

6次産業化の取組事例集



【100事例】

平成23年4月

農林水産省総合食料局

取組の概要			取組主体 の所在地
1	加工・直売・ レストラン	こだわりのそばを生産から加工・販売まで	北海道 倶知安町
2	加工・直売・ レストラン	自社農産物のブランド化と自立した農業経営	北海道 旭川市
3	加工・直売	自家生産米からどぶろくを製造・販売	北海道 長沼町
4	加工	付加価値をつけた青森にんにくの商品化	青森県 おいらせ町
5	加工・直売	地域でつくる青森「そばの里」	青森県 青森市、外ヶ浜 町、平内町、 蓬田村
6	加工・ 契約取引	野菜等の生産・加工・流通・販売の一貫経営を実現	宮城県 仙台市
7	加工・直売・ レストラン	トマト産地でファームカフェをオープン	宮城県 大崎市
8	加工・直売・ レストラン	放牧主体でのジャージー牛乳の生産と風味豊かな乳製品の加工・販売	秋田県 にかほ市
9	加工・直売・ レストラン	農産物の生産・加工と観光農園等による地域活性化と豊かな郷土づくり	秋田県 由利本荘市
10	加工・直売	発芽玄米を利用し「健康・安全・国産」に徹した米粉の加工・販売	山形県 真室川町
11	直売	直売所が地元企業と連携して新商品・新メニューを開発	福島県 須賀川市
12	加工・直売	古くから飼養されていた「川俣シャモ」のブランド化	福島県 川俣町
13	開発・加工	地元企業との連携によるパプリカを使用した商品の開発	茨城県 水戸市
14	産地リレー・ 加工	産地リレーによる高品質な「大根つま」の周年安定供給	茨城県 笠間市
15	加工・直売・ レストラン	畜産農家による加工・直売等への進出	栃木県 大田原市
16	加工・直売・ レストラン	そばの栽培体験ができるオーナー制度を活用して、都市との交流による通年的な地域活性化	栃木県 壬生町
17	加工	低温殺菌牛乳の生産と加工販売	群馬県 太田市
18	加工	農業生産法人(有)豆太郎との連携による有機栽培農産物を使用した豆腐、豆乳飲料等の製造、販売	埼玉県 神川町

取組の概要			取組主体 の所在地
19	加工・直売	自家栽培の果樹を使ったケーキジャムの製造販売	埼玉県 日高市
20	加工・直売	牧場でのジェラート製造・販売	千葉県 旭市
21	直売	体験型観光農園「佐倉きのこ園」	千葉県 佐倉市
22	加工	新規性テンペによる国産大豆の需要拡大	東京都 府中市
23	研究開発・ 成果利用	桑の新品種の育成と新商品の開発	東京都 八王子市
24	レストラン	その日の朝に水揚げされた地魚を提供する漁港内食堂	神奈川県 大磯町
25	直売	観光もぎとりトマト園及び直売店経営	山梨県 甲州市
26	加工・直売	ブランド豚肉の加工・直売	山梨県 山中湖村
27	農家民泊	ぬくもり伝える農家民泊	長野県 飯田市
28	加工	自立した農業経営を目指した農産物加工所	長野県 喬木村
29	加工・直売	生鮮・冷凍イチゴの加工・販売	静岡県 静岡市
30	加工・直売・ レストラン	中山間地における有機農業の新しいビジネスモデルの構築	静岡県 富士宮市
31	加工	稲作・畑作複合経営に風土資源などを活用した付加価値化販売	新潟県 南魚沼市
32	加工・直売	耕畜連携に基づく加工販売や加工体験により観光スポットに	新潟県 新潟市
33	加工・直売	父娘の連携で米生産から米粉パン製造等の米粉ビジネスへの展開	富山県 魚津市
34	加工・直売	自家製飼料で肥育した牛肉を使用した手作りソーセージ等の食肉加工品の製造販売	富山県 富山市
35	加工・直売	原料米の生産・製粉・製パン・販売までを一貫して行う米粉製品の加工・販売	石川県 小松市
36	加工・直売	稲作を中心とした規模拡大と米の直接販売、餅・漬物等の加工販売、直営販売施設の展開	石川県 白山市
37	加工・販売	生産から加工・販売まで障がい者の自立支援に向けた農業経営	福井県 あわら市

取組の概要			取組主体 の所在地
38	加工・直売	有機農業経営に加えてヤギ牧場でヤギの乳から乳製品を加工販売	福井県 池田町
39	レストラン	農家が旬の地元食材を提供するレストラン	岐阜県 中津川市
40	加工・直売・ レストラン	女性起業による地場産野菜を使った加工品の製造・販売、 レストラン経営	岐阜県 郡上市
41	直売	都市と農村の交流 ゆとりとやすらぎの提供	岐阜県 恵那市
42	加工・ ネット販売	環境保全型農業で栽培したレモンの加工・販売	愛知県 豊橋市
43	直売・ レストラン	地産地消の複合拠点施設による農業と地域の活性化	愛知県 大府市
44	直売	豚の生産から加工・販売までの一貫経営による独自ブランド の構築	愛知県 半田市
45	直売	二つの牧場が共同会社を設立して乳製品の加工販売に取り 組む	愛知県 西尾市
46	加工・直売・ レストラン	女性起業による地場産農産物を使った加工品の製造・販売、 レストラン経営	三重県 多気町
47	加工	みかん農園ならではの完熟しぼりジュースの製造・販売	三重県 御浜町
48	直売	直売所の小規模多店舗展開により地域農業の維持に貢献	三重県 四日市市
49	加工・直売	地場産「もち米」の加工販売	滋賀県 甲賀市
50	加工・直売	「環境こだわり米」を使った加工品の製造・販売	滋賀県 東近江市
51	加工・直売・ レストラン	高付加価値ジェラートの開発、販売等	滋賀県 東近江市
52	加工	付加価値向上を目指した黒豆の加工、販売	京都府 南丹市
53	直売・ 契約取引	京野菜の生産とお弁当等の開発、販売	京都府 京都市
54	直売	京の伝統野菜の一つ「賀茂なす」栽培し料亭等へ直接販売	京都府 京都市
55	レストラン	循環型有機農法による農園レストラン	大阪府 枚方市
56	加工・直売	「道の駅」で地元農産物の直売、加工品の製造販売	大阪府 河南町

取組の概要			取組主体 の所在地
57	加工・直売	農家女性による米粉パン・加工品等の製造・直売	大阪府 和泉市
58	加工・直売・ レストラン	農業者が自ら加工・販売までを展開	兵庫県 神戸市
59	直売・ レストラン	地域に根ざす広域的営農組合を組織化	兵庫県 加古川市
60	直売・ レストラン	有機農産物の直接販売とレストラン提供	奈良県 宇陀市
61	レストラン	大和伝統野菜を活用した農家レストラン	奈良県 奈良市
62	加工・直売・ レストラン	地場農産物を加工・販売、レストランで提供	奈良県 葛城市
63	加工・直売	高糖度のブランドみかんを使ったジュース等の加工・販売	和歌山県 有田市
64	加工・直売	特産品ゆずを使った地域活性化	和歌山県 古座川町
65	加工・直売	直売による都市近郊農業の活性化	和歌山県 紀の川市
66	加工・直売・ レストラン	農家女性による農産物加工品の製造・販売	鳥取県 鳥取市
67	加工	大刀(なた)豆の栽培・加工	鳥取県 若桜町
68	加工	農産物加工により安定経営と活力ある集落づくり	島根県 雲南市
69	加工・直売・ レストラン	地域と共存したぶどう栽培とワインの製造・販売	島根県 雲南市
70	契約取引	食品リサイクル肥料を使用した野菜等で販路拡大	島根県 松江市
71	直売	青年農業者グループによる野菜・牛乳等の直売	岡山県 井原市区
72	直売	旅行代理店への売込みにより観光農園へツアー客を集客	岡山県 岡山市
73	加工・直売・ レストラン	6次産業化の連携を町全体で取り組む	広島県 世羅町
74	直売	牧場景観と乳製品の相乗効果で来客増	広島県 東広島市
75	加工	地元の農林水産物にこだわった加工品づくり	山口県 柳井市

取組の概要			取組主体 の所在地
76	加工・直売	地域特産かんきつを活用したジャムの製造と食べ方を提案する販売手法	山口県 周防大島町
77	直売	漁業者による新鮮で旬な魚の直売と調理指導	徳島県 阿南市
78	農家民宿	農家による民宿経営、そばづくり体験	徳島県 吉野川市
79	加工・直売・ レストラン	JA香川県の女性部の直売・流通加工による地域農業の活性化	香川県 さぬき市
80	加工・直売	酪農教育ファーム及び農産加工による経営の多角化・安定化	香川県 三木町
81	加工・直売・ レストラン	付加価値のある卵「美豊卵」を使った直売所・加工・食堂の経営	愛媛県 四国中央市
82	加工・直売・ レストラン	自分が育てた豚で、ハム・ソーセージなどを加工し直売、レストランで提供	愛媛県 西条市
83	加工・直売	地域の雇用を推進し、良質なトマトを販売・加工し生産基地を目指す	高知県 土佐市
84	直売・ レストラン	消費者ニーズに対応した地産地消の取組	福岡県 福津市
85	加工・直売	国産なたね油の販売と地域資源の有効利用	福岡県 うきは市
86	レストラン	地元在来種のそばの生産・加工とそば店の経営	佐賀県 佐賀市
87	加工・直売	加部島特産の甘夏みかんの生産・加工・販売	佐賀県 唐津市
88	加工・直売・ レストラン	農家が共同で直売所、レストランを経営	長崎県 大村市
89	加工・直売	ブルーベリーのブランド化で地域を活性化	長崎県 佐世保市
90	加工・輸出	大葉(生葉)の加工品による海外を含めた販路拡大	熊本県 合志市
91	加工・輸出・ 直売	さつまいも加工品による海外を含めた販路拡大	熊本県 益城町
92	加工	地元もち米を使用したもち加工品の製造・販売	大分県 豊後大野市
93	レストラン	肉用牛部門を核とした6次産業化の展開	大分県 九重町
94	加工・直売・ レストラン	直売所とレストランを併設したブランド豚の加工・販売	宮崎県 川南町

取組の概要			取組主体 の所在地
95	加工	安全・安心に基軸をおいた野菜の生産・加工・販売	宮崎県 小林市
96	直売	直売所での農産物販売による地域農業活性化	鹿児島 県大崎町
97	加工・ 契約取引	ニーズに対応し、生産野菜の付加価値向上	鹿児島県 東串良町
98	加工	ブランド化した農産物をスーパー等へ直接販売	沖縄県 宮古島市
99	契約取引	こだわりの生産と販路限定による豚の独自ブランドの確立	沖縄県 名護市
100	加工	ドラゴンフルーツ等の加工品開発による離島農業の活性化	沖縄県 宮古島市

○取組の概要

- そばを34ha生産(平成22年度)。平成13年より、自社栽培のそばを加工・販売。また、自らそば店を開業。
- さらに、平成19年からは、乾麺の直売、そば店での販売、ネット販売等を開始。



【取り組むに至った経緯】

- 消費者との顔の見える関係づくり。
- 安全・安心なそばを直接消費者に提供したい。

【取り組む際に生じた課題】

- そば打ちの技術がない。
- 製粉・加工の設備がない。

【生じた課題への対応方法】

- フェアへの参加を通じて知りあった者からの技術者及び職人の紹介。
- 製粉・加工設備について補助事業を活用。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農業・農村チャレンジ21推進事業 (H13 北海道)

【取組の効果】

- 売上額が増加
2,000万円(H12)→6,000万円(H21)
- 雇用が拡大
家族経営(H12)→
正社員5人、臨時雇用5人(H22)
- そば店の来客数が増加
1.7万人(H13)→3万人(H22)

【今後の展望】

- そば乾麺の海外輸出。
- 全国の物産展へ出店するなど、さらなる販路の拡大。

成功のポイント！！

○ 加工への進出と販路の拡大

そば粉や乾麺の製造・直売(そば店での販売、ネット販売等)。

○ 商品の差別化

直営のそば屋では、毎日、石臼で製粉することで、香りのある挽きたてのそばを提供。また、玄そばは在来種の「ぼたんそば」を使用。

○取組の概要

- 平成13年に9戸の農家(平成22年度 約150ha)で農業生産法人を立ち上げ、自社ブランド野菜の宅配システムを構築。
- 平成19年に直売所、22年にはカフェレストランをオープン。農産物に加え米粉パンなどの加工品も販売。



【取り組むに至った経緯】

- 都市との交流をさらに進めていきたい。
- 規模拡大以外で収益を上げたい。

【生じた課題への対応方法】

- 定例会議の開催及びメールを活用した情報提供により情報共有。
- 農業経営を完全に統合。(H19年)
- カフェレストラン開業のため補助事業を活用。

【取組の効果】

《直売所・カフェレストラン部門》

- 売上額の増加
年100万円(H19)→月300万円(H22.4～)
- 雇用の拡大 正社員1名(H19)→
正社員15名、臨時雇用60名(H22)
- 来客数の増加
1日平均6人(H19) →1日平均86.1人(H22)

【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ズレ。
- 構成員個々の収益向上。
- 集客数拡大のための新たな施設整備

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 集落営農法人化等緊急整備推進事業(H21農林水産省)

【今後の展望】

- 自社生産の米を使用した日本酒の海外輸出。
- 社員等の通年雇用の拡大。

成功のポイント！！

○ イベントを契機としたネットワークの拡大

料理人、バイヤーなど異業種との交流を通じて販路の拡大。

(例:コネクションのできた料理人に高評価を受けるとともに自社米を納入)

○ 希少品種の生産・販売

まぼろしの米「彩(あや)」による顧客の拡大。

○ 農商工連携の取組

酒造メーカーと連携した自家米からの酒造り。

(全国酒類コンクール純米酒部門で2位)

○取組の概要

- 米の生産面積9ha(平成22年度)。平成18年より、特区を活用し、自家生産米からどぶろくの製造・販売を開始。
(駒谷農場のある長沼町は、平成17年に北海道で初の構造改革特区計画(どぶろく特区)の認定)



【取り組むに至った経緯】

- 経営する農家民宿の宣伝、都市との交流拡大につなげたい。

【取り組む際に生じた課題】

- どぶろく製造技術の習得。

【生じた課題への対応方法】

- 町の特区担当者を通じて北海道立総合研究機構食品加工研究センターの研修を受講し技術を習得。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【取組の効果】

- 売上額の増加
どぶろく売上額: 約200万円(H21)
- 雇用の拡大
どぶろく部門: 正社員1名、通年雇用
パート1名
- 農家民宿の宿泊客増加
長沼町: 1,000名(H18) → 約4,500名(H22)

【今後の展望】

- 製品の種類を増やすこと。また、北海道外の物産展への積極的な出店を通じ、販路拡大を目指す。
(本州への拡大)

成功のポイント！！

○ 町との連携と研究機関からの協力

グリーンツーリズムを推進する町との連携により、研究機関の協力を得てどぶろくの商品化が実現。

○ 販路を拡大するための積極的なアプローチ

道の駅や物産センター、宅配サービス業者へ自ら商品を持ち込み積極的にPR。

○取組の概要

- 安全・安心な農産物の提供と、生産・加工・流通の確立を目標に平成19年から青森県産「にんにく」を使用した高付加価値商品の製造・販売を実施



【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

【生じた課題への対応方法】

- 元弘前大学医学部教授佐々木甚一氏の協力のもと、平成19年に「おいらせ黒にんにく」の商品化に成功

【取組の効果】

- 雇用人数: 65名(H19)→90名(H21)
- 販売額(にんにく): 3.1億円(H19) → 4億円(H21)
うち黒にんにく分販売額:
1,000万円(H19) → 6,000万円(H21)
- 青森県の未来を元気にする「ものづくり新世紀青森元気企業」県知事表彰等を授賞

【取り組む際に生じた課題】

- 「にんにく」特有の臭いを取り除いた商品開発
- 差別化に向けた新たな技術力の開発

【活用した支援施策(補助事業等)】

- あおもり元気企業チャレンジ助成事業(H19(財)21あおもり産業総合支援センター)

【今後の展望】

- 「おいらせ黒にんにく」を活用した多様な新商品の開発

成功のポイント！！

- 収益率向上に向けたコスト低減
「はねもの」を活用することにより、商品製造のロスを抑え収益率が向上
- 学識経験者との連携による高付加価値商品の開発
独自の製法により、糖度が高く、フルーティーな味わいに仕上げ、生にんにくと比べポリフェノールが約5.8倍、活性酸素を取り除く酵素の活性約3.4倍が特徴の商品化に成功

○取組の概要

- 農業生産法人、転作組合などが東青産そば(青森市ほか3町村)の地産地消の推進と新商品の開発等により平成17年度から「あおもり海道そば」のブランド化を推進。



【取り組むに至った経緯】

- 東青地域は、1,000haの転作そばが作付されているが、所得の向上に結び付いていないことから、ブランドの確立と農業所得の向上を目指すこととした

【取り組む際に生じた課題】

- 新たな商品開発など東青ブランドの確立

【生じた課題への対応方法】

- 県は「そばの里づくり」を最重点事項に位置付け、栽培技術の改善、地元食材を組み合わせた商品開発等を支援

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 東青そば海道づくり推進事業(H20青森県)
- あおもり海道そばステップアップ事業(H21青森県)

【取組の効果】

- そばの供給量が増加し、土地の有効利用が図られ、地域おこしにもつながった
- そば供給量(市内そば7店舗) 0.45t(H16)→4.5t(H21)

【今後の展望】

- 平成22年12月の東北新幹線新青森駅開業を契機に「あおもり海道そば」を広めたい

成功のポイント！！

○ あおもり海道そばブランド推進協議会

生産者、製粉業者、製麺業者、加工業者、青森市内のそば店等が連携した協議会を立ち上げ、関係機関の協力を得、地元食材にこだわったオリジナルメニューの開発や各種イベントを実施。

○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(ベンダー)との取引



【取り組むに至った経緯】

- 安定的な農業経営を図るため、中食加工業者のニーズに対応、販路開拓も積極的に実施

【生じた課題への対応方法】

- 県内外農家等から原料を購入するとともに品質を確保できる施設や流通体制を整備

【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
- 売上額は、H16(法人設立時)に比べ6倍(H22で4億円)に向上

【取り組む際に生じた課題】

- ニーズに合う数量、形状、品質及び周年供給への対応

【活用した支援施策(補助事業等)】

- (加工施設の整備)
広域連携アグリビジネスモデル支援事業(H21農林水産省)

【今後の展望】

- 地域農業支援の担い手となる人材育成及び異業種との交流を図る

成功のポイント！

- 区域を越えた生産者とのネットワーク構築
ネットワークの構築、産地リレー及び数量確保による業務用原材料の安定供給
- カット野菜工場の活用による有利販売
流通業者等の規格要望にきめ細かく対応し、有利販売を実現
- 積極的な販路開拓
大手コンビニのベンダーとの取引開始により、取扱量増加

○取組の概要

- デリシャストマト[※] 102t生産(H20)。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

【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

【取組の効果】

- 売上高(トマト加工品) 800万円(H18)→1,700万円(H20)
- 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5t(H20)

【取り組む際に生じた課題】

- 新商品の開発
- 接客等が未経験

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 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)

【今後の展望】

- デリシャストマトの生産拡大のためハウスの増設
- 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

成功のポイント！！

○ 農業改良普及指導員による支援

ビジネスプランづくり、加工品やカフェメニュー開発、資金導入、専門家の派遣、パブリシティの活用等の支援により、

- ① デリシャストマトのブランド化
- ② 加工品ラインナップの再構築
- ③ ファームカフェの新設による6次産業化を実現

○ 外部専門家の活用

レストラン経営者やフードコーディネイター等の専門家からのアドバイスを得ることにより、具体的な加工品開発や、カフェの運営等の実施

加工・直売・
レストラン

8 放牧主体でのジャージー牛乳の生産と風味 豊かな乳製品の加工・販売 土田牧場(秋田県にかほ市)

○取組の概要

- 鳥海山麓で放牧を主体としてジャージー牛を飼養し生乳を生産(205頭(H21))
- 牧場内で自家産ジャージー乳を原料とした乳製品の製造、直売所・レストランの開設



【取り組むに至った経緯】

- ジャージー牛にこだわり、放牧による健康な牛作りを理想として鳥海山のふもとに移転(S62)
- 消費者に生産現場を見てもらいつつ自家製品を提供できる直売所(H3)・レストラン(H19)を開設

【生じた課題への対応方法】

- アメリカや北海道でジャージー牛の経営技術を習得
- チーズ加工技術、販売技術の習得のため研修会等に参加

【取組の効果】

- 地元の観光名所の一つとして地域に貢献するとともに、経営規模の拡大が進展
- 出荷乳量 176t(H4)→240t(H21)
- 売上高 1億1,300万円(H8)→1億5,000万円(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 厳しい気候条件に対応した飼養管理技術の習得
- ジャージー牛の風味を活かした乳製品の加工技術と販路を開発するための販売技術の習得

