

6次産業化優良事例66選



はじめに

6次産業化の推進に向けては、2011年3月に「六次産業化・地産地消法」が施行され農林水産業の6次産業化の取組みも急速に拡大してきました。2014年2月28日時点における、六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定件数は1,806件に達しており、多くの農林漁業者が6次産業化への一歩を踏み出し始めております。

6次産業化に踏み出し成功を収めている事業者の取組みに共通しているのは、事業者自身が単独で取り組んでいるのではなく、地域内外の他の多くの事業者との協力・連携を進め、お互いの強みを活かしたネットワークを構築している点です。6次産業化の推進に際して、このようなネットワークが重要であるとの観点から取組み内容を整理することは大きな意義があり、今後6次産業化に取り組もうとする事業者にとって参考になると考えられます。

本パンフレットは、このような背景のもと、6次産業化に取り組む成功を収めている66の事業者を全国から選定し、その取組み内容を整理したものです。調査対象とした事業者の皆様をはじめ、選定及び調査に際してご支援を頂いた地方農政局の方々など関係各位に、この場をお借りして感謝を申し上げます。

本パンフレットが、今後の6次産業化推進のお役に立ち、さらには日本の農林漁業の発展の一助となれば幸いです。

2014年3月

野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社

目 次

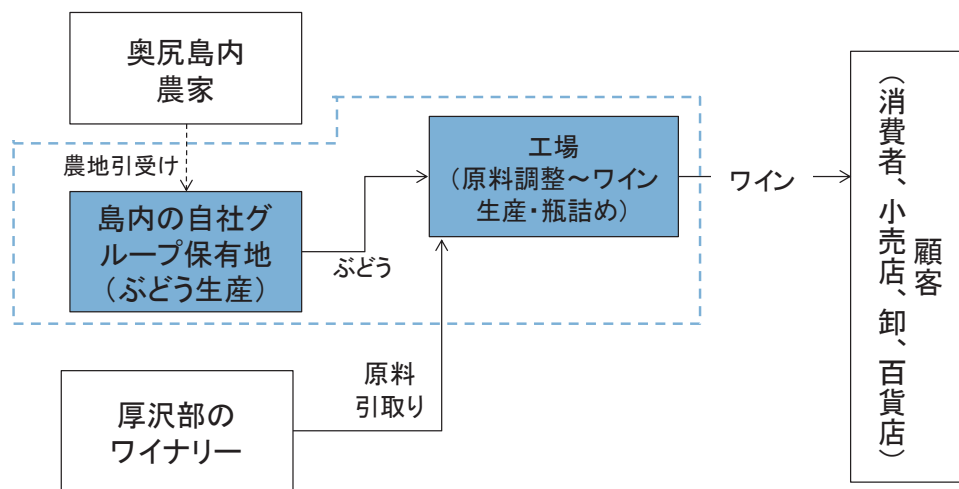
【北海道】	株式会社奥尻ワイナリー	1
【北海道】	帯広市川西農業協同組合	2
【北海道】	農事組合法人共働学舎新得農場	3
【北海道】	農事組合法人サンエイ牧場	4
【北海道】	有限会社仁成ファーム	5
【北海道】	農事組合法人東瓜幕協和生産組合	6
【北海道】	有限会社マーレ旭丸	7
【北海道】	株式会社丸巳	8
【東北】	株式会社秋田ニューバイオフィーム	9
【東北】	株式会社銀河農園	10
【東北】	株式会社ジェイエイあぐりすかがわ岩瀬	11
【東北】	株式会社庄内こめ工房	12
【東北】	株式会社西部開発農産	13
【東北】	タムラファーム株式会社	14
【東北】	株式会社平田牧場	15
【関東】	グリーンリーフ株式会社	16
【関東】	株式会社サンクゼール	17
【関東】	株式会社生産者連合デコボン	18
【関東】	株式会社永井農場	19
【関東】	株式会社ビオフィームまつき	20
【関東】	株式会社マルタ	21
【関東】	株式会社みずほ	22

【北 陸】	有限会社グリーン	23
【北 陸】	有限会社三共農園	24
【北 陸】	建石農園(SFV生産農場)	25
【北 陸】	有限会社ドリームファーム	26
【北 陸】	農工房長者株式会社	27
【北 陸】	有限会社フジタファーム	28
【北 陸】	株式会社マイセン	29
【北 陸】	有限会社わくわく手づくりファーム川北	30
【東 海】	株式会社伊賀の里モクモク手づくりファーム	31
【東 海】	株式会社げんきの郷	32
【東 海】	有限会社小久井農場	33
【東 海】	株式会社サラダコスモ	34
【東 海】	菖蒲谷牧場	35
【東 海】	有限会社福江営農	36
【東 海】	わかば農園株式会社	37
【近 畿】	有限会社王隠堂農園	38
【近 畿】	おうみ富士農業協同組合	39
【近 畿】	北坂養鶏場	40
【近 畿】	有限会社甲賀もち工房	41
【近 畿】	こと京都株式会社	42
【近 畿】	株式会社早和果樹園	43
【近 畿】	有限会社山口農園	44
【近 畿】	有限会社レチェール・ユゲ	45

【中国四国】	株式会社秋川牧園	46
【中国四国】	株式会社内子フレッシュパークからり	47
【中国四国】	馬路村農業協同組合	48
【中国四国】	木次乳業有限会社	49
【中国四国】	有限会社ひよこカンパニー	50
【中国四国】	有限会社平田観光農園	51
【中国四国】	株式会社マルハ物産	52
【九 州】	あしきた農業協同組合	53
【九 州】	株式会社おおやま夢工房	54
【九 州】	株式会社グラノ24K	55
【九 州】	有限会社コウヤマ	56
【九 州】	株式会社コッコファーム	57
【九 州】	有限会社シュシュ	58
【九 州】	有限会社新福青果	59
【九 州】	農事組合法人南州農場	60
【沖 縄】	株式会社あいあいファーム	61
【沖 縄】	株式会社お菓子のポルシェ	62
【沖 縄】	有限会社沖縄長生薬草本社	63
【沖 縄】	沖縄ハム総合食品株式会社	64
【沖 縄】	有限会社勝山シークワサー	65
【沖 縄】	宮古島漁業協同組合	66

組織概要

- 所在地 北海道奥尻郡奥尻町
- 代表者 取締役社長 海老原 浩
- 事業概要 ワイン用ぶどうの生産、ワインの生産・販売
- 売上高 (2010年5月期) 1,000万円 → (2013年5月期) 6,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年5月期) 10名(他、季節雇用20名)



ビジネスモデル



ワインの製造工場



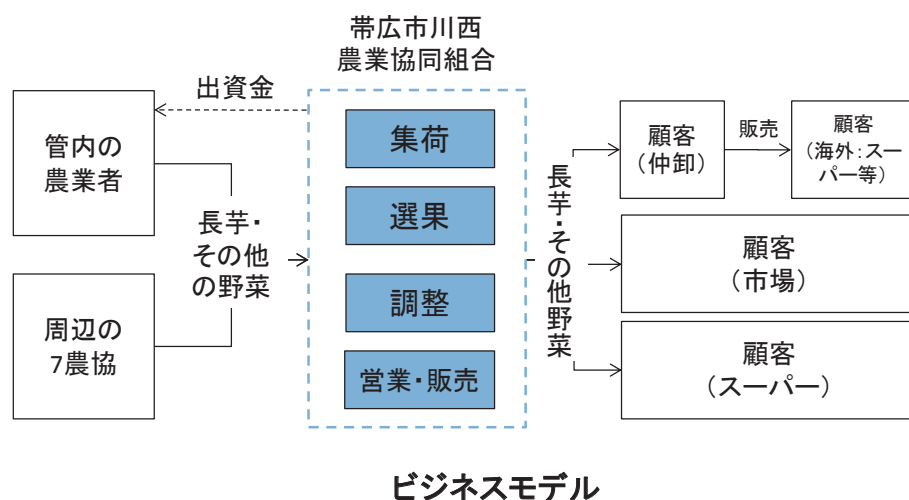
敷地内のワイン販売コーナー

取組概要

- 奥尻島の建設企業のグループ企業である。1993年の北海道南西沖地震の後、島の復旧後にも地域の雇用を維持し、継続して発展させてゆける事業を作り上げようと、ワイン事業を開始した。
- ぶどう栽培、ワイン生産の経験はなかったが、島の産業づくりのため、1999年から山ぶどうを栽培、2001年からワイン用品種の栽培とワイン醸造のための道内研修を実施した。2009年にはワインを3,000本試験生産・販売し、2010年以降27haまで農地を広げて、現在では6万本のワインを生産・販売している。
- 2001年～2009年の間には、台風による塩害の被害もあった上、ブドウの木はワインに適する実を収穫できるようになるまでに時間がかかることもあり、事業を安定させるまでに時間がかかったが、2010年以降本格的に生産・出荷できるようになった。
- 現在では、自社グループ保有地以外に、地域内の離農者の農地を引き受けて、ぶどうを栽培している。また、対岸の厚沢部の、経営縮小するワイナリーの契約農家のぶどうを引き取って、当社ブランドとは別のワインに加工することで、桧山地区全体の活性化にも貢献している。
- 塩害が多い等、気候的にはデメリットのある地域で、地域ブランドのワインを作り上げた。
- 「離島でワイン」というコンセプトを理解する顧客(小売店・消費者)をつかみつつある。
- 特に醸造面の人材確保が課題であり、当社と地域の距離をもっと近づけるべく、島の観光事業や教育事業との連携を進めていきたいと考えている。

