6次産業化の取組事例集













平成28年2月

農林水産省

この事例集は、平成27年12月に作成した「6次産業化の取組事例集」について、情報の更新を行い、平成28年2月時点で取りまとめたものです。 今後さらに、事例収集、情報の更新に努めてまいります。

利用上の留意点

- 掲載情報は編集時点のものです。常に最新のものとは限らないこと をご了承ください。
- それぞれの事例は、事業者様のご好意により掲載させていただいて おります。掲載事業者様へのお問い合わせや視察等をお考えの際は、 各事業者様の活動の妨げとならないよう、ご配慮願います。

【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

目次 (類型別)

①個別の農林漁業者による取組

取組名	取組主体	都道府県	項
失敗を恐れず何事にもチャレンジ! 自社産有機小麦を活用したパンの開発・販売	有限会社営農企画	北海道	1
まごころ込めて栽培するミニトマトを消費者へ レトルト食品、業務用加工品等の製造・販売	有限会社まごころ農場	青森県	2
耕作放棄地を果物畑へ! 加工用フルーツを用いた新商品開発	有限会社サンファーム	岩手県	3
多角化、大規模化、効率化により確立する「日本農業の新し い仕組み」	株式会社舞台ファーム	宮城県	4
農業を「食業」に! 身近にある資源の価値を引き出した「農村産業」の展開	有限会社伊豆沼農産	宮城県	5
手作りにこだわった自慢のトマトを使った加工品製造と作り たてのトマト料理を提供するファームカフェ	デリシャスファーム株 式会社	宮城県	6
地場農産物を使用した商品へのニーズを捉え雇用を創出する 新ビジネスにチャレンジ	農事組合法人美郷サン ファーム	秋田県	7
見た目で驚き、味にも驚くジャンボマッシュルーム	有限会社舟形マッシュ ルーム	山形県	8
明治元年創業の老舗5代目が発想した米粒状・麺状のこん にやく加工品の企画・販売	有限会社紙屋商店	福島県	9
新たな地域特産品開発で「会津産コシヒカリ」や「喜多方 ラーメン」とコラボレーション	瓜生 和徳氏	福島県	10
「来る人には楽しみを!帰る人には喜びを!」 里山の景観が自慢のレストランでゆとりの空間を提供	有限会社森ファーム サービス	茨城県	11
大根産地リレーによる高品質な「大根つま」の周年安定供給	有限会社ナガタフーズ	茨城県	12
みんな満足にっこり笑顔! 「完熟にっこり梨」を使った地サイダー・あめの製造・販売	金田果樹園	栃木県	13
子供の頃からの夢を実現させた自家産牛乳及び山羊乳を利用 したチーズ工房	有限会社那須高原今牧場	栃木県	14
種豚農家の若き3代目の挑戦! 手づくりハム工房と田舎レストラン事業	有限会社星種豚場	栃木県	15

子供に安心できるハンバーグを食べさせたい! 妻の一言から決意した自慢の自家肥育牛の直接販売事業	国分牧場	埼玉県	16
充実の体験メニュー! ブルーベリー農園のジャム作りとファン作り	野口農園	埼玉県	17
自分が食べて感動したブランド豚「幻霜ポーク」の魅力を関 東で発信	株式会社惣左衛門	千葉県	18
駅から5分、住宅地の中にある都市型酪農ファーム	磯沼ミルクファーム	東京都	19
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〜	有限会社相澤良牧場	神奈川県	20
自社農産物を有効活用! 直販・直営カフェ・加工品開発による事業拡大	株式会社くだもの厨房 フクヨシ	山梨県	21
遊休農地を解消して特産の果実で地域を元気にしたい! 特産品果実の通年販売を目指した農産物加工への挑戦	有限会社マルサフルー ツ古屋農園	山梨県	22
付加価値向上を狙いワイン用ぶどうをワイン以外の新商品へ 活用	奥野田葡萄酒醸造株式 会社	山梨県	23
気軽に農業体験が楽しめる憩いの場を提供したい! 地域資源であるブルーベリー「森のサファイア」をブランド 化	株式会社未来農業計画	長野県	24
故郷はワイン用葡萄の栽培好適地 ゼロからのワイン造りが地域を動かす	楠わいなり一株式会社	長野県	25
観光地白馬で作られた安心安全な「おいしい」を直接消費者 に届けたい! ~体験+飲食+販売による高付加価値化~	有限会社ティーエム	長野県	26
「牛さんありがとう」〜全ては良質な生乳生産から〜 高品質な生乳を用いた自社ブランドの確立	株式会社いでぼく	静岡県	27
鮮度の高い農産物を都市部の住民にも食べてほしい! 都市近郊農業の強みを生かした直売所の運営	有限会社AFカガヤキ	新潟県	28
美味しい!その笑顔のために 本場ドイツ仕込みのハム、ソーセージ等への加工、販売	有限会社池多ファーム	富山県	29
地域再生の切り札である在来の梅を後世に残したい! 中山間地域農業再生の切り札~氷見稲積梅のブランド化事業 ~	氷見稲積梅株式会社	富山県	30
幹線道路から一目でわかる桃色の建物 ランチや桃のスイーツ、ジュースを提供する農園カフェ	農工房長者株式会社	富山県	31
郷土の美しい風景を残すため、農業で町を活性化したい! 地域の活性化に向けて地場産業を創造〜六条大麦の高機能性 ビール〜	有限会社わくわく手づ くりファーム川北	石川県	32

感動してもらえる魚を消費者へ! 鮮度維持に徹底的にこだわった海の6次産業化	株式会社鹿渡島定置	石川県	33
里芋との出会いは土地の神様との出会い! 乳製品アレルギーに対応する里芋スイーツ	SFV生産農場	福井県	34
大豆と玄米でできたお肉!? 健康志向な玄米加工品の開発	株式会社マイセンファ インフード	福井県	35
若狭町で頑固に守り育ててきた梅を生かしたい! 「紅映(べにさし)」を使った頑固な梅酒製造	株式会社エコファーム みかた	福井県	36
女性目線で自慢のトマトで美しく、健康に! 自社生産したトマトを使用した加工品の製造販売	株式会社寺田農園	岐阜県	37
飛騨牛だけじゃない! 奥飛騨温泉郷「飛騨サーモン」のブランド化	株式会社穂高養魚場	岐阜県	38
豚一匹を余すことなく商品化! 飼育にこだわったブランド豚の直接販売	有限会社石川養豚場	愛知県	39
高級化路線への思いきった転換 とことん味にこだわったみかんのブランド化	有限会社すぎもと農園	三重県	40
就農時400万円の売上高から170倍以上の増加! 京野菜「九条ねぎ」の6次産業化	こと京都株式会社	京都府	41
山を守り山へ感謝 地元特産の北山杉を使った「お棺」の製造、販売事業	井口木材	京都府	42
棄てるものから活かすものへ 山の恵みに感謝したジビエ商品の加工、販売	有限会社田舎暮らし	京都府	43
日本一のぶどう産地だった頃の風景を取り戻したい! 創業100年の老舗ワイナリーによる大阪ぶどう復活プロ ジェクト	カタシモワインフード 株式会社	大阪府	44
豊かな自然やおいしいチーズなどにより癒やしを提供したい! 都市型酪農から発信する新たな食文化の交流	有限会社レチェール・ ユゲ (弓削牧場)	兵庫県	45
鶏も人も生き生きと笑顔になれる牧場をつくりたい! ~平飼い、朝採れ、こだわりの飼料で生産するブランド卵 「天美卵(てんびらん)」の6次産業化~	有限会社ひよこカンパ ニー	鳥取県	46
奥出雲の豊かな自然の中で、高品質のワインと食を楽しんでもらいたい!~減農薬栽培のワインと地産地消レストラン事業~	有限会社奥出雲葡萄園	島根県	47
古代の遺伝子を受け継ぐ特産品の「赤米」で地域の知名度アップ! 新しい赤米「あかおにもち」を活用した総社市の地域活性化事業	レッドライスカンパ ニー株式会社	岡山県	48
試行錯誤の末につくり上げた高品質山ぶどうワイン 地域資源を生かした観光振興	ひるぜんワイン有限会 社	岡山県	49

低迷する米価や消費にも負けない! 米の高付加価値化〜米粉パン等の新商品開発〜	株式会社福田農場	広島県	50
開かれた牧場が提供する環境、体験、加工商品が地域に人を 呼ぶ	有限会社トムミルク ファーム	広島県	51
とろろで元気に! 地方と都市をつなぐ地域活性化「グローカル構想」	やまいもまつり有限会 社	山口県	52
フランスで食べて感動したジャムを目指して! 瀬戸内海の島の果実による手作りジャム工房	株式会社瀬戸内ジャム ズガーデン	山口県	53
新鮮な地魚の産直と料理で旬を提供し続けたい! 地魚の美味しさを伝えたい漁師による直売所と食堂経営	阿波橘海産	徳島県	54
恵まれたロケーションと健康志向のメニューで最高のおもて なしを	きのこの里	徳島県	55
世界最薄水準!間伐材を活用した「天然木極薄つき板」の開発	株式会社ビッグウィル	徳島県	56
イチゴも人も同じ空の下で・・・ 地元農業者・異業種と連携した新事業の創出	株式会社スカイファー ム	香川県	57
瀬戸内海の暖かい風に乗って ミカンやオリーブの加工品の通信販売とカフェ事業	有限会社井上誠耕園	香川県	58
農業の魅力で地域を元気に! 観光農園、ジェラートショップ等の多角運営	有限会社広野牧場	香川県	59
生産農家との連携で地域を元気に! 地域コミュニティーの維持発展を目指した6次産業化による 取組	株式会社味彩	愛媛県	60
真っ赤なフルーツトマトへの情熱 栽培と製法にこだわったトマトジュースの販売	有限会社池一菜果園	高知県	61
ベジタリアンの鶏卵「コロンブスの茶卵」でスイーツ開発	株式会社ぶらうん	高知県	62
活き車えびにも負けない! 高度冷凍技術を用いた冷凍車えびの新しい販売方式	株式会社拓水	福岡県	63
地元「筑豊・田川」の野菜・果物にこだわりたい! 豊富なメニューのバイキングレストラン運営	有限会社ラピュタ ファーム	福岡県	64
ねぎ一筋 4 0 年! 土や水にこだわるねぎ名人の 6 次産業化	有限会社伊万里グリー ンファーム	佐賀県	65
おいしいジュースをさらにおいしく! 減農薬栽培みかんを使用した冷凍ジュースの開発	合同会社田島柑橘園&加工所	佐賀県	66
土や水にこだわるねぎ名人の6次産業化 おいしいジュースをさらにおいしく!	ンファーム 合同会社田島柑橘園&		

産みたてのおいしい卵を多くの人に味わってほしい! 九州全土に広がる新たな卵の販売方式「朝取りたまご」	株式会社コッコファー ム	熊本県	67
消費者にいつまでも美しい花を届けたい! 日本唯一の洋ランのボトルフラワー開発と販路開拓	有限会社宮川洋蘭	熊本県	68
特産品であるカボスにより自然豊かなふるさとを守りたい! 自然豊かな里山の「かぼす」を全国に発信	あねさん工房株式会社	大分県	69
異業種と共同研究して開発した新技術を活用! 脱臭ニンニク、生姜のペースト加工・販売事業	有限会社太陽ファーム	宮崎県	70
森林の価値を向上させる地域企業を目指す! 製材時に発生する端材を有効活用して木質バイオマスエネル ギーに転換	吉田産業株式会社	宮崎県	71
農業の魅力を伝えたい! 農地の真ん中のスイーツカフェから米粉商品発信	有限会社福冨農産	宮崎県	72
豊富な食物繊維に着目! 沖永良部島の特産品であるキクラゲの加工品開発	沖永良部きのこ株式会 社	鹿児島県	73
石垣島でホルスタインを飼育! 自家製牛乳や地元農産物を活かしたジェラート開発	有限会社伊盛牧場	沖縄県	74

②農林漁業者団体など複数の農林漁業者による取組

取組名	取組主体	都道府県	項
年間30万人が訪れる観光スポットに成長! 世界的観光地「ニセコ」の風景と、地元の良質な食材を生か したミルク工房、レストラン等を展開	高橋牧場	北海道	75
酪農を核としたフットパスにより、体験・地域・交流・風 景・未来を創造!	伊藤畜産	北海道	76
モチモチ食感の可能性に着目! 幼児や高齢者等でも食べやすい加工品開発	農事組合法人赤沼営農 組合	青森県	77
酪農家の女性たちが夢を実現! 地元食材を原料にジェラート工房を開業	くずまき乳製品加工研 究会	岩手県	78
農地を守り、地域とともに発展する経営体を目指す	有限会社アグリードな るせ	宮城県	79
高齢者に届けるお弁当と思いやり 野菜をふんだんに使ったお弁当で地域を元気に!	農事組合法人坊沢営農組合	秋田県	80
品質にこだわったお米を食べてもらいたい! 120戸の農業者が団結して取り組むおいしい「庄内産米」 の生産と販売拡大	株式会社庄内こめ工房 ほか	山形県	81

多彩な果実をはじめとする「地域の宝がココにある!」 その"強み"を最大限に活用し、6次産業化に取り組む	株式会社産直あぐり	山形県	82
新設の直売所で地産地消を推進! 小麦新品種(ゆめかおり)の普及と米粉加工品の製造・販売	新ひたち野農業協同組合	茨城県	83
幻の伝統野菜を復活させたい! 「国分にんじん」の生産振興と新商品開発	農事組合法人国府野菜 本舗	群馬県	84
釣りたてのスルメイカを船上で加工! 鮮度にこだわったイカの加工品開発と販売事業	御宿岩和田漁業協同組合	千葉県	85
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	神奈川中央養鶏農業協同組合	神奈川県	86
平塚漁協発!おいしい地どれ魚の消費拡大 地産地消推進に向けた販路開拓	平塚市漁業協同組合	神奈川県	87
鮮度ばつぐんのアジを「見て」「感じて」「味わって」! 養殖アジを使った商品・料理と体験事業で地域を活性化	内浦漁業協同組合	静岡県	88
雪室貯蔵野菜を地域ブランド食材に! 風土資源などを活用した米・野菜の高付加価値化販売	飯塚農場	新潟県	89
地元のPR活動の手ごたえを商品に! 小松市特産のトマトと地場産野菜を使用したトマトカレー	小松市農業協同組合	石川県	90
美しい里山をみんなのふるさとに! 寒天の里「山岡」の道の駅でふれあいを大切にした素朴な手 作り商品の販売	株式会社山岡のおばあ ちゃん市	岐阜県	91
地域の地域による地域のための拠点へ 品質にこだわった直売所を中心とする複合施設の運営	株式会社げんきの郷	愛知県	92
ふれあいの駅「うりぼう」の再興 地域の農産物の直売・加工品販売と体験交流	農事組合法人うりぼう	三重県	93
魅力あふれる農村文化を次世代に継承したい! 農村の魅力を伝え、農村文化を次世代に継承する郷土愛あふれる女性の取組	有限会社せいわの里	三重県	94
「中山間地域で中心的役割を果たし、地域を元気に!」 潮風と太陽が育んだ南伊勢育ちのとびっきりみかんの生産・ 販売・加工事業	農事組合法人土実樹	三重県	95
直売所・レストランを人材育成・ネットワーク形成に活用! 担い手の育成や消費者との交流により地産地消を推進	J Aおうみ冨士 (ファーマーズ・マー ケットおうみんち)	滋賀県	96
甲賀のおいしい滋賀羽二重糯(もち)を多くの方に味わってほしい! ~甘みと粘りとコシの三拍子そろったもち商品の開発~	有限会社甲賀もち工房	滋賀県	97
農家のお母ちゃんだからできる! 手作りにこだわった郷土の味の伝承	有限会社いずみの里	大阪府	98
	•		

特産品の桑の実、バジルを活用した商品開発・加工・販売で 地域と共にたちゆく組織づくりを目指す	株式会社ささ営農	兵庫県	99
連携の力で事業に新たな地平を切り拓く! 消費者に安全・安心な農産物を届ける広域ネットワーク事業	株式会社パンドラ ファームグループ	奈良県	100
「大和五條ネギ」一本勝負! 〜産地が一体となったブランド化への道〜	株式会社五條市青ネギ 生産組合	奈良県	101
和歌山特産「金山寺みそ」の売上げ拡大や地場産品を活用した新たな商品開発	わかやま農業協同組合	和歌山県	102
「できたみかん」ではなく「つくったみかん」で勝負! 高品質なみかん生産とこれを活かす加工技術の活用による商 品開発	株式会社早和果樹園	和歌山県	103
こだわり米「清流の小田米」を活用した米粉パンの商品開発 と販売	農事組合法人ファー ム・おだ	広島県	104
対面販売で「遊子」(ゆす)のおいしい魚を普及したい! やる気満載のキッチンカーによる魚を活用した加工品の販売 事業	遊子漁業協同組合女性 部	愛媛県	105
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	有限会社南四国ファー ム	愛媛県	106
じゃばら加工で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	愛媛県	107
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	馬路村農業協同組合	高知県	108
地元のものは先ず地元から! 国産なたね油の販売と副産物の有効活用	農事組合法人大春の里	福岡県	109
カルシウムたっぷりのいりこをもっと食べてもらいたい! 生産量全国一の「いりこ」産地による多様な加工品開発	九十九島漁業協同組合	長崎県	110
新たな直売所の開設のためゼロからのスタート 栽培品目やニーズ調査による品揃え対策	ごとう農業協同組合	長崎県	111
小さなJAの大きな挑戦 地域や異業種との連携による付加価値の高い新商品の開発・ 販売	あしきた農業協同組合	熊本県	112
ブランド巨峰を加工品に! 規格外ぶどうに日の目を当てる干しぶどうの加工・販売	株式会社ドリーム ファーマーズ	大分県	113
農園のみずみずしさをパッケージ! 大山の心を伝える、ここにしかない農業者によるバザール	木の花ガルテン	大分県	114
太陽をいっぱい浴びた「さいごうの栗」を全国に! 〜地域連携による栗製品の加工・販売〜	株式会社栗処さいごう	宮崎県	115

③異業種が農林漁業に参入した取組

取組名	取組主体	都道府県	項
海を感じる味わい! 天然ミネラル豊富な奥尻ワイン	株式会社奥尻ワイナ リー	北海道	116
野菜の旬のおいしさにこだわる! 規格外の野菜を有効活用した「ランチボックス」	株式会社エスファーム	静岡県	117
浜松の新ブランド「うなぎいも」を新たな名物に! 特産品であるウナギとコラボしたさつまいもによる新商品開発	有限会社コスモグリー ン庭好	静岡県	118
「地元を元気に!農家も元気に!体も元気に!!!」 長期熟成のフルーティー食感、山県産黒ニンニクを活用した 6次産業化プロジェクト	梅田建設株式会社	岐阜県	119
ブルーベリーを使った商品開発へ挑戦! 建設会社による耕作放棄地を活用した農業への参入	株式会社杉田組	愛知県	120
6次産業化の力で自慢のお茶を消費者へ! 人にも環境にも優しい有機 J A S 認証のお茶づくり	有限会社宝箱	島根県	121
中山間地域「奥出雲ブランド」の確立 〜建設業からの農業参入による6次産業化〜	株式会社奥出雲中村 ファーム	島根県	122
コンテナで椎茸!? コンテナ型保冷庫を活用するアイデアから生まれた菌床栽培 の椎茸	有限会社サンエイ興業	山口県	123
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、飲料等の加工、販売	株式会社オキス	鹿児島県	124

④自治体等と連携した地域ぐるみの取組

取組名	取組主体	都道府県	項
厄介者を地域の資源に! ジビエの町づくり〜ジビエ商品の加工、販売〜	若穂食のモデル地域実 行協議会	長野県	125
えごまで地域農業を活性化 富山の新たな特産品化を目指して	株式会社健菜堂	富山県	126
栗農家と栗菓子製造業者がWin-Winの関係を構築 超特選栗のブランド化事業	株式会社恵那川上屋	岐阜県	127
世羅町まるごと6次産業化~町全体を農村公園化~	世羅高原6次産業ネットワーク	広島県	128
小さなお菓子屋さんが地域ぐるみで取り組んだ「村おこし」 〜紅いもタルトのサクセスストーリー〜	株式会社御菓子御殿	沖縄県	129

地元の新規農業者を軸とした多様な事業者とのネットワーク 構築により「やんばる(沖縄本島北部)」の活性化を実践	クックソニア	沖縄県	130
---	--------	-----	-----

⑤輸出など海外へ展開する取組

取組名	取組主体	都道府県	項
仲間の力を結集して、地元から全国へ、そして海外へ! 農産物や加工品、日本酒等の総合販売プロジェクト	有限会社西神楽夢民 村、株式会社北海道夢 民村	北海道	131
6次産業化により世界へ! 青森から世界へはばたく黒にんにくの輸出事業	有限会社柏崎青果	青森県	132
生産から製造・加工・販売までの一貫システムで「鶏、まる ごとプロデュース」	株式会社アマタケ	岩手県	133
高級ジュースを海外へ! 樹上で完熟させた高品質ぶどうジュースの海外展開	農事組合法人大沢 ファーム	秋田県	134
町産ブランドを海外に売り込め! 町が一丸となって海外へ売り込む特産蜜入りりんご	朝日町果樹組合連絡会議	山形県	135
日本食"SHIRATAKI (しらたき)"の挑戦! 多様なこんにゃく商品の開発による事業の海外展開	グリンリーフ株式会社	群馬県	136
いくぞ!世界へ 世界基準のハーブ生産と化粧品等の商品開発	株式会社香寺ハーブ・ ガーデン	兵庫県	137
海外への物流課題を解決! 常温流通が可能なスパークリングSAKEの開発	丸本酒造株式会社	岡山県	138
種鶏(しゅけい)の美味しさを世界に発信! Made in Japanの高品質ハラルフードの加工、販売、輸出	株式会社エヌチキン	鹿児島県	139

⑥農観連携や医福食農連携、再生可能エネルギーなど新しい分野の取組

取組名	取組主体	都道府県	項
バイオガスプラントによる一石四鳥の資源活用 (臭気対策、売電収入、熱利用、消化液利用)	農事組合法人サンエイ 牧場	北海道	140
高品質への追求を起点に耕畜連携を構築 ジェラート店の集客力により観光拠点へ成長	有限会社フジタファー ム、有限会社レガー ロ、株式会社藤田牧場	新潟県	141
「小水力発電による地域作りと農村維持!」 再生可能エネルギー導入と6次産業化の取組	石徹白地区地域づくり 協議会	岐阜県	142
稲作で発生する廃棄物の籾殻を100%使用したバイオマス 燃料の製造・販売と自社生産米の精米・炊飯・調理加工して 販売する「おにぎり店」の出店事業	有限会社福江営農	岐阜県	143

自家生乳のジェラートで生産者の思いを消費者へ伝える	有限会社池田牧場	滋賀県	144
障がい者が主人公となり農業の可能性へチャレンジ! 水耕栽培で生産するサラダほうれん草等の6次産業化	ハートランド株式会社	大阪府	145
両手いっぱいの感農体験 ゆめさき苺のもぎとり体験とスイーツカフェ	有限会社夢前夢工房	兵庫県	146
地域の資源、人材を有効活用して秋津野を盛り上げたい! 農業者が中心となり地域一丸で取り組む6次産業化	株式会社きてら	和歌山県	147
農業と医療が連携した低グルテリン米の里づくり 〜古民家レストランでの健康食の提供〜	株式会社さとに医食同 源	鳥取県	148
太陽光発電の売電収入を活用した農村集落の再生 〜再エネをきっかけに幸せ実感日本一の集落へ〜	水増集落	熊本県	149
総合体験型ファームで沖縄の活性化にチャレンジ	株式会社あいあい ファーム	沖縄県	150
女性パワーでみんなをぐっすり! 沖縄の伝統的島野菜の機能性に着目した取組	株式会社今帰仁ざまみ ファーム	沖縄県	151

⑦地域ぐるみの取組

取組名	取組主体	都道府県	項
地域の自治体・関係団体が一体となった「農業・食」を中心としたオール十勝による地域産業振興の取組	フードバレーとかち推 進協議会	北海道	152

⑧女性による取組

取組名	取組主体	都道府県	項
子供たちに安全・安心な食べ物を!母親の想いをカフェレストランに込めて ~こだわりの卵から生まれた6次産業化~	ファーム・レラ <i>/</i> ファーマーズ・カフェ 風土	北海道	153
夫婦二人三脚で有機農産物の付加価値向上に成功! 女性の活躍により、さらなる6次産業化を展開	大塚ファーム	北海道	154
市民と農家の交流の場から地域活性化! 女性を核とした地域密着型の企業	農業生産法人有限会社 ANEKKO (アネッコ)	青森県	155
"女子力全開"で地域の農業を盛り上げる!	Ane Komach i (アネコマチ)	秋田県	156

信州の伝統野菜である牧大根を次世代へ伝承するとともに、 地域農業の活性化への取組	JAあづみ女性部西穂高 支所牧大根プロジェク ト	長野県	157
おふくろの味、ふるさとの味を大切にする 町特産の伝統野菜による新商品	味ロッジ	長野県	158
女性従業員が中心となった自社産さつまいもを利用した新たなスイーツ等の商品開発及び販路拡大事業	有限会社農園ビギン	新潟県	159
豊かな海と女性の力で越廼の伝統料理を発信 発酵食品「へしこ(ぬか漬け)」が、おしゃれに変身!	越廼漁業協同組合(ぬかちゃんグループ)	福井県	160
「都会の子供たちに自然の恵みをかんじてもらいたい!」 漁家のお母ちゃんたちが子供たちに、漁業の魅力を伝える取 組	株式会社篠島お魚の学 校	愛知県	161
皆さんに喜んで頂ける良いユズや加工品作りに一生懸命頑 張っています	農事組合法人古座川ゆ ず平井の里	和歌山県	162
女性の感覚で商品開発、少量多品目と繊細な加工方法で世界 へ販売	株式会社ふみこ農園	和歌山県	163
瀬戸内市虫明海域の牡蠣と魚介類を活用! 保存性の高い売れる加工品の製造・販売事業	野崎 末廣	岡山県	164
まき網漁の起死回生! 船上で箱詰めし、首都圏などへ産地直送!	萩大島船団丸	山口県	165
おふくろの味で地場産農産物を商品化し地域を活性化! 〜上畑の郷夢プロジェクト〜	農事組合法人上畑の杜	福岡県	166
ながさき伝統野菜「雲仙こぶ高菜」で地域活性化 〜世界に羽ばたく地域の宝で『食の文化遺産』を目指す〜	農事組合法人守山女性 部加工組合	長崎県	167
郷土料理「がね」を商品開発! 〜次代を担う子供たちに食文化を伝承〜	農事組合法人きらり農 場高木	宮崎県	168
「一粒でレモン 5 個分のビタミン C」 アセローラで女性も地域も元気に!	アセローラフレッシュ	沖縄県	169

目次(地域別)

北海道

取組名	取組主体	都道府県	項
失敗を恐れず何事にもチャレンジ! 自社産有機小麦を活用したパンの開発・販売	有限会社営農企画	北海道	1
年間30万人が訪れる観光スポットに成長! 世界的観光地「ニセコ」の風景と、地元の良質な食材を生か したミルク工房、レストラン等を展開	高橋牧場	北海道	75
酪農を核としたフットパスにより、体験・地域・交流・風 景・未来を創造!	伊藤畜産	北海道	76
海を感じる味わい! 天然ミネラル豊富な奥尻ワイン	株式会社奥尻ワイナ リー	北海道	116
仲間の力を結集して、地元から全国へ、そして海外へ! 農産物や加工品、日本酒等の総合販売プロジェクト	有限会社西神楽夢民 村、株式会社北海道夢 民村	北海道	131
バイオガスプラントによる一石四鳥の資源活用 (臭気対策、売電収入、熱利用、消化液利用)	農事組合法人サンエイ 牧場	北海道	140
地域の自治体・関係団体が一体となった「農業・食」を中心としたオール十勝による地域産業振興の取組	フードバレーとかち推 進協議会	北海道	152
子供たちに安全・安心な食べ物を!母親の想いをカフェレストランに込めて ~こだわりの卵から生まれた6次産業化~	ファーム・レラ/ ファーマーズ・カフェ 風土	北海道	153
夫婦二人三脚で有機農産物の付加価値向上に成功! 女性の活躍により、さらなる6次産業化を展開	大塚ファーム	北海道	154

東北

取組名	取組主体	都道府県	項
まごころ込めて栽培するミニトマトを消費者へ レトルト食品、業務用加工品等の製造・販売	有限会社まごころ農場	青森県	2
モチモチ食感の可能性に着目! 幼児や高齢者等でも食べやすい加工品開発	農事組合法人赤沼営農 組合	青森県	77
6次産業化により世界へ! 青森から世界へはばたく黒にんにくの輸出事業	有限会社柏崎青果	青森県	132
市民と農家の交流の場から地域活性化! 女性を核とした地域密着型の企業	農業生産法人有限会社 ANEKKO(アネッコ)	青森県	155

耕作放棄地を果物畑へ! 加工用フルーツを用いた新商品開発	有限会社サンファーム	岩手県	3
酪農家の女性たちが夢を実現! 地元食材を原料にジェラート工房を開業	くずまき乳製品加工研 究会	岩手県	78
生産から製造・加工・販売までの一貫システムで「鶏、まる ごとプロデュース」	株式会社アマタケ	岩手県	133
多角化、大規模化、効率化により確立する「日本農業の新し い仕組み」	株式会社舞台ファーム	宮城県	4
農業を「食業」に! 身近にある資源の価値を引き出した「農村産業」の展開	有限会社伊豆沼農産	宮城県	5
手作りにこだわった自慢のトマトを使った加工品製造と作り たてのトマト料理を提供するファームカフェ	デリシャスファーム株 式会社	宮城県	6
農地を守り、地域とともに発展する経営体を目指す	有限会社アグリードな るせ	宮城県	79
地場農産物を使用した商品へのニーズを捉え雇用を創出する 新ビジネスにチャレンジ	農事組合法人美郷サン ファーム	秋田県	7
高齢者に届けるお弁当と思いやり 野菜をふんだんに使ったお弁当で地域を元気に!	農事組合法人坊沢営農 組合	秋田県	80
高級ジュースを海外へ! 樹上で完熟させた高品質ぶどうジュースの海外展開	農事組合法人大沢 ファーム	秋田県	134
"女子力全開"で地域の農業を盛り上げる!	Ane Komach i (アネコマチ)	秋田県	156
見た目で驚き、味にも驚くジャンボマッシュルーム	有限会社舟形マッシュ ルーム	山形県	8
品質にこだわったお米を食べてもらいたい! 120戸の農業者が団結して取り組むおいしい「庄内産米」 の生産と販売拡大	株式会社庄内こめ工房 ほか	山形県	81
多彩な果実をはじめとする「地域の宝がココにある!」 その"強み"を最大限に活用し、6次産業化に取り組む	株式会社産直あぐり	山形県	82
町産ブランドを海外に売り込め! 町が一丸となって海外へ売り込む特産蜜入りりんご	朝日町果樹組合連絡会議	山形県	135
明治元年創業の老舗5代目が発想した米粒状・麺状のこん にゃく加工品の企画・販売	有限会社紙屋商店	福島県	9
新たな地域特産品開発で「会津産コシヒカリ」や「喜多方 ラーメン」とコラボレーション	瓜生 和徳氏	福島県	10
	瓜生 和徳氏	福島県	10

関東

取組名	取組主体	都道府県	項
「来る人には楽しみを!帰る人には喜びを!」 里山の景観が自慢のレストランでゆとりの空間を提供	有限会社森ファーム サービス	茨城県	11
大根産地リレーによる高品質な「大根つま」の周年安定供給	有限会社ナガタフーズ	茨城県	12
新設の直売所で地産地消を推進! 小麦新品種(ゆめかおり)の普及と米粉加工品の製造・販売	新ひたち野農業協同組 合	茨城県	83
みんな満足にっこり笑顔! 「完熟にっこり梨」を使った地サイダー・あめの製造・販売	金田果樹園	栃木県	13
子供の頃からの夢を実現させた自家産牛乳及び山羊乳を利用 したチーズ工房	有限会社那須高原今牧 場	栃木県	14
種豚農家の若き3代目の挑戦! 手づくりハム工房と田舎レストラン事業	有限会社星種豚場	栃木県	15
幻の伝統野菜を復活させたい! 「国分にんじん」の生産振興と新商品開発	農事組合法人国府野菜 本舗	群馬県	84
日本食"SHIRATAKI (しらたき)"の挑戦! 多様なこんにゃく商品の開発による事業の海外展開	グリンリーフ株式会社	群馬県	136
子供に安心できるハンバーグを食べさせたい! 妻の一言から決意した自慢の自家肥育牛の直接販売事業	国分牧場	埼玉県	16
充実の体験メニュー! ブルーベリー農園のジャム作りとファン作り	野口農園	埼玉県	17
自分が食べて感動したブランド豚「幻霜ポーク」の魅力を関 東で発信	株式会社惣左衛門	千葉県	18
釣りたてのスルメイカを船上で加工! 鮮度にこだわったイカの加工品開発と販売事業	御宿岩和田漁業協同組 合	千葉県	85
駅から5分、住宅地の中にある都市型酪農ファーム	磯沼ミルクファーム	東京都	19
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〜	有限会社相澤良牧場	神奈川県	20
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	神奈川中央養鶏農業協同組合	神奈川県	86
平塚漁協発!おいしい地どれ魚の消費拡大 地産地消推進に向けた販路開拓	平塚市漁業協同組合	神奈川県	87

自社農産物を有効活用! 直販・直営カフェ・加工品開発による事業拡大	株式会社くだもの厨房 フクヨシ	山梨県	21
遊休農地を解消して特産の果実で地域を元気にしたい! 特産品果実の通年販売を目指した農産物加工への挑戦	有限会社マルサフルー ツ古屋農園	山梨県	22
付加価値向上を狙いワイン用ぶどうをワイン以外の新商品へ 活用	奥野田葡萄酒醸造株式 会社	山梨県	23
気軽に農業体験が楽しめる憩いの場を提供したい! 地域資源であるブルーベリー「森のサファイア」をブランド 化	株式会社未来農業計画	長野県	24
故郷はワイン用葡萄の栽培好適地 ゼロからのワイン造りが地域を動かす	楠わいなり一株式会社	長野県	25
観光地白馬で作られた安心安全な「おいしい」を直接消費者 に届けたい! ~体験+飲食+販売による高付加価値化~	有限会社ティーエム	長野県	26
厄介者を地域の資源に! ジビエの町づくり〜ジビエ商品の加工、販売〜	若穂食のモデル地域実 行協議会	長野県	125
信州の伝統野菜である牧大根を次世代へ伝承するとともに、 地域農業の活性化への取組	JAあづみ女性部西穂高 支所牧大根プロジェク ト	長野県	157
おふくろの味、ふるさとの味を大切にする 町特産の伝統野菜による新商品	味ロッジ	長野県	158
「牛さんありがとう」〜全ては良質な生乳生産から〜 高品質な生乳を用いた自社ブランドの確立	株式会社いでぼく	静岡県	27
鮮度ばつぐんのアジを「見て」「感じて」「味わって」! 養殖アジを使った商品・料理と体験事業で地域を活性化	内浦漁業協同組合	静岡県	88
野菜の旬のおいしさにこだわる! 規格外の野菜を有効活用した「ランチボックス」	株式会社エスファーム	静岡県	117
浜松の新ブランド「うなぎいも」を新たな名物に! 特産品であるウナギとコラボしたさつまいもによる新商品開 発	有限会社コスモグリー ン庭好	静岡県	118

北陸

取組名	取組主体	都道府県	項
鮮度の高い農産物を都市部の住民にも食べてほしい! 都市近郊農業の強みを生かした直売所の運営	有限会社AFカガヤキ	新潟県	28
雪室貯蔵野菜を地域ブランド食材に! 風土資源などを活用した米・野菜の高付加価値化販売	飯塚農場	新潟県	89
高品質への追求を起点に耕畜連携を構築 ジェラート店の集客力により観光拠点へ成長	有限会社フジタファー ム、有限会社レガー ロ、株式会社藤田牧場	新潟県	141

女性従業員が中心となった自社産さつまいもを利用した新た なスイーツ等の商品開発及び販路拡大事業	有限会社農園ビギン	新潟県	159
美味しい!その笑顔のために 本場ドイツ仕込みのハム、ソーセージ等への加工、販売	有限会社池多ファーム	富山県	29
地域再生の切り札である在来の梅を後世に残したい! 中山間地域農業再生の切り札~氷見稲積梅のブランド化事業 ~	氷見稲積梅株式会社	富山県	30
幹線道路から一目でわかる桃色の建物 ランチや桃のスイーツ、ジュースを提供する農園カフェ	農工房長者株式会社	富山県	31
えごまで地域農業を活性化 富山の新たな特産品化を目指して	株式会社健菜堂	富山県	126
郷土の美しい風景を残すため、農業で町を活性化したい! 地域の活性化に向けて地場産業を創造~六条大麦の高機能性 ビール~	有限会社わくわく手づ くりファーム川北	石川県	32
感動してもらえる魚を消費者へ! 鮮度維持に徹底的にこだわった海の6次産業化	株式会社鹿渡島定置	石川県	33
地元のPR活動の手ごたえを商品に! 小松市特産のトマトと地場産野菜を使用したトマトカレー	小松市農業協同組合	石川県	90
里芋との出会いは土地の神様との出会い! 乳製品アレルギーに対応する里芋スイーツ	SFV生産農場	福井県	34
大豆と玄米でできたお肉!? 健康志向な玄米加工品の開発	株式会社マイセンファ インフード	福井県	35
若狭町で頑固に守り育ててきた梅を生かしたい! 「紅映(べにさし)」を使った頑固な梅酒製造	株式会社エコファーム みかた	福井県	36
豊かな海と女性の力で越廼の伝統料理を発信 発酵食品「へしこ(ぬか漬け)」が、おしゃれに変身!	越廼漁業協同組合(ぬかちゃんグループ)	福井県	160

東海

取組名	取組主体	都道府県	項
女性目線で自慢のトマトで美しく、健康に! 自社生産したトマトを使用した加工品の製造販売	株式会社寺田農園	岐阜県	37
飛騨牛だけじゃない! 奥飛騨温泉郷「飛騨サーモン」のブランド化	株式会社穂高養魚場	岐阜県	38
美しい里山をみんなのふるさとに! 寒天の里「山岡」の道の駅でふれあいを大切にした素朴な手作り商品の販売	株式会社山岡のおばあ ちゃん市	岐阜県	91
「地元を元気に!農家も元気に!体も元気に!!!」 長期熟成のフルーティー食感、山県産黒ニンニクを活用した 6次産業化プロジェクト	梅田建設株式会社	岐阜県	119

栗農家と栗菓子製造業者がWin-Winの関係を構築 超特選栗のブランド化事業	株式会社恵那川上屋	岐阜県	127
「小水力発電による地域作りと農村維持!」 再生可能エネルギー導入と6次産業化の取組	石徹白地区地域づくり 協議会	岐阜県	142
稲作で発生する廃棄物の籾殻を100%使用したバイオマス 燃料の製造・販売と自社生産米の精米・炊飯・調理加工して 販売する「おにぎり店」の出店事業	有限会社福江営農	岐阜県	143
豚一匹を余すことなく商品化! 飼育にこだわったブランド豚の直接販売	有限会社石川養豚場	愛知県	39
地域の地域による地域のための拠点へ 品質にこだわった直売所を中心とする複合施設の運営	株式会社げんきの郷	愛知県	92
ブルーベリーを使った商品開発へ挑戦! 建設会社による耕作放棄地を活用した農業への参入	株式会社杉田組	愛知県	120
「都会の子供たちに自然の恵みをかんじてもらいたい!」 漁家のお母ちゃんたちが子供たちに、漁業の魅力を伝える取 組	株式会社篠島お魚の学 校	愛知県	161
高級化路線への思いきった転換 とことん味にこだわったみかんのブランド化	有限会社すぎもと農園	三重県	40
ふれあいの駅「うりぼう」の再興 地域の農産物の直売・加工品販売と体験交流	農事組合法人うりぼう	三重県	93
魅力あふれる農村文化を次世代に継承したい! 農村の魅力を伝え、農村文化を次世代に継承する郷土愛あふれる女性の取組	有限会社せいわの里	三重県	94
「中山間地域で中心的役割を果たし、地域を元気に!」 潮風と太陽が育んだ南伊勢育ちのとびっきりみかんの生産・ 販売・加工事業	農事組合法人土実樹	三重県	95
	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		

近畿

取組名	取組主体	都道府県	項
直売所・レストランを人材育成・ネットワーク形成に活用! 担い手の育成や消費者との交流により地産地消を推進	J Aおうみ冨士 (ファーマーズ・マー ケットおうみんち)	滋賀県	96
甲賀のおいしい滋賀羽二重糯(もち)を多くの方に味わってほしい! ~甘みと粘りとコシの三拍子そろったもち商品の開発~	有限会社甲賀もち工房	滋賀県	97
自家生乳のジェラートで生産者の思いを消費者へ伝える	有限会社池田牧場	滋賀県	144
就農時400万円の売上高から170倍以上の増加! 京野菜「九条ねぎ」の6次産業化	こと京都株式会社	京都府	41
山を守り山へ感謝 地元特産の北山杉を使った「お棺」の製造、販売事業	井口木材	京都府	42

棄てるものから活かすものへ 山の恵みに感謝したジビエ商品の加工、販売	有限会社田舎暮らし	京都府	43
日本一のぶどう産地だった頃の風景を取り戻したい! 創業100年の老舗ワイナリーによる大阪ぶどう復活プロ ジェクト	カタシモワインフード 株式会社	大阪府	44
農家のお母ちゃんだからできる! 手作りにこだわった郷土の味の伝承	有限会社いずみの里	大阪府	98
障がい者が主人公となり農業の可能性へチャレンジ! 水耕栽培で生産するサラダほうれん草等の6次産業化	ハートランド株式会社	大阪府	145
豊かな自然やおいしいチーズなどにより癒やしを提供したい! 都市型酪農から発信する新たな食文化の交流	有限会社レチェール・ ユゲ(弓削牧場)	兵庫県	45
特産品の桑の実、バジルを活用した商品開発・加工・販売で 地域と共にたちゆく組織づくりを目指す	株式会社ささ営農	兵庫県	99
いくぞ!世界へ 世界基準のハーブ生産と化粧品等の商品開発	株式会社香寺ハーブ・ ガーデン	兵庫県	137
両手いっぱいの感農体験 ゆめさき苺のもぎとり体験とスイーツカフェ	有限会社夢前夢工房	兵庫県	146
連携の力で事業に新たな地平を切り拓く! 消費者に安全・安心な農産物を届ける広域ネットワーク事業	株式会社パンドラ ファームグループ	奈良県	100
「大和五條ネギ」一本勝負! 〜産地が一体となったブランド化への道〜	株式会社五條市青ネギ 生産組合	奈良県	101
和歌山特産「金山寺みそ」の売上げ拡大や地場産品を活用し た新たな商品開発	わかやま農業協同組合	和歌山県	102
「できたみかん」ではなく「つくったみかん」で勝負! 高品質なみかん生産とこれを活かす加工技術の活用による商 品開発	株式会社早和果樹園	和歌山県	103
地域の資源、人材を有効活用して秋津野を盛り上げたい! 農業者が中心となり地域一丸で取り組む6次産業化	株式会社きてら	和歌山県	147
皆さんに喜んで頂ける良いユズや加工品作りに一生懸命頑 張っています	農事組合法人古座川ゆ ず平井の里	和歌山県	162
女性の感覚で商品開発、少量多品目と繊細な加工方法で世界 へ販売	株式会社ふみこ農園	和歌山県	163
	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	·	_

中国四国

取組名	取組主体	都道府県	項
鶏も人も生き生きと笑顔になれる牧場をつくりたい! 〜平飼い、朝採れ、こだわりの飼料で生産するブランド卵 「天美卵(てんびらん)」の6次産業化〜	有限会社ひよこカンパ ニー	鳥取県	46

農業と医療が連携した低グルテリン米の里づくり 〜古民家レストランでの健康食の提供〜	株式会社さとに医食同 源	鳥取県	148
奥出雲の豊かな自然の中で、高品質のワインと食を楽しんでもらいたい! ~減農薬栽培のワインと地産地消レストラン事業~	有限会社奥出雲葡萄園	島根県	47
6次産業化の力で自慢のお茶を消費者へ! 人にも環境にも優しい有機 J A S 認証のお茶づくり	有限会社宝箱	島根県	121
中山間地域「奥出雲ブランド」の確立 〜建設業からの農業参入による6次産業化〜	株式会社奥出雲中村 ファーム	島根県	122
古代の遺伝子を受け継ぐ特産品の「赤米」で地域の知名度アップ! 新しい赤米「あかおにもち」を活用した総社市の地域活性化事業	レッドライスカンパ ニー株式会社	岡山県	48
試行錯誤の末につくり上げた高品質山ぶどうワイン 地域資源を生かした観光振興	ひるぜんワイン有限会 社	岡山県	49
海外への物流課題を解決! 常温流通が可能なスパークリングSAKEの開発	丸本酒造株式会社	岡山県	138
瀬戸内市虫明海域の牡蠣と魚介類を活用! 保存性の高い売れる加工品の製造・販売事業	野崎 末廣	岡山県	164
低迷する米価や消費にも負けない! 米の高付加価値化~米粉パン等の新商品開発~	株式会社福田農場	広島県	50
開かれた牧場が提供する環境、体験、加工商品が地域に人を呼ぶ	有限会社トムミルク ファーム	広島県	51
こだわり米「清流の小田米」を活用した米粉パンの商品開発 と販売	農事組合法人ファー ム・おだ	広島県	104
世羅町まるごと6次産業化~町全体を農村公園化~	世羅高原6次産業ネットワーク	広島県	128
とろろで元気に! 地方と都市をつなぐ地域活性化「グローカル構想」	やまいもまつり有限会 社	山口県	52
フランスで食べて感動したジャムを目指して! 瀬戸内海の島の果実による手作りジャム工房	株式会社瀬戸内ジャム ズガーデン	山口県	53
コンテナで椎茸!? コンテナ型保冷庫を活用するアイデアから生まれた菌床栽培 の椎茸	有限会社サンエイ興業	山口県	123
まき網漁の起死回生! 船上で箱詰めし、首都圏などへ産地直送!	萩大島船団丸	山口県	165
新鮮な地魚の産直と料理で旬を提供し続けたい! 地魚の美味しさを伝えたい漁師による直売所と食堂経営	阿波橘海産	徳島県	54
		-	

恵まれたロケーションと健康志向のメニューで最高のおもて なしを	きのこの里	徳島県	55
世界最薄水準! 間伐材を活用した「天然木極薄つき板」の開発	株式会社ビッグウィル	徳島県	56
イチゴも人も同じ空の下で・・・ 地元農業者・異業種と連携した新事業の創出	株式会社スカイファー ム	香川県	57
瀬戸内海の暖かい風に乗って ミカンやオリーブの加工品の通信販売とカフェ事業	有限会社井上誠耕園	香川県	58
農業の魅力で地域を元気に! 観光農園、ジェラートショップ等の多角運営	有限会社広野牧場	香川県	59
生産農家との連携で地域を元気に! 地域コミュニティーの維持発展を目指した6次産業化による 取組	株式会社味彩	愛媛県	60
対面販売で「遊子」(ゆす)のおいしい魚を普及したい! やる気満載のキッチンカーによる魚を活用した加工品の販売 事業	遊子漁業協同組合女性 部	愛媛県	105
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	有限会社南四国ファー ム	愛媛県	106
じゃばら加工で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	愛媛県	107
真っ赤なフルーツトマトへの情熱 栽培と製法にこだわったトマトジュースの販売	有限会社池一菜果園	高知県	61
ベジタリアンの鶏卵「コロンブスの茶卵」でスイーツ開発	株式会社ぶらうん	高知県	62
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	馬路村農業協同組合	高知県	108

九州

取組名	取組主体	都道府県	項
活き車えびにも負けない! 高度冷凍技術を用いた冷凍車えびの新しい販売方式	株式会社拓水	福岡県	63
地元「筑豊・田川」の野菜・果物にこだわりたい! 豊富なメニューのバイキングレストラン運営	有限会社ラピュタ ファーム	福岡県	64
地元のものは先ず地元から! 国産なたね油の販売と副産物の有効活用	農事組合法人大春の里	福岡県	109
おふくろの味で地場産農産物を商品化し地域を活性化! 〜上畑の郷夢プロジェクト〜	農事組合法人上畑の杜	福岡県	166

ねぎ一筋40年! 土や水にこだわるねぎ名人の6次産業化	有限会社伊万里グリー ンファーム	佐賀県	65
おいしいジュースをさらにおいしく! 減農薬栽培みかんを使用した冷凍ジュースの開発	合同会社田島柑橘園&加工所	佐賀県	66
カルシウムたっぷりのいりこをもっと食べてもらいたい! 生産量全国一の「いりこ」産地による多様な加工品開発	九十九島漁業協同組合	長崎県	110
新たな直売所の開設のためゼロからのスタート 栽培品目やニーズ調査による品揃え対策	ごとう農業協同組合	長崎県	111
ながさき伝統野菜「雲仙こぶ高菜」で地域活性化 〜世界に羽ばたく地域の宝で『食の文化遺産』を目指す〜	農事組合法人守山女性 部加工組合	長崎県	167
産みたてのおいしい卵を多くの人に味わってほしい! 九州全土に広がる新たな卵の販売方式「朝取りたまご」	株式会社コッコファー ム	熊本県	67
消費者にいつまでも美しい花を届けたい! 日本唯一の洋ランのボトルフラワー開発と販路開拓	有限会社宮川洋蘭	熊本県	68
小さなJAの大きな挑戦 地域や異業種との連携による付加価値の高い新商品の開発・ 販売	あしきた農業協同組合	熊本県	112
太陽光発電の売電収入を活用した農村集落の再生 〜再エネをきっかけに幸せ実感日本一の集落へ〜	水増集落	熊本県	149
特産品であるカボスにより自然豊かなふるさとを守りたい! 自然豊かな里山の「かぼす」を全国に発信	あねさん工房株式会社	大分県	69
ブランド巨峰を加工品に! 規格外ぶどうに日の目を当てる干しぶどうの加工・販売	株式会社ドリーム ファーマーズ	大分県	113
農園のみずみずしさをパッケージ! 大山の心を伝える、ここにしかない農業者によるバザール	木の花ガルテン	大分県	114
異業種と共同研究して開発した新技術を活用! 脱臭ニンニク、生姜のペースト加工・販売事業	有限会社太陽ファーム	宮崎県	70
森林の価値を向上させる地域企業を目指す! 製材時に発生する端材を有効活用して木質バイオマスエネル ギーに転換	吉田産業株式会社	宮崎県	71
農業の魅力を伝えたい! 農地の真ん中のスイーツカフェから米粉商品発信	有限会社福富農産	宮崎県	72
太陽をいっぱい浴びた「さいごうの栗」を全国に! 〜地域連携による栗製品の加工・販売〜	株式会社栗処さいごう	宮崎県	115
郷土料理「がね」を商品開発! 〜次代を担う子供たちに食文化を伝承〜	農事組合法人きらり農 場高木	宮崎県	168

豊富な食物繊維に着目! 沖永良部島の特産品であるキクラゲの加工品開発	沖永良部きのこ株式会 社	鹿児島県	73
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、飲料等の加工、販売	株式会社オキス	鹿児島県	124
種鶏(しゅけい)の美味しさを世界に発信! Made in Japanの高品質ハラルフードの加工、販売、輸出	株式会社エヌチキン	鹿児島県	139

沖縄

取組名	取組主体	都道府県	項
石垣島でホルスタインを飼育! 自家製牛乳や地元農産物を活かしたジェラート開発	有限会社伊盛牧場	沖縄県	74
小さなお菓子屋さんが地域ぐるみで取り組んだ「村おこし」 〜紅いもタルトのサクセスストーリー〜	株式会社御菓子御殿	沖縄県	129
地元の新規農業者を軸とした多様な事業者とのネットワーク 構築により「やんばる(沖縄本島北部)」の活性化を実践	クックソニア	沖縄県	130
総合体験型ファームで沖縄の活性化にチャレンジ	株式会社あいあい ファーム	沖縄県	150
女性パワーでみんなをぐっすり! 沖縄の伝統的島野菜の機能性に着目した取組	株式会社今帰仁ざまみ ファーム	沖縄県	151
「一粒でレモン 5 個分のビタミン C」 アセローラで女性も地域も元気に!	アセローラフレッシュ	沖縄県	169

① 個別の農林漁業者による 取組

失敗を恐れず何事にもチャレンジ! 自社産有機小麦を活用したパンの開発・販売

有限会社営農企画

<事業者の概要>

•所在地 :北海道比布町

•代表者 :代表取締役 今城 朱美

・取組内容:自社産有機小麦を活用したパンの開発・

販売

•TEL :0166-85-2211





パンエ房「ピップル」

ピップル店内販売の様子



有機小麦を使用したパン

【取り組むに至った経緯】

- ○相続を契機に異業種からUターンで就農。農業 に関する知識をあまり有していないことから、失 敗を恐れずに何にでも挑戦できる強みを生かし て加工、販売を行う。
- 〇自社の有機農産物を活用した付加価値の高い 多様な商品を開発・製造・販売する。

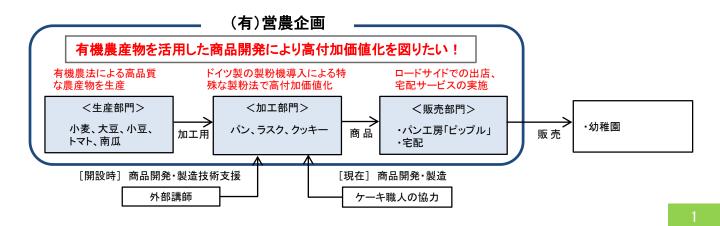
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇パン製造技術の確立
- →外部のパン職人を招き製造技術を確立した。
- ○新商品の提供等、飽きのこない商品アイテムの 確保
- →従業員からのアイデアを基に、ケーキ職人へ協力を依頼し、消費者ニーズを捉まえた新商品の開発を行った。

【取組の効果】

- 〇「ピップル」のオープン当初、パン売上 個数は1日最高650個
- 〇最近は町外からの来客が増え、パン の売上は1日平均約280個
- 〇有機農産物の活用により、付加価値 が向上し、健康志向者などの固定客 が増加した。

- 〇新たに施設を整備して、開発・製造・加工体制を充実させる。
- ○首都圏富裕層の新たなニーズの把握 やパン等加工品の販売を通じて得られ た消費者ニーズなどを踏まえ、新商品 の開発・販売を行う。



まごころを込めて栽培するミニトマトを消費者へ レトルト食品、業務用加工品の製造・販売

有限会社まごころ農場

<事業者の概要>

•所在地 : 青森県弘前市

•代表者 : 代表取締役 斎藤靖彦

・取組内容 : ミニトマトの生産、加工、販売

売上高 : 9,100万円(H26)雇用者数 : 正社員10名(H26)

•URL : http://www.magokoro-tomato.com/





ドレッシング

加工所全景

【取り組むに至った経緯】

- ○独自のロックウール水耕栽培方法により22種類以 上のミニトマトの生産を行う。
- 〇平成17年からトマトの付加価値向上を目指してジュース、ジャム等加工品の製造、販売を行う。

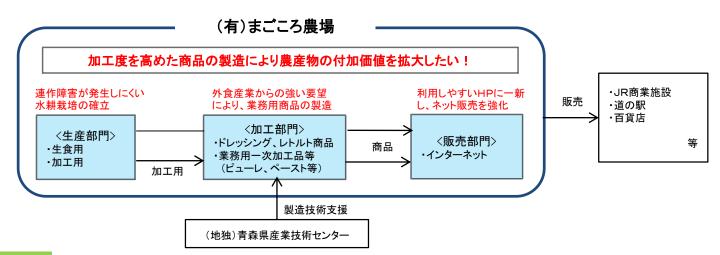
【取組の効果】

- 〇売上高 8,200万円(H22)→9,100万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 4名(H22)→15名(H26)
- ○主な原材料生産面積(ミニトマト) 1ha(H22)→1.9ha(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇試作品から、商品化へ移行する際に増大する製造時間や経費
- →社内で課題の解決方法を検討しつつ、解決できな いことは行政機関等へ相談した。
- ○利用しやすいホームページの作成
- →ホームページを見やすく一新してインターネット販売の強化を図った。

- 〇一次加工の製造ノウハウが蓄積されてき たため、業務用販売の強化、拡大に取り 組む。
- ○加工技術の向上を図り、加工度の高い 商品開発に取り組む。



耕作放棄地を果物畑へ! 加工用フルーツを用いた新商品開発

有限会社サンファーム

<事業者の概要>

•所在地 : 岩手県盛岡市

: 代表取締役 吉田修司 •代表者

・取組内容 : 農産物の生産、加工、直売所・観光農

園の運営

·雇用者数 : 正社員7名(H26) : http://sunfarm.biz/ •URL







色とりどりのベリー類

【取り組むに至った経緯】

- ○耕作放棄地が増加傾向にある中、農地を有効活 用するため、従来の稲作経営に加え、新たに果 樹栽培を開始した。
- ○周辺地域で競合の少ない加工用果樹品種に着 目して平成20年から生果・冷凍果実の出荷とコ ンポートなどの加工に取り組んだ。

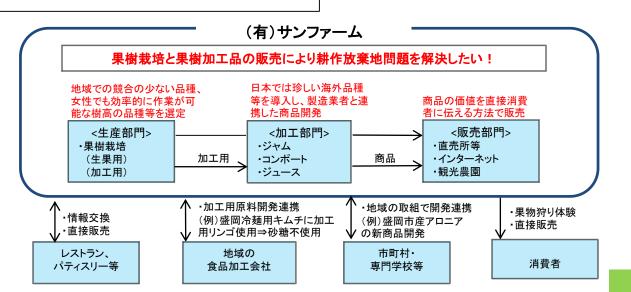
【取組の効果】

- 〇売上高(果実加工品) 50万円(H23)→250万円(H26)
- 〇雇用者数 5名(H23)→7名、臨時雇用20名(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇加工に適した果実の選定と商品開発
- →加工用果実のニーズをリサーチし、近隣地域の 生産者からアドバイスを受けて適性品種の植栽 を行うとともに、苗木の輸入に着手した。また、 製造業者と連携して商品を開発した。
- 〇加工用果実の通年供給
- →通年供給を実現するため、出荷時期が異なる品 種の栽培や保存用の冷蔵庫を導入した。

- ○栽培方法と加工技術の向上を図るとと もに、商品開発や販路を拡大するため、 異業種との連携を行う。
- ○体験型観光果樹園を開設する。 (宿泊施設、レストランなど)



多角化、大規模化、効率化により確立する 「日本農業の新しい仕組み」

株式会社舞台ファーム

<事業者の概要>

•所在地 : 宮城県仙台市

•代表者 : 代表取締役 針生信夫

・取組内容 : 農産物の生産、加工、販売

・売上高 : 14億5,000円(H26)・雇用者数 : 正社員11名(H26)

•URL : http://butaifarm.co.jp/



サラダパック

【取組の効果】

【取り組むに至った経緯】

- 〇カット野菜、中食加工向け原料の需要が拡大して いることから供給を強化した。
- 〇販路拡大による農業経営の安定化を図るため、中 食製造業者のニーズに対応した。

5億円(H23)→14億5,000万円(H26)

〇高付加価値化商品(カット野菜)の販売 によって生産・流通・加工・販売の一貫

経営を実施

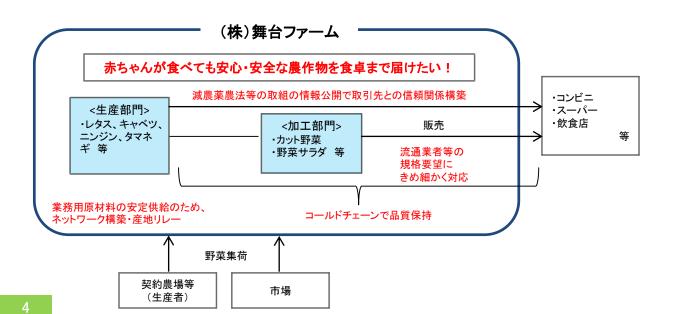
〇売上高

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇販売先の二一ズに合う数量、形状、品質及び周年 供給への対応
- →県内外の契約農家等から原料を安定的に確保 するとともに、品質が保持できる施設や流通体制 を整備した。

【今後の展望】

○地域農業支援のため担い手となる人材 育成及び異業種との交流を実施していく。



農業を「食業」に!

