

6次産業化の取組事例集



平成26年5月

農林水産省

この事例集は、「6次産業化の取組事例集【123事例】」（平成22年6月）、「6次産業化先進事例集【100事例】」（平成23年4月）に掲載された事例及び、六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定を受けた事例等の中から、特徴的な取組を抜粋して、平成26年5月時点に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、常に最新のものと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：総務班

TEL：03-3502-8246

目次

北海道

- 株式会社奥尻ワイナリー（奥尻町）-----1
- 株式会社北海道夢民村（旭川市）-----2
- 有限会社営農企画（比布町）-----3

青森県

- 農事組合法人赤沼営農組合（十和田市）-----4
- 有限会社柏崎青果（おいらせ町）-----5
- 有限会社まごころ農場（弘前市）-----6

岩手県

- 株式会社アマタケ（大船渡市）-----7
- 有限会社サンファーム（盛岡市）-----8
- くずまき乳製品加工研究会（葛巻町）-----9

宮城県

- 株式会社舞台ファーム（仙台市）-----10
- 有限会社伊豆沼農産（登米市）-----11
- デリシャスファーム株式会社（大崎市）-----12

秋田県

- 農事組合法人坊沢営農組合（北秋田市）-----13
- 農事組合法人美郷サンファーム（美郷町）-----14
- 農事組合法人大沢ファーム（横手市）-----15

山形県

- 株式会社庄内こめ工房（鶴岡市）-----16
- 有限会社舟形マッシュルーム（舟形町）-----17
- 朝日町果樹組合連絡会議（朝日町）-----18

福島県

- 有限会社紙屋商店（会津若松市）-----19
- 瓜生 和徳（喜多方市）-----20
- 株式会社いわき遠野らぱん（いわき市）-----21

茨城県

- 有限会社ナガタフーズ（笠間市）-----22
- ひたち野農業協同組合（石岡市）-----23

- ・ 有限会社森ファームサービス（古河市） -----24

栃木県

- ・ 有限会社那須高原今牧場（那須町） -----25
- ・ 有限会社星種豚場（那珂川町） -----26
- ・ 金田 正（芳賀町） -----27

群馬県

- ・ グリンリーフ株式会社（昭和村） -----28
- ・ 小堀 政展（前橋市） -----29
- ・ 農事組合法人国府野菜本舗（高崎市） -----30

埼玉県

- ・ 國分 唯史（東松山市） -----31
- ・ 野口 文夫（春日部市） -----32

千葉県

- ・ 寺田 治雄（柏市） -----33
- ・ 御宿岩和田漁業協同組合（御宿町） -----34

東京都

- ・ 磯沼 正徳（磯沼ミルクファーム）（八王子市） -----35

神奈川県

- ・ 神奈川中央養鶏農業協同組合（相模原市） -----36
- ・ 有限会社相澤良牧場（横浜市） -----37

山梨県

- ・ 有限会社マルサフルーツ古屋農園（笛吹市） -----38
- ・ 奥野田葡萄酒醸造株式会社（甲州市） -----39
- ・ 株式会社くだもの厨房フクヨシ（山梨市） -----40

長野県

- ・ 楠わいなり一株式会社（須坂市） -----41
- ・ 有限会社ティーエム（白馬村） -----42
- ・ 株式会社未来農業計画（長野市） -----43

静岡県

- ・ 有限会社コスモグリーン庭好（浜松市） -----44
- ・ 株式会社エスファーム（静岡市） -----45

新潟県

- ・ 有限会社A F カガヤキ (カガヤキ農園) (新潟市) -----46
- ・ 有限会社フジタファーム (新潟市) -----47
- ・ 飯塚農場 (南魚沼市) -----48

富山県

- ・ 農工房長者株式会社 (砺波市) -----49
- ・ 氷見稲積梅株式会社 (氷見市) -----50
- ・ 有限会社池多ファーム (富山市) -----51

石川県

- ・ 小松市農業協同組合 (小松市) -----52
- ・ 有限会社わくわく手作りファーム川北 (川北町) -----53

福井県

- ・ 建石 正治 (S F V生産農場) (大野市) -----54
- ・ 株式会社エコファームみかた (三方町) -----55
- ・ 株式会社マイセン (鯖江市) -----56

岐阜県

- ・ 株式会社寺田農園 (高山市) -----57
- ・ 株式会社穂高養魚場 (高山市) -----58
- ・ 株式会社山岡のおばあちゃん市 (恵那市) -----59

愛知県

- ・ 有限会社石川養豚場 (半田市) -----60
- ・ 株式会社杉田組 (豊田市) -----61
- ・ 株式会社げんきの郷 (大府市) -----62

三重県

- ・ 有限会社すぎもと農園 (御浜町) -----63
- ・ 有限会社せいわの里 (多気町) -----64
- ・ 農事組合法人うりぼう (いなべ市) -----65

滋賀県

- ・ 有限会社甲賀もち工房 (甲賀市) -----66
- ・ J Aおうみ富士 (ファーマーズ・マーケットおうみんち) (守山市) -----67
- ・ 有限会社池田牧場 (東近江市) -----68

京都府

- ・ こと京都株式会社（京都市）-----69
- ・ 井口木材（京都市）-----70
- ・ 有限会社田舎暮らし（福知山市）-----71

大阪府

- ・ カタシモワインフード株式会社（柏原市）-----72
- ・ 有限会社いずみの里（和泉市）-----73
- ・ ハートランド株式会社（泉南市）-----74

兵庫県

- ・ 有限会社レチェール・ユゲ（弓削牧場）（神戸市）-----75
- ・ 株式会社香寺ハーブ・ガーデン（姫路市）-----76
- ・ 有限会社夢前夢工房（姫路市）-----77

奈良県

- ・ 株式会社五條市青ネギ生産組合（五條市）-----78
- ・ 有限会社王隠堂農園を中心とした生産者グループ（五條市）-----79

和歌山県

- ・ わかやま農業協同組合（和歌山市）-----80
- ・ 株式会社きてら・株式会社秋津野（田辺市）-----81
- ・ 株式会社早和果樹園（有田市）-----82

鳥取県

- ・ 株式会社さとに医食同源（鳥取市）-----83
- ・ 有限会社ひよこカンパニー（八頭町）-----84

島根県

- ・ 有限会社奥出雲葡萄園（雲南市）-----85
- ・ 株式会社奥出雲町中村ファーム（奥出雲町）-----86
- ・ 有限会社宝箱（松江市）-----87

岡山県

- ・ レッドライスカンパニー株式会社（総社市）-----88
- ・ 丸本酒造株式会社（浅口市）-----89
- ・ ひるぜんワイン有限会社（真庭市）-----90

広島県

- ・ 世羅高原6次産業ネットワーク（世羅町）-----91

- ・ 有限会社トムミルクファーム（東広島市）-----92
- ・ 株式会社福田農場（三次市）-----93

山口県

- ・ 株式会社瀬戸内ジャムズガーデン（周防大島町）-----94
- ・ 有限会社サンエイ興業（美祢市）-----95
- ・ やまいもまつり有限会社（周南市）-----96

徳島県

- ・ きのこの里（吉野川市）-----97
- ・ 阿波橋海産（阿南市）-----98
- ・ 株式会社ビッグウィル（東みよし町）-----99

香川県

- ・ 有限会社広野牧場（三木町）-----100
- ・ 有限会社井上誠耕園（小豆島町）-----101
- ・ 株式会社スカイファーム（高松市）-----102

愛媛県

- ・ 遊子漁業協同組合女性部（宇和島市）-----103
- ・ 株式会社味彩（西予市）-----104
- ・ 有限会社南四国ファーム（宇和島市）-----105

高知県

- ・ 馬路村農業協同組合（馬路村）-----106
- ・ 有限会社池一菜果園（土佐市）-----107
- ・ 株式会社ぶらうん（四万十町）-----108

福岡県

- ・ 農事組合法人大春の里（うきは市）-----109
- ・ 株式会社拓水（福岡市）-----110
- ・ 有限会社ラピュタファーム（川崎町）-----111

佐賀県

- ・ 農事組合法人中山牧場（玄海町）-----112
- ・ 合同会社田島柑橘園&加工所（太良町）-----113
- ・ 有限会社伊万里グリーンファーム（伊万里市）-----114

長崎県

- ・ 九十九島漁業協同組合（佐世保市）-----115

- ・ ごとう農業協同組合（五島市） -----116

熊本県

- ・ 株式会社コッコファーム（菊池市） -----117
- ・ あしきた農業協同組合（芦北町） -----118
- ・ 株式会社宮川洋蘭（宇城市） -----119

大分県

- ・ 株式会社デリシャスクリエイト（日田市） -----120
- ・ あねさん工房株式会社（豊後大野市） -----121
- ・ 株式会社ドリームファーマーズ（宇佐市） -----122

宮崎県

- ・ 有限会社太陽ファーム（都城市） -----123
- ・ 吉田産業株式会社（日南市） -----124
- ・ 有限会社福富農産（綾町） -----125

鹿児島県

- ・ 株式会社エヌチキン（南九州市） -----126
- ・ 沖永良部きのこ株式会社（大島郡和泊町） -----127
- ・ 株式会社オキス（鹿屋市） -----128

沖縄県

- ・ 株式会社あいあいファーム（今帰仁村） -----129
- ・ 有限会社伊盛牧場（石垣市） -----130
- ・ 株式会社今帰仁ごまみファーム（今帰仁村） -----131

< 取組の概要 >

平成13年にグループ会社の(株)海老原建設が遊休地を活用したぶどう栽培を開始し、平成19年農業生産法人「株式会社奥尻ワイナリー」設立
(平成25年、27haの圃場で6万本のぶどうを栽培)
平成20年ワイナリー竣工、平成21年に奥尻ワインを初出荷

【取り組むに至った経緯】

平成5年の奥尻島震災の復興関連事業が減り続ける中、雇用確保のために建設業からの農業参入。

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。

【取り組む際に生じた課題】

醸造技術者の確保。
塩害や荒地を開墾したぶどう畑のため、原料ぶどうの収穫が不安定。

【生じた課題への対応方法】

醸造技術者養成のため、道内ワイナリーの協力を得て、社員を派遣し技術習得。
防風林や防風柵を設置し塩害対策、アミノ酸や珪酸を活用した栽培により、原料ぶどうの生産が安定。

【活用した支援施策】

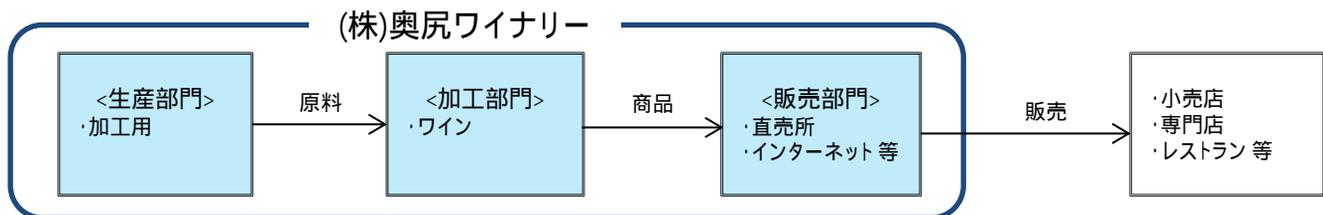
農山漁村活性化プロジェクト支援交付金
(H19～H21)

【取組の効果】

栽培面積 8.6ha(H14) 27ha(H25)
ワイン醸造(仕込)量
3,000本(H20) 60,000本(H25)
地域からの新しい雇用(パートを含む)
20名(H19) 31名(H25)

【今後の展望】

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。
町役場などの行政機関・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る奥尻島の活性化。



ワイン樽



ワイナリー外観



奥尻ワイン

< 取組の概要 >

平成13年に9戸の農家で農業生産法人を立ち上げ、自社ブランドの米と野菜の宅配システムを構築

平成19年に直売所、平成22年はカフェレストランをオープン。米と野菜に加え、自家野菜を使った惣菜、米粉パンなどの加工品も販売（平成22年 宅配事業やレストラン事業を独立させ分社化）

酒造メーカーと連携し、平成24年度から自社生産酒米を使用した日本酒を米国・シンガポールに向け輸出

【取り組むに至った経緯】

都市との交流の促進
規模拡大によらない収益の向上

【取り組む際に生じた課題】

経営内容が異なる構成員間の意識のずれ
構成員個々の収益の伸び悩み
集客数拡大のための新たな施設整備

【生じた課題への対応方法】

定例会議やメールなどによる情報共有
構成員の農業経営を完全に統合(H19)
各種補助事業の活用
日本の食文化を海外にPRすることにより、日本酒を輸出

【活用した支援施策】

集落営農法人化等緊急整備推進事業
(レストラン)(H21)
6次産業化対策事業「輸出拡大サポート事業」
(輸出支援)(H23~24)

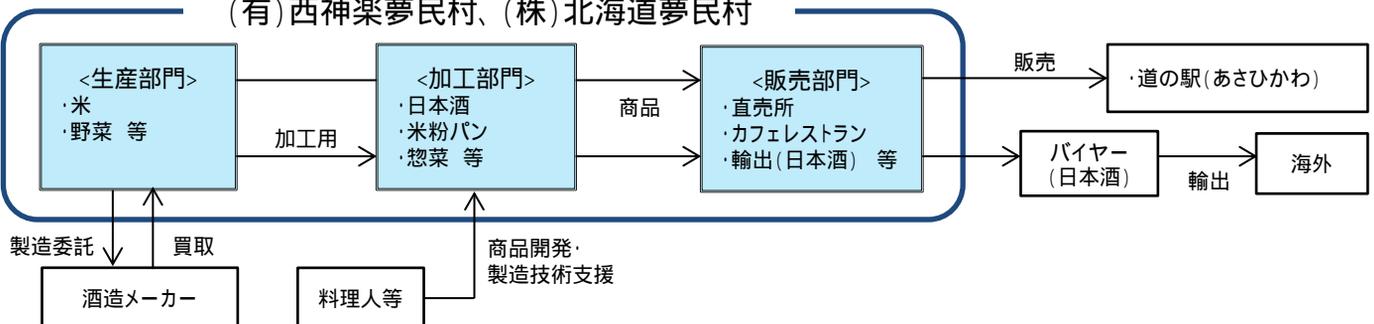
【取組の効果】

売上額の増加
3億5,000万円(H21) 5億4,000万(H25)
日本酒輸出の開始
900本(H24) 4,000本(H25)
雇用の拡大
正社員15名(H21)→正社員18名(H25)

【今後の展望】

ヨーロッパ、アジアへの、米や日本酒の輸出
社員教育の充実と人材育成

(有)西神楽夢民村、(株)北海道夢民村



< 取組の概要 >

自社産有機農産物(有機JAS認証)である、小麦、大豆、小豆、トマトなどを活用した、付加価値の高いパン、ラスク、クッキーなどの販売のための開発に着手
 平成25年7月 パン工房「ピップル」を開店し、食パン、トマトパン、あんパンなどを販売。その後も、消費者ニーズを踏まえた新商品の開発などにより、順調にアイテム数を拡大(24種類→43種類)

【取り組むに至った経緯】

自社産有機農産物である小麦、大豆、小豆、トマトなどを活用した差別化商品の販路拡大による経営力の向上。

付加価値の高い商品を開発、販売する必要性を模索。

【取り組む際に生じた課題】

毎月の新商品の提供等、飽きのこない商品アイテムの確保。

パン製造技術の確立。

【生じた課題への対応方法】

消費者ニーズ、自社産有機農産物の有効活用、社員によるアイデアなどを生かしたケーキ職人による新商品の開発促進。

外部のパン職人を招いた製造技術確立。

【活用した支援施策】

総合化事業計画の認定(加工・直売)(H25)

【取組の効果】

オープン当初の来客者数1日150人、最高650個売上げ

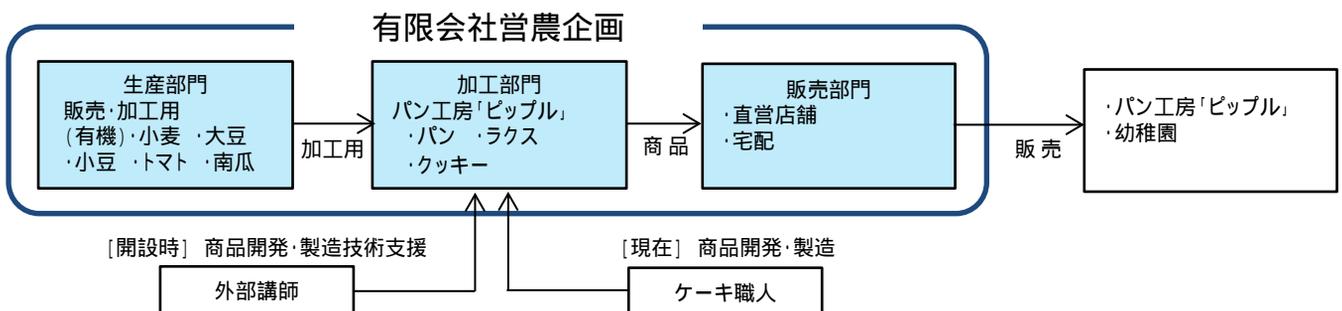
自社産有機農産物活用による健康志向者などの固定客の増加、地方客の増加による更なる商品価値の高揚

【今後の展望】

パン等加工品の有機JAS認証の取得による更なる高付加価値化の付与。

道外における富裕層向け販売展開により、新たなニーズの把握とこれらを踏まえた商品開発。

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の活用により、自社産有機農産物加工品の開発・販売の模索。



< 取組の概要 >

もち小麦(もち姫)の特製を生かした商品開発を図り産地のブランド化を構築するとともに、直売所によるアンテナショップ機能を図りながら、自ら生産・加工する大豆加工品と併せ、安心・安全な食材を提供する



【取り組むに至った経緯】

東北農業研究センターで品種改良したもち性小麦の商品開発とブランド化
生産量の多い大豆を利用した加工品の製造・販売

【取り組む際に生じた課題】

もち性小麦「もち姫」を原料とした商品の開発と販路ルート構築
大豆の加工品製造・販売施設の整備

【生じた課題への対応方法】

ブランド化を図るため、産学官連携により新商品開発を行い、試作品の直売所での販売補助事業を活用した加工設備の新設に併せて、アンテナショップとなる直売所も新設

【活用した支援施策】

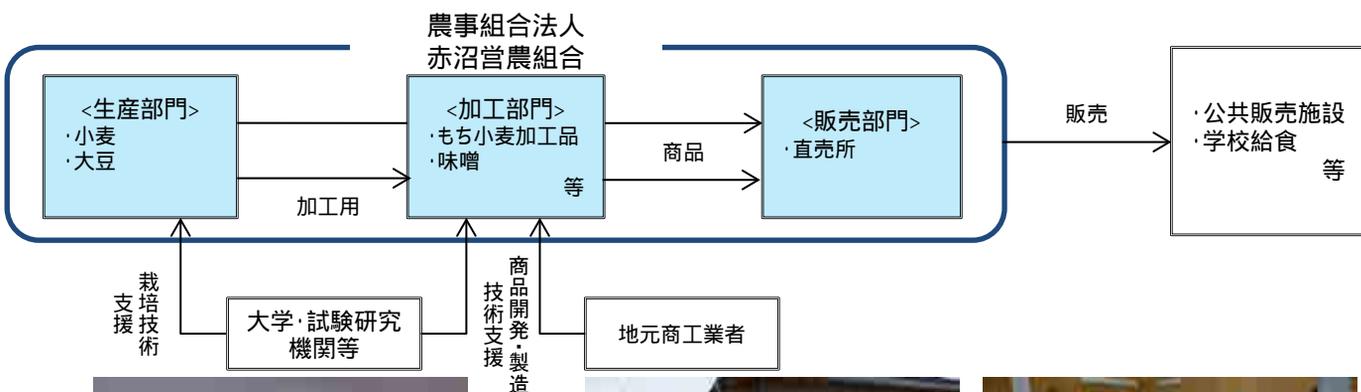
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業(H24)
農業経営基盤強化資金(H24)

【取組の効果】

新設した直売所での販売(販路拡大)による売上高の増加
新たな雇用創出(常時4名雇用(パート含む))
もち小麦を利用した加工品は、餅の代替品として高齢者等からの評価が高い

【今後の展望】

「もち小麦」のもち性を活用した新たな商品の開発
商談会への出展など活用した販路の拡大



もち小麦加工品



直売所



直売所

< 取組の概要 >

自らが生産するにんにく、ながいものほかごぼうやだいこんを利用し乾燥技術中心に新商品を開発。

開発した商品の販売先は国内のみならず、海外へも拡大。



【取り組むに至った経緯】

平成3年に農業生産法人有限会社柏崎青果を設立

「にんにく」の取扱量が増える中で、規格外などの「はねもの」の商品化による県内産農産物の消費拡大

【活用した支援施策】

あおり元気企業チャレンジ助成事業 (H19) 新事業活動促進支援補助金(農商工連携等による被災地等復興支援事業)(H23)

総合化事業計画認定(加工)(H24)

農山漁村6次産業化推進整備事業(H24)

【取り組む際に生じた課題】

黒ごぼうの加工品製造工程で抗酸化活性が高まることが判明

加工設備の不足

販路の開拓、PR方法等の販売戦略の構築

【取組の効果】

黒ごぼうを黒にんにくと同様に「ブラックフーズ」として健康食品化。(現在、新商品開発中)

にんにくを道の駅、JR駅のほかネット販売などの販路拡大に併せ、黒にんにくを海外(米国等)へも本格輸出開始。また、酒類、みそ等への原材料としても提供し利用拡大が進んでいる。

【生じた課題への対応方法】

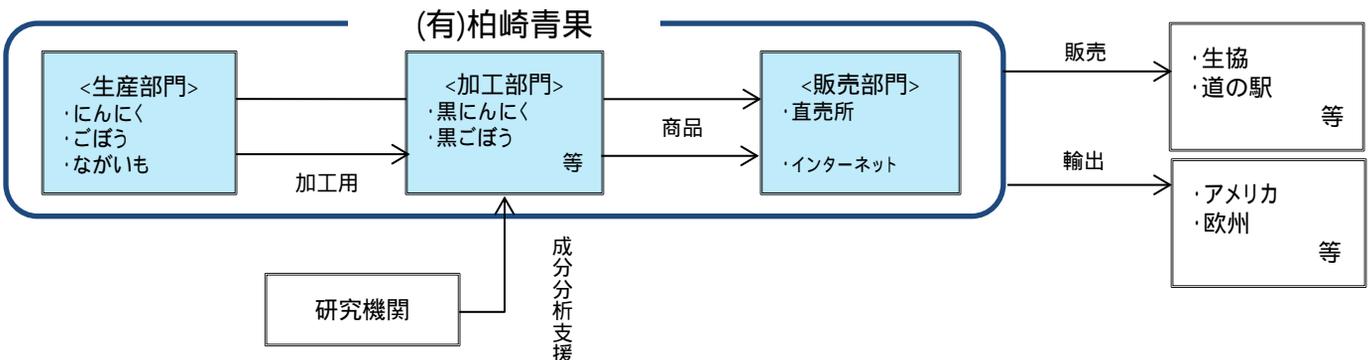
開発・研究を継続して行い、利用しやすい加工用食品素材などへの商品化の取組み
新規加工設備の導入・整備。

既存販路を活用したPR活動及び高級スーパー、大手商社への商品提案

【今後の展望】

研究機関と連携し、黒ごぼうの健康機能の分析を進め、機能性、付加価値を生かした新商品の開発

にんにくの作付け面積の増加を図り、地域の活性化を目指す



< 取組の概要 >

ミニトマト及び地域特産農産物(毛豆、ほうれんそう)を活用して、加工度の高い自社ブランド商品(ドレッシング、レトルト食品、ゼリー、ジェラート)及び業務用の一次加工品(ピューレ、ペースト、シロップ漬け)の開発、販売



【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を生産

平成17年度より、ミニトマトを原料とした、ジュース、ジャム等の製造、販売開始

【取り組む際に生じた課題】

料理レベルから、商品化へ移行する際に増大する時間や経費。

インターネットでの注文が増加しているが、現在のHPでは不便との声。

【生じた課題への対応方法】

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や試験場に相談。

HPを一新して、ネット販売にさらなる注力。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

6次産業化推進整備事業(加工場)(H23)

【取組の効果】

売上高8,200万円(H22) 9,800万円(H24)

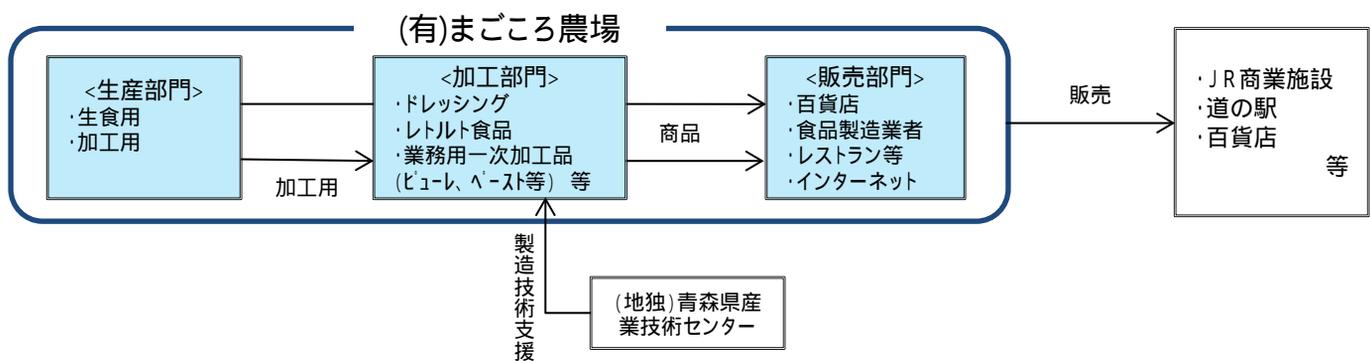
出荷できないものを有効に活用することが可能となり、廃棄ロスをほぼ削減。

加工用トマトの作付等、耕作放棄地の解消、有効活用の実施。

【今後の展望】

一次加工の製造ノウハウ蓄積が進んできたため、業務用販売の拡大。

加工技術の向上を図り、加工度の高い商品を開発。



ミニトマト



ドレッシング



ゼラート

鶏、まるごとプロデュース

加工・直売・
輸出

株式会社アマタケ(岩手県大船渡市)

< 取組の概要 >

銘柄鶏「南部どり」の生産から製造・加工・販売までの一貫システム
少子高齢化に対応した商品開発及び販売多角化事業



【取り組むに至った経緯】

少子高齢化によるブロック肉販売減少
東日本大震災の影響

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)
6次産業化推進整備事業
(食鳥処理加工設備)(H24)

【取り組む際に生じた課題】

新商品開発
販路開拓
放射性物質による風評被害への対応

【取組の効果】

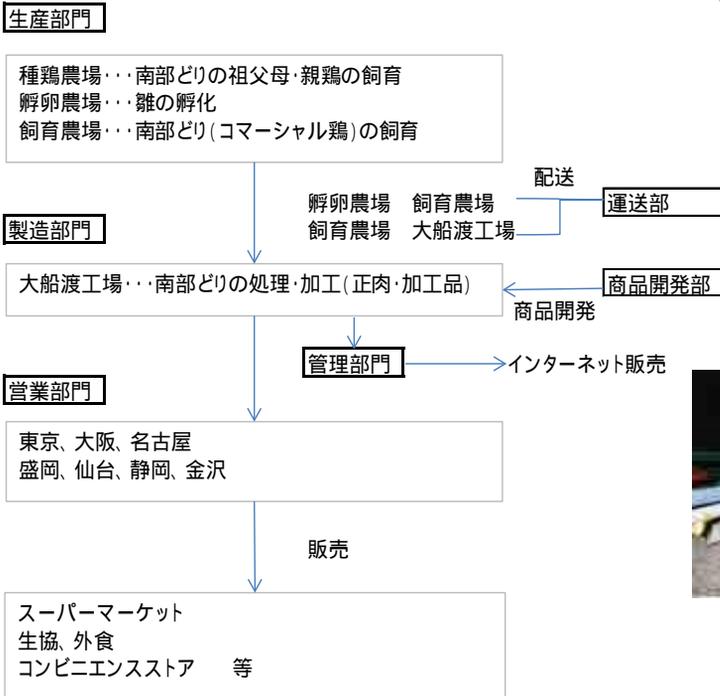
ハーブチキン4年連続モンドセレクション金賞受賞
ECサイト構築で地方から全国に取引拡大(H25)
食肉処理加工施設の整備及びライン見直しによる効率化
売上高 74億円(H24)
従業員(パート含む)461人(H24)
サラダチキンの輸出開始(H25)

【生じた課題への対応方法】

小包装パック(コンシューマーパック)の開発(H24)
大手コンビニ(ローソン)との取引(H25)
女性従業員の意見を活かした商品開発
食品放射能測定機器の導入(H23)
ECサイト開設(H25)

【今後の展望】

鶏肉・加工品のさらなる輸出を検討中
消費者ニーズに合う商品開発



農場の様子



モンドセレクション金賞受賞
「ハーブチキン」

< 取組の概要 >

自らが生産するベリー類などのフルーツを使った新商品(ジャム、コンポート、アイスクリーム、スイーツ等)の開発、販売

商品の差別化に向けた、加工専用品種の栽培



【取り組むに至った経緯】

平成18年からそれまでの稲作経営に加え、農地を取得し果樹栽培を開始。

平成20年から生果・冷凍果実出荷を開始。ジャムなどの加工に取り組む。

【取り組む際に生じた課題】

加工用果実の通年供給のための対応。
加工用に適した果実の選定と商品開発。

【生じた課題への対応方法】

冷蔵庫を設置し植物成長調整剤使用による通年供給を実現。

加工用の果実については、近隣生産者からのアドバイスを受け適正品種の植栽を実施。
加工用果実のニーズをリサーチし製造業者と連携した商品開発。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業(H24)

【取組の効果】

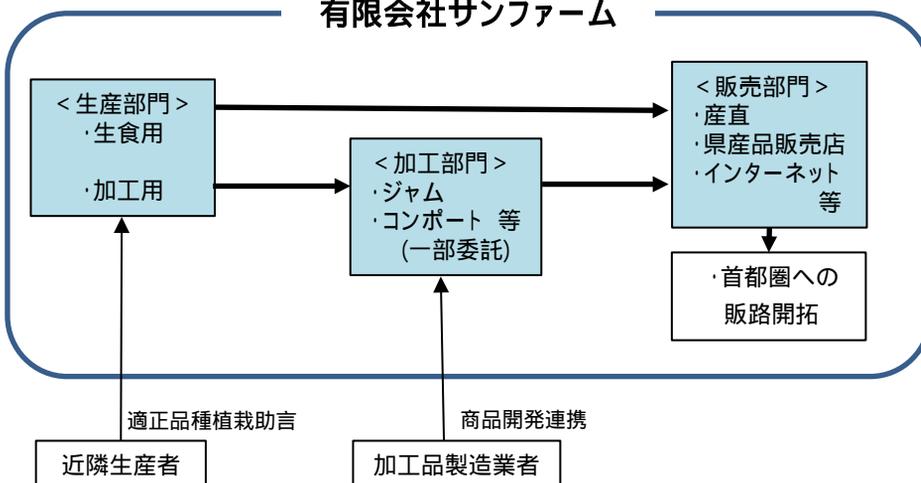
売上高(果実加工品)の増加
50万円(H23)→200万円(H24)
雇用者数 5名(H23)→6名と臨時雇用20名(H24)

【今後の展望】

栽培方法と同時に加工技術の向上、商品開発、販売方法、異業種との連携。

体験型観光果樹園の開設。
(宿泊施設、レストランなど)

有限会社サンファーム



ラ・フランスコンポート



色とりどりのベリー類

加工・直売・
レストラン

町の特産である牛乳を活かした商品 (ジェラート・ランチ)の製造・販売事業

くずまき乳製品加工研究会(岩手県葛巻町)

< 取組の概要 >

会員の牧場で生産された牛乳を使ったジェラートの商品
開発及び販売を行う工房の開設

女性の視点を生かし、牛乳や野菜を使い工房でランチや
カフェメニューの提供



【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、有志9人でくずまき乳製品加工研
究会を立ち上げ。

平成25年に工房を設置(クローバー畑)。ジェ
ラートの製造・販売を開始。

【取り組む際に生じた課題】

工房設置場所の選定。
地元食材の風味を生かしたジェラート開発。
工房運営のための人材確保。

【生じた課題への対応方法】

工房開設は、葛巻町から沿岸へ向かう交通量
の多い主要道路沿いを選定。

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。

工房の営業は金、土、日及び祝日の月曜日の
みとした。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
くずまき型農畜産物ブランド力強化事業(H24)
6次産業化推進整備事業(H24)

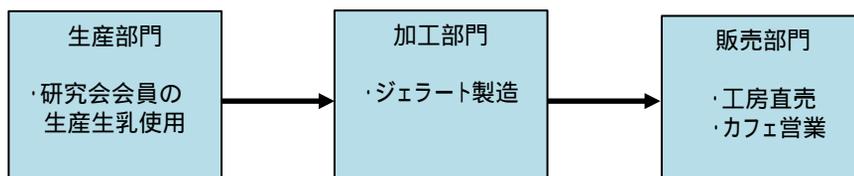
【取組の効果】

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可能と
なった。
地元食材使用により地域が活性化した。

【今後の展望】

お歳暮用など、ギフト商品の販売展開。
ランチ及び冬期間のカフェメニューの充実。

くずまき乳製品加工研究会



地元食材にこだわった
各種ジェラート



カフェメニュー

< 取組の概要 >

平成19年から県内外農家と連携した付加価値の高い
農産物の生産・加工・販売等
大手コンビニエンスストアとの取引



【取り組むに至った経緯】

販路拡大による農業経営の安定化を図るため、販売先である中食製造業者のニーズに対応。

【活用した支援施策】

広域連携アグリビジネスモデル支援事業
(加工施設) (H21)
総合化事業計画認定(加工・直売) (H24)

【取り組む際に生じた課題】

販売先のニーズに合う数量、形状、品質及び周年供給への対応。

【取組の効果】

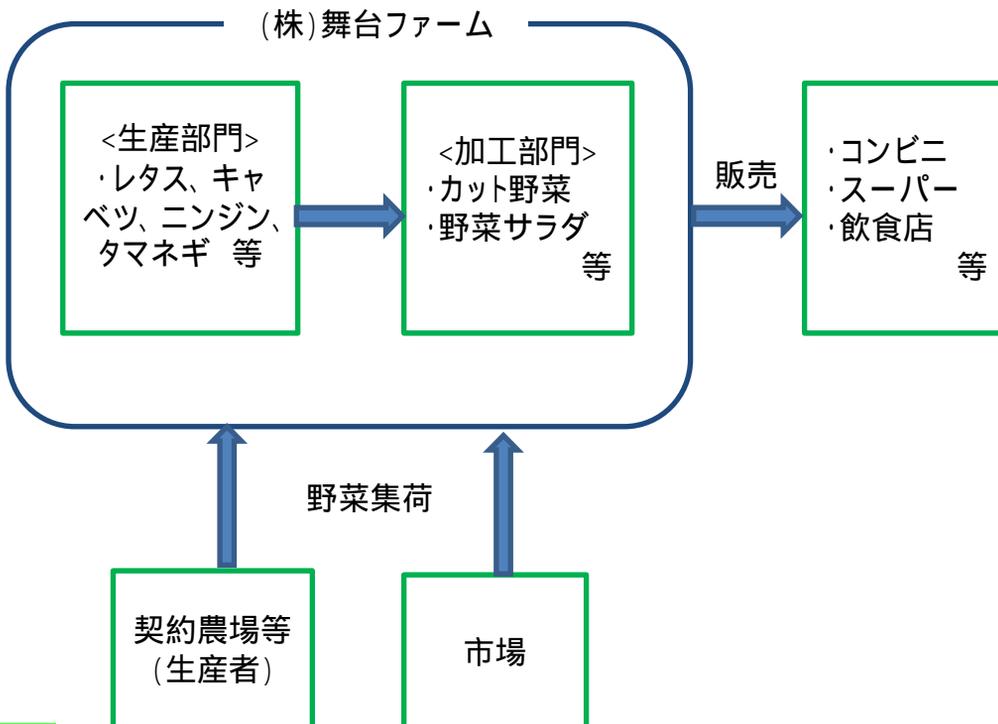
高付加価値化商品(カット野菜)の販売によって生産・流通・加工・販売の一貫経営の実現。
売上高は、H16(法人設立時)に比べ19倍
(H25で13億円)に向上。

【生じた課題への対応方法】

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。

【今後の展望】

地域農業を支援するため担い手となる人材育成及び異業種との交流を実施。



カット野菜



サラダパック

< 取組の概要 >

自ら生産したブランド豚と地元乳酸菌を使用した新商品(生サラミ・豚ステーキ)の開発・販売

豚肉を中心に、地元野菜を使用したメニューを開発し、レストランでの提供



【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、加工品製造とレストラン事業の開始

【取り組む際に生じた課題】

ブランド豚「伊達の純粹赤豚」の確保
商品開発における調理技術及び機械の導入

【生じた課題への対応方法】

地域の農家と「伊達の赤豚会」の組織化と、自社農場の設置。
調理機械の導入

【活用した支援施策】

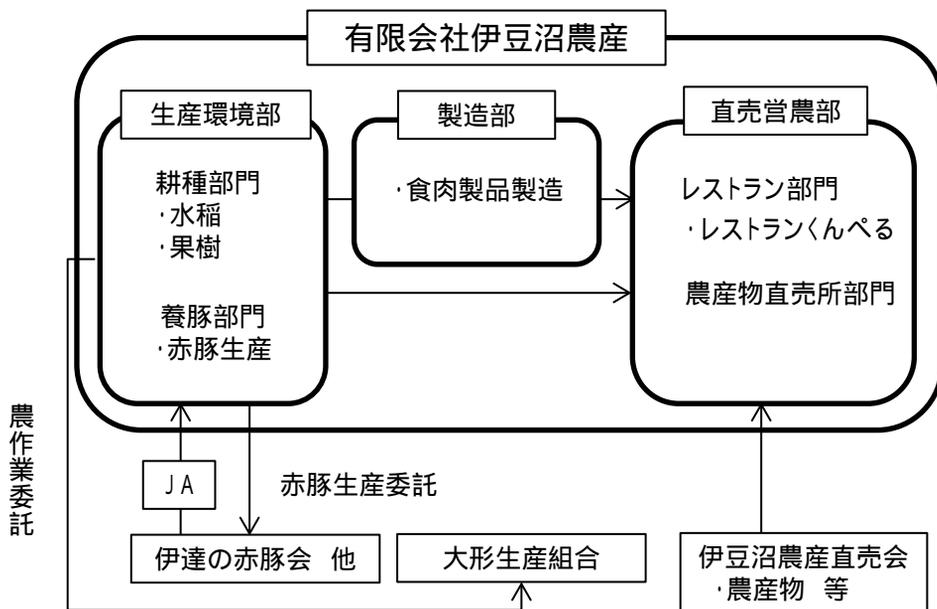
6次産業化推進整備事業(H23)
(調理・加工機械の導入)

【取組の効果】

売上高(豚肉・加工品)
350万円(H23) → 1,200万円(H25)
レストラン来店者数 約2万5,000人(H25)
雇用者数 35名(H23)
→ 39名(パート含む)(H25)

【今後の展望】

レストランのリニューアルオープンと新商品販促
直売所リニューアルオープンでの集客増加と販促
新規雇用の確保
地域資源を求めて「プロジェクトI(アイ)」の活動



< 取組の概要 >

デリシャストマト 115t生産(H24)。そのデリシャストマトを使った新商品の製造販売及びフードメニューを提供するカフェを平成22年3月3日open

糖度7~8度を「デリシャストマト」、糖度9以上を「スーパーデリシャス」として販売



【取り組むに至った経緯】

平成18年から加工品の製造販売に取り組み、そのノウハウを活かして新商品の開発とカフェをオープン

【活用した支援施策】

地域戦略商品開発促進事業
(地域活性化・経済危機対策臨時交付金)
(H21内閣府)

アグリビジネス経営基盤強化整備事業
(H22宮城県)

総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)

【取り組む際に生じた課題】

新商品の開発
接客等が未経験

【取組の効果】

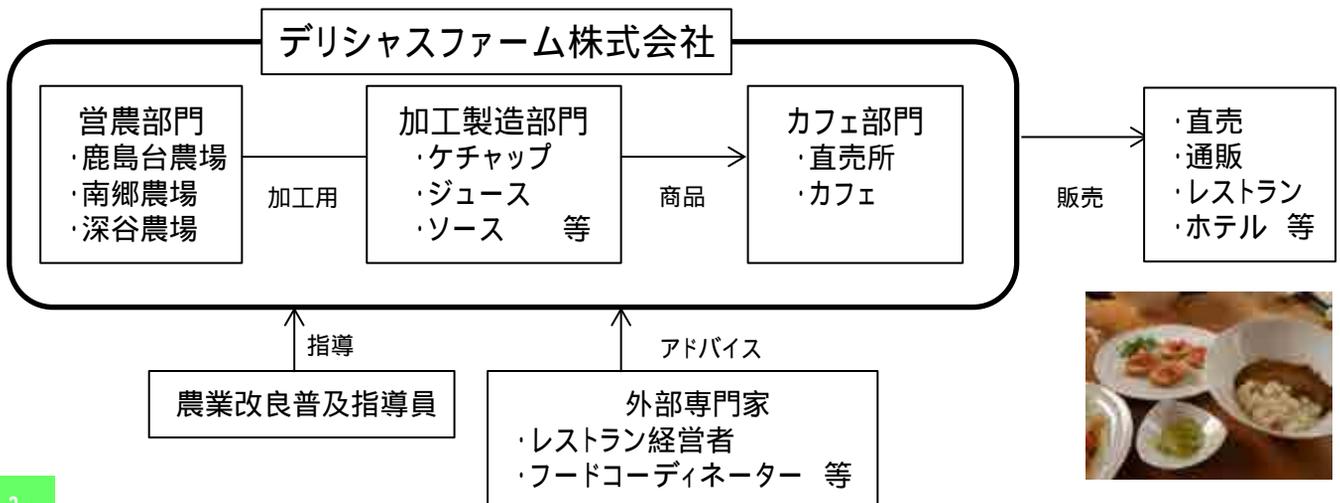
売上高(トマト加工品、カフェ)
800万円(H18) 3,600万円(H24)
カフェのオープンにより、併設されている直売所も順調に売り上げが増加
トマトの使用量約14t(H24)

【生じた課題への対応方法】

新商品の開発等をプロからのアドバイスで実施
接客研修をレストランで実施

【今後の展望】

カフェの利用客増加に対応した席数の確保や新メニューの開発とリピーターの確保
業務需要の掘起し営業活動



米、大豆等を利用した高齢者向け宅配弁当 と新たな豆腐加工商品販売事業

農事組合法人坊沢営農組合 (秋田県北秋田市)

< 取組の概要 >

地域の高齢者向け弁当の製造・宅配する取組
豆腐製造と副産物であるおからを使用した「おからドーナツ」の開発・販売



【取り組むに至った経緯】

生産した大豆に付加価値をつけて販売することで、1年を通して活動し、地元雇用にも貢献したい思いから。

【取り組む際に生じた課題】

豆腐製造で、なかなか納得いく製品製造に至らなかった。

【生じた課題への対応方法】

各種研修会に参加のほか、豆腐製造業者からの指導を受け製造技術を習得。

【活用した支援施策】

農業法人経営発展支援事業
(大豆保管庫、加工施設改修) (秋田県H23)

【取組の効果】

地元雇用 女性5人(うち常時雇用2人)
男性3人(うち常時雇用2人)
高齢者向け宅配弁当 月500食
豆腐製造 1日350~400丁

【今後の展望】

豆腐産業は現在、飽和状態にあり、廃業する業者も多いが、むしろチャンスと捕らえ、販路開拓などチャレンジしたい。
豆腐製造の副産物であるおからを使用した「おからドーナツ」の開発・販売を目指す。
これからも、味にこだわり安全・安心な豆腐、弁当を提供したい。

農事組合法人 坊沢営農組合

代表理事

全員協議会

役員会 (理事、 監事、 推進役員)

総務部会

稲作部会

米生産

転作部会

大豆、野菜生産

機械部会

加工部会

豆腐、宅配弁当
など製造

販売

・量販店
・地元学校給食
・地元イベント
・高齢者向け
宅配弁当



「高齢者向け宅配弁当」現在は2人で担当。将来的には地元雇用を増やしていきたい。

「こだわりの豆腐」100%自ら生産した大豆とマイナスイオン水で作り、防腐剤は一切使用していません。

< 取組の概要 >

米、米粉加工品、新鮮野菜等を活用した新商品の開発、販売

農家レストラン「米(マイ)サラダハウス」及び農家民宿(いずれもH24年3月オープン)を活用した地場産農産物の提供、農業体験の実施



【取り組むに至った経緯】

米やもち米の生産、もち加工、販売等の中で、顔の見える商品、こだわりのある商品の提供等の需要増加。
新たな地域雇用の創出と新ビジネスへのチャレンジ。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売・レストラン)(H23)
新ビジネス発展体制整備事業(多角化支援)(秋田県H23)
農業改良資金(レストラン建設等)(H23)

【取り組む際に生じた課題】

農家レストランの開設のための資金の確保。
農家レストランの開設、運営のためのノウハウの習得と、米粉、地場産野菜等を使ったレストランメニューの開発。

【取組の効果】

法人の雇用者数(常時・臨時)
2名(H23) 4名(H24)
農家レストラン及び農家民宿部門の売上(H25) 約2,000万円

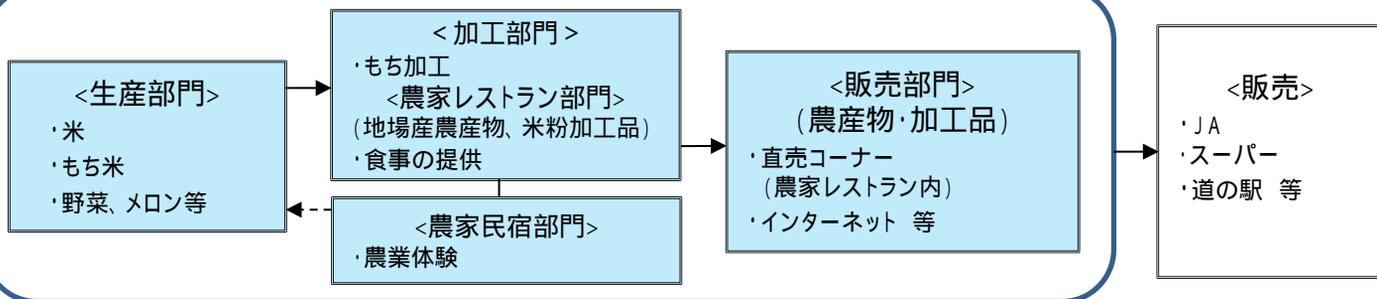
【生じた課題への対応方法】

県の補助事業等の活用。
農家レストラン開設のための各種資格の取得、料理人の確保や料理教室等での技術習得。

【今後の展望】

農家民宿部門の経営向上。
地域の新鮮野菜、加工品等を提供する直売コーナーの充実。

(農)美郷サンファーム



もち工房



日替わりセット(米粉うどん付き)