組織概要

- 所在地 北海道帯広市
- 代表者 代表理事組合長 有塚 利宣
- 事業概要 長芋、小麦、甜菜、馬鈴薯はじめ各種農産物の取扱い、加工、輸出
- 売上高 (2013年3月期) 207億3,600万円(長芋の販売額は57億円、輸出は8億2,100万円)
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 152名



工場のHACCP認証



箱詰めされた長芋



B級品の調整



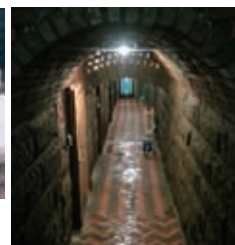
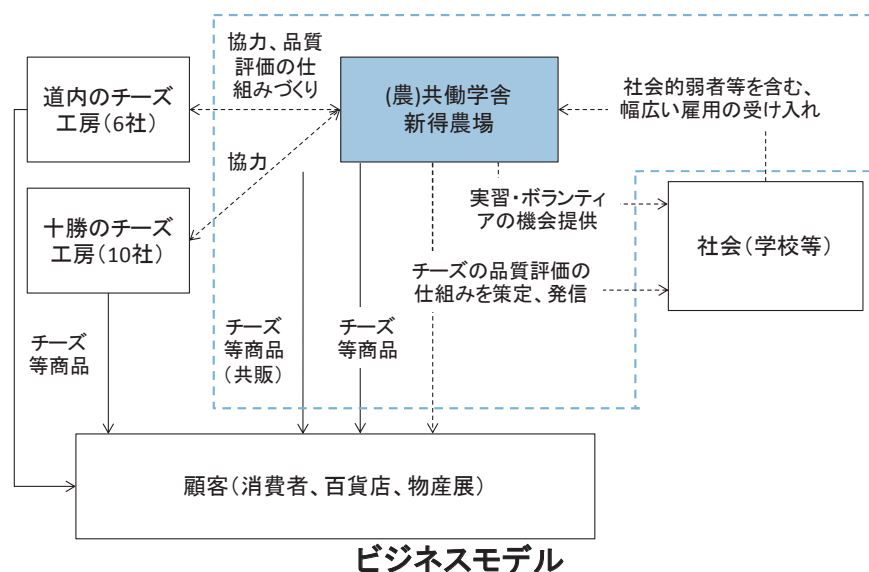
IT化の進んだ選果工場

取組概要

- 十勝帯広地域を管轄するJAで、1999年から長芋の輸出に取り組んでいる。同年、帯広地域の長芋は豊作で、国内では供給が需要を上回っていた。特に、太物(4Lサイズ)は価格が下落傾向にあったため、輸出することにより価格暴落を阻止できないかと考え、当初から取引のあった神戸中央市場の仲卸に相談したところ、台湾では薬膳ブームで長芋の需要があり、特に大きいサイズが人気ということであった。試験的に神戸の市場を通じて輸出したところ、初年から約2億円の実績を挙げ、その後安定的成長を見せている。道内で競合産地が少なかった品目に着目し、産地の広域化と海外市場の開拓に成功した例である。
- 輸出先は台湾のみならず、アメリカにも広がっている。アメリカにも中国系の移民が多く、台湾から情報が徐々に伝わったようである。こちらでも特大サイズが需要が多く、生産地の規模が小さいと、その需要に応えることができないため、当JA単独ではなく、帯広周辺の7つの農協と協力して、産地の拡大に努めている。
- 長芋だけでも、選果ラインで60名、皮剥きラインで40名、通年雇用ができています。また工場は夜9時まで稼働しており、二交代制が定着している。
- また当JAの長芋の工場は、選果・仕分け・箱詰め・出荷の全てのラインにおいて、大規模製造業からも視察が来るほどに、先進的に設計され、IT化、自動化が進んでいる。
- 近年の新規事業として、国内用に冷凍とろろ用の原料事業を始めたところである。規格外品の扱いは長年の課題であり、以前は500円/㌔で出していたが、剥いて調整すれば、道内で買い取ってくれる食品メーカーが見つかった。長芋は粘りがあるので機械で剥けず、手で剥く必要があるので、雇用の創出にも繋がっている。

組織概要

- 所在地 北海道上川郡新得町
- 代表者 代表 宮嶋 望
- 事業概要 チーズほか乳製品・牛乳・肉牛・野菜・菓子、工芸品の生産・販売、チーズ作り体験
- 売上高 (2006年12月期) 1億4,100万円 → (2012年12月期) 2億2,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2006年12月期) 50名 → (2011年12月期) 57名

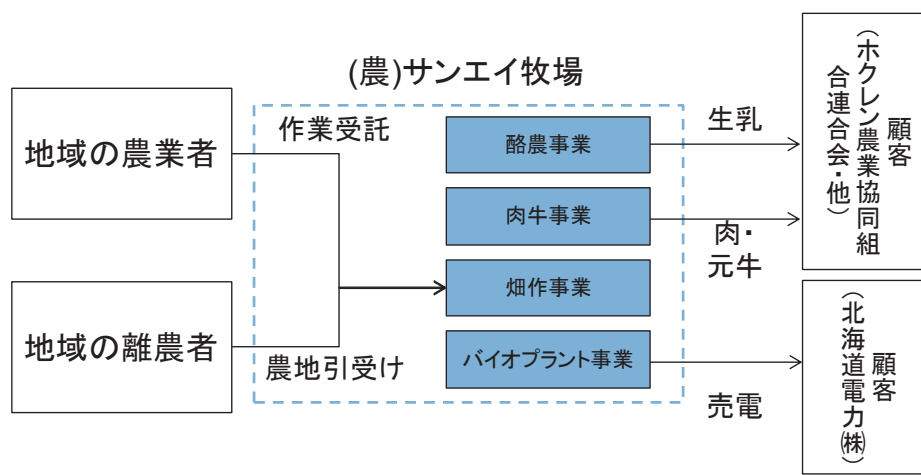


取組概要

- 1974年に任意団体として、宮嶋望氏の父である宮嶋真一郎氏により設立された共働学舎の傘下の農場で、法人設立当初から宮嶋望氏が代表を務めている。牛乳の生産の他、各種チーズを中心とした加工品を生産・販売している。カフェ、チーズ作り体験も実施している。
- HACCP取得。搾乳室は床や壁に炭を混ぜて環境を整えている。「本物のチーズ」のブランド化につながるように、チーズの品質評価の仕組み・基準を作り、高付加価値化につなげている。具体的には、北海道地域のチーズ工房6社と連携して、チーズの評価の仕組み・基準を作っている他、十勝のチーズ工房10社以上と連携して、チーズの共同販売も実施。
- 社会的弱者を地域の一員として受け入れている。また、その活動を、事業に結び付けている。
- 国内外でのチーズコンクールで多くの賞を受賞している(第6回山のチーズオリンピック・スイス特別金賞(2009年)、モンドセレクション最高金賞(2007年))。またフランスの製造技術者を招いて研修会を開催したり、特定非営利活動法人チーズプロフェッショナル協会の立ち上げに貢献する等、チーズ技術の向上に寄与している。チーズの品質評価基準を広く運用し、厳しい第三者の目で評価された「本物のチーズ」を、日本ブランドとして世に出してゆこうと考えている。
- 「一流」を目指さなければ、グローバルに生き残ってゆけないと考える。そのために、チーズの品質評価の仕組みを日本で定着させ、チーズをはじめとした日本の発酵食品を核に、十勝の地域産業を作り上げようとしている。