身近にある資源の価値を引き出した「農村産業」の展開

有限会社伊豆沼農産

<事業者の概要>

•所在地 : 宮城県登米市

•代表者 : 代表取締役 伊藤秀雄

- 取組内容 : 赤豚の生産、加工、販売、農産物の生

産、直売所・レストランの運営

・売上高 : 4億9,800万円(H26)・雇用者数 : 正社員18名(H26)

•URL : http://www.izunuma.co.jp/



生サラミ

豚ステーキ

【取り組むに至った経緯】

- ○大規模経営から高付加価値型経営への転換を目 指して加工品製造とレストラン事業を開始した。
- 〇農村における新事業を展開するため、地域にある 資源を再発見して「人、もの、環境」に付加価値を 見いだし、地域に最適な農業は何かを模索した。

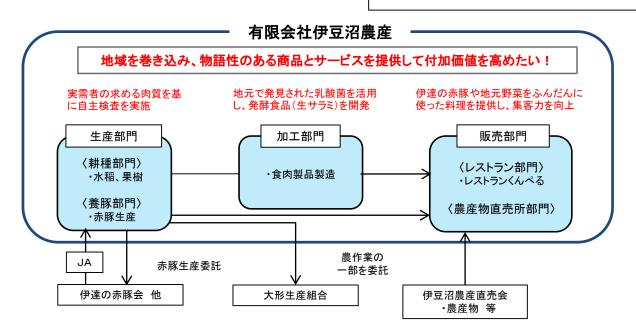
【取組の効果】

- 〇売上高(豚肉·加工品) 350万円(H23)→6,770万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 35名(H23)→38名(H26)
- ○レストラン来店者数2万1,000人(H23)→2万7,000人(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇生産する「伊達の純粋赤豚」のブランド化と安定 生産
- →地域の農家と「伊達の赤豚会」を組織し、出荷の 際に実需者が求める肉質規格による自主検査を 行うこととした。

- 〇リニューアルした直売所とレストランの 集客力の向上と販売促進を図る。
- 〇地域の活性化を目指して地域資源の 付加価値を高めるため「プロジェクト I (アイ)」の活動を強化する。



手作りにこだわった自慢のトマトを使った加工品製造と 作りたてのトマト料理を提供するファームカフェ

デリシャスファーム株式会社

<事業者の概要>

・所在地 : 宮城県大崎市

•代表者 : 代表取締役 今野文隆

・取組内容 : デリシャストマトの生産、加工、直売所・

カフェレストランの運営

-雇用者数 : 27名(パート含む)(H24)

•URL : http://www.delicious-farm.com/







トマトジュース 露しずく(左)/丸しぼり(右)

バラエティー豊かな ファームカフェ メニュー

【取り組むに至った経緯】

- ○収量より味に重点をおいたトマトを生産したいと考え、栽培は難しいが、濃厚なトマトの味が楽しめる「玉光(ぎょっこう)デリシャス」(デリシャストマト)の栽培を開始した。
- ○形が悪いため、販売できないトマトの有効活用を 図る目的で、ジュースの加工に着手した。

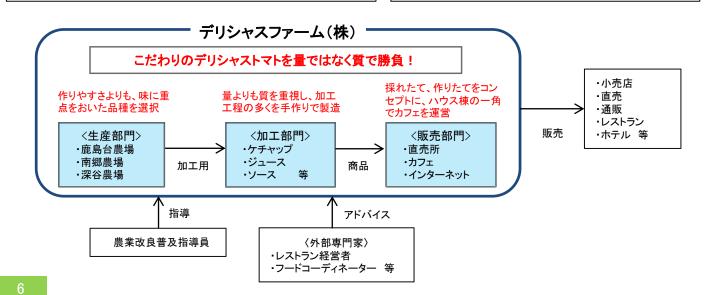
【取組の効果】

- ○売上高(トマト加工品、カフェ) 1,700万円(H20)→3,600万円(H24)
- Oトマトの使用量 5t(H20)→14t(H24)
- ○雇用者数(パート含む) 14人(H20)→27人(H24)
- ○カフェのオープンにより、併設する直売所 の売上げが順調に増加

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇消費者に支持される商品の開発
- →手応えを感じた商品はプロに協力を仰ぎ、自社 の加工場にて手作りで製造を行った。
- ○ファームカフェにおける接客等の経験が不足→レストランでの研修により接客などのカフェ運営に関するオペレーションを習得した。

- 〇カフェの利用客増加に対応した席数の確保や新たなメニュー開発を行い、リピーターの確保に取り組む。
- ○業務用需要を掘り起こすため、営業活動 を強化する。



地場農産物を使用した商品へのニーズを捉え 雇用を創出する新ビジネスにチャレンジ

農事組合法人美郷サンファーム

<事業者の概要>

所在地 : 秋田県仙北郡美郷町

•代表者 : 代表 深沢義一

・取組内容 : 農産物の生産・加工・販売、農家レスト

ラン・農家民宿の運営

·売上高 : 4.100万円(H25)

•組合員数 : 4名(H25)

•電話番号 : 0187-83-3074

ランチメニュー

米(マイ)サラダハウス(農家レストラン)

【取り組むに至った経緯】

- 〇水稲の生産、もちへの加工・販売等を行う中で、 消費者ニーズをキャッチし、地場農産物による加工商品の開発にチャレンジした。
- ○「地域に人が集まる場所が必要」との思いから農家レストラン等の施設を整備した。

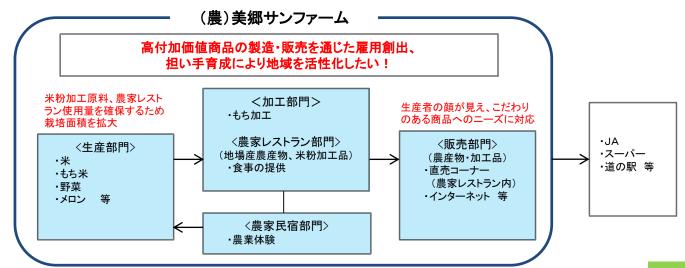
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇農家レストランの開設のための資金の確保
- →県の補助事業等を活用した。
- ○農家レストランの開設、運営に必要なノウハウの 習得と米粉や地場産野菜等を使ったレストランメ ニューの開発
- →料理人を確保したほか、農家レストランの開設、 運営に必要な各種資格を取得するとともに、料理 教室等で技術を習得した。

【取組の効果】

- 〇売上高 1,200万円(H20)→4,100万円(H25)
- ○雇用者数(パート含む) O名(H20)→7名(H25)

- 〇農家民宿部門の経営を向上させる。
- ○地域の新鮮野菜、加工品等を提供する直 売コーナーを充実させる。



見た目で驚き、味にも驚くジャンボマッシュルーム

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 : マッシュルームの生産、加工、販売

・売上高 : 7億9,000万円(H26)・雇用者数 : 正社員38名(H26)

•URL : http://www.f-mush.com/



マッシュルームの加工品

【取り組むに至った経緯】

- ○平成19年から自社生産したマッシュルームを原料 に用いてカレー等の加工品を製造し、前職の人脈 を活かして販売した。
- 〇規格外品等の有効活用を図るため平成23年に加工施設を整備し、自社による加工品の製造を開始した。

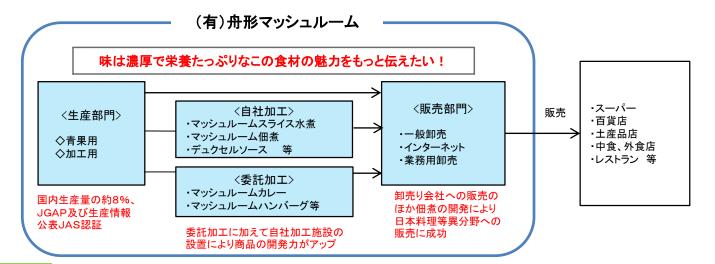
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- OJAS法・景品表示法の制度や表示方法、賞味期限 の設定等の知識の取得
- →外部講師を招いて講演会の開催や各種研修会等 へ積極的に参加し、専門知識を習得した。
- ○商品の品質管理や施設の衛生管理
- →新たに、商品の品質管理や施設の衛生管理を行 う専門部署を設置して管理体制を強化した。

【取組の効果】

- 〇売上高 2億5.000万円(H22)→7億9.000万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 8名(H13)→80名(H26)
- ○マッシュルームの栽培規模 12棟(H13)→41棟(H26)
- 〇生鮮販売に加工販売が加わり、売上げが 安定。

- ○機能性に着目した健康食品の開発、商標 登録と製法特許を取得する。
- ○利用者に利便性のある商品を開発する。



明治元年創業の老舗5代目が発想した 米粒状・麺状のこんにゃく加工品の企画・販売

有限会社紙屋商店

<事業者の概要>

·所在地 : 福島県会津若松市 ·代表者 : 取締役 佐藤 修

・取組内容 : こんにゃく芋の生産、加工、販売

- 売上高 : 6億9,000万円(H27) - 雇用者数 : 正社員51名(H27) - 電話番号 : 0242-58-3213



粒状のこんにゃく加工品

【取り組むに至った経緯】

〇明治元年に創業したこんにゃく製造業者が、原料を安定的に確保するため、平成22年に農業参入して遊休農地2haでこんにゃく芋の栽培を開始した。

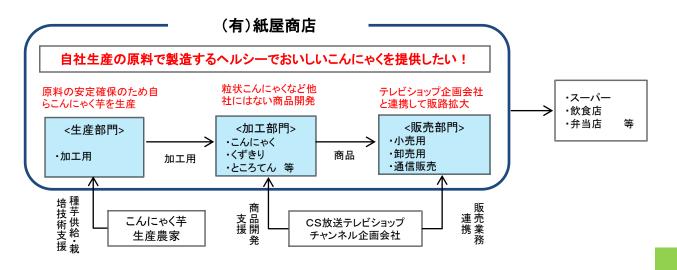
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○こんにゃく芋の種芋の確保とこんにゃく芋栽培に 関する知識・技術
- →他県の生産農家から種芋の供給を受け、安定生 産に向けた栽培技術の指導を仰いだ。
- ○受注の増加に伴う原材料、資材、製品の保管場所の確保
- →製造工場の近隣にある空き倉庫を借りて、保管 場所を確保した。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 5億6,000万円(H23)→6億9,000万円(H27)
- ○雇用者数(パート従業員含む)
 - 44名(H23)→52名(H27)
- ○主な原材料生産面積(こんにゃく芋)2ha(H22)→4ha(H27)

- 〇こんにゃく芋の生産面積を30haに拡大 し、原材料の自給率を向上させる。
- ○消費者ニーズを的確に捉え、健康食品 としてのこんにゃく製品の開発・製造を 行う。



新たな地域特産品開発で

「会津産コシヒカリ」や「喜多方ラーメン」とコラボレーション

瓜生 和徳

<事業者の概要>

•所在地 :福島県喜多方市

•代表者 : 瓜生 和徳

・取組内容 : 農産物の生産、加工、販売

·売上高 :800万円(H25)

•URL : http://www.n-bandai.com/

【取り組むに至った経緯】

- ○減農薬・無化学肥料で栽培するコシヒカリのブランド回復及び経営の改善のため、米や米粉を原料とした商品開発に取り組んだ。
- 〇地域資源である喜多方ラーメンとコラボレーションできる米粉商品を開発した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○米粉餃子の商品開発・製造技術
- →専門家から製造技術の指導・助言を頂き、開発・ 製造に関する技術を習得した。
- ○新たな販路開拓
- →各種展示会、商談会への出展など営業活動を積 極的に取り組んだ。
- 〇受注増に伴う生産体制構築
- →製造部門の雇用を確保していく。



減農薬栽培による 除草風景

米粉餃子加工品

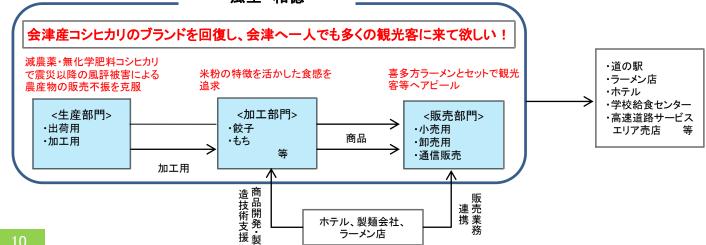
【取組の効果】

- 〇売上高 700万円(H23)→800万円(H25)
- ○コシヒカリ栽培面積 3.8ha(H23)→5ha(H25)

【今後の展望】

- 〇新商品(米粉ラーメン、中華まん)の開発・製造を進めていく。
- 〇喜多方もっちり餃子(自社製)と喜多方 ラーメン(他社製)とのタイアップによる 商品を開発する。

瓜生 和徳



「来る人には楽しみを!帰る人には喜びを!」 里山の景観が自慢のレストランでゆとりの空間を提供 有限会社森ファームサービス

<事業者の概要>

•所在地 : 茨城県古河市

•代表者 : 代表取締役 森 雅美

・取組内容 : 農産物の生産、加工、販売、レストラン

運営

■雇用者数 : 32名(パート含む)(H27) ■URL : http://www.morifarm.co.jp/

自然林、畑、田んぼの広がる風景 レストラン店内時を忘れる空間

【取り組むに至った経緯】

- 〇これまで農業体験、そば打ち体験など楽しみを創造してきたが、イベント参加者からの飲食施設を望む声に応えレストラン事業を計画した。
- ○既存顧客を含む女性客をターゲットに「食べる楽しみ」、「見る楽しみ」を提案している。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○そばの打ち手の確保
- →地元そば打ちの会に協力要請し、打ち手を複数 人登録することで、味のバリエーションを広げた。
- 〇そばを中心としたメニューの決定
- →野菜ソムリエである主婦の提案により、季節感を 重視した素材そのものを生かしたシンプルなメ ニューを開発した。
- 〇未経験であるレストランの運営
- →日々の実務により経験を積んだ。

【取組の効果】

- ○雇用者数(パート含む) 18名(H23)→32名(H27) ※そばの打ち手は地元そば打ちの会
- ○月間来客数(イベント等含む) 約1,300人(H25)→約1,400人(H27)

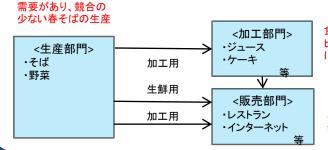
【今後の展望】

〇そばレストランを中心とした市民農園を 整備



(有)森ファームサービス

「来る人には楽しみを 帰る人には喜びを」 価格が高くても納得してもらえるものを提供したい!



食材にこだわり、トレーサ ビリティーやストーリー性 により差別化

消費者を飽きさせないためDMやメール配信で情報発信



大根産地リレーによる高品質な「大根つま」の周年安定供給

有限会社ナガタフーズ

<事業者の概要>

•所在地 : 茨城県笠間市

・代表者 : 代表取締役 永田 良夫

・取組内容 : 大根の生産・加工、大根を原料とするド

レッシングの商品開発

・売上高 : 6億5,000万円(H26)・雇用者数 : 50名(パート含む)(H26)・URL : http://nagatafoods.com/

加工風景



商品

【取り組むに至った経緯】

- 〇会席の席で「刺身のつま」という農業と漁業の ニッチな必需品に目がとまり、事業化のため、平 成4年に会社を設立した。
- ○つまの食べ残しが多いことから、おいしく食べて もらえるためのドレッシングを開発した。

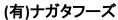
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

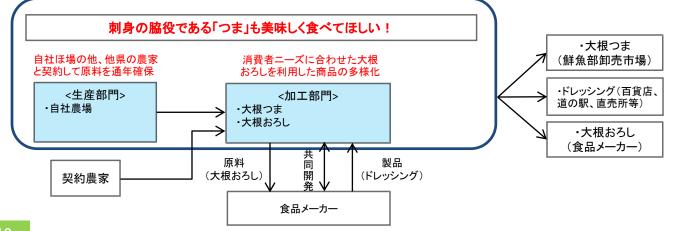
- ○原料品質の維持
- →品質の安定を図るため、化学肥料から有機質肥料に変更するとともに、種苗会社との連携、様々な品種の試験栽培により「大根のつま」に最適な栽培技術を確立した。
- 〇安定した生産量
- →大根栽培の専門農家とネットワークを構築し、産 地リレー出荷よる原料の安定確保を実現した。

【取組の効果】

- 〇売上高 1億2,000万円(H5)→ 6億5,000万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 5名(H5)→50名(H26)
- 〇自社原材料生産面積(大根) 8ha(H22)→20ha(H26)

- 〇ドレッシングの味の見直しなど商品の魅力度を向上させたい。
- ○商談会等に出展するなど、販路のさらな る拡大を目指す。





みんな満足にっこり笑顔! 「完熟にっこり梨」を使った地サイダー・あめの製造・販売 金田果樹園

<事業者の概要>

•所在地 : 栃木県芳賀郡芳賀町

•代表者 : 金田 正

・取組内容 : 農産物の生産、加工、直売所運営

·売上高 : 2.330万円(H26)

•雇用者数 : 10名(H26)(パート含む)

•URL: http://kanedafarm.jimdo.com/





にっこり梨サイダー

梨狩り園の様子

【取り組むに至った経緯】

- 〇栃木県で開発された梨「にっこり」の知名度向上 とブランド化に貢献したいとの想いから、加工品 の開発を着想した。
- ○梨加工品の製造と直売を行うための施設を整備 した。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 2,000万円(H15)→2,330万円(H26)
- 〇雇用者数(パート含む)
- 3名(H24)→10名(H26) ○来園者数 2.000人(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○梨の香りと風味が伝わる果汁入りサイダーの商 品開発
- →りんご果汁30%入りサイダーを製造している福井県の業者へ製造を委託した。
- 〇商品の販路拡大
- →県内の酒類卸売業者の協力を得て、販路開拓 に取り組んだ。

【今後の展望】

〇にっこり梨を使用した発泡酒の開発を 行う。

金田果樹園

「にっこり梨」の知名度向上とブランド化に貢献したい!

減農薬・有機栽培、 樹上完熟栽培の実施

<生産部門>

・ 梨の生産

<加工部門>

新品種を利用した商品の開発

・梨ストレート果汁製造

▪商品開発

旅館等への販売促進、ネット店 舗への取組

<販売部門>
・ボトル及びデザイン
ラベル開発

- 直売所

•観光地

道の駅

梨ストレート果汁を供給し、サイダーの 製造委託 梨ストレート果汁を用いたサイダー を製造し、納品

(北陸ローヤルボトリング協業組合) 金田果樹園が製造したストレート果汁にサイダーの炭酸を充填

子供の頃からの夢を実現させた自家産牛乳及び山羊乳を利用したチーズ工房

有限会社那須高原今牧場

<事業者の概要>

·所在地 : 栃木県那須郡那須町 ·代表者 : 代表取締役 今 耕一

・取組内容: 牧場内にチーズ工房を整備し、牛乳と

山羊乳を用いたチーズの製造・販売

・売上高 : 1.540万円(H26)(加工販売部門)

•雇用者数 : 3名(H26)(加工販売部門)

•URL : http://ima-farm.com/





チーズエ房

チーズ各種

【取り組むに至った経緯】

- 〇自家産牛乳を使用したチーズ製造を夢見て、国 内外のチーズ工房で製造技術を習得した。
- 〇平成24年4月からチーズの製造、販売を開始し、 同年7月より牧場内に本格的なチーズ工房を整 備した。

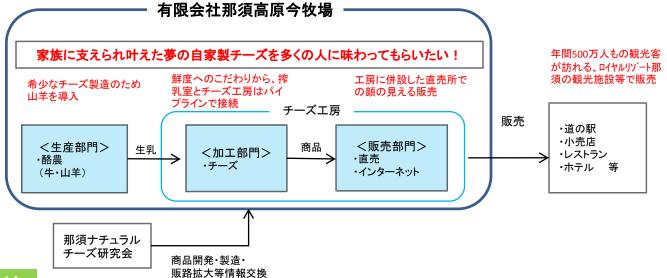
【取組の効果】

- O加工販売部門の売上高 800万円(H25) → 1,540万円(H26)
- 〇加工販売部門の雇用者数 正社員3名を雇用(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇訴求力のある商品開発(パッケージ、名称等)
- →那須ナチュラルチーズ研究会での情報交換や専門家への相談を行った。
- ○販路の開拓・確保
- →各種イベントへの参加や商談会等への出展を通 じて販路を拡大した。

- 〇那須でしか味わえないオリジナルチー ズの開発、製造を行う。
- ○フレッシュタイプのチーズの普及を行い、 販路開拓に取り組む。



種豚農家の若き3代目の挑戦! 手づくりハム工房と田舎レストラン事業

有限会社星種豚場

<事業者の概要>

•所在地 栃木県那須郡那珂川町 •代表者 : 代表取締役 星 正美

・取組内容 : 豚肉の生産、加工、直売所・レストラン

運営

売上高 : 3.800万円(H26)(レストラン・加工部門) •雇用者数 : 14名(H26)(パート含む)(レストラン・加

工部門)

•URL : http://bato-ham.com/index.shtml



ソーセージ各種

レストラン巴夢(はむ)

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成9年の法人化とともに、柔らかく甘みのある サシが入った肉質で評価が高いデュロック種の 生産を本格的に開始した。
- ○自家産豚肉の加工、調理事業を行うため、焼肉 店に7年間勤務し、経験やノウハウを習得した。

【取組の効果】

- 〇レストラン・加工部門の売上高 1,900万円(H24)→3,800万円(H26)
- ○レストラン・加工部門の雇用者数 12名(H24)→14名(H26)(パート含む)

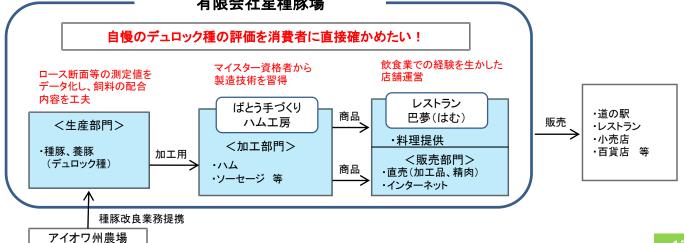
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇生産する豚の肉質の改良
- →アイオワ州にある農場と業務提携し、種豚の改 良を行い、超音波画像診断装置を用いてロース 断面等を測定し、特徴をデータ化した。
- 〇ハム・ソーセージの加工技術
- →マイスター資格者からハム・ソーセージの製造技 術を習得した。

【今後の展望】

- 〇県内の農産物を使用した新たな加工品 の開発を行う。
- ○総菜等の加工品アイテムの拡大と、自 社の豚肉を提供するバーベキュー施設 の整備を行う。

有限会社星種豚場



子供に安心できるハンバーグを食べさせたい!妻の一言から決意した自慢の自家肥育牛の直接販売事業

国分牧場

<事業者の概要>

•所在地 : 埼玉県東松山市

•代表者 : 國分唯史

・取組内容: 自家肥育牛の加工品製造、販売

·売上高 : 1億1,900円(H26)

•雇用者数 : 2名(H26)

URL: http://www2.gol.com/users/kokubu625-m/

店舗ウインナー

【取り組むに至った経緯】

- ○自分の牧場で安心・安全な牛を育てているにもかかわらず、近隣のスーパー等では海外産の生産履歴もない牛肉しか入手できないというジレンマを感じていた。
- ○子供に対する主婦の想いに応えるため、顔の 見える安心・安全な自家肥育牛の直接販売を 着想した。

〇売上高 9,000万円(H22)→1億1,900万円(H26)

【取組の効果】

- 〇雇用者数 2名(H26)
- ○顧客数 約300人(H24)→約1,600人(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇部位による販売のばらつきが多く、在庫の 回転率が長期化
- → 部位ごとの販売量の偏りを解決するため、 牛肉を利用した新商品の開発を行った。

大野牧場、福島食品等

【今後の展望】

- 〇部位別にみると販売が好調な部位と不 調な部位があるため、不調な部位を用 いた加工品の開発及び販路拡大に取 り組む。
- 〇農業体験の取組を食育体験の取組へ と深化させていく。

国分牧場直売所 顔の見える直売で、安心・安全な自慢の自家肥育牛を販売したい! 当牧場の堆肥と稲わらによ 野菜の収穫や牛舎見学等の る耕畜連携と一頭あたりの 食品加工会社等との連 農業体験を通じ、食に関心 飼育スペースを十分に確保 •JA 携による加工品の開発 の高い方や親子連れの参加 したストレスを与えにくい環 •飲食店 者と交流 境下での肥育 ·消費者 等 <生産部門> <加工部門> <販売部門> •精肉 • 直売 •肥育牛 ・ウインナー 卸売 ・ジャーキー 等 •通信販売

食品加工開発支援

充実の体験メニュー! ブルーベリー農園のジャム作りとファン作り

野口農園

<事業者の概要>

•所在地 : 埼玉県春日部市

•代表者 : 野口文夫

取組内容 : 農産物の生産、加工、販売売上高 : 59万円(新商品)(H26)

•雇用者数 : 5名(H26)

•URL : http://noguchi.shisyou.com//



【取り組むに至った経緯】

- ○摘み取り体験のリピーターが多く、「体験」に対 するニーズが高いことに着目した。
- ○摘み取り販売に適さないブルーベリーを有効活 用したいと考えた。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇他商品との競合
- →販売時にはチラシを作成し、他の商品と差別化 した。
- ○集客力の向上、固定客の確保
- →「体験」サービスを充実させ、リピートして訪れた い農園作りを行った。
 - (摘み取ったフルーツをその場で調理できるようにする等)
- →オーナー制度を導入し、年間契約で農産物の摘 み取り・購入できるサービスを開始した。

【取組の効果】

- 〇売上高(新商品) 25万円(H23)→59万円(H26)
- ○雇用者数 4名(H23)→5名(H26)
- 〇来園者数 200人(H23)→450人(H26)

【今後の展望】

- ○販路のさらなる拡大と併せ、アイスクリーム、クレープ、蒸しパン、野菜ケーキなど加工品のラインナップを増やしていく。
- 〇機能性に注目した健康食品を開発する。
- 〇法人化も視野に入れ事業を拡大し、雇 用の場を増やすことで近隣地域の活性 化を目指す。

野口農園

摘み取りや手づくり等の体験メニューを強化して何度も訪れたい農園をつくりたい! オーナー制度やジャ 果樹のほか、合鴨栽 素材の味をいかした ムづくり体験、その場 培の米、春日部在来 甘さ控えめのジャム •飲食店 での枝豆茹でなど体 種の大豆を生産 ・イベント販売 験メニューを充実 <生産部門> ・消費者 等 ・ブルーベリー <販売部門> <加工部門> ・イチゴ ・ジャム 摘み取り農園 •合鴨栽培米 ・大豆コロッケ • 直売 ・大豆(枝豆)等 •通信販売 等 · 米麹 等

<u>ーータが食べて</u>感動したブランド豚「幻霜ポーク」の魅力を 関東で発信

株式会社惣左衛門

<事業者の概要>

•所在地 : 千葉県柏市

•代表者 : 代表取締役 寺田 治雄

・取組内容: 自ら生産するブランド豚の加工品製造、

販売

·売上高 : 4.789万円(H26)

■雇用者数 : 8名(H26)(パート含む) ■URL : http://www.sozaemon.net/





柏幻霜ポーク(ロース)

生ハム



サルシッチャ (生ソーセージ)

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成13年に広島県で霜降りのブランド豚と出会い、その美味しさに感動したことから、種豚を譲り受け、柏幻霜ポークの生産を開始した。
- 〇既存の販売では収益が向上しないため、豚肉の ブランド化や自社での加工・販売による高付加 価値化を決意した。

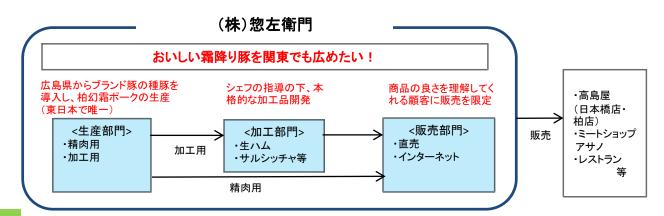
【取組の効果】

- 〇精肉及び加工品の売上高 4,789万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 8名(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇精肉価格の安定
- →自らが設定した販売価格に納得してくれる価値 を理解する顧客に限定して販売を行った。
- 〇加工品の品質向上
- →取引先であるフレンチレストランのシェフから指導を受け、本格的な生ハムやソーセージ等の開発を行った。
- ○販売先の確保
- →地元自治体や金融機関の支援を受け、商談会への出展や百貨店への売り込みを行った。

- 〇生ハムづくりの体験教室などを開催してPR強化に取り組む。
- ○養豚の堆肥を利用して飼料用米を生産 し、飼料代を抑えるなどにより生産コス ト節減を図るとともに、肉質の更なる向 上に取り組む。



駅から5分、住宅地の中にある都市型酪農ファーム

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 : 牛乳及び乳製品の加工、販売

•雇用者数 : 14名(パート含む)(H26) •URL : http://isonuma-farm.com/



牧場の様子

フォルマッジョ・フルッタ (チーズと果物(イタリア語))

【取り組むに至った経緯】

- ○駅から徒歩5分の牧場で4種、約100頭の乳牛を 飼育している。
- 〇小、中学生向けに酪農体験学習を実施(酪農教 育ファーム認定牧場)。また、牧場イベントとして、 ハム作り、乳搾り体験の実施など地域との交流 を考えた経営をしている。
- ○低温殺菌生乳、飲むヨーグルトを主に製造販売 しているが、消費者からの要望を受け、飲むヨー グルトの少量化とチーズの新製品の開発に取 り組む。

【取組の効果】

- 〇売上高
- 11%向上(H22 → H26)
- 〇雇用者数 7名(H22)→14名(H26) うち、常勤5名(H22)→6名(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇チーズの製造技術の習得
- →6次産業化プランナーからチーズ製造技術の指 導を受けた。
- ○直売体制による販売強化
- →セレオ八王子にイートインスペースを開設した。

加工仕向

【今後の展望】

- ○直営店で店舗経営のノウハウを得ると ともに、HPを活用した宣伝等のマネジ メントを行う。
- 〇アニマルウェルフェア(家畜福祉)を目 指す牧場経営を行う。

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!

都市型ファームとして周 辺住民への配慮から臭 い対策を講じた牧場

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 商品開発

要望の多かった商品 の少量化と消費が伸 びているチーズ市場

<生産部門> •飲用乳

飲用乳加工仕向

<加工部門> ・ヨーグルト ・チーズ 等

商品

への参入

<販売部門> ・イートイン型直営店

(セレオハ王子) ・インターネット 等

酪農教育ファーム

インターネットによる情報共有 消費者の動物福祉、癒し、教育の場 に牧場を活用

・道の駅

•農産物直売所

百貨店(コラボ 商品開発)

•観光関連業者

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~

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

: 自社ブランド牛乳の加工、販売 •取組内容

·売上高 : 5.500万円(H26)

•URL : http://www.augustamilkfarm.jp/

product.html





店舗全景



【取組の効果】

店舗内部

商品 ジェラート

【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。

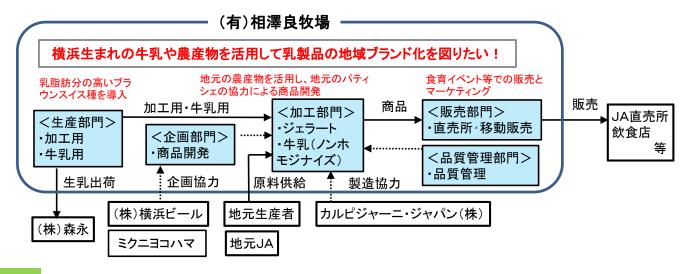
〇売上高

- 3,200万円(H24)→5,500万円(H26)
- ○ブラウンスイス種の乳牛導入 1頭(H24)→3頭(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○横浜の地域ブランド化を目指すため、地元農産 物を活用した商品開発と原料の調達
- →地元のJAや果樹農家等と連携体制を構築する ことで原料を安定的に調達するとともに、地元レ ストランのパティシエに協力を仰ぎ、地産商品の 開発を行った。

- 〇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。



自社農産物を有効活用! 直販・直営カフェ・加工品開発による事業拡大

株式会社くだもの厨房フクヨシ

<事業者の概要>

•所在地 : 山梨県山梨市

•代表者 : 代表取締役 原 義盛

取組内容 : 農産物の生産、加工、販売のほか直営

カフェを運営

•売上高 : 4.120万円(H26)

•雇用者数 : 9名(H26)(パート含む)

•URL: http://hara-fruits.com/free/about







【取り組むに至った経緯】

- ○牧丘ブランドの巨峰を中心とした果物栽培や、道の駅での農産物直売所、フルーツ公園内の直営店(オーチャードカフェ)の運営を実施する中、イートインにより、顧客の購買意欲を高めることで、販売の拡大を着想した。
- ○個人経営による農業経営に限界を感じ、法人化に よる事業拡大に取り組んだ。

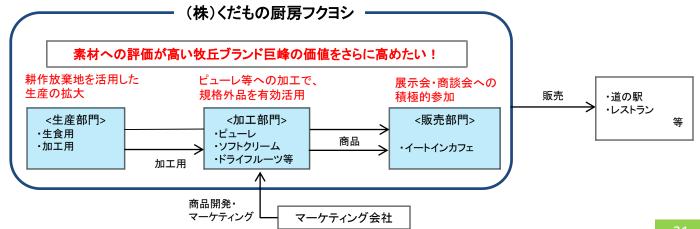
【取組の効果】

- 〇売上高 480万円(H22)→4.120万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 1名(H22)→9名(H26)
- 〇果樹生産面積 60a(H22)→90a(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇ぶどう等の規格外品の有効利用
- →加工施設を整備してピューレ等の加工品を製造した。
- ○直営カフェにおけるメニューの開発
- →自家生産のピューレ等を使用した「ソフトクリーム」 「スイーツ」「ジェラート」を開発し、販売を行った。
- ○加工品の販路拡大
- →展示会・商談会に積極的に参加した。

- 〇イートインカフェのメニューの充実を図 る。
- 〇スイーツ、料理の原料としてピューレを ホテル、レストラン等向けに販売を拡 大する。



遊休農地を解消して特産の果実で地域を元気にしたい! 特産品果実の通年販売を目指した農産物加工への挑戦 有限会社マルサフルーツ古屋農園

<事業者の概要>

•所在地 : 山梨県笛吹市

•代表者 : 代表取締役 古屋 貞一

・取組内容 : 農産物の生産、加工、直売所・カフェ

運営

・売上高 : 3億8,000万円(H26)・雇用者数 : 22名(H26)(パート含む)

•URL : http://www.marusa-f.co.jp/





あんぽ柿

【取り組むに至った経緯】

- 〇桃農家の高齢化により「日本一の桃の里」と呼ばれる一宮地域の桃の畑が減少している状況に ショックを受け、遊休農地を借りて化学肥料不使 用、低農薬の果樹生産を開始した。
- 〇所得·雇用の安定等を目的に通年販売できる加工事業に着目し、平成23年から干し柿の製造に着手した。

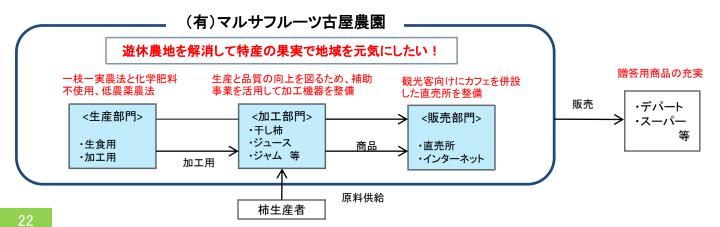
【取組の効果】

- 〇売上高
 - 2億1,000万円(H21)→3億8,000万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 9名(H21)→22名(H26)
- 〇マルサマルシェ年間来店者数 約5,000人(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇干し柿の生産性や品質の向上
- →補助事業を活用して加工機器を整備した。
- 〇内容量やパッケージの検討
- →山梨産をアピールする包装デザインを考案した。
- 〇販売先の確保
- →カフェを併設した直売所(マルサマルシェ)を整備 して集客の拡大を図るとともに、青果の取引先 である全国のスーパーで販売した。

- 〇遊休農地を解消するため、就農希望者 等を受け入れて、次世代の担い手を育 成する。
- ○集客の拡大を目指してマルサマルシェで イベントを開催していく。



ワイン用ぶどうの付加価値向上と 企業と連携した都市交流型農業のコラボレーション

奥野田葡萄酒醸造株式会社

<事業者の概要>

•所在地 : 山梨県甲州市

•代表者 : 代表取締役 中村 雅量

・取組内容 : 農産物の生産、加工、販売のほか、ラン

チレストラン運営

•売上高 : 5.000万円(H26)

■雇用者数 : 4名(H26)(パートを含む) ■URL : http://www.okunota.com/



ジャム等開発商品



ランチ



ランチレストラン

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成10年に遊休農地解消のため農業生産法人 を設立してワイン用ぶどうの栽培を開始した。
- 〇現状の栽培面積では収益の拡大に限界を感じ、 圃場をステージにした新たな取組として農業体 験者を受け入れる都市交流型農業の事業を開 始した。

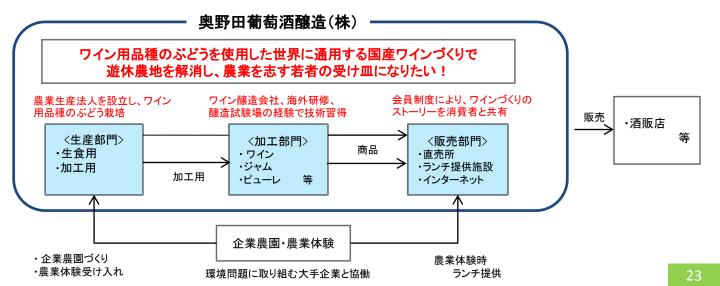
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇農業体験希望者の確保
- →上場企業と協定を結び、社員が農業体験を行う 「企業農園づくり」の取組を開始した。
- ○加工品の販売先の確保
- →農業体験参加者への販売。

【取組の効果】

- 〇売上高 2,500万円(H23)→5,000万円(H26)
- ○雇用者数(パートを含む) 2名(H21)→4名(H26)
- 〇都市交流型農業体験者 約2,000人(H26)

- 〇企業と連携した交流イベントの充実を 図る。
- ○ワイン醸造の経験を生かして個性のあるワインを製造・販売していく。



気軽に農業体験が楽しめる憩いの場を提供したい! 地域資源であるブルーベリー「森のサファイア」をブランド化

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 : 農産物の生産、加工、販売

·売上高 : 3.900万円(H26)

•雇用者数 : 9名(非常勤を含む)(H26)

: http://http://www.morinohatake.co.ip/ •URL



【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、平成19年に就農した。
- ○長野県が生産量日本一であるブルーベリーを 管理しやすいポット栽培法で生産している。
- ○地面をシート張りにしてハイヒールでも楽しめ る観光農園を整備した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

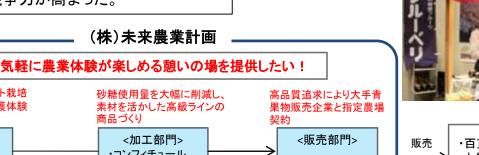
- 〇一定の収入を得るまでに期間を要するという 果樹栽培特有の課題への対応 (就農時における資金調達)
- →認定農業者となり、制度資金等を活用した。
- ○栽培技術と加工品製造の知識
- →農業技術、資材調達等について様々な資料 を調べ、必要な技術等を独自に取得した。
- ○販路の確保と知名度アップの手段
- →モンドセレクションの受賞により知名度が向上 し、商品の競争力が高まった。

【取組の効果】

- 〇売上高 500万円(H22)→ 3.900万円(H26)
- 〇雇用者数(栽培・加工) 2名(H22) →7名(H26)
- ○須坂市観光課、観光協会のPR活動に 寄与

【今後の展望】

- 〇ポット栽培のブルーベリーの伸長に対 応し、耕作放棄地や山林を活用して栽 培地を拡大する。
- 〇地元の観光資源と連携して地域活性化 を図る。
- 〇高品質商品の輸出展開を目指す。





•百貨店 カタログ販売 •通販

(株)未来農業計画

・管理が容易なポット栽培 砂糖使用量を大幅に削減し、 ・ハイヒールでも収穫体験 素材を活かした高級ラインの ができる観光農園 商品づくり <生産部門> <加工部門> • 牛食用 ・コンフィチュール ・ジュース 商品 •加工用 • 直売所 •観光農園用 ・パン、ケーキ 等 ・インターネット 加工用 一部商品 委託製造連携

加工業者

故郷はワイン用葡萄の栽培好適地 ゼロからのワイン造りが地域を動かす

楠わいなり一株式会社

<事業者の概要>

•所在地 : 長野県須坂市

・代表者 : 代表取締役 楠 茂幸

・取組内容 : 農産物の生産、加工、直売

·売上高 : 3.100万円(H26)

-雇用者数 : 13名(非常勤を含む)(H26)

•URL : http://http://www.kusunokiwinery.com/



楠 代表

【取り組むに至った経緯】

- ○ワイナリーの開設を目指して脱サラし、豪州 アデレードの大学院で葡萄栽培とワイン醸造 を学ぶ。
- 〇ワイン用葡萄の栽培好適地である須坂市の 就農者支援制度を活用して営農を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○資金調達と人気葡萄品種の栽培面積の拡大
- →出資者を募集するとともに、スーパーL資金や 須坂市の補助事業を活用した。
- 〇売上向上のためのワインの高品質化等
- →ワインの高品質化と多様な商品製造のため、 製造設備を導入した。

【取組の効果】

- 〇売上高 800万円(H21)→3,100万円(H26)
- ○雇用者数 O名(H21)→13名(H26) (醸造·栽培、総務、直売所)
- 〇北信州で4つ目のワイナリーとして須坂 市の観光PRに寄与

【今後の展望】

- 〇地元観光資源との連携で地域活性化 を図る。
- 〇さらなる高品質化と多様な商品の生産 に取り組む。

楠わいなり一(株)

栽培好適地である須坂市で、ワイン用葡萄の栽培、 醸造、直売、観光客誘致まで連携する体制を 確立して地域を活性化したい!

 豪州の大学院で葡萄栽培と ワイン醸造について学ぶ
 ワイナリーにショップを 併設し、観光客を誘致

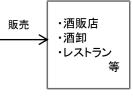
 <生産部門> ・加工部門> ・カエ用葡萄 ・生食用葡萄
 <加工部門> ・シードル ・スパークリ ・インターネット

加工用 受託醸造連携 受託醸造連携 連携農家 (ぶどう・り 個人・事業者

んご等)

ングワイン

商品





ワイナリー全景



ショップの様子

観光地白馬で作られた安心安全な「おいしい」を 直接消費者に届けたい!