米サラダガレット

< 取組の概要 >

自らが生産する高品質なぶどうや近隣農家が生産する洋なし等を使った高級ジュースの生産と国内外への販売
ジュース加工場(旧学校給食センター)をH25年10月に整備し、地域雇用の確保、周年就業可能な環境を創出



【取り組むに至った経緯】

県内有数のぶどう産地である横手市大沢地区で生食用のぶどうを生産。
平成17年から大沢地区の15戸の農家が生産したジュース用ぶどうを(社)横手市観光協会へ出荷。

【取り組む際に生じた課題】

ジュース用ぶどうの高品質化と生産量の確保、ジュース加工の県外委託による物流コスト等の負担。
ジュース加工技術の習得と販路の確保。

【生じた課題への対応方法】

樹上完熟(糖度23度以上)による高品質なジュース用ぶどうの安定生産と自社加工場の整備。
ジュース加工業者による技術指導と(社)横手市観光協会の商品開発及び販売網の活用。

【活用した支援施策】

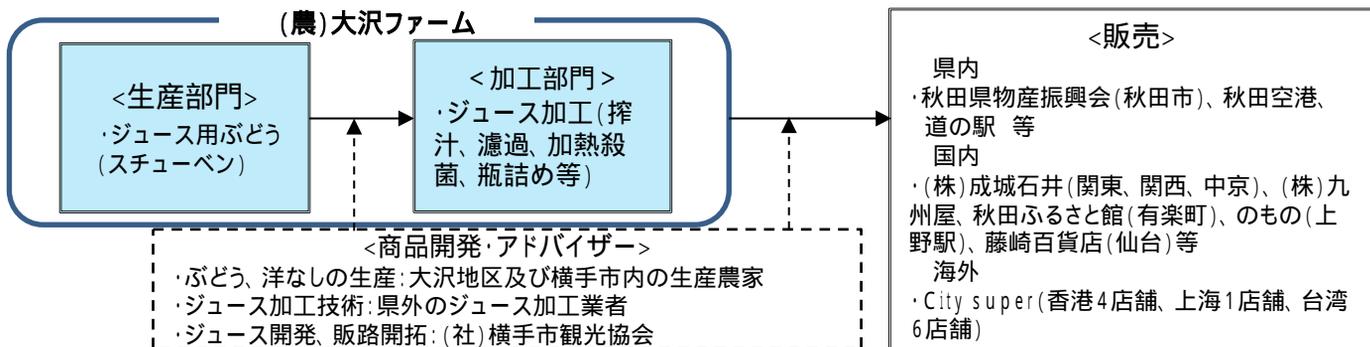
総合化事業計画認定
(加工・直売)(H24)
農山漁村6次産業化推進整備事業
(加工施設)
(農林水産省H24)
加工業務用農産物出荷拡大支援事業
(加工施設)(秋田県H25)

【取組の効果】

ジュース用ぶどうの生産量
3トン(H17) 50トン(H25)
法人の雇用者数(常時・臨時)
2名(H23) 5名(H25)

【今後の展望】

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。
輸出用ジュースの販路拡大。



大沢地区のぶどう園



樹上完熟(ジュース用スチューベン)



ジュース加工場

< 取組の概要 >

株式会社庄内こめ工房では、構成員及び地域の生産者が生産した米の集荷販売

関連会社(有限会社いずみ農産、株式会社まいすたぁ)と連携した事業により、精米及び加工品を製造、販売



【取り組むに至った経緯】

平成15年有限会社いずみ農産(養豚、稲作)の米の集荷販売部門を分離し、地域の米農家100戸が出資し設立。

平成21年精米施設の共同利用を契機に、新たに生産・加工・販売を行う「農業生産法人株式会社まいすたぁ」を設立。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)
(株)まいすたぁ

【取組の効果】

売上高 5億3,000万円(H20)
6億6,000万円(H24)
米の生産農家120戸(800ha)に拡大

【取り組む際に生じた課題】

安定した取引のための良食味米等の栽培。
省力化等のコスト削減。

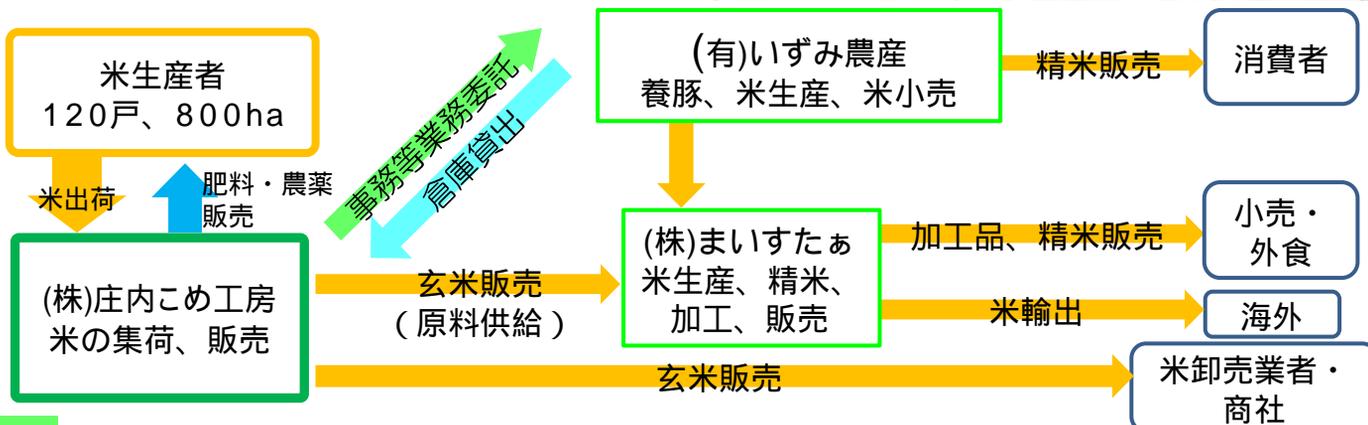
【今後の展望】

地域農業を維持するため、更なる省力化及び低コスト化。
消費者や流通事業者のニーズに応じた生産及び安定した販売先の確保。

【生じた課題への対応方法】

研究会を立上げ、知識や経験を出し合い、良食味米作りに取り組むとともに、低タンパク米の栽培を開始。

養豚業からの発想で、米栽培・流通における工程の合理化及び関連会社への業務委託等により、コストを削減。



< 取組の概要 >

自社生産したマッシュルームを原料に使用した加工食品(カレー、ハンバーグ、うま煮等)の開発、販売

【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カレー等の加工品(委託製造)の販売開始。
マッシュルームの規格外品等の有効活用を図るため平成23年に自社の加工施設を整備し加工品の製造を開始。

【取り組む際に生じた課題】

JAS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。
商品の品質管理や施設の衛生管理。

【生じた課題への対応方法】

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。
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管理体制を強化。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工)(H23)
山形県創意工夫プロジェクト支援事業(H23)
6次産業化推進支援事業
(新商品開発・販路開拓)(H24)
強い農業づくり交付金(H24)
スーパーL資金(H24)

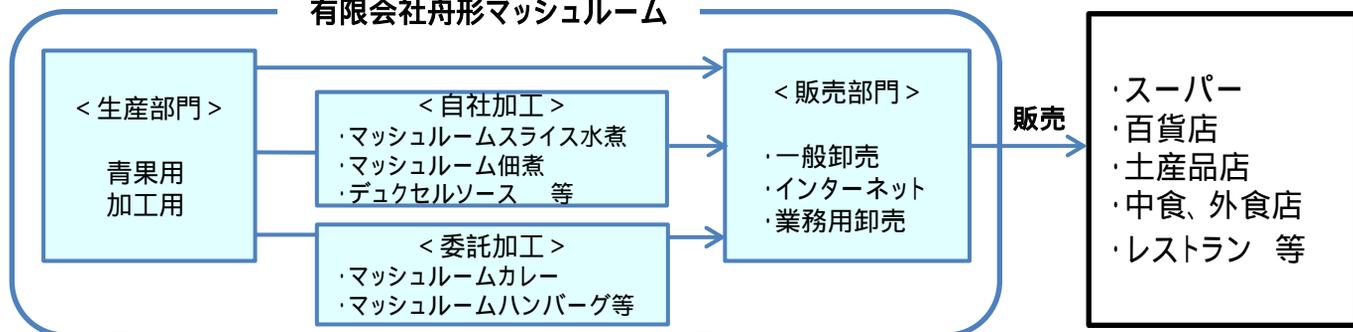
【取組の効果】

売上高2億5,000万円(H22) 5億6,000万円(H25)
マッシュルーム栽培棟12棟(H13) 39棟(H25)
培地製造所1棟新設(H25)
雇用者数8人(H13) 63人(H25)
生鮮販売に加工品販売が加わったことで、売上の安定化が実現。

【今後の展望】

機能性に着目した健康食品の開発、商標登録と製法特許の取得。
利用者の利便性のある商品の開発。

有限会社舟形マッシュルーム



舟形マッシュルーム 栽培棟



加工商品

< 取組の概要 >

昭和63年に朝日町の6つのりんご生産組合で「朝日町果樹組合連絡会議」を設立。平成16年に販路開拓のために輸出を開始し、現在は台湾、タイ、フィリピン、マレーシアに輸出
 蜜入りりんごでブランド化を図り、選果を厳選し高級百貨店での販売を中心に展開

【取り組むに至った経緯】

地元企業より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」との提案があった。

【取り組む際に生じた課題】

輸出に関する情報の不足。
 山形県朝日町産ブランドの確立。

【生じた課題への対応方法】

ジェットロに相談し、輸出に関するノウハウを蓄積。
 高級百貨店における贈答用りんごとしての販売。
 青果物バイヤーを招き、蜜入りりんごを試食していただき、味・品質の良さをアピール。

【活用した支援施策】

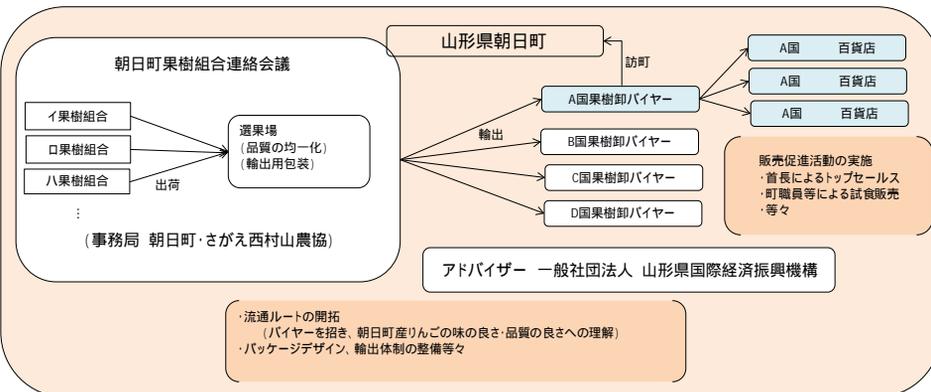
山形県農産物等輸出販路拡大・販売促進支援事業
 朝日町りんご輸出拡大促進事業

【取組の効果】

輸出量 14トン(H16) → 24トン(H25)
 輸出先 台湾(H16) → 台湾、タイ、フィリピン、マレーシア(H25)
 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、こうとく(H25)

【今後の展望】

海外マーケットの更なる開拓と、山形県朝日町産りんごのブランド定着。
 りんごは町の農業産出額の5割を占めており、りんご産業の活性化が町の農業ひいては町全体の活性化に繋がる。



台湾にてりんごの試食PRを行う朝日町の鈴木町長



海外専用の化粧箱 (天狗マーク入り)



2個入りパック

< 取組の概要 >

自らが生産するこんにゃくを使った新商品(米粒状こんにゃく、こんにゃくラーメン等)の開発、製造

新たに、CS放送テレビショッピングチャンネルによる通信販売に取組み販路拡大

【取り組むに至った経緯】

平成22年に原料の安定確保を図るため、遊休耕作地2haを活用し、こんにゃく芋の栽培を開始

CS放送テレビショッピングチャンネルの企画会社と連携し商品開発、販路開拓

【取り組む際に生じた課題】

こんにゃく芋の種芋の確保、こんにゃく芋栽培に関する知識・技術

受注増に伴う原材料、資材、製品の保管場所の確保への対応

【生じた課題への対応方法】

他県の生産農家から種芋の供給・確保と安定生産に向けた栽培技術の習得

製造工場の近隣にある空き倉庫を賃借

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

農業改良資金(こんにゃく加工場、こんにゃく芋保管庫、原材料保管倉庫、管理棟)(H23)

【取組の効果】

売上高 5億6,000万円(H23) 7億円(H25)

こんにゃく芋栽培面積 2ha(H22)

4ha(H25)

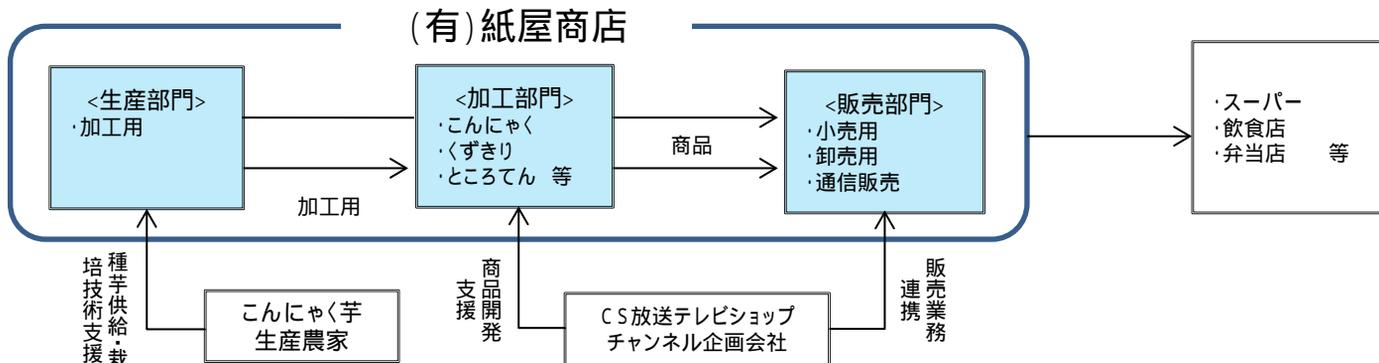
雇用者数 44名(H23)

53名(パート従業員含む)(H25)

【今後の展望】

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

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



こんにゃく芋栽培のほ場



粒状のこんにゃく加工品



麺状のこんにゃく加工品

< 取組の概要 >

自らが生産する減農薬・無化学肥料コシヒカリを使った新商品(米粉で作った餃子の皮)の製造・販売

喜多方産をメインとした地域の農産物を使用することで地産地消に取組む

【取り組むに至った経緯】

原発事故の風評被害による農産物の販売不振の解消
米及び米粉を原料とした商品開発に取組むことで、減農薬・無化学肥料コシヒカリのブランド回復及び経営の改善

【取り組む際に生じた課題】

米粉餃子の商品開発・製造技術
新たな販路開拓
受注増に伴う生産体制構築

【生じた課題への対応方法】

製造に関する専門家による製造技術の指導・助言及び技術の習得
各種展示会、商談会への出展、営業活動
製造部門の雇用確保

【活用した支援施策】

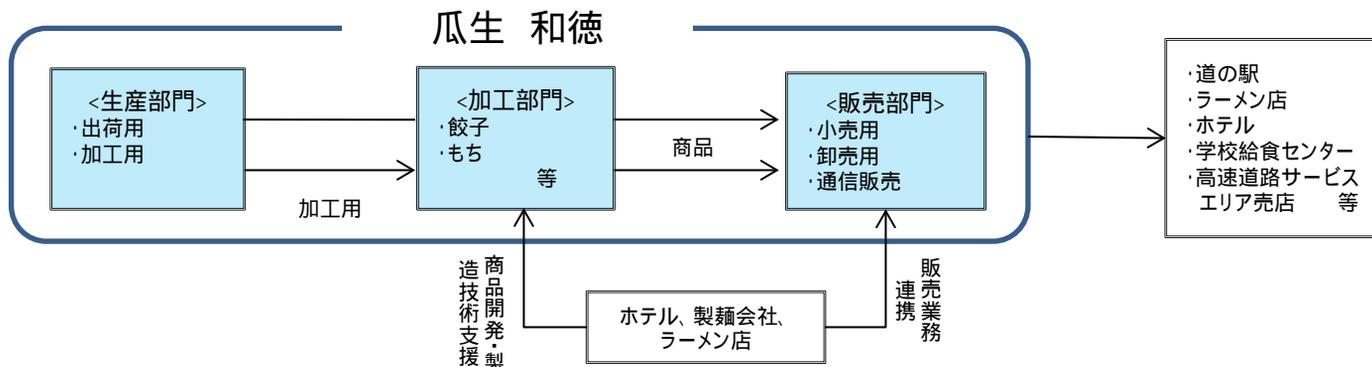
総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)
農業改良資金(製造・加工機材)(H24)
6次産業起業による復興まちづくり支援事業(製粉・製麺加工場ほか)(H24)

【取組の効果】

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】

新商品(米粉ラーメン、中華まん)の開発・製造
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開発



減農薬栽培による除草風景



米粉で作った餃子の皮



米粉餃子加工品

< 取組の概要 >

無農薬栽培の野菜を活用して、手軽に栄養補給ができ、かつ長期保存が可能な商品を開発し、提携する企業等へ販売することにより、農産物に付加価値をつけ売り上げの増加を目指す

【取り組むに至った経緯】

平成17年に農業生産法人として無農薬で野菜栽培を開始。
震災の経験から保存食の商品化が必要と考え、乾燥野菜の開発・製造を開始。

【活用した支援施策】

都市農業振興整備対策(ハーブ園)(H23)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業(乾燥野菜加工施設)(H24)

【取り組む際に生じた課題】

本来の野菜の持っている栄養価を崩さないための乾燥加工技術の導入。
商品化をする上で2次加工などで付加価値を付けた乾燥野菜の開発。

【取組の効果】

売上高 630万円(H22) → 590万円(H24)
注1 風評被害等の影響により売上高は伸びてない。
注2 25年度から乾燥野菜の製造・販売を開始し、収益増を目指している。
野菜栽培面積 2ha(H22) → 5.5ha(H24)
注 風評被害対策として山梨県に代替え農地2ha賃借(H23)
雇用者数 6名(H22)
→ 12名(パート含む)(H24)

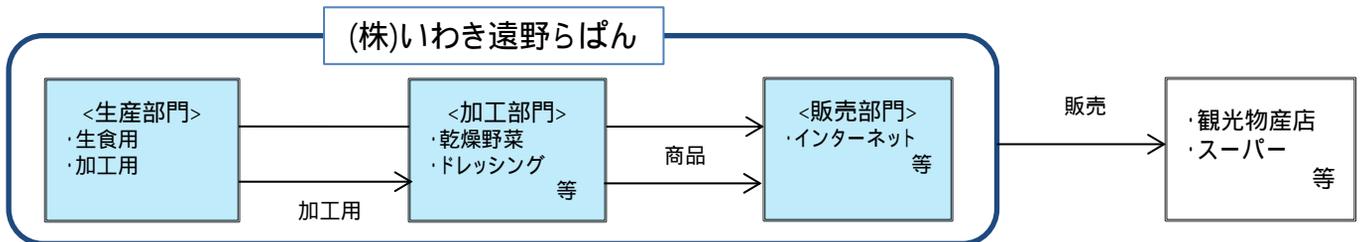
【生じた課題への対応方法】

野菜の旨み成分や栄養価を最大限保持するため、低温乾燥加工技術を採用。
一口サイズ商品やハーブ等で下味をつけた商品、乾燥野菜として出回りの少ないトマトや菊芋、パプリカなどを選定し、商品名「陽の恵」を開発。

【今後の展望】

機能性に着目した健康食品として、医療機関との共同開発による「野菜スープ」の開発。
農産物加工所・直売所などの施設整備。

(株)いわき遠野らぱん



収穫した野菜



乾燥野菜(陽の恵)



加工施設内部

< 取組の概要 >

自社20ha、契約農場5県130haで約8,000t (H25)の高品質大根を周年安定確保
 平成20年「つまも食べてほしい」という思いから、食感を残す粗びきおろし入りドレッシングの販売を開始、平成23年から、香味ゴマ風味等、5種類に増やした。また、平成25年には、大根の葉をカップめんの具材として納入し、販路を拡大



【取り組むに至った経緯】

平成4年に加工販売の充実を図るため、有限会社を設立し、農産物の加工による販売価格の安定化を図った
 従業員の周年雇用を確保

【取り組む際に生じた課題】

原料となる大根の量、品質の維持確保
 安定した生産量

【生じた課題への対応方法】

品質の安定を図るため、化学肥料から有機質肥料に変更、毎年、多様な品種の試験栽培と種苗会社との連携による「大根つま」に適應する栽培基準を構築
 大根栽培専門農家とのネットワークによる産地リレーの構築

【活用した支援施策】

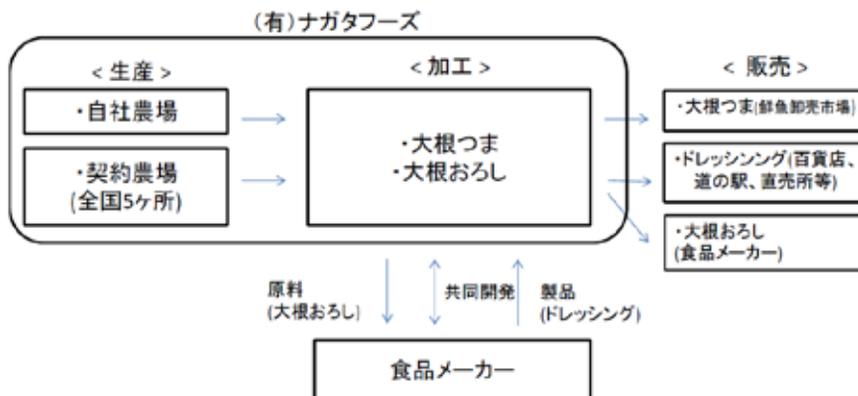
スーパーL資金(加工施設の整備)(H8)

【取組の効果】

売上高
 1億2,000万円(H5) → 6億7,000万円(H24)
 自社大根栽培面積
 8ha(H22) → 20ha(H25)
 雇用者数
 5名(H5) → 60名(H25)(パート含む)

【今後の展望】

ドレッシングの味のバリエーションを増やすとともに、アジア地域への輸出も視野に、更なる販路拡大を目指す



< 取組の概要 >

新設直売所において、直売所会員が生産する小麦新品種(ゆめかおり)や米粉を原料とするパン・菓子の製造・販売に取組むとともに、地元農産物とそれを利用した惣菜の製造・販売を行い、地産地消の推進を図る。

【取り組むに至った経緯】

直売所は、農業者にとって農産物の評価の場であり、農業振興に重要であると考えた。
平成24年9月に直売所「大地のめぐみ」をオープン。

【取り組む際に生じた課題】

新品目の導入と年間通じた地元産農産物の品揃えの充実
パン・菓子職人等の確保
特徴を持たせた店舗づくり

【生じた課題への対応方法】

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
外部パン職人からの技術指導
季節や年中行事に併せたイベントを開催

【活用した支援施策】

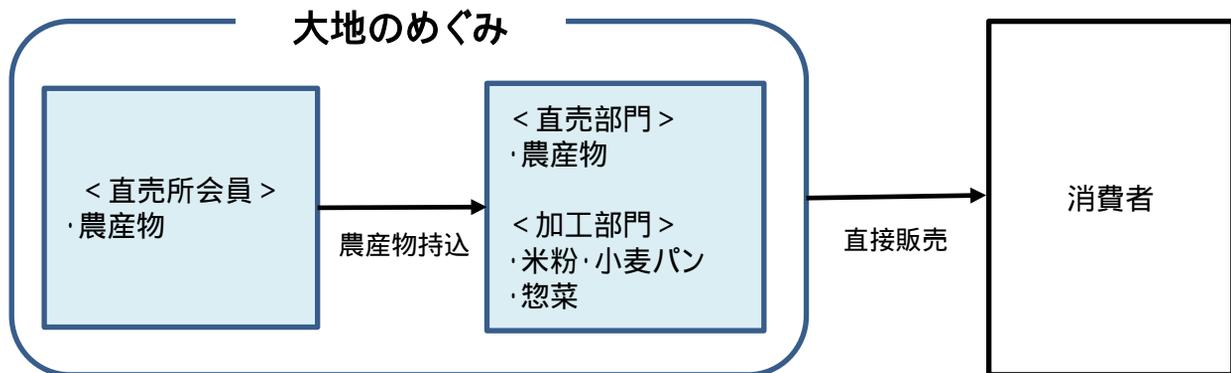
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業
(直売所、加工機器)(H23)

【取組の効果】

直売部会員数180人(H25)
直売所雇用者数 30名(パート含む)(H25)
来店者数 約27万人/年(H25)

【今後の展望】

贈答用商品の開発・販売
「大地のめぐみ」オリジナル商品の開発



「大地のめぐみ」



農産物の直売



米粉パン

< 取組の概要 >

「ゆるりの森の時計は、ゆるりと動きます」をコンセプトに、自らが生産した常陸秋そばとオーガニック野菜使ったメニューの提供を行うレストラン「ゆるりの森」の開設

人参等を使った新商品(ジュース、ケーキ)の開発、販売

【取り組むに至った経緯】

平成10年に法人を設立、米、蕎麦の生産を開始。さらなる経営の多角化を図るため、平成19年から加工品(どぶろく等)の製造・販売を開始。

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、その一環として食の大切さを伝えるためのレストラン事業を計画。

【取り組む際に生じた課題】

そばの打ち手の確保。
そばを中心としたメニューの決定。
レストラン運営が未経験。

【生じた課題への対応方法】

そばの打ち手を複数人登録、味のバリエーションを広げた。
野菜ソムリエの主婦が提案、季節感重視で素材の良さを生かしたシンプルなメニューを開発。日々の実務で経験を積む。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定
(加工・直売・レストラン)(H24)
6次産業化推進整備事業(レストラン)(H23)

【取組の効果】

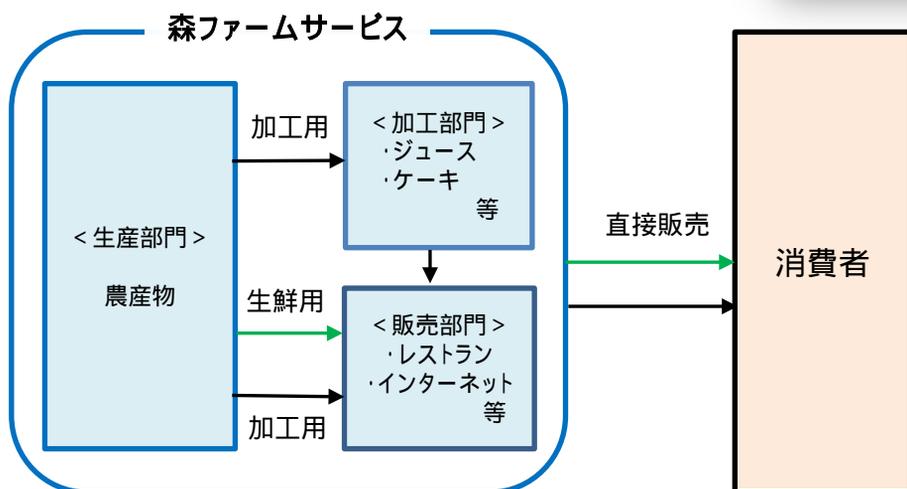
雇用者数18名(H23)
→40名(パート含む)(H25)
そばの打ち手は地元そば打ちの会
月間来客数 約1,300人(イベント等含む)

【今後の展望】

そばレストランを中心とした市民農園の整備。



自然林、畑、
田んぼの広がる風景



時を忘れる空間



季節感を重視したメニュー

< 取組の概要 >

自ら生産した牛及び山羊の生乳を活用し、那須高原の牧場産チーズというブランド化を図るため、牧場内にチーズ工房を整備し、製造、販売

【取り組むに至った経緯】

牛乳の消費低迷と飼料高騰の中、生乳の付加価値を高めたチーズの製造、販売を計画。平成24年4月からチーズの製造、販売を開始。同年7月より、牧場内にチーズ工房を整備。

【取り組む際に生じた課題】

新商品の開発(パッケージ、名称等)。販路の開拓・確保。

【生じた課題への対応方法】

各種関係機関や専門家への相談。各種イベントへ参加し商談会等を通じて販路を拡大。

【活用した支援施策】

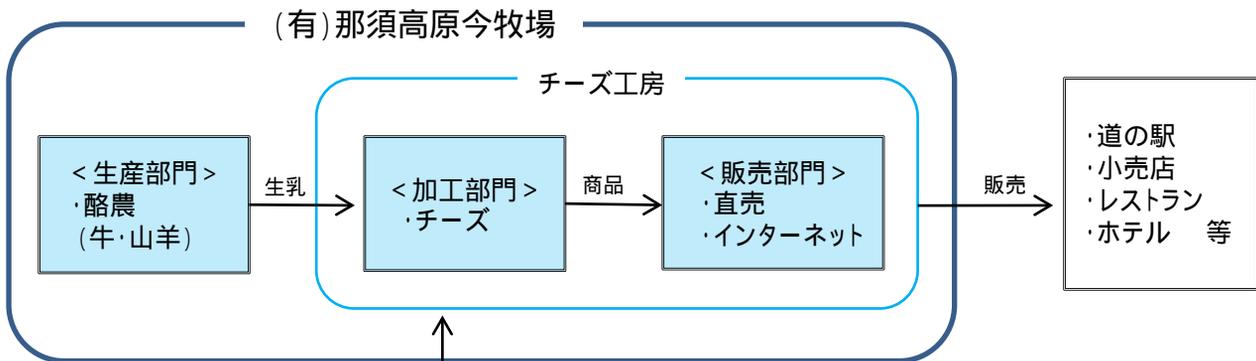
農業主導型6次産業化整備事業(加工・販売施設)(H22)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

【取組の効果】

加工販売部門の売上高
800万円(H25)
加工販売部門の雇用者数
正社員2名を雇用(H25)

【今後の展望】

那須でしか味わえないオリジナルのチーズを製造。
フレッシュタイプのチーズの普及を行い、新たな販路を開拓。



チーズ各種



チーズ工房

< 取組の概要 >

自社で育種、改良を行った豚肉を使用して、ハム・ソーセージの加工品と精肉、惣菜の販売

原材料豚肉の生年月日・飼料等生産履歴を消費者へ開示し、一般精肉店との差別化を実現

【取り組むに至った経緯】

平成9年に法人化、デュロック種の豚を本格的に生産開始。

経営の改善を図るため、種豚の改良、レストラン経営、加工品、精肉の製造・販売を開始。

【取り組む際に生じた課題】

豚の生産技術(品質の維持及び改良)。
ハム・ソーセージの加工技術向上。

【生じた課題への対応方法】

アイオワ州の農場と業務提携し数年に一回種豚の改良、ロース断面積等測定し出荷時期、飼育方法等に反映。

マイスター資格者からの製造技術習得、機材の改善。

【活用した支援施策】

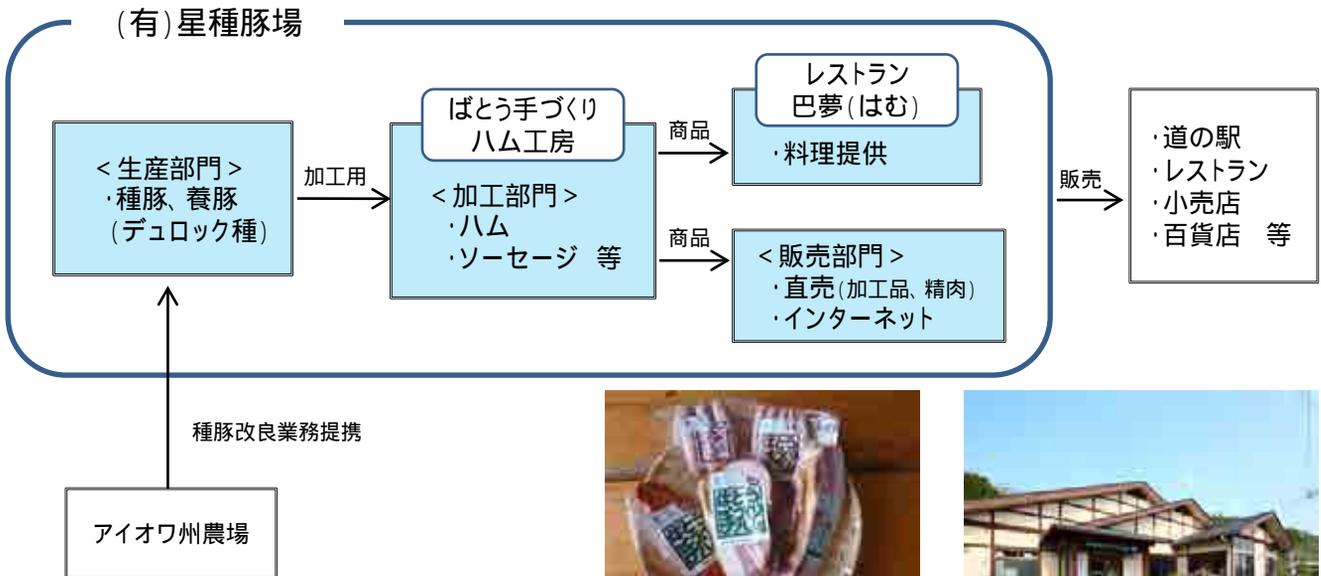
総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)

【取組の効果】

レストラン・加工部門の売上高
2,500万円(H24) → 3,200万円(H25)
雇用者数
12名(パート含む)(H24) →
14名(パート含む)(H25)

【今後の展望】

県内の農産物を使用した加工品の新商品開発。



ハム・ソーセージ各種



レストラン巴夢(はむ)

< 取組の概要 >

経営規模: 梨168a、水稻57a

梨狩り園と梨加工品の製造・直売施設の開設

自ら生産する完熟の梨「にっこり」を使った新商品(地サイダー、あめ)の開発、販売

【取り組むに至った経緯】

栃木県で開発された、梨の品種「にっこり」について、「にっこりは栃木県の梨」というPRにより知名度の向上を期待。

【取り組む際に生じた課題】

梨の果汁30%入りサイダーの製造委託先。開発した商品の販路拡大。

【生じた課題への対応方法】

福井県でりんご果汁30%入りサイダーを製造している業者へ製造を委託。

○県内の酒類卸売業者の協力を得て、販路を開拓。

【活用した支援施策】

農業改良経営基盤強化資金(商品開発)(H24)

フードバレーとちぎ農商工ファンド活用助成事業(商品開発・機械のリース)(H24)

総合化事業計画認定(加工・直売)(H25)

【取組の効果】

様々な商談会に参加することにより、異業種とのネットワークが拡大。

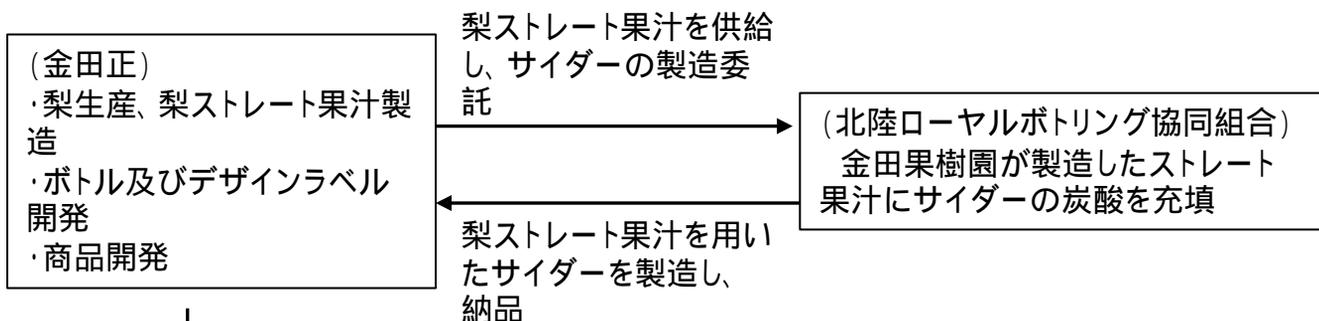
売上高 2,000万円(H15)

2,300万円(H24)

来客者数 1,500人(H24)

【今後の展望】

にっこり梨の果実を使ったあめの開発。
自ら生産した梨「にっこり」を使用した、発泡酒の開発。



にっこり梨サイダー



梨狩り園の様子

< 取組の概要 >

大根、ほうれん草、ブロッコリーを加工(大根:皮むき・下味処理、ほうれん草及びブロッコリー:カット・加熱殺菌・冷凍)し、付加価値を高めた野菜を商品化、ホテルや業務用など新たな販路を開拓
顧客の要望に応じたこんにゃく製品のアイテム数を増やし、国内外への販売拡大

【取り組むに至った経緯】

取引先から、消費者向けに小分け品、カット品、半調理品等の商品開発依頼があった
関税で守られてきたこんにゃく原料も、貿易自由化の流れの中で関税がなくなった時の対策を考える必要が生まれた

【取り組む際に生じた課題】

取引先の希望する商品の開発
これまでにない、こんにゃく製品の開発

【生じた課題への対応方法】

販売先と取引商品の企画から参画し、商品を共同開発
こんにゃく製品輸出の際に利用している商社からの輸出先の希望する形状、重量等の要望を収集し、要望に即した物を作るために、総合化事業計画を変更し、製造設備を導入

【活用した支援施策】

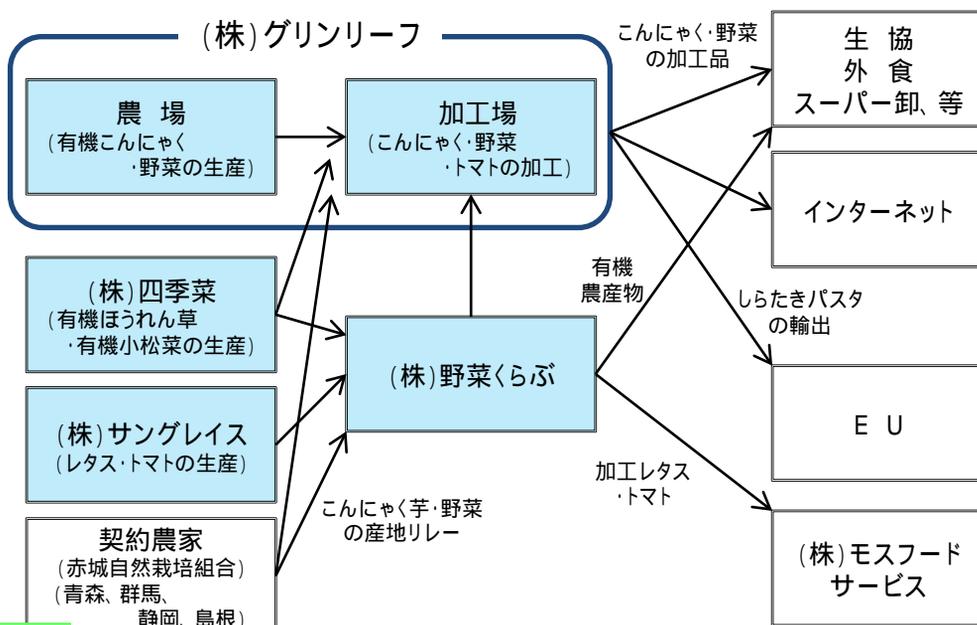
6次産業化推進整備事業(農業主導タイプ)
(野菜加工設備)(H23)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業
(こんにゃく加工設備)(H25)

【取組の効果】

売上高 6億4,700万円(H22) 6億4,000万円(H25)(東日本大震災後売上高は減ったが回復)
雇用者(パート含む)
59名(H23) 71名(H25)
農作物生産規模
ほうれん草 510a(H23) 550a(H25)
こんにゃく芋 470a(H22) 550a(H25)

【今後の展望】

欧州向けに野菜入り小結束しらたきを平成26年5月から商品化予定



冷凍ほうれんそう



冷凍ブロッコリー



こんにゃく製品

< 取組の概要 >

赤城山麓下で肥育した牛(ホルスタイン種)の肉の特性を活かすことにより、外食市場においてニーズの高い「生パテ材」を自社オリジナル商品として開発。その後、ハンバーグ、煮込み材等の商品開発をし、商品ラインナップを充実させ、需要拡大を図る。

小売り向けには、高付加価値な肉牛を活用したPB商品開発により、新規需要の創出を図る。

【取り組むに至った経緯】

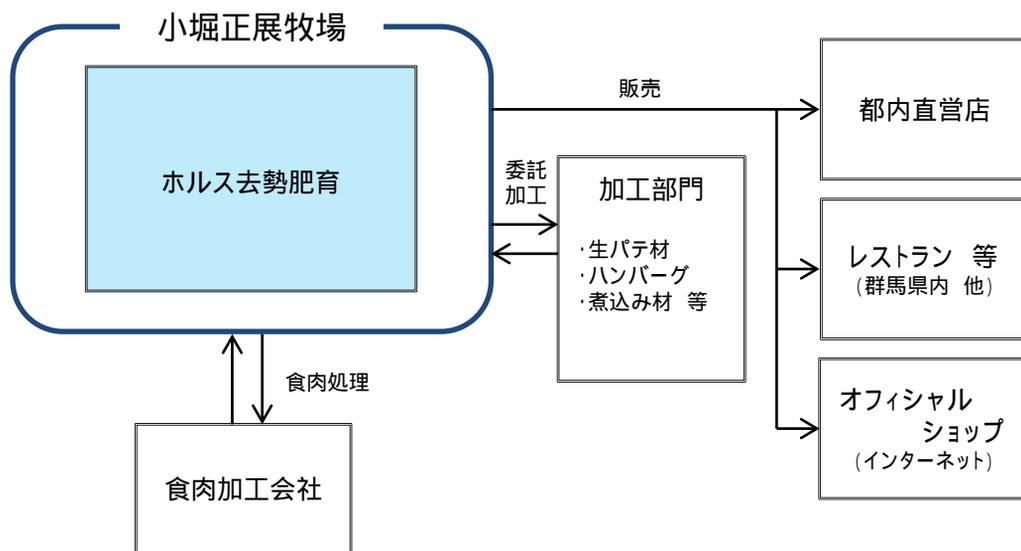
平成22年4月の口蹄疫発生後、牛の仕入価格及び飼料価格の高騰により生産原価は上昇したが、販売価格は落ち込み、生産原価を割り込んだ市場出荷に依存しすぎず、自分たちの商品を自分たちの名前で売っていこうと取組を開始

【取り組む際に生じた課題】

牛肉というと和牛の霜降りが美味しいとのイメージが強いことから、ホルスタイン種の牛肉の販売方法に工夫が必要

【生じた課題への対応方法】

ホルスタイン種の肉は和牛の肉と比べ「カロリー1/2」、「脂肪分1/3」、「たんぱく質3割多」との特性を活かし「低脂肪牛」というブランドで牛肉販売(「低脂肪牛」は商標登録済み)購買対象を想定し、商品開発を行い、外食産業を中心に販売



【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

【取組の効果】

売上高 699百万円(H23) 740百万円(H24)
雇用者数(常雇) 2名(H23) 5名(H24)
東京都港区赤坂に直営店出店(H25)

【今後の展望】

消費者からの評価も良いことから、「低脂肪牛」ブランドを浸透させ需要拡大
小売業者向けに高付加価値な牛肉を活用したPB加工品の新規需要を創出



レストラン調理品



ハンバーグ



スペアリブ

< 取組の概要 >

年間を通じて地場産野菜及び加工品の販売を行う加工施設と直売所を併設した農産物直売所「国府野菜本舗」を開設。

地元農産物を使ったメニューの提供を行うレストランを開設

伝統野菜「国分にんじん」を使った新商品(ピクルス、ドレッシング)の開発、販売

【取り組むに至った経緯】

平成21年より「国分にんじん」の生産を維持するための、生産活動の取り組みを開始
生産振興を進めるため、規格外農産物を活用した高付加価値商品開発に取り組む

【取り組む際に生じた課題】

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
にんじんジュース抽出後のペーストが大量に発生する

【生じた課題への対応方法】

消費者アンケートや試食会による商品開発
異業種との連携による新たな販路開拓
(旅館で扱う土産品)
にんじんジュース抽出後のペーストを農家レストランのスイーツに活用するとともに、パスタ店等へ提供

【活用した支援施策】

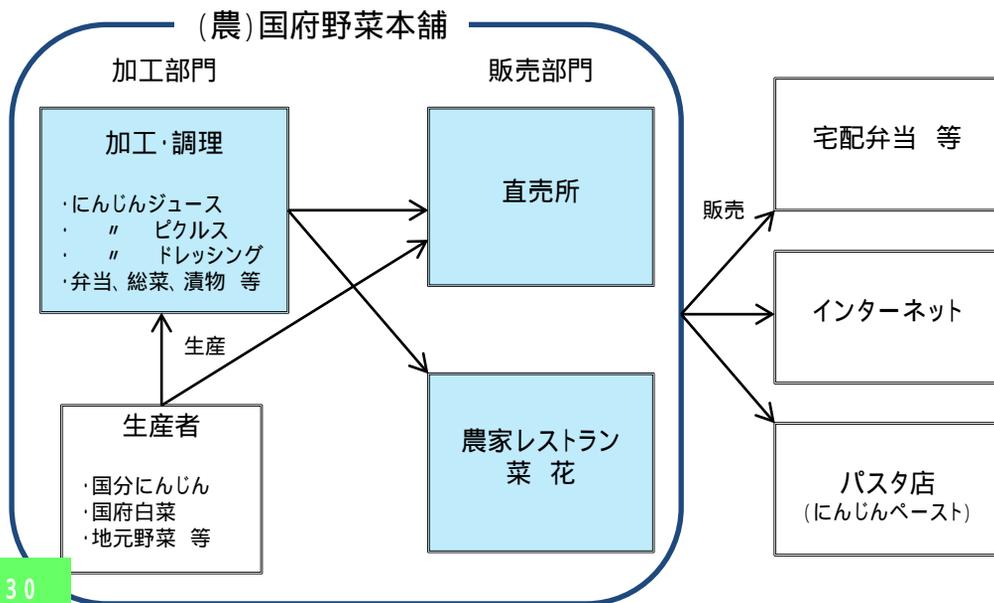
強い農業づくり交付金
(農産物処理加工施設) (H25)

【取組の効果】

伝統野菜生産協力者
6名8a(H21) 13名80a(H25)
雇用者数(加工・販売部門に携わる者)
20名(パート2名)(H25)

【今後の展望】

地域に伝わる食文化や伝統食の情報発信
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
地域雇用の受け皿として活動



国分にんじん



にんじんジュース



直売所外観

< 取組の概要 >

自家肥育牛を加工委託した精肉(牛肉カット、パック詰め)と牛肉加工品(ビーフウイナー、ビーフジャーキー等)を直売

顧客開拓は、ホームページやブログに加えて、既に活動を行っている農業体験の参加者を通じて開拓

事業計画終了時(平成27年12月)の目標販売数量約5トンの計画に対し、初年度(平成23年度)は2トンを販売

【取り組むに至った経緯】

安心安全な食べ物や顔の見える直売で自家肥育牛を販売したい

【取り組む際に生じた課題】

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していた。

【生じた課題への対応方法】

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。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

