

～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。

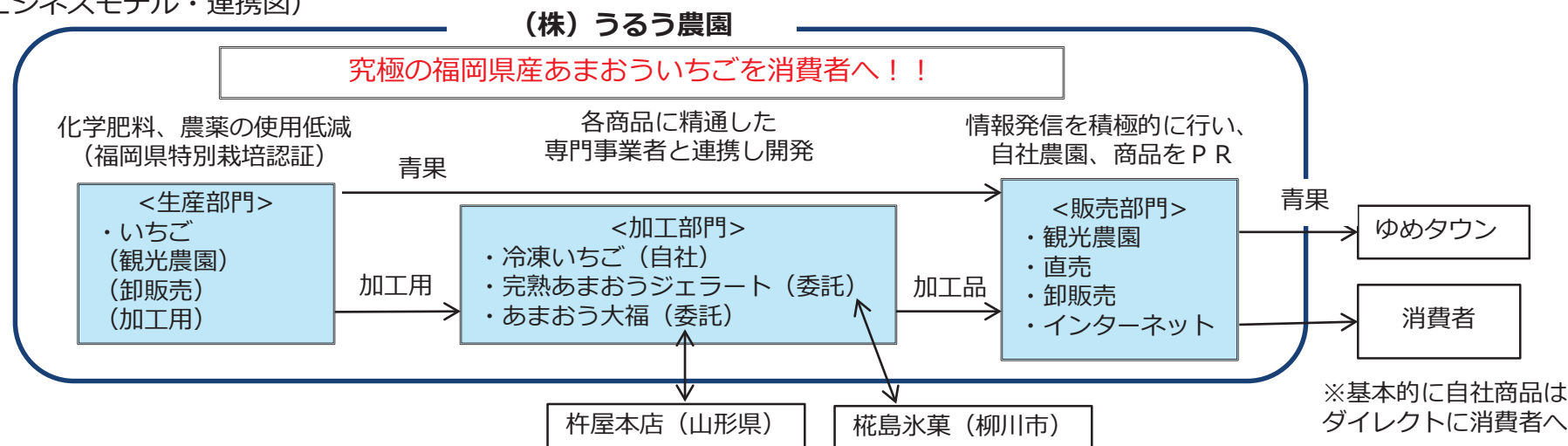
【活用した支援施策】

○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。
- 自社商品や地元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。

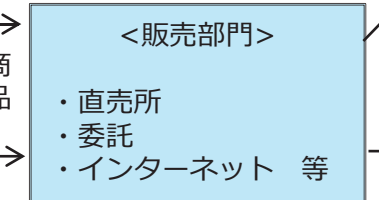
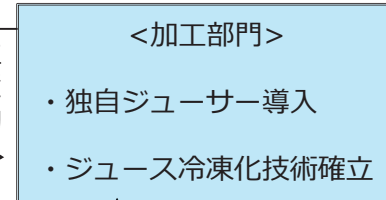
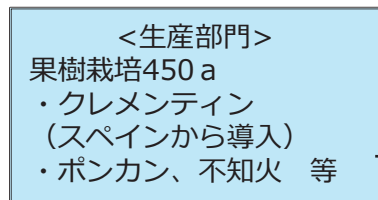
○イノベーション（他者との新結合）

- ・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

おいしさに磨きかけた「贅沢絞り」ジュースを多くの人に届けたい！



展示会や商談会へ積極的に参加

販売
・消費者へ直売
・道の駅
・百貨店
・むらからまちから館
・JR九州

栽培技術指導

商品開発・製造技術支援

佐賀県果樹試験場

佐賀大学



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（特徴）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）