組織概要

- 所在地 北海道広尾郡大樹町
- 代表者 代表理事組合長 鈴木 正喜
- 事業概要 乳牛・肉牛の肥育・販売、生乳・牛肉の生産・販売、畑作、バイオプラント
- 売上高 (2008年2月期) 7億円 → (2013年2月期) 13億円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年2月期) 37名



バイオプラント



搾乳施設

ビジネスモデル

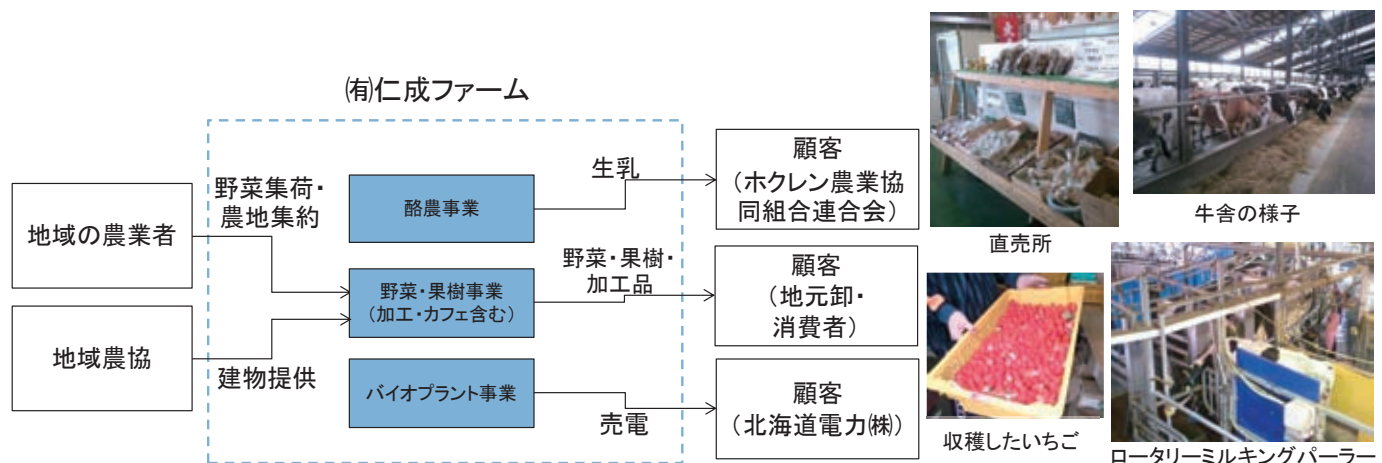
取組概要

- 地元JAの青年部の役員3名が約20年前に共同で設立した全国有数の酪農のメガファームである。当時、地域の酪農・畜産を継続してゆく上で、規模拡大は必須だとの考えは、自治体である大樹町とJA大樹に共通してあったため、地元の協力も得られている。
- 生乳事業が主業であるが、肉牛事業も実施している。当初は元牛の肥育・販売のみであったが、近年は肉の事業も実施し、売上の中での肉の割合が増加している。肉牛事業においては「和牛」のブランドが海外で訴求すると考えているので、将来的にはアジア(中国、ベトナム、台湾)の富裕層を狙って輸出にも取り組みたい。
- 地域の農地を守り、地域とのパイプを継続するために、町内一円で農業者からの作業受託や、農地の引受けも実施している。
- 2013年度から国内最大級のバイオプラントを稼働させ、発電事業も行っている。近隣で離農者が増えてくる中で、臭気対策の一環として始めた。資金は公庫からの借入と自己資金で調達し、設計等は帯広の農機事業者と共同で実施した。現在は北海道電力(株)への売電であるが、将来的にはこれに加えて自社での活用や他社への売電も検討したい。
- 中国人研修生を約10年前から受け入れている。当初、年に2～3名だったが今では6名を受け入れ、寮も建設した。

北海道 有限会社仁成ファーム

組織概要

- 所在地 北海道釧路市
- 代表者 代表取締役 菊池 利治
- 事業概要 乳牛の肥育、生乳の生産・販売、野菜・果樹の生産・販売、カフェ、バイオプラント
- 売上高 (2013年3月期) 9億9,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 50名



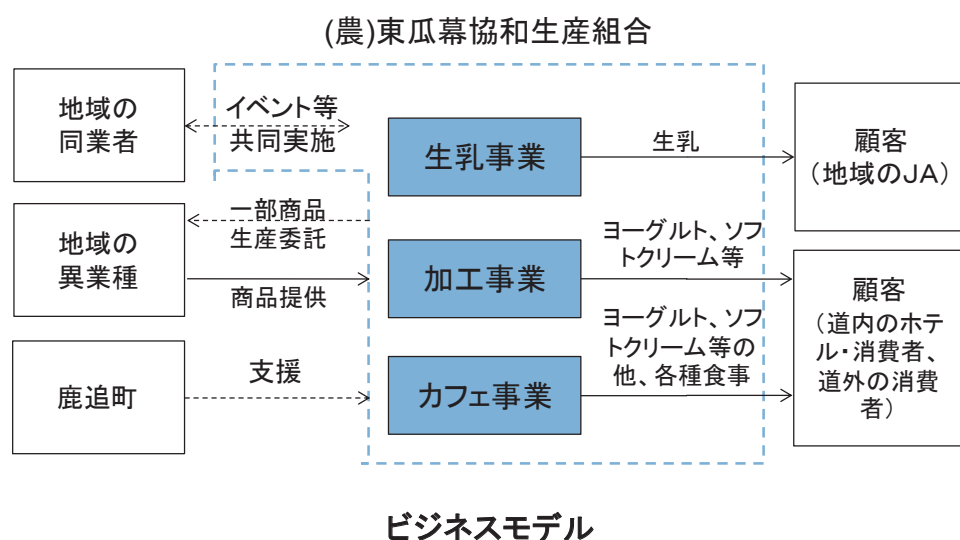
ビジネスモデル

取組概要

- 機械化とIT活用による大規模酪農経営である。牛の個体に電子タグを装着し、個体の健康状態や搾乳量をPC管理している。また、搾乳機については国内最大規模のロータリーパーラーを導入。60頭を順に一台の機械に入れ、牛がパーラーで一周する間に絞り終わられるように管理している。また、パーラーにいる牛の状態は別室のPCからリアルタイムで監視できるシステムになっており、飼育管理のコストを削減できている。
- 約20年前、現社長の父の代に、地域農協からの提案もあり近隣の3戸(当社を含む)の酪農家共同で法人化した。その後、今日までに近隣の他の酪農家を2ヶ所吸収して拡大した。
- 酪農事業以外に、いちごの生産・販売、また自社および地域の農業者の野菜を集荷・販売し、一部の野菜を練りこんだケーキ、カフェ事業を展開している。
- 野菜事業は、2001年に離農する野菜農家の農地を引き受けて始めた。ケーキの直売・カフェ事業は、附帯的な事業として、約8年前から実施。二つの牧場の中間地点にあるJAの建物を買取った。ケーキの売上が安定的に伸びており、阿寒湖のホテルや釧路のアンテナショップ等にも販売している。
- バイオプラントを導入し、売電事業を行っている。
- クラウドを2013年に投入して経営管理を始めているが、今後はこれを経営層だけが使うのではなく、従業員が使いやすいような形にして社内に普及させたいと考えている。

組織概要

- 所在地 北海道河東郡鹿追町
- 代表者 組合長理事 清水 智久
- 事業概要 乳牛の肥育、生乳の生産・販売、生乳加工品の生産・販売、カフェの運営
- 売上高 (2008年12月期) 1億8,000万円 → (2013年12月期) 2億1,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2008年12月期) 10名 → (2013年12月期) 11名