【取組の効果】

売上高

9,000万円(H22)→1億1,000万円(H24)

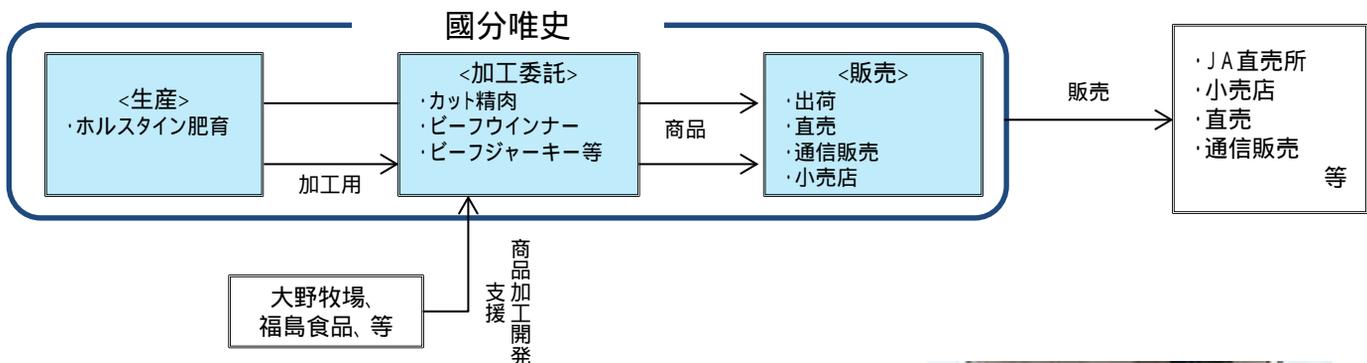
雇用者数2名(H24)

顧客数299名(H24)→641名(H25)

【今後の展望】

部位別にみると販売が好調な部位とそうでない部位があるため、加工品の開発及び販路拡大に取り組む。

農業体験の取組を食育体験の取組へと深化させていく。



「ブルーベリージャムの新商品開発 / 販売」

加工・直売

野口 文夫(埼玉県春日部市)

< 取組の概要 >

経営するブルーベリーの摘み取り農園で、摘み取り販売に結びつかない自家製ブルーベリーを活用した「ブルーベリージャム」の新商品開発と販路拡大による事業の拡大を図る。

新商品の「ブルーベリージャム」は、平成24年9月から摘み取り農園及び近隣の農産物直売所、喫茶店、ケーキ屋、パン屋、レストランなどで販売中。

【取り組むに至った経緯】

摘み取り販売に結びつかないブルーベリーが、かなりの量残るため有効活用をしたいと考えた。

【取り組む際に生じた課題】

ジャムの製造に手間がかかる。
販売にあたり他の商品と競合してしまう。

【生じた課題への対応方法】

販売時にはチラシを作成し、他の商品と差別化した。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)

【取組の効果】

売上高 25万円(H23) → 45万円(H25)

(新商品)

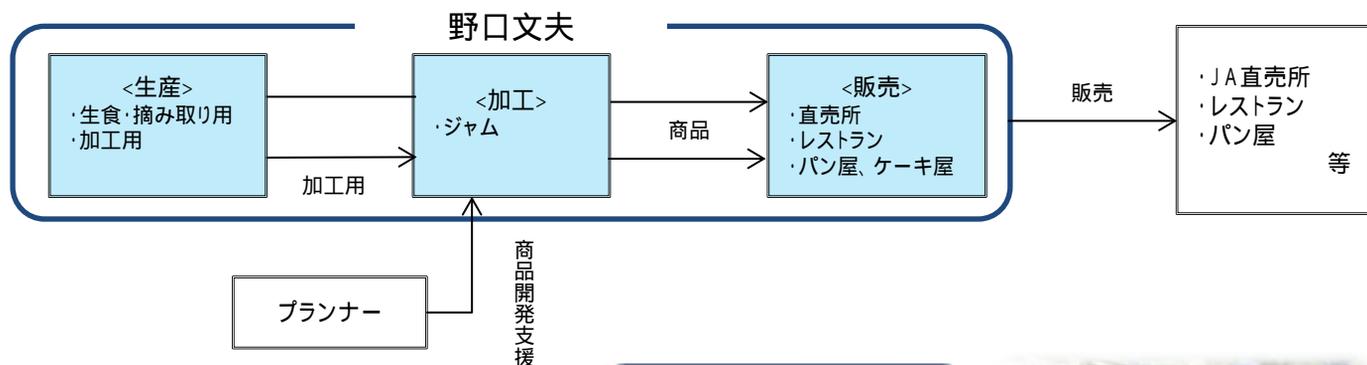
雇用者数 4名(H23) → 5名(H25)

来園者数 200人(H23) → 450人(H25)

【今後の展望】

更なる販路の拡大と併せ、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。機能性に注目した健康食品の開発。

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。



< 取組の概要 >

自家飼育の柏幻霜(かしわげんそう)ポークを活用して生ハム・ソーセージ・チャーシュー等の加工品の商品開発を行い、促進事業者(株式会社惣左衛門)による加工製造・販売チャネルを生かした販売を展開。

【取り組むに至った経緯】

平成13年に広島県の優良種豚を譲り受け、精肉販売を開始したものの既存の流通経路での販売では収益が向上しないため、ブランド化や加工による高付加価値化に取り組む。精肉の納入先のレストランシェフから、指導を受け、生ハム、サルシッチャ、パンチェッタ、リエットなど加工品の製造を開始。

【取り組む際に生じた課題】

精肉価格の安定の確保。
加工品の品質の向上。
販売先の確保。

【生じた課題への対応方法】

販売店の限定によりブランド化・価格確保を図り、徐々に販売を拡充。
加工・販売を担当する株式会社惣左衛門を設立。食肉製品(非加熱)製造業の認可を受ける。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

【取組の効果】

精肉及び加工品の売上高
1,320万円(H24)

【今後の展望】

生ハムづくり体験教室などPRの強化。
養豚の堆肥を利用した飼料用米を生産し、肉質を安定させながら飼料代を抑えるなど生産コスト節減の工夫を図る。



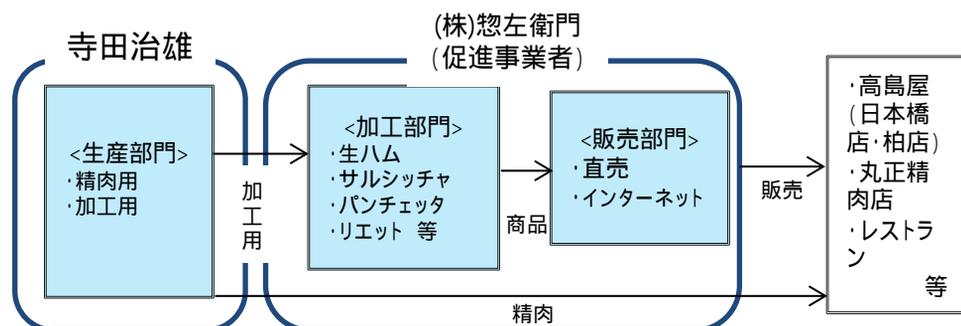
サルシッチャ



← 生ハム盛りつけ



← 柏幻霜ポーク ロース



< 取組の概要 >

御宿岩和田漁港に水揚げされるスルメイカを活用し、イカの沖漬や沖干し等の商品の開発と加工・販売により漁協経営の安定を図る。

【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、比較的值崩れを起こす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。

【取り組む際に生じた課題】

こだわりの商品であるため、原価率が高い。漁獲高の激減。販売ルート構築。

【生じた課題への対応方法】

水温での品質の保持による高付加価値化。新商品(1本漬け)の試作。(26年度から販売予定)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、直売の強化。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業(加工施設等)(H25)

【取組の効果】

イカ加工品の売上高
110万円(H25)

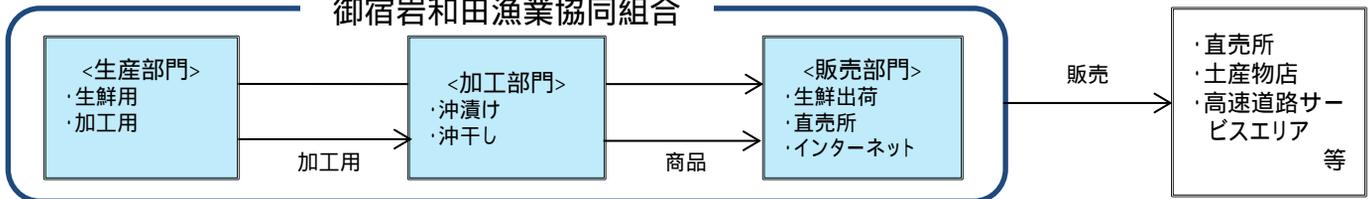
【今後の展望】

安定した経営を目指し、新しい商品の開発を行う。



沖漬け盛りつけ

御宿岩和田漁業協同組合



沖漬け・沖干し



水揚げされたイカ

< 取組の概要 >

自農場生乳を活用し、ヨーグルト及びチーズ等の関連商品の開発・加工・販売による経営の改善及び安定化を実現



【取り組むに至った経緯】

昨今、乳加工品の販売に若干の翳りが見え始め、売上げも減少しているため、既存商品の改善と新製品の開発を進めるとともに、新たな販路開拓と積極的な宣伝告知活動に取り組むこととした。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
日本政策金融公庫融資(H24)

【取り組む際に生じた課題】

チーズの製造技術の習得
直売体制による販売強化

【取組の効果】

雇用者数 家族経営(H23)
→ 14名(パート含む)(H24)

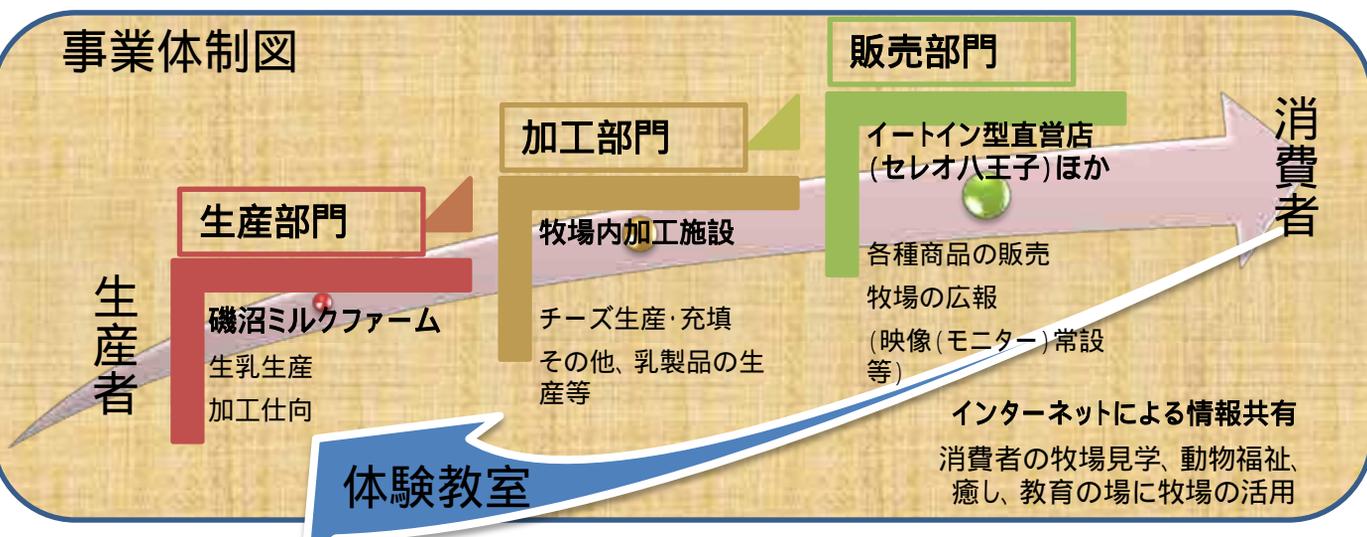
【生じた課題への対応方法】

6次産業化PLによるチーズ製造技術の指導
セレオ八王子イートインスペースの開設

【今後の展望】

今後、直売店のマネージメント(HPを通じたソーシャルな広告宣伝等を含む)をフォローして頂きながら、運営の要諦を蓄積していく。

事業体制図



牧場の様子



牧場内加工施設



直売所の様子

< 取組の概要 >

卵の生産段階で発生する収益性の低い規格外卵を使用した「たまごのソフトクリーム」、「たまごの焼き菓子類」、「たまごのプリン」などを開発し、組合直営の直売所「卵菓屋」にて販売する。

【取り組むに至った経緯】

飼料価格の高騰・卵価の低迷により収益が低下。
収益性の低い規格外卵の有効活用を図るため平成24年から加工品の製造を開始。

【取り組む際に生じた課題】

卵の風味を最大限活かすため、商品ごとの卵使用量の調整・レシピを研究。

【生じた課題への対応方法】

6次産業化でお菓子作りに取り組むため、専門の担当を新たに配置。研究を重ねている。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)
6次産業化推進整備事業(菓子製造設備)(H24)

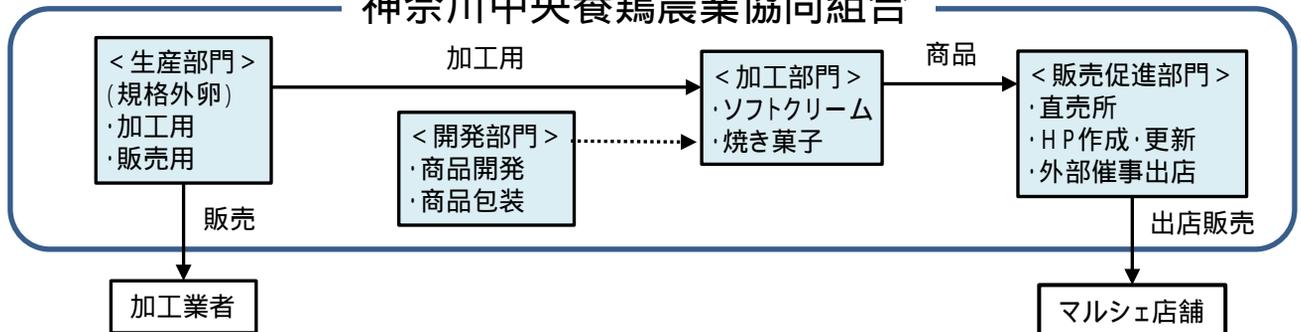
【取組の効果】

売上高 2億6千万円(H23) 2億円8千万円(H24) 8.6%増加
新商品の売上(H25年度12月現在) 900万円
新規雇用者数 3名(H25)(パート含む)
直売所来店者数100人/日(H24)
160人/日(H25)

【今後の展望】

観光みやげや贈答品用の商品開発。
季節ごとの消費者ニーズにあわせて商品を提供。
デパートの催事、地域のイベント等への積極的な参加による販売促進。
バスツアーによる集客。

神奈川中央養鶏農業協同組合



商品写真



店舗内部



店舗外観

< 取組の概要 >

乳製品加工販売施設を整備し自社牛乳を原材料にしたアイスクリーム(ジェラート)の新商品開発を行い販売する。
販売については、自社直売所を中心に、JA直売所、飲食店等で行う。

【取り組むに至った経緯】

自社ブランド牛乳を委託加工により生産・販売していたがコスト高の構造となっていた。
平成25年4月より自社牛乳を原材料とする付加価値を高めたジェラートを開発・販売。

【取り組む際に生じた課題】

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調達。

【生じた課題への対応方法】

地元JAや果樹農家等との連携を構築することにより対応。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)
6次産業化地域支援事業(新商品開発)(H25)

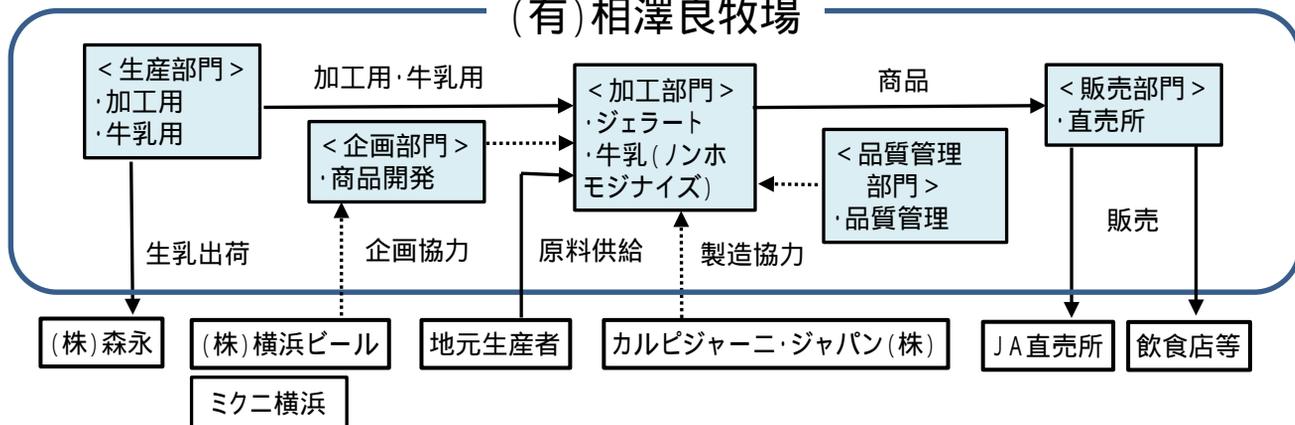
【取組の効果】

売上高 4,000万円(H24年6月期)
5,000万円(H25年6月期) 20%増加
新商品売上高 400万円(H25年6月期)
新規雇用者数 7名(H25)(パート含む)

【今後の展望】

地元農産物を活用した新商品の開発。
各種イベントに積極的に参加し、移動販売による販売促進を図る。

(有)相澤良牧場



商品写真(ジェラート)



店舗内部



店舗全景

< 取組の概要 >

自社農園で生産する百目柿を加工し、干し柿(あんぼ柿、枯露柿)を商品化
自ら整備する直売所において、干し柿等の加工品のほか、農産物(もも、
ぶどう)を販売

【取り組むに至った経緯】

平成15年に農業生産法人を設立、販売。
遊休農地を借り上げ、もも、ぶどう、柿等の果
樹を栽培。
農閑期の収入の安定・増加を図るため、平成
23年から干し柿の製造を開始。

【取り組む際に生じた課題】

生産性、品質の向上。
内容量やパッケージの決定。
販売先の確保。

【生じた課題への対応方法】

干し柿の生産性を高め、品質を向上するため、
加工機器類を整備。
山梨産をアピールする包装デザインを考案し
販売。
マルサマルシェ(カフェ併設の直売所)を整備
し、集客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。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
やまなし農業ルネサンス総合支援事業
(加工機器)(H24)

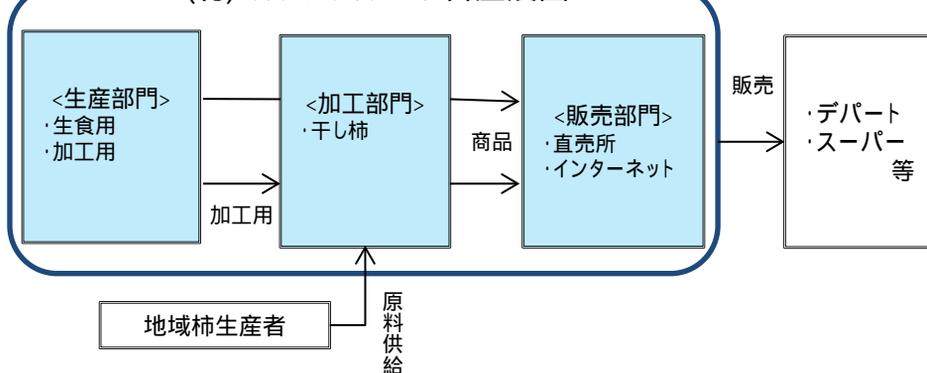
【取組の効果】

売上高 2億1,000万円(H21)
→ 3億4,000万円(H24)
雇用者数 9名(H21)
→ 21名(パート含)(H24)
マルサマルシェ来店者数 約5,000人(H24)

【今後の展望】

農業の担い手の育成。
マルサマルシェにおけるイベントの開催。

(有)マルサフルーツ古屋農園



あんぼ柿



マルサマルシェ(直売所)

< 取組の概要 >

自らが生産するワイン用ぶどうを原料に、「ジャム」や「ピューレ」等を商品開発、製造・販売

ランチ提供施設を新設し、都市交流型農業体験者に対し自家生産した野菜やハーブ、ぶどう等を使いワインに合う料理(ランチ)を提供

【取り組むに至った経緯】

平成10年に遊休農地解消のため農業生産法人を設立、ワイン用ぶどうの栽培を開始。
平成22年から農業体験者受け入れる都市交流型農業の取組を開始。

【取り組む際に生じた課題】

農業体験希望者の確保。
加工品の販売先の確保。
ランチ提供場所の確保。

【生じた課題への対応方法】

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」を開始。
農業体験参加者に加工品の販売。
ランチ提供施設を整備。

【活用した支援施策】

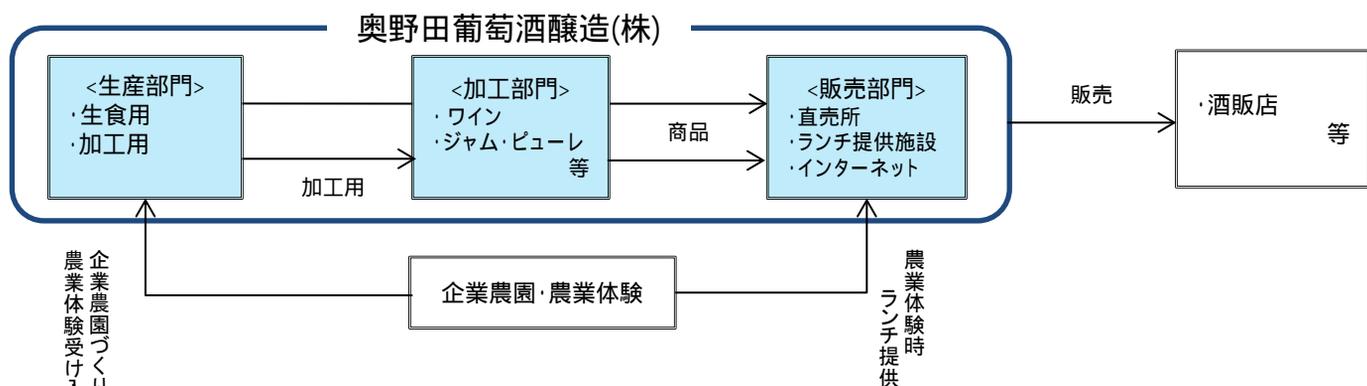
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
やまなし農業ルネサンス総合支援事業
(ランチ提供施設)(H25)

【取組の効果】

売上高 2,500万円(H23) → 3,200万円(H24)
雇用者数 2名(H21)
→ 4名(パート1名含む)(H25)
都市交流型農業体験者 約1,100人(H24)

【今後の展望】

企業と連携し、交流イベントの充実。
ワイン醸造経験を生かし、個性のあるワインの製造販売。



ジャム等開発商品



ワイン・デザート



ランチボックス

< 取組の概要 >

自園で収穫したぶどう等の果物を活用してピューレ、ドライフルーツ等を商品開発、製造・販売

直営カフェにおいてピューレを使ったソフトクリームスイーツ等を販売

【取り組むに至った経緯】

30年以上前からぶどう(巨峰)の栽培を開始。
平成11年から「道の駅まきおか」で農産物直売所の運営を開始。
平成23年から「山梨県笛吹川フルーツ公園」内で直営カフェの運営を開始。

【取り組む際に生じた課題】

ぶどう等の規格外品の有効利用。
直営カフェにおけるメニューの開発。
加工品の販路拡大。

【生じた課題への対応方法】

加工施設を整備し、ピューレ等の加工品を製造。
直営カフェにおいて、自家製造した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、販売。
展示会・商談会に積極的に参加。

【活用した支援施策】

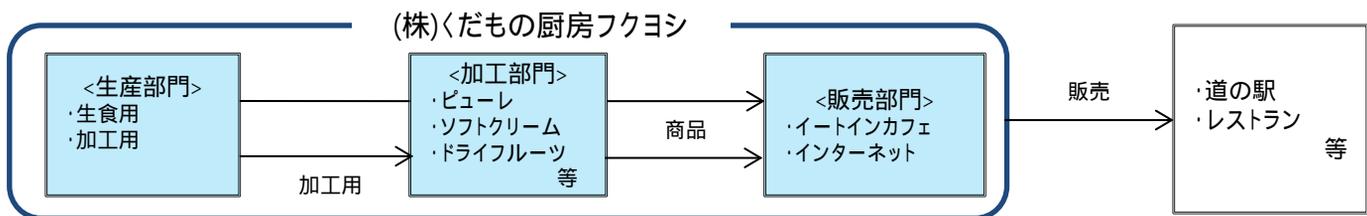
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業(加工施設)(H24)
やまなし農業6次産業化等チャレンジ推進事業(H25)

【取組の効果】

売上高 480万円(H22) → 1,950万円(H24)
栽培面積 60a(H22) → 80a(H24)
雇用者数 1名(H22)
→ 8名(パート含む)(H24)

【今後の展望】

イートインカフェのメニューの充実。
スイーツ、料理の原料としてピューレをホテル、レストラン等に販売。
ホームページでの通信販売。



マーケティング
商品開発

マーケティング会社



イートインカフェ

< 取組の概要 >

自ら栽培するワインぶどうを醸造した高品質ワイン、スパークリングワインの製造、販売
 ワイナリーとショップ経営による直接販売と観光とのマッチング



楠さん

【取り組むに至った経緯】

ワイナリー開設をめざし脱サラ後、豪州アデレードの大学院で、ワイン醸造とぶどう栽培を学ぶ
 須坂市就農者支援制度を活用して、巨峰畑と遊休畑を借りてワインぶどう栽培

【取り組む際に生じた課題】

資金調達・人気ぶどう品種の栽培面積の拡大、売上向上のための、ワインの高品質化等。

【生じた課題への対応方法】

当初の資金調達では、出資者を募集するとともに、スーパーL資金、須坂市の事業を活用
 売上の向上では、ワインの高品質化と多様な商品を生産するための設備を導入

【活用した支援施策】

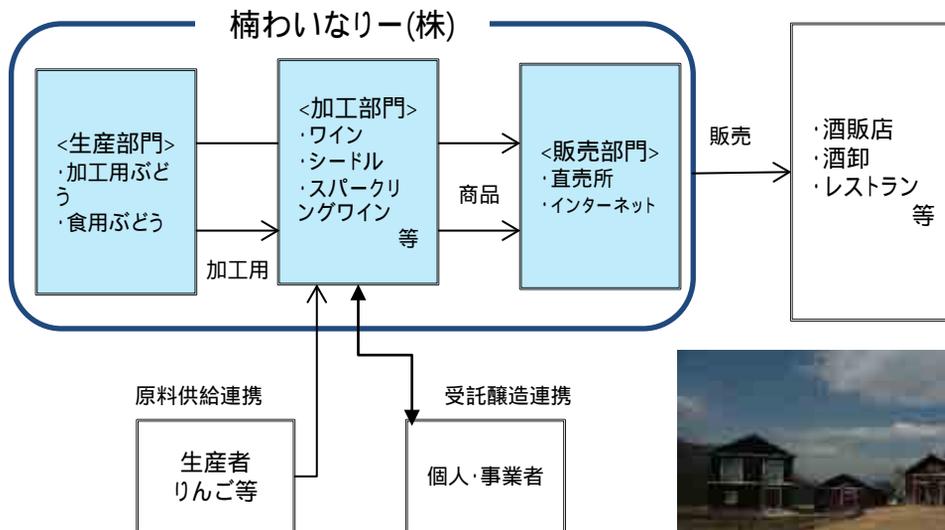
- 総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
- 須坂市地域力創造ブランド化促進事業(H23)
- 6次産業化推進事業(販路開拓等)(H23)
- 6次産業化整備事業(スパークリングワイン製造棟)(H24)

【取組の効果】

売上高 800万円(H21) 2,500万円(H25)
 雇用者数 0名(H21) 5名(醸造・栽培、総務、直売所)(H25)
 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】

地元観光資源との連携で地域の活性化。さらなる高品質化と多様な商品を生産。



ワイナリー全景



ショップの様子

< 取組の概要 >

自社生産している、ブルーベリー・そば・小麦等を使った新商品(ジャム・うどん等)の開発・販売

- 新たな販売方式として、農家レストラン・直売所の設置、体験メニュー販売の実施



農家レストラン・直売所

【取り組むに至った経緯】

平成16年に、自然と調和し環境に配慮した農作物の生産を目的に農業法人として設立
自分達が生産した物を、直接消費者に届けたい思いから

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定
(加工・直売・レストラン) (H23)
6次産業化推進整備事業
(直売所、農家レストラン) (H24)

【取り組む際に生じた課題】

要望に対応できる委託加工先の選択、販路開拓
人材確保

【取組の効果】

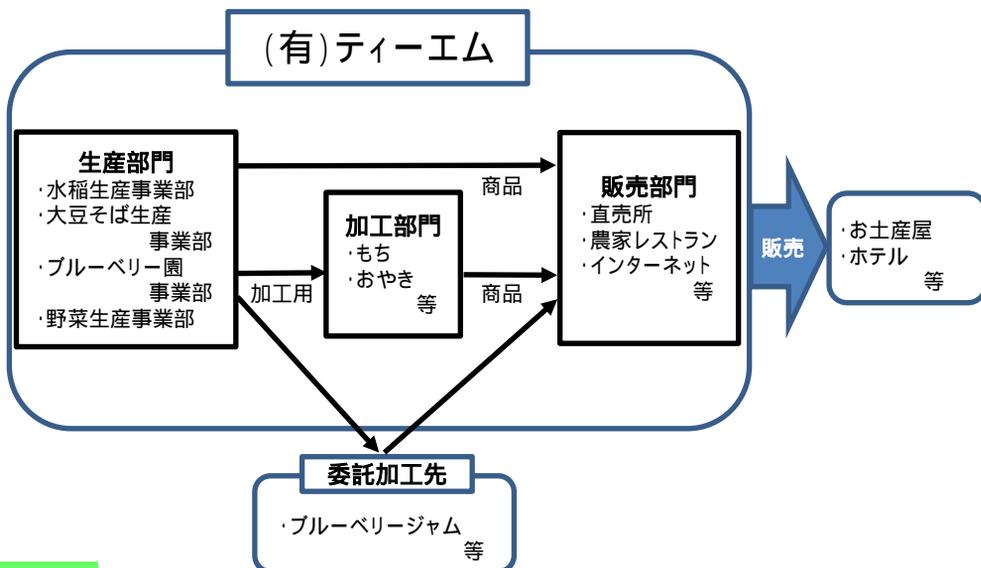
総合化事業計画に関する売上高
225%アップ (H23 H24)
経営面積 102ha (H23) 115ha (H25)
雇用者数 21名 (H23)
25名 (H24) (パート含む)
来店者数 約5千人 (H25)

【生じた課題への対応方法】

委託加工先・販路開拓については、サポートセンター、プランナーの活用
人材確保については、ハローワークを活用し人材確保、その後、農の雇用を利用し人材育成を実施

【今後の展望】

農業のイノベーションへの取組
消費者参加の取組



直売所風景



加工品等

< 取組の概要 >

自らがポット栽培するブルーベリー等を活用した高品質な新商品(コンフィチュールなど)の開発、販売
観光摘み取り園の経営による生果、冷凍生果実、加工品の販売を行う直売所の開設



コンフィチュール
3種

【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、建設業をやめ平成19年新規就農。21年に長野市、須坂市の認定農業者取得。
農地を借り、苗を育成、ポット栽培を開始

【取り組む際に生じた課題】

就農時の資金調達、果樹栽培のため収入があがるまでに一定の期間が必要
就農時の技術、加工品製造の際の制度知識
販路の確保。知名度をアップの手段

【生じた課題への対応方法】

資金調達面では、認定農業者となることで制度資金等を活用
農業技術のみならず資材調達等様々な資料を調べ、必要な技術等を独自で取得
食品加工・販売のノウハウや様々な制度、製造許可等に多大な時間を要したが、様々な経験を積み今後の事業活動に活かす
モンドセレクションの受賞により知名度をアップさせ、競争力強化を図る

【活用した支援施策】

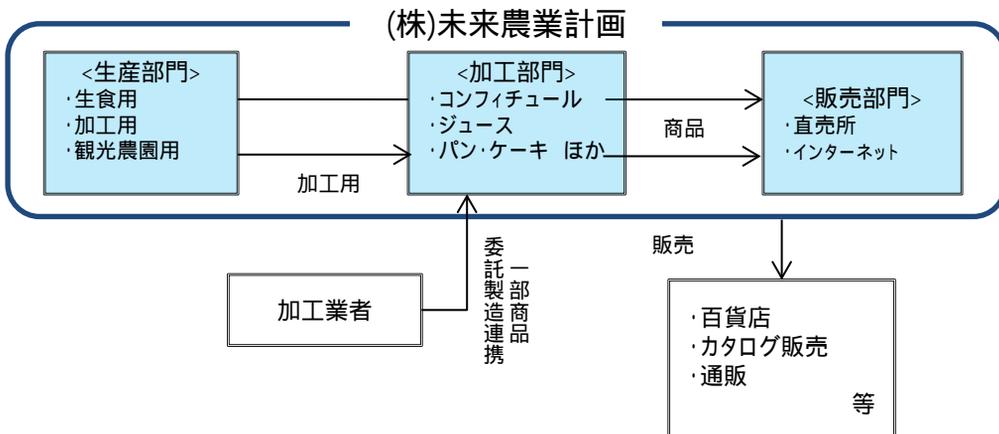
総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)
6次産業化推進事業
(販路拡大等)(H24~25)
6次産業化整備事業(直売所)(H24)

【取組の効果】

売上げ増 500万(H23) 2,300万円(H25)
雇用者増 2人 5人(栽培・加工)
須坂市観光課、観光協会のPR活動に寄与

【今後の展望】

ポット栽培のブルーベリーの伸長に対応し、耕作放棄地及び山林を活用した栽培地の拡大
地元観光資源との連携で地域の活性化
高品質商品の輸出展開



< 取組の概要 >

浜松地域におけるサツマイモ品種「紅はるか」の生産・販売及び、自社加工した「紅はるかペースト」を利用したプリン製造・販売

サツマイモは、地域食材である「うなぎ」の残渣を堆肥とした「うなぎいも」としてブランド化、賛同する企業・生産者と「うなぎいもプロジェクト」を発足し、新商品開発を実施



【取り組むに至った経緯】

平成22年度に造園業から農業に異業種参入。生鮮販売では価格が安く、自社の生産規模から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。

【取り組む際に生じた課題】

生産するためのまとまった農地の確保
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。

【生じた課題への対応方法】

農地として活用するため、補助事業により耕作放棄地を再生。
収益性の課題から6次産業化に着目し、総合化事業計画の認定申請、「うなぎいも」のブランド化と新商品開発を実施。

【活用した支援施策】

耕作放棄地再生利用緊急対策交付金(H22・24・25)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業(農業主導タイプ)(加工場)(H23)

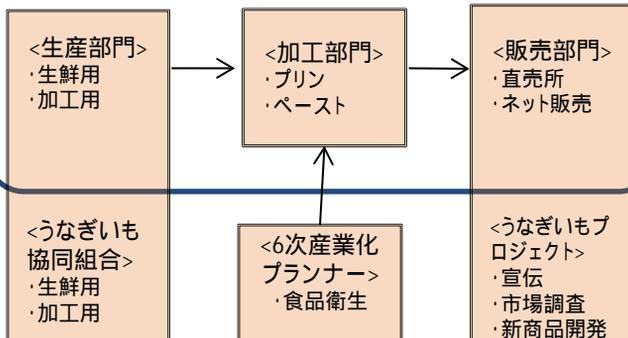
【取組の効果】

栽培面積: 3ha(H23)→17ha(H25)
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)
プロジェクト全体の関連商品は20種類に拡大(H25)
6次産業化による新規雇用
正社員5名、パート13名、研修生2名(H25)

【今後の展望】

栽培規模のさらなる拡大とブランド力の強化を進め、浜松地域における「うなぎいも」の産地化。

有限会社コスモグリーン庭好



- ・キヨスク
- ・道の駅
- ・サービスエリア
- ・スーパー
- ・ファーマーズマーケット
- ・地元菓子業者



< 取組の概要 >

自社が生産する野菜を中心に、地元農産物を使ったお惣菜の製造と自社直売所の開設
 麺のほか、手打ちそば用粉、ガレット用粉等、家庭用に提供できるそば商品の製品化



野菜たっぷりランチボックス

【取り組むに至った経緯】

平成21年に異業種から農業参入し、耕作放棄地を活用して野菜・そばを栽培。
 減農薬栽培している野菜は規格外品が多く発生し、収益が上がらなかったこと、山間地で栽培する玄そばは安値であったことから、付加価値向上を目指し、農産加工を実施。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

【取組の効果】

H22年に比べ、売上高が7倍に増加(H24)
 栽培面積の拡大 2ha(H21) 7ha(H24)

【取り組む際に生じた課題】

野菜を主役にした惣菜メニューの開発。
 圃場が複数地域に点在しており、作業効率が悪い。
 新規就農のため、栽培に関する技術、計画が不十分

【今後の展望】

地域密着型小規模直営店の店舗展開。
 グリーンツーリズムの滞在型受入及び地域障害者雇用受入の体制確立。

【生じた課題への対応方法】

調理師を採用し、健康に配慮したヘルシーメニューを開発。
 圃場のある各地域ごとに地元の高齢者等へ作業の委託を行い、作業効率の向上を図るとともに栽培技術等の指導を受けた。

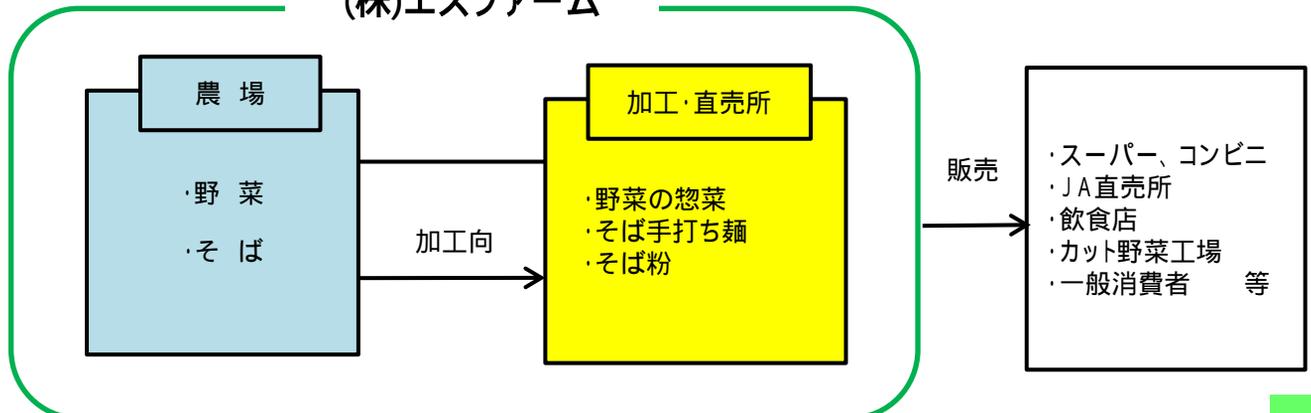


案内チラシ



直売所の様子

(株)エスファーム



<取組の概要>

堆肥作りと経営安定を目指して水稲・畑作の複合型営農集団「(有)AFカガヤキ」を設立

地場農産物等を消費者ニーズを踏まえて直接販売する機会を得るため、直売所の開設・運営やネット販売を実施するほか就農を志す若者の教育もおこなう

【取り組むに至った経緯】

地元農家の所得向上に向けた取組を模索
都市近郊農業地帯の立地を活かし、消費者との交流の場として直売所を開設
地域の農業後継者の確保、活性化及び農業所得の向上を図るため法人化

【取り組む際に生じた課題】

直売所の品揃えの充実
直売所の集客力の確保
顧客に支持される品質の確保

【生じた課題への対応方法】

参画農家に直売への十分な説明と、売れる商品等の情報提供
顧客・集客力の確保のため、友の会の会員募集や定期的なイベントの開催
米は受注後に精米、朝穫り野菜など、生産農家の運営する直売所としての強みを前面に打ちだした

【活用した支援施策】

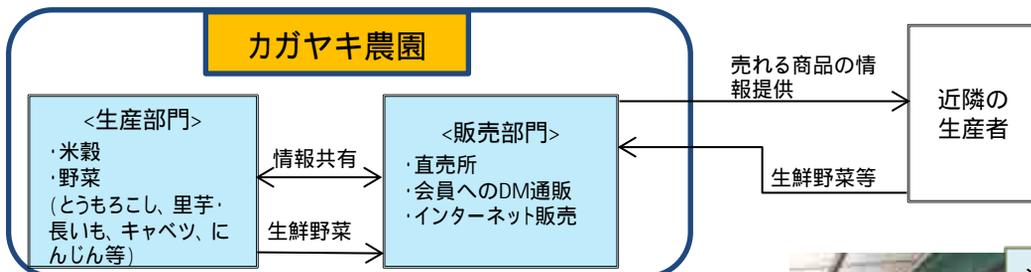
県単事業(堆肥センター整備)(H6)
がんばる農家支援事業(H18~)
農の雇用事業(H22~)

【取組の効果】

売上高 8,700万円(H11) → 2億円(H24)
耕作面積
田: 15ha(H11) → 25ha(H25)
畑: 2ha(H11) → 9ha(H25)
社員数 8名(H11) → 15名(H25)
来店者数 約6万人(H25)

【今後の展望】

耕作面積の拡大
ITの活用による生産の効率化
ネット販売の更なる強化



< 取組の概要 >

地域農業者との連携で耕畜連携・循環型経営に取り組む
乳製品の加工・直売やバターやピザづくりが体験できる施設が観光スポットとして成長、平成25年冬季の営業強化のためカフェを新設

【取り組むに至った経緯】

耕畜連携による酪農経営の安定化、生乳の付加価値化を図るため加工の取組を模索
加工部門を担う(有)レガーロを設立(H15)
冬季の営業強化、牛乳自体の味を楽しんでもらうため牛乳を主体とした喫茶「ミルクカフェ」をオープン(H25)

【取り組む際に生じた課題】

乳製品加工技術のノウハウの不足
新規事業(ミルクカフェ)オープンに際しての集客

【生じた課題への対応方法】

国内外での技術研修に派遣、畜産農家間での意見交換等でノウハウを取得
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へミルクカフェのPR・案内

【活用した支援施策】

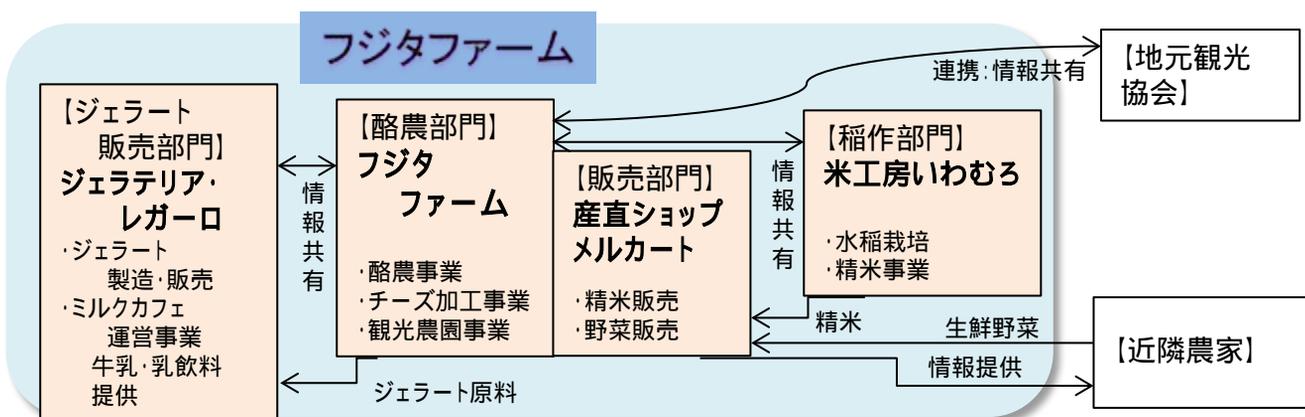
経営体育成交付金(融資主体型補助)
(H22)

【取組の効果】

売上高(ジェラート部門)
4,200万円(H15) 6,700万円(H24)
雇用者数(ジェラート部門)
3名(H15) 10名(パート含む)(H25)
来店者数
約20万人(H24)

【今後の展望】

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



ミルクカフェの全景



好評なジェラート



乳牛の様子

< 取組の概要 >

平成11年度から4家族による大規模経営で米・野菜・スイカの特別栽培農産物認証を受ける

(作付面積(H25) : 30ha)

平成20年度から雪室貯蔵で米・野菜の旨味を引き出す付加価値化のほか、規格外野菜の委託加工による商品化や通年販売化に取り組む



【取り組むに至った経緯】

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、雪の活用や規格外野菜の活用に至った

【活用した支援施策】

地域担い手経営基盤強化総合対策実験事業(地域雇用促進型)(H20)

【取り組む際に生じた課題】

畑作物の連作障害
労働力の確保
付加価値化ノウハウの不足

【取組の効果】

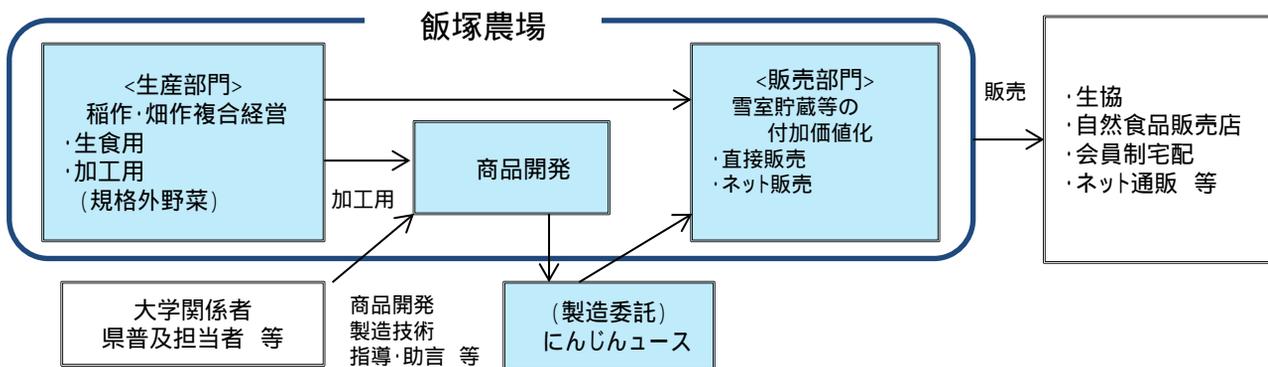
売上高
9,000万円(H11) 1億4,500万円(H25)
雇用数
常勤7名、非常勤延べ350名(H11)
常勤11名、非常勤延べ450名(H25)