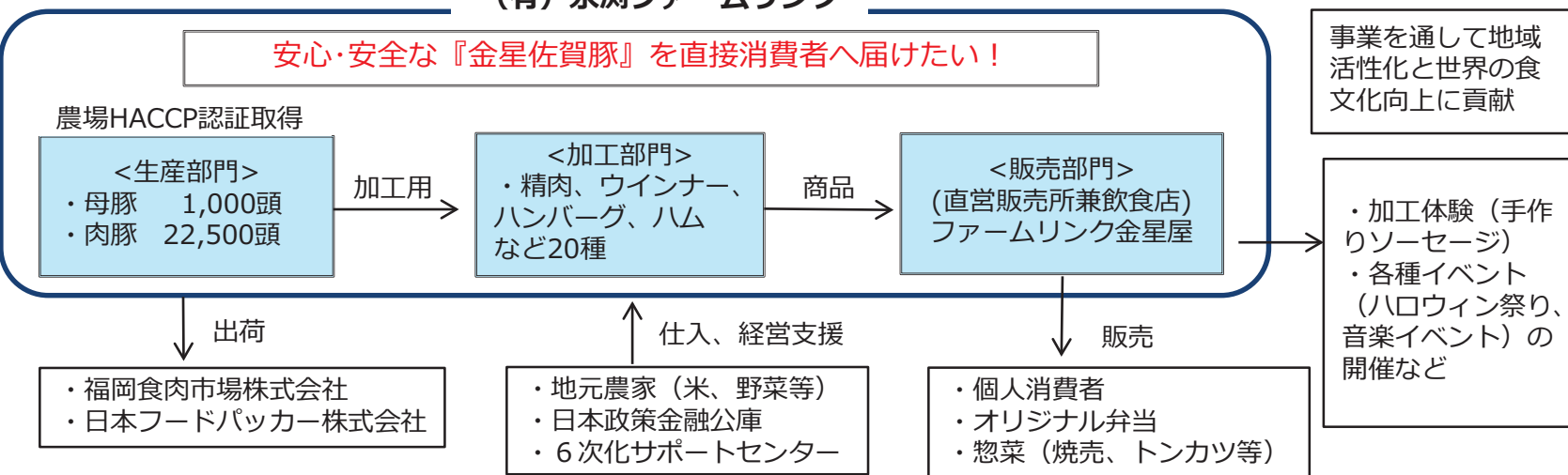
- ・「農場HACCP」の取得により農場段階で危害要因を分析・管理・記録し、生産過程における危害の発生を未然に防ぐ衛生管理体制を実現。
- ・農場から販売まで一貫した衛生管理のもと、安心・安全な精肉・加工品を直接消費者に販売。

○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】

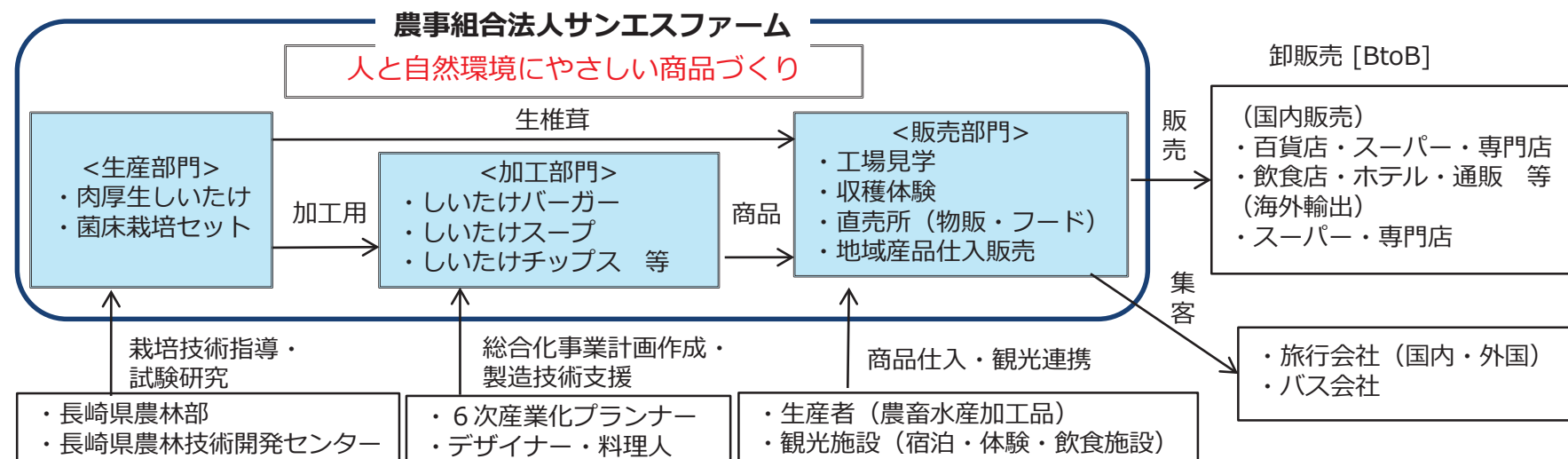
○バリューチェーン (付加価値・差別化)