カフェの様子



加工場の様子

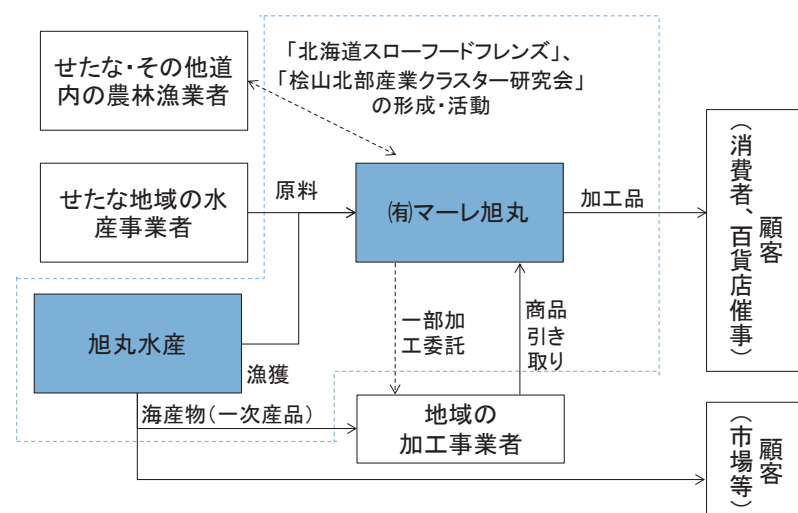
取組概要

- 設立は1963年、父と弟と隣家(それぞれが個別の法人を経営していた)が共同経営をスタートしたのが始まりである。当初は牛15頭で畑作兼業であったが、後年畑作を止め、酪農に集中した。
- 自治体、地域内の異業種、同業者との連携による、地域を挙げての観光と掛け合わせた酪農ビジネスを展開している。
- 自社で加工、直販、さらにカフェ事業を実施している。加工品も幅広く、ヨーグルトは自社で生産、ソーセージとチーズは町内の他の企業に委託加工し、当社で販売している。ヨーグルトの売上は販売開始以降3、4年で倍増、近年は年間5～10%成長している。
- 加工事業の経緯としては、10年以上前に、町のサポートを受け、「特産品開発研究会」の一員として、町の施設を使いながら加工品の商品開発をしていた。そこで研究していた商品のひとつにヨーグルトがあり、当社独自の製品として、味にオリジナリティを加えて2004年に販売を始めた。地元のA-Coopから販売を開始し、本州の親戚等を通じて口コミで販売を広げていった。その中で、道内の高級ホテルのシェフや支配人との出会いがあり、採用してもらって自信が付いた。販売については、町、JA、町内の飲食業、農業者等が集まる団体で、異業者と交流できたことで学んだ。
- カフェ事業は2000年から行っていたが、当初はアイスクリームだけで、食事を提供するようになったのは2007年ごろである。当社がアイスクリームをやっていたので、ヨーグルトもやってみないかと町から話があった。カフェを冬も営業するようになって、以前より雇用が安定した。
- 本業である生乳事業も、牛舎を2012年に新築したこともあり生産能力を増強したいと考えている。後継者の育成には力を入れており、外部・親族関係なく優秀な人間を役員にしようと考えている。

北海道 有限会社マーレ旭丸

組織概要

- 所在地 北海道久遠郡せたな町
- 代表者 代表取締役 西田 孝男
- 事業概要 イカ、海老、その他海産物の漁、加工、販売
- 売上高 (2008年5月期) 4,200万円 → (2013年5月期) 6,500万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2008年5月期) 8名 → (2013年5月期) 9名



ビジネスモデル



加工の様子



加工場の様子



第五十八旭丸



人気の「さくらいか」

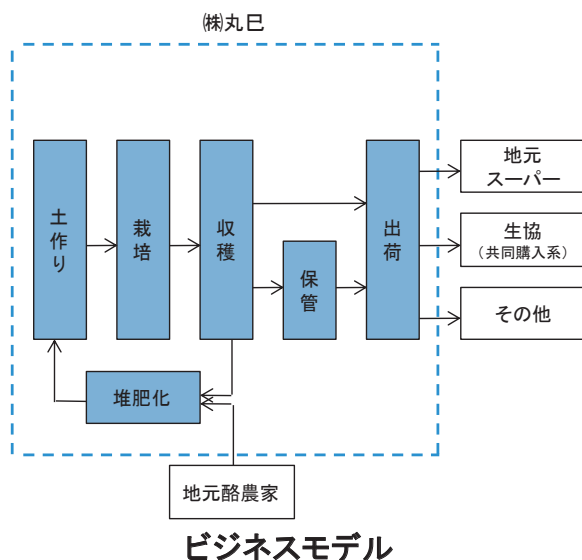
取組概要

- 主に自社漁船や地元漁業者の獲った海産物を仕入れて自ら加工し、商品化している。当初、「獲るだけの漁業」に疑問を持ち、1983年から、自社で加工・直販を始めた。当初は自宅の横に小さな直売所を置き、イカ(生と干したもの)だけを販売していた。その後、水産普及指導所に来ていた、加工に詳しい人物に教をを乞いながら各種加工品を開発し、道内の百貨店の催事に出すようになった。
- NHKの取材をきっかけに全国の百貨店に展開するようになった。現在、加工・販売部門の売り先は、百貨店の物産店が7割以上、残りは地元の卸事業者向けと、ネットを通じた消費者直販となっている。なお、百貨店については、常設店舗・常設コーナーはなく、すべて催事で、社長自身も店頭に立つ。ネット通販も2002年から始めた。
- 自社で購入すると高額になる機械が必要となる加工については、地元の企業に生産委託している。
- 「一次産品を自分が獲っていることは強み」との思いを持っており、あくまで一次産業(漁業部門)を基盤として、加工・販売を発展させている。また、自ら催事の店頭に立つ漁業者は数少ないが、それを今に至るまで続けて、顧客の声を直接吸い上げ、確実に顧客(消費者)をつかんできた。
- 百貨店という販路を大切にしながらも、それ以外の販売先の柱も2つほど持ちたいと考えており、販路開拓を実施中である。
- 雇用に関しては、2013年7月より大日本水産会の漁業就労者支援事業で、地元青年を1名研修生として受け入れている。
- 地域の食を守る団体「桧山北部産業クラスター研究会」に立ち上げ時点から積極的に関与し、またスローフードの活動も実施しながら、地域全体で食を守りPRしている。

北海道 株式会社丸巳

組織概要

- 所在地 北海道上川郡東川町
- 代表者 代表取締役社長 矢澤 睦
- 事業概要 各種野菜の直販事業
- 売上高 (2008年2月期) 9億1,100万円 → (2013年2月期) 11億7,140万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年10月) 123名(内、中国人研修生25名)



出荷場



雪氷冷房(冷蔵)施設



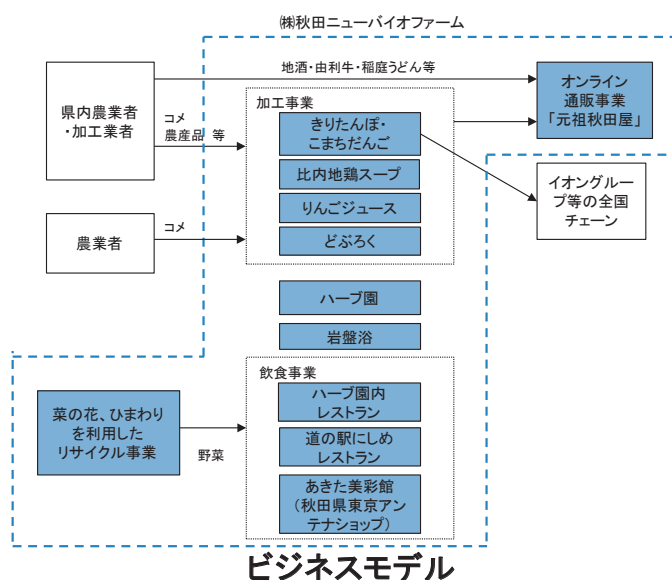
「矢沢さん家の北あかり」

取組概要

- 旭川市郊外の東川町で、各種野菜の生産販売を行っている。
- 地元の大手スーパーと連携し、「矢沢さん家の野菜」ブランドで販売を実施している。
- 旬にこだわった納品を重視しており、地域の標高差のある畑を利用して出荷時期を調整した栽培・納品を行っている。
- 野菜は計画生産を行っているものの、注文は1日単位で受けるため、売れ残りや規格外品が発生。これを利用して切干大根等に加工作るとともに、使用済きの菌床等とともに、堆肥化を実施している。また、地元の酪農業者からの排泄物を堆肥化し、土作りの重要な材料にしている。
- また、椎茸栽培については、地域の椎茸農家6軒で「東川菌床センター」を(株)丸巳の敷地内に設置し、各農家に菌床を供給している。もともと(株)丸巳が菌床を提供していたものを、規模拡大したものであり、椎茸の販売面でも事業を統合した結果、道内3番目の椎茸産地になった。
- 豪雪地帯であることを活かして、雪氷冷房冷蔵施設を設置し、米・野菜の鮮度維持に活用している。
- 雇用面では、中国人研修生25名の受入れを含め、100名以上の雇用の場を創出。通年型雇用に向けた取り組みとして、椎茸栽培と軟白三つ葉の栽培出荷を行っている。
- なお、地域のグループホームとも連携し、作業に参加してもらっている。

