販売を実現。
- 経費節減の工夫**
 - ・SNSを活用し、広告宣伝費の節減。

【今後の展望】

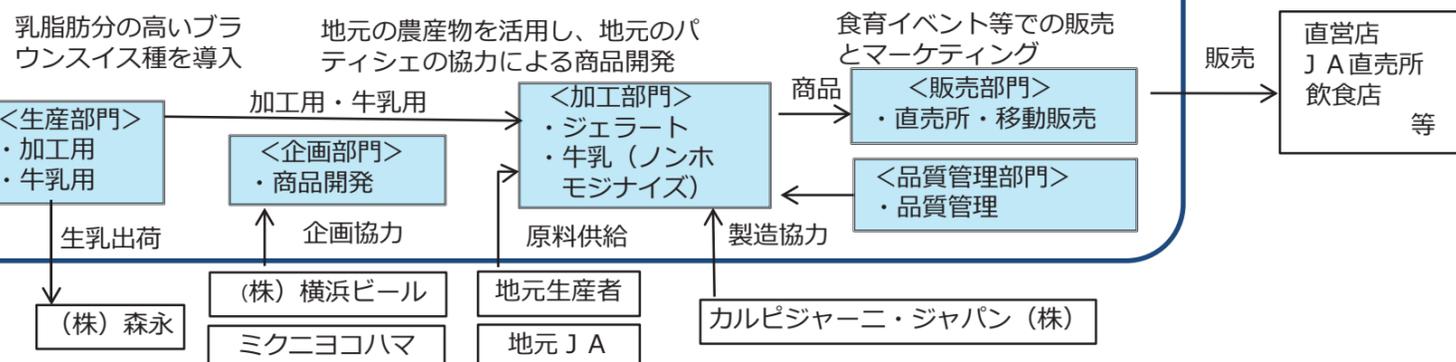
- 地元農産物を活用し新たな商品の開発を行う。
- 各種イベントへ積極的に参加して移動販売による販売促進を図る。
- 新たな商品開発により、南町田グランベリーパーク店舗の売上向上を図る。
- 今後新設される商業施設への出店を目指す。

【取組の効果】

- 売上高 (6次産業化関連)
3,200万円 (H24) → 5,000万円 (R1)
- ブラウンスイス種の乳牛導入
1頭 (H24) → 4頭 (R1)
- 雇用者数 (パート含む)
2名 (H24) → 18名 (R1)

(有) 相澤良牧場

横浜育ちの牛乳や農産物を活用して乳製品の地域ブランド化を図りたい!



たまごからみんなを笑顔に！ ～対面販売を中心とした販路展開～

総合化事業計画の認定

平成24年10月

神奈川中央養鶏農業協同組合

<事業者の概要>

- ・所在地：神奈川県愛川町
- ・代表者：代表理事組合長 彦坂 誠
- ・取組内容：当組合が生産する鶏卵の内、規格外卵を使用した「たまごソフトクリーム」、「焼き菓子」(特徴)の開発、製造を行い、直営店の卵菓屋やイベント等での販売を行っている。
- ・売上高：41億100万円 (H31)
- ・組合員数：58 (H31)
- ・雇用者数：13名 (H31) (パート含む)
- ・URL：<http://chuoyokei.or.jp/>

【取り組むに至った経緯】

- 生卵の生産販売だけでなく、品質に問題がないが収益性の低い規格外卵も美味しく食べてもらえるよう、新鮮な卵をふんだんに使用したソフトクリーム、焼き菓子を開発・製造・販売し、神奈川県産鶏卵の知名度の向上、収益増加を目指した。

【活用した支援施策】

- 6次産業化推進整備事業(加工設備)食流機構による基金事業：270万円 (H23)

【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)

- ・養鶏場と隣接する場所で直売所を運営することで、販売品が新鮮で安心・安全な鶏卵であることをPR。また、指定配合飼料かつ非遺伝子組換えのとうもろこしを給餌することにより差別化。
- ・収益性の低い規格外の卵を使って、ソフトクリーム及び焼き菓子を製造することで付加価値を創出。

○イノベーション(他者との新結合)

- ・愛川ブランド商品製造者として、愛川町と一体となったプロモーション活動。
- ・直売所では、地元の新規就農者の生産した産品も販売し、地元農業に貢献。
- ・地元住民を積極的に雇用している。

(ビジネスモデル・連携図)

神奈川中央養鶏農業協同組合

新鮮たまごで、皆様に笑顔にしたい、安心・安全たまごを食卓に！

指定配合飼料かつ非遺伝子組換えとうもろこしを使用

収益性の低い規格外の卵を使用し商品ごと卵の風味を活かす工夫

ゆでたまご1個の試食が可能な直売所や農協観光とも連携

出店販売

<生産部門>
(規格外卵)
・加工用
・販売用

加工用

<開発部門>
・商品開発
・商品包装

<加工部門>
・ソフトクリーム
・焼き菓子

商品

<販売促進部門>
・直売所
・HP作成・更新
・外部催事出店

マルシェ
店舗

加工業者



焼き菓子



たまごソフトクリーム



店舗

【成長へのターニングポイント】

○商品企画

- 卵を使用したお菓子作りに取り組むため、専任の担当者を配置し研究を重ねた。
- 低カロリー、低コレステロールなどの健康志向ニーズを勘案した商品を開発・提供。
- 観光土産用や、贈答品用の商品を開発。

○規格外卵の使用

- 収益性の低い規格外卵を原料としてふんだんに使用できるため、商品ごとに卵の風味を活かす商品開発が実現。

○地域産品

- 地元産品として、愛川町と一体となったプロモーション活動により、知名度の向上を実現。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・継続して商品開発を行い、定番商品に加え、季節感のある品ぞろえで需要を開拓。
- ・贈答品としての商品開発で販路の拡大を実現。

○経費節減の工夫

- ・太陽光発電機の設置。
- ・照明器具のLED化により省エネを実現。

【今後の展望】

- 消費者ニーズを踏まえた季節ごとの商品を提供していくことにより、集客・販売の促進を図る。
- デパートの催事や地域のイベント等への積極的な参加、観光事業者と提携したバスツアーの実現等により集客・販売促進を図る。

【取組の効果】

- 売上高(6次産業化関連)
2億6,000万円 (H23) → 3億6,600万円 (H31)
- 直売所来店者数
年間41,000人 (H24) → 87,000人 (H31)
- 雇用者数(直売所) (パート含む)
4名 (H24) → 13名 (H31)

国産スモールフルーツを活用した新飲料等の商品開発と販路拡大

総合化事業計画の認定
平成26年2月

有限会社農業法人清里ジャム

<事業者の概要>

- ・所在地：山梨県北杜市
- ・代表者：代表取締役 佐野間 芳樹
- ・取組内容：地域に点在する耕作放棄地を再生し、スモールフルーツを栽培。それらのスモールフルーツ（特徴）を原材料とした新飲料等の商品開発と販路拡大。
- ・売上高：3,000万円（H31）
- ・雇用者数：7名（H31）（パート含む）
- ・URL：<http://www.kiyosatojam.com>

【取り組むに至った経緯】

- 国内では、生産量が少なく極めて珍しいスモールフルーツ（ブラックカシス、グーズベリー等）は、アントシアニン等の栄養素が豊富に含まれ、抗酸化力に優れていることに着目。
- 昨今の健康ブームの中、これら有効性が認知され、魅力的な商品を開発することで、新たな需要の開発に繋がると発起。

【活用した支援施策】

- （農林水産省）6次産業化ネットワーク活動推進交付金（商品開発・加工機器整備）（H26）
- （中小企業庁）ものづくり・商業・サービス・革新補助金（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）

- ・ブラックカシスやレッドカラント等の小果樹は生産者が少なく、国産原材料国内製造のコーディアル（希釈タイプのドリンク）の国内流通は珍しく、付加価値が高い。
- ・ペクチン不使用で超低糖度ジャム（糖度37度）に仕上げる製造技術があり、他社と差別化が図られている。

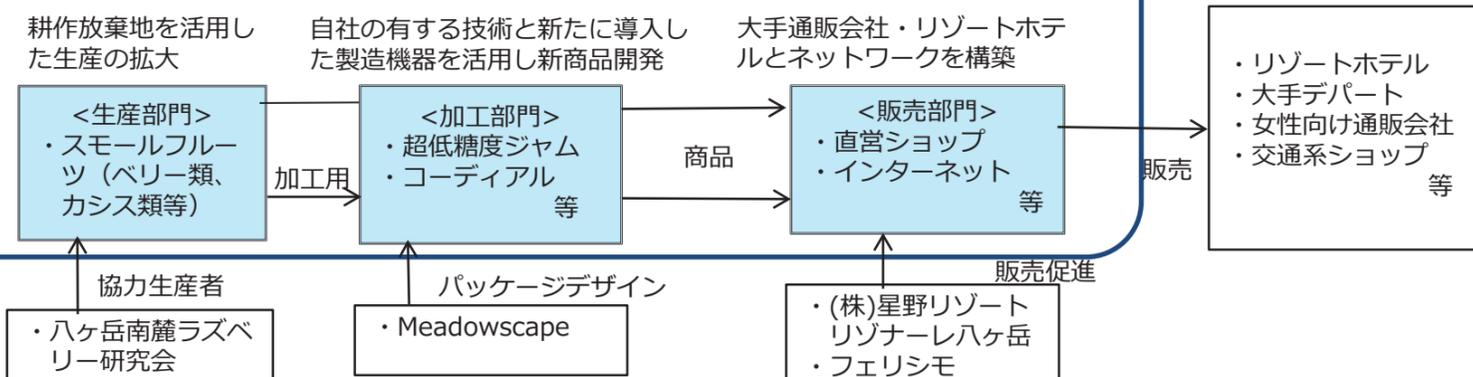
○イノベーション（他者との新結合）

- ・女性向け大手通販会社『素材の学校、そ』と協力し、自家製食品（3種のベリーを使用したベリーベリージャム等）を開発し、原材料とレシピをセットにして販売を行っている。
- ・「超低糖度ジャム」が、富士北麓や東京都千代田区のハイクラスホテルの朝食用ジャムに採用。
- ・北杜市におけるSDGsの取組「食杜北杜」において、北杜高校と「清里ミルクジャム」等の新商品を開発し販売。

（ビジネスモデル・連携図）

有限会社農業法人清里ジャム

農業から加工生産・販売まで、作り手の顔が見える形で「美味しい幸せ」を届けたい！



原材料スモールフルーツの一種
グーズベリー



開発した新商品群



北杜高校生と地域の逸品開発

【成長へのターニングポイント】

○物流の確保

→BtoBプラットフォームを活用した販路開拓や受発注、清算業務のアウトソーシング化を一つのクラウド上で行い、作業の簡素化に取り組んでいる。

○知名度向上

→「フード・アクション・ニッポン アワード」入賞や日本農業新聞「一村逸品大賞」「金賞」受賞により、知名度が向上。アワード等で認められた高い企画力・デザイン力を活かした商品は現在、大手デパートの通販や都内のハイクラスホテル、高級リゾートホテル等でも採用されている。

○技術促進

→製造機器の半自動化による効率化。HACCP認証による安全のメリットを確保。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

・商品の品質や希少性、デザイン性等の「強み」を生かして、取引先の顧客を対象とした新商品の開発などを行い、売上げの確保につなげている。

○経費節減の工夫

・機械化・アウトソース化による人件費の節減。

【今後の展望】

○お客様、農家、お取引様、作り手の私たち、全ての幸せを願って「幸せの6次産業化」を視野に、「超低糖度ジャム」と「フルーツコーディアル」の価値訴求を目指す。

○ウィズコロナ・アフターコロナを見据えた「山梨県グリーンゾーン認証」の基準に沿った感染症予防対策の実践。

【取組の効果】

- 売上高
0万円（H25（6次産業化取組前））
→3,000万円（H31（6次産業化取組後5年））
- 雇用者数（パート含む）
9名（H25）→7名（H31）
- 主な原材料生産面積（スモールフルーツ）
50a（H25）→50a（H31）
- 海外展開の状況
輸出先：台湾（商談中）

気軽に農業体験が楽しめる憩いの場を提供！ 地域資源ブルーベリー「森のサファイア」を ブランド化

総合化事業計画の認定

平成24年2月

株式会社未来農業計画

<事業者の概要>

- ・所在地：長野県長野市
- ・代表者：代表取締役 松田 淳
- ・取組内容：特産のブルーベリーを活用したコンフィチュール等の製造・販売。
（特徴）ハイヒールでも楽しめる観光農園の運営。
- ・売上高：5,200万円（H31）
- ・雇用者数：55名（H31）（パート含む）
- ・URL：<http://www.morinohatake.co.jp/>

【取り組むに至った経緯】

- 自身の目指す「100年続く農業」を実現するために平成19年に就農し、長野県が生産量日本一であるブルーベリーをハイヒールでも気軽に楽しめるよう、管理しやすいポット栽培法を導入し、地域経済の活性化に貢献したいと考えた。

【活用した支援施策】

- 6次産業化推進整備事業
施設整備：1400万円（H23）
- 6次産業総合推進事業
新商品開発・販路開拓：210万円（H24）
- 6次産業化推進支援事業
新商品開発・販路開拓：147万円（H25）

【取り組みの特徴と強み】

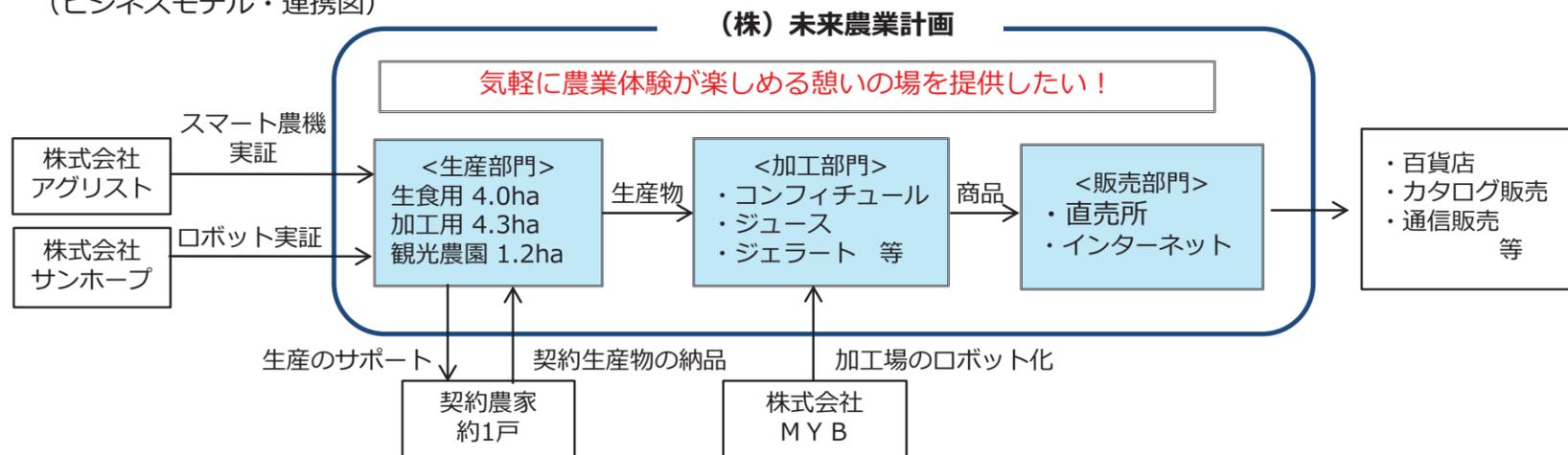
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・5.5haの圃場は全面シート張りで栽培されている。サンダルやハイヒールでも立ち入れ、ブルーベリー狩りが楽しめる観光農園圃場を整備し、スタッフが手作りしたウッドデッキと園を見渡せる見晴台を設置するなどして都会からも誘客をしている。
- ・自社農園で現在販売中のブルーベリー果実とコンポートは、「森のサファイア」ブルーベリーとして商標登録、一元管理し無農薬で栽培した「自社の素材」と「無添加」「手作り」にこだわった加工品、新設した直売施設により更に販売拡大を目指す。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・夏シーズンには収穫と選果作業で地元住民を積極的に雇用することで、住民の働き口となっている。

（ビジネスモデル・連携図）



（'19モンドセレクション授賞式）



（コンフィチュール3種）



（大粒なブルーベリー）

【成長へのターニングポイント】

○商品企画

- 平成24年度に、自社生産の新鮮なブルーベリーを活用したコンポート、生ジュース、ジェラート等の商品を開発・生産。
安全安心で高品質な商品を提供するため、「自社の素材」「無添加」「手作り」にこだわり、素材を活かした高級ラインの商品を実現。国内最高品質で信頼できる商品を目指す。

○広告宣伝の促進

- 開発したコンポート3種類は、モンドセレクション<金賞・最高金賞受賞> 2013年～2020年8年連続受賞したことにより知名度向上を実現。
HPの強化・WEB広告の積極的な活用により、検索順位トップを目指すことで販売額増加を実現。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・マーケットイン型農業の実践により、ブルーベリー生果実、冷凍果実の需要の上昇を経営に反映。
- ・生産量の増大と安定供給体制の構築により、経営を全国展開し販路の拡大を実現。

○経費節減の工夫

- ・農園規模の拡大とともに年々増加する収穫量を効率的に処理できるよう、ブルーベリー専用の選果機を自社で開発改良し、選果作業にかかる人件費の節減を図る。
- ・農作業のできない冬期の間、圃場スタッフの完全休業により人件費削減を実現。

【今後の展望】

- 国産ブルーベリーの需要の増大を受け、新たに栽培圃場の新規整備を行いブルーベリー生産量を現在の14トンから20トンに増やす。
- 無農薬栽培を堅持するため、ブルーベリーに特化した防除方法の知識と技術の確立を目指す。

【取組の効果】

- 売上高
500万円（H24（6次産業化取組前））
→5,200万円（H31（6次産業化取組後7年））
- 雇用者数（パート含む）
12名（H24）→55名（H31）
- 原材料生産面積（ブルーベリー、ラズベリー）
1.25ha（H24）→5.5ha（H31）
- 海外展開の状況
輸出先：シンガポール（洋菓子店：フローワー）

オーガニック碾茶の製造、抹茶加工及び国内外への販売

総合化事業計画の認定
平成27年2月

KAWANE抹茶株式会社

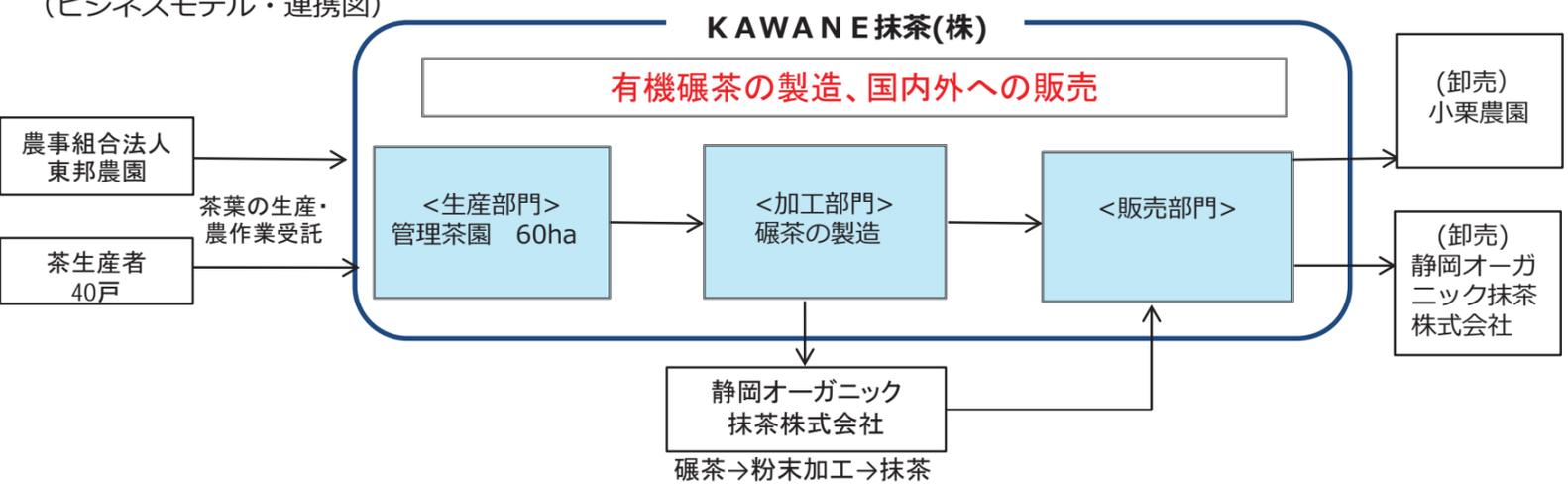
<事業者の概要>
 ・所在地：静岡県島田市
 ・代表者：代表取締役社長 大橋 一輝
 ・取組内容：立地条件を生かした有機農法により生産された碾茶の生葉を「オーガニック碾茶」、「オーガニック抹茶」として加工し、国内及び需要が伸びている海外向けに販売。
 ・売上高：2億7,180万円 (R2.3)
 ・雇用者数：11名 (R2.3) (パート含む)
 ・URL：<http://www.kawanematcha.jp/>

【取り組むに至った経緯】
 ○中山間地の新茶刈り取りが遅い場所は、価格面では不利であり、作業性にも問題を抱える。一方で隔離された地域が多く有機栽培に適する。茶価が伸び悩む中、立地条件を生かした有機抹茶の取組を開始した。
 ○国内の生産量、販売量ともに下降傾向にあることから海外に目を向け、抹茶の国外向けの加工・販売に取り組む。

【活用した支援施策】
 ○食料産業・6次産業化交付金 2,740万円 (H27)
 ○産地パワーアップ (H31)
 <整備の状況>
 加工施設：鉄骨平屋建て 延床553.56㎡
 設備：京都宇治池田式 碾茶機械設備 1ライン

【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)**
 ・原料となる生葉の生産は、過疎化に伴う後継者不足により耕作を放棄された茶園を再生・活用。
 ・世界農業遺産である静岡の「茶草場農法」により茶を栽培。
 ・立地条件を生かした有機農法により茶を栽培。
 ・有機JAS認定工場による碾茶荒茶の製造。
 ○**イノベーション (他者との新結合)**
 ・グループ企業である農業法人東邦農園とともに、各農家と協力した茶園の管理に取り組み、摘採時の人手不足の課題を解決し、耕作放棄茶園の解消に役立っている。
 ・島田市緑茶化計画に参加し、産学官連携によって開発・販売された抹茶アイスへの原料供給を行った。

(ビジネスモデル・連携図)



(山あいの茶園)



(レンガ式の碾茶炉)



(抹茶の原料となる碾茶)

【成長へのターニングポイント】
 ○**バリューチェーンの好循環**
 ・平成28年から碾茶の加工・販売を開始。販売が好調なことから、栽培面積も26年の13.8haから30年には45haに増加。29年には生産ラインを増設し30年度に第2工場、31年度に第3工場増設。
 ・平成30年から、コンビニエンスストア等で販売されるデザート向けの素材として、原料供給を開始。多品目の商材に採用され、売上げは好調。
 ○**技術促進**
 ・原料となる茶園面積の拡大に伴い、園地ごとの摘採時期を把握・調整することにより、刈り遅れの防止と品質の向上に努めた。

【経営改善に向けた取組】
 ○**売上高向上のポイント**
 ・有機JAS栽培に共同で取り組む農家を増やし、オーガニック碾茶用生葉の供給量を増やす。
 ・令和2年9月、静岡県中西部の茶商や茶農家とともに「静岡オーガニック抹茶株式会社」を設立し、新たな有機抹茶加工工場を本格的に稼働。国内外の有機抹茶の大規模需要に対応する。
 ○**経費節減の工夫**
 ・粉碎機等加工設備について、当初計画を変更し委託製造で対応し経費を節減。

【今後の展望】
 ○適期収穫等による品質向上に努め、単価を上げることが重視する。
 ○国内外の展示会・商談会への積極的な参加により、さらなる販路拡大に取り組む。
 ○後継者不足等により放棄された茶園の再生・活用に継続して取り組む。

【取組の効果】
 ○売上高 2億7,180万円 (R2)
 ※総合化事業計画認定5年後 (H27操業開始)
 ○雇用者数 (パート含む) 11名 (R2)
 ○主な原材料生産面積 13.8ha (H26) → 60ha (R2)
 ○海外展開の状況 静岡オーガニック抹茶(株)と連携して輸出

葉たばこの廃作等に伴う、さつまいも栽培の導入と砂丘さつまいものブランド化

新潟みらい農業協同組合 かんしょ部会

<事業者の概要>

- ・所在地 : 新潟県新潟市
- ・代表者 : 部長 伊藤 久
- ・取組内容 : 葉たばこの廃作等に伴い、H21年からさつまいも（品種：べにはるか）の栽培を推進。生産（特徴）したさつまいもを「いもジェンヌ」としてブランド化。青果販売のほか、一部をペーストにして菓子原料として販売。芋焼酎の委託製造・販売も行っている。
- ・売上高 : 8,899万円 (R1)
- ・生産者数 : 19名 (R1)
- ・URL : <https://ja-niigatamirai.jp/>
<https://ja-ja.facebook.com/ja.niigatamirai>

【取り組に至った経緯】

- 葉たばこの廃作等による耕作放棄地解消のため、平成20年にJAや県等で新規品目検討プロジェクトチームを立ち上げた。
- 葉たばこの後継作物として地域の若手農業者によるさつまいもの試験栽培を実施し、砂丘地で良品の生産が可能であることを確認。

【活用した支援施策】

なし

【取り組みの特徴と強み】

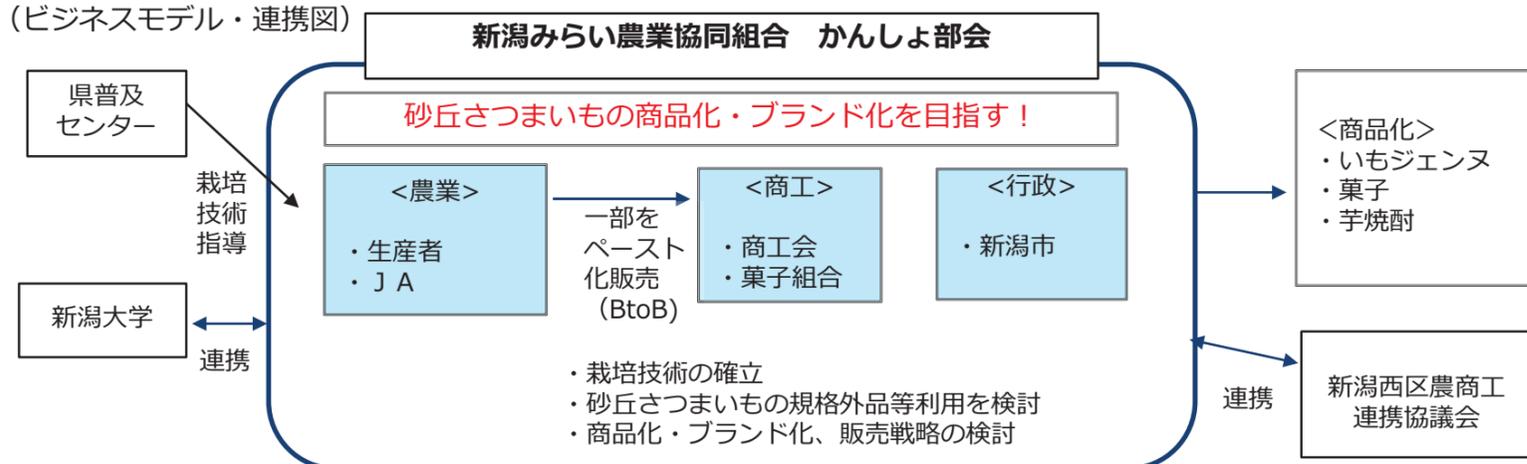
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・砂丘地で栽培されたべにはるかを平成24年に「いもジェンヌ」として商標登録し、ブランド化。
- ・知名度を上げるため、ロゴマークを製作し、いもジェンヌのペーストを使用した菓子にもロゴマークを付すことで更なる知名度アップを図った。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・砂丘さつまいもの生産・ブランド化等に向けた新潟西区農商工連携協議会を設立。
- ・砂丘さつまいもの販売戦略を検討するため、新潟大学の学生と商品化・ブランド化に向けた検討を実施。
- ・規格外品等を有効利用するため、異業種との連携を構築。

(ビジネスモデル・連携図)



ロゴマーク、キャラクター、焼きいも



スイートポテト、芋ようかんセット



芋焼酎

【成長へのターニングポイント】

○地域産品の検討

→砂丘地の耕作放棄地で栽培するにあり、飛砂対策も考慮しつつ、県内消費量が多く、生産量が少ないさつまいもを選定。

○販売戦略・促進

→協議会メンバー等の菓子店が、いもジェンヌのペーストを原料とした菓子の製造・販売をすることで、消費者から関心を持ってもらえ、青果、菓子ともに知名度が向上。

○新たな農業機器等費用の抑制

→葉たばこ生産に使用していたマルチロータリー等を活用することにより、順調に作付面積拡大。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・新潟大学の学生と販売戦略（商品開発、ブランド化等）について、協議・検討を実施。
- ・青果販売を主とし、加工品（ペースト（菓子原料）、焼酎）は、委託製造。
なお、ペーストは、協議会メンバー等の菓子店（14店舗）に販売、焼酎はJA直売所等で販売。

○経費節減の工夫

- ・加工品の製造は他業者に委託し、自らが設備投資を行うことを回避。
- ・挿し苗を購入していたが、ポット苗を購入し、挿し苗を生産することにより、種苗費を削減。

【今後の展望】

- JA新潟みらいかんしょ部会として、売上高1億円、生産者の確保、栽培面積拡大、10aあたりの生産量2,000kgと売上げ55万円を目指す。
- 県内全域での「いもジェンヌ」の知名度をアップさせるとともに、地道な販路開拓により県外進出を目指す。
- 耕作放棄地の発生防止、担い手育成及び地域活性化。

【取組の効果】

- 生産者 9名(H22) → 19名(R1)
- 作付け面積 64a(H22) → 1,997a(R1)
- 売上高 4,425万円(H25 (6次産業化取組前)) → 8,899万円(R1 (6次産業化取組後6年))
- 加工品 いもジェンヌのペースト（業務用）、いも焼酎

1年を通して収穫体験ができる観光農園

～お客様のニーズを受け多種多様なフルーツを栽培～

有限会社白根グレープガーデン

<事業者の概要>

- ・所在地：新潟県新潟市
- ・代表者：代表取締役 笠原 節夫
- ・取組内容：50年にわたりぶどう・いちご等の観光農園を経営。1年を通してフルーツ狩りが体験できる。
（特徴）各種フルーツの直売のほか、自社産フルーツを使用したジェラートを販売。
- ・売上高：1億4,400万円（R1）
- ・雇用者数：35名（R1）（パート含む）
- ・URL：http://www.kudamonogari.com/

【取り組むに至った経緯】

- 昭和41年にぶどう単一経営で農協に出荷していたが、経営状況を改善するため観光農園事業を開始。
- 時代のニーズに合わせ、日本なし・りんご等品目を拡大し、平成9年いちごの導入により、ほぼ1年を通してフルーツ狩りが可能となった。
- 自社産フルーツ等を原料として、平成17年ジェラート、平成23年ドライフルーツに取り組む。

【活用した支援施策】

- 新潟県農林園芸推進事業
施設整備：1,200万円（H16）
- 新潟県園芸推進事業
施設整備：990万円（H29）

【取り組みの特徴と強み】

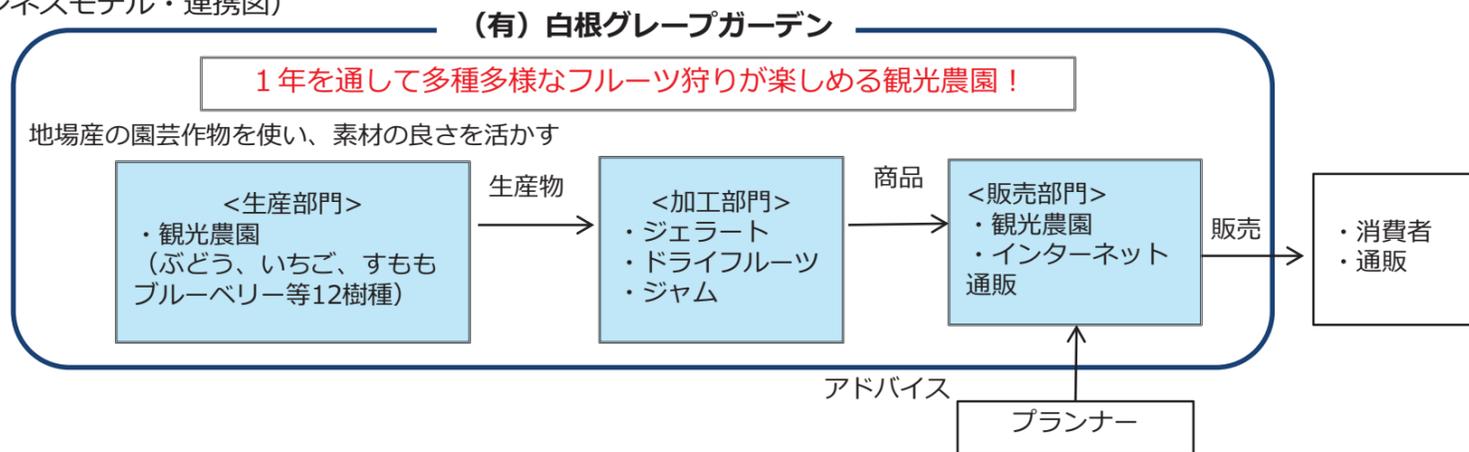
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・果樹11品目（94品種）といちご（11品種）の栽培により、1年を通してフルーツ狩りができ、雪国の冬でも楽しめる観光農園サービスを提供。
- ・加工品には極力添加剤を使用せず、素材の味が生きる加工方法を徹底。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・新潟市南区観光農園協会に参画し、東京における販促等、果物産地のPR・普及活動に取り組む。
- ・学生のインターンシップ、研修生等を積極的に受入し、自社の人材確保、就農後の人的ネットワーク構築。

（ビジネスモデル・連携図）



通年で楽しめる観光農園



フルーツ狩り



ジェラート

【成長へのターニングポイント】

○営業企画・人材力向上

→全国の先進的な農業者に出向き、自社の栽培技術の向上、ジャムやドライフルーツの商品開発に寄与。訪問先の農業者とのネットワーク構築により、最新の技術情報等を取得し経営改善に取り組む。

○ニーズへの迅速対応

→お客様のニーズに応え、ぶどうの栽培品種を拡大。さらに、いちごの導入により、1年を通して様々なフルーツ狩りが楽しめる観光農園とした。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・園内の様子をSNS等により情報発信すると次回来園の料金割引をする等の取組によりリピーター客を確保。
- ・生食に不向きな果実等をジェラートに加工することにより、ロスを削減し売上増加を図る。

○経費節減の工夫

- ・自家製のたい肥の使用、ハウス内の温度管理の自動化等によるコスト削減。

【今後の展望】

- 農園のテーマパーク化を目指す。当面、園内に農園カフェを整備する予定。
- 従来の農業のイメージから脱却し、「稼ぐ、カッコいい、感動できる」をモットーに働きやすい環境作りを目標とする。

【取組の効果】

- 売上高
4千万円（H9（いちご導入））
→1億4千万円（R1（いちご導入後22年））
- 雇用者数（パート含む）
8名（H9）→35名（R1）
- 主な原材料生産面積（果樹、いちご）
3ha（H9）→4.6ha（R1）

ハウスイチゴ・花き栽培を活用した観光農園 (地域憩いの場)での米粉商品の開発・販売

総合化事業計画の認定

平成24年5月

有限会社梅香園

<事業者の概要>

- ・所在地 : 富山県砺波市
- ・代表者 : 代表取締役 梅本 英孝
- ・取組内容 : 農園内に直売所・観光農園・喫茶コーナー(米粉カフェ)を整備し、自社のカルチャー教室(特徴)や高齢者・身体障害者のために利便性を図るなど「地域に憩いの場」を提供。また、自社産の米から加工した米粉及び米粉製品や農園で収穫された野菜を活用した加工品の製造販売。
- ・売上高 : 3,000万円(H31)
- ・雇用者数 : 3名(H31)(パート含む)
- ・URL : <http://www1.tst.ne.jp/hana-612/>

【取組むに至った経緯】

○「食の癒やし」、「見る癒やし」、「感じる癒やし」をテーマに農園を運営し、生産している種籾、大豆、花き、野菜を提供していたが、種籾や大豆の価格が下落し、収益が上がらなくなったことから、自社生産農産物を活用した加工商品等の製造販売に取り組んだ。
社員各々が保有する資格を活かし、カルチャー教室の開催や、施設内のバリアフリー化を行い、高齢者、障害者にも喜んでもらえる「地域の憩いの場」を目指した。

【活用した支援施策】

- 食料産業・6次産業化交付金
施設整備: 1,764万円(H25)