- ・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、国内旅行客に加え、インバウンド旅行客の受け入れを推進。
- ・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)



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】

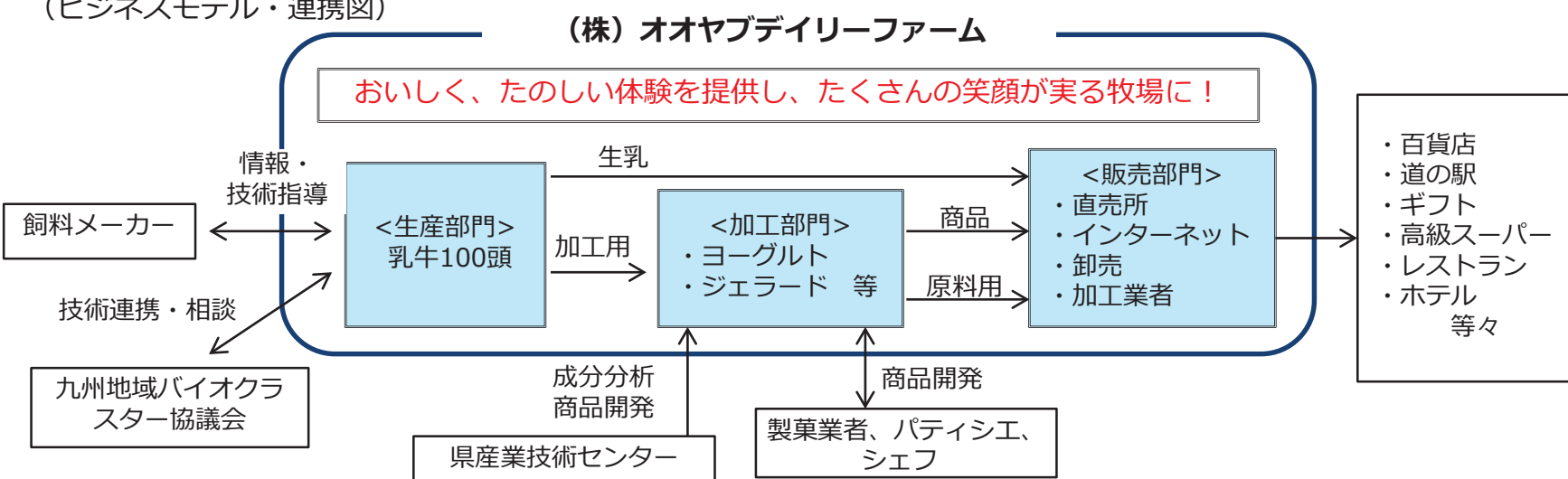
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・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

- 試行錯誤のうへ、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へ契約し、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