組織概要

- 所在地 秋田県由利本荘市
- 代表者 代表取締役 鈴木 幸夫
- 事業概要 ハーブ園、食品加工(きりたんぽ等)、岩盤浴事業、飲食事業、環境事業
- 売上高 (2008年3月期) 6億201万円 → (2013年3月期) 8億4,563万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 91名



ハーブグッズショップ



りんごジュース



ハーブ園



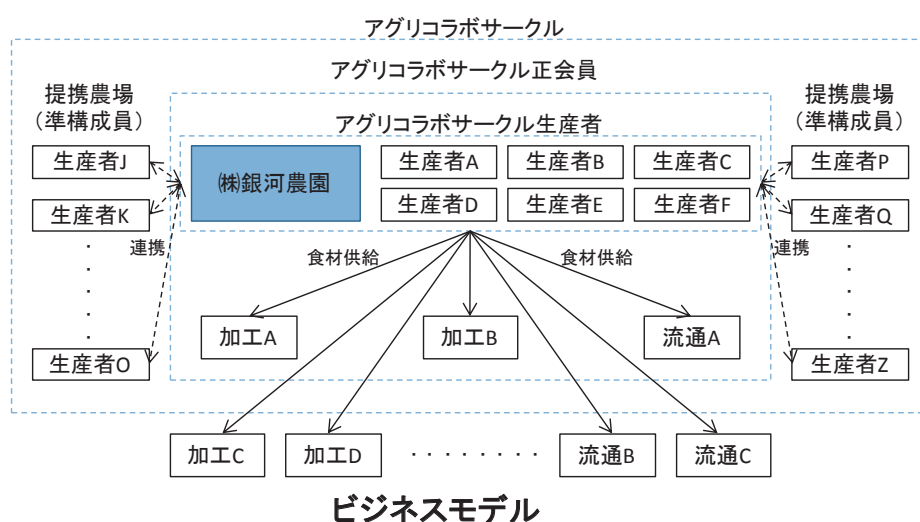
比内地鶏スープ

取組概要

- もともとコメ農家であったが、事業の多角化を図り、ハーブ園、岩盤浴という集客事業と、食品加工事業を組み合わせ実施している。
- こうした取組みは、冬場の雇用機会確保を目的としており、冬場に落ちる集客力に対して、冬場の需要が大きいきりたんぽや比内地鶏スープ等の食品加工事業を組み合わせたものである。
- 食品加工事業では、地域の農業生産法人が生産するコメのほか、県内のコメ、比内地鶏、りんご等を調達して加工事業を実施している。
- 加工食品は県外での販売を重視し、「秋田屋」ブランドを構築している。なかでも、関東地域でのきりたんぽの普及について大手スーパーと連携し実績を上げてきた。今後は、関西・九州等西日本地域における普及が課題である。
- また、隣接する道の駅のレストラン事業を継承したほか、秋田県が東京に設置したアンテナショップ「あきた美彩館」の運営事業を公募を通じて受託している。
- 一方、行政や地元の秋田県立大学と連携し、隣接する土地を使用して菜の花、ひまわりによる資源循環事業等地域貢献にも取り組んでいる。

組織概要

- 所在地 岩手県紫波郡紫波町
- 代表者 代表取締役 橋本 正成
- 事業概要 生産者の連携による食材供給(アグリコラボサークル:ACC)、トマトの水耕栽培
- 売上高 銀河農園単体(2007年12月期) 5,000万円 → (2012年12月期) 4,000万円
ACC (2012年6月法人化) → (2013年6月期) 3,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2012年12月期) 10名



アグリコラボサークル出展の様子



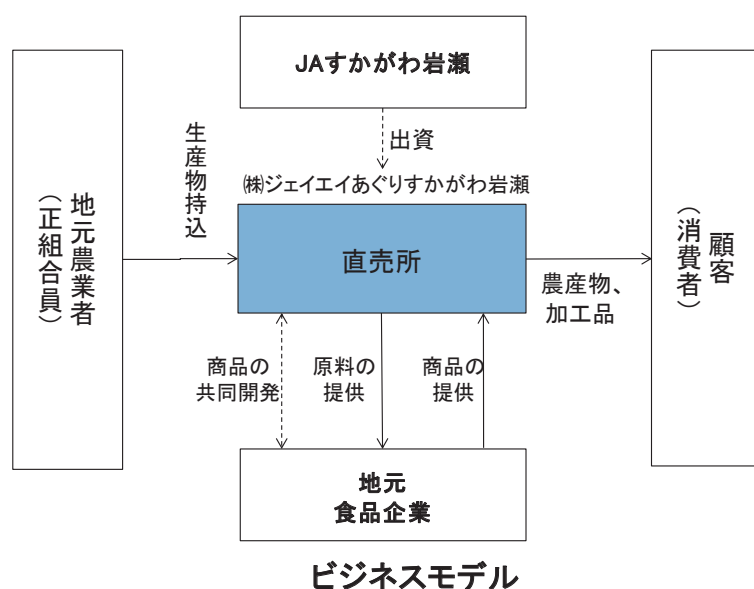
アグリコラボサークルメンバー

取組概要

- 橋本社長は岩手県内の農業生産法人7社、加工2社、流通1社が連携したアグリコラボサークル(ACC)の発起人である。ACCは県内の1次、2次、3次産業者が連携することにより、安全・安心な県産野菜を安定的に周年供給することを目指している。
- ACC発足のきっかけは、県内の給食における県産野菜の利用率が低迷し、県産野菜で給食のカレーが賄えないような状況を危惧したことである。県産野菜の供給力を向上させるため、利益相反になりがちな農業生産者、加工・流通業者が連携することにより相互利益の関係を築き、総合的に安定した食材供給体制の構築を目指し、発足した。
- ACCメンバーの農業生産法人7社は岩手県全域にわたって分散して位置し、多様な栽培品目で供給時期の分散が図られており、総生産面積は800haを超える。野菜だけでも、栽培品目は29品目にわたり、生産面積は200ha超になっている。今後は畜産業者も加入の可能性はある。
- ACCの構成員(正会員)は県内でも有数の農場を経営しており、雇用吸収力は非常に高い。ACCの取り組みにより、さらに農業経営の幅を広げ、一層の雇用拡大を図る考えである。
- 取り組みの結果、カレー材料の供給にとどまらず、会員加工業者の県内産品使用率が向上している。県外からの引き合いも生じており、利用者側に潜在的に存在していたが表面化していなかった県産野菜の需要を掘り起こしている。
- 今後、さらなる供給者のネットワーク拡大を目指している。

組織概要

- 所在地 福島県須賀川市
- 代表者 代表理事長 橋本 正和
- 事業概要 JAすかがわ岩瀬の直売所の運営
- 売上高 (2009年2月期) 10億5,000万円 → (2013年2月期) 10億円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年2月期) 13名