【取組みの特徴と強み】

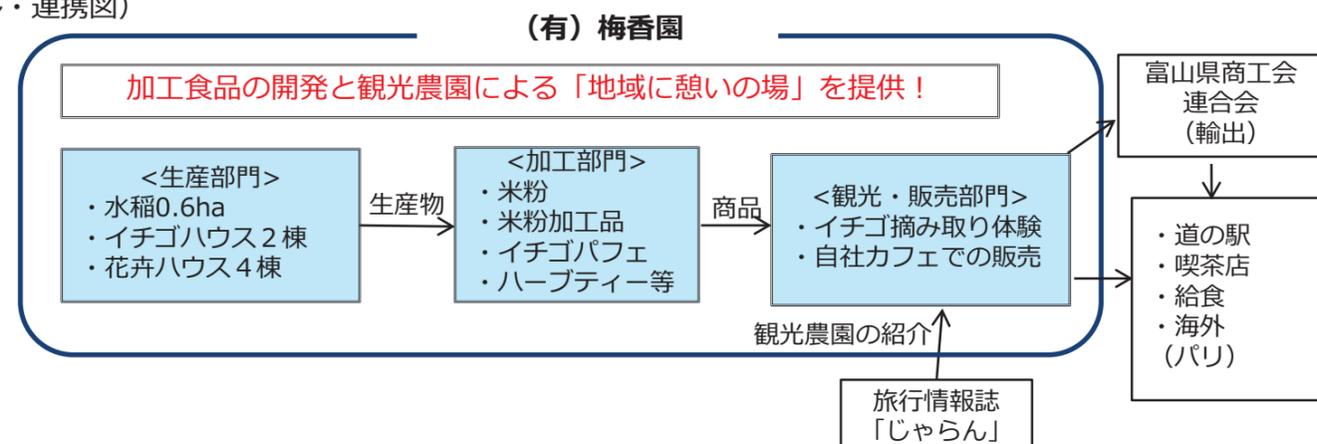
○バリューチェーン(付加価値・差別化)

- ・自社生産の米から加工した米粉と当農園で収穫したハーブや野菜を活用した洋菓子等を提供する米粉カフェを展開している。
- ・花きやイチゴハウスでは、生産作業を見ながら直売を行ったり、ハウス内での飲食やベビーカーを押したお客様にも楽しんでいただけるよう工夫している。
- ・農園内に直売所・観光農園・喫茶コーナー(米粉カフェ)を設置し、農園内の農産物の収穫体験と同時にその農産物を使用した料理教室を開催したことで、リピーターが増えている。

○イノベーション(他者との新結合)

- ・自社生産の米から加工した米粉を使用した米粉焼菓子やイチゴ大福を当農園や道の駅で販売。また、「富山県商工会連合会」の紹介で出品したのがきっかけで、パリへ業務用食材として輸出している。

(ビジネスモデル・連携図)



米粉カフェ梅香



花の手入れをする梅本代表(左)



米粉イチゴワッフル

【成長へのターニングポイント】

○高齢者・障害者との交流

→高齢者や障害者にも「憩いの場」として提供するために、ハウス内に車いすやベビーカーを押したままイチゴの摘み取り体験や飲食ができるようバリアフリー化を行い、高齢者、特に障害者の家族が5割以上増加した。

○商品開発

→花卉や野菜の購買者やカルチャー教室及びイベント後にカフェでゆっくりしていただくとともに、米粉イチゴワッフルやハーブティー等を開発し販売。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・お客様のニーズ(ハウス内に障害者用の車いすが通れるスペースの確保やくつろぎの場としてのカフェ)に応えてきたことで、口コミで広めてくれる等、お客様さんにより支えられている。
- ・花の寄せ植えやハーブ&アロマ教室などのカルチャー教室を開催した結果、生徒さんが多くなり、出前教室も増えた。

○経費節減の工夫

- ・お客様自らに代金を精算してもらうことにより人件費を削減している。

【今後の展望】

- 観光農園のオフシーズンとなる時期に、家族を対象とした体験教室の開催を検討。
- カフェで使用するパフェの材料に活用するため、果樹の栽培品目を増やそうと計画中。

【取組の効果】

- 売上高
700万円(H23(6次産業化取組前))
→3,000万円(H31(6次産業化取組後8年))
- 海外展開の状況
輸出先: パリ(米粉(もち米)等)

自家生産「氷見牛」100%使用の加工商品の開発・販売

総合化事業計画の認定
平成25年5月

有限会社たなか

<事業者の概要>

- ・所在地 : 富山県氷見市
- ・代表者 : 代表 田中 賢治
- ・取組内容 : 自社で飼育した和牛ブランド「氷見牛」を活用した新たな加工品（レトルトカレー、ビーフ（特徴）ジャーキー・昆布締めローストビーフ）の開発、販売。
- ・売上高 : 2億7,000万円（R1）
- ・雇用者数 : 20名（R1）（パート含む）
- ・URL : <http://www.himigyuu.com>

【取り組むに至った経緯】

- 自社肥育の牛を丸ごと買戻し、直営のレストランでの利用、精肉店での販売を行っていた。ブロック肉をカットする際にできる、切り落とし肉（余剰肉）を有効に活用するために、平成26年より新たな加工品を開発、販売した。

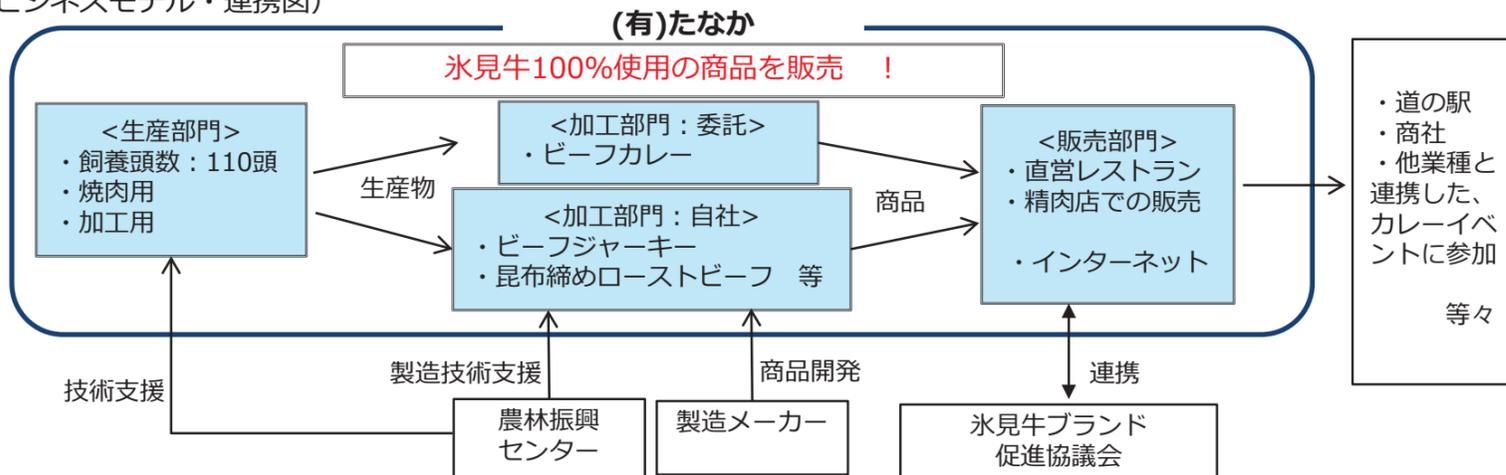
【活用した支援施策】

- (富山県)6次産業化とやまの魅力発信事業 商品開発 : 90万円 (H27)
- 畜産・酪農収益力強化整備等特別対策事業 施設整備 : 2,234万円 (H28)

【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）**
 - ・精肉及び加工品に使用する肉は、全て自社で肥育した和牛ブランド「氷見牛」である。
 - ・高品質な肉牛を生産するために、発育ステージごとに飼料給与内容を工夫し独自の飼養管理を確立した。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・氷見市で生産される黒毛和種を「氷見牛」としてブランド化するため設立された「氷見牛ブランド促進協議会」に参加。生産者、卸・小売業者、JA、市役所等の地域関係者が一丸となり、ニーズに適した生産やPR活動に取り組む。それと共に、自ら経営する精肉店やレストランでの表示や、加工品のパッケージにおいても、「氷見牛」ブランドをアピールした販売を行っている。

(ビジネスモデル・連携図)



販売窓口



ブロック肉をカットする田中代表（右）



ショーケース

【成長へのターニングポイント】

- リピーターの確保**
 - ・レトルトカレーの開発時には、納得のいく味になるまで試作を重ねた。しつこくなく柔らかい味が特徴である氷見牛の存在が活かされた商品となっているためリピート率が高い。
- 販売先の多様化**
 - ・直営レストラン、精肉店の販売だけにとどまらず、流通業者等による、お中元品や土産物の販売、通信販売業者によるネット販売といった、他業種と連携した販売に取り組むことによって販路を拡大した。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・外部委託していた加工品の一部を内製化へ切り替えることにより、牛肉の利用率向上を図る。
 - ・氷見市内に限らず、県内外への販売や贈答品での販売により売上向上に取り組んだ。
- 経費節減の工夫**
 - ・給餌回数を1日1回にすることにより人件費を削減した。
 - ・以前は不足していた材料の肉を購入していたが、畜舎を拡大し飼養頭数を増やしたことにより、自社生産の肉だけで、商品を製造できるようになった。

【今後の展望】

- 新たな加工品の開発
 - 飼養頭数増加により、ブロック肉をカットする際にできる、切り落とし肉（余剰肉）が増加したため、新たな商品開発を検討。
- 加工施設の設置
 - レストランの一角で加工していたが、新たに加工施設を設置することでメンチカツやコロッケ等、自社加工品の増産を検討。

【取組の効果】

- 売上高（事業全体）
 - 1億4,700万円（H24（6次産業化取組前））
 - 2億7,000万円（R1（6次産業化取組後6年））
- 雇用者数（パート含む、レストラン業務含む）
 - 19名（H24）→20名（R1）
- 飼養頭数
 - 70頭（H25）→110頭（R1）

休耕田を活用して、自社栽培のさつまいも（紅はるか）を干しいも『黒部はるか』として加工・販売に取組み、地域活性化を目指す 株式会社大地農産

<事業者の概要>

- ・所在地：富山県黒部市
- ・代表者：代表取締役 小谷 武嗣
- ・取組内容：地域の中で作業効率の悪い小規模な休耕田（6.4ha）を活用し、さつまいもの栽培を行う。
（特徴）生産したさつまいもは干しいも等に加工し、主に自社の直売所で販売している。
- ・売上高：9,000万円（R2）
- ・雇用者数：36名（R2）（パート含む）
- ・URL：http://www.daichinousan.com/

【取り組むに至った経緯】

- 就農する前に卸売（流通）業を営んでいたところ、茨城県の干しいも農家が作った干しいもの美味しさに衝撃を受け、自分で手間暇かけて良い物を作ろうと決める。
- スーパーより安く美味しいものは何かと考えた末、手作業の仕事で良質なものを作れば大手メーカーに勝てると思い、以前、食して美味しかった干しいもを製造・販売することとした。

【活用した支援施策】

- 6次産業化とやまの魅力発信事業
施設整備：130万円（H27・H29）

【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）

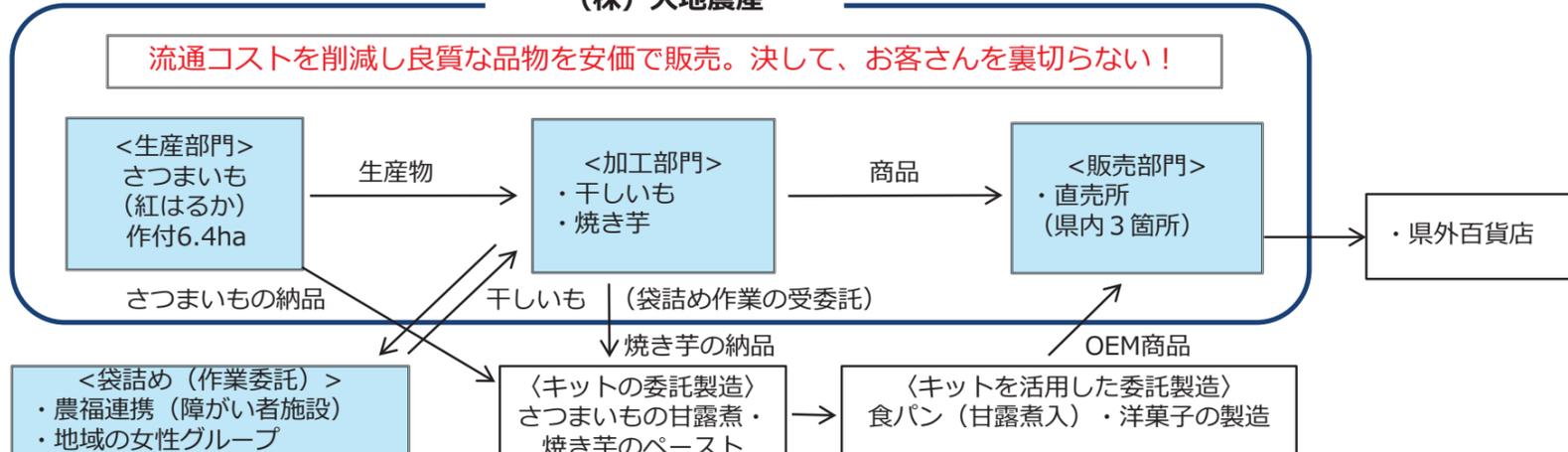
- ・糖度をあげるため、さつまいもを寒気に1ヶ月間さらし乾燥・熟成。更に糖度をあげるために、通常1時間の蒸し時間を倍の2時間かけてゆっくり蒸している。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・ノウハウのある専門業者へ製造委託することで、素材の良さを最大限引き出すことができる。
- ・農福連携として障害者施設と連携し、干し芋の袋詰めと計量の作業委託を行い労働力の省力化を図っている。

（ビジネスモデル・連携図）

（株）大地農産



洗浄機の説明をする小谷代表



人気の洋菓子や干し芋商品



地域の方々と共に干し芋作り

【成長へのターニングポイント】

○チャレンジ精神

- 良質なものをお買得に販売するため、独学で栽培から保管まで最良な品質作りを実施。栽培～保管～加工～販売の全てにおいて自社で一元管理することで、顧客の求める食味と品質の維持に努めるとともに、自社販売することで流通コストを要しない低価格での販売が可能。地域に貢献することにより、地域から認められ、地域と共に成長。地名「黒部」を商品名に付けていることから、「黒部」という名称に傷を付けることができない。

○地域貢献

- 地域の障がい者施設や各種団体に作業委託し連携を実施。

○人材力の向上

- さつまいもの生産、加工する人材として、地域の高齢者の雇用創出と農福連携。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・量販店よりも良質な物をお買得に販売。決してお客様に損はさせない。
- ・固定客の求める食味と品質を維持することで、年々、口コミでの集客に繋がった。
- ・地域に貢献することにより、地域から認められ、商品に対する認知度が向上した。

○経費節減の工夫

- ・設備投資は極力行わず、焼き芋のペーストやさつまいもの甘露煮など、外注化できるものは外注化する。

【今後の展望】

- 干しいもの人気は好調。原材料（さつまいも）を確保するため、農地の拡大を目指す。
- 地域の高齢者や障がい者の雇用創出を拡大する。
- 1年を通して販売できる販売店の確保。夏場の需要として、スイートコーン（焼きとうもろこし）や、茶豆（枝豆）の生産にも挑戦したい。

【取組の効果】

- 売上高
900万円（H27（6次産業化取組前））
→9,000万円（R2（6次産業化取組後5年））
- 雇用者数（パート含む）
10名（H27）→36名（R2）
- 主な原材料生産面積（さつまいも）
1.5ha（H27）→6.4ha（R2）

自社生産している石川県特産品である五郎島金時 を利用した商品の加工・販売事業

総合化事業計画の認定
平成25年10月

農業法人有限会社かわに

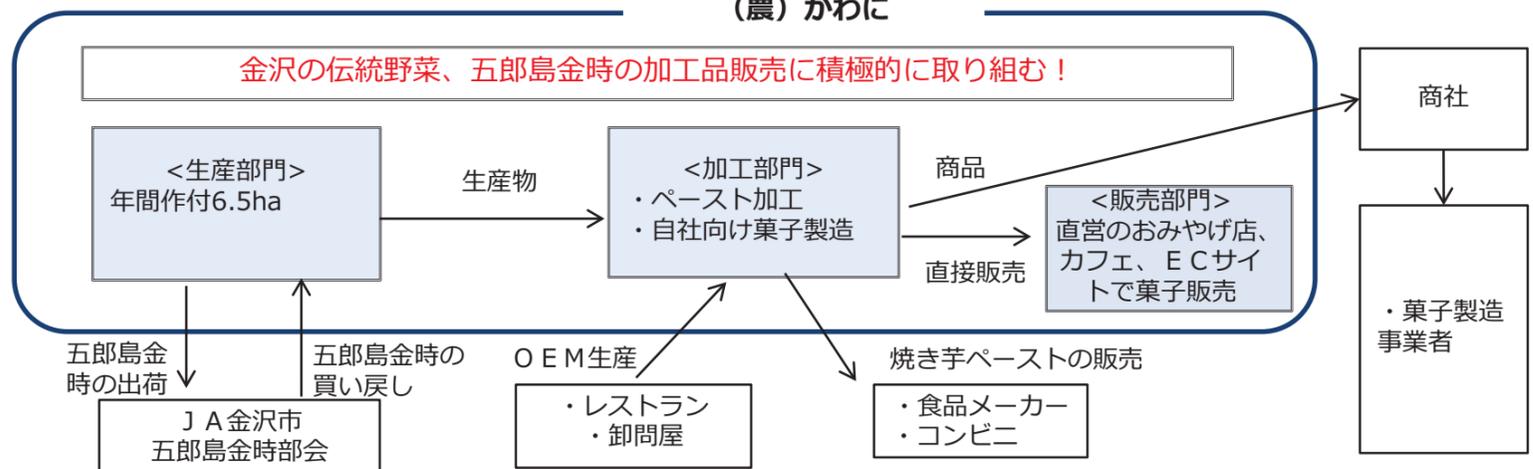
<事業者の概要>
 ・所在地：石川県金沢市
 ・代表者：代表取締役 河二敏雄
 ・取組内容：五郎島金時を栽培するだけでなく、地域のJAから加工用の五郎島金時をほぼ全量買い上げ、
 (特徴) 自社加工場で一次加工し業務用として販売。また、自社製品を2店の直売所や通販で販売。
 ・売上高：1億9,369万円 (R2)
 ・雇用者数：28名 (R2) (パート含む)
 ・URL：<https://kawani.jp/>
<https://www.facebook.com/pg/gorojimakintoki/posts/>

【取り組むに至った経緯】
 ○五郎島金時の加工品ニーズの高まりから焼き芋ペーストに加工し、菓子製造会社へ販売。OEM商品も製造している。
 ○平成27年4月の北陸新幹線開業をチャンスと捕え、さらなる所得向上と安定した雇用体制を確立するため、金沢駅構内に自社直営店をオープンさせた。

【活用した支援施策】
 ○国産原材料サプライチェーン構築事業 施設整備 (H21)

【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)**
 ・焼き芋ペーストは糖度が高く加工もしやすいため、食品製造事業者から好評であり付加価値を創出。
 ・焼き芋ペーストの安定的かつ持続的な供給体制を構築。
 ○**イノベーション (他者との新結合)**
 ・五郎島金時を自社で栽培するだけでなく、地域のJAから加工用の五郎島金時をほぼ全量買い上げ、近隣のさつまいも農業を守りながら地域一体型農業を実現している。
 ・レストランや卸問屋に生産を委託、また、菓子製造会社へ焼き芋ペーストの販売を積極的に行っている。
 ・地元住民の積極的な雇用を行うことで、住民の働き口となっている。

(ビジネスモデル・連携図)



五郎島金時
※五郎島金時は加賀野菜の一つ



焼き芋ペースト



農家屋ぽてと

【成長へのターニングポイント】
 ○**チャレンジ精神**
 →代表が事業を継承した時、「今までと違う農業をやる」ことを目指し、加工品開発、BtoB対応、新工場設立、金沢駅のお土産店や観光地でのカフェオープンなどに積極的に取り組んできた。
 ○**BtoB対応**
 →食品製造業者からの依頼を受け、焼き芋ペーストを開発。BtoB対応商品として人気となった。原料の確保はJAと連携。
 ○**人材力向上**
 →社員が経営者感覚を持って、数字により経営の状況を意識し分析する事を習慣化。また、「改善」を意識し生産の効率化、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。

【経営改善に向けた取組】
 ○**売上高向上のポイント**
 ・マーケットイン型農業の実践により、さつまいもペースト等の需要の上昇を経営に反映。
 ・安定供給体制の構築により販路の拡大を実現。
 ○**経費節減の工夫**
 ・機械化・システム化による人件費の節減。
 ・農作業、加工作業のマニュアル化により生産性の向上、コストダウンと効率化を実現。

【今後の展望】
 ○観光客を主要ターゲットとしていたが、アフターコロナを見据えて、今後新しい業態作りを構想中。
 ○金沢市内の市場に五郎島金時の大学芋専門店のオープンを目指している。
 ○知名度アップのため芋ほり体験を積極的に行う。

【取組の効果】
 ○売上高
 1億2千万円 (H25 (6次産業化取組前))
 →1億9千万円 (R2 (6次産業化取組後7年))
 ○雇用者数 (パート含む)
 4名 (H25) →28名 (R2)
 ○主な原材料生産面積 (五郎島金時)
 3ha (H25) →6.5ha (R2)

郷土の美しい農村風景を残したい！ 地域の活性化に向けて～地ビール製造～

農業法人有限会社わくわく手づくりファーム川北

総合化事業計画の認定

平成25年10月
平成30年2月

<事業者の概要>

- ・所在地：石川県能美郡川北町
- ・代表者：代表取締役 入口博志
- ・取組内容：地域で生産した六条大麦や小麦を活用して地ビールを製造。J R 駅構内等で販売を行うとと（特徴）もに、輸出にも取り組む。
- ・売上高：2億2,291万円（R 1）
- ・雇用者数：13名（R 2）（パート含む）
- ・URL：http://wkwkfarm.com/

【取り組むに至った経緯】

- 「地元の美しい農村風景を残したい。農業による地域おこしや若者の働く場所を確保したい。」という思いから、地場産業を創造するため、農業法人を設立した。
- 北陸の気候に適した六条大麦を活用した、麦芽製造による差別化に着目して、平成23年から商品開発を開始した。

【活用した支援施策】

- 6次産業化推進事業（H25）
施設整備：1,947万円
- 6次産業化推進事業（H26）
商品開発：189万円
- 食料産業・6次産業化交付金（H30）
施設整備：7,698万円

【取り組みの特徴と強み】

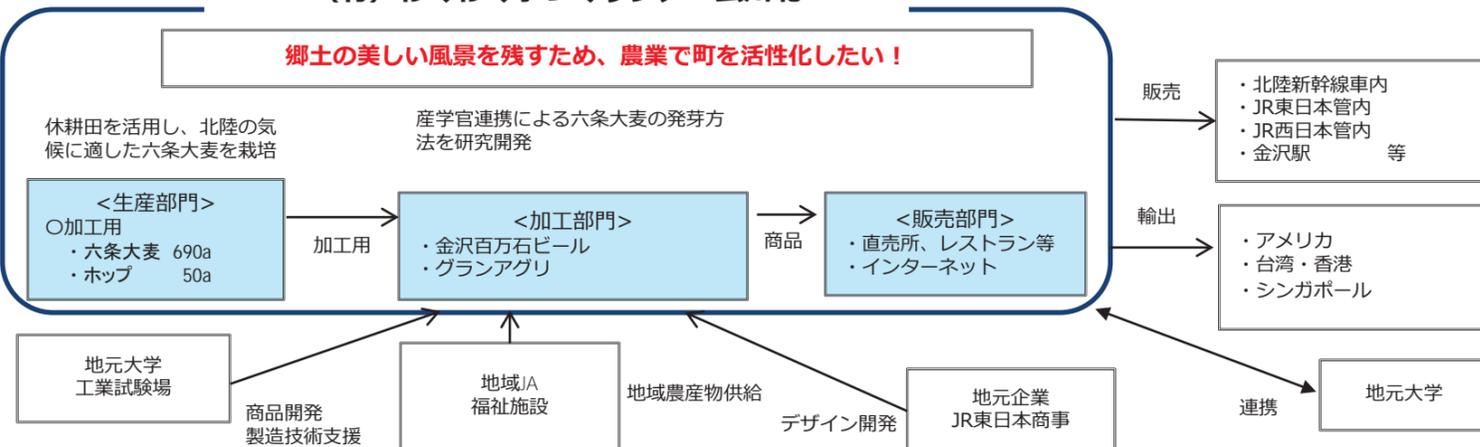
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・GABAの値が安定する六条大麦麦芽の発芽方法を確立し、高付加価値化に成功した。
- ・地域農産物をフレーバーとして活用したビールを開発し、他の競合する商品との差別化を図った。
- ・さらなるグローバル化を目指し、若手職員2名が中心となり JFS-B規格を取得。食品衛生の確保と国際取引での品質管理の信頼につなげる。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・県や地元の大学と連携して、六条大麦麦芽のGABAの値が安定する発芽方法を研究。
- ・（株）JR東日本商事などと連携し、新幹線車内やJRの駅構内で販売するため、デザインの開発やマーケティングを実施。
- ・地元住民の積極的な雇用を行うことで、住民の働き口となっている。

（有）わくわく手づくりファーム川北



ホップの剪定



麦秋



金沢百万石ビール等

【成長へのターニングポイント】

○地域貢献

→農村の過疎化が進むなか、地域の活性化を目指し「わくわく手づくりファーム川北」を設立。

○地域産品

→自社圃場で六条大麦やホップを作付け。収穫した麦は自社地ビールプラントにて地ビールを醸造。できた地ビールは自社や委託販売先にて販売。

○ストーリー制の導入

→国内向けのビール缶のデザインは、観光客需要を意識し石川や金沢を想起できるようなデザインとした。国外向けのビール缶のデザインは、外国人がイメージする日本を意識したデザインとした。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・販路の一つである、J R 西日本と J R 東日本の主要駅構内で地ビールを販売。販路拡大を精力的に実施。
- ・自社工場で安定したビールの生産により拡大した販路の需要に対応。
- ・クラフトビールでは国内初となるJFS-Bを取得し、コンビニチェーン店、生協（近畿・九州）との新たな販路につなげる。

○経費節減の工夫

- ・ビール醸造所を整備し生産性の向上を図り、コストダウンを実現。

【今後の展望】

- 麦芽の自家焙煎、純国産の地ビール製造を目指す。
- 六条大麦の麦芽使用率を高め、全商品に地元産六条大麦を使用する。
- 六条大麦をベースに、地元産の農産物を使った地域限定商品の開発・販売に取り組む。
- イベント品等のビールデザイン缶を自社でプリントアウトし、小ロットの生産を可能とする。
- 日本の食品を高く評価する海外の国々への輸出を増加させる。（主にヨーロッパ方面）
- 国際取引に一層対応するため、JFS-Cの取得を目指す。

【取組の効果】

- 売上高
4千8百万円（H22）→2億2千万円（R 1）
- 雇用者数（パート含む）
8名（H25）→13名（R 1）
- 海外展開の状況
輸出先：アメリカ・台湾・香港・シンガポール
- 6次産業化優良事例表彰
「食料産業局長賞」受賞（H29）

福井梅を使用した海外向け梅酒や 国内向け梅飲料の開発により販売の拡大を図る

株式会社エコファームみかた

総合化事業計画の認定
平成30年2月

<事業者の概要>

- 所在地：福井県三方上中郡若狭町
- 代表者：代表取締役 新屋 明
- 取組内容：自社生産及び地元の梅「紅映（べにさし）」を使用した、海外現地の嗜好にあった梅酒を開発（特徴）発し輸出を拡大。国内向けにクエン酸を多く含む梅飲料を開発し販売拡大を図る。
- 売上高：8,500万円（H31）
- 雇用者数：7名（H31）（パート含む）
- URL：http://benichu.net/

【取り組むに至った経緯】

- 福井県は面積、収穫量ともに全国上位の梅の産地で、そのうち当社のある若狭町では80%を栽培。地域の梅を活用し梅の特徴を活かした甘くない梅酒などを販売。
- 梅酒の国内需要が伸びにくい状況から、海外向けの梅酒の開発による輸出拡大、また、国内向けに特徴のある梅飲料の商品を開発し、販売拡大につなげたいと考えた。

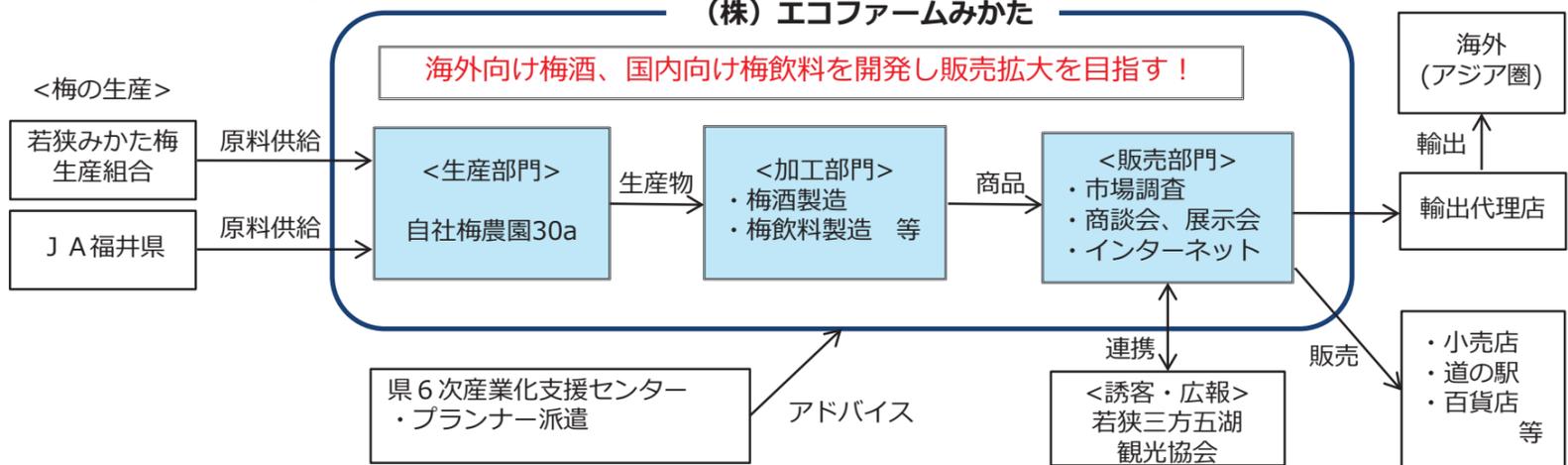
【活用した支援施策】

- 食料産業・6次産業化交付金
施設整備：298万円（H30）
新商品開発：255万円（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）**
 - ・面積、収穫量ともに全国上位の梅産地である地元の希少品種「紅映梅」を活用した梅酒を製造。
 - ・平成25年に販売を開始した、従来の梅酒のイメージとは違う梅の酸味を引き出した甘くない梅酒（BENICHU）をシリーズ化。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・原料の梅の安定供給に向けて、地元の梅生産の担い手として設立された生産組織と連携。
 - ・若狭町の梅振興ビジョンの6次産業化事業体として位置づけられ、若狭町の梅産地振興の一翼を担う。
 - ・町への誘客と併せて梅酒の販売増に向けて、町の特産品のPRを行う観光協会と連携。

（ビジネスモデル・連携図）



BENICHU アルコール38度数の梅酒



梅ウォーター good job



梅酒 ルージュエクラ

【成長へのターニングポイント】

- 商品の企画**
→大手企業の商品と味の差別化を図るため、従来の梅酒のイメージを逆にとり、梅の特徴である酸味を活かした甘くない（低糖質）梅酒を開発。BENICHUブランドとしてシリーズ化。
→海外のリクエストに応じて味を調整するなど海外向けの梅酒を開発。
- 広告宣伝の促進**
→国内外の各種コンクールに参加して、受賞実績を付加。商品のタグやチラシに表示することで、販売促進のツールとして活用。商品のPRとなり販路を拡大。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・市場のニーズを踏まえた、大手企業ではない、小規模ローカルメーカーの強み（小ロットでの製造・受託の対応、地元のフレッシュな原料梅の仕入れ等）を活かした新商品の開発による売上向上。
 - ・国内需要が低迷するなか、海外輸出戦略を立てて、輸出の販路を確保。
- 経費節減の工夫**
 - ・新たな顧客管理システムの導入による作業時間の短縮と業務の効率化。

【今後の展望】

- プライベートブランド（PB）梅酒の提案を行う。顧客ニーズにあった商品開発を行い、B to Bでの契約数を増やす。
- 国の輸出促進対策の事業を活用し、東南アジアをターゲットに、輸出候補となる国の現地調査や味覚等の嗜好などを調査し、専門家に相談のうえ、商品改良や商品開発を行う。

【取組の効果】

- 売上高
7,300万円（H29（6次産業化認定前））
→8,500万円（H31（6次産業化認定後1年））
- 輸出向け売上高
586万円（H29（6次産業化認定前））
→1,077千円（H31（6次産業化認定後1年））
- 海外展開の状況
輸出先：中国、香港、シンガポール

自社農業で生産した未利用資源の里芋の親芋を利用した付加価値のある商品の開発・製造・販売

総合化事業計画の認定

平成23年5月

SFV生産農場

<事業者の概要>

- ・所在地 : 福井県大野市
 - ・代表者 : 建石 正治
 - ・取組内容 : これまで未利用であった上庄産里芋の親芋を活用した里芋スイーツの製造・販売。
- (特徴)**
- ・売上高 : 1,200万円 (H31) 里芋加工品の売上
 - ・雇用者数 : 8名 (H31) (パート含む)
 - ・URL : <http://www.mitene.or.jp/~sfvfarm/>

【取り組むに至った経緯】

- でん粉質がもち米に近く、限られた土地でしか栽培できない上庄産里芋に着目して、商品化を決意。
- 里芋は低カロリーで食物繊維が豊富。里芋を原料とした商品は、カロリーを控えている方や乳製品アレルギーの方が安心して食べられることから、事業性を確信。

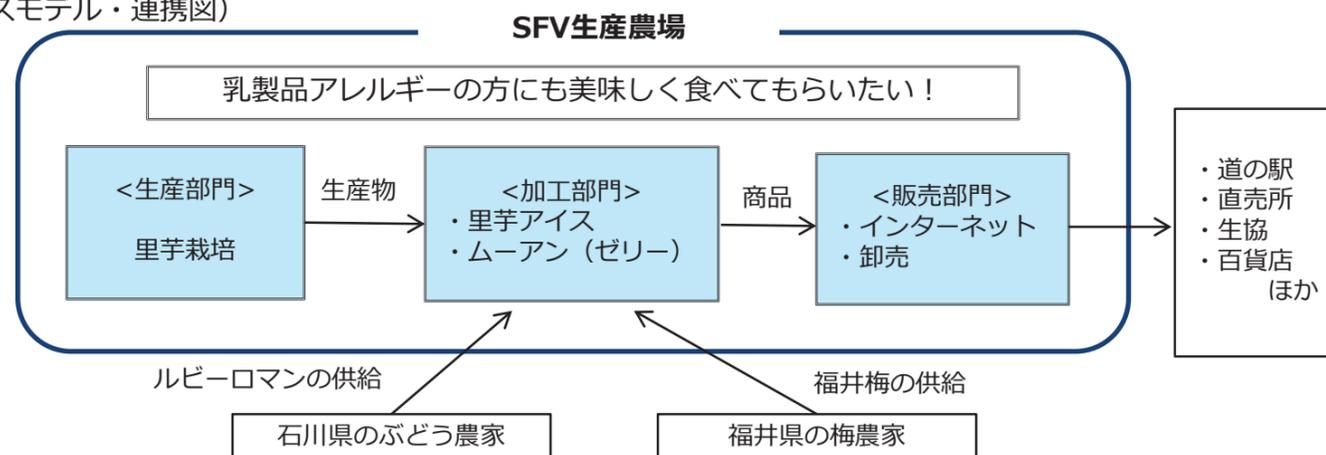
【活用した支援施策】

- 6次産業化総合推進事業
新商品開発 : 299万円 (H23・H24)
- 福井県水田農業活性化事業
施設整備 : 300万円 (H24)
- 大野市農産物加工販売支援事業
加工機器整備 : 115万円 (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)**
 - ・里芋はガラクトサンを多く含み、低カロリーで食物繊維が豊富。里芋を原料としたアイス等は乳製品アレルギーを抱えている人たちのニーズに応える商品で、カロリーを控えている方、ビーガンの方にもお勧めできる。
 - ・上庄産里芋は、でん粉質がもち米に近く、その含有量が高いため、美味しいと評価されている里芋。
 - ・「上庄さといも」の名称で、農林水産省の地理的表示 (GI) 保護制度の産品として登録されている。
- イノベーション (他者との新結合)**
 - ・里芋の加工品の製造に伴い、地域住民の雇用を創出。
 - ・石川県のぶどう農家や福井県内の梅農家と連携し、里芋の加工品であるムーアン (ゼリー) に地域の有名なぶどう、梅を使用することで付加価値を付けるとともに、ぶどう農家、梅農家の所得向上に貢献。

(ビジネスモデル・連携図)



アレルギーフリーの「みんなのアイス」



GI登録「上庄さといも」



里芋を使用したゼリー「ムーアン」

【成長へのターニングポイント】

- 未利用資源の活用**
→生産段階で廃棄される里芋の親芋を活用し、でん粉含有率が高い上庄里芋の特色を活かした、低カロリーで食物繊維が豊富な、乳製品を使用しないアレルギーフリーな付加価値のある商品を開発。
- 地元企業等との連携**
→新商品の開発・販路開拓及び全国に展開できるパッケージデザインを決定するため、地元企業やメディアの協力で試食会やアンケート調査を実施。
- 営業強化**
→積極的に都市圏の商談会に参加し、百貨店等への販路拡大を実現。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・安全安心を重視する顧客を持つ生協ルートを中心に販売。
 - ・親子が興味を持ってもらえるパッケージデザインにすることで売上向上。
- 経費節減の工夫**
 - ・農業の機械化による作業負担の軽減、商品袋へのシール貼付の自動化による省力化を実施。