~体験+飲食+販売による高付加価値化~

有限会社ティーエム

<事業者の概要>

•所在地 : 長野県白馬村

•代表者 : 代表取締役 津滝俊幸

・取組内容 : 農産物の生産、加工、直売、レストラン

·雇用者数 : 40名(H26)

-URL : http://tm-hakuba.com/



農家レストラン・直売所

【取り組むに至った経緯】

- ○自然と調和し環境に配慮した農作物の生産を目 的とし、平成16年に農業法人として設立した。
- 〇かつて、「自分が生産した醸造米が、誰に買われ、 どんな酒になったのかわからない」状況であった ことに疑問を抱き、販売を重視し、ユーザーが求 めるものを提供している。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○要望に対応可能な委託加工先、販路の開拓 →6次産業化サポートセンター、6次産業化プラン ナーを活用して委託加工先の選定と販路の開拓 を行っている。
- 〇人材の確保
- →ハローワークを活用して人材を確保し、農の雇用 事業を利用して人材育成を実施している。

【取組の効果】

〇売上高

(H23→H26) 175%向上

- ○雇用者数(パート含む) 21名(H23)→40名(H26)
- ○経営面積 $102ha(H23) \rightarrow 120ha(H26)$
- ○来客数 約1万1千人(H26)

【今後の展望】

○消費者が参加できる取組を企画する。

(有)ティーエム 自分たちが生産したものを直接消費者に届けたい! 体験+飲食+販売による高付加価値化 JGAP認証、「原産地呼称制 観光農園、加工体験を 度」、「信州の環境にやさしい 直売所・レストランの売上 農産物」認証取得 につなげる 〈生産部門〉 〈販売部門〉 •水稲生産 · 直売所 〈加工部門〉 大豆そば生産 農家レストラン ブルーベリー園 もち

・おやき 等

〈委託加工先〉

・ブルーベリージャム ·醤油 味噌 日本酒

商品

加工用

•土産品店 販売 ・ホテル •EC

・インターネット



直売所風景



加工品等

•野菜生産

「牛さんありがとう」〜全ては良質な生乳生産から〜 高品質な生乳を用いた自社ブランドの確立

株式会社いでぼく

<事業者の概要>

•所在地 : 静岡県富士宮市

•代表者 : 代表取締役 井出 俊輔

・取組内容 : 生乳の生産、ジェラート、ヨーグルト等の加工

のほか、直売所を運営

- 売上高 : 5億5,000万円(H26)(いでぼくグループ全体)

雇用者数: 50名(いでぼくグループ全体)

•URL: http://www.ideboku.co.jp/index.html



乳質の異なる3種の牛乳

【取り組むに至った経緯】

- ○きれいな牛舎で健康な牛を飼い、衛生的に 牛乳を搾っていたが、出荷先で他の牛乳と混 ざり差別化できないことから、自ら販売する ことを決意した。
- 〇平成15年に経理を明確化するため、加工部 門と販売部門を(有)井出種畜牧場から分社 化した。

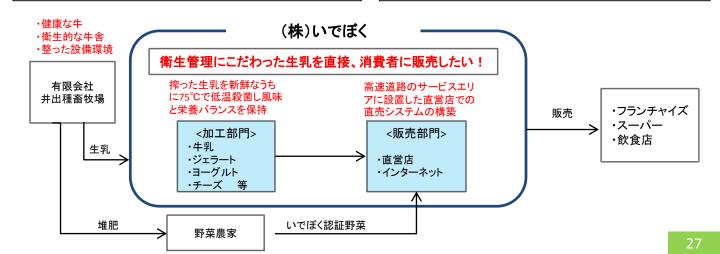
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○各種加工品に用いる生乳の確保
- →加工品に適した生乳を確保するため、ジャー ジー種やブラウンスイス種を導入した。
- ○限られた生乳の生産量によるブランドの構築
- →消費者に最も近い直営店での販売によりブランドを構築した。

【取組の効果】

- ○売上高(いでぼくグループ全体) 1億8,000万円(H15)→ 5億5,000万円(H26)
- 〇雇用者数(いでぼくグループ全体) 50名
- ○野菜農家へ無償で堆肥を提供し、その堆 肥を使用して生産した野菜を「いでぼく認 証野菜」としてブランド化して販売。
- 〇平成26年度6次産業化優良事例表彰 「食料産業局長賞」受賞

- ○新スタイルの酪農へ挑戦したい。
- 〇ブランディングの強化を行う。
- ○食育を通して地域スポーツの振興を図る。



鮮度の高い農産物を都市部の住民にも食べてほしい! <u>都市近郊農業の強みを生かした</u>直売所の運営

有限会社AFカガヤキ(カガヤキ農園)

<事業者の概要>

・所在地 : 新潟県新潟市江南区・代表者 : 代表取締役 立川 幸一・取組内容 : 農産物の生産・販売

- 売上高 : 2億円(26H) - 雇用者数 : 15名(27H)

•URL : http://www.kagayakifarm.com/

人気商品とうもろこし朝露の中の収穫

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成4年に、農業後継者の確保や地域活性化、 所得の向上を図るため農業法人を設立した。
- 〇平成7年、経営が悪化したため、都市近郊という 立地を生かし、直接販売を企画した。
- 〇平成11年に、近隣の農家とも連携し、地域の活性化や所得向上を目的に、消費者との交流を重視した直売所を開設した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○直売所の品揃えの充実
- →連携する農家へ直売に対する十分な説明を行う とともに、消費者ニーズ等の情報を提供した。
- ○直売所の集客力の確保

長いも、キャベツ等)

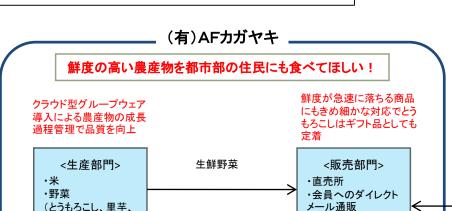
- →集客力向上と顧客確保のため、会員募集や定期 的なイベントを開催した。
- 〇品質の確保
- →受注後の精米、朝穫り野菜など農家が運営する 直売所として、鮮度の良さを積極的にPRした。

【取組の効果】

- 〇売上高 8.700万円(H11) → 2億円(H26)
- 〇耕作面積 田:15ha(H11) → 28ha(H27)
- 畑: 2ha(H11) → 10ha(H27) 〇従業員数
- 8名(H11) → 15名(H27)
- 〇来店者数 約6万人(H26)

【今後の展望】

- OITを活用して生産効率を高め、耕作面積を拡大する。
- 〇インターネット販売の更なる機能強化を 図る。





生鮮野菜等

インターネット販売

消費者ニーズ等 の情報を提供 連携する 近隣の農家

美味しい!その笑顔のために 本場ドイツ仕込みのハム、ソーセージ等への加工、販売 有限会社池多ファーム

<事業者の概要>

•所在地 : 富山県富山市北押川

•代表者 : 代表取締役社長 村田 勝巳

取組内容: 肉牛の生産、加工、販売売上高: 1億8.450万円(H26)

•雇用者数 : 8名(H26)

•URL: http://metzgerei-ikeda.com/







乾燥熟成ビーフ



ビーフリェット

【取り組むに至った経緯】

○自社の美味しい牛肉を直接消費者に届け、評価を 直に聞きたいという思いと、経営の多角化の観点から、平成17年に直売部門と加工部門を設け、本場ドイツ仕込みのソーセージ等食肉加工品の製造、販売を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

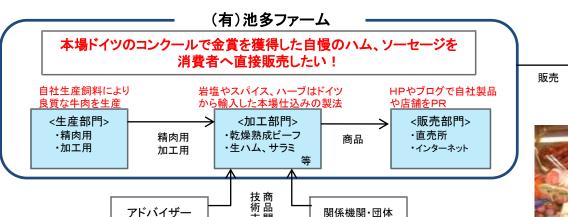
- 〇食肉加工品の製法
- →先輩の食肉加工店で製造技術等を習得した。
- 〇加工施設整備のための資金調達
- →制度融資を活用した。
- 〇郊外にある店舗の認知度向上
- →HPやブログでPRし、顧客を獲得した。
- ○自社牛肉に対するイメージアップ
- →自給粗飼料により肉質の向上を図り、各種コンクール等での成果をPRに活用した。

【取組の効果】

- 〇売上高 8,000万円(H16) → 1億8,450万円 (H26)
- ○雇用者数(パート含む) 4名(H16) → 8名(H26)
- 〇ドイツで行われるハム、ソーセージ の最高峰のコンテストにて金賞を 受賞

【今後の展望】

- 〇新たに整備した加工兼直売所を拠 点に事業の拡大を図る。
- ○商品アイテム数を増やして加工・直 売部門の売上高を拡大させ、さらな る収益の向上を目指す。



百貨店

・レストラン

生ハム、サラミ

地域再生の切り札である在来の梅を後世に残したい! 中山間地域農業再生の切り札

~氷見稲積梅のブランド化事業~

氷見稲積梅株式会社

<事業者の概要>

•所在地 : 富山県氷見市稲積

代表者 : 代表取締役 長澤 誠尚取組内容 : 農産物の生産、加工、販売

•売上高 : 1,830万円(H25)

·雇用者数 : 6名(H25)

•URL : http://www.himiinazumiume.jp/



梅加工品

【取り組むに至った経緯】

- 〇昭和24年に稲積地区で発見された肉厚の実で、 小さな種という特徴をもつ在来種の梅を後世に 残したいという想いが高まった。
- 〇農家の高齢化などにより、中山間部で発生する 耕作放棄地解消のため、梅を植え、梅林化して 荒廃する農地を再生するとともに、生産者の減 少で衰退していた稲積梅を復活させた。

【取組効果】

- 〇売上高 850万円(H20)→1,830万円(H25)
- ○梅栽培面積 500 a(H20)→640a(H25)
- 〇梅生産量 10 t(H20)→ 22 t(H25)
- ○平成23年に直売所を氷見市内にオープン

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇生産が拡大する梅を活用した多様な商品開発
- →県内スーパーや首都圏アンテナショップでのマーケティングを実施し、食品製造業者とのコラボ商品(飲料・菓子等)を開発した。
- 〇開発商品の販路開拓と後継者の育成
- →マスコミやイベント開催で知名度を向上させ、ギ フト用や学校給食用等の販売チャネルを拡大す るとともに、梅の木オーナー制度を導入するなど 安定した顧客を獲得し、後継者の育成、定着に 向けて組織体制を強化した。

【今後の展望】

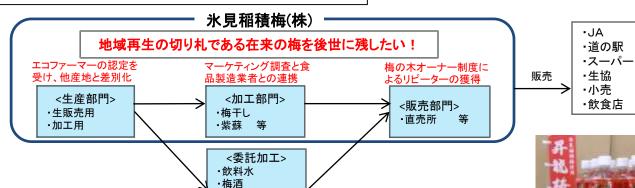
- 〇紫蘇梅や菓子、ジェラート等の新商品を 開発する。
- 〇首都圏や中京圏への販路拡大及び東ア ジアへの輸出を行う。



直売所「氷見安心食品」



新商品「梅の精」(くずきり)



• 菓子

・お菓子屋

等

・飲料製造会社 ・酒造会社 新商品「昇龍梅」(清涼飲料水)

幹線道路から一目でわかる桃色の建物 ランチや桃のスイーツ、ジュースを提供する農園カフェ 農工房長者株式会社

<事業者の概要>

•所在地 : 富山県砺波市高波

•代表者 : 代表取締役 林 美佐雄

・取組内容 : 農産物の生産、加工、カフェでの提供

·売上高 : 4,817万円(H26)

・雇用者数 : 25名(H26)(パート含む)

•URL: http://nokobochoja.sakura.ne.jp/



カフェランチメニュー



フルーツのパフェ

【取り組むに至った経緯】

- 〇昔食べた美味しいものをつくりたいとの発想で、平成13年に有機栽培や自然農耕を開始した。
- 〇稲作中心の経営から、平成19年に桃の生産を開始 し、規格外品の有効活用を図る目的でスイーツを 開発、イートインコーナーでの販売といった複合経 営への転換により経営の改善を行った。
- 〇平成27年、有機栽培の米や野菜を使ったランチメニューやスイーツ・ジュースの提供を行う農園カフェを開設した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇加工原材料である桃の安定生産
- →普及指導員との連携により栽培技術を習得した。
- 〇桃の高付加価値化を目指した商品開発
- →スイーツに加工することで付加価値が向上した。
- 〇年間を通した商品提供

農林振興センター

→ブルーベリー、無花果、イチゴ等の果物の生産品 目を拡大した。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 1.430万円(H22) →4.817万円(H26)
- 〇果物生産

桃

24本(H19) → 80本(H26)

ブルーベリー

100本(H19) → 300本(H26)

無花果

50本(H23) → 100本(H26)

〇雇用者数

3名(家族経営)(H15)

→ 25名(パート含む)(H26)

•生協

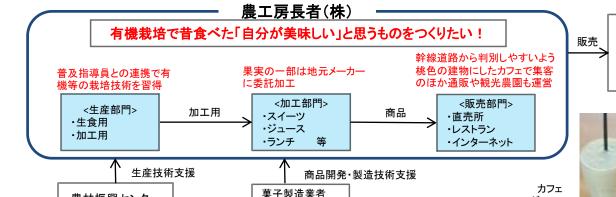
・道の駅

・スーパー

- 【今後の展望】

- ○栽培する果物等を増やして年間を通し た多種多様な商品を提供する。
- 〇新設した農園カフェで提供するメニュー の更なる充実を目指す。

ジュース



飲料水製造業者

31

等

郷土の美しい風景を残すため、農業で町を活性化したい!

地域の活性化に向けて地場産業を創造~六条大麦の高機能性ビール~ 有限会社わくわく手づくりファーム川北

<事業者の概要>

: 石川県能美郡川北町字壱ッ屋 •所在地

•代表者 代表取締役 入口 博志 ・取組内容 : 農産物の生産・加工・販売

·売上高 : 20.000万円(H27)

•雇用者数 : 13名(H27)

•URL : http://wkwkfarm.com/

【取り組むに至った経緯】

- 〇 「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。」 という想いから、地場産業を創造するため、農業 法人を設立した。
- 〇北陸の気候に適した六条大麦を活用し、生産の 安定と機能性成分(GABA)による差別化に着想 して、平成23年から商品開発を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇六条大麦による麦芽製造技術の確立
- →県や地元の大学と連携して機能性成分であるG ABAを安定的に発芽させる方法を研究した。
- 〇競合する商品との差別化
- →副原料に地元の「小麦」を活用したビール(グラ ンアグリ)を開発し、新幹線車内やJRの駅構内 で販売するため、(株)ジェイアール東日本商事 と事前にデザインの開発やマーケティングを開 始した。

(有)わくわく手作りファーム川北



北陸新幹線車内及び駅構内で販売

【取組の効果】

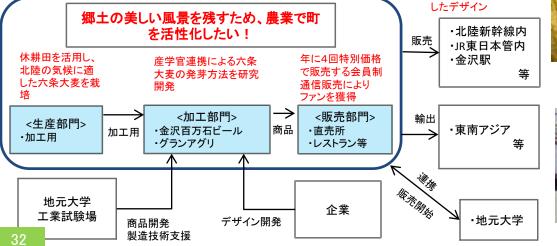
- 〇売上高
 - 4,800万円(H22) → 20,000万円(H27)
- 〇醸造量
 - $18kI(H22) \rightarrow 200kI(H27)$
- 〇雇用者数
 - 8名(H22) → 13名(H27)

【今後の展望】

土産物や輸出を見据え、

加賀百万石をイメージ

- ○販売先の増加による大口の需要に対応 するため、施設の増強や追加投資を検 討する。
- 〇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。





麦秋



金沢百万石BEER

感動してもらえる魚を消費者へ! 鮮度維持に徹底的にこだわった海の6次産業化 かどしまていち 株式会社鹿渡島定置

<事業者の概要>

•所在地 : 石川県七尾市

・代表者 : 代表取締役 酒井 秀信・取組内容 : 水産物の漁獲、加工、販売

·売上高 : 1億5.000万円(H26)

·雇用者数: 17名(非常勤雇用含む)(H26)

•URL: http://www.nanaonet.jp/~kadoshimateichi/



←普段の定置網漁の様子

㈱鹿渡島定置の皆さん→

【取り組むに至った経緯】

- 〇年々進む漁価の低迷という問題を解決するため、「神経締め」等の鮮度維持に関する先進技術を 導入し、付加価値向上と販路拡大の取組を推進 している。
- 〇平成23年に、獲った魚を自ら加工・販売する6次 産業化を企画し、取組を開始した。その翌年に は加工施設と販売施設を兼ねた「魚工房 旬」を 開設し、取組を一層拡大した。

【取組の効果】

〇売上高 1億2,000万円(H24)→

1億5.000万円(H26)

- 〇若手新規就業者の定着
- →社員の平均年齢は35歳。地元女性との 結婚も多く、若者の地域への定住化にも 大きく寄与。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○漁業従事者の高齢化
- →「見て覚える」という旧来の漁業の指導法ではな く、技術や理論をマニュアル化することで、若者 にも働きやすく魅力ある職場を整備した。
- →管理職への昇格には立候補制を導入するととも に、賞与についても自己申告制をとることで、若 者の主体性、やる気を引き出す工夫を行い、多 くの若手漁業者を育成している。

【今後の展望】

- ○魅力ある加工品づくりを進めていくこと で、雇用の創出等による地域の活性化 に取り組んでいく。
- 〇海外から多くの研修生を受け入れること で、国内外への定置網漁技術の更なる 普及を推進していく。
- ○補助金等を活用することで、現在ある漁港内の加工施設を改良し、更なる商品の品質向上を図っていく。



「海水シャーベット氷」を使 獲れた魚を新鮮なまま消費者の元へ届けたい! 用しているため、鮮度を保っ たまま出荷。 買い物が困難な高齢者のために、 船上で獲れた魚に「神経締め処 徹底した衛生管理の下、干物な ど30種類以上の加工品を生産。 軽トラによる移動販売も実施してお 理」を施すことで鮮度を保ったまま 地元直壳所 り、地域の活性化にも大きく寄与。 港へ輸送することが可能に 飲食店 <加工部門> 消費者 <販売部門> <生産部門> (魚工房 旬) ・海藻(アカモク)加工品 直売所 •魚 •移動販売 ・海藻 等 •インターネット通販 輸出 商社 (主にアメリカ向け) 定置網漁の技術普及 研修生として参加

台湾、フィリピン、スリランカ、 アフリカ諸国 等

里芋との出会いは土地の神様との出会い! 乳製品アレルギーに対応する里芋スイーツ

SFV生産農場

<事業者の概要>

•所在地 : 福井県大野市五条方

•代表者 : 建石 正治

・取組内容 : 農産物の生産・加工・販売

·売上高 : 6,700万円(H26)

•雇用者数 : 13名(H26)(非常勤含む)

•URL : http://www.mitene.or.jp/~sfvfarm/



ルビーロマンと上庄 里芋のコラボスイーツ ロマンムーアン

【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里芋に着目した。
- 〇低カロリーで食物繊維が豊富であり、乳製品アレルギーの人にも安心して食べられるという里芋の特色を活かし、平成21年にアレルギーフリーの商品販売を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇新商品の販路開拓及び全国展開できるパッケー ジデザイン
- →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行い、販路開拓やパッケージ開発を実施した。
- →積極的に都市圏の商談会へ参加し、百貨店等 への販路拡大を実現した。

ロマンムーアン 外装



【取組の効果】

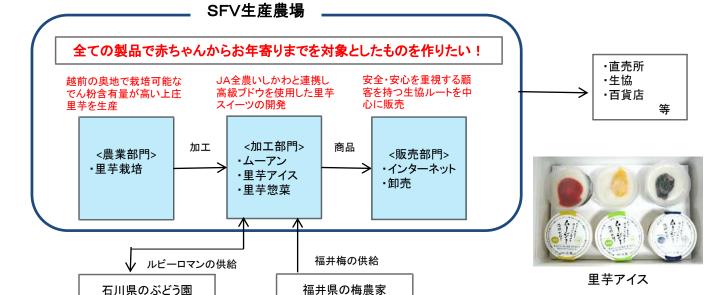
- 〇里芋加工品売上高 30万円(H21)→1,100万円(H26)
- 〇里芋栽培面積

 $2.4ha(H21) \rightarrow 3.0ha(H26)$

○里芋加工部門雇用者数2名(H21) → 5名(H26)

【今後の展望】

○里芋製品のさらなる展開によって消費 拡大を図る。



大豆と玄米でできたお肉!? 健康志向な玄米加工品の開発

株式会社マイセンファインフード

<事業者の概要>

•所在地 : 福井県鯖江市上野田町

•代表者 : 代表取締役社長 牧野 仙一

・取組内容 : 玄米・大豆から作った加工食品

の製造、販売

•雇用者数 : 19名(H26)

: http://maisenfinefood.com/ •URL

TID SERVICE

加工場全景

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成4年、脱サラして就農し、商社時代に築いた 外食産業とのネットワークを活かし、健康志向と いう消費者ニーズをターゲットにした商品の製 造・販売事業を開始した。
- 〇平成26年には、更なる事業の拡大と生産力増強 を目指し、JAファンド等からの出資を受け、「㈱ マイセンファインフード」を設立した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○大豆と玄米による加工品「まるっきりお肉」の開発 に係る加工技術の確立
- →自社に試験研究施設を設置して商品開発を行う とともに、メーカーと共同で加工技術を確立した。
- 〇栽培方法にこだわった米や加工品に利用する大 豆等の原材料確保
- →地域の農業者に栽培方法等を示して生産を委託 することで、米や大豆の原料を確保した。

食品メーカー

【取組の効果】

○雇用者数 15名(H23) → 19名(H26)

【今後の展望】

- ○まるっきりお肉等の商品開発・製造・ 販売の拡大を行う。
- ○宗教上の理由やベジタリアン人口の 多い国への輸出により、販売を拡充 する。

始めとするイスラム圏へ

・欧米の健康志向の顧客

まるっきりお肉

積極的な輸出

展開を実施



製造技術支援

若狭町で頑固に守り育ててきた梅を生かしたい! 「紅映(べにさし)」を使った頑固な梅酒製造

株式会社エコファームみかた

<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 : 農産物の生産、加工、販売

·売上高 : 8,400万円(H26)

雇用者数: 13名(H26)(非常勤含む)URL: http://www.ecofarm.jp/





BENICHU

贅沢果汁セット

【取り組むに至った経緯】

- ○近年のライフスタイルの変化により、自社で生産 する梅「紅映」(べにさし)を用いた梅酒の売上げ が鈍化していることから、平成23年に新コンセプ トの梅酒開発に着手した。
- 〇平成25年には、従来の梅酒のイメージを逆手に とり、梅の特徴である酸味を引き出したパンチの 効いた高アルコール度数の梅酒販売を開始した。

【取組効果】

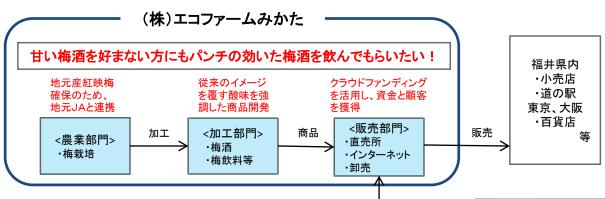
- 〇梅加工品売上高
 - 1,800万円(H20) → 4,900万円(H26)
- ○梅加工部門雇用者数(非常勤含む) 5名(H20) → 9名(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○原料である紅映梅の安定確保
- →2年間の保存が可能な冷凍保存技術の確立と 地元産紅映梅の安定供給を図るため、地元JA との連携を行った。

【今後の展望】

- ○「紅映梅」を活用した、新たな商品の開発、販売を行う。
- 〇果汁抽出技術を活用して梅以外のOE M製品の製造受注に向けた取組を行う。

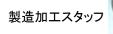




わかさ東商工会

梅酒工場

商品開発· 経営指導支援



女性目線で自慢のトマトで美しく、健康に! 自社生産したトマトを使用した加工品の製造販売

株式会社寺田農園

<事業者の概要>

·所 在 地:岐阜県高山市

代表者:株式会社寺田農園 寺田 真由美

・取組内容:トマトを活用した商品開発・製造・販売

• 雇用者数:14名

- 売 上 高: 6,300万円

http://www.terada-nouen.co.jp/



こだわりトマトで作ったジュース

-【取り組むに至った経緯】-

- 〇ホテル勤務から高山市でトマト、露地野菜など を生産する専業農家に転身した。
- 〇こだわりの栽培方法でトマトの基本価格の向上 と規格外品の有効活用を図るため、平成22年に 法人化して加工所を新設し、加工を開始した。
- 〇平成26年にトマトジュースを直売するための専門店を開店した。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 2,700万円(H22) → 6,300万円(H26)
- 〇雇用者数

11名 (H25) → 14名 (H26)

- 〇トマト栽培面積
 - $97 \text{ a (H22)} \rightarrow 104 \text{ a (H24)}$

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○商品のラインナップの充実・販路の確保
- →わくわく農業体験イベントの開催やマルシェへ積極 的に出店し、消費者へ直接販売することで寺田農 園の顧客(ファン)を獲得した。

美容や健康、レシピの提供など女性目線でのマーケティングを行った。

- ※社長は「農業女子プロジェクト」のメンバー
- ○加工施設の通年稼働
- →端境期には地域の農産物を加工して施設の稼働 率を確保した。

【今後の展望】

- ○レストランでのイベント開催やSNS活用 による情報発信等で寺田農園のファン を増やし、販路を拡大する。
- 〇魅力ある農業経営と会社経営の両立 を図る。



(株)寺田農園

こだわりのトマトで作った美味しいジュースやパスタソースを味わってもらいたい! 農協•市場• トマトの種を自分たちで採取して種から育てる 百貨店・スーパー トマトペーストにニンニクを加えた こだわり方で、新しい農業のスタイルに挑戦 パスタソースや調味料の開発 消費者へ直接販売 〈生産部門〉 加工部門 トマトジュース 農業体験イベントの開催や、 専門店 地域や都市圏のマルシェ トマト栽培に加え、新たにニンニク栽培 等に出店

飛騨牛だけじゃない! 奥飛騨温泉郷「飛騨サーモン」のブランド化

株式会社穂高養魚場

<事業者の概要>

•所 在 地:岐阜県高山市

•代表者:株式会社 穂高養魚場

代表取締役 櫻井 聡

・取組内容:マス・イワナの養殖・加工・販売

• 雇用者数:11名

売上高 : 250万円 (加工品)

http://shinhotaka.com/fishfarm.html



飛騨サーモン

【取り組むに至った経緯】

- ○奥飛騨温泉郷で川魚の養殖を行い、地元旅館等に 食材として提供していたが、宿泊客の減少により 売上げが減少した。
- 〇通常よりも大型に育てた大マスを「飛騨サーモン」と してブランド化を行った。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇川魚、養殖物へのマイナスイメージの払拭
- →安定した環境下で生産している品質の高い川魚をP Rするため、旅館等にチラシを設置した。
- ○ブランドの確立と旅館等以外への販路拡大
- →体長30cm以上の大マスを「飛騨サーモン」としてブランド化を図り、旅館やお土産店等と連携した土産品商品の開発を行った。

【取組の効果】

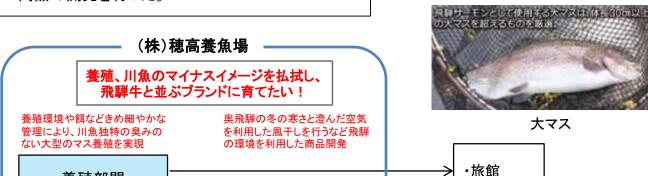
- 〇売上高(加工品)
 - 0円(H22) → 250万円(H24)
- 〇雇用者数(パート含む)
 - 6名(H22) → 11名(H24)
- 〇販売先

販売

100店(H24)

【今後の展望】

- ○ブランドの普及、拡大につながるような 新たな加工商品の開発を行う。
- 〇地元農畜産物との地産地消コラボ商品 を開発して地域活性化に取り組む。



養殖部門

・マス ・イワナ 加工部門

スモークサーモン・粕漬け

パッケージデザイン協力 [,]

包装·資材企画会社

事業PRツール開発

広告代理店

·土産物店 ·消費者

天然物以上の環境で育んだ おいしい川魚であることをPR

豚一匹を余すことなく商品化! 飼育にこだわったブランド豚の直接販売

有限会社石川養豚場

<事業者の概要>

•所 在 地:愛知県半田市

•代表者:有限会社 石川養豚場

代表取締役 石川 安俊

・取組内容:養豚、豚肉の加工品の製造・販売 •雇用者数:養豚部門9名、加工販売部門30名

http://fm-brio.shop-pro.jp/



【取り組むに至った経緯】

- ○都市近郊の養豚業は周辺住民への配慮から規模 拡大が困難であり、飼料高騰などの影響から利益 が減少傾向であった。
- ○生産から加工、販売の一貫経営により、規模は現 状を維持したままでも付加価値を高め、利益率を 向上させる6次産業化の取組を決意した。

- 【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇おいしく安心できる豚肉の生産と加工、直売事業へ の安定した供給体制の構築
- →豚舎の衛生管理を徹底し、飼育する豚の血統を絞り 込み、飼料内容を定期的に見直した。
- ○直売するための拠点施設の確保と販売する商品の 開発
- →優良直売所の事例調査を行い、自社店舗の運営に 生かすとともに、加工品の開発は取引先の協力と技 術支援を受けて実施した。

【取組の効果】

〇売上高

H15年→H25年で約1.5倍に増加

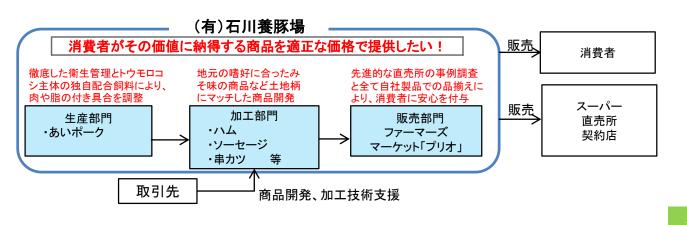
〇雇用者数

加工販売部門で約2倍に増加 養豚部門9名 加工販売部門30名

(うちパート25名)

- ○安心・美味な豚肉の安定した生産、出荷 体制を構築
- 〇自己ブランド 出荷と加工・販売により 60%強の直売体制を構築

- 〇生産管理体制をさらに高度化して健康 で高品質な豚の安定出荷に取り組む。
- ○流通事業者と連携して契約販売店へ の物流を自社で管理する。



高級化路線への思いきった転換 とことん味にこだわったみかんのブランド化

有限会社すぎもと農園

<事業者の概要>

• 所 在 地:三重県御浜町

・代表者:有限会社 すぎもと農園

代表取締役 杉本 賢

・取組内容:みかんの生産及び加工品の製造・販売

· 売 上 高:1,100万円(H24)

• 雇用者数: 30名

U R L: http://o-mikan.com/corp.html



贈答用みかんジュース

【取り組むに至った経緯】

- 〇リーマンショックの影響で売上げは伸びるが減益が 続き、生産量では敵わない大生産地との正面から の勝負を避けるため、差別化戦略によるブランド 化を決意した。
- 〇他産地や農協が手を出しにくい、高くても味にこだ わる人たちをターゲットとした商品開発を着想した。

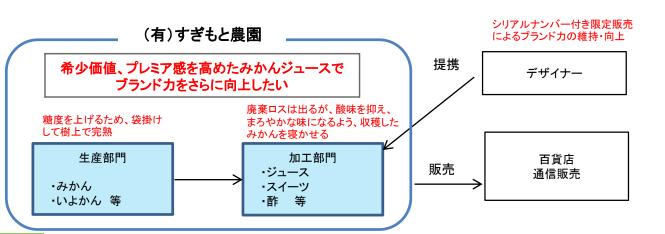
【取組の効果】

- 〇売上高 0円(H19)→1,100万円(H24)
- ○雇用者数 25名(H17)→30名(H24)
- ○全国に10万人の会員を確保
- 〇百貨店で購入した顧客のリピーター化

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○差別化戦略の販売先となる顧客の獲得
- →百貨店での催事や通信販売利用者の顧客分析を行 い、売り込みのターゲットを選定した。
- ○ブランドの確立と維持
- →納得のいく品質をクリアした原料以外は加工に使用しないことから、商品の増産ができないため、プレミア感を高めた「知る人ぞ知るみかんジュース」としてブランドカの向上を図った。

- ○新規顧客の獲得を兼ねて、全国各地 の百貨店等で開催する催事に積極的 に参加する。
- 〇農商工等連携事業計画で認定を受け て開発した商品(機能性青みかんドリ ンク)を活用して新たな商品展開に取り 組む。



就農時400万円の売上高から170倍以上の増加! 京野菜「九条ねぎ」の6次産業化

こと京都株式会社

<事業者の概要>

·所在地 : 京都府京都市

: 代表取締役 山田敏之 •代表者

・取組内容 : 九条ねぎの生産、加工、販売

·売上高 : 9億8千万円(H27) •雇用者数 : 130名(H27)

: http://www.kotokyoto.co.jp •URL





カットねぎ工場

【取り組むに至った経緯】

〇1億円の年間売上を目指して就農したが、初年 度は400万円の売上げしかなく、就農から4年後 に父親の反対を押し切って九条ねぎの周年栽培 に取り組むものの、現状では限界を感じ、目標を 達成するため、加工事業に着手した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇安定した原料の確保
- →栽培スケジュールの見直しを行うとともに、府内 の九条ねぎ生産者と生産者団体「ことねぎ会」を 設立して連携体制を強化した。
- 〇価格の優位性
- →飽和状態である京都のマーケットを避け、東京の マーケットを開拓するため、首都圏のラーメン店 などへ飛び込み営業を行った。

【取組の効果】

- 〇生産者との連携による商品の周年安定 供給を実現
- 〇生産量 360トン(H22)→1,000トン(H27)
- 〇売上高 3億6千万円(H22)→9億8千万円(H27)
- 〇雇用者数 76名(H22)→130名(H27)

【今後の展望】

- ○全国のねぎ産地と連携することを目的に 「こと日本」を立ち上げ、農林漁業成長産 業化ファンドの活用を行う。
- 〇加工技術を活用した高付加価値商品の海 外展開を目指す。

こと京都(株) 様々な連携により経営の多角化を進め、攻めの農業を続ける 地域の希望でありたい! HACCPを導入した自社加工工場に 京都府内で季節ごとにねぎ 自社販売、産地間連携によ 栽培に適した農地で生産 おいて、多種多様な商品の製造 る共同ブランドによる販売 首都圏のラーメン店 百貨店 <生産部門> <加工部門> <販売部門> 食品スーパー カットねぎ、粉末ねぎ、 ・インターネット ネットショップ ・乾燥ねぎ、ペーストねぎ 等 •自社直売所 加工用 **↓**連携 (有)トップリバー、(株)さかうえ 契約農家

山を守り山へ感謝

地元特産の北山杉を使った「お棺」と「木工品」の製造、販売

井口木材

<事業者の概要>

所在地 : 京都府京都市代表者 : 井口和司

・取組内容 : お棺と木工品の開発、販売

-売上高 : 1億2,700万円(H27)

•雇用者数 : 10名(H27) •電話番号 : 075-854-0105



京都産木材を使用したお棺



おが粉の製造

【取り組むに至った経緯】

- ○森林の手入れが必要にもかかわらず、木材価格の低迷から木が売れないため、山を守るのに何ができるかとの想いが高まった。
- ○国内の木材需要が低迷している中、お棺の95% が中国をはじめとする海外からの輸入となってい ることに気づき、国産木材を使ったお棺で安らか に旅立って欲しいとの想いから取組を開始した。

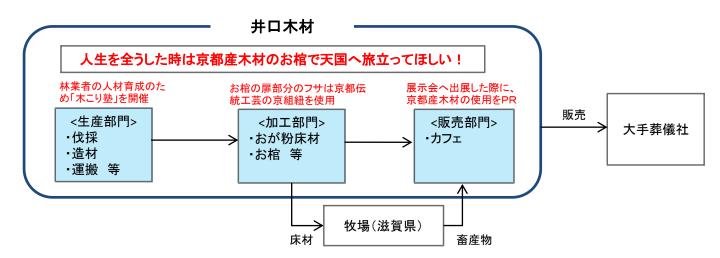
【取組の効果】

- Oお棺の販売高 O万円(H23) →196万円(H27)
- ○雇用者数 5名(H23) →10名(H27)
- 〇木を切って市場で売るという一次産業 から加工品を手掛けることで、消費者を 意識するようになった。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇お棺の販売ルートが限られているため、新規事 業者が入りこむことが困難
- →近隣の京都や大阪で開催する展示会に出展し、 国産材を使用した製品をPRした。大手葬儀社 への営業も積極的に行い、取引が成立した。

- ○国産材を使用した「お棺」を宣伝し、葬儀 社等へのマーケティングを行い、販路を 拡大したい。
- 〇レーザー加工機を活用して、京都産の木 材を使用した木工品の更なる開発・販売 を進めている。



棄てるものから活かすものへ 山の恵みに感謝したジビエ商品の加工、販売

有限会社田舎暮らし

<事業者の概要>

•所在地 : 京都府福知山市

•代表者 : 代表取締役 中島健太郎

・取組内容 : 鹿・猪肉の加工、販売

·売上高 : 2,400万円(H26)

•雇用者数 : 5名(H26)

•電話番号 : 0773-38-0553



肉の加工



ジビエ料理

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成17年に法人化して水稲、野菜等の栽培を行 う傍ら、鹿、猪の駆除に参加する。獣害の深刻 化により、駆除頭数が年間2千頭を超え、埋設 場所の確保が困難となった。
- 〇山の恵みである鹿、猪を地域資源として有効活 用するため、食肉やペットフードへの加工を開始 した。

【取組の効果】

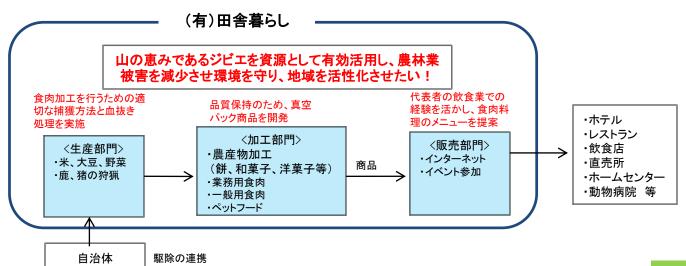
- 〇販売高(全体) 2,200万円(H23) → 2,400万円(H26)
- ○鹿・猪肉関連の販売高 O万円(H23) → 217万円(H26)
- 〇雇用者数 4名(H23) → 5名(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇一般消費者向けの販売促進(調理方法等)
- →健康志向やジビエブームによる需要を把握し、 ホテル、レストラン等へ直接販売を実施した。 調理師士免許を持つ従業員による料理方法の 提案を併せて行った。

加工品の真空パック商品を開発した。

- 〇一般消費者向けにソーセージやロースト の真空パック商品の開発を行う。
- 〇水分調整を行い、品質保持期限の延長 が可能なペットフードの開発を行う。
- 〇平成29年にはジビエ関連の売上目標(約 1千万円)を達成したい。



日本一のぶどう産地だった頃の風景を取り戻したい! 創業100年の老舗ワイナリーによる大阪ぶどう復活プロジェクト 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 : ぶどうの生産、ワイン醸造・販売

·売上高 : 2億4千万円(H26) •雇用者数 : 正社員4名(H26)

•URL http://www.kashiwara-wine.com/

テイスティングルーム 山裾に広がるぶどう畑

【取り組むに至った経緯】

- ○明治の勧業政策によりぶどう栽培が普及し、昭 和初期に面積で日本一となる大阪で明治時代 からぶどうの生産を行い、大正3年からワイン醸 造を開始した。
- 〇ぶどう農家の高齢化等により急増する耕作放棄 地の解消と地域活性化のため、ぶどうの栽培を 拡大した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○原料である大阪産ぶどうの調達
- →高齢で後継者のいない農家のぶどう畑を借りて 自社のぶどう栽培を拡大するとともに、地域の ぶどう農家からの買取価格を安定させ、供給元 農家の経営を安定させた。
- →ぶどう栽培を目指す就農希望者やワイン醸造を 目指す醸造家を育成する。
- 〇販路の拡大
- →取引先や市民有志との協働でぶどうの生産管理 を行うプロジェクトや苗の植樹など地域密着型 のイベントを展開し、顧客の獲得とブランドカ(信 頼関係)を向上させた。
- →ホームページに日本語と英語翻訳を併記した。 また、ワインの試飲やぶどう畑と古民家散策の 観光コースを計画し、ワイナリーへ誘致した。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 1億9千万円(H24)→2億4千万円(H26)
- ○雇用者数(畑チーム) 3名(H21)→ 9名(H26)
- 〇ぶどう栽培者・ワイン醸造家研修生 ぶどう栽培者 2名 ぶどう栽培・ワイン醸造 2名(H27現在)
- 〇ワイナリーへの来客数
- 観光・ワイン愛好家・研究者・マスコミ等、 幅広い分野の来社希望者を受入れ。 来客数は年々増加しており、特に海外か らの来客数は、H24から約5倍に増加。

【今後の展望】

- ○大阪ぶどうを復活し、自社事業だけでなく、 耕作放棄地の活用および雇用創出に積 極的に取り組み、地域の活性化に貢献す る。
- ○関西地域のワイナリーと連携し、ワインと ぶどう栽培の活性化に取組む。
- 〇古民家を保護して景観を保全し、レストラ ンや各種イベントを開催する。ワインと古 民家を活用した観光コースを拡大する。

カタシモワインフード(株)

日本一のぶどう産地だった頃の風景を取り戻したい! ワイン醸造の副産物を活 歴史あるブドウ産地再生の 用した2次加工・3次加工 ため、地域協働で畑を管理

<生産部門>

・ワイン専用

ぶどう

加工用 ・ワイン 樹祭によりファンを獲得

<加工部門>

- ・ノンアルコールワイン
- 干しぶどう ぶどう葉茶等

地域密着型イベントや植

- - <販売部門>

商品

- •直売
- ・ ネット 販売

観光

販売

販売」

- ・ぶどう畑と古民家のある町並み散策
- ・各種イベント開催

•飲食店

•酒販店

·宿泊施設

•その他商店

- ・ワインのティスティングとワイナリー
- インバウンド推進

・出荷組合 ぶどう生産者グループ

豊かな自然やおいしいチーズなどにより癒やしを提供したい! 都市型酪農から発信する新たな食文化の交流

有限会社レチェール・ユゲ(弓削牧場)

<事業者の概要>

•所在地 : 兵庫県神戸市 •代表者 : 弓削和子

・取組内容 : 農産物の生産、加工、直売所

•雇用者数 : 10名(H26)

•URL : http://www.yugefarm.com/







チーズフォンデュ

【取り組むに至った経緯】

- 〇放牧を基本とした酪農経営を行っていたが、昭和 55年頃から生乳の生産調整、周辺地域の市街化 に伴い、規模拡大が困難と判断し、乳製品の開発 に着手した。
- ○生産者の想いを発信する拠点として、昭和62年に 提案型レストハウスを場内に整備した。

【取組の効果】

- 〇売上高 S60年から約5倍に増加(H26)
- ○雇用者数 3人(S60)→10人(H26)
- 〇年間来場者数 約2万5千人(H26)
- 〇牧場ウエディング 120組(H26年現在)
- ○カマンベールチーズ製造がフロマー ジュ・フレの開発に繋がり、レストハウス の開業、消費者や異業種との交流等、 牧場の事業を多角化

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○開発当時は国内のチーズ加工はプロセスチーズ ばかりだったため、ナチュラルチーズの開発・製 造に苦慮。
- →カマンベールチーズの製造現場を視察して乳酸 菌を入手し、製法等は独自に研究した。

【今後の展望】

- ○持続可能な農業の研究と普及・啓発を 行い、農業をベースとしたセミナーを実 施していく。
- 〇ここだからできるものづくり、次のステージを考えた商品開発する。
- 〇都市型酪農において地域住民との共生 や再生可能エネルギーの考えから、バ イオガスプラントの研究を継続していく。

弓削牧場

都会の中でも、豊かな自然やおいしいチーズなどで癒やしを提供したい!

加工用

(生乳・野菜)

放牧主体の酪農と堆肥を活用し た循環型農業

(有)箕谷酪農場

(生産部門)

- •放牧酪農
- 堆肥製造
- ・施設(ハウス)野菜

搾りたての生乳を牛舎からチーズエ 房まで専用ラインで直送し、低温殺菌 とノンホモジナイズにこだわり

(有)レチェール・ユゲ(加工・販売部門)

- ・チーズ工房(牛乳・チーズ等)
- ・菓子工房(シフォンケーキ等)
- ・レストラン、カフェ、直売所
- インターネット販売

販売 .

- ・ 高級スーパー
- -百貨店
- ・レストラン
- ・ホテル 等

<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 : 鶏卵の生産、加工、直売所・カフェ運営

のほか、通信販売

·雇用者数 : 101名(H27)

•URL : http://www.oenosato.com/



平飼いで生産した 「天美卵(てんびらん)」

卵から作ったスイーツ

【取り組むに至った経緯】

- ○ケージ飼いの大規模養鶏に疑問を抱き、健康を 重視した養鶏によるこだわり卵を生産し、「天美 卵」としてブランド化を行う。
- 〇朝採れ卵の通信販売を本格的に開始し、ブランドを成長させ、顧客への訴求力のある商品開発と、おもてなしの場となるカフェの開設を着想した。

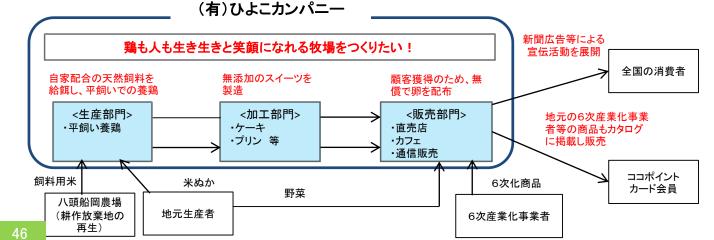
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇コストの掛かる生産のため、味に自信はあるが 高価な卵の販売
- →卵を無料で配布し、食べてその価値を理解して もらい、顧客の拡大を図った。
- ○消費地から遠い立地である直売所・カフェの、集 客力への不安
- →自然豊かな景観を生かすとともに、季節ごとにイベントを開催し、集客力を向上させた。

【取組の効果】

- 〇売上高 平成20年度から売上高が約3倍に増加 (H26)
- ○雇用者数 30名(H20)→101名(H27)
- ○飼養羽数 27,000羽(H23)→40,000羽(H27)
- 〇来店者数 約12万人(H26)
- 〇平成25年度6次産業化優良事例表彰 「食料産業局長」受賞

- 〇地元生産者と連携して地域の活性化に 取り組む。
- 〇「大江の郷」を観光地化し、農業テーマ パークとして日本一笑顔の集まる牧場 に向けて取り組む。



奥出雲の豊かな自然の中で、高品質のワインと食を 楽しんでもらいたい!

~減農薬栽培のワインと地産地消レストラン事業~

有限会社奥出雲葡萄園

<事業者の概要>

•所在地 : 島根県雲南市

•代表者 : 代表取締役 佐藤貞之

・取組内容: 葡萄の栽培、加工、直売所、

レストラン運営

·雇用者数 : 16名(H26)

: http://www.okuizumo.com/ •URL



ワイナリー



国産原料100%のワイン

【取り組むに至った経緯】

- ○減農薬栽培にこだわったワインは、市販のワイン との差別化が図れることを着想した。
- ○豊かな自然の中で醸造したワインと食を楽しむ 場を提供することでワイナリーの付加価値が高 まることに着目した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇ぶどう栽培、ワイン製造に関する知識や技術の 不足
- →世界的にスタンダードなワイン用ぶどう品種を導 入し、基本に忠実にワインを製造した。
- 〇これまで経験のなかったサービス業(レストラン) の知識やノウハウの不足
- →試行錯誤しながら、経験を積むことにより、ワイ ン製造の知識や技術、サービス業としての対応 方法を習得した。

【取組の効果】

- 〇雇用者数 1名(H2)→16名(H26)
- 〇主な原材料生産面積(ぶどう) 約1ha(H2)→約4ha(H26)
- 〇ワイン生産本数 約1万本(H4)→約5万本(H26)

【今後の展望】

- 〇生産量が限られるため、より付加価値 を高めた商品の製造を行う。
- 〇イベント等を開催し、たくさんの人たちと コミュニケーションを図ることにより、ワ インの直販販路を拡大させる。

(有)奥出雲葡萄園

奥出雲の豊かな自然の中で、高品質のワインと食を楽しんでもらいたい! 瓶詰めやラベル貼りは 園内イベント・自社のレス 減農薬のぶどう栽培 トランを販路拡大に利用 -本一本丁寧に手作業 ・フレンチレストラン •日本料理店 販売 <販売部門> <加工部門> <生産部門> 商品 • 洒店 加工用 ・ワイナリー -加工用 ・ワイン ・地産地消レストラン 百貨店、スーパー ・ぶどうジュース ・インターネット

古代の遺伝子を受け継ぐ特産品の「赤米」で地域の知名度アップ!

レッドライスカンパニ一株式会社

<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た特産品の

製造、販売による地域の活性化

•雇用者数 : 従業員2名(H27)

•URL : http://www.redrice-co.com/



赤米と備中国分寺

【取り組むに至った経緯】

- 〇地元を離れた学生時代に地元「総社市」の知名度 の低さにショックを受ける。
- 〇「総社市」の知名度を上げるため、総社市の神事 に由来する赤米を生産して6次産業化商品の開 発を着想した。

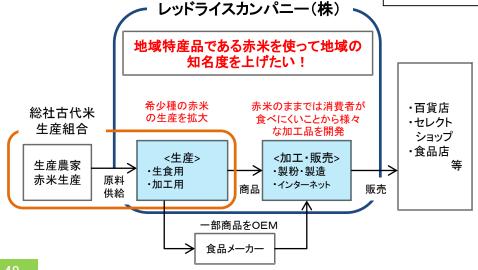
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇新規就農のため、赤米の栽培技術の習得等が必 要
- →岡山県普及センターに指導を仰ぎ「あかおにも ち」等の栽培技術が向上した。
- 〇取引先からの需要を満たす赤米生産や商品製造 (人手の不足)
- →従業員を新たに雇用することで、需要に応じた商 品の製造体制を確立した。

【取組の効果】

- 〇米栽培面積 0.35ha(H23)→5ha(H27)
- 〇雇用者数 O名(H23)→2名(H27)
- 〇赤米の田植え体験等の開催により、食 育や地元への観光客誘致に貢献
- ○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)での受賞や新聞等の報道により、赤米の知名度が向上

- ○雇用の拡大を図り、赤米生産の強化と 安定した商品の開発、製造、販売の体 制を確立する。
- 〇赤米の話題性づくりによる知名度アップと定着化を目指す。





商品の「赤米塩糀」

試行錯誤の末につくり上げた高品質山ぶどうワイン 地域資源を生かした観光振興

ひるぜんワイン有限会社

<事業者の概要>

•所在地 : 岡山県真庭市

•代表者 : 代表取締役社長 植木 啓司

・取組内容 : 自社で栽培した「山ぶどう」を使用

したワイン及び加工品の開発、製造、

販売

・売上高 : 1億1,000万円(H25)・雇用者数 : 正社員12名(H26)

•URL : http://www.hiruzenwine.com

【取り組むに至った経緯】

- 〇昭和56年から旧川上村(現真庭市)の村おこしとして、地域に自生していた「山ぶどう」を活用した商品の開発に取り組む。
- 〇自社商品の販売が軌道に乗り、平成22年に直販 ショップを併設するワイナリーを新設した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○個体差が大きい野生の山ぶどうの安定生産
- →事業開始から10年間で1,000本の木から生育データをとり、その中で成績の良い3本を選抜・育種して生産性の向上を図った。
- 〇所得向上のため、山ぶどうワイン単一の商品展開 からの脱却
- →真庭市産にこだわった商品展開と高品質ワインの 完成により経営改善を図った。



ひるぜんワイナリー

【取組の効果】

- 〇自社栽培面積 1ha(S56)→2ha(H25)
- 契約栽培面積Oha(S56)→約5ha(H25)
- ○従業員 4名(H6)→12名(H26)
- 〇売上高
 - 2,200万円(H6)→1億1,000万円(H25)
- 〇直販ショップはオープン時の目標来店 者数である年間2万人を初年度から 大きく上回り、H25年度は年間6万人 を突破

【今後の展望】

- ○新たにワイン専用品種の生産を開始し、 ワインの商品ラインナップを増やす。
- ○地域の異業者と連携して「蒜山」(ひる ぜん)の魅力をさらに多くの人にPRし ていく。



山ぶどうワインを広めることで地域に貢献したい!

