

第2回6次産業化推進シンポジウム ～農林漁業の未来創造戦略～

平成26年度 6次産業化
ネットワーク活動全国推進事業

第2回

6次産業化推進シンポジウム



実施報告書

11月25日(火)

【会場】

日本橋三井ホール 5階ホール

主催：野村アグリプランニング
& アドバイザリー株式会社

協賛：農林水産省

後援：日本GAP協会、
日本政策金融公庫、
日本農業法人協会、
農林漁業成長産業化支援機構

協力：野村証券株式会社

www.nomuraholdings.com/jp/company/group/napa/

【プログラム】

13:00～13:10

『開会の挨拶』

野村アグリプランニング&アドバイザー(株) 取締役社長

西澤 隆



13:10～13:20

『農林水産省の挨拶』

農林水産省

食料産業局長

櫻庭 英悦



13:20～13:30

『表彰式』

農林水産大臣賞 株式会社早和果樹園

食料産業局長賞 有限会社柏崎青果

株式会社いでぼく

株式会社恵那川上屋

やまいもまつり有限会社

株式会社お菓子のポルシェ



13:30～14:30

『受賞者取組の紹介』



14:30～14:50

『審査委員長講評』

東京大学大学院農学生命科学研究科 教授

本間 正義



(休憩)

15:20～16:20

『パネルディスカッション ～農林漁業の未来創造戦略～』

株式会社早和果樹園

代表取締役

秋竹 新吾

株式会社いでぼく

いでぼくグループ代表

井出 行俊

株式会社エー・ピーカンパニー

代表取締役社長

米山 久

農事組合法人和郷園

代表理事

木内 博一

(コーディネーター)

滋賀大学社会連携研究センター 教授

石井 良一



16:20～16:30

『閉会の挨拶』

野村証券(株) 常務執行役員

野村アグリプランニング&アドバイザー(株) 取締役

新井 聡



16:30～17:00

『交流会』



(敬称略)

<農林水産省の挨拶・表彰式>



- 櫻庭食料産業局長より挨拶をいただいた後、農林水産大臣賞と食料産業局長賞が授与された。

<受賞者取組の紹介>



- 受賞者の取組については、各事業者が会社概要、沿革、企業理念・ビジョン、事業内容、バリューチェーン、連携・ネットワーク、地域への貢献、今後の目標について、プレゼンテーションを行った。

<パネルディスカッション>



- 6次産業化を進めることでどのように農林漁業の未来を創造するかについて、バリューチェーンの構築方法や異業種との連携、地域を巻き込んだ取組み方法に着目して、エー・ピーカンパニーの米山社長と農事組合法人と郷園の木内代表を交えて議論を行った。

<交流会(試食・展示)>



- シンポジウム終了後、参加者と受賞者の名刺交換、意見交換を行なうための交流会を実施した。

農林水産大臣賞

株式会社早和果樹園（和歌山県有田市）

～おいしいみかんを全国・世界へ発信！消費者視点の商品づくり～

組織概要

○代表者 秋竹 新吾

○所在地 和歌山県有田市

○従業員 46名

○設立年 平成12年



【産地の様子】



【みかんを加工した商品】



【社員による試飲販売の様子】

受賞のポイント

- みかんの生産・加工の段階において、新しい生産方式や製法といった特殊な技術を積極的に取り入れるなど、みかんの糖度・味にこだわった高付加価値みかんジュース「味ーしぼり」を開発し、高級百貨店等で販売している。
- また、高価格帯商品のほか、消費者ニーズを的確に把握することにより、値ごろ感がある中価格帯のみかんジュース「飲むみかん」を開発・販売し、年間売上げを約6億2千万円に伸ばしており(前期は4億7千万円)、10年後には売上高50億円を目指す。
- さらに、付加価値の高い加工を行うことにより、通常5～7円にしかならなかった加工用みかんを25～30円で買い取り、みかん産地の活性化に貢献している。