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 県夢プラン事業(H6秋田県)
(ヨーグルト加工施設)

【今後の展望】

- 自前での菓子製造やチーズの増産など加工部門の拡大
- 自家産ヨーグルトを利用したオリジナル料理の開発とレストランでの提供

成功のポイント！！

- ジャージー牛へのこだわりと放牧による健康な牛づくり
おいしい牛乳は豊かな土と良質な草で育った健康な牛から作られるとの考えのもと、放牧を主体として国内では稀少なジャージー牛を飼養
- ジャージー牛乳の風味を活かした製品づくり
ジャージー牛乳のもつ本来の風味を消費者に届けるため、低温殺菌による牛乳処理など、こだわりの乳製品を製造・開発
- 直接、消費者に味と思いが伝わる関係づくり
目の届くところ、声が聞こえる範囲で消費してもらうことを大切に地元での消費を重視するとともに、宅配や通販により口コミで販路を拡大して流通経費を抑制

○取組の概要

- 平成7年から農業生産、農産物加工・販売、観光農園やレストランなどの多角経営を展開
- ハーブを核としたまちづくり



【取り組むに至った経緯】

- 農業の担い手不足を補うために農業の組織化を図り、雇用の機会を作る必要があると考え、昭和62年に農事組合法人を設立

【生じた課題への対応方法】

- 加工(H元年から)・レストラン(H7年から)・観光ハーブ園(H7年から)などを加えた農業の6次産業化に取り組む

【取組の効果】

- 雇用人数:15人(H7)→50人(H21)
- 販売額:8千万円(H7)→5億8千万円(H21)
- 生産面積:米10ha 等→米18ha 等
- 地域の生産農家(20人)とタイアップしたり、地元への雇用の場を提供するなど、地域の活性化につながった。

【取り組む際に生じた課題】

- 稲作単作農業からの脱却と周年稼働農業体制の確立

【活用した支援施策(補助事業等)】

- アグリベンチャー支援事業
(H12 農林水産省)

【今後の展望】

- 地域の人々が豊かさを実感できる健康産業としての食文化を育み、ハーブで元気のあるまちづくり

成功のポイント！！

○ 地域を基盤にした事業展開

地域の生産農家とタイアップして米や野菜などの食材の安定供給体制を確立

○取組の概要

- 国産米粉で麺づくり
- 経営の多角化のため自社ブランドに加えて(OEM方式)受託生産
- 少ロット対応を可能にした製粉商品



【取り組むに至った経緯】

- H18年に農事組合法人りぞねっとを設立
- 米の消費先細りの危機感から、新たな用途(米粉)開発の必要性を痛感
- 米粉による「米の副食化」を提唱

【生じた課題への対応方法】

- 米粉麺の製造技術取得
- 補助事業及び公庫資金による資金調達
- 製粉技術の取得

【取組の効果】

- 販売額
400万円(H19)→4,300万円(H21)
- 地域内出荷農家
3戸(H19)→60戸(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 当初は米粉パンを検討、消費期限・食味・コスト面から断念
- 工場施設整備のため資金調達
- 微粒粉碎製粉の検討

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 元気な地域づくり交付金
(H18 農林水産省)
- 農山漁村活性化プロジェクト支援交付金(H21 農林水産省)
- 食品産業クラスター事業
(H21 農林水産省)

【今後の展望】

- 米粉を使った新食品の開発・供給

成功のポイント！！

- 製粉・製麺・包装までを一貫して実現(安心・安全の確立)
原料から包装までの工程を一貫して自社工場で実現、コスト削減・衛生環境の確立が図られた
- 消費者のニーズに合わせた商品展開(健康面にも配慮)
天然原料により色を付けたり、GABAを多く含む発芽玄米を混ぜ込むなど、消費者の健康志向に対応した機能性商品の製造も手掛けた
- 受託生産(OEM)により、経営の多角化とともに販路拡大
受託生産の取り組みは、工場の稼働率を高めるとともに、販路の拡大や新製品の開発にも結びついた

直売

11 直売所が地元企業と連携して 新商品・新メニューを開発

株式会社 ジェイエイあぐりすかがわ岩瀬(福島県須賀川市)

○取組の概要

- 出荷者810名が多品目の産品(野菜、果物、花き、農産加工品等)を販売するほか、ブログ等で積極的に情報を発信
- 地元加工業者等と提携し、地場農産物を活用した商品(米粉乾麺、お米ジャム等)を開発
- 米粉製品(お菓子等)の試作や料理教室、オリジナル商品の開発等多彩な活動を展開



【取り組むに至った経緯】

- 平成11年に、JAがファーマーズ計画を策定。本計画の実現を図るため、15年に直売所「はたけんぼ」をオープン

【取り組む際に生じた課題】

- これまで、JAでは直売の経験がなかったため、産直の取組に対する組合員の理解が不足

【生じた課題への対応方法】

- 直売に先駆的に取り組んでいた生産者や農産加工を手がける女性部を通し、全組合員に産直の必要性を説明

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【取組の効果】

- 購入者数
45万人(H16) → 63万人(H21)
- 販売額
7億円(H16) → 12億円(H21)

【今後の展望】

- 野菜等の料理方法を紹介するイベント等を開催し、直売所への来場者数の更なる増加を目指す
- 農・商・工・観光・行政が連携し、多様で魅力ある地産地消の取組を通じた農業の振興と地域の活性化

成功のポイント！！

- 生産者のプロ意識の高揚を図り、周年を通した多品目生産・出荷体制を確立
- 地元企業(食品加工・製造業者、飲食店等)や商工会議所との協力・連携
- 地場農産物の利用促進のための料理教室、試食会及びセミナーの開催

○取組の概要

- 古くから地元で飼養される「シャモ」に着眼したくん製品などの商品開発と加工・販売
- 関係者が一体となった「川俣シャモ」のブランド化



【取り組むに至った経緯】

- 葉たばこ・養蚕等の基幹作物による所得が低減していく中、古くから町内で飼われていた「シャモ」に着眼し新たな特産品づくりを関係者が一体となって推進
- 昭和62年から川俣シャモを販売

【生じた課題への対応方法】

- 商談会、展示会への出展、レストラン関係者との交流などによるPRと新規開拓
- 一般小売用のほか、料理店、旅館等の業務用の新商品開発を推進

【取組の効果】

- 販売額 約1.5倍に増加(H16→H21)
- 雇用の拡大など地域活性化に貢献 21名(H16) → 28名(H21)
- 県ブランド認証産品に選定され土産品、ギフト商品としての需要が拡大
- 川俣シャモ生産羽数 38,735羽(H16)→62,772羽(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 販路の開拓
- 新商品の開発

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農商工連携支援事業(H22 農林水産省)
- 強い農業づくり交付金(H18 農林水産省)
- ふくしまイレブン生産販売強化事業(H22 福島県)

【今後の展望】

- 新規商品の開発
- 販路のさらなる開拓(各種イベント等でのPR)

成功のポイント！！

- 知名度向上を目指したPR活動の展開
町内で「川俣シャモ祭り」を開催し、焼き鳥の長さ日本一としてマスコミ等へアピールするなど、町内外への知名度向上に向けたPRを展開
- 自社での商品開発・加工
自社による商品開発・加工に取り組むことにより、その蓄積されたノウハウを活かして、さらに新たな商品開発、販売促進の展開が可能

13 地元企業との連携によるパプリカを使用した商品の開発

農業生産法人株式会社Tedy(茨城県水戸市)

○取組の概要

- パプリカを2.3ha生産(H22)。エコファーマー認定、GAP認証により安全安心にこだわって生産したパプリカの価格安定策として地元野菜加工企業とパプリカペーストを共同開発。



【取り組むに至った経緯】

- 平成16年に農業生産法人有限会社Tedyを設立、平成19年に現体制に名称を変更。
- 新温室の建設に伴い収穫量が飛躍的に増加する一方で、夏から秋にかけての供給過剰問題の発生があった。そこで、パプリカの有効利用のためペースト加工に平成20年から取り組んだ。

【生じ課題への対応方法】

- ペースト加工を専門とする企業との共同開発により商品化ができた。

【取組の効果】

- 加工品の売上高
100万円(H21)→300万円(H22)
- 供給過剰期における、パプリカの有効利用ができるとともに、加工品の普及がパプリカの認知度を高めた。

【取り組む際に生じた課題】

- 自社においてペースト加工に取り組んだが加工技術のノウハウがなく商品化が進まなかった。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- (新商品の開発)
農商工等連携対策支援事業
(H20 経済産業省)

【今後の展望】

- 色彩の良さを利用した新たな加工品の開発及び販路拡大

成功のポイント！！

- 取引先商品ニーズの情報収集
- 地元企業(加工業者・ホテル等)との連携

○取組の概要

- 大根自社8ha、契約農家100ha生産（H22）
- 平成元年から、大根の生産から「つま」の加工・販売までを一貫して行う「6次産業化」を実践。
- 大根栽培専門農家との連携により、高品質大根を周年安定確保した。



【取り組むに至った経緯】

- 平成元年より個人として取り組み、さらなる加工販売の充実を図るため、平成4年に有限会社を設立した。
- 農産物の加工による販売価格の安定化を図る。
- 従業員の周年雇用を確保。

【生じた課題への対応方法】

- 品質の安定を図るため、化学肥料から有機肥料に変更し、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」に適用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

【取組の効果】

- 売上高がH元年に比べ27倍に増加
雇用数5人（H元）→50人（H22）
- 自社の経営の安定と契約生産農家の規模拡大・経営の安定が図られた。

【取り組む際に生じた課題】

- 原料となる大根の品質の維持、安定的な生産量の確保。

【活用した支援施策（補助事業等）】

- （加工施設の整備）
スーパーL資金（H8 農林水産省）

【今後の展望】

- 大根を加工する際に発生する葉などを活用した新商品の開発、販路拡大を目指す。

成功のポイント！！

- 販売先の信頼確保のための、栽培から販売までの徹底した品質管理。
- 生産者から販売先までの多様なネットワークの開拓構築。
- 大根栽培専門農家との産地リレーを構築し、生産量の安定と高品質な原料確保。

○取組の概要

- 自らが生産した牛肉を直売するため、直営ミートショップ、直営レストラン「ファーマーズカフェ」を開設。
- ホルスタインの飼養頭数の拡大(2500頭、H21)の中で堆肥の有効利用としてブロッコリー生産などの耕種部門の規模拡大。
- 牛の肥育から土壌づくりによる低農薬野菜の生産が評判になり、契約栽培につながった。



【取り組むに至った経緯】

- 昭和45年から肉牛を飼養(19年に株式会社化)
- 平成2年から牛堆肥を利用した野菜の販売に取り組んだ。
- 日本国内のBSEの発生により価格が低迷したことから、自ら牛肉を販売することとし、平成14年から直営ミートショップと直営レストラン開設。

【取り組む際に生じた課題】

- 精肉として需要が低い部位の販売先の確保。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【生じた課題への対応方法】

- 精肉として需要が低い部位をレトルトカレー等の加工食品の原料として活用。

【今後の展望】

- 農地の取得や借入れにより野菜の増産をはかり、バーベキューハウスの建設を目指す。

【取組の効果】

- 販売額
1億3,000万円(H14)
- 雇用者数
→1億6,600万円(H21)
- 10名(H14)→社員20人、パート6人(H21)

成功のポイント！！

- 販売先を確保できたこと。
- 牛の肥育から出る堆肥活用、土づくりにより、農薬の使用を極力控えたこだわりの野菜の生産が評判となり契約販売の増加。

16 そばの栽培体験ができるオーナー制度を活用 して、都市との交流による通年的な地域活性化 下稲葉営農集団・農家そば所隠れ家蕎香きょうか(栃木県壬生町)

○取組の概要

- 平成12年から近隣の遊休農地を借り受け(4ha(H12))、そばの作付けとそばのオーナー制度導入。
そばの栽培、そば打ち体験ができるオーナー制度を通して、年間を通じて、県内外からの顧客の確保。
- 平成14年からそば粉の製造、販売。
- 平成17年から農村レストラン「農家そば処隠れ家蕎香」をオープン。



【取り組むに至った経緯】

- 転作の一環としてそばの生産を始めたが、玄そばが安価なことから、製粉施設を整備し、地域の直売所で生そば、そば粉の販売を開始。
- 消費者からの、その場でそばを食べたいとの声から「蕎香」を開店した。

【生じた課題への対応方法】

- 地域活性化の一環でイベントを毎年開催するとともに、県内外のイベントへ積極的に参加。
- そばのオーナー制度による認知度が高まり、顧客が増加した。

【取り組みの効果】

- 売上高 500万円(H17)→1,500万円(H21)
- 「蕎香」に地域からの通年パート5名の雇用確保。
- そばの消費拡大に伴い地域内の遊休農地活用により遊休農地の解消に貢献。
- 「蕎香」での売り上げの増加に加え、農産物直売所や近隣そば店に生そば、そば粉の販売。

【取り組む際に生じた課題】

- 「蕎香」の場所が奥まった場所にあるため、集客力に不安があった。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 首都圏農業パワーアップ推進事業
(域農業システムモデル実践地区条件整備事業 H14 栃木県)
(当初のそば加工所と製粉機械)

【今後の展望】

- 平成22年中に「蕎香」にそば加工所を新設し増産をはかる。
- そばの販路等として生そばの通信販売への取組。また、そばの生産規模拡大のために地域からの雇用を確保していく。

成功のポイント！！

- 都市との交流としてはじめた、「そばオーナー制度」登録者の増加と、オーナーを対象に、そばの栽培、そば打ち体験、夏には季節に応じてイチゴ摘みなどのイベントを年間を通じ開催。
- 営農集団がそばの生産拡大に向けて共同作業、施設の共有化による効率化。さらには地域、村づくりとして地域全体の振興にそばを活用した一体的な取組。
- そば所として、地域からの発信。

○取組の概要

- 昭和58年から、業界に先駆け、低温殺菌牛乳(パステライズド牛乳)を生産し、パイオニア的な地位を確立。(生産量6743t、H21)
- 群馬県(東部地区全域及び玉村町)及び東京都(国立市・小平市)の学校給食(7万食)に供給。
- 非遺伝子組み換え飼料による牛乳の生産など、業界に一石を投じる活動。
- 昭和57年から、酪農家、消費者および東毛酪農業協同組合の三者の代表による「みんなの牛乳勉強会」を設置し、牛乳の品質改善や商品開発に関する消費者のニーズの把握を開始。
- 首都圏の消費者グループへの直接配送を実現し、消費者との交流による相互理解を図った共同販売事業。



【取り組むに至った経緯】

- 昭和58年から、欧米諸国で主流となっている低温殺菌による牛乳製造に取り組む。

【取り組む際に生じた課題】

- 低温殺菌牛乳は、原料となる生乳の鮮度と品質が重要であり、原料乳の生菌数を1万/ml以下にすること。

【生じた課題への対応方法】

- 生菌数を減少させるため、毎日の徹底した衛生管理、牛にストレスを与えない健康管理、生産者の高い意識協力。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 地域畜産活性化総合対策
(平成6・7年 農林水産省)

【取組の効果】

- 出荷生産者 31名
- 雇用人数の推移
70名(H5)→70名(H21)
- 売上高の推移
15億5,221万円(H5)→16億1,170万円(H21)
- 消費者に低温殺菌牛乳が認知され、牛乳生産から加工・販売まで一貫した酪農経営の発展に繋がり、長期的に安定した各種事業や活動が可能となった。

【今後の展望】

- 生産者、組合、消費者が、三位一体となった取組を通して、生産活動の強化を図る。

成功のポイント！！

- 「みんなの牛乳勉強会」に関係して生産者・消費者の一体となった牛乳・加工乳等の研究開発。
- 消費者グループや生協を通じた共同販売事業。

18 農業生産法人(有)豆太郎との連携による有機栽培農産物を使用した豆腐、豆乳飲料等の製造、販売

株式会社ヤマキ(埼玉県神川町)

○取組の概要

- 有機JASの大豆などを原料とした、こだわりの醤油・味噌などの製造
- (有)豆太郎が有機栽培農産物(大豆、野菜等)の生産拡大を図る一方で、平成13年から(有)豆太郎から調達した有機JASの大豆、野菜を使用して、豆腐、豆乳、野菜ジュース等を製造、販売



有機栽培農産物を使用した豆腐及び豆乳飲料

【取り組むに至った経緯】

- 国産の有機JASの大豆や野菜を使用した、こだわりと安全性の高い商品作りを模索。平成13年から製造開始。

【生じた課題への対応方法】

- 規格外品のペースト加工による商品開発ができた。

【取組の効果】

- 売上高1,000万(H13)→3,000万(H21)
- 雇用人数、12名(H13)→20名(H22)
- 有機農産物の使用量(大豆100t、野菜10t)
- 規格外品の活用が可能となったことにより農業生産の拡大が図られた。
- 生産者の特定による生産者の顔が見える、安全・安心な有機野菜豆腐、有機豆乳飲料を製造することができた。

【取り組む際に生じた課題】

- 有機農産物の生産には天候などの影響を受けやすく規格外品が多く発生するので、原料の安定化が難しい。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農商工等連携対策支援事業(H21・22 経済産業省)
(参考)連携農業者(有)豆太郎が農業主導型6次産業化整備事業を実施(H22 農林水産省)

【今後の展望】

- 健康志向の高い女性等を中心に、需要の拡大が期待できる。

成功のポイント！！

- 農業生産法人(有)豆太郎との連携による有機栽培農産物の確保。(大豆65ha、野菜5ha)
- 国産・有機JAS認定の野菜を使用し、食品添加物を使用しない、食の安全、供給者の特定によるトレーサビリティという高い訴求力があつた。

○取組の概要

- プルーンを130a、ブルーベリーを30a、柿130a、いちご4a、(H22)栽培
- 平成18年から自家栽培の果実を使ったケーキ・ジャムの製造、販売
- 果樹園に隣接して洋菓子店「コラージュ日高本店」をオープン



ブルーベリーヨーグルト
ムース



洋菓子店コラージュ

【取り組むに至った経緯】

- 完熟プルーンのおいしさに魅せられ、本当のプルーンの味を消費者に伝えたいと考えた。

【生じた課題への対応方法】

- 栽培の本などから消毒の仕方等少しずつ課題の解消に取り組んだ。

【取組の効果】

- 農産物売上高
200万円(H17)→500万円(H21)
- 雇用者数(洋菓子店含む)
0人(H17)→15人(H22)
- 自家栽培の果実を使ったケーキ・ジャム等を作り、自らの洋菓子店で販売した。

【取り組む際に生じた課題】

- 果樹栽培のノウハウがなく、栽培方法について教えてくれる人もいなかったため、病気等の発生に困った。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【今後の展望】

- 消費者に美味しいと言ってもらえる商品を少しでも多く作り、知名度を上げ販売増を図る。

成功のポイント！！

- 自家栽培の完熟度の高い果実作りに成功。
- 自らの手で消費者に伝えたい味のケーキ・ジャムを製造加工・販売ができた。
- 洋菓子店を作るにあたって、フードコーディネーターの熱心な支援。

○取組の概要

- 宇畑牧場の多角化として、平成9年から直営のジェラート工房を開設
- 地域の特産品や旬の素材を活用するなどの鮮度と原材料にこだわった商品の提供



【取り組むに至った経緯】

- 収益増を図るため牛乳販売から、牧場経営の多角化として、平成9年から4名でジェラートの製造販売を行い事業を拡大。

【生じた課題への対応方法】

- 原料のミルクは宇畑牧場産を使用することで、品質・鮮度にこだわり、差別化を図る。また、食品衛生管理面にて、「厨房を常にドライ」にするイタリアの方式を実施することにより衛生的なジェラートをつくることができた。

【取組の効果】

- 来店者数
13,700人(H9)→33,700人(H21)
- 売上高
1,700万円(H9)→2,000万円(H21)
- 飼育牛の増加
46頭(H9)→53頭(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 顧客の拡大を図る上で、観光牧場とは違った特徴が必要。また商品の特性から、食品衛生管理をどのように行うか。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農業近代化資金
(H9 農林水産省)

【今後の展望】

- アイスクリームや、バターなどを作る体験工房の設立。
ロールケーキなどの新商品の開発。

成功のポイント！！

- 地域の特産品や特徴のある食材を使う地産地消の取組、更に季節感を大切にし、旬の素材を使った商品を提供。
- 機械メーカーなどのコンサルティング室の協力を得て技術の習得。
- 「厨房は常にドライ」というイタリア方式の衛生管理による、衛生管理の行き届いたジェラート作り。

○取組の概要

- しいたけ栽培量 47t(H21)
- 平成8年からきのこ狩り体験や直売所による販売。
- さらに平成11年に本格炭火バーベキューガーデンを有する体験型観光農園の開設。



