

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
SK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】

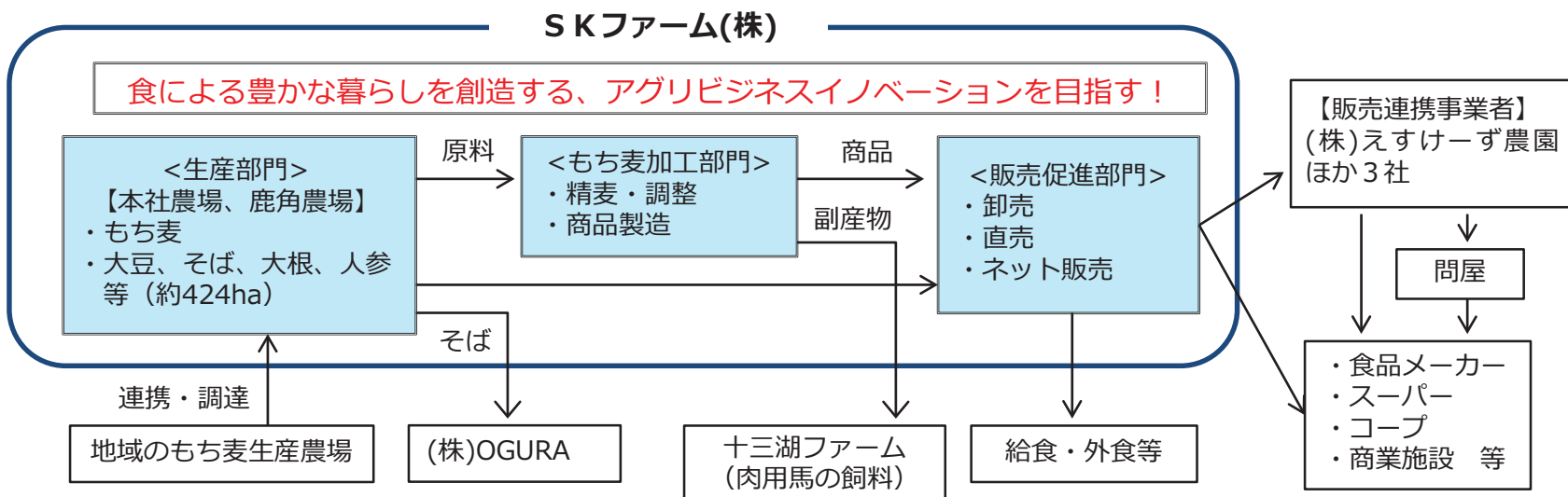
○バリューチェーン(付加価値・差別化)

- ・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)



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（特徴）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