【今後の展望】

- 経営管理能力や対外信用力の向上、経営継承の円滑化などのため、法人化に向けて、経営改善計画を立てる。
- アレルギーフリーの商品に関心のある国への輸出を検討。
- 高価格でも販売拡大できるように、高品質な上庄産里芋の特徴を活かした商品づくりやPRにより、ブランド力の強化を図る。

【取組の効果】

- 売上高 (里芋加工品)
30万円 (H21 (6次産業化認定前))
→1,200万円 (H31 (6次産業化認定後8年))
- 雇用者数 (パート含む)
2名 (H21) →8名 (H31)
- 主な原材料生産面積 (里芋)
2.4ha (H21) →3.0ha (H31)

中山間地域活性化の起爆剤として 「ぎふジビエ」のブランドを確立する

株式会社キサラエフアールカンパニーズ

総合化事業計画の認定
平成28年6月

<事業者の概要>

- 所在地：岐阜県揖斐郡揖斐川町
- 代表者：代表取締役 所千加
- 取組内容：鳥獣害対策として捕獲したジビエをロースト肉やソーセージに加工して販売する事業モデル（特徴）を確立し、「ぎふジビエ」のブランド化による新しい価値の創造に取り組む。
- 売上高：1億3,000万円（R1）
- 雇用者数：29名（R1）（パート含む）
- URL：<http://www.satoyama-kisara.jp/>
<https://www.facebook.com/kisara.gifugibier/>

【取り組むに至った経緯】

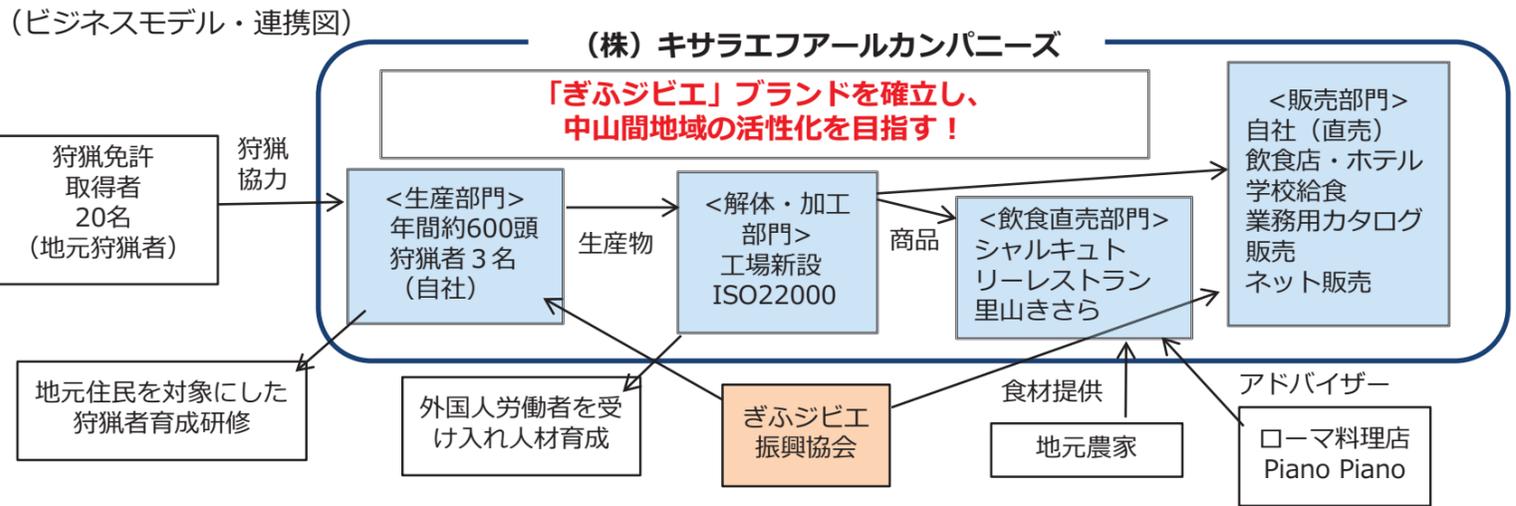
- 増加傾向にある鳥獣害の対策で捕獲したイノシシやシカの肉を有効利用するため、手軽に家庭で味わえる加工品の開発・販売を通じて、ジビエの認知度向上に貢献したいと考えた。
- 「第4の食肉」として定着させ、町内の観光地である西国第三十三満願霊場「谷汲山華厳寺」へ参拝に訪れる観光客を取り込み「ぎふジビエ」の名でブランド化を図りたいと考え、取組を始めた。

【活用した支援施策】

- （内閣府）地方創生推進交付金（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）**
 - ・ジビエは牛肉や豚肉と比較して高タンパク・低カロリーでありヘルシー食材として注目されているが、国内の流通量は少なく、希少性が高いことから、健康的な高級食材として差別化を図る。
 - ・加工度の高いロースト肉やソーセージを開発対象とすることにより、高付加価値を創出。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・ぎふジビエ振興協会に参加し、揖斐川町で狩猟免許を持つ狩猟者の協力の下、安定した原料調達を図る。
 - ・上記の協会及び地元農家・専門料理店等との連携を基に、「ぎふジビエ」のブランドを確立する。
 - ・新たな狩猟免許取得者の育成と加工作業における外国人労働者の受入を行った。



製造・販売する商品（ジビエ加工品）
自社レストラン 里山きさら
レストランで提供するメニュー

【成長へのターニングポイント】

- 販路の拡大と確立**
 - 沖縄県の商談会への参加をきっかけに、大手企業のバイヤーと連携し、ジビエ商品の販路を確立した。
 - 業務用カタログ販売により、ジビエ商品の普及を実現した。
- 品質管理の向上による信頼確保**
 - 岐阜県が定める「ぎふジビエ衛生ガイドライン」に沿った解体処理を行うことで衛生管理を徹底し、ジビエのイメージアップを図っている。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・工場を新設し、商品の製造能力が向上したことにより、安定供給体制が実現した。
 - ・レシピを付けて新しい調理方法を提案することにより、需要の掘り起こしを図った。
 - ・弁当の製造・販売・配達という新たな販路を開拓したことにより、経営改善に貢献。
 - ・揖斐川町教育委員会へ働きかけたことにより、学校給食にジビエを使用してもらえるようになり、確実な販路を確保するとともに、家庭におけるジビエの理解向上に繋がった。
- 経費節減の工夫**
 - ・廃棄部分（くず肉等）を原料とするペットフードを開発・販売し、コストを削減した。

【今後の展望】

- 今後も商談会等に積極的に参加し、販路拡大を目指す。
- 品質衛生管理を徹底するためISO22000（食品安全の国際規格）の令和3年度取得を目指す。
- 「第4の食肉」として定着させるため、学校給食への提供拡大に取り組む。また、イベント等でジビエのおいしさをPRする。

【取組の効果】

- 売上高
9.6千万円（H28）→1億3千万円（R1）
- 雇用者数（パート含む）
15名（H28）→29名（R1）
- 捕獲量
約300頭（H28）→約600頭（R1）

新たな米の消費スタイルを提案！ 粉末化した米と野菜で作る米粉製品と 独自製法による玄米塩の製造・販売

総合化事業計画の認定
平成24年5月・平成30年6月
有限会社レイク・ルーズ

<事業者の概要>
 ・所在地：岐阜県海津市
 ・代表者：代表取締役 堀田 茂樹
 ・取組内容：①黒米及びうるち米の米粉と飛騨地域の野菜の乾燥粉末を原料とする、新たな米粉製品の製造・販売。
 (特徴) ②独自製法で作る発芽玄米を焙煎、粉碎した玄米塩の製造・販売。
 ・売上高：7,623万円 (R1)
 ・雇用者数：18名 (R1) (パート含む)
 ・URL：http://www.agri-meister.com/

【取り組むに至った経緯】
 ○平成24年より、単なる「米粉麺」では差別化が不十分と考え、野菜の乾燥粉末を混合した麺や、米粉と野菜粉末のミックス粉等、新たな米粉製品を製造・販売することで付加価値を向上させ、農業経営の安定化を目指した。
 ○平成30年より、多様化する米粉製品の中で一層の差別化を図るため、2回目の総合化事業計画の認定を受け、米調味料「玄米塩」を製造・販売し、新たな米の消費スタイルとして提案することにより、売上げの向上を目指すこととした。

【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)**
 ・JETRO ((独) 日本貿易振興機構 (ジェトロ)) を活用し、海外の販路を確立。
 ・食品安全の国際規格 ISO 22000を認証取得し、海外の販路を拡大。
 ○**イノベーション (他者との新結合)**
 ・耕作放棄地 (岐阜県海津市・岐阜県大野郡白川村) を活用した生産拡大。
 ・白川村からの企業誘致に応え、廃校 (小学校) を改装し、加工施設として活用。

【活用した支援施策】
 ○農山漁村6次産業化対策事業助成金 (H24)



野菜の乾燥粉末を混合した「べーめん」



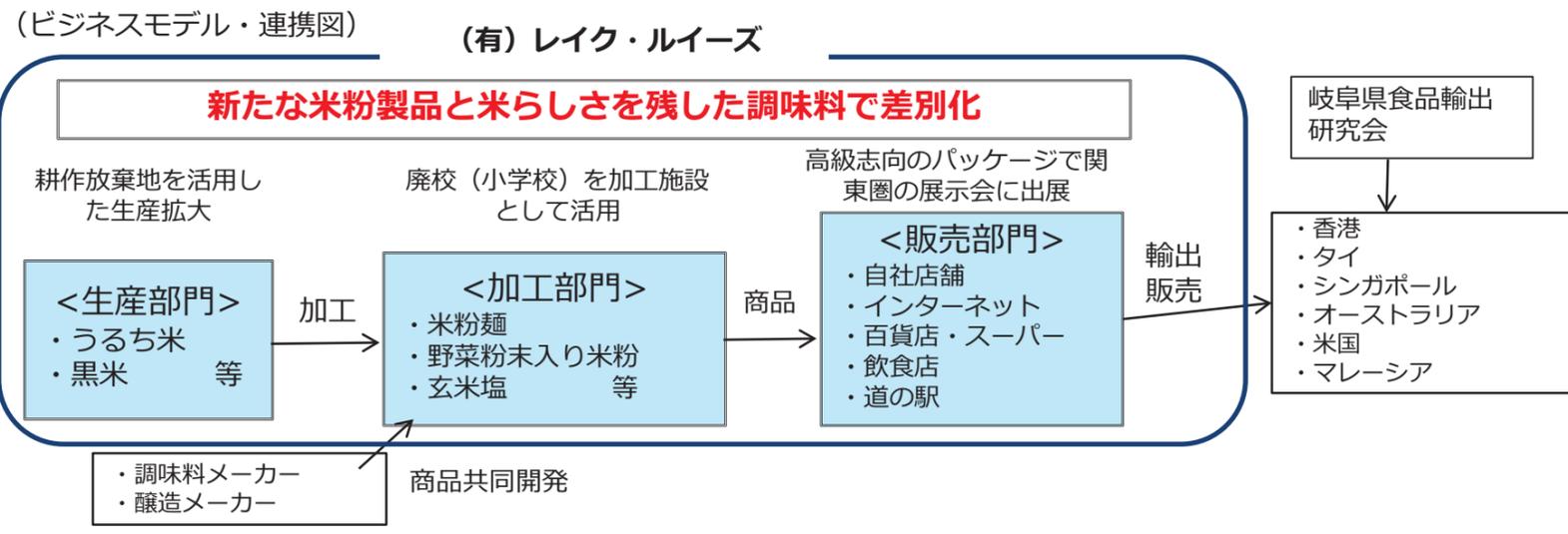
新たな米の消費スタイルとして提案した「玄米塩」



廃校となった校舎を利用した加工施設の内部 (製粉機)

【成長へのターニングポイント】
 ○**総合化事業計画の認定を受け、利益率が向上**
 → 総合化事業計画認定事業者であることを前面に出した商談スタイルに変更した結果、大手商社との取引が始まり、当バイヤー等から更なる商品開発や販路等のアドバイスを受けることで売上が伸び、利益率が向上した。
 ○**海外販売市場への進出**
 → 国内のみならず、海外の展示会・商談会へも積極的に参加し、商品評価や市場調査を実施。その際バイヤー及び輸出先食品事業者との人脈を形成し、販売ルートを開拓した。

【経営改善に向けた取組】
 ○**売上高向上のポイント**
 ・販路拡大の取組により知り得た情報を基に、マーケット・インの発想で農家から商社へ転向。商談会等において、商社バイヤーへ自社商品の売込みを積極的に行った。
 ・構成員の増加により、分業が可能となり、作業効率が大幅にアップした。
 ○**経費節減の工夫**
 ・売れ残りによる販売ロスや移動コストがデメリットであるイベントの参加を止めたり、契約業者の変更、流通ラインの合理化等の自社物流の見直しにより、経費の節減を図った。



【今後の展望】
 ○ドイツ向けの輸出を始める。
 ○食品安全の国際認証FSSC22000を取得し、米国及びEUへの進出を目指す。
 ○玄米塩の商品バリエーションを拡充し、ギフト向け商品を開発する。

【取組の効果】

- 売上高 6,397万円 (H23) → 7,623万円 (R1)
- 雇用者数 (パート含む) 12名 (H23) → 18名 (R1)
- 主な原材料生産面積 (米) 70a (H23) → 11.5ha (R1)
- 海外展開の状況
 <輸出先> 香港、タイ、シンガポール、オーストラリア、米国、ポーランド、マレーシア

自社の資源、オリジナルブランド卵 「旬たまご」等を有効活用して経営の安定化を図る

総合化事業計画の認定

平成26年2月

有限会社 高橋養鶏

<事業者の概要>

- ・所在地：愛知県豊橋市
- ・代表者：代表取締役 高橋 賢次
- ・取組内容：自社オリジナルブランド卵を使用した商品開発及び直売店やキッチンカーによる販路開拓を（特徴）行うことで、認知度の向上及び経営の安定化を図るもの。
- ・売上高：2億9,300万円（R1）
- ・雇用者数：17名（R1）（パート含む）
- ・URL：<http://www.syun-tamago.com/>
<https://m.facebook.com/TakahashiYKtamagoto/>
<https://www.instagram.com/tamago8723/>

【取り組むに至った経緯】

- 飼料価格の高騰と不安定な卵相場により、経営環境が悪化していたため、既存の自社ブランド卵を原料とした加工品の開発を行うことで新たな価値を創造し、新規顧客を獲得することが経営改善には必須であると考えた。

【活用した支援施策】

- 豊橋市6次産業化商品開発事業（H28）

【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）

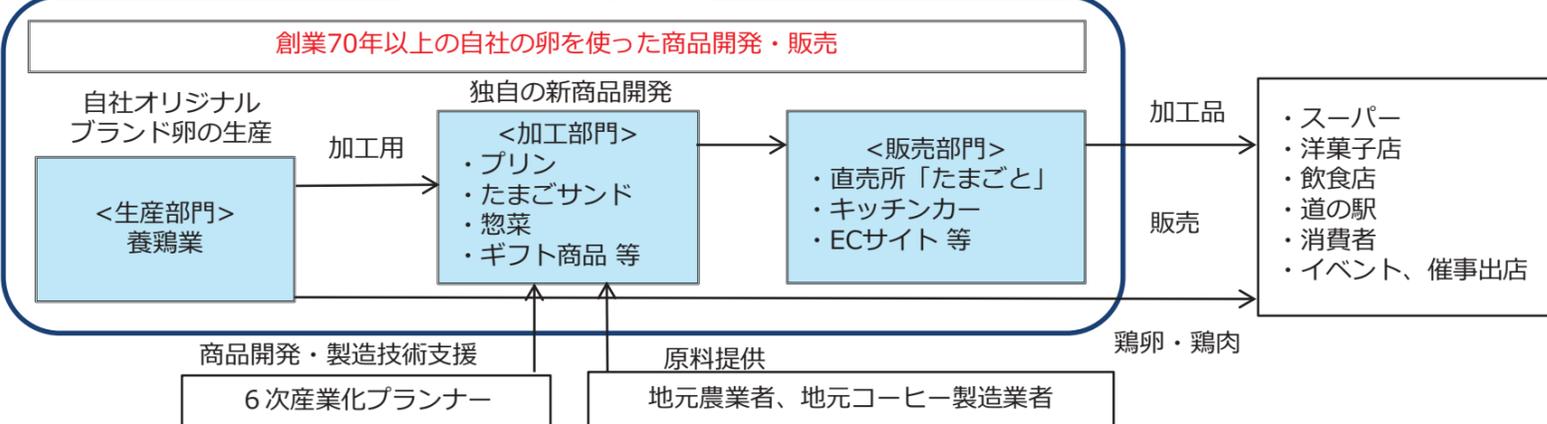
- ・自社オリジナルブランド卵（旬たまご※）自体の高付加価値化戦略及び当卵を加工品の原料に使用することで更なる付加価値を付けて、競合品との差別化を図る。※210日から350日齢の鶏が生んだ卵。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・地元の農業者やコーヒー製造業者等の協力の下、プリンでバリエーション（プレーン、サツマイモ、トマト、コーヒー）を展開することにより、競合品との差別化を図り、固定客の拡大に成功。
- ・平成19年から、パティシエ辻口博啓氏の洋菓子店（フォルテシモアッシュ・名古屋市）に、「旬たまご」を原料卵として供給。
- ・平成28年から、地元プロバスケットボールチームが出場する試合会場にキッチンカーで参加し、若年世代に訴求。

（ビジネスモデル・連携図）

（有）高橋養鶏



タマゴサンド



まるっとたまごプリン



キッチンカーでの販売の様子

【成長へのターニングポイント】

○直売所「たまごと」を開設

- 「旬たまご」、プリン、サンドイッチ及び惣菜（からあげ等）を取り扱う直売所「たまごと」を開設したことで、固定客を確保し、経営が安定。

○クラウドファンディングの活用

- インターネット販売開始前に、市場調査と商品宣伝をかねて、プリンや卵を返礼品としたクラウドファンディングを実施。その結果、ターゲット地域は、都市部（東京・中京圏）であることを確認し、送料の設定等に活用した。

○販路の開拓と認知度の向上

- 道の駅への積極的な営業により、3ヶ所（道の駅とよはし、道の駅にしお岡ノ山、道の駅もつくる新城）での販売を実現。キッチンカーによる移動販売、百貨店等の催事及び各種イベントへの出店で認知度が向上し、固定客の拡大に成功。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・安売りを行わず、販売価格に見合った商品を開発することで、消費者が価値を評価。
- ・Facebook及びInstagramを活用して、イベント告知や出店情報を発信し、集客に成功。

○経費節減の工夫

- ・販売実績に基づく計画生産による廃棄ロスの削減。
- ・プリンを構成する卵白と卵黄の2層構造とし、卵白の有効活用と視覚的な魅力向上を実現。

【今後の展望】

- 実需サイドから要望のある付加価値の高い新商品（地場産ほうじ茶を使ったプリン等）を開発し、B to B取引を拡大する。
- 新規顧客獲得に向け、キッチンカーによる移動販売や百貨店等の催事への出店等、攻めの販売に注力する。

【取組の効果】

- 売上高
2億7,900万円（H24）
→ 2億9,300万円（R1）
- 雇用者数（パート含む）
16名（H24）→ 17名（R1）
- 飼養羽数（時期により変動あり）（採卵鶏）
15万羽（H24）→ 12万羽（R1）
（肉用コーチン）
5千羽（H24）→ 8千羽（R1）

鈴鹿山麓で栽培・製造した日本茶を伊勢一ノ宮「椿大神社」参道沿いのカフェで提供・販売

総合化事業計画の認定

平成28年2月

株式会社椿茶園

<事業者の概要>

- ・所在地 : 三重県鈴鹿市
- ・代表者 : 代表取締役 市川晃
- ・取組内容 : 椿大神社参道沿いに構えたカフェにて、プロが面前で淹れる本格的な日本茶を提供すること
(特徴) による感性の刺激で、顧客の定着と開拓を図る。
- ・売上高 : 4,584万円 (R1)
- ・雇用者数 : 5名 (R2) (パート含む)
- ・URL : <https://tsubakisaen.co.jp/>
<https://www.facebook.com/tsubakisaenowner/>

【取り組むに至った経緯】

- 日本茶葉の消費量及び市場価格が低迷し収益が減少したため、付加価値のある商品を開発し、顧客へ訴求することが急務であった。
- ペットボトルではなく、急須で淹れる日本茶がいかにも料理やお菓子を引き立てる名脇役であるかに気付いてもらうことにより、その需要回復を図ることができると考えた。

【活用した支援施策】

- 6次産業化ネットワーク活動交付金 (加工場・直売所) 1,290万円 (H28)

【取り組みの特徴と強み】

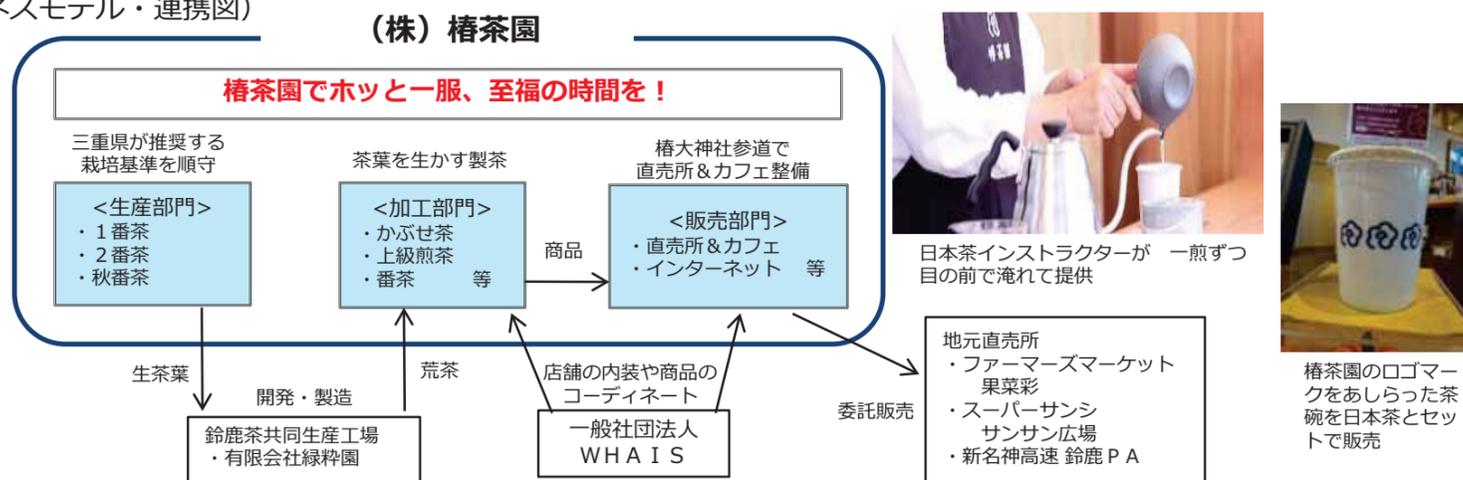
○バリューチェーン (付加価値・差別化)

- ・三重県が推奨している栽培基準 (農薬・肥料を与える時期や量) を順守した生産を行い、三重県手もみ茶の技術・知識を活用して製造するオリジナル茶葉を飲食提供・販売するため、カフェと併設した直売所を整備した。
- ・日本茶インストラクターの店主が、おいしい日本茶の淹れ方の実演をしながら提供。これにより、茶葉の売上も向上した。

○イノベーション (他者との新結合)

- ・インテリアデザインのプロジェクトチーム「一般社団法人WHAIS (ワイズ)」に店舗のレイアウト、ロゴマークのデザイン及び商品パッケージを依頼し、SNS (フェイスブック) で発信することにより幅広い年齢層の顧客を確保。

(ビジネスモデル・連携図)



お茶農家が営む日本茶カフェとスタッフ

地元名産のお菓子を販売



自社の茶葉を販売



鈴鹿の山々を仰ぐ茶畑



WHAISがコーディネートした商品陳列

【成長へのターニングポイント】

○バリューチェーンの好循環

- SNS (フェイスブック) を利用し、椿大神社の参拝客とSNS上で繋がることにより、参道にある椿茶園という日本茶専門のカフェの存在をアピール。
- カフェで地元名産のお菓子とその味が引き立つ日本茶をセットで提供し、その菓子と茶葉を店内直売所で販売することにより売上が向上し、地元名産の認知度向上にも貢献する。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・日本茶専門カフェの強みを活かすため、自社製造の日本茶 (5種類) を使った飲み比べや、正統な淹れ方を実演により紹介しつつ、茶葉を店内で購入できるようにしたことで売上が向上。
- ・日本茶と茶碗 (椿茶園のロゴ入り) をセットで販売し、再来店時に当茶碗 (マイ茶碗) を持参した来客には、割引対応することによりリピーターを確保。現在、マイ茶碗専用の巾着袋の製造・販売を計画中。

○経費削減の工夫

- ・必要以上に肥料や農薬を使用せず、三重県の減肥料・減農薬の栽培基準を順守することで、生産コストの削減に繋がっている。

【今後の展望】

- 国内の茶販売店舗内の一角で、日本茶の提供を行う販売方法を普及する。具体的にはコンビニの珈琲販売のように、紙コップ等の簡易容器で、その茶販売店の産地の茶葉で淹れた日本茶を提供する。淹れたての日本茶のおいしさを再認識してもらい、物販に繋げることにより、全国的な茶業界の不況からの脱却を図る。
- 官公庁を皮切りに、会議で出すお茶の「脱ペットボトル運動」を提案し、SDGsの実現に向け取り組む。

【取組の効果】

- 売上高
1,195万円 (H26)
→4,584万円(R1)6次化取組後4年目)
- 雇用者数 (パート含む)
0名 (H26) →5名 (R2)
- 主な原材料生産面積 (茶葉)
4ha (H26) →4.3ha (R2)

～「特産松阪牛」を100年先へ～
 伝統的な食材を守り、松阪牛の産地として地元「多気町」の知名度アップ！

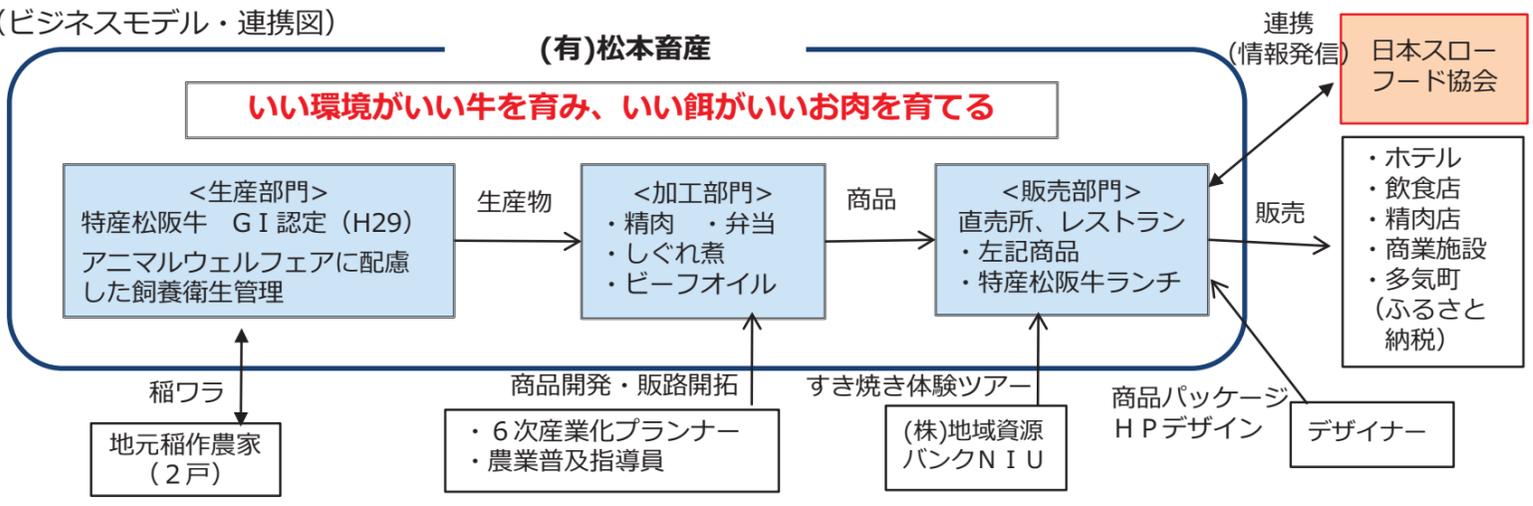
総合化事業計画の認定
 平成24年2月・平成30年11月
有限会社松本畜産

<事業者の概要>
 ・所在地：三重県多気郡多気町
 ・代表者：代表取締役 松本しのぶ
 ・取組内容：①加工場併設のレストラン（週に3日の営業）を整備し、特産松阪牛の精肉やしぐれ煮の販売と、牛肉ランチを提供。
 （特徴）②未利用部位である特産松阪牛の牛脂を使った「ビーフオイル」を販売。
 ・売上高：8,766万円（R1）
 ・雇用者数：8名（R1）（パート含む）
 ・URL：<http://www.matsusaka-usui.com/>
<https://ja-jp.facebook.com/matumototikusann/>

【取り組むに至った経緯】
 ○特産松阪牛を販売していた精肉店（他者経営）が平成23年に閉店した際、同店の顧客から同社の肉を購入できる店を作ってほしいとの要望が多数寄せられていた。
 ○牛脂の有効活用（レストラン用途以外は廃棄）が課題であった。

【活用した支援施策】
 ○農山漁村6次産業化対策事業助成金
 （加工販売施設及び機械）
 1,430万円（H24）

【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）**
 ・松阪牛の中でも更に希少価値が高い特産松阪牛を、肉質向上のための伝統的な肥育方法を基本としつつ、家畜の快適性に配慮した飼養衛生管理を行い、ストレスや疾病を減らすアニマルウェルフェア（家畜福祉）に配慮することにより、更に高い肉質に仕上げ、付加価値向上と差別化を図っている。
 ・評価の高い牛肉である特産松阪牛を手軽に食べられるレストランを敷地内で経営し、需要の確保と開拓を実施。
 ○**イノベーション（他者との新結合）**
 ・おいしく健康的で（GOOD）、環境に負荷を与えず（CLEAN）、生産者が正当に評価される（FAIR）日本スローフード協会に所属する「スローフード多気」の生産者への訪問や地域の文化継承を目的としたスロートラベルの提案・実現等の活動を通じ、特産松阪牛の生産向上や知名度アップに努める。



【成長へのターニングポイント】
 ○**物流の確保**
 → と畜場を使用する権利を取得し、当社が出荷した特産松阪牛を相対取引で仕入れることにより、高級牛肉を市場価格より安価で提供できる仕組みを構築。
 ○**バリューチェーンの好循環**
 → 地元のイベント会社「地域資源バンクNIU」が企画したサイクリングツアーで当社の精肉等を使った「すき焼き体験ツアー」を実施した結果、好評を得たため、定期開催として定着。
 ○**技術促進**
 → 従業員に牛を1頭ずつ肥育させ、その作業を通じて仕事にやりがいを感じさせるとともに、松阪肉牛共進会へ出頭するための肥育技術の向上に繋げている。
 → 平成30年にイタリアで開催されたスローフード協会のイベントで、当社の取組等を発表。

【経営改善に向けた取組】
 ○**売上高向上のポイント**
 ・SNS（フェイスブック等）で牛の飼養状況を発信したことが話題となり、固定客が増加して売上高向上に繋がった。
 ○**経費節減の工夫**
 ・相対取引で仕入れた枝肉は、脱骨解体のみ委託し、その他は自社で加工することにより経費を削減した。

【今後の展望】
 ○自社でECサイト（ネットショップ）を新規開設し、通販による販促を行う。また、BtoCだけではなくBtoB向けのサイトも開設して、新たな販路を開拓する。
 ○特産松阪牛をリーズナブルに提供することで、家族の特別な日や女子会等のグループでの会食にレストランを利用してもらい、リピーターを増やしていく。

【取組の効果】
 ○売上高
 6,238万円（H23 6次化取組前）
 →8,766万円（R1 6次化取組後8年目）
 ○レストラン売上高
 0円（H23）→300万円（R1）
 ○雇用者数（パート含む）
 4名（H23）→8名（R1）
 ○飼養頭数
 120頭（H23）→140頭（R1）

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】

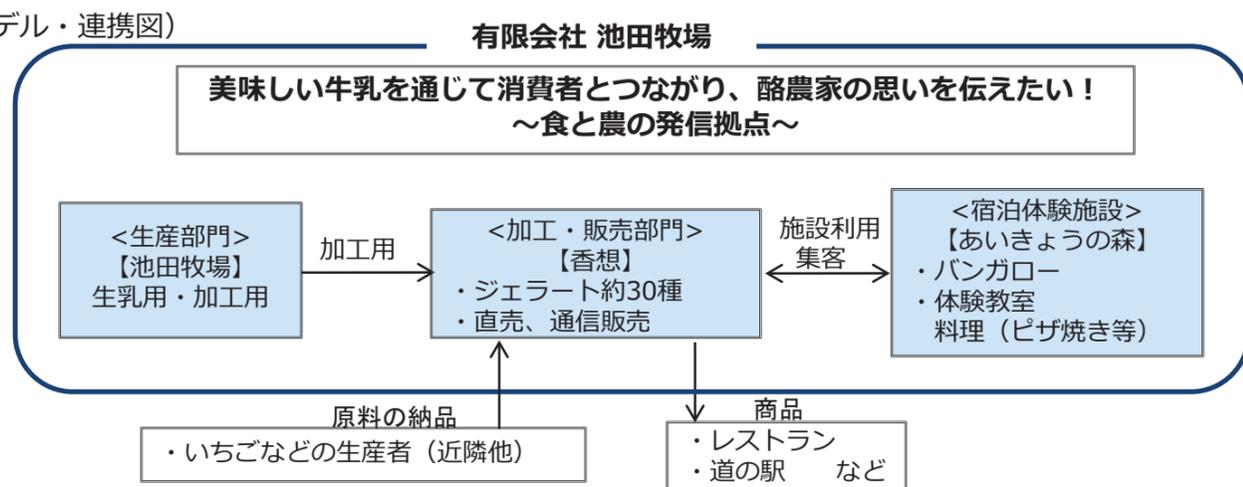
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・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。
- ・イー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】

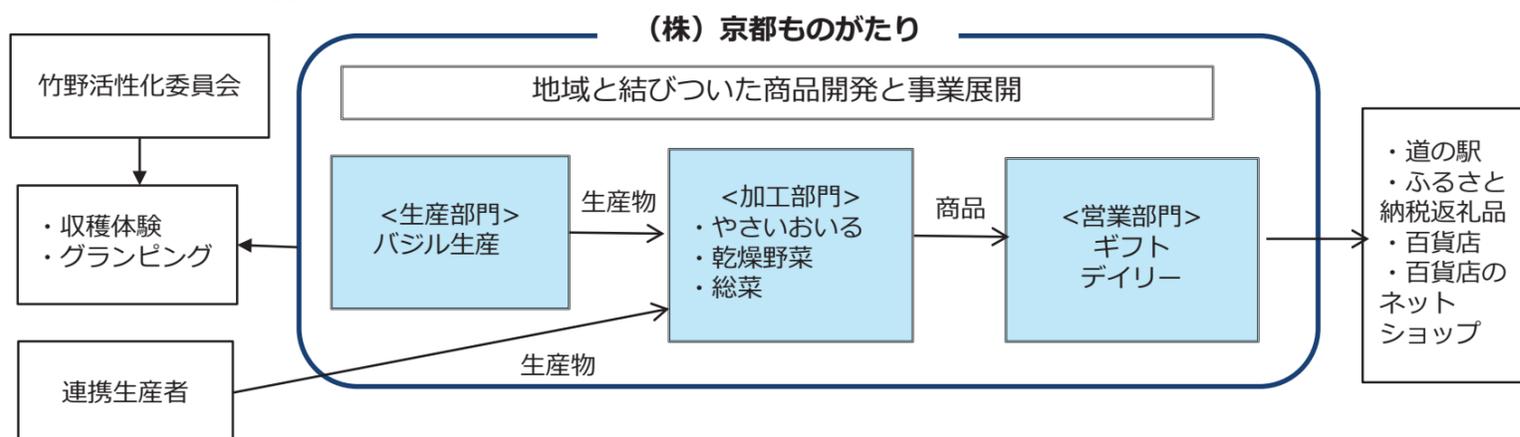
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・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】

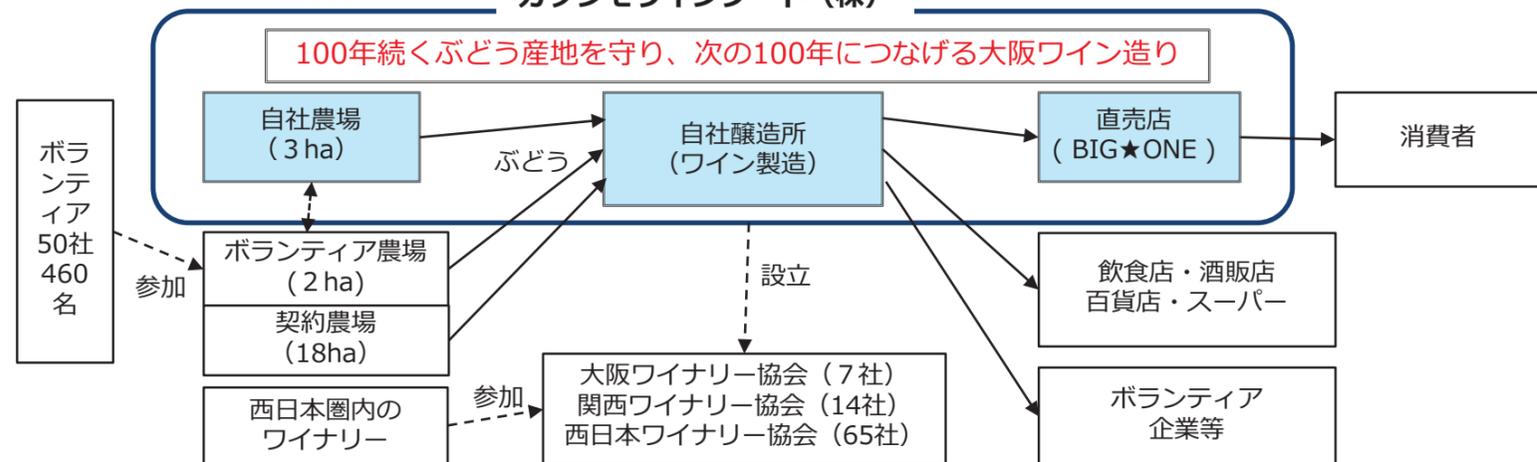
- 6次産業化ネットワーク活動交付金整備事業 : 848万円 (H25・H26)
- 6次産業化ネットワーク活動交付金推進事業 : 52万円 (H25・H26)