【取り組むに至った経緯】

- 平成6年に有限会社佐倉きのこ園を設立
- 当初は無人販売店のみを設置。販売品目の拡充、飲食スペースの設置など、消費者の要望に応じた形で順次、直売所を拡大。

【生じた課題への対応方法】

- 量販店で試食販売を行い、「佐倉きのこ園」と「きのこの味」を覚えていただき、来園に繋がった。

【取組の効果】

- 売上高
4,000万円(H8)→9,000万円(H21)
- 来園したお客様が、お土産に直売所で「きのこ」を買って帰り、口コミによる来園者の増加。結果、きのこ栽培ハウスの拡充にも繋がる。

【取り組む際に生じた課題】

- きのこ狩り体験、直売所の拡充、バーベキューガーデンの設立に見合う顧客の拡大。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農業経営基盤強化資金(スーパーL資金)(H8、農林水産省)

【今後の展望】

- 直接販売と、量販店への出荷販売により、「佐倉きのこ園」のPRを行い、来園者のさらなる増加に繋がりたい。

成功のポイント！！

- 来園者からのアンケートはがきによる「お客様の声」を基に運営の改善。
- 農産物をすべて売切り生産ロスをなくす協力を量販店などにしてもらった。
- 地下水を使用し栽培した「長生き椎茸」の販売で、他商品との差別化を図る。

○取組の概要

- 特定乳酸菌を利用した無加熱処理の「生てんぺ」の開発
(テンペとは大豆の煮豆を、テンペ菌で無塩発酵させた食品。)
- 「大豆テンペ」を利用した新商品の開発



【取り組むに至った経緯】

- 食品市場の健康志向化が進行するなか、国産大豆を使用した簡単に食べられる健康に良い商品を作りたいとの思いから、平成16年度にテンペ食品を販売。

【生じた課題への対応方法】

- 特定乳酸菌を併用する製造方法(特許出願済)により、「生」でのチルド流通が可能となり、必要な日持ちを確保。

【取組の効果】

- 大豆テンペ、生てんぺについて、売上高が増加
250万円(H16) → 1,900万円(H22)
- 雇用が増加 従業員25人(H16) → 33人(H22)
- 大豆使用量 0.7 t (H16) → 5 t (H22)
- 取組を通じ、大豆テンペ利用・加工のためのネットワークが拡大。

【取り組む際に生じた課題】

- 従来品と違い加熱処理をしないので大豆の風味が生けるが、流通上必要な日持ちの確保ができない。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農商工等連携対策支援事業(H21 農林水産省)
- 地域産品販路開拓機会提供支援事業(H22 中小企業庁)

【今後の展望】

- 更に利用・加工商品を開発
- 更にネットワークを拡大

成功のポイント！！

- 高品質・新品種大豆に対応できる生産者の存在
高い生産技術を有する産地、農業者との連携(取引農業者1人、取引量5t)。
- 課題を克服できた実力ある研究機関、研究者の存在
歴史的に食品産業が盛んである東京という地域の強みが生かされた。
- 申請書作成にあたり粘り強く対応してくれた中小企業診断士の存在
困難な申請書の作成や修正、追加資料の作成に、誠実に対応。

○取組の概要

- 新品種「創輝」(平成20年6月3日品種登録:伸長力旺盛でDNJ(1-デオキシゾリマイシン)を従来品種より多く含む)の育成。
- 平成17年度から地元八王子市の農家で栽培(10a)。平成20年度から大学発ベンチャー企業が桑茶の加工・販売を実施。



【取り組むに至った経緯】

- 桑新品種「創輝」を桑茶などの加工食品に利用し、八王子市の農業振興と「桑都八王子」の地域ブランドを形成。

【生じた課題への対応方法】

- 八王子市地元商工会・金融機関・大学の連携で、加工・活用方法を開発(一部特許取得)。量産化は他県の工場に依頼。

【取組の効果】

- 売上高は初年度の倍、雇用数は2名、桑葉の収穫量は2トン、栽培面積は10倍
- 大学の技術シーズのビジネス化。農家にとって栽培管理が容易で鳥獣被害を受けにくく、10aあたり20万円～30万円程度の利益を実現。(従来は農家の収益は無かった)

【取り組む際に生じた課題】

- 大学で新品種を作ったが、桑を加工する技術や量産する工場がなかった。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 八王子産学公連携事業(H18、H21 八王子市)
- 農商工等連携事業(H20 農林水産省と経済産業省との連携)

【今後の展望】

- 原料桑の供給拡大と品質安定のための栽培マニュアルの作成、既存の桑茶の販路拡大、桑パウダーを使用した新商品の開発、及び製造コストの削減。

成功のポイント！！

○ 業種を越えた地元の人とのつながり

八王子市の産学公連携の集まりで地元の農家、大学及び商工会の方が知り合い、商品開発に結び付いた。

○ 都市農業に適した作物

桑の栽培は難しくないことから、農地に手をかけられない農家でも栽培が可能であった。

○ 大学・農家・事業者のノウハウの結集

新品種誕生を機に、大学の知の財産、農家の栽培ノウハウ、及び事業者の加工技術が集まって、おいしい桑茶の商品化ができた。

○ 飲食に適した品種の育成

既存の桑茶にない濃緑色で甘み・旨みのある品種の開発により、茶をはじめ加工食品等の用途に幅広く使用できる。

○取組の概要

- 平成22年度に「漁師メシ」を振舞う漁協直営の食堂「めしや大磯港」を大磯漁港内にオープン。
- その日のメニューは、当日朝の定置網漁で水揚げされた鮮魚により決まる。



【取り組むに至った経緯】

- 組合員数50名。定置網などにより年間200トン近くの魚介類を水揚げする漁協。町内に出回る量が少ない大磯の新鮮でおいしい地魚だけを食べられる店を漁港内に開業。

【生じた課題への対応方法】

- ホームページを活用して地域でボランティアを募り、店舗内の壁塗り等の开店準備を行った。

【取組の効果】

- 地域が活性化
集客効果が朝市の周年営業化に波及
6回(H21) → 12回(H22)
- 雇用の増加 地域から7名
- 売上げの増加
約100万円(H21)→4,500万円の見込み(H22)
- 来店者の増加が朝市の売上にも波及

【取り組む際に生じた課題】

- 店舗建設経費の抑制

【活用した支援策(補助事業等)】

- なし

【今後の展望】

- 来場者に大磯町を散策してもらい、もっと大磯の魚と町を知ってもらいたい。

成功のポイント！！

○ 港で提供するこだわり

大磯港で水揚げされた鮮魚を提供することで、新鮮な魚という集客効果。

○ あくまで大磯港に水揚げされた鮮魚へのこだわり

しけの日は休業することで鮮魚へのこだわりにより、大磯で水揚げされる魚の認知度が向上。

○ 地域活性化に貢献

食事を待つお客さんに、「大磯街中マップ」を活用した大磯の観光案内を行ったり、従業員を地元から雇用することで、地域活性化に貢献。

○取組の概要

- 平成18年度に、建設業から農業生産法人を設立し観光もぎとりトマト園開設
- 平成21年度から無添加トマトジュース等を直売



【取り組むに至った経緯】

- 建設業界の不況の中、新分野として農業分野に進出し、トマト生産に取り組む。また、観光もぎとりトマト園経営及び直売所による販売を計画。

【生じた課題への対応方法】

- 栽培技術は経験豊富なトマト農家との契約により習得。無添加トマトジュースをぶどう・桃のジュース等と併せて直売するとともに集客拡大に向け、近隣の観光施設や旅行会社等と提携し、オールシーズン化を図った。

【取組の効果】

- 売上高
3,000万円(H20)→6,200万円(H21)
- 雇用者数
8人(H19)→22人(H22)

【取り組む際に生じた課題】

- 栽培技術と販路。特に、果樹観光地において、いかにしてトマト観光農園として集客・販売するか。また、地域観光との相乗効果が図れるか。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 旬のやまなし、地産地消支援事業(H18 山梨県)

【今後の展望】

- 環境に配慮した栽培により、さらに高付加価値を付けトマトを生産するとともに、より多くの観光客を集客できる事業を進めたい。また、アンテナショップを開設し、販路拡大を図りたい。

成功のポイント！！

○ 商品のブランド化と観光もぎとり園開設

安全で美味しい“こだわりのトマト”の生産によりブランド化を図るとともに、近隣の観光施設や旅行会社等と提携した。

○取組の概要

- 平成19年度に富士ヶ嶺の豊かな自然を活用したこだわりの飼育方法による富士新ブランド「富士ヶ嶺産丸一ポーク」完成
- 平成20年度からハム・ソーセージを製造、直売



【取り組むに至った経緯】

- 富士ヶ嶺の自然豊かな環境のもと、抗生物質を使用しない完全配合飼料と飲用として富士山の伏流水を活用して、品質の追究と徹底した生産管理による新たなブランド豚肉「富士ヶ嶺産丸一ポーク」への取組と加工品を製造。

【取り組む際に生じた課題】

- 新ブランド豚肉「富士ヶ嶺産丸一ポーク」を使用したハム・ソーセージ等製造における、高品質で特色のある加工品の開発。

【生じた課題への対応方法】

- ドイツの加工技術を習得することによって、水と温度と塩にこだわった、リーズナブルな山中湖ハムが完成。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【取組の効果】

- 製造部門売上高
180%増加(H20→H21)
- 雇用者数
2人増加(H19→H22)
- 飼養規模
120%増加(H19→H22)

【今後の展望】

- たい肥・液肥の製造による、地域内バイオマスの利活用への取組を計画。

成功のポイント！！

- 自然豊かな富士ヶ嶺の環境を生かして生産されたブランド豚肉を使い、安全・安心でかつリーズナブルな手作り山中湖ハム・ソーセージを製造。
- 製品は、ドイツ国際食肉コンテストやドイツ農業協会コンテストにおいて多数タイトルを受賞し、品質の保証を得るとともに商品価値を高め販売。

○取組の概要

- 若者流出、集落の過疎化を懸念し、地域の農家、住民を説得して、平成10年、30軒の農家が集まり、地域民泊として修学旅行生の受入を開始。



【取り組むに至った経緯】

- 平成9年に自らが始めた、農村・農業の持つ癒し効果を利用した農家民泊への取組がきっかけ。
- 現在、市役所、公社の支援、地元観光業との連携により、飯田・下伊那地域の450軒の農家が参加。

【生じた課題への対応方法】

- 地域住民に、粘り強い説得と、市役所、公社の支援、連携によって、地域の理解が得られた。

【取組の効果】

- 売上高(宿泊収入)の増加
120万円(H18)→160万円(H22)
- 宿泊客数の増加
150人(H18)→190人(H22)
- 修学旅行の誘致により、地域の宿泊施設、商店、各種体験施設等にも恩恵をもたらし、地域全体の活性化に結びついている(飯田、下伊那全体で受入数:8千~1万人/年(60~70校・団体))

【取り組む際に生じた課題】

- 一緒に取り組んでくれる農家を探すこと。地域住民の理解と協力を得ること。地域(観光・民宿等)が一体となった取組とすること。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【今後の展望】

- 都市との交流、修学旅行生に農業の楽しみ良さを伝える。農家民泊の先駆者として、更に広げる活動をしていく。

成功のポイント！！

- 地域の農家・住民の理解と協力を得ることができたこと。
- 飯田市役所・南信州観光公社の理解と協力によって、地域的な広がりや地元観光業界と連携ができたこと。
(幅広い地域活性化への発展)
- どぶろく特区により、地域の独自性が出せたこと。

○取組の概要

- 平成5年から、自立する農業経営を目指し地元農産物を加工・販売する(地産地消)運動を実践。
- 農家の“おかあちゃん”たちが頑張る手造り食品事業。



【取り組むに至った経緯】

- 昭和61年、地元の女性グループ20人ほどで地区の加工所で加工を始めたのがきっかけ。
- 平成13年、小池手造り農産加工所有限会社を創設。
- 平成21年、フーデックスジャパンへの出展から、地元・県外からの委託加工も増え、現在では、全国各地からの農産物を加工している。

【取り組む際に生じた課題】

- 廃水処理
- 加工残渣の処理
- 食品衛生管理

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【生じた課題への対応方法】

- 廃水処理施設を完備
- 加工残渣は肥飼料に利用
- 食品衛生責任者を育成

【取組の効果】

- 売上高(加工品)の増加
1.8億円(H17)→3.5億円(H22)
- 雇用の増加
15人(H17)→30人(H22)

【今後の展望】

- 地産地消・地域資源の利活用で、農業と地域を元気にするための応援を行っていききたい。全国からの要望に応えるため、加工施設の増設を計画している。
- 自ら生産している農産物の加工の増加を図るため、遊休農地を活用していきたい。

成功のポイント！！

- 確かな原材料をふんだんに使用した手造りによるこだわりの商品開発。
- 品目に制限がなく、小口も受け入れ、農家の希望どおりの加工。
- 農家がすぐに直売できるように、容器・ラベルを用意。
- 食品衛生管理の徹底による安全性の確保。

○取組の概要

- 生鮮イチゴの販売基準を厳しく設定し、平成22年度からこだわりのイチゴとしての販売、更に規格外となったイチゴを冷凍保存化し通年でジャムなどへの加工・販売を行う
- 6次産業化による規模拡大で、地域雇用を創出する



【取り組むに至った経緯】

- 栽培面積約70アールのいちご専業農家。昭和53年よりイチゴの生産に取り組み。
- 平成7年に直売所を開設し、専門家の助言を受けながら経営戦略の検討を重ねる。徹底した販売基準により発生する、食味が劣ることのない規格外イチゴを加工することで経営の向上を目指した。

【取り組む際に生じた課題】

- 加工販売施設の運営は初めての試みであり、集客見込みやメニューの選定等、経営戦略の作成に苦労した。

【生じた課題への対応方法】

- 交流を持つ飲食店経営者の協力と中小企業診断士のアドバイス

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【取組の効果】

- 売上高の増加
6,700万円(H21)→8,300万円(H22見込み)
- 雇用の増加
24人(H21)→25人(H22)
- 加工・販売のノウハウを実地で経験・習得することで、関係機関との交流が図れた。

【今後の展望】

- 高品質の生鮮イチゴと加工品の販売によりブランド力を高め、経営拡大を図る。

成功のポイント！！

- 絶対の自信を持つ高品質イチゴ
自信を持てる原材料を所有することで、強気の経営戦略を立てることが出来、周囲の理解も得たこと。
- 多様な人脈の構築と活用
初めての試みである加工・販売を成功させる為、自ら関係機関を積極的に訪問して人脈を作り上げたことから、加工・販売の経験不足を補う経営戦略ができたこと。

○ 取組の概要

- 平成11年度から農薬や化学肥料を使わずに露地野菜を中心とした有機野菜の生産。
- 平成19年度から生産した有機野菜を使用した野菜惣菜店・レストランの経営。



【取り組むに至った経緯】

- 一流フレンチレストランの総給仕長から農業へ転身。未発達の有機栽培市場においては、自ら生産から加工・販売まで手掛けることが最善であると判断した。理想とする農業経営を追求するうちに現在の経営形態に至った。

【生じた課題への対応方法】

- 日々の勉強と実体験、広く培った人脈からの助言により対応。資金は事前の貯蓄と銀行融資。重要なことは、リスクに挑む決意を持つための努力。

【取り組みの効果】

- 売上高の増加
4,800万円(H19)→8,500万円(H21)
- 雇用数の増加(正社員のみ)
3名(H19)→18名(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 加工・販売に対する知識・経験不足及び投資リスク。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農商工連携対策支援事業
(H21 農林水産省・経済産業省)

【今後の展望】

- マーケティングで判明したニーズに応えるための生産規模の拡大及び、有機栽培技術の研究・改良により経営力向上を目指す。

成功のポイント！！

○ 明確なビジョンを持つ

理想とする経営形態を構想し、熱意と自信を持つこと。その為の勉強と行動は惜しまない。不断の努力が自信を支え、理想に向かって事業を前進させた。

○ チャンスは自分で作り出す

とにかく行動を起こしてみる。インターネットを活用した情報の受発信に力を入れた結果、構想に共感する優秀な人材にめぐり合った。意図した成果ではなく、行動することでチャンスが生まれた好例となった。

○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・山菜等を特別栽培して通年販売化に取り組む
- 平成20年度から雪室貯蔵で米・野菜の旨味を引き出し付加価値化するほか、規格外野菜を委託加工で商品化



【取り組むに至った経緯】

- 4家族で米・野菜・山菜等を30ha(H22)特別栽培。
- 豪雪地帯で営農する中で、冬場の営農対策に取り組み、雪を資源として活用することや規格外品の活用等にいたった。

【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

【取組の効果】

- 売上高 1.4倍に増加(H11→H21)
- 雇用数
常勤7名、非常勤延べ350名(H11)
→常勤10名、非常勤延べ450名(H21)

【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

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 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 農林水産省)

【今後の展望】

- さらなる冬場の収入確保のため、多品目の展開、付加価値のある新規加工品の開発を進める。

成功のポイント！！

- 多様な人との関係構築による事業展開の広がり
土壌改良や連作障害の改善、特色ある栽培方法など多様な人とのつながりを構築していくことで、ニンジンジュースの委託加工による加工品販売など、事業の広がりにつながった。
- 地域に存在する資源を活用した付加価値化
豪雪地帯の立地を活かし「雪」を資源として活用した「雪室」を設置し、農産物の旨味を向上させて付加価値化と通年販売化につなげた。
- 役割分担と経営目標の共有
4家族による大規模経営を進める中で、給与体系の整備・家計と経営の分離などの近代的な経営管理に取り組むとともに、それぞれの役割分担の明確化や経営目標の共有を図った。

○取組の概要

- 平成12年度から地域農業者との連携で耕畜連携・循環型経営に取り組む。
- 平成14年度から乳製品の加工・直売や加工体験により観光スポットとしても成長。



【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を図る中で、生乳の付加価値化の一環で加工分野への取組を開始し、(有)レガーロを設立。

【生じた課題への対応方法】

- 国内の技術研修や海外の本場での研修、畜産農家間での意見交換等でノウハウを取得。

【取組の効果】

- 売上高
4,000万円(H14)→6,300万円(H21)
- 雇用数
常勤4人、非常勤延べ90人(H14)
→常勤5人、非常勤延べ900人(H21)
- 地域内集客
8万人(H15)→18万人(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 加工等のノウハウの不足。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 経営体育成交付金(融資主体型補助)
(H22 農林水産省)

【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し、1日遊べる観光農場化を進める。

成功のポイント！！

○ 多様な人とのネットワークを活かす

地域内の農業者仲間との連携や酪農仲間等との意見交換を通じて事業を構築・拡大していくことにつなげた。

○ 地域の立地等の特性を活かす

市街地から約1時間の程良い距離感と温泉地が近くにあることなどの立地等を活かして、ジェラートの加工販売のほか手作り体験等を展開し、集客につなげた。

○ 品質にこだわった生産加工

自社及び地域内農業者の生産したこだわり農畜産物を活かして、季節ごとの多種類のレシピを開発・活用するなど、集客につながる工夫を行っている。

○取組の概要

- 父親の作るMK農産の米を委託製粉し、放し飼いの有精卵などを使用して、平成21年から娘が地産地消の米粉パンを製造販売するとともに、新規需要米の生産を拡大。



【取り組むに至った経緯】

- MK農産の米や卵を使い、地産地消の加工品を開発しようとする中で、娘が米工房Jasmineを立ち上げ米粉パンの製造販売に取り組む。

【生じた課題への対応方法】

- 米粉パン製造講習会への参加や展示会等での商品化を研鑽。
- 移動販売やイベント販売による顧客作り。

【取組の効果】

- 米工房Jasmine部門の売上高は4倍(H21→H22)に増加。
- 新規需要米の作付面積4.5a(H21)→229.4a(H22)

【取り組む際に生じた課題】

- 製造販売のノウハウの不足。
- 農村地域への集客。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- とやま新事業創造基金 農商工連携ファンド事業 (H22 財団法人富山県新世紀産業機構)

【今後の展望】

- 新品種(米)と米粉製品の開発(米粉麺)。委託製粉による米粉販売、農家レストランの開業、社会福祉法人と連携した米粉パン新店舗開業を進めることとしている。

成功のポイント！！

- 地元産品の積極的使用により地域の消費者の応援が得られた
父親経営のMK農産の農産物を始め、積極的に地元産の材料を使用して商品を開発・販売することで、地域の消費者の購入などの応援が得られたことが、次の事業展開につながった。
- レシピを増やすとともに口コミなどを活かしてファンづくり
豊富なレシピで商品の多様化を図るとともに、口コミ、地域マスコミの報道などの効果を活かした積極的な販売活動が販路の拡大につながる。
- 既存の人脈を含めた多様な人との関わり
新設される米粉製粉工場の関係者や顧問契約しているベーカリーコンサルタントなど多様な人との関わりを持つことで様々な事業展開が視野に入ってきた。