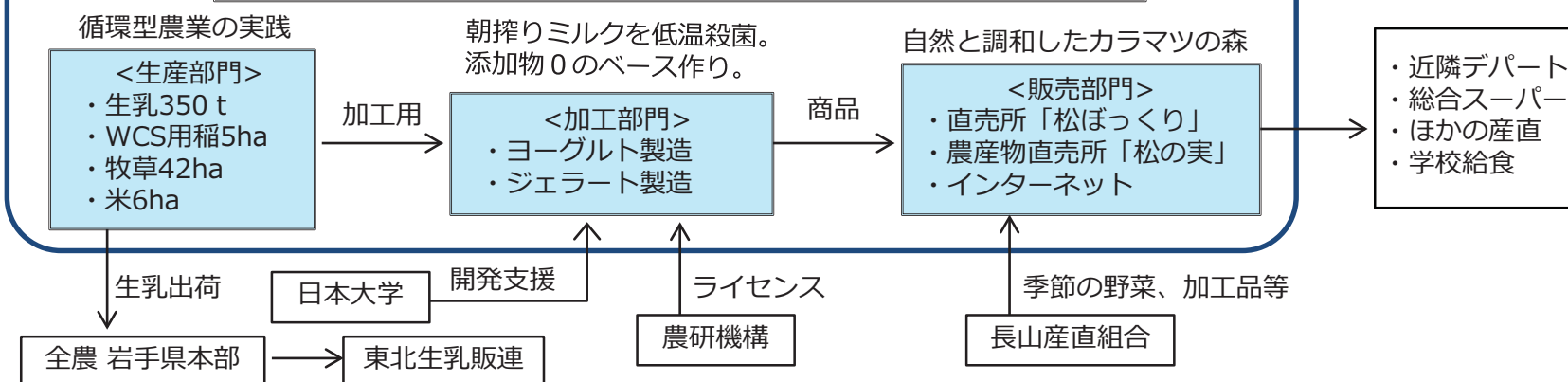
【取り組みの特徴と強み】

- 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

付加価値の高いヨーグルト等で、地域経済の活性化を目指す！



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
4ha（H27）→ 5ha（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。



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。

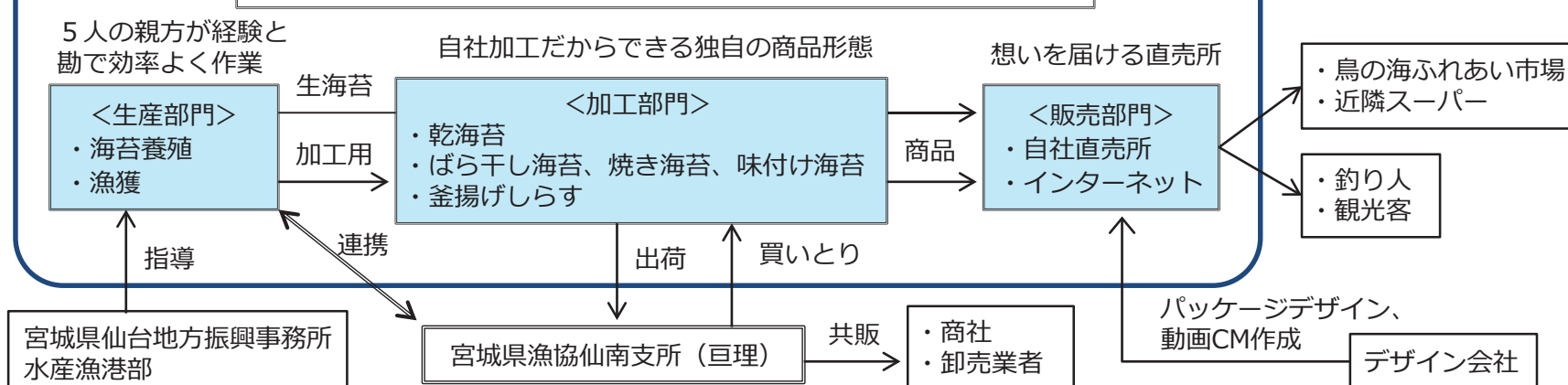
【取組の効果】

- 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)