土産物としてだけで 野生の山ぶどうから、 数々のワインコンクール なく、高品質ワイン ワイン用に適する木を で受賞する技術力 として全国へ 10年かけて選抜・栽培 <醸诰、 <販売部門> <生産部門> 加工部門> ・ 直販ショップ ・飲食スペース -加工用 ・ワイン 加工用 商品 ワイナリー見学 ・ジュース ・インターネット 原料供給 地域の

「山ぶどう」生産者

宿泊施設の宿泊客が ワイナリーのワイン バー(冬季間)へ来店

販売 ・酒販店 ・宿泊施設 等



ワイン等の商品



栽培している「山ぶどう」

低迷する米価や消費にも負けない! 米の高付加価値化~米粉パン等の新商品開発~

株式会社福田農場

<事業者の概要>

•所在地 : 広島県三次市

•代表者 : 代表取締役 福田 一之

・取組内容 : 米粉を活用した新商品として、米粉パン

を開発し、直売施設等での販売を実施

-売上高 : 2.000万円(H26)

·雇用者数 : 15名(H26)

•URL

http://www.kinsai-e.com/visit/gourmet/fukuda.html/





棚に並ぶ米粉パン

直売施設内

【取り組むに至った経緯】

- 〇以前から自家生産した米を使い、味噌やもちへ の加工・販売を行っていた。
- 〇米価や米の消費が低迷する中、米粉を活用し た新商品の開発による加工部門の拡大と農産 物の高付加価値化により、農業経営の安定を 図ることを着想した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇米粉を活用した新商品の開発
- →米粉セミナー等に参加し、情報収集や加工技術 の向上を図った。
- ○直売施設等の整備
- →広島県の補助事業を活用した。
- ○新商品販売のための販路拡大
- →農産物の加工・直売施設の開設により、販路を 拡大した。

【取組の効果】

- 〇加工品の売上高 500万円(H22)→2.000万円(H26)
- 〇雇用者数

4名(H22)→15名(H26)

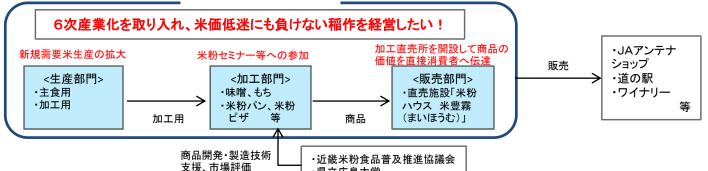
(家族経営)(パート含む)

〇主な原材料生産面積(米粉用) Oha $(H22) \rightarrow 0.8$ ha (H26)

【今後の展望】

- ○農業体験や収穫感謝祭を通じて、地域 や消費者等との交流を深めるとともに、 商品の販路拡大を図っていく。
- 〇加工部門を強化して米粉パン等の加工 品を求める消費者や観光客などに販 路を拡大していく。

(株)福田農場



·県立広島大学

開かれた牧場が提供する 環境、体験、加工商品が地域に人を呼ぶ

有限会社トムミルクファーム

<事業者の概要>

•所在地 : 広島県東広島市

•代表者 : 代表取締役 沖 正文

・取組内容 : 自社生乳の加工商品開発、直売所・レ

ストラン運営

·売上高 : 2億100万円(H26)

•雇用者数 : 16名(臨時雇用含む)(H26)

•URL : http://tommilk.co.jp/



ミルクカレー

【取り組むに至った経緯】

- 〇家族経営の酪農経営に将来への不安を感じ、平成8年に規模拡大と雇用型の酪農へ転換を図り、 平成10年に法人化。平成17年から経営の多角 化、消費者との交流を目的としてジェラートショップを開店。
- 〇年々着実に増える来場者をターゲットとした新商 品の投入により販売の増加を図る。

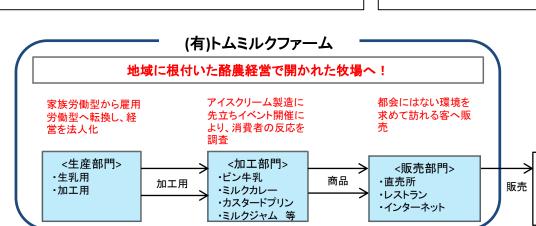
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○体験学習や観光牧場、イベント開催による来客数の増加により、手狭となった受け入れ施設と 商品製造のための人材の不足
- →従業員の増加と生産体制の強化で対応し、加工 工場・レストランを増設。
- ○販売する商品ラインナップの充実
- →消費者の二一ズを捉え、新商品の開発を継続。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 1億6,600万円(H22)→2億100万円(H26)
- 〇雇用者数(臨時雇用含む)
 - 9名(H22)→16名(H26)
- 〇搾乳頭数
 - 140頭(H22)→130頭(H26)
- 〇来客数
 - 45,000人(H22)→70,000人(H26)

- 〇リピーター客を確保することで安定した 経営を目指す。
- ○地域ネットワークとの連携を強化して、 地元である豊栄町をアピールしていく。





- •JA産直市
- ·高速SA
- 道の駅パン屋
- ・各種イベント出店 等

とろろで元気に! 地方と都市をつなぐ地域活性化「グローカル構想」 やまいもまつり有限会社

<事業者の概要>

·所在地 : 山口県 周南市 ·代表者 : 取締役 村田 将弘

・取組内容: 自然生(じねんじょう)山芋の特産化と新

商品の開発、産直ショップの運営

•売上高 : 13.400万円(H27)

•雇用者数 : 9名(H27)

•URL : http://www.maturi.co.jp/





商品開発と拠点づくり

世代をつなぐ人づくり

【取り組むに至った経緯】

- 〇スーパーフードとして根強い人気がある山芋に着 目し、一村一品運動の特産化を進める中で事業 化に至った。
- 〇高齢化する地域であっても生涯現役で活躍できる事業を目指して、地方と都市の交流と共生の ため、地域活性化とその場作りを目指す。

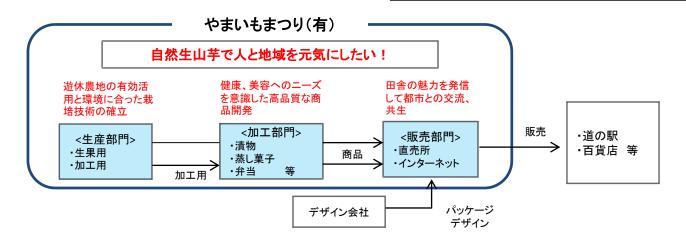
【取組の効果】

- 〇売上高 11,600万円(H24)→13,400万円(H27)
- ○雇用者数 8名(H24)→9名(H27)
- ○主な原材料生産面積(自然生)3.5ha(H24)→4ha(H27)
- 〇平成26年度6次産業化優良事例表彰 「食料産業局長賞」受賞

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○規格外品などの活用方法
- →健康志向等のニーズを捉えた加工品開発やレストラン事業に活用した。
- 〇自然生の安定生産に向けた栽培技術の確立
- →地域の環境に合わせた生産技術の向上を全国 的な交流の中から見出している。

- 〇特産品の6次産業化活用による地域振 興モデル作りと人材育成。
- 〇多様な事業者と連携したネットワークづ くりによる取組の面的拡大と成果の充 実を図る。



フランスで食べて感動したジャムを目指して! 瀬戸内海の島の果実による手作りジャム工房

株式会社 瀬戸内ジャムズガーデン

<事業者の概要>

•所在地 : 山口県 周防大島町

•代表者 : 代表取締役 松嶋 匡史

・取組内容 : 周防大島町産果実を使ったジャム、フ

ルーツソース等の開発・製造・販売

·売上高 : 7,000万円(H26)

・雇用者数 : 26名(H26)パート含む

•URL : http://www.jams-garden.com/





ジャムの各種商品

ジャムの加工風景

【取り組むに至った経緯】

- ○フランスのジャム専門店の味に魅了されたことが きっかけで、原料にこだわったジャム作りを目指 し、妻の実家がある周防大島町へ移住した。
- 〇ジャムの原料となる果実類を新鮮なまま身近に 手に入れることができる周防大島町でジャム作 りをすることを決意した。

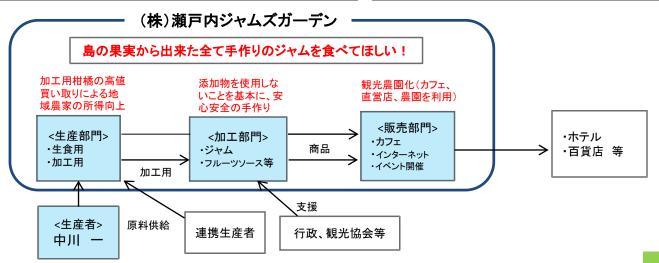
【取組の効果】

- 〇売上高 6,000万円(H24)→7,000万円(H26)
- ○雇用者数 22名(H24)→26名(H26)パート含む
- ○主な原材料生産面積(ブルーベリー等)26a(H24)→58a(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○ジャム製造に係る知識の習得
- →手作りジャム工房等を訪ね、加工や封入、賞味 期限の設定方法等を取得した。
- ○観光客の減少する冬季の売上確保
- →冬でもおいしく食べられる「焼きジャム」の開発・ 販売や、季節便制度を取り入れた年間販売の 仕組みづくりをした。

- 〇総合的なテーマパーク型農園へ移行する。(耕作面積の拡大と栽培する果実 の種類を増やした観光農園化等)
- 〇地域の特性を活かした新商品の開発を 行う。
- 〇農業を目指す若者の雇用·定住促進に よる島の一次産業の活性化を目指す。



新鮮な地魚の産直と料理の提供で旬を提供し続けたい! 地魚の美味しさを伝えたい漁師による直売所と食堂経営 阿波橘海産

<事業者の概要>

所在地 : 徳島県阿南市橘町

•代表者 : 代表取締役社長 池添 恭弘

取組内容: 直売所、食堂売上高: 400万円(H26)

■雇用者数 : 正社員1名、パート2名(H26) ■URL : http://awatatibana.sub.jp/





建物の外観

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成22年に漁業者が阿波橘海産を設立し、鮮魚 及び加工品の直売を開始した。
- ○平成23年には、近年の若者の魚離れを解消し、 鮮度の良い美味しい魚を一人でも多くの人に食 べてもらいたいとの思いがあり、食堂を併設した。

【取組の効果】

- 〇売上高 400万円(H25)→400万円(H26)
- ○雇用者数(臨時雇用含む) 5名(H25)→3名(H26)
- 〇年間来店者数 2,000人(H25)→2,500人(H26)

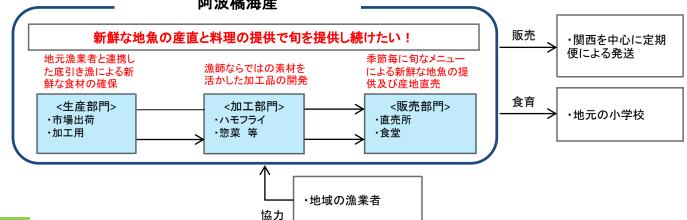
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○安くて新鮮な地魚の通年での安定供給
- →地元の漁師仲間等と連携を図ることで、地魚を 安定的に確保することが実現した。

【今後の展望】

- 〇来店する消費者との信頼関係を築き、 リピーターを獲得し、定期便による全国 発送に取り組む。
- ○魚離れの解消に向けて子ども達を中心 とした食育をより一層推進する。
- ○地域の漁師仲間等とのネットワークを 維持し、常に新鮮な地魚を提供できる 店舗経営を目指す。

株式会社 橘コーポレーション 阿波橘海産



恵まれたロケーションと健康志向のメニューで 最高のおもてなしを

きのこの里

<事業者の概要>

•所在地 : 徳島県吉野川市美郷

•代表者 : 川村 順一

・取組内容 : 農家民宿、農家レストラン、産直市

·売上高 : 約325万円(H26) •雇用者数 : 正社員2名

: http://www.cnet-oe.ne.jp/kinokonosato/ •URL



民宿の外観

【取り組むに至った経緯】

- ○地域おこしの一環として商工会が主催したグリー ンツーリズムの先進地視察に参加した。
- ○地域の自然と景観資源を求めて訪れる観光客か ら飲食施設に対するニーズを聞き、平成20年2 月に農家レストランを、同年9月に農家民宿「き のこの里」を開業した。

【取組の効果】

- 〇売上高 300万円(H25)→325万円(H26)
- 〇年間来店者数 約800人(H25)→約1,300人(H26)
- 〇都市部との交流を深めることにより、 新たに定住する者が増加

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○飲食業、旅館業を開業するために必要な許認可 等の行政手続
- →商工会や行政機関等に相談しながら、開業に必 要な許認可を取得した。
- ○地域資源を活用した特色のある料理やサービス の提供に試行錯誤
- →地元の新鮮な野菜や豆乳を使用するなどの方 法で、"体の中からキレイを育む"をコンセプトに マクロビオティック料理を提供している。

【今後の展望】

〇宿泊は1日1組限定であり、集客には 限界があるため、最高のおもてなしで1 組でも多くのリピーターを増やし、経営 を維持していく。

きのこの里

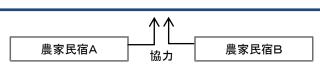
地域の素材を生かしたおもてなしで、お客さんに気持ちよく過ごしてほしい!

<生産部門> ・農産物

<販売部門> ·農家民宿 生産・加工

- 農家レストラン
- ·産直市
- ・健康志向の女性をターゲットに マクロビオティック料理をアレンジ
- ・「高開の石積み」(文化的景観重 要地域、日本の里100選)を臨む ロケーション

<農業体験> ・こんにゃく作り ・そば打ち 等



世界最薄水準!

間伐材を活用した「天然木極薄つき板」の開発

株式会社ビッグウィル

<事業者の概要>

・所在地: 徳島県東みよし町昼間

•代表者 : 代表取締役社長 近藤 清美

- 取組内容 : 構造材用化粧合板、家具等への加工

·売上高 : 9.000万円(H26)

・雇用者数 : パートを含む17名(H26) ・URL : http://www.bigwill.co.jp/





天然木不燃シート「恋樹百景」

【取り組むに至った経緯】

- ○癒やしを求めるニーズに応えるために美しい木 目を持つ天然木を自在に加工するため、紙のよ うに折り曲げることもできる世界最薄水準の技術 に着目した。
- 〇平成19年4月に起業して会社を設立した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇内装材として使用する際の不燃性の向上
- →新技術により、極力薄く仕上げることで高い不燃 性を実現した。
- ○薄さを追求する事により下地が透けてしまう弊害 が発生
- →特殊な紙を開発してシートに貼り付けることで透 過を改善した。

【取組の効果】

- 〇売上高 1,000万円(H19)→9,000万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 6名(H19)→17名(H26)
- ○障がい者就労支援施設に健常者と同 一賃金で作業委託を行い、雇用を創出 (現在10名)

【今後の展望】

- 〇新商品を実用化して売上と所得の向上 を図り、経営をさらに発展させる。
- 〇高齢者や障がい者を中心に地域雇用 を拡大させ、働くことによる「生きがい」 を応援して社会や地域へ貢献できる活 動を行う。

株式会社ビッグウィル 森林整備に不可欠な間伐材作業を行い、限りある資源を有効に活用したい! 植林、下草刈り、枝打 天然木を世界最薄水準ま 木のぬくもりや癒やし 特約店 ち、間伐、伐採の育 で加工する独自技術(特 効果を求めるユー エンド 林サイクルの適切な 許取得)を確立し360度 ザーに特約店を通じ 販売 ユーザー 販売 折り曲げにも成功 大手 <生産部門> <加工部門> <販売部門> メーカー等 •天然木材 木材シート •構造材用化粧合板、 スライス (間伐材活用) 家具等への加工 圧着 加工

イチゴも人も同じ空の下で・・・

地元業者・異業種と連携した新事業の創出

株式会社スカイファーム

<事業者の概要>

·所在地 : 香川県高松市

•代表者 : 代表取締役 川西 裕幸

・取組内容 : イチゴの生産、加工、直売所・イチ

ゴ観光農園の運営、商店街・レストランと連携した農業体験や交流会

の開催等

·売上高 : 6,000万円(H26)

•雇用者数 : 10名(うち正社員2名)(H26)

URL : http://www.skyfarm.jp





観光農園 · 直売所

【取組の効果】

- 〇売上高 2.000万円(H16)→6,000万円(H26)
- ○雇用者数 2名(H16)→10名(うち正社員2名)(H26)
- ○主な原材料生産面積(イチゴ) 22a(H16)→75a(H26)
- 〇来園者数 (観光農園·直売所)約3万人(H26)

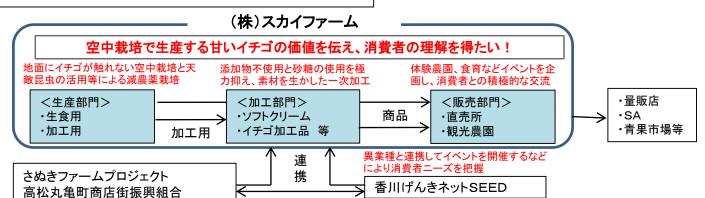
【取り組むに至った経緯】

- 〇異業種交流会において、顧客の顔を知らず、価格 決定権を持たない会社などないとの指摘を受け、 自ら加工販売や販路開拓に取り組む。
- 〇規格外品の有効活用、夏季の収入確保及び雇用創出のため、平成18年から直売及び加工品の製造を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇農業者が価格決定権を持つ販売方式
- →消費者や異業種との交流を目的に「香川げんき ネットSEED」、「さぬきファームプロジェクト」を設 立して農業者の意識・知識の向上を図るとともに 情報を一元化して産直市の運営やマッチングを 行った。
- 〇商品開発における市場ニーズの把握
- →上記団体が開催する食育セミナーや料理教室等イベントでマーケティングを行い、ニーズを把握した。

- OIT企業等と共同出資によって設立した「i アグリ」を通じて、ITを活用した新たな流 通システムの構築を行う。
- ○「香川げんきネットSEED」、「さぬき ファームプロジェクト」を通じて、更なる異 業種・消費者との交流をすすめ、県内の 農業の活性化に向けて積極的な活動を 行う。



瀬戸内海の暖かい風に乗って ミカンとオリーブの加工の通信販売とカフェ事業

有限会社井上誠耕園

<事業者の概要>

·所在地 : 香川県小豆島町 ·代表者 : 園主 井上 智博

・取組内容 : ミカン・オリーブの生産、加工品(ジャム、

オイル、化粧品等)の製造、販売

- 売上高 : 46億円(H26) - 雇用者数 : 140名(H26)

•URL: http://www.inoueseikoen.co.jp



EXヴァージン完熟絞り ピュアオリーブオイル



オリーブアロマの湯



オリーブ・柑橘化粧品

【取り組むに至った経緯】

- 〇お遍路さんへの貸し風呂が縁で始まったミカンの 通信販売に手応えを感じ、ミカンとオリーブを用 いた加工品の製造、販売を開始した。
- 〇平成20年には小豆島を訪れる観光客をターゲットにした自家製オリーブや島の野菜を使った料理を提供するカフェをオープンした。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇オリーブの品質の均一化
- →スペインのオリーブ農家と提携して原料の安定 確保を実現した。
- ○商品の特性やターゲットへ訴求力のあるパッ ケージング
- →島の民宿再生を手がけたデザイナーと連携し、 各商品のイメージを生かしたパッケージを作成し た。

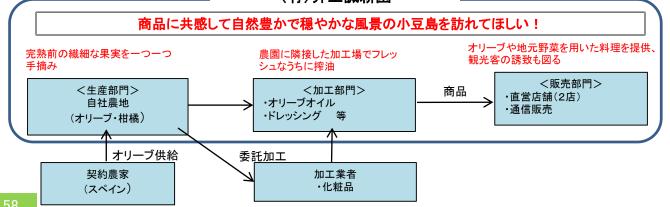
【取組の効果】

- 〇売上高 2億円(H15)→46億円(H26)
- ○雇用者数 10名(H15)→140名(H26)
- ○主な原材料生産面積(ミカン、オリーブ)ミカン2ha(H15)→4ha(H26)オリーブ2ha(H15)→7ha(H26)
- 〇来店者数 約16,000人(H26)

【今後の展望】

- 〇オリーブ、柑橘類の生産規模を拡大させる。
- ○野菜やハーブ栽培を開始する。
- 〇加工施設を新たに整備する。
- 〇中長期滞在型観光農園を創設する。

(有)井上誠耕園



農業の魅力で地域を元気に! 観光農園、ジェラートショップ等の多角運営

有限会社広野牧場

<事業者の概要>

•所在地 : 香川県三木町

•代表者 : 代表取締役 広野 正則

・取組内容 : 自社産生乳使用のジェラート・ソフトクリー

ムの開発・販売、観光農園の運営

·売上高 : 3億8,800万円(H26)

•雇用者数 : 21名(H26)

•URL : http://www.hirono-farm.com



ジェラートショップ



ジェラート

【取り組むに至った経緯】-

- 〇平成13年に農業・農村の良さを知ってもらうため に「酪農教育ファーム」の認証を受ける。
- ○生産者の顔が見える商品へのニーズに対応し、 イチゴの観光農園やジェラートショップといった 消費者と接する各部門の連携で顧客を囲い込み、 相乗効果を狙う。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

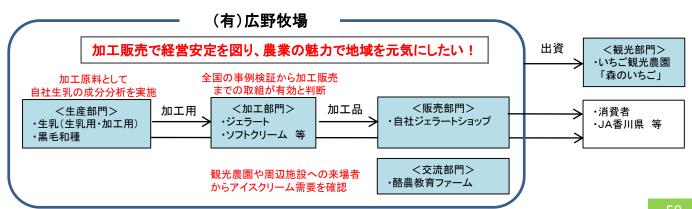
- ○自社生乳の成分を活かしたジェラート開発
- → 畜産物利用学専門の大学教授のアドバイスの下、 成分段階から研究を行った。
- 〇リピーターを呼べるジェラートショップの設計と建 設費の節減
- →工務店勤務時代の人脈を活かしてイメージの具 現化を図り、補助事業の活用により建設費の節 減を行った。

【取組の効果】

- 〇売上高 5,500万円(H13)→3億8,800万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 2名(H15)→ 21名(H26)
- 〇来店者数 約4万人(H26)

【今後の展望】

〇自社産生乳使用のチーズを原料に使ったピザが食べられるお店「森のピッツェリア V ACCA」をオープンさせ、地元(三木町鴻池地区)に10万人の集客を目指す。



地域農家との連携で地域を元気に! 地域コミュニティーの維持発展を目指した6次産業化による 取組 株式会社味彩

<事業者の概要>

•所在地 : 愛媛県西予市

代表者 : 代表取締役 富永 誠司取組内容 : 農産物の生産、加工、販売

·売上高 : 2億4.000万円(H24)

·雇用者数 : 40名(H24)

•URL : http://www.ehime-ajisai.jp/

【取り組むに至った経緯】

- 〇西予市城川町域内の過疎高齢化による産業弱体化、地域コミュニティー崩壊の危機に対する問題意識に寄与するため、6次産業化を決意。
- OJAで営農指導員をしていた経歴から、生産農家 との連携を発揮できることに着目した。
- ○柚子と栗の市場価格が低迷する中で、周年での 安定取引が期待できる加工品開発に着手した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇手作りのため、コストが増大
- →コストに見合うクオリティ—の高い商品の開発や 販路開拓を行った。
- 〇加工技術の伝承
- →ものづくりを伝承するため、瓶缶詰・菓子・醤油・ みそ等の分野別の製造体制を構築した。
- ○愛媛県西予市産の原料を使用した新商品の開 発
- →特産品であるピーマンとその葉を活用した「おや き」を商品化した。



ピーマンの「おやき」

野菜の「ペースト」



【取組の効果】

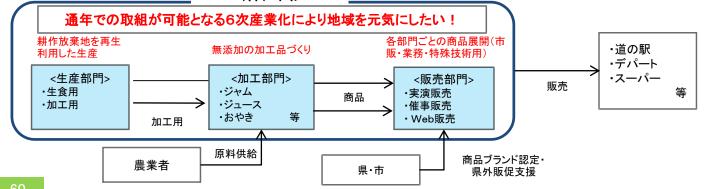
- 〇売上高 1億6.000万円(H21)
 - → 2億4,000万円(H24)
- 〇果樹·野菜栽培面積 2ha(H21)→4.5ha(H24)
- ○雇用者数(パートを含む) 15名(H21)→40名(H24)

付加価値のある加工品を製造・販売することで、所得を確保し、農産品の周年 出荷体制を確立。

【今後の展望】

- ○豊富で多彩な農産物を用いたバラエ ティー豊かな冷凍商品の開発を目指す。
- 〇農産物がもつ、機能性成分などに着目 した商品の開発を目指す。

(株)味彩



真っ赤なフルーツトマトへの情熱 栽培と製法にこだわったトマトジュースの販売

有限会社池一菜果園

<事業者の概要>

•所在地 高知県土佐市

•代表者 : 代表取締役 池 洋一

・取組内容 : 高糖度フルーツトマトを用いた保存料や

食塩を使用しないジュースの製造、販

売

·雇用者数 : 27名(パート含む)(H27) •URL

: http://www.iketomato.co.jp/







こだわりのフルーツトマト

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成9年から水分補給を抑制するなどの方法で 高糖度となるトマト(フルーツトマト)の栽培を開 始した。
- 〇平成16年に取引先からの要望とパート従業員の 年間雇用を図るため、トマトジュース開発の研究 を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇保存料無添加等によるトマトジュース製造での安 全性確保
- →失敗の原因究明を行い、試行錯誤を繰り返して 独自に考案した。
- ○ジュースの味を決めるトマトそのものの高品質栽 培
- →発酵肥料にこだわり、栽培に惜しみない時間と 労力を投下し、栽培技術を確立した。

【取組の効果】

- 〇売上高 平成18年度から約1.3倍(H21)
- ○雇用者数(パート含む) 30名(H19)→27名(H27)
- 〇主な原材料生産面積(トマト) $1 \text{ha}(H19) \rightarrow 1.6 \text{ha}(H27)$

【今後の展望】

〇トマトの機能性に着目した商品開発を 行う。

(有)池一菜果園 情熱の結晶である高糖度トマトジュースで雇用を維持したい! 水分抑制と発酵肥料 添加物や水を加えず、高糖 購入金額に応じてポ により高糖度のトマト 度トマトのみを使用 イントを付与 ・デパート を栽培 •物産展 ・アンテナショップ 生食用 <生産部門> <加工部門> <販売部門> ・トマトジュース •生食用 商品 ・インターネット パスタソース等 •加工用 加工用

ベジタリアンの鶏卵「コロンブスの茶卵」でスイーツ開発 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 : 自社産鶏卵「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

キ等の開発・販売

売上高 : 1億4,200万円(H26)雇用者数 : 正社員7名(H26)

•URL: http://coccorando.com/company.htm



「コロンブスの茶卵」 を使用したロール ケーキ



コロンブスの茶卵

【取り組むに至った経緯】

- ○素性の明らかな植物性飼料のみで飼育したベジ タリアンの鶏卵を「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。
- 〇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。

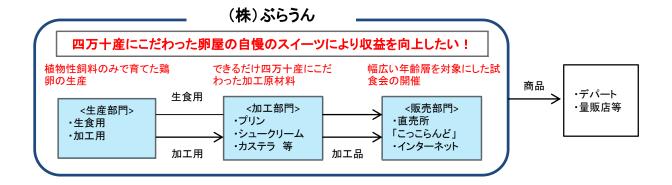
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇味(美味しさ)を追求した商品開発
- →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た。また、幅広い年代 の方を対象とした試食会を開催し、消費者二一 ズを把握した。
- 〇パッケージデザインの決定
- →デザイナーのアドバイスを仰ぎ、オリジナルデザ インを開発した。

【取組の効果】

- 〇売上高 9千万円(H22)→1億4,200万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 6名(H22)→10名(H26)
- 〇採卵鶏 25,000羽を飼育
- 〇来店者数 約10万人(H26)

- ○首都圏等都市部へ販売を展開する。
- 〇地元食材を取り入れた新商品を開発す る。



活き車えびにも負けない!

高度冷凍技術を用いた冷凍車えびの新しい販売方式

株式会社拓水

<事業者の概要>

所在地 : 福岡県福岡市中央区舞鶴3-6-23-708

・代表者 : 尾崎 孝義

・取組内容 : 車海老の養殖・加工・販売

・売上高 : 5億円(H26)・雇用者数 : 31名(パート含む)

•URL : http://takusui-ebi.com/



冷凍車えび

【取り組むに至った経緯】

- ○活きでの流通が常識である車えびは、わずかな供 給量の増減で相場が大きく変動するため、安定し た経営が困難なことから、出荷時期の調整を着想。
- 〇養殖車えびは成長が気候に左右され、需要の関係から出荷時期が集中するため、価格の変動が激しく、経営を圧迫していたが、消費者への提供は必ずしも生きたままされていないことに着目。
- 〇平成21年に高度冷凍技術を活用した凍結機を導入し、活き車えびと遜色のない高品質冷凍車えび を安定供給して販路を拡大。

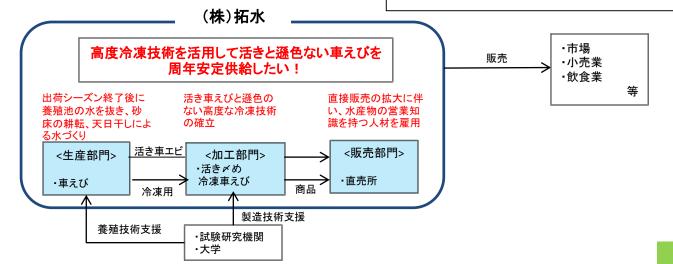
【取組の効果】

- 〇売上高
 - 4億5.000万円(H22)
 - → 5億円(H26)
- 〇養殖面積
 - 24.5万㎡(H22)→ 31万㎡(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 30名(H22)→31名(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○高品質な冷凍技術の開発
- →製造試験を繰り返し、テスト販売や料理人による 試食を重ねて、活き車えびと遜色のない冷凍技術 を確立した。
- 〇活き車えびとは異なる、冷凍食品として求められる品質管理
- →選別、冷凍、保管等の各段階における品質管理 の仕組みを構築し、それを徹底している。

- ○活き車えびでは供給できなかった新たな 販路を開拓して車えび全体のマーケット を拡大し、車えび全体の価格上昇につな げたい。
- 〇平成25年に農林漁業成長産業化ファンド の出資を受けた子会社である沖縄栽培 水産(株)による車えびの周年生産と安 定供給の実現を図る。



地元「筑豊・田川」の野菜・果物にこだわりたい! 豊富なメニューのバイキングレストラン運営

有限会社ラピュタファーム

<事業者の概要>

• 所在地 :福岡県田川郡川崎町安眞木4408-11

•代表者 : 杉本 利雄

- 取組内容 : 農産物の生産販売、観光農園、加工品

製造販売、レストランの運営

·売上高 : 6.500万円(H25)

・雇用者数 : 20名(パート含む)(H25) : http://laputa-f.com/ •URL



レストラン外観

【取り組むに至った経緯】

- 〇市場価格が低下したため、平成8年に梨やぶど う狩りができる観光農園を開始。
- 〇平成10年には果樹園内に都市農村交流を目的 とした施設を建設し、試行錯誤の末、自家生産 の果物や地元農産物を使ったランチバイキング レストラン事業を開始。
- 〇地元の野菜や果物をメインとし、旬に合わせてメ ニューを毎月7割更新するなど、リピートして訪 れたいレストラン運営を展開。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○飲食業の経験がない中で、平日の集客の工夫な どレストラン経営の難しさ
- →女性にターゲットを絞り、旬の野菜や果物を中心 としたランチバイキングへ変更した。
- 〇リピーターが増加するための工夫
- →飽きのこないよう、女性スタッフの感性でメニュー の7割を毎月更新した。

【取組の効果】

- 〇売上高 500万円(H10) → 6,500万円(H25)
- ○雇用者数(パート含む) 2名(H10) → 20名(H25)
- 〇来店者数 約6万人(H25)

【今後の展望】

- ○事業を継続的に向上させる。
- 〇小ロットでできる加工品を増やす

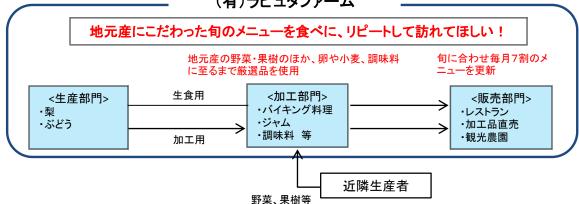


地元の旬の素材を 使った手づくり料理



厳選素材を使用した調味料など

(有)ラピュタファーム



ねぎ一筋40年! 土や水にこだわるねぎ名人の6次産業化

有限会社伊万里グリーンファーム

<事業者の概要>

- 所在地 : 佐賀県伊万里市二里町八谷搦926

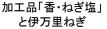
•代表者 : 前田 清浩

・取組内容 : 伊万里小ねぎの生産、加工及び販売

- 売上高 : 5,900万円(H24) - 雇用者数 : 25名(H24)

•URL : http://www.imari-gf.com/







加工品「ねぎスープ」

【取り組むに至った経緯】

- 〇ねぎを生産して約40年、平成9年に知事から逸品 づくり農業者「ねぎ名人」を授与された。
- 〇中国等アジア地域から安価な生鮮品が輸入され、 競争の激化による売上高減少への危機感が高ま り、加工品の製造販売による付加価値向上を決意。
- ○首都圏の見本市に出展した際に、ねぎ加工品の 高い市場性を感じ、土や水にこだわって栽培した ねぎを用いて、平成21年から乾燥ねぎ、ねぎスー プ等の加工品の開発を実施。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇ねぎの風味や旨みを残しつつ、消費者ニーズを捉 えた商品の開発
- →類似品の商品調査と取引先等から市場ニーズを 把握した。
- ○加工品の新たな販路開拓
- →取引先である量販店等への営業を強化するととも に、展示商談会へ積極的に参加した。

【取組の効果】

- 〇売上高 3,000万円(H3)→5,900万円(H24)
- 〇小ネギ栽培面積 106a(H3)→ 236a(H24)
 - TU0a(ロ3*)→* Z30a(ロZ4*)* 7戻田多数(パーL今よ)
- ○雇用者数(パート含む) 9名(H3) → 25名(H24)

【今後の展望】

- 〇生産性と品質管理をさらに高め、乾燥ね ぎパウダー、ねぎペースト等の新商品開 発を行う。
- 〇消費者向けの店頭販売やネット販売等 の新たな販売ルートを構築する。



ねぎハウスと「ねぎ名人」前田さん

(有)伊万里グリーンファーム 土や水にこだわって栽培する名人の作る自慢のねぎを味わってもらいたい! 青果市場 玄界灘海水塩のシンプルな味 堆肥による土づくり 商品を使用したオス 量販店 販売 と水へのこだわり 付けで香り・風味を生かす スメレシピを紹介 •食品卸問屋 生鮮品 <販売部門> ·旅館(売店) <加工部門> <生産部門> •飲食店 乾燥ねぎ •生鮮用 ねぎ塩 •直売所 加工用 加工用 ・ねぎスープ等 商品 ・インターネット

おいしいジュースをさらにおいしく!

減農薬栽培みかんを使用した冷凍ジュースの開発

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大字太良4144

•代表者 : 田島 彰一

・取組内容 : 農産物の生産、柑橘の生産・加工・販売

·売上高 : 1.800万円(H24) •雇用者数 : 4名(パート含む) : 0954-67-0513 •TEL



スパウト(冷凍)ジュース

【取り組むに至った経緯】・

- ○規格外品の有効活用を図るため、ジュースの製 造・販売を行っていた。
- 〇おいしさに対する評価がクチコミで広まり、さらに 美味しく、安心して食べられる商品に特化しようと 考え、減農薬栽培に取り組んだ。
- ○海外の冷凍ジュースのおいしさに驚き、取組の重 要性を感じ、独自のジューサーで美味しい完熟み かん果汁だけを搾った「贅沢搾り」のジュースや、 加熱殺菌による風味低下を抑えた冷凍ジュースを 開発した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○ジュース、ジャム製造でのアク取り、殺菌などの製 造方法の確立
- →機械に頼らない手作りでの製造により対応できた。
- ○細胞を傷つけずおいしく冷凍する方法の確立
- →細胞を傷つけない急速凍結庫を導入した。

【取組の効果】

- 〇売上高 800万円(H14) → 1,800万円(H24)
- 〇栽培面積 $3ha(H14) \rightarrow 5ha(H24)$
- 〇雇用者数 2名(家族経営)(H14) → 4名(H24)

【今後の展望】

- ○食べ物にも使えるアロマオイルの製造・ 販売を行う。
- ○オーガニック栽培技術を確立してクレメン ティンの新たな早生系品種を導入・栽培 する。



おいしさにさらに磨きをかけたこだわりジュースを 多くの人に味わってもらいたい!

スペインから新しい柑 橘品種「クレメンティン」 を導入

独自のジューサーの活用 と加熱殺菌による風味低 下を抑えた冷凍ジュース

・ジャム 等

商品の価値を直接消費 者に伝達

<生産部門>

・クレメンティン ・ポンカン

·不知火 等

<醸造部門> ・ジュース 冷凍ジュース

<販売部門>

・インターネット • 直売所



「独自ジューサー」 搾りのジュース

スペインから導入した 「クレメンティン」

産みたてのおいしい卵を多くの人に味わってほしい! 九州全土に広がる新たな卵の販売方式「朝取りたまご」

株式会社コッコファーム

<事業者の概要>

•所在地 : 熊本県菊池市森北1077

・代表者 : 松岡 義清

・取組内容 : 鶏卵鶏肉の生産、農産物の直売所、レ

ストラン運営、健康食品の製造販売

- 売上高 : 25億4,000万円(H26) - 雇用者数 : 166名(パート含む)(H26)

•URL : http://cocco-farm.co.jp/



たまご庵 全景

【取り組むに至った経緯】

- ○自社の新鮮な産みたて卵を大小いろいろなサイズ で詰め合わせた箱売りによる販売方式により、消 費者の購買意欲が高まることに着目。
- 〇主力商品である「朝取りたまご」を1箱3kg1,234円で販売する従来にない販売方式により九州全土に顧客が広がり、地元農産物の直売所、たまご・鶏肉を中心としたレストラン、健康食品の製造を展開。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○直売所に農産物を出荷してもらうため、地元生産 者との信頼関係の構築
- →座談会を通じ、地元住民の理解と協力を得る。
- 〇安定的な雇用の確保
- →60歳以上を新規採用して団塊の世代の働き口を 提供することとした。
- ○顧客の確保
- →ポイント機能付きメンバーズカードを発行して顧客の確保と顧客情報のデータベース化を行った。また、定期的にDMを発送してリピート客を確保した。

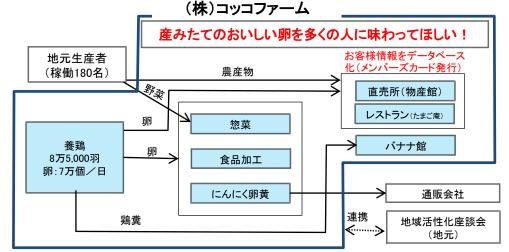
【取組の効果】

- 〇地元生産者250名と連携
- 〇売上高

25億4,000万円(H26)

- 〇雇用者数 166名(パート含む)(H26)
- 〇来店者数 約110万人(H26)
- 〇平成25年度6次産業化優良事例表彰「食料産業局長賞」受賞

- ○通販事業の売上げを伸ばしていく。
- 〇地域と共生し、地域と一体となったまちづくりを行い、コッコファームの存在価値を さらに高める。





朝取りたまご 3kg/1,234円

消費者にいつまでも美しい花を届けたい! 日本唯一の洋ランのボトルフラワー開発と販路開拓

有限会社宮川洋蘭

<事業者の概要>

•所在地 : 熊本県宇城市三角町戸馳397

•代表者 : 宮川 政友

・取組内容 : 洋ランの生産・販売、ボトルフラワーの

製造・販売

売上高 : 2億9,000万円(H25)雇用者数 : 30名(パート含む)(H25)

•URL : http://www.livingorchid.com/



ボトルフラワー

【取り組むに至った経緯】

- ○平成23年にオランダのホテルで目にしたボトルフラワーの美しさと、いつまでも色褪せない不思議さに衝撃を受け、帰国後、洋ランの規格外品を用いて開発に着手した。
- 〇高価なランでも、手入れが不要で長持ちすること からヒットを予感し、事業性を確信した。
- 〇満開に咲いた出荷できない花を用いて、ボトルフラワー加工を行い、インターネット販売や輸出等を 実施した。

【取組の効果】

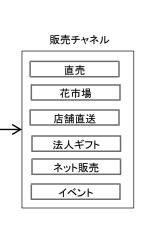
- 〇売上高 2億5,000万円(H23)
 - → 2億9,000万円(H25)
- ○雇用者数(パート含む) 25名(H23) → 30名(H25)
- 〇楽天市場人気ランキングー位獲得 (フラワー部門 2013年9月時)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇花びらの枚数が少なくて大きいランはドライ加工 が技術的に困難
- →乾燥期間や作業場の温度や湿度を分析し、2年間の試行錯誤の末、ドライ加工技術を習得した。
- ○新規事業立ち上げによる人員や資金の確保
- →若いパート社員を4名雇用したほか、国の補助事業を活用した。
- ○国内にない商品のため業界も懐疑的
- →試作品サンプルを配布して信頼を獲得した。

- 〇手入れが不要で、永久保存も可能という 特長を生かし、お供え用などの商品を開 発する。
- 〇地域の特産品に育て、島に50人の雇用 を創出して地元への貢献を図りたい。







JFIトレードフェア2013 ベストプランツ賞

特産品であるカボスにより自然豊かなふるさとを守りたい! <u>自然豊かな里山の「かぼす」を全国へ発信</u>

あねさん工房株式会社

<事業者の概要>

·所在地: :大分県豊後大野市緒方町冬原832-3

・代表者 :進藤 充啓

・取組内容:かぼすの生産加工、かぼす狩り、加工品

製造体験等の都市農村交流

•雇用者数:9名(H26)

•URL: http://www.anesan-kobo.com/



かぼす果汁

【取り組むに至った経緯】

- 〇果汁製造のため、毎年、大量に廃棄される果皮の 有効活用を着想し、マーマレードを開発して知人 におすそ分けしたところ、好評だったことから、近 所の人と本格的に加工を開始した。
- 〇平成20年に「おおいたワンコインふるさとコンクール」で最優秀賞を獲得したことから、商品への問い合わせが増え、平成21年に加工施設を整備した。
- 〇完熟カボス果汁やマーマレード、摘果したカボス の甘露煮等を製造・販売を行うとともに、カボス狩 りや加工品製造体験等の都市農村交流を実施。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○カボスの風味を生かした加工技術の確立
- →設備の整った加工施設を整備するとともに完熟したカボスを用いて風味を最大限生かして、デパートや業務用向けとして販路を開拓した。
- ○青果カボスの販路開拓
- →市場にあまり流通していなかった完熟カボスの販売を行い、冬の鍋シーズンに向けて販路を拡大した。

【取組の効果】

- 〇青果の販売増に伴い栽培面積を増加
- 〇売上目標の早期達成

(総合化事業化計画の目標を2年前倒 し)

〇雇用の拡大

【今後の展望】

- 〇カボスの生産体制を見直すとともに、自 社では不足する原料は周辺農家との契 約栽培を目指す。
- 〇青果販売ができない規格外品の有効活 用を行う。



かぼす青果

あねさん工房(株)

特産品であるカボスにより自然豊かなふるさとを守りたい! 高齢農家の農園を借りて 未利用だった果皮や摘果 都市農村交流で表現で観光客 の有効活用 実施して観光客

〈生産部門〉

- •青果出荷用
- -加工用

都市農村交流を積極的に 実施して観光客向けに販 売を展開

〈販売部門〉

- ・ゆうパック ・インターネット
- •直売所

販売 ・デパート ・業務用実需者 等

異業種と共同研究して開発した新技術を活用! 脱臭ニンニク、生姜のペースト加工・販売事業

有限会社太陽ファーム

<事業者の概要>

- 所在地 : 宮崎県都城市高城町6226-5

・代表者 : 牧田 信良

取組内容 : 農産物の生産、加工売上高 : 10億2,000万円(H25)

•雇用者数 : 58名(H25)

•URL : http://www.taiyofarm.com/



ニンニクペースト・生姜ペースト

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成22年にニンニク、平成23年に生姜の栽培を 開始した。
- ○青果販売の量的拡大だけでは収益性の向上が困難と判断し、自らが生産するニンニク、生姜を使った加工品(匂いの少ないニンニクペースト、生姜ペースト)開発・販売に取り組む。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇収穫時期における労力の集中
- →収穫作業の機械化と貯蔵施設を整備した。
- 〇原料・製品の増加に伴う輸送コスト増と品質を維持するための輸送手段の確保
- →冷蔵トレーラーを有する運送業者と連携した。

【取組の効果】

〇売上高

5億5,000万円(H22)

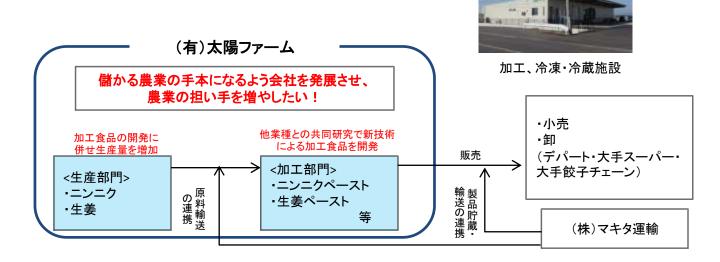
→ 10億2,000万円(H25)

〇栽培面積

 $1ha (H22) \rightarrow 5ha(H25)$

○雇用者数(パート含む) 40名(H22)→ 58名(H25)

- 〇商社等への販路を拡大する。
- 〇二ン二クのパウダーや乾燥チップ等の新 商品開発を行う。



森林の価値を向上させる地域企業を目指す! 製材時に発生する端材を有効活用して木質バイオマスエネ ルギーに転換 吉田産業株式会社

<事業者の概要>

•所在地 : 宮崎県日南市南郷町榎原甲2091

・代表者 : 吉田 利生

•取組内容 : 製材業、住宅用部材・建築用部材、製廃

材チップの製造販売

•雇用者数 : 87名(パート含む)(H26)

•URL : http://www.yoshidasangyo.net/



バイオマスボイラー施設

【取り組むに至った経緯】

- ○製材時に発生する規格に満たない端材がバイオマスエネルギーとして有効活用できることに着目し、原価割れで販売していた端材をバイオマスエネルギーとして活用することで、価値を生み出し、経営の改善が期待できることから事業化を決意。
- ○燃油の高騰に対応するため、端材を燃料とする木 質バイオマスボイラーを導入し、木材の乾燥に必 要なエネルギーの自社供給を実現した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇施設整備に要する費用の調達
- →関係機関へ施設整備に係る支援策の相談を行った。
- ○通年稼働に必要な燃料(チップ・バーク)の確保
- →山林の管理を徹底し、山林内に放置されている 「未利用間伐材」や樹皮などを燃料として活用した。

【取組の効果】

- ○バイオマスボイラーの導入により、外注 すると年間約3,000万円掛かる木材の乾 燥を自社で賄うことにより、コストを削減。
- 〇山林内に放置されている「未利用間伐 材」や樹皮の有効活用を実現。

【今後の展望】

- ○集成材をプレカットしてパッケージ化し、 韓国の伝統木造建築「韓屋(はんおく)」 の構造材キットを製造・輸出。
- 〇端材を利用した国産割り箸の生産・販売 を行う。



加工用「チップ」

吉田産業(株)

森林の価値を向上させる必要不可欠な地域企業を目指したい!

杉を製材する際に大量に発生する 端材と店舗から回収した自社生産 の使用済み割り箸を活用

<生産部門>

端材(チップ・バーク)

端材を木質バイオマス燃料として使用し自社の木材乾燥のコストを削減

<活用部門>

・木質バイオマス燃料



間伐材 伐採現場

特産品で農業の魅力を伝えたい! 農地の真ん中のスイーツカフェから米粉商品発信

有限会社福冨農産

<事業者の概要>

- 所在地 : 宮崎県東諸県郡綾町大字北俣1423-2

・代表者 : 浮邉 博之

・取組内容 : 農産物の生産、米粉パン・米粉菓子製

造・販売、ショップ&カフェの運営

·売上高 : 2.600万円(H26)

■雇用者数 : 9名(パート含む)(H26) ■URL : http://www.ffg-aya.com/





Fukutomi Farm Garden Ava

米粉スイーツ

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成16年に有限会社福冨農産を設立した。
- 〇平成23年に米の消費拡大を図るため「米粉」を キーワードにスイーツカフェ
- "Fukutomi Farm Garden Aya"を開設。米粉パン、米粉ロールケーキ、米粉シフォンケーキ等を提供する。
- ○異業種との連携で商品づくり、ブランド確立を図る。

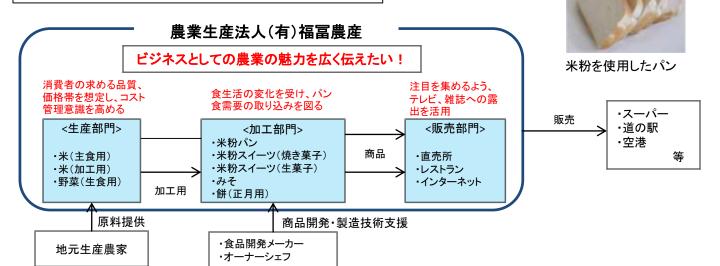
【取組の効果】

- 〇売上高 2.300万円(H24) →2.600万円(H26)
- ○雇用者数 9名(パート含む)(H26)
- 〇来店者数 約26,000人(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇米粉を主原料とした商品開発
- →専門機関との連携や専門職人の採用により、米 粉の特性を活かした商品を開発した。
- ○商品のパッケージ・デザインの決定
- →地元のデザイナーとの連携してデザインを検討 した。

- 〇地元の農畜産物を活かし、消費者ニー ズに合った商品作りを継続する。
- ○多彩な事業展開により地域内雇用を拡 大していく。



豊富な食物繊維に着目!

沖永良部島の特産品であるキクラゲの加工品開発

沖永良部きのこ株式会社

<事業者の概要>

·所在地 : 鹿児島県大島郡和泊町皆川865

•代表者 : 今井 宏毅

・取組内容 : キクラゲの生産・加工・販売

- 売上高 : 6,300万円(H27) - 雇用者数 : 18名(H27)

•URL : http://www.okierabukinoko.com/



キクラゲ加工品

【取り組むに至った経緯】

- 〇豊富な食物繊維に着目し、輸入品が大宗を占める キクラゲの国産品への需要のシフトに期待した。
- 〇平成20年製糖会社から子会社を買収して事業を 開始し、工場を整備して本格生産に着手した。
- ○敷地内にある製糖工場から出るサトウキビの絞り かすからバガスを培地として利用したキクラゲの 加工品を製造した。

【取組の効果】

- 〇売上高 4,000万円(H23) → 6,300万円(H27)
- ○キクラゲ生産量38トン(H23) → 52トン(H27)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○ダニや害菌による品質低下
- →フィルムを使用した菌床を開発し、防除することができた。また、フィルムを使用したことにより無農薬 栽培を確立した。
- 〇サトウキビを活用した栽培方法等のノウハウの確立と普及
- →サトウキビの絞りかすを活用した生産方法を企業 と共同開発し、特許を申請した。

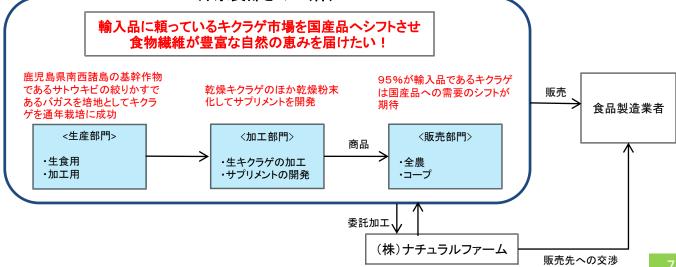
【今後の展望】

- 〇キクラゲの総菜や栄養成分を活用した 健康補助食品を開発する。
- 〇大都市を中心とした販売戦略の推進す る。

ダニや害菌による品質低下を 防ぐためのクリーンルーム内 における自動接種機



沖永良部きのこ(株)



石垣島でホルスタインを飼育!

自家製牛乳や地元農産物を活かしたジェラート開発

農業生産法人有限会社伊盛牧場

<事業者の概要>

•所在地:沖縄県石垣市

•代表者 :代表取締役 伊盛米俊

・取組内容: 酪農及びジェラートの製造・販売

·売上高: 1億6.000万円(H26)

·雇用者数 : 20名(H26)

•URL : -



加工直売所「ミルミル本舗」

【取り組むに至った経緯】

- 〇石垣の海と美しい夕焼けの景色を、地域の人に 見て喜んでもらいたいという想いがあり、その景 色を活かせる仕事として酪農を開始した。
- ○生乳の販売だけでは経営的に成り立たず、生乳 の加工に着手。参入の手軽さからジェラートの製 造・販売を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○暑さに弱いホルスタインの飼育。
- →牛舎を整備してホルスタインの飼育環境を改善 し、飼養規模の拡大を図った。
- ○経営安定化のための加工・販売事業の拡大。
- →2店舗目の直営店を開設した。

【取組の効果】

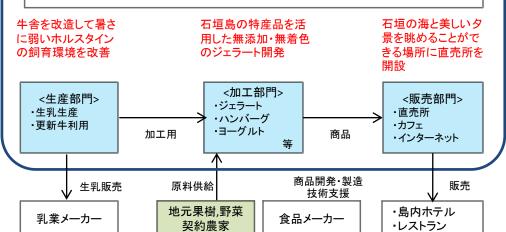
- 〇売上高
 - 6,000万円(H23)→1億6,000万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 8名(H23)→20名(H26)
- ○飼養頭数 70頭(H23)→130頭(H26)

【今後の展望】

〇牛乳加工品(ソフトクリーム、ヨーグルト等)の開発と、乳用牛の更新牛を活用した牛肉加工品の開発に取り組むとともに、それぞれの加工施設を整備する。

(有)伊盛牧場

石垣島のきれいな景色を楽しみ、石垣島らしいものを食べてもらいたい!





「ミルミル本舗」空港店



自家生産牛乳のジェラート

② 農林漁業者団体など複数 の農林漁業者による取組

年間30万人が訪れる観光スポットに成長! 世界的観光地「ニセコ」の風景と、地元の良質な食材を生かしたミルク工房、レストラン等を展開

株式会社髙橋牧場

<事業者の概要>

所在地 : 北海道虻田郡二セコ町代表者 : 代表取締役 髙橋 守

・取組内容 : 農産物加工(アイスクリーム、プリン、

シュークリーム、ヨーグルト等)、直売

所・カフェ・レストランの経営

・売上高 : 5億4,000万円(H26)・雇用者数 : 正社員48名(H26)

•URL: http://www.milk-kobo.com/

【取り組むに至った経緯】

○ 自信を持って生産した良質な生乳を消費者に評価して欲しいとの想いから、自社産の生乳を使用したアイスクリーム等のスイーツの製造を決意し、「ミルク工房」を建設した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 加工品販売の実績がなかったため、「ミルクエ 房」の建設に要する資金確保が困難
- → 町の観光課と連携し、ホテル等の販路を確保した上で資金計画を作成した結果、融資を受けることができた。
- ○「ミルク工房」周辺に外食サービスがないため、 観光客を滞留させることができない
- → 外食不在を逆手にとって、自らレストランを開業。 地元の野菜生産者と連携し、新鮮で高品質な地 場の野菜をビュッフェ形式で観光客に提供。レストランの目玉にするとともに、地域の生産者に安 定的な野菜の供給先を提供した。

極限まで牛乳の香りを楽しんで もらえるシュークリーム



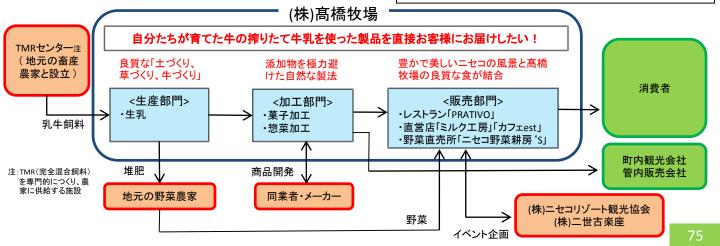


レストランでは食事を楽しみながら、羊蹄山が一望できる

【取組の効果】

- 〇売上高 9,000万円(H7)→ 5億4,000万円(H26)
- ○雇用者数 4名(H7)→48名(H26)
- ○年間生乳生産量 400t(H7)→1,370t(H26)

- 自社産の生乳を使用したチーズ、ピザを製造するため、チーズ工房を建設。また、自社ブランドの牛乳を販売していく。
- 酪農家を目指す若者を研修生として受け 入れ、地域の担い手を確保・育成していく。
- これらの事業に取り組むことにより、より多くの雇用を創出し、地域に賑わいと活気を もたらすような場を提供していく。



酪農を核としたフットパスにより、体験・地域・交流・風景・ 未来を創造!