○取組の概要

- 昭和60年度から自家生産の牧草、稲わらを飼料として牛を飼育し、良質な牛肉を生産。
- 平成17年度から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。



【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。

【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。
- 牛肉を使ったソーセージ等の開発。

【取組の効果】

- 売上高
8,000万円(H16)→1億4,000万(H21)
- 雇用数
4人(H16)→10人(H21)

【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。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農業近代化資金(H17 農林水産省)
- スーパーL資金(H20 日本政策金融公庫)

【今後の展望】

- 自家生産の飼料比率を上げるとともに、アイテム数を増すなど加工直売部門の売り上げを伸ばすことによって、収益の向上を進める。

成功のポイント！！

○ こだわり製法による多様なアイテムの開発

肉本来の旨味を活かすこだわり製法によるソーセージ、ローストビーフ、ビーフジャーキー、コンビーフ等の多様な商品を揃えることで消費者ニーズにも対応。

○ きめ細かな消費者対応やブログ等を利用した情報発信

消費者にきめ細かなサービスを提供するとともに、HPやブログを活用した情報発信で固定客の確保につなげた。

○ 独自の製法

自家生産の飼料を使用することで、経営コストの削減と肉質の向上等を図り、こだわりの食肉加工品の加工販売につなげた。

○取組の概要

- 平成18年に営農組合の法人化を行い、平成19年から環境保全型農業に取組み、独自ブランド米「白山明峰米」を販売。
- 加工部門を経営の柱にすべく、平成21年から生産から販売まで一貫して米粉製品を加工販売。



【取り組むに至った経緯】

- 法人化後の経営基盤強化を図るため、加工部門(株式会社 白山明峰)を立ち上げ、付加価値化に取り組むこととした。

【取り組む際に生じた課題】

- 新たな投資を伴う取組に対する組織内の合意形成。
- 商品化へのノウハウの不足。

【生じた課題への対応方法】

- 協議を重ねて合意形成を確保。
- 実地研修や講師の実技指導を重ねて商品化のノウハウを確保。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 新規需要米生産製造連携関連施設整備事業(農山漁村活性化プロジェクト支援交付金)
(H21 農林水産省)

【取組の効果】

- 売上高 1.1倍に増加(H18→H21)
- 雇用数 30名(H18)→37名(H21)

【今後の展望】

- 加工販売施設の整備を行い、製造・販売の規模の拡大を計画。

成功のポイント！！

○ 法人経営方針の明確化

経営方針を構築し組織内で協議を重ねて合意を形成を図ったことで、加工部門を経営の柱とする方針を共有。

○ 外部人材も含めた人材の活用

知識を有する人材のリーダーシップと不足するノウハウを外部人材を活用することで事業化を推進。

○ 積極的な販売促進活動

商談会や各種イベント等に積極的に参加することで、販路拡大や商品開発・改良につなげたこと。

36 稲作を中心とした規模拡大と米の直接販売、餅・漬物等の加工販売、直営販売施設の展開

株式会社六星(石川県白山市)

○取組の概要

- S54年から地域農業の受け皿として農地集積を図り、稲作を中心に野菜栽培等の複合化を実施。
- S60年から米の直接販売(H4年からは特別栽培米)に加え、餅(S59年)・漬物(H15年)等の加工販売、直営販売施設(H8年)の展開等に取り組む。



【取り組むに至った経緯】

- 農閑期の雇用対策等のため、餅の加工販売開始し、以後、漬物加工など自社農産物の付加価値化を進め、収益向上を図ってきた。

【生じた課題への対応方法】

- 品質・衛生管理専門の人材の配置
- 物産展等への積極的な出展
- 地元JA等金融機関の融資活用

【取組の効果】

- 加工部門売上高
1億円(H1)→3億円(H21)
- 雇用数(パート等含む)
14名(H1)→70名(H21)
- 作付面積 46ha(H1)→130ha(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 食品の品質・衛生管理体制の整備
- 販路の開拓
- 設備投資資金の確保

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 地域農業基盤確立農業構造改善事業(H7・8 農林水産省)
- 国内農業生産流通体制整備強化対策事業(H12 農林水産省)
- 耕畜連携・資源循環総合対策事業(H15 農林水産省)

【今後の展望】

- 直営販売施設の多店舗化と惣菜等の加工部門を強化し、飲食ビジネス産業へと事業拡大を図る。

成功のポイント！！

- 生産から加工、販売までの一貫した生産販売体系と情報開示
HACCP方式を導入して品質管理等の確保を図るとともに、一貫した生産加工の特徴を活かし、原料の栽培情報をHP等で開示し、顧客の信頼確保と販売の安定化を図る。
- マーケット分析に基づく計画的な事業展開
マーケットの動向等を分析しながら、栽培計画や販売戦略等の事業戦略を立てて、計画的な事業展開を進める。
- 営業・販売力の強化
営業担当の育成、インターネットでの通信販売、物産展への参加等による取引先等とのコミュニケーションにより、営業・販売力を強化。

○取組の概要

- 平成13年度から米作りと野菜・果樹の生産を障がい者雇用の一環として取り組む。
- 平成20年度よりかきもち・あんぽ柿の加工・販売に取り組む。



【取り組むに至った経緯】

- 障がい者雇用の場を提供するため法人を設立、さらに経営の安定を図るため加工・販売に取り組む。

【生じた課題への対応方法】

- 金融機関の融資制度を活用
- 障がい者の担当分野の選別と、作業別で色分けした安全性の高い作業用具の活用

【取組の効果】

- 売上高
2,000万円(H13)→7,700万円(H21)
- 雇用数 1名(H13)→14名(H21)
※14人のうち8人は障がい者の通年就労
- 作付面積 5ha(H13)→34ha(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 農産物加工施設を導入するに当たっての資金調達
- 障がい者雇用の際の担当作業の選定と生産効率・安全の確保

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農業経営基盤強化資金
(H20 日本政策金融公庫)
- 農業主導型6次産業化整備事業
(H22 農林水産省)

【今後の展望】

- 加工・販売部門の拡大により経営の安定を図り、さらなる障がい者の雇用と自立支援につなげていく。

成功のポイント！！

○ 地域農業への支援が自社製品の支持に。

法人化前からの高齢化の進む地域農業の支援(草刈り・収穫)の取組の成果が自社製品の支持に繋がっている。

○ 社会福祉法人のネットワークを生かした販路の確保。

系列の法人が担っている学校給食事業へ給食材料を納入することにより持続的な販路を確保しているほか病院、介護施設等、比較的大口で安定的な販路を確保している。

○ 付加価値を付けて直接販売することで収益性を確保

収穫物は、特別栽培天日干し米・あんぽ柿(干し柿)・かきもちなど、自社施設で素朴な農産物や加工品に仕上げ、直接販売で収益性を確保。

○取組の概要

- 平成19年度よりヤギの乳を使ったチーズ、ヨーグルト飲料の製造販売及び、人懐こいヤギの習性を生かした牧場体験



【取り組むに至った経緯】

- 有機栽培で米・野菜を生産するなか、循環型農業を考え、TAKARAチーズ工房を立ち上げてヤギ飼育と乳製品の加工販売に取り組む。

【生じた課題への対応方法】

- 酪農センターで経営ノウハウを研修
- 各地のチーズ工房にて研修
- 各種機関や専門家への相談

【取組の効果】

- 売上高
500万円(H19)→740万円(H21)
- ヤギ牧場の来客者が農産物も購入するなどの効果が現れて来つつあり、売上高の向上につながっている。

【取り組む際に生じた課題】

- ヤギ牧場の経営ノウハウの不足
- 乳製品加工ノウハウの不足
- 新事業立ち上げの資金調達

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 新規創業支援事業
(H19 財団法人ふくい産業支援センター)
- 産業デザインプロデュース事業
(H19 財団法人ふくい産業支援センター)
- 開業支援資金(H19 福井県)

【今後の展望】

- ヤギ牧場の体験メニューを増やし観光化を図るとともに、ファームと連動した製品開発や販売を進める。

成功のポイント！！

- 比較的低コストで経営ができるヤギに着目
畜舎にビニールハウスを利用できるなどの初期負担が少なく、多様な展開が見込めるヤギに着目して、事業構築を図った。
- ヤギの乳製品の珍しさ・希少性に着目
県内でヤギ牧場を経営しているのはTAKARAチーズ工房だけであり、「希少性」を活かして、加工品開発や体験プログラム等の展開が進められた。
- 多様な人の指導・助言等を活かす
ヤギ飼育や乳製品加工など、知識・技術等を有する技術者・専門家等からノウハウの取得を行うとともに指導・助言等を活かして事業に取り組んだ。

○取組の概要

- 平成18年度から地元で採れた数十種類もの旬の朝採り新鮮野菜を使った料理を中心に、郷土料理などをバイキング方式で提供
- レストランは20代から60代の幅広い世代の女性で運営されており、郷土料理の伝承や農村女性の活躍の場など地域活性化にも貢献



【取り組むに至った経緯】

- 「地元野菜をもっと食べてもらいたい。農家の主婦ができることはないか。」という思いからレストランの運営を受託した

【取り組む際に生じた課題】

- 食材を直売所や生産者から直接仕入れるため、形が不揃いのものも多く、その有効利用が課題

【生じた課題への対応方法】

- メニューの多くは従業員がアイデアを出し合い、決定、調理し、食材を有効に利用

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【取組の効果】

- 売上高
4,000万円(H19)→7,600万円(H21)
- 雇用数 9人(H19)→20人(H21)
- 地元農産物の利用拡大と農村女性の活躍の場など地域活性化が図られた

【今後の展望】

- 直売所との相乗効果による地元農産物の消費拡大と畜産物や魚の地元産使用の実現

成功のポイント！！

- 農家との契約栽培をすすめる中で、農家が意欲的に農業に取り組めるような環境・体制作りにも配慮
- キャッチフレーズは「みんなの笑顔と手づくり料理のあたたかさ」

○取組の概要

- 平成元年度から女性起業による地域で生産された生食用トマト(桃太郎)を使ったケチャップを生産販売
- 平成15年度から道の駅に明宝レディース直営の農家レストランを開業し、地元食材を使ったメニューの提供



【取り組むに至った経緯】

- 農産加工により女性の感性を生じた、ひと味違った地域活性化活動ができるのでは、との思いから取り組んだ。

【生じた課題への対応方法】

- 助成事業の活用、完熟トマトの保存料、着色料を使わない無添加商品の開発

【取組の効果】

- 売上高
3,650万円(H4)→1億2,600万円(H21)
- テレビ、雑誌で取り上げられるなど、ケチャップの販売が好評
- 女性の生き甲斐が増大

【取り組む際に生じた課題】

- 初期投資節減、商品開発

【活用した支援施策(補助事業等)】

- (加工施設の整備)
わがむら特産物推進事業
(H元 岐阜県)

【今後の展望】

- 40歳代8名の後継者の育成とその活用により経営発展したい。
- 野菜の契約栽培により遊休農地の解消を促進したい。

成功のポイント！！

- 村長の強い後押しにより株式会社として発足(生活改善グループから発展)
- マーケティングに基づいた商品開発に地域が協力
- 報道機関の活用によるPR活動

○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る。
- 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



（道の駅おばあちゃん市・山岡）

【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、13名の農業者により、生産者と消費者が対面する朝市を開始(H7)

【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、道の駅で直売所と食堂を開設(H16)

【取組の効果】

- 売上高 1億1,880万円(H16)
→2億7,400万円(H21)
- 雇用数 26人(H16)→43人(H21)
（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、生産者の意識を向上

【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

【活用した支援施策（補助事業等）】

- 中山間地域総合整備事業
(H15 岐阜県)

【今後の展望】

- 野菜を周年販売できるよう、冬季野菜の導入
- 事業の継続に向け、若い世代への参加の呼びかけ

成功のポイント！！

- 商品の9割が地元農産物及びその加工品
生産者の意識を高めるとともに、消費者からは「顔の見える商品」として支持
- 特産品「天然細寒天」を利用した食事の提供
レストランのメニューには、すべて寒天を1品使用し、山岡らしさを表現
- 山岡に行かないと手に入らない商品を提供
からすみ（米粉のお菓子）、珍品野菜などの商品や食事を提供することにより交流人口の増加に寄与
- 高齢者が活躍するイベント「昔の遊びを教えます」を随時開催
子どもたちを対象に、高齢者の知恵や技術を活かした竹馬、竹とんぼなどを伝承



（日曜朝市の風景）

○取組の概要

- ハウスレモンで、土着天敵が活躍できる生態系をハウス内に形成するなど、無農薬栽培を実施
- 地元の福祉施設やスーパーと共同で「初恋レモン」というブランド名のパンやコロッケなどを開発
- 手づくりのレモンジャムやオイルなどをネットで販売



【取り組むに至った経緯】

- 無農薬国産レモンを地域で消費して欲しいという強い願いから「初恋レモンプロジェクト」を企画提案

【取り組む際に生じた課題】

- 商品に付加価値をつけて売するための認知度向上

【生じた課題への対応方法】

- 「初恋レモンプロジェクト」の活動により認知度が向上

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【取り組みの効果】

- 河合果樹園の無農薬レモンを使用しているということで加工業者のブランド力向上
- 第14回環境保全型農業推進コンクール大臣賞受賞(20年度)

【今後の展望】

- 地域ブランドの「初恋ブランド」を中心とした地元での販売の増加
- 初恋ブランドで他地域からこの地域へ消費者の来訪増加

成功のポイント！！

- 農薬不使用の付加価値の高いレモンを加工することにより、更に付加価値をアップさせブランド力を強化
- 河合果樹園と連携加工業者が常にメディアに出ることで、どちらが取り上げられても最終的に「初恋レモンプロジェクト」に到達
- 農家1戸に加工業者数社なので、農家手取りが希薄化しない

○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



【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

【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ルール作り

【取組の効果】

- 売上高 24.1億円(H13年度)
→35.9億円(H21年度)
- 雇用数
205人(H12年度)→231人(H21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

【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

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 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)

【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」認定制度の推進
野菜ソムリエによる情報発信

成功のポイント！！

○ 食の安全対策の徹底

生産履歴記帳の義務づけ、残留農薬検査や加工品の細菌検査の実施などの食の安全対策を徹底

○ 質を重視した取組

「良質、安全、安定価格」を基本とした生産者出荷組織の取組と出荷物検査の徹底

○ 地域・消費者との交流

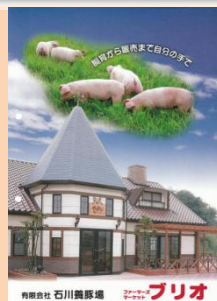
近隣の農地を利用した収穫体験や食の体験を通じて生産者と消費者の顔が見える」関係を構築し、地域住民が地域の農業の理解者へと成熟

44 豚の生産から加工・販売までの一貫経営による独自ブランドの構築

有限会社石川養豚場(ファーマーズマーケット プリオ) (愛知県半田市)

○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

【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

【取組の効果】

- 売上高 約2.1倍に増加(H15→H20)
- 雇用数 加工販売部門 約1.3倍に増加(H15→H20年) 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

【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

【活用した支援施策(補助事業等)】

- (豚舎施設拡充) スーパーL資金及び農業近代化資金(H18 農林水産省)
- (加工・販売施設整備) スーパーL資金(H12 農林水産省)

【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

成功のポイント！！

○ 原料確保、品質管理

・出荷後、枝肉で買い戻し、ハム・ソーセージとして加工するとともに、製造履歴が表示できるシステムの構築の推進。また、地元大学での官能試験結果をもとに飼料配合を改善し、契約スーパーでの肉質評価を集め、飼養管理の改善に努める

○ 衛生対策の強化

管理獣医師の指導のもと、母子感染を少なくするためのワクチン利用や早期離乳、オールインオールアウトを実施。また、より適切な対策を取るため、生産履歴の蓄積を推進

○ 地域連携

直売所では地元野菜などと一緒に販売。施設の周辺に季節の花を植え、景観を整備した。また、地域での納涼まつりの実施、農業研修、小学生の体験実習を受入

○取組の概要

- 平成21年9月に(有)小笠原牧場と北村牧場が共同会社 酪を設立
- 平成21年11月から道の駅「にしお岡ノ山」にてチーズ、ソフトクリーム等の乳製品を販売



【取り組むに至った経緯】

- 乳製品の販売をとおして、「酪農の価値を高めよう！」と両牧場が意気投合し、道の駅での販売を始めた

【生じた課題への対応方法】

- 月二回のペースで関係者も交えた打ち合わせを行い、課題を共有化して解決を図った

【取組の効果】

- 売上目標額 3億円(将来目標)
- 雇用数2人(パート)
- メディアの取材も受けるなど注目が集まり、酪農への理解醸成が図られた

【取り組む際に生じた課題】

- 道の駅オープンに間に合わせるために短期間のうちに乳製品の加工ができる施設や商品開発が必要となった

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 平成21年度農業近代化資金(無利子)により乳加工施設を建設(北村牧場)

【今後の展望】

- 道の駅以外での販売を行い、より多くの酪農の理解者を得たい

成功のポイント！！

○ 共同事業化

北村牧場が乳製品の加工を行うとともに、地元のチーズ工房に生乳を供給し、チーズとして買い戻し北村牧場だけではやりきれない部分を(有)小笠原牧場と共同して対応

○ 道の駅での販売

製品は道の駅に卸し、道の駅で販売
販売に係わる人件費の削減

○ イベント化

マスコットキャラクターのネーミング募集では、1,000通を超える応募あり
イベント化することでより広範に周知を図っている

○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



【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、農業文化を継承し、地域の活性化につながればという思いで取り組んだ。

【生じた課題への対応方法】

- 自ら法人登記手続きしたほか、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

【取組の効果】

- 売上高
4,000万円(H18)→8,000万円(H21)
- 雇用数 25人(H18)→44人(H21)
- 来客者数 約26,000人(H18)
→約36,800人(H21)
- 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

【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

【活用した支援施策(補助事業等)】

- (加工、販売、レストラン施設)
- 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 三重県)
- (農産物低温貯蔵、味噌貯蔵、交流施設)
- 農山漁村活性化プロジェクト支援交付金(H21 農林水産省)

【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。
- また、農村の基本は自給自足であり、それを維持し、加えて売れる体制を作るため、小規模農家の少量多品目を扱う取組等を行いたい。

成功のポイント！！

- 地場の農産物加工品の提供を通じた農村文化の伝承
- 旬の食材(山菜等)買取、加工体験等による地域住民との交流

○取組の概要

- 平成20年から、食べてもおいしい完熟みかんを贅沢に搾り、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(補助事業等)】

- なし

【取組の効果】

- 売上高 0円(H19)→2,500万円(H22)
- 雇用数 25人(H17)→30人(H22)
- 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

成功のポイント！！

- 全国10万人の会員をRFM分析により綿密に分析を行い、顧客の2極化を察知。メインターゲットを客単価の高い顧客に変更
RFM分析: 最新購買日、購買頻度、購買金額の側面から顧客を分析する手法
- 富裕層マーケティングに取り組み、景気に左右されない安定基盤を構築し、黒字化
- 商品カタログ・パッケージを大手メーカーのパッケージも手がけたデザイナーに依頼し、上質なものをお届けするイメージに一新

直売

48 直売所の小規模多店舗展開により地域農業の維持に貢献

ファーマーズマーケット「四季菜」

三重四日市農業協同組合(三重県四日市市)

○取組の概要

- 平成14年度から直売所を整備
- 直売所を「日々の食材を買いに来る店」と位置づけ、消費者が自宅から15分圏内で通えることを目指して、小規模ながら多店舗(現在9店舗)展開し、各店舗では産地情報や調理方法を店内チラシにより提供するなど、消費者ニーズに対応
- 兼業農家だけでなく専業農家の出荷も増加し、重要な出荷先の1つとして認められた
- 米、トマト、イチゴ、花き類などを販売



【取り組むに至った経緯】

- 産地の維持、担い手の経営安定、さらに消費者に対する安全・安心な農産物供給を目的として直売所開設

【生じた課題への対応方法】

- 直売所を「日々の食材を買いに来る店」として位置付け、多店舗展開し、専業農家の大量出荷にも対応できる体制を構築

【取組の効果】

- 売上高
4.1億円(H15)→12.2億円(H21)
- 雇用数
3人(H14、1店舗)→46人(H21、9店舗)
- 直売所への出荷者
245名(H15)→515名(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 数カ所の直売所では、規模的に専業農家の出荷・販売を継続することが難しく、調整が必要と考えられた

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 都市農業支援総合対策事業
(H15 農林水産省)

【今後の展望】

- 生産者が出荷し、消費者が購入するだけの場所ではなく、生産者と消費者が交流する場所として、地域の活性化にもつなげる。

成功のポイント！！

- 直売所も専業農家の出荷先の1つとなるよう、一定量の出荷にも対応できるよう多店舗展開を行なうとともに、固定客確保のために「日々の食材を買いに来る店」と位置付け、自宅から15分圏内を目指した店舗網を構築