(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



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。

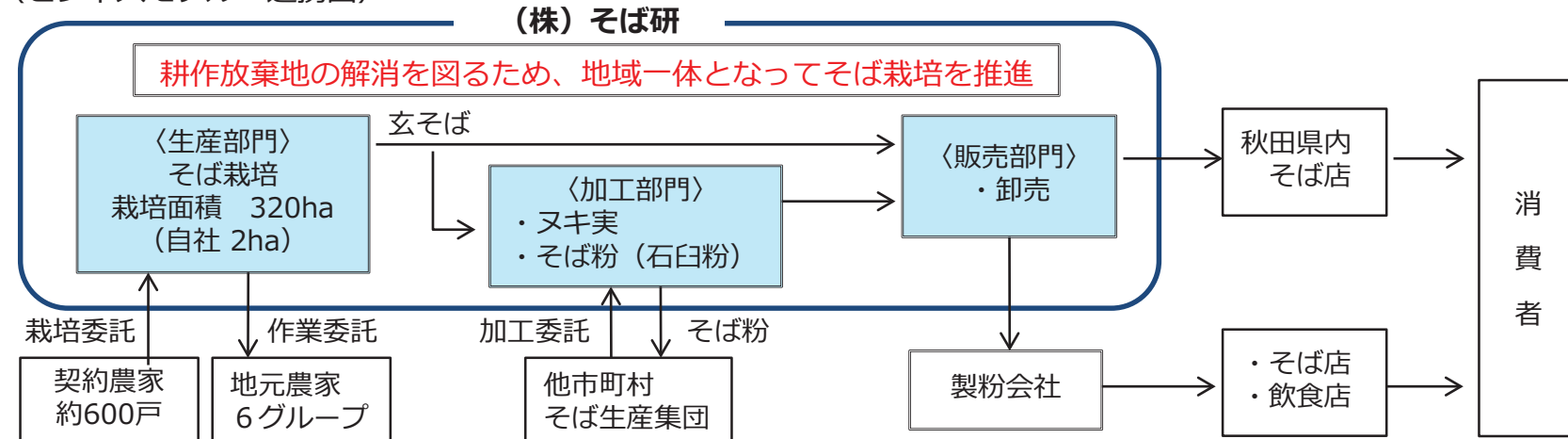
【活用した支援施策】

- 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。



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。

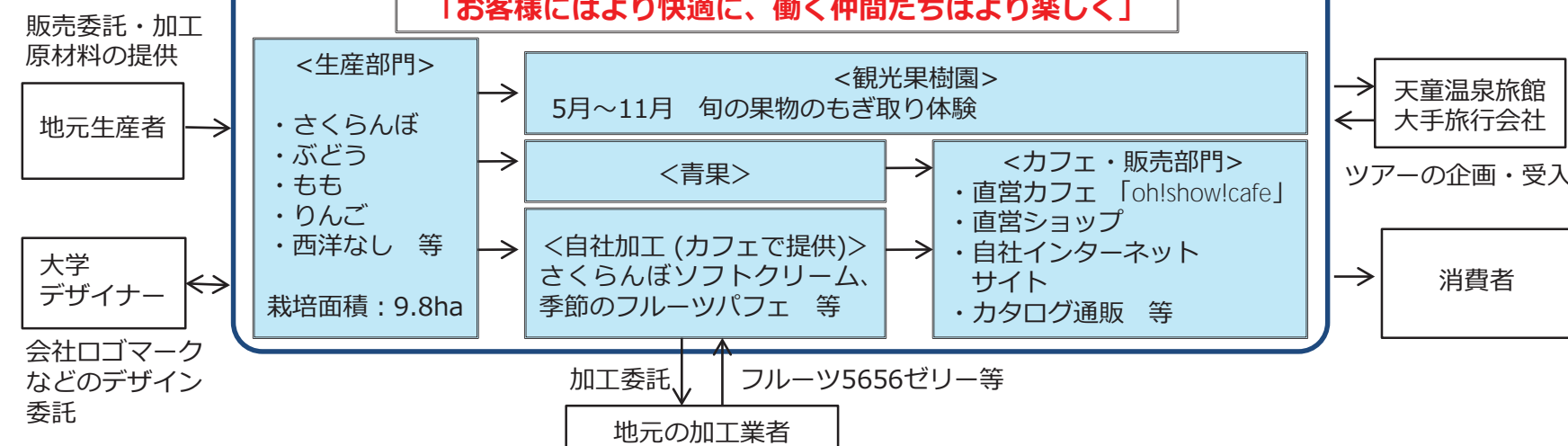
【取組の効果】