【生じた課題への対応方法】

大学関係者からの指導・助言
家族間の役割分担
県の普及担当者等からの助言

【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進める



にんじん畑



4家族による複合経営



雪室貯蔵

< 取組の概要 >

桃を中心とした果物を使ったスイーツ(パフェ・デザート等)の商品開発・販売

自社生産の有機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の開設



フルーツのパフェ

【取り組むに至った経緯】

平成19年から桃の生産を開始。生果商品販売とともに、規格外品の有効活用を図るためスイーツの開発に取り組む。稲作中心の経営から、果物栽培及び加工品製造、販売の複合経営への転換による経営改善。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
 富山県がんばる女性起業発展支援事業(新商品開発)(H23)
 富山県6次産業化モデル育成事業(新商品開発・販路拡大)(H25)

【取り組む際に生じた課題】

加工原材料である桃の安定生産。
 桃の高付加価値化を目指した商品開発。
 年間を通じた商品提供。

【取組の効果】

売上高 1,430万円(H22) 3,550万円(H25)
 果物生産
 桃 24本(H19) 60本(H24)
 ブルーベリー 100本(H19) 450本(H24)
 無花果 50本(H23) 100本(H24)
 雇用者数
 3名(家族経営)(H15) → 25名(パート含む)(H24)

【生じた課題への対応方法】

普及指導員との連携による栽培技術の習得。
 スイーツに加工することで、付加価値が向上。
 ブルーベリー、無花果、イチゴ等の果物の生産品目の拡大。



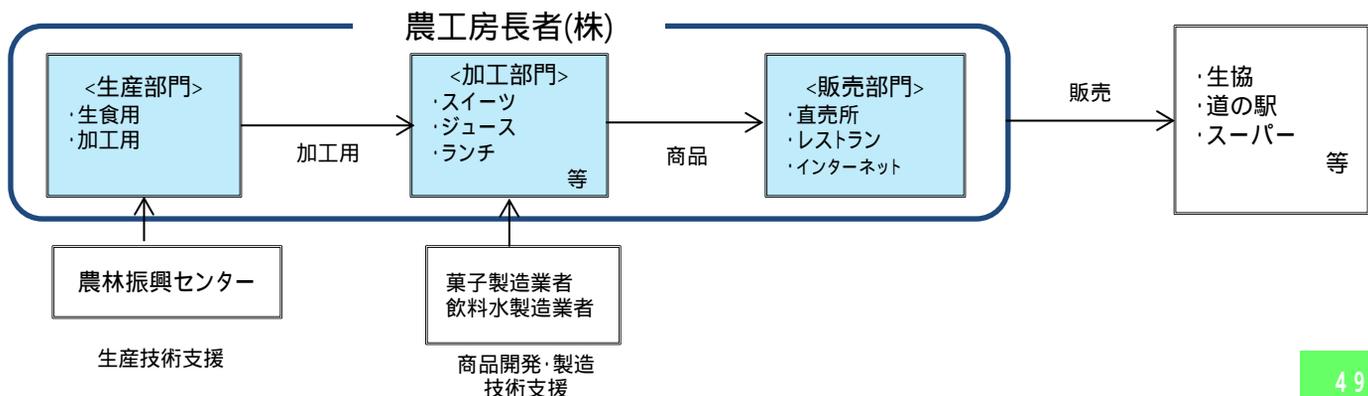
カフェランチメニュー



カフェジュース

【今後の展望】

栽培果物等を増やし、年間を通じた多種商品の提供。
 カフェを整備して、スイーツ・ランチ・ジュース等の提供。
 事業拡大により、更なる雇用者の増加。



< 取組の概要 >

地元の特産「氷見稲積梅」を原料とする加工品を開発・販売し、地域特産品としてのブランド化を目指す

高速道路SA・県内道の駅・首都圏・関西圏等へ営業活動の実施、通信販売・海外輸出・販売チャンネル多様化による販路拡大



梅加工品

【取り組むに至った経緯】

平成23年3月1日に前組織の生産組合員12名が出資し、株主となり会社を設立。株主や地元稲積梅生産者から集荷した梅をもとに、梅加工品の生産・販売を行い付加価値の向上をめざした。

【取り組む際に生じた課題】

青梅の生産量に見合った新商品開発。売れる商品の開発、販路開拓、社内販売体制の確立、後継者育成。

【生じた課題への対応方法】

徹底した市場調査と委託加工業者とのコラボ商品の開発(飲料・菓子・水産加工物・もち等製造会社)。

マスコミの活用、イベント開催、直売所の整備、販売チャンネルの多様化(ギフト用・学校給食用・ネット販売用等)、オーナー制度の導入等による販売拡大、役員会議の定期開催及び後継者育成に向けた組織体制整備。

【活用した支援施策】

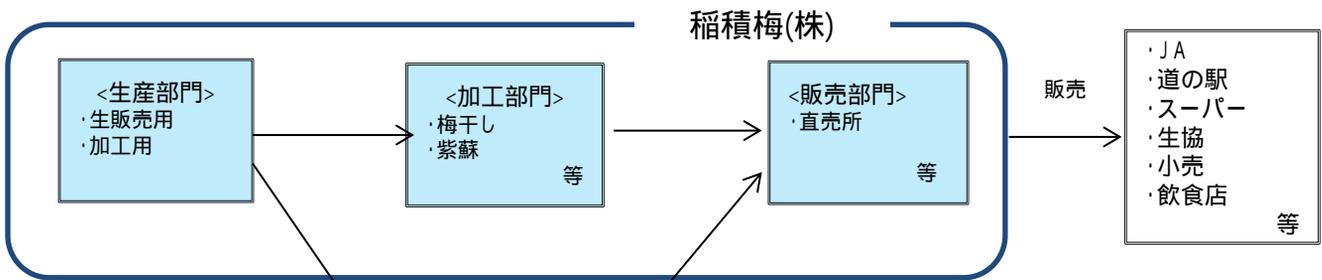
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
富山県6次産業化モデル育成事業
(新商品開発・販路拡大)(H24)
6次産業化推進地域支援事業
(新商品開発・販路拡大)(H25)

【取組の効果】

売上高 850万円(H20) 1,830万円(H25)
梅栽培面積500 a(H20) 640a(H25)
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

【今後の展望】

紫蘇梅・菓子・ジェラート等の新商品開発。首都圏、中京圏への販路拡大及び東アジアへの輸出。



新商品「昇龍梅」(清涼飲料水)



新商品「梅の精」(くずぎり)



直売所「氷見安心食品」

<取組の概要>

自家生産の牧草、稲わらを飼料として牛を飼育し、良質な牛肉を生産

自社産牛肉と県内産豚肉で特色あるソーセージなどの多様な食肉加工品を製造・販売



池田ファーム直売店

【取り組むに至った経緯】

自社牛肉を直接消費者に届けたいとの思いと多角経営の観点から直売部門を設け、ソーセージ等の製造・販売を開始。

【活用した支援施策】

農業近代化資金(直売施設)(H17)
 スーパーL資金(肥育用和牛導入)(H20)
 総合化事業計画認定(加工・直売)(H25)

【取り組む際に生じた課題】

製法や味の確立。
 加工施設の建設資金の調達。
 郊外店舗の認知度の向上。
 自社牛肉のイメージアップ。

【取組の効果】

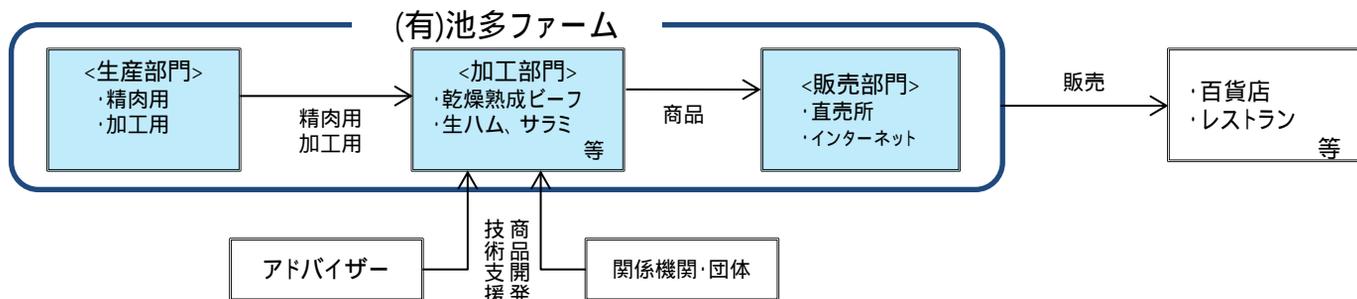
売上高
 8,000万円(H16)→1億6,700万円(H24)
 雇用者数
 4名(H16)→7名(パート含む)(H24)

【生じた課題への対応方法】

先輩の食肉加工店での研鑽。
 金融機関の融資制度を活用。
 HPやブログでPR、固定客を拡大。
 自給粗飼料で肉質の向上を図り、その成果を各種コンクール等に応募してPR。

【今後の展望】

新たな加工施設兼直売所を建設。
 アイテム数を増やし、加工直売部門の売り上げを伸ばすことによって、更なる収益の向上を図る。



乾燥熟成ビーフ



生ハム、サラミ



ビーフレット

<取組の概要>

地元への「小松のトマト」のPRを目的にトマトまつり(H19~)を開催し、生産農家がトマトを使ったさまざまな料理を来場者に振る舞った際に好評だったトマトカレーを商品化
未利用トマトを活用した商品を開発し、直売所・道の駅等で販売、レストランで提供



トマトカレー
店頭掲示ポスター

【取り組むに至った経緯】

「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、新商品の開発・販売を開始。

【取り組む際に生じた課題】

通年生産するための施設整備。
商品の販売先の確保。

【生じた課題への対応方法】

6次産業化推進整備事業を活用し加工施設等を整備し計画生産に対応。
JA直売所・地元道の駅での販売に加え地元企業の食堂で利用。
各種コンクールに応募・受賞し、知名度の向上を推進。

【活用した支援施策】

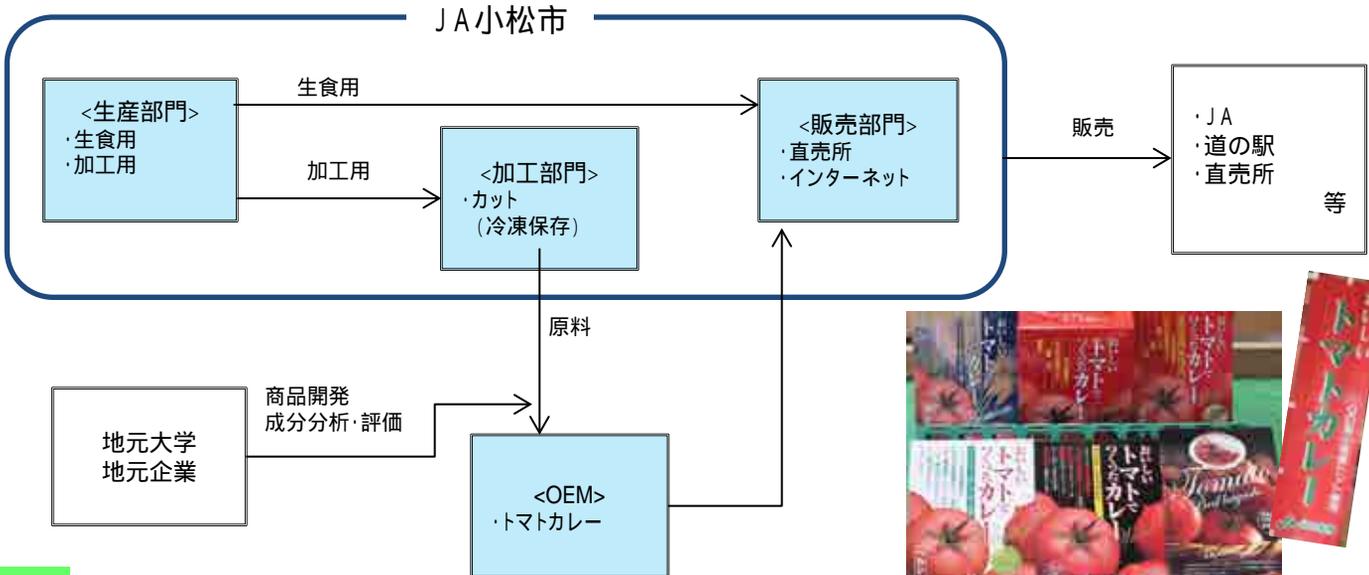
総合化事業計画認定(加工)(H23)
6次産業化推進整備事業(地産地消タイプ)
(トマト・大麦処理加工施設)(H23)

【取組の効果】

トマトカレーシリーズ(レトルト)の売上高
23万円(H20) 2,737万円(H24)
加工施設の雇用者数(H23~)
常時雇用4名、季節雇用3名
規格外トマトの活用
約3t(H21) 約20t(H24)

【今後の展望】

トマトカレー開発の成功スキルを新たな農産物を利用した新商品開発につなげ、さらなる組合員の所得向上と地域の活性化を推進。



トマトカレーシリーズ

加工・直売・
レストラン

地元産の六条大麦を利用した高機能性ビールの開発・販売

有限会社わくわく手づくりファーム川北(石川県川北町)

< 取組の概要 >

地域の主要転作作物である六条大麦の持つ機能性成分に着目し高機能性ビール「金沢百万石ビール・ペールエール」を商品化

現在、「金沢百万石」シリーズ商品として、3種類のラインナップで地ビールを製造・販売



店頭ポスター

【取り組むに至った経緯】

あらたな需要の掘り起こしのため、麦の持つ機能性成分(GABA)に着目し、地ビールの新たな可能性を追求、試作を重ねH24年5月販売開始。
GABA = 「Gamma-Amino Butyric Acid」の略で血圧降下などの作用があるとされている。

【取り組む際に生じた課題】

GABAの機能性を最大限引き出す麦芽製造技術の確立。
加賀百万石らしさを連想する華やかなパッケージデザイン。

【生じた課題への対応方法】

地元大学と連携し、機能性成分GABAが安定して高数値になる発芽方法を研究し成功。
国のソフト事業を活用し、専門家のアドバイスを受けて金沢らしい華やかなデザインに仕上。

【活用した支援施策】

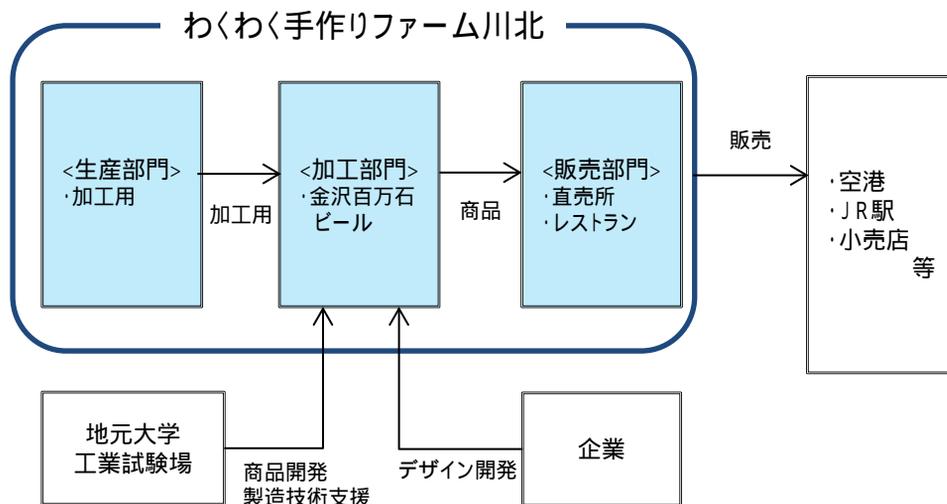
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業
(大麦・モルト乾燥装置)(H23)
6次産業推進地域支援事業
(パッケージデザイン、販路開拓)(H23・24)

【取組の効果】

24年5月より金沢駅、小松空港、直売所、百貨店で販売(25年度15本万売上げ)
金沢百万石ビールの売上高
5,300万円(H25年度)

【今後の展望】

北陸新幹線開業に向け販売強化を図るほか、中長期的には「金沢百万石ビール」を海外に輸出する構想を推進。



金沢百万石ビールシリーズ



醸造用タンク

< 取組の概要 >

里芋を使った低カロリーで食物繊維が豊富な「アレルギーフリー(乳製品未使用)のスイーツ」の製造・販売



ロマンムーアン

【取り組むに至った経緯】

アレルギーフリーの里芋アイスを製造・販売してきたが、売上の低下する冬季対策として新商品開発

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工)(H23)
6次産業総合推進地域支援事業(H23,24)
(新商品開発・パッケージデザイン)

【取り組む際に生じた課題】

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

【取組の効果】

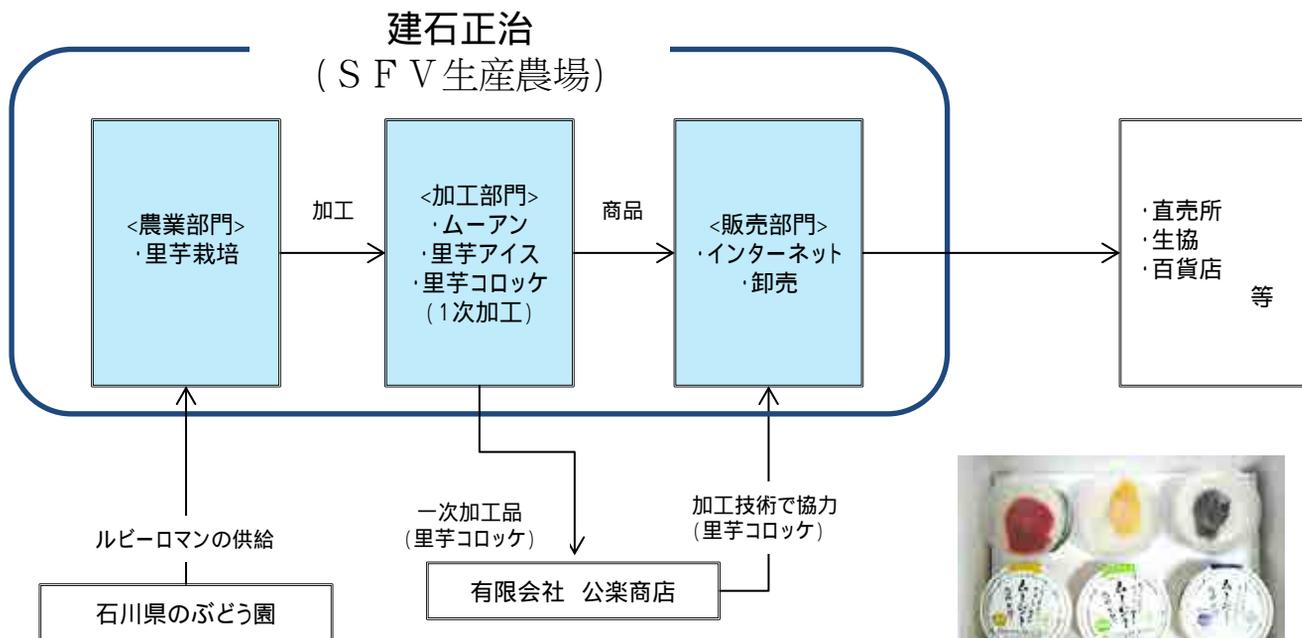
加工品の売上高
30万円(H21) 670万円(H24)
里芋栽培面積
2.4ha(H21) 3.0ha(H24)
雇用者数
2名(H21) 5名(H24)

【生じた課題への対応方法】

地元企業やメディアの協力で試食会やアンケート調査の開催
積極的に都市圏の商談会へ参加し、百貨店等にも販路拡大を実現

【今後の展望】

更なる里芋製品を展開することによっての消費拡大



里芋アイス

< 取組の概要 >

地元若狭町発祥の梅品種「紅映梅(べにさしうめ)」を
活用した、無糖で高アルコール度数(38 と 20)の
新感覚梅酒の製造・販売



BENICHU

【取り組むに至った経緯】

梅酒等梅加工品の需要が減少していることから、
新コンセプトのリキュールの商品開発に着手(H24)

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)

【取り組む際に生じた課題】

安定した生産量の確保と長期保存技術の確立
香り豊かな「紅映梅」本来の風味を活かした新
コンセプト商品の開発

【取組の効果】

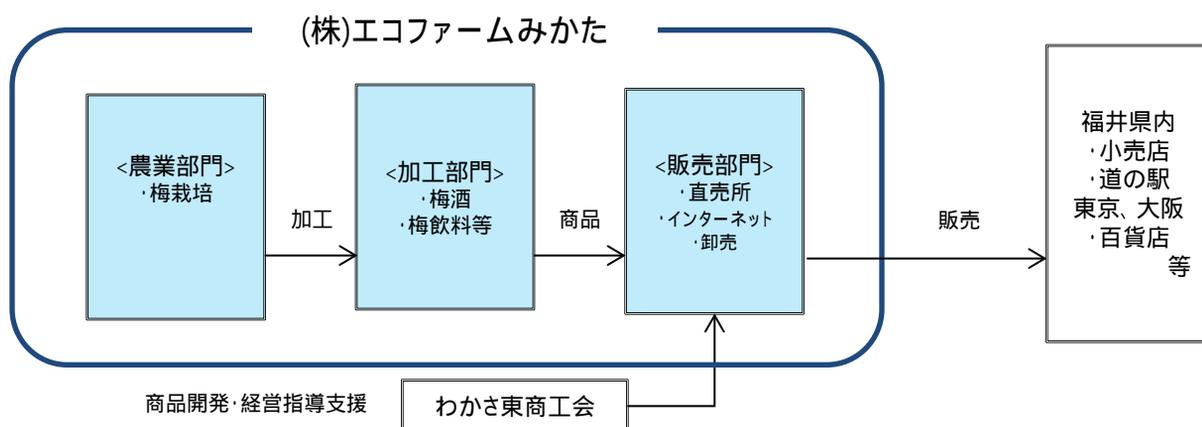
梅加工品売上高
1,860万円(H20) 2,376万円(H24)
雇用者数(パート含む)
5名(H20) 8名(H25)

【生じた課題への対応方法】

地元JAと連携し原材料となる地元産梅の確保
冷凍保存技術(2年間の保存が可能)の確立

【今後の展望】

「紅映梅」を活用した、更なる新商品の開発・
販売
果汁抽出技術を活用した、梅以外の
EM製品製造の受注



製造加工スタッフ



贅沢果汁セット



梅酒工場

< 取組の概要 >

玄米にこだわり、和菓子、ドーナツ、まるっきりお肉(玄米と大豆を原料とする肉食感の加工品)等各種玄米加工品を開発・販売



まるっきりお肉

【取り組むに至った経緯】

脱サラによる就農で、商社時代の外食産業とのネットワークを活かした加工品事業を展開
自らの体質改善にも寄与した玄米食へのこだわり

【取り組む際に生じた課題】

「まるっきりお肉」を開発する際に、大豆と玄米を混合・混練・粉碎する際の加工技術の確立
栽培方法にこだわった米や加工製品に利用する大豆等の原材料の確保

【生じた課題への対応方法】

自社で試験研究施設を設置し、商品開発及びメーカーと共同で技術確立
地域の農家に栽培方法等を指示し、生産委託や、大豆の耕作地の確保

【活用した支援施策】

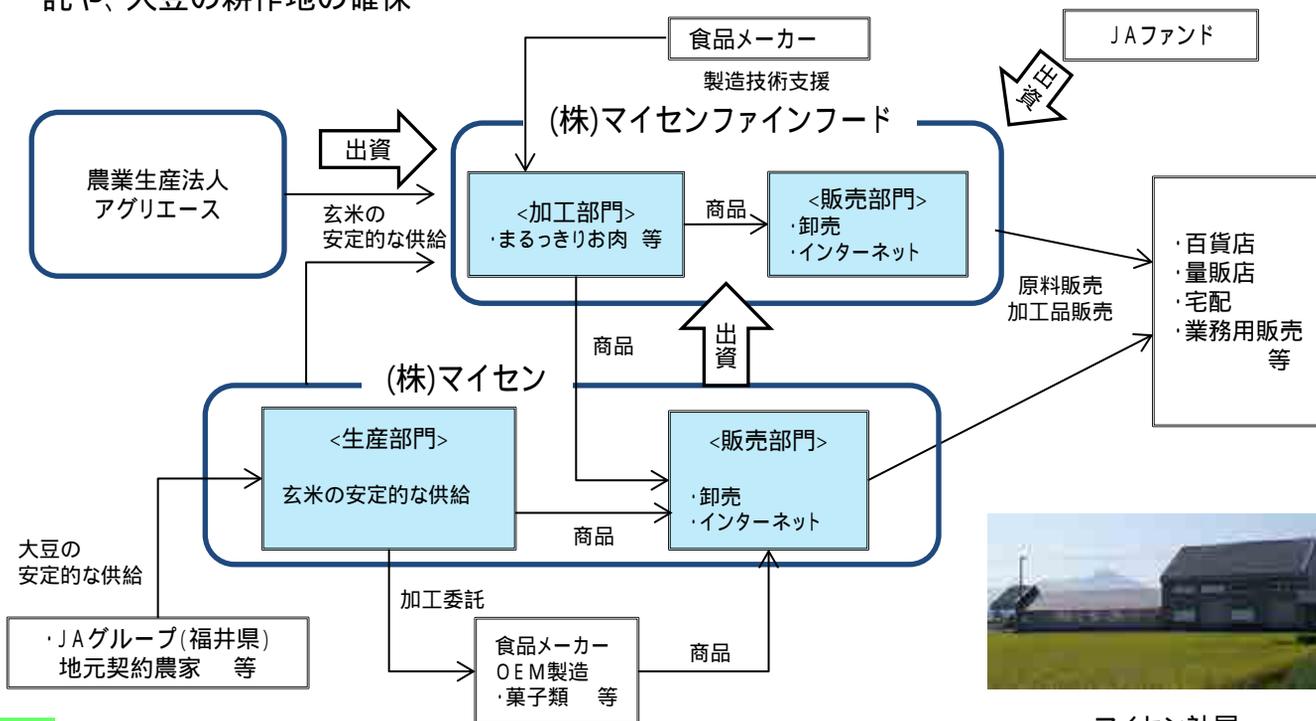
総合化事業計画認定(H26)
農林漁業成長産業化ファンド(H26)
(株)マイセンファインフード

【取組の効果】

利益率 17%(H23) 30%(H25)
雇用者数 15名(H23) 18名(H25)

【今後の展望】

分社化を行い(株)マイセンファインフードを設立し、共に以下の事業を実施
まるっきりお肉等の開発・製造・販売
大豆と玄米の混合比率を変えた新商品の開発
輸出も視野に入れた販売の拡充



マイセン社屋

< 取組の概要 >

自らが生産するトマトを使った新商品
(トマトジュース、トマトペースト等)の製造販売
農業法人化し、加工場整備と新たな販路開拓
トマト以外の加工品も開発し地域の農業者や流通業者と連携



【取り組むに至った経緯】

高山市でトマト、露地野菜など生産する専業農家。

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、加工所を新設して加工開始。

平成26年トマトジュース専門店を開店。

【活用した支援施策】

食農連携促進施設整備事業

(トマト加工施設)(H22)

総合化事業計画認定

(加工・直売)(H24)

6次産業化推進支援事業

(新商品開発)(H24)

【取り組む際に生じた課題】

商品のラインナップの充実。

販路の確保の難しさ。

加工施設の通年加工。

【取組の効果】

売上高 2,700万円(H22) → 4,700万円(H24)

トマト栽培面積 97a(H22) → 104a(H24)

ニンニク栽培面積 1a(H22) → 2a(H24)

【生じた課題への対応方法】

飛騨地方であまり栽培されていないニンニクを活用した加工品を開発中。

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、消費者へ直接販売して寺田農園のファンをつくる。

美容や健康、レシピ提供など女性目線でのマーケティング。

社長は「農業女子プロジェクト」のメンバー閑散期に地域の農業者の農産物を加工。

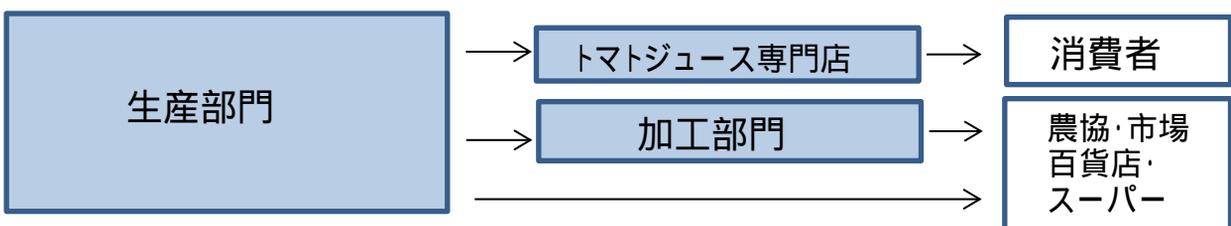
【今後の展望】

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ファンを増やし、さらなる販路を開拓。

魅力ある農業と会社経営の両立。



寺田農園(株)



< 取組の概要 >

自ら養殖する大マスを「飛騨サーモン」としてブランド化
 「飛騨サーモン」を地元旅館、郷土料理店に提供することで、
 ブランド化を推進
 「飛騨サーモン」を利用した加工品の開発・販売



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養殖に取組み、地元の旅館等に食材として提供。
 宿泊客の減少等から売上減少。
 奥飛騨の川魚としてブランド化を図り、付加価値をつける必要。

【取り組む際に生じた課題】

川魚、養殖物へのマイナスイメージ。
 ブランド確立と普及。
 食材提供だけでは販売量が限定。

【生じた課題への対応方法】

自ら養殖する川魚の品質の高さを旅館等にチラシを設置することによりPR。
 体調30cm以上の大マスを「飛騨サーモン」としてブランド化。
 旅館、お土産店等と連携して、食材としてだけでなくお土産品として販売可能な商品を開発。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定
 (加工・直売)(H23)

【取組の効果】

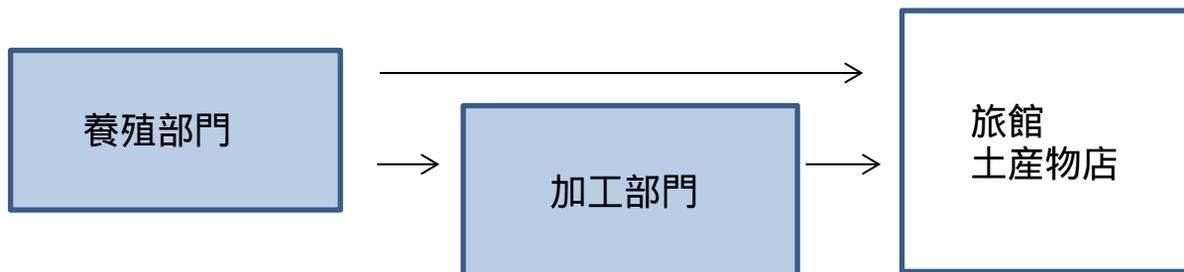
売上高 0 円(H22) → 250万円(H24)
 雇用者数 6名(H22)
 → 11名(パート含む)(H24)
 出荷店数 100店(H24)

【今後の展望】

ブランドの普及拡大につながる加工商品の開発。
 地元農畜産物との地産地消商品の開発による地域活性化を推進。



(株)穂高養魚場



< 取組の概要 >

平成7年度から13名の仲間で地元農産物や手作り品など地元産にこだわった日曜朝市をはじめ。

平成16年度から道の駅に特産品の寒天関連商品のブースを設け、売上げの2割を占める

【取り組むに至った経緯】

高齢者の生きがいの場づくりを目的に、平成7年に13名で、生産者と消費者が対面する朝市を開始。

【活用した支援施策】

中山間地域総合整備事業
(H15 岐阜県)

【取り組む際に生じた課題】

常設販売所の開設、販売スペースの拡大。

【取組の効果】

売上高1億8,800万円(H16)
→2億8,200万円(H24)

雇用数26人(H16)→50人(H24)

(雇用数には、パートも含む)

地元産にこだわったことにより、広く町内外の支持を受け、生産者の意識が向上。

【生じた課題への対応方法】

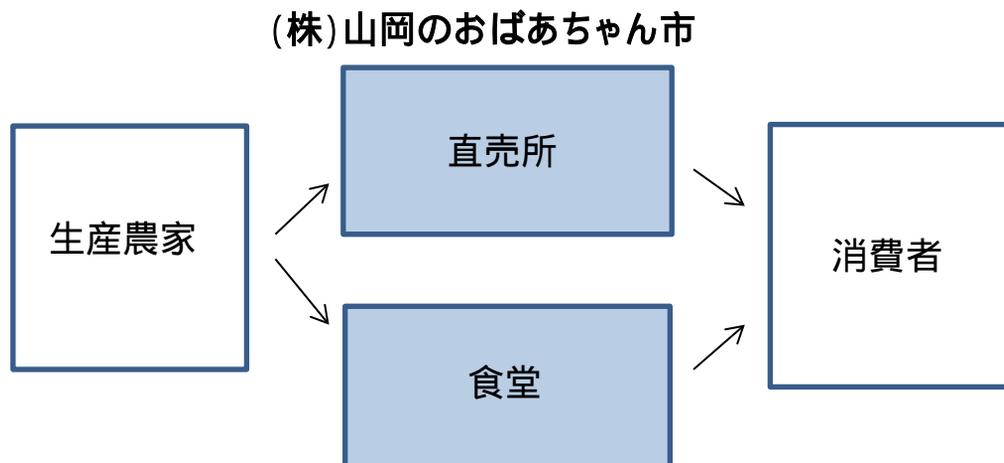
初めは地元の空き店舗を活用して常設直売所を開設(H12)。

その後、道の駅に直売所と食堂を開設(H16)。

【今後の展望】

野菜の周年販売ができるよう、冬季に収穫できる野菜を導入。

事業の継続に向け、若い世代への参加の呼びかけ。



(日曜朝市の風景)

< 取組の概要 >

独自飼料配合と衛生管理による安心で美味しい豚肉生産

独自ブランドを構築し、平成12年度から製品を地元直売所や契約店で販売



【取り組むに至った経緯】

美味しい豚肉を生産し精肉・加工品を直売することにより、地元住民や消費者と交流できる、夢を抱いた経営の実現に取り組んだ

【活用した支援施策】

スーパーL資金及び農業近代化資金(豚舎施設拡充)
スーパーL資金(加工・販売施設)(H12)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

【取り組む際に生じた課題】

定時定量出荷体制確保、美味・安心な肉質確保と安定化。
信頼できるパートナーの確保、直売商品開発と拠点施設確保。

【取組の効果】

売上高 H15年 H25年・約1.5倍
雇用数 加工販売部門 約2倍に増加
養豚部門9人、加工販売部門30人(うちパート25人)
安心・美味な豚肉の安定した生産・出荷体制を構築。
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。

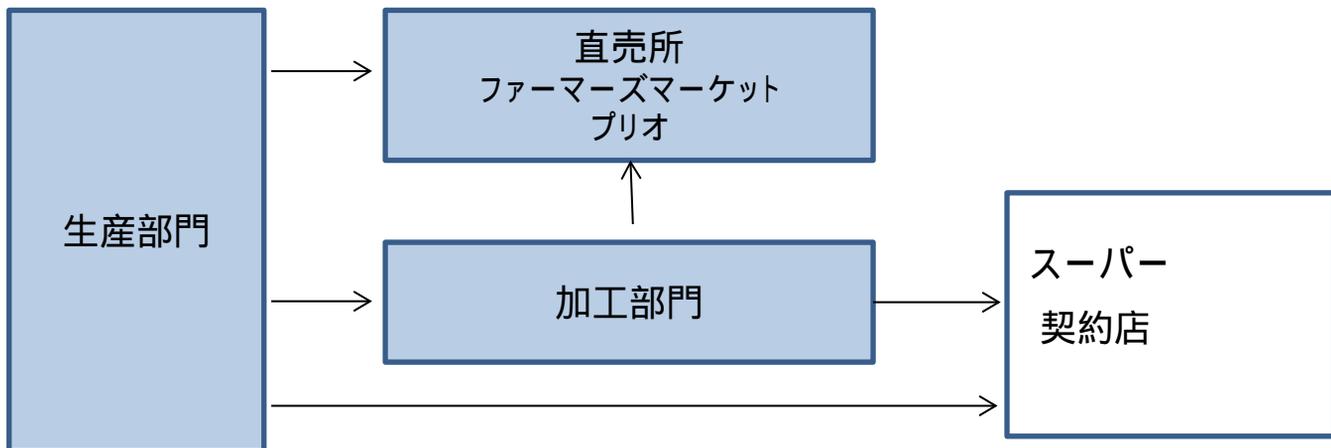
【生じた課題への対応方法】

衛生的な施設拡充と管理体制構築、飼料内容・豚品種の検討。
直売所事例調査、豚肉加工知識の習得、加工品開発。

【今後の展望】

管理体制を高度化し高度健康豚群化し高品質・安定出荷を推進。
流通関係との連携を密にし全物流の自社管理体制化を目指す。

(有)石川養豚場



< 取組の概要 >

稲武町の特産品であるブルーベリーを使った新商品の開発、加工販売

ブルーベリーを使った新商品の加工・販売施設の整備



【取り組むに至った経緯】

平成19年に建設業から農業参入し、ブルーベリーの生産を開始。
観光農園とブルーベリーの加工販売を開始。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進支援事業(H23~25)
6次産業化推進整備事業(H24)

【取り組む際に生じた課題】

観光農園はブルーベリー収穫期のみが開園。
加工品の種類が少なく話題性が乏しい。
加工設備、加工技術の不足。

【取組の効果】

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、雇用が可能
来園者数 約1,600人(H25)
来店者数 約9,100人(H25)

【生じた課題への対応方法】

来園者や観光客に受け入れられる新商品を女性の目線で開発。
補助事業を活用し、有名パティシエからスイーツの加工技術を習得。
補助事業を活用し加工場を整備
地元特産の米粉を使用。

【今後の展望】

加工商品のさらなる充実。
都市部へ積極的な販路拡大。

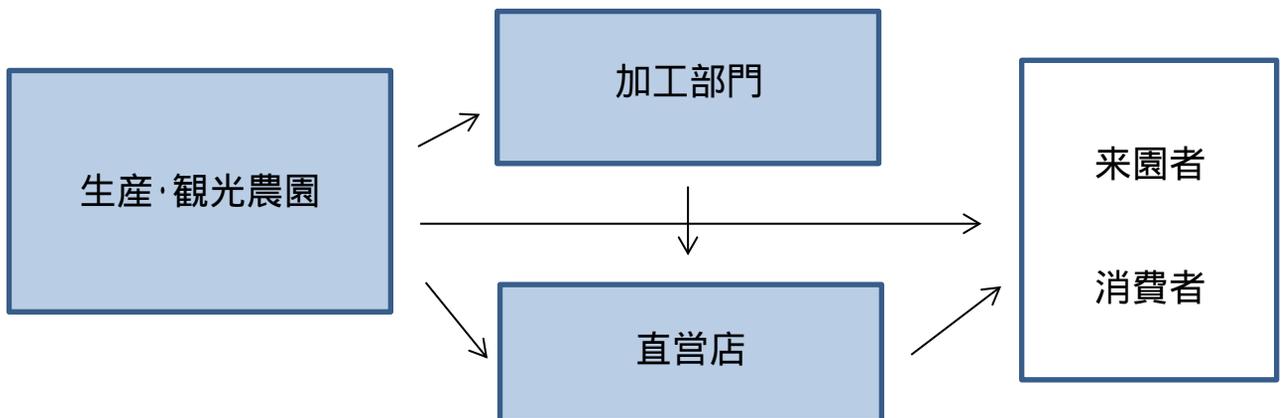


ブルーベリー



ブルーベリーパイ

(株)杉田組



< 取組の概要 >

平成12年から都市近郊において、直売所、加工品販売、レストラン、天然温泉などからなる複合拠点施設を整備
生産者出荷組織の自主的な出荷ルールにより、良質な農産物を豊富な品揃えで提供



【取り組むに至った経緯】

地域農業の変革、活性化を目標に地元のものを地元で売るための拠点となる施設を整備。

【活用した支援施策】

地域農業基盤確立農業構造改善事業
(H11農林水産省)
経営構造対策事業(H12農林水産省)

【取り組む際に生じた課題】

「良質な品揃え」「質の高い産物」への出荷者の意識改革。
端境期対策・店頭の商品切れによる販売チャンスロス。

【取組の効果】

売上高 24億1,000万円(H13年度)
→36億2,000万円(H25年度)
雇用数 205人(H12年度)→212人(H25年度)
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等地域農業の振興に大きく貢献。
平成20年度地産地消優良活動表彰において
農林水産大臣賞受賞。

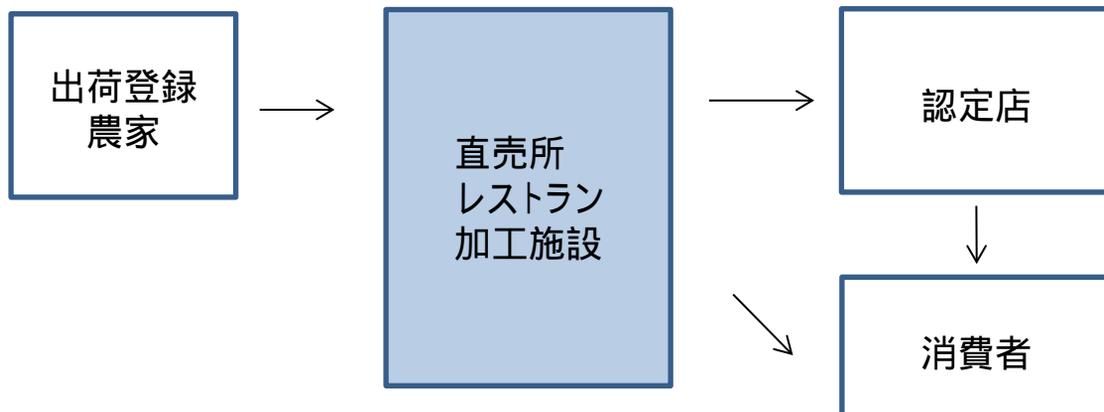
【生じた課題への対応方法】

生産者出荷組織による自主的な出荷ルールを策定。

【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。
野菜ソムリエによる情報発信。

(株)げんきの里



< 取組の概要 >

平成20年から食べても十二分に美味しい完熟みかんを贅沢に搾った100%ジュースに加工
搾汁・殺菌方法にこだわった製法
有名デザイナーが手がけた訴求力の高いラベル



【取り組むに至った経緯】

温暖な海洋性気候や礫質黄色土といった栽培に適した条件が相まって、一年中、甘い柑橘を収穫。
富裕層マーケットの開拓。

【取り組む際に生じた課題】

相場からかけ離れた価格。
搾汁が一時期に集中するため、製造能力をオーバー。

【生じた課題への対応方法】

綿密な顧客分析を行い、ターゲットを客単価の高い顧客に変更。
今まで搾っていなかった時期の品種をラインナップに追加し、繁忙期をずらしてトータル本数を増加。

【活用した支援施策】

農商工等連携事業計画認定(H21)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

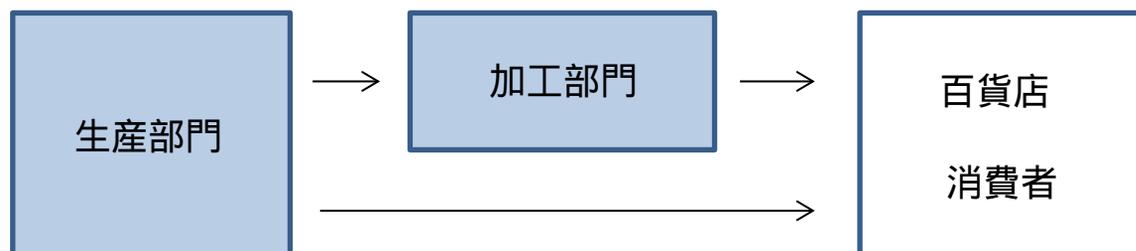
【取組の効果】

売上高:0円(H19) 1,100万円(H24)
雇用数:25人(H17) 30人(H24)
全国に10万人の会員を確保
百貨店で購入した顧客のリピーター化

【今後の展望】

新規顧客の獲得を兼ねて、百貨店等の催事に全国各地で参加。
農商工等連携認定商品を利用した新たな商品展開。

(有)すぎもと農園



< 取組の概要 >

平成17年度から女性起業による地域で生産された大豆を使った味噌、豆腐、おからドーナッツ等の製造・販売

平成17年度から併設する農家レストランで、地元食材を使ったバイキングメニューの提供や加工体験を開催



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】

高齢化に伴い、地域の農業、環境、農村文化が廃れることへの懸念から、地元の住みやすい環境や農業を守り、農村文化を継承し、地域の活性化につながればという思いで取り組みに至った。

【取り組む際に生じた課題】

起業・経営に関する知識、経営初期の施設整備資金の不足。

【生じた課題への対応方法】

自ら法人登記手続きを行ったほか、三重県産業支援センターでの起業等の知識の習得、助成事業等の活用。

【活用した支援施策】

農業近代化資金(H16 農林水産省)、
三重県デカップリング市町村総合支援事業(H16)(加工、販売、レストラン施設)
農山漁村活性化プロジェクト支援交付金(H21 農林水産省)(農産物貯蔵施設等)

【取組の効果】

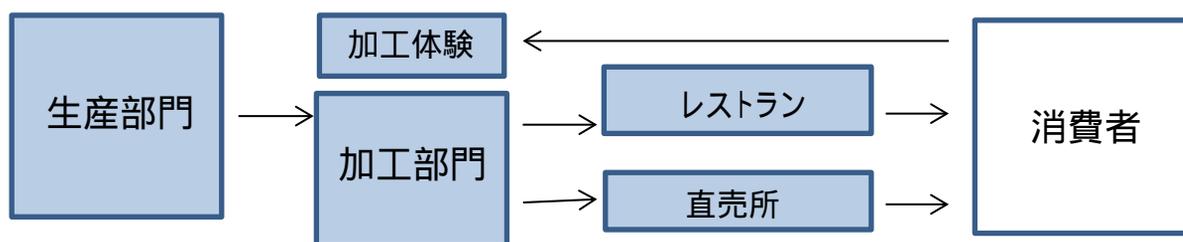
売上高4,000万円(H18)→8,600万円(H24)
雇用数25人(H18)→52人(H25)
来客者数2万6,000人(H18)
→6万2,000人(H25)

地域の価値の向上を地域と共有。
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。
こうした活動が評価され「第49回農林水産祭 日本農林漁業振興会会長賞」を受賞。

【今後の展望】

農村の機能が充実した状態で将来に継承できるよう農村の将来像を地域と計画・共有する中で、地域の一員として関わりたい
農地を守る大型農業とコミュニティを守る少量多品目野菜を扱う小規模農家の共存と農村・農業の後継者育成のため、若者が活躍する場づくり、その力を活かせる環境づくり。