取組内容

■取組みの経緯・成長の契機

- 昭和50年代、みかん増産のあおりを受けた時期、父親世代が「自分の代のみかん作りも終わりだ」と言っていることに疑問を感じ、みかん栽培の研究仲間である同世代の7人で「量ではなく、品質、特においしさで勝負しよう」と新しい組織「早和共撰」を立ち上げ、おいしいみかん作りに集中した。さらに、平成12年には、きちんとした組織と経営で「夢の描ける農業」をやろうと法人化、そして、新規事業として、有田みかんに付加価値を付ける農産加工へ進出した。
- 加工事業開始後初めての自社開発商品「味ーしぼり」のプロモーションに際し、社員総出で試飲試食販売を全国の各種商談会、百貨店・スーパー、地元観光スポット等で行うことにより、商品の良さ・特徴を直接消費者にアピールした。

■取組みの特徴・活動の強み(イノベーション・バリューチェーン)

- マルドリ方式(周年マルチ点滴灌水同時施肥法)を採用し、高糖度みかんの生産に取り組むとともに、地元食品加工業者と連携し、「みかんの皮をむいて裏ごしする」という手間をかけたみかんの味へのこだわりの製法(チョッパー・パルパー方式)により、他の商品との差別化を図っている。
- 社員総出で、各種商談会や百貨店等での試飲等プロモーション活動を、直接消費者に対して行うことで消費者ニーズを把握している。また、地元大学生と連携し若者世代の志向・ニーズに対応している。
- こうしたニーズを踏まえ、高価格帯商品の「味ーしぼり」に対し、値ごろ感がある中価格帯の「飲むみかん」を開発し、売上げが急増している。
- みかんジュースのほか、小さな3Sサイズのみかんを丸ごとシロップに漬けた「てまりみかん」をはじめ多様な商品を次々と開発するなどの商品開発力を備えている。

■地域への貢献・波及効果

- 現在、46名を雇用するほか、シルバー人材センターを通じて年間延べ280人の雇用を図るなど、中山間地の働く場を提供。今後、60歳以上のシニアレデイを活用するための子会社設立も予定している。
- 地域のみかん農家400軒から加工用みかんを調達し、付加価値の高い加工を行うことにより、加工用みかんの価格を引き上げることができた。

農林水産省 食料産業局長賞

有限会社柏崎青果(青森県おいらせ町)

～加工技術と輸出を通じて「黒にんにく産地」の形成とブランド化を先導～

組織概要

○代表者 柏崎 進一
○従業員 60名

○所在地 青森県上北郡おいらせ町
○設立年 平成3年



【黒にんにく】



【海外での商談会の様子】



【長いもの加工の様子】

受賞のポイント

- 商品開発の段階において、地元大学、研究機関との共同研究により、加工技術を確立するとともに、高品質な商品を開発することで、地元農林水産物の高付加価値化に成功した。全国のスーパー等に販売するほか、米国等への輸出にも取り組むことにより、年間売上を12億9千万円に伸ばしている(前期は11億5千万円)。
- 「黒にんにく」については、他社にない乾燥技術、熟成技術を確立し、他社の商品と差別化が図られており、「黒ごぼう」の製造方法については特許を取得している。
- グループ内に廃棄物収集、堆肥製造会社等を設立し、循環型農業を実践している。

取組内容

■取組みの経緯・成長の契機

- 売上高が1億円を超えたことにより農協の組合員でなくなったことを契機に、「自分で商品を守るしかない」と一念発起。1次加工の取組によって一層の規模拡大に繋がった。
- 平成5年に加工部門を設立し、自社生産及び契約農家が栽培したにんにく、長いも、ごぼうから黒にんにく等の加工品を開発し、全国のスーパー、生協に安定供給している。
- 原料価格の高騰を経験する中で、販路を1ヶ所から分散させることの必要性を認識する。
- JETROのフランスでの商談会に出店した際に、米国大手スーパーのバイヤーと知り合い、半年後に黒にんにくの米国輸出を開始した。

■取組みの特徴・活動の強み(バリューチェーン・イノベーション)