○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(もち商品各種、あられ、米粉めん、米粉たいやき、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
- 「魚沼のコシヒカリ、小佐治のもち米」を目指し、良質米生産を集落一丸となって取り組む

【生じた課題への対応方法】

- 県内の様々なイベントに出店、知名度の向上とPR
- クレーム処理にはすばやい対応

【取組の効果】

- 売上高及び雇用者数は、法人化時(H18)からH21までに約2倍となった。
- 米粉事業に取り組むことにより、地域が元気に
- もちの食文化の伝承

【取り組む際に生じた課題】

- 設立当初の知名度の低さ
- クレーム等への対応

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 食料産業クラスター展開事業 (H19 農林水産省)
- 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)

【今後の展望】

- 米の新たな食べ方の提案
- 更なる商品開発により農業、農村に元気を与える企業を目指す

成功のポイント！！

○ 地域活性化への貢献

つきたて餅が食べられる「もちもちハウス」を新設。ここで米粉めんも食べられることから賑わいを呈する

○ 新たな発想で農業・農村に元気を

米は「粒から粉食へ」、新たな食べ方の提案

○ 現状の認識と農業のイメージを変えようとする強い気持ち

○取組の概要

- 平成12年度から農薬・化学肥料を通常の半分以下に抑えた「環境こだわり米」の栽培など環境に優しい農業や消費者との交流を展開
- 平成12年度から「環境こだわり米」を使った米粉パン等を製造・販売



【取り組むに至った経緯】

- 女性や高齢者の労力を活用し、農産物の直売及び加工品の製造・販売など集落内の「人」「モノ」を活用するため

【生じた課題への対応方法】

- 市内外のイベントに積極的に参加し、米粉パンや米粉を使った加工品(クッキー・団子・せんべい)を多くの消費者にPR

【取組の効果】

- 売上額(米粉パン)
724万円(H18)→867万円(H21)
- 32名(うち女性12名)により運営

【取り組む際に生じた課題】

- 米粉パン加工技術の修得と消費者への浸透

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 地域農業経営確立支援事業
(H11 農林水産省)
- 地域活性化プロジェクト交付金
(H20 農林水産省)

【今後の展望】

- 学校給食への参入
- 贈答や記念品に農産物等を使ってもらえる仕組みの構築

成功のポイント！！

- 地域循環システム(循環型農業)を確立
耕畜連携や養蜂農家との連携
- 女性や高齢者の労力の活用
「環境こだわり米」を使った米粉パンの商品化へいち早く取り組み、地元米の需要創出にも貢献
- 生産から販売までの一貫した取組
営農・加工・直売・飼料作物の4部門の相互連携と独立採算運営

○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～）



【取り組むに至った経緯】

- 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

【生じた課題への対応方法】

- 高性能製造機の導入と営業の多角化
- 専門知識が豊富な知人等に対応を相談

【取組の効果】

- ジェラートの販売金額
3,900万円（H19）→1億円（H21）
- 雇用の創出
従業員30名（正社員8名、パート・アルバイト22名）

【取り組む際に生じた課題】

- 衛生面の徹底と人件費削減
- 複雑な関係法令等への対応

【活用した支援施策（補助事業等）】

- なし

【今後の展望】

- 近在するキャンプ場施設や温泉と連携、地域女性を巻き込んだ本物志向の酪農や森林体験を通じたエコツーリズムを進める

成功のポイント！！

○ 地域振興にも大きく貢献

交流の場として、山羊や鶏の放し飼いや、蒟蒻芋の栽培などを行うことにより、10万人以上の人々が訪れ市の観光スポット化

○ 加える素材を吟味

14種類以上のバリエーションの商品に仕上げるなど、素材の産地にもこだわり

○ 単調な酪農経営の法人化で所得拡大

女性の視点と感性を活かしたジェラートの加工販売でブランド商品の創出

○ 専門知識が豊富な多くの知人を頼りに対応

多数の関係諸法令及び危機管理等への対応に当たり、多くの知人を頼りに対応

○取組の概要

- 糖尿病や高血圧に予防効果のあるとされる「丹波黒大豆」や、地域特産物である「丹波大納言」等の加工品を開発。



【取り組むに至った経緯】

- 平成12年度に農事組合法人グリーン日吉を設立(組合員930名)
- 農業経営及び担い手や後継者不足に対応するため、平成12年から年間を通じた黒豆の消費と価格維持を目指し加工を開始、付加価値向上と有利販売を目指す

【生じた課題への対応方法】

- 全国の百貨店でテスト販売を含め、積極的に展開
- 消費者の集まる農業祭イベントに積極的に参加(年間50回以上)

【取組の効果】

- 平成21年度販売額
1億3,000万円(加工品全体)
- 雇用の創出(H22.12.1現在)
正社員 2名 アルバイト 14名
- 30種類以上の商品開発・販売

【取り組む際に生じた課題】

- 販路の開拓・拡大

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 地域資源活用売れる商品づくり支援事業(H22 経済産業省)

【今後の展望】

- 消費者との交流により、需要を的確に捉えた加工品を積極的に開発(年間2品目程度)していく

成功のポイント！！

○ 地域の活性化への貢献

地域の特徴を商品に込める。ほんまもんの製造。
消費者の集まる農業祭イベントに積極的に参加(年間50回以上)

○ 丹波黒大豆のさらなる高付加価値化

ブランデーを加えやわらかく仕上げた「京・丹波黒豆グラッセ」が大ヒット、マスコミにも大きく取り上げられる。

○ 京都ノートルダム女子大学との連携

大学の知力を活用し、商品を共同開発。

○取組の概要

- 高齢化が進む地域の農地を守るため農地を集積。
- 「良いものをより多くの人にたべてもらえるよう適正価格で出荷したい」もモットーに農業生産に専念。



【取り組むに至った経緯】

- 平成7年から有限会社化し、高齢化が進む地域の農地を守るため、農地を集積。
- 水稻10ha、赤しそ6ha、賀茂なす、伏見・万願寺とうがらし、みずな・みぶな・九条ネギ等京野菜で3haの経営

【生じた課題への対応方法】

- 作付面積の適正化と作付品目の適地適作化。
商社を含む川下流通・販売業者とのコミュニケーション。
- コンビニと共同で京野菜弁当を企画・開発・販売。
- 賀茂なす等を商社経由で、量販店及び外食で販売・使用

【取組の効果】

- 安定した販売により、周辺地域の農地としての機能を発揮。

【取り組む際に生じた課題】

- 規模拡大と収量安定化に向けた栽培管理技術・システムの確立と定着。
- 農業者と流通・販売業者との相互理解(農家の農産物流通への理解及び流通業者の農業への理解。)

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 平成21年度農業法人経営発展支援事業(ネットワーク形成事業)(H21 農林水産省)

【今後の展望】

- 消費者の期待に応え得る商品やサービス・情報の提供を行うため当社自ら安心して利用できるフードシステムを構築し、「真の安全でおいしい商品の生産と流通」を実現し、新たなビジネスチャンスによる農村に雇用の創出を図る。
- 府内若手農家と連携した取組を企画中。

成功のポイント！！

- 「良いものをより多くの人にたべてもらえるよう適正価格で出荷したい」をモットーに農業生産に専念
自社の農産物は商社等を経由して販売しており、特に収量にかかるリスクを商社において負担する手法で生産を拡大。
- 気象変動の影響を極力受けない栽培技術
農産物を工業製品同様販売できるように考え、気象変動の影響を極力受けない栽培技術の確立に向け取り組んでいます。
- 大手取引先とのコネクション(現在取組中)
当社では、農業のプロとして栽培技術向上による収量の最大化こそが最優先課題であると考え、大手商社・コンビニと提携し業務用京野菜の出荷量拡大に向け取り組んでいます。

○取組の概要

- 京都の料亭への直接販売により、販売価格を維持。
- 京の伝統野菜の一つ「賀茂なす」栽培を伝承するため、会員向けの勉強会を開催
- 栽培技術の向上や安定出荷を目指した取組を実施。



【取り組むに至った経緯】

- 新聞に府内の他産地の「賀茂なす」が「本場の賀茂なす」と紹介され、本家の伝統が損なわれる危機感を産地として持ったことがきっかけとなった。
- 平成元年度から17名の農業者を構成員とする上賀茂特産野菜研究会を設立し、上賀茂地域の「賀茂なす」を守る活動を展開し、市場出荷だけでなく、料亭などへ直接販売を行っている。

【生じた課題への対応方法】

- 勉強会や意見交換を通して会員の栽培技術の向上や安定出荷を目指す取組を行うなど、産地強化に努めている。

【取組の効果】

- 売上高
750万円(H16)→1,336万円(H20)
- 取扱量(賀茂なす)
31,000個(H16)→48,000個(H20)
- 構成員
17名(H元)→22名(H22)

成功のポイント！！

- 伝統ある京野菜の高品質生産
会員向けの勉強会を開催し、栽培技術の向上や安定出荷を目指した取組を実施。
- 地域生活に密着した消費者ニーズの把握
顔の見える地域生活に密着した販売方法を行い、農家のやりがいの醸成や消費者ニーズの把握につながるとともに、消費者にとっては、野菜の旬や食べ方に関する知識の習得に繋がっている。
- 地元小学校の収穫体験や調理体験の講師を務める
伝統の継承。
- 多くの消費者に上賀茂の野菜の魅力を紹介
野菜の由来や美味しい食べ方等のホームページ掲載、イベントでのレシピ配布、販売地でのポスター掲示など

【取り組む際に生じた課題】

- 平成4年、研究会では、地域で代々継承された種子の中でも優良な系統を導入したが、出荷量が安定せず、大変苦労した。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 京都市が実施する「特産野菜保存ほ設置委託事業」(H14～)「京の旬野菜キャンペーン」(H20～)への協力を継続するほか、農業に関するイベントに協力。
- 「ハウス園芸条件整備事業」
(パイプハウス13棟設置)
(H11 京都府)
- 「生産緑地地区農業振興対策事業」
(パイプハウス5棟設置)
(H20 京都市)

【今後の展望】

- 上賀茂の賀茂なす栽培技術を伝承し、歴史と伝統を絶やさずに残り続け、意欲のある後継者を育成したい。
- 地産地消を基軸とした都市型農業のモデルになるような地域を目指す。

○取組の概要

- 循環型有機農法による多角的農業経営
- 生産加工販売自家完結(自産自消)型



【取り組むに至った経緯】

- 昭和40年代、規模拡大では世界の農業国に対抗できないという結論から、最小単位で付加価値をつける経営を確立した
- 昭和46年度の農業生産関係(栽培面積 3ha)
- 昭和46年度にレストラン設立

【生じた課題への対応方法】

- 自己資金のみで資金を調達した

【取組の効果】

- 売上高
200万円(S46)→2,000万円(S49)
- 雇用数3人(S46)→約50人(H21)
- 当時ではあまり例が無かったため、他地域からの視察、マスコミ等の取材が多数あり

【取り組む際に生じた課題】

- レストランの整備については、40年前では、農林関連の補助事業の対象と認められなかった

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【今後の展望】

- 作付面積の拡大(後継者に委ねる)
- 飼養家畜の増頭を検討

成功のポイント！！

- 国内での規模拡大では世界の農業国に対抗できないことから、自ら行える最小単位での取組み(付加価値をつけての販売)
- 多角的な取組み(レストラン、加工品製造販売、農業体験等)

○取組の概要

- 天王寺蕪、毛馬胡瓜などのなにわの伝統野菜及び地元農産物の販売
- 米粉パンやくるみ餅などの伝統食を含む加工品の製造・販売



【取り組むに至った経緯】

- 朝市の出荷者を母体に、平成16年に農事組合法人を設立。
- 平成16年に町から道の駅「かなん」の管理運営を委託され、地元農産物の販売を中心として事業を展開

【生じた課題への対応方法】

- 地域の標高差、収穫時期の調整を行って長期の収穫・販売に対応
保管設備の設置、収穫時期を調整して加工品を製造

【取組の効果】

- 販売額 1億1,900万円(H16) → 3億4,900万円(H21)
- 雇用数 25人(H16) → 35人(H21)
- 生産者の生産意欲・活力の向上
地元野菜の販売から、加工品、米粉パン等の製造販売により売上増
「道の駅」の取組の影響もありマスコミ、他地域からの視察が増加

【取り組む際に生じた課題】

- 周年栽培をどう行うかに苦慮
- 安全・安心な商品を提供すること

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 特定交通安全施設等整備事業 (H14・15 国土交通省)
- 都市農地活用・保全モデル事業 (H21 農林水産省)
- 中山間地域等直接支払制度 (H15 農林水産省)

【今後の展望】

- 後継者の育成
- 農作業体験等を通じての食育活動
- 有機農法・堆肥作り推進

成功のポイント！！

- 生産者との信頼関係に基づく理解と協力、及び作付けの助言
- 消費者とのコミュニケーションを通じた商品の提供及び作成
- 地元農産物にこだわった果樹・野菜、加工品の製造販売

○取組の概要

- 米粉パン・ジャム等の製造・加工・農産物販売
- 現在は「道の駅」を拠点として事業を展開



【取り組むに至った経緯】

- 夏みかんの価格低迷時期、農家主婦で何か出来ないかがきっかけ。
- 生活改善グループ50名の出資で平成13年度に(有)いずみの里を設立し、マーメイド、ジャム等の加工販売、米粉パンの製造販売を行う。

【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。
- また、地域の理解を得るため、加工品作り等の講習会を開催。
- 幼稚園等への加工品供給。

【取組の効果】

- 売上高
2,100万円(H19)→5,100万円(H20)
- 雇用数 33人(H19)→43人(H21)
- 自らが作った農産物等が売れることで参加者に活力が生まれた「道の駅」を活動拠点として知名度、集客及び売上も向上

【取り組む際に生じた課題】

- 「道の駅」で事業を行うことが生活改善グループでは困難。
- 設備投資の為の資本金拠出の理解を家族に得ることが困難。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 大阪たべよう事業(H19・20 大阪府)

【今後の展望】

- 農村女性起業の方向性を示し、農村地域の女性に夢を与えたい。
- 地域で取れた米を使用した米粉パンを提供できる場所を拡大(別店舗の増も含む)。

成功のポイント！！

- 地域の農産物を利用した加工品(米粉パン)製造直売
- 参加者(農家主婦)の希望から生まれた活力
- 米粉パン製造におけるアドバイザーの助言等

○取組の概要

- 昭和60年から神戸市近郊の牧場で、約60頭のホルスタインを飼育、乳製品製造し、販売。
- 個人酪農家としては西日本で初めてチーズづくりに着手し、日本人好みのカマンベールチーズ及びフロマージュ・フレを独自開発。
- チーズハウス内で、自家産の加工乳製品及びハーブ、野菜を活用した料理を提供。
- 結婚式、コンサートを開催し、都市住民との交流を図る。



【取り組むに至った経緯】

- 昭和55年頃から牛乳生産調整、都市化に伴ない規模拡大が困難となり、乳製品の加工開発に取り組み、昭和60年には場内にチーズ・牛乳販売店舗開設。

【生じた課題への対応方法】

- 商品開発にあたっては、生産現地を視察し、乳酸菌入手・製法等独自研究。資金の調達は、制度資金を活用。

【取組の効果】

- 売上高はS60からH21で6倍。
雇用数3人(S60)→10人(H21)
- カマンベールチーズ製造は、フレッシュチーズ開発に繋がり、チーズの創作料理を提供するレストランを開業し、牧場の方向性を広げた。

【取り組む際に生じた課題】

- 日本には、プロセスチーズのみであったため、ナチュラルチーズ製造及び商品化には苦慮し、資金確保にも困難を極めた。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- スーパーL資金
(H18 農林漁業金融公庫)
- 広域連携共生・対流等推進交付金
(H20 農林水産省)

【今後の展望】

- 都市型酪農においては、地域住民との共生が不可欠であり、バイオガスプラント建設を模索中。

成功のポイント！！

- 自家産牛乳のチーズ加工販売で活路を拓く
日本ではなかったカマンベールチーズ、フレッシュチーズを開発し、販売。
- レストランを建設し、チーズの食べ方を提案
・料理を通じて畜産農家のメッセージを発信。
・消費者との交流からさらに改良し、メニュー化。
- 食農教育に取り組み、食農文化を伝える活動
牧場で畜産や農業、食文化などを伝えるセミナーを開催。
- コンサート・ウェディングパーティーなどチーズを軸にメッセージを発信
農村と都市との交流、農業者と消費者のふれあいを推進。

○取組の概要

- 平成17年度から八幡地域の農業を持続的発展するために法人化(構成員642人、60ha)。
- 平成18年度から女性や高齢者等幅広い人材を活用した農産加工や生産直売、レストラン等の地産地消の推進。
- 小規模農家が安心して農地を預けられる新たな農地の受け皿となる。



【取り組むに至った経緯】

- 兼業農家が9割以上を占め、担い手不足と高齢化により、集落営農が継続困難となり、担い手確保と農地の有効活用による効率的な農業経営を図る。

【生じた課題への対応方法】

- 作業計画・管理に時間を要するため、「作業計画・管理支援システム」(実証試験)の本格運用を開始。

【取組の効果】

- 売上高
5,800万円(H17) → 9,600万円(H21)
- 雇用数
2人(H17) → 従業員 7人とパート20人(H21)
- GIS(地図情報)を使い圃場データが一元管理がされ、労力・事務の省力化が図られる。
- 作業履歴等圃場の属性情報の管理に伴ない適地適作による生産性の向上に繋がる。
- そばをはじめ、農産物の生産から加工販売までを一元化、収益性を確保できた。

【取り組む際に生じた課題】

- 受託面積は多いが、未整備田が3分の1存在し、圃場数も多く、計画・事務の効率化には、IT化が不可欠であったが、システム開発には高額な経費が必要。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- ほ場地図上で農作業の管理を支援する「作業計画・管理支援システム」(実証試験)
(H19、農業・食品産業技術総合研究機構 近畿中国四国農業研究センター)

【今後の展望】

- システムの基礎情報のメンテナンスの簡素化とともに操作性の改良。

成功のポイント！！

- システム導入に伴ない作業効率の向上と事務作業の軽減
圃場データが一元管理され、データ活用による労力・事務の省力化が図られる
- 生産販売部門の充実と直営飲食店において地元農産物を使った料理の提供
「風雅亭」を開店し、収穫したそばや地元農産物を使用した料理を提供
- 農産物加工品を研究・開発し、高付加価値化
ニーズに応え地元農産物の商品化に向け研究開発

○取組の概要

- 平成12年度から有機農産物、ハーブ類の生産・加工・製造及び販売。平成21年度から観光農園。植物肥料の製造・販売。



【取り組むに至った経緯】

- 平成12年公務員を早期退職し本格的に就農。当初、家族全員で500万円程度の収入であったが、有機農業(有機JAS認定取得)に着目し、高付加価値化により販路を拡大。
- 有機農産物として軟弱野菜、ハーブ類17種類を約7ha栽培。
- 農家にタイムカードを導入、社内体制の完全分業化、起業経営と同じ発想で効率化を図り儲かる楽しい実践で、生産意欲を向上。
- 有機農産物は、百貨店を中心に直接販売。有機のハーブは、食品企業と連携し、フレッシュハーブで出荷。
- 最寄り駅構内に直営食堂を開店し食材の提供等、高付加価値化により販路を拡大。
- 22年4月からオーガニックアグリスクールを開校し、17名の受講生を受入れ。

【取組の効果】

- 売上高 1億円(H21)→1億円(H22予定)
雇用数 30名(H21)→34名(H22)

【取り組む際に生じた課題】

- 異業種との接点が無く6次産業化の事業展開が障壁。

【生じた課題への対応方法】

- 地域の商工会に積極的に参加したことで地域貢献(直売所の設置等)に繋がるとともに農業関係以外の業種の方との交流が深まり事業展開の視野を広めることができた。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農の雇用事業(H21 農林水産省)

【今後の展望】

- 今後は、オーガニック食材の加工(粉末化等)・オーガニック化粧品原材料としての生産・加工。
- 間伐材と温泉の廃湯を利用した木造ハウスでの生産。(試験段階)

成功のポイント！！

○ 有機JAS認定取得による事業拡大

就農当初に有機JAS認定を取得したことが事業の原動力となった。

化学肥料及び農薬を使用せず安全で安心な農産物を生産工程を管理し有機JASマークを表示することにより商品自体が営業の顔となり流通業者や消費者へ広まった。

○ ハーブ類の生産に着目

低コストを追求する中、少面積・高収益のハーブ栽培に着目しフレッシュハーブの生産・販売に繋がった。

○取組の概要

- 地域で大和伝統野菜を調査研究するNPO法人や地元の集落営農組織との協働を通じた農家レストランの運営と加工品の開発等による事業展開



【取り組むに至った経緯】

- 平成14年度に、「NPO法人清澄の里」と集落営農組織「五ヶ谷営農協議会」が母体となり、株式会社 栗を設立。
- 大和伝統野菜を中心とした事業展開を行うことにより大和伝統野菜の継承と集落機能の再構築とソーシャル・キャピタル(社会的ネットワーク)の向上、地域の発展に貢献する企業を目指す。