(有)せいわの里



< 取組の概要 >

農産物出荷組合員の生産物を駅前の直売所で販売
いなべ市の特産品である蕎麦やもち米等を使用した商品の製造・販売



【取り組むに至った経緯】

平成元年に旧員弁農協支店にて週1回の朝市を会員30名でスタート。
平成8年に朝市うりぼうを開設。

【取り組む際に生じた課題】

会員、来客数の減少。
青果物の販売が中心であったため、農閑期の農産物販売が減少。

【生じた課題への対応方法】

「朝市うりぼうを考える会」を発足し会員の募集、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る。
大泉駅隣に移転。
法人化し加工場を整備。いなべ市の特産品である赤米、黒米や露地野菜等を使った加工品を製造販売。
体験工房、体験農園の開設。

【活用した支援施策】

農産物の販路拡大施設整備
(いなべ市)(H16)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業(H25)

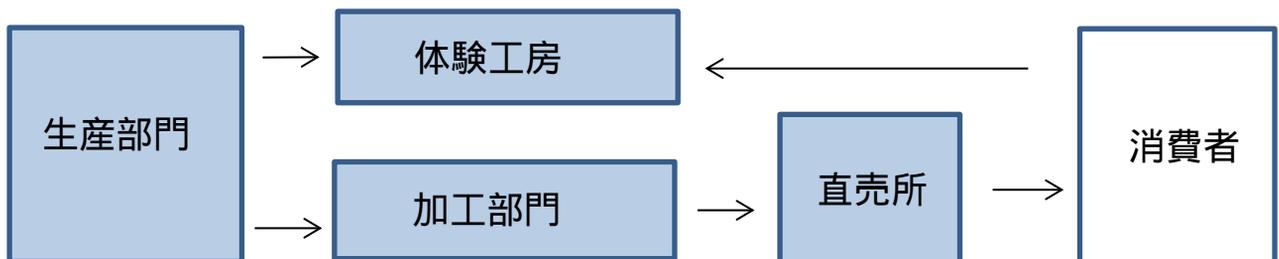
【取組の効果】

平成23年三重の地産地消大賞受賞
売上高3,800万円(H15) 1億8,500万円(H24)
雇用数 0名(H15) 8名(H24)
来客数15万人(H24)
組合員数189名(うち市内155名、市外34名)

【今後の展望】

25年度ジェラート製造販売設備の導入により、組合員の生産する野菜や果物を活用して夏向け商品の開発・販売。

農事組合法人 うりぼう



< 取組の概要 >

平成6年から厳選したもち米で作るもち加工品と米粉商品(もち商品各種、あられ、近江米めん、米パスタ、忍めん、米粉たい焼き、ロールケーキ等)の製造、直売所・スーパー・道の駅・SA等で販売

【取り組むに至った経緯】

51戸の農家、10戸の非農家により、平成18年度に農業法人(有)甲賀もち工房を設立・法人化
良質米生産に集落一丸となって取り組む一方、米粉やもち加工品の開発にも積極的に取り組む

【取り組む際に生じた課題】

販売先の確保
加工・販売に対応するマンパワー不足
新たな商品開発と採算のバランス

【生じた課題への対応方法】

様々なイベントに出店、知名度の向上とPRを図ると共に新たな販売先を開拓
仲間作りを通じたグループ化を行い、加工・販売に組織的に対応
6次産業化グループ仲間(6次産業化に取り組む農業者)との情報交換

【活用した支援施策】

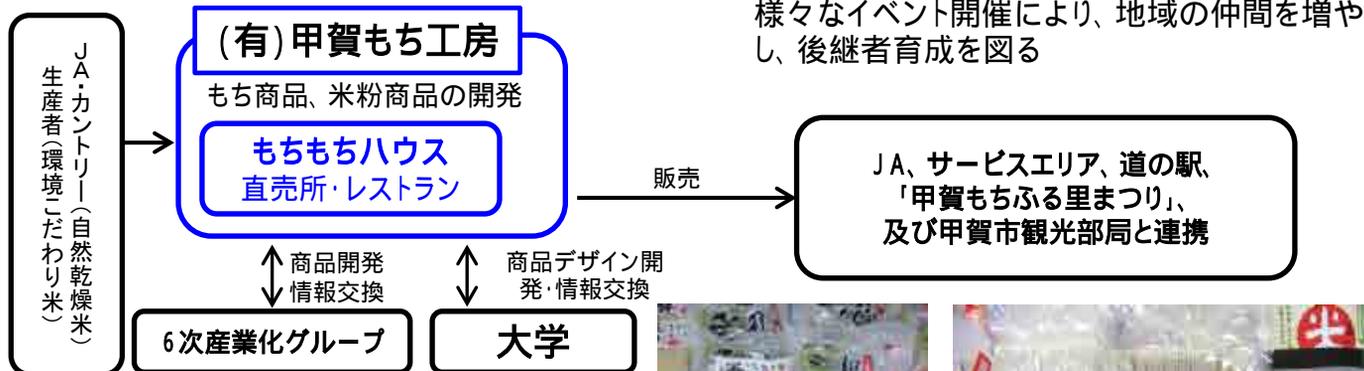
地産地消・直売機能強化等事業
(H21 農林水産省)
国産農畜産物競争力強化対策事業
(H21 農林水産省)
しが新事業応援ファンド(H21 滋賀県)
総合化事業計画認定(加工)(H23)

【取組の効果】

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
米粉およ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
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



もちもちハウス



よもぎもち



甲賀もち・忍者もち



米パスタ・忍めん・近江米めん

地場農産物の加工・販売とレストラン経営

加工・直売

JAおうみ富士(ファーマーズ・マーケットおうみんち)(滋賀県守山市)

< 取組の概要 >

直売所にレストランを併設したファーマーズマーケットとして平成20年にオープン。直売所での地場農産物販売のほか、バイキングレストランでは地域食材を使用した料理を毎日約70～80種類提供

6次産業化を目指し、地域特産品(なばな)を使用した新たな加工品の開発のほか、食育活動や消費者との交流事業にも積極的に取り組む

【取り組むに至った経緯】

地産地消による農産物の販売力強化と生産者の生産意欲の向上などを目的にファーマーズ・マーケットを設立

【取り組む際に生じた課題】

原料農産物の安定した質と量の確保
衛生管理基準を満たす製造工程の確保

【生じた課題への対応方法】

意欲ある生産者を組織化。利用者からの声を反映し、収量の安定と品質の向上を図る
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、専用加工設備の整備

【活用した支援施策】

経営構造対策事業(H19 農林水産省)
しが新事業応援ファンド(H24 滋賀県)

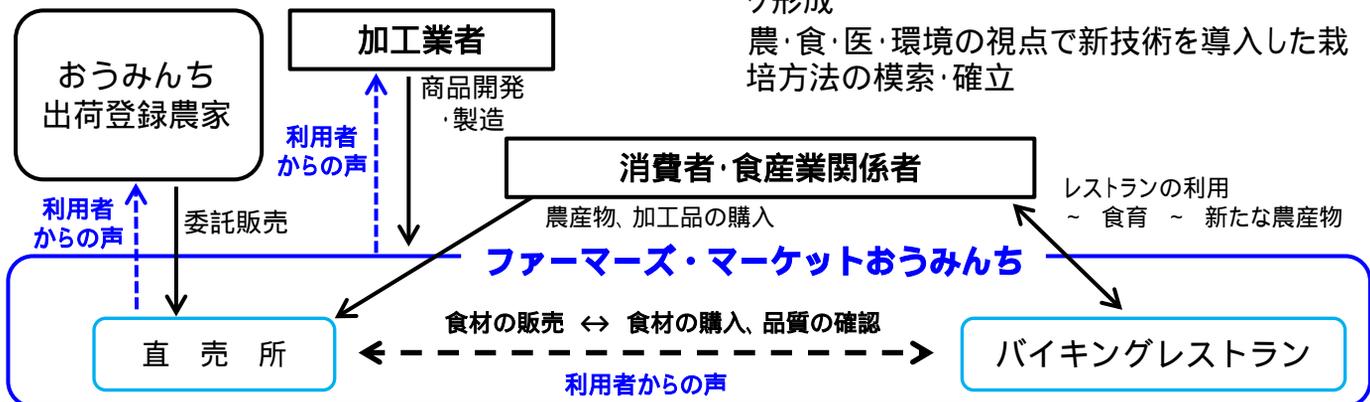
【取組の効果】

地域特産物(なばな)の作付規模が当初の約10倍に拡大し、安定供給が可能となった
規格外品の有効活用により、生産者の所得向上に貢献

「おうみんち」を介して、生産から加工・流通までの関係者が連携・ネットワーク化

【今後の展望】

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
農・食・医・環境の視点で新技術を導入した栽培方法の模索・確立



直売所



直売所外観



バイキングレストラン

< 取組の概要 >

酪農経営を発展させ、法人化、所得拡大、ブランド商品の創出を実現

ジェラートの加工販売(H9～)、レストランの経営(H15～)
宿泊体験施設の経営(H24～)



【取り組むに至った経緯】

全国的な生産過剰傾向から生乳の生産調整が進められる中で、余剰生乳の新たな活用策としてジェラート等の加工品の製造・販売に着目。イタリアに渡り加工品の製造、販売技術を習得し、自社生乳による各種ジェラートの開発・製造を開始し、ブランド化にも取り組む。その後、レストランや宿泊体験施設も整備し観光エリアを創設、地域振興にも貢献。

【活用した支援施策】

なし

【取組の効果】

ジェラートの販売金額
3,900万円(H19) 1億円(H24)
来場者数 約10万人(H24: 牧場全体)
雇用の創出
従業員30名(牧場全体)
(正社員9名、パート、アルバイト21名)

【取り組む際に生じた課題】

衛生面の環境作りと、製造者の意識付け
複雑な関係法令等への対応

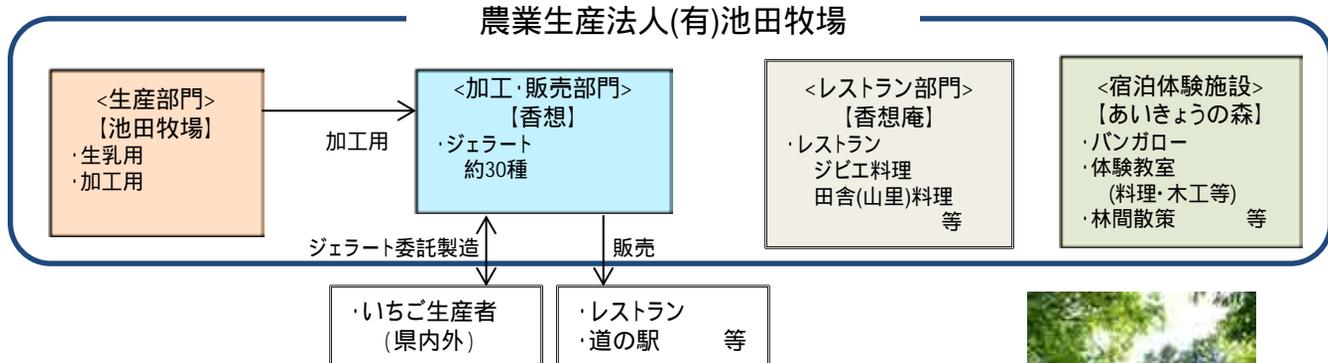
【今後の展望】

近隣施設との連携と地域を巻き込んだ着地
観光の構築として、フェアーツーリズムを進め
ていく

【生じた課題への対応方法】

高性能製造機の導入と販売経路の獲得
専門知識が豊富な知人等に対応を相談

農業生産法人(有)池田牧場



ジェラート工房【香想】



古民家レストラン【香想庵】



宿泊体験施設【あいきょうの森】

< 取組の概要 >

自社及び契約農家が栽培した「九条ねぎ」を、自社工場においてカットねぎ等に加工し、首都圏のラーメン店、スーパーなどに販売
採卵養鶏、有精卵、菓子(プリン、ケーキ)の販売。京野菜の直売所運営と卸販売

【取り組むに至った経緯】

就農時に年間売上高400万円
九条ねぎの周年栽培に取り組んだが、1,600万円が精一杯(就農から4年後まで)

【活用した支援施策】

農業主導型6次産業化整備事業(H22)
6次産業化推進地域支援事業(H23)
総合化事業計画認定(加工)(H23)

【取り組む際に生じた課題】

天候不順による不作
価格優位性の低さ

【取組の効果】

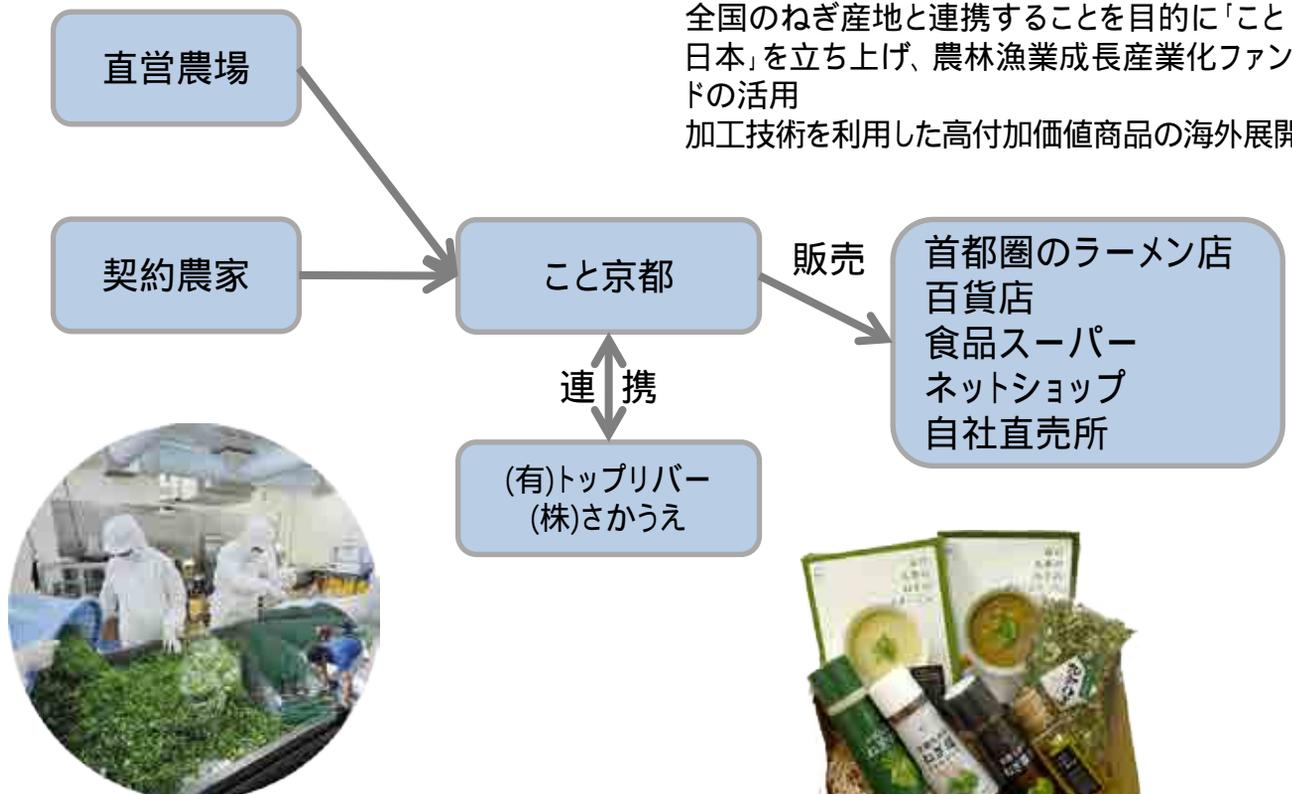
売上高7億900万円(H25)
ねぎ生産者との連携による商品の周年安定供給を実現
(有)トップリバー(長野県)、(株)さかうえ(鹿児島県)と連携した、統一ブランド「ベジレクト」の展開
平成25年度6次産業化優良事例表彰農林水産大臣賞

【生じた課題への対応方法】

売上げ目標1億円の目標に向け、ねぎをカットし販路拡大を目指す
飽和状態の京都のマーケットを避け、東京のマーケットを開拓

【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
加工技術を利用した高付加価値商品の海外展開



カットねぎ工場

九条ねぎの加工品

< 取組の概要 >

京都産の木材を利用した、お棺の製造・販売
畜舎の床材として最適な“おが粉”を牧場と共同開発

【取り組むに至った経緯】

植林後40～55年が経過し手入れが必要にもかかわらず、木材価格の低迷により、木が売れず山を守れず、山を守るために何ができるかと考えた

国内木材需要が低迷している中、お棺の95%が中国をはじめ海外からの輸入となっていることに気づき取組を開始

【取り組む際に生じた課題】

お棺の流通コストが非常にかかるため、販売価格が非常に高価となる

【生じた課題への対応方法】

国産材を使用した製品であることをPRした結果、展示会で公表を博すとともに大手葬儀社との取引に繋がった

【活用した支援施策】

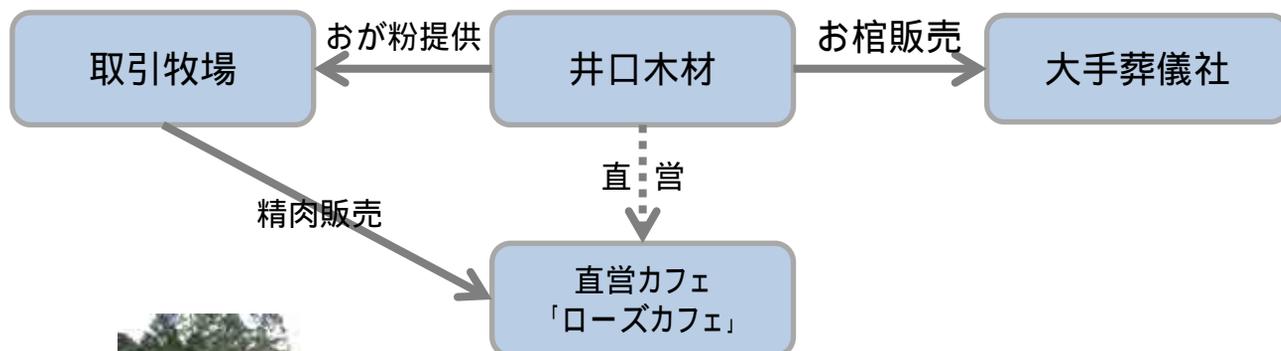
6次産業化推進地域支援事業
(H25 農林水産省)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H25)

【取組の効果】

お棺等の加工時に排出される廃棄材を利用し、滋賀県の牧場と連携して、畜舎の床材として最適な粒子形状の“おが粉”を共同開発
牧場で生産された牛肉、豚肉を使用し、直営のカフェ「ローズカフェ」等で提供

【今後の展望】

お棺の製造を、委託加工から、自社工場での加工・製造を行うことによる雇用拡大と、悪天候時に作業員が山へ入れない時の労働力の均一化が図られる



京都産木材を使用したお棺



おが粉の製造

< 取組の概要 >

有害鳥獣駆除や狩猟期に捕獲した鹿、猪を資源とし、その肉を業務用(ホテル、飲食店等向け)として食肉加工・販売を行うとともに、ペットフード用にも加工・販売

【取り組むに至った経緯】

平成17年に法人化し、水稲、大豆、野菜の栽培に取り組む(経営面積4ha)
近年、鹿、猪の獣害が深刻で、駆除による捕獲数も年間2千頭を超え、埋設場所の確保などが困難
地域の資源であるとともに、埋設に課題を抱える駆除された鹿、猪の肉を利用して、食肉及びペットフード加工販売に取り組む

【取り組む際に生じた課題】

一般消費者向けへの販売促進(調理方法の難しさ)
ペットフード用商品の品質保持期間の拡大

【生じた課題への対応方法】

健康志向やジビエブームのニーズを把握し、ホテル、レストラン等への直接販売等に取り組む
一般消費者向けの商品として、加工品の真空パック商品開発

【活用した支援施策】

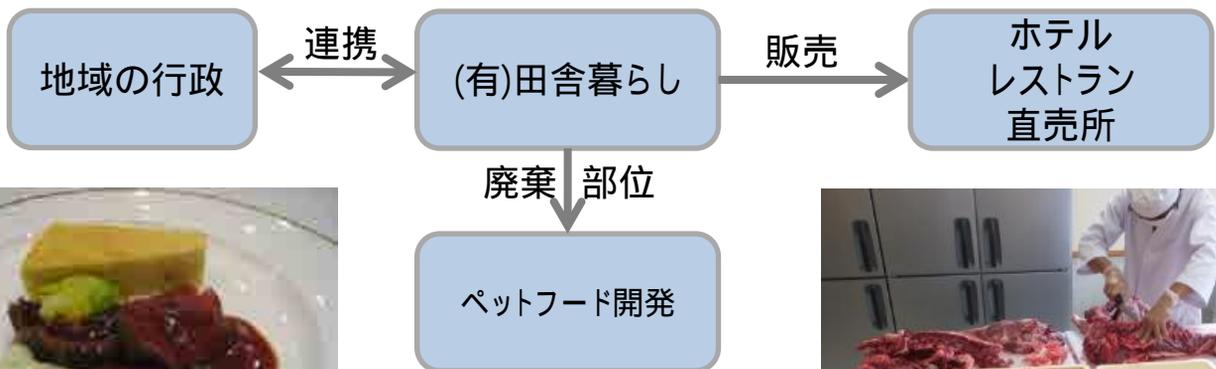
総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)
6次産業化推進整備事業
(食肉加工処理施設)(H24)

【取組の効果】

ホテル、飲食店への食肉販売は25年度から開始したため、売上額は不明

【今後の展望】

一般消費者向けのソーセージやローストの真空パック商品開発・販売
水分調整し、品質保持期間を拡大したペットフードの開発・販売
6次産業化の取組により、平成29年にはジビエ関連の売上目標(約1千万円)を達成



ジビエ料理



ジビエの加工

<取組の概要>

自社産ぶどう(主にデラウェア)を使ったノンアルコールワイン、長い干しぶどう等
等新品を開発、ブランド化し付加価値を向上させる
耕作放棄地の活用、雇用の創出で地域活性化に貢献する

【取り組むに至った経緯】

大正元年創業、自社ぶどうによるワインの製造・販売を開始
平成25年2月からぶどう畑を借り上げて減農薬、有機肥料による自社栽培を拡大

【取り組む際に生じた課題】

販路の拡大
製造目標に対する原料(ぶどう)の調達

【生じた課題への対応方法】

高齢農家や後継者難農家のぶどう畑を借り上げ、農地と景観を保持する
買い取りぶどうの単価を安定させ、ぶどう農家の経営、原料調達を安定させる

【活用した支援施策】

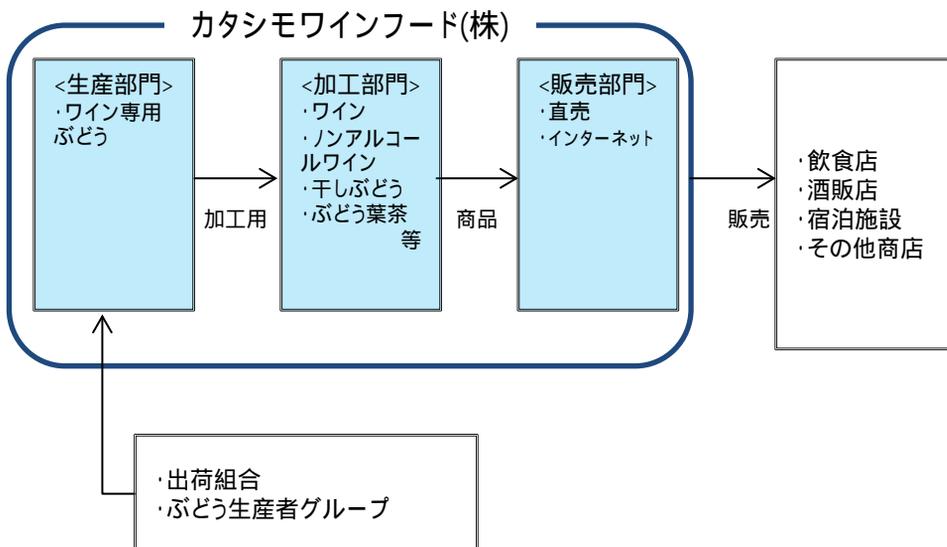
総合化事業計画認定(加工・直売)(H25)
6次産業化ネットワーク交付金
(推進事業、支援体制整備事業)(H25)

【取組の効果】

雇用者 畑チーム(耕作部)3名(H21)
→7名(H25)
農家、JA、商工会、自治体等と連携し、ぶどうの魅力を発信し、価値を向上させた
ぶどう栽培を目指す若者に、栽培の研修を行っている

【今後の展望】

大阪ぶどうを復活し、自社事業だけでなく、地域活性化のため耕作放棄地の活用に積極的に取り組む
雇用面も含め地域の活性化に貢献する
古民家を保護して景観を保全し、古民家でレストランや各種イベントを開催する



テイスティングルーム



山裾に広がるぶどう畑

< 取組の概要 >

みかんペーストを利用した餅、パン、ドレッシングを開発する

みかんペーストを加工し、みかんパウダーを開発、業務用として販売を目指す

【取り組むに至った経緯】

価格低迷に悩む夏みかん経営の改善を目指し、農家女性が事業を計画
生活改善グループ50名の出資で、平成13年度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

【取り組む際に生じた課題】

農業をしながらの加工品の製造なので、製造量増加が難しい
地域農産物の安定受給

【生じた課題への対応方法】

平成13年度に、生活改善グループの法人化を行った
地域と交流を図るため、加工品作り等の講習会を随時開催
市内小学校でマーマレード作りの体験指導を行うとともに、学校給食に味噌やジャムを提供

【活用した支援施策】

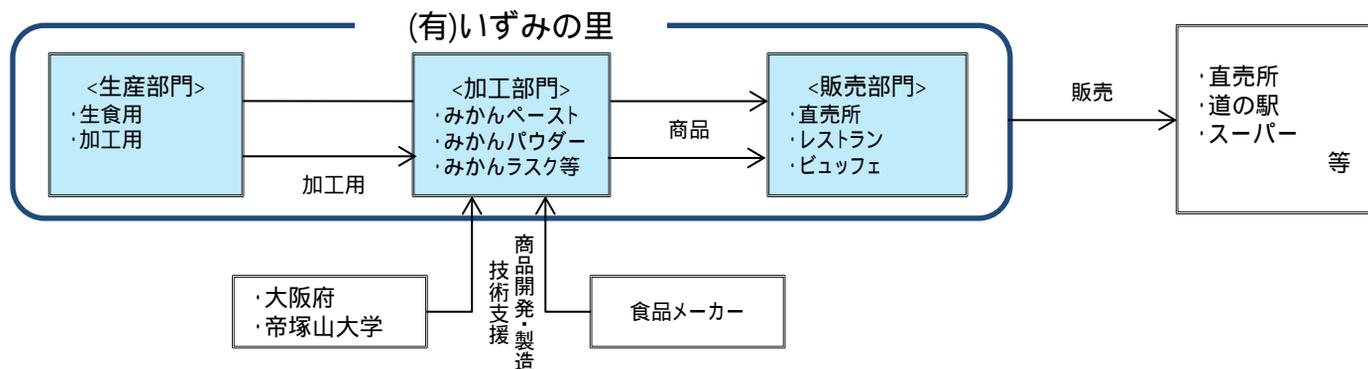
大阪たべよう事業(H19・20大阪府)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H26)

【取組の効果】

売上高
2,100万円(H19) 7,200万円(H24)
道の駅「いずみ山愛の里」で米粉パン、マーマレード、佃煮、味噌などを販売するとともに、軽食コーナーで焼きたて米粉パンや旬菜カレーなどを提供し、地域の憩いの場となった

【今後の展望】

経営拡大を追求するだけでなく、次世代に農業や農村地域の良さを伝え、地域では農家女性起業が進むべき方向性を示し、農家女性に夢を与える
地域や都市生活者などと信頼関係を構築し、地域農家の収入増を図るとともに、人や情報のネットワークを作り、地域の活性化を図る



米粉パン



陳列スペース



いずみのお母ちゃん

< 取組の概要 >

水耕栽培で生産したサラダほうれん草を、量販店、卸売市場、カット野菜工場へ出荷し、ヘルシーな野菜スープ製造に取り組む

障がい者を雇用する農場をネットワーク化し規模を拡大することにより、障がい者の就労促進に寄与する

【取り組むに至った経緯】

平成18年12月に設立され、農業生産法人認可(19年1月)、操業開始(同年10月)を経て、20年3月にココヨ株式会社の特例子会社として認定される

水耕栽培でサラダほうれん草を出荷しているが、協力農場を増やし規模拡大、加工食品の商品開発を目指している

【取り組む際に生じた課題】

食生活改善意識と実際の食習慣のギャップ
高単価でも良い商品を購入したいという販路の拡大

【生じた課題への対応方法】

商品開発は、他の会社と連携し、ココヨ健康管理室などの意見を聞きながら進めている
開発商品は、ココヨ本社等の食堂でテストマーケティングを行っている

【活用した支援施策】

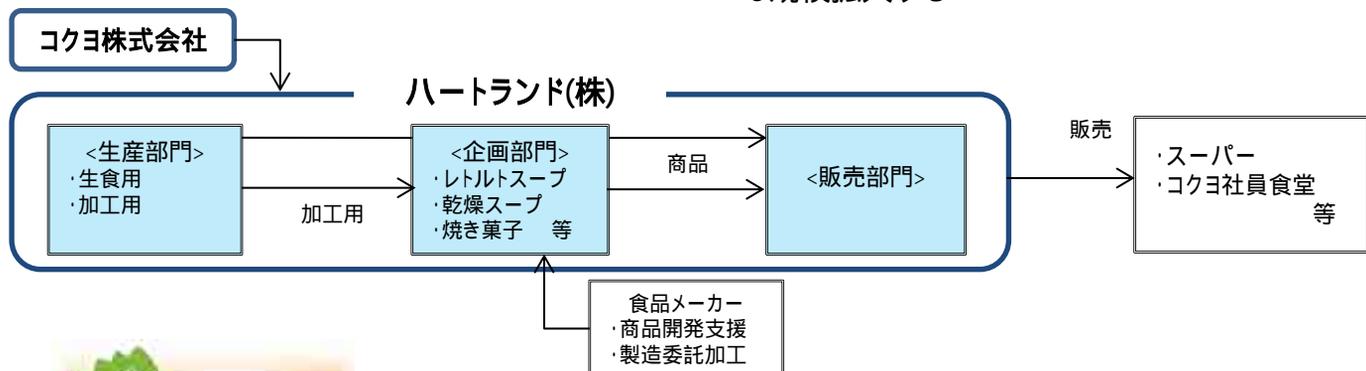
総合化事業計画認定(加工・直売)(H25)
6次産業化推進支援事業
(新商品開発)(H25)

【取組の効果】

自社及び協力農場で積極的に障がい者を活用し、雇用促進に寄与した
レトルトスープを開発し、ココヨ本社食堂等へ提供したほか、ココヨグループ会社とコラボして営業手土産として活用

【今後の展望】

レトルトスープの新商品、乾燥スープ、焼き菓子等を開発し、生活習慣改善の食事指導と関連させながら、社員食堂等で販売する
レトルトスープの種類を増やし、介護食としての販売を検討する
障がい者を雇用する協力農場をネットワーク化し規模拡大する



ハピアスミネストローネ



サラダほうれん草のハウス



ハートランドスタッフ

<取組の概要>

神戸市近郊の牧場で、放牧を基本に繁殖牛から搾乳牛まで約60頭のホルスタインを飼育。昭和60年から乳製品を開発し、製造販売
個人酪農家としては西日本で初めてチーズ作りに着手、日本人好みのカマンベールチーズ及びフロマージュ・フレ(生チーズ)を独自開発
チーズの新しい食べ方を紹介する提案型レストハウス内で、自家産乳製品及びハーブ、野菜を活用した料理を提供、食農教育にも取り組む
牧場ウエディング、コンサート等を開催し、都市住民との交流を図る

【取り組むに至った経緯】

昭和55年頃からの生乳生産調整や、周辺の都市化に伴い規模拡大が困難となり、乳製品の加工開発を開始
昭和62年、場内に提案型レストハウスを開業

【取り組む際に生じた課題】

開発当時、国内のチーズ加工はプロセスチーズのみであった為、ナチュラルチーズの製造・商品化に苦慮
前例がなかった為、資金確保に困難を極めた

【生じた課題への対応方法】

カマンベールチーズの生産現場を視察、乳酸菌入手・製法等独自研究

【活用した支援施策】

スーパーL資金(H18)
広域連携共生・対流等推進交付金(H20)
6次産業化推進整備事業(高湿度恒温庫、湿度冷蔵室)(H24)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

【取組の効果】

売上高 S60→H24 約5倍に増加
雇用者数(正社員) 3人(S60)→10人(H25)
年間来場者数 約2万5千人(H25)
牧場ウエディング 計110組(H25年現在)
カマンベールチーズ製造はフロマージュ・フレ開発に繋がり、レストハウスの開業、消費者や他業種との交流等、牧場の新たな方向性を広げた

【今後の展望】

持続可能な農業の研究・普及や啓発、農業をベースにしたセミナーや情報発信
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
都市型酪農において地域住民との共生や再生エネルギーという視点で、バイオガスプラントを試作・研究中



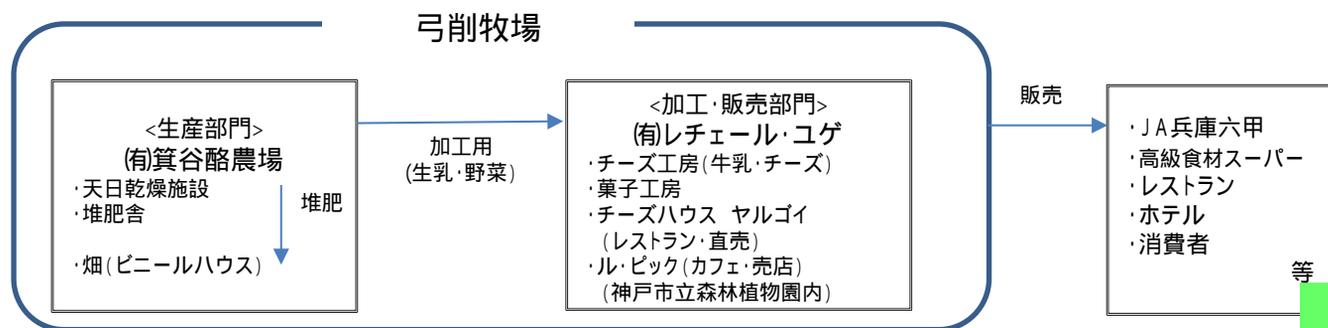
チーズハウス
ヤルゴイ



チーズフォンデュ



チーズハウス
ヤルゴイ内



< 取組の概要 >

しっかりとしたトレーサビリティが確立した播磨地域で育った野菜・ハーブに高品質野菜エキスを入れたパンや米粉パン、ドリンク、自然化粧品を商品開発し、新ブランド「播磨物語」として販路開拓。

姫路市夢前町の住民を中心に、機能性植物(栄養や病気の予防等の機能)を有機生産する協議会の発足。(播磨機能性植物有機生産協議会)

姫路市夢前町山之内地区を住民や地元企業と協力し、観光・宿泊・健康が学べる場として地域活性化。

【取り組むに至った経緯】

姫路市山之内地域は、林業と農業の盛んな地域であったが、現在は地域の主産業であった林業が不振で従事者も非常に少なく、農業も従事者が高齢化し、耕作放棄地も非常に多くなってきた

また、平成22年に山之内小学校が廃校になり、限界集落に近い状態であり、新たな地域活性化が必要と考えた。

【取り組む際に生じた課題】

- 高品質の原料の確保
- 国内・海外の販路の確保
- 内容量やパッケージ、商品価格の決定

【生じた課題への対応方法】

新商品を開発し、その原料を播磨機能性植物有機生産協議会において生産していただく。パン、ケーキ、スイーツ、ドリンクや植物原料をベースに作られた自然化粧品を開発・製造し、京阪神の有名百貨店などの直営店での販売を行う。

国内だけでなく海外へも目を向け、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に適合するハーブを生産する事を目標。販路開拓の為、世界最大級のオーガニック展示会BioFachに出展。市場調査を行う。

【活用した支援施策】

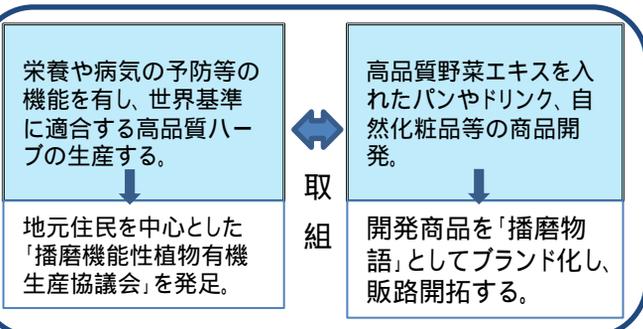
- 総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
- スーパーL資金
- (関連商品販売施設整備)(H22)
- 農業改良資金(加工施設の設置)
- 6次産業化推進支援事業(H23)

【取組の効果】

- 売上高 7千万円(H13) 1億6千万円(H24)
- 直営店 1店舗(H13) 3店舗(H24)
- 雇用者数 5名(H13) 24名(パート含む)(H24)
- 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】

- 機能性に着目した食品・化粧品の開発
- 国内・海外への販路開拓



地域住民や地元企業と協力した地域活性化。
(写真は、廃校となった山之内小学校を利用した新たな加工施設)



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。



<取組の概要>

農薬を削減し自らが生産するイチゴ「ゆめさき苺」のもぎとり体験
「ゆめさき苺」を使ったケーキやアイス、自らが生産する米粉を使ったワッフルなどが味わえる直売所の開設

【取り組むに至った経緯】

平成27年に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が計画され、新たな地域活性のチャンスと考えた
冬期の集客や観光及び菓子製造企業との連携を有効なアイテムとして考えた

【取り組む際に生じた課題】

ロス率の低減方法
体験の受け入れと販路確保
イチゴの保存と加工方法

【生じた課題への対応方法】

農薬低減の機器設置、IPM農法(環境や安全性を配慮し、生物的防除・耕種的防除を組み合わせた管理)の実施
イチゴの冷凍保存によるロス率の低減、アイス製造メーカーとの連携

【活用した支援施策】

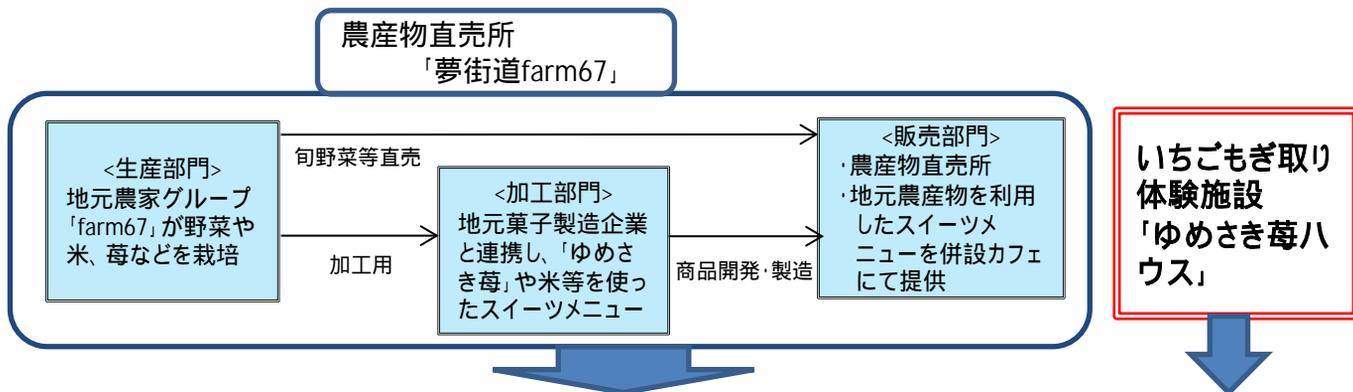
総合化事業認定(加工・直売)(H23)
農村活性化プロジェクト(H24~25)
農業改良資金(イチゴハウス)(H24~25)
スーパーL資金(直売所)(H25)

【取組の効果】

イチゴ栽培面積
0.14a(H23)→11a(H24)→33a(H25)
雇用者数(イチゴ、直売所)
0名(H23)→1名(H24)→8名(パート含)(H25)
来場者数
80人(H23)→1,620人(H24)→5,000人(H25予測)
売上高(イチゴ、直売所)
20万円(H23)→703万円(H24)→7,500万円(H25予測)

【今後の展望】

農産物を利用したスイーツの開発
年間を通じた体験型農業の開発
直売所を中心とした新たな農産物流の構築



年間を通じた体験型農業を行うことにより、直売所を中心とした新たな農産物の流通を構築し収益の向上を図る



直売施設「夢街道farm67」



ゆめさき苺を使ったスイーツ



ゆめさき苺ハウス

< 取組の概要 >

地域農業振興の戦略作物である青ネギの生産拡大及びカット加工の内製化と販売機能の形成

【取り組むに至った経緯】

平成11年に地域の有志農家にて加工向け根切ネギの生産開始
平成21年五條市青ネギ生産組合を設立
平成24年法人化により株式会社五條市青ネギ生産組合を設立、本格的な6次産業化事業をめざす

【取り組む際に生じた課題】

収穫物の調整・保管・出荷ラインの強化
カットネギ生産工場としての機能形成
苗生産と端境期の切れ目のない基盤の確保

【生じた課題への対応方法】

皮むき調整機、冷蔵庫、スライサー等の導入
積雪対応ハウスの整備
端境期の下支えと重負担作業に対する生産サポート体制

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工)(H23)
スーパーL資金(ハウス施設)(H24)
6次産業化推進整備事業
(カット工場)(H24)

【取組の効果】

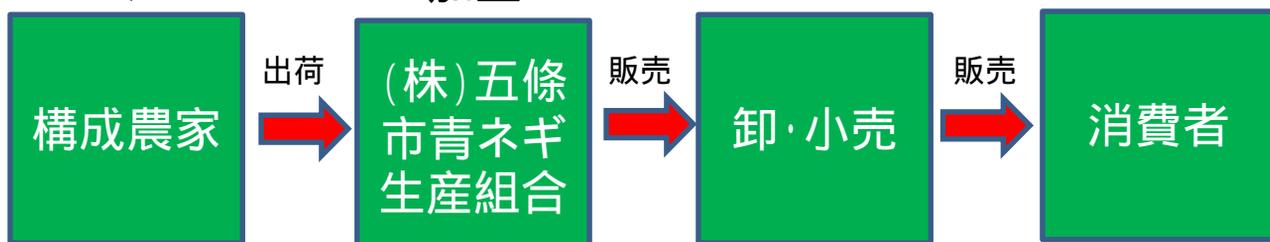
売上高 2千9百万円(H23)
6千6百万円(H25)
構成農家 22人(H21)
32人(H25)

【今後の展望】

担い手となる農業者の育成
新たな就農者の受け入れ

< 生産 >

< 加工 >



青ネギ生産圃場



選別・トリミング



バック詰め

< 取組の概要 >

奈良県、和歌山県、三重県を中心に西日本の農業者とネットワークを形成し生産・加工・販売〔(有)王隠堂農園、(有)大紀コープファーム、農事組合法人美吉野農園組合、(有)御浜天地農場、(株)パンドラファームグループ、(株)オルト、(有)農悠舎〕

消費者に安心・安全を届けることをモットーに有機肥料、減農薬栽培の実践

【取り組むに至った経緯】

昭和40年代に先代から農業を継いだ頃、脱農薬栽培を模索し始めた

昭和59年に組織化し、農産物の販売のみならず、梅干しなどの加工製造を開始

平成8年に株式会社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

平成18年には、築150年の古民家を改良し、自然あふれる中で、自家農園の旬の野菜を使用した創作山村料理が味わえるレストランを展開

【取り組む際に生じた課題】

生産者ごとの農産物のばらつきを解消すること

【生じた課題への対応方法】

組織化による肥培管理や品質管理の徹底

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定

(H24株式会社パンドラファームグループキャベツ部会「リレー出荷」)(H24有限会社王隠堂農園「加工」)

6次産業化推進整備事業

(H24株式会社パンドラファームグループキャベツ部会「冷蔵施設整備」)

(H24有限会社王隠堂農園「食品乾燥機整備」)

【取組の効果】

売上高 2億円(昭和60年)

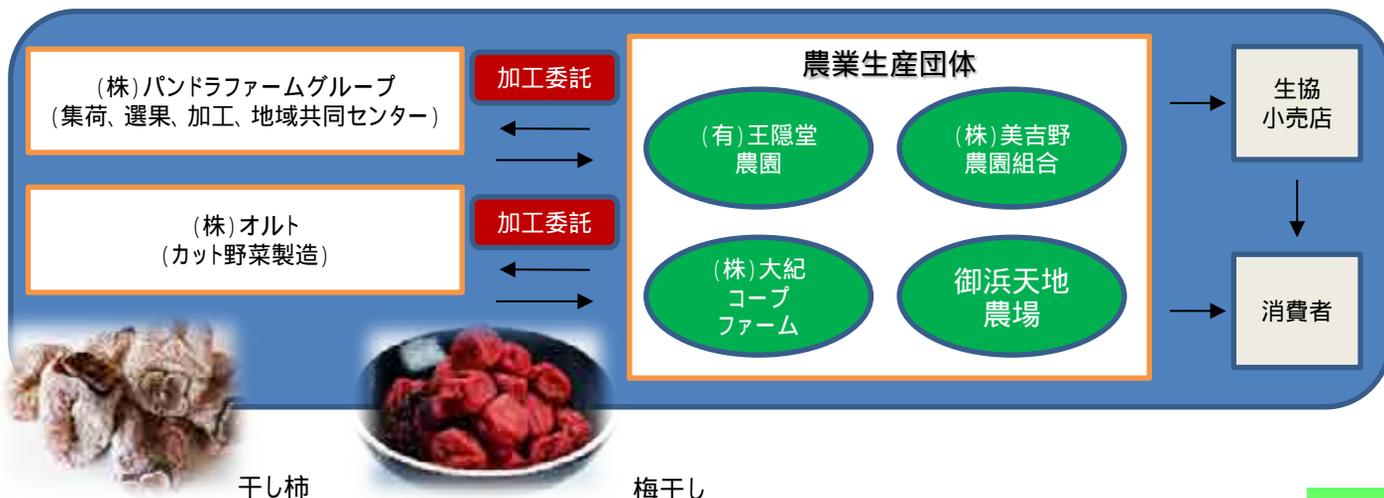
60億円(平成24年:グループ全体)

構成農家 20人(昭和60年)

約400人(平成24年:グループ全体)

【今後の展望】

生産協同組織として国内の食料自給率向上に貢献



< 取組の概要 >

JAわかやま管内で生産された農産物(ウリ、しょうが、ブルーベリー、みかん、梅、桃、いちじく、大根)を使って、加工品の製造
JAの直売所や量販店等での農産加工品の販売

【取り組むに至った経緯】

管内農産物を使うことにより、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年に農産加工所をリニューアルし、製造、販売を開始