安全性を説明するPOP



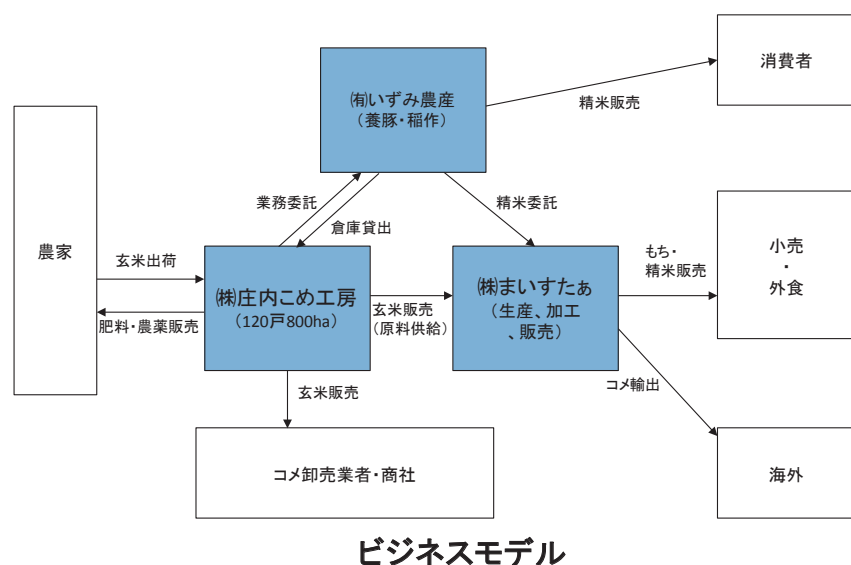
直売所の様子

取組概要

- 160品目を揃える直売所「はたけんぼ」を展開する。管内の農業者(組合員)800人のうち6割が、生産品の一部を持込む受け皿となっている。
- 1999年、JAすかがわ岩瀬として、直売の取組を始め、週2回、4～12月だけオープンする小さなプレハブの直売所を開設した。2000～2001年にかけて、この取組を拡大する計画が立ち上がり、2002年から1年間、プレハブを40坪増設した建屋で、毎日オープンする直売所とした。その間に、現在の直売所の施設を建設し、2003年6月から現在の規模で、「はたけんぼ」という店舗名で直売を実施して、現在に至っている。
- 加工品については、地元の加工業者に原料(管内の生産品)を持ち込んで、商品を共同開発し、当JAのブランドで販売している(酒、味噌、菓子等)。今後、他のJAとの共同開発商品を作ろうと模索している。
- コンセプトは、「地消→地産」による地域農業活性化である。当社で直売をしたい管内の生産者には、正組合員になってもらい、生産者との連携を強化している。
- 2003年度(6～2月)4.7億円だった売上は、2010年度まで順調に伸び、12.3億円となった。震災で2011年度は9.5億円に落ち込んだものの、徐々に客足が戻り、2012年度は10億円まで回復している。顧客数は、レジ通過ベースで2010年度65万人、震災で2011、2012年度は55万人、57万人と落ち込んだが、2013年度は60万人に回復すると見込んでいる。来客の8割が須賀川市民である。
- 地元で農業をしたい若者に対して、就農や、親の農業を後継することに関する教育を実施している。

組織概要

- 所在地 山形県鶴岡市
- 代表者 代表取締役 齋藤 一志
- 事業概要 コメの集荷・販売
- 売上高 (2008年6月期) 5億2,500万円 → (2013年6月期) 6億6,400万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年6月期) 3名



農場とグループ内生産者



特別栽培米



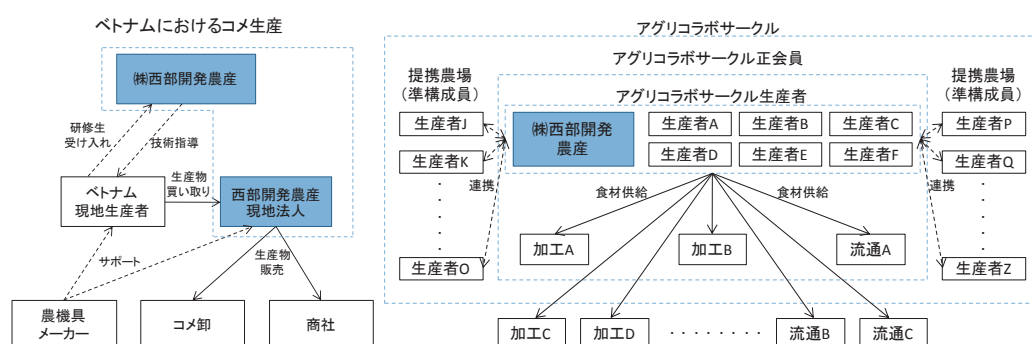
無菌パック米飯

取組概要

- 山形県庄内地方を中心とした専業農家や若手農業後継者120戸が集まるグループ。研修会を開催し相互に知識や経験を出し合い、おいしいコメ作りに取り組んでいる。農薬・化学肥料は慣行の5割以内に抑え、グループで統一した特別仕様の有機肥料を使用し、やまがた農業支援センターの県特別栽培農産物認証を取得した。コメの栽培面積は、庄内地域(700ha)だけでなく、山形県内の長井地域(100ha)にも拡大した。
- 齋藤社長が経営する(有)いずみ農産(養豚、稲作)、(株)まいすたあ(生産、加工、販売)と連携し、(株)庄内こめ工房がコメの集荷・販売を担当している。3社の連携により、コメ生産・流通におけるコスト削減に取り組んでいる。
- また、低蛋白米の生産販売や、パックライスの中国への輸出等の新規事業にも積極的に取り組んでいる。
- (有)いずみ農産では地域の養豚業者4社が出資して、屠畜場、カット場、パック場を一体化させた共同加工センターを2013年7月に設立。衛生面で万全な対応を可能とした。
- (有)いずみ農産が参加する共同肉加工センターや、(株)まいすたあが保有する精米センターにおけるガラス選別機等、安全・安心への投資を積極的に行ってきた。
- コスト削減を重視しているため、(株)庄内こめ工房自体の雇用は小さいが、その背後に地域の多数の農家が協力して事業を行っており、地域への経済効果はきわめて大きい。

組織概要

- 所在地 岩手県北上市
- 代表者 代表取締役社長 照井 勝也
- 事業概要 穀類の生産、販売
- 総収入 (2008年3月期) 5億円 → (2013年3月期) 9億7,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 95名



稲収穫作業



大豆収穫作業

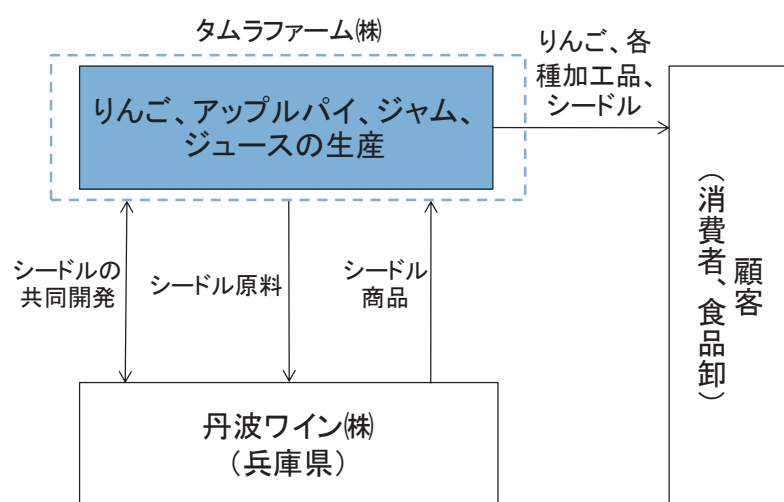
ビジネスモデル

取組概要

- 当社は、水稻、大豆、小麦等を中心に大規模農業経営を行っている。耕作面積は650haに及び、それに加えて約240頭の肥育牛・繁殖牛の肥育も行っている。
- 当社の経営理念を一言で表すと、「食を守る」である。そのために「地元を守ることが必要」という思想が根幹をなしている。
- 販売、加工での取り組みでは、岩手県内の大規模生産者、加工業者、流通業者と連携したアグリコラボサークル(ACC)のメンバーとして新しいバリューチェーンの構築や、みそ製造加工(ひまわりみそ)等を行っている。
- 近年の取り組みとしては、ベトナムでの大規模農業生産への挑戦があげられる。コメ卸、農機メーカーと連携し、ベトナムを足がかりにして、シンガポール、マレーシア、米国等、世界規模でのコメ供給の可能性を模索している。
- また、不耕起栽培、立毛間播種等の新技術導入や、輪作体制の工夫により、コスト削減と収量増を図っている。徹底したコスト管理により、コメ60kg当たり9,600円のコストを達成し、さらなるコスト低下を目指している。
- 「地域を守る」という観点では、県内各地の専業農家に水管理、畦畔管理等を委託し、地域の農業者の繁栄の平準化と収入向上に寄与したり、耕作依頼を受けた農地は例外なく受諾する等して、農地と地域を守る取り組みを行っている。
- 国内外を問わず「食」、「農」を守るため、「自ら考えて、自ら動く」人材育成を最重要視している。

組織概要

- 所在地 青森県弘前市
- 代表者 代表取締役 田村 昌司
- 事業概要 各種りんご、アップルパイ、ジャム、シードル、ジュースの生産・販売
- 売上高 (2008年12月期) 6,200万円 → (2012年12月期) 7,500万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2012年12月期) 15名