- 平成19年に「奈良・もてなしの心推進県民会議」による「もてなしのまちづくりモデル地区」に認定。
- 「五ヶ谷営農協議会」は地域振興部(加工部)として大和の伝統野菜を中心に食材提供。
- 平成22年1月より奈良市街に築130年の古民家を利用した「ならまち店」を開店、県産食材を使ったメニューを中心に好評を得ている。

【取組の効果】

- H22 雇用数24名(内パート20名)
- 「NPO法人清澄の村」では、奈良の伝統野菜である大和野菜を中心に国内外の品種を年間約100種類以上、栽培・保存。
- 伝統的な奈良の雑穀「むこだまし」の復活と地元の銘菓に向けた和菓子の開発・製造。

【今後の展望】

- 種を継ぎ、食文化を継承することを通して大和の伝統野菜をかけがえのない地域の文化遺産として次世代に継承していく。(株)栗はこれらの種とメンバーのもつ伝統的な知恵を種火に、様々な分野の人材をリンクし、文化創造とコミュニティ機能のネットワークの再構築を目指している。

成功のポイント！！

○ 伝統野菜の伝承と活用

奈良の伝統野菜と世界の伝統野菜を食材にこだわったメニューの開発・提供を通じて地産地消の推進、地域の雇用創出、遊休農地の解消につながった。

○ 自家生産の伝統雑穀「むこだまし」を用いた和菓子の開発と製造

白色の餅用の粟の一種「むこだまし」を用いた和菓子の製造により奈良の伝統野菜の掘り起こしや消費拡大、観光と中山間地域の活性化につながった。

○取組の概要

- H7年度から地域女性グループによる地場農産物の加工、販売、レストラン運営、体験農業、地域観光資源との連携等を展開。



【取り組むに至った経緯】

- 区画整理事業により集落営農組織が設立され、「花と文化財の里」づくり、「全町公園化構想」を契機に全町的なイベントが開催、本格的な加工・直売等への機運の高まりにより平成7年に現在の施設がオープン。

【取組の効果】

- 売上高 9,000万円(H14)
→2億6,000万円(H22見込み)
- 雇用数50人(H14)→50人(H22)
- 出荷登録農家(約60名)が、野菜、果物、米、豆類、いも類、農産加工品(味噌・餅・乾燥野菜・漬け物・饅頭など)、ヨーグルト、竹炭等を持ち込み販売。地場産小麦を使用した「小麦餅」は「奈良のうまいもの」づくり事業のお菓子部門に登録され売れ行きも好調。
- 約2haの農地(賃借)では、花や加工用の野菜の生産の他、収穫体験の開催や、そば打ち教室等の講習会も実施。
- レストランでは、「けはや御膳」(地場産旬野菜と地場鶏をメインに使った日替わりメニュー)等、地場産にこだわった料理を提供。

【取り組む際に生じた課題】

- 複数のグループの集まりのため、グループ意識が強く当初は、まとまりに欠ける面があった。

【生じた課題への対応方法】

- 加工、レストラン、直売等8つのグループ分けを行いグループリーダーの人材を活かし、グループ相互の連携が図られた。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- ふるさと雇用再生特別交付金
(H22 厚生労働省)

【今後の展望】

- 米粉専門の研究員を雇用し地場産の米粉(ヒノヒカリ・ホシアオバ使用)と小麦を使用した製品(乾麺・せんべい等)の商品化を考案。地元につながる「えんどう味噌」(えんどう豆を使用)の生産増加等、今後も出荷農家の協力を得ながら地元こだわった食材を使用した新商品の開発を目指す。

成功のポイント！！

○ 地域女性の発想力・行動力で事業拡大

農家女性のパワーと頑張りで様々な問題(法律面、接客、クレーム対応等)に対し勉強会や研修会への参加を重ねることにより対処することができた。

グループリーダーの人材にも恵まれ活動が地域で認知されるとともにマスコミで取り上げられるようになった。

視察者も多くなり売上げも好調となり、雇用の創出にも大きく貢献できた。

○ 地域へのこだわり

地産地消にこだわることにより地域の優れた面を再認識し、地域に誇りがもてるようになった。また、地元行政・農協から常に指導や助言が得られる体制を整えることができた。

○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高級食材店に販売するなど専門的な販売戦略により更なる経営規模の拡大及び品質の高位平準化に取り組む



【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らず
- 昭和54年に地元農家7戸で早和共撰を立ち上げ、平成12年に農業生産法人を設立

【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・試食販売を行う取り組み

【取組の効果】

- 売上高
2,000万円(H15)→2億7,000万円(H21)
- 雇用数
16人(H12)→29人(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 販路の開拓
- 生産面の充実

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 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)

【今後の展望】

- みかん直営農場の拡大
- 生産・加工・販売の拡大により、新たな雇用拡大を図る

成功のポイント！！

- 厳正な生産管理や会計管理を行うため、企業的感觉で収益を追求する法人化を選択
- 光センサー(非破壊検査)により糖度等の品質を厳選し、高級果物として東京市場等へ出荷
- 平成16年からみかんの皮をむいて搾る方法でみかんジュース「味ーしぼり」を開発し、有名百貨店や超高級ホテル「ザ・ペニンシュラ東京」等で採用

○取組の概要

- ゆずの生産・加工・販売を一つの組織に一元化することで事業の効率化を図り、更に多様な販売先の開拓により収益の向上に取り組む



【取り組むに至った経緯】

- ゆず栽培面積の全国的拡大により、ゆず青果価格が暴落し、大きな打撃を受けた。
- このため、平成16年に農事組合法人古座川ゆず平井の里を設立し、ゆずを使用したマーマレードなどの加工・販売を一体的に取り組む。

【生じた課題への対応方法】

- 研修会の開催、先進事例の紹介

【取組の効果】

- 売上高
8,500万円（H16）→1億1,200万円（H21）
- 雇用数
16人（H16）→17人（H21）
- ゆずの栽培面積
0a（H16）→56a（H21）

【取り組む際に生じた課題】

- 住民の意識を一つにすること

【活用した支援施策（補助事業等）】

- 山村振興対策事業
（H16 農林水産省）
- アグリトライ支援事業
（H17 和歌山県）

【今後の展望】

- ゆずを中心とした農業経営の安定を図ることにより、平井集落の良好な農業・農村環境を保全する
- 地域内での安定的な雇用機会を創出する
- 栽培技術の若年層への伝承

成功のポイント！！

- 古座川町内の地域資源活用にこだわる
- 多様な販売ルートの確保
通信販売、インターネット販売、量販店、外食産業との委託加工契約など多様な流通先を確保
- 売れる商品づくりに女性が企画力を発揮

65 直売による都市近郊農業の活性化

JA紀の里ファーマーズマーケット「めっけもん広場」 (和歌山県紀の川市)

○取組の概要

- イートインコーナーを設置し、地元の農産物等を原料とした加工品の販売
- 製粉機を導入し地元産米粉の供給・販売
- 体験交流施設では生産者や食育ソムリエが農産物の作り方、食べ方、選び方を教える講座等を開催



【取り組むに至った経緯】

- 地場農産物の食べ方、生産現場を知ってもらうことや食への関心向上のため、更なる消費者と農家間交流が重要
このため、平成12年度にJA紀の里ファーマーズマーケット「めっけもん広場」を開設

【生じた課題への対応方法】

- 6次産業化の専門家の雇用(食品加工、商品開発)

【取り組みの効果】

- 売上高
14億円(H13)→27億円(H21)
- 雇用数
30人(H13)→62人(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 加工食品の商品開発能力の不足

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 地域農業基盤確立農業構造改善事業(H11 農林水産省)
- 技術革新波及対策の地産地消モデルタウン事業(H20 農林水産省)

【今後の展望】

- 6次産業化や女性起業家の支援を通じ地域農業の振興から地域社会の活性化へと社会貢献の場を広げます

成功のポイント！！

- 施設設置に際し、一気に大規模化するのではなく、需要を的確に捉え、固定客の確保と消費者の意向を反映し、店舗規模を拡大
- 端境期等で出荷量が不足する農産物は他県のJA直売所と連携・補完できるシステム化を構築

○取組の概要

- 平成19年度から農家女性により組織された「野菜畑のシンデレラ利用組合」による地元で取れた大豆などを使用した味噌などの加工・販売。



【取り組むに至った経緯】

- 各地域で農産物の加工食品を製造していた女性グループは、平成19年度にJA鳥取いなば農産物加工施設「野菜畑のシンデレラ」を開設し、女性の起業化を目指した。

【取り組む際に生じた課題】

- 統一的な規格、品質、デザインの整備が求められた。
- 賞味期限等の設定に苦慮した。

【生じた課題への対応方法】

- 先進地視察と試行錯誤を重ねることで、統一的な製造方法等を確立した。
- 賞味期限等については、普及指導員に相談し、設定した。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 強い農業づくり交付金(アグリチャレンジャー事業)(H18 農林水産省)

【取組の効果】

- 売上高 約1.5倍(H20→H21)
- 組合員数 47人(H19)→47人(H21)
- 起業化により、主力商品が年間を通して計画的に販売できるようになった。
- 学校給食用のカット野菜等、新たな事業展開ができた。

【今後の展望】

- 安全・安心な商品の製造。
- ニーズに合った目玉商品となるような新商品の開発・製造。
- エコにつながる商品の製造。
- ギフト商品の開発。

成功のポイント！！

○ 作る人のノウハウの活用

味噌・豆腐、製菓、惣菜、学校給食と、4つの部門に分けることにより、ノウハウが生かされる。

○ 地元の食材にこだわった商品の製造

使用する食材は、会員の作ったもの>JA鳥取いなば>鳥取県産>国産品の順に確保することにより地元の食材にこだわった商品を製造している。

○ 買う人のニーズに合った商品の製造

お客様からの注文や、マーケティングにより、買う人のニーズを把握し魅力ある商品を製造している。

○ 普及指導員との連携

普及指導員に商品開発や、製造時の問題等を相談し連携をとっている。

○取組の概要

- 平成18年度から19名の会員により耕作放棄地に大刀豆を栽培し、それを加工することにより「大刀豆茶」等を商品化して、地域の活性化を目指している。



【取り組むに至った経緯】

- わかさ制作振興会は地域の活性化を目指し特産品の開発を模索していた。大刀豆は比較的栽培が容易であり、イノシシ等の被害も少ないため、若桜町内の耕作放棄樹園地を利用し大刀豆を栽培して、大刀豆茶を商品化した。

【生じた課題への対応方法】

- 地域のお茶工場に相談したり、鳥取市の食料品製造業者に2次加工を依頼した。
- 当初、価格は一般的な健康茶と同程度でなければ売れないのではと考えたが、それでは利益が少なく、利益の得る価格設定を検討した。

【取組の効果】

- 売上高 約2倍(H18→H21)
- 栽培面積 約2倍(H18→H21)
- 出荷量 約2倍(H18→H21)
- 耕作放棄地の減少
- イノシシの害がなくなった。

【取り組む際に生じた課題】

- お茶にするまでの具体的な製法がわからない。
- 価格の設定や、販売手数料の基準がわからない。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- とっとりオリジナル加工品づくり支援事業(H18 鳥取県)

【今後の展望】

- 会員を増やし、耕作放棄地への栽培面積を増やすことにより、地域の活性化を進める。
- 新商品の開発等により、販売量を増やす。

成功のポイント！！

○ 地域を活性化しようとする会員の情熱

地域を活性化させようとする、わかさ制作振興会会員の強い思いが、耕作放棄地の減少や、大刀豆茶の商品化へと繋がった。

○ 手間のかからない大刀豆の栽培

農家の高齢化や、担い手不足が問題となるなか、手間のかからない大刀豆を栽培することにより耕作放棄地を活用できた。

○ 食品製造業者との連携

技術的に難しい焙煎や、資本投資の必要なパック詰め等の問題を、食品製造業者と連携することにより解決し商品化した。

○取組の概要

- 昭和58年 神代農産加工所を設立。平成10年農事組合法人を設立(集落内23戸のうち、18戸が法人へ加入)。
- 農産物加工(みそ・梅干し・もち・ジャム・笹巻き等)により、集落振興の先導的役割を果たす。



【取り組むに至った経緯】

- 農地の荒廃と、農業後継者不足のため農作業の共同化を図る。
また、農業経営の安定を図るため加工部門の取り組みを開始。

【生じた課題への対応方法】

- 集落のリーダーにより農地と会計の共有化についての理解を求めた。
- 新商品開発の場に若者を参加させるなど後継者の育成に努めた。

【取組の効果】

- 販売金額(米を除く)
700万円(H12)→1,600万円(H21)
- 雇用増 7人

【取り組む際に生じた課題】

- 農地の共有化について不安があった。
- 加工部門の後継者の育成。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農業振興対策事業(S56 島根県)
- がんばる島根農林総合事業(H14 島根県)
- 「農林水産振興がんばる地域応援総合事業(H20 島根県)

【今後の展望】

- 体験農業の実施により消費者交流型農業の拠点づくりと、新商品の開発・販売により経営の安定を図り活力ある集落をめざす。

成功のポイント！！

- 集落一農場とするため、リーダーによる合意形成
農地と会計の共有化についての理解
- 農産加工による高付加価値化
加工部門の商品開発により生産と加工の相乗効果

○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、木次町内の有志4名で有機ぶどうの栽培を始める。
- 平成2年、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

【生じた課題への対応方法】

- 世界的にスタンダードな品種のぶどうの栽培も行い、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解消。

【取組の効果】

- 雇用数1人(H2)→13人(H22)
- ぶどう栽培面積の増加
約1ha(H2) → 約4ha(H22)
(H22は、自社農場3ha、契約農家8戸1haで栽培)
- ワイン生産本数の増加
約1万本(H4) → 約4万本(H22)

【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
- 農業現場からサービス業へ足を踏み入れたため、サービス業の苦労

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農村地域定住促進対策事業(H元 農林水産省)
- 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)

【今後の展望】

- 限られた生産量なので、より高い付加価値をつけた製品の生産
- 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とることにより、ワインの直販を増加させたい。

成功のポイント！！

- 品質重視にこだわった高品質ワインの生産
地域の食文化に根ざした本格ワインを生産
- 国産原材料のみでワインを生産

目の行き届いた地元産原材料を中心とした国産原材料100%のワイン(雲南市木次町産及び鳥取県産の材料が全体の9割を占める)



○取組の概要

- 市内のスーパーや旅館、飲食店から発生する生ごみを回収して製造された液体肥料により農産物(米・にんじん・トマト等)を生産。
- 生産された農産物は「CO2カットフーズ」と名付けて、地域内のスーパーを始め、県内外の飲食店等と契約販売。



【取り組むに至った経緯】

- 平成17年に廃棄物処理会社であるアースサポート(株)が、生ごみを原料とした液体肥料製造事業に着手する際、「食品リサイクルループ」の構築を目的として、関連会社である農業生産法人 有限会社アースファームを設立。

【取り組む際に生じた課題】

- 液体肥料を使用することに対する地域内の農業者、スーパー等小売店、消費者等の理解促進及び農産物の販路の確保。

【生じた課題への対応方法】

- 各種農業フェア等への積極的な参加や新聞、テレビ等マスコミに対して積極的に働きかけて記事として取り上げてもらうなどにより、地域内外の農業者や消費者等に対して、会社及び会社の取組内容を最大限にPR。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【取組の効果】

- 県内外のこだわり食材を取扱う飲食店や旅館から注文が相次ぎ、契約取引へ発展。
- 地域内農家に取組が認められ、「自然を愛する生産者の会」(現在、地域内生産者約50名が参加)を設立。

【今後の展望】

- 耕作放棄地の活用等による経営規模の拡大。
- 生産物の加工品開発・販売(液体肥料で栽培されたサツマイモの焼酎等)。
- 地元小学校と連携して実施している食育活動等の地域活動の強化。

成功のポイント！！

- 国や県の各種認定制度を活用して、「エコな農業」を積極的にPR
「エコファーマー」、「島根県エコロジー農産物」、「(食品リサイクル法)再生利用事業計画」の認定を受ける。
- 地球温暖化防止に貢献
これまで焼却されていた食品残さを液体肥料にリサイクルすることで、焼却に伴うCO2排出量は削減されることから、ここで生産される農産物は「CO2カットフーズ」と名付けられ、地球温暖化の防止に貢献。消費者にも理解された。
- 的確な情報の収集・発信と迅速な行動
消費者・実需者ニーズを始め、国や県の制度情報等の収集やインターネット、マスコミ等を活用した情報の発信を的確に行うとともに、時宜を得た行動を迅速に展開。

○取組の概要

- 西日本直売所のルールの発祥地
- 農業後継者クラブ「新樹会」によって、昭和62年に一張りのテントで無人市を設置、年間40万人が訪れる直売所「星の郷青空市」へ



【取り組むに至った経緯】

- 何か農業が元気になることができないか、美星町の農産物や特産品を町外の人にPRできないかと農業後継者の思いがあった

【取り組む際に生じた課題】

- 年間を通じた商品の品揃えと数量の確保
- 前例がなくすべて手探り状態

【生じた課題への対応方法】

- 地域農業者に訴え協力を求めた
- 会員の知恵と熱意によって解決

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 県地域振興交付金事業(H4 岡山県)
- 農業経営基盤強化支援対策事業(H10 農林水産省)
- 産業振興事業補助金(H10 美星町)

【取組の効果】

- 売上高3,000万円(S62)→4億円(H20)
- 雇用数1人(S62)→13人(H22)
- 来訪者数約2万人ぐらい(S62)→40万人(H20)
- 出荷農業者数20人(S62)→200人(H20)
- 美星町の認知度が上がった

【今後の展望】

- 農業後継者が安心して、農業ができる、販路・売上の確保と新商品の開発

成功のポイント！！

○ 仲間がいた。家族の協力があつた

- ・14名のメンバーの話し合いでいいアイデア生まれる
- ・アドバイザーの獣医師のアルバイト時代の経験と助言があつた

○ 抜群の環境と消費者の距離

- ・風光明媚な吉備高原の南端の台地によって生まれたおいしい野菜・牛乳・豚肉そばなどの特産品があつた
- ・片道1時間半の距離に福山市・倉敷市・岡山市がある

○ 地元とともに、多彩なイベント

- ・天の川まつり(8月・商工会とH11から)
- ・星の郷美星ピオーネまつり(9月・JA岡山西H16から)ほか

直売

72 旅行代理店への売り込みにより観光 農園 へツアー客を集客

有限会社 くぼ観光農園(岡山県岡山市)

○取組の概要

- 岡山のぶどう狩り・栗拾い・市民農園のほかキャンプまで田舎を満喫できる観光農園
- ぶどう以外のくだものも生産者ネットワークにより万全の販売体制の確立



【取り組むに至った経緯】

- 先代から受け継いだ観光農園、所得の増加と経営の安定を図るために昭和63年から取り組む。

【生じた課題への対応方法】

- ハウス施設の導入
- 旅行代理店等に自ら営業した

【取組の効果】

- 売上高 1,000万円(S63)→2億円(H21))
- 雇用数 12名(S63)→36名(H22) (パート含む)
- 来場者数 1万人(S63)→3万人(H21)
- 栽培面積 0.8ha(S63)→6ha(H21)
- 直売所と地域農家との連携により所得アップとなっている。

【取り組む際に生じた課題】

- 土日が雨天の場合、来園者が安定しない
- 猪などの鳥獣害被害(いまだ解決せず)

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 山村地域振興対策事業 (S56 農林水産省)
- 地域資源利用型産業創出緊急対策事業 (H21 経済産業省)

【今後の展望】

- 古民家を改造し、製造加工を開始した。
- 年8%の変化・成長を目標

成功のポイント！！

- 自ら、売り込む営業
 - ・旅行代理店等を回った結果、現在7割が県外からのツアー団体となる
- DMやHPでの販路の確保
 - ・来園者にダイレクトメールを送った結果、贈答用の注文に繋がる
 - ・HPの開設により、問い合わせが増えると共にネット販売も好調
- 来園した客の声をヒントにニーズを収集
 - ・ニーズをアイデアに結びつけ、できることから実行
- リピーターをつなぎとめること
 - ・飽きられないようちょっとなんか、改園・増園など手を加えている

○取組の概要

- 61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。

【生じた課題への対応方法】

- 研修会の開催。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。

【取組の効果】

- 売上高
8億円(H9)→17億円(H21)
- 施設等の来客数
60万人(H9) → 160万人(H21)

【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ブランド化。販売商品の種類が少ない。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農村地域6次化産業育成事業(H9 広島県)
- 地域連携システム事業(H16～19 農林水産省)
- 食品地域ブランド化支援事業(H20～22 農林水産省) 等