【取り組む際に生じた課題】

ウリなど原材料の安定確保
販売先のさらなる拡大
新たな商品開発

【生じた課題への対応方法】

管内農家と、農産物の契約栽培を行うことにより、安定的に確保
地域(自治会)や商工会議所と連携
ジンジャーパウダーや乾燥大根を商品化

【活用した支援施策】

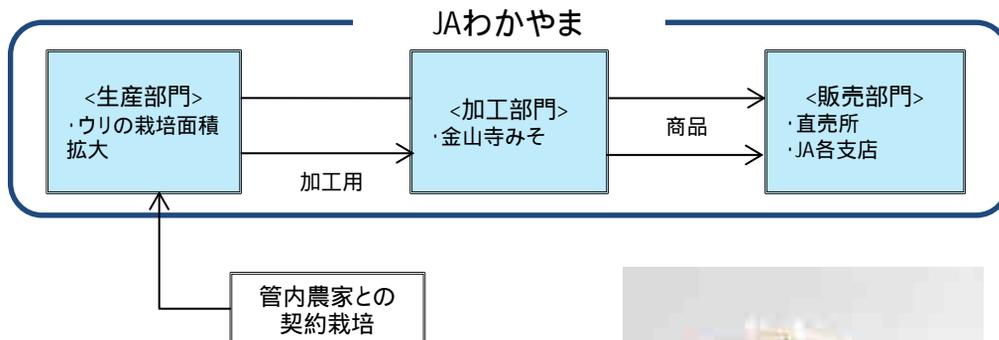
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業(加工施設)(H24)

【取組の効果】

売上高 826万円(H23) 1,200万円(H25)
商品製造量 6t(H23) 9t(H25)
雇用者数 15名(H23) 19名(パート含む)(H25)

【今後の展望】

新たな販売先を拡大し、加工品の生産量増加を目指す
管内で生産されたしょうがや野菜を原料に生産した乾燥野菜や味噌等加工品を、さらに2次加工しての新商品開発を目指す



金山寺みそ商品



< 取組の概要 >

平成11年に直売所「きてら」を立ち上げ平成15年に新店舗に移設、加工所を併設し6次産業化に取り組み、平成18年に(株)きてらとして法人化

平成19年に(株)秋津野が誕生、地元の廃校舎を改装しグリーンツーリズム施設「秋津野ガルテン」をオープン(H20)

【取り組むに至った経緯】

地域作りの延長線上で「地産地消」「地域交流の場」として地元住民31名が出資をして直売所を立ち上げる

地元住民や支援者の出資により廃校を改装し宿泊施設や農家レストランを整備

【取り組む際に生じた課題】

商品の売り上げの伸び悩み

新商品開発

都市と農村の交流

【生じた課題への対応方法】

地域住民の意見を取り入れ地域産品を詰め合わせた「きてらセット」を販売し売り上げを伸ばす「俺ん家ジュース倶楽部」を立ち上げ、加工を始める

地域をあげて日本型グリーンツーリズム事業を開始

【活用した支援施策】

農山漁村活性化プロジェクト交付金

(農林水産省 H20)

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

【取組の効果】

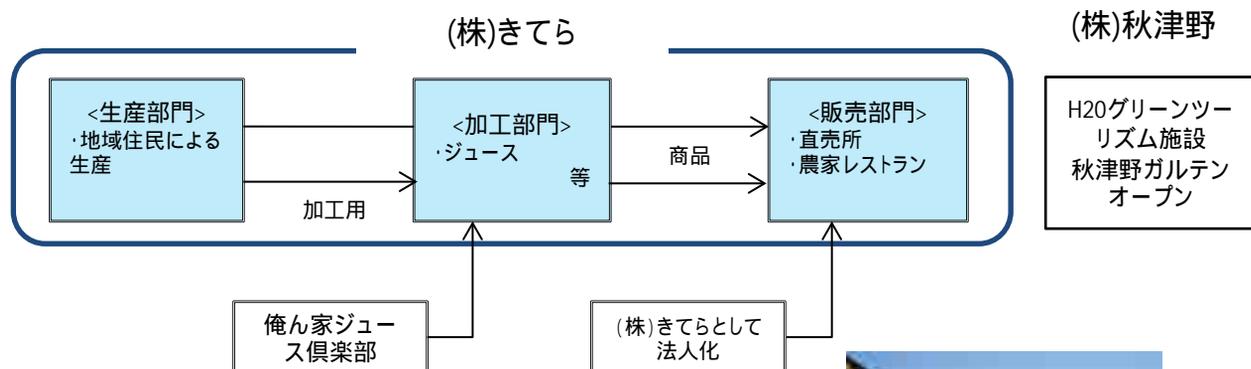
売上高 1,050万円(H11) 1億5千万円(H24)

年間交流人口 約12万人(H24)

【今後の展望】

地域資源をフル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

これまで以上に消費者との交流を深めグリーンツーリズム事業を推進、農商工連携による6次産業化事業の推進を図る



地元の廃校舎を改装した
グリーンツーリズム施設



< 取組の概要 >

平成16年度から高品質なみかんを用いたジュース・ジャム・ゼリー等の加工事業を展開

平成21年度から実需者と連携しての高級品販売戦略により、経営規模の拡大等を実施

平成25年度からボリュームゾーンとなる日常品の商品開発により、更なる経営規模の拡大

【取り組むに至った経緯】

昭和43年以降、みかんは生産過剰で販売単価が低迷し、晩柑類を試すも大きな成果が上がりず。

昭和54年に地元農家7戸で早和共撰を立ち上げ、平成12年農業生産法人設立。

【活用した支援施策】

生産振興総合対策事業

(H14農林水産省)

広域連携アグリビジネスモデル支援事業

(H21農林水産省)

総合化事業計画認定(加工・直売)(H25)

【取り組む際に生じた課題】

販路の開拓

生産面の充実

新たな商品開発

【取組の効果】

売上高 2千万円(H15) 4億7千万円(H25)

雇用者数 9名(H12) 32名(パート含む)(H25)

【生じた課題への対応方法】

商談会等への出展や社員全員で試飲や試食販売を実施。

平成23年度よりIT企業と連携してのICTシステムによるみかん栽培。

日常品のニーズにあう価格帯での商品開発。

【今後の展望】

みかん直営農場の拡大に加え、JAと連携の上、地域ブランドであるみかん販売を拡大し、雇用拡大や地域農業の発展。

海外への販路拡大。



みかん加工品

加工・直売・
レストラン

自社生産する低グルテリン米を医療給食に活用し、古民家レストランでの健康食普及、提供事業
株式会社さとに医食同源(鳥取県鳥取市)

< 取組の概要 >

農・医連携のむらづくりを進め、自社生産の低グルテリン米を活用した健康食メニューを開発し、医療給食に活用するほか、古民家レストランでも提供
レストランで低グルテリン米を活用したレシピの開発、地場産食材を使った料理教室等食育による誘客の取組



【取り組むに至った経緯】

集落営農の流れの中で、「低グルテリン米」づくりを開始。
安定的な生産確保のための法人化と、近隣農地の集積。
家族皆で食べれるメニュー開発と普及の実践道場として古民家レストラン開設。

【取り組む際に生じた課題】

「低グルテリン米」の品種の選定と試験栽培。
転作作物の生産・販売戦略(農地集積拡大への対応)。
健康食メニューの検討と提供方法。

【生じた課題への対応方法】

大学とのコラボにより古民家を農家レストランに再生。
県の支援で食味のよい低グルテリン米を育成、「さとに医食同源米」としてブレンド米を商標登録。
転作作物(白ネギ等)の積極的導入。
専門医や管理栄養士・調理師とともにメニュー開発。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工、直売)(H23)
県補助事業(米生産機械・施設)(H24)
農業改良資金(米生産機械・施設)(H24)

【取組の効果】

売上高2,900万円(H23) 4,500万円(H24)
低グルテリン米栽培面積
24.5a(H23) 113a(H24)
雇用者7名(H23) 12名(パート含む)(H24)

【今後の展望】

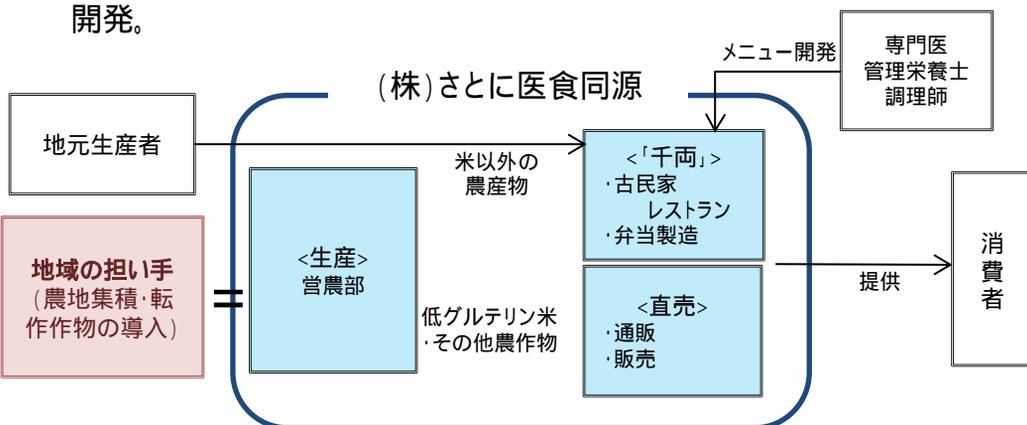
農産品の自社ブランド化と販売戦略。
機能性に着目した健康食品の開発。
古民家レストランの利・活用。
地域の農家と連携し米以外の農作物も健康メニューとして提供。



古民家レストラン
さとに「千両」



地域の担い手として活動



自社ブランドの「天美卵(てんびらん)」を活用した「新・鳥取みやげ」の創造事業

有限会社ひよこカンパニー(鳥取県八頭町)

< 取組の概要 >

平飼い鶏の「天美卵」を活用した、鳥取を代表する「おしゃれで、おいしい」お土産品となる新商品を開発・製造
卵を使ったスイーツの開発とともに販売チャネルを増やす



【取り組むに至った経緯】

こだわり飼料による平飼いで生産した朝採り卵を「天美卵」として自社ブランド化。
法人化を行い、通信販売の本格実施と直売所を整備。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業(加工施設等)(H24)
6次産業化総合支援事業費補助金(単県)(カフェ・レストラン)(H24)
日本政策金融公庫(生産施設)(H24)

【取り組む際に生じた課題】

高付加価値の卵の販売方法
消費地からの距離による集客力への不安。
顧客の増加による生産量の不足。

【取組の効果】

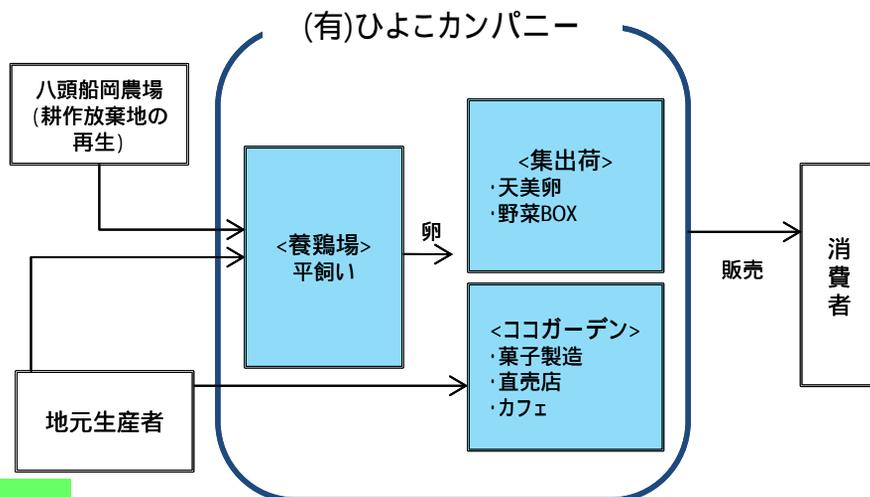
平成20年度 平成25年度約3倍の売上高
養鶏場を4棟増床し1万2千羽の増羽
雇用者数30名(H20) 65名(H25)
来店者数 約10万人(H25)
地元生産者らとの連携

【生じた課題への対応方法】

販売の99%がお客様への直接販売。
直売所の建設とカフェガーデンの併設。
卵を無償で配布し、ファンを増加。
「平飼い」による養鶏場の増床。

【今後の展望】

地元生産者との連携による地域活性化。
「大江の郷」を農業テーマパークによる観光地化
日本一笑顔の集まる牧場へ



< 取組の概要 >

減農薬栽培を主体としたぶどう栽培
国産原料100%の高品質本格ワインの製造・販売と地産地消を主としたレストランの展開



【取り組むに至った経緯】

昭和60年頃に木次町内の有志4名で有機ぶどうの栽培を開始。
平成2年に有限会社奥出雲葡萄園を設立、平成4年から果実酒の製造、販売を開始。

【活用した支援施策】

山村振興等農林漁業特別対策事業(H10農林水産省)
農商工連携施設整備事業(H20農林水産省)
地域産業資源活用事業(H20経済産業省)

【取り組む際に生じた課題】

ぶどう栽培、ワイン製造に関する知識及び技術の不足。
これまで経験のなかったサービス業としての苦労。

【取組の効果】

雇用数1人(H2) 14人(H25)
ぶどう栽培面積の増加
約1ha(H2) 約4ha(H25)
(H25は、自社農場3ha、契約農家8戸1ha栽培)
ワイン生産本数の増加
約1万本(H4) 約5万本(H25)

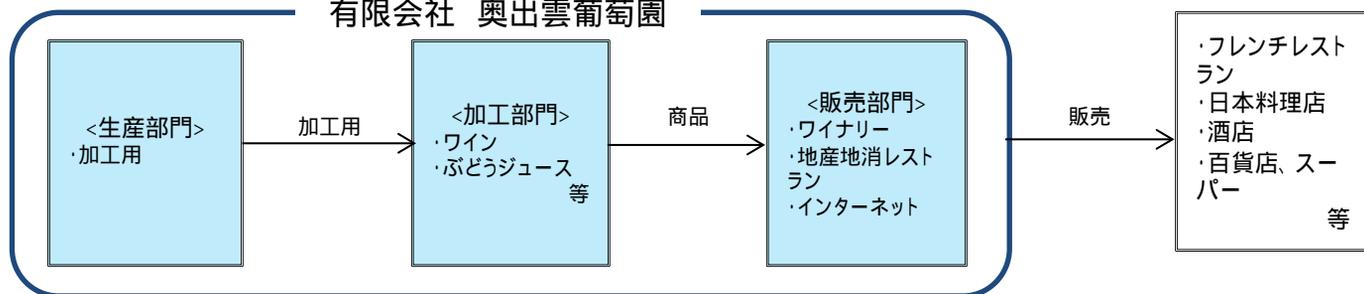
【生じた課題への対応方法】

世界的にスタンダードなワイン用ぶどう品種を導入し、基本に忠実な高品質ワインを製造。
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。

【今後の展望】

限られた生産量のため、より付加価値を高めた製品の生産。
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、ワインの直売販路を拡大。

有限会社 奥出雲葡萄園



ぶどう畑の様子



国産原材料100%のワイン

< 取組の概要 >

平成18年に建設業から農業へ新規参入し、農業部門「(株)奥出雲中村ファーム」を設立したことによる雇用者の増加

「安全・安心・安定」こだわって生産した有機農産物(えごま、とうがらし)を使用し、機能性食品等の加工品製造を行い、「奥出雲ブランド」として販売

【取り組むに至った経緯】

公共事業減少により、建設業から新規事業である農業へ参入

今後の高齢化社会を考え、えごまに含まれる“オメガ3脂肪酸”を利用した機能性食品開発の必要性に着眼

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の「いいもの&ローカルブランドコレクション2008」への出品

【取り組む際に生じた課題】

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

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

開発した新商品を利用した料理レシピの不足

【生じた課題への対応方法】

えごまの単収増加を目的とした県への品種改良及び栽培技術確立の依頼

えごま専用コンバインの開発依頼

【活用した支援施策】

企業参入・連携支援事業(H21島根県)

建設産業新分野進出促進事業(H21島根県)

【取組の効果】

雇用者の増加(臨時雇用を含む)

3名(H18) 12名(H25)

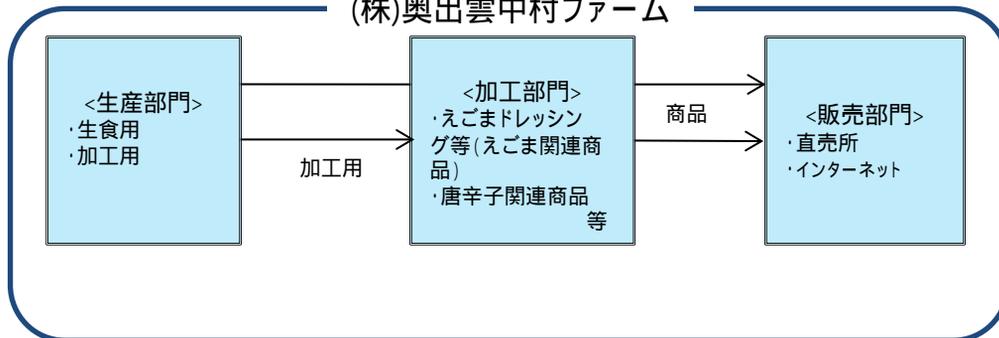
地域を巻き込んで、「奥出雲ブランド」としての商品販売

栽培面積の拡大による耕作放棄地の減少(建設業者3社で約40haの耕作放棄地を解消)

【今後の展望】

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

(株)奥出雲中村ファーム



えごまの圃場



えごま関連商品



唐辛子関連商品

< 取組の概要 >

平成15年に造園業から農業参入を行い、循環型農業による茶の生産を開始
平成24年に六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定を受け、
有機JAS認証商品の製造、販売を開始

【取り組むに至った経緯】

平成15年、耕作放棄地の再生、地域農業の再構築を目指し、農業に参入。
有機JAS取得による、農産物の高付加価値化。

【取り組む際に生じた課題】

茶園の土壌状態のバラツキによる茶葉の生育不均衡。
収穫作業時間の長大化。
茶製品価格の低迷。

【生じた課題への対応方法】

植物性堆肥を施用し、圃場管理を行うことによる、収穫物の均一化。
収穫機械の導入による、労働時間の短縮。
有機JAS認証の工場整備による商品の有機JAS認証。

【活用した支援施策】

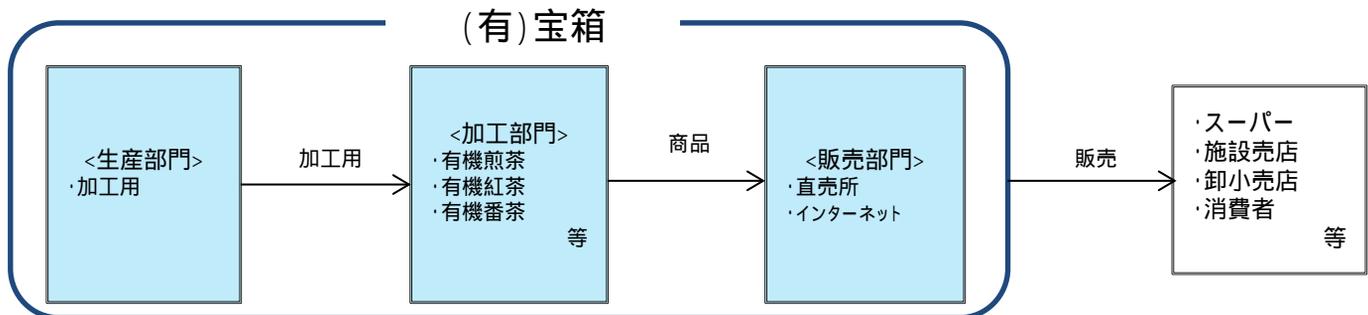
がんばる島根農林総合事業(H16 島根県)
耕作放棄地再生利用交付金(H21 松江市)
6次産業化推進整備事業(H23 食流機構)

【取組の効果】

雇用者の増加 4人(H15) 9人(H25)
栽培面積増加による耕作放棄地の減少
栽培面積...0.4ha(H15) 6.2ha(H25)
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】

栽培面積を拡大し、生産量を増やし、販売先の開拓。
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。
茶以外の取組として、自社製品の「あんぼ柿」を使用した新商品の開発。



茶の生産圃場



有機JAS認証の工場

総合化事業計画の認定
による開発商品

「あかおにもち」等の赤米を活用した特産品の開発、販売やイベント開催で地域活性

レッドライスカンパニー株式会社(岡山県総社市)

< 取組の概要 >

自社で栽培した赤米や岡山県育成品種「あかおにもち」を使用した特産品の開発、製造、販売
 総社地域の赤米産地化とイベント等開催による赤米の知名度向上で地域農業の活性



赤米と備中国分寺

【取り組むに至った経緯】

地元を離れた学生時代に、都市部での「地元」の知名度の低さにショックを受ける。
 「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、それを活用した6次化商品の開発、販売に取り組む。

【取り組む際に生じた課題】

新規就農のため、赤米栽培の技術面や農機具の調達等に苦慮。
 人手不足により赤米生産や商品製造が販路先からの要望に追いつかない状況。

【生じた課題への対応方法】

岡山県普及センターの指導による「あかおにもち」等の赤米栽培の技術向上。
 従業員の雇用による需要に応じた商品製造の確立。

【活用した支援施策】

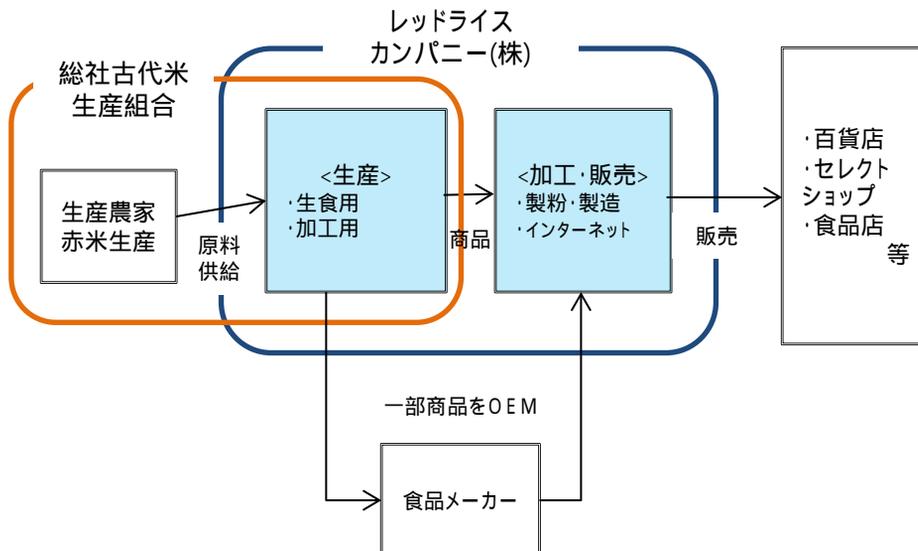
総合化事業計画認定(加工)(H24)
 6次産業化推進整備事業(加工施設)(H24)
 6次産業化推進事業(新商品開発)(H24)

【取組の効果】

米栽培面積 0.35ha(H23)→1ha(H25)
 家族経営から新たに従業員1名を雇用(H26)
 赤米の田植え体験等の開催で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向上。

【今後の展望】

雇用拡大により、赤米生産の強化や安定した商品の開発、製造、販売の確立。
 更なる赤米の話題性作りにより知名度アップ、定着化。



商品の「赤米塩糰子」

< 取組の概要 >

自社栽培した酒米「山田錦」を使用し、「オーガニック
日本酒」等の日本酒の開発、製造、販売を展開
常温保管可能な商品を開発することでチルド配送を解
消し、国内外での販路拡大



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、原料である米にこだわりを追求。
平成15年「鴨方町酒米栽培振興特区」に認定され、酒造会社として自ら酒米の栽培開始。

【取り組む際に生じた課題】

酒造会社が自らの農地を確保することに苦慮。
発泡日本酒のため、瓶に充填する際のガスの処理に苦慮。

【生じた課題への対応方法】

町外での農地確保と拡大。
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。

【活用した支援施策】

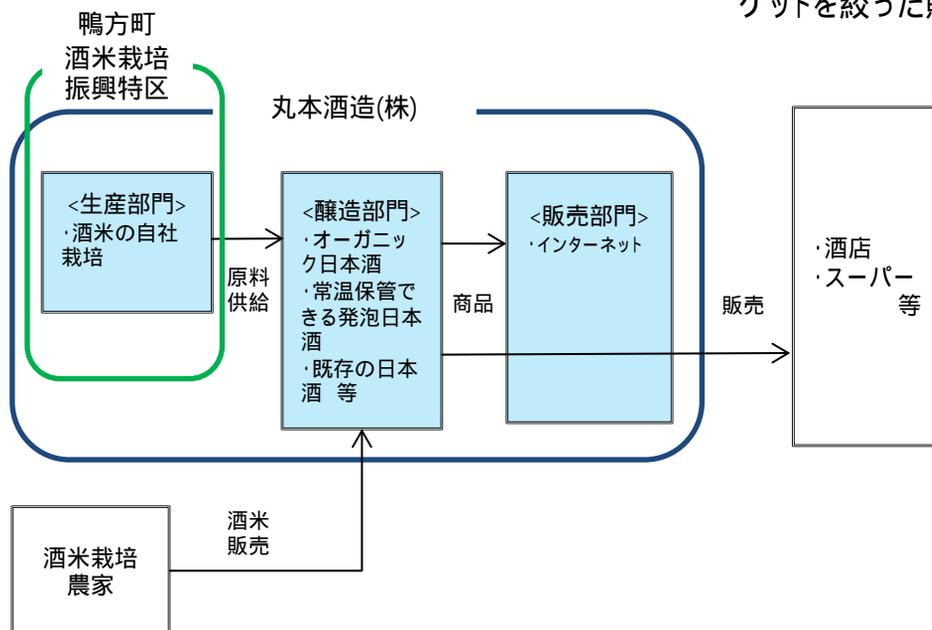
総合化事業計画認定(加工・直売・輸出)
(H23)
6次産業化推進整備事業(充填機)(H23)
6次産業化推進事業(新商品の販路開拓)
(H24)

【取組の効果】

自社生産した酒米で日本酒製造が可能。
新商品の売上高 0円(H22)→1,200万円
(H25)
米栽培面積 1ha(H22)→11ha(H25)
雇用者数 22名(H22)→23名(H25)

【今後の展望】

スパークリング商品のブームを追い風に販売
展開。
発泡日本酒、オーガニックの商品などター
ゲットを絞った販売展開。



常温保管できる
発泡日本酒

< 取組の概要 >

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
平成22年4月に自社商品の直販ショップと見学できる醸造施設をオープンし、年間6万人が来店



ひるぜんワイナリー

【取り組むに至った経緯】

昭和56年から旧川上村(現真庭市)の村おこしとして、当時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。
自社商品の販売が軌道に乗り、平成22年直販ショップ兼ワイナリーを新設。

【活用した支援施策】

地域資源活用促進計画認定(加工)(H19)
地域資源活用売れる商品づくり支援事業(商品開発)(H19)
農山漁村活性化プロジェクト支援交付金事業(加工施設)(H21)

【取り組む際に生じた課題】

野生の山ぶどうを活用したため、個体差が大きく、生産の安定化を図ることが困難。
「山ぶどうワイン」単一商品での経営では、所得向上を図ることが困難。

【取組の効果】

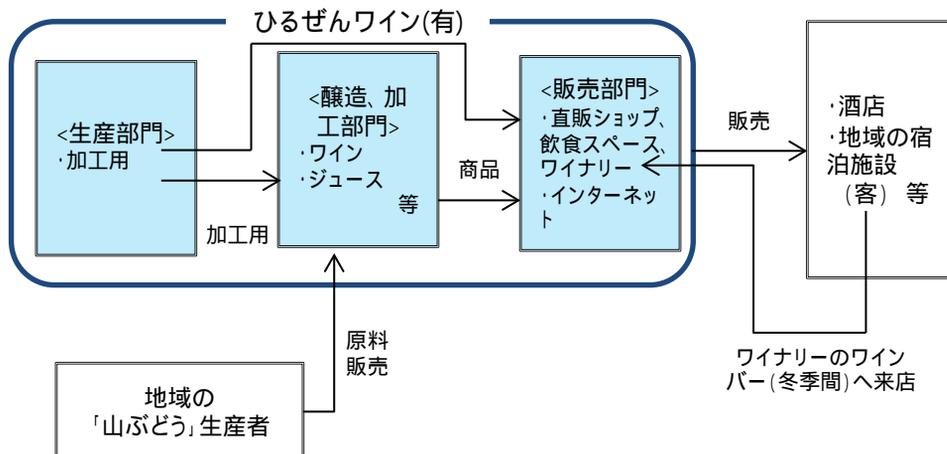
自社栽培面積 1ha(S56)→約2ha(H25)
契約栽培面積 0ha(S56)→約5ha(H25)
従業員 4名(H6)→12名(H26)
売上高 2,200万円(H6)→1億1,000万円(H25)
ショップオープン時の目標来店数2万人/年を初年度から大きく上回り、H25年度は6万人を突破。

【生じた課題への対応方法】

事業開始から10年間、1,000本の木の生育データを取り、成績の良い3本を選抜・育苗し、生産性の向上。
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向上。

【今後の展望】

ワイン専用品種の生産を新たに開始し、ワインのラインナップを増やす。
地域の異業者と連携し、「蒜山」の魅力をさらに多くの人にPR。



ワイン等の商品



栽培している「山ぶどう」

6次産業化の連携を町全体で取り組む

加工・直売・
レストラン

世羅高原6次産業ネットワーク(広島県世羅町)

< 取組の概要 >

68団体のネットワークで各種イベントの開催、新商品開発、直売所での販売、都市と農村の交流を図ることにより地域活性化。

【取り組むに至った経緯】

個々の観光農園や直販農園では集客力が弱いため、地域で連携した6次産業化で求心力を高めた。

平成11年に「世羅高原6次産業化ネットワーク」を設立。

【取り組む際に生じた課題】

ネットワーク会員の人材育成。
農畜産物加工品の量産化と地域ブランド化。
販売商品の種類が少ない。

【生じた課題への対応方法】

研修会の開催。
地域ブランド化支援事業の活用。
伝統野菜の栽培や新商品開発で多彩な品揃え。

【活用した支援施策】

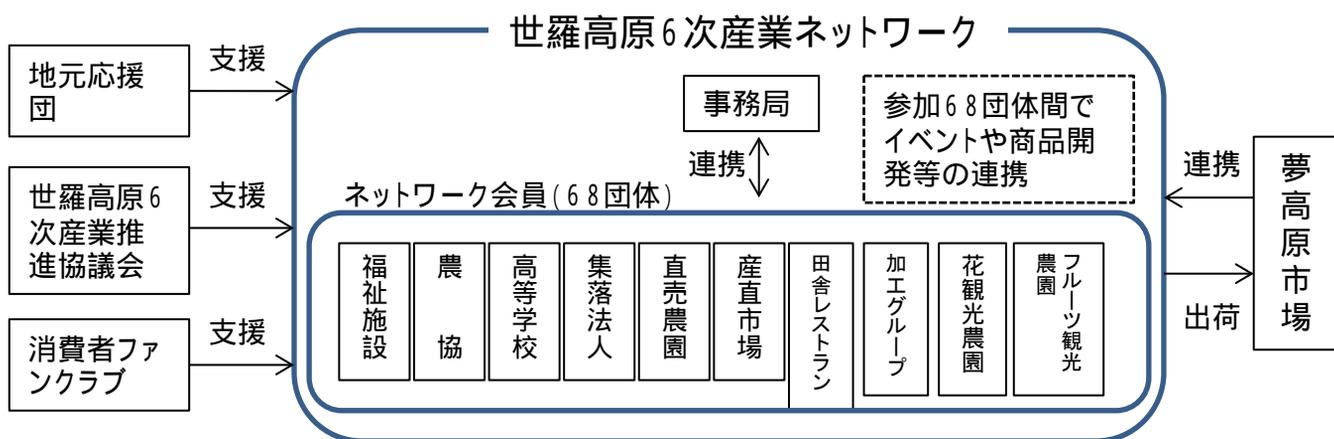
食品地域ブランド化支援事業(地域ブランド化、商品開発、見本市出展)(H20~22)
世羅農業経営ソリューションパワー創造実践事業(研修会、商品開発等)(H23)
食と地域の交流促進集落活性化対策(研修、メニュー開発等)(H24)等

【取組の効果】

ネットワーク会員の売上高
16億円(H21) → 22億円(H24)
施設等の来客数 約107万人(H24)

【今後の展望】

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で町全体の農村公園化を目指す。



イベント会場内風景



イベント風景



農産物の直売

< 取組の概要 >

平成17年度から牧場内でジェラート製造販売を開始、現在ミルクカレーなど多数の新商品を開発、レストランを併設し販売中。

体験学習やイベントを積極的に行って地域の活性化へ貢献



【取り組むに至った経緯】

家族経営の酪農では将来の経営に不安があったため、平成8年牧場の規模拡大及び雇用型酪農へ転換、平成10年に法人化を図る。平成17年から経営の多角化と消費者交流を目的としてジェラードショップを開店した。

【取り組む際に生じた課題】

体験学習や観光牧場、イベントによる来客数増加で受入施設が狭いことや、商品製造のための人材不足。
販売商品の品数が少ない。

【生じた課題への対応方法】

雇用者数の増員と生産体制の強化で対応。
加工場・レストランの増設、新商品の開発。



【活用した支援施策(補助事業等)】

過疎地域小規模企業活動支援モデル事業 (H20 広島県)

農業主導型6次産業化整備事業(H22)
(加工施設・レストラン)

総合化事業計画認定(H23)

6次産業化総合推進事業(H23)(新商品開発)

【取組の効果】

売上高 1億6,600万円(H22)
1億7,800万円(H24)

雇用数 9人(H22) 14人(パート9含)(H24)

搾乳頭数 140頭(H22) 100頭(H25)

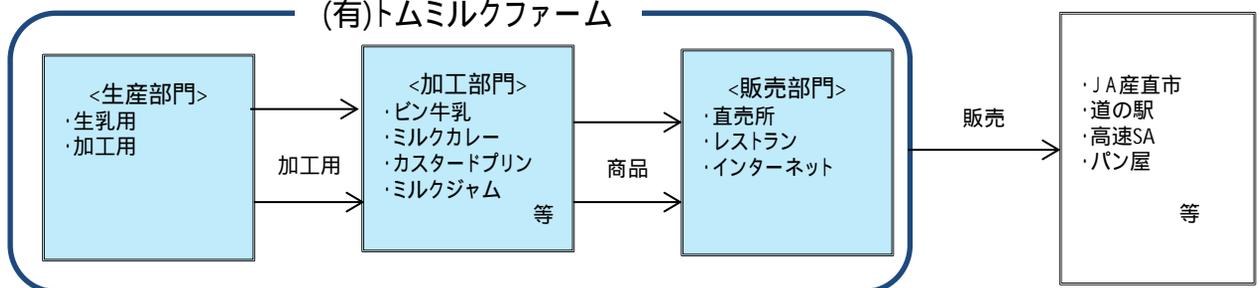
来客数 45,000人(H21) 50,000人(H25)

【今後の展望】

リピーター客の確保でより安定した経営

地域ネットワークとの連携強化で地元豊栄町をアピール

(有)トムミルクファーム



< 取組の概要 >

自ら生産する米を活用して米粉パン、米粉フルーツパイ、米粉ピザの開発・製造

直売施設の設置により、近隣観光地を訪れる観光客等へのPRによる新たな販路の拡大

【取り組むに至った経緯】

自家生産した米を味噌やもちに加工・販売していたが、米粉を活用した新商品の開発などを行い、加工部門の拡大と農業経営の安定化を図った。

【取り組む際に生じた課題】

米粉を活用した新商品の開発。
直売施設等の整備。
新商品販売のための販路の拡大。

【生じた課題への対応方法】

米粉セミナー等への参加、6次産業推進地域支援事業の活用。
広島県の補助事業の活用。
農産加工品直売施設の開設による販路の拡大。

【活用した支援施策】

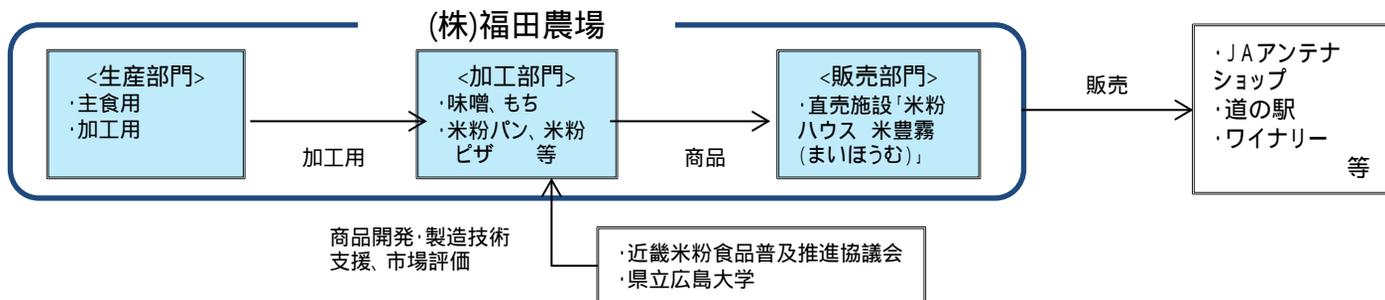
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
担い手経営強化モデル事業(直売施設)(H24)
6次産業推進地域支援事業(新商品開発等)(H24)

【取組の効果】

加工品の売上高 500万円(H22)
→ 1,600万円(H25)
雇用者数 4名(家族経営)(H22)
→ 11名(パート含む)(H25)

【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。
加工部門を強化し、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。



直売施設内



棚に並ぶ米粉パン



カスタードとチョコレート

< 取組の概要 >

周防大島町で生産された四季折々の果実を使ったジャム、フルーツソース等の開発・製造・販売

直売店、百貨店等での販売の他、直売店に併設されたカフェでジャム等を活用したメニューを提供

【取り組むに至った経緯】

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。

平成16年にジャム専門店として開業。自ら原材料の生産にも取り組み、平成23年には法人化。

【取り組む際に生じた課題】

ジャム製造に係る知識の習得。
観光客の減少する冬季の売上確保。

【生じた課題への対応方法】

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独学で学ぶ。

冬でもおいしく食べられる「焼きジャム」の開発・販売。

季節便制度を取り入れた年間販売の仕組みづくり。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売・レストラン)
(H25)

【取組の効果】

売上高 1,500万円(H20) → 6,000万円(H25)

ブルーベリー等栽培面積

8a(H20) → 34a(H25)

雇用者数

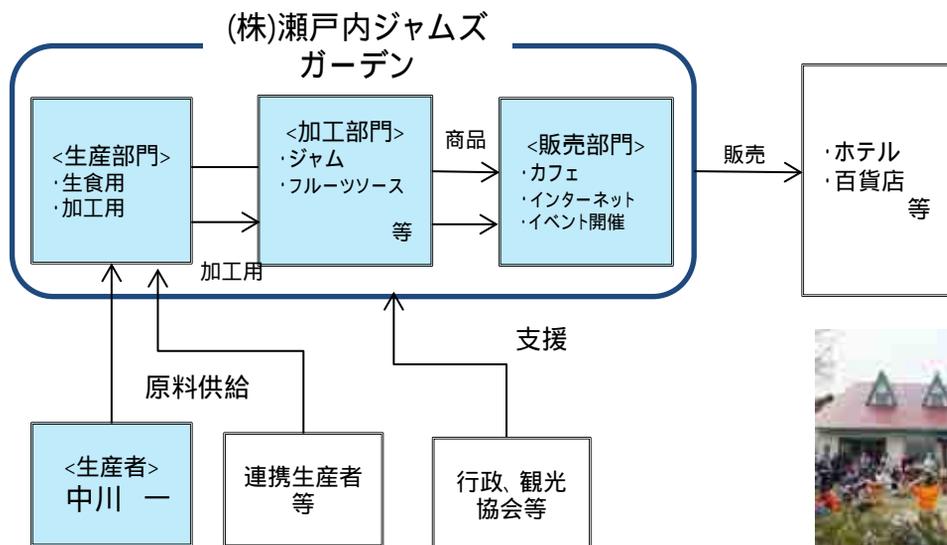
4名(H20) → 22名(パート含む)(H25)

【今後の展望】

総合的な農園型テーマパークへの移行。
(耕作面積を増やし栽培果実種類を増加させるとともに観光農園化するなど)

地域特性を活かした新商品の開発。

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。



ジャム



主催イベントの様子



加工風景

< 取組の概要 >

自ら生産した菌床椎茸を活用した新商品(乾しいたけ、椎茸の辛子漬け等)の
開発・製造・販売

インターネット通販をはじめとする販路拡大にも取り組み、新たな地域ブランド
として確立

【取り組むに至った経緯】

精密機械の組立・加工会社が、社員の雇用確保のため農業分野に進出。

平成23年からコンテナ型保冷庫を導入し、菌床椎茸栽培を開始。

【取り組む際に生じた課題】

規格外品等を用いた加工品の開発と加工所の準備。

販売体系の確立と地域ブランドとしての認知度アップ。

【生じた課題への対応方法】

旧工場事務所を食品加工所へ改装し、加工品アイテムを3種類アップした。

販売体系を委託販売を主流に開拓し、独自の加工品比率を割り出し製造。また、企画提案型の営業により、知名度を上げながらスーパーとの直接取引を拡大。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)

【取組の効果】

売上高 約700万円(H24)

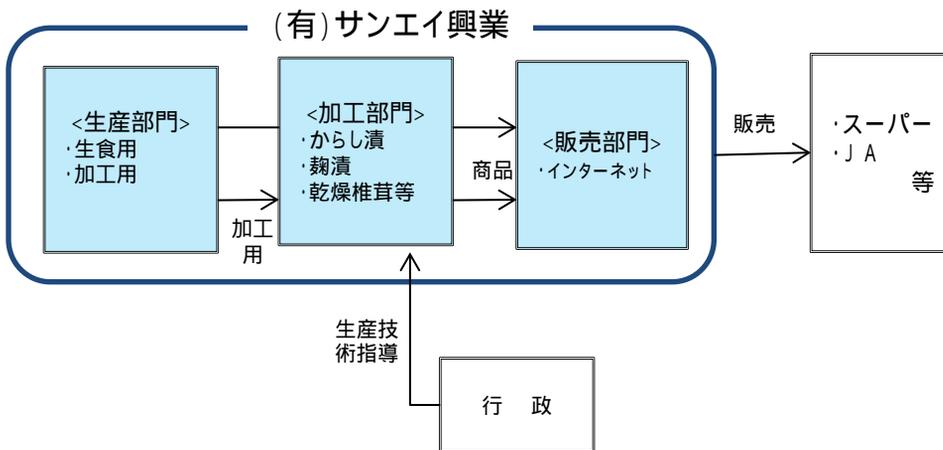
→ 約2,000万円(H25)

菌床数12,000(H24) → 24,000(H25)

雇用者数 2名(H24) → 5名(H25)パート含む

【今後の展望】

地域ブランドとしてのバリューアップ。
ゼロエミッションを目的とした、廃菌床を用いた堆肥化プロジェクト。



辛子麹和え「ぴりっとさん」



辛子麹和え「ぴりっとさん」



生椎茸

< 取組の概要 >

自ら生産する自然生(じねんじょう)山芋を使った商品(漬物、蒸し菓子、弁当、冷凍おにぎり等)の開発及び販売
産直ショップ「自然生まつり」を開設

【取り組むに至った経緯】

生涯現役を合い言葉の地域おこしに特産品を核にした6次産業化を企画。
核となる場づくりの必要性から、遊休農地・施設を活用する振興構想へと発展。

【取り組む際に生じた課題】

規格外品や在庫ロス等の負担。
業界の草分けであったため、前例のない中で試行錯誤。

【生じた課題への対応方法】

新商品開発と直売・食事処を活用したシーズンズ対応。
生産技術改善、全国の産地との情報交換。

【活用した支援施策】

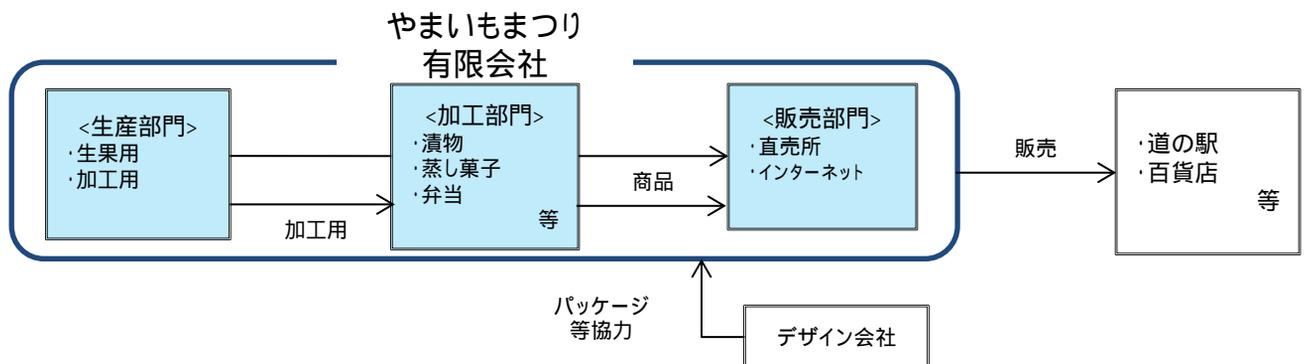
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進整備事業
(加工施設、直売所)(H24)

【取組の効果】

事業全体売上高 1億円(H22)
→ 1億2,000万円(H25)
遊休農地や施設(農協)の再利用等によって地域に活気が生まれ、新規就農や雇用にもつながっている。
また、その拠点を核にした事業組合も設立。

【今後の展望】

特産物の6次産業化活用による地域振興モデル作り。
多様な事業者と連携したネットワーク作りによる面的拡大と成果の充実。



商品開発と拠点づくり



遊休農地の有効活用



地域振興事業組合へと展開

< 取組の概要 >

玄米や新鮮な季節の野菜、手作り豆腐やこんにゃくを中心としたマクロビオティック料理を提供するレストランの経営

こんにゃくづくり・そば打ち・藍染などの農業体験や、地域の施設・イベントとコラボレーションした体験型農家民宿の経営



提供する料理

【取り組むに至った経緯】

商工会の勧めで、地域おこしの一環として、グリーンツーリズムの先進地視察に参加。平成20年2月に農家レストラン、同年9月に農家民宿「きのこの里」を開業。

【活用した支援施策】

特になし

【取り組む際に生じた課題】

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きに苦慮。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。

【取組の効果】

年間売上高 約300万円(H25)

年間来店者数 約800人

うち宿泊者数 約200人(H25)