選果の様子



農場の様子



アップルパイ



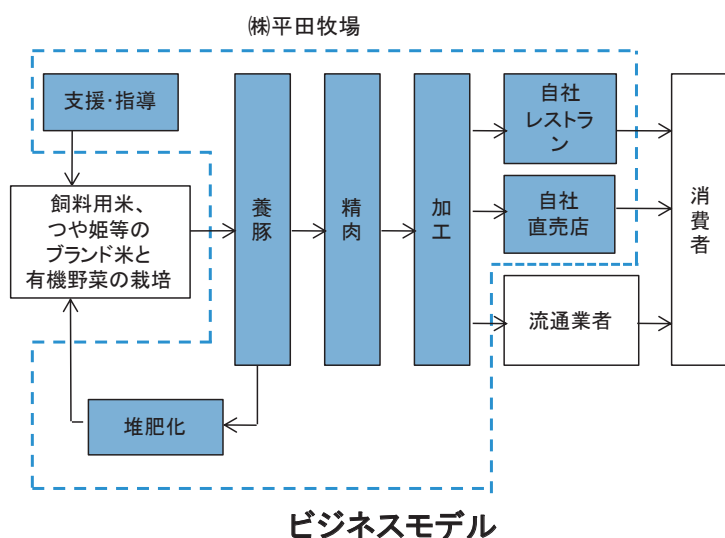
シードル

取組概要

- 自社のりんごを用いて、アップルパイ、ジャム、ジュースを製造するほか、京都府船井郡京丹波町の丹波ワイン(株)と共同でシードルを開発、自社ブランドで販売している。
- 1989年に新規就農で始まった会社である。当初3年間は、青果を生産することだけに集中していたが、4年目に「りんご台風」でりんごが9割落ちてしまったときに、落ちたりんごをジュースにしたのが加工事業の始まりである。
- 青果品については、カナダの冷蔵技術を採用し、通年供給が可能となっている。
- アップルパイの製造については、青果の生産作業の合間を縫って、他社製品を調査したり、レシピを研究したりして商品開発に努め、試作品は全国の友人等に郵送して、味、形態、パッケージ等についてフィードバックをもらいながら商品を完成させた。パイ生地も自社で生産することも検討したが、コストの問題を考慮して、他社から調達することとし、大ロットしか扱っていない食品事業者に頼み込んで、少量を定期的に購入する契約を取り付けた。
- シードルについては、知人を通じて丹波ワイナリーを知り、同社がシードルを生産開始したことをきっかけに、りんごを持ち込んで、商品の共同開発の提案をした。丹波ワイナリーも、りんごの生産者から直接仕入れることに関心があつたため、話がまとまるのが早く、かつタムラファームのブランドで販売することも承認してくれた。
- アップルパイの売上が近年急成長しており、これがりんごの青果やその他の加工品の販売、顧客開拓につながっている。今後は、アップルパイ事業を拡大させると同時に、青果品を持っていることを強みとして、1次、2次、3次のすべてに取り組んでゆこうとしている。

組織概要

- 所在地 山形県酒田市
- 代表者 代表取締役社長 新田 嘉七
- 事業概要 畜肉(豚)生産、食肉加工・販売・外食・観光他
- 売上高 (2008年3月期) 157億2,730万円 → (2013年3月期) 149億7,200万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 665名



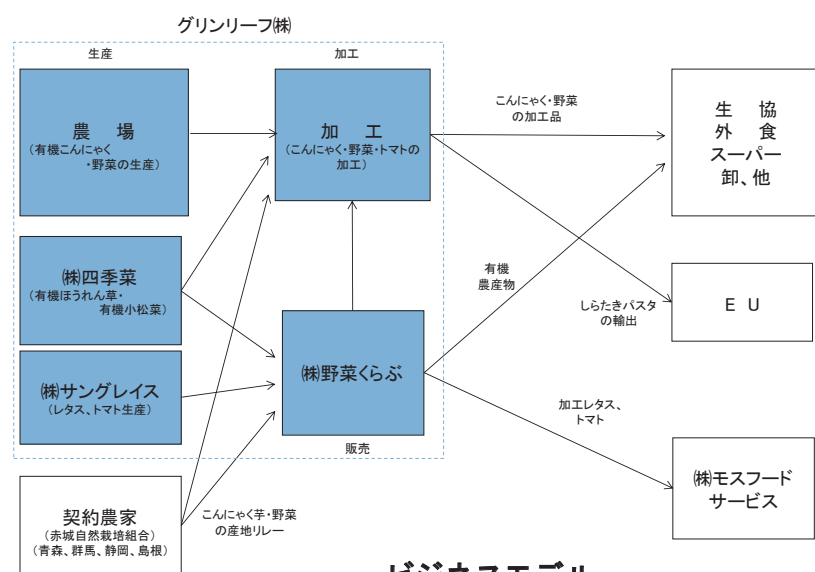
平田牧場本店(酒田市)

取組概要

- 養豚事業から精肉、ハム・ソーセージ等の肉加工品製造、物販・レストラン等への川下方向に展開してきた。
- 品種開発、子豚生産から肥育までを手掛ける自家繁殖生産や加工部門の自社運営等、早くから独自の一貫生産・加工流通システムを構築した点に特徴がある。
- また、飼料用米の活用に積極的に取り組んでおり、飼料用米の栽培に関する連携農家は、山形県を中心に北海道、東北、北関東にも拡大している。飼料用米の活用を推進するため、食料自給向上特区および地域再生特区の認定を受け、農家が飼料用米栽培に際して適切な収入を得ることができるように取り組んできた。また、豚の排泄物の堆肥化を行い、農業、畜産業の垣根を超えた自然循環機能を構築している。
- 品種改良と植物系のエサのみを与える等飼育環境の改善を進めることにより、「平牧三元豚」「平牧金華豚」のブランドを構築した。
- さらに、化学合成食品添加物を一切使用しない無添加ハム・ソーセージ等の製品開発や、製造現場からの合成界面活性剤の排除努力等、「おいしさ」とともに「安全・健康・環境」について、時代より一歩先んじて追求している。その背景には、無添加商品の製造販売に関する輸送・保管のノウハウを有している。
- 一方で、山形県酒田市にある国の有形文化財「^{まいこちゃや}舞娘茶屋 ^{ひなぐらがろう}雛蔵畫廊 ^{そうまろう}相馬樓」の保存・維持に取り組んでいる。

組織概要

- 所在地 群馬県利根郡昭和村
- 代表者 代表取締役社長 澤浦 彰治
- 事業概要 有機栽培によるこんにゃく、野菜の生産、加工、販売
- 売上高 (2008年2月期) 14億8,263万円 → (2013年2月期) 22億7,463万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年2月期) 82名(内、正社員25名)