【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】

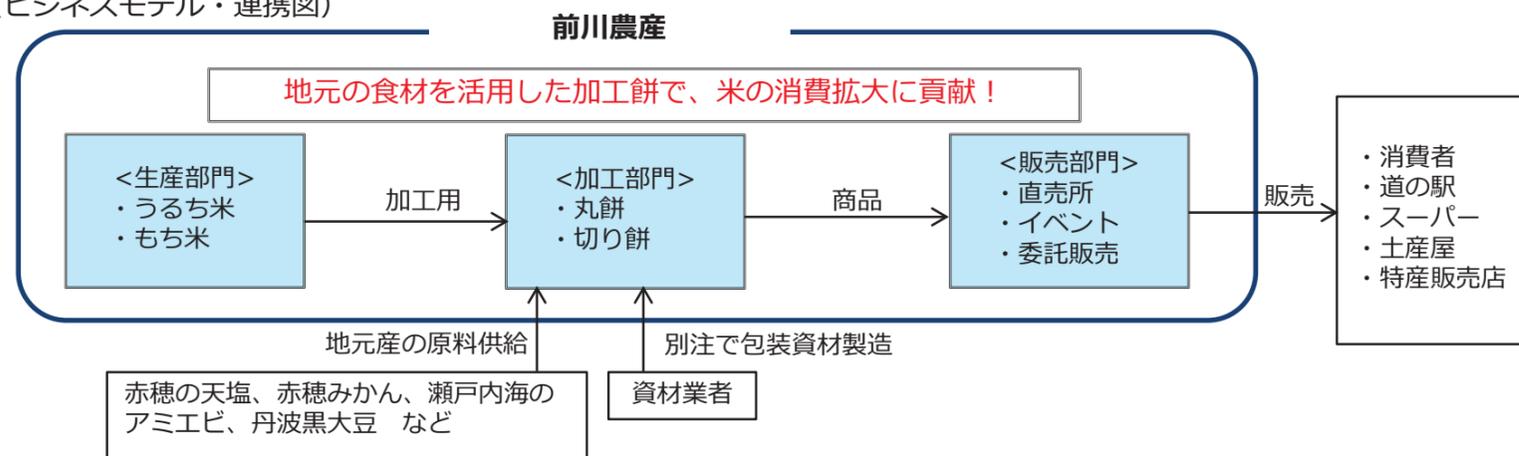
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・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と、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
- ・キャラットケーキ
- ・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、販路拡大に繋げた。

○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】

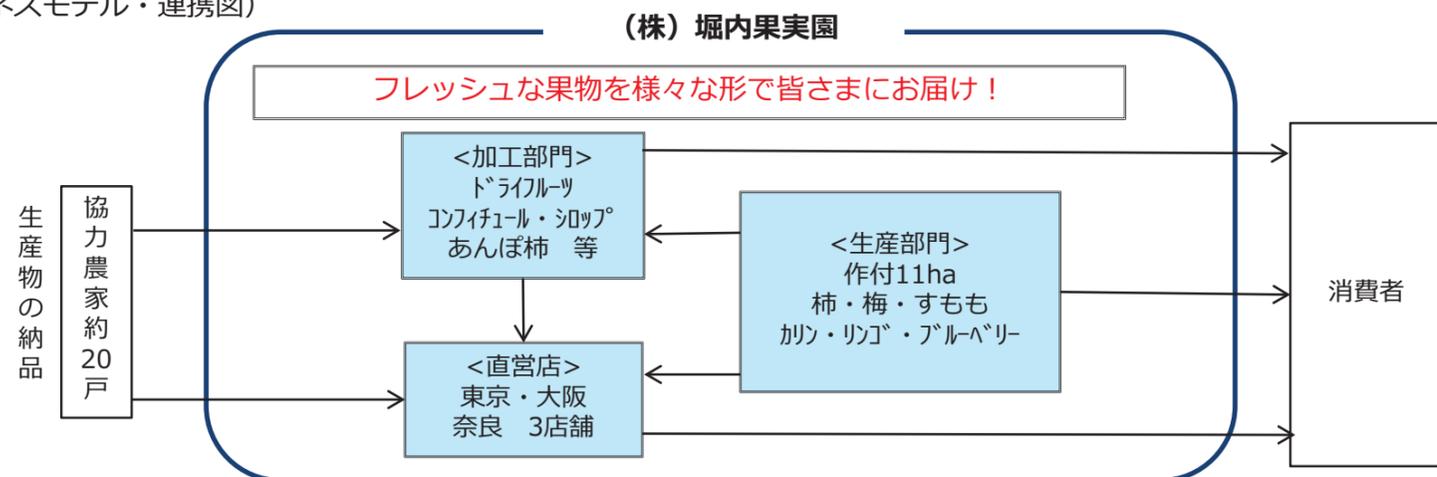
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・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た適正価格で販売。

○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た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

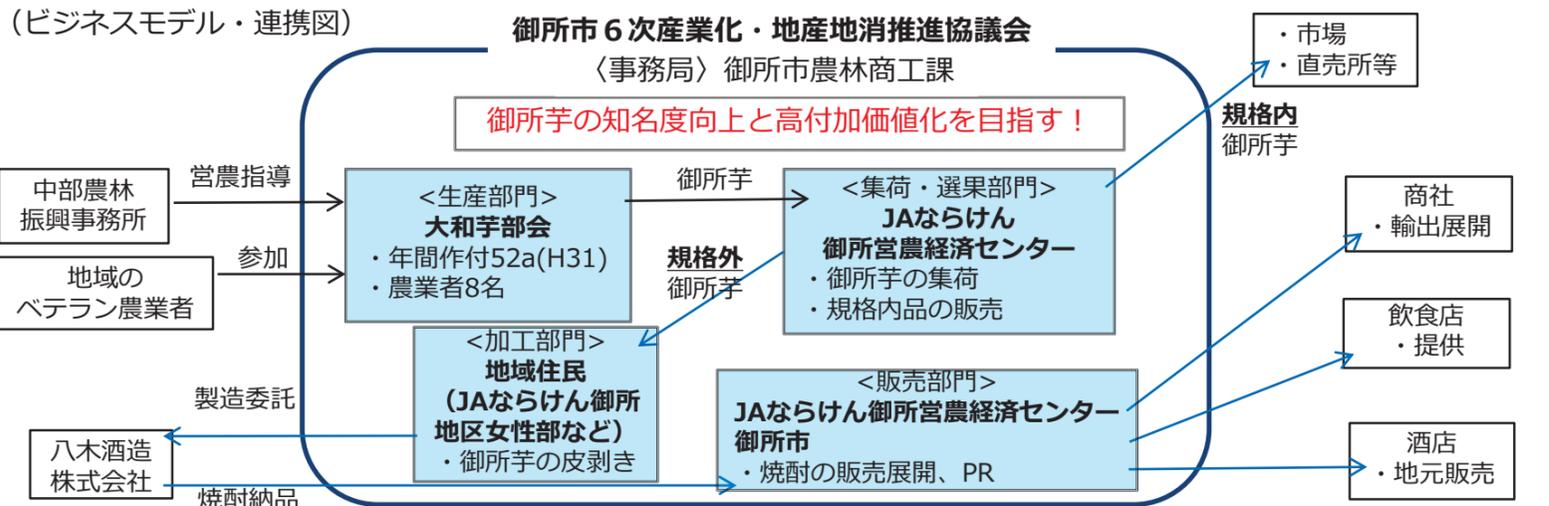
**ベテラン農業者のわざと誇りの結晶！
地域伝統野菜の復活と地域経済活性化に向けた焼酎の開発！！
御所市6次産業化・地産地消推進協議会**

<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。
- 多様な人材**
→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。

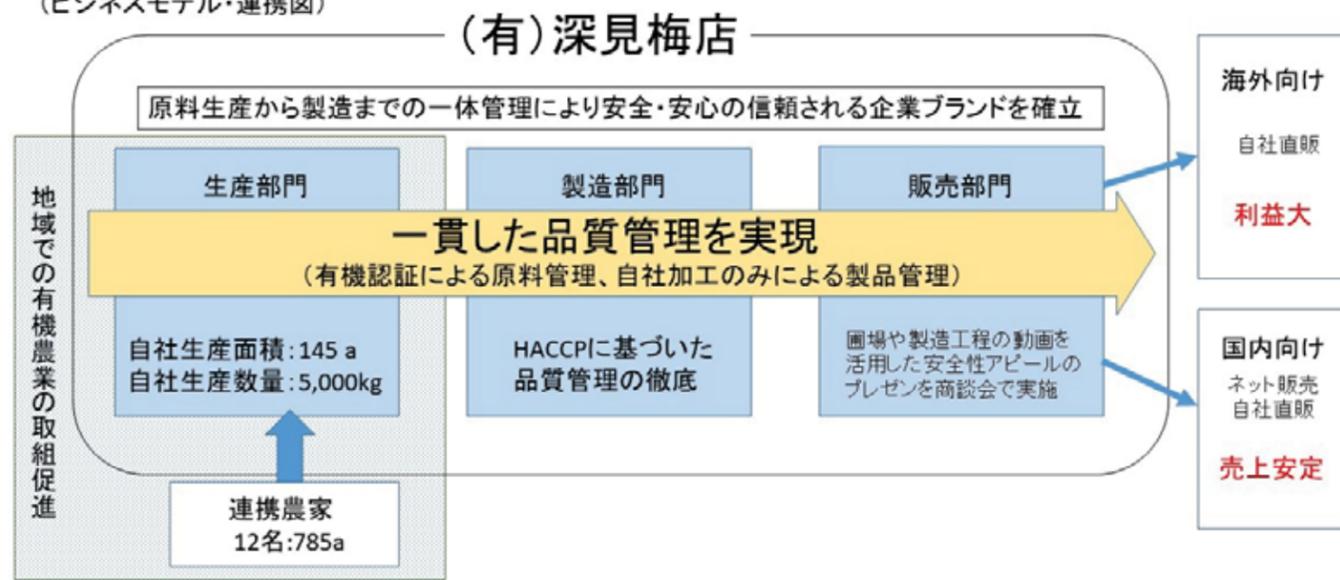
【今後の展望】

- 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)



農業と地域、人をつなぐテーマパーク 「大江ノ郷ヴィレッジ」を展開

総合化事業計画の認定

平成24年2月、平成27年2月

有限会社ひよこカンパニー

<事業者の概要>

- ・所在地：鳥取県八頭町
- ・代表者：代表取締役 小原利一郎
- ・取組内容：平飼いで生産した卵や加工品のスイーツを直営のカフェやスイーツ店、通信販売で提供。農（特徴）家レストランでは地産地消メニューを提供。
- ・販売数量：通販鶏卵販売数800万個以上
- ・雇用者数：185名（R1）（パート含む）
- ・URL：http://www.oenosato.com/

【取り組むに至った経緯】

- ゲージ飼いの大規模養鶏に疑問を抱き、平飼いの養鶏によるこだわり卵、「天美卵（てんびらん）」を生産してブランド化を行う。
- 朝採れ卵の通信販売から、顧客への訴求力のある商品を提供するカフェを開設。更に卵料理等の要望に応える農家レストランへと展開した。

【活用した支援施策】

- （農林水産省）6次産業化推進整備事業（加工・販売施設）2,777万円（H23）
- （農林水産省）6次産業化ネットワーク活動交付金（加工・販売施設）1億円（H26）
- 食料産業クラスター展開事業（地域食品開発等支援）：300万円（H20）
- 食農連携促進事業（食農連携体制強化事業）：790万円（H21）

【取り組みの特徴と強み】

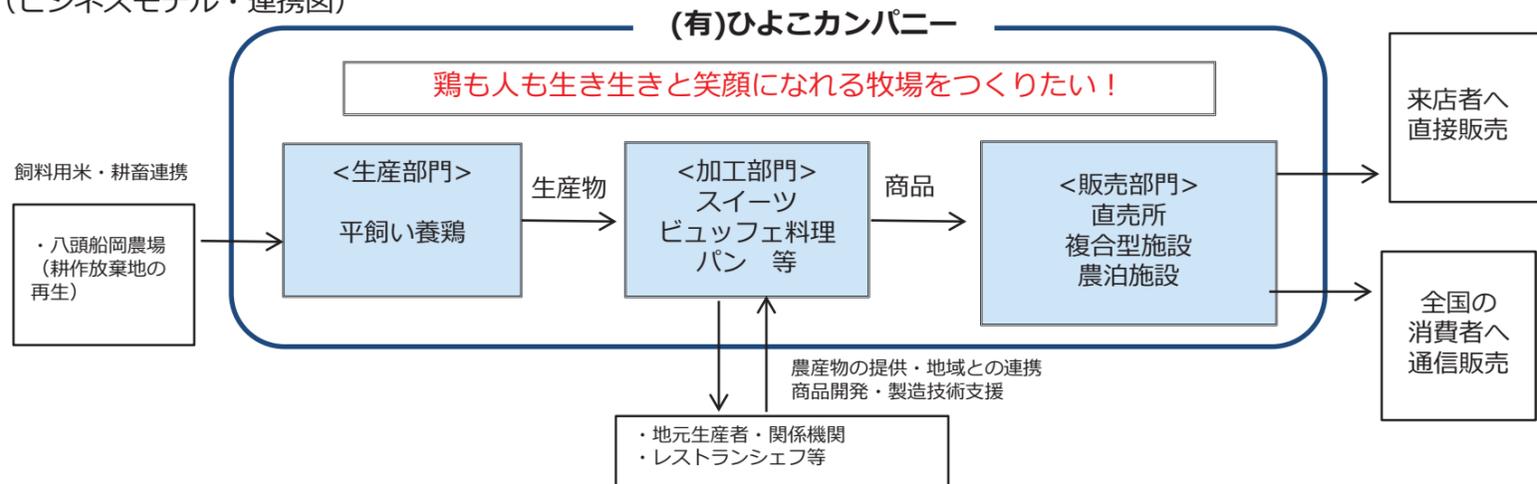
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・化学農薬等を一切使わない自家配合飼料と、鶏が自由に鶏舎を駆け回る「平飼い」に拘った飼養。
- ・生産から販売まで一貫して自社で行うことで、安全・安心で品質の高いブランド卵「天美卵」の安定提供。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・地元で無農薬等にこだわった農作物栽培をしている農家から、農家レストランの食材として市場に販売できない不揃いの野菜も含めて供給を受け、地域農業の活性化を図る。
- ・施設（大江ノ郷ヴィレッジ）を八頭地区の豊かな里山の風景と調和した建築物とすることで、お客様に日本の原風景ともいえるすばらしい景観をゆったりと楽しんでいただき地域の観光価値を生み出そうとしている。

（ビジネスモデル・連携図）



平飼鶏卵「天美卵」



ココガーデン



大江ノ郷ヴィレッジ

【成長へのターニングポイント】

○事業展開

→直売所兼牧場スイーツ専門店のカフェ「ココガーデン」、食と農を楽しむ複合型施設「大江ノ郷ヴィレッジ」、オーガニック食材専門店「RITOTTO MARCHÉ リトット マルシェ」、卵かけご飯専門店「大江ノ郷自然牧場HANARE」、廃校をリノベーションした農泊施設「OOE VALLEY STAY」の運営で集客力のアップを実現。

○人材力の向上

→スタッフのキャリア形成を支援するため、資格取得支援制度等を導入。職種とキャリアに合わせて検定やビジネスマネージャーなど段階的に様々な資格取得を推奨するとともに、試験の受験費用等を支援するスタッフのスキルアップを応援している。

○大江ノ郷ユニバーシティの開校

→社員が自由に講座を選択して受講することができる社内研修を実施。業務に直接関係のある内容に限らず、仕事の根幹となる「物事を構造的に理解する力」「異なるものを受け入れて対応する力」「違いを前提として関係を築く力」を学び、社員の生きる力を高めていく。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・新聞、各種メディア広告等による積極的な宣伝活動の展開で集客力を向上。
- ・品質を守るためコストは削らないとの信念を持ち、生産者から高品質な卵を適切な価格で仕入れ、品質にみあった価格ですべて自社直売することで、安定した収益の確保を実現。

○経費節減の工夫

- ・鶏の飼育係とサービススタッフの兼務など部署の垣根を越えて人員を流動化することで季節や需要の変動による人的ロスを削減。

【今後の展望】

- 食と農のナチュラルリゾートとして「大江ノ郷」を日本一笑顔のあふれる、農業と地域、人をつなぐテーマパークになることを目指す。
- 年間57万人があつまる観光地へ農泊施設のオープンをきっかけとして、移住や新たに事業を始める人が増え、地域を魅力的な場所にする事で来場者数を鳥取県の人口と同じ57万人に。

【取組の効果】

- 雇用者数（パート含む）30名（H23）→ 185名（R1）
- 飼養羽数（採卵鶏）2.7万羽（H23）→ 4.6万羽（R1）
- 来客者数 5万人（H23）→ 39万人（R1）

とっ通りの地と人のつながりを大切にした ブドウとワインを造りたい

総合化事業計画の認定
平成28年6月
株式会社兔ッ兔

<事業者の概要>

- ・所在地 : 鳥取県鳥取市国府町
- ・代表者 : 代表取締役 前岡美華子
- ・取組内容 : 鳥取地域のブドウを使用したワイン製造販売事業。自社ワイナリーを整備し、自社で生産する醸造用ブドウを用いて自らワインの開発・醸造・販売を行う。
- ・売上高 : 810万円 (R1)
- ・雇用者数 : 7名 (R2) (パート含む)
- ・メール : totto-winery@dune.ocn.ne.jp
- ・URL : https://www.tottowinery.com

【取り組みに至った経緯】

- H19年、「6次産業（ワイン製造）がやりたい」との思いから新規就農。耕作放棄地だった義父の農地にブドウの樹を定植し、自らが生産したワインを消費者へ届けたいと決意した。
- ワインを通じて、地域、ワイン愛好家とのコミュニティづくりをめざし、H21年から委託醸造を開始し、経験を積んできた。

【活用した支援施策】

- H28年度
もうかる6次化農商工連携支援事業（鳥取県、鳥取市） 農産物加工所整備：1,400万円
- H29年度
もうかる6次化農商工連携支援事業（鳥取県、鳥取市） 醸造機材の設置等：1,300万円

【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）**
・ 山ぶどう交配品種を原料とすることで、華やかな香りや芳醇な味わい、酸味のしっかりしたこだわりのワインを製造する。また、顧客の好みに応じたオリジナルワインの製造を行うなど、小ロットでの販売を可能とすることにより、大手企業との差別化を図る。
- **イノベーション（他者との新結合）**
・ H24年、ワインを楽しむ機会と情報交換を図ることを目的に、飲食業者、小売業者・地域のワイン愛好家が集い、持続可能なワイン醸造環境の構築を目指し、「とっとワインの会」を結成。
・ 多くの人に来園いただくことにより「多様な人が集える場所」「対話の機会が広がる場所」として「地域の止まり木」の役割を果たしている。
・ 自社製造の干しブドウを原料とした「ぶどうパン」の製造を地元のパン屋に委託、イベント販売や地域交流の際に配布し、好評を得ている。



農園に広がるブドウの樹々



保育園児との交流



TOTTO WINE

【成長へのターニングポイント】

- **ワイン醸造体制の構築**
→ H21年から7年の間、委託醸造で経験を積んだ後、自らが望むワインの製造と販売を展開するため、H29年から自社醸造を開始し、顧客のニーズを踏まえた一貫体制を確立。
- **小規模ワイナリーだからこそ可能な商品開発**
→ 顧客の希望に応じた樽発酵や樽熟成ワインの醸造に取り組むことで、新たな顧客獲得と商品開発を実現。ブドウ栽培からワイン製造までを1つのストーリーに、携わる関係者の思いが商品価値につながればと願い「果実味あふれる兔ッ兔のワイン作り」にこだわる。
- **地域貢献**
→ 主に大学生と人手不足の農業現場のマッチングを支援するなど、コロナ禍の雇用創出にも寄与。

【経営改善に向けた取組】

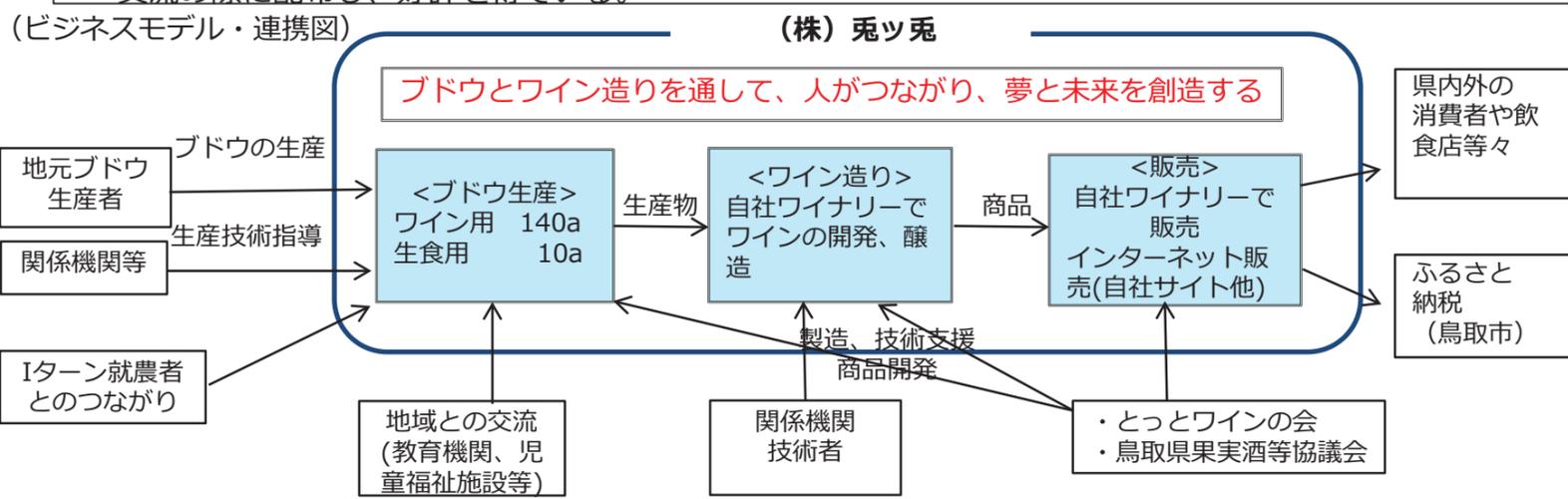
- **売上高向上のポイント**
・ 「まず地元のお客さまを大切にしたい。」との思いから、卸売りを行わず、消費者への直接販売にこだわることで顧客との関係性を深め、全国のリピーター確保を実現。
- **経費節減の工夫**
・ SNSによる情報発信や、インターネットを積極的に活用することで、複数の販売チャネルを確保でき、販売促進費のコストダウンと効率化を実現。

【今後の展望】

- ワインの原料であるブドウ栽培技術を高め、地域やワイン愛好家に、さらに愛されるワイン製造へ深化させるとともに、販路拡大を図る。
- ワインを通じて行政、医療、教育の各機関、飲食店等と連携し、地域の活性化に携わる。
- 福祉施設等と連携し、ブドウの収穫や農作業等を通じて就業や自立へ向けた支援に携わる。
- R2年4月には大学新卒者1名を新規雇用、将来を担う人材として育成。

【取組の効果】

- 売上高
93万円 (H27 (6次産業化取組前))
→ 810万円 (R1 (6次産業化取組後4年))
- 雇用者数 (パート含む)
2名 (H28) → 7名 (R2)
- 主な原材料生産面積 (ブドウ)
48a (H27) → 140a (R1)



柿專業農家がつくる

樹上完熟させた希少な西条柿の生産とこだわりの干し柿

柿壺株式会社

<事業者の概要>

- ・所在地 : 島根県出雲市野石谷町 (平田地域)
- ・代表者 : 代表 小松正嗣
- ・取組内容 : 柿の美味しさに魅せられ農業を始めた。生柿は樹上完熟した一番美味しい果実だけを厳選し (特徴) て収穫、若年層にも受け入れられやすい絶妙なシットリした干し柿を開発し販売している。
- ・売上高 : 3,000万円 (R元)
- ・雇用者数 : 8名 (R元) (パート含む)
- ・URL : <https://kakitsubo.jp/>
Facebook : <https://ja-jp.facebook.com/kakitsubo.jp/>

【取り組むに至った経緯】

- 東日本大震災ボランティアに参加したのをきっかけに生きることに直結した仕事に惹かれる。その後、島根大学の後輩から農業へ誘われた縁で、平田の柿に出会い衝撃を受け、2014年に転身、柿栽培を開始。
- 消費者に美味しい西条柿を届けるため、樹上完熟した旬の時期に販売、廃棄ロスを解消するため加工 (干し柿) の取組を開始。

【活用した支援施策】

- 新農林水産振興ががんばる地域応援総合事業 施設整備 : 688万円 (H27) 226万円 (H28)
- 新農林水産振興ががんばる地域応援総合事業 加工機械 : 76万円 (H30)
- 島根型6次産業推進事業 (H31) 施設整備 : 547万円 ソフト : 64万円

【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)

- ・多様な生態系を維持するため除草剤は一切使用せず、有機質を多く含む堆肥のみを施し、土にこだわった栽培をすることで差別化を図っている。
- ・幅広い年齢が食べられるよう、水分量にこだわりぬいた絶妙にやわらかい食感を持つ干し柿を開発。
- ・利益率向上のためスーパー・デパート等へ飛び込みでPR・商談を行い、また、自社直売やインターネット販売で新規顧客を獲得するなど積極的な販売促進を図った。

○イノベーション (他者との新結合)

- ・環境保全と資源循環型農業を目指し、地元酪農家と共同で作る手作り堆肥を施肥。また、地元の酒蔵の酒かすに粉殻を混ぜたもの及び椎茸の菌床等の産業廃棄物の堆肥化に向け、地域の資源循環に取組中。



(株) 柿壺従業員



自社製造商品の「ほし柿」

【成長へのターニングポイント】

○販売戦略の見直し

→ 新規就農時に立てた販売計画を見直し、2年目から弊社が直接セールスし販売先と価格交渉等を行うなど、積極的な販売戦略を実施。このことで、量販店・スーパーなど、新たな販路開拓を実現。

○商品企画で需要開拓

→ 若年層にも受け入れられやすい商品として、樹上完熟した柿を使って絶妙のシットリ感をもった干し柿を開発したことで、新たな需要の開拓を実現。
→ 幅広い年齢層の需要拡大に向けた、干し柿以外の加工商品開発 (柿ドライフルーツ、干し柿ミルクジャム) で販売体制を強化。

○生産体制強化と地域貢献

→ 高齢化に伴い増えている廃園を弊社で受け入れることで、地域の雇用確保・所得の向上へ貢献。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

・生産面積の拡大と生産量の増加で、加工品も含めた生産体制の強化。また、直接セールスと直接販売の販売戦略で、経営改善を実現。

○経費節減の工夫

- ・地域の畜産農家や菌床椎茸農家、酒造会社と連携した産業廃棄物処理と有機質堆肥製造の資源循環により、良好な関係が構築されるとともに経費削減につながっている。
- ・取引先との販売経費・手数料節減のため、手数料率の少ない取引先との商談を進め所得を確保。

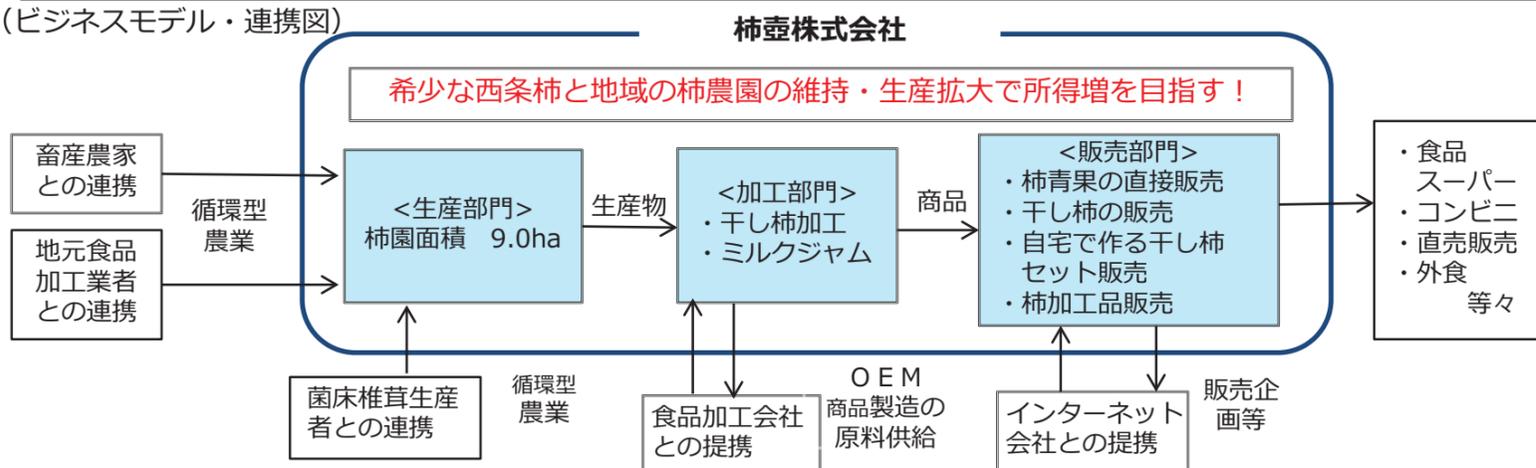
【今後の展望】

- 地域の廃柿園の受入れと維持のため、地域からの雇用を確保。今後、生産量の増加に対応するため、集出荷施設の増設と加工品の増産、販路確保に取組む。
- 中長期的な目標として、ネット販売の拡大。新たな柿加工品 (柿渋、柿の葉茶、ドライフルーツ) を開発・販売するとともに、観光農園やカフェを設置し売上向上を図る。
- 最新冷凍技術導入などによる年間を通じた柿青果及び柿の加工品の供給を検討。

【取組の効果】

- 売上高
1,200万円 (H25 (6次産業化取組前))
→ 3,000万円 (H31 (6次産業化取組後5年))
- 雇用者数 (パート含む)
3名 (H25) → 8名 (R2)
- 主な原材料生産面積 (ha)
1. 5ha (H25) → 9ha (R2)

(ビジネスモデル・連携図)



自社開発の食用バラを加工品原料として 幅広い分野へバラの原料供給

有限会社 奥出雲薔薇園

<事業者の概要>

- ・所在地：島根県大田市
- ・代表者：代表取締役社長 福間 厚
- ・取組内容：産業型薔薇園として創業。悪天候等のリスク軽減のため、圃場の分散化、防風対策の生垣の（特徴）設置により安定した生産と周年供給を実現。また6次産業化により、販路の多角化に成功。100社以上の取引先へ薔薇の原料及び加工品の供給。
- ・生産規模：作付面積 1ha (R1)、生産量 3,300kg (R1)
- ・雇用者数：9名 (R2) (パート含む) 本人含む
- ・URL：http://fragrance-rose.com/
facebook：https://ja-jp.facebook.com/okuizumorosegarden

【取り組むに至った経緯】

- 植木や水稲生産の傍ら、新しい品種・付加価値を持った花（バラ）を独学で開発、持続可能かつ提案型の農業を目指して取り組んだ。
- 消費者目線を最優先と捉え、五感に訴える商品開発をキーワードに取り組んできた。

【活用した支援施策】

- しまね海外販路開拓支援助成金（県単）
海外販路開拓：86万円（R1年度）
- 中小企業等活性化総合支援事業(市単)
国内販路開拓：30万円（R1年度）
- 小規模事業者持続化補助金（日商）
ネットショップ新設：43万円（H28年度）

【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）

- ・平成元年に花き農産物のうち周年で供給可能な薔薇の研究に着目。食品原材料等の活用を念頭に、多くの品種を栽培し研究。薔薇の有する機能性成分の含有量を高める土壌改良や作型の開発を進めた。
- ・消費者と交流を深めることで、味覚・嗅覚はもちろん視覚・触覚など人の五感に訴える商品を開発。
- ・安心・安全なバラの花・花弁の原料を供給する中で、自社で交配した食べられるバラ「さ姫」を商標登録し、海外展開を目指して令和2年7月に有機認証を取得。
- ・島根県独自のGAP「美味しまねゴールド」への認証を令和3年1月取得。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・ペット、愛玩動物等の匂いを抑えるための商品開発など薔薇の特性を活かせる新たな食香粧分野との連携及び開発に着手。



代表取締役社長：福間厚



自社製造商品及びOEM商品
ローズティー、ミックスジャム、ローズシロップほか

【成長へのターニングポイント】

○異業種との交流

→常に何事にも関心をもち、様々な大学と共同研究開発を行うなかで、研究者や開発者から「世界でも類を見ないバラ」と高い評価をいただいた。このことで、海外の企業と連携した海外展開を実現。

○発想の転換

→常にエンドユーザーやビジネスパートナーの意見・要望を取り入れ、自社の自由な発想で商品開発・販路開拓を行い積極的な事業展開を実施。例えば、母の日イベントに特化したギフト商品の開発などの創造性の高い商品開発で、新たな需要の開拓、経営改善を図る。

○技術促進

→他の農業生産法人の取組や文献を参考に、まずはしっかりと検証・実行することで、生産技術及び生産力の向上を図る。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

・首都圏で開催される展示会・商談会へ年に数回出展。また、インスタグラムなどのSNSの活用や、PR動画・ホームページの活用で、積極的な情報発信と販売促進を実施。

○経費節減の工夫

・OEMで許可が必要な製品製造の過大な投資を抑え、展示会の出展費用や国内外への旅費経費等を優先。また、コロナ禍においては、リモートによる商談を推進、営業力は維持しつつ大幅な経費削減を実施。

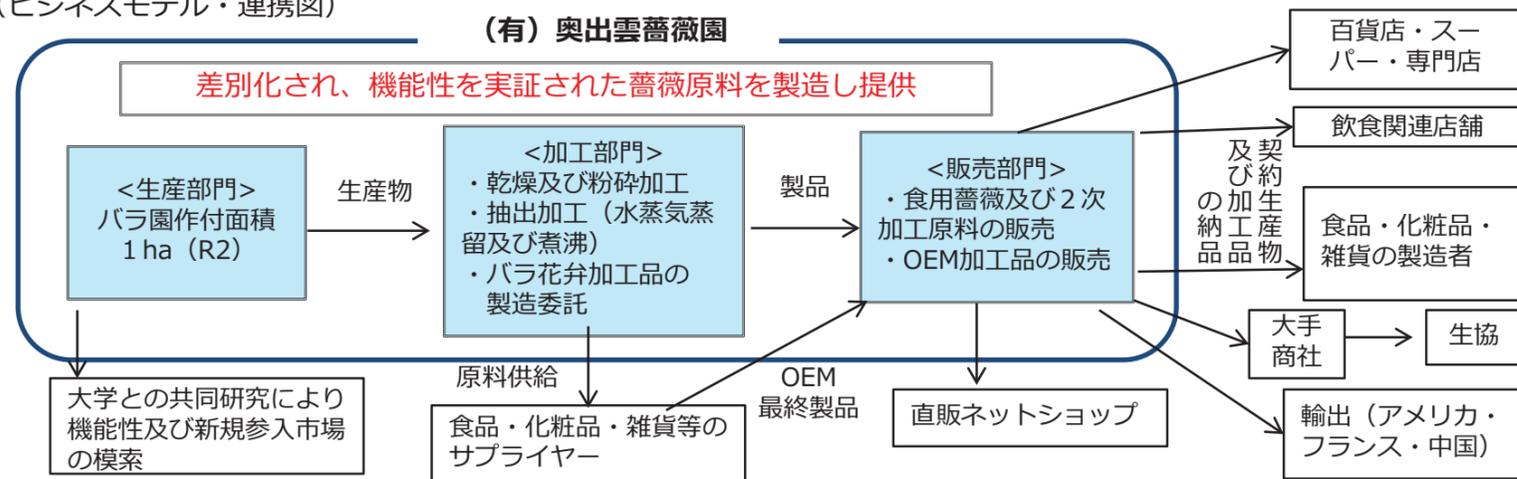
【今後の展望】

- コロナ禍で飛躍的に伸びている通販部門の再編成と、卸売り専用サイトの構築で、利便性を高める。
- OEM製品の内製化を進め、エンドユーザー目線の商品開発力と提案力を高める。
- アメリカ・フランス、ドバイ、中国などで開催される大規模な見本市に出展し事業展開の拡大を目指す。
- 薔薇事業で培ったノウハウを地域農業へ還元し、地域全体で持続的かつ提案型農業の実践を目指す。

【取組の効果】

- 生産量
1,300kg (H25 (6次産業化取組前))
→3,300kg (R1 (6次産業化取組後7年))
- 雇用者数 (パート含む)
2名 (H25) →8名 (R1年)
- 海外展開の状況
輸出先：アメリカ、フランス (加工食品等)

(ビジネスモデル・連携図)



古代の遺伝子を受け継ぐ「赤米」で地域の知名度アップ

総合化事業計画の認定

平成24年5月

レッドライスカンパニー株式会社

<事業者の概要>

- ・所在地：岡山県総社市
- ・代表者：代表取締役 難波友子
- ・取組内容：自社で栽培する赤米を使用して特産品の製造、販売による地域の活性化
(特徴)
- ・販売数量：赤米100gパック 約63,000個 (R1)
- ・雇用者数：9名 (R1) (パート含む)
- ・URL：<http://www.redrice-co.com/>

【取り組みに至った経緯】

- 地元を離れた学生時代に、地元「総社市」の知名度の低さ、お土産物の少なさを感じていた。
- 代表者が大学時代から、地域の神事の供物として栽培されている赤米を活用した取組の構想を練っていた。
- 学生時代からの知り合いであった妻もその思いに共感し、家族でUターン。夫婦二人三脚で6次産業化を目指すこととなった。

【活用した支援施策】

- 6次産業化推進整備事業
加工施設：215万円 (H23)
- 6次産業化ネットワーク活動交付金
新商品開発、販路開拓：65万円 (H25)

【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)

- ・古代米の一種である「赤米」は、米の原種ともいわれ希少価値が高い。また、古来より、日本で3カ所のみ伝統神事の供物とされてきた歴史があり、総社市の国司神社はそのひとつ。岡山県の重要無形民俗文化財に指定されている。
- ・代表者夫婦は、「赤米」の知識や食品製造の知識は豊富であるものの、農業未経験であったことから、地域のみなさんの協力を得て、総社赤米の系統を継ぐ「あかおにもち」の生産・加工を実現。
- ・地元農家とも連携し、「総社古代米生産組合」を発足し、生産体制を強化。

○イノベーション (他者との新結合)

- ・岡山県総社市で毎年開催される「赤米フェスタ」と連携し、赤米で総社市の魅力を発信している。



赤米と備中国分寺



【成長へのターニングポイント】

○商品企画

→塩麴ブームや甘酒ブームなどの市場のニーズを的確に捉え、ターゲットを明確に定めた商品を開発。近年の健康志向・雑穀ブームにより再び脚光を浴びつつある。

○広告宣伝の促進

→グルメ&ダイニングスタイルショー (ビジネスガイド社主催：東京ビックサイト) で赤米甘酒が健康に大変効果的と評価され大賞を受賞するなど、赤米の知名度が向上。

○食育

→地域の特産品を知ってもらうため、総社市の学校給食にて月一回、赤米ご飯の日を実施。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・大手百貨店のお中元、お歳暮カタログに掲載されることにより売り上げ増に繋がった。

○経費節減の工夫

- ・これまで手作業であったが、加工機械を導入することで、生産性の向上と製造経費の削減を実現。

【今後の展望】

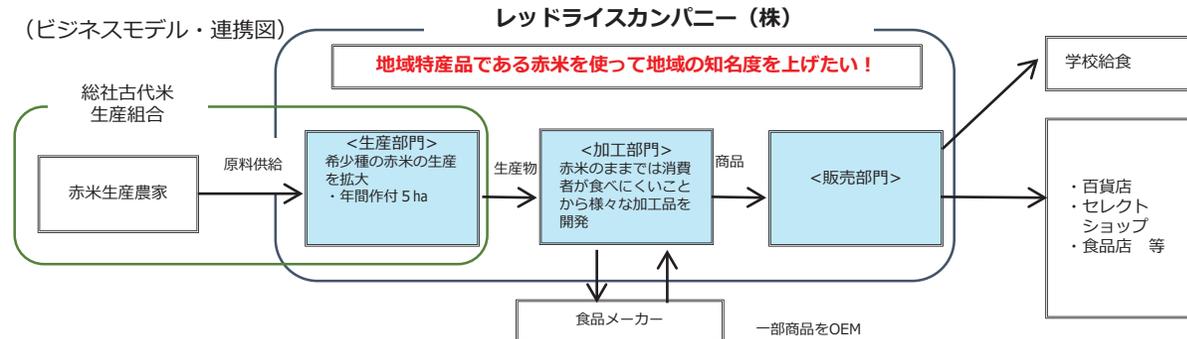
- 更なる赤米の知名度アップと定着化を目指す。
- PB商品やOEMを請け負うことで工場稼働率を上げ、雇用拡大を目指す。
- 健康的な食事が求められている海外に向けて輸出に挑戦する。

【取組の効果】

- 販売数量 赤米100gパック
0個 (H23 (6次産業化取組前))
→63,000個 (R1 (6次産業化取組後8年))
- 雇用者数 (パート含む)
0名 (H23) →9名 (R1)
- 主な原材料生産面積 (赤米)
0.35ha (H23) →5ha (R1)

レッドライスカンパニー (株)

地域特産品である赤米を使って地域の知名度を上げたい!