- 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）

（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」





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】

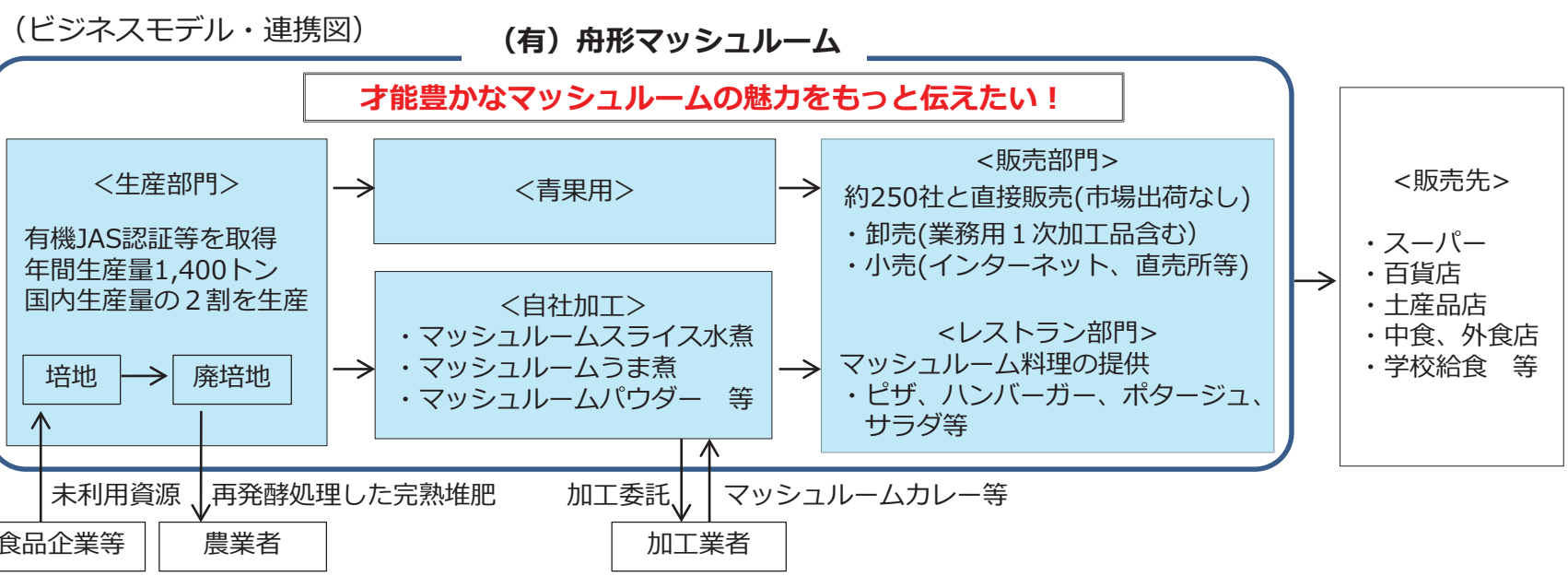
- 当初は、マッシュルームの全量を市場出荷していたが、値崩れすることもあり、直接販売に切り替え。平成19年からは、契約数量を超えた余剰生産物について、市場価格に委ねるのではなく、自社で販売するレトルトカレー等の加工品の原料に使用し、経営の安定化を図る。
- 平成23年には、加工施設を整備し、自社による加工品の製造を開始。