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 : フットパス、生乳を使った菓子、牛肉料

理の提供

-売上高: 1億7,459万円(H26)

·雇用者数 : 16名(H26)

•URL: http://www.nemuro-footpath.com/gyuu/

【取り組むに至った経緯】

- ○酪農や地域の魅力を多くの人たちに伝えること により、農村と都市の交流、子供たちの教育、地 域の活性化に貢献したかった。
- 〇平成15年、同世代の酪農家と連携してフットパス を整備。フットパスプログラムを充実させることが、 結果として6次産業化に発展した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○集客を増やすためにリピーターを作りたい
- →5つの牧場の魅力を生かしたレストラン、喫茶店、 キャンプ場、体験館等のフットパスプログラムを 充実させ、何度来ても飽きさせない工夫により 観光客のリピーターを確保した。
- →豚、ヤギ、羊などを放したミニ動物園を併設した り、雄大な景色を見ながら食事を楽しめるように 窓枠を大きくして、レストランの居心地を良くした ことで、地元住民の来客、リピーターが増加した。

地元住民



レストラン「ATTOKOあっとこ」







フットパス

レストランメニュー

ソフトクリーム

【取組の効果】

- 〇売上高 1億1.000万円(H22)
 - →1億7,459万円(H26)
- 〇雇用者数 13名(H22)→16名(H26)
- 〇来場者数 6.000人(H15)→24.300人(H26)

【今後の展望】

- ○隣町のフットパスと連携してルートを拡 大することで、根室市にとどまらない観 光資源に発展させたい。
- 〇宿泊施設を整備し、四季を通じて魅力 を発信する酪農地域にしたい。

の風景を楽しみながら歩くこと【Foot】ができる小径(こ

みち)【Path】』のこと。(日本フットパス協会より)



観光客

旅行会社

モチモチ感の可能性に着目! 幼児や高齢者等でも食べやすい加工品開発

農事組合法人赤沼営農組合

<事業者の概要>

•所在地 : 青森県十和田市

•代表者 : 代表理事組合長 沼岡晴男

取組内容 : もち小麦の生産、加工、販売、直売所の

運営

·売上高 : 1億円(H26) •雇用者数 : 正社員2名(H26) - 電話番号 : 0176-22-4242



直壳所外観



もち小麦加工品

【取り組むに至った経緯】

- 〇耐寒・耐雪性に優れたもち性小麦の食感と食味の 良さから高いブランドカを確信した。
- ○餅よりも低い粘着性のため、飲み込む力が弱くて も、安心して食べられることに着目した。

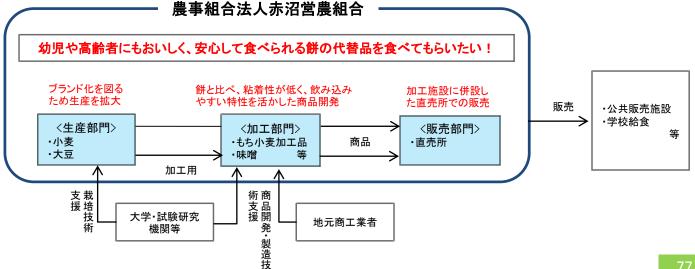
【取組の効果】

- 〇売上高(もち小麦、もち小麦加工品等) 1,000万円(H23)→2,700万円(H26)
- 〇雇用者数(パート含む) 1名(H23)→6名(H26)
- 〇主な原材料生産面積(もち小麦) $1.7\text{ha}(H23) \rightarrow 10\text{ha}(H26)$

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○もち性小麦に対する認知度の低さによる販売先 の確保と商品開発
- →ブランド化を図るため、産学官連携による新商品 開発を行い、試作品を直売所で販売した。
- ○大豆の加工品製造・販売施設の整備
- →補助事業を活用した加工設備の整備と併せて、ア ンテナショップとなる直売所も新設した。

- ○もち小麦の特性を生かした新たな商品を 開発する。
- ○商談会への出展など販路拡大に取り組 む。



酪農家の女性たちが夢を実現! <u>地元食材を原料にジェラー</u>ト工房を開業

くずまき乳製品加工研究会

<事業者の概要>

•所在地 : 岩手県岩手郡葛巻町

•代表者 : 代表 中村和子

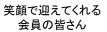
取組内容 : 牛乳の生産、加工、カフェレストランの

運営

・売上高 : 320万円(H26)・会員数 : 9名(H26)

•URL : http://clover-batake.com







地元素材にこだわった ジェラート

【取り組むに至った経緯】

- 昭和51年に酪農家の女性で「よつば会」を発足。 国内外の酪農現場を視察し資質向上を図りな がら、平成22年6月に有志9人で「くずまき乳製 品加工研究会」を立ち上げた。
- 〇 平成25年3月に工房「クローバー畑」を設置し、 ジェラートの製造・販売を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇地元食材の風味を生かしたジェラート開発
- → 30種類以上のジェラートを試作し、常時10種 類の商品を提供している。
- 〇工房運営のための人材確保
- →開店当初は、集客が見込める金、土、日及び祝日の月曜日を営業日とした。製造・販売行程の効率化により、平成27年9月から木曜日も営業日とした。

【取組の効果】

- 〇売上高 0円(H23)→320万円(H26)
- 〇会員数 O名(H23)→9名(H26)
- 〇牛乳生産から加工、販売まで一貫した取 組により酪農経営の発展と安定した活 動が実現。
- 〇地元食材の使用により地域が活性化。
- ○葛巻町の魅力向上に貢献。
- 〇女性の能力開発(新しい分野への挑戦)、 自信と生きがいの構築。
- 酪農業のイメージアップ。

【今後の展望】

- 〇お歳暮用などギフト商品の販売を行う。
- ○ランチ及び冬期間のカフェメニューを充 実させる。

くずまき乳製品加工研究会 葛巻町の自然を感じながら、私達のジェラートを味わって欲しい! ブログによる情報発信 鮮度を活かし、添加物をでき 工房でジェラート直売の他、 生産者自らが乳製品の るだけ使用しない、地元食材 ランチ・カフェメニューを提供 加工販売の取組を実施 を取り入れた商品開発 情報提供• 〈生産部門〉 〈加工部門〉 〈販売部門〉 販売 消費者 •工房直売 研究会会員の ・ジェラート製造 生産生乳使用 ・カフェ営業 地元食材(野菜、果物等)提供 地域農家·会員

農地を守り、地域と共に発展する経営体を目指す。

有限会社アグリードなるせ

<事業者の概要>

•所在地 : 宮城県東松島市

•代表者 : 代表取締役 安部 俊郎

・取組内容 : 農産物の生産・加工

·売上高 : 7.500万円(H26)

•雇用者数 : 常時雇用 5名(H26)

•URL : https://agriead.jp/





加工施設NOBICO(ノビコ)

のびるバウム

【取り組むに至った経緯】

- 〇地域農業の受け皿となる組織を目指し、米·大豆 等の土地利用型作物の生産を中心とした法人を 平成18年に設立した。
- ○東日本大震災後、復興につながる経営の安定化 を目指し、加工・業務用のトマトやばれいしょ等の 生産・販売、米粉・野菜粉等の農産加工等に取り 組む。

【取組の効果】

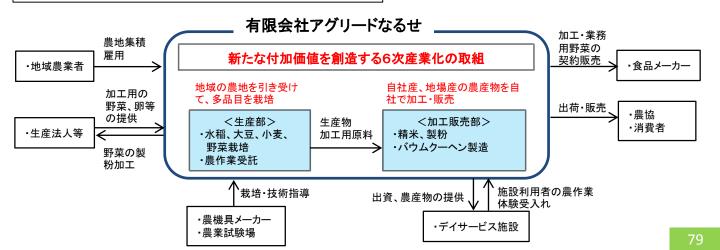
- 〇売上高 3,900万円(H22)→7,500万円(H26)
- ○雇用者数 常時雇用 1名(H22)→5名(H26)
- 〇農産物生産面積 43ha(H22)→96ha(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇米·大豆等の土地利用型作物を主体とした生産 から、安定した経営に向けた収益性の向上、周年 雇用の実現
- →実需者との連携による園芸作物の生産・販売、地域の農業生産者との協力による自社産・地場産 農産物を活用した加工品の開発・販売、運営する デイサービス施設への給食用食材の継続的供給 や同施設からの農作業体験受入れに取り組む。

【今後の展望】

〇自社の直売所を新設して販売を強化することに加え、他の農業法人等との連携を強化して自社で生産していない野菜・果物等を使用した商品を開発・販売するなど、地域全体の底上げを目指す。



高齢者に届けるお弁当と思いやり 野菜をふんだんに使ったお弁当で地域を元気に!

農事組合法人坊沢営農組合

<事業者の概要>

·所在地 : 秋田県北秋田市 ·代表者 : 代表理事 長崎克彦

・取組内容 : 農産物の生産・加工・販売、宅配弁当の

製造・販売

・売上高 : 1億円(H27)・組合員数 : 67名(H27)・電話番号 : 0186-62-9182



豆腐、弁当の加工所

【取り組むに至った経緯】

- 〇規格外となる大豆の付加価値向上と地元での通 年雇用の創出を図るため、豆腐の加工を開始し た。
- ○買物が不便な地域であるため、高齢者が食べや すい自社生産野菜を中心に製造した弁当の宅 配事業を着想した。

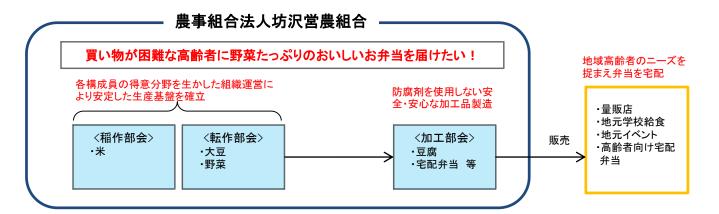
【取組の効果】

- 〇売上高 6,900万円(H22)→1億円(H27)
- ○雇用者数(パート含む) O名(H22)→12名(H27)
- ○水稲、大豆の生産面積 69ha(H22)→77ha(H27)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○豆腐の製造技術
- →各種研修会に参加したほか、豆腐製造業者から 指導を受けて製造技術を習得した。
- 〇高齢者向け宅配弁当のニーズ把握
- →高齢者世帯へのアンケート調査によりニーズを 把握した。

- ○豆腐など加工品の競争力をさらに高め、 販路を開拓する。
- ○味へのこだわりと添加物等の使用を抑え た安心できる商品を提供する



品質にこだわったお米を食べてもらいたい!

120戸の農業者が団結して取り組むおいしい「庄内産米」の生産と販売拡大 株式会社庄内こめ工房ほか

<事業者の概要>

•所在地 : 山形県鶴岡市

•代表者 : 代表取締役 齊藤一志

・取組内容 : 米の集荷・販売、もちの加工・販売、農

薬・肥料の販売

·売上高 : 6億6.000万円(H26) •雇用者数 : 正社員8名(H27)

: http://www.komek.jp/ •URL



研究会のメンバー



米飯

【取り組むに至った経緯】

- ○消費者が求める米づくりを行えば、米は必ず売れ ることを確信した。
- ○米のおいしさを数値化して評価すれば、消費者が 米購入の際の明確な購入判断のきっかけになるこ とに着想した。

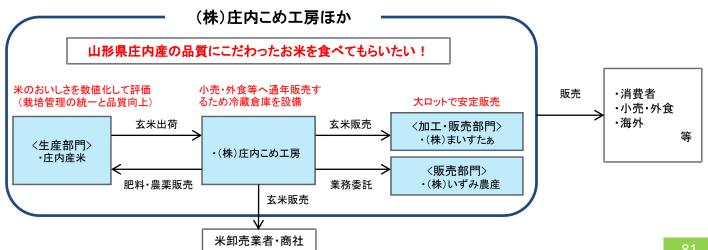
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇安定した取引のための良食味米等の栽培
- →研究会を立ち上げ、それぞれの知識や経験を持 ち寄り、良食味米の生産に取り組むとともに、低タ ンパク米の栽培を開始した。
- 〇省力化等のコスト削減
- →養豚業からの発想で、米の生産・流通におけるエ 程の合理化と関連会社への業務委託等によるコ スト削減に取り組んだ。

【取組の効果】

- 〇売上高 5億3,000万円(H20)→6億6,000万円 (H26)
- 〇雇用者数 3名(H20)→8名(H27)
- 〇米の生産 120戸、700ha(H20)→120戸、800ha(H26)
- 〇平成25年度6次産業化優良事例表彰 「食料産業局長賞」受賞。

- ○地域農業を維持するため、更なる省力化 及び低コスト化を行う。
- ○消費者や流通事業者のニーズに沿った 生産を行い、安定した販売先の確保を目 指す。



多彩な果実をはじめとする「地域の宝がココにある!」 その"強み"を最大限に活用し、6次産業化に取り組む 株式会社産直あぐり

<事業者の概要>

•所在地 : 山形県鶴岡市

•代表者 : 代表取締役 澤川 宏一

・取組内容 : 農産物直売所・農家レストランの運営、

加工食品の製造・販売

•売上高 : 1億3.000万円(H26)

■雇用者数 : 正社員13名、パート5名(H26) ■URL : http://www.santyokuagri.jp/



新鮮な農産物が並ぶ直売所



人気商品「プレミアム ラ・フランスジュース」

【取り組むに至った経緯】

- 〇旧櫛引町(現鶴岡市)の果樹・野菜等を振興する フルーツタウン構想の実現に向け、農業者等で任 意団体を設立して産直の取組を開始し、平成20年 に法人化した。
- ○行政と連携しながら、首都圏での産直や修学旅 行の農業体験受入れ等の都市農村交流、規格外 の果実等を使ったジュース、菓子等の加工、レス トラン等の幅広い事業に取り組む。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

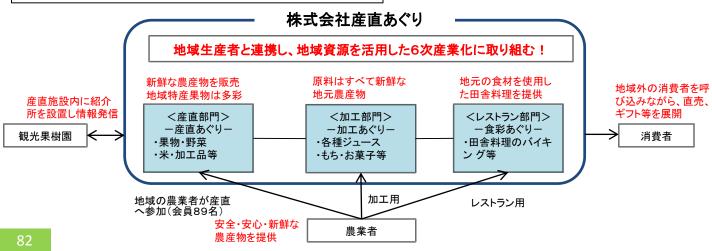
- 〇食品の「安全・安心」の確保
- →「やまがた農産物安全・安心取組認証制度」の認 証団体として、出荷者に対して農産物の出荷前の 農薬分析を義務化する等の取組を行っている。
- 〇他の産直施設や商品との差別化
- →構成員の女性を中心とするグループ「あぐり女性 の会」が中心となってのオリジナル商品の開発・ 販売や観光果樹園紹介所の設置による誘客等に 取り組む。

【取組の効果】

- 〇産直会員の売上高合計 2億7,200万円(H16)
 - → 3億9,500万円(H26)
- 〇会員農家数 86名(H16)→89名(H26)
- ○加工・レストラン等の売上高 4,300万円(H16)→8,300万円(H26)
- 〇来客数

47万6千人(H16)→ 50万9千人(H26)

- 〇冷蔵・貯蔵体制を整備することにより、周 年で6次産業化商品の製造・販売に取り 組み、事業を拡大する。
- ○果実の加工品(ジュース等)について香港、 東南アジア等への輸出も見据えて販路拡 大を図る。



新設の直売所で地産地消を推進! 小麦新品種(ゆめかおり)の普及と米粉加工品の製造・販売 新ひたち野農業協同組合

<事業者の概要>

•所在地 : 茨城県石岡市

•代表者 : 代表理事組合長 金井 一夫

・取組内容 : 直売所の運営と地元産小麦・米粉を原

料としたパン・菓子製造、販売及び地元

農産物を使用した惣菜の製造・販売

■雇用者数 : 32名(パート含む)(H27)(直売所)
■URL : http://daichinomegumi.jimdo.com/

【取り組むに至った経緯】

〇直売所は、農業振興はもとより、農業者にとって自 分の生産する農産物の評価の場として重要である と考えた。

〇平成24年9月に直売所「大地のめぐみ」がオープン した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

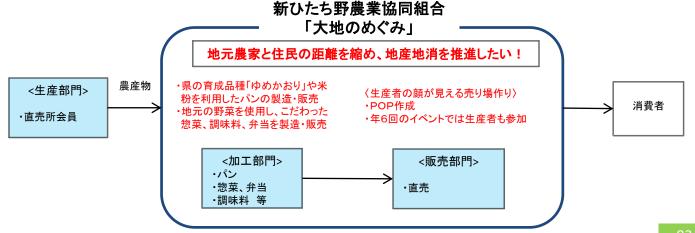
- 〇新品目の導入と年間を通じた地元産農産物の品 揃えの充実
- →直売部会員会議を開催し、作付出荷計画を作成 するとともに、栽培技術向上のための講習会を開催した。
- 〇パン・菓子職人等の確保
- →外部のパン職人から技術指導を受けた。
- 〇特徴を持たせた店舗づくり
- →季節や年中行事に併せたイベントを開催した。



【取組の効果】

- 〇直売部会員数 180名(H27)
- ○直売所雇用者数(パート含む) 32名(H27)
- 〇来店者数 23万人(H27)

- ○贈答用商品の開発・販売を行う。
- ○「大地のめぐみ」オリジナル商品を開発 する。



幻の伝統野菜を復活させたい! 「国分にんじん」の生産振興と新商品開発

農事組合法人国府野菜本舗

<事業者の概要>

•所在地 : 群馬県高崎市

•代表者 : 代表理事 真塩光枝

取組内容 : 農産物の生産、加工、直売所・レストラン運営雇用者数 : 18名(パート含む)(H26)(加工・販売部門)

•URL: http://kokufuyasaihonpo.nomaki.jp/cn3/pg15.html



国分にんじん



にんじんジュース

【取り組むに至った経緯】

- 〇時代とともに規格が合わなくなり、生産が減少した「国分にんじん」を守りたいとの思いから、平成21年より生産活動の拡大の取組を開始した。
- 〇生産振興を図るため、規格外農産物を活用した 高付加価値商品の開発に取り組む。

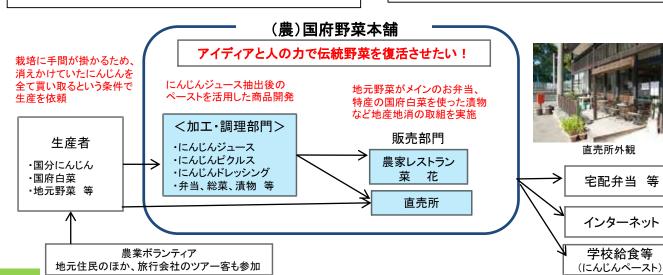
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇日持ちする加工品の開発、万人向けで食べや すい商品の開発
- →消費者アンケートや試食会を基にした商品開発を実施した。
- 〇にんじんジュース抽出後に大量に発生する ペーストの処理
- →農家レストランで提供する野菜ジェラートに活 用するとともに、学校給食等に販売した。

【取組の効果】

- 〇伝統野菜生産協力者 6名(H21)→10名(H27)
- 〇伝統野菜生産面積 8a(H21)→50a(H27)
- 〇雇用者数(加工・販売部門に携わる者) 18名(うち、パート3名)

- 〇地域に伝わる食文化や伝統食の情報を 発信する。
- 〇地元農産物を活用した加工品開発や地域の農業振興に貢献できる活動を行う。
- 〇地域雇用の受け皿として活動する。



釣りたてのスルメイカを船上で加工! 鮮度にこだわったイカの加工品開発と販売事業

御宿岩和田漁業協同組合

<事業者の概要>

•所在地 千葉県御宿町

•代表者 : 代表理事組合長 畑中 英男

・取組内容 : イカの加工、販売 ·売上高 : 110万円(H26) ·雇用者数 : 13名(H26)

•URL : http://www16.ocn.ne.jp/~

jfonjuku/index.html







水揚げされたイカ

沖清け・沖干し



沖漬け 盛りつけ

【取り組むに至った経緯】

○漁業資源の減少や魚価の低迷、燃油高騰、組合 員の高齢化などにより漁業生産性が著しく低下傾 向にある状況で、比較的値崩れが起こりやすいス ルメイカの付加価値の向上を目指し、漁業者と共 同で加工品を製造した。

【取組の効果】

- 〇イカ加工品の売上高 110万円(H26)
- 〇雇用者数 13名(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○原価率の高さ
- →氷温で品質を保持することによる高付加価値化の 訴求を行い、売価に反映させ利益を確保した。
- ○販売ルートの構築
- →インターネットや高速道路市原サービスエリアで の販路拡大、直売を強化した。

【今後の展望】

○安定した経営を目指し、新しい商品の 開発を行う。

御宿岩和田漁業協同組合 鮮度にこだわったスルメイカ商品の販売で漁業経営を安定したい! • 直売所 鮮度にこだわり釣り上げた インターネット販売での 販路拡大 後、船上で加工 •土産物店 販 売 •高速道路 <生産部門> <加工部門> <販売部門> -ビスエリア ・沖漬け 生鮮用 •生鮮出荷 加工用 沖干し 直売所 ・インターネット 加工用

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~

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 茂

・取組内容 : 卵の生産、加工、直売所の運営

·売上高 : 5億2.000万円(H26)

•URL: http://chuoyokei.or.jp/index.html







店舗内部



ロールケーキ、マドレーヌ等

【取り組むに至った経緯】

〇収益性の低い規格外卵の有効利用を図るため 平成24年から加工品の製造を開始した。

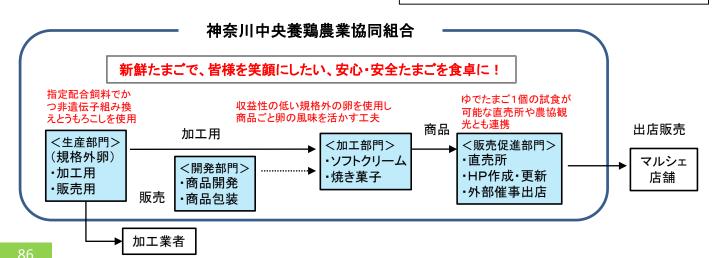
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○卵の風味を最大限に活かすため、商品ごとの卵 使用量の調整等レシピの開発
- →卵を使用したお菓子作りに取り組むため、専門 の担当者を新たに配置して研究を重ねた。
- →開発に当たっては、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。

【取組の効果】

- 〇売上高 2億6,000万円(H23)→5億2,000万円(H26)
- ○直売所来店者数 年間41,000人(H24)→64,300人(H26)

- ○観光土産や贈答品用の商品を開発す る。
- 〇消費者ニーズを捉えた季節ごとの商品 を提供する。
- 〇デパートの催事や地域のイベント等へ の積極的な参加による販促、バスツ アーによる集客を図る。



平塚漁港発!おいしい地どれ魚の消費拡大 地産地消推進に向けた販路開拓

平塚市漁業協同組合

<事業者の概要>

•所在地 : 神奈川県平塚市

•代表者 : 代表理事組合長 後藤 勇

・取組内容 : 水産物の加工・直売・レストラン

- 売上高 : 7,600万円(H26) - 雇用者数 : 95名(H26)

•URL: http://www.jf-hiratsuka.org





店舗外観

商品写真(須賀湊の燻し魚)

【取り組むに至った経緯】

○市民が漁港の存在を知らないという現状を変え、「魚が獲れる平塚市に住み、地どれ魚を食べる幸せを知ってもらいたい」という思いを伝える。

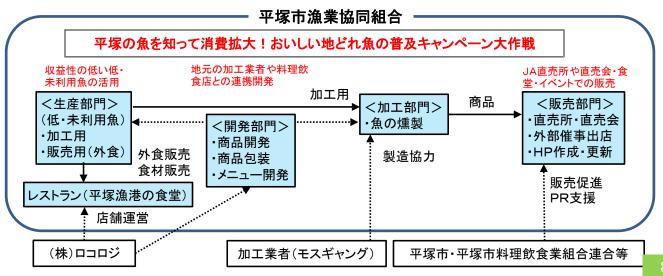
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○消費者の購入意欲をより刺激するパッケージの 作成
- 〇日によって変わる漁獲魚種に合わせたレストラン のメニューの開発による集客の継続
- →平塚市の農水産課、商業観光課の助言や、イベントでの来場者との直接対話による意見を取り入れ、パッケージ、商品及びメニューに反映した。 (日替わり品、限定品等)

【取組の効果】

- ○事業全体の売上高 6,400万円(H23)→7,600万円(H26) 干物等販売、水揚げの増加による製氷、 指導事業の収入増加。直販、購買売上 の増加による。
- 〇直売会来場者数 720人(H23)→1,000人(H26)
- 〇食堂利用者数 48,950人(H26年5月~H27年3月)

- ○二軒目のレストランの建設を予定。また、 年10回くらいキッチンカーを利用して地 元消費者への認知度を高めていく。
- ○消費者等との繋がりを積極的に作り、 地元FM局・行政・飲食業組合・農協と 連携し、更なる販売促進を図る。



鮮度ばつぐんのアジを「見て」「感じて」「味わって」! 養殖アジを使った商品・料理と体験事業で地域を活性化 内浦漁業協同組合

<事業者の概要>

•所在地 : 静岡県沼津市

・代表者 : 代表理事組合長 大沼 富久 ・取組内容 : 水産物の加工・直売・レストラン

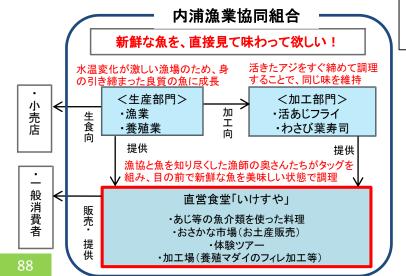
●売上高 : 5億962万円(H26) ●URL : http://ikesuya.com/

【取り組むに至った経緯】

- 〇地元の養殖業者の所得の向上のため、水揚げし たばかりの新鮮な養殖アジを使って商品開発を 行い、漁協直売所で販売した。
- 〇近隣の観光施設や旅館組合と連携して体験型の 漁業ツアーを実施し、地域への集客増を図るとと もに漁業の現場をPRした。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇日持ちしないわさび葉寿司を取り扱う直営食堂は 営業日が日曜日に限られ、売上げが伸び悩み
- →通年営業できる漁協直営食堂「いけすや」を新築 したことで、わさび葉寿司だけでなく食堂メニュー や物販品等の売上げが増加し、集客も増えた。
- 〇土日・祝日を中心に食堂の利用者が増えたが、 人員不足により、回転率が低下
- →食事団体の予約を開店時に受け入れることで、混 雑が緩和され限られた人員でも対応できるように なり、回転率が向上した。また、利益率が高い食 堂に人員を回すため、漁業体験を中止した。





活あじお造り定食

【取組の効果】

〇売上高(共済部門除く) 4億6,224万円(H23)→5億962万円(H26)

- 〇わさび葉寿司については、お土産品と して日持ちするよう、商品の改善を図っ ていく。
- 〇新たな商品等を考案し、更なる需要の 拡大を図る。あわせて、魚価を上げる ための活動を展開する。
- ○一般客と団体客の受入体制を改善し、 より多くの方が利用できる施設にする。
- ○「いけすや」を拠点に、近隣の観光施設 (伊豆三津シーパラダイス、伊豆長岡 温泉旅館組合)や地元の食堂・旅館経 営者と連携を図り、地域への観光客増 加に向けた取組を行う。



活あじわさび葉寿司

雪室貯蔵野菜を地域ブランド食材に! <u>風土資源などを活用した米・野菜の高付加価値化販売</u>

飯塚農場

<事業者の概要>

•所在地 : 新潟県南魚沼市八色原

•代表者 : 飯塚 恭正

・取組内容 : 農産物の生産・加工・販売

•売上高 : 1億4,500万円(H25)

•雇用者数 : 11名(H25) •電話番号 : 0257-79-4180



4家族による複合経営



にんじんジュース

【取り組むに至った経緯】

- 〇昭和54年に初めて行った特別栽培で作物が全滅し、土づくりの重要性を痛感した。
- ○豪雪地帯で冬場の営農対策に取り組むため、地 域資源である雪の活用に着目した。
- 〇平成16年に米·野菜·スイカの特別栽培農産物の認証(作付面積(H25):30ha)を受け、平成20年から雪室貯蔵で米·野菜の旨味を引き出す高付加価値化のほか、規格外野菜の委託加工による商品化や通年販売を実施した。

【取組の効果】

雪室貯蔵

- 〇売上高
 - 9,000万円(H11)→1億4,500万円(H25)
- 〇雇用者数

常勤7名、非常勤延べ350名(H11)

→常勤11名、非常勤延べ450名(H25)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇畑作物の連作障害
- →大学関係者から指導・助言を受けて改善した。
- 〇労働力の確保
- →家族間の役割分担を明確にし、効率を上げた。
- ○高付加価値化のノウハウ不足
- →県の普及担当者等から助言を受けた。

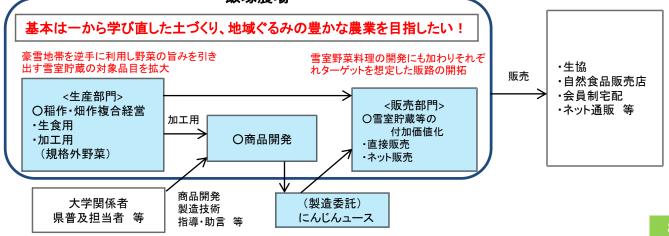
【今後の展望】

○新規作物(多品目)の展開、付加価値 のある新商品開発により、若い就農者 に夢を与えられる農業を目指す。



にんじん畑

飯塚農場



地元のPR活動の手ごたえを商品に! 小松市特産のトマトと地場産野菜を使用したトマトカレー 小松市農業協同組合

<事業者の概要>

•所在地 : 石川県小松市上小松町

・代表者 : 代表理事組合長 西沢 耕一・取組内容 : 農産物の生産、加工、販売

- 売上高 : 2,653万円(H26)(トマトカレーシリーズ)

-雇用者数 : 6名(H26)(加工施設)

URL : http://www.ja-komatsushi.or.jp/

トマトカレーシリーズ

【取組の効果】

Oトマトカレーシリーズ(レトルト)の売上高 23万円(H20) → 2,653万円(H26)

〇加工施設の雇用者数

常時雇用4名(H23) → 6名(H26)

○規格外トマトの活用

約3t(H21) → 約18t(H26)

○福祉施設へ作業委託(延べ人数) 9名(H22) → 20名(H26)

【取り組むに至った経緯】

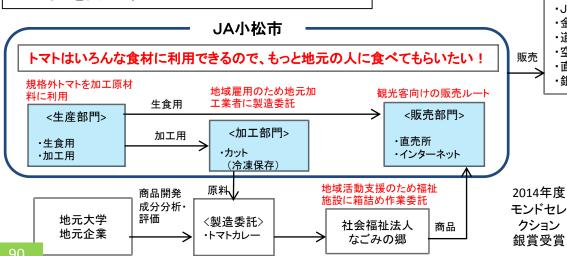
- 〇トマトまつりで好評だった小松市産トマトを使った ご当地のトマトカレーの需要に着目した。
- 〇「小松のトマト」の知名度アップと規格外品の有効活用を図るため、平成19年に新商品の開発・販売に着手した。
- ○開発したトマトカレーは、直売所、道の駅や東京 銀座にある「いしかわ百万石物語江戸本店」等で 販売するとともに、レストランで提供している。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○通年生産するための施設整備
- →6次産業化推進整備事業を活用して加工施設等 を整備し、計画的な生産に対応した。
- ○商品の販売先の確保
- →JA直売所や地元道の駅での販売に加え、地元 企業の食堂で提供した。
- →各種コンクールへの応募により、商品の知名度 向上を図った。

【今後の展望】

- 〇トマトカレー開発のノウハウを新たな農産物を利用した新商品開発に生かし、 組合員の更なる所得の向上と地域の 活性化を目指す。
- ○福祉施設への作業委託量を増やすこと により、一層、通所者の生きがいや自 立につなげていきたい。



•JA

- 金沢駅(Aガイヤ)
- •道の駅
- ・空の駅
- •直売所
- ・銀座 江戸本店 等



美しい里山をみんなのふるさとに! 寒天の里山岡の道の駅でふれあいを大切にした素朴な 手作り商品の販売

株式会社山岡のおばあちゃん市

<事業者の概要>

•所 在 地:岐阜県恵那市

・代表者:株式会社 山岡のおばあちゃん市

駅長 後藤 妙子

・取組内容:農産物の生産及び加工品の販売、レストラン

事業、直売所

· 売 上 高: 2億8,200万円(H24年) • 雇用者数:50名(パート含む) (H24)

http://oba-chan.enet.jp/



(日曜朝市の風景)

【取り組むに至った経緯】

- 〇高齢者の生きがいの場づくりとして平成7年に 13名の有志により日曜朝市の取組を開始した。
- 〇平成16年に開設された道の駅の集客力に着目 し、消費者との距離が近く、ふれあいを大切にし た直売所で新鮮な野菜、手作り加工品の販売、 地元の旬の野菜や山菜を中心としたメニューを 提供するレストラン事業に着手した。

【取組の効果】

〇売上高

1億8.800万円(H16)→2億8.200万円(H24)

○雇用者数(パート含む)

26名(H16)→50名(H24)

〇地元産へのこだわりにより、広く町内外から の支持を受け、生産者の意識が向上

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○常設販売所の開設、販売スペースの拡大
- →平成12年に地元の空き店舗を活用し、初めての 常設直売所を開設した。

平成16年には道の駅の開設に伴い、道の駅の運 営をはじめ、直売所やレストラン事業を開始した。

【今後の展望】

- 〇野菜の周年販売ができるよう、冬季に 収穫できる野菜の導入を目指す。
- ○事業の継続を図るため、若い世代へ参 加を呼びかける。

(株)山岡のおばあちゃん市

ふるさとに帰るように四季折々の花が咲く里山「山岡」へ遊びに来てほしい!

標高400メートルの里山の ため、昼夜の寒暖の差に よる甘みの強い野菜生産

全国シェア80%の地域ブ ランド山岡細寒天を用いた 加工品開発

ふれあいを大切にした直 接販売と旬の野菜、山菜 を中心とした手作りの味

〈生産部門〉 〈加工部門〉

加工用

•野菜

·山菜

•寒天、寒天加工品

・天然酵母パン 等

〈販売部門〉

•直売所 ・レストラン

商品



道の駅全景

山菜を中心としたメニュ

地域の地域による地域のための拠点へ 品質にこだわった直売所を中心とする複合施設の運営 株式会社げんきの郷

<事業者の概要>

• 所 在 地:愛知県大府市

・代表者:株式会社 げんきの郷

代表取締役社長 鈴木 康男

・取組内容:都市近郊において、生鮮品、加工品等を販

売する直売所やレストラン、天然温泉など

の複合拠点施設を整備

· 売 上 高:36億2,000万円(H25)

•雇用者数:212名(H25)

http://www.agritown.co.jp/



直売所風景

【取り組むに至った経緯】

- ○地域農業の変革と活性化を目標として、地元のもの を地元で販売するための拠点となる施設を整備
- ○利用者と生産者が互いに「顔の見える」関係づくりを 重視し、その強化を図る必要があった。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○「豊富な品揃え」「質の高い産物」への出荷者の意 識改革
- 〇端境期対策・店頭の品切れによる販売チャンスロス
- →生産者出荷組織による自主的な出荷ルールを策定 した。また、生産者間で作付け品種を調整すること によりリレー出荷を行っている。

【取組の効果】

- 〇売上高 24億1.000万円(H13) →36億2.000万円(H25)
- 〇雇用者数 205名(H12)→212名(H25)
- ○地場農産物の生産増加や農業所得の 向上、後継者や雇用の創出など地域 農業の発展・振興に大きく貢献

【今後の展望】

- ○直売と食のコラボ「げんきの郷の野菜を つかってます」認定制度の推薦を行う。
- ○野菜ソムリエによる情報発信を行う。

(株)げんきの郷

品質に対するこだわりを徹底。 利用者と生産者の「顔の見える」関係づくりを強化。

農作物 の販売

直売所

- ・出荷登録農家同士で組織的に 品質チェック
- ・来店者に野菜の選び方や 調理方法を生産者がアドバイス

グリーンセンター

温泉施設

レストラン

加工販売施設

・地場食材を使った惣菜等を 調理者が直接販売

研修施設

・農業の体験イベント等も開催し 利用者と生産者との交流

来場

利 用 者

直売所 の認定

飲 食 店

出

荷

登

録

農

家

ふれあいの駅「うりぼう」の再興

地域の農産物の直売・加工品販売と体験交流

農事組合法人うりぼう

<事業者の概要>

・所 在 地:三重県いなべ市

・代 表 者:農事組合法人 うりぼう

代表理事 日紫喜 淳

・取組内容:農産物の生産・加工・販売、直売所、体験教室

- 売 上 高: 1億8,500万円 (H24)

•雇用者数:8名(H24)

http://www.net-uribou.jp/



直売所「ふれあいの駅うりぼう」

【取り組むに至った経緯】

- ○平成元年に旧いなべ町の農協で週1回の朝市を会員30名でスタートしたところから発展し、平成8年に朝市うりぼうを開設した。ところが、平成14年に運営不振や近隣鉄道の廃線の影響により閉鎖。
- 〇その後、市町村合併を契機に、より広域な地域からやる気のある農家を募り、地域の人々に地場農産物を届けたいという想いで、平成16年に新たな場所に直売所を設置。

【取組の効果】

- 〇売上高3,800万円(H15)
 - →1億8,500万円(H24)
- ○雇用者数 0名(H15)→8名(H24)
- 〇来客数15万人(H24)
- ○組合員数189名 (うち市内155名、市外34名)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇会員、来客数の減少
- →「朝市うりぼうを考える会」を発足して会員の募集 や売り場の新設、パートの雇用、レジの導入等経営 の改善を図った。体験工房、体験農園を開設し、地 域住民との交流を図った。客層として少ない若年層 にも来てもらえるよう、三重県産の牛乳といなべ市 の特産品を使用したアイスクリームの販売を開始し た。
- ○青果物の販売が中心であり、農閑期(冬)における 商品不足
- →直売所に加工所を併設し、いなべ市の特産品を 使ったパン、惣菜等を製造・販売することで、通年販売できる商品を揃えた。

【今後の展望】

○インターネットによる販売等により、売上 が拡充を図る。



売場の様子

農事組合法人うりぼう

若年層を含め、幅広い層に利用してもらえる直売所を目指して!

栽培技術の向上や土づくり 幅 <生産部門> ・野菜

•花

*米 等

幅広い年齢層に向けて多様な商品を開発 | ペルエ部門>

・アイスクリーム

・和菓子 等

各種体験教室の開催

<販売部門>

• 直売所

| 一旦元別

マルンが数字

販売 体験交流 消費者

委託加工

加工業者

餅、蕎麦、茶、ドレッシング等

魅力あふれる農村文化を次世代に継承したい! 農村の魅力を伝え、農村文化を次世代に継承する郷土愛 あふれる女性の取組

有限会社せいわの里

<事業者の概要>

•所 在 地:三重県多気町

・代 表 者:農業法人 有限会社せいわの里

まめや 代表取締役 北川 静子

・取組内容:大豆を使った味噌、豆腐、おからドーナツ

等の製造・販売

•雇用者数:52名(H25)

· 売 上 高: 8,600万円(H24)

http://www.ma.mctv.ne.jp/~mameya/



地元食材を使ったバイキング料理

【取り組むに至った経緯】

- 〇味噌づくりを行うメンバー等の高齢化に より、地域農業、環境、農村文化が廃れ ることを懸念した。
- 〇地元の住みやすい環境や農業を守り、次 世代に農村文化を継承させていきたいと の郷土愛から取組に至った。

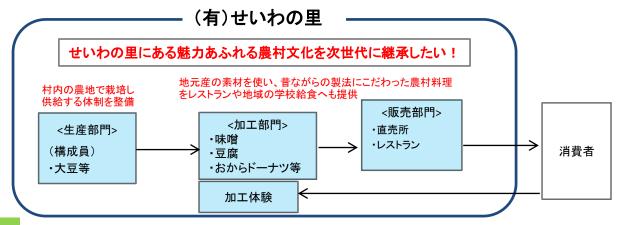
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇起業・経営に関する知識、経営初期の施設 整備資金の不足
- →自ら法人登記手続を行ったほか、三重県 産業支援センターで起業等に必要な知識を 習得するとともに、各種助成事業等を活用 した。

【取組の効果】

- 〇売上高 4,000万円(H18)→8,600万円(H24)
- ○雇用者数 25名(H18)→52名(H25)
- 〇来客者数
- 2万6,000人(H18)→6万2.000人(H25)
- 〇地域の価値を地域と共有
- 〇雇用創出、地域交流等による地域活性化
- ○郷土料理の加工体験やバイキングの提供 による農村文化の伝承

- ○農産物の供給や労働、知恵の共有を通じ、 豊かな農村資源の掘り起こしと技術の伝承 を推進する。
- ○首都圏への商品進出を足がかりに「地産都商」を展開していく。



「中山間地域で中心的役割を果たし、地域を元気に!」 潮風と太陽が育んだ南伊勢育ちの とびっきりみかんの生産・販売・加工事業

農事組合法人 土実樹

<事業者の概要>

• 所 在 地:三重県度会郡南伊勢町

・担 当 者:農事組合法人 土実樹(つみき)

代表 溝口 安幸

・取組内容:柑橘を丸ごと活用した加工・販売

·雇用者数:19名(H26)

· 売 上 高:7,400万円(H26)

U R L: http://www.amigo2.ne.jp/~tumiki/

加工商品及び直売所

【取り組むに至った経緯】

- 〇柑橘は表年と裏年が交互に繰り返され、選定や 摘果により収穫量の平均化を目指したが限界が あり、経営の安定化が課題であった。
- 〇そこで、交互結実栽培(2年間で1回の収穫) の導入やストレートジュースの加工委託のほか、 摘果・果皮を有効利用するため、粉末加工や カットを行い1次加工品として出荷販売。
- 〇さらに、ご当地ジャム等の販売による経営の安 定化のみならず、南伊勢町のPRに役立ちたい との思いが募った。
- 〇また、周辺の耕作放棄地の解消や雇用の確保等、 地域の中心的役割を果たし、貢献したかった。

【取組の効果】

〇売上高

5,800万円(H21) → 7,400万円(H26)

〇生産面積

 $7ha(H23) \rightarrow 7ha(H26)$

〇生産量(柑橘類)

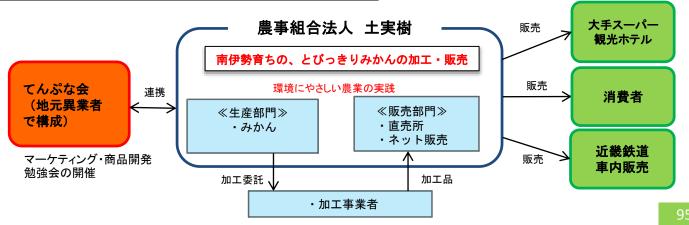
 $129t(H23) \rightarrow 229t(H26)$

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇販路の開拓が課題
- →地域・商品の魅力を伝えるため、講師を招き、ポップ表示、商談シート作成等の勉強会を重ねた。それを実践することにより、徐々に顧客の共感を得た。

【今後の展望】

○今後、6次産業事業部門を強化し発 展させていくには、農事組合法人で の事業制約があるので、販売部門を 分けて新会社を設立する必要があり、 準備を進めている。



直売所・レストランを人材育成・ネットワーク形成に活用! 担い手の育成や消費者との交流により地消地産を推進 JAおうみ富士(ファーマーズ・マーケットおうみんち)

<事業者の概要>

• 所在地 滋賀県守山市

おうみ冨士農業協同組合 •運営主体 •取組内容 直売所、加工、レストラン、

交流事業

·売上高 : 10億3千万円(H26年度)

•雇用者数 96名(H26年度、期間スタッフ含む)

•URL http://www.ohmin.jp/ohminchi/



バイキングレストラン





【取り組むに至った経緯】

- ○従来、地場で生産された農産物や地域伝統食が あるにもかかわらず、地域の人々がワンストップ でこれらの農産物や加工品を手に取るシステム がなかった。
- ○人口の増加や安全・安心へのニーズの高まりを 「地産地消」「地域農業振興」の好機ととらえた。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○原料農産物の安定した質と量の確保
- →意欲ある生産者を組織化し、利用者からの声を 反映させ、収量の安定と品質の向上を図った。
- ○衛生管理基準を満たす製造工程の確保
- →衛生管理の技術・ノウハウを持つ業者と連携した 商品開発や専用加工設備の整備を行った。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 7億5千万円(H20)→10億3千万円(H26)
- 〇実出荷者数
 - 110人(H20)→450人(H26)
- 〇(全)雇用者数
 - 64名(H20)→96名(H26)
- 〇地産地消交流体験回数
 - 年間6回開催(H24)→年間20回開催(H26)
- 〇地域特産物(なばな)の作付規模が約14 倍に拡大し、安定供給が実現
- O「おうみんち」を介し、生産から加工·流通 までの関係者が連携したネットワークの構
- 〇食産業・大学・観光事業者等との新たな 連携

【今後の展望】

- 〇地域資源を活用した、新たなメニュー・商 品を介した生産者・加工業者・消費者の ネットワーク形成をする。
- ○農・食・医・環境の視点で新技術を導入し た栽培方法を模索・確立する。
- OICTを活用したスマートな営農販売事業を 確立する。

出荷登録農家·加工品出荷農家

委託販売

利用者の声

ファーマーズ・マーケットおうみんち

担い手の育成や消費者との交流により、地産地消を推進したい!

農産物・加工品など多彩な 品揃え

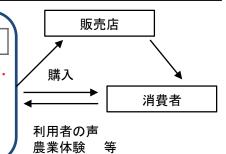
〇直売所

地元の野菜を中心とした ヘルシー料理

Oバイキング 〇レストラン

生産者・消費者交流で農業・ 農村・食文化の情報提供

〇交流施設



甲賀のおいしい滋賀羽二重糯(もち)を多くの方に味わってもらいた い!~甘みと粘りとコシの三拍子そろったもち商品の開発~

有限会社甲賀もち工房

<事業者の概要>

•所在地 : 滋賀県甲賀市甲賀町小佐治2121-1

•代表者 : 代表取締役 河合 定郎 ・取組内容 : 加工、直売所、レストラン

•売上高 : 6.837万円(H26)

•雇用者数 : 正社員12名 非常勤 32名(H26)

: http://www.koka-mochi.jp/ •URI







甲賀もち・忍者もち

【取り組むに至った経緯】

- ○もち米・米粉商品の多様性にいち早く着目し、添 加物を使用しない加工品の販売を決意した。
- ○消費者が求めているのは、安全・安心・おいしさを 追求した「こだわり」の商品であることに着目した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○販売先の確保
- →様々なイベントに出店して知名度の向上とPR活 動を行い、新たな販路を開拓した。
- 〇加工・販売に対応するマンパワー不足
- →仲間づくりからグループ化を行い、加工・販売事 業を組織的に対応した。
- ○新たな商品開発と採算のバランス
- →6次産業化に取り組む農業者との情報交換を 行った。

【取組の効果】

- 〇売上高 5.771万円(H20)→6.837万円(H26)
- 〇雇用者数

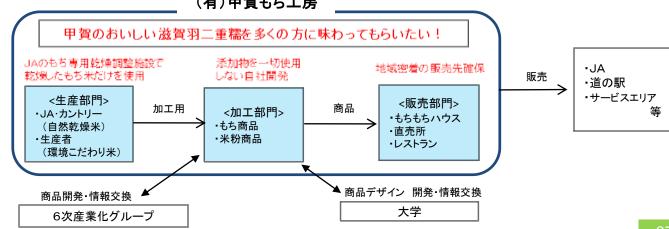
44名(H20)→44名(H26)

- 〇商品の一部が、地域ブランド推進協議 会による地域ブランド商品に認定
- 〇米粉及び新商品の開発に取り組んだこ とにより、年間を通して収入が安定
- 〇もちの食文化の伝承が食育活動にも繋 がり、消費者の食への関心が向上

【今後の展望】

- ○地域ブランド商品等の更なる開発により、 農業・農村に元気を与える企業を目指す。
- ○様々なイベント開催により、地域の仲間 を増やし、後継者育成を図る。

(有)甲賀もち工房



農家のお母ちゃんだからできる! 手作りにこだわった郷土の味の伝承

有限会社いずみの里

<事業者の概要>

•所在地 大阪府和泉市

•代表者 : 代表取締役 岡田雅子

•取組内容 : 農産物加工品、直売所運営

·売上高 : 7.800万円(H27)

•雇用者数 : 社員(パート含む)42名(H27)

•URL : http://izuminosato.fem.jp/

【取り組むに至った経緯】

- 〇農家女性グループによる国体でのお土産の提 供をきっかけに 地域振興の担い手としての期 待が高まり、6次産業化の取組を拡大した。
- 〇価格低迷に悩むみかん農家の経営改善を目指 し、農家の女性が新たに事業を展開した。まる ごとみかんペーストを利用した餅、パン、ドレッ シングを開発した。
- 〇生活改善グループの女性有志50名の出資に より、平成13年に大阪府では初めての農家女 性による法人「(有)いずみの里」を設立した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○販路の拡大
- →販路の拡大と次世代へ郷土の味を伝えるため、 加工品製造体験等の交流活動を行った。
- →府内・市内のイベントに参加しPRを行うとともに、 道の駅に直売所と軽食コーナーを設置し、常設 販売を行った。
- ○加工度の高い商品の開発
- →行政や桃山学院大学、帝塚山大学と連携して商 品開発、PRを行った。

米粉パン





いずみのお母ちゃん

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 2.100 万円(H19) → 7,800万円(H27)
- 〇商品取引店舗数
 - 8店舗(H26) → 12店舗(H27)
- 〇イベント開催状況
 - 15回(H26) → 20回(H27)
- 〇商品開発関係

大学等との連携状況

5件(H26) → 7件(H27)

連携による商品開発状況

4品(H26) → 5品(H27)

【今後の展望】

- 〇次世代に農業や農村地域の良さを伝承 し、農家女性による起業モデルとして普 及活動に取り組む。
- ○農村と都市の信頼関係を構築し、人や情 報のネットワークづくりを行うとともに、地 域の活性化を図る。
- ○直売所での軽食販売や地域での食育活 動、また大学との連携を通して、地元の 食材の用途を広げるとともに、新しい特 産物の開発を行う。

販売

•直売者 ・道の駅

・スーパー 等

(有)いずみの里

商品開発•

製造技術支援

農家のお母ちゃん手作りの味を都会の人にも食べてほしい! 行政や大学等と連携した添加物・着 生食用では規格外の 加工品の直売、ミカン 色料不使用の手造り加工品の開発 ペーストの業務用販売 青果を活用 <加工部門> <販売部門> <生産部門> ・みかんペースト • 直売所 •生食用 商品 加工用 *米粉パン ・レストラン -加工用 •味噌、佃煮 等 ・ビュッフェ

- 大阪府
- ·帝塚山大学 etc
- ·桃山学院大学

食品メーカー

特産品の桑の実、バジルを活用した商品開発・加工・販売で地域と共にたちゆく組織づくりを目指す

株式会社ささ営農

<事業者の概要>

・所在地 : 兵庫県たつの市

- 代表者 : 代表取締役 八木正邦 - 取組内容 : 農産物の生産・加工

- 売上高 : 2億円(H26) - 雇用者数 : 13名(H26)

•URL : http://www.sasaeinou.com/





バジルのほ場

ささ営農加工場

【取り組むに至った経緯】

- 〇農産物の生産だけでは経営発展に限界がある ため、地元企業と連携し、地域特産品である桑 の実の加工品開発に取り組む。
- ○生産したバジルを神戸市の食品会社に出荷していたが、生産量を増大させるとともに、自社でペースト化するなど加工品の開発・販売に取り組み、多角的な経営を目指した。

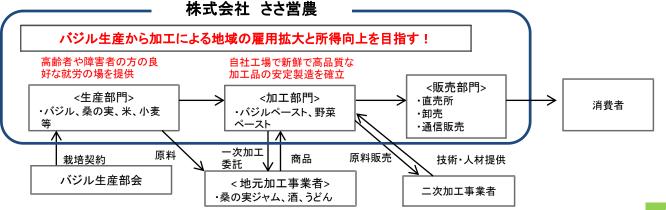
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇人材の確保や加工施設等の整備が大きな課題
- →商品開発と多様な販売チャンネルの確保を進めるため開発担当者を常時雇用するとともに、6次産業化推進整備事業を有効に活用し、加工施設の改築・機器の整備を行い、商品開発と加工・販売の拡大を図った。
- 〇バジルの栽培面積5ha、収穫量41tを目指すが、 自社だけでは面積拡大が困難
- →たつの市内の9集落(10農家)と連携を図り、 バジルの栽培面積の拡大を行った。

【取組の効果】

- 〇売上高 5,000万円(H23) → 2億円(H26)
- ○雇用者数 4名(H23) → 13名(H26)
- ○主な原材料生産面積(バジル)0.1ha(H23) → 4ha(H26)

- 〇通年加工に取り組めるよう、新たな農産物の生産と加工商品の開発を行い、 加工場の稼働率を高め、雇用拡大と地域の農業者の更なる所得向上を図る。
- 〇農商工連携で、自社の一次加工品を 活用した新たな商品を開発する。



連携の力で事業に新たな地平を切り拓く! 消費者に安全・安心な農産物を届ける広域ネットワーク事業 株式会社パンドラファームグループ

<事業者の概要>

所在地 : 奈良県五條市代表者 : 和田 宗隆

•取組内容 : 有機肥料を用いた減農薬野菜の生産・

加工・販売

•売上高 : 36億円(H26)

■雇用者数 : 生産農家 約400名(H26) ■URL : http://www.nouyusha.com/





創作野菜料理

干し柿加工品

【取り組むに至った経緯】

- 〇昭和40年代に、脱農薬栽培の農業を始めた。 昭和59年に組織化を行い、農産物の販売のみ ならず梅干しなどの加工製造を開始した。
- ○平成8年にパンドラファームグループを設立し、 生産・加工・販売の分業を確立した。
- 〇平成18年に、自家農園の野菜を使った創作野菜 料理を味わえるレストランを展開した。

【取組の効果】

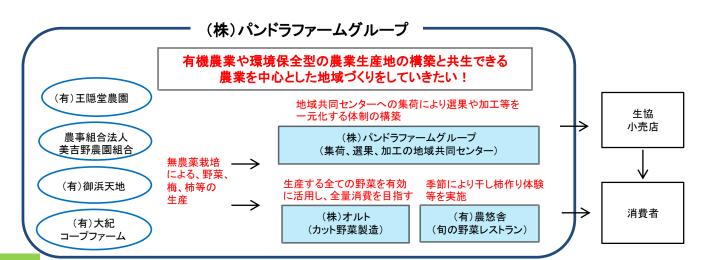
- 〇売上高 2億円(S60)→36億円(H26)
- ○雇用者数(生産農家) 20名(S60)→約400名(H26)
- 〇広域ネットワークの形成により、多くの 人々との共同作業を行うことができが、 地域活性化に貢献