(ビジネスモデル・連携図)

総社古代米生産組合

赤米生産農家

<生産部門>
希少種の赤米の生産を拡大
・年間作付5ha

<加工部門>
赤米のままでは消費者が食べにくいことから様々な加工品を開発

<販売部門>

食品メーカー

一部商品をOEM

学校給食

・百貨店
・セレクトショップ
・食品店 等

凍結解凍覚醒法で、日本の農業を元気にします。

総合化事業計画の認定

平成31年1月

農業法人株式会社D&Tファーム

<事業者の概要>

- ・所在地：岡山県岡山市
- ・代表者：代表取締役 田中哲也
- ・取組内容：輸入に頼る農作物を独自の品種改良技術「凍結解凍覚醒法」で国内栽培可能とし、自社生産（特徴）及び苗を販売するとともに「バナナジャム」などの加工品を製造・販売。また、栽培指導や資材提供も行い、消費者に安心安全を、栽培者に好収益な農業を提供。
- ・売上高：10億374万円（H31）
- ・雇用者数：36名（R2）（パート含む）
- ・URL：www.dt-farm.com
www.instagram.com/dt.farm

【取り組みに至った経緯】

- 「日本でバナナを自家栽培して食べたい」との強い想いで、完全な趣味から「凍結解凍覚醒法」を確立。
- 近隣への果実や苗のお裾分けが好評となり、技術の社会的意義や可能性を大いに感じたため、法人化して規模拡大することを決意した。

【活用した支援施策】

- おかやましんきん地域活性化支援制度
商品開発：100万円（R2）

【取り組みの特徴と強み】

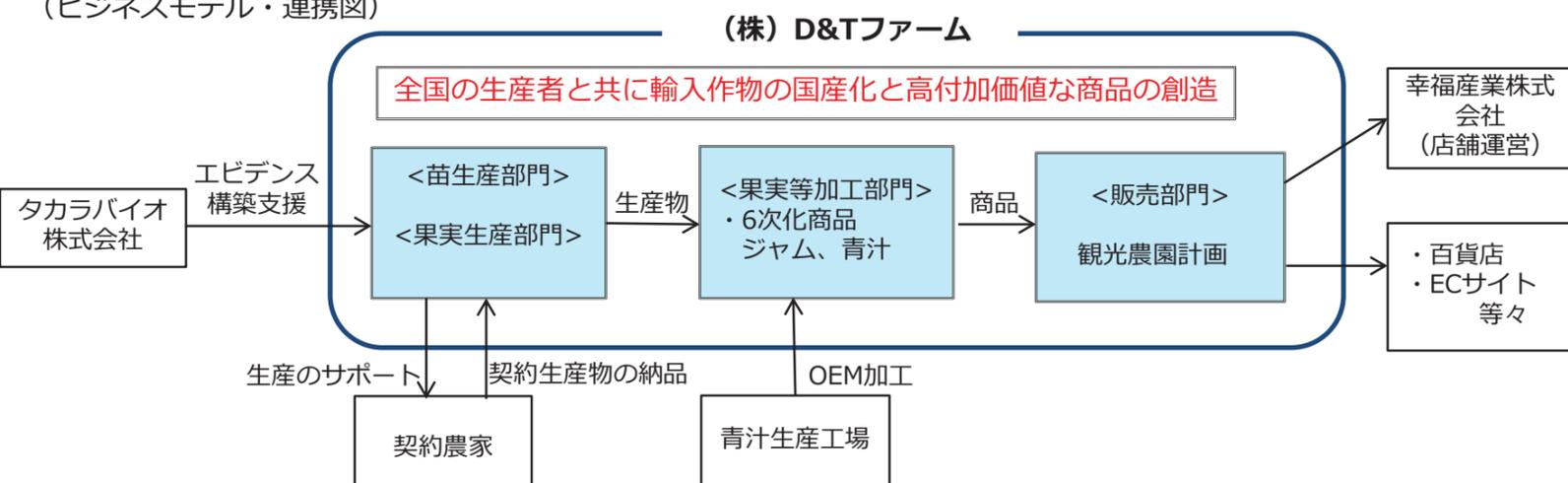
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・独自の特許技術による唯一無二の苗で、バナナ等輸入作物の国産化を実現。
- ・国産化により、輸入品には無い機能性と安全性を併せ持つ「もんげーバナナ」を生産出荷。
- ・更に、機能性を持つ果実などを原料とした「バナナジャム」などの高付加価値の6次化商材を創出している。（検査機関により、ビタミン・ミネラル等の有効成分が多い事を確認。農薬検査にて443項目の非検出を確認）

○イノベーション（他者との新結合）

- ・営農指導を行い、農福連携や観光農園による地域活性化を推進している。
- ・営農指導や農業研修を行うなど、自社雇用のみならず、全国各地で新規就農及び6次化雇用の創出を実現している。

（ビジネスモデル・連携図）



もんげーバナナ



バナナ苗育苗圃場



もんげーバナナジャム

【成長へのターニングポイント】

○特許取得

→技術保全を目的として特許を取得した結果、信用力の向上に繋がった。

○学術的エビデンスの構築

→医学博士のアドバイスを積極的に取り入れ、技術メカニズムを最先端のゲノム分析により解析したところ、成長性・環境適応性・豊産性などの特徴の裏付けとなり、顧客やメディアからの信頼性が増した。

○付加価値

→生産した作物を成分分析したところ、輸入品には無い機能性を持つことが判明し、販売増加に繋がった。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・苗から収穫出荷までの技術を営農指導という形で無償提供し、異業種からの新規参入を容易にした事で、主力商品である苗の拡販へと繋がった。
- ・メディアプロモーションにより、全国からの引き合いを獲得する事に成功し、継続している。

○経費節減の工夫

- ・計画的なメディアプロモーションで、非常に低コストなPR活動を行った。
- ・全施設を新築するのではなく、耕作を止めたハウスを借り上げ、育苗施設として有効活用した。

【今後の展望】

- バナナ、コーヒーを主とし、輸入比率がほぼ100%の作物の国産化比率を高めると共に、カカオなどへバリエーション展開する。
- 海外テストマーケティングで好評なバナナを輸出する。
- 凍結解凍覚醒法を汎用化して小麦やトウモロコシなど穀物へ応用し、世界の食糧事情改善に貢献する。

【取組の効果】

- 売上高
6億6,318万円（H29（6次産業化取組前））
→10億374万円（H31（6次産業化取組後1年））
- 雇用者数（パート含む）
35名（H29）→36名（H31）
- 主な原材料生産面積
2.1ha（H29）→9.5ha（H31）

時代のニーズを取り入れた、果実を使った新食感スイーツ開発で加工品販売を経営の柱に！

総合化事業計画の認定

平成24年2月

万汐農園

<事業者の概要>

- ・所在地：広島県尾道市向島町
- ・代表者：濱浦 志保香
- ・取組内容：尾道市と三原市で約2.5haの果樹園を経営し、いちじくと梅の観光農園事業を行っている。
（特徴） 自ら生産したいちじくや梅、地元産の柑橘などを原料にプリン、ジャム、タルトなどの加工品を製造し、販売している。
- ・生産規模：作付面積 約2.5ha、 主な商品の販売数量 プリン5.8万個（R1）
- ・雇用者数：15名（R1）（パート含む）
- ・URL：<http://www.manchou3.com/>
<https://www.facebook.com/manchoufarm/>

【取り組むに至った経緯】

- 生産物の付加価値を高めるため、昭和57年から自家生産果実を活用して、ジャムなどの加工品を製造・販売を始めたが、近年は売上が横ばいで推移していた。
- 経営を抜本的に改善させるため、時代のニーズを取り入れた商品を開発することとした。

【活用した支援施策】

- 6次産業推進地域支援事業
商品開発 279万円（H24）
- 中小企業・小規模事業者ものづくり商業・サービス革新事業
656万円（H25）

【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）

- ・プリンの原料に果実（主に柑橘類）をふんだんに使用するとともに、熱殺菌による長期保存を可能にしたことで類似品との差別化を実現。
- ・プリン、タルトが、（一社）せとうち観光推進機構により、瀬戸内エリア特有の資産をもとに創意工夫によって開発された商品と認められ「瀬戸内ブランド」に登録された。
- ・梅、いちじくで、広島県特別栽培農産物の認証を取得し、また、土作りと化学肥料、化学合成農薬の使用低減を一体的に行う生産方式として広島県エコファーマーに認定された。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・観光協会、旅行会社等と連携し、梅、いちじくの農業体験を含む農園の魅力をウェブ等でPR。



いちじく狩りの風景



地元産柑橘を使ったプリン



加工場

【成長へのターニングポイント】

○新商品の差別化に成功

→一般的な「カットフルーツが乗ったプリン」ではなく、果肉を練り込んだプリンという斬新な商品開発にチャレンジ。瓶詰め後の熱殺菌により、6ヶ月というプリンとしては長い賞味期限を実現したことで販売力を強化。

○販売ルートの多角化

→自社ウェブサイト オンラインショップを開設し、販売ルートの多角化を実現。

○消費者ニーズを商品改良へフィードバック

→観光農園事業を通じ、消費者ニーズを直接把握し、商品の開発・改良に活用。他社に加工委託せず、自ら行うことで、速やかなフィードバックを実現。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・SNSを活用して農園の旬を消費者にPRすることで、集客力・販売額の向上を実現。
- ・観光農園の来園客のご意見やアンケートを通じ、商品改良を行うことで経営改善を実現。

○経費節減の工夫

- ・柑橘の皮を可能な限り余すところなく活用したり、設備を有効に活用できる商品開発を行うなど、コストダウンと効率化を実現。

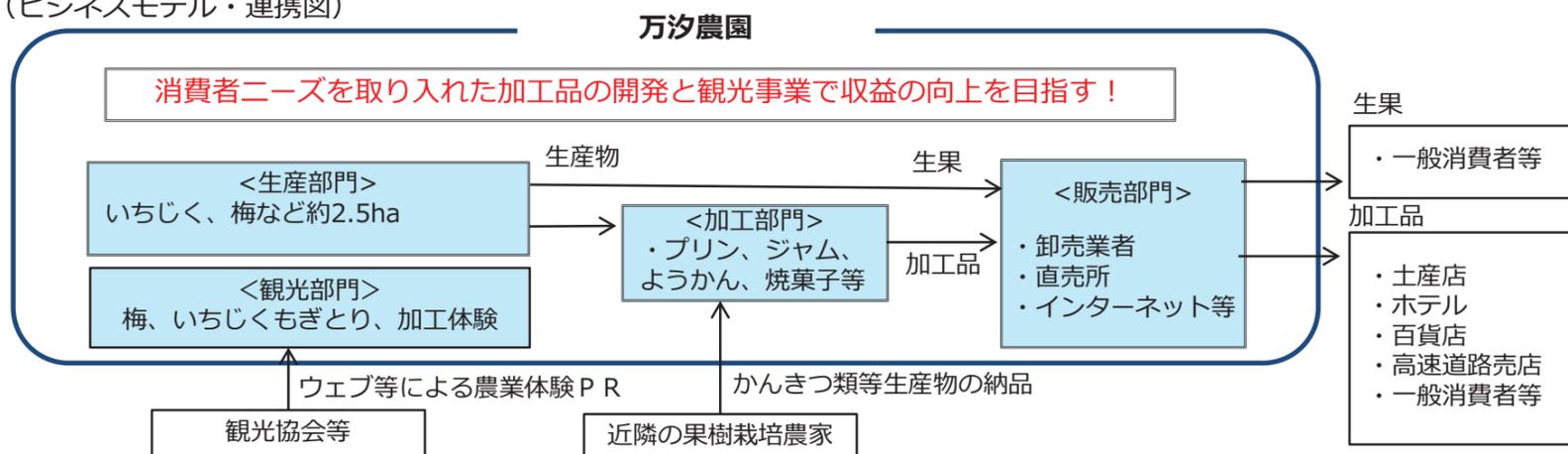
【今後の展望】

- コロナ禍で土産店、ホテルへの販売が厳しいことから、通販・オンラインショッピングに注力した販売拡大を図る。
- 販売拡大のため、商品のリニューアルを行い、加工品の販売ターゲットを若年層にシフトする。

【取組の効果】

- 販売数量（商品例）プリン
0個（H24）→約5.8万個（R1）
- 雇用者数（パート含む）
8名（H24）→15名（R1）
- 生産面積
約2.1ha（H24）→約2.5ha（R1）

（ビジネスモデル・連携図）



カット青ネギを水耕栽培による原料生産から加工品まで自社一貫生産！

総合化事業計画の認定

平成25年10月

株式会社グリーンカクエイ

<事業者の概要>

- ・所在地：広島県庄原市是松町
- ・代表者：代表取締役 角田 勇治
- ・取組内容：大規模水耕栽培で生産した青ネギを生鮮販売するほか、自社加工場で一次加工した「カット（特徴）青ネギ」を、スーパーや卸売業者等に販売している。
- ・売上高：約3億円（R1）
- ・雇用者数：36名（R1）（パート含む）
- ・URL：<https://www.instagram.com/greenkakuei/>

【取り組むに至った経緯】

- 平成13年から青ネギ水耕栽培を開始し、H24年にはハウス19棟約3.7haで青ネギを生産し、年約390トン販売していた。
- 年間の販売契約量は生育の遅い冬場の生産能力を基本としているため、春から秋にかけては生産過剰となっていた。
- 生産能力を有効活用するため、H27年に青ネギ加工保冷出荷施設を整備し、自社産の青ネギを加工販売することとした。

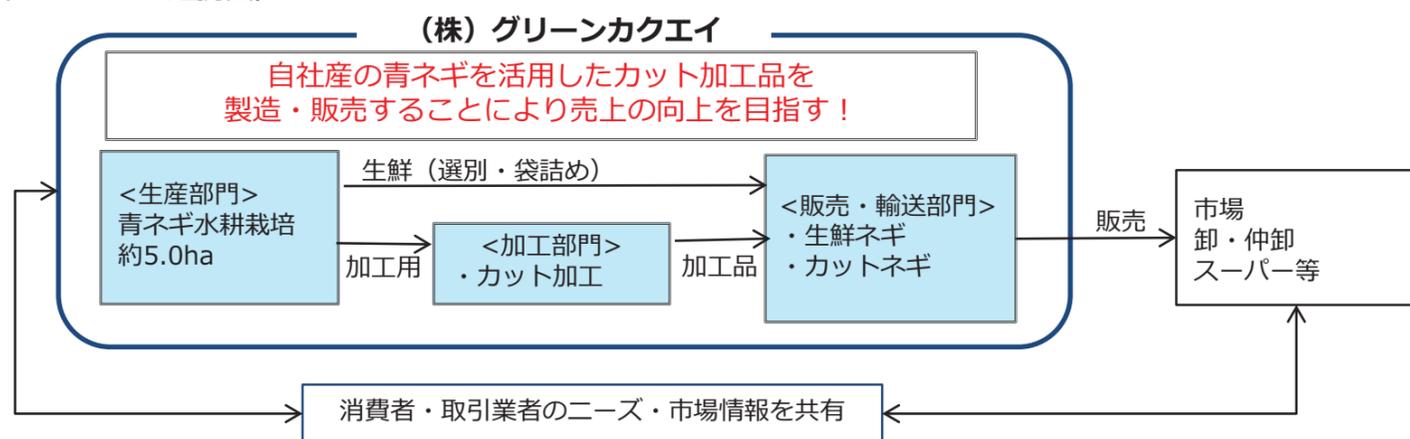
【活用した支援施策】

- 6次産業化推進整備事業
施設整備：8146万円（H23）

【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）**
 - ・自社農場及び近接した自社工場による青ネギ加工品の一貫生産体制を構築することで、品質の保持、生産履歴の明確化、商品の安定供給を実現。
 - ・消費者や取引業者のニーズを迅速に生産現場や加工現場に反映。
 - ・土耕よりも菌数が少なく、衛生面で優位な水耕栽培で、安定した生産量を確保。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・市場や卸売会社と連携し、需要先の情報提供、販売促進に向けた戦略づくり、市場情報の共有、販売ルートの紹介等の取り組みを進める。

（ビジネスモデル・連携図）



水耕栽培のネギ



カットネギ



加工施設

【成長へのターニングポイント】

- コールドチェーンを確立**
→収穫後から青ネギを保冷し、トラック輸送もチルド保冷するなど、生産から出荷まで自社が一体的に管理する体制を構築するコールドチェーンを確立し、高い鮮度、品質を実現。
- 冬期の加工原料確保のため栽培方法を改良**
→春から秋は生産過多である一方、冬期はカット加工品の原料が不足するといった課題を克服するため、生産パネルを従来の48穴から冬期は64穴にして栽培密度を高くするなど栽培方法の改良等により、設備投資を抑えながら年間ほぼ一定量の生産を維持。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・スーパーのプライベートブランドへの対応や、カット加工品のパック容量の改良など、取引業者や消費者の要望を反映することで、売上高の向上を実現。
 - ・営業部門の積極的な販売促進活動により、生鮮・加工品両方の販路拡大を実現。
- 経費節減の工夫**
 - ・カット後のネギのパック詰め用機械を導入するなど、機械化により人件費を抑制。

【今後の展望】

- 売上と販路の拡大のため、「消費者がより使いやすい」を念頭に、商品を改良していく。例えば、現在のカットネギはカップ入りのみ生産しているが、よりゴミの少ない、袋入りのカットネギの生産を検討する。

【取組の効果】

- 売上高(カットネギ)
700万円（H26（加工品生産開始年））
→1億5,500万円
（H31（加工品生産開始後5年））
- 雇用者数（パート含む）
35名（H26）→36名（R1）
- 原材料生産面積（青ネギ）
3.7ha（H24）→約5.0ha（H31）

甘さも、甘酸っぱさも、 夢輝く林檎の美味しさを広くお届け

総合化事業計画の認定

平成27年5月

株式会社 林檎の樹らら

<事業者の概要>

- ・所在地 : 山口県山口市
- ・代表者 : 代表取締役 藤井雅浩
- ・取組内容 : 自家農園で生産したりんごの青果販売、観光りんご園の経営、自家生産したりんごの加工品（特徴）（アップルパイ、りんごジュース、りんご酢ドレッシング等）の製造、販売を行う。
- ・生産量 : 46 t (R1)
- ・雇用者数 : 6名 (R1) (パート含む)
- ・URL : <http://kirarapie.com/>

【取り組むに至った経緯】

○山口市阿東地区は、15戸のりんご農家を有する西日本最大規模のりんご産地であるが、観光客が年々減少傾向にあった。それにもなう収益の減少を回復するには、新たな販売方法や新商品の開発など経営の改善が必要と判断した。

【活用した支援施策】

○なし

【取り組みの特徴と強み】

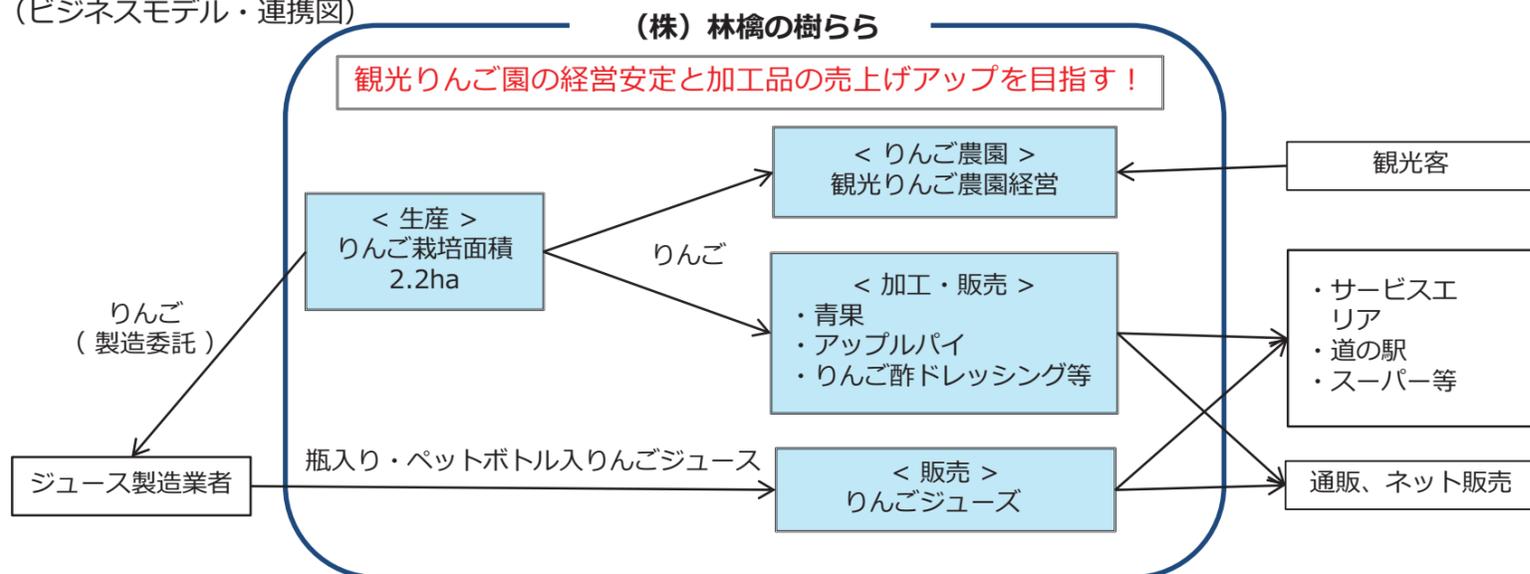
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・瓶入りが主流だった林檎ジュースをペットボトル化し、自社全商品のパッケージデザインを統一するなど他のりんご農家との差別化を実現。
- ・ドレッシングやペットのおやつなどの商品開発に積極的な先行投資を行うなど、他のりんご農家に比べより多くの種類の商品販売を実施。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・持ち運びが容易なペットボトルのりんごジュースの商品開発では、地域の企業と連携しながら行うなど地域産業の活性化に貢献。

(ビジネスモデル・連携図)



自家栽培のりんご



自家製アップルパイ（ホール）



自家製アップルパイ（個装）

【成長へのターニングポイント】

○技術促進

→りんごの樹高を低く抑える「わい化栽培」の導入や、りんご収穫台車を導入することで作業効率の向上と労働時間の短縮を図り、生産体制の強化を実現。また、冷凍商品の離水現象を防止するため、りんごの加工技術を工夫。

○効率的な経営体制の構築

→阿東地区のりんご農家のうち、ペットボトル入りりんごジュース（280 ml）を販売しているのは当農園のみであり、手軽さ、処分のしやすさから販売売上の一躍を担っている。近隣にペットボトル対応の製造業者が1社しかなく製造量も限られることから、生産体制の強化や他社との連携で迅速かつ安定した供給を実現。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・冷凍技術の導入で賞味期限の延長が可能となり、通信販売やネット販売の拡大を実現。
- ・台風や自然災害等により落下したりんごを廃棄せずに、加工用に有効活用するなど年間を通じた収益を確保。

○経費節減の工夫

- ・りんごの樹高を低く抑え、受粉、摘果、袋がけ、収穫等の作業時間の短縮により人件費の節減。

【今後の展望】

- 機械化により、効率的な作業や低コスト生産の取組により労働時間縮減と増収を目指す。
- スマートフォンに対応したHPのリニューアルを行い、通信販売、インターネット販売の充実を図る。
- 近隣は高齢者が多く、労働力確保が困難であることから地域内外を問わず更なる雇用促進に取り組む。

【取組の効果】

- 生産量
46 t (H26 (6次産業化前))
→46 t (H31 (6次産業化後5年))
- 雇用者数 (パート含む)
5名 (H26) →6名 (H31)
- りんご生産面積
2.5ha (H26) →2.2ha (H31)

君はバラより美しい バラで人も地域も暖める

総合化事業計画の認定

平成29年5月

有限会社 司ガーデン

<事業者の概要>

- ・所在地 : 山口県下関市
- ・代表者 : 代表取締役 中司武敏
- ・取組内容 : 自農園で生産するバラを用い、生花、バラ加工品（バラ風呂・バラ足湯）及びバラの花びら（特徴）にメッセージを印字したメッセージローズやメッセージローズの茎にリングを通したメッセージリング等の製造・販売を行う。
- ・売上高 : 2,430万円 (R1)
- ・雇用者数 : 6名 (R1)
- ・URL : barasaku.com

【取り組むに至った経緯】

- 市場中心の出荷販売の中で、市場で受け入れられない商品でも販売方法を変えれば「売れる商品」に生まれ変わることを経験する。
- 「売れる商品」に情熱を注ぎ、顧客の喜びを意識した新たな販売ルートを開拓し、地域の活性化へ少しでも貢献することを決意する。

【活用した支援施策】

- 山口県6次農商工単県事業
商品開発：72万円 (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）

- ・商品への理解を深めてもらうため、個人向け販売を意識したパッケージへの変更やHPのリニューアル、商品へ添付するカードに商品情報や製造へのこだわりを記載。
- ・周年出荷できる栽培技術（短径多花栽培法）及び収穫量が多い品種の導入。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・道の駅でのバラ足湯イベントや地元ホテルと連携したバラ園見学会を開催し地元観光の活性化へ貢献。
- ・直売所を新規開店し、廃棄する花でドライフラワーやフラワーキャンドルなどの加工品を製造して販売。直売所敷地内の洋菓子店と連携して「生花と生卵」や「花加工品とカステラ」などのコラボ商品を販売。



メッセージローズ



バラ風呂



バラの生花

【成長へのターニングポイント】

○情報発信

→大手通販会社の「母の日」企画でバラを販売したところ、ラジオ通信販売部門で過去最高の売上げを実現。消費者への情報発信の重要性を再認識。

○直売所を新設

→直売所を新設し、今まで廃棄していた花をドライフラワーやフラワーキャンドルとして販売することで、経営・販売を強化。

○地域との連携

→洋菓子店とのコラボ商品の開発や、道の駅、地元ホテル、周辺の観光地と連携することで、地域の活性化に寄与。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

・インターネット販売や直接販売で丁寧な接客・商品説明を行うことで消費者とのコミュニケーションが生まれ、様々なご意見を頂きながら新たな需要の開拓を実現。

○経費節減の工夫

・生花の廃棄ロスを少なくするため、ドライフラワーやフラワーキャンドルとして再利用。

【今後の展望】

○景気の影響に左右されないためにも、消費者に対して分かりやすい情報を発信することで、更なる需要拡大を目指す。また、ネット販売の売上げ強化を目指す。

○花卉業界の活性化・発展のため、若手生産者を巻き込んで、情報交換が行える体制の構築を目指す。

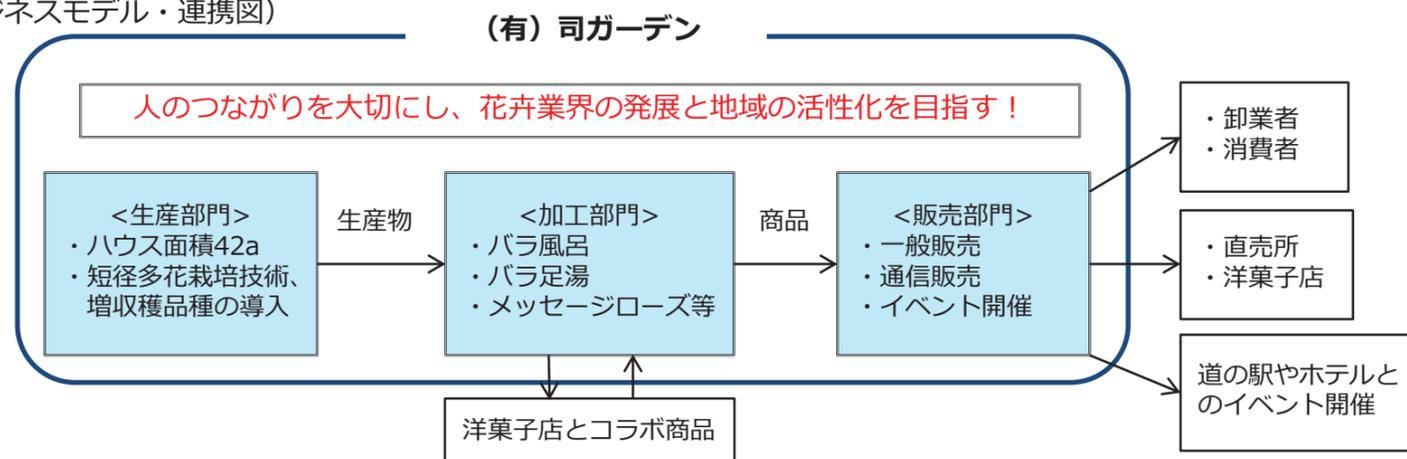
【取組の効果】

○売上高
2,370万円 (H28 (6次産業化前))
→2,430万円 (R1 (6次産業化後3年))

○雇用者数
6名 (H28) → 6名 (R1)

○主な原材料生産面積
35a (H27) → 42a (R1)

(ビジネスモデル・連携図)



世界最薄水準！ 極薄つき板シート・オリジナルの木の紙の製造

総合化事業計画の認定

平成24年8月

株式会社ビッグウィル

<事業者の概要>

- ・所在地：徳島県東みよし町
- ・代表者：代表取締役 近藤清美
- ・取組内容：木材を世界最薄水準まで加工する技術で、建設資材をはじめ文具、日用雑貨及び装飾用商品（特徴）等の製造・販売
- ・売上高：3億5,000万円（R1）
- ・雇用者数：27名（R1）（パート含む）
- ・URL：http://www.bigwill.co.jp

【取り組むに至った経緯】

- 自然保護活動に微力ながら貢献したいという観点から森林整備に不可欠な間伐作業、限りある木の有効利用に着目し平成19年4月に会社を設立。
- 木材を世界最薄水準まで加工する技術に成功し、利用価値の少なかった間伐木材や端材を利用した多方面で利用できる商品の開発、製造・販売。

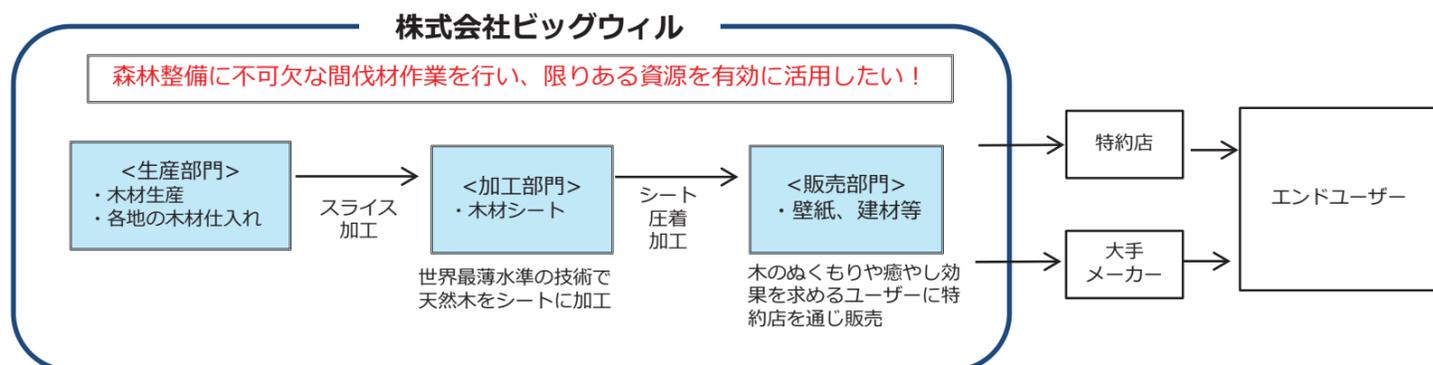
【活用した支援施策】

- 徳島県農林水産地域経済循環創造事業補助金 機械導入：4,500万円（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）**
 - ・天然木を世界最薄水準まで加工する独自技術（特許取得）を確立し、360度折り曲げにも成功。
 - ・産地指定材はもちろん、企業の森の樹や思い出が詰まった大切な樹、節があるものや小径サイズの樹も加工し、世界にひとつしかないオリジナルの樹の紙を製造。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・高齢者の生きがいある職場づくりや、障害を持たれている方々に対する職づくり、若者の雇用対策等、地域住民の新たな雇用の創出に貢献。

（ビジネスモデル・連携図）



天然木不燃シート「恋樹百景」

【成長へのターニングポイント】

- 取引実績による宣伝効果の向上**
→有名な建築家との取引が宣伝効果となり、多くの新規顧客を獲得することに成功。
- 信用力の向上**
→福祉分野への貢献や、総合化事業計画の認定を受けたことで社会的な信用力が上がり、製造機械の導入に係る資金調達を円滑に進めることが出来るなど、更なる事業展開が実現。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・新たな製造機械の導入により、生産能力が大幅に増加。取引事業者からの信用を獲得し、売上の向上に直結。
- 経費節減の工夫**
 - ・社内の組織体制、生産・加工・販売システムを効率化することでコストダウンを実現。

【今後の展望】

- 地方で加工・製品化されたものを都市環境で利用していただくことで、一人一人に地球環境への還元に参加して頂く。
- 地方の雇用対策として、高齢者の生きがいある職場づくりや、障害を持たれている方々に対する職づくり、若者雇用対策を同時に考え、ノーマライゼーションの考えのもと、福祉・環境・雇用を一体化した新しいビジネスモデルの提供。