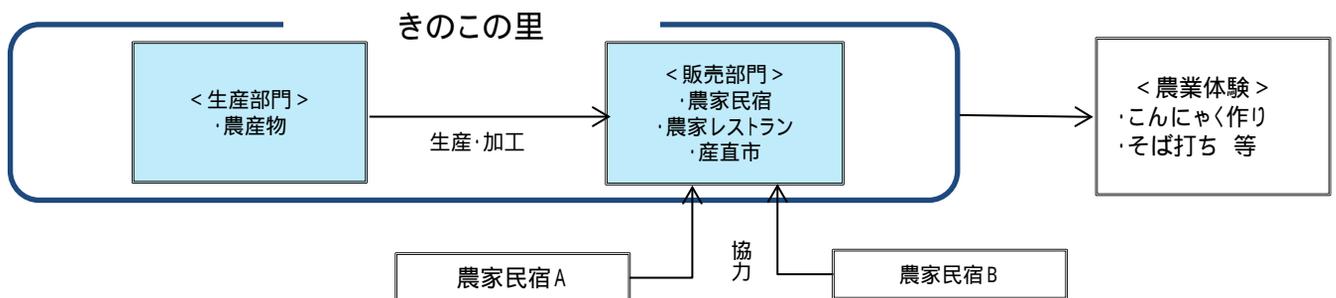
都市部との交流を深めることにより、新たに定住する者が増加。

【生じた課題への対応方法】

商工会や行政機関等に相談し、開業に必要な許認可を取得。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。

【今後の展望】

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。



食堂



干し椎茸の販売



民宿の外観

< 取組の概要 >

漁業者が自ら漁獲した新鮮な旬の魚を加工した惣菜等の販売

ハモを中心に、季節の魚を使ったメニューを食堂で提供



【取り組みに至った経緯】

近年の若者の魚離れを解消したく、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思考。

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。

平成23年には食堂を併設。

【活用した支援施策】

特になし

【取組の効果】

総売上高(直売・食堂) 400万円(H25)

雇用者数 1名、パート4名(H25)

食堂の経営により、所得向上と地域雇用の拡大に貢献。

県外からの来店者が増加。

【取り組む際に生じた課題】

安くて新鮮な地魚の通年での安定供給。

【生じた課題への対応方法】

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。

【今後の展望】

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を展開。魚離れの解消に向け、子供達を中心に食育をより一層推進。

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として経営を確立。

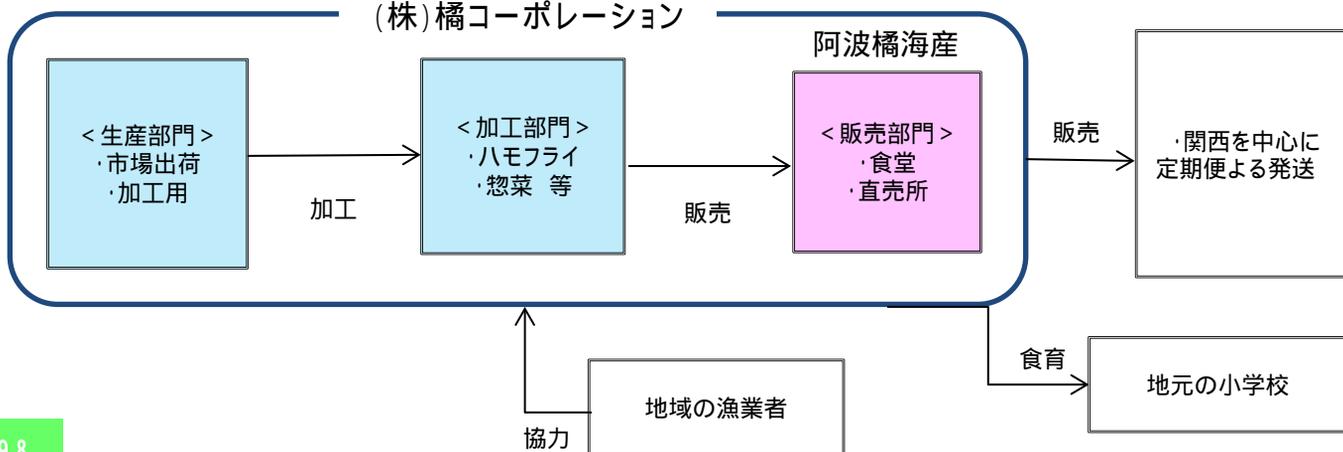


はもカツランチ



お刺身ランチ

(株)橘コーポレーション



< 取組の概要 >

育林作業で発生する間伐材等を、新技術により極薄シートへ加工し、インテリアの内装材として加工、販売

植林、下草刈り、枝打ち、間伐の適正な育林サイクルを実施し、健全な水源林を保全



【取り組むに至った経緯】

異業種間交流会で知り合った企業からつき板の製造技術の基礎を引き継ぐこととなり、地域の資源を活用し、地域の雇用を創出するため、地元での起業を決意。
平成19年4月に建材製造販売会社として設立。

【取り組む際に生じた課題】

内装材として使用する際の不燃性の向上。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。

【生じた課題への対応方法】

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。
特殊な紙を開発し、シートに貼り付けることで透過を改善。

【活用した支援施策】

地域産業資源活用促進計画認定
(新商品開発、販路開拓)(H20)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)

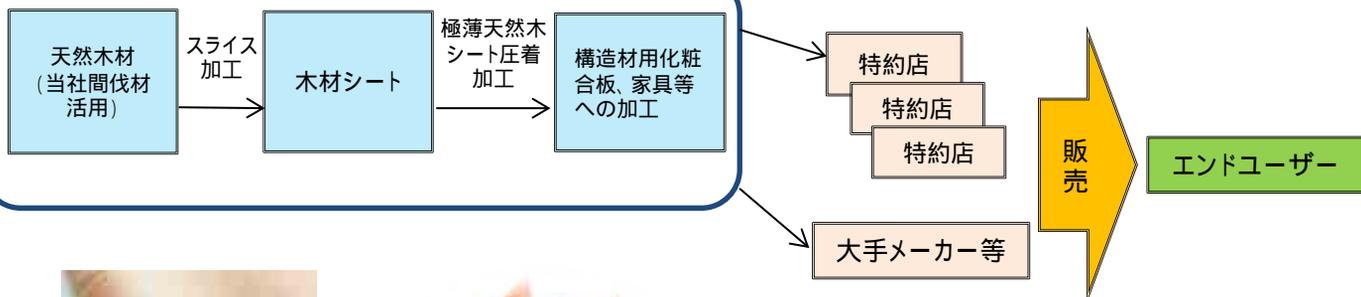
【取組の効果】

売上高 1,000万円(H19) 1億円(H24)
雇用者数 6名(H19) 17名(パート含む)(H25)
障がい者就労支援施設に健常者と同一賃金で作業委託(現在10名)し、雇用を創出。

【今後の展望】

新商品を実用化し、売上と所得の向上を実現し、経営の発展。
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、社会や地域へ貢献。

(株)ビッグウィル



天然木不燃シート『恋樹百景』

< 取組の概要 >

自らが生産する生乳を使った新商品(ジェラート・ソフトクリーム)の開発、販売

- H20に地元のイチゴ農家や花き農家と共同出資して観光農園「(株)森のいちご」を開園、H25にはジェラートショップ「森のジェラテリアMUCCA」をオープン



ジェラートショップ

【取り組むに至った経緯】

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、平成20年に新しい新規就農の形を求めてイチゴの観光農園を平成25年にはイメージアップと雇用創出のため、ジェラートショップをオープンし、生乳加工に取り組む

【取り組む際に生じた課題】

自社生乳の成分を活かしたジェラート開発リピーターを呼べるジェラートショップの設計及び建設費の節減

【生じた課題への対応方法】

畜産物利用学専門の大学教授のアドバイスのもと、成分段階から研究を行った

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

【活用した支援施策】

- 総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
- 6次産業化推進整備事業
(ジェラートショップ)(H24)
- 6次産業推進地域支援事業
(商品開発・販路開拓)(H23・H24)

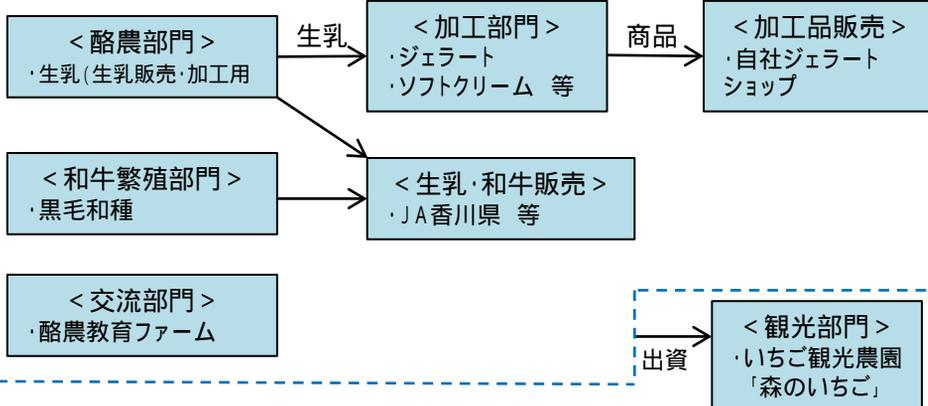
【取組の効果】

- 売上高
5,500万円(H13) → 3億5,700万円(H25)
- 雇用者数
2名(H15) → 16名(パート含む)(H25)
- 来店者数 約3万人(H25)

【今後の展望】

地元の人を呼べる仕組みづくりや様々な角度から新規就農者を支援できる体制作りのため、更なる情報発信・イメージアップを図るための事業の構築

(有)広野牧場



ジェラート

< 取組の概要 >

自社及び契約農家で生産したオリーブと蜜柑を使用した加工品の製造販売

■ カフェレストラン「忠左衛門」及び直営店舗の運営



EXヴァージン完熟絞り
ピュアオリーブオイル

【取り組むに至った経緯】

お遍路さんへの貸し風呂が縁で始まった蜜柑のリピート通販に手応えを感じ、自社製造のオリーブ製品の通信販売にも取り組む

地元への観光客を増やすため、平成20年から自家製の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

【取り組む際に生じた課題】

均一した品質のオリーブの確保

商品の特性・ターゲットに合った訴求力のあるパッケージング

【生じた課題への対応方法】

スペインのオリーブ農家との提携による原料の確保

同島の民宿再生を成功させたチームのデザイナーに依頼し、各商品がもつイメージに合うパッケージ作りを力を入れた

【活用した支援施策(補助事業等)】

地域産業資源活用事業認定
(柑橘オリーブ化粧品) (H19)

【取組の効果】

売上高 2億円(H15)→41億円(H25)

栽培面積 オリーブ 2ha(H15)→7ha(H25)
みかん 2ha(H15)→4ha(H25)

雇用者数 10名(H15)→123名(H25)

来店者数 約15,000人(H25)

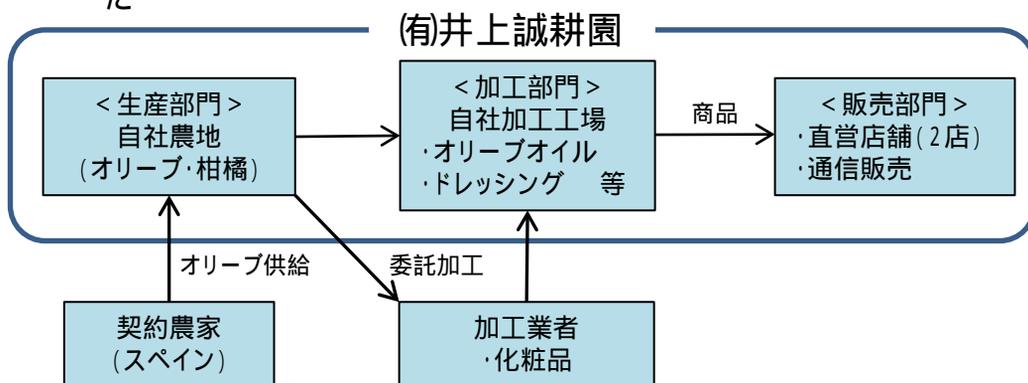
【今後の展望】

オリーブ、柑橘類の規模拡大

野菜、ハーブ栽培

加工工場の新設

中長期滞在型の観光農園の創設



オリーブアロマの湯



オリーブ・柑橘化粧品

< 取組の概要 >

自社及び協力農家の生産したイチゴを自社加工施設で製造、直売所において販売、イチゴ観光農園の運営

地元農業者で構成する「さぬきファームプロジェクト」を立ち上げ、商店街・レストラン・コミュニティセンターなどの異業種と連携した農業体験やセミナー、交流会の開催、産直市を運営



観光農園・直売所

【取り組むに至った経緯】

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規格外品の有効活用及び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

【取り組む際に生じた課題】

農業者が価格決定権を持つ販売の仕組みづくり

商品開発における市場ニーズの把握

【生じた課題への対応方法】

「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、異業種や消費者との交流により農業者の意識・知識の向上を図るとともに情報を一元化し、産直市の運営やマッチングを行う

上記団体が開催する食育セミナーや料理教室、イベントでのマーケティングによりニーズを把握

【活用した支援施策】

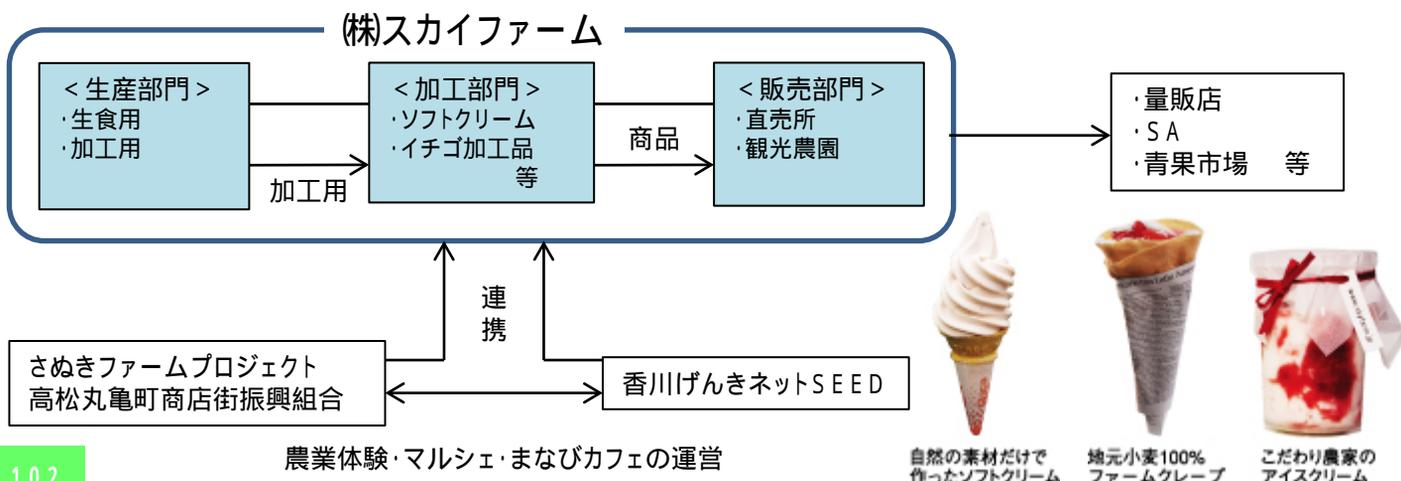
農商工連携認定(スイーツ開発)(H20)
かがわ農商工連携ファンド認定(流通システム開発)(H25)

【取組の効果】

売上高 2,000万円(H16)→5,500万円(H25)
イチゴ栽培面積 22a(H16)→70a(H25)
雇用者数 2名(H16)→10名(H25)
来園者数(観光農園・直売所) 約3万人(H25)

【今後の展望】

IT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
「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



< 取組の概要 >

遊子ブランドの確立を目指す漁協と一体となり、地元水産物を活用した新たな加工品の開発や宣伝も兼ねた移動販売車による各種イベントへの出店

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

【取り組むに至った経緯】

昭和30年に遊子漁協女性部を発足以来、海を守る活動や魚食普及活動を実施。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に継承したいと思ふ。

【取り組む際に生じた課題】

部員数の減少や活動の停滞。
家業や子育てと諸活動、商品開発及び販売行脚の両立。
販売に関わる手間の省力化。

【生じた課題への対応方法】

意欲ある者の活動を容易にするための、思い切った組織改編。
「遊子の台所プロジェクト」立ち上げによる移動販売車(キッチンカー)の導入。
時給制の導入や作業工程の一部外注
統一デザインの採用(遊子をデザイン)。

【活用した支援施策】

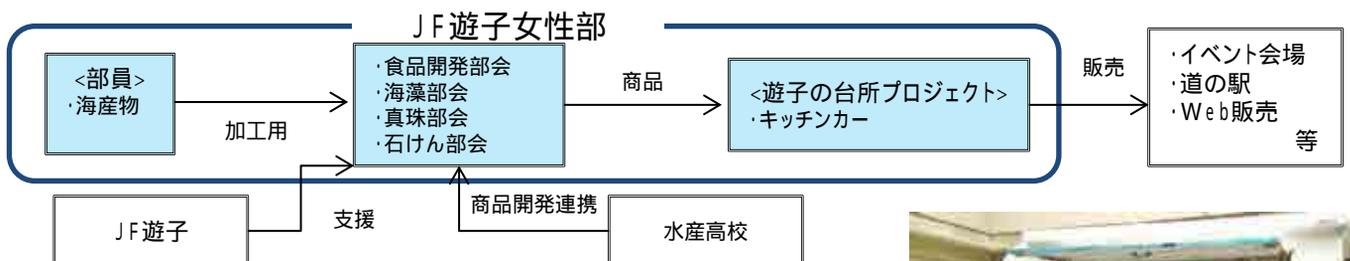
国産水産物安定供給推進事業
(キッチンカーの導入及び新商品開発)(H21)
愛媛県地域水産物6次産業化推進事業
(新商品開発)(H25)

【取組の効果】

売上高 30万円(H20) → 900万円(H24)
活動エリア 四国全域に拡大
部員者数 28名(H24)
H20年にやる気のある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。
キッチンカー来店者数 約1万人(H24)

【今後の展望】

地元で埋もれた魚食レシピの復活。
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。



鯛めしの焼きおにぎり「たべ鯛」



ブリの「照りteri寿司」



遊子の台所「キッチンカー」

< 取組の概要 >

西予市城川町域内の過疎高齢化による産業弱体化、地域コミュニティ崩壊の危機に対する問題意識から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
営農推進や交流の場を提供し、地域振興の核として活動

【取り組むに至った経緯】

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される加工品開発に着手
平成21年に農協の一部門から発展的に独立し、自ら農産品の生産・加工・販売を開始

【取り組む際に生じた課題】

手作りのため、コストが増大
加工技術の伝承
愛媛県西予市産の原料を使用した新商品の開発

【生じた課題への対応方法】

コストに見合うクオリティーの高い商品の開発や販路開拓
ものづくりを伝承するため、瓶缶詰・菓子・惣菜・醤油・みそ等の分野別製造課を構築
特産品であるピーマンとその葉を活用した「おやき」の商品化

【活用した支援施策】

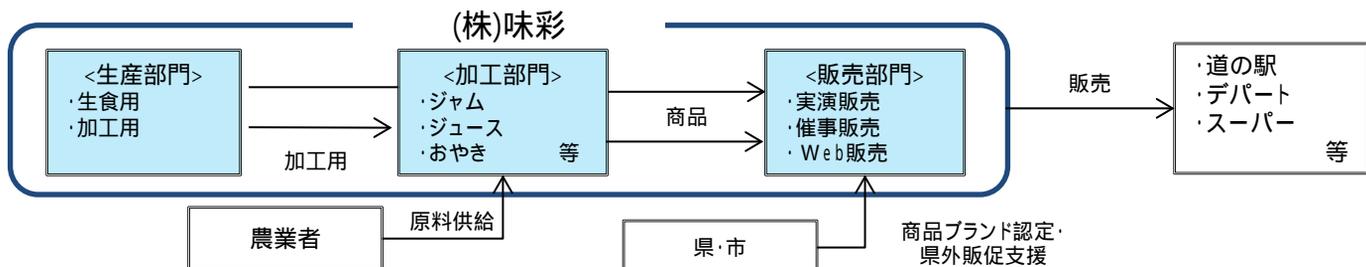
農業改良資金(冷凍加工施設)(H25)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H25)
愛媛県地域密着型ビジネス創出事業(ペースト充填機)(H25)

【取組の効果】

売上高 1億6,000万円(H21)
→2億4,000万円(H24)
果樹・野菜栽培面積2ha(H21)→4.5ha(H24)
雇用者数 15名(H21)→40名(パート含む)(H24)

【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
農産物がもつ、機能性成分などに着目した商品の開発



ピーマンの「おやき」



豊富な種類の「ジャム」



野菜の「ペースト」

< 取組の概要 >

会員の柑橘農家が生産する厳選したみかんをブランド化し、ジュース及び手軽に食べられる菓子加工品「冷凍みかん(冷凍柑橘)」の開発、製造、販売
直営の直販所に加え、産地のPRを兼ねた観光とのタイアップ

【取り組むに至った経緯】

平成8年に農協を離脱し、農業者3名でみかんの生果販売を開始
平成12年本社に直売所を併設

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H25)
愛媛県地域密着型ビジネス創出事業(冷凍施設)(H25)

【取り組む際に生じた課題】

生果及びジュースの差別化と商品開発
柑橘のプリプリ感を維持する冷凍技術
高級氷菓としての販売ブース確保

【取組の効果】

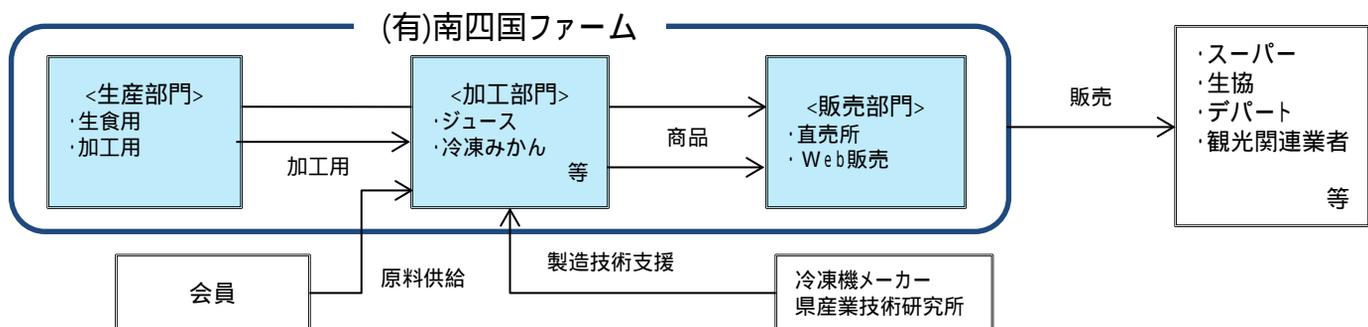
売上高1,500万円(H8) → 3億7,000万円(H24)
柑橘栽培面積(会員100名)
8ha(H8) → 150ha(H24)
雇用者数4名(H8) → 30名(パート含む)(H24)
来店者数約21万人(H24)

【生じた課題への対応方法】

厳選したみかんの販売とジュース加工
過剰に発生する規格外品を冷凍みかんとして商品化
県研究機関及び冷凍機械メーカーに協力を仰ぎ、冷凍技術の開発
デザイナーのアドバイスによるパッケージの開発

【今後の展望】

みかん以外の柑橘を使用した氷菓の開発
商社を通じてタイ等への海外販売



冷凍みかん「粒楽」



生搾りみかんジュース



皮むきみかんジュース

< 取組の概要 >

地元の特産品であるゆずを使った加工品(ポン酢しょうゆ、ジュース等)の開発、販売
 ゆずの種を活用した化粧品の開発、販売



【取り組むに至った経緯】

地元産のゆずは、傷や形が悪いなど青果出荷に不向き。
 青果出荷に向かないゆずの差別化を図るため加工品の商品開発を開始。
 利用されていなかった種にも着目し、化粧品の開発を開始。

【取り組む際に生じた課題】

消費者ニーズを捉えた美味しい商品の開発。
 地元特産であるゆずのブランド力向上。
 種子油の機能性を追求(化粧品)。

【生じた課題への対応方法】

村人に対する試作品テストにより、納得いくまで商品開発を実施。
 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、ブランド化を図る。
 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。

【活用した支援施策】

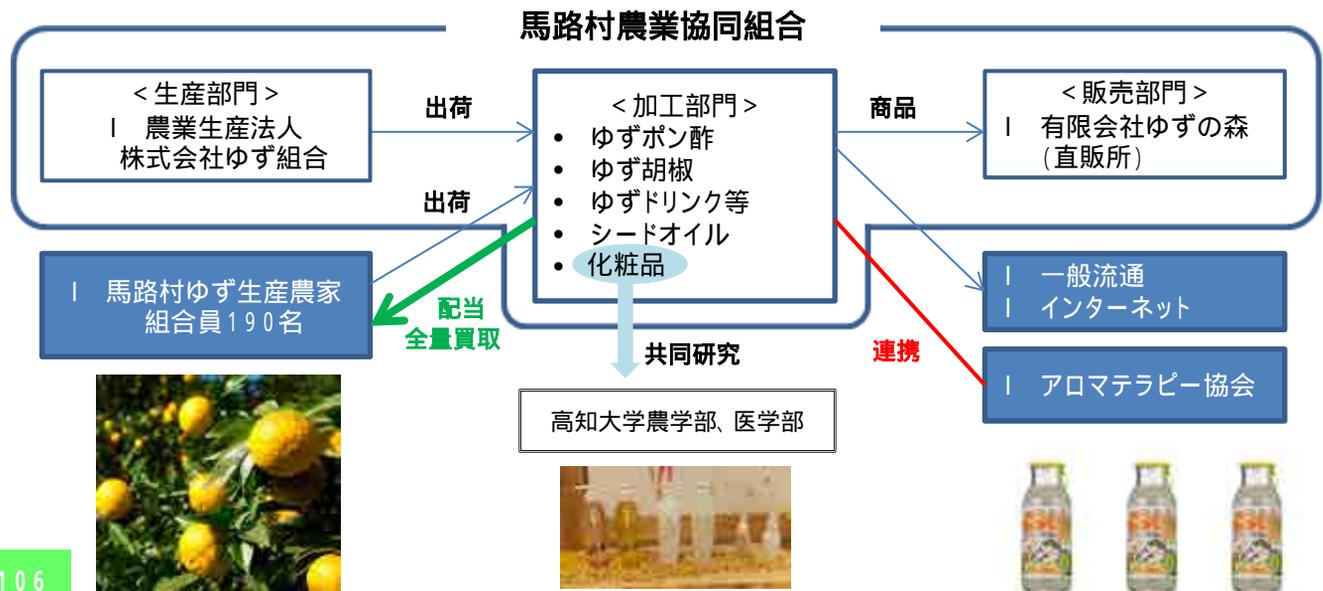
経営構造対策事業(農産物処理加工施設)(H16・17)
 農山漁村活性化プロジェクト支援交付金(農産物処理加工施設)(H21・23)

【取組の効果】

農家所得の向上・安定。ゆずは市場より高い価格で買い取り、加工事業の利益を配当金として還元。
 売上高 約1億円(H1) 約31億円(H24)
 雇用の拡大(職員数)
 19人(H1) 96人(H25)
 地域の活性化 村の温泉利用者(宿泊)
 約6,400人(H10) → 約7,700人(H24)

【今後の展望】

さらなる商品開発、人材育成、地域の活性化を進め販売額を増加。



< 取組の概要 >

自らが生産するフルーツマトを使った新商品(トマトジュース)の開発、販売



【取り組むに至った経緯】

平成2年にトマト栽培を開始、平成8年からは量販店への直売を開始。
取引先からの要望、パート従業員の年間雇用のため平成17年からトマトジュースの製造を開始。

【活用した支援施策】

県の補助事業(トマト加工施設)(H23)

【取り組む際に生じた課題】

トマトジュースの加工技術の取得。
商品の安全性確保。

【取組の効果】

売上高平成18年に比べ1.3倍(H21)
雇用拡大30人(H19) 40人(H22)
栽培面積の拡大
1ha(H19) 1.6ha(H22)

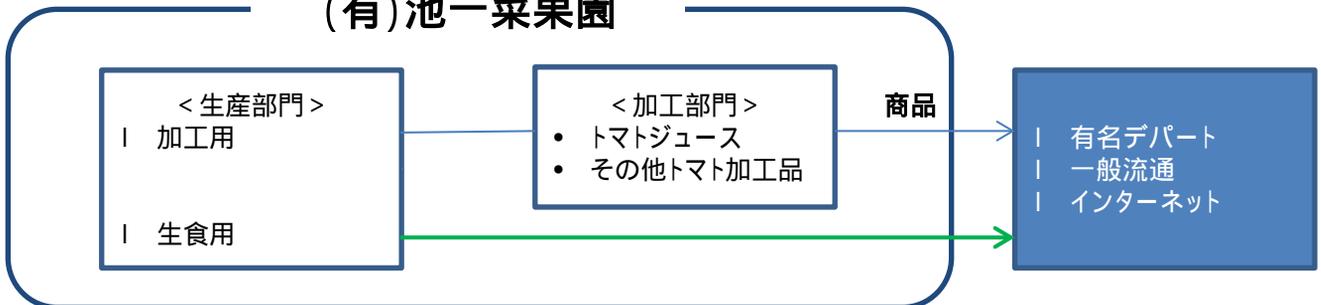
【生じた課題への対応方法】

加工に向くトマトの生産技術確立。
失敗の原因究明を自ら行い商品開発。
消費者の声を生かしたトマト栽培、商品開発。

【今後の展望】

機能性に着目した商品の開発

(有)池一菜果園



< 取組の概要 >

自らが生産する鶏卵を使用した新商品(プリン・シュークリーム・ロールケーキ等の菓子類)の開発、販売
店内工房設置型の直売店の開設



【取り組むに至った経緯】

鶏卵の生産・販売を行っていたが、他社との競合も多くなり販売額増が見込めない状況となった。
経営向上のため平成24年から加工品の製造を開始。

【取り組む際に生じた課題】

味(美味しさ)を追求した商品開発。
パッケージデザインの決定。

【生じた課題への対応方法】

幅広い年代の方を対象とした試食会の開催。
試食会の開催により消費者ニーズを把握。
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。

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
農業改良資金(加工施設、直売店)(H24)
6次産業化ソフト事業(H23~25)

【取組の効果】

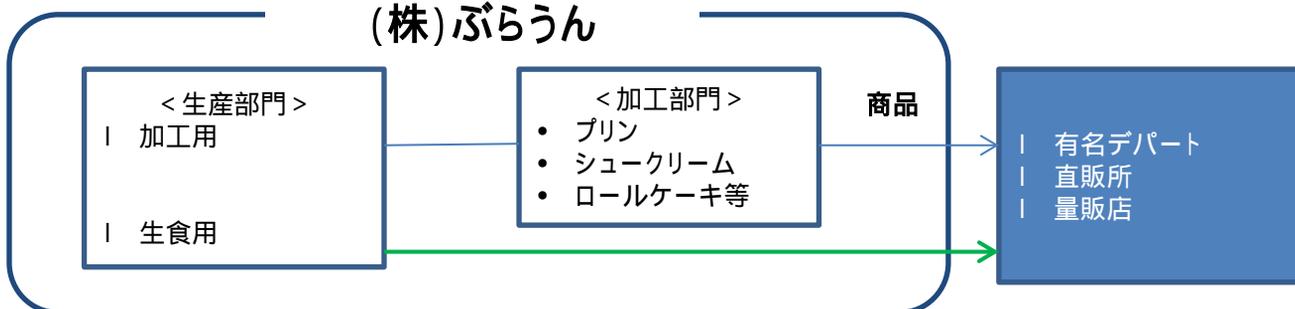
売上高の増加率 158%(H22 H25)
雇用者数 6名(H22)
19名(パート含む)(H25)
来店者数 約3万6,000人(H25)

【今後の展望】

首都圏等都市部への展開。
地元食材を取り入れた新商品の開発。



(株)ぶらうん



< 取組の概要 >

水田の新たな裏作品目として「なたね」に着目し、栽培を開始
 100%国産のなたね油を販売するとともに搾油後の「油かす」は肥料として使用し、資源を有効利用
 廃食用油由来のバイオディーゼル燃料を農機具に使用し、資源循環型農業を実践

【取り組むに至った経緯】

平成18年度に土地利用型農業の集落営農組織を農業者28名で設立し、農作業の効率化に取組み、平成22年度に法人化。
 水田の新たな裏作品目として「なたね」に着目。平成20年度からは、なたね油を製造、販売。

【取り組む際に生じた課題】

「なたね」の栽培技術が確立されておらず、収量が不安定。
 売れる商品開発

【生じた課題への対応方法】

先進地視察、普及指導センター等の助言による栽培技術向上。
 容器、ラベル、リーフレットの作成、商標登録を行い、販売環境を整備。

【活用した支援施策】

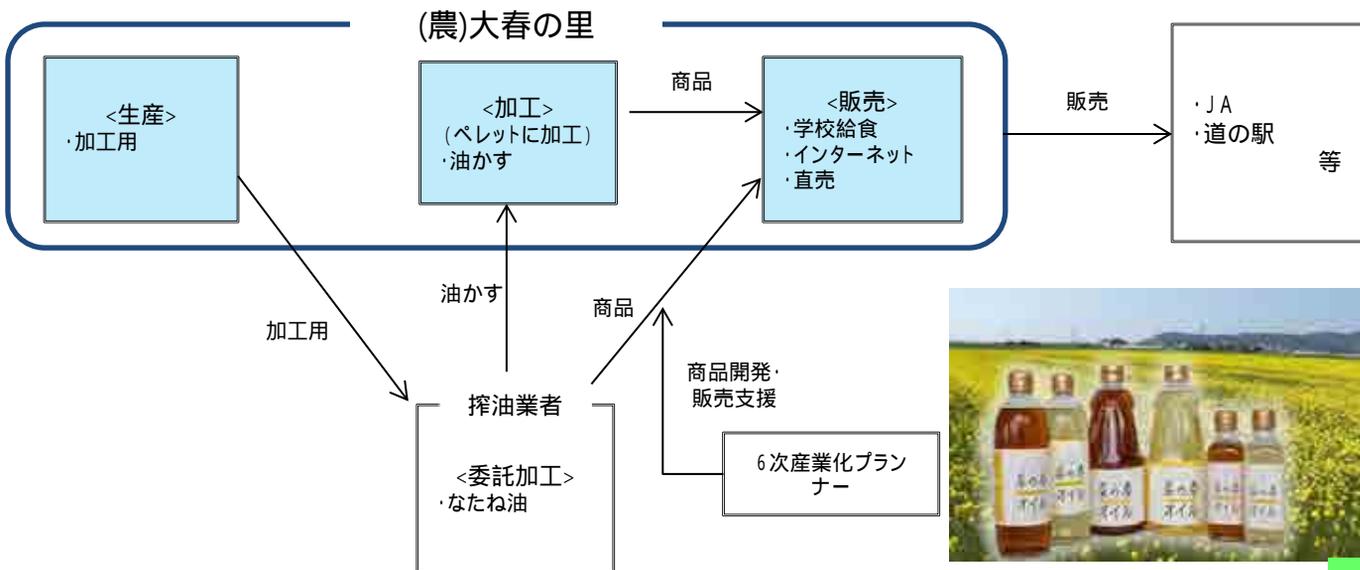
地域有機資源肥料化推進事業(ペレットたい肥製造装置の導入経費)(H22)
 総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)

【取組の効果】

なたね部門の売上高 4倍に増加(H20→H24)
 雇用数 28人(H20)→29人(H24)
 なたね栽培面積 4ha(H20)→5ha(H24)
 消費者の健康志向もあって売れ行きが好調で営農組織の経営安定に寄与。

【今後の展望】

インターネットを活用した販売の拡大。
 海外からの問い合わせがあり、輸出による販路拡大。



菜の春オイル

< 取組の概要 >

自らが生産する車えびを新たな凍結方法を活用し、高品質活き〆め冷凍車えびに加工し、新たなマーケットを開拓。

【取り組むに至った経緯】

平成8年に設立し、車えびの養殖業を開始。養殖は、成長が気候に左右され、出荷時期が集中するため、価格変動が激しく、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し、平成21年に凍結機を導入し、高品質冷凍車えびの製造試験を開始。

【取り組む際に生じた課題】

高品質な冷凍技術の開発。
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。

【生じた課題への対応方法】

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、活き車えびと遜色がない冷凍技術を確立。
選別、冷凍、保管等における品質管理の仕組みを構築し、徹底。

【活用した支援施策】

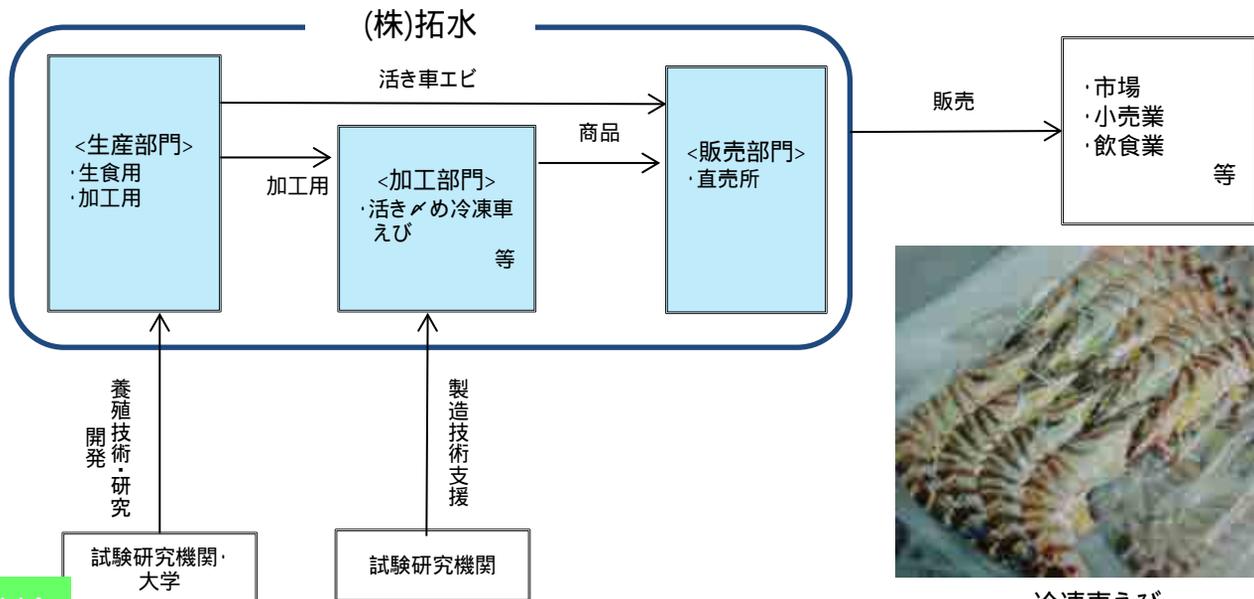
総合化事業計画認定(加工)(H24)
6次産業化推進整備事業(冷凍車えび加工施設)(H24)

【取組の効果】

売上高 4億5,000万円(H22)
→ 4億7,000万円(H24)
車えび養殖面積 24万5,000m²(H22)
→ 27万m²(H24)
雇用者数 30名(H22)
→ 40名(パート含む)(H24)

【今後の展望】

活き車えびでは供給できなかった新たなマーケットを開拓することで、車えび全体のマーケットを拡大し、活き車えびの価格上昇にもつなげる。
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沖縄栽培水産(株)を設立し、車えびの周年生産と安定供給の実現。



< 取組の概要 >

農園で生産した果物や野菜と、地元農産物を使ったメニューをバイキング形式で提供するレストランの経営

果物や野菜の加工(ジャムやドレッシング)とレストランに併設するカフェでの販売及び観光農園

【取り組むに至った経緯】

市場価格が低下したため、H8に梨やぶどう狩りができる観光農園、H10に自家生産の果物等を提供するレストランを開始。

【取り組む際に生じた課題】

飲食業の経験がない中でのレストラン経営
平日のお客が少ない
集客・リピーターの増加

【生じた課題への対応方法】

ターゲットを女性に絞り、旬の野菜や果物を中心としたランチバイキングへ変更
飽きのこないよう、メニューの7割を女性スタッフの感性で毎月更新

【活用した支援施策】

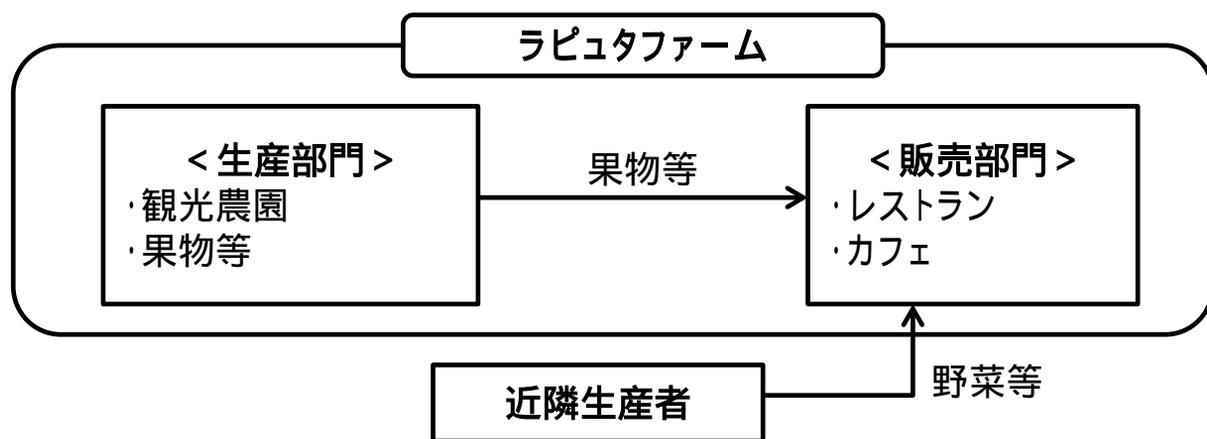
都市と農村の交流事業(H8)
農業改良資金(H10)

【取組の効果】

売上高 500万円(H10) → 6,500万円(H25)
雇用者数 2名(H10) → 20名(パート含む)(H25)
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
小ロットでできる加工品を増やす



レストラン外観



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

< 取組の概要 >

平成5年に法人化し、子牛生産、肥育、食肉加工、販売事業を展開し、経営を多角化

平成9年に食肉加工所を牧場内に開設し、ローストビーフ、ハンバーグ、牛もつ鍋等の販売と焼肉、バーベキューなどが楽しめるレストランを整備

【取り組むに至った経緯】

低価格で競り落とされる牛肉の有効活用を図るため、加工品製造を開始。

平成9年においしい肉を直接消費者へ販売し、食べてもらうため、直売所とレストランを開設

【取り組む際に生じた課題】

加工品の開発・製造・販売知識及び技術の取得。

加工品製造に適した原料肉の生産。

【取組の効果】

売上高 4億6,000万円(H10)

→ 9億2,000万円(H24)

飼養頭数 2,400頭(H10) → 1,800頭(H24)

雇用者数 22名(H10) → 27名(H24)

(加工・販売部門はすべて地元の女性)

【今後の展望】

海外への輸出、販路拡大

事業拡大による後継者育成、雇用確保

【生じた課題への対応方法】

地元の主婦、関係者(卸等)からの情報収集とセミナー参加等により独学で商品開発・製造知識を習得。

頭数を減らすことにより、牛1頭に手間を掛けた生産方法により肉質と効率性を重視。

低温熟成させたローストビーフ



農事組合法人 中山牧場



直営のレストラン



直売の牛肉でのバーベキュー風景

< 取組の概要 >

完熟みかんを独自のジューサーにより、美味しい果汁だけを搾った「贅沢搾り」の冷凍ジュース、ジャム等の製造、販売

平成20年から自社生産のクレメンティンを中心に、ポンカン、ネーブル、不知火、清見等の搾りたてさわやかジュース、ジャムの製造販売を開始

【取り組むに至った経緯】

減農薬栽培で発生する規格外品の有効活用を図るため加工品を製造。
剥いて食べるより美味しくなる不思議なジューサーとの出会い。

【取り組む際に生じた課題】

ジュース、ジャム製造でのアク取り、殺菌。
細胞を傷つけずおいしく冷凍する方法。

【生じた課題への対応方法】

機械に頼らない手作りによる商品製造の開発。
細胞を傷つけない急速凍結庫の導入。

【活用した支援施策】

果実加工需要対応産地育成事業(新需要開発型)(H24)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)
6次産業化推進整備事業(加工所、急速冷凍庫等の整備)(H24)

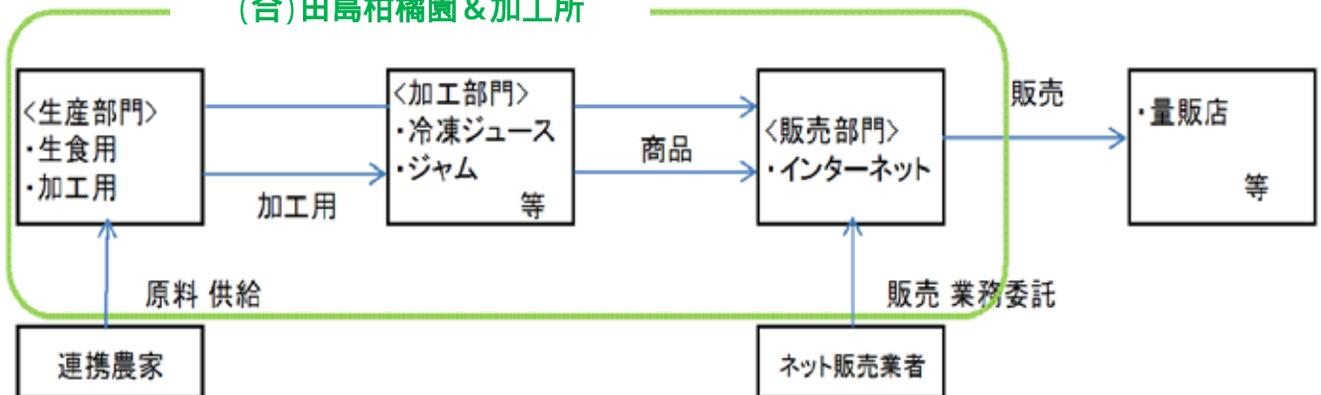
【取組の効果】

売上高 800万円(H14) 1,800円(H24)
栽培面積 3ha(H14) 5ha(H24)
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。
オーガニック技術の確立でクレメンティンの新たな早生系品種の導入・栽培。

(合)田島柑橘園 & 加工所



スパウト(冷凍)ジュース



「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」

< 取組の概要 >

良質な堆肥を基礎とし、化学肥料を抑えて生産した小ネギを活用し、ドレッシング、スープ、乾燥ねぎ等を製造・販売

平成3年に法人化し、規模拡大を行い、平成21年から伊万里ねぎの加工食品開発、販売を実施

【取り組むに至った経緯】

中国等のアジア地域から低価格の生鮮品が輸入され、売上高減少への危機感
首都圏での見本市に出展し、ねぎ加工品のニーズを把握

【取り組む際に生じた課題】

ねぎの旨みを残し、消費者ニーズを捉えた商品開発
加工品の新たな販路開拓

【生じた課題への対応方法】

類似品等の商品知識の取得及び市場調査
取引先である量販店等への営業及び展示商談会への出品

【活用した支援施策】

農業改良資金(自動皮むき機)(H9)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H25)