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇生産者ごとに異なる生産方法であったため、品 質の均一性に課題
- →組織化を行い、肥培管理や品質管理の徹底を行 うことにより、品質の均一化を図った。

【今後の展望】

〇生産者協同組合として、国内の食料自 給率向上を目指す。



「大和五條ネギ」一本勝負! ~産地が一体となったブランド化への道~

株式会社五條市青ネギ生産組合

<事業者の概要>

·所在地 : 奈良県五條市 ·代表者 : 森本 茂仁

・取組内容 : ネギの生産、カットネギの加工・販売

・売上高 : 1億3,400万円(H26)・雇用者数 : 生産農家 30名(H26)・URL : http://www.gojo-negi.jp/







パック詰め作業

【取り組むに至った経緯】

- 〇ネギは、市場ニーズは高いものの、輸入品との 激しい競争にさらされるため、多様なニーズに応 えるカットネギの加工事業を着想した。
- 〇事業を強化するため、平成24年に約30軒の有志 農家による任意団体を組合から法人化した。

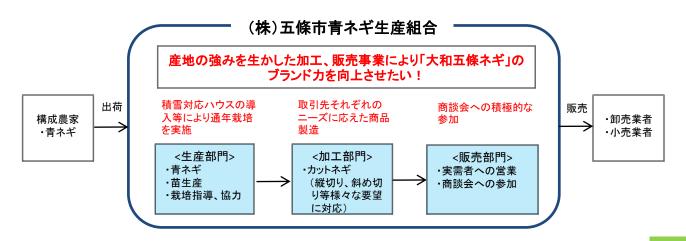
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○鮮度と品質の高い商品を製造するための施設整備が急務
- →補助事業を活用し、ネギの調整、選別機械の増 強及び冷蔵庫等の一時保管施設を整備した。
- ○商品の安定供給に向けた通年栽培体制の強化
- →積雪対応ハウスの整備や品質低下時期の調整 作業の強化及び構成員への生産支援を行った。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 2,900万円(H23)→1億3,400万円(H26)
- ○雇用者数(生産農家) 22名(H23)→30名(H26)
- 〇主な原材料生産面積(ネギ)
 - 6.5ha (H23) \rightarrow 15ha (H26)
- ○原料の有効活用度が上がり収益性が向 上し、計画的生産で安定した営業展開 が可能となる

- 〇新規就農者の受け入れを進めるととも に、担い手となる農業者を育成する。
- ○通年栽培に向け、水耕栽培施設の整備を予定している。



和歌山特産「金山寺みそ」の売上げ拡大や地場産品を活用した新たな商品開発

わかやま農業協同組合

<事業者の概要>

•所在地 : 和歌山県和歌山市

·代表者 : 代表理事組合長 井邊 久雄 ·取組内容 : 農産物集出荷·直売·加工

·売上高 : 1.200万円(H26)

•雇用者数 : 19名(パート含む)(H26)

•URL: http://www1.jawink.ne.jp/wky/

金山寺みそ商品

【取り組むに至った経緯】

- ○生産していたウリの販売単価が安く、農家所得が安定しなかったため、ウリを金山寺みそ(鎌倉時代から伝わる和歌山の特産品)に加工していた。
- 〇農家に利益を還元し、地域に安全・安心な農産 加工品を提供することを目的として、平成24年に 農産物加工所を新設したことから、金山寺みそ の増産や多様な農産物の加工に取り組めるよう になった。

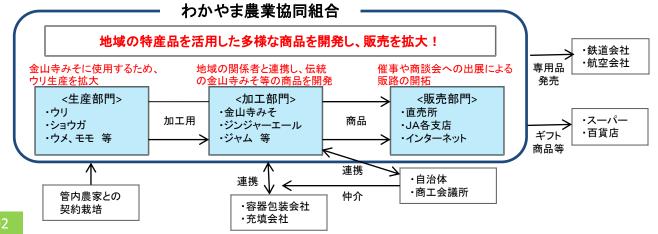
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇ウリなど原材料の安定確保
- →管内の農家と農産物の契約を行うことにより、原 料の安定確保を実現した。
- 〇販売先のさらなる拡大
- →地域(自治会)や商工会議所との協力により、加工や販売の連携先を確保した。
- ○新たな商品開発
- →地場産の新生姜を活用したジンジャーエール等 の新商品を開発した。

【取組の効果】

- 〇売上高 826万円(H23)→1,200万円(H26)
- ○商品生産量 6t(H23)→4.5t(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 15名(H23)→19名(H26)
- ○地場産の新生姜を活用したジンジャー エール等、多様な農産物を使った新商 品の開発

- 〇販売先を拡大し、加工品の生産量を増加させる。
- 〇地場産の野菜を原料に生産した乾燥野菜や味噌等を2次加工した新商品の開発を目指す。



「できたみかん」ではなく「つくったみかん」で勝負! 高品質なみかん生産とこれを活かす加工技術の活用による商 品開発 株式会社早和果樹園

<事業者の概要>

•所在地 : 和歌山県有田市

•代表者 : 代表取締役社長 秋竹 新吾

- 取組内容 : みかんの生産、集荷、撰果、農産

加工、販売、酒類の販売

-売上高 : 2億8,100万円(H27)

・従業員数 : 52名(常勤パート含む)(H27)

•URL : http://sowakajuen.com/

【取り組むに至った経緯】-

- 〇昭和54年、みかん増産のあおりを受けた際、「量ではなく品質!特においしさで勝負しよう」と、同世代の農家7戸で「早和共撰」を設立した。
- 〇平成12年の法人化により、事業展開を加速化。 みかんの付加価値を高めるため加工に着手し、 ジュースの製造を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇販路の開拓
- →社員全員で、試飲・試食販売を全国各地の商談 会や百貨店等で実施し、販路を開拓した。
- 〇高品質みかんの安定生産対策
- →IT企業と連携し、ICT農業システムによる高品質 みかんの栽培と地域活性化に取り組んだ。
- ○新商品の開発

契約農家

→食品加工業者や地元の学生と連携し、様々な世代のニーズに対応した商品開発を行った。



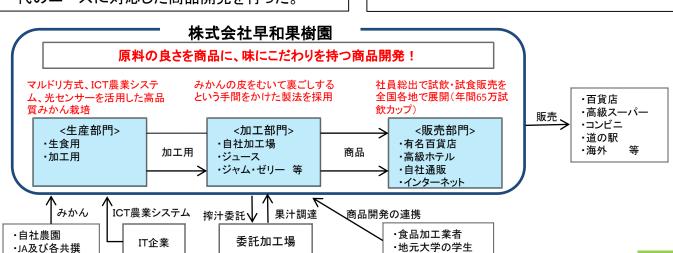
早和果樹園のスタッフ

主なみかん加工品

【取組の効果】

- 〇売上高 2,000万円(H15)→2億8,100万円(H27)
- ○従業員数(常勤パート含む) 10名(H12)→52名(H27)
- 〇地域農業の活性化と発展を図るため、 60歳以上のシニアレディを活用するための子会社「株式会社早和なでしこ」を 平成27年設立。
- ○東南アジア、ヨーロッパ等へ輸出

- ○直営農場の拡大に加え、地元JAと連携して地域ブランドである「有田みかん」の販売を拡大する。
- 〇海外への更なる販路拡大を目指す。



こだわり米「清流の小田米」を活用した 米粉パンの商品開発と販売

農事組合法人ファーム・おだ

<事業者の概要>

•所在地 : 広島県東広島市

•代表者 : 組合長理事 吉弘昌昭

・取組内容 : 農産物の生産,加工,米粉パン加工・販

売ほか

·売上高 : 8.370万円(H26)

雇用者数: 42名(臨時雇用含む)(H26)

·URL:

http://kyouwanosato-oda.com/farm-oda/index.php





直売店 パン&米夢 (パントマイム)

米粉パン

【取り組むに至った経緯】

〇米価が低迷する中で、転作作物の生産拡大での 収益向上には課題があるため、米を活用した加工 販売事業に取り組むこととし、米粉からより高い付 加価値を引き出す方法を模索していた。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○従来の米粉加工に止まらない、更に高い付加価値を生み出す方法の模索
- →米粉の加工においては、高い技術力を持った地元企業からアミノ酸GABA加工を施した米粉製造の協力を得た。
- 〇販売するパンに設定すべき適正な価格設定に苦 虚
- →市場調査を実施しつつ、製造原価を踏まえて価格を設定した。
- 〇パン加工の知識・技術をもった人材の確保
- →パンの加工技術習得は、専門家の協力を得て従 業員の技術向上に取り組む。

【取組の効果】

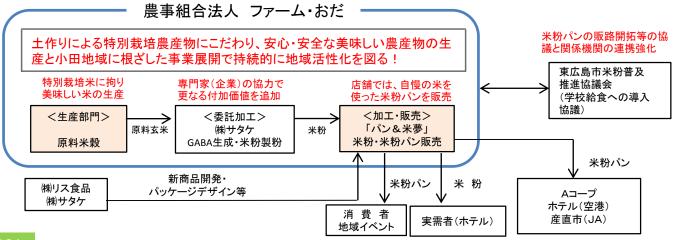
- 〇売上高(米粉パン部門のみ) 2,000万円(H24) → 3,100万円(H26)
- 〇雇用者数

15名(H24) → 42名(H26)

- ○主な原材料生産面積(米粉用米等)0.9ha(H22) → 3.2ha(H26)
- 〇来店者数

約26,000人(H25) → 約33,500人(H26)

- 〇市内量販店と学校給食への販路拡大を 図る。
- 〇米粉パン工房の若い後継者を育成し、次 世代に引き継げる取組を実施する。



対面販売で「遊子」(ゆす)のおいしい魚を普及したい! やる気満載のキッチンカーによる魚を活用した加工品の販 売事業 遊子漁業協同組合女性部

<事業者の概要>

・所在地 : 愛媛県宇和島市・代表者 : 部長 山内 満子・取組内容 : 水産物の加工、販売

・売上高 : 900万円(H24)・雇用者数 : 28名(H24)

•URL : http://www.yusu.jp/



鯛めし焼きおにぎり 「たべ鯛」



遊子の台所「キッチンカー」

【取り組むに至った経緯】

- 〇昭和30年に遊子漁協女性部が発足して以来、海 を守る活動や魚食普及活動を実施してきた。
- ○漁業経営の厳しさが増す中、全国有数の養殖漁業地域である遊子の漁業を子供たち継承したい との思いから、水産加工、移動販売の事業を開始し、各種イベントに出店した。

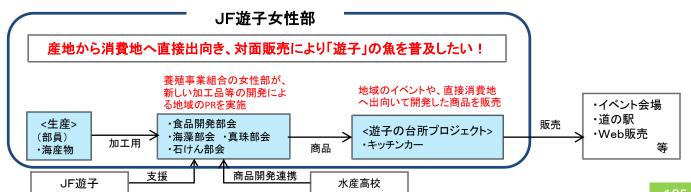
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇部員数の減少や活動の停滞
- →部員の活動を容易にするため、意識の高い部員 で組織改変を行った。
- 〇家業や子育て等と水産加工品開発及び販売活 動等の両立
- →「遊子の台所プロジェクト」を立ち上げ、移動販売車(キッチンカー)を導入するとともに、部員が時間に拘束されることなく、家業や子育て等と販売活動等の両立ができるよう、時給制の導入と作業工程の一部を外注した。

【取組の効果】

- 〇売上高 30万円(H20) → 900万円(H24)
- ○活動エリア四国全域に拡大
- ○雇用者数 28名(H24) H20年に意識の高い部員で再スタート し、若手部員の増加により活動の継 続性を実現
- 〇キッチンカー来店者数 約1万人(H24) 全商品パッケージ、ユニフォーム、移 動販売車等への統一デザインにより、 遊子ブランドを効果的にPR

- 〇地元に埋もれた魚食レシピを復活させる。
- ○地域外へ出向いて「遊子」を宣伝する活動から、「遊子」へ来てもらう活動へ転換するなど、地域貢献を一層強める事業を展開させる。



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

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 久万夫

取組内容 : 農産物の加工及び直売売上高 : 3億7,000万円(H24)

•雇用者数 : 30名(パートを含む)(H24)

•URL: http://www.kinahaiya,jp/1101.html

冷凍みかん「粒楽」



皮むきみかんジュース

【取り組むに至った経緯】

- 〇近年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 商品開発を決意した。
- 〇「旅行の友」として手軽に片手で食べられること に着目した。
- 〇平成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。

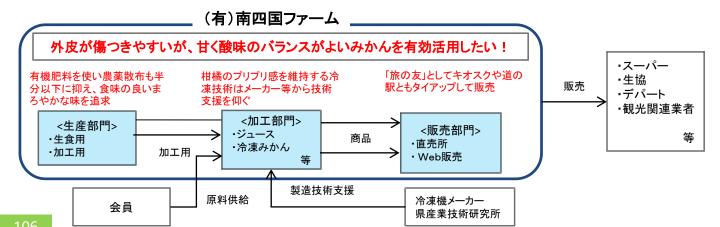
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○生果及びジュースの差別化と商品開発
- →厳選したみかんの販売とジュース加工を行った。
- 〇柑橘のプリプリ感を維持する冷凍技術の開発
- →規格外品を冷凍みかんとして商品化し、県研究 機関及び冷凍機器メーカーに協力を仰ぎ、冷凍 技術を開発した。
- ○高級氷菓としての商品イメージの形成
- →デザイナーのアドバイスにより、パッケージの開発を行った。

【取組の効果】

- 〇売上高 1,500万円(H8)→3億7,000万円(H24)
- 〇柑橘栽培面積(会員100名) 8ha(H8)→150ha(H24)
- ○雇用者数(パートを含む) 4名(H8)→30名(H24)
- 〇来店者数 約21万人(H24)

- 〇みかん以外の柑橘を使用した氷菓を 開発する。
- ○商社を通じてタイ等への海外展開を目 指す。



じゃばら加工で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

<事業者の概要>

•所在地 : 愛媛県喜多郡内子町

・運営主体 : 株式会社内子フレッシュパークからり

(地方公共団体・第3セクター)

・取組内容 : 農産物の加工及び直売、レストラン経営

- 売上高 : 6億9,000万円(農産物を含む)(H26)

•雇用者数 : 64名(H26)

•URL : http://www.karari.jp/

【取り組むに至った経緯】

- 〇「内子町産農産物のみ販売する」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。直売所での販売以外に販路を拡大するため、平成19年11月に農林水産物処理加工施設を設置し、新たな加工食品の開発・販売を模索した。
- 〇生産者の高齢化に対応した省労力作物及び健康機能性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(ユズの仲間の柑橘類)を 導入。これを活用した加工品製造を開始した。

「【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○じゃばらには花粉症状を改善する効果があるが、 えぐみや酸味が強く、加工に工夫が必要
- →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が果 汁へも含まれ、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。



じゃばらを活用した商品

景観を活かした 直売所



【取組の効果】

- ○売上高(農産物を含む)2億円(H9)→6億9,000万円(H26)
- 〇出荷者数 176人(H9)→384人(H26)
- 〇雇用者数

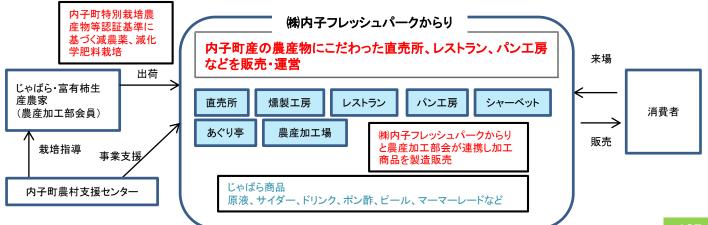
2名(H6)→64名(H26)

〇利用者(POS通過)

約20万人(H9) → 約40万人(H26)

【今後の展望】

〇地産地消を基点としつつ、6次産業化を図るため、内子町産「じゃばら」、「もち麦」、「トマト」を3本柱とした「からりブランド」の健康食品を開発し、首都圏への販路拡大を目指す。



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

馬路村農業協同組合

<事業者の概要>

•所在地 : 高知県馬路村

代表理事組合長 東谷 望史 •代表者

青果出荷が困難なゆずを有効活用する ・取組内容 :

ためジュース・ポン酢しょう油など付加

価値向上の商品を開発

·売上高 33億円(H26) ·雇用者数 : 86名(H26)

-URI : http://www.yuzu.or.jp/





缶入りのごっくん馬路村

【取り組むに至った経緯】

- ○青果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 商品の販売を決意した。
- 〇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。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

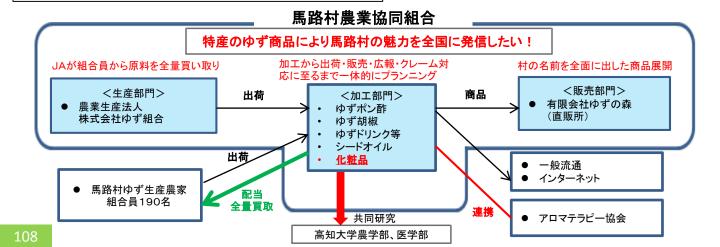
- ○消費者ニーズを捉えた美味しい商品の開発
- →村人に対する試作品テストにより、納得するまで 商品開発を実施した。
- 〇地元特産であるゆずのブランドカ向上
- →テレビCMなどの広報活動では、馬路村の名前を 前面に押し出し、ブランド化を図った。
- ○種子油の機能性を追求(化粧品)
- →高知大学農学部、医学部と共同研究を行い、ゆ ずの種子を利用した化粧品を開発した。

【取組の効果】

- 〇売上高 約1億円(H1)→約33億円(H26)
- 〇雇用者数(職員数) 19名(H1)→86名(H26)
- 〇主な原材料(ゆず)の生産量 $204t(H1) \rightarrow 740t(H24)$
- 〇地域活性化<村の温泉利用者(宿泊)> 約6,400人(H10) → 約7,700人(H24)
- 〇市場価格より高値で買取を行うとともに、 加工事業の利益を配当金として農家へ 環元

【今後の展望】

○更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。



地元のものは先ず地元から! 国産なたね油の販売と副産物の有効利用

農事組合法人大春の里

<事業者の概要>

所在地 : 福岡県うきは市浮羽町三春2152-1

・代表者 : 後藤 和徳

取組内容 : 米・麦・大豆・そば・なたねの生産、なた

ね油の製造販売

•雇用者数 : 28名(H27)

•URL : http://www.ohharunosato.com/



菜の春オイル

【取り組むに至った経緯】

- 〇水田の新たな裏作品目として「なたね」に着目し、 温暖な地域でも育つ品種を栽培。平成20年から 100%国産のなたね油の製造、販売を開始した。
- 〇平成18年に土地利用型農業の集落営農組織を設立して農作業の効率化に取り組み、平成22年に法人化した。

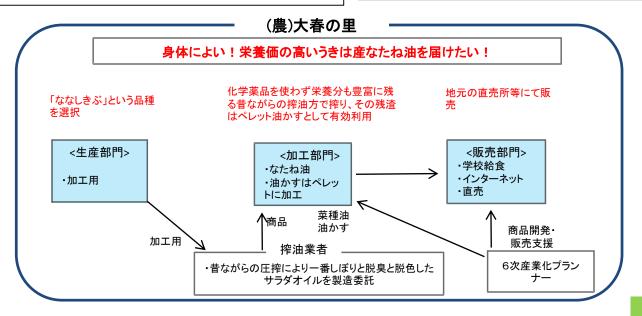
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇なたねの栽培技術が確立されておらず、収量が 不安定
- →栽培先進地への視察や普及指導センター等から の助言により栽培技術の向上を図った。
- ○売れる商品の開発
- →容器、ラベル、リーフレットの作成、商品の商標登 録を行うとともに、販売環境を整備した。

【取組の効果】

- 〇なたね部門の売上が増加傾向。
- Oなたね栽培面積 4ha(H20)→6ha(H28)
- 〇毎年、菜の花が咲く頃に「菜の花まつり」を催し、多くの集客によって「菜の花 オイル」の認知度が高まった。

- ○インターネット販売の拡大を図る。
- 〇貴重な国産菜種油の需要喚起に努め る。



カルシウムたっぷりのいりこをもっと食べてもらいたい! 生産量全国一の「いりこ」産地による多様な加工品開発

九十九島漁業協同組合

<事業者の概要>

所在地:長崎県佐世保市小佐々町楠泊1837

・代表者:代表理事組合長 高平 真二・取組内容:水産物の加工、直売所の運営

·売上高 :8,000万円(H24)

•雇用者数:6名(H24)

•URL: http://www.jf99.or.jp/



販売商品

【取り組むに至った経緯】

- ○漁獲に価格が左右され、いりこの販売だけでは経営が成り立たないと判断し、6次産業化による付加価値向上を決意した。
- 〇いりこの消費拡大を図るため、いりこの栄養に着 目したおいしく、食べやすい加工品の開発。
- 〇地元の農協や商工会と連携し、特産品である「い りこ」の商品を開発し、漁協直売所やインターネットで販売。

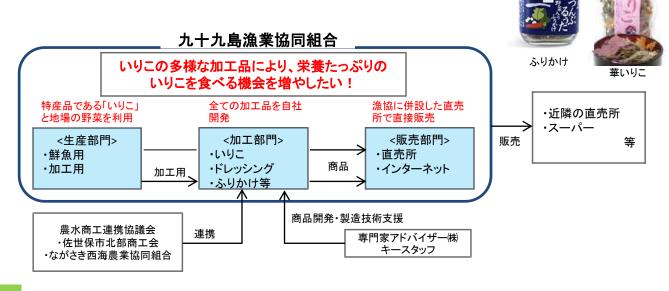
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇商品開発や営業等が不慣れで、販売先の確保の ための情報発信不足
- →地元の農協や商工会と協議会を設立し、商品開発や販路開拓について、アイデアを出し合った。

【取組の効果】

- 〇 売上高 3,300万円(H19)→ 8,000万円(H24)
- 〇 従業員数 5人(H19)→6人(H24)

- 〇農水商工連携協議会において、特産品 のイチゴやゴーヤを用いた乾燥・粉末な どの試作を行い、規格外品の有効活用 を行う。
- ○いりこ以外の鮮魚による加工品の開発を 行い、商品アイテムの増加を目指す。



新たな直売所の開設のためゼロからのスタート 栽培品目やニーズ調査による品揃え対策

ごとう農業協同組合

<事業者の概要>

・所在地 : 長崎県五島市籠渕町2450-1・代表者 : 代表理事組合長 橋詰 覺

- 取組内容 : 直売所「産地市場五島がうまい」の運営

-売上高: 5億2.500万円(直売部門)(H25)

·雇用者数: 17名(H25)

URL : http://www.ja-goto.or.jp/



産直市場「五島がうまい」

【取り組むに至った経緯】

- 〇農家所得の向上、高齢者の営農継続、女性の活用、地産地消の推進、情報発信の必要性から、直 売所の開設を着想した。
- 〇地域の栽培状況を調査し、多種多様な品目を揃え た直売所「産直市場五島がうまい」をオープンした。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇ゼロからのスタートにより施設のコンセプトや運営 等に試行錯誤
- →実際に地元で何が栽培されているのかを調査し、 それを受けて必要な品目の栽培を農家に依頼し、 ニーズに即した農産物栽培につなげた。
- ○多種多彩な品目を安定して供給する体制の構築
- →販路開拓を行い、直売所以外にも販売先を拡大した(インターネット、学校給食、病院等)。

【取組の効果】

- 〇売上高(直売部門) 3億6,400万円(H23)
 - → 5億2,500万円(H25)
- 〇出荷者数 約180人(H23)→約300人(H25)
- 〇来店者数 約14万人(H23)→約16万人(H25)
- 〇島内で消費されるものは、できるだけ島 内で生産していこうという地産地消の意 識醸成に寄与。

【今後の展望】

〇少量多品目の安定供給を行うなかで、 ニーズを掴んだ農産物の栽培を拡大し、 島外への販路拡大する。



平成22年に 商標登録糖 度が高く、酸 味が少ない 中玉トマト

五島ルビー

ごとう農業協同組合 ── 「産直市場 五島がうまい」

五島の農業、地域の発展の核となる産直市場にしたい!

ニーズに即した農産物を提供するため、栽培状況を調査

<生産部門> 直売出荷協力会員

直売出何協力会員 ・五島牛、五島豚 ・野菜、果樹 等 顧客の二一ズを捉えた 多種多様な品目の品揃え

<販売部門>

- · 直売所
- ・レストラン
- ・インターネット 等

・学校給食 ・病院 等

小さなJAの大きな挑戦

地域や異業種との連携による付加価値の高い新商品の開発・販売 あしきた農業協同組合

<事業者の概要>

•所在地:熊本県芦北郡芦北町大字佐敷424

•代表者 :代表理事組合長 丁 道夫

・取組内容 : 農産物の加工、直売所、レストラン等運営

·売上高:77億1,000万円(H25)

•URL: http://www.ja-ashikita.or.jp/

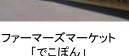
【取り組むに至った経緯】

- ○平野部が少なく、果樹栽培が盛んであったため、 農産物の高付加価値販売を早くから検討した。
- 〇昭和25年からめん類を製造・販売しており、地域 の特産物であるデコポンやサラダ玉ねぎの付加価 値を高めるため、農産加工を開始した。
- 〇多様な事業者で構成するJA芦北農産物直売ネットワーク協議会と連携し、新商品の開発・製造、レストラン、直売所、コンビニなどの直売事業を展開。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇農産物のブランドカ強化
- →ユニークな形と甘さが特徴の「デコポン」、玉ねぎ 特有の辛みの少ない「サラたまちゃん」などの農産 物を特産化した。
- OJA単体での新商品開発の限界
- →平成19年に「JAあしきた農産物直販ネットワーク協議会」を設立し、会員企業に新商品の試作等の協力を依頼した。
- ○開発した新商品の販路
- →直売所、レストランを整備し、直売所での新商品 の試験販売を行った。







・デコポンゼリー

【取組の効果】

〇売上高

65億7,000万円(H20)→

77億円1,000万円(H25)

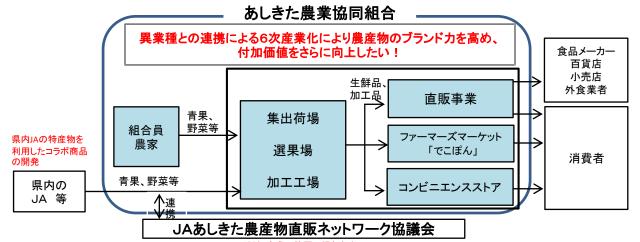
- ○デコポンゼリーをはじめ約400アイテムの 商品を製造・販売
- 〇平成25年度6次産業化優良事例表彰「食料産業局長賞」受賞

- 〇農産物出荷額と直販部門売上高の水 準の同規模化を目指す。
- ○通販オペレーションセンター(お客様 コールセンター)の設置を行う。



熊本彩果(熊本JAコラボ商品)

サラたまちゃんドレッシング



ブランド巨峰を加工品に! 規格外ぶどうに日の目を当てる干しぶどうの加工・販売 株式会社ドリームファーマーズ

<事業者の概要>

: 大分県宇佐市安心院町下毛1193-1 •所在地

•代表者 : 宮田 宗武

・取組内容 : 農産物生産、ドライフルーツの製造販売

·売上高 : 1.480万円(H26)

·雇用者数 : 8名(H27)

: http://reamfarmers.jp/hosibudou.html •URL



ドライフルーツ

【取り組むに至った経緯】

- ○美味しくても売れない市場での規格外のぶどうは、 作ろうと思っても作れない奇跡のぶどうであり、新 たな個性として日の目を当てるため干しぶどうの 加工事業を開始した。
- ○ドライフルーツ市場は海外産が大宗であることに 着目し、規格外品を有効活用した事業を行うため、 ドライ加工技術を習得した。
- ○自らが生産する地域の特産品であるぶどう「巨峰」 や「シャインマスカット」等を使った干しぶどうの製 造と販売を中心に、ミカン、イチゴ、トマト等を使っ たドライフード商品を開発した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇ドライ加工技術(水分含有率・香味・賞味期限等 のバランス)の確立
- → 先進地への研修と1年間の加工試験を実施した。 また、品質検査・食品技術の専門家から支援を 受けた。
- 〇加工施設・設備導入の資金の調達
- →県の補助事業を活用した。

【取組の効果】

- 〇売上高 1,480万円(H26)
- 〇雇用者 8名(H27)
- ○ミカン・イチゴ・トマト等の加工品の商品 化

【今後の展望】

- 〇生産量の拡大と輸出を含めた販売店舗 数を拡大させる。
- 〇1次産業の人材育成を図る。



乾燥途中のぶどう



干しぶどう

販売

(株)ドリームファーマーズ

食べても美味しい規格外のぶどうを加工することにより日の目を当ててあげたい!

化学肥料は使わず牛糞や魚粉など 有機質肥料で農薬の回数も減らし ブランド化に成功

ドライフルーツのほか ジャムやジュースにも加工 観光地である湯布院の駅前に立ち、 試飲など地道な販売活動を継続、 3年で直売所のほか関東の一部の 店舗でも販売できるようになった

〈販売部門〉

•直売所

〈生産部門〉 〈加工部門〉

加工用

•青果出荷用 ·加工用

ぶどう加工品 ドライフーズ加工品

商品 ・インターネット ・スーパー

小売店

農園のみずみずしさをパッケージ! 大山の心を伝える、ここにしかない農業者によるバザール 木の花ガルテン

<事業者の概要>

•所在地 : 大分県日田市大山町

•運営主体 : 大分大山町農業協同組合

・取組内容 : 農産物直売所、加工、レストラン、物産館

・売上高 : 17億1,500万円(H26)・出荷農家数 : 3,797名(H26)

•URL : http://www.oyama-nk.com/konohana-g/

地元の梅を使った梅干

レストラン外観

【取り組むに至った経緯】

- 〇大分大山町農協では、少ない耕地を活かした梅・栗の栽培と加工品販売に加え、通年での収入確保のために、エノキ、ハーブ、クレソン栽培を地域一体となって推進した。
- ○生鮮農産物だけでなく、農産物を一番おいしい季 節に保存処理した付加価値の高い「大山ブラン ド」としての加工品の販売拠点として、平成2年に 農産物直売所・レストランをオープンした。
- 〇梅の生産・加工技術、付加価値向上のために「全 国梅干しコンクール」を平成3年から4年に1度大 分大山町農協で開催している。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇農産物の市場出荷が大半を占める時代に、直売所 の先駆けとして集客などに試行錯誤
- →農産品に出荷月日、生産者名を記載することで、生 産者と消費者が相互に顔の見える関係をつくり、固 定客・リピーターを作ってきた。
- 〇耕地が少なく中山間地域においては、水田作主体 の農業では所得向上が困難
- →地域特性を逆手に取り、少量多品目・高付加価値 栽培をすることで、需要がある品目を生産農家が 価格設定して直売所で販売した。その結果、所得 が向上した。

【取組の効果】

〇売上高 6,800万円(H2) →

17億1,500万円(H26)

- 〇出荷農家数 210名(H2) → 3,797名(H26)
- ○地域ぐるみでの農業振興と所得向上、 生産・加工技術の向上と後継者育成 が図られている。
- 〇福岡県と大分県で全9店舗を展開し、 おいしく安心して食べられる「大山ブランド」として固定客やリピーターを確保。
- ○差別化による大山ブランドが確立し、 客層の7割がリピーターであり都市と 農村の交流が活性化している。

【今後の展望】

○直売所・レストランに加えて、農林業の 体験・宿泊施設「五馬媛の里(いつまひめのさと)」を活用し、都市と農村の交流を充実させていく。

木の花ガルテン

感動とこだわりの産品を伝え、大山の魅力を広めたい! 組合員が生産する土づく 農業者自らの加工と 美味しいものを一番 りからこだわった農産物 JA加工所による加工 美味しいときに届ける <生産部門> <加工部門> <販売部門> •生鮮用 • 直売所9店舗 特産品である梅 •加工用 を使用した梅干な ・レストラン ・パン専門店 等 ど農産物加工品



本店直売所外観

太陽をいっぱい浴びた「さいごうの栗」を全国に!

~地域連携による栗製品の加工・販売~

株式会社栗処さいごう

<事業者の概要>

·所在地 : 宮崎県東臼杵郡美郷町

•代表者 : 甲斐 重光

取組内容 : 農産物の加工・販売売上高 : 9,000万円(H26)

·雇用者数 : 正社員2名、パート20名(H26)

- 電話 : 0982-66-2629





園地の栗

さいごうの栗あん

【取り組むに至った経緯】

〇美郷町の西郷地区は良質な栗の産地であるが、 栗の市場価格の低迷や高齢化により栽培面積 が減少してきた。このような状況から農家の所得 安定と生産量の確保のため、平成18年に「栗処 さいごう」を設立。自らが生産した栗に加え、西 郷地区で生産した栗を買い取り、1次加工品の 製造を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

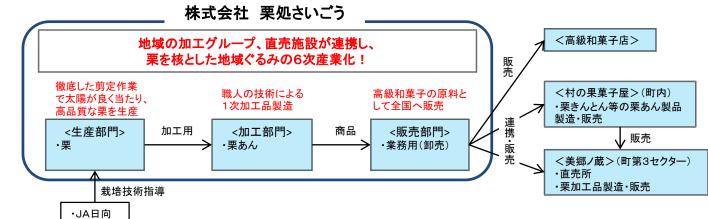
- ○栗あんの加工技術の確保
- →岐阜県より栗加工の技術者を招き、栗あん製造 に関する技術指導を受けた。
- 〇パート雇用者の確保
- →季節雇用のため、その都度パートを探さなくては ならなかったが、町内在住の主婦等に声を掛け、 人伝いに広がり雇用者を確保できている。

【取組の効果】

- 〇売上高 4,600万円(H18) → 9,000万円(H26)
- ○雇用者数 正社員1名、パート20名(H18) →正社員2名、パート20名(H26)
- ○栗の栽培面積(西郷地区) 80ha(H18) → 91ha(H26)

【今後の展望】

○栗製品の2次加工や、町内産の金柑、 梅などを使用した新たな加工品の製造 により、周年雇用による地域雇用の安 定化を行う。



③ 異業種から農林漁業に参 入した取組

海を感じる味わい! 天然ミネラル豊富な奥<u>尻ワイン</u>

株式会社奥尻ワイナリー

<事業者の概要>

•所在地:北海道奥尻町

•代表者 :代表取締役 海老原 浩

・取組内容:自社生産のぶどうを使用したワインの

製造・販売

•雇用者数 :31名(H26)

•URL: http://okushiri-winery.com/



ワイナリー外観





ワイン樽

奥尻ワイン

【取組の効果】

- 〇栽培面積 8.6ha(H14) → 28ha(H26)
- ○ワイン醸造(仕込)量3,000本(H20) → 60,000本(H26)
- ○地域における雇用の拡大(パートを含む) 20名(H19) → 31名(H26)

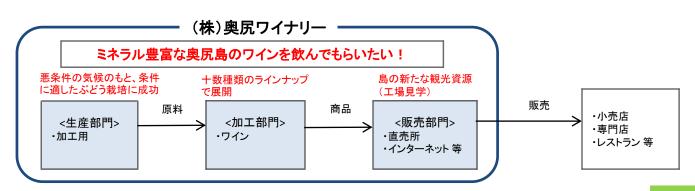
【取り組むに至った経緯】

- 〇人口減少に歯止めを掛け、奥尻島活性化の一助 となる取組を模索した。
- 〇離島でしかできない潮風が育むミネラル豊富な ぶどうからできるワインのブランドカに着目した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○醸造技術者の確保
- →醸造技術者養成のため、道内ワイナリーの協力 を得て、社員を派遣し技術を習得した。
- ○塩害や荒地を開墾したぶどう畑のため、原料ぶ どうの収穫量が不安定
- →防風林や防風柵を設置し塩害対策、アミノ酸や ケイ酸を活用した栽培により、原料ぶどうの生産 を安定させた。

- 〇地域の農家に苗木や栽培技術を提供し、 地域農業者と連携したぶどう栽培とワイ ナリー経営の拡大を目指す。
- ○町役場などの行政機関や高校と連携した後継者の育成、島外からの雇用の受け入れ、町観光協会等と連携した観光客の誘致等により奥尻島の活性化を図る。



野菜の旬のおいしさにこだわる! 規格外の野菜を有効利用した「ランチボックス」

株式会社エスファーム

<事業者の概要>

•所在地 : 静岡県静岡市

•代表者 : 代表取締役 光山 李男

・取組内容 : 農産物の生産、加工、惣菜の販売のほか

直売所を運営

•売上高 : 4,760万円(H26) •雇用者数 : 10名(H26)

•URL: http://www.sfarm-kk.jp/company.html



野菜たっぷりランチボックス

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成20年に人材派遣会社が農業に参入し、規格 外の野菜でも中食に利用することで、おいしく、 無駄なく食べられることに着目した。
- 〇減農薬で栽培する野菜は規格外品が多く発生するため、収益が上がらなかったことから、付加価値向上を目指し、加工事業に着手した。

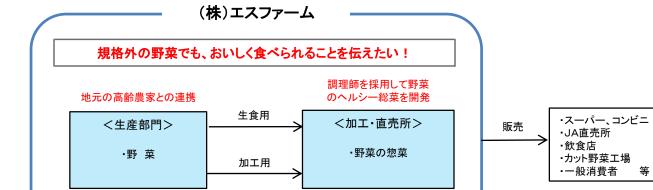
【取組の効果】

- 〇売上高 480万円(H22)→4,760万円(H26)
- ○雇用者数 6名(H22)→10名(H26)
- ○主な原材料生産面積(野菜)2ha(H21)→5ha(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○野菜を主役にした惣菜メニューの開発
- →調理師を採用して健康に配慮したヘルシー メニューを開発した。
- ○複数地域に圃場が点在し、作業が非効率
- 〇異業種から農業に参入したため、栽培技術や栽培計画策定等の知識が不足
- →圃場のある地域ごとに地元の高齢農業者等へ 作業委託を行い、作業効率を向上させるとともに、 栽培技術等の指導を受けた。

- 〇地域に密着した小規模直営店による店 舗展開を目指す。
- 〇滞在型グリーンツーリズムへの参入と 障害者雇用の受け入れを行う。



浜松の新ブランド「うなぎいも」を新たな名物に! 特産品であるうなぎとコラボしたさつまいもによる新商品開発 有限会社コスモグリーン庭好

<事業者の概要>

•所在地 静岡県浜松市

: 代表取締役 三輪 一貴 •代表者

取組内容 : さつまいもの生産、紅はるかのペースト

を利用したプリンの製造・販売

·売上高 : 6.000万円(H26)

·雇用者数 : 21名(H26)

•URL : http://unagiimo.hamazo.tv/



うなぎいもぷりん

【取り組むに至った経緯】

- ○造園業や廃棄物処理業から農業に参入し、焼却 処分されていたうなぎ残渣を肥料化したさつまい もの栽培に着目した。
- ○生鮮販売では価格が安く、自社の生産規模では 経営が成り立たないと判断し、6次産業化による 付加価値の向上を決意した。
- ○特産品である「うなぎ」のブランドカを生かしたさ つまいもの商品開発に着手した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇生産を行うための農地の確保
- →補助事業を活用し、農地として利用できるよう耕 作放棄地を再生した。
- 〇初期投資費用、自然災害(台風)、農産物価格低 迷等による資金繰りの悪化
- →収益性の課題から6次産業化に着目し、「うなぎ いも」のブランド化と新商品開発を行った。

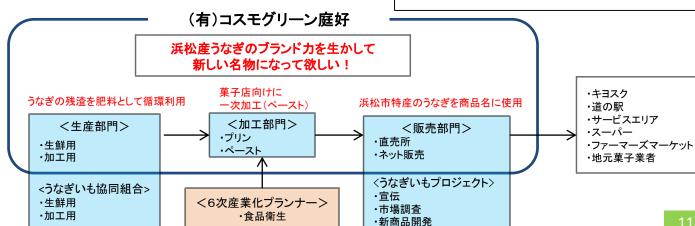
【取組の効果】

- 〇売上高 330万円(H23)→6,000万円(H26) さつまいも加工の相乗効果で売上増
- 〇6次産業化による新規雇用 正社員5名、パート12名、 研修生4名(H26)
- 〇主な原材料生産面積(さつまいも) $3ha(H23) \rightarrow 17ha(H26)$
- 〇自社の取組から地域の取組へ、うなぎ いもプロジェクト発足(H25:生産者35社 (者)、企業51社、個人150名)
- 〇プロジェクト全体の関連商品は32種類 に拡大(H25)

【今後の展望】

○栽培規模の拡大を行うとともに、ブラン ドカを高めて浜松地域における「うなぎ いも」の産地化を目指す。

118



「地元を元気に!農家も元気に!!体も元気に!!!」 長期熟成のフルーティー食感、山県産黒ニンニクを活 用した6次産業化プロジェクト

梅田建設株式会社

<事業者の概要>

•所 在 地:岐阜県山県市

・担 当 者:梅田建設株式会社 美濃山県元気ファーム

元気ファーム事業部 梅田 恵梨子

・取組内容:黒ニンニクを活用した商品開発・販売

- 従業員 : 3名(H26) - 売上高 : 23万円(H26)

http://www.minoyamagata.jp/





黒にんにく商品

【取り組むに至った経緯】-

- 〇梅田建設は、地元の皆様のおかげで成長することができた恩返しとして、黒ニンニクで地域活性化を図るため、6次産業化に取り組むこととし、計画認定を受けた。
- 〇加工原料として、自社生産分のほか、地元農家 が荒廃する農地を活用して、栽培したニンニク を安定した価格で買い取って活用。これを地元 の福祉施設等と協力して加工し、販売する。

【取組の効果】

- ○事業計画新商品の売上高 O円(H25) → 23万円(H26)
- 〇雇用者数

1 名 (H25) → 3 名 (H26)

〇主な原材料生産面積 70 a (H25) → 80 a (H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇地元農家から、ニンニクを安定した価格で買い 取るため、商品価格が相場より高くなることが あり、販売先の確保が困難
- →ニンニクの自家生産面積の増加等により製造原 価を圧縮して利幅の確保を図るほか、商談会へ の参加などによる販路開拓に力を入れている。

地元生産者

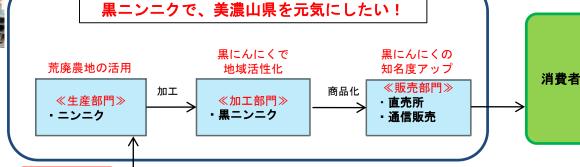
【今後の展望】

- ○いろいろなイベント等に出展して、黒ニンニクの知名度アップを図る。
- 〇女性ならではの更なる新商品の開発
- 〇地元で作られた農産物を加工することで収益性を高め、地域活性化に貢献する。



売り場の様子

美濃山県元気ファーム(梅田建設株式会社)



原料供給

ブルーベリーを使った商品開発へ挑戦! 建設会社による耕作放棄地を活用した農業への参入

株式会社杉田組

<事業者の概要>

•所 在 地:愛知県豊田市

•代表者:株式会社 杉田組

代表取締役 杉田 昌巳

・取組内容:ブルーベリーを使った新商品の開発、加工販売

•雇用者数:6名(H26) •売上高:2.290万円(H26)

http://www.komichi-inabu.jp/blueberry-picking.html/



直売所

【取り組むに至った経緯】

- 〇自社の建設重機を活用し、園地の整備を行う とともに、ブルーベリーが他の作物と比較して 初期投資が掛からないことに着目した。
- 〇生鮮販売だけでは需要が乏しく、観光農園も開 園時期が限定されることから、6次産業化によ る付加価値向上を決意した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○ブルーベリー収穫期しか営業できない観光農園
- →加工施設と直売所を整備することにより、収穫 期以外にも集客力を確保した。
- ○加工設備、加工技術の不足
- →補助事業を活用して、加工場を整備した。 補助事業を活用して、有名パティシエからス イーツの加工技術を習得した。
- ○少ない加工品の種類と話題性
- →女性の目線により、来園者や観光客に受け入れられる新商品を開発した。 地元特産の米粉を使用した新商品を開発した。

【今後の展望】

- 〇加工品の製造販売により、年間を 通じて安定的な収入の確保と雇用 が可能
- 〇来園者数 約1,600人 (H25)
- 〇来店者数 約9.100人 (H25)

-【今後の展望】

- 〇加工商品の更なる充実を目指す。
- 〇都市部へ積極的な販路拡大を図る。

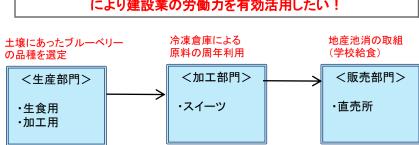




ブルーベリーパイ

(株)杉田組

荒れ果てた農地の再生・保全にもつながるブルーベリー栽培 により建設業の労働力を有効活用したい!



▪消費者 ▪学校給食

6次産業化の力で自慢のお茶を消費者へ! 人にも環境にも優しい有機JAS認証のお茶づくり

有限会社宝箱

<事業者の概要>

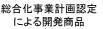
·所在地 : 島根県松江市

代表者: 代表取締役 松浦幸一取組内容: お茶の生産、加工、販売

・売上高 : 900万円(H26)・雇用者数 : 5名(H26)

•URL : http://e-takarabako.com/







有機JAS認証工場

【取り組むに至った経緯】

- 〇お茶の栽培は気象条件に左右されやすく、安定 した経営が難しいため、6次産業化により付加価 値の向上を決意した。
- 〇健康志向のニーズを捉え、有機JAS認証を取得 し、訴求力を高めたお茶に着目した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○茶園の土壌状態のバラツキによる茶葉の生育不 均衡
- →植物性堆肥を施用し、圃場管理を行うことにより、 収穫物の品質を均一にした。
- 〇収穫作業時間の長大化
- →収穫機械を導入して労働時間の短縮を図った。
- ○茶製品価格の低迷
- →加工場の有機JAS認証により商品への有機表示 を可能とした。

【取組の効果】

- 〇売上高 50万円(H16)→900万円(H26)
- 〇雇用者数 5名(H16)→5名(H26)
- ○主な原材料生産面積(茶) 0.4ha(H16)→6.2ha(H26)
- 〇農産物の付加価値を高めた有機JAS マーク入りの番茶、煎茶、紅茶の生産、 販売。

【今後の展望】

- 〇栽培面積を拡大して生産量を増やし、 販売先の開拓を行う。
- ○観光会社とタイアップし、生産圃場・加工場の見学と地域の観光地を巡るツアーを計画する。
- ○茶以外の取組として、自社製品の「あんぽ柿」を使用した新商品の開発を目指す。

(有)宝箱 有機JAS認証を受けた自慢のお茶を飲んでもらいたい! 有機JASの認証を受 衛生面や安全性を厳 造園業から発生する けたお茶の販売 木くずを利用した循環 重管理したJAS認証 型の有機農法 ・スーパー <生産部門> <加工部門> <販売部門> •施設売店 加工用 • 有機煎茶 •直売所 •卸小売店 ・インターネット •有機紅茶 ·消費者 等 •有機番茶 等

中山間地域「奥出雲ブランド」の確立

~建設業からの農業参入による6次産業化~

株式会社奥出雲中村ファーム

<事業者の概要>

•所在地 島根県奥出雲町

: 代表取締役社長 柴田晶夫 •代表者

: 農産物の生産、加工、直売所の運営 •取組内容

•雇用者数 : 18名(H26)

•URL http://www.nakamura-farm.ip/







唐辛子関連商品

【取り組むに至った経緯】

- ○公共事業の減少により、建設業から成長性のあ る農業へ新規参入した。
- ○超高齢化社会を考え、えごまに含まれる「オメガ 3脂肪酸」を活用した機能性食品の開発を着想 した。
- ○鳥獣害対策で栽培していたとうがらしを原料とし た加工品を「いいもの&ローカルブランドコレク ション2008 に出品した。

〇雇用者数

- 3名(H18)→18名(H26)
- 〇主な原材料生産面積(えごま) 0.3ha (H18) \rightarrow 21.8ha (H26)
- ○栽培面積の拡大による耕作放棄地の減 少(農業参入したことにより約40haの耕 作放棄地を解消)

【取組の効果】

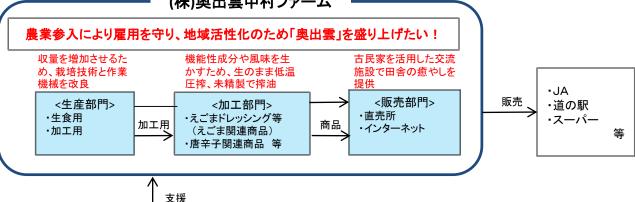
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○えごまの栽培技術が確立されていないことによる 低い単収
- →県に品種改良を依頼するとともに、県の指導を受 けて栽培技術の確立に取り組んだ。
- ○えごまの収穫を汎用コンバインで行うことによる 高い収穫ロス
- →えごま専用コンバインの開発をメーカーに依頼し た。

【今後の展望】

〇県、(株)トマック(出雲市)、(株)奥出雲 中村ファームの3者共同開発による「エ マルジョン(乳化)方法」で精製した油 脂成分が分離しないえごま油「えがお いる(自社製品)」を使用した新商品の 開発を目指す。

(株)奥出雲中村ファーム



島根県(生産技術・商品開発・製造技術等)

コンテナで椎茸!?コンテナ型保冷庫を活用するアイデア から生まれた菌床栽培の椎茸

株式会社 サンエイ興業

<事業者の概要>

: 山口県 美祢市 •所在地

•代表者 : 代表取締役 坂本 睦海

・取組内容 : コンテナを活用した天候に左右されな

い菌床椎茸の安定供給栽培の開発と

新商品の開発・製造・販売

-売上高 : 約3,200万円(H26) •雇用者数 : 7名(H26)パート含む •URI : http://www.sunmine.co.ip





生椎茸

辛子麹和え 「ぴりっとさん」

【取り組むに至った経緯】

- ○本業の精密機械製造による生産管理と品質管理 システムが菌床椎茸の栽培に応用できることを 着想した。
- ○従来の原木椎茸と違い、コンテナは天候に左右 されず、労力の軽減から生産コストが抑えられる ことに着目した。

〇売上高

約700万円(H24)→約3,200万円(H26)

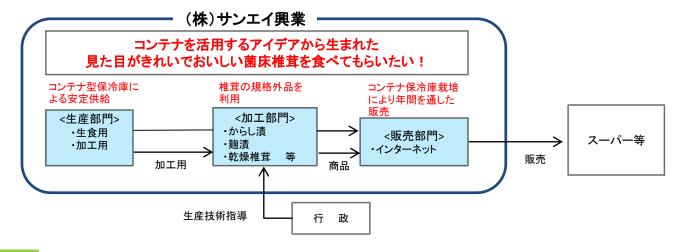
【取組の効果】

- 〇雇用者数 2名(H24)→7名(H26)パート含む
- ○菌床数

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○規格外品等を用いた加工品の開発と加工所の 進備
- →工場の事務所を食品加工所へ改装し、加工品ア イテムを3種類開発した。
- ○販売体系の確立と地域ブランドとしての認知度 アップ
- →委託販売を中心とした販路開拓を行い、企画提 案型の営業により、知名度の向上を図り、スー パーとの直接取引を拡大した。

- ○6次産業化事業体として設立した「(株) さんまいん」と以下の事業を実施する。
- 〇地域ブランドとしての付加価値向上を 目指し、販路の更なる拡大に取り組む。
- 〇生産性の向上を図るため、菌床の製造 にも取り組み、連携する周辺農家等に 販売する。
- 〇ゼロエミッションを目的とした廃菌床に よる堆肥化プロジェクトを行う。



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、飲料等の加工、販売 株式会社オキス(鹿児島県鹿屋市)

<事業者の概要>

•所在地 : 鹿児島県鹿屋市上高隈町1910-3

•代表者 : 岡本 孝志

・取組内容 : 農産物の生産、乾燥野菜・お茶製品・野

菜パウダーの製造販売

·売上高 : 4億4.280万円(H25) •雇用者数 : 17名(パート含む)(H25)

•URL : http://www.oks.cc/



ごぼうちゃ

【取り組むに至った経緯】

- ○運送業の経営で感じた荷下ろし後のトラックの有 効活用を図りたいという発想から、大隅半島の温 暖な気候をいかした農産物の生産を開始した。
- 〇農産物の高付加価値化と流通の効率化に着目し、 乾燥野菜や飲料、茶葉の加工を着想した。
- 〇生産する野菜を乾燥野菜や飲料等に加工し、他 の事業者と連携して更に加工度の高い商品を開 発。商品の流通は運送業を営むグループ企業が 担当した。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 2億3.300万円(H24)
 - → 4億4.280万円(H25)
- ○経営規模(直営農場) 5 ha(H24)
 - → 10 ha(H25)
- 〇雇用 常勤 3名(H24)
 - → 常勤 12名、パート 5名(H25)
- 〇連携業者等:食品企業との契約も増加

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○異業種から参入したため、販路の確保が困難で あり、会社の認知度が低いため、商談も困難
- →全国各地の商談会等へ積極的に参加し、情報 収集を行うとともに、会社のPRを行って顧客を 獲得した。
- 〇加工技術を習得するための指導先が不明
- →試行錯誤の末に加工技術を独学で習得した。 パッケージデザイン等については専門家へ依頼 した。

【今後の展望】

- ○大隅半島の温暖な気候をいかした観光 事業との連携を行う。
- 〇主力商品である機能性食品の開発を重 点的に行う。

販売



乾燥野菜



生産風景

(株)オキス

温暖な大隅半島で生産した農産物を全国各地の食卓へ届けたい! 温暖な機構である大隅半島 付加価値が高く、流通効率 商談会への積極的な出展と で多様な農産物を生産 の良い乾燥野菜に着目 商品のストーリー性を表現

- <生産部門> •生食用
- ·加工用

<加工部門> •乾燥野菜 •野菜茶 商品 -調味料 等

<販売部門>

- ネット販売

- ∙商社
- 百貨店
- ・スーパー
- •直売所
- •飲食店
- •消費者

契約農家 加工用

加工用

④ 自治体等と連携した地域ぐるみの取組

厄介者を地域の資源に! ジビエの町づくり~ジビエ商品の加工、販売~

若穂食のモデル地域実行協議会

<事業者の概要>

•所在地 : 長野県長野市 : 峯村 聰 •代表者

・取組内容 : 有害鳥獣を活用したジビエ料理の開発・提供

·売上高 : 37万円(H26) • 雷話番号 : 026-282-2047



【取り組むに至った経緯】

- 〇長野市若穂地区に有害鳥獣食肉加工施設(主 体:若穂ジビエ振興会)が整備され、その有効 活用を図る取組が必要だった。
- 〇日本ジビエ振興協議会代表の藤木徳彦シェフ の協力の下、捕獲から加工、販売まで一体的 に取り組むビジネスモデル構築を目指して活 動を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇構成団体それぞれの立場や利害の違いによる 意見の相違
- →関係者全員で事業の目的や方向性を話し合い、 方向性を一致させた。

食肉提供

食肉 加工品 の提供

●若穂猟友会 ●若穂地区有害

原料提供

鳥獸対策協議会



若穂食のモデル地域実行協議会

ジビエ資源を有効活用し、ジビエ食文化を定着させて地域を元気にしたい!