【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】

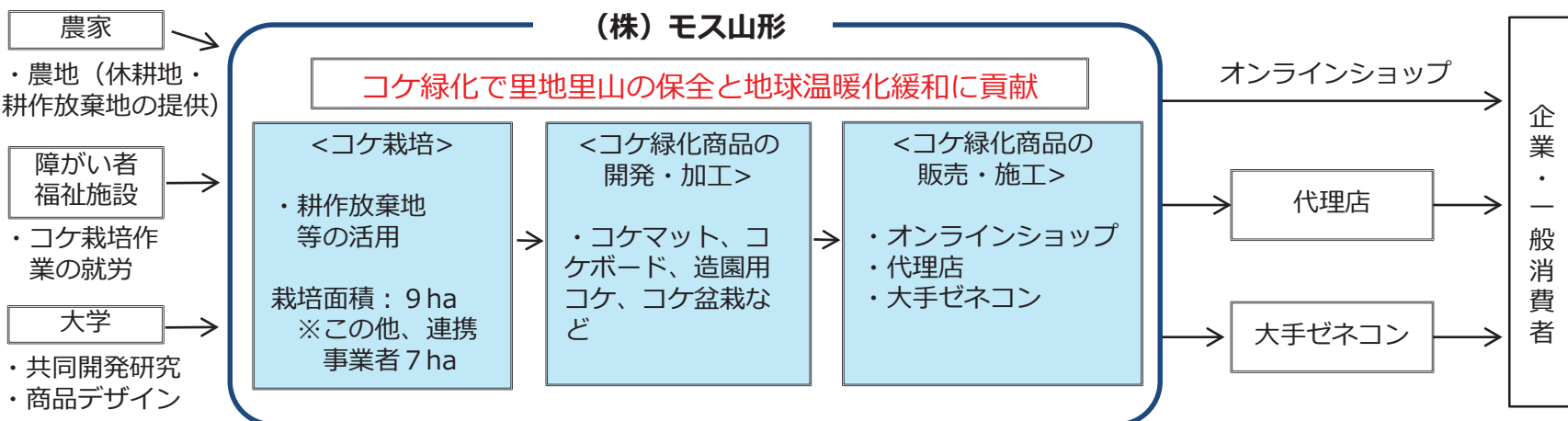
○バリューチェーン（付加価値・差別化）

- ・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」を開設し、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。

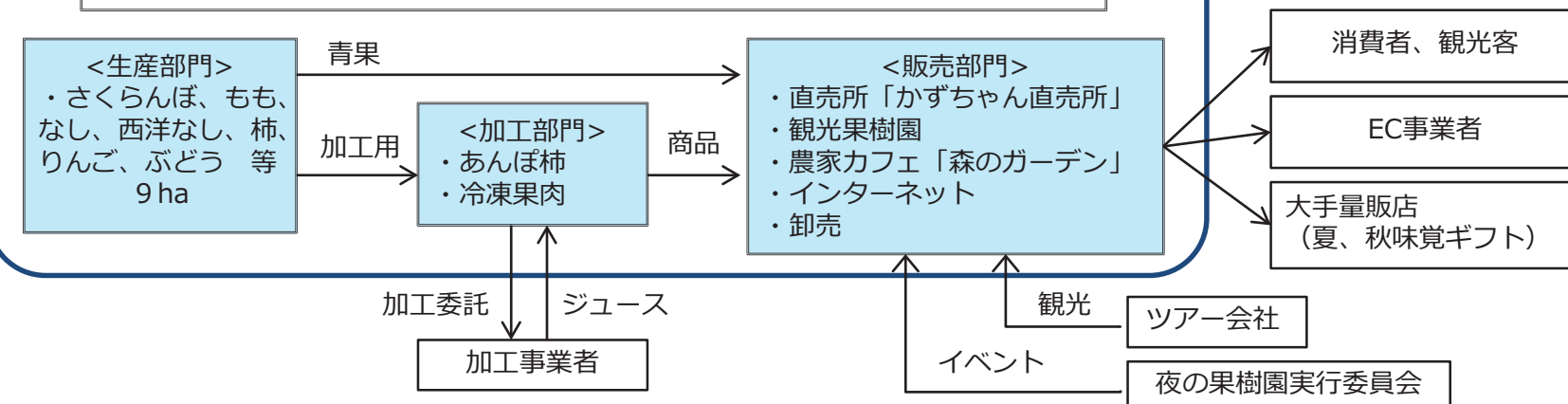
○イノベーション（他社との新結合）

- ・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



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）