加工用

<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

商品

<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

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。

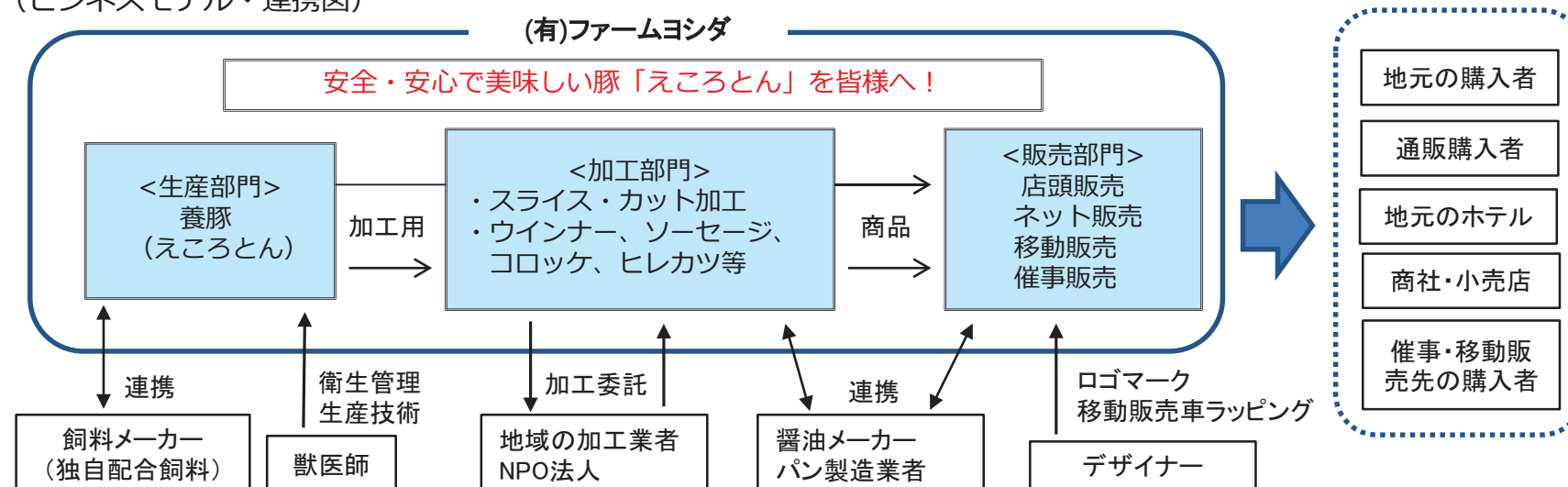
【今後の展望】

- 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）



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】

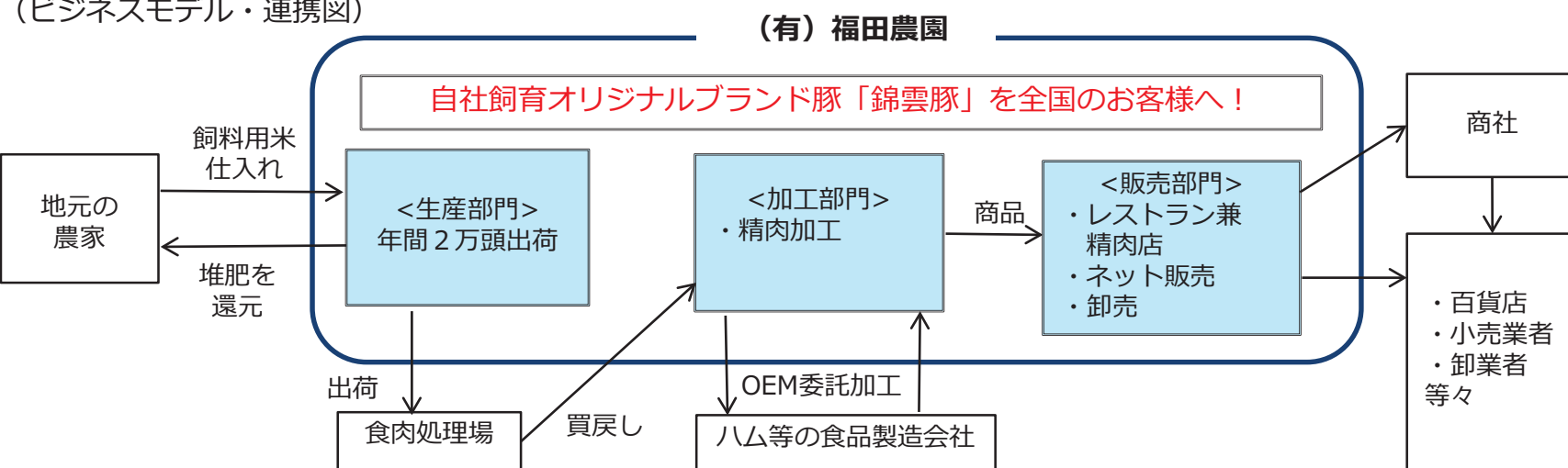
○バリューチェーン (付加価値・差別化)