【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。

成功のポイント！！

○ 6次産業化の推進体制づくり

関係機関の支援体制と6次産業化の推進にあたり補助事業の活用

○ ネットワーク化でスケールメリット

人材、資源、施設を共有で活用し、新商品開発、イベント、PR活動の協力体制

○ ネットワークの集大成「夢高原市場」の誕生

品揃え豊富な直売施設と大型イベントの開催で都市と農村との交流

○ 広島市内中心部のアンテナショップで世羅高原のPR

県内産品の集まるアンテナショップで特産品販売と消費者交流でニーズ把握

○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、平成20年度からは生キャラメル等の新商品を発売
- 体験学習やイベントを積極的に行って集客の増加



【取り組むに至った経緯】

- 乳牛250頭飼育。(H10)
- 家族経営の酪農では経営的に不安があったため、平成17年から規模拡大と法人化を図った。

【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。
- 新商品の開発。

【取組の効果】

- 売上高 1億5,400万円(H14)
→1億9,100万円(H21)
- 雇用数 6人(H14)→12人(H22)
- 飼養頭数 50頭(H10)→230頭(H22)
- 来客数
800人(H16)→45,000人(H21)

【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商品製造が追いつかない。
- 販売品目が少ない。

【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)

【今後の展望】

- 新商品の開発により販売品目を増やす。農家レストランを併設し地元の農畜産物を味わってもらう。

成功のポイント！！

○ 地域に根ざした牧場づくり

地域のお産業と連携した体験ツアーによる地域住民の憩いの場づくり

○ 新鮮素材を活用

品質にこだわった低温殺菌牛乳で加工品製造

○ イベントや酪農教育ファームで交流活動

牧場まつりや体験酪農の活動で消費者との交流で来場者増加

○ 消費者にわかりやすい情報発信と商品PR

持ち帰り用パンフレットの作成、HPの更新、宣伝のぼりや誘導看板の設置

○取組の概要

- 女性たちの継続した加工活動が発展。地元の農産物・魚介類を使用した「鯛寿し」や弁当・惣菜、お菓子、ジャム等を販売し、地域の和が広がっている。
- 一人暮らしの高齢者向けに手作り弁当の移動販売も。



【取り組むに至った経緯】

- 旧大畠地区農山漁村女性連携会議のメンバーが中心となり、地域農水産物の加工開発と直売を行う中小企業等協同組合を平成21年に設立(構成員14名)。

【生じた課題への対応方法】

- 運転資金は金融機関からの借り入れで対応。
- 地元農家等の協力により農林水産物も確保できた。

【取組の効果】

- 移動販売に取り組んだことにより、年間の売上が600万円増加。
- 平成22年4月から新たに1名を雇用。

【取り組む際に生じた課題】

- 開店当初は当面の運転資金に苦慮。
- 地元農林水産物の確保も課題。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【今後の展望】

- 今後も若い人を中心に2~3名の新規雇用を予定。

成功のポイント！！

○ 専門家からのアドバイス

税理士等の専門家からアドバイスをもらい、雇用態勢を確立。
また商工会議所のセミナー等へも積極的に参加。

○ 地域と一体となった取組

地元で栽培された農産物を積極的に活用した弁当・惣菜づくりのほか、一人暮らしの高齢者向けに手作り弁当を届けるなど、地域と一体となった取組を実施することで、地域住民からの理解と協力が得られている。

○ 仲良しグループからの脱却

企業組合になったことにより、一人ひとりが組合員としての自覚をもつようになり、安定した事業運営が行えるようになった。

○取組の概要

- 平成16年にジャム専門店として開業。原材料の生産に自らも取り組み、平成23年に組織を法人化
- 四季折々の果実を使ったジャム作り
- 季節便制度を取り入れた通年販売



【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、都市部でなく周防大島町(奥様の地元)を選択。

【生じた課題への対応方法】

- 手作りジャム工房などを訪ね、加工や封入の手法、賞味期限の設定方法などを独学で学ぶ。
- 冬でも美味しく食べられる「焼きジャム」の開発・販売と季節便制度を取り入れた年間販売の仕組みづくり。

【取組の効果】

- 当初、年間1万5,000本(H19)であった売上は、6万5,000本(H22)まで拡大。栽培契約を結んでいる地元かんきつ生産者の生産意欲向上に繋がっている。
- 現在、従業員19名を雇用(当初4人)。うち2名は県外から果樹栽培を目指す新規若者就農者を雇うなど、町内の雇用や定住促進を図っている。

【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げの確保

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【今後の展望】

- 果樹園の運営、果樹の収穫やジャム作り体験、宿泊施設の設置など、総合的な農園型テーマパークへの移行。
- 農業を目指す若者を雇用し、地域への定住促進を図るとともに、島の農業(一次産業)の活性化を目指す。

成功のポイント！！

- 地元の新鮮かんきつを生かした商品開発
周防大島町で栽培されている多品種のかんきつ類、それぞれの良さを生かした商品開発。
- 年間を通した販売戦略
「焼きジャム」の発想・開発など、食べ方提案型の販売手法や、年間4回宅配便でジャムが届く「季節便」の導入。

○取組の概要

- 漁業者が新鮮で旬な魚の直売を行う。
- 魚のさばき方や調理の指導も行う。



【取り組むに至った経緯】

- 漁業をしながら、地元の新鮮で旬な魚の直売に取組みたいと考えていた。
- 平成22年9月から漁業者が阿波橘海産を設立し、魚の直売を行う。

【生じた課題への対応方法】

- 魚を客のニーズに合わせて加工。
- 消費者に魚のさばき方を教えている。

【取組の効果】

- 雇用は家族1人と3名雇用
- 魚の加工品も販売することで所得の向上に繋がっている。

【取り組む際に生じた課題】

- 魚まるごとの販売では売上げが伸びない。
- 消費者の魚離れ。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【今後の展望】

- 地元の人に新鮮な魚をもっと食べてほしい。

成功のポイント！！

- 地元で取れた旬のおいしい魚を提供している。
- 単に魚を販売するだけでなく消費者のニーズに合わせて調理(加工)したり、さばき方を教えるなどのサービスを行っている。

○取組の概要

- 農家による民宿経営。
- そばづくり等体験メニューを行う。



【取り組むに至った経緯】

- グリーンツーリズムに参加し、自分たちも取り組みたいと考えた。
- 平成20年10月から農家民宿を経営。

【生じた課題への対応方法】

- 衛生面について、保健所に指導をいただき適切な対応が出来た。

【取り組む際に生じた課題】

- 県内でも初めての取組であり、宿泊施設等における水回り・污水関係の施設や許可を取るのに苦労した。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【取組の効果】

- 来客数は前年度(H21)に比べ約20%増加している。
- 自分の畑で作った季節の新鮮な野菜、果実等を使った郷土料理・里山料理が喜ばれている。

【今後の展望】

- 家族経営(3人)のため当分は現状を維持していきたい。

成功のポイント！！

- 個人でのPRは難しいが、商工会の協力や地域情報誌等にも掲載してもらい、さらに、口コミでも広がってきた。
- そばづくり等体験メニューを提供するとともに、地域全体としても豊富な体験メニューをそろえている。
- 自家産の新鮮な食材による、里山料理や山菜料理を提供している。
- 地元の言葉(方言)をそのまま使うことで、遠くからのお客さんに喜ばれている。

○取組の概要

- 週1回の加工品販売から平成11年に農村レストラン「かあさん茶屋」としてオープン
- 地元農産物を加工し、安全・安心な郷土料理を提供



【取り組むに至った経緯】

- JA女性部で「手づくりの店」をはじめたが、さらに、「地域を大切に」という熱い思いから常設店を運営することにした。

【生じた課題への対応方法】

- 女性部の熱意を訴え続け、出店にこぎつけた。
- 料理・接客等の研修に積極的に出かけた。

【取り組みの効果】

- 売上高 120%の増加(H12→H21)
- 雇用数 7人(H11)→12人(H21)
- 地元で取れた農産物を使って、安心・安全な郷土料理を提供。
- 地元産で作った手作りの郷土料理を若い主婦に伝承。

【取り組む際に生じた課題】

- 女性部の活動に対する理解が得られなかった
- ゼロからのスタートで試行錯誤だった。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- (活動施設部分)
農業生産体制強化総合推進対策事業
(農村女性活動支援施設)
(H11 農林水産省)

【今後の展望】

- 利益のみを追求するのではなく食と農の大切さを考え豊かな心を伝えたい。
- 地元女性の活躍・技術の伝承の場となっている。さらに女性起業ネットワークを立ち上げ、助け合いを発展させたい。

成功のポイント！！

- 地元農産物を加工し、女性の視点で健康に配慮した安全・安心の願いを込めた日本料理・郷土料理を伝える店づくり。
- JA女性部による手づくりの農産加工品・農産物の産直など
- 豆腐を使った料理の商品開発に力を注ぐなど、手づくり料理を提供し、「かあさんの味」を守っていくことにより、若い主婦の子供連れでの来店が増えた。

○取組の概要

- H13年に「酪農教育ファーム」認証を受け、研修の受入を開始。H15年にログハウスを建設し滞在型農業体験も可能に。
- H20年に農家と共同出資した「(株)森のいちご」を設立し、収穫体験・ジャムの加工販売を開始。H22年度にはパンの販売を開始し、経営の多角化を図る。



【取り組むに至った経緯】

- 一般消費者に農業・農村の良さを知ってほしくて酪農体験を始めるとともに、楽しい農業を発信するため、いちご農園も始めた。

【生じた課題への対応方法】

- 体験者と事前に打合せを重ねることにより効果的な体験となるようにしている。
- いちご農園やパン販売など経営の多角化により経営の安定化を図る。

【取組の効果】

- 売上高
5,500万円(H13)→2億2,000万円(H21)
- 交流することで有益な情報が集まってくる。農業のビジネスとしての可能性を再認識。
- 経営の多角化を図ることにより従業員のモチベーションアップ。

【取り組む際に生じた課題】

- 酪農・農業体験終了後の体験者の要望等が取り入れられていない。
- 「教育・交流」事業が単独で利益を上げるまでには至っていない。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- (社)中央畜産会 特別振興事業
(H15 農林水産省)

【今後の展望】

- スタッフの充実を図り、自社製の加工品や有機農産物を使用した自然食品の農家レストランを目指している。

成功のポイント！！

- 数時間だけではない滞在型の酪農・農業体験
観光農園ではなくログハウスを利用した滞在型の酪農・農業体験の提供
- 体験メニューの充実
牧場での酪農体験以外に季節に応じた体験メニューの充実
- 出資者間の目的・目標の合意形成
複数の出資者間で目的・目標の合意形成を行う。
- コンセプトをお客様にしっかり伝える。

○取組の概要

- 平成5年に鶏卵の自動販売機を設置し、順次拡大。平成19年には卵販売店・食堂「熊福」を開店。



【取り組むに至った経緯】

- 価格を自分たちで決められないことから、卵の自動販売機を設置し直売を開始。

【生じた課題への対応方法】

- 公的な融資制度(政策金融公庫)を活用

【取組の効果】

- 養鶏数 4万羽(H5)→1万7500羽(H22)
- 売上高
1億1,140万円(H5)→1億1,140万円(H21)
- 雇用数 7人(H5)→13人(H22)
- 自社による宣伝は特にしていないが、メディア取材や口コミにより売り上げが増加

【取り組む際に生じた課題】

- 養鶏農家が食堂の建設することは、県下で初めての取組のため、運営面や資金面で苦労した

【活用した支援施策(補助事業等)】

- スーパーL資金(H19 農林水産省)
- 新たな畜産農家チャレンジ事業(H21 愛媛県)

【今後の展望】

- 新商品の開発
- 食堂の有効活用
- 豆腐カスやおからなど未利用資源を利用し、飼料自給率向上にも力を入れていきたい

成功のポイント！！

○ 急がなかったこと(過剰投資をしなかった)

- ・自動販売機設置箇所数 平成5年1箇所 → 平成15年5箇所

○ 「美豊卵」の開発

- ・国内でも数%しかいない純国産鶏「もみじ」を飼育
- ・自家製の発酵飼料で品質向上
- ・鶏に与える水へのこだわり

○ 卵に特化

- ・直売、加工品、食堂の定食など卵を使った分野以外に手を出さなかった

○取組の概要

- 昭和51年から本格的に養豚業を始め、平成12年にバーベキューレストラン「ももくり三年かき八年」、加工販売所「坊ちゃんハム工房」開業。



【取り組むに至った経緯】

- 養豚だけの経営だと厳しいと感じていた。
- 自分で育てた豚を加工・販売したいと長年思っていた。

【取り組む際に生じた課題】

- 開業するにあたり、農地転用の問題で、山間に開業することとなった。

【生じた課題への対応方法】

- 役場へ相談した。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【取組の効果】

- 養豚数 3,260頭(H12)→3,485頭(H22)
- 売上高 1億7,000万円(H12)→2億円(H21)
- 雇用数 6人(H12)→17人(パート含)(H22)
- 消費者の反応を飼育に反映させることにより肉質の向上につながった。

【今後の展望】

- 加工品の販路拡大(直販限定から県内外へ)
- 養豚飼養技術のさらなる向上

成功のポイント！！

○ 加工販売所・レストランの営業

- ・自ら加工するので肉質の確認が容易
- ・店舗で提供することにより、消費者の好み分かり、加工品や肉質の改良・研究にフィードバックできる。

○ エサの自家配合化

- ・相場を見ながら直接買付・輸入し、コストダウン
- ・自家配合した割合をデータ化し研究
- ・肥育状況をみつつ、毎回配合設計を行っている。

○取組の概要

- フルーツトマトの販売
- トマトジュースの加工製造・販売



【取り組むに至った経緯】

- 生産物に対するこだわりがあり、平成8年から量販店で、トマトの直接販売を行った。
- 販売先より加工品の要望があり、平成17年からトマトジュースを製造し販売。

【生じた課題への対応方法】

- 生産面積を拡大し、雇用を拡大。
- 消費者との対話による要望等に基づき商品の開発、生産技術の向上及び研究により対応。

【取組の効果】

- 売上高 1.3倍(H18→H21)
- 雇用数 30人(H19)→40人(H22)
- 栽培面積 1ha(H19)→1.6ha(H22)
- 季節パート労働者の年間雇用の実現、生産技術の向上により消費者のニーズに合った商品の開発により量販店及び消費者への販路拡大。

【取り組む際に生じた課題】

- 季節パート労働者の年間雇用。
- フルーツトマトは高価な上、小さくて硬いとの評価。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【今後の展望】

- 生産規模の拡大により生産基地として展開していきたい。
- 海外での生産も予定している。

成功のポイント！！

- 消費者のニーズに合った商品と品質に対する信用
- 消費者の声を聞きながらの商品開発と価格設定
- 良い品質の商品を販売することにより、量販店及び消費者の口コミにより販路が自然と広がっていった

○取組の概要

- 地元で生産した農水産物や加工品を直接販売、地元食材使用のレストラン運営
- 地元自治体と連携して食農教育。



【取り組むに至った経緯】

- 「女性が主役の農業を！」を合言葉に軽トラ青空市を始めた女性グループが、平成8年に農産物直売所「あんずの里市」を開設した。

【生じた課題への対応方法】

- 農業農村活性化交流施設に直売所、レストランを併設し、施設運営。
- 消費者との交流を広げるため各種イベントも開催。

【取組の効果】

- 売上高 4倍に増加(H8 → H21)
- 雇用数 4人(H8)→26人(H21)
- 来訪者数 11万人(H8)→40万人(H21)
- 出荷者数 80人(H8)→300人(H21)
- 平成17年度農林水産祭(むらづくり部門)日本農林漁業振興会会長賞を受賞するなど、地域の交流・活性化の拠点となった。

【取り組む際に生じた課題】

- 直売所建設を地元自治体やJAに要望したが、集客、採算性等への疑問からなかなか実現できなかった。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 地域農業基盤確立農業構造改善事業(H7 農林水産省)

【今後の展望】

- 地域活性化を目指した取り組みを継続していき、組合員の所得向上に結びつく直売所づくりを目指す。

成功のポイント！！

- 軽トラ青空市を地域活性化の拠点に変えた女性パワー
 - ・女性30人の仲間で始めた軽トラ青空市、組合長自らが議員となって当時の町議会へ働きかけ、念願の常設直売所を開設、地域の活性化へ向けて体制整備。
- 消費者ニーズに対応した店づくり
 - ・消費者の声を聞き、組合員の農業経営を「小品目大量生産」から「多品目少量栽培」に軌道修正して直売所で販売。

○取組の概要

- これまで作付けがなかった農地に「なたね」を栽培。
- 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。



【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り組む。
平成22年度に同組織を法人化。

- 新たな水田の裏作作付品目として「なたね」に着目し、平成20年度からなたね油を製造・販売。

【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り栽培技術向上。
- 他の作物にも使用できる汎用コンバインを導入。

【取組の効果】

- 売上高 50万円(H20)→200万円(H22)
- 雇用数 28人(H20)→28人(H22)
- 栽培面積 4ha(H20)→5ha(H22)
- 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。

【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。
- 収穫用機械を所有していない。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 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 農林水産省)

【今後の展望】

- 販売量の増加、贈答用として関東方面へも販路拡大。
- 廃食油由来のバイオディーゼル燃料を農機具に使用する地域資源の有効利用への取組。

成功のポイント！！

○ 地域一体となった販路の開拓

- ・販売にあたっては、地元の直売所やJAの外商ルートとのバックアップ。
- ・菜の花が一斉に咲くと幹線道路からの景観もよく、都市圏から観光客が集まることで地域の活性化につながった。

○ マーケティングに基づいた商品開発

- ・「なたね油」は抗酸化物質のビタミンEを多く含むなど健康に良いと注目されており、また、国産100%という付加価値により収益があがることを予測した。

○取組の概要

- 平成8年から地元在来種のそばの生産と成分に着目した「そばの芽」の販売
- 平成14年に友田農園代表友田氏がそば店「木漏れ陽」を開設し、各種「そばの芽料理」も提供



【取り組むに至った経緯】

- 平成8年度から地元在来種そばを試験的栽培。成分(ルチン)に着目し「そばの芽」使用の商品開発・販売を模索。

【生じた課題への対応方法】

- 新たに収穫機械を導入
- 保存活動メンバーによるメディアへの紹介

【取組の効果】

- 売上高
500万円(H14)→1,900万円(H21)
- 雇用数 3人(H14)→9人(H21)
- 作付面積の拡大
50(H14)→350a(H21)
- 「北山そば」の知名度アップにより地域の活性化に貢献。

【取り組む際に生じた課題】

- そばの安定生産と規模拡大
- 顧客の確保

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【今後の展望】

- 工夫を凝らした販売で「そばの芽」の更なる販売増
- ホームページを通じた販売
- 新たなメニューの考案等

成功のポイント！！

○ 地域保存活動との連携、メディアによる宣伝効果

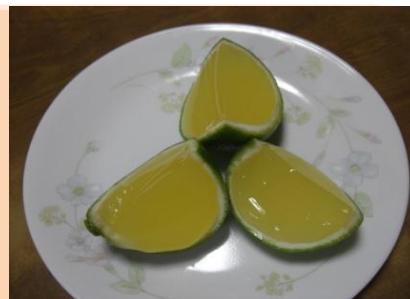
- ・地域保存活動を行っている「佐賀県21世紀県民の森」と連携し「そば保存会」を結成、定期的な活動を通じて「そば打ち等」の技術習得。
- ・「そば保存会」のメンバーの働きかけにより、メディアへ取り上げられ大きな宣伝効果となった。

○ 地元産使用メニューの開拓

- ・「そばの芽」使用のメニューにインパクトがあり顧客の確保につながった。
- ・「地元産そば」へのこだわりが評価された。

○取組の概要

- 安全・安心に配慮した、無化学肥料・酵素微生物を活用した甘夏みかんの栽培・販売。
- 甘夏みかんのおいしさをそのまま生かしたゼリーを開発し製造・販売。



【取り組むに至った経緯】

- 平成元年に呼子大橋開通により観光客が増加。
- 特産品の甘夏みかんの販売だけでなく観光客に喜ばれるような商品の開発に取り組もうと思った。
- 平成2年度から農家の主婦3名が「甘夏かあちゃん」という加工・販売グループを設立。

【生じた課題への対応方法】

- 知り合いのケーキ店からのアイデアをもとに独自に開発。
- イベント会場等で、試食・PR等により、販路拡大に繋がった。

【取組の効果】

- 甘夏みかんの評価も上がり、収入増に結びついた
- 売上高 100万円(H2)→6,000万円(H21)
- 雇用数 4人(H2)→12人(H21)
- 栽培面積 1ha(H2)→3ha(H22)
- 地域の雇用確保に貢献できた(12人(H21))

【取り組む際に生じた課題】

- 幅広い世代に好まれる商品の開発。
- 販路の確保。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農業近代化資金 (H6、7 農林水産省)
- さが農業起業家支援事業 (H17 佐賀県)