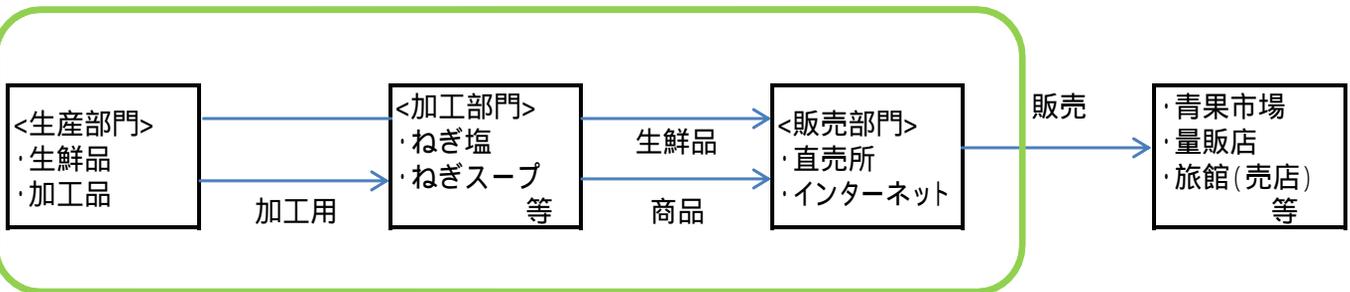
【取組の効果】

売上高 3,000万円(H3) 5,900万円(H24)
小ネギ栽培面積 106a(H3) 236a(H24)
雇用者数 9名(パート含む)(H3)
25名(パート含む)(H24)

【今後の展望】

生産と品質管理を高め、乾燥ねぎパウダー、ねぎペ - スト等の新商品開発
消費者への店頭販売やネット販売等、新たな販売ルートの構築

(有)伊万里グリーンファーム



加工品「香・ねぎ塩」と伊万里ねぎ



ねぎハウスと「ねぎ名人」前田さん



加工品「ねぎスープ」

< 取組の概要 >

地元の農協や商工会と連携し、特産品である「いりこ」と地域の野菜等を活用した「いりこ米」やドレッシング、ふりかけ、お菓子などの商品を開発し、漁協直売所やインターネットで販売を行う。

【取り組むに至った経緯】

漁獲高の減少、燃油の高騰に伴い漁業者経営が大変厳しい状況にある。これを打開するため新商品開発・販売による経営の安定化が必要と考えた。

【取り組む際に生じた課題】

商品開発や営業等が不慣れで、販売のための情報を効果的に発信できなかった。

【生じた課題への対応方法】

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。

【活用した支援施策】

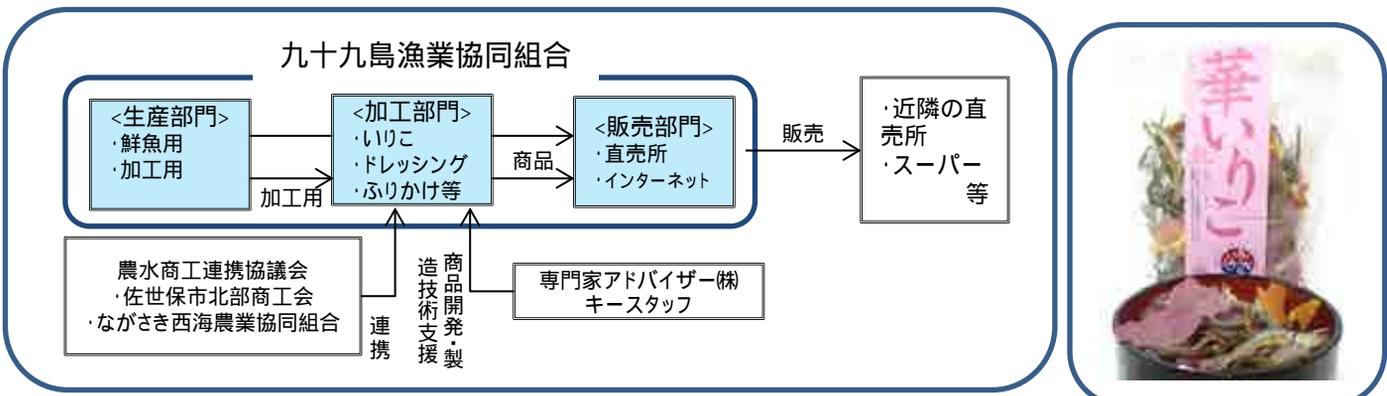
産炭地域活性化基金助成事業(H22長崎県)
 総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
 6次産業推進地域支援事業(H23、H24農林水産省)

【取組の効果】

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

【今後の展望】

農水商工連携協議会において、特産品のイチゴやゴーヤ等の乾燥・粉末などの試作を行い、規格外品等の有効活用を模索していく。いりこ以外の鮮魚の加工品を開発し、商品アイテムを増やしていきたい。



華いりこ
ふりかけ

販売商品

< 取組の概要 >

平成23年に農家レストランを併設した直売所「産直市場 五島がうまい」をオープンし、地産地消や五島産ブランドを確立。

生産履歴等の見える化に取り組み、生産者、JAと消費者の信頼関係を構築。

【取り組むに至った経緯】

農家所得の向上や付加価値の追求を通して、女性就農者の確保や高齢農業者の営農活動継続の拠点となる直売施設設置の必要性から。

【取り組む際に生じた課題】

ゼロからのスタートであったことから、品揃えのため、多種多彩な品目を栽培する必要性。

【生じた課題への対応方法】

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。

【活用した支援施策】

強い農業づくり交付金(H22 農林水産省)

【取組の効果】

売上高(直売部門)

3億6,400万円(H23) 5億200万円(H24)

出荷者数

約180人(H23) 約210人(H24)

来店者数

約141千人(H23) 約150千人(H24)

島内で消費されるものは、出来るだけ島内で生産していこうという地産地消の高い意識。

【今後の展望】

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。

ごとう農業協同組合

<生産部門>
直売出荷協力会員
野菜・果物
牛・豚・鳥など

生鮮 →

加工品 →

<販売部門>
・直売所
・レストラン
・インターネット
・Aコープ



五島ルビー

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



直売所内

< 取組の概要 >

主力商品「朝取りたまご」を1箱3kg1,200円で販売する従来にない販売方式を展開し九州全土に顧客の広がり

当社が核となり運営する「たまご庵」を、地域との共生、都市と農村の交流の場として次世代型道の駅として開設

【取り組むに至った経緯】

産みたての、新鮮でおいしい卵を直接お客様に届けたい

年間安定して製品を提供できる農家が核となった「一軒の農家の直売所」として展開

【取り組む際に生じた課題】

農産物を出荷してもらうため、地元生産者との協力関係の構築

雇用者の安定的な確保

地元生産者の所得向上の店舗として地域活性化への貢献

【生じた課題への対応方法】

地元座談会を通じ、地元住民の理解と協力を得た事業展開

60歳以上の新入社員を採用し、団塊の世代の働き口を提供

メンバーズカードを発行しポイント制を展開
定期的なDMによりリピート客を確保

【活用した支援施策】

特になし

【取組の効果】

地元生産者250名と連携

売上高 27億4,000万円(H24)

雇用者数 269名(パート含む)(H25)

来店者数 約94万人(H25)

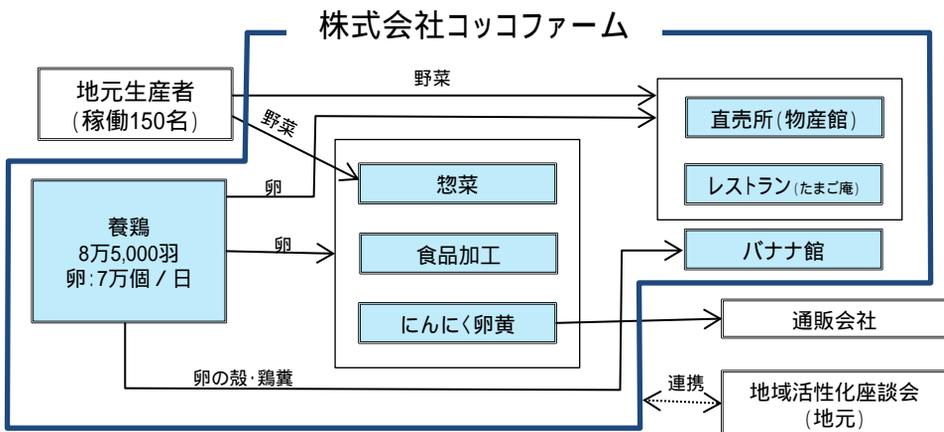
【今後の展望】

4つのテーマを地域から全国に発信

農業を中心とした魅力の拠点作りとして、「都市と農村が交流し」、「農業が未来」の夢を描ける産業に変わっていく、「地方の過疎を農業を通じて蘇らせる」、「環境にも優しい循環型農業」の取り組み



たまご庵 全景



朝取りたまご
3kg/1,200円

< 取組の概要 >

JAあしきたの特産物であるデコポンやサラダ玉ねぎを使った新商品を多数開発
新商品の開発についてはJAあしきた農産物直販ネットワーク協議会会員と連携
レストラン、直売所、コンビニなど様々な直売事業を展開

【取り組むに至った経緯】

昭和25年からJAマーク商品のめん類を製造・販売し、農産加工を開始。
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。

【取り組む際に生じた課題】

農産物のブランド力強化。
JA単体での新商品開発の限界。
開発した新商品の販路。

【生じた課題への対応方法】

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」などの農産物を生産。
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協力依頼。
直売所、レストランを整備し、直売所では新商品の試験販売も実施。

【活用した支援施策】

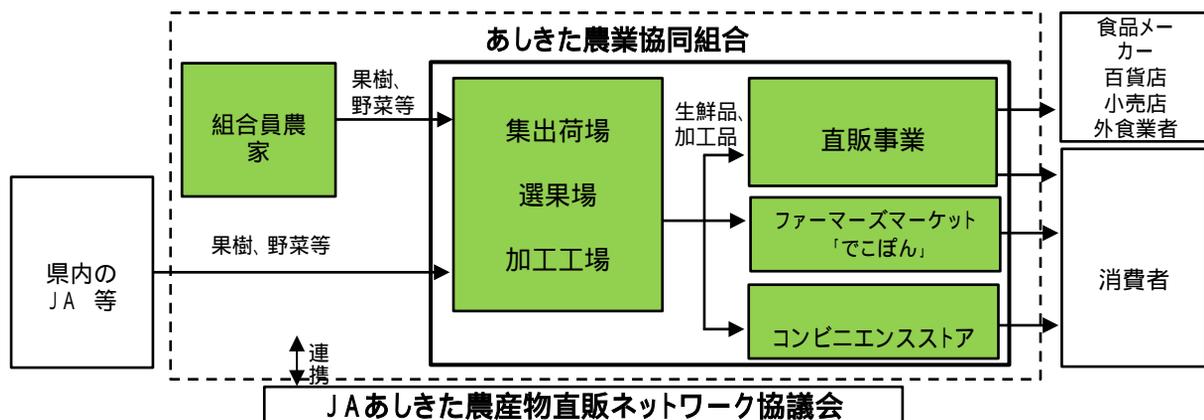
総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)
産地再生関連施設緊急整備事業(H24)
(ゼリー工場等)

【取組の効果】

事業収益65億7,000万円(H20.3)
77億1,000万円(H25.3)
(農産物出荷55億円、(内、直販売上高18億円)
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
6次産業化優良事例表彰食料産業局長賞(H25)

【今後の展望】

農産物出荷額と直販部門売上高の同規模化
通販オペレーションセンターの設置
(お客様コールセンター)



< 取組の概要 >

洋蘭の生産過程において発生する規格外の花を活用して、最新の花の加工技術でもあるボトルフラワーによる商品開発・生産、販売を行う

自社サイトにおけるインターネット販売によりオリジナリティと収益性の高い事業に成長させている

【取り組むに至った経緯】

昭和47年宮川洋蘭創業 戸馳島で初となる洋ラン栽培を開始

平成23年オランダのホテルでバラのボトルフラワーを目にして、その美しさと不思議さに衝撃を受け、開発者を訪ね製法を教わった

【取り組む際に生じた課題】

バラに比べ、形状が異なるランはドライ加工が非常に難しく、成功率が大変低かった
洋ランの生産以外に新たに設けた事業なので、人員や資金が不足
これまでなかった商品として花業界も懐疑的

【生じた課題への対応方法】

空調の整った、市のフラワーパーク施設を間借りし、開発費を投じて、主任研究員が試行錯誤の末、ドライ加工に成功
子育て中の若いパート社員を4名雇用、ランの生産とは別事業化
試作品のサンプル配布

【活用した支援施策】

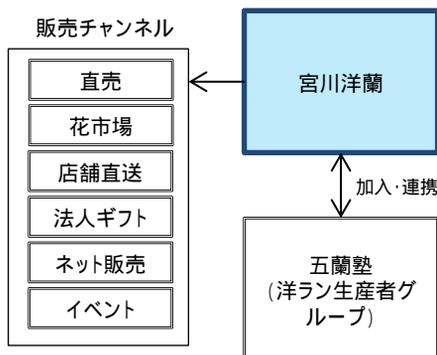
総合化事業計画認定(加工・直売)(H23)
6次産業化推進支援事業
(新商品開発)(H23)

【取組の効果】

売上高 2億5,000万円(H23)
2億9,000万円(H25)
雇用者数 25名(H23)
30名(パート含む)(H25)
楽天市場人気ランキング一位獲得
(フラワー部門 2013年9月8日)

【今後の展望】

花では難しい海外輸出商品として、花需要が伸びる香港中国に輸出を計画
本商品の長所である高貴なラン、ノーメンテナンス、永久保存の特長を生かし、特にお供え用商品を開発
本商品を地域の特産品に育て、50人の雇用を生み出し、地元への貢献



ボトルフラワー

JFITレトレードフェア2013
ベストプラント賞

< 取組の概要 >

自らが生産するこんにゃくを使った新商品（こんにゃく製品、こんにゃく製品を使った二次加工品）の開発・販売
中山間地に適したイノシシ・シカの忌避作物（にんにく、あまねぎ他）の生産・販売



【取り組むに至った経緯】

農業事業及び食品加工業へ進出を計画し、平成21年に福岡県みやま市に農業生産法人として設立

【取り組む際に生じた課題】

中山間地であるため、イノシシ・シカの被害が多発

こんにゃく栽培技術の確立

【生じた課題への対応方法】

イノシシ・シカの忌避作物の選定

こんにゃく先進県である群馬県からの指導・支援体制の確立

地元農業高校との産学連携協定の締結

【活用した支援施策】

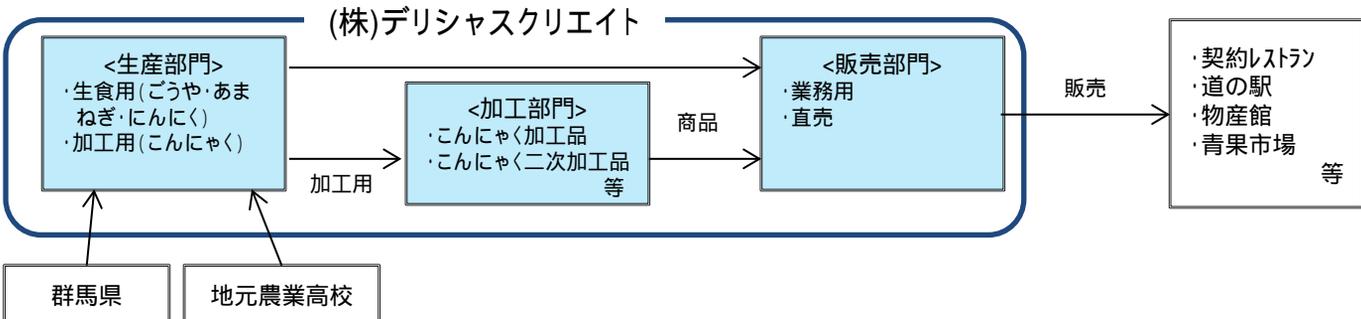
- 総合化事業計画認定(加工)(H23)
- 6次産業化推進整備事業(加工場)(H24)
- 企業等農業参入推進事業(農機具)(H24)
- 地域活性化チャレンジ支援事業(商品開発)(H24)
- 農の雇用事業(人材育成)(H25)

【取組の効果】

- 総合計画売上高 930万円 (H25/5月期)
- こんにゃく「みやままさり」の適地性の検証と大分県における生産技術の確立
- 新規雇用2名(農場 1名、加工場 1名)
- 忌避作物の作付面積: 全130a中の90a
 - こんにゃく 15a、にんにく 20a
 - あまねぎ 30a、その他 25a

【今後の展望】

こんにゃくの本格生産と製粉工場の整備
九州域内でのこんにゃく生産の普及活動



栽培管理の指導・支援

産学連携



にんにく



こんにゃくめんたい



ひた 天領あまねぎ

< 取組の概要 >

自らが生産したかぼすを使って調味酢の加工販売

自らが生産したかぼす青果の販路開拓



【取り組むに至った経緯】

かぼすの皮の加工販売を行っていたが、果汁は活用していなかった
 完熟かぼすは風味が良いが大分県内では利用されていなかった
 青果販売に伴う規格外品の有効活用を図るため。

【取り組む際に生じた課題】

かぼすの風味を生かした加工技術
 果汁の容器形態・容量
 青果の販売増に伴う生産体制

【生じた課題への対応方法】

加工施設を整備し、完熟かぼす果汁の加工販売を行うとともに、都市部のデパート及び業務用需要の開拓を行った
 完熟かぼすを中心にした青果の販路開拓を行った

【活用した支援施策】

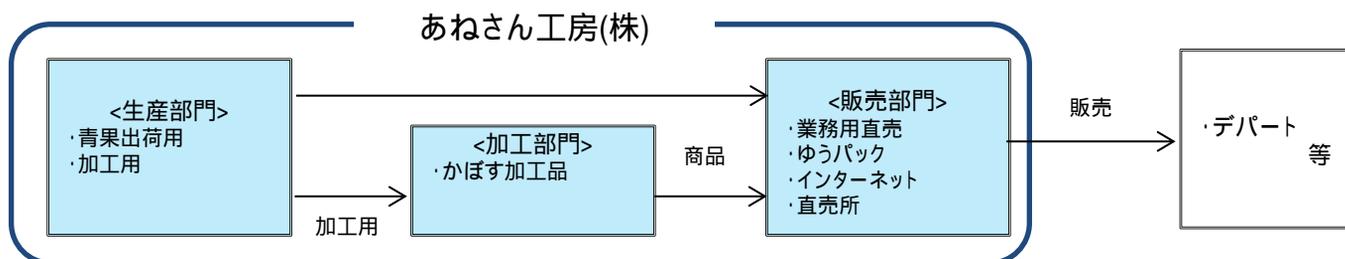
統合化事業認定(加工・直売)(H24)
 6次産業化推進支援事業(H24)
 (販路開拓支援事業)
 次世代を担う園業産地整備事業(H25)

【取組の効果】

青果の販売増に伴い栽培面積を増やしている
 売り上げ目標が早期に達成見込み
 (総合化事業化計画の目標を2年前倒し)
 雇用の拡大につながった

【今後の展望】

かぼす生産体制の見直し
 自社生産では不足するため周辺のかぼす農家との契約栽培を検討している



かぼす青果

< 取組の概要 >

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加工製造と販売

その他、地域資源「ミカン」「イチゴ」「トマト」等を使った、ドライフーズの商品開発



【取り組むに至った経緯】

ぶどう栽培事業と出荷量の拡大を行うにあたり、大量に発生する規格外品を効果的に活用するため、ドライ加工技術の導入を行う

平成23年、干しぶどうの加工試験スタート
平成24年、ぶどう農家3名で株式会社ドリームファーマーズ設立

【取り組む際に生じた課題】

素材(各種ぶどう・ミカン・トマト)等のドライ加工技術(水分含有率・香味・賞味期限等のバランス)の確立(現在も取組中)

加工施設・設備導入の資金

【生じた課題への対応方法】

先進地への研修と1年間の加工試験の実施
品質検査・食品技術の専門家支援を受ける
補助事業の活用
(大分県地域支援活動支援事業)

【活用した支援施策】

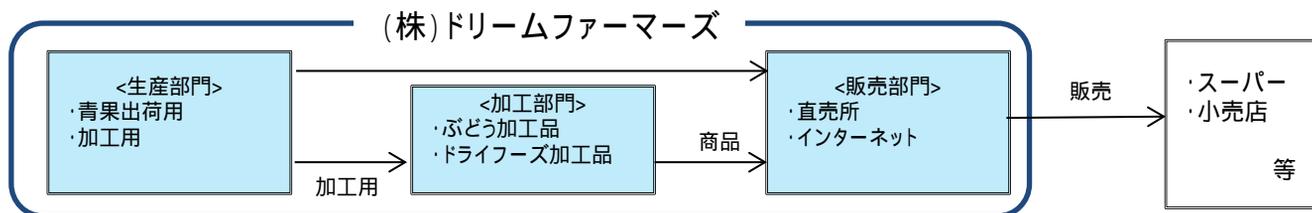
総合化事業計画認定(加工、直売)(H24)
大分県地域活力づくり活動支援事業(H24)

【取組の効果】

売上高 1,000万円(H25)
新規雇用者 2名
ミカン・イチゴ・トマト等の加工品の商品化

【今後の展望】

生産量と輸出を含めた販売店舗数の拡大
自社農場での生産と1次産業の人材育成



加工・乾燥途中のぶどう



干しぶどう

< 取組の概要 >

自らが生産するニンニク、生姜を使った加工品(ニンニクペースト・生姜ペースト等)の開発、販売

運送会社との連携による原料と製品輸送の効率化及び販路開拓

【取り組むに至った経緯】

平成22年にニンニク、平成23年に生姜の栽培を開始。
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。

【取り組む際に生じた課題】

収穫時期における労力の集中。
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。

【生じた課題への対応方法】

収穫作業の機械化と貯蔵施設の整備
冷蔵トレーラーを有する運送業者との連携

【活用した支援施策】

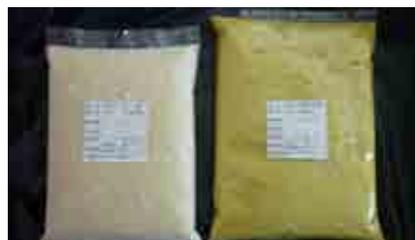
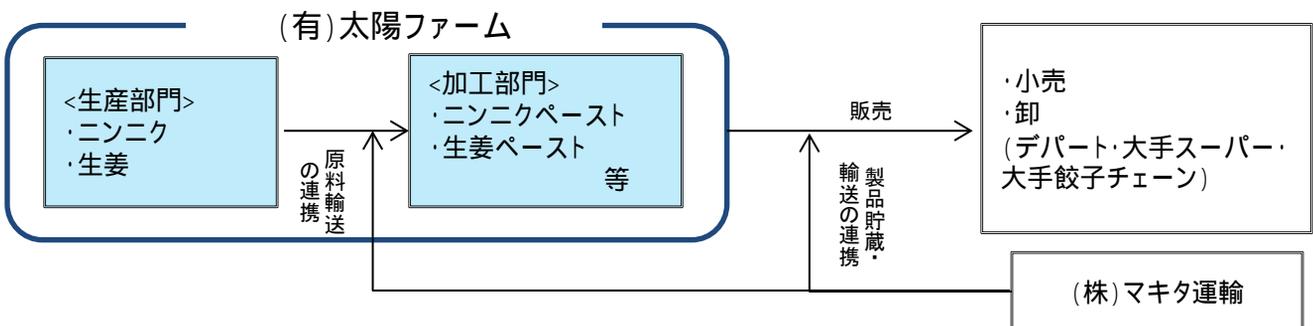
総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)
6次産業化推進整備事業(ニンニク・生姜の加工と冷凍・冷蔵施設)(H24)

【取組の効果】

売上高 5億5,000万円(H22)
→ 10億2,000万円(H25)
栽培面積 1ha (H22) → 5ha(H25)
雇用者数 40名(パート含む)(H22)→ 58名(パート含む)(H25)

【今後の展望】

商社等への販路拡大
ニンニクのパウダーや乾燥チップ等の新商品の開発



ニンニクペースト・生姜ペースト



加工、冷凍・冷蔵施設

< 取組の概要 >

自社生産した杉の製材時に発生する端材を燃料とした木質バイオマスボイラーの導入
バイオマスボイラーで得た熱を木材の乾燥に活用する

【取り組むに至った経緯】

製材時の規格に満たない「端材」の有効活用を検討。
燃料の高騰に対応する自社供給の検討。

【活用した支援施策】

資源循環型地域活力向上対策事業(バイオマスボイラー)(H23)
総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)

【取り組む際に生じた課題】

施設整備に要する費用。
通年稼働に必要な燃料(チップ・バーク)の確保。

【取組の効果】

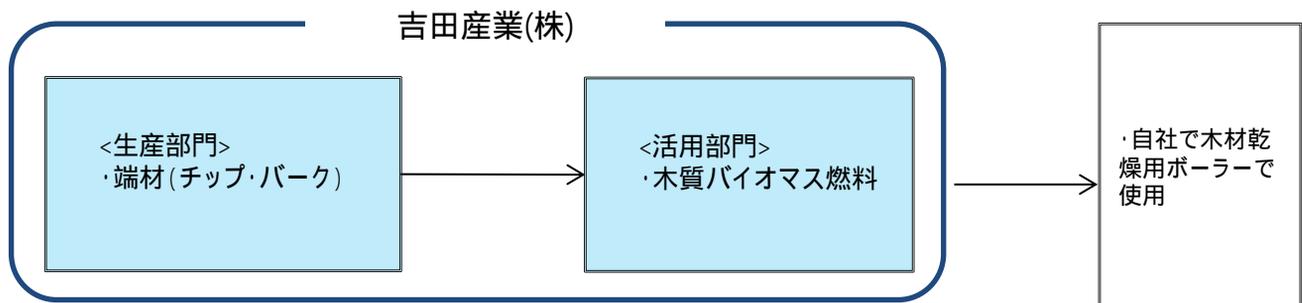
バイオマスボイラーの導入により、外注すると約3,000万円掛かる木材の乾燥を自社で賄うことにより、コストを低減。
林内に放置されている「未利用間伐材」や樹皮の有効活用。

【生じた課題への対応方法】

関係機関に対して施設整備に係る支援の相談。
山林の管理を徹底し、放置材や樹皮などを燃料として活用。

【今後の展望】

伝統的な朝鮮の建築様式である「韓屋」キットの生産と韓国向け輸出
端材を利用した国産割り箸の生産・販売



間伐材 伐採現場



加工用「チップ」



バイオマスボイラー施設

< 取組の概要 >

綾町産米による米粉を使用した米粉パン、米粉スイーツ等の製造・販売
米粉パン、米粉ロールケーキ、米粉シフォンケーキ等の提供を行うスイーツカフェの開設

【取り組むに至った経緯】

平成16年に有限会社福富農産を設立
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「Fukutomi FarmGarden Aya」を開設。既存の施設等を生かして(米粉パン・米粉スイーツ)の販売を開始

【取り組む際に生じた課題】

米粉を主原料とした商品開発
商品のパッケージ・デザインの決定

【生じた課題への対応方法】

専門機関との連携や専門の職人を採用し、米粉の特性を活かした商品開発
地元のデザイナーとの連携

【活用した支援施策】

きらり輝く山間地域農業活性化プロジェクト事業(加工施設、直売所、レストラン)(H21)

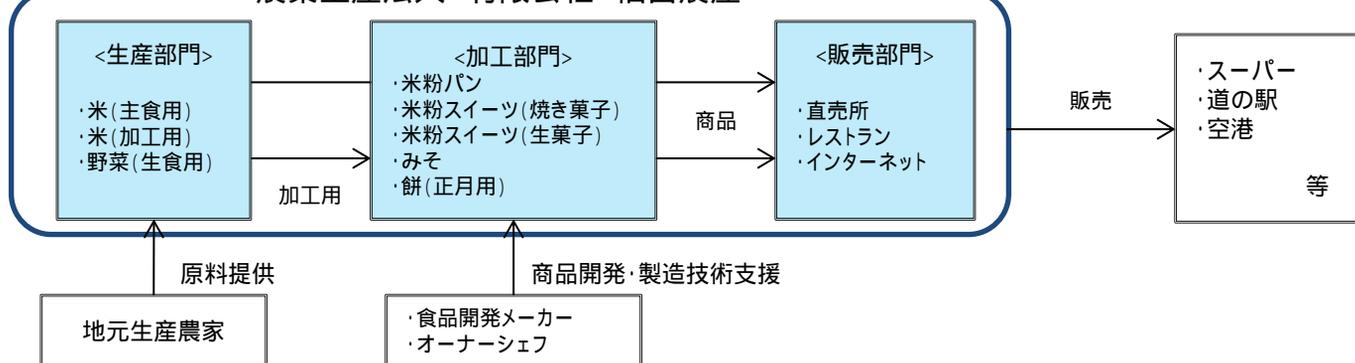
【取組の効果】

売上高 2,300万円(H24) → 2,500万円(H25)
雇用者数 9名(パート含む)(H25)
来店者数 約12,000人(H25)

【今後の展望】

消費者ニーズに合った商品作り
地元の農畜産物を活かした商品開発・販売
○多彩な事業展開による地域内雇用の拡大

農業生産法人 有限会社 福富農産



Fukutomi FarmGarden Aya



米粉を使用したパン



米粉スイーツ

加工・直売・
輸出

採卵親鶏、ブロイラー種鶏を活用した、Made in Japanの高品質な「ハラルフード」の加工・販売 株式会社エヌチキン(鹿児島県南九州市)

< 取組の概要 >

構成員が生産した採卵親鶏、ブロイラー種鶏を原料とした、イスラム教徒向けの食材「ハラルフード」の加工販売
レトルト加工品の自社生産によるラインナップ強化と販路拡大



【取り組むに至った経緯】

平成12年に採卵鶏農家等が出資した農事組合法人として設立、平成24年に株式会社に組織変更
平成24年に採卵親鶏、ブロイラー種鶏を原料とした「ハラルフード」の加工・販売を開始

【活用した支援施策】

総合化事業計画認定(加工・直売)(H24)
農業改良資金(加工場)(H24)
立地企業促進補助金(H24)

【取り組む際に生じた課題】

ハラルフードに関する情報が少ない
宗教観や習慣になじみがない
ハラル認定の取得
(ハラル処理するムスリムの雇用)
ハラル生産対応による生産性の低下

【取組の効果】

全国的にハラルフードへの関心が徐々に高まってきている。具体的な売上高は微々たるものであるが、国際線の機内食に採用された
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受賞

【生じた課題への対応方法】

全国、海外の海外に詳しい取引先などから生の情報を収集
実習生制度の活用
豚肉やアルコールがご法度のため違反する原料や商品は別工場へ移動

【今後の展望】

ハラルフードの海外展開、国内拡充
レトルト加工品のラインナップ拡充
高齢化に対応する食品の開発

採卵鶏農家

原料提供



(株)エヌチキン

ハラルフードの加工・販売



南薩食鳥(株)

販促・2次卸

イスラム教国

輸出



製造されたハラルフード食品



ハラルフードの製造過程における、レトルト処理を行うための殺菌施設

< 取組の概要 >

敷地内にある製糖工場から出るサトウキビの絞りかすを利用して生産したキクラゲ加工品の製造



【取り組むに至った経緯】

平成20年製糖会社から子会社を買収して創業を開始

平成25年生産工場を整備して、平成26年から本格稼働開始

【取り組む際に生じた課題】

ダニや害菌による品質低下

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

【生じた課題への対応方法】

フィルムを使用した菌床の開発

サトウキビの絞りかすを活用した生産方法について特許申請

【活用した支援施策(補助事業等)】

総合化事業計画認定(加工)(H24)

6次産業化推進整備事業(H24)

【取組の効果】

売上高

4千万円(H23) 9千万円(H26予定)

キクラゲ生産量

38t(H23) 80t(H26予定)

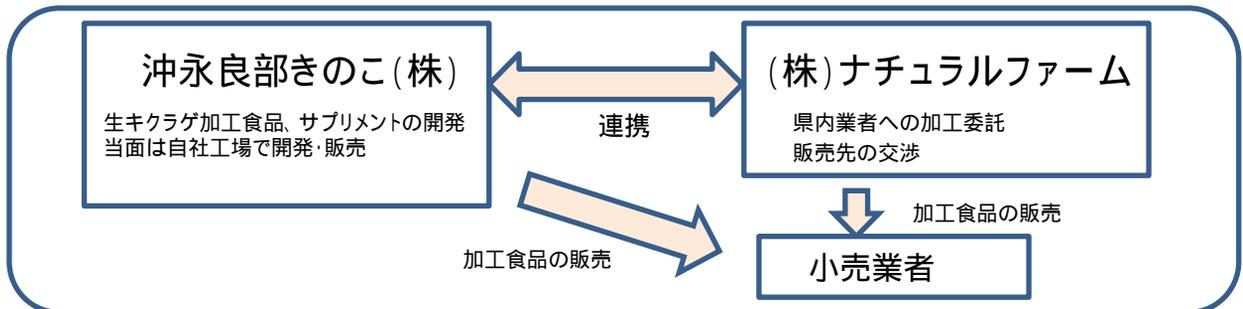
雇用者数

20名(パート含む)(H23) 30名(パート含む)(H26予定)

【今後の展望】

キクラゲの総菜や成分を活用した健康補助食品の開発

県と連携して認証制度認定による他社より優位な経営



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

大隅半島で生産された野菜を乾燥・粉末にし、 それを利用した商品開発と販路拡大

株式会社オキス(鹿児島県鹿屋市)

< 取組の概要 >

株式会社オキスは、鹿児島県の大隅半島で生産される野菜を鮮度の高いうちに自社加工し、他の高次加工会社とも連携しながら新商品開発を行い、農産物の生産・加工・販売をしている。

高次加工により、使いやすさと軽量化を兼ね備えた商品化を図るとともに、農産物の規格外等も廃棄することなく全て活用することで農家収入の向上も目標とする。



【取り組むに至った経緯】

県内産農産物の需要の高まりは感じるものの、利益率に問題を感じていた。

カット乾燥という加工に新たな農産物の可能性を感じ、生産農家の所得拡大にも貢献できると考えた。

【取り組む際に生じた課題】

異業種からの参入であったため、販路のを見つけ方もわからなかった。また、会社の認知度が無いため相手にされなかった。

商品開発では、加工技術の指導を受けられるところが無く困った。

【生じた課題への対応方法】

全国の商談会等に参加し、情報収集しながら認知度を高めることで、顧客を増やした。

商品開発では、自分たちで試行錯誤しながら加工技術を習得してきた。パッケージのデザイン等は専門家に依頼した。

【活用した支援施策】

農商工等連携対策支援事業 (H19)

乾燥野菜やペースト製造

活動火山周辺地域防災災害農対策事業 (H23)

4連棟ハウス(2棟)を設置

6次産業化推進(ソフト)事業 (H25)

新商品の試作・販売促進等

経営体育成支援事業 (H25)

加工用規模拡大に伴うトラクターの導入

【取組の効果】

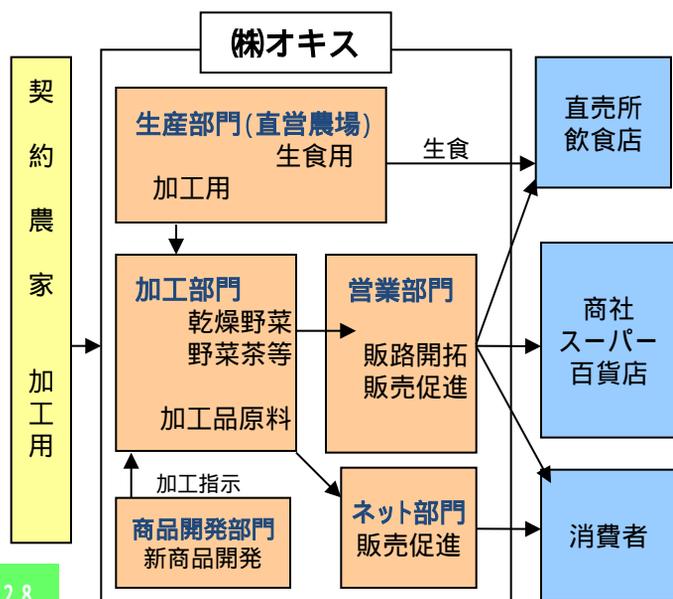
	平成24年	平成25年
売上高	2億3,300万円	4億4,280万円
経営規模(直営農場)	5 ha	10 ha
雇用	常勤 3名	常勤 12名、パート 5名
連携業者等		

食品大手企業との契約も増加しつつある。

【今後の展望】

H25年に商品開発部、H26年にインターネット事業部ならびに直販流通部を開設して、商品力を高めながらPRを広範囲に打っていけるよう体制を整え組織力を強化する。

主力である機能性食品を強化する。



< 取組の概要 >

廃校を改修し、農産加工施設、直売施設、地域食材提供施設(レストラン)等を整備。

平成22年より大豆を使ったスイーツや豆乳アイスなどの開発を行っており、今後、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



【取り組むに至った経緯】

平成22年2月、沖縄県那覇市を中心に飲食店を展開する(株)アメニティの農業生産部門として設立。

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化を図る。

【活用した支援施策】

- 6次産業化推進整備事業(加工施設整備)(H23)
- 耕作放棄地対策事業(H23)
- 環境保全型農業直接支援対策事業(H24)
- 6次産業化推進整備事業(地域食材提供施設)(H24)

【取り組む際に生じた課題】

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も確立されていない。

新たな商品を製造、販売するために、人材の育成と確保が必要

【取組の効果】

- 売上高 256万円(H22) 8,830万円(H25)
- 雇用数 4人(H22) 21人(H25) パート含む
- 栽培面積 0.14ha(H22) 8.3ha(H25)

【生じた課題への対応方法】

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実施

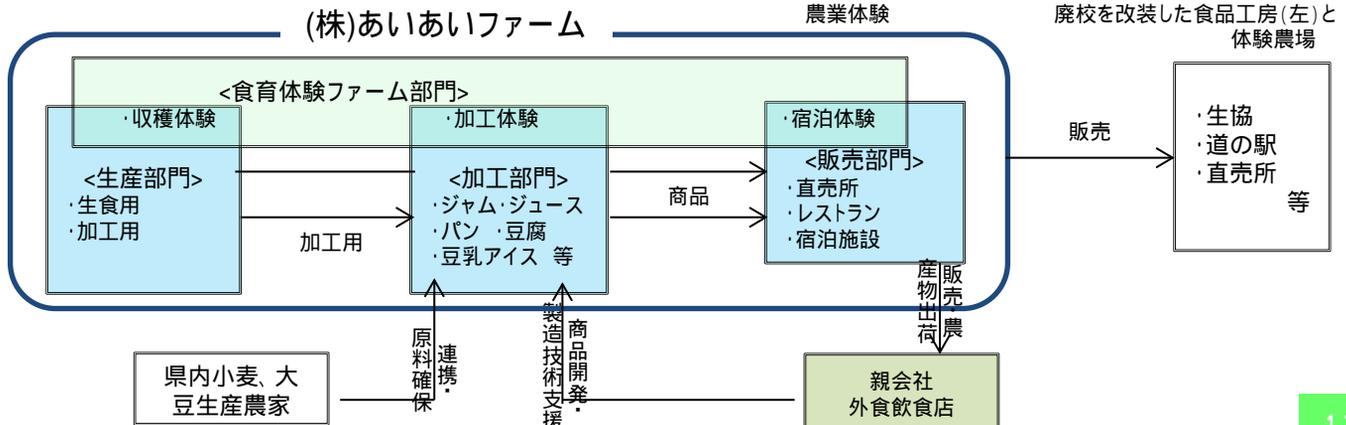
沖縄県健康バイオ推進ネットワーク事業で、健康サポートプログラムを受け入れ、人材の育成、確保を図る取組を実施。

【今後の展望】

県内外への販売の強化や農場の運営、農産物の収穫体験や加工体験、宿泊施設を活用した総合的な体験型ファームへの移行。



(株)あいあいファーム



< 取組の概要 >

自家生産の牛乳及び地元農産物を使用した乳製品の製造、直売所・レストランの開設

平成22年に牛乳加工生産施設・販売所の「ミルミル本舗」を開業し、所得拡大と自社ブランド商品の創出を実現



加工直売所「ミルミル本舗」

【取り組むに至った経緯】

平成5年2月会社設立。現在、乳用牛130頭を飼養し、生乳を乳業会社に販売
生乳を生産・出荷するだけでなく、加工してその美味しさを消費者に知ってもらうため

【取り組む際に生じた課題】

生産規模が小さく基盤が弱いため、牛乳の生産が需要に追いつかない状態である。
新商品の開発や観光地ならではの販売展開が必要

【生じた課題への対応方法】

飼養規模の拡大のため、牛舎の新築・改築を行う予定としている。
2013年に開港した新石垣空港に2店舗目となる直売所を開設

【活用した支援施策】

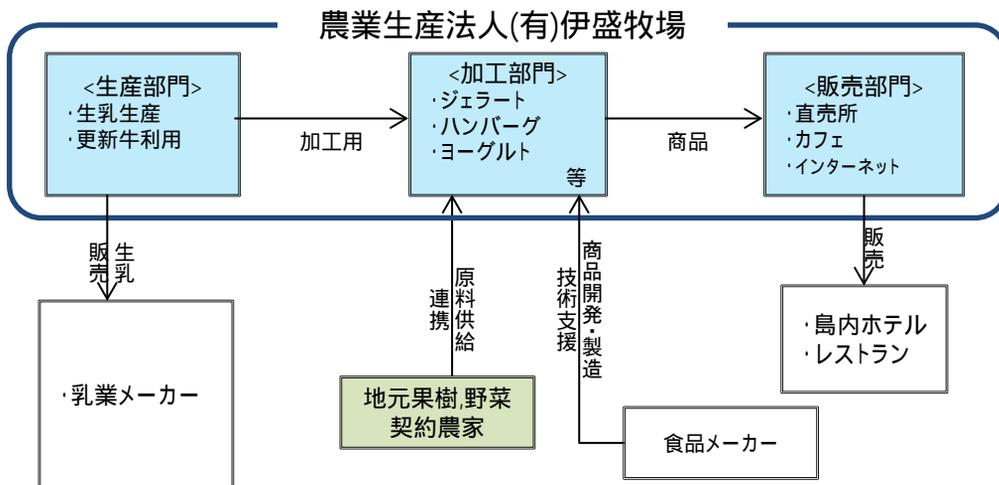
農用地開発公団事業(牧場整備)(S63年)
沖縄農業構造改善事業(牛舎整備)(H16年)

【取組の効果】

売上高 6,000万円(H23) 1億4,000万円(H25)
雇用数 8人(H23) 22人(H25)(パート含む)
飼養頭数 70頭(H23) 130頭(H25)

【今後の展望】

牛乳加工品、牛肉加工品の商品開発を行うとともにそれぞれの加工施設を整備する。
牛乳加工品(ソフトクリーム、ヨーグルト等)の開発、また、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。



「ミルミル本舗」空港店



自家生産牛乳のジェラート

沖縄伝統的島野菜を活用した機能性の高い加工食品の開発・生産・販売

株式会社今帰仁ざまみファーム(沖縄県今帰仁村)

< 取組の概要 >

食品製造事業者と連携し、クワンソウエキスの入った美容系ドリンク剤やサプリメント商品を開発。

女性ならではの発想力を活かした観光PRを展開。観光ツアーの端境期(9~11月)にイベントを探していた地元バス会社とマッチングを図り、「クワンソウ花摘みバスツアー」を事業化



【取り組むに至った経緯】

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、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出荷。

【取り組む際に生じた課題】

クワンソウの効能などを活用した付加価値の高い新たな商品の開発を行うなどして、商品のラインアップの充実を図る必要がある。

【生じた課題への対応方法】

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、ジェラートやチップ等の商品を開発。

【活用した支援施策(補助事業等)】

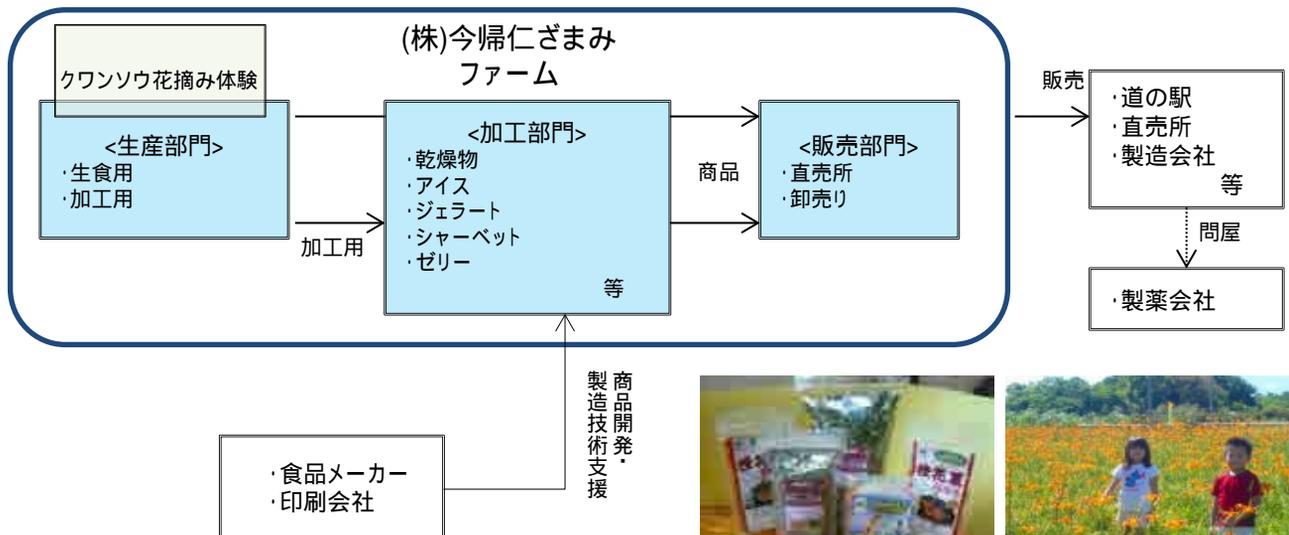
- 特産農作物生産者組織化支援事業(クワンソウ用乾燥機の整備)(H20年)
- 食農連携促進施設整備事業(裁断、包装器機の整備)(H21年)
- OKINAWA型産業応援ファンド(H25年)
- 6次産業化推進支援事業(商品開発)(H25年)

【取組の効果】

- 売上高 1,500万円(H23) 1,800万円(H25)
- 雇用数 3人(H23) 5人(パート含む)(H25)
- 栽培面積 165a(H23) 198ha(H25)
- 来客数 2,000人(H23) 2,300人(H25)

【今後の展望】

「クワンソウ花摘み体験」による来園者の増加を図るとともに、観光土産品として、クワンソウを利用したスイーツ等の商品を開発。



クワンソウ関連商品



クワンソウ花摘み体験ツアー