- ・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/



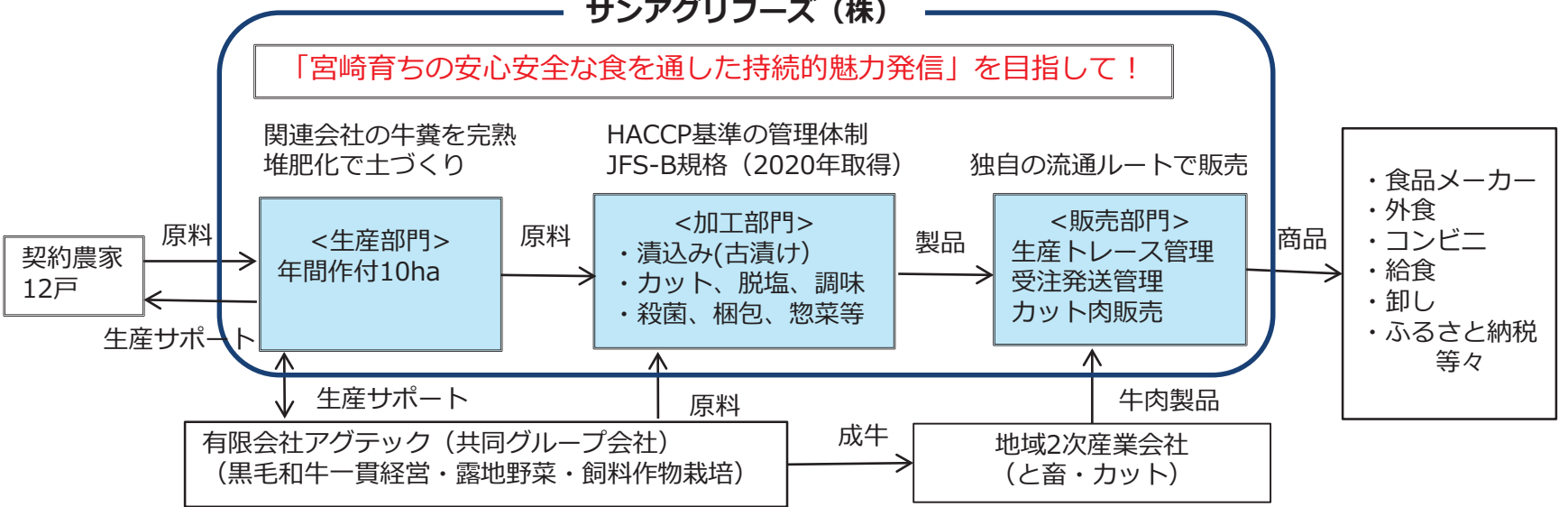
サンアグリフーズ株式会社（外観、ほ場、工場内）

【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、既存農地や畜産業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想した。