【取組の効果】

- 売上高
1千万円（H19（6次産業化取組前））
→3億5,000万円（R1(6次産業化取組後12年)）
- 雇用者数（パート含む）
6名（H19）→27名（R1）
- 海外展開の状況
輸出先（商談中）：アメリカ（壁紙等）

ユズ果汁から精油まで 香り高い木頭ゆずで世界をおもてなし！

総合化事業計画の認定

平成23年6月

株式会社黄金の村

<事業者の概要>

- ・所在地：徳島県那賀町
- ・代表者：代表取締役 藤田恭嗣
- ・取組内容：特産品の木頭ゆずを活用して調味料やコスメを製造・販売。
（特徴）輸出にも取り組む。
- ・売上高：1億2,000万円（R1）
- ・雇用者数：正社員7名 非常勤4名（R1）
- ・URL：http://ogonomura.jp

【取り組むに至った経緯】

- 木頭ゆずは、夏は最高気温40℃、冬は最低気温零下10℃の気温差で育ち、香り・酸味・甘みが強く、その特徴を活かして6次産業化に着手した。
- 自社加工施設を整備し、食品だけでなくゆず果皮より精油を抽出し、それらを原料とした商品の海外輸出を考えた。

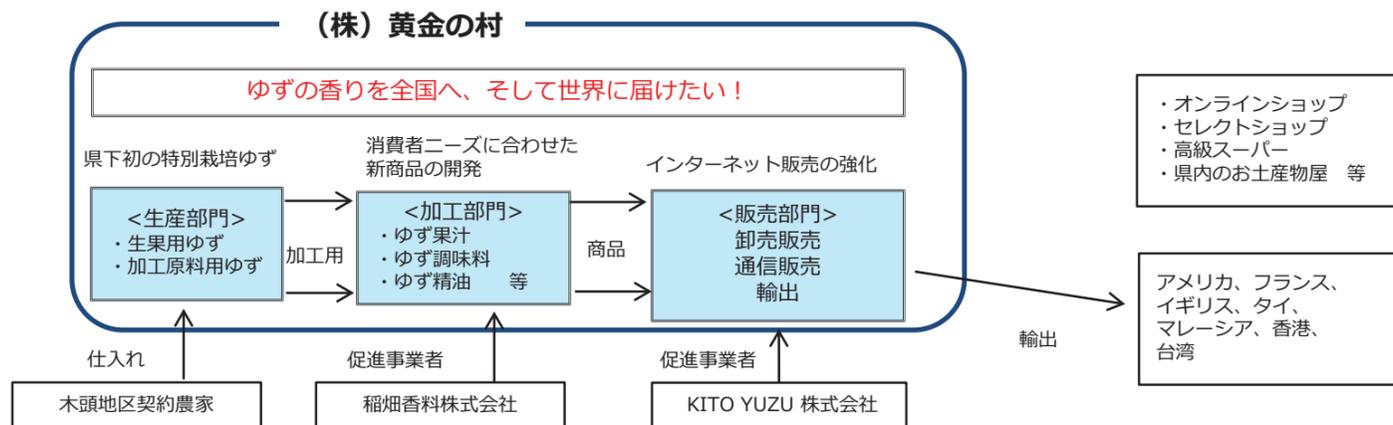
【活用した支援施策】

- 6次産業化対策事業
新商品開発・販売開拓：279万円（H23）
- 6次産業化推進整備事業
加工施設：1,888万円（H23）
- 6次産業化対策事業
新商品開発、販売開拓：274万円（H24）
- 6次産業化対策事業
新商品開発、販路開拓：491万円（H25）

【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）**
 - ・木頭ゆずの自社栽培と木頭地区契約農家から仕入れた原料で加工品を開発・製造し、全国へ営業販売。
 - ・木頭ゆずを収穫から24時間以内に手搾り瓶詰めした一番搾り果汁や、農薬・化学肥料を一切使っていないユズを使ったポン酢、ゆずこしょうなどの幅広い商品を開発。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・地元生産者や、担い手との契約栽培に積極的に取り組み、地域一体型農業を実現。
 - ・農場及び工場で使用資材や物流・倉庫等を地元の資源を活用し、地域経済の活性化に貢献。
 - ・地元住民の積極的な雇用を行うことで、住民の働き口となっている。

（ビジネスモデル・連携図）



ゆず加工食品



4RELAX アロマオイル



ゆずがっぱ

【成長へのターニングポイント】

- 設備投資**
→搾汁施設及びゆずオイル抽出施設を整備し生産体制を確立。（H25年）
→SDGsを目指した循環型農業の構築のための堆肥場建設や出荷場、青果選別場を整備した。（R1）
- 商品開発**
→オイル抽出施設の整備により「アロマオイル」などの精油を原料とした商品開発で海外輸出を開始。（H30）
- 人材確保**
→積極的に若いI・Uターン者を確保・指導することで、経営体制の効率化を実現。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・フェイスブック、インスタグラム、ホームページの活用により、ネット販売の売上高向上と海外への発信力を強化。
- 経費節減の工夫**
 - ・別会社であった販売会社の吸収・支店化や、在庫管理システムの構築などでコスト削減を実施。

【今後の展望】

- フランスを中心にEU圏、アジア地域への輸出特にタイへの輸出拡大を目指す。
- ゆずの使用割合を少なくして、他の柑橘等との組み合わせた新商品の開発。
- 展示会等への出展による販売促進とインターネットで更なる販売促進を目指す。

【取組の効果】

- 売上高
1.7千万円（H25（6次産業化取組前））
→12千万円（R1（6次産業化取組後9年））
- 雇用者数（パート含む）
4名（H25）→11名（R1）
- 木頭ゆずの生産面積2.0ha（H25）→4.5ha（R1）
- 輸出先
アメリカ、フランス、イギリス、タイ等

建設業から農業へ参入し高品質のサツマイモを生産、販売するとともに、規格外品を使って新商品を開発

総合化事業計画の認定

平成27年3月

さんわ農夢株式会社

<事業者の概要>

- ・所在地：香川県三豊市山本町
- ・代表者：代表取締役 大橋知寿
- ・取組内容：建設業から農業へ参入し、糖度、旨みに優れたサツマイモの生産体系を確立し、そのサツマイモ（特徴）イモを商標登録している。また、自社で販路の拡大を行うと共に、規格外品をペーストに加工し、新商品を地元洋菓子店と共同開発、販売している。
- ・売上高：3,700万円（H31）
- ・雇用者数：9名（H31）（パート含む）
- ・URL：<https://www.sannwanohmu.jp/>

【取り組むに至った経緯】

- 当初はブロッコリーの生産が主でJAへ出荷していたが、価格が不安定、利益率が低かったことから、高付加価値の農産物の生産が必要と考え、サツマイモ（安納芋・紅はるか）の栽培を開始した。（H26）
- 規格外品の有効利用のため、地元洋菓子店と新商品を共同開発。

【活用した支援施策】

- かがわ農商工連携ファンド
販売力強化・ブランド化支援事業（46万円）
販路開拓（R元年度）

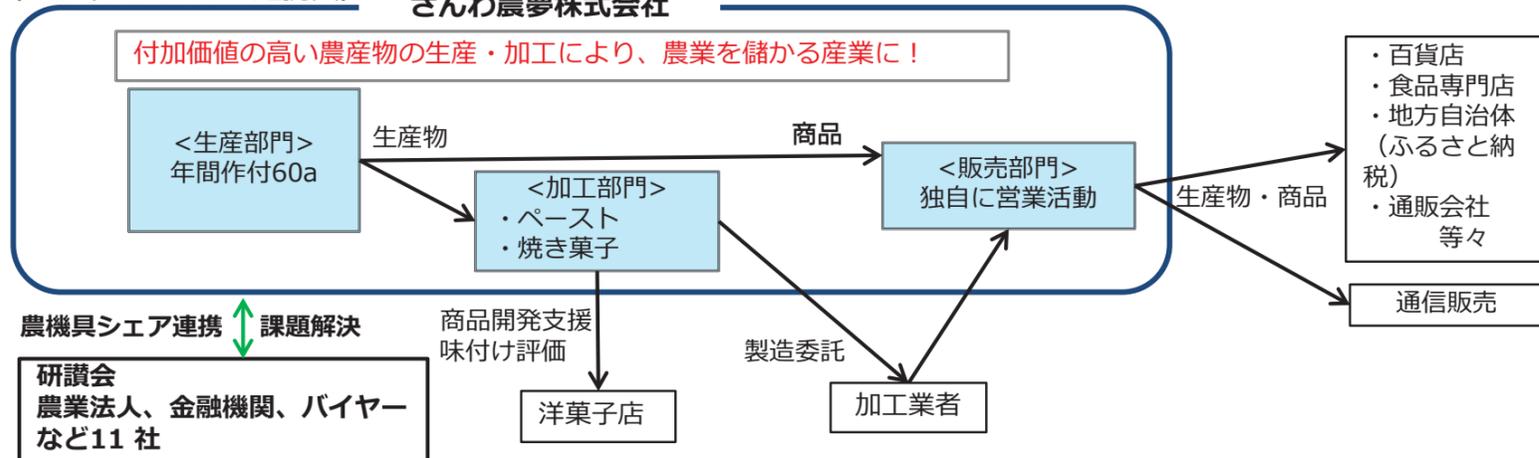
【取り組みの特徴と強み】

- バリューチェーン（付加価値・差別化）**
 - ・自社生産のサツマイモは、弘法の恵（安納芋）、夢の芋（紅はるか）として日本だけでなく、中国、香港、台湾でも商標登録している。
 - ・贈答用箱には総本山善通寺の法主による朱印、墨書きを用いて、差別化を図っている。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・規格外品でサツマイモペーストを開発し、香川県内の有名洋菓子店（4店舗）において商品評価を実施し、そのうちの1社と共同でサツマイモペーストの改良、焼き菓子の開発を行った。
 - ・地域の農業法人、金融機関、バイヤーなどで「研讃会」を立ち上げて、地域農業の課題解決、農機具のシェアによる経費削減等、協力して営農活動を行っている。

（ビジネスモデル・連携図）

さんわ農夢株式会社

付加価値の高い農産物の生産・加工により、農業を儲かる産業に！



安納芋（青果）



加工品（焼き芋）

【成長へのターニングポイント】

- 高品質なサツマイモの生産体系を確立**
→独自に開発した土壌改良材を使うことで、水はけの良い土壌で栽培されている品種を、田んぼでも栽培できるようになったことから、糖度や旨みに優れたサツマイモの安定生産が実現。
- 独自で販路を開拓**
→従来のJAへの出荷だけに頼らず独自に青果の卸売業者、百貨店、通販会社などへ積極的な営業活動を行うとともに、取引先のバイヤーと連携することで、更なる販路拡大を実施。
- BtoB対応**
→価格が不安定であったブロッコリーにカット加工を施すことで、付加価値をつけ業務用販売を強化。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・高品質なサツマイモの安定供給が可能になったことで、積極的な営業活動ができ、国内外の販路拡大が実現。
- 経費節減の工夫**
 - ・「研讃会」内で農機具をシェアしたり、メンバー間で資材を安価で購入するなど、経費削減を実施。
 - ・土壌改良材の自社開発により経費削減を実施。

【今後の展望】

- 地域の耕作放棄地を借り受け、規模を拡大し、農業を儲かる産業に育てる。
- 若者の農業への定着化を図るため、地域農業の後継者として育成を行っていく。
- 農福連携にも取組み地域の障害者を雇用していく。

【取組の効果】

- 売上高
700万円（H26（6次産業化取組前））
→3,700万円（H31（6次産業化取組後5年））
- 雇用者数（パート含む）
5名（H26）→9名（H31）
- 主な原材料生産面積（サツマイモ）
50a（H26）→60a（H31）
- 輸出先
中国、香港、台湾

自社生産のトロピカルフルーツを自社カフェで直売 マンゴーを使った新商品の製造販売

総合化事業計画の認定

平成26年11月

株式会社アンファーム

<事業者の概要>

- ・所在地 : 香川県三豊市財田町
- ・代表者 : 代表取締役 安藤 数義
- ・取組内容 : 国産マンゴーをはじめ様々なトロピカルフルーツを栽培し、自社店舗（カフェ）等にて販売（特徴）すると共に、マンゴーの加工品を開発、製造販売している。
- ・売上高 : 2,900万円（H31）
- ・雇用者数 : 5名（H31）（パート含む）
- ・URL : <http://www.fl-annfarm.com/>

【取り組むに至った経緯】

- 香川県では生産されにくい、マンゴーやドラゴンフルーツ等のトロピカルフルーツのハウス栽培を始めたのち、カフェ兼直売店の営業を開始。
- マンゴーの生産が安定してきて、規格外品の処理が課題となってきたことから、加工品の開発に取り組み始めた

【活用した支援施策】

- なし

【取り組みの特徴と強み】

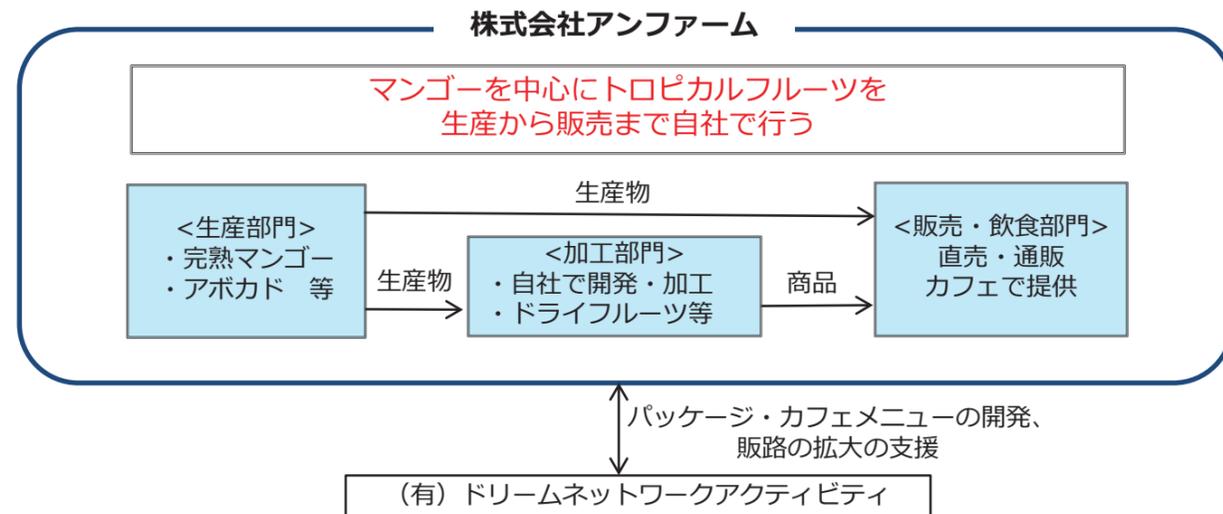
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・土壌改良や温度管理、栽培方法の研究を行い、糖度15度以上の完熟マンゴー（乙姫）を安定生産し、差別化を図っている。
- ・自社生産したマンゴーを使ったマンゴーのドライフルーツ、マンゴーパフェ、マンゴージュース、マンゴーアイス等のスイーツを開発し、カフェ兼直売所で提供。マンゴー以外のトロピカルフルーツ（ドラゴンフルーツ等）も直売。

○イノベーション（他社との新結合）

- ・地域で広告デザイン等を行う（有）ドリームネットワークアクティビティと連携し、当社のロゴやHPのデザイン作成、カフェメニューの開発や首都圏における販路の拡大など企業価値を高めている。

（ビジネスモデル・連携図）



収穫前のマンゴー



直売の様子



マンゴーのドライフルーツ

【成長へのターニングポイント】

○完熟マンゴーの生産体系を確立

→独自で開発した農法や肥料の配合で高品質なマンゴーを安定生産すると共に、糖度15度以上のもののみ販売するなどの差別化を図る。

○自社生産したものは自社で販売

→卸売市場への出荷は行わず、自社の直売所、通信販売での販売をメインとし、地域産や高品質にこだわる顧客を中心に販売を展開。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・高品質にこだわることで、徐々に直売・通販のリピーターが増加し、売上げが増加。カフェでは、自社生産したフルーツを利用したパフェ、ジュース等を提供し、飲食後に青果を購入していただけるなどの相乗効果を発揮。

○経費節減の工夫

- ・直販・通販をメインにし、送料や手数料の流通経費を削減。
- ・規格外品を加工品にすることにより、廃棄ロスを削減。

【今後の展望】

- 1年中、自社生産したフルーツを販売できるよう4月～8月はマンゴー、9月～翌年3月まではアボカドを主に生産していく。
- 秋に収穫できる、糖度の高いすももの開発を進めている。
- マンゴーの加工品について、バリエーションを増やしていきたい。

【取組の効果】

- 売上高
900万円（H25（6次産業化取組前））
→2,900万円（H31（6次産業化取組後5年））
 - 雇用者数（パート含む）
3名（H26）→5名（H31）
 - 主な原材料生産面積
- | | H26 | → | H31 |
|----------|------|---|------|
| マンゴー | 30a | | 30a |
| ドラゴンフルーツ | 1.8a | | 1.8a |
| アボカド | 0a | | 40a |

じゃばら、もち麦加工で6次産業化

内子町産にこだわった販売・運営で集客力UP!

株式会社内子フレッシュパークからり

総合化事業計画の認定

平成23年5月

<事業者の概要>

- ・所在地 : 愛媛県喜多郡内子町
- ・代表者 : 代表取締役社長 土居好弘
- ・取組内容 : 内子町産じゃばら、もち麦を2本柱とした「からりブランド」の健康食品（じゃばらサイ（特徴）ダー、もち麦うどん、もち麦大福等）を製造し、直売所等で販売。
- ・売上高 : 6億8,120万円（H31）
- ・雇用者数 : 70名（H31）（パート含む）
- ・URL : <https://www.karari.jp>

【取り組みに至った経緯】

- 「内子町産農産物のみを販売する」とした販売戦略が消費者の支持を得たが、冬期や出荷の端境期の品揃えに苦慮。通年販売できる商品を開発するため、平成19年11月に農林水産物処理加工施設を設置し、新たな健康食品の開発・販売を模索。
- 生産者の高齢化に対応した省労力作物及び健康機能成分が多く含まれている作物として、平成19年にじゃばらを導入。現在、じゃばらに加え、もち麦を活用した加工品製造・販売を実施。

【活用した支援施策】

- 農山漁村6次産業化対策事業補助金(6次産業推進地域支援事業) : 255万円 (H23)
- 農山漁村6次産業化対策事業補助金(6次産業推進地域支援事業) : 165万円 (H24)

【取り組みの特徴と強み】

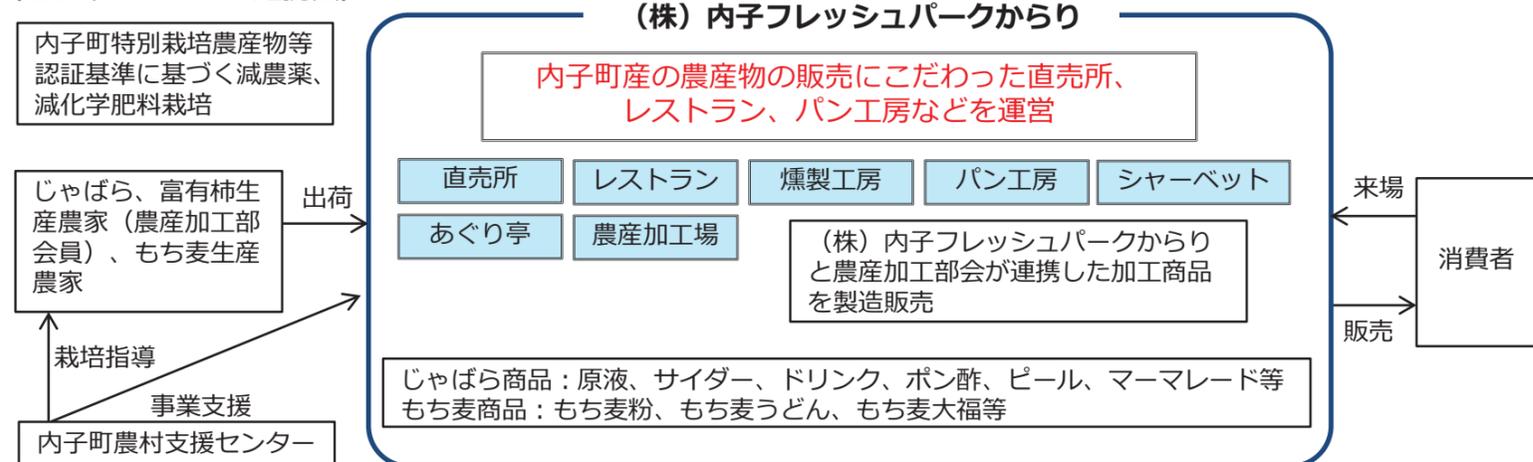
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・じゃばらには花粉症状を改善する効果があるが、匂いや苦みが強く美味しくないと壁に当たり、加工に工夫が必要であった。そこで、じゃばらを丸ごと専用の搾汁機で搾汁することで皮の近くに含まれている多くの機能性成分を残しつつ、じゃばらの風味を生かした商品をつくることに成功した。
- ・町独自の認証基準に適合した減農薬・減化学肥料栽培を行うことにより他産地との差別化を図った。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・農産加工部会との連携により内子町産じゃばら、もち麦を2本柱とした「からりブランド」の加工品を開発し、冬期や出荷の端境期の品揃えを充実させ、集客力のUPを図った。

(ビジネスモデル・連携図)



上 : 内子町産じゃばら、もち麦を活用した商品
左上 : 内子町産農産物のみ販売する直売所
左下 : 内子町産の食材を活用したレストラン

【成長へのターニングポイント】

○内子町産農産物にこだわった販売戦略

→内子町産農産物のみを販売する直売所、内子町産農産物の食材を活用した料理・加工品を提供するレストラン、燻製工房、パン工房等による集客力UPを実現。

○地域との連携による新商品の開発

→内子町農村支援センターによる、農産加工部会員への栽培指導や(株)内子フレッシュパークからりへの事業支援、農産加工部会員との連携による新商品開発により経営体制を強化。

○技術促進

→内子町特別栽培農産物等認証基準に基づく減農薬、減化学肥料栽培、加工施設の整備により徹底した生産・衛生・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

- ・安心・安全な内子町産農産物の販売、これら食材と景観を生かしたレストランでの料理の提供。
- ・内子町産じゃばら、もち麦を活用した新商品の開発・製造・販売。

○経費節減の工夫

- ・POSレジでの消費期限チェックや個別コードによる二度読みの防止など商品管理の効率化に加え、農家はPOS情報を活用し売れ筋商品を中心に出荷することで売れ残りを少なくするなど、コストを削減。

【今後の展望】

- 地産地消を基点としつつ、内子町産じゃばら、もち麦を2本柱とした「からりブランド」の健康食品の首都圏での販路拡大を目指す。

【取組の効果】

- 売上高
2億円 (H9 (6次産業化取前))
→6億8,120万円(H31(6次産業化取組後8年))
- 出荷者数
176名 (H9) →390名 (H31)
- 雇用者数 (パート含む)
2名 (H6) →70名 (H31)
- 利用者数 (POS通過)
約20万人 (H9) →約40万人 (H31)

冷凍しても保つプリプリ感！ 手軽に食べられるみかんの加工品開発

総合化事業計画の認定

平成25年2月

有限会社南四国ファーム

<事業者の概要>

- ・所在地：愛媛県宇和島市
- ・代表者：代表取締役社長 清家寿章
- ・取組内容：コクのある美味しい柑橘を年間いつでも提供できるよう、高品質で新規性のある加工品を製造販売。
- ・売上高：3億2,000万円（H30）
- ・雇用者数：38名（H30）（パート含む）
- ・URL：https://www.kinahaiya.jp

【取り組むに至った経緯】

- 注目度が高まりつつある南四国への旅行客に向けた販売を着想して、観光とタイアップした商品開発を決意。
- 商品の開発に当たっては、旅行の際に手軽に片手で食べられる冷凍みかんに着目。
- 平成8年に農業者3名でみかんの生果販売を開始、平成12年に本社に直売所を併設した。

【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）**
 - ・厳選したみかんの販売とジュース加工、皮を剥いで房状にした商品開発等により、徹底した差別化を図った。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・規格外品を冷凍みかんとして商品化するに当たっては、県研究機関及び冷凍機器メーカーの協力を仰ぎ、冷凍技術を開発した。
 - ・地元住民の積極的な雇用を行うことで、住民の働き口となっている。



厳選みかん「姫甘露」

皮むきみかんジュース

冷凍みかん「粒楽」

【成長へのターニングポイント】

○販路の開拓

- 直売所「吉田きははいや」、「きははいや三万石」の開設で、情報発信や販売促進を実施。
- ネット販売やカタログギフト、道の駅とタイアップしての販売で、販路拡大を実現。

○技術促進

- 有機肥料の施肥やマルドリ栽培なども取り入れ、食味の良いまろやかな味を実現。
- 新たな冷凍技術による冷凍果物の商品開発。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・みかん以外の柑橘（しらぬい、ぽんかん）に加え、ブルーベリー、ぶどうを使用した氷菓を開発。
- ・ドライみかん、みかんパウダー、みかんジャム、柑橘ゼリーなどの新商品の開発。
- ・加工することにより通年販売が可能。（消費者に1年を通じて美味しいみかんを提供したい。）
- ・パッケージをデザイナーとの連携により開発し、商品イメージの向上に務めた。

○経費節減の工夫

- ・機械化・省力化による生産コストの削減。

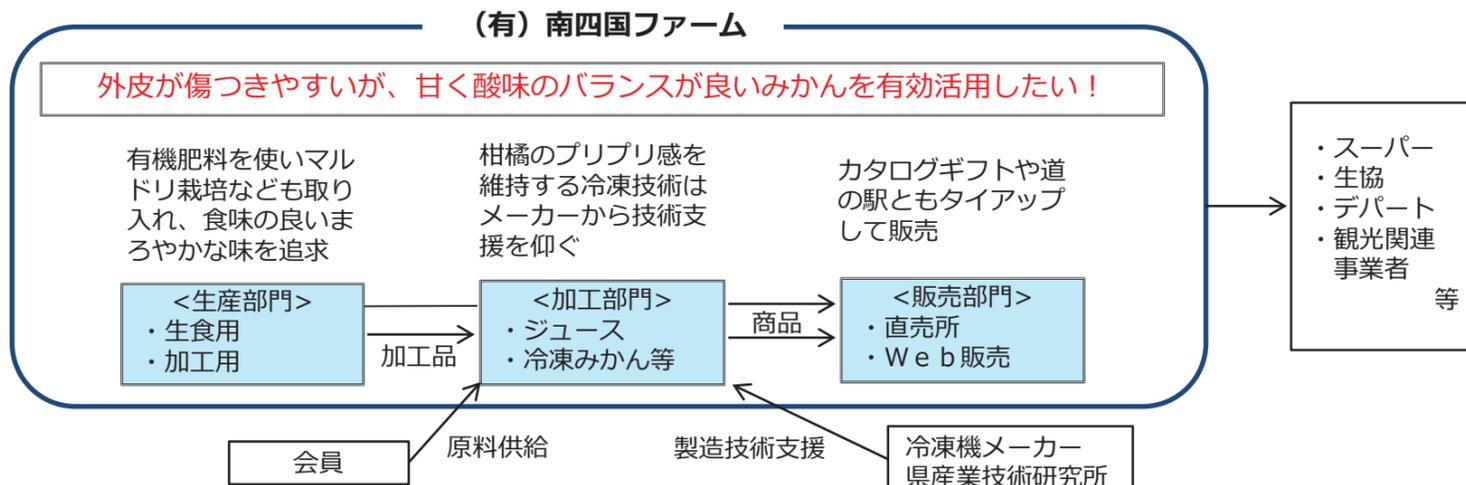
【今後の展望】

- 商社を通じてタイ等への海外展開を目指す。
- 機械化・省力化の導入により生産の効率化を図る。

【取組の効果】

- 売上高
1,500万円（H8（6次産業取組化前））
→3億2,000万円（H30（6次産業化取組後6年））
- 雇用者数（パート含む）
4名（H8）→38名（H30）
- 来場者数
約0.5万人（H11）→約21万人（H30）
- 海外展開の状況
輸出先：アメリカ（ハワイ）、ベトナム（みかんジュース、みかんジャム、冷凍みかん）

（ビジネスモデル・連携図）



植物性の原料のみを食べて生まれた鶏卵

「コロンブスの茶卵」でスイーツ開発

総合化事業計画の認定

平成23年5月

株式会社ぶらうん

<事業者の概要>

- ・所在地：高知県四万十町
- ・代表者：代表取締役 佐々木貞壽
- ・取組内容：自らが生産する鶏卵「コロンブスの茶卵」を使用したプリン、シュークリーム、ロールケーキ、
（特徴）惣菜等の製造・販売。
- ・売上高：1億6,000万円（R1）
- ・雇用者数：13名（R1）（パート含む）
- ・URL：http://coccorando.com

【取り組むに至った経緯】

- 植物性の原料のみを食べた鶏から生まれた鶏卵を「コロンブスの茶卵」として販売していたが、飼料価格の高騰や県外品の参入により競合が増え、収益の向上が見込めない状況となった。
- 付加価値向上による収益改善のため、鶏卵を利用したプリン、シュークリーム等の加工品の開発に着手した。

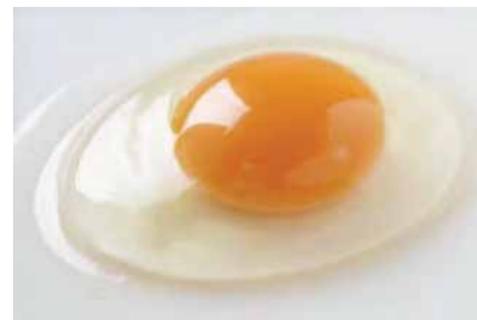
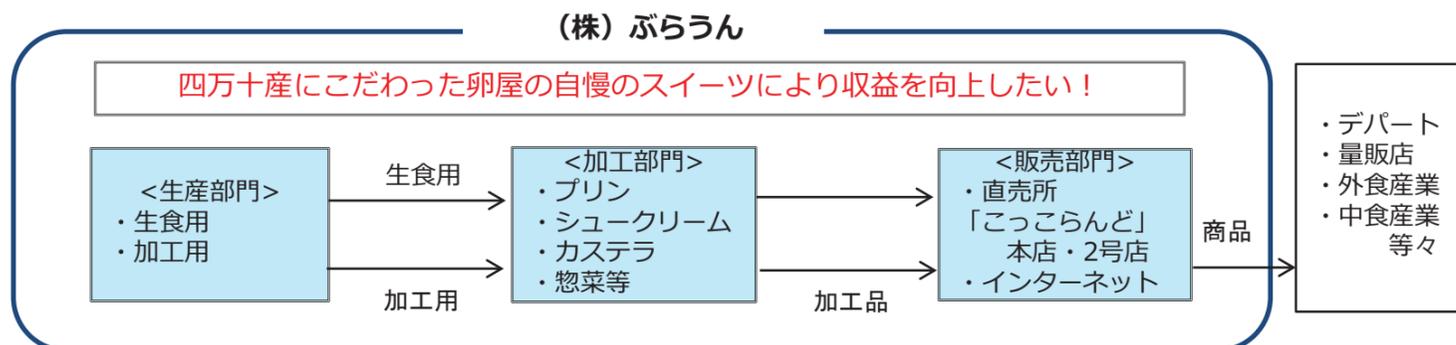
【活用した支援施策】

- 農業改良資金（加工施設、直売店）2,000万円（H24）
- （農林水産省）6次産業総合推進事業（新商品開発、販路開拓）169万円（H23）137万円（H24）
- （高知県）四万十町産のこだわりたまご加工場整備事業（加工施設整備、厨房機器導入）10,000万円（H29）

【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）**
 - ・植物性の原料のみを食べて生まれた鶏卵「コロンブスの茶卵」を核にした加工品の製造・販売と、地元食材の活用により、地域経済の活性化に貢献する。
 - ・飼育数を減らし特殊卵の生産割合を多くすることで粗利益を向上。
- イノベーション（他者との新結合）**
 - ・国・高知県・四万十町からの支援を受け、商談会への参加やパッケージデザインの開発等商品の魅力アップで地産外商に努めた。
 - ・地元住民の積極的な雇用を行うことで、住民の働き口となっている。

（ビジネスモデル・連携図）



コロンブスの茶卵



「コロンブスの茶卵」を使用したシュークリーム



直販所「こっころんど本店」

【成長へのターニングポイント】

- 地域産品へのこだわり**
→惣菜製造にあたって、原料として四万十町・高知県産品に徹底的にこだわることにより付加価値を創出。
- パッケージデザインの開発**
→デザイナーの意見も取り入れ、オリジナルデザインを開発することで、商品価値を向上。
- 工場新設による生産量の拡大**
→H30年度に加工場を新設したことで、大口注文へ対応が可能となる生産体制を実現。

【経営改善に向けた取組】

- 売上高向上のポイント**
 - ・鶏卵以外にも、地元四万十産の原料を積極的に活用し付加価値を向上させるとともに、幅広い年代の方を対象とした試食会を開催するなど消費者ニーズの把握に努め、売上げ増を実現。
 - ・高知県の支援により全国規模商談会へ参加するなど、積極的な販路開拓を実施。
- 経費節減の工夫**
 - ・日頃から原料仕入等で経費節減を行っており、最近ではコロナ対策としてWebリモート会議を活用するなど、更なるコストダウンと効率化を実現。

【今後の展望】

- 生卵輸出にむけて、関係機関の協力を得て取り組んでいく。
- 地元食材を取り入れた新商品を開発する。

【取組の効果】

- 売上高
9千万円（H22）（6次産業化前）
→1億6,000万円（R1）（6次産業化後10年）
- 雇用者数（パート含む）
6名（H22）→13名（R1）
- 採卵鶏
25,000羽を飼育（H29）→20,000羽（R1）
- 来店者数約10万人（H29）→10万5千人（R1）

小さな村から始まった大きな取組 馬路村の名前をPRする多様なゆず加工品

総合化事業計画の認定

平成26年10月

馬路村農業協同組合

<事業者の概要>

- ・所在地 : 高知県馬路村
- ・代表者 : 代表理事組合長 東谷望史
- ・取組内容 : 青果出荷が困難なゆずを有効活用するためジュース・ポン酢しょう油等を製造し、販売。
(特徴)
- ・売上高 : 29億円 (R1)
- ・雇用者数 : 91名 (R1)
- ・URL : <http://www.yuzu.or.jp/>
Facebook : <https://www.ja-jp.facebook.com/gokkunman59/>
Facebook : <https://www.ja-jp.facebook.com/kochiumaji/> (アンテナショップ)

【取組むに至った経緯】

- 青果出荷で消費される習慣が乏しいゆずの規格外品の有効活用を図るため、加工品を開発してゆずに馴染みのない地域でも受け入れられる商品の開発を決意した。
- 地域をブランド化する農業と観光の結びつきに着目した。

【活用した支援施策】

- 経営構造対策事業(農産物処理加工施設) 43,734万円 (H16)、32,257万円 (H17)
- 農山漁村活性化プロジェクト支援交付金(農産物処理加工施設) 8,165万円 (H21)、7,835万円 (H23)
- 強い農業交付金(生産ライン整備) 16,416万円 (H26)
- 中山間地域農業所得向上事業(生産ライン整備) 12,636万円 (H29)

【取組みの特徴と強み】

○バリューチェーン(付加価値額・差別化)

- ・生産者からゆずの全量買取りを実現。市場価格より高値で買い取りを行うとともに、加工事業の利益を配当金として農家へ還元。
- ・ゆずの美味しい食べ方を知っている村民の知恵を活かし、果汁、皮、種子余すところなく商品開発。
- ・コールセンターを通じて、お客様と直接話すことにより、馬路村の空気感を伝えられ、それが販売に結びついている。

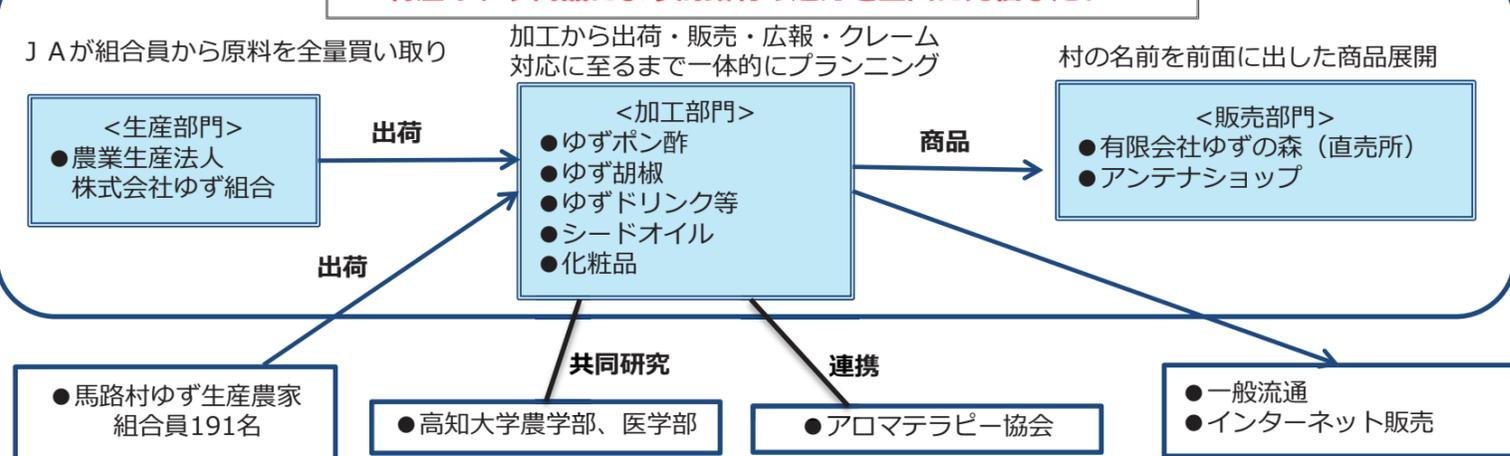
○イノベーション(他者との新結合)

- ・高知大学農学部、医学部と共同研究を行い、ゆずの種子を利用した化粧品を開発。

(事業体制図)

馬路村農業協同組合

特産のゆず商品により馬路村の魅力を全国に発信したい!