講習会を開催して素材 や部位の特性など知識 / を習得

JAグリーン長野 (原料提供、食肉加工)

女性部 (商品加工、販売)

食肉加工の際 に発生するス ジ肉などの商

品化

加工指導 商品 開発支援

様々なジャンルの飲食店 の参加により、多彩なジ ビエ料理を開発

長野しまんりょ会 <飲食店26軒> (メニュー開発・販売)

メニュー開発支援

(オーヘ゛ルシ゛ュ・エスホ°ワール) 藤木德彦 (加工指導・メニュー監修)

日本ジビェ振興協会 (ジビエ捕獲、流通、加工、 販売のコーディネート)

大手企業と連携して大量 のジビエ加工品の製造 を受注

ジェイアール

東日本フード ビジネス(株)

(商品販売)

販売

社会福祉法人 まるこ福祉会 (障害者雇用、 商品加工・販売)

加工指導:商品

開発支援

解体講習会

人気のバーガー

【取組の効果】

イノシシ 10頭(H26):シカ 5頭(H26)

○狩猟者・JA・地域飲食店など幅広い連携

○ジビエを利用したメニューによる消費拡

〇県の認証制度を活用し、さらなる加工

○長野ジビエ食文化を定着させ、農業被 害の減少と雇用創出、地域の活性化を

品の開発と販売展開によるビジネス化

〇売上高

〇利用頭数

37万円(H26)

【今後の展望】

大に取り組む。

に取り組む。

図る。

えごまで地域農業を活性化 富山の新たな特産品化を目指して

株式会社 健菜堂

<事業者の概要>

・ 所在地 : 富山県富山市草島古川6番 代表取締役会長 石橋 隆二 •代表者

取組内容 : 農産物の生産、加工、直売、学校給食

への提供

·売上高 239万円(H26) •雇用者数 正社員2名(H26)

: https://www.facebook.com/kensaidou •URL



【取り組むに至った経緯】

- ○富山市の環境未来都市事業で建設した植物工 場及び地元で露地栽培されるえごまの生産、加 工、商品化、流通等を総合的に行うため県内企 業4社の共同出資により平成25年に設立した。
- ○富山市の特産品創出により、地域の活性化を図 ることを目的に、平成25年に当該企業が中心と なり県内約70社で構成する「えごま六次産業化 推進グループ」を設置し、えごま関連商品の研 究・開発及びPR・普及活動を行った。

【取組の効果】

- 〇売上高 O円(H25)→239万円(H26)
- 〇雇用者数(パート含む) 1名(H25)→3名(H26)
- 〇主な原材料の栽培面積
 - •えごまの実(露地栽培):0.9ha(H26)
 - ・えごまの葉(植物工場):8a(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○えごまの認知度の向上
- →ミラノ万博等のイベントでのPR、学校給食での利 用・紹介等を行った。

富山市環境未来都市プロジェクトの一環として、 市等と連携しながら各種PR活動を行っている。

- 〇商品開発
- →えごま六次産業化推進グループと連携し、えご まの機能性を活用した商品化を進めている。

加工用

【今後の展望】

- ○えごまの認知度を向上させ、露地生産 の拡大、関連商品の開発・国内販売等 を行いながら、海外との共同研究、成 果品の輸出への展開を図る。
- ○富山市の耕作放棄地の解消や雇用促 進に取り組むとともに、富山市環境未 来都市プロジェクトと連携して、地域の 活性化と地域住民のえごま摂取による 健康増進を図る。

輸出

加工・販売・流通・

広報支援

(株)健菜堂

えごまの力で健康増進!富山の新たな特産品として世界に発信!

無農薬で安心安全を重視

- <生産部門>
- •植物工場(生食用葉)、自 社露地農場(加工用種子)
- 地元生産者から加工用種

機能性と味を両立

<加工部門> ・葉加工品(乾燥粉末、お

・種子加工品(焙煎、ペー スト、オイル等)

商品開発•

製造技術支援

販売 茶等)

販売を通じ、富山市の健 康都市化を推進

- <販売部門>
- · 直売(道の駅 等)
- •委託販売
- インターネット販売
- •学校給食

販売 ・直売所、道の駅、スーパー

- 飲食店
- 学校給食

富山市と連携した海外輸出の展開

富山市を中心に、富山大学 とイタリア食科学大学でえ ごま油の新たな利用方法を 検討している。また、これら を用い、輸出に取り掛かる。

品種改良、 栽培指導

- ·富山市農政企画課
- 富山県農林振興センター
- ·富山大学 ・イタリア食科学大学

・えごま六次産業化推進 グループ約70社

126

栗農家と栗菓子製造業者がWinーWinの関係を構築 超特選恵那栗のブランド化事業

株式会社恵那川上屋

<事業者の概要>

• 所 在 地:岐阜県恵那市

•代表者:株式会社 恵那川上屋

代表取締役 鎌田 真悟

・取組内容:耕作放棄地等を活用した栗の生産、地域ブ

ランド「超特選恵那栗」を用いた和洋菓子

の製造、販売

· 売 上 高:19億6,100万円(H25)

·雇用者数:250名(H25)

http://www.enakawakamiya.co.jp/



超特選恵那栗

【取り組むに至った経緯】

- ○ふるさとの名物である栗菓子の味の低下を感じ、 鮮度の低い他県産の栗を使っていることが原因と 判明。このままでは栗農家も、栗菓子も駄目になる との思いで栗農家と連携した菓子製造を決意した。
- OJAを中心に地元農業者と連携して「超特選栗部 会」を設立し、厳しい基準をクリアした高品質の栗 を全量買い取る契約を結び、安定確保と栗のブラ ンド化を実現した。

【取組の効果】

〇売上高 17億8.600万円(H22)

→ 19億6,100万円(H25)

○栗の買取価格 750~800円/kg (参考:一般の栗 400~500円/kg)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

〇高品質な栗の安定供給

栗部会

(JA)

栗農家

栗

- →超低樹高栽培という剪定方法を取り入れることで 日照の確保と作業の効率化をはかり、安定かつ高 品質な栗の収穫が実現した。
- ○集荷した栗の加工が収穫時期に集中
- →CAS冷凍設備を導入することで、鮮度を維持した まま長期保存が可能となった。

【今後の展望】

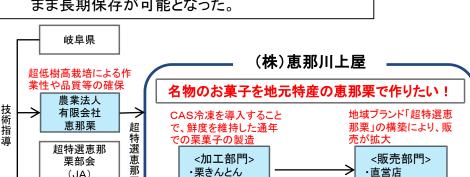
• 直営店

•通信販売

(インターネット、 カタログ)

商品

- 〇地域ブランド構築のノウハウを他地域 で展開していきたい。
- ○海外進出と全国の栗産地をネットワー ク化した「和栗ビジネス」を展開する。



・ 栗きんとん

栗羊羹

栗サブレ

栗アイス



銘菓「栗きんとん」

・デパート (外商・催

世羅町まるごと6次産業化~町全体を農村公園化~

世羅高原6次産業ネットワーク

<事業者の概要>

·所在地 : 広島県世羅郡世羅町 ·代表者 : 会長 原田 修

・取組内容 : 多様な事業者によるネットワークを生か

した各種イベントの開催、新商品開発

、直売所での販売、都市と農村の交流

・売上高 : 約23億円(H25)・参加団体 : 73団体(H27)

•URL : http://www.serakougen.net/



【取り組むに至った経緯】

- 〇農業者の高齢化、担い手不足により農業が崩壊してしまう危機的状況を解決するため、地域 ぐるみの6次産業化を決意した。
- 〇取組当初から6次産業化のコーディネーターの 役割を担う人物が存在した。

【取組の効果】

- ○ネットワーク会員の売上高 約16億円(H21)→約23億円(H25)
- 〇施設等の来客数 約115万人(H25)

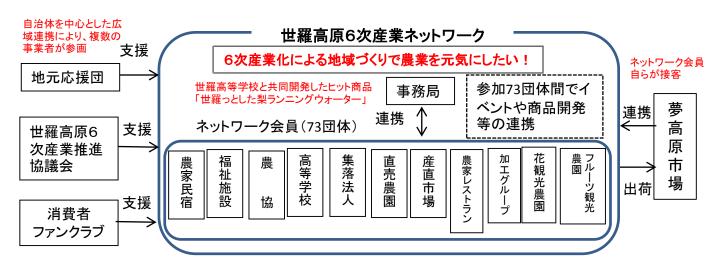
イベント会場内風景

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇ネットワーク会員の人材育成
- →研修会を開催して人材を育成した。
- 〇農畜産物加工品の量産化と地域ブランド化
- →地域ブランド化支援事業を活用した。
- ○種類の少ない販売商品
- →伝統野菜の栽培や新商品開発により、品揃えの 充実を図った。

【今後の展望】

〇滞在型施設を増やし、新たなグリーン ツーリズムへの展開により、町全体の 農村公園化を目指す。



小さなお菓子屋さんが地域ぐるみで取り組んだ「村おこし」 ~紅いもタルトのサクセススト―リー~

株式会社御菓子御殿(旧:(株)御菓子のポルシェ)

<事業者の概要>

•所在地:沖縄県読谷村

•代表者:代表取締役 澤岻英樹

・取組内容:地域の特産品である紅いもを使った菓子

の開発・製造・販売

·売上高 : 53億6,500万円(H26)

•雇用者数 : 540名(H26)

•URL : http://www.okashigoten.co.jp





原料の紅いも

紅いもタルト

【取り組むに至った経緯】

- 〇昭和61年に読谷村の村おこし事業に参加し、特産品である紅いもを使った菓子を開発した。しかし、紅いもは特産品といいつつも、自家消費程度の栽培から、供給元はわずか10戸弱だった。
- ○バスガイドの口コミやキャビンアテンダントの推薦により、平成7年から5年間、那覇空港発着便全ての機内食に紅いもタルトが採用され、知名度が飛躍的に向上し、製造と販売店舗を拡大した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

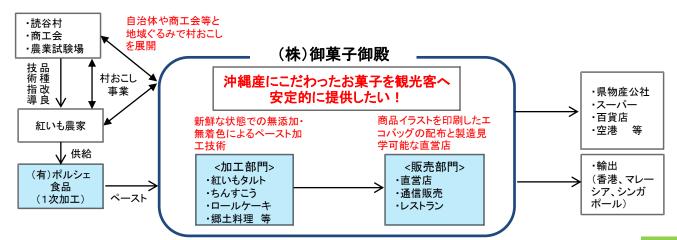
- ○紅いもの安定供給
- →自治体等と連携して品種改良や生産の勉強会を 開催し、収量の増加を図るとともに、加工工場の 拡大により、農家に対して事業拡大の意思を伝 え、地域の紅いも栽培が拡大した。
- 〇販売先の絞込み
- →観光客にターゲットを絞り、女性経営者の視点から、商品イラスト入りのエコバッグを配布するな ど、効果的な宣伝を行った。

【取組の効果】

- 〇売上高 41億8,100万円(H23)→53億6,500万円 (H26)
- ○雇用者数(パート含む) 540名(H26)
- 〇紅いもの収入 30万円/10a

(参考:さとうきびの収入 14万円/10a)

- ○東南アジアや中東諸国等への輸出を拡 大する(ハラル認証を取得済)。
- ○紅いもタルトに継ぐ新たな定番商品を 開発する。



地元の新規農業者を軸とした多様な事業者とのネットワーク構築により「やんばる(沖縄本島北部)」の活性化を実践 農業生産法人株式会社クックソニア

<事業者の概要>

•所在地 : 沖縄県名護市

•代表者 : 代表取締役 芳野幸雄

・取組内容 : 農産物の生産、加工、直売所・レストラ

ン運営

-売上高: 1億300万円(H27)

·雇用者数 : 22名(H27)

•URL : http://cooksonia.net/





沖縄畑人くらぶ

加工品「やんばるピクルス」

【取り組むに至った経緯】

- ○自ら生産した野菜を自ら販売することで、所得の 向上を目指していたが、加工による付加価値向 上の取り組みにより、安定的な収入を目指す。
- ○やんばるエリアにこだわり、様々な事業者が参加する「やんばる畑人(はるさー)プロジェクト」を H22年に立ち上げ、商品開発や広報などの部会 を設置し、定期的・計画的に活動。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇沖縄畑人(はるさ一)くらぶ(新規就農者グループ)は、農業の知識・技術が不足し、生産が不安定
- →元普及指導員を招き、座学による講習会や現地 検討会を開催し、スキルアップを図った。
- 〇加工・販売施設の整備にかかるコストが過大
- →名護市が地域の活性化を目的に整備した、6次 産業化支援拠点施設に入居することにより、施 設整備関連のコスト削減を図った。

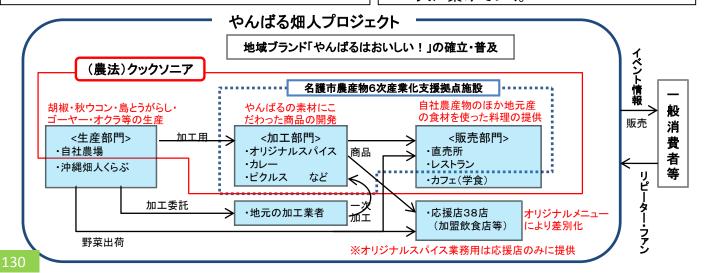
【取組の効果】

- 〇売上高 2,400万円(H22)→1億300万円(H27)
- 〇雇用者数

1名(H22)→22名(H27)

- ○連携農家数(沖縄畑人くらぶ)8戸(H22)→15戸(H27)
- ○作付面積(沖縄畑人くらぶ) 0.5ha(H22)→2.0ha(H27)
- 〇プロジェクト参加者(応援店) 5店舗(H22)→38店舗(H27)

- 〇野菜·食肉加工の目処が立ったので、地 ビールの製造について可能性を模索。
- ○県外の物産展への出展等により、全国 ヘプロジェクトの取組を発信し、販路拡 大に繋げていく。



り 動出など海外へ展開する 取組

仲間の力を結集して、地元から全国へ、そして海外へ! 農産物や加工品、日本酒等の総合販売プロジェクト 有限会社西神楽夢民村、株式会社北海道夢民村

<事業者の概要>

•所在地 :北海道旭川市

•代表者 :代表取締役 島 秀久

取組内容:農産物の生産、加工、直売所、宅配、

カフェレストラン、日本酒の輸出

売上高 : 4億1,000万円(H26)雇用者数 :正社員21名(H26)

•URL: http://www.shop.muminmura.com/







カフェレストラン・直売所外観

日本酒

【取り組むに至った経緯】

- 〇消費者と直接的な交流を求めて任意団体を設立 し、平成13年に法人化を行い、システムを構築し て農産物の宅配を開始した。
- 〇通販事業やリクルートの強化を図るため、平成 22年に分社化した。

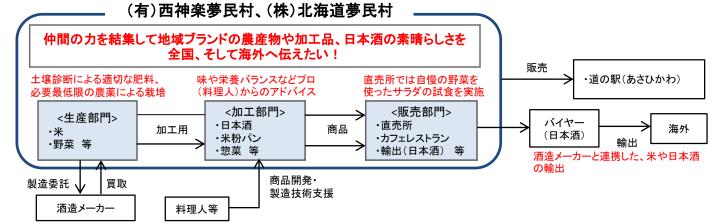
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○構成員個々で伸び悩む収益の確保
- →構成員の農業経営を完全統合した。
- ○集客数を拡大させるための新たな施設整備
- →補助事業を活用して農家レストランを整備した。
- 〇日本酒(自社産酒米使用)のさらなる販路開拓
- →日本食の人気が高く、安定した市場であるアメリカ等へ、平成24年から日本酒の輸出を開始した。

【取組の効果】

- 〇売上高 3億5,000万円(H21) → 4億1,000万円(H26)
- ○雇用者数 正社員15名(H21) → 正社員21名(H26)
- 〇日本酒輸出量の増加 900本(H24) → 4.500本(H26)

- ○ヨーロッパ、アジアに向けて米や日本酒 の輸出を行う。
- ○社員教育の充実と人材の育成を行う。



6次産業化により世界へ! 青森から世界へはばたく黒にんにくの輸出事業

有限会社柏崎青果

<事業者の概要>

所在地 : 青森県おいらせ町代表者 : 代表取締役 柏崎進一

・取組内容: ごぼう、にんにく等野菜の生産、加工、

販売、黒にんにくの輸出

・売上高 : 15億3,000万円(H26)・雇用者数 : 正社員85名(H26)

•URL: http://www.aomori96229.jp/





催事場で販売促進

【取り組むに至った経緯】

- ○捨てられる裾物野菜の有効活用を図り、新たな価値を生み出すため、農産加工を開始した。
- 〇日本一の産地である青森産にんにくの取扱量が 増える中、市場価格に左右されない加工事業と健 康への意識が高い海外向けの輸出に着目した。

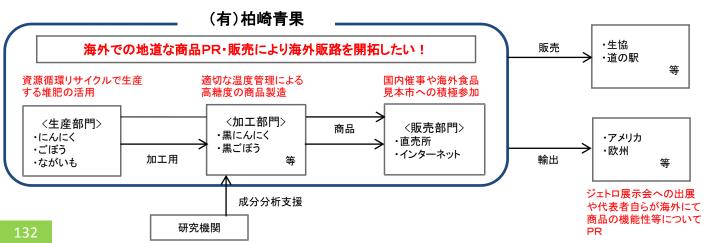
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇黒ごぼうの開発で判明した高い抗酸化活性を生 かす商品開発
- →利用しやすい加工用食品素材向けに大学と共同 研究を実施して商品開発を行った。
- 〇加工施設の不足
- →施設整備補助事業等を活用して設備を導入した。
- ○販路の開拓、PR方法等の販売戦略の構築
- →既存販路を活用したPR活動や高級スーパー、大 手商社へ商品提案を実施した。

【取組の効果】

- ○売上高(にんにく、にんにく加工品等) 2,500万円(H23)→6億5,800万円(H26)
- ○雇用者数 64名(H23)→85名(H26)
- ○黒にんにくの輸出量 60kg(H23)→7,316kg(H26)
- 〇海外展開の状況 輸出先:北米アメリカ、欧州、アジア等

- 〇研究機関と連携して黒ごぼうの機能性成分の分析を進め、機能性を生かした新商品の開発を行う。
- ○にんにくの作付面積を増やして、事業を 拡大することで地域の活性化を目指す。



生産から製造・加工・販売までの一貫システムで 「鶏、まるごとプロデュース」

株式会社アマタケ

<事業者の概要>

•所在地 : 岩手県大船渡市

•代表者 : 代表取締役社長 甘竹秀企

・取組内容 : 「南部どり」「岩手がも」の生産、生肉・加工

品の製造・販売、南部どりたまご・南部どり

コラーゲン化粧品の販売

·売上高 : 92億円(H26)

·雇用者数 : 正社員371名(H26)

•URL : http://www.amatake.co.jp./index2.html



モンドセレクション金賞受賞 南部どりのサラダチキン「ハーブチキン」

【取り組むに至った経緯】

- 〇少子高齢化によるブロック肉販売減少から、少量 購入や、手軽に調理できる商品の需要に着目した。
- 〇東日本大震災の風評被害の影響で営業に苦戦していた。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

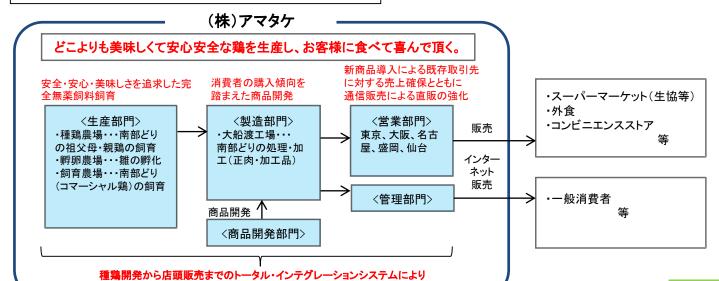
- 〇新商品開発
- →小包装パック(コンシューマーパック)商品を開発し た。
- 〇販路開拓
- →ECサイト開設により、全国に取引が拡大した。大 手コンビニ(ローソン)との取引で南部どり使用商 品を販売した。
- ○放射性物質による風評被害への対応
- →食品放射能測定機器を導入した。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 52億円(H23)→92億円(H26)
- ○5年連続モンドセレクション金賞受賞 (南部どりのサラダチキン「ハーブチキン」)
- ○南部どりのサラダチキンの輸出を開始 (H25)

【今後の展望】

- ○鶏肉、鶏加工品の輸出拡大を検討して いる。
- 〇消費者二一ズを据えた商品開発を継続 する。



相場に左右されない安定経営

高級ジュースを海外へ! 樹上で完熟させた高品質ぶどうジュースの海外展開 農事組合法人大沢ファーム

<事業者の概要>

•所在地 : 秋田県横手市

•代表者 : 代表理事 小川忠洋

・取組内容 : 農産物の生産、加工、ぶどうジュース

の輸出

·売上高 : 3.040万円(H26)

•組合員数 : 3名(H26)

•電話番号 : 0182-32-5651



ぶどうジュース(左)と洋なしジュース(右)

【取り組むに至った経緯】

- ○県内有数のぶどうの産地である横手市大沢地 区で、ぶどう栽培農家の担い手確保や冬場の雇 用対策等のため、生食用ぶどうを用いた高級ジュースの加工を着想した。
- 〇旧学校給食センターを利用し加工場を整備して ジュースを製造し、空港や百貨店等で販売する ほか、香港や台湾などへ輸出を行った。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○ジュース用ぶどうの品質向上と生産量の確保、 県外への委託加工による物流コスト等の負担
- →樹上で完熟(糖度23度以上)させることで、高品質なジュース用ぶどう生産の安定化を図るとともに、旧学校給食センターを活用して自社の加工場を整備した。
- ○ジュース加工技術の習得と販路の確保
- →ジュース加工業者による技術指導と(社)横手市 観光協会の販売網等を活用した。

【取組の効果】

- 〇売上高 752万円(H25)→3,040万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 2名(H23)→5名(H26)
- ○ジュース用ぶどうの生産量3トン(H17)→26トン(H26)

【今後の展望】

- 〇海外展開するジュースの輸出相手国、輸 出量の拡大を行う。
- 〇ぶどうや洋なし以外の地域の農産物を活用したジュース加工、販売を行う。

(農)大沢ファーム

ジュースへの加工によりぶどう栽培農家の担い手と冬場の雇用を確保したい!

樹上完熟した生食用ぶどう(糖度23度以上)のみを収穫し、ジュースへ加工

〈生産部門〉 ・ジュース用ぶどう (スチューベン) 旧学校給食センターを活用することで、 施設整備費を低減

〈加工部門〉 ・ジュース加工(搾汁、濾過、加熱殺 菌、瓶詰め等)

地元観光協会と連携し、 販路を拡大

〇県内

- ・秋田県物産振興会、 秋田空港、道の駅等 〇国内
- ・(株)成城石井、(株)九 州屋、秋田ふるさと館 (有楽町)、のもの、藤 崎百貨店等 〇海外
- ·City super(香港4店 舗、上海1店舗、台湾6 店舗)

・ぶどう、洋なしの生産:大沢地区及び横手市内の生産農家・ジュース加工技術:県外のジュース加工業者・ジュース開発、販路開拓:(社)横手市観光協会

町産ブランドを海外に売り込め! 町が一丸となって海外へ売り込む特産蜜入りりんご

朝日町果樹組合連絡会議

<事業者の概要>

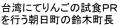
所在地 : 山形県朝日町代表者 : 会長 鈴木義彦

・取組内容: りんごの生産、販売、輸出

- 電話番号 : 0237-67-2114

(朝日町農林振興課)







海外専用の化粧箱 (天狗マーク入り)

【取り組むに至った経緯】

- 〇地元企業から町に寄付を受けた際「寄付金は朝日 町特産のりんごを世界に広める活動に使ってほし い」という要望を受けた。
- 〇海外の富裕層をターゲットとした贈答用りんごの 海外展開と蜜入りりんごのブランド構築による他 産地との差別化を着想した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

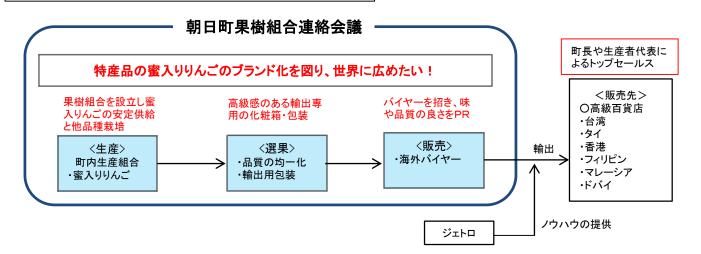
- ○輸出に関する情報の不足
- →ジェトロに相談して輸出に関する知識を得た。
- 〇山形県朝日町産ブランドの確立
- →ブランドを確立するため、高級百貨店をターゲット とし、贈答用向けの販売を行った。

バイヤーを招いて蜜入りりんごの試食を行い、直接、味や品質をPRした。

【取組の効果】

- ○輸出量 14トン(H16)→39トン(H26)
- ○輸出先 台湾(H16)→台湾、タイ、香港、フィリピ ン、マレーシア、ドバイ(H26)
- ○輸出品種の増加 ふじ(H16)→シナノスイート、シナノゴー ルド、王林、ふじ(H26)

- 〇海外マーケットのさらなる開拓と山形県 朝日町産りんごのブランドカ強化を図る。
- ○りんごが町の農業産出額の5割を占めているため、りんご関連事業のさらなる活性化を図り、町全体を活性化させる。



日本食"SHIRATAKI(しらたき)"の挑戦! 多様なこんにゃく商品の開発による事業の海外展開 グリンリーフ株式会社

<事業者の概要>

•所在地 : 群馬県昭和村

•代表者 : 代表取締役 澤浦彰治

- 取組内容 : 農産物の生産、加工、直売・のほか、

こんにゃく商品の輸出

•売上高 : 7億4,900万円(H27)

·雇用者数 : 78名(H27)

•URL : http://www.akn.jp/index.php





冷凍ほうれんそう

冷凍ブロッコリー

【取り組むに至った経緯】

- ○希少な無農薬栽培こんにゃく芋を生かすため、 自社でのこんにゃく加工を開始した。
- ○商社から当社のこんにゃく商品を輸出したいという話があり、互いのコンセプトが共通していたことから、海外展開を決意した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○取引先のニーズに沿った商品開発
- →取引先と共同で商品の企画、開発を行った。
- ○他の商品と差別化が図れるこんにゃく製品の 開発
- →商社と連携して輸出先が希望する形状、重量等 のニーズを調査するとともに、ニーズに即した商 品を供給するため、新たに製造設備を導入した。

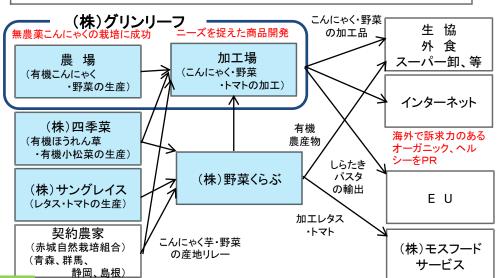
【取組の効果】

- 〇売上高 6億4,700万円(H22)→7億4,900円(H27)
- ○雇用者数(パート含む) 59名(H23)→78名(H27)
- ○農作物生産規模 ほうれん草510a(H23)→550a(H27) こんにゃく芋470a(H22)→600a(H27)

【今後の展望】

〇輸出相手国や輸出品の拡大を図る。

取引先の二一ズに応じた多様なこんにゃく商品を海外に普及させたい!





こんにゃく製品

いくぞ!世界へ 世界基準のハーブ生産と化粧品等の商品開発

株式会社香寺ハーブ・ガーデン

<事業者の概要>

•所在地 :兵庫県姫路市

•代表者:代表取締役 福岡讓一

・取組内容 :農産物の生産、加工、直売所

·売上高 : 1億7.000万円(H26)

•雇用者数 : 26名(H26)

•URL : http://www.koudera-herb.com/

251 Eigeans midde



2013年ドイツで開催されたオーガニック展示会「BioFach」に野菜エキス化粧品を出展。

【取り組むに至った経緯】

- 〇ハーブに魅せられ、農薬や除草剤を使用せずに 栽培するための研究を兼ねてハーブ園を開設 し、ハーブ加工商品を製造するため、抽出技術 等を開発してお茶や化粧品等の開発に着手し た。
- 〇担い手不足や耕作放棄地の拡大、地元小学校 の廃校など限界集落になりかねないとの危機 感から、新たな地域活性化の必要性を強く感じ た。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○高品質の原料確保
- →地域住民を中心に、有機栽培で機能性植物を生産する協議会を立ち上げ、製造する商品へ活用。
- ○国内や海外への販路確保
- →有名百貨店に直営店を出店するとともに、海外へも目を向け、ヨーロッパの規格で一番厳しいといわれるコミッションE(ドイツ)に適合するハーブ生産を開始。世界最大級のオーガニック展示会BioFachに出展し、マーケティング調査を実施した。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 7千万円(H13)→1億7千万円(H26)
- 〇直営店
 - 1店舗(H13)→3店舗(H26)
- 〇雇用者数
 - 5名(H13)→26名(パート含む)(H26)
- 〇野菜抽出エキス(不凍タンパク)
 - →株式会社カネカに出荷開始 (5年後30億円規模)

【今後の展望】

- 〇機能性に着目した新たな食品や化粧品 の開発に取り組む。
- ○国内や海外での販路の拡大を目指す。

(株)香寺ハーブ・ガーデン

ハーブや有機農産物を用いた6次産業化により 限界集落の危機に直面する地域を活性化したい!

自然と環境に配慮した有機栽培によるハーブ生産

開発した抽出技術や発酵技 術を用いた多様な商品開発

石鹸等

有名百貨店に直営店を出店 し、知名度、信用力が向上

<生産部門>

・ハーブ

<加工部門>
・ハーブティー、パン、化粧品、

カモミール、桑、クコ

<販売部門>

・直売所、直営店、インターネット

、 /協力

有機機能性農産物の提供

〈播麿機能性植物有機生産協議会〉

地域住民や地元企業

海外への物流課題を解決! 常温流通が可能なスパークリングSAKEの開発

丸本酒造株式会社

<事業者の概要>

•所在地 : 岡山県浅口市

•代表者 : 代表取締役社長 丸本 仁一郎

・取組内容: 自ら栽培した酒米を原料とする発泡日本酒、

オーガニック商品の販売

- 売上高 : 5,600万円(H26) - 雇用者数 : 正社員23名(H26)

•URL : http://www.kamomidori.co.jp/

丸本酒造の酒蔵 (国の登録有形文化財指定)

【取り組むに至った経緯】

- ○「日本酒の美味しさは米にあり」との考えから、原 料である米へのこだわりを追求している。
- ○欧米や香港における日本酒の需要を分析し、 オーガニックに着目して有機栽培米による日本酒 の開発・販売を行っている。
- 〇さらに、海外の酒類のように、常温流通に対応した発泡日本酒を開発して海外への販路を拡大したいと着想した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○酒造会社の農業参入に伴う、農地の確保
- →町外の農地を確保して栽培し、酒米栽培振興特 区の認定により生産を拡大した。
- 〇発泡日本酒を瓶に充填する際のガスの処理
- →県内の地ビールメーカーのアドバイスを基に、技 術者の創意を結集して、発泡日本酒の充填技術 を確立した。

【取組の効果】

- 〇売上高 0万円(H22)→5,600万円(H26)
- 〇雇用者数

12名(H22)→23名(H26)

- ○主な原材料生産面積(主食用米) 1ha(H22)→16ha(H26)
- 〇海外展開の状況

輸出先∶北米、香港等

日本酒の輸出: 0%(H22)→約15%(H26) (酒全体の売上げに占める輸出の割合)

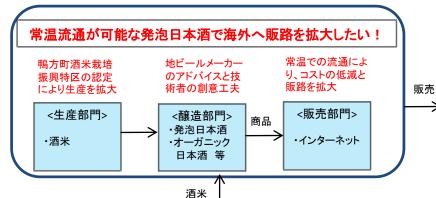
【今後の展望】

•酒店

•輸出

・スーパー

- 〇スパークリング商品のブームを追い風 として販路を拡大する。
- ○発泡日本酒、オーガニック商品など需要のターゲットを絞った販売を展開する。



販売

酒米栽培

農家



常温保管できる 発泡日本酒

種鶏(しゅけい)の美味しさを世界に発信! Made in Japanの高品質ハラルフードの加工、販売、輸出 株式会社エヌチキン

<事業者の概要>

所在地 : 鹿児島県南九州市知覧町郡3669

•代表者 : 徳満 義弘

・取組内容:黒さつま鶏の生産・加工・販売、ハラルフードの

加工・販売・輸出

- 売上高 : 28億4,000万円(H26)

雇用者数 : 199名(非常勤雇用含む)(H26)

•URL : http://ajinatori.com/

http://ajinatori-halal.jp/(ハラル専用)

http://shop.ajinatori-halal.jp/(オンラインショップ)



ハラルフード

【取り組むに至った経緯】

- 〇今まで有効活用されていなかった肉用鶏の親鳥である種鶏は、ブロイラーと比べて飼養期間が長いため、歯ごたえとコクのあるしっかりとした味の肉質であり、九州で好まれる香りの強い焼酎に合うことに着目し、炭火焼きやモモ焼き等のレトルト食品の加工を開始した。
- ○常温管理が可能であるレトルト食品の強みを生かし、ベトナムや香港などアジア市場に向けて輸出を開始するとともに、ハラル認証を取得してハラルフードとして海外展開に向けた準備を行った。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇ハラルフードや宗教観、習慣に関する情報不足
- →国内外の海外事情に詳しい取引先から様々な情報を収集した。
- 〇ハラル処理するムスリムの雇用
- →実習生制度を活用してムスリムを雇用した。
- 〇ハラル生産対応による生産性の低下
- →豚肉やアルコール等のハラルに違反する原材料 を別工場へ移してハラル用生産に対応した。

【取組の効果】

- 〇ハラルフードへの関心が全国的に上昇 しており、商品が国際線機内食に採用。
- 〇レトルト加工品については、鹿児島県の 特産品コンクールにて県知事賞を受賞。

【今後の展望】

- ○ハラルフードの海外展開と国内販売の 拡大に取り組む。
- 〇レトルト加工品のラインナップを拡充させる。
- 〇高齢化に対応する食品を開発する。



製造するハラルフード

•輸出



レトルト食品の殺菌施設



⑥ 農観連携や医福食農連携、 再生可能エネルギーなど新 しい分野の取組

バイオガスプラントによる一石四鳥の資源活用 (臭気対策、売電収入、熱利用、消化液利用)

農事組合法人サンエイ牧場

<事業者の概要>

•所在地:北海道大樹町

•代表者 :代表理事組合長 鈴木 正喜

・取組内容:家畜ふん尿を活用した発電事業

·売上高:13.8億円(H26)

•URL : http://mint.hokkai.net/~sanei/







フリーストール牛舎

【取り組むに至った経緯】

- ○地域の酪農・畜産を継続してゆくには規模拡大 が必須との考えから、地元JAの青年部役員3名 が共同で全国有数の酪農メガファームを設立し た。生乳事業を中心に肉牛事業も実施している。
- ○酪農の臭気対策を目的にバイオガスプラントを 建設し、発電事業を開始した。

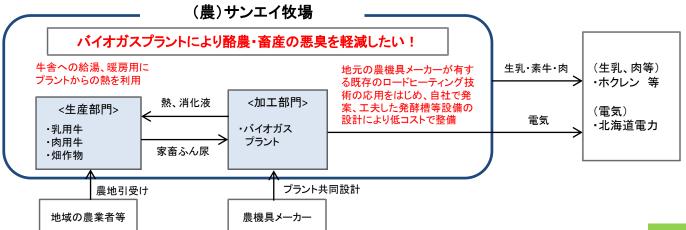
【取組の効果】

- 〇売上高 8億円(H20) → 13.8億円(H26)
- 〇最大糞尿処理数量 120トン/日(成牛約1,600頭分)
- 〇最大発電可能量 6,121キロワット/日

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇バイオガスプラントの製造コストの削減
- →地元農機具メーカー等と共同で既存技術を応用した発酵槽等の設計を行い、製造コストの低減を図った。
- ○プラントの建設資金の調達
- →日本政策金融公庫からの融資と自己資金により プラントを建設した。

- ○電力会社への売電のほか、自社での 活用や他社への販売を行う。
- 〇消化液の販売を行う。
- 〇コージェネレーションによる野菜·果実 の栽培
- 〇和牛のアジア(中国、ベトナム、台湾) 向け輸出を行う。



高品質への追求を起点に耕畜連携を構築 ジェラート店の集客力により観光拠点へ成長

(有)フジタファーム、(有)レガーロ、(株)藤田牧場

<事業者の概要>

•所在地 : 新潟県新潟市西蒲区

・代表者: (有)フジタファーム代表 藤田 毅

・取組内容 : 農畜産物の生産・加工・販売

- 売上高 : 7,500万円(H26) - 雇用者数 : 10名(H26)

•URL: http://fujitafarm1866.com/



【取り組むに至った経緯】

- 〇北海道の牧場発アイスクリームのブームなどを 受けて、平成15年にジェラート事業を担う(有)レ ガーロを設立した。
- 〇自社の牛乳を消費者へ直接販売したいとの思い から、平成25年に「ミルクカフェ」を新設した。

【取組の効果】

- 〇売上高 4.200万円(H15)→7,500万円(H26)
- ○雇用者数 3名(H15)→10名(H26)
- 〇来店者数 約22万人(H26)

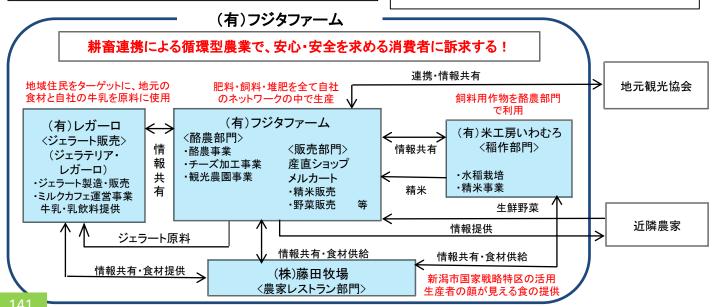
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○乳製品の加工技術やノウハウの不足
- →国内外での技術研修に参加したほか、酪農家と の意見交換等によりノウハウを取得した。
- 〇新規事業(ミルクカフェ)の集客
- →マスコミを活用したPRのほか、ジェラートショップ 来客者にミルクカフェの宣伝を実施している。

【今後の展望】

〇地域内農業者とも連携しながら、加工 販売品目や体験メニュー等を増やすとと もに、ミルクカフェを充実させ、年中楽し める観光農場を目指す。

また、平成28年春に農家レストランを新設予定。



「小水力発電による地域作りと農村維持!」 再生可能エネルギー導入と6次産業化の取組

石徹白(いとしろ)地区地域づくり協議会

<事業者の概要>

所在地 : 岐阜県郡上市代表者 : 石徹白 隼人

・取組内容 : 再生可能エネルギー、農産物加工

• 雇用者数 : 10名 (H26) • 売上高 : 596万円 (H26)

• URL : http://www.itoshiro.net/index.html







^{うわが} 上掛け型水車

【取り組むに至った経緯】

- ○地域の過疎化・高齢化が深刻化したため、地域 に定住する人を呼び込む取組が必要と考えた。
- 〇まずは小水力発電の導入から始まり、発電した 電力を石徹白地区で休眠中だった農産物加工施 設に供給することにより、事業を再開させて、地域 の魅力作りに取り組んだ。

【取組の効果】

〇小水力発電で得た電力で再開させた農 産物加工施設で生産された加工品の売 上高

596万円 (H26)

〇定住者の増加

H19年の協議会設立からH27年までに 12世帯28名(うち5名誕生)増加した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

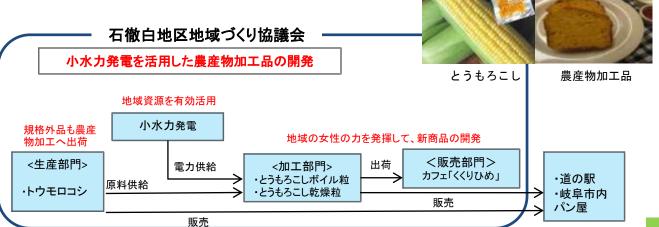
- 〇地勢や気象条件に適した発電方法の選択
- →山間部であり、冬は豪雪地帯という土地柄を生 かし、小水力発電を導入。低コストで安定的な電 力を確保することに成功。
- 〇小水力発電を地域の魅力につながる取組とする ための方法の模索
- →休眠していた農産物加工施設を再稼働させ、地 域の女性の力を借りて新商品を開発。

【今後の展望】

〇小水力発電施設を増設し、農業共同利 用施設等への電力供給を増やすことによ り、地域の農業経営に貢献。

県・市による発電所 63KW(H27年6月稼働) 農協による発電所 116KW(H28年6月稼働予定)

- 〇農業経営の安定により、農産物加工品を 充実させ、通年雇用を増やす。
- 〇農村と都市の交流を増やし、石徹白地区 のファン作りを進める。



稲作で発生する廃棄物の籾殻を100%使用したバイオマス燃料の製造・販売と自社生産米を精米・炊飯・調理加工して販売する「おにぎり店」の出店事業

有限会社福江営農

<事業者の概要>

・所 在 地:岐阜県海津市

• 担 当 者:有限会社福江営農 後藤 純二

・取組内容: 籾殻を活用したバイオマス燃料の製造・販売

自社米を調理加工したおにぎりの製造・販売

http://www.fukue-einou.jp/index.html

籾殻活用燃料

【取り組むに至った経緯】

〇籾殻活用燃料(モミガライト及びモミ炭郎)を製造・販売することで、農業廃棄物を新たな収益源とし、バイオマス燃料の供給による環境保全への 貢献及び製造に係る地域雇用の拡大を図った。

また、自社米の販売及びこれを調理加工して販売するおにぎり店を展開することにより、米の収益向上を図ると同時に、店舗で販売する惣菜の原料となる野菜等を地域農家から調達することで、地域農業全体の活性化に貢献してきた。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇モミガライト及びモミ炭郎については、籾殻の保 管場所が少ないことと農閑期での生産となるため、 製造期間が限られ、製造量の増加に限界
- →籾殻の保管場所と製造人員の確保に努めている。

【取組の効果】

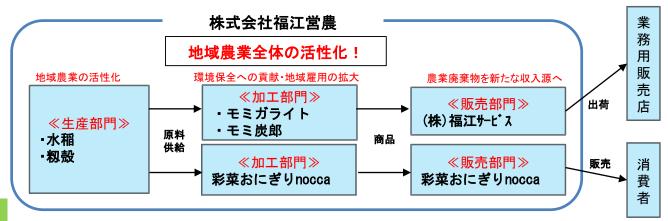
- 〇売上高(籾殻活用燃料) 53万円(H24) ⇒ 231万円(H26)
- ○売上高(おにぎり) 0円(H24) ⇒ 966万円(H26)
- ○雇用者数 14人(H24) ⇒ 17人(H26)





(直売所) 彩菜おにぎりnocca

- ○籾殻活用燃料については、加工機 械の能力アップ等により農閑期で の製造量を増加し、受注に対応す る体制を整備する。
- 〇おにぎりについては、今後も新メ ニューを開発していく。



大自然が育んだ本物の味

自家生乳ジェラートで生産者の思いを消費者へ伝える

有限会社池田牧場

<事業者の概要>

滋賀県東近江市 •所在地

•代表者 : 代表取締役 池田 義昭

・取組内容: 牧場、ジェラート加工・販売、

農家レストラン、宿泊体験施設

·売上高 : 1億7千万円(H26)

·雇用者数 : 20名(H26)

•URL : http://www.ikeboku.com/



ジェラート工房【香想】

【取り組むに至った経緯】

- ○米国での低脂肪アイスのブームを受けて、日本で も流行ると直感したことから、イタリアに渡りジェ ラートの製造・販売技術を習得。自社生乳による 各種商品の開発、製造を開始した。
- ○女性取締役(代表の夫人)の着想により消費者 ニーズ(地産地消、スローフード)を捉え、レストラ ンや宿泊体験施設の整備を行い、観光エリアを 創設して地域振興にも貢献している。

【取組の効果】

- 〇売上高(ジェラート) 3.900万円(H19)→1億円(H26)
- 〇雇用者数(牧場全体) 15名(H19)→20名(H26)
- 〇来場者数(牧場全体) 約7.5万人(H19)→約14万人(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○製造設備の整備
- →高性能製造機械を導入した。
- ○複雑な関係法令等への対応
- →専門知識が豊富な知人等に対応を相談した。

【今後の展望】

○近隣施設との連携と地域を巻き込んだ 着地型観光及びフェアツーリズムの視 点で展開を図る。

(有)池田牧場

酪農家として美味しい牛乳を通じて消費者とつながり、生産者の思いを伝えたい!

生乳の生産調整にともなう 海外での低脂肪アイスブーム 余剰生乳の活用策を模索 が日本に波及することを予想 <生産部門> <加工·販売部門> 【池田牧場】 【香想】 加工用 •生乳用 ジェラート 約30種 ·加工用 ジェラート委託製造 販売 ・いちご生産者など ・レストラン (県内外) ・道の駅

生産者の顔が見える野菜への二-ズを捉え、地産地消にこだわった

> <レストラン部門> 【香想庵】

農家レストラン ジビエ料理 田舎(山里)料理 等 <宿泊体験施設> 【あいきょうの森】

- ・バンガロー
- •体験教室 (料理·木工等)
- ·林間散策

障がい者が主人公となり農業の可能性へチャレンジ! 水耕栽培で生産するサラダほうれん草等の6次産業化 ハートランド株式会社

<事業者の概要>

所在地 : 大阪府泉南市

代表者 : 代表取締役社長 黒田英彦取組内容 : 農産物の水耕栽培、加工、販売

- 売上高 : 8,500万円(H26) - 雇用者数 : 正社員19名(H26)

•URL: http://www.kokuyo.co.jp/heartland/

ハートランドスタッフ

【取り組むに至った経緯】

- 〇障がい者雇用の促進を図るため、平成18年12月 に会社を設立し、農業生産法人の認可(平成19 年1月)、操業開始(同年10月)を経て、平成20 年3月にコクヨ(株)の特例子会社として認定され る。
- 〇水耕栽培で生産するサラダほうれん草の付加価 値向上を図るため、レトルトスープ等の加工事業 を着想した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇消費者の食生活改善意識と実際の食習慣の ギャップ
- →コク∃健康管理室や他の事業者と連携し、そこで 得た意見を参考にして、無理なく一定程度の野 菜摂取が可能となるコンセプトで商品開発を実 施した。
- 〇高価でも商品を購入したいという客層への販路 拡大
- →コクヨ本社等の社員食堂でテストマーケティング を実施した。

【取組の効果】

- 〇売上高 5,300万円(H23)→ 8,500万円(H26)
- ○雇用者数 16名(H23)→19名(H26)
- ○障がい者雇用促進 自社及び協力農場で積極的に障がい者 の雇用促進に寄与 施設見学の実施 平成19年以降、累計約3,300名

一次13年以降、第日前5,550石 福祉施設7箇所から作業支援受(H26)

【今後の展望】

- 〇生活習慣改善の食事指導と関連させな がら、社員食堂等で販売を行う。
- ○福祉施設向けに介護食としての販売を 検討する。
- ○障がい者を雇用する農園とネットワーク を構築し、物流や商品を共同運用・開発 する事で、課題克服と規模拡大を行う。

ハートランド(株)

認知度は低いものの食感が良く、生でも食べられるサラダほうれん草で 無理なく野菜を摂取して食生活を改善してほしい!

24時間コンピューター管理の コクヨ健康管理室の意見を 本社社員食堂にてテス 水耕栽培により安定した生産 踏まえた商品開発・製造 トマーケティングを実施 <企画部門> <生産部門> <販売部門> ・レトルトスープ •卸売 •生食用 加工用 ・乾燥スープ 商品 ・マーケティング ·加工用 ・焼き菓子

販売

- ・スーパー、百貨店
- ・コクヨ社員食堂
- •特例子会社
- 福祉施設

等

コクヨ健康管理室 ・商品コンセプト 食品メーカー ・商品開発支援 ・製造委託加工

両手いっぱいの感農体験 ゆめさき苺のもぎとり体験とスイーツカフェ

有限会社夢前夢工房

<事業者の概要>

·所在地 : 兵庫県姫路市 ·代表者 : 取締役 衣笠愛之

取組内容 : 農産物の生産、加工、直売所売上高 : 7.500万円(H25)(イチゴ、直売所)

•雇用者数 : 8名(H25)(イチゴ、直売所)

•URL : http://www.y-yumekoubou.net/





直売施設 「夢街道farm67」

ゆめさき苺を使った スイーツ

【取り組むに至った経緯】

- ○姫路城改修後の公開とスマートインターチェンジ の開設計画を新たな地域活性化のチャンスと考 えて、体験型メニューを提供する施設を整備した。
- ○観光事業を取り組む上で、菓子製造業者との連携を有効な手段として考えた。

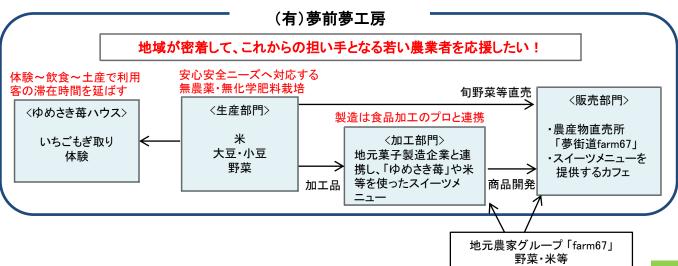
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇農作業体験の受入に必要な農園環境の整備
- →農薬低減の機器設置、環境や安全性に配慮し、 生物的防除・耕種的防除を組み合わせて管理するIPM農法を実践した。
- 〇イチゴの保存、加工とロス率の低減方法。
- →イチゴの冷凍保存により、ロス率の低減を図ると ともに、アイス製造メーカーと連携して加工に取り 組んだ。

【取組の効果】

- Oイチゴ栽培面積 0.14a(H23)→33a(H25)
- ○雇用者数(パート含む)(イチゴ、直売所) ○名(H23)→8名(H25)
- ○来場者数 80人(H23)→5,000人(H25)
- ○売上高(イチゴ、直売所) 20万円(H23)→7.500万円(H25)

- 〇農産物を利用したスイーツを開発する。
- ○年間を通した体験型農業プランを企画 する。
- ○直売所を中心とした新たな物流方法を 構築する。



地域の資源、人材をフル活用して秋津野を盛り上げたい! 農業者を中心に地域住民が一丸となった6次産業化の取組

農業法人株式会社きてら

<事業者の概要>

•所在地 : 和歌山県田辺市

•代表者 : 代表取締役社長 森山 薫博

・取組内容 : 直売事業、農産物の加工事業、体験型

農業、グリーンツーリズム事業

売上高 : 1億5,000万円(H26)雇用者数 : 30名(パート含む)(H26)URL : http://www.kiteraga.com/



グリーンツーリズム施設 「秋津野ガルテン」

【取り組むに至った経緯】

- 〇地域づくりの延長線上で、地産地消、地域交流 の場として、農業者を中心とした地元住民の出 資により、平成11年に直売所「きてら」を設立。
- 〇農業者や商工業者など支援者からの出資により、 地元の廃校舎を改装し、平成20年にグリーン ツーリズム施設「秋津野ガルテン」をオープン。
- ○事業内容ごとに住民出資による法人を設立し、 補助金だけに頼らない地域づくりを進めている。

【取組の効果】

- 〇売上高 1,050万円(H11)→1億5,000万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 5名(H11)→30名(H26)
- 〇年間交流人口 約12万5,000人(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇売上げの伸び悩み
- →地域住民の意見を取り入れ、地元特産のみかん、 季節の果樹や加工品を詰め合わせた「きてら セット」を企画し、売上げを伸ばした。
- ○新商品の開発
- →「俺ん家ジュース倶楽部」を立ち上げて、加工商 品の製造・販売を始めた。
- 〇都市と農村の交流
- →「秋津野ガルテン」を核として地域一丸となり、グ リーンツーリズムに取り組んでいる。

【今後の展望】

- ○地域資源をフルに活用した新しい直売 所のスタイルを築き、直売所の機能強 化を図る。
- ○消費者との交流をより深めたグリーン ツーリズム事業を推進し、農商工連携 による農村の6次産業化の推進を図る。

株式会社きてら

地域の資源、人材をフル活用し、大好きな秋津野を活性化!