【今後の展望】

- 新たなヒット商品の開発。
- 更なる安全・安心栽培への挑戦。
- 体験工房(みかん狩り・ゼリー作り等)を通じた消費者との交流の拡大。

成功のポイント！

○ 地道な販路拡大が出発点

・地道な販売活動により口コミで少しずつ知られるようになり、その後、メディアでの紹介やHPでの販売により確実に販路拡大した。

○ 甘夏みかんのすべてを生かしたゼリーの開発

・「保存料・着色料未使用」、「甘さと酸味の絶妙な味わいと風味」、「皮を器として使用」等、努力とアイディアによりヒット商品を生み出した。

○ 安全・安心にこだわった甘夏みかんの栽培

・従来型の栽培から、無化学肥料・酵素微生物栽培法に成功し、栽培履歴もHPで公開する等、消費者への安全、安心に最大限配慮した栽培を行った。

○取組の概要

- 平成12年に長崎県大村市北部の8戸の農家が共同で直売所、農産物加工販売、農家レストラン、「おおむら夢ファーム シュシュ」をオープン。



【取り組むに至った経緯】

- 地域の活性化と農業の現状と問題点、将来的な経営の継続を模索。

【取り組む際に生じた課題】

- 農家として事業を継続するには、限界を感じ、他の方法(有限会社、第3セクター等)についてノウハウがなかった。

【生じた課題への対応方法】

- 全国の6次産業の取組事例を視察することで、自分たちで会社を設立、課題に対する対応を学んだ。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 地域農業基盤確立農業構造改善事業(H10・11 農林水産省)
- 強い農業づくり交付金(H20 農林水産省)

【取組の効果】

- 売上高
3億4,900万円(H12)→6億5,000万円(H21)
- 雇用数 約50人(H12)→約80人(H21)
- 栽培面積 0.1ha(H12)→1.5ha(H21)
- 来訪者数
約37万人(H12)→約49万人(H21)
- 都市と農村の交流拠点としての役割、大手ではできない小ロットによるオリジナルブランドの加工品の製造・販売で地域の活性化に貢献。

【今後の展望】

- 体験農園や地元農産物のブランド化へ取り組み、若者が元気でがんばれる地域づくりを図りたい。

成功のポイント！！

○ 生産者の意識改革

- ・自分たちは農家であり、生産はしっかりやるという掛け算の6次産業化という意識を持つこと。
- ・その地域で一番美味しい物、旬のものを常に意識し、年間を通して稼働できる仕組を構築

○ マーケティングに基づいた商品開発

- ・成功事例ばかりでなく多くの失敗した事例についても視察し、参考にしたこと。

○取組の概要

- 自動制御で灌水や肥料等を行う設備を備えたハウスでブルーベリーのポット栽培。
- 地元の食品製造業者等と連携し、県産ブルーベリーを原料にジャム、ソース開発



【取り組むに至った経緯】

- 平成17年度に建設部門から、農業参入のための有限会社を設立。
- 農家出荷品と競合しない農作物の検討。

【生じた課題への対応方法】

- 業務提携した会社からの栽培方法等の指導。
- 地元企業との製造技術の確立と販売先の確保。

【取組の効果】

- 収穫・選別等作業時の地元雇用創出(常時9人、収穫・選別期9人、計18人(H21))
- 直売所においての来客数が1.2倍に増加(H21.4~11とH22.4~11の比較)
- 直売所の売上げが1.2倍に増加(H21.4~11とH22.4~11の比較)

【取り組む際に生じた課題】

- ブルーベリー栽培技術のノウハウ。
- ジャム、ソース等の加工品製造技術と販売先。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 広域連携アグリビジネスモデル支援事業(H20 農林水産省)

【今後の展望】

- 周辺農家への多収量品種の契約栽培を委託し、地域農業の活性化等を取組みたい。

成功のポイント！！

- 地域にあった新品種のブランド化
 - ・新たな地域ブランド作物のブルーベリー創出。
- 業務提携による省力化
 - ・民間会社と提携し栽培システム導入による省力化に成功。
- 地域機関との商品性能向上
 - ・長崎県工業技術センターへの成分分析依頼と成分表示による他社との差別化。

○取組の概要

- 平成18年から生産情報公表JAS規格で生産された大葉の加工品を10種類以上商品開発(しそドリンク、青しそ茶 ほか10種類以上)
- H16年度から輸出を開始(香港、台湾ほか)



【取り組むに至った経緯】

- これまで廃棄されていた規格外の大葉の有効活用を模索。

【生じた課題への対応方法】

- 国、県、食品産業界等へ相談や交付金、事業等活用。
- 農業法人協会等の活動で会員同士の意見・情報交換。

【取組の効果】

- 売上高 4倍に増加(H9年→H21)
- 商品数、取引先の増加により、作付面積の拡大。
(30a(H6)→450a(H21))
- 雇用の場の創出。
(H9年雇用4名・パート10名から、H21年雇用12名・パート25名)

【取り組む際に生じた課題】

- 大葉の新商品のアイデア等、今後の事業構想についての相談や活動資金の提供先。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 強い農業づくり交付金
(H20年 農林水産省)

【今後の展望】

- 新商品開発や需要の開拓。
- 国内外の商談会等へ参加しニーズにあった商品開発、海外取引先(米国、欧州等)への販路拡大。

成功のポイント！！

○ 関係機関の連携と起業仲間とのコミュニケーション

- ・熊本県産業技術センター等との連携。
- ・農業法人協会・起業塾等での講習及び情報交換、会員同士での事業展開。

○ マーケティングに基づいた商品開発

- ・「安心」「安全」「おいしい」をコンセプトに生産、加工、販売の一元管理により「いい物作り」を徹底したことで付加価値化と利益拡大に成功。
- ・関係者等からの情報収集、ニーズに対応した商品開発。
- ・商談会等への出展機会を利用した、積極的なPR活動。

○取組の概要

- 生産から加工、販売までの一貫体制確立、加工品(いきなりだんご ほか)のブランド化
- H15直売所「芋屋長兵衛本店」開店
- H19輸出(シンガポール)を開始



【取り組むに至った経緯】

- 天候等により不安定な生産量のさつまいもの有効活用を模索。

【取り組む際に生じた課題】

- 消費者ニーズの把握。
- 年間販売量の確保(貯蔵)。

【生じた課題への対応方法】

- 積極的な商品PR活動。
- 契約農家・JA等の取引業者の確保・信頼関係の構築。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 食料産業クラスター推進事業 (H18 農林水産省)
- 農業・食品産業競争力強化支援事業等補助金(H20 農林水産省)

【取り組みの効果】

- 売上高 8,249万円(H18)
→2億2,457万円(H21)
- 雇用数 2倍(H18→H21)
- 地域農家・契約栽培を含め栽培面積拡大。(45ha(H18)→66ha(H21))
- 自社ブランド商品直売所による商品認知度・収益向上。

【今後の展望】

- 国内取引先の新規開拓。
- 海外取引先(アジア、西欧等)への販路拡大。
- HACCP導入への取組。

成功のポイント！！

- 専門家の助言・バイヤー等の情報交換
 - ・生産、加工、販売までの経営に対して専門家への相談・指導。
 - ・全国のデパート等担当者との情報交換・信頼関係。
- 生産者から消費者までの多様なネットワークの構築
 - ・地域の子供、保護者等への食育、農作業の体験活動。
- マーケティングに基づいた商品開発
 - ・商談会等への出展による情報収集・商品認知度の向上。
 - ・ニーズにあった加工品の商品開発・アイテム数の拡充。

○取組の概要

- 平成6年度から地域の集落営農法人が作付けするもち米などを使用し、もち・かきもち・まんじゅうなどを製造し、近隣の道の駅などで販売。



【取り組むに至った経緯】

- 地元で生産されるもち米の高付加価値化を模索。

【生じた課題への対応方法】

- 加工機械を導入することにより、加工時間を短縮。

【取り組みの効果】

- 売上高
150万円(H6)→3,000万円(H21)
- 雇用数 6人(H6)→6人(H21)
- 加工組合の拡大により、集落営農法人のもち米生産も拡大。

【取り組む際に生じた課題】

- 地元の農産物を使用し伝統的な手法をベースに生産することを目的としたため、手作業では多くの加工時間を要する。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【今後の展望】

- 任意団体のため今後、株式会社等への移行を検討。

成功のポイント！！

○ 道の駅(直売所)との連携

・町内に「道の駅」が開業し、地元産品を強調した販売が可能となり、販売数量が飛躍的に伸びた。

○ 加工機械の有効活用

・もちの加工に使用する機械をまんじゅうにも流用したため、生地に粘りが出て、他店のまんじゅうと差別化が図られた。

○ 少人数の組合員による効率的な作業と運営。

・加工機械導入により人件費が抑制できたほか、組合員が少人数のため効率的な運営が可能となった。

○取組の概要

- 平成15年から生産から販売まで一貫した6次産業化を目指し、農家レストランをオープン



【取り組むに至った経緯】

- 自ら生産する農畜産物(牛肉等)に何か付加価値をつけようとレストラン開業を検討。
- 家族経営でイーグルファーム農家レストランベベンこを開業。

【生じた課題への対応方法】

- 行政や金融機関と粘り強く折衝を繰り返し、7年間かけて建設へこぎつけた。

【取組の効果】

- 売上高
1,300万円(H15)→5,500万円(H21)
- 雇用数 1人(H15)→パート10人(H21)
- 来訪者数
12,000人(H15)→50,000人(H21)
- イーグルファームで飼養する豊後牛を使用した自家製コロッケが、口コミ等で評判が広まり、客足が伸びた。

【取り組む際に生じた課題】

- レストラン建設予定地が国立公園の規制区域内。
- 金融機関からの資金調達。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- スーパーL資金
(H15 農林水産省)

【今後の展望】

- 今後も土台の農業(1次)を基本と考え、規模拡大を図る。
- 花卉のオリエンタルユリやブルーベリーの生産販売の拡大。

成功のポイント！！

- 地域の観光施設との連携。
 - ・町内に観光施設の吊り橋ができたことでの相乗効果で多くの観光客が来たこと。
- 農業経営の安定。
- 6次産業化によるメリット。
 - ・1次・2次・3次産業でリスクの分散ができたこと。
 - ・畜産、水稻、花卉・果物、3本柱による複合農業で経営が安定したこと。

○取組の概要

- 平成元年に直売所を開設し、ブランドである「あじ豚」を使用した精肉やハム等加工品を販売。
- 平成18年に直売所と併設したレストランをオープン。



【取り組むに至った経緯】

- 豚肉の流通コストや部位の価格設定に対する疑問から自社販売を検討。

【生じた課題への対応方法】

- 地道な営業努力により商品の認知度が広がり、加工施設と一体となったレストランのオープン。

【取組の効果】

- 売上高 1億300万円(H18)→1億6,600万円(H22)
- 来訪者数 687人(H19)→1,572人(H22)
- 直売による消費者ニーズに対応した商品開発・サービスの向上。
- PR効果による県内外からの観光客を含めた集客力アップにより売上増加。

【取り組む際に生じた課題】

- 生産農家であったことから、商品の販路拡大・PR等のノウハウがなかった。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- なし

【今後の展望】

- さらなるブランド豚肉の強化。
- 新たな商品開発による付加価値の向上。

成功のポイント！！

○ 生産者(農場)との連携

・6つの農場がグループ化したことで、成育の管理と飼料の一括購入により安定した品質確保。

○ マーケティングに基づいた商品開発

・生産から加工、流通まで各部門が一体となって「あじ豚」の品質向上を追求。
・レストランや販売等を通じて知り得た消費者ニーズを商品開発に貢献。

○取組の概要

- 平成18年から直営農場を中心に生産した野菜を自社農産加工場で加工・販売。
- 平成15年から野菜の品質・鮮度保持に貢献する生産システムを導入。



【取り組むに至った経緯】

- 自らが生産～加工まで責任をもって消費者等ニーズに対応したいと考えた。

【取り組む際に生じた課題】

- 加工ライン(洗浄・カット等)と流通方法(生・冷凍)の確立

【生じた課題への対応方法】

- 野菜の鮮度を保つための冷却システム導入、生産から加工までを一元管理する体制の構築

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農業・食品産業競争力強化支援事業(広域連携等産地競争力強化支援事業)(H18 農林水産省)

【取組の効果】

- 雇用人数
56人(H15)→125人(H22)
- 取扱量の大幅増加
(ほうれんそう取扱量)
原料用
2,000トン(H17)→700トン(H21)
加工用
0トン(H17)→1,500トン(H21)

【今後の展望】

- 環境に配慮した経営と施設運営をするためのシステムの検討。
- 農業生産から6次産業化を実践し、顧客満足度を向上していきたい。

成功のポイント！！

○ 補助金の活用

- 国の補助金を活用して、加工施設を整備したことで生産性・安全性等の向上。

○ 次世代の農業を担う若者の雇用創出

- 生産規模、販路拡大等により雇用の創出、若者が活躍し次世代を見越した農業を展開。

○取組の概要

- 平成6年から、安田農園が直売所「ふれあい市場」を開設、同時に運営法人設立
- 近隣農業者の農産物の販路の拡大に貢献



【取り組むに至った経緯】

- 不況に強い産業として紹介された直売所のテレビ放送を見て取組を考えた。

【生じた課題への対応方法】

- バーコードを活用したPOSシステムの導入による事務作業の大幅な軽減。

【取り組みの効果】

- 直売所の売上高が開設当初(H6)と比べ1.8倍
- 直売所の来場者数96,000人(H22)
- 出荷農業者数
約50名(H6)→約200名(H22)
- 市場価格の変動による売価への影響が少なくなった。

【取り組む際に生じた課題】

- 農業者への支払いを紙媒体の納品書と売上伝票で行っていたため事務作業が大変煩雑であった。

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 農業近代化資金
(H6 農林水産省)

【今後の展望】

- 農業経営の安定化のため、農業生産部門の法人化を検討。

成功のポイント！！

○ 直売所向けのPOSシステム導入

・直売所向けのPOSシステムをシステム開発会社に依頼して開発・導入し、支払いに関する事務を大幅に軽減。

○ 地域一体となった販路の開拓

・自分の農産物だけでなく、近隣の農業者の農産物の販路を拡大。

○ 串良ロータリークラブからの助言

・法人設立に関する税務や経理などの基礎的な助言。

○取組の概要

- 平成18年度から農産物の加工や真空予冷等を行い付加価値を高め、多様化する実需者等のニーズに対応した契約取引が可能な体制を構築。



【取り組むに至った経緯】

- 農産物の生産・流通・加工において付加価値向上等の事業構想を持っていた。

【生じた課題への対応方法】

- 補助事業が活用できた。
- 従業員からの口コミで、質の高い従業員が集まり課題解消

【取組の効果】

- 売上高はH16年と比べ1.5倍
- 栽培面積
約33ha(H16)→約41ha(H22)
- 多様化する仲卸会社・加工業者等のニーズに対する的確な対応。
- 他の農家との連携による取引先への安定供給を図ることで、価格交渉が有利となった。

【取り組む際に生じた課題】

- 当初は、労働力の不足が生じたことがあり、受注量に対応できないことがあった。

【活用した支援施策（補助事業等）】

- 広域連携アグリビジネスモデル支援事業（H17 農林水産省）

【今後の展望】

- 関東・関西・中部地方へと取引先の拡大に成功したことから、さらなる生産規模及び取引先の拡大を進めたい。

成功のポイント！！

- 代表取締役の農業経営に対する熱意
 - ・経営発展のために自ら他の産地の情報収集や取引先の開拓等に積極的に取り組んだ。
- 従業員、取引先とゆるぎない信頼関係を構築
 - ・従業員の福利厚生に配慮するとともに、取引先に対し、契約内容の遵守等を徹底したことにより、信頼関係を構築できた。
- 県や町などの地域の行政機関との連携
 - ・補助事業実施にあたってのアドバイス、有機農業に関する情報や農業関連の各種支援策等の情報提供等を受けた。

○取組の概要

- 地域農産物を生かした高付加価値加工品の生産
- 地域農産物の安定的な集出荷体制の確立
- 規格外農産物の利用による農家所得の向上



【取り組むに至った経緯】

- 平成11年から「がんずうネギ」等としてブランド化した農産物を自ら販売するとともに、地域農家へも技術指導を行って集荷販売。(※「がんずう」とは宮古島の方言で丈夫、元気、長寿を意味する。)
- 県内大手スーパーの他、九州のスーパーへも出荷・販売。
- 集荷したかぼちゃ等の貯蔵施設の確保や農家へ返品していた規格外農産物の高付加価値化(カボチャピューレ等)。

【取り組む際に生じた課題】

- 集荷品の品質劣化及び貯蔵方法
- 規格外品を活用した新たな商品開発

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 地域農業経営確立支援事業 (H10 農林水産省)
- 経営体質強化施設整備事業 (H13 農林水産省)
- 新山村振興等農林漁業特別対策事業(H17・18 農林水産省)

【生じた課題への対応方法】

- 集出荷貯蔵施設及び処理加工施設を整備し島内及び島外出荷体制の強化

【取組の効果】

- 売上高 900万円(H11)→1億8,000万円(H21)
- 雇用数 3人(H11)→20人(H21)
- 契約農家の増加 1戸(H12)→70戸(H21)

【今後の展望】

- 入荷量を増加させることにより加工施設の稼働率を高め農業所得の向上を図る

成功のポイント！！

○ 付加価値の高い加工品の生産

いままで利用価値が低かった規格外農産物を利用することにより農家の栽培意欲の向上

○ 施設の整備により安定的な集出荷が実現

○ 地域一体となった地産地消の活動

地域学校給食センターへの供給により地産地消農産物の増加
JA, 地元認定農業者協議会や生活改善グループとの連携

○取組の概要

- 餌・水・飼養環境にこだわった安心安全な豚肉生産
- 販売店を限定した「やんばる島豚」「琉美豚」など独自ブランドの確立



【取り組むに至った経緯】

- 県内で流通している豚肉の品質に危機感を感じ、高品質で売れるブランド豚肉の生産を指向

【生じた課題への対応方法】

- 畜舎内の悪臭対策への積極的な取組と補助事業を活用した汚水処理対策

【取組の効果】

- 売上高
3. 3倍(H5年度→H21年度)
- 雇用数
2. 5倍(H5年度→H21年度)
- 消費者等に対して高品質な餌・水・愛情を込めた飼養状況の情報を積極的に情報発信
- 安心安全にこだわった生産と販売店を限定した取組は、消費者から信頼を獲得
- 経営発展を図るため、直販店・焼肉店を生産部門から独立

【取り組む際に生じた課題】

- 養豚経営を継続するために地元住民に配慮した環境整備が必要

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 耕畜連携・資源循環総合対策事業(たい肥舎、浄化処理施設等の整備)(H14 農林水産省)

【今後の展望】

- ブランド豚肉を利用したハム・ソーセージなどの加工品の製造・直販豚肉のほか「我那覇でしか買えない農産品」を検討

成功のポイント！！

- ブランド力維持のために販売店を限定した戦略

「ここに行けば買える」と消費者に認識をもってもらうように限定販売とそのPRを行った。

- 農場見学など消費者等へ積極的な情報発信

農場に観光客等を受け入れる設備を整備、ホームページでも紹介。

○取組の概要

- 平成19年からドラゴンフルーツ等の果実や野菜のジャムの加工・販売
- 果実副産物(蕾)のブランド販売



【取り組むに至った経緯】

- 平成18年に新規就農するにあたり、肥料、農薬をほとんど使わず、高齢者でも栽培可能なドラゴンフルーツに着目

【生じた課題への対応方法】

- 専門家の協力で品質向上を図った。新たに、白ゴーヤー、パッションフルーツなどのジャムを製造
- ジャム、生果を高級食品店、大手百貨店に出荷

【取り組みの効果】

- 売上高
700万円(H19)→4,000万円(H21)
- 雇用数
0人(H19)→3人(H22)
- ドラゴンフルーツの栽培面積
6a(H19)→1ha(H21)

【取り組む際に生じた課題】

- 高糖度のドラゴンフルーツの栽培
- 独特の食感と風味豊かなジャムの製造

【活用した支援施策(補助事業等)】

- 普及センターから商標登録や簿記記帳に関する指導を受け、ブランド化や経営安定化につながった。

【今後の展望】

- 現在は市の共同加工施設を利用しているため、加工施設の整備を検討

成功のポイント！！

○ 販路開拓

就農前の青果小売店勤務の経験と販売先のネットワークを活用し、青果及び加工品の販売が順調に伸びた。

○ 高糖度のドラゴンフルーツと高品質のジャムの製造

大変甘いドラゴンフルーツの生産と、専門家の協力を得て、独特の食感と風味豊かなジャムの製造に成功。また、これまで未利用であった蕾を「ドラゴンの蕾」として商標登録、県外の料理店等に出荷。