ゆずの収穫風景



さわやかな風とごっくん馬路村 販促画像



ゆずの種子を利用した化粧品

【成長へのターニングポイント】

○全国の物産展への出店

- ・ゆずの魅力や使い方を伝えるために試行錯誤の末、ゆずジュース「ごっくん馬路村」を開発し、全国の物産展で販売促進を実施。出店を縁に通信販売を開始。

○広告宣伝の促進

- ・アンテナショップ、インターネット・Facebook等を通じ、商品販売だけでなく、馬路村のファンをつくるための情報発信を実施。

○ゆず加工場の建設

- ・製造工場だけでなく、誰でも見学でき楽しんでもらえるようにと、ゆずの森加工場を新設し、来客数の増加を実現。情報発信の効果もあり、観光客の誘致や、移住者など交流人口の拡大等に寄与。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・ブランド力向上のため、テレビCMなどを活用し、馬路村の名前を前面に押し出した広報活動を実施。

○経費節減の工夫

- 商品開発やデザインを外部委託せず職員などで行い、委託費などを節減するとともに地力をつけた。

【今後の展望】

- さらなる商品開発と人材育成、地域の活性化を進め、売上高の増加を目指す。
- ゆず生産の後継者、担い手を育成する。
- 観光、交流人口増加を目指す。

【取組の効果】

- 売上高 1億円 (H1) → 29億円 (R1)
- 雇用者数(職員数) 19名 (H1) → 91名 (R1)
- ゆずの生産量 204 t (H1) → 700 t (R1)
- 地域活性化<村の温泉利用者(宿泊)> 約6,400人 (H1) → 約7,100人 (R1)

～スタートは家庭菜園から～

主婦から地域を支える女性農業者へ華麗に転身！

総合化事業計画の認定

令和1年12月

株式会社うるう農園

<事業者の概要>

- ・所在地：福岡県久留米市
- ・代表者：代表取締役 古賀 智樹
- ・取組内容：「いちご」の観光農園の他、規格外を活用した「ジェラート」、「いちご大福」などの6次化商品を販売。

（特徴）農産物を福岡県認証の特別栽培（※）にて生産。

（※）<https://www.pref.fukuoka.lg.jp/contents/tokubetusaibai.html>（福岡県HPより）

- ・売上高：1,897万円（R1）
- ・雇用者数：13名（R2）（臨時雇用含む）
- ・URL：<https://uluu-noen.com/>

【取り組むに至った経緯】

- 代表者の妻は、幼い頃からアトピーやアレルギーに悩まされ、食べ物と深く関連していることを知り、子供に同じ思いをして欲しくないという家庭菜園で野菜の栽培を開始。家族だけでなく、同じ病気で悩まされている人にも安心、安全な農産物を届けたい思いから、一心発起し、夫婦で農業の世界に飛び込む。
- 就農2年目で「いちご」栽培に軸足を移すと、地域が盛り上がり、食の楽しさを伝えられるコミュニティーを提供したいと「観光農園」を開園。

【活用した支援施策】

○なし

【取り組みの特徴と強み】

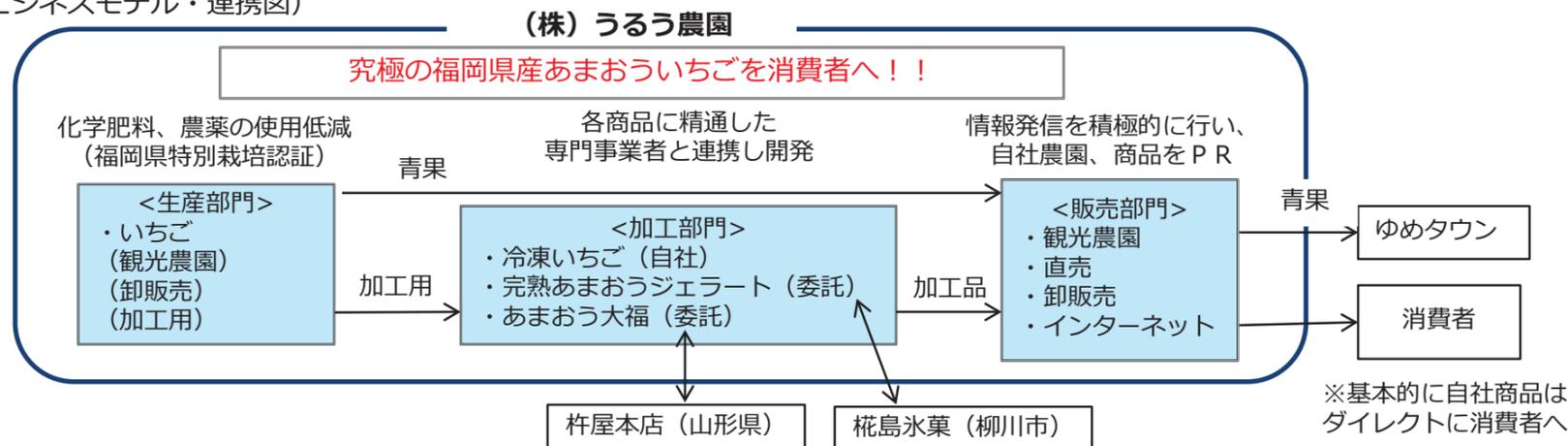
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・「いちご」栽培については、農薬や化学肥料の使用低減を実践し、福岡県の特別栽培認証を取得。
- ・観光農園の集客に、観光情報サイトや自社サイト、SNSなど、ネットを積極的に活用したPRを展開。
※2019年度「じゃらん遊び体験予約 いちご狩り人気施設グランプリ 九州エリア優勝！！」

○イノベーション（他社との新結合）

- ・「ジェラート」、「大福」の製造については、甘みと酸味のバランスが絶妙な自社の「いちご」の良さを生かしてくれる専門の菓子製造業者と連携・開発し、高品質で安心・安全な6次化商品を委託製造。
- ・観光農園では、近隣小学校の体験学習、親子向けのいちご大福作りなどを通じ、食育活動に取り組んでいる。

（ビジネスモデル・連携図）



古賀さん親子&農園自慢のあまおう



いちご約1個分を使用した濃厚「完熟あまおうジェラート」



大粒いちごとお餅の食感がマッチした贅沢な「あまおう大福」

【成長へのターニングポイント】

○農産物生産を効率化

→就農当初は、多種の野菜を栽培していたため管理と生産技術が追いつかず、収量が不安定で売上げ向上に繋がらなかった。このため、平成30年より「いちご」を主体とした栽培へ転換し、作業の効率化、省力化を行った。

○主力を観光農園にシフト

→「いちご」は栽培当初、共同出荷を行っていたが、主力を観光農園へとシフト。更に、菓子専門事業者と連携して加工品の開発、販売を開始し、6次産業化事業を本格化。

○6次産業化プランナーによる伴走支援

→加工品の商品開発、販売におけるマーケティングの手法等を学ぶとともに、複合経営における事業運営マネジメントについて支援を受ける。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・いちご狩りの摘み残しの小玉いちご等、規格外を活用してジェラートを製造し、廃棄ロスを削減するとともに、収益が向上。
- ・観光農園、イベント、SNSを通じ、消費者とダイレクトに繋がることにより、自農園のファンを作り、青果、加工商品の売上げに繋げる。

○経費節減の工夫

- ・離農者が廃棄するビニールハウス、機械等を利活用してコストカット。
- ・過去の栽培データを基に施肥や農薬散布の回数を低減し、食の安全とコストダウンを両立。

【今後の展望】

- 研究用ハウスを建築し、様々な栽培管理や土壌条件ごとの「いちご」の味や水分量を数値化し、インターネットで公開して、栽培に悩むいちご農家へ情報提供したい。
- 自社商品や地域の食材を活用した飲食店を整備し、地域の活性化、雇用の創出に貢献し、地域に根付いた食の拠点を目指す。

【取組の効果】

- 売上高
356万円（H30（6次産業化取組前））
→1,897万円（R1（6次産業化取組後1年））
- 雇用者数（臨時雇用含む）
4名（H30）→13名（R2）
- 生産面積（いちご）
10a：ハウス2棟（H30）
→1ha：ハウス17棟（R2）

「剥いて食べるより美味しい」をお届け！ 独自冷凍技術だからおいしさ長持ちジュース

総合化事業計画の認定

平成24年10月

合同会社田島柑橘園&加工所

<事業者の概要>

- ・所在地：佐賀県藤津郡太良町
- ・代表者：代表 田島彰一
- ・取組内容：スペインから柑橘の新品種を導入し、独自のジュースで搾ったジュースを製造・販売。
(特徴)
- ・売上高：2,740万円 (R2)
- ・雇用者数：8名 (R2) (パート含む)
- ・URL：http://kureme.net/index.html

【取り組むに至った経緯】

- 若い時から美味しく安心して飲めるジュース製造を考え、試行錯誤を繰り返してようやく平成20年から製造・販売に至った。
- 海外への視察・研修時に現地の冷凍ジュースのおいしさに驚き、自らも冷凍ジュースを製造してみたいと考えた。

【活用した支援施策】

- 【農林水産省】6次産業化推進整備事業
加工施設整備：758万円 (H24)
- 【中小企業庁】農商工連携事業
新商品開発：178万円 (H30)
- 【中小企業庁】ものづくり補助金
加工施設整備：278万円 (H28)

【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）

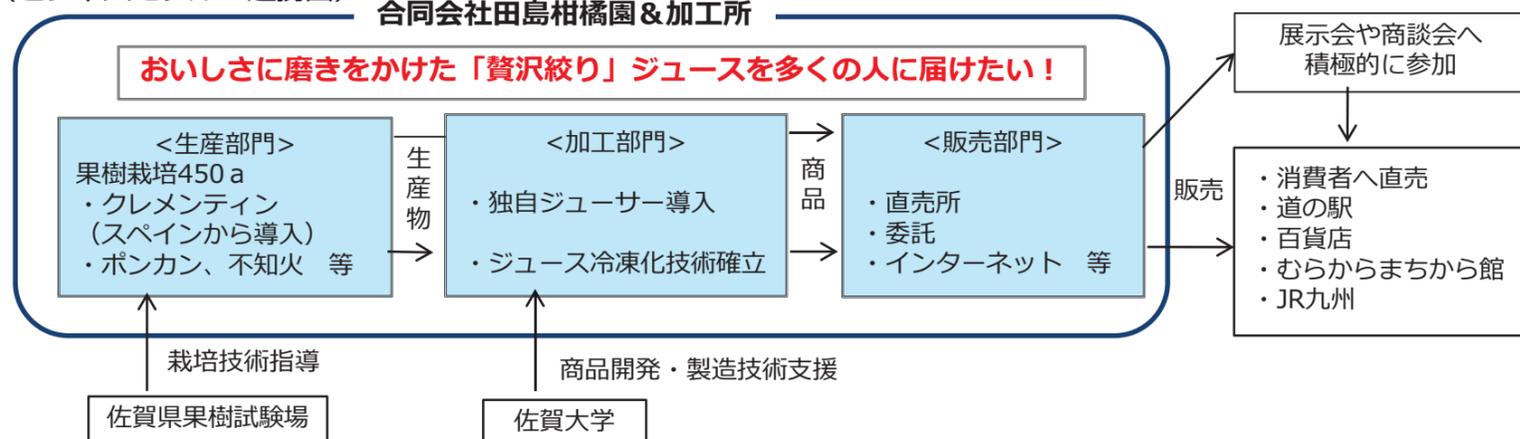
- ・オートメーション設備に頼らず、柑橘の大きさごとに5段階に分けて、どんな大きさの果実でも美味しく搾れる独自の手作りシステムにより果実を無駄なく利用して価値を創出。世界でも類を見ないと自負。
- ・ジュース製造過程でのアク取りや細胞を傷めることなく殺菌等の効果も有し、風味低下を抑えた冷凍技術（特許申請）で賞味期限の長期化を実現。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・地元生産者と連携し、様々な素材を活用したジュース製造に取り組み、当該生産者の収入を確保。
- ・町内旅館事業者と連携して全旅館にジュースを設置して宿泊者等来訪者にジュースを提供。「食べるより美味しいジュースがある町」としての宣伝効果を期待。

(ビジネスモデル・連携図)

合同会社田島柑橘園&加工所



果実サイズにあわせた
5段階搾り機



冷凍ジュース（特許申請）
「FOOD ACTION NIPPON
アワード 2019」受賞



贅沢絞りの完熟ジュース

【成長へのターニングポイント】

○技術促進

- 国内では栽培が難しい柑橘の「クレメンティン」を完熟で収穫できる技術を習得。
- クレメンティン以外も完熟した果実の約25%だけを搾る贅沢絞りで、「剥いて食べるより美味しい」ジュースが実現。
- ジュースの冷凍技術習得で賞味期限の長期化と、解凍後も傷みにくく美味しさの持続化を実現。

○チャレンジ

- 果実以外の野菜類のジュース化に取り組み、独自の冷凍技術で美味しさを消費者にお届け。
- 独自の搾汁システムによりジュース搾汁後の果実で、柑橘の香りを生かしたアロマオイルを開発・販売。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・安全・安心を求める消費者ニーズに応えるため減農薬による果樹栽培を実行し、試飲会等を通じてPR。
- ・海外試験出品時の「消費者は高級感を嗜好」との指摘を踏まえ、商品パッケージのデザイン変更。
- ・購入者へのダイレクトメールや試飲会等イベントへの積極的出店、それらを通じた口コミ等により販路が拡大。
- ・JR九州豪華列車のメニューに採用され好評だったことから、同社の提案でカタログギフト商品に採用。

○経費節減の工夫

- ・高性能ジュースャーや搾汁後の部品洗浄のための機器等導入により人件費の節減。
- ・農作業、加工作業のマニュアル化により生産性の向上、コストダウンと効率化を実現。

【今後の展望】

- 開発済みの新商品（クレメンティンワイン）の販売拡大とワインと冷凍ジュースをセットにして「サングリアキット」として販路を開拓する。
- スペインの柑橘苗木組合との交流で、柑橘の新品種を含めた栽培技術を習熟して、世界に通用する柑橘を栽培する。
- 果樹栽培や加工技術を世界に広めていきたい思いから、国内外の研修希望者を受け入れる。当面、ガーナ出身外国人を受入予定。

【取組の効果】

- 売上高
800万円 (H14 (6次産業化取組前))
→ 2,740万円 (R2 (6次産業化取組後8年))
- 雇用者数 (パート含む)
2名 (H14) → 8名 (R2)
- 主な原材料生産面積 (柑橘類)
3ha (H14) → 4.5ha (R2)
- JR九州の豪華列車「ななつ星」・「或る列車」・「36プラス3」に採用。
- 星野リゾートへの納品

安心・安全な自社オリジナルブランド「金星佐賀豚」の精肉と加工品を直接販売で消費者のもとへ

総合化事業計画の認定
平成23年5月

有限会社永淵ファームリンク

<事業者の概要>

- ・所在地：佐賀県藤津郡太良町
- ・代表者：代表取締役社長 永淵政信
- ・取組内容：「農場HACCP認証」を取得し、「金星佐賀豚（※）」の販売と自社で加工した精肉・加工品を佐賀市の直売所・レストラン（ファームリンク金星屋）などで販売。
- （特徴） 工品を佐賀市の直売所・レストラン（ファームリンク金星屋）などで販売。
- ・売上高：8億9,000万円（R2）
- ・雇用者数：36名（R2）（パート含む）
- ・URL：https://nagafuchi.co.jp/
- （※）ストレスフリーの飼育にこだわり、「水源の森100選」に選ばれた岩清水を与えた良質で安定した肉質のものをいう。

【取り組むに至った経緯】

- 昭和40年の創業以来「社員と豚の健康第一」を企業理念に掲げ、肉豚の飼育管理を行ってきた。
- 肉豚の価格が不安定なことや、先進畜産事業者の6次産業化の取組に影響を受け、肥育から加工、販売までの一貫した事業で、経営の安定・規模拡大を図りたいとの強い思いから本事業に取り組んだ。

【活用した支援施策】

- 農山漁村6次産業化対策事業 施設整備：2,900万円（H25）

【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）

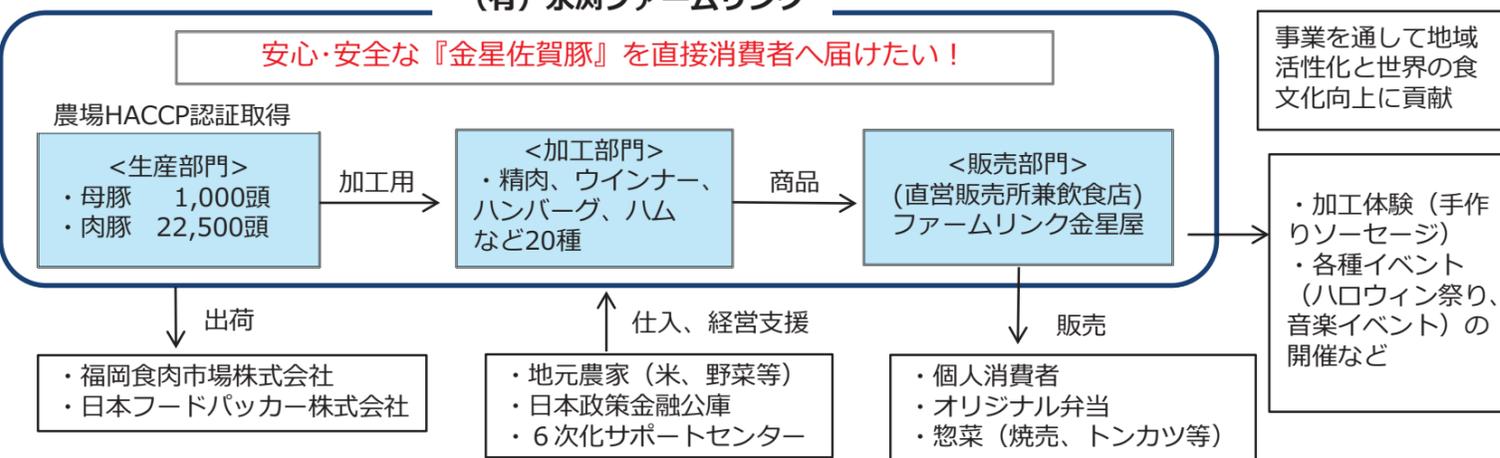
- ・「農場HACCP」の取得により農場段階で危害要因を分析・管理・記録し、生産過程における危害の発生を未然に防ぐ衛生管理体制を実現。
- ・農場から販売まで一貫した衛生管理のもと、安心・安全な精肉・加工品を直接消費者に販売。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・自社直営レストランで提供する米や野菜などを地元生産者から仕入れて、地元産食材を活用した商品開発などにより地域の活性化に貢献。
- ・加工体験や各種イベントを開催し地域住民との関わりを深めることで、消費者ニーズの把握や商品開発のヒントに取り入れている。

（ビジネスモデル・連携図）

（有）永淵ファームリンク



直営レストラン（ファームリンク金星屋）のオリジナル弁当



自社生産・製造の生ハム

【成長へのターニングポイント】

○販売促進

- 加工施設・直売所の整備により、生産・加工・販売の一体化が図られ、新商品の開発、需要の開拓等へ繋がった。
- 販売部門を強化するために専門スタッフを配置し、販促活動やニーズに即したきめ細やかな対応などにより経営の安定を実現。

○地域産品

- ウインナー、ハンバーグ及び精肉がふるさと納税の返礼品として好評で、直販にも好影響を与えて需要が増大し、経営の安定が実現。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・マーケットインによる商品開発・改善を図り、ニーズに沿った販売と販路の拡大に取り組むことで経営力を強化。
- ・新商品開発に注力した結果、熟成サラミを開発し、I F F A日本食肉加工コンテスト（R1）で金賞を受賞したことから、需要・販路が拡大し売上向上を実現。

○経費節減の工夫

- ・「農場HACCP」による生産管理体制を取り入れて不良製品の出荷を防ぐ体制を構築したことから、生産性の向上、効率化が図られコスト削減を実現。

【今後の展望】

- 商品パッケージの改善とともに、インターネット販売（特に生ハム）をさらに充実させ、所得向上を実現する。
- 会食などで受注が増えつつある「自社直営レストランオリジナル弁当」の販売を拡大する。
- 自社食肉加工場で「HACCPに準じた衛生管理」を目指す。

【取組の効果】

- 売上高
6億9,000万円（H22（6次産業化取組前））
→8億9,000万円（R2（6次産業化取組後9年））
- 雇用者数（パート含む）
20名（H22）→36名（R2）
- 肉豚出荷頭数
21,500頭（H22）→22,500頭（R2）
- 6次産業化優良事列表彰
「奨励賞（次世代の担い手賞）」（H29）

素材の特長を活かした差別化戦略で

『SHIITAKE』を高付加価値化！

～6次化による1次産業の成長産業化～ 農事組合法人サンエスファーム

総合化事業計画の認定

平成24年2月

<事業者の概要>

- ・所在地：長崎県南島原市
- ・代表者：代表理事 長橋世紀
- ・取組内容：自社生産の椎茸を加工・販売し、卸売販売及び直売所レストランで提供。
(特徴) また、収穫体験等の観光農園事業にも取り組んでいる。
- ・売上高：3億8,300万円 (R1)
- ・雇用者数：47名 (R1) (パート含む)
- ・URL：http://www.sanesufarm.com

【取り組みに至った経緯】

- 平成22年に菌床椎茸の生産を開始したが、市場の相場が下落傾向で、収益の増加が困難な状況となり、経営の安定化を図るため、品質向上と市場ニーズに合わせた商品づくり(種菌の選定)に取り組んだ。
- 椎茸の特長を活かし、差別化した商品の開発や販路開拓を行い、また、施設を整備し、自社加工や直売に取り組み、収益の増加を図った。

【活用した支援施策】

- 6次産業化推進整備事業
加工施設・直売所：1,750万円 (H24)

【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)

- ・マーケットイン型農業により、実需者である卸販売者等に向け、椎茸の安定的かつ持続的な供給体制を構築。
- ・生椎茸は九州で唯一の品種を使用し、肉厚の特徴を活かした商品開発と高級店向けの販路開拓を行い、規格外品は加工用に活用し付加価値をつけて販売。

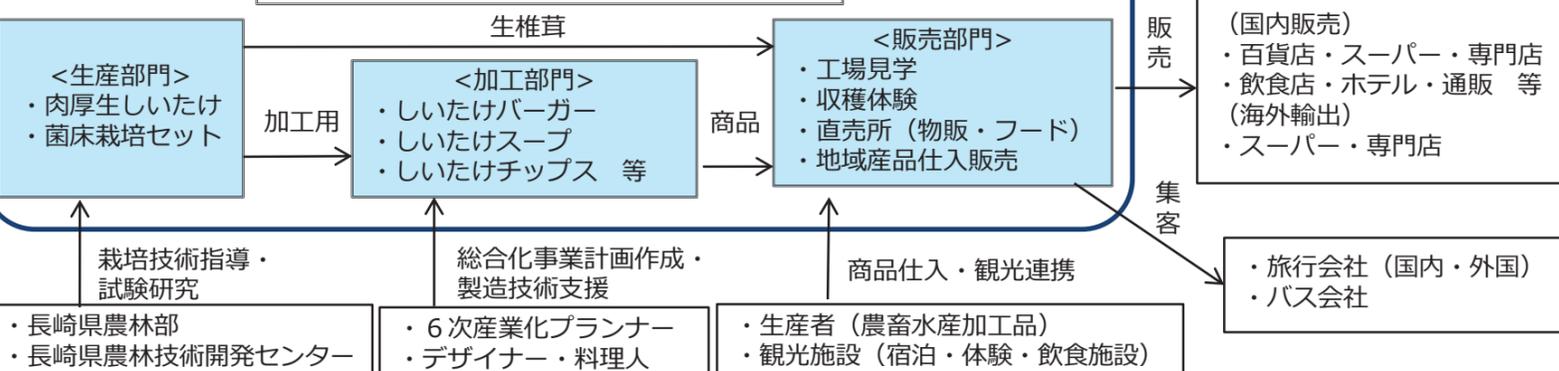
○イノベーション (他者との新結合)

- ・地域の事業者と連携し観光ルートを提案し、国内旅行者に加え、インバウンド旅行者の受け入れを推進。
- ・自社直売所での地域産品の仕入販売や地域の生産者とコラボした加工商品の開発・販売。

(ビジネスモデル・連携図)

農事組合法人サンエスファーム

人と自然環境にやさしい商品づくり



みなんめキッチン (直売所レストラン)



しいたけバーガー



しいたけソフト

【成長へのターニングポイント】

○商品開発

→プロの料理人のアドバイス、消費者への対面販売やバイヤーとの商談によりニーズを把握して試作品をつくり、さらにテスト販売の結果を精査しブラッシュアップを続けて商品を完成。

○地域商品価値の向上

→直売所レストラン『みなんめキッチン』をオープンし、自分達の想いを込めた加工品を直接お客様に販売することにより、さらに知名度が上がり「しあわせしいたけ」のブランド力が向上。
→工場見学と収穫体験により、消費者に生産から加工・販売までのプロセスを説明し、商品の安心・信頼を得るとともに、思い出づくりを演出。

○技術促進

→機械・システムの導入による生産の効率化、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。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・マーケットイン型農業の実践により、加工商品の需要動向を経営に反映。
- ・徹底した空調管理で安定した品質管理と安定供給体制の構築により商品を全国展開し販路の拡大を実現。

○経費節減の工夫

- ・生産・製造をマニュアル化することで生産性の向上、コストダウンと効率化を実現。
- ・廃菌床を利用したバイオマスボイラーを活用し、低コストの栽培を実現。

【今後の展望】

- 生椎茸の生産量拡大と国内外への販路開拓を進める。
- 規格外生椎茸を活用した加工品の開発を行い、中食市場への販路開拓を新たに展開する。
- 地域の農業者や加工業者と連携した加工品・冷凍食品の商品開発を行う。

【取組の効果】

- 売上高
2億4,600万円 (H24) → 3億8,300万円 (R1)
- 雇用者数 (パート含む)
35名 (H24) → 47名 (R1)
- 長崎県農林業大賞 (H24)
- 長崎県食育推進活動県知事表彰 (H30)
- 6次産業化優良事例表彰
「食料産業局長賞」受賞 (H30)

次の世代を育むため、わが家のミルクにできること！ オメガ3ヨーグルトの可能性を追求した商品開発

総合化事業計画の認定
平成30年1月（更新）

株式会社オオヤブデリーファーム

<事業者の概要>

- ・所在地：熊本県合志市
- ・代表者：代表取締役 大藪裕介
- ・取組内容：オメガ3脂肪酸が豊富な自家生乳を活かしたヨーグルトやジェラートの製造・販売事業。
- （特徴）
- ・売上高：1億4,700万円（R2）
- ・雇用者数：16名（R2）（パート含む）
- ・URL：https://www.oyabudairyfarms.com/

【取り組むに至った経緯】

- 生乳の生産調整を経験し、牧場の存在意義と存在価値を考えたことがきっかけとなり、外部要因の影響を受けない、かつ消費者から選ばれる酪農家になりたいと考えた。
- 自社牧場の生乳の特徴が目で見てもわかる「他社とは違う」ヨーグルトの製造に着目した。

【活用した支援施策】

- 食料産業・6次産業化交付金
加工施設整備：2,690万円（H30）
- 農業近代化資金
加工施設整備：3,600万円（H30）
- 21世紀農業フォローアップ資金
加工施設整備：1,850万円（H30）

【取り組みの特徴と強み】

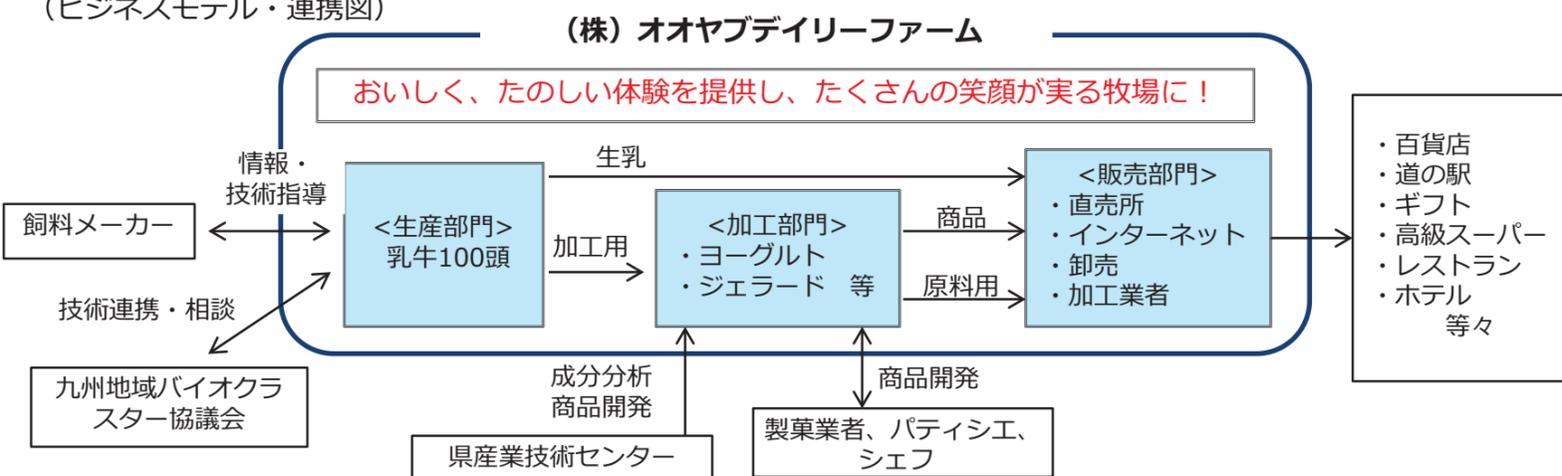
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・フランスのBLEU BLANC COEUR協会が取り組む亜麻種子由来の飼料を家畜に与える飼育技術を取り入れ、血中中性脂肪の低下などの効果があるとされるオメガ3脂肪酸の含有率が高い牛乳を生産。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・九州地域バイオクラスター協議会における「オメガ3プロジェクト」に参加し、商品開発のアイデアに活用。
- ・酪農教育ファーム認定牧場として牧場体験を通じて地域と触れ合う機会を提供し、学校や家族に「命の温もり、食のつながり」を発信。
- ・地元の製菓業者に提供した自社ヨーグルトでレアチーズケーキが開発され、コラボ商品として販売。

（ビジネスモデル・連携図）



農場スタッフ



MILK'ORO

【成長へのターニングポイント】

○生産環境の整備

→飼養管理と遺伝改良技術を学ぶことで、分析機関で栄養価が高いことが立証された生乳を安定的に生産する環境を実現。また、家畜の糞尿から堆肥を作り牛の飼料を生産する循環型農業も実践。

○自社生乳の特徴を活かした商品開発

→美味しさを追求しながら、高い乳成分の特徴を活かした2層式のヨーグルトの開発・製造を実現。

○技術促進

→熊本産業技術センターで研修生として2年間学び加工技術を取得。
→マーケティング勉強会やバイオクラスター協議会に参加するなど、あらゆる経験をもとに試行錯誤を重ねながら、目標となる品質を設定。

上記の過程そのものをストーリーとして、展示会やSNSで積極的に発信し、知っていただいた。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・大手メーカー商品との差別化を明確にし、ストーリー性を盛り込んだ高付加価値の商品を開発。
- ・商談会や展示会に積極的に参加し、短時間で商品をPRするプレゼンテーションで販路を拡大。

○経費節減の工夫

- ・ECによる直販体制を整備し、中間コストを削減。

【今後の展望】

- 食品加工業者やシェフと連携し、自社生乳やヨーグルトを原料とした嗜好品・惣菜を開発し、乳や肉が更に輝く舞台を追求、選ばれる商品の提案を行う。
- 子供たちが遊びながら学べる場を整備し、教育ファームとしての活動を拡充する。
- 自社と地域発展のため雇用を増やすとともに、主体性を持つ人材育成・リーダー養成を行う。

【取組の効果】

- 売上高
5,800万円（H22）
→1億4,700万円（R2）
- 雇用者数（パート含む）
3名（H23）→16名（R2）
- 6次産業化優良事例表彰
「農林水産大臣賞」受賞（H30）

次世代へ新たな里山農業をつなぐ！ 山鹿和栗の生産・加工・販売の一貫体制を構築

総合化事業計画の認定

平成29年3月

株式会社パストラル

<事業者の概要>

- ・所在地：熊本県山鹿市
- ・代表者：代表取締役 市原幸夫
- ・取組内容：自社生産の栗・米等を活用した洋菓子を製造し、自社直営のカフェ兼洋菓子店「ricca」で販売（特徴）売。地域で生産された農産物を原材料にしたアイスの製造事業による地域雇用の創出と里山農業の発展。
- ・売上高：1億5,600万円（R1）
- ・雇用者数：18名（R1）（パート含む）
- ・URL：http://www.niceice.net

【取り組むに至った経緯】

- 平成9年に地域農家が生産した農産物を原材料にアイス製造業を創業したが、創業から十数年が経過する中で、里山農業の衰退を憂い、自ら農業に参入。バリューチェーンとイノベーションの創出で新たな里山農業の形を追求することを決意。

【活用した支援施策】

- 革新的なものづくり・商業・サービス開発支援補助金
栗加工施設：1,300万円（H28）
- スーパーL資金
店舗・加工場整備：1億7,200万円（H29）

【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）

- ・栗の生産からペースト加工まで行う強みを活かして、栗本来の美味しさが味わえるモンブラン（洋菓子）を開発、「ricca」で販売し付加価値を創出。
- ・「ricca」ではオープンテラスを整備し、来店客が自然の開放感と自家製菓子を味わえる空間をプロデュース。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・地元栗生産者からの栗買取価格を、市場相場ではなく固定価格にして農家収入を安定化。
- ・農業体験等を通して農村と都市の交流を促進する交流型農業を実践。
- ・「ricca」には、県内外から多くの来客があり、地元特産の栗のブランド化と地域観光の活性化に貢献。



「ricca」外観



「ricca」店内



山鹿和栗を使った「モンブラン」

【成長へのターニングポイント】

○商品の開発

- 試行錯誤のうえ、栗本来の美味しさを実現した栗ペーストを開発し、モンブランを販売。
- 米の選別の際にできた中米（ふるい下米）を米粉にし、マドレーヌ等の焼菓子を製造・販売。

○地域価値の創造

- 自社で生産・加工した商品を「ricca」で販売することで、「山鹿市」にしかないプレミアム商品として提供。

○次世代人材の活躍

- 長男夫婦はアイス部門、次男夫婦は農業部門、三男夫婦が洋菓子部門と役割分担を明確にし、各事業において経験と若い感性及びネットワークを活かして自社価値を創生。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・原材料の安定供給体制の構築と加工技術の向上で、豊富な品揃えと高品質な商品の製造を実現。
- ・現在の消費者ニーズに対応したコト体験に視点を置いた付加価値拡大の経営展開を実践。
- ・店舗に初期費用がかからないスマレジ※を導入し、商品毎の売上データを管理して購買動向を分析。
※スマレジ・・・キャッシュレス決済にも対応し売上分析、在庫管理等のデータが見えるなど多機能を備えたPOSレジのこと。

○経費節減の工夫

- ・SNSによる発信で広告宣伝費をかけない。
- ・毎年、複数の電力会社を比較のうえ契約し、電力料金を節約。

【今後の展望】

- 酒米を生産し地元の酒蔵と協働で地酒の普及に挑戦。
- 「ricca」を起点に、地域食材を使用した料理教室や里山ワークショップを開催し、農村と都市をつなぐ商品開発やコトづくりを推進。
- 地域の宿泊施設・飲食店と連携し、収穫体験などの里山資源を活用した体験型農業を創出し山鹿市に人を呼び込む。

【取組の効果】

- 売上高
1億1,500万円（H28（総合化事業計画認定前））
→1億5,600万円（R1）
- 雇用者数（パート含む）
16名（H28）→18名（R1）
- 主な原材料生産面積
栗0ha（H28）→2ha（R1）
水稻1ha（H28）→1ha（R1）
葡萄0a（H28）→40a（R1）

（ビジネスモデル・連携図）

（株）パストラル

食・農・観の連携による地域価値の創造を目指す！

<生産部門>
栗 2ha
無農薬米 1ha
ワイン用葡萄 40a

<加工部門>
・産地アイス製造
・栗ペースト製造
・栗菓子製造
・米菓子製造

<販売部門>
・洋菓子直営店
・アイス卸販売（受託含む）
・米の直販、卸販売
・菓子の卸販売

・消費者
・観光客
・販売店
・飲食店
・ホテル
・商社
等

菊鹿ワイナリー

栗生産農家

J A 阿蘇
（ジャージー牛乳）

<地域観光資源>
酒蔵、飲食店、宿泊施設

葡萄出荷（収穫体験）

連携

契約栗の納品

加工用

商品

牛乳仕入

連携

阿蘇の自然の恵みで育てた豚を直接消費者へ！ （地域業者と連携した商品開発と）キッチンカーを 活用して販路を拡大

総合化事業計画の認定

平成25年5月

有限会社ファームヨシダ

<事業者の概要>

- ・所在地：熊本県菊池郡大津町
- ・代表者：代表取締役 吉田実
- ・取組内容：自社配合のオリジナル飼料と阿蘇の地下水で育てた豚「えころとん」を自社加工の精肉と委（特徴）託加工のウインナー・ソーセージ等として販売。
- ・売上高：1億7,100万円（R2）
- ・雇用者数：8名（R2）（パート含む）
- ・URL：http://farm-yoshida.jp/