柑橘類の供給が途切れないよう、ニーズを先取りした多品種 生産 直売所ジュースサーバーで の製造・販売で、消費者の反 応を確かめてから設備投資 ギフト需要にマッチさせるべく、 歳暮用に地域の特産品を詰 め合わせ

<販売部門>

廃校を活用した宿泊施設、 農家レストランと連携し、集 客等の相乗効果

<生産部門> (出資者)

·柑橘類 等

加工用

<加工部門> (俺ん家ジュース倶楽 部)

部) ・ジュース 等 ・直売所 ・インターネット ・農家レストラン

商品

グリーンツーリズム 施設 「秋津野ガルテン」

147

農業と医療が連携した低グルテリン米の里づくり ~古民家レストランでの健康食の提供~

株式会社さとに医食同源

<事業者の概要>

•所在地 :鳥取県鳥取市

•代表者:代表取締役 太田義教

- 取組内容 : 農産物の生産、加工、直売所、古民家レ

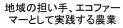
ストラン運営のほか、医療給食の提供

·売上高:6.500万円(H26)

•雇用者数:22名(H26)(パートを含む)

•URL : http://satoni.jp/







古民家レストランさとに「千両」の料理

【取り組むに至った経緯】

- 〇地元の人工透析医療機関から地元産食材にこ だわったおいしい医療食供給の要請を受けた。
- ○タンパク質や塩分を制限する食事療法の重要性 から低グルテリン米の生産を開始した。
- 〇患者の家族にもおいしく食べてもらうため、健康 食を提供する古民家レストランを開設した。

【取組の効果】

- 〇売上高 2.900万円(H23)→6,500万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 7名(H23)→22名(H26)
- ○主な原材料生産面積(低グルテリン米)24.5a(H23)→190a(H27)

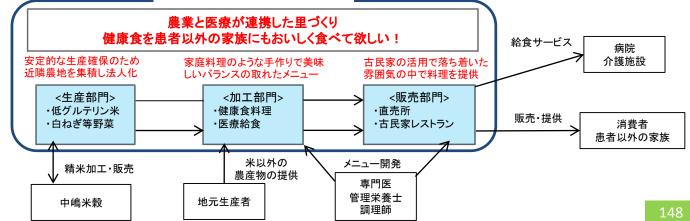
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○「低グルテリン米」の品種の選定と生産計画
- →県の支援により食味の良い低グルテリン米を育成、それらの米をブレンドし「さとに医食同源米」 として商標登録した。
- ○医療食、健康食メニューの検討と提供方法
- →専門医や管理栄養士、調理師と連携してメ ニュー開発を行い、古民家レストラン等で提供し た。

【今後の展望】

- ○「農・医・福祉連携のむらづくり」の担い 手として、地域の活性化を推進する。
- ○地域の農家とも連携して、自社ブランド 化、医療給食・健康食の開発、古民家 レストランの活用を通して食育の普及、 地域一体型6次産業化の確立を目指す。

(株)さとに医食同源



太陽光発電の売電収入を活用した農村集落の再生 ~再エネをきっかけに幸せ実感日本一の集落へ~

水増(みずまさり)集落

<事業者の概要>

•所在地 : 熊本県上益城郡山都町島木水増集落

・代表者 : 荒木 和久

・取組内容: 農産物の生産・加工、農村カフェ ・構成員数: 水増集落18名、テイク社2名

•URL : http://mizumasari-solarpark.com/

【取り組むに至った経緯】

- 〇水増集落の住民は、歴史ある集落や土地を自分 たちの手で守っていきたいとの思いを抱きつつも、 高齢化により集落の存続もおぼつかなく、共有地 の管理も難しくなっていた。
- 〇共有地の有効活用を模索する中、熊本県が募集 する太陽光発電用地として立候補した。
- 〇メガソーラー設置を希望する事業者のなかで、地域再生の提案を行ったテイクエナジーコーポレーション(株)を誘致し、集落再生へと取り組みはじめた。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○集落で管理していた土地でソーラー事業を行い たいが、自ら設置することが困難
- →県のマッチング事業で民間企業によるメガソー ラー事業を実施することができた。
- ○新たな取組に対する住民の合意形成
- →住民にとっては第三者であるテイクエナジーコーポレーション(株)が緩衝役として客観的で丁寧な説明に努めることで集落の合意形成に貢献した。
- 〇土地の賃借料、売電収益の一部の活用方法の 模索
- →地域再生のプランとして、農産物のブランド化や 農産物加工、農村カフェの建設などをテイクエナ ジーコーポレーション(株)が提案し、これを実施 することにした。



【取組の効果】

- 〇ソーラーパーク管理組合を設置したこと で雇用の創出を予定。
- ○集落の財政基盤が強化されると同時に、 住民全体で新たな取組を行うことによっ て、高齢化が進む集落に活力が生まれ、 心豊かに活き活きとしてきた。
- 〇800年の歴史といわれる集落の一体感が更に高まった。

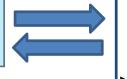
【今後の展望】

- ○集落で生産した農林水産物のブランド 化や加工品の開発販売、ヤギ牧場、古 民家を活用した農村カフェ、空き家を利 用した宿泊施設の運営など、ソーラー パークを拠点として集落住民と発電事業 者が協力して取組を進める予定。
- ○その結果、集落の雇用を生み出して地 域活性化を図り移住者を呼び込みたい。

ソーラー事業の収益を活用し

土地の賃借料、売電収益の一部を地域に還元 地域再生に向けた各種取組を提案

発電事業者 テイクエナジーコーポレー ション(株)



水増ソーラー パーク管理組合

水増集落

再生可能エネルギーを中心に地域の活性化

窓口となる任意団体

<生産部門>
・棚田米ブランド化
・八天狗(在来種の 大豆)の生産

- 各種取組を展開予定

 (門)
 <加工等部門>

 ジンド化
 ・農村カフェ

 ・集変で生産する
 - ・集落で生産する 農産物を活用した 加工品

総合体験型ファームで沖縄の活性化にチャレンジ

農業生産法人株式会社あいあいファーム

<事業者の概要>

•所在地:沖縄県今帰仁村

•代表者 :代表取締役 伊志嶺勲

取組内容:有機無農薬野菜の栽培、廃校を活用した

総合体験型ファームの運営

·売上高 : 1億7千万円(H26)

•雇用者数 : 33名(H26)

•URL : http://happy-aiaifarm.com/





体験農場

農業体験

【取り組むに至った経緯】-

- ○単なる食材供給基地ではなく、地域活性化に貢献するテーマパークとすべく、農業生産・手作り工房・直売所&カフェ・総合的な教育ファームで農業の6次産業化に取り組む。
- 〇県産の小麦、大豆、柑橘などを使ったパン、豆腐、 ジャム等の加工製造により、地産地消を喚起し つつ経営の安定を図る。

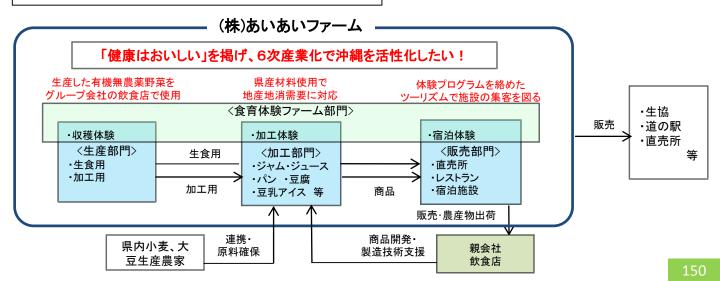
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇沖縄の土地·気象条件に合った大豆の育種が行われておらず栽培技術が未確立
- →沖縄の土地・気象条件に合った品種を選定し、 栽培技術の蓄積を図るとともに、植え付け時期 をさらに早める等の工夫を行った。
- 〇新たな商品を製造、販売するための人材の育成 と確保
- →沖縄県の事業(健康サポートプログラム)により、 人材の育成と確保を図った。

【取組の効果】

- 〇売上高 256万円(H22)→1億7千万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 4名(H22)→33名(H26)
- 〇栽培面積 14a(H22)→830a(H26)

- ○県内外への販売を強化する。
- 〇農場の運営、農産物の収穫体験及び 加工体験により、宿泊施設を活用した 総合的な体験型ファームへの移行を図 る。



女性パワーでみんなをぐっすり! 沖縄の伝統的島野菜の機能性に着目した取組 農業生産法人株式会社今帰仁ざまみファーム

<事業者の概要>

•所在地:沖縄県今帰仁村

•代表者 :代表取締役 座間味久美子

・取組内容:クワンソウの機能性を活かした多様な

商品の開発、花摘み体験ツアー

•売上高 : 2,300万円(H26)

•雇用者数 : 5名(H26)

•URL : http://zamamifarm.com/index.html





クワンソウ関連商品

クワンソウ花摘み体験

【取り組むに至った経緯】

〇伝統的島野菜であるクワンソウを栽培し、葉や茎を野菜として販売するとともに、従来から睡眠改善効果があるといわれ、研究が進められているその機能性に着目して乾燥葉(一次加工品)を製造し、流通業者を通して県外の製薬会社へ販売を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇付加価値を高めるため、クワンソウの機能性を いかした多様な商品の開発
- →クワンソウの花や茎、葉粉末を混ぜ込んだス イーツの開発を行うとともに、新規作物としてドラ ゴンフルーツ、カボチャを導入して、ジェラートや チップス等の商品を開発する予定である。

【取組の効果】

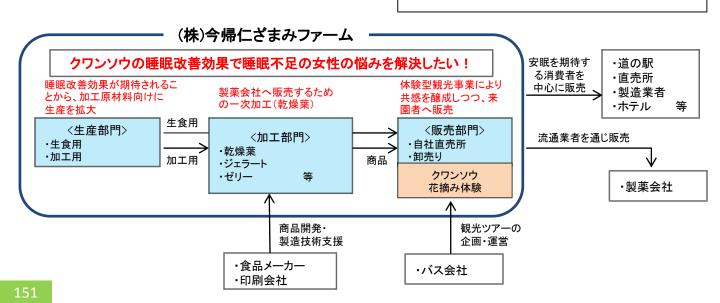
- 〇売上高
 - 1,500万円(H23)→2,300万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 3名(H23)→5名(H26)
- 〇栽培面積

165a(H23)→198a(H26)

〇来客数

2,000人(H23)→2,300人(H25)

- ○「クワンソウ花摘み体験」の来園者の増加を図る。
- ○観光土産品としてクワンソウを利用した スイーツ等の開発を行う。



⑦ 地域ぐるみの取組

地域の自治体・関係団体が一体となった「農業・食」を中心 としたオール十勝による地域産業振興の取組

フードバレーとかち推進協議会

<事業者の概要>

:事務局 帯広市(産業連携室) •所在地 :会長 米沢 則寿(帯広市長) •代表者

•構成団体数:41団体(+勝管内全市町村、関係団体等)

・取組内容 :地域の食と農林漁業を柱とした地域産

業施策の推進

•URL : http://www.foodvalley-tokachi.com//

【取り組むに至った経緯】

- 〇北海道十勝地方は、食料自給率約1,100%を誇 る大食料生産基地であるが、その大部分が加工 されずに本州など消費地へ流通している。
- 〇この地域資源である「農業」・「食」を活かして地 域産業の振興を図るため、管内19市町村をはじ め、農林漁業団体、商工業団体、金融機関、大学 や試験研究機関などを構成員とする「フードバ レーとかち推進協議会」を設立し、オール十勝で 取組を進めている。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇十勝産農畜水産物・加工品の付加価値向上、販 路拡大
- →地域の食の付加価値向上の切り口として「機能 性食品」に着目し、平成27年3月、食品製造販 売大手フジッコ株式会社と包括連携協定を締結。
- →道外、海外飲食店関係者と十勝食材とのマッチ ングや、JR山手線1編成丸ごと中づり広告を出 す「山手線ジャック」などを行い、十勝食材の販 路拡大につなげている。
- 〇十勝の産業の発展に寄与する人材育成
- →先進地域に学び、事業化につなげるための「十 勝人チャレンジ支援事業」の実施。

飲食店関係者を 招聘した十勝食材 マッチング



山手線への中づり広告



【取組の効果】

- ○地域の農業と食産業の連携促進や人材 育成をきっかけとして、商品開発、新事 業展開などの新たな取組にチャレンジ する機運が高まっている。
- 〇各種PR活動により、十勝食材の知名度 向上や販路の拡大が進んでいる。

【今後の展望】

○フジッコ株式会社と管内JA、とかち財団 が共同して、通常は廃棄する枝豆の葉 と茎から、血糖値を下げる作用がある 「大豆ピニトール」を抽出し、配合食品を 開発する研究を進めている。

今後、研究成果を地域の食品加工業者 の商品に活用することにより、十勝の食 の付加価値向上につなげたい。

フジッコ(株)との連携事業実施スキーム *平成27年度6次産業化ネットワーク活動交付金を活用



⑧ 女性による取組

子供たちに安全・安心な食べ物を!母親の想いをカフェレス トランに込めて ~こだわりの卵から生まれた6次産業化~ ファーム・レラ / ファーマーズ・カフェ風土

<事業者の概要>

•所在地 : 北海道上川郡東川町

•代表者 : 代表 新田 由憲

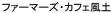
・取組内容 : 養鶏・稲作経営、カフェレストラン経営、

卵販売、プリン・焼菓子販売

: 1名(H25) •雇用者数

: http://blog.goo.ne.ip/mivuki rera •URL







カフェレストランで 提供しているオムライス

【取り組むに至った経緯】

- ○持続可能な、食べ物を自給する暮らしを目指して 新規就農した。
- 〇平成9年、子供たちが安心して食べられる卵づく りを目指し、鶏の餌にこだわった卵の生産をス タートした。
- 〇採れたての卵や地元の食材を味わってもらいた い、卵を食べてくれる人と直接話がしたい、という 想いからカフェレストランの開業を構想した。

【取組の効果】

- 〇売上高 カフェレストランの経営開始後、約1.8倍 に増加
- ○飼養羽数(採卵鶏) 400羽(H17)→800羽(H27)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○女性に受け入れられるカフェレストランの看板メ ニュー等の開発
- →代表の妻が自らの家庭料理をベースにしたオム ライス等の看板メニューを開発した。
- →焼菓子等にかわいらしいパッケージデザインを 採用して女性ファンを拡大した。
- 〇来客数が大きく減少する冬季の集客
- →冬季に、カフェレストランでの映画上映会等のイ ベント開催、スローフード運動への参加等を積 極的に行い、自分達の想いを消費者に伝えるこ とで、口コミにより来客数が増加した。

【今後の展望】

- 〇地域ぐるみで農村の豊かさや食の魅力 を発信するため、東川町の道の駅で「東 川セット」(東川町産の米、卵、加工品等 のセット)などの販売を予定。
- 〇平成27年から飼料用米の生産を開始。 今後は、餌に占める自家産飼料用米の 割合を拡大させて、これまで以上に餌に こだわった卵を生産したい。

販売

ファーム・レラ、ファーマーズ・カフェ風土 こだわりの卵を通して、農村の豊かさ・食の魅力を発信したい!

北海道産のくず米、魚粉、 おからなど、素性の分かる 餌にこだわった卵を生産

こだわりの卵を使い、 母の味を基本にした 家庭料理

卵、焼菓子の直売、 カフェレストランでの 料理の提供

<生産部門> <加工部門> - 卵 ・オムライス •飼料用米 ・プリン

•焼菓子 等

<販売部門>

• 直売

・カフェレストラン

・道の駅

夫婦二人三脚で有機農産物の付加価値向上に成功! 女性の活躍により、さらなる6次産業化を展開

有限会社大塚ファーム

<事業者の概要>

所在地 : 北海道石狩郡新篠津村代表者 : 代表取締役 大塚 裕樹

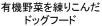
・取組内容 : 有機農産物の生産・加工・販売

·売上高 : 1億700万円(H26)

■雇用者数 : 21名(臨時雇用者含む)(H26)

•URL : http://otsukafarm.com/







有機ほし甘いも

【取り組むに至った経緯】

- 〇同社は少量多品目の有機農産物の栽培に取組 み、有機農産物を使用した加工・販売に積極的 に取り組んでいる。
- 〇加工品の売上げが伸び悩んでいた平成21年に、 前職で自動車販売の営業や事務を経験してい た代表取締役の妻が加工品の営業担当に就任 した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇有機農産物の主な購買層である女性を惹きつけるためのブランドイメージ向上
- →希少性の高い商品の開発、パッケージデザイン の工夫等により高級路線を追求した。
- →新聞、雑誌等の取材に対し、生産・加工現場を 積極的に公開することで多くのメディアに取り上 げられ、ブランドイメージの向上、販路拡大につ なげた。
- 〇女性目線での新商品の開発
- →代表取締役の妻の発案により、女性向けのニッチなマーケットを狙ったドッグフード、干しいもを 開発し、同社の看板商品に成長させた。

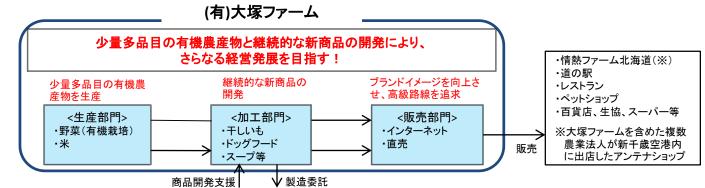
【取組の効果】

- 〇売上高
 - 5,930万円(H21)→ 1億700万円(H26)
- ○雇用者数(臨時雇用者含む) 8名(H21)→ 21名(H26)
- 〇主な原材料生産面積

サツマイモ 20a(H21)→150a(H26) かぼちゃ 40a(H21)→86a(H26)

【今後の展望】

- ○今後、代表取締役の妻を役員に登用するとともに女性従業員(現在3名)を増員し、女性購買層に訴える新商品の開発を加速化したい。
- 〇輸出などの販路拡大に取り組む。



・食品メーカー

市民と農家の交流の場から地域活性化! 女性を核とした地域密着型の企業

農業生産法人 有限会社ANEKKO(アネッコ)

<事業者の概要>

•所在地 青森県弘前市

: 代表取締役 村上 美栄子 •代表者

・取組内容 : 農産物直売所、レストラン、市民農園、

収穫体験観光りんご園運営

·売上高 : 2億2.200万円(H26) •雇用者数 : 正社員16名(H26) •URL : http://www.anekko.jp/ 嶽きみ加工品(焼酎、ロール ケーキ、ドレッシング等)





直売所「野市里(のいちご)」 兼レストラン「こざくら」

【取り組むに至った経緯】

- ○規格外農産物等の安定的な販路の確保、地域住 民の交流の場づくりによる地域活性化を目的に、 想いを同じくした地域の女性が中心となって平成 17年に立ち上げた。
- 〇地域ブランド化されているスイートコーン「嶽(だ け)きみ」のオーナー制度を手始めに、農産物直 売、地元食材を活用したレストラン等に事業を拡 大した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○知名度が低く、弱い集客力
- →女性の感性を活かしたコンサート、料理教室等の イベントやメディアを使い、情報を発信した。
- ○嶽きみを使ったスイーツ、ドレッシング、焼酎等の ANEKKOオリジナル商品の加工手段の確保
- →女性の視点で商品を企画するとともに、製造委託 先の地元企業と相談し、商品を開発した。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 1億1,500万円(H19)→2億2,200万円(H26)
- 〇雇用者数(正社員)

12名(H19)→16名(H26)

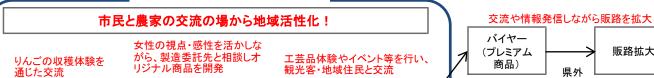
- ○直売への参加農家数 136名(H19)→146名(H26)
- 〇来客者数

117千人(H19)→203千人(H26)

〇地産地消を目指し、地元食材を使った事 業及び商品開発を行ったことでお客様へ の認知度が高まり、来客数と売上げが増 加。

【今後の展望】

- 〇県外への販売を強化する。
- ○りんごを使った新しいオリジナル商品を 開発する。



農家

有限会社ANEKKO

<生産部門> ・りんご

<直売・レストラン部門>

- •直売所
- ・レストラン

バイヤー 販路拡大 (プレミアム 商品) 県外

販売

インターネット通販

嶽きみの提供

<加工部門>

・ドレッシング

・スイーツ

•焼酎等

地元農家が直売 に多数参加

"女子力全開"で地域の農業を盛り上げる!

Ane Komachi(アネコマチ)

<事業者の概要>

•所在地 : 秋田県秋田市

代表者 : 代表 高橋 ますみ取組内容 : 農産物の加工・販売

売上高 : 一雇用者数 : 一

・メール : anekomachi35@gmail.com

【取り組むに至った経緯】

- ○加工や交流に取り組みたいと考えていた女性農業者が、秋田市の6次産業化地域リーダー育成事業等を介して知り合い、情報交換や相談等の場を作ろうと、平成26年12月に活動を開始した。
- ○グループで加工の研修や商品作り、イベント参加 等を重ね、6次産業化の実現に取り組んでいる。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇メンバーの各々の農作業で忙しく、グループの活動時間の確保に苦慮
- →家族の理解と協力を得て、活動時間を確保している。
- ○グループとして菓子等の加工・販売を行う体制の 確立
- →若い女性ならではの発想ときめ細かさで、花見弁 当をつくってイベントで販売したり、地方自治体の 施設を活用して菓子の試作品を作る等により、体 制作りに取り組んでいる。



Ane Komachiのメンバー

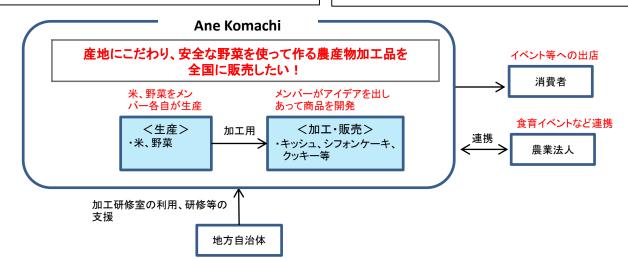


商品化に向け試作中の「キッ シュ」(フランス料理の一種)

【取組の効果】

- ○キッシュ等の菓子を開発してイベント等で販売する等の取組が地域に浸透し、メンバーも5人(H26)→7人(H27)に拡大。
- ○グループでの取組を通じた加工・販売の ノウハウ等の蓄積により、メンバー自ら も加工・販売を実現(2名)。

- 〇農産物の生産・加工・販売を事業として 展開する。
- 〇そのために、自前の加工所や販売拠点、 農家カフェを整備し、生産した農産物を菓子や惣菜等に加工して販売する。
- OAne Komachiイコール秋田の女性農業者というイメージを根付かせ、全国へ秋田の農産物や加工品等のPRを行う。



信州の伝統野菜である牧大根を次世代へ伝承するととも に、地域農業の活性化への取組

JAあづみ女性部西穂高支部牧大根プロジェクト

<事業者の概要>

長野県安曇野市 •所在地 委員長 降籏 房子 •代表者

・取組内容 : 農産物の生産・加工・販売

・部員数 : 女性25名

: 0263-82-3105 •TEL

(JAあづみ西穂高支所)





牧大根プロジェクトメンバー

左から、醤油漬け・粕漬け・ぬか漬け

【取り組むに至った経緯】

- ○信州の伝統野菜である、牧大根を継承していくた めに、平成23年3月にJAあづみ女性部西穂高 支部から、「牧大根プロジェクト」を発足。
- ○農家の収益向上、地域農業の活性化、牧大根の 伝承を目的に、生産・加工・販売を行うプロジェク トとして6次産業化に取り組む。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○食べきりサイズが欲しいという消費者ニーズを受 け、大根の大きさを小ぶりなものヘシフト
- →生産部門において、播種時期を遅らせ、おろ抜き 間隔を狭めるなどして調整した。
- 〇部員の高齢化(平均年齢70歳)
- →女性のネットワーク(地域交流、広報活動)を生 かし、新規部員を募っている。
- 〇力仕事への対応
- →トラクター作業、大根運搬などに男性の応援を受 けている。

JAあづみ女性部西穂高支部 牧大根プロジェクト

地域農業を支える女性農業者の活性化!

ᅟᅟᅟ

牧大根の原種を播種

<生産部門>

- •牧大根
- 本瓜
- ・大梅 等

伝統の味を再現

- <加工部門>
- ・ぬか漬け
- •粕漬け
- ・しょうゆ漬け
- ・梅漬け 等

【取組の効果】

- 〇売上高 (H22→H26) 200%UP 部員の時給が50%UP
- 〇主な原材料生産量(牧大根) $3.2t(H22) \rightarrow 3.0t(H26)$
- ※小ぶり生産のため生産量は減少したが、 製造パック数の増加により売上増

【今後の展望】

- 〇安曇野市の「牧大根形質固定化採種 事業 (原形の統一と伝統継承のため、 原種の生産・無料配布)に参加し、自 らの原材料生産に活用する。
- OJAあづみが新たに建設している大規 模直売所(平成28年5月完成予定)で 販売予定。
- ○伝統の継承や地域への貢献など、同じ 目的を持った仲間が集まり、仕事に生 き甲斐を感じている。今後も女性なら ではの視点を生かして取り組んでいく。

JAと連携し販路開拓

販売

- ・イベント販売
- ・JAファームみどりの店
- •JAあづみ穂高農産物直売所
- ・ファミリーマートJAあづみ烏川店 等

地元の「おばちゃん」たちがつくる 安心な町特産の伝統野菜による新商品

味ロッジ株式会社

<事業者の概要>

• 所在地 長野県坂城町

代表取締役 西澤 てる •代表者 農産物の加工・直売 •取組内容 ·売上高 : 3.700万円(H27)

•雇用者数 21名(非常勤含む)(H27) •URL : http://aii-lodge.com



ねずみ大根

各商品



【取り組むに至った経緯】

- ○当初は地域の女性会員とする任意団体。会員が 生産する農産物の規格外品の有効利用するこ とにより農家の所得向上を図るため、新たな商 品開発に取り組んだ。
- ○特に、地元特産の農産物を利用した加工品の開 発に対する地域の期待があったため、ねずみ大 根の加工品を中心として取り組むこととなった。
- ○事業の本格化に伴って株式会社に移行。かつて の会員は、社員やパートとして活躍している。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ○営業力・資金不足により進まぬ販路の拡大
- →ネットでの委託販売を開始。また、地元企業が株 主へ配布する記念品に採用してもらうことにより、 安定供給先を確保した。

【取組の効果】

- 〇売上高 3.000万円(H23)→3.700万円(H27)
- 〇雇用者数 20名(H24)

→21名(非常勤含む)(H27)

味ロッジ株式会社

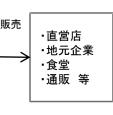
ふるさとの味をたいせつに 地域の農産加工によせる期待に応えたい!

地域特産のねずみ大根等、栽培から出る 規格外品等の利用 <生産部門>

味の改良や商品を使 用したレシピの研究

<販売部門> • 直売所 <加工部門> •生食用 •卸販売 ・ねずみ大根ドレッ 食堂 シング 加工用 インター 切り干し大根等 ネット ・アプリコットソース

- ○ねずみ大根の常温保存が難しく、通年 加工が困難。特に年間を通じて食べら れる郷土食「おしぼりうどん」の絞り汁 には生のねずみ大根が必要となるため、 大型冷蔵庫の導入を検討中。
- ○ねずみ大根のみならず、多様な商品開 発を進めるとともに、高品質化に取り組 む。
- 〇加工品と地域の観光資源とを組み合わ せることにより地域全体の活性化に貢 献。





味ロッジのみなさん

女性従業員が中心となった自社産さつまいもを利用した新たなスイーツ等の商品開発及び販路拡大事業

有限会社 農園ビギン

<事業者の概要>

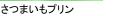
・所在地 : 新潟県小千谷市坪野・代表者 : 代表取締役 南雲信幸・取組内容 : 農産物の生産・加工・販売

·売上高 : 7,100万円(H26)

·雇用者数 : 7名(H26)

•URL : http://www.nouenbigin.jp/







私たちが作ってます

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成2年に有限会社を設立し、稲作と畑作の複合経営に取り組む。冬場の雇用対策としてさつまいもの加工を開始した。
- ○平成22年にさつまいもスイーツ加工場を建設し、 6次産業化の取組を強化した。

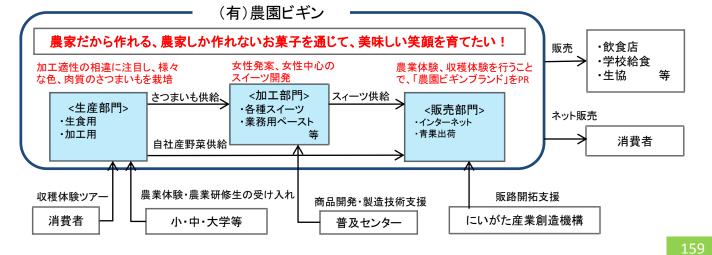
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇消費者ニーズにあわせた商品開発
- →大学時代からさつまいも加工を研究テーマとして いた専務(女性)の発案により4名の女性従業員 が中心となってプリン等の商品開発を行った。
- 〇開発した商品ごとにふさわしい加工適性を備え たさつまいもの種類がこ異なること
- →さつまいもの品種を色や肉質の異なる5種類に 増やして栽培している。
- 〇リピーターの獲得
- →学校と連携した農業体験、収穫体験ツアー等を 企画し、「農園ビギンブランド」をアピールしてい る。

【取組の効果】

- 〇売上高 6,600万円(H25)→7,100万円(H26)
- ○雇用者数 2名(H17)→7名(H26)
- ○主な原材料生産面積(さつまいも)0.3ha(H17)→0.8ha(H26)

- 〇スイーツだけでなく、米や旬の野菜を定期的に届ける会員制の頒布会システムによる更なるファンの拡大を図る。
- 〇地場産の食材を使った魅力的な商品開発による地元への集客・活性化を目指す。
- 〇農業体験や農業受入研修を通じた農業 後継者の育成に取り組む。



豊かな海と女性の力で越廼の伝統料理を発信 発酵食品「へしこ(ぬか漬け)」が、おしゃれに変身! 越廼(こしの)漁業協同組合(ぬかちゃんグループ)

<事業者の概要>

·所在地 : 福井県福井市茱崎町14-32 ·代表者 : 代表理事組合長 北﨑 壽男

・取組内容 : 糠漬け製品を中心とした加工生産

・売上高 : 650万円(H26)・構成員 : 5名(H26)

•URL : http://www4.fctv.ne.jp/~kamomegg/



新商品「シイラへしこ」



へしこオイル漬け商品

【取り組むに至った経緯】

- 〇平成21年、漁協の女性有志が、へしこと呼ばれ、 越廼地区に伝統的に引き継がれている「魚のぬ かづけ」の商品化への取組を開始した。
- 〇平成23年には、今まで利用されてこなかった資源(未利用資源)の商品化に取り組むとともに、商品を「越廼漁協ブランド」として確立していくため、越廼漁協女性部有志による「越廼漁協ぬかちゃんグループ」を設立した。

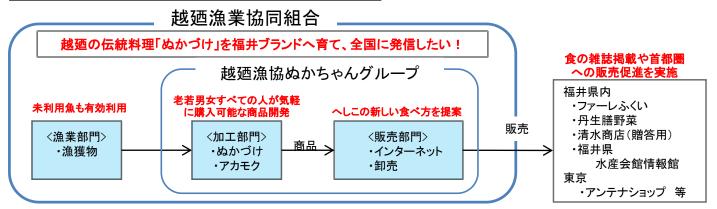
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 漁獲量の減少による所得の減少
- → 未利用資源の魚を活用することに着目し、新商 品の開発を行った。
- 〇 既存の商品のブラッシュアップ
- → これまで、魚1匹丸ごとを真空パックで販売していたが、マーケティング調査等に基づき、老若男女全ての人が手軽に購入できる商品となるよう、内容量の調整及びパッケージの見直しを行った。

【取組の効果】

- 〇販路開拓してネット販売を始めたほか、 首都圏のアンテナショップでも取扱い を開始。
- ○販路拡大により売上高が増加 ぬかちゃんグループ売上高 33万円(H23) →650万円(H26)
- ○各種メディアの取材に積極的に応じる ことで「ぬかちゃんグループ」の知名度 向上にも大きく寄与

- 「ぬかづけ」は、パッケージデザイン等 商品のリニューアルに取り組み、首都 圏を中心とした委託販売や贈答品へ展 開。
- 「アカモク」の特徴を生かした料理やレ シピを開発し、販売促進を図る。



「都会の子供たちに自然の恵みを感じてもらいたい!」 漁家のお母ちゃんたちが子どもたちに、

漁業の魅力を伝える取り組み

株式会社 篠島お魚の学校

<事業者の概要>

• 所 在 地:愛知県南知多町

●担 当 者:篠島お魚の学校 辻 根美

・取組内容:篠島産のえび、しらす、わかめ、海苔を

活用した商品の開発・加工・販売

雇用者数:5名(H26)売上高:292万円(H26)

URL: http://www.osakana-school.com/





旨辛ラー油

(株) お魚の学校スタッフ の皆さん

【取り組むに至った経緯】

○漁獲物を生鮮で市場に出荷していたが、売上げが市場の価格動向に左右されるため、収入が安定しなかった。それを克服するため、漁師の妻とその姉妹が中心となり「お魚の学校」を設立。保存・貯蔵の利く加工品の生産により、安定的な収入を確保することを目指した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇加工技術の不足、加工設備の導入費用の確保
- →県や6次産業化プランナー等が開催する勉強会 の参加により技術を習得。6次産業化プラン ナーのアドバイスを受け、補助金を活用した。
- ○販路先の確保と拡大
- →販路拡大のため、展示会や商談会に積極的に参 加した。

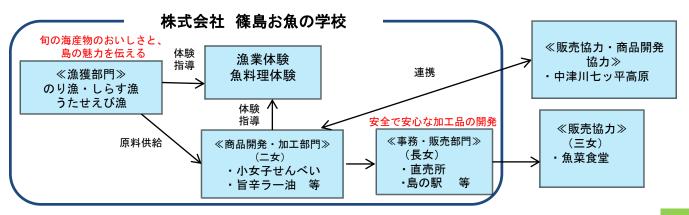
【取組の効果】

- 〇売上高 O円(H25) → 292万円(H26)
- O雇用者数 3人(H25) → 5人(H26)
- 〇平成26年度

ディスカバー農村漁村(むら)の宝 優良事例選定

【今後の展望】

○商品購入者が観光目的で篠島を訪れ るようになりつつあり、この経済効 果が篠島全体の活性化につながるこ とを期待。



皆さんに喜んで頂ける良いユズや加工品作りに一生懸命 頑張っています

農事組合法人 古座川ゆず平井の里

<事業者の概要>

•所在地 : 和歌山県東牟婁郡古座川町

・代表者 : 代表理事 羽山 勤

- 取組内容 : ユズの生産、加工、体験交流

・売上高 : 1億2500万円(H26)・雇用者数 : 運営 48名(H26)

•URL : http://www.yuzusato.jp/





(運営組織の皆さん)

(ゆずの加工品)

【取り組むに至った経緯】

- 〇林業主体の町として栄えた時期もあったが、近年、 木材需要の不振が続く中、過疎化、高齢化が進 行、集落の存続が危ぶまれる状況に陥った。
- 〇集落内にあるユズに着目した「古座川ゆず平井婦人部」がゆず加工、「平井友の会(女性で構成)」が郷土料理等の料理事業をスタートさせ、他の集落内組織と「平井の里づくり」を目的に一体化、法人として事業拡大に取り組む。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇高齢化で生産を中止した農地の荒廃防止
- →農業生産法人の資格を得、自ら農業者となる。
- ○多数の引き合いがあっても、原料供給が追いつか ず受注を断念
- →農地を確保し、生産を拡大するとともに、従業員を 確保した。

【取組の効果】

- 〇売上高
 - 6,500万円(H15)→1億2500万円(H26)
- 〇雇用者数

48名(うち女性28名)(H16)→ 41名(うち女性31名)(H25)

- 〇組合員数の状況
 - 62名(H16)→89名(H26)
- 〇主な原材料生産面積と生産量(ユズ)

 $7ha(H16) \rightarrow 12ha(H26)$

 $64t(H15) \rightarrow 161t(H25)$

【今後の展望】

- 〇つながりを大切に交流活動を充実。
- 〇若者の定住、郷土文化の伝承、高齢者 が生きがいを持てる地域に成長するよ う一翼を担う。

農事組合法人 古座川ゆず平井の里

私たちの「ゆず」で、幸せな笑顔をみんなに届けたい!

園地の管理・収穫等

〈農業生産部〉 ・ ゆず生産 ゆずの加工・製品 づくり

〈製造部〉

- 商品開発
- · 品質管理
- ・製品加工

古座川のゆずと自然をたっ ぷり楽しんでいただけます

〈総務営業部〉

- ・インターネット
- ・ イフターホット ・ 店頭販売等
- 〈体験交流部〉
- ゆずの学校
- 農業体験
- 加工体験等

消費者

女性の感覚で商品開発、少量多品目と繊細な加工方法で 世界へ販売

株式会社 ふみこ農園

<事業者の概要>

•所在地 : 和歌山県有田郡有田川町 : 代表取締役 成戸文子 •代表者 ・取組内容 : 梅の生産、農産物の加工・

販売、輸出

·売上高 : 4億7,000万円(H26)

•雇用者数 : 20名、うち女性15名(H26) •URL







ふみこ農園のスタッフ

ギフト商品

【取り組むに至った経緯】

- ○製麺業を営む親会社から、平成5年に梅干製造を 中心とした会社として独立。特色のある商品を目 指して、ギフト商品の開発やパッケージのデザイ ン等に女性の感性を生かしたかった。
- 〇小規模な事業者が競争力をもつために、少量多 品目をコンセプトに商品開発を進めており、加工 工程で手作業が多いことや包装作業等において、 繊細な作業ができる女性が必要になった。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇子育て中の女性は働きたくても働く場所がない。
- →育児室を設置や勤務時間の工夫など子育て中の 女性が働ける環境を整備し、積極的に採用した。
- ○商品アイテム数が多く委託製造が多いため、製造 コストが高い。
- →平成27年に加工場を増築し、委託製造から自社 製造に、徐々に切り替えていく。

【取組の効果】

- 〇売上高
- 3億3,000万円(H21)→ 4億7,000万円(H26)
- 〇雇用者数

10名(H21)→ 20名(H26)

- 〇主な原材料生産面積(梅等) $Oa(H21) \rightarrow 70a(H26)$
- ○海外展開の状況

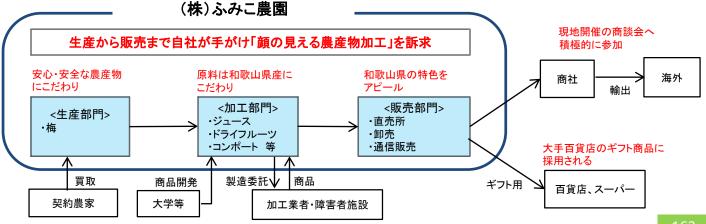
輸出先:東南アジア

O円(H21)→2.000万円(H26)

〇加工施設

 $Om^2(H21) \rightarrow 200 m^2(H27)$

- ○東南アジアだけでなく、中国をはじめ世 界へ拡大していく。
- 〇和歌山県産農産物を使った商品開発の 拡大。



瀬戸内市虫明海域の牡蠣と魚介類を活用! 保存性の高い売れる加工品の製造・販売事業

野崎 末廣

<事業者の概要>

所在地 : 岡山県瀬戸内市邑久町虫明4241

・代表者 : 野崎 末廣

・取組内容 : 牡蠣と魚介類を活用した商品の加工・

販売

·売上高 : 2,897万円(H26)

•雇用者数 : 8名(H26)

•URL: http://www.kaki-shiokaze.jp/





牡蠣の燻製オリーブオイ ル漬け「海燻」

【取り組むに至った経緯】

- 〇4代にわたって牡蠣養殖を行ってきたが、消費の 低迷や価格の下落から、加工によって付加価値 を高める事業を展開し、所得の向上に取り組む。
- ○牡蠣の美味しい時期が2・3月で、販売ピークが 年末のため、年間を通して安定した価格で販売 できる加工品づくりを開始。

【取組の効果】

- 〇売上高(加工品) 307万円(H25)→528万円(H26)
- ○雇用者数 6名(H23)→8名(H26)
- ○販売数量牡蠣の燻製オリーブオイル漬け3.084本(H25年)→4.552本(H26年)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇消費者の好む味を引き出す
- →代表者の妻が、岡山市内のシェフのアドバイスを 受けながら牡蠣オリーブ漬けの試作を重ねた。
- ○販路開拓
- →代表者の妻が、関東や関西などへ出向き、熱心 に営業活動。(年間約40日)

【今後の展望】

- ○地域の牡蠣や魚介類を活用した商品が 売れることによって、地域全体の活性 化に繋げたい。
- ○海外展開も視野に入れる。
- 〇次世代(息子夫婦)へのスムーズな事業の継承。

野崎 末廣

商品開発から販売までを妻が切り盛り!

牡蠣と魚介類を地元 虫明海域で確保

> <生産> ・牡蠣

•魚介類

シェフと試作を重ねながら売れる商品を開発

<商品開発>・牡蠣の燻製オリー

·魚介類の燻製商 品(海燻) 妻が全国を歩き回り ながら販路拡大

<加工·販売>

・全国へ営業

・県内外のデパートへ販売



地域を支えようとする野崎さん家族

商品開発

シェフ

まき網漁の起死回生! 船上で箱詰めし、首都圏などへ産地直送!

萩大島船団丸

<事業者の概要>

•所在地 : 山口県萩市

•代表者 : 代表 長岡 秀洋

・取組内容 : 水産物の生産、加工、直売

·売上高 : 3億5.038万円(H27)

・雇用者数 : 51名(H27) ・電話 : 0838-22-2122



鮮魚BOX

作業風景

【取り組むに至った経緯】

- ○萩大島地域の中で、まき網漁業は主要な漁業であるが、近年、水揚量の減少、魚価の低迷など深刻な状況にある。
- ○漁獲される魚は高い評価を得ているが、市場で の選別や仲買人の運送に時間を要し鮮度が落 ち、所得の向上につながらない状況であった。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇品質の確保による付加価値の向上
- →鮮魚を船上で箱詰めし、高鮮度・高品質の状態 で直接販売する「鮮魚ボックス」の商品化
- 〇船上における選別の規格化、加工手法の統一 化·標準化
- →取引先からの意見を反映し、鮮度保持技術等の 確立(船上での生絞め→箱詰め→発送)
- ○鮮魚の品質を理解する実需者の取り込み
- →Iターンした女性が首都圏の料亭等、品質重視の 顧客への営業を担当し、新規販路を開拓

【取組の効果】

〇売上高

3億967万円(H25)→3億5,038万円(H27)

OIターン受入者

H24年よりIターンの受け入れを始め H27年には8名となった。

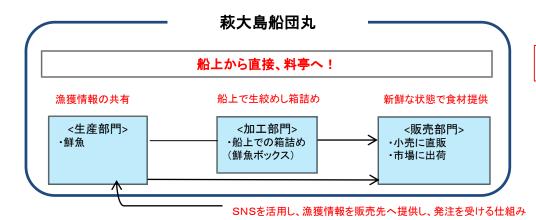
〇取引先数

20件(H25)→100件(H27)

○主な加工商品の売上状況(鮮魚ボックス)80万円(H25)→595万円(H27)

【今後の展望】

- ○漁獲量の安定と鮮魚ボックスの更なる 販路拡大
- 〇市場価格の安定、禁漁中における収入 確保のため、「船上一夜干し」「寒風一 夜干し」の安定的な製造・販売



6次産業化の取組事業者 との情報共有

> 首都圏の 飲食店など



おふくろの味で地場産農産物を商品化し地域を活性化! ~上畑の郷夢プロジェクト~

農事組合法人上畑の杜

<事業者の概要>

•所在地 : 福岡県遠賀郡岡垣町 : 代表理事 神谷 静江 •代表者

取組内容 : 農業、弁当・漬物等の製造販売

•売上高 : 543万円(H26) •雇用者数 : 常勤1名(H26)

(雇用者以外に役員2名が勤務)

:093-282-0085(水曜定休) ·電話

加工所外観

【取り組むに至った経緯】

- 〇地域の農家の奥さんで構成する「上畑の郷かあ ちゃん会」は、会員が生産した野菜や果物等を近 隣の観光関連業者やスーパー、百貨店等へ販売 していた。
- ○青果出荷だけでは返品ロス対策、売上高の増加、 若手後継者育成等の課題解決につながらないた め、平成24年8月24日にかあちゃん会の有志3名 が中心となって法人化を見据えた加工部会を発 足し、加工分野への進出を検討した。
- 〇平成25年2月8日に「農事組合法人上畑の杜」設 立し、平成26年6月1日から新施設の稼働を開始 した。

【取組の効果】

- 〇売上高 O円(H23)→543万円(H26)
- 〇雇用者数 O名(H23)→常勤1名(H26)
- 〇主な原材料生産面積(主食用米) $Oha(H23) \rightarrow 1ha(H26)$
- 〇宅配弁当 9.900食(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇弁当用メニューの開発
- →顧客からの助言や意見を参考に、「おふくろの味」 にこだわったメニュー開発を行った。
- 〇大量生産に向けた加工技術の習得
- →視察研修の実施、調理実習への参加、他の加工 グループでの修行に取り組んだ。

農事組合法人 上畑の杜

上畑の郷かあちゃん会

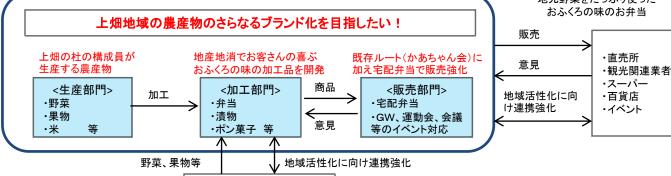
- ○漬物、ジャム、パンの新商品開発。
- ○「上畑の郷かあちゃん会」の野菜のさら なるブランド化・高付加価値化。



加工所内部



地元野菜をたっぷり使った おふくろの味のお弁当



ながさき伝統野菜「雲仙こぶ高菜」で地域活性化 ~世界に羽ばたく地域の宝で『食の文化遺産』を目指す~ 農事組合法人守山女性部加工組合

<事業者の概要>

•所在地 : 長崎県雲仙市吾妻町

•代表者 : 馬場 節枝

・取組内容 : 農産加工品の製造、販売

·売上高 : 1.550万円(H26)

•雇用者数 : 8名(H26)

•URL : http://www.k5.dion.ne.jp/~kobu/



【取り組むに至った経緯】

- 〇母から娘へ継承されてきた郷土の味とおふくろの味を後世へ伝えたいという思いから、昭和62年に守山女性部加工組合を設立し、農産加工・直売所を開設した。我が子をアレルギーから守りたいという女性の視点で、無添加物の商品開発を実施し、製品の強みになっている。
- 〇雲仙市に伝わる希少価値の在来種「雲仙こぶ高菜」の保存や復活のため、「雲仙こぶ高菜再生プロジェクトチーム」が結成され、それを機に平成18年より「雲仙こぶ高菜」の加工販売を開始した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇「雲仙こぶ高菜」は交雑や低収量の問題により 衰退し、生産量が減少
- →交雑防止のため採種を特定の者にのみ認めること、化学肥料、合成除草剤、化学農薬の使用を禁止などの生産規定を細かに定めることで、安定して生産ができるようになった。

【取組の効果】

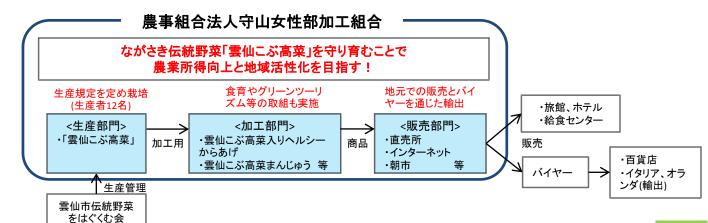
〇売上高

1,249万円(H19)→1,550万円(H26) 【雲仙こぶ高菜の売上高】 76万円(H19)→911万円(H26)

- O主な原材料生産面積(雲仙こぶ高菜) 5a(H15)→110a(H26)
- 〇スローフード協会国際本部(イタリア)から日本で唯一、スローフードの最高位 『プレシディオ』の認定を受ける。

【今後の展望】

○『プレシディオ』はヨーロッパでも認知されていることから、輸出に取り組み、販売拡大を図る。



郷土料理「がね」を商品開発! ~次代を担う子供たちに食文化を伝承~

農事組合法人きらり農場高木

<事業者の概要>

•所在地 : 宮崎県都城市

•代表者 : 代表理事組合長 松原照美

生活部長 山中美代子

取組内容 : 農産物の生産、加工、直売所売上高 : 売上高3億7,235万円(H26)

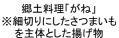
加工部門売上高1,334万円

•雇用者数 : 雇用者50名(H26)

加工部門雇用者14名

■電話:0986-38-6246 FAX:0986-38-2442







加工施設「きらり夢工房」

【取り組むに至った経緯】

- 〇きらり農場高木生活部は、子供たちに食文化を伝承するため、自法人で生産した甘藷を材料に、平成20年6月、郷土料理である「がね」の加工と販売を開始した。
- 〇平成26年2月、加工施設「きらり夢工房」を整備。 「豆おこわ」、「きらりの合わせ味噌」、「コロッケ(さ といも他5種類)」等の加工・販売にも取り組んで いる。

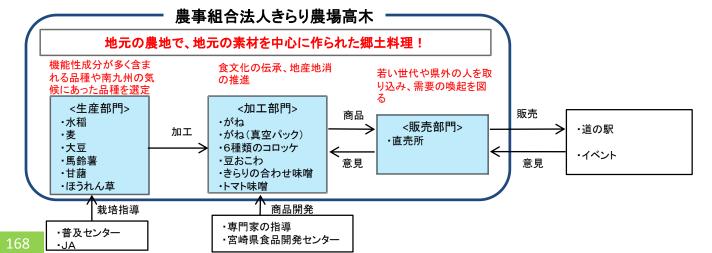
【取組の効果】

- ○社全体の売上高 2億8,108万円(H23)→ 3億7,235万円(H26)
- 〇加工部門売上高 287万円(H23)→1,334万円(H26)
- ○加工部門における商品数2品目(H20)→9品目(H26)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇県外の消費者から日持ちする商品にして欲しいと の要望
- →商品の真空パック化を行った。
- 〇パッケージデザインや容量など消費者ニーズの的 確な把握
- →女性視点で商品の軽量化(容量変更)を行うとともに、デザインを一新することでイメージアップを 図った。

- 〇生産した農産物の更なる活用のため、 試作を重ね、ほうれん草のペースト等 の商品開発を図る。
- ○商談会等に積極的に参加し、販路の開 拓に当たる。



「一粒でレモン5個分のビタミンC」アセローラで女性も地域も元気に!

農業生産法人株式会社アセローラフレッシュ

<事業者の概要>

•所在地:沖縄県本部町

•代表者:代表取締役 並里哲子

・取組内容:アセローラ生産農家の育成、アセローラ

の集出荷、アセローラ商品の加工・製造

•販売

·売上高 : 5,400万円(H26)

■雇用者数 : (パート含む)6名(H26) ■URL : http://acerola-fresh.jp







アセローラ果実

【取り組むに至った経緯】

- 〇サトウキビに代わる新たな換金作物育成のため、 当時、庭先で自家用に栽培されていた、ビタミン C豊富なアセローラの栽培・加工に取り組む。 (収穫後の青果は傷みが早く、加工が必要)
- 〇女性(母親)目線の商品開発コンセプト。原点は、 我が子に食べさせたい安全安心な商品作り。

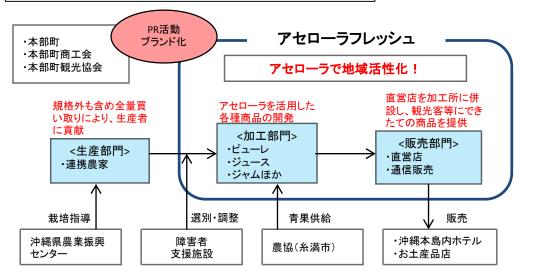
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 〇既存商品パッケージ等の改善
- →プロのデザイナーに、商品や名刺に使用する「ア セローラ・女性」をイメージしたピンクを基調とし た統一的なデザインを依頼した。
- 〇収穫期(繁忙期)の人手不足
- →障害者支援施設と連携し、繁忙期の人手を確保 できた。障害者支援施設には新たな雇用の場が でき、双方のメリットが合致した。

【取組の効果】

- 〇売上高 955万円(H11) → 5,400万円(H26)
- ○雇用者数(パート含む) 1名(H11) → 6名(H26)
- 〇生産農家数 17戸(H11) → 30戸(H26)
- 〇栽培面積(アセローラ) 30a(H11) → 45a(H26)

- 〇既存商品を統一的な新デザインに更新 し、消費者への訴求力をアップし売上 拡大を図る。
- 〇従来、廃棄していた種子の利活用(新 商品の開発)を目指す。





新しいパッケージ等 の統一デザイン