【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】

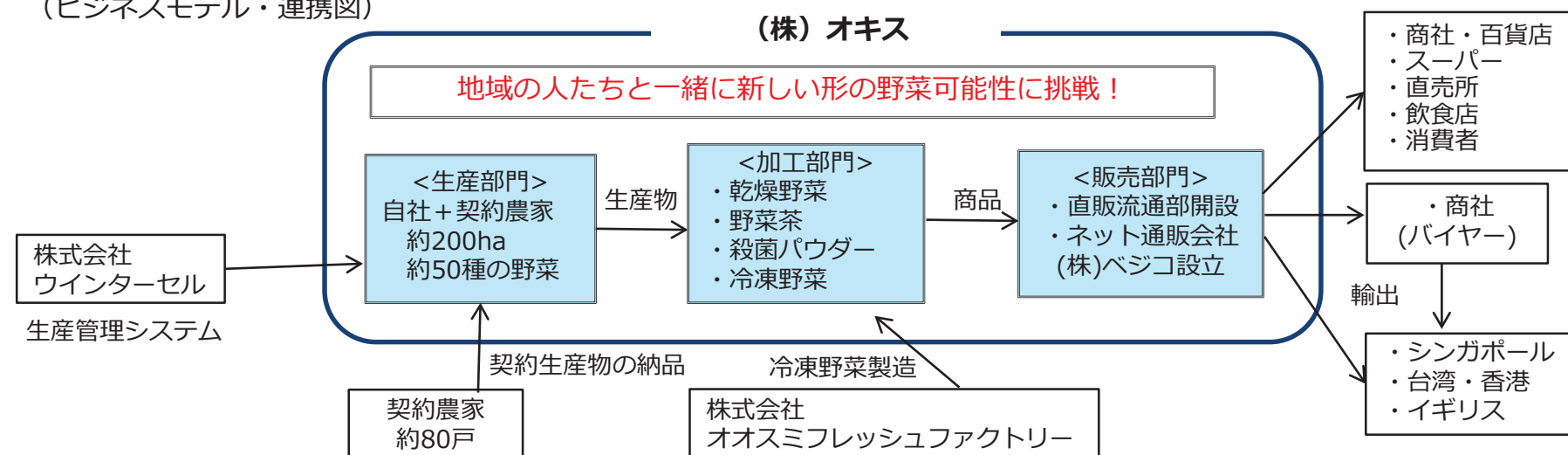
○バリューチェーン (付加価値・差別化)

- ・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

ヘンタ製茶有限会社

<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】

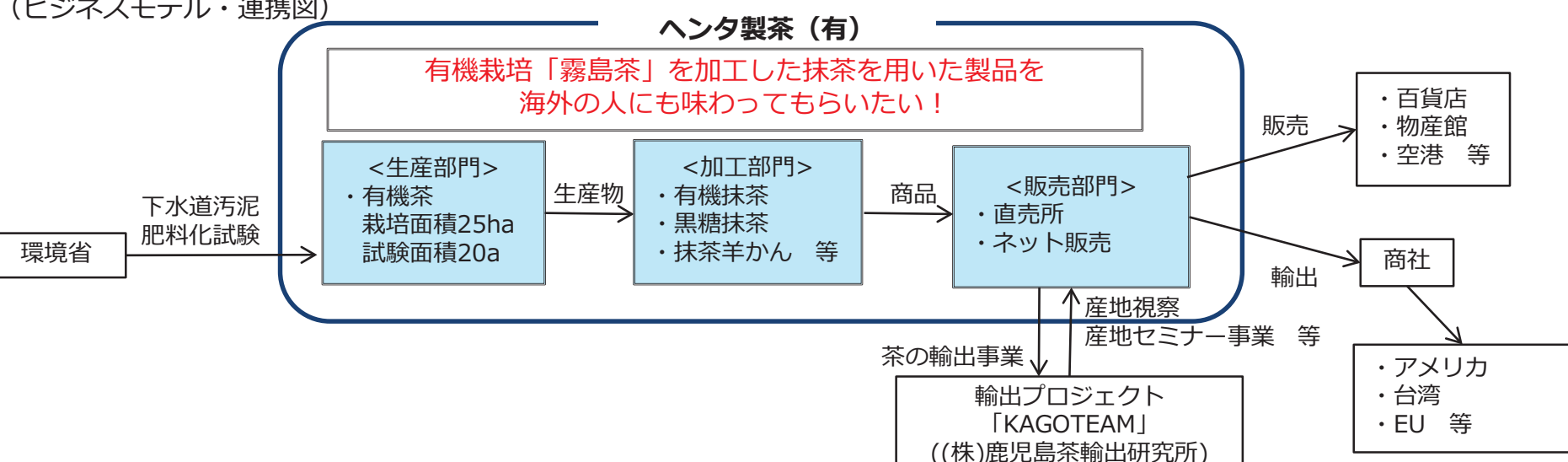
○バリューチェーン (付加価値・差別化)

- ・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)