- 「黒にんにく」については、元弘前大学教授と共同開発を実施。他社にない乾燥技術、熟成技術を確立することにより、生にんにくLサイズが1個200円であるのに対し、「黒にんにく」は1個600円と他社の商品と差別化が図られている。
- 現在は青森県産業技術センターの指導の下、「黒にんにく」の有効成分の規格化に取り組む。
- 広島県や静岡県事業者とも連携して新商品開発に取り組む、70～80の商品を取り揃える。
- 「黒ごぼう」の製法については特許を取得し、弘前大学が効能について研究成果を発表している。
- 同業9社により「協同組合青森県黒にんにく協会」を設立し、品質向上、共同宣伝に取り組む。
- 米国に「AOMORI BLACK garlic」として「黒にんにく」を輸出しており、「青森県」の名を世界にPRしている。
- JETRO青森の協力の下、県内食品製造企業7社で「青森県輸出促進協議会」を設立し、県内企業共同での北米進出を牽引している。

■地域への貢献・波及効果

- グループ全体で100名の地域雇用を生み出している。
- グループ内に廃棄物収集、堆肥製造会社等を設立し、循環型農業を実践している。
- 契約農家から規格外品を含め原料を買い取るとともに、自社が集荷・選果を行うことで、生産者の負担を軽減し、所得の向上に貢献している。

農林水産省 食料産業局長賞

株式会社いでぼく(静岡県富士宮市)

～高品質な生乳から作る製品の価値を対面販売で消費者へ～

組織概要

○代表者 井出 行俊
○従業員 25名

○所在地 静岡県富士宮市
○設立年 平成15年



【牛舎の様子】



【ジェラート】



【いでぼく認証野菜の直売所】

受賞のポイント

- 衛生管理に拘り、生産した高品質生乳からアイス・ジェラート、牛乳を加工し、主に高速道路のサービスエリアに設置した小規模の直営店で消費者に直接販売するシステムを構築することにより、年間売上を3億9千万円と着実に伸ばしている(前期は3億7千万円)。
- 自社で製造した堆肥を提供し、地元の農家が生産した野菜を「いでぼく認証野菜」として販売するなど、地域ぐるみで地場製品のブランド化を推進している。
- 異業種との交流を積極的に行い、ネットワーク作りに取り組む。

取組内容

■取組みの経緯・成長の契機

- 視察に訪れた同業者から、「きれいに牛乳を搾っても、出荷して他の牛乳と混ざったら同じ」と言われ、「他の牛乳が混ざるくらいなら自分で販売する」と決意し、製造設備を導入した。
- 自社生産生乳の品質価値を生かすため、自ら商品を販売しようと6次産業化に取り組むも資金繰りに苦勞。経理を明確化するため、加工事業部門と販売事業部門を分社化し経理を明確化した。
- 現在、生乳からアイス・ジェラート、牛乳を加工し、直営店、フランチャイズ店合わせて7店舗で主に高速道路のサービスエリアで販売している。
- 直営の店舗だけでなく、フランチャイズ契約による出店が契機となり、売上げが急伸した。

■取組みの特徴・活動の強み(バリューチェーン・イノベーション)

- 生産から販売までを自社で行う一貫体制を確立し、特に衛生的に管理した牛、牛舎、環境設備から生産した拘り抜いた生乳の品質の良さが商品力に繋がっており、今年9月に農場HACCPを取得した。
- 高品質な牛乳として大手メーカーの牛乳と差別化することで、乳価を高めることに成功している(市場に出荷すると100円/kg前後である乳価を、自社でブランド化することで平均700円/kg前後まで高める)。
- 自社の堆肥を使用した地元の農家23名で組織した「ふじの国農家直売研究会」が生産した野菜を「いでぼく認証野菜」として販売するなど、乳製品のみならず地元野菜のブランド化にも貢献している。
- (一社)日本ショッピングセンター協会の会員の農家第1号となり、異業種との交流も積極的に行っている。

■地域への貢献・波及効果

- グループ全体で50名の雇用を生み出しており、地域の雇用創出に貢献している。
- 牛舎から出る牛糞を自社で完熟させ堆肥にし、農家に無料提供するなど循環型農業を実践している。
- 静岡県と連携し、高速道路のサービスエリアで「富士の国農家直売研究会」が野菜を出店できる催事を開催し、地域の生産者に活気を与えている。
- Jリーグの清水エスパルスのユースチームと連携し、栄養サポートを行うとともに、牛舎の見学等を通して食育を行い、自社製品の認知度を向上させている。