【取り組むに至った経緯】

- 水、餌、住居環境、飼育方法にこだわり、愛情をもって育てた豚を使った加工品を消費者へ直接届けたいとの思いで、消費者の声を直接聞ける販売方法に挑戦した。
- 消費者に製品の良さが認められれば自信をもって価格設定が可能となり、飼料価格の高騰や豚肉価格の低下の影響を緩和し、経営の安定に繋がると考えた。

【活用した支援施策】

- スーパーL資金
直売施設整備：700万円（H23）

【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）

- ・阿蘇山のミネラルたっぷりの地下水と、飼料メーカーの協力のもと独自に配合した飼料を、豚の成長段階にあわせて給餌したことで、肉質が向上。
- ・自社で豚肉をスライスカットすることや、その豚肉の2次加工を優れた技術を持った地域業者へ委託することで、お客様の要望に応じた商品の販売が可能となった。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・地域の加工業者と連携し、ウインナー・ソーセージ等の加工品を開発。
- ・一部加工品は、NPO法人（障がい者支援の会）へ製造を委託し、地域の雇用促進に貢献。
- ・自社豚肉に合うオリジナルの調味料やケータリング用パン等を地域の専門業者と連携して開発、自社商品とのセット販売で相乗効果をもたらしている。



キッチンカーでの販売



オリジナルたれ付き焼肉セット



肉まんとホットドッグ

【成長へのターニングポイント】

○広告宣伝の促進

- オリジナルロゴマークをラッピングしたキッチンカー2台を所有し、県内一円を回って自社製品を直接消費者へPRしながら販路を拡大。
- 従業員はオリジナルロゴマーク入りのポロシャツを着て自ら動く広告塔として社名をPR。

○商品の企画開発

- 地域の専門業者とお互いの強みを活かして、自社豚肉の美味しさを引き出すオリジナル調味料を連携して開発、「調味料付き商品」として販売を促進。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・ネット販売において消費者が注文から決済までを容易にできるよう利用機能を充実。
- ・キッチンカーによる自社PRで販路の拡大を実現。

○経費節減の工夫

- ・複数の養豚業者と共同で糞尿処理施設及び給水施設を管理・維持。

【今後の展望】

- Withコロナでの新たな生活様式を踏まえ、ネット販売の充実とキッチンカーを活用した新たな販路開拓。
- お客様からの要望である、自社豚肉をはじめ地域農業者の農産物を使った惣菜を製造するため、加工場を建設中。
- 地域の事業者と連携した商品開発を更に強化させ、地域の発展に寄与。

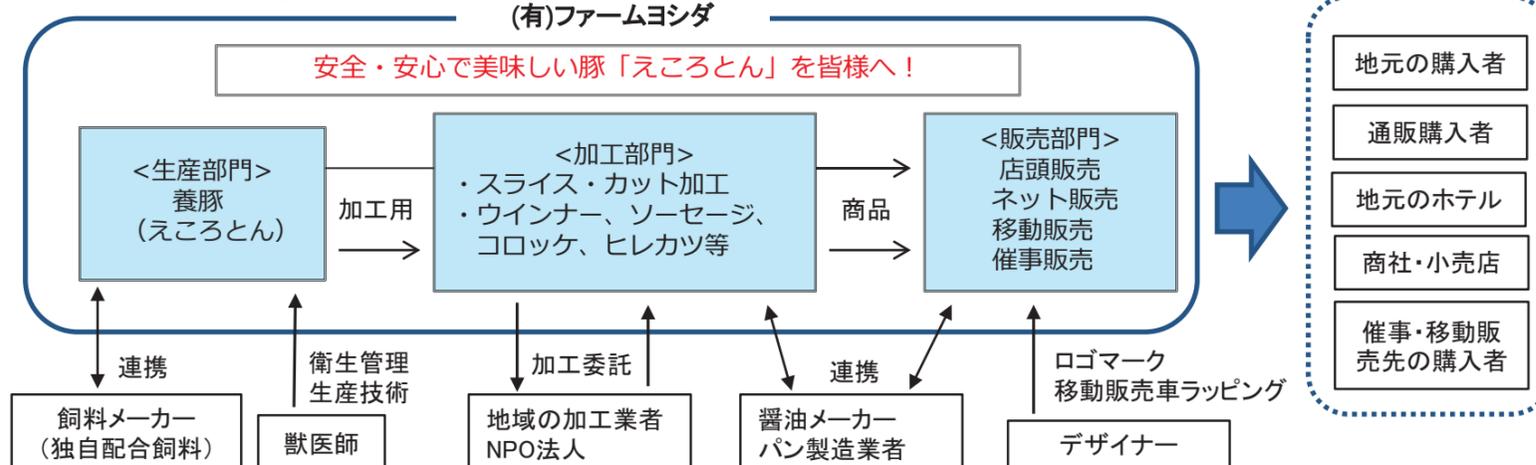
【取組の効果】

- 売上高
1億2,700万円（H23（総合化事業計画認定前））
→1億7,100万円（R2）
- 雇用者数（パート含む）
4名（H23）→8名（R2）
- 豚の飼育頭数
1,650頭（うち、母豚150頭）（H23）
→2,700頭（うち、母豚160頭）（R2）

（ビジネスモデル・連携図）

(有)ファームヨシダ

安全・安心で美味しい豚「えころとん」を皆様へ！



自社飼育オリジナルブランド豚「錦雲豚」 直接お客様へ提供するレストラン運営

総合化事業計画の認定

平成27年2月

有限会社福田農園

<事業者の概要>

- ・所在地 : 大分県中津市
- ・代表者 : 代表取締役 福田実
- ・取組内容: ストレスを与えない環境で米を配合した飼料を豚に与え、上質な豚肉を生産・出荷・加工
(特徴) し、自社レストラン等で提供している。
- ・売上高 : 6億8,000万円 (H31)
- ・雇用者数: 38名 (パート10名)
- ・URL : <http://kinunton.com>

【取り組むに至った経緯】

○自社飼育のオリジナルブランド豚「錦雲豚」の品質の向上、品質の担保を図る必要性を感じ、美味しい錦雲豚を多くのお客様へ直接お届けしたい、地域経済を向上させたいと考え、錦雲豚を使用したメニューを提供するレストラン及び、精肉販売店をオープンする事を考えた。

【活用した支援施策】

- なかつ6次産業創生推進補助金
加工機械: 64万円 (H27)
商品開発: 33万円 (R1)
- ものづくり補助金
施設整備: 1,000万円 (R1)

【取り組みの特徴と強み】

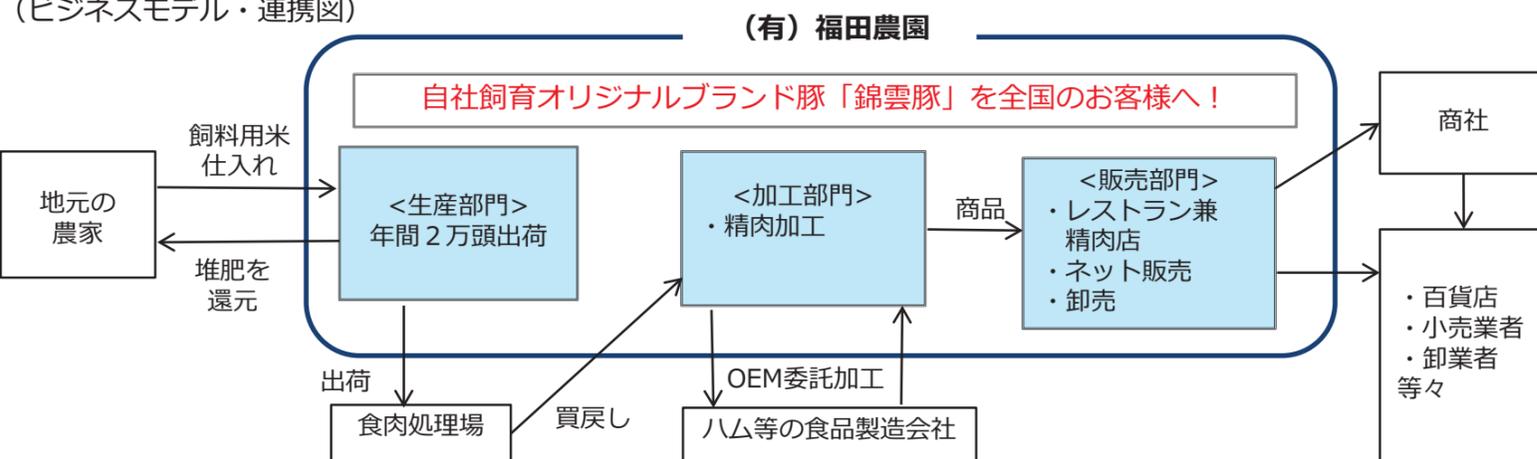
○バリューチェーン (付加価値・差別化)

- ・餌に米を混ぜることで、オレイン酸値を高め、柔らかく甘みのある深い旨味の肉質に向上。
- ・錦雲豚を一頭買戻しすることで、錦雲豚の各部位を堪能いただけるメニューをレストランで提供。
- ・自社レストランの飲食メニューの錦雲豚は、冷凍保存することなく、農場出荷から4日以内に提供し、新鮮な錦雲豚の美味しさを消費者へお届け。

○イノベーション (他者との新結合)

- ・餌として仕入れた飼料用米を生産した地元農家へ堆肥を還元する耕畜連携の積極的な推進。
- ・地元住民の積極的な雇用 (農場、加工場、レストラン)。
- ・地域の農林水産物等を活用した新商品開発を行うことで、地域経済の活性化に貢献。

(ビジネスモデル・連携図)



空気のよい大自然にあるウィンドレス (窓なし) 豚舎



レストランで提供している 錦雲豚とんかつ



錦雲豚の精肉、加工品の 販売コーナー

【成長へのターニングポイント】

○技術促進

- 県内で最初に国際衛生基準の農場HACCP認証を取得 (H29)、管理獣医師の常駐、社員は入社前に入浴するなど徹底した衛生管理対策を講じて品質を向上。
- 施設全体を取り囲むイノシシよけ柵の設置、2サイト農場に変更し防疫対策を充実させるなど、安定した生産基盤体制を整備。
※2サイト農場・・・繁殖農場と肥育農場に分けて管理し、健康で安全な豚を育てる。

○チャレンジ精神

- 市場出荷だけではなく、錦雲豚の美味を引き出すメニューや商品を考案し、お客様に直接食していただき精肉等を購入いただく場として、レストラン経営及び精肉等販売を展開。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・錦雲豚の美味しさを堪能していただくため部位の特性を活かすメニューを考案し、自社レストランで提供しているほか、自社加工の一般家庭向け精肉や外部委託製造した餃子、生ハム等を販売している。
- ・消費者ニーズの変化を把握し、それに対応できるよう自社加工場等の整備を行っている。課題に対しては、迅速に相談できる行政機関等を活用している。

○経費節減の工夫

- ・レストランでのオーダー業務をシステム化することにより、人件費節減。

【今後の展望】

- 令和6年には、現在の1.5倍となる母豚1,500頭に規模拡大し、年間3万頭出荷を目指す。
- オリジナルブランド「錦雲豚」の認知度向上を図るため、新商品開発を行い、新規の市場開拓を図る。
- 総売上高に対し、加工品の売上高向上 (6→10%) を目指す。

【取組の効果】

- 売上高
3億3,000万円 (H19 (6次産業化取組前))
→6億8,000万円 (H31 (6次産業化取組後4年))
- 雇用者数 (パート含む)
10名 (H19) →38名 (R2)
- 飼育規模
27ha、母豚600頭 (H19)
→47ha、母豚1,000頭 (R2)
- 第48回西日本地区豚枝肉共進会 金賞受賞
第34回西日本地区豚枝肉共進会 九州農政局長賞
第51回大分県農業賞 最優秀賞 (先進的法人経営部門)

生産から加工、販売まで 一貫体制で安全で美味しい商品をお届け！ 循環型及び自己完結型の農業を実践

総合化事業計画の認定
平成23年10月

サンアグリフーズ株式会社

<事業者の概要>
 ・所在地：宮崎県児湯郡都農町
 ・代表者：代表取締役 磯部辰則
 ・取組内容：グループ会社の牛糞を完熟堆肥化し土作りから行い、主に高菜と大根を栽培し漬け物等に加え（特徴）工。循環型・自己完結型農業に取り組みながら、生産履歴を明確にして安心・安全な商品販売。
 ・売上高：1億5,000万円（R1）
 ・雇用者数：23名（R2）（パート含む）
 ・URL：https://www.sun-agrifoods.com/



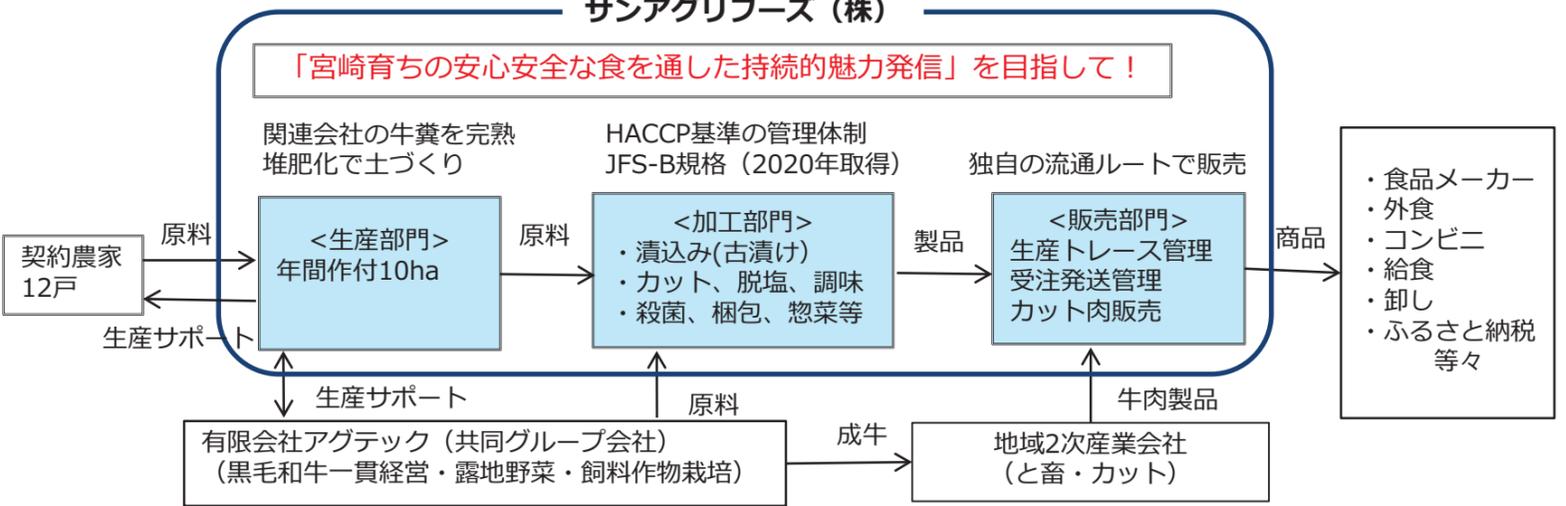
サンアグリフーズ株式会社（外観、ほ場、工場内）

【取り組むに至った経緯】
 ○平成22年の口蹄疫による甚大な被害を経験し、畜産単独の事業継続に危機を感じ、雇用と事業の継続を目指し、既存農地や畜産を活かせる新たな事業を設立。
 ○露地野菜を栽培し自ら加工、販売までを手掛けることで、経営バランスを図り新たな雇用や地域との連携に繋がるグループ事業に着手。

【活用した支援施策】
 ○強い農業づくり交付金事業 施設整備：1億8000万円（H23）
 ○宮崎発・大地を活かす農商工連携 ビジネスモデル創出事業助成金 機械整備、雇用：3,800万円（H25）
 ○都農町商工業振興対策基金事業補助金 機械整備：76万円（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）**
 ・原料野菜の生産管理を圃場ごとに管理しデータベース化し、生育・品質等のチェックを行い、取引時に必要に応じデータ提供している。
 ・大量製造重視の大手メーカーが着手しづらい、中小規模の取引先ブランドへの細やかなニーズに応えるPB商品製造や小ロットでの製造対応や商品開発。
 ○**イノベーション（他者との新結合）**
 ・地域の生産農家と連携した「契約栽培」により新たな加工用野菜生産にチャレンジできる体制を構築。
 ・近隣に2次産業企業が多く、常に情報交換を行い、お互いにメリットのある開発や流通を開拓。
 ・高齢や人手不足の契約農家には、収穫作業等の応援体制を確立し地域農業を維持。

（ビジネスモデル・連携図）



【成長へのターニングポイント】
 ○**加工商品の転換**
 →浅漬け中心から付加価値の高い古漬け中心に転換。手間をかけることにより発酵食品の味わいや魅力、長い賞味期限確保が可能となり、作業・販売効率を大幅に改善。
 ○**商品開発と情報**
 →商品開発はマーケットインを重視した情報をもとにすることで、改善点や目標値を明確化。
 ○**衛生管理と意識の向上**
 →衛生管理における部分的改善を外部専門機関指導の下、工場全体で取り組むことで品質及び作業レベルが向上。また、認証取得（JFS-B規格※）により取引先の信用も向上。
 ※ JFS-B規格・・・一般財団法人 食品マネジメント協会が作成した一般衛生管理に加え、HACCPを実施する事業者を想定した規格

【経営改善に向けた取組】
 ○**売上高向上のポイント**
 ・収益向上が見込めるBtoB販売を基本に、独自の漬け込み技術による、添加物不使用の商品の開発など、販売先のニーズにあった上質な商品を製造。
 ・多様化するニーズと環境変化に対応した商品を開発し消費者に向けてWEBで宣伝。
 ・独自の調味原料の配合や、新しい技術（葉緑素還元等）を更に改善し、強い企業ブランドを開発。
 ○**経費節減の工夫**
 ・原料野菜を生産圃場ごとに管理し、作柄による生産量に応じて、製造量、販売量を計画的に管理することで人件費、資材費、製造コストを削減。

【今後の展望】
 ○現在は高菜と大根が主力であるが、今後は地域特産品に繋がる野菜の生産や加工販売、GAP取得にチャレンジし、新たな価値を生み出す事により地域貢献出来る企業を目指す。
 ○生活様式やモノの流れが大きく変化した2020年。ECサイト強化、エンドユーザーへのアプローチ、新たな商品開発など、ニーズに添った商品を提供していく。

【取組の効果】
 ○売上高
 3,500万円（H24（6次産業化取組後1年））
 →1億5,000万円（R1（6次産業化取組後9年））
 ○雇用者数（パート含む）
 5名（H24）→23名（R1）
 ○生産面積（露地野菜）
 3ha（H24）→10ha（R1）
 ○主要取引先
 大手コンビニ、食品メーカー、外食チェーン等

大隅半島で生産された「薩摩の恵」を全国の食卓へ 流通効率の高い乾燥野菜、飲料等への加工、販売

総合化事業計画の認定

平成24年10月

株式会社オキス

<事業者の概要>

- ・所在地：鹿児島県鹿屋市
- ・代表者：代表取締役 岡本孝志
- ・取組内容：大隅半島で生産する農産物「薩摩の恵」を用いて、乾燥野菜や雑穀加工品等の製造・販売と（特徴）輸出に取り組む。
- ・売上高：6億5,000万円（R1）
- ・雇用者数：52名（R2）（パート含む）
- ・URL：<https://okisu.co.jp/>
<https://www.facebook.com/oks.kagoshima>

【取り組むに至った経緯】

- 運送業を経営する中、荷下ろし後のトラックの有効活用として、農家から野菜の市場等への配送を請け負っていたが、大隅半島の温暖な気候をいかし、自ら農産物の生産を開始した。
- 農産物の高付加価値化と流通の効率化に着目し、乾燥野菜、飲料及びそば粉の加工に着目した。

【活用した支援施策】

- 鹿児島県新事業等開拓支援事業助成金
販路拡大：49万円（R1）
- 産地生産基盤パワーアップ事業
施設整備：2億1,260万円（R1）

【取り組みの特徴と強み】

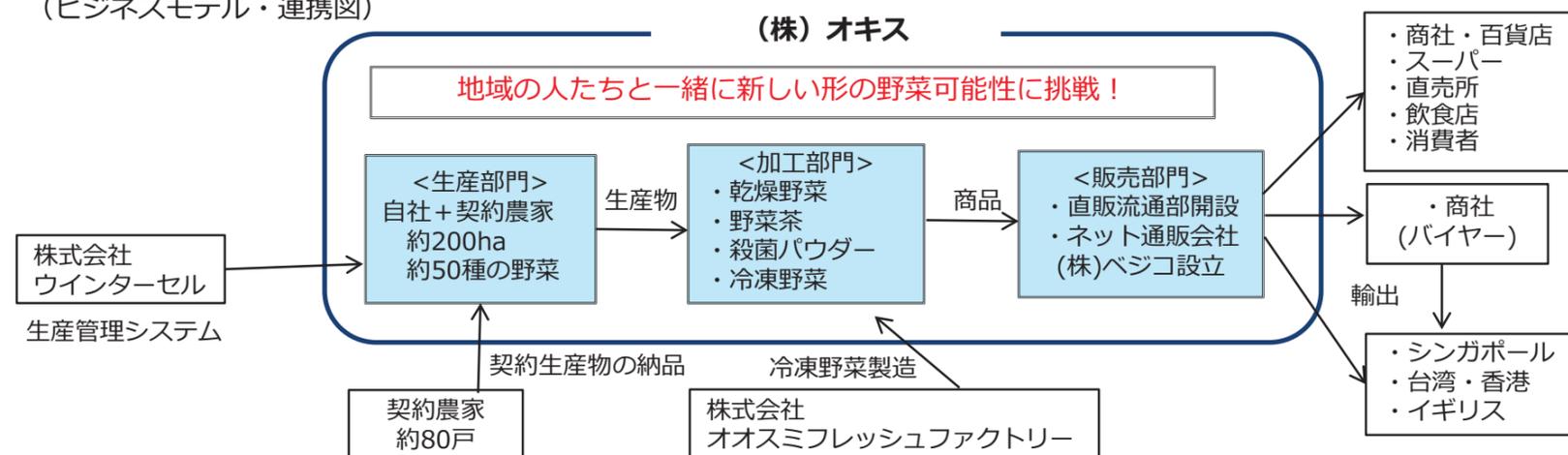
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・野菜の生産から加工、販売、流通まで一貫して手掛け、商品は東京や大阪のスーパーをはじめ、シンガポールやイギリスの量販店にも販売。
- ・ニンジンやレンコンなどを乾燥させてパック詰めした商品は18種類に上り、大手企業の青汁やショウガパウダー、ごぼう茶といった健康食品の原料として供給。
- ・施設の核となる殺菌パウダー工場を新設し、品質要求が高い健康食品などの原料の供給が可能。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・大隅半島を中心とした契約農家から、規格外の野菜も含めて購入し、地元経済の活性化にも貢献。
- ・人材活用では、副業が可能な県外有名企業の社員十数人と契約し、会社の課題解決に取り組んでいる。

（ビジネスモデル・連携図）



自社農場と農場スタッフ



令和2年10月に操業を開始した殺菌パウダー工場

【成長へのターニングポイント】

○昔の「干す」という知恵と文化をうまく利用

→乾燥野菜にすることで栄養を閉じ込め、カットの手間不要・廃棄ロスがない・常温で保存できる・保存期間が長い・手軽に調理できる等の手軽さと機能性を発揮させた商品化を実現。

○バリューチェーンの好循環

→自社・契約農家で多種・多量に生産される野菜の生育状況を管理し、常に安定した食材供給を実現。

○輸出促進

→船便と航空便を併用しコストを抑えた新輸送ルート「SHIP&AIR」を利用して、多様な輸送ルートの構築を実現。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・「桜島溶岩焙煎」や、野菜原料の自社生産、添加物不使用、殺菌パウダーに取り組むことで、商品の差別化を図り、付加価値を高める。
- ・インターネット通販などの販売方法に重点を置いた新たな営業展開や、継続した新商品の開発。

○経費節減の工夫

- ・農場生産管理システムを用いた生産コストの効率化。

【今後の展望】

○新たに操業した殺菌パウダー工場は、九州でも処理量としてはトップクラスになり、自社原料の殺菌加工や地域農家から加工受託を行う。

○令和2年4月に設立した、冷凍野菜の加工製造を行うグループ会社の株式会社オオスミフレッシュファクトリーでIQF設備を導入し、市場の様々なニーズに対応する。

※IQF・・・食材各々をバラ化凍結する技術

【取組の効果】

- 売上高
2億3,300万円（H24（6次産業化前））
→6億5,000万円（R1（6次産業化後8年））
- 雇用者数（パート含む）
3名（H24）→52名（R2）
- 海外展開の状況
輸出先：シンガポール等（乾燥野菜等）
- アグリフードEXPO輝く経営大賞〔日本政策金融公庫主催〕「優秀賞」（H29）
- 6次産業化優良事例表彰
「奨励賞（遠隔地の課題解決モデル賞）」（R1）

有機栽培した「霧島茶」を 抹茶に加工した製品を海外へ

総合化事業計画の認定

平成25年2月

ヘンタ製茶有限公司

<事業者の概要>

- ・所在地：鹿児島県霧島市
- ・代表者：代表取締役 邊田孝一
- ・取組内容：有機栽培の茶葉を活用して抹茶等の製造・販売と輸出に取り組む。

(特徴)

- ・売上高：2億円 (R1)
- ・雇用者数：12名 (R1) (パート含む)
- ・URL：<https://www.henta.co.jp/>
<https://m.facebook.com/hentaseicha/>

【取り組むに至った経緯】

- 他の茶生産農家との差別化を図るため、製茶の販売に力を入れてきた。
- 粉末茶を含む商品が国内外ともニーズが高いことから、品質向上と美味しさを追求して、有機栽培による茶葉を生産し、抹茶等の加工・販売を開始した。

【活用した支援施策】

- 産地パワーアップ事業
生産支援：131万円 (H28)
施設整備：5,000万円 (H29)

【取り組みの特徴と強み】

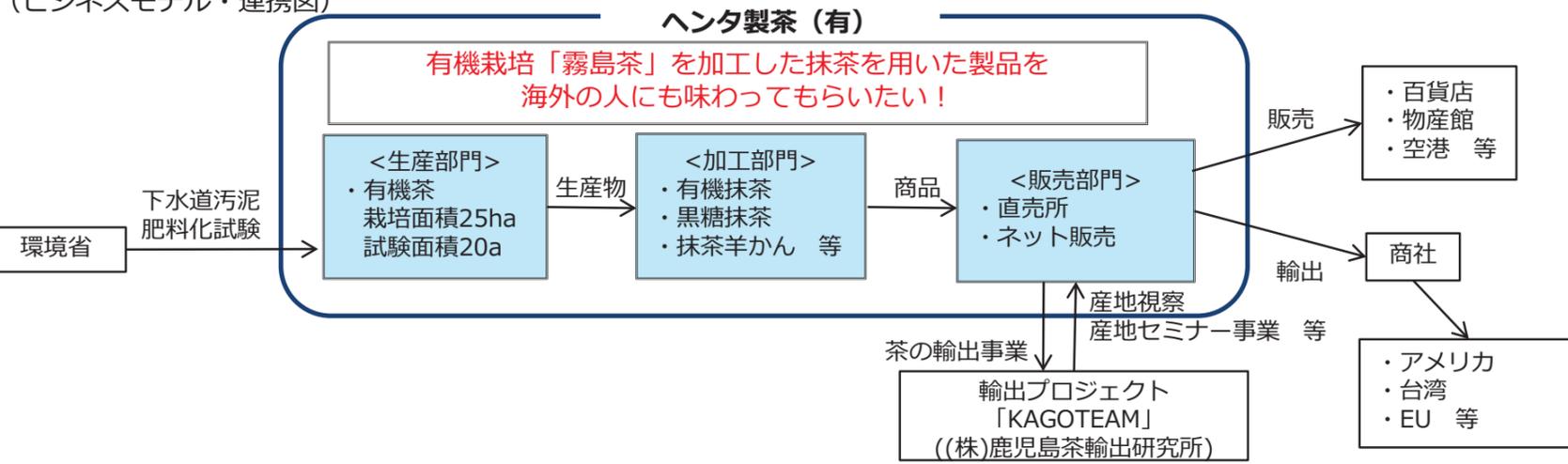
○バリューチェーン (付加価値・差別化)

- ・有機茶ブームに沸く海外のバイヤーを、霧島連山の美しい緑に囲まれた有機JAS認証ほ場とてん茶工場に招き、周囲が山林に囲まれて他の作物からのドリフトの影響を受けない茶園や茶葉加工の工程を紹介し、バイヤーとの信頼関係を構築。
- ・輸出販売専属の従業員 (語学とパソコンに精通) を採用して、海外でもスムーズに事業展開している。

○イノベーション (他者との新結合)

- ・鹿児島の茶生産者を中心とした輸出プロジェクト「KAGOTEAM」を結成し、生産者・加工者・輸出事業者・現地需要者まで連携を強化することで持続可能な取引を実現。
- ・アメリカの需要増加に対応するため、輸出プロジェクト「KAGOTEAM」で農林水産省の事業を活用し、チャーター便にて10トン輸出。

(ビジネスモデル・連携図)



農林水産大臣賞を受賞した霧島茶の有機栽培茶畑



チャーター便で米国に有機抹茶を輸出

【成長へのターニングポイント】

○経営規模拡大は山にあり

→山を切り開いて造成した茶園は、山林に囲まれて他の作物からのドリフトの影響もないうえに、土質が良く雑菌も少ないため茶の生育は良好。

○コンセプトの転換

→「安いお茶でなければ売れない」から「質の良い有機茶栽培」へ転換。

○バリューチェーンの好循環

→JGAPやASIAGAPを取得し適切な農場管理がされていることが証明されて、消費者の信頼を得られることにより、経営改善や販路拡大に結びつけ、東京オリンピック・パラリンピックも視野に世界各国の方々に食材提供を実現。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・商談会等へ積極的に出展し、お茶の淹れ方や飲み方を丁寧に説明。時には、商談会と関係ないところにも出向き商談に結びつけた。
- ・輸出先での欠品を出さないよう現地に保管倉庫を確保し、輸出製品の信頼獲得を図った。
- ・更なる商品流通の拡大に向け、現地バイヤーとの連携を充実させたことにより「Amazon USA」で、自社の有機てん茶を原料とした抹茶商品が全米売上でNo. 1となった。

○経費節減の工夫

- ・山を造成した茶園は、一枚当たりの面積を1ha以上と広くし、作業時間・経費の効率化を図った。

【今後の展望】

- 自社だけではなく、鹿児島県全体の発展に向け、他の事業者と連携を図り、「霧島茶」と鹿児島県の特産品をコラボした新商品を開発し、国内販売及び海外輸出へ繋げていきたい。
- 輸出先国の求める農薬規制・衛生管理などに対応した生産・加工体制を構築し、世界の人口増加や各国の経済発展等により、今後大きく成長するグローバルな市場を獲得する。

【取組の効果】

- 売上高
8,880万円 (H23 (6次産業化取組前))
→2億円 (R1 (6次産業化取組後8年))
- 雇用者数 (パート含む)
11名 (H23) →12名 (R1)
- 茶の生産面積
12ha (H23) →25ha (R1)
- 海外展開の状況
輸出先：アメリカ 等 (抹茶 等)

かんしょの通年収穫体制構築と新商品開発の取組

総合化事業計画の認定

平成31年3月（再認定）

農業生産法人 株式会社マルシェ沖縄

<事業者の概要>

- ・所在地：沖縄県西原町
- ・代表者：代表取締役 比屋根和弘
- ・取組内容：加工品原料のかんしょの調達が不安定という課題を解決するため、年間を通じた計画生産体制（特徴）を連携農家とともに構築し、経営の拡大を図るとともに、これまでの業務用向けの商品開発に加え、家庭向けやお土産向けの新商品を開発して、直売にも取り組む。
- ・売上高：1億1,200万円（R1）
- ・雇用者数：14名（R1）（パート含む）
- ・URL：https://marcheokinawa.com/

【取り組むに至った経緯】

- 沖縄で「紅イモ」として親しまれているかんしょは、特色ある農産物として需要が多いが、収穫が秋から冬場にかけて偏るため原料調達が不安定という課題がある。
- 原料の安定調達と新商品の開発や販路を拡大することにより経営の改善を図りたいと考えた。

【活用した支援施策】

- 食料産業・6次産業化交付金
施設整備：1,075万円（R1）
- 6次産業化推進事業（連携施設整備事業）
施設整備：3,141万円（H25）

【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）

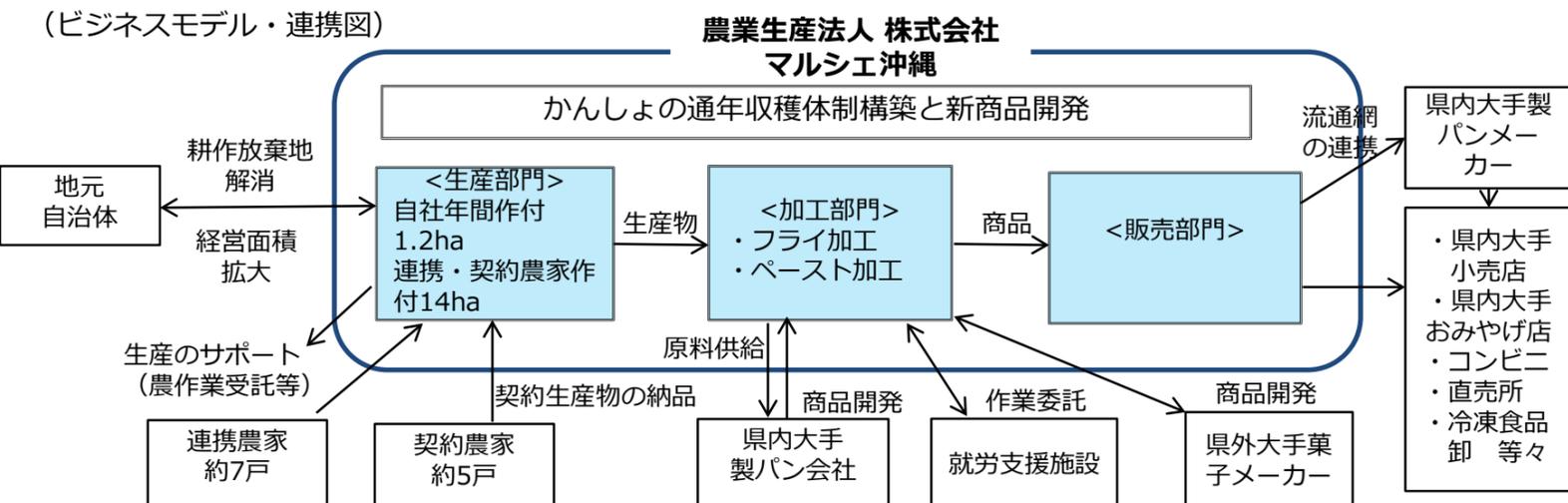
- ・加工品原材料のかんしょの生産、調達が不安定という課題を解決するため、ウイルスフリー苗の育成技術活用による苗の安定供給を図ることにより、計画的な植付け及び収穫が可能となり、年間を通じて安定的に確保できる体制を連携農家とともに構築。
- ・これまでの業務用商品に加え、これまでに有りそうで無かった家庭向け、お土産向け及び贈答向け商品を開発。

○輸出を含めた経営の多角化と高度化を図ることにより、付加価値を創出。

○イノベーション（他者との新結合）

- ・かんしょの選別や皮むき作業等を地域内の福祉作業所等の就労支援施設に委託し、農福連携に取り組んでいる。
- ・高齢化が進んでいる農家の農作業を受託することにより、連携農家の作業負担の軽減が図られている。

（ビジネスモデル・連携図）



紅イモペースト



紅イモチップス



うむくじてんぷら
※うむくじとは沖縄の方言で芋くず（かんしょのデンプン）のこと。昔ながらの伝統的なおやつとして食されています。

【成長へのターニングポイント】

○商品開発、物流の確保

- 菓子原料を供給している県内大手製パン業者と商品開発や輸送で連携。
- 県内有名おみやげ店と連携し、観光土産品や贈答品にも適した商品開発、期間限定の販売キャンペーンや店舗のHPでの商品紹介等によりお土産品としての認知度を向上させ、売上げ増加を実現。

○農福連携への取組

- 自社や連携農家の生産面積拡大により、原料となるかんしょの安定供給が可能となったが、人手の確保に苦慮していたところ、地域の福祉施設等と連携することにより、新たな労働力を確保することができた。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・弊社商品（うむくじてんぷら）は、成形し冷凍した上で業務向け販売を行っており、調理の手軽さや県産紅イモの味の良さが評価され、県内大型店舗の総菜コーナーで定番商品となったこと等により、売上高向上につながった。
- ・県外大手製菓メーカーとの共同開発等、市場ニーズを的確に捉えた商品開発により販路を拡大。

○経費削減の工夫

- ・農作業の機械化による人件費の節減。
- ・原料の安定供給により、年間を通して加工作業が平準化されたことで効率化を実現。

【今後の展望】

- 沖縄の紅イモは、その色と味、低カロリー食材として中国や東南アジアを中心に海外からも注目されており、市場ニーズを的確に捉えた商品開発、販路開拓を進めていく。
- 行政と連携して耕作放棄地再生による栽培面積の拡大を図る。

【取組の効果】

- 売上高
8千万円（H24（6次産業化取組前））
→1億1,200万円（R1（6次産業化取組後7年））
- 雇用者数
5名（H24）→14名（R1）
- 加工仕向け数量（かんしょ）
185t（H24）→226t（R1）