農林水産省 食料産業局長賞

株式会社恵那川上屋(岐阜県恵那市) ～超特選栗をブランド化！地域ぐるみの取組～

組織概要

○代表者 鎌田 真悟
○従業員 250名

○所在地 岐阜県恵那市
○設立年 昭和39年



【超低樹高栽培の栗】



【超特選恵那栗】



【栗きんとん】

受賞のポイント

- 生産者と菓子製造業者の双方向で栗の品質向上に取り組み、地域ブランド「超特選恵那栗」を構築し、その栗を活用した和菓子・洋菓子を開発・販売している。
- 生産者との関係を強化し、栽培における指導をJAを通じて実施するとともに、生産者から栗の全量買取を高価格で行っている(一般の栗が400～500円/kgに対し、750円～800円/kgで買い取り)。
- 当地域で確立した「地域ブランド」構築のノウハウを他地域でも展開できる可能性を有している。

取組内容

■取組みの経緯・成長の契機

- 修業時代に、地元では栗を栽培する農家が減少し、地元の菓子メーカーが、鮮度の低い他県産の栗を使用していることが味の低下を招いていたことに気づき、地元産の栗を用いた菓子作りを始めることを決意した。
- 平成6年から地域の生産者と連携して契約取引を開始し、平成10年にはJAと連携して、当地域の栗農家との連携団体「超特選栗部会」を発足し、地元栗農家との高価格での全量買取体制構築に取り組んだ。

■取組みの特徴・活動の強み(バリューチェーン・イノベーション)

- 主力商品の栗きんとんに使われる超特選栗は、栗の栽培技術としては日本一と言われる塚本實氏の超低樹高栽培技術によって生産され、高い品質と収量を誇っている。
- 農家との関係を強化することにより、栽培における指導をJAを通じて実施している。
- 超特選栗は一般市場価格の約2倍の価格で栽培農家と全量買取契約を結び、厳しい生産・出荷基準を定めるなど、生産者と共に高品質の栗を継続的に生産する仕組みを構築することにより、栗の安定供給と高品質化が維持されている。
- 超特選栗は収穫して24時間以内に納入、加工され、他県産に比べて高い鮮度が保たれているとともに、CAS冷凍設備を導入することで、鮮度を落とさずに長期間の保存を実現している。
- JAを中心とした地元生産者、市・県との連携は、経済的な繋がりにとどまらず、地域ブランドの構築・強化の必要性についても共有されている。

■地域への貢献・波及効果

- 農業法人を設立し、耕作放棄地の借り受けを積極的に進め、定年退職したビジネスマンや年金生活者の就農希望者を雇用している。
- 当地域で確立した高度な栗の栽培技術や栗の皮を剥ぐ技術について、全国の他産地にもノウハウを広め展開している。

農林水産省 食料産業局長賞

やまいもまつり有限会社(山口県周南市)

～やまいも文化を発信するとともに耕作放棄地の解消へ～

組織概要

○代表者 村田 将弘
○従業員 10名

○所在地 山口県周南市
○設立年 平成11年



【山芋(じねんじょう)】



【直売所】



【レストランで提供する定食】

受賞のポイント

- 単位あたりの収入は米の5倍と、他の作物と比較して高い収益を得られ、栽培が容易な山芋の生産に特化している。
- 山芋を自社加工した冷凍とろろ等を、全国約100店舗の飲食店に直接供給するほか、自社レストランで提供しており、年間売上も1億3千万円と着実に伸ばしている(前期は1億2千万円)。
- 山芋を生産したいという就農希望者や農業生産者と広く連携し、生産方法を全て伝えている。
- 水田の転作や遊休地を使った栽培が可能のため、耕作放棄地の解消に貢献している。

取組内容

■取組みの経緯・成長の契機

- 現社長が、Uターンして実家の農家を継いで就農。首都圏で働いていた際に会社の仲間と山芋掘りに行った時の楽しさ、おいしさをあらためて知ったことや、栽培の容易さに加え、1反当たりの収入が米の約5倍であることなどから、山芋(じねんじょう)の栽培に特化した。山芋栽培の指導を全国で10年間行った後に法人化した。
- 山芋食を文化として広げて行きたいという思いから、自社で加工して冷凍とろろ等を生産し販売を始める。
- 自社直営のレストランは、旧農協の支所を改築して立ち上げ、業務用の主要取引先は、全国で約100店舗の飲食店に直接供給している。

■取組みの特徴・活動の強み(バリューチェーン・イノベーション)

- 他の作物と比較して高収益を得られ安定的に作る事が可能である。
- 自社で生産するほか、県内を中心とした提携農家に種芋を納め、栽培方法の指導等を行い、収穫した山芋を買い取っている。
- 波型の板を斜めに畑に入れ込むだけの簡易な栽培方法を確立し、その栽培方法についてマニュアル化し、休耕田を利用した栽培を進めている。
- 山芋を生産したいという就農希望者や農業生産者と広く連携し、生産方法を全て伝えている。
- 地域の山芋以外の生産者や食品加工、流通など様々な分野の関係者と協同組合を組成し、毎週の朝市や市民農園の実施運営を今後担っていく予定である。
- 研究機関と新商品開発に向け共同研究を実施している。

■地域への貢献・波及効果

- Uターン者も受け入れ、地域での就農、加工等雇用の場を提供している。
- 水田の転作や遊休地を使った栽培が可能のため、耕作放棄地の解消に貢献している。

農林水産省 食料産業局長賞

株式会社お菓子のポルシェ(沖縄県読谷村)

～地域ぐるみで開発したお菓子で新たな沖縄土産市場を開拓～

組織概要

○代表者 澤岬 カズ子
○従業員 571名

○所在地 沖縄県中頭郡読谷村
○設立年 平成2年



【原料の紅いも】



【紅いもタルト】



【直売所】

受賞のポイント

- 地域の特産品を活用した「村おこし」事業で、商工会、村役場、農業試験場、生産者、食品メーカーが一体となって取組み、「紅いもタルト」を開発し、事業を成功させている。
- 自社で紅いもペーストの1次加工場を建設することで、生産者の安心感を得て、原料確保をより確実にした。また、農業試験場等と連携し品種改良を行うことで、紅いもの収量が向上。沖縄県内の農業生産法人と連携して新商品を開発。
- 沖縄県全域140戸以上の生産者から契約栽培による全量買取を行うとともに(取組当初の生産農家は10戸未満)、グループ会社全体で571名を雇用。
- 観光客にターゲットを絞り、消費者に商品の内容を印刷したエコバッグを配布するなど、女性の視点から消費者目線の販路開拓の取組を行っている。

取組内容

■取組みの経緯・成長の契機

- 昭和61年に地元自治体からの依頼により、村おこし事業に参加し、商工会、村役場、農業試験場、生産者、食品メーカーが一体となって地域の特産品を使った紅いもの菓子を開発した。
- 当初は原料の紅いもの生産量は少なかったが、紅いもペーストの加工場を建設してからは、農家の安心感を得て、生産量が拡大し、原料確保をより確実にした。
- 平成7年から5年間、那覇空港発着便の機内食に「紅いもタルト」が採用され知名度が上がり、平成13年に製造工程を見学できる工場・直売所をオープンしてから、集客力が向上した。

■取組みの特徴・活動の強み(バリューチェーン・イノベーション)

- 当初は10戸に満たない農家からしか買い取ることができなかったが、現在、沖縄県全域140戸以上の生産者から全量高値買取を行うことにより、生産者に安定収入をもたらしながら、菓子の製造販売を行っている(自社11店舗経営)。
- 生産者から調達した紅いもを新鮮な状態で無添加・無着色でペースト状に加工する独自の技術確立することで、紅いも菓子の安定生産を可能にしている。
- 観光客にターゲットを絞り、女性経営者としての視点から、消費者に商品のイラストを印刷したエコバッグを配布するなど、商品を広告する手法に工夫をしている。
- 商品の素材に沖縄県産を使用することにこだわっており、県内農業生産法人と連携することで、新たな商品を開発し商品化している。

■地域への貢献・波及効果

- さとうきびの収入14万円/10aに対し、紅いもは30万円/10aであり、2期作も可能。さとうきびだけの頃より約3倍の収入をもたらすことができる。
- 当ビジネス以前は、沖縄県内の菓子の80%以上が県外から仕入れられており、現在は約50%以下まで県外依存率が縮小するなど、沖縄土産の定番として沖縄県内における菓子製造業への発展に貢献している。