農場・加工施設の様子



有機栽培の様子



はじめて間もない頃のこんにゃく加工の様子

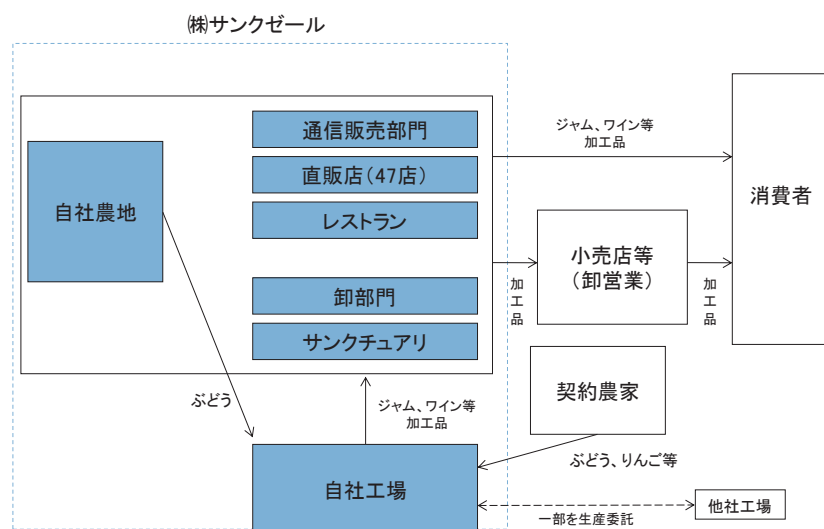
ビジネスモデル

取組概要

- 有機栽培、添加物不使用にこだわり、こんにゃく、ブロッコリー、ホウレン草等を生産、加工、販売している。
- バイヤーからの無農薬でのこんにゃく生産の問合せをきっかけに、社内で研究を重ね、1991年に独自製法による無農薬こんにゃくの栽培を成功。日本で最初に有機こんにゃく市場を作った。
- 友人から、らでいっしゅぼーや(株)を紹介されたことを契機に、生産者仲間と野菜の販売に特化した(株)野菜くらぶを設立。グリーンリーフ(株)はじめ数十の生産者の農産物を、外食や生協等に販売している。
- (株)モスフードサービスとの合併による(株)サングレイスでは、トマト、レタスを生産。グリーンリーフ(株)100%出資の(株)四季菜では、有機ほうれん草、有機小松菜等を栽培。全国の契約農家とも産地リレーを実施している。
- らでいっしゅぼーや(株)や、(株)モスフードサービス等との企業との連携、取引の中で、企業側からの膨大な要望に対して徹底的に対応し、ノウハウ、信頼関係を確立。これらのノウハウが差別化になるとともに、取引する企業が安心感を得られ、企業との取引、連携拡大に繋がっている。
- 加工場では、しらたきや冷凍野菜、漬物等を生産し、しらたきパスタはEUへの輸出も行っている。
- 農場、工場共に有機JASの認定を得ており、ISO22000も取得している。
- 社員の7～8割を占める女性の働き方を重視し、数年後を目処に社内託児所設置を計画するなど、「大家族経営」への取組みを進めている。更に、新規就農者を育てる独立支援プログラムも推進。
- 地域のエネルギー循環に着目し、太陽光発電やバイオマスの農場での利用を進めている。

組織概要

- 所在地 長野県上水内郡飯綱町
- 代表者 代表取締役 久世 良三
- 事業概要 ジャム、ワイン、パスタソース、ドレッシング、ジェラート、お菓子等の製造、販売
- 売上高 (2008年5月期) 26億5,500万円 → (2013年5月期) 36億6,411万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年12月末) 508名(内、正社員114名)



ビジネスモデル



大入ヴィンヤード



ジャム



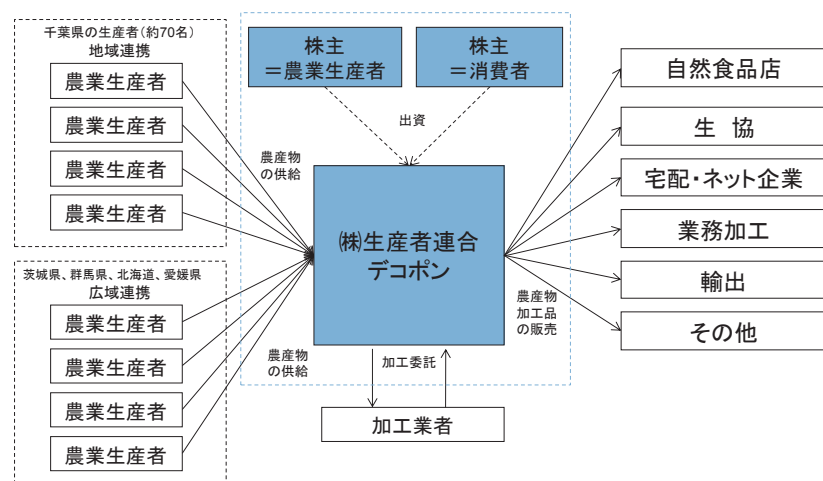
サンクゼール本店の様子

取組概要

- 自社農場で生産している農産物以外にも、契約農家からワイン用ぶどう等を仕入れてワインを醸造する他、ジャム、ワイン、パスタソース、ドレッシング、ジェラート、お菓子等の多数の開発商品を製造。全国の直営店(47店舗)等で販売している。
- 斑尾高原でのペンション経営時代に、社長夫人の商品開発による手作りジャムが評判となっていったが、その後現在に至るまで事業の柱になり、経営拡大のエンジンとなった。低糖度で美味しい商品性が特色である。
- 社長がフランス旅行やアメリカのナパバレー訪問で、加工度を上げた農家やレストラン、ワイナリー等を目の当たりにし、西欧の社会学等の影響も受けて、視察先の世界観を日本で作ろうと考え、農家による加工業への進出を決意。評判を得ていた手作りジャムの本格製造を1979年に開始し、事業を拡大していった。
- 積極的な直営店出店とともに、商品力を上げるために、ジャム、ワインの製造にとどまらず、ドレッシング、ジェラート、パスタソースなど10以上のカテゴリー商品を開発し、多品目化に取り組んでいる。
- 加工部門では、工程の一部を地域の委託工場と連携し行っている。今後、直営店のフランチャイズ方式への切替えや、和のコンセプトを持った新業態を通じて、各地域の企業と連携していく予定である。
- 女性が社員の8割を占めており、結婚後も仕事を継続できる制度を採用。幹部社員への登用も意識しながら行っている。

組織概要

- 所在地 千葉県成田市
- 代表者 代表取締役 井尻 弘
- 事業概要 地域連携・広域連携による有機及び特別栽培農産物の販売
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 32名



圃場での研修風景



甘熟にんじんジュース



デコポンの「お野菜箱」

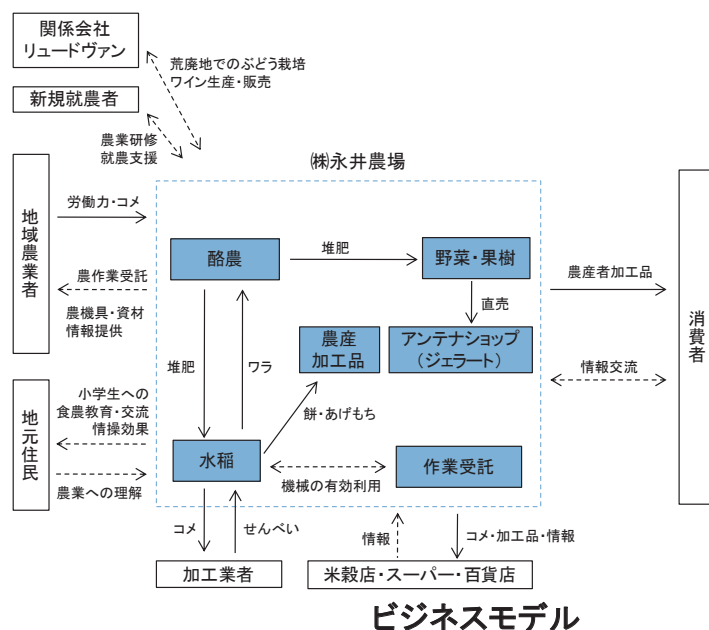
ビジネスモデル

取組概要

- 1994年4月に、井尻氏の呼びかけに賛同した千葉県内の7名の生産者が立ち上げた生産者団体。農消資本会社の草分けである。デコポンに加盟する生産者は、千葉県での地域連携を核に、茨城県、群馬県、北海道、愛媛県に広がり、広域連携を形成。有機栽培及び特別栽培により、にんじん、だいこん、たまねぎ、キャベツ等、100品目もの野菜・果物を通年安定供給している。
- 売上に占める比率はまだ少ないが、ジュース、ジャム、ピール等の加工品作りも手がけている。
- 1994年10月より会員制の海外宅配事業を開始し、香港とシンガポールを中心に農産物「お野菜箱」の宅配を行ってきた。在留邦人の家庭からは「野菜の宝箱」と呼ばれ高い評価を受けてきた。SARS事件や東日本大震災の影響も受けたが、現地の富裕層を対象とした果物オーナー制度を中心に、現在立て直している最中である。
- 当社の強みは加工品向けの原材料としての有機野菜を持っていることであり、加工品の開発についても品質にこだわっている。
- 1998年より研修生育成事業を開始。近年やや減少しているが、20代を中心とした生産者の跡取りや30代を中心とした新規就農者を経営者として育成することに注力している。
- 今後は食育を念頭に、地元学校給食向けの有機農産物の供給や、企業と提携しての障害者雇用などにも注力していく予定である。

組織概要

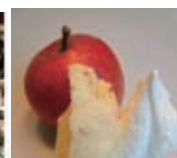
- 所在地 長野県東御市
- 代表者 代表取締役 永井 進
- 事業概要 水稲、酪農、果樹、野菜の生産、加工、販売
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年12月末) 13名(内、正社員11名)



永井農場のコメ



永井農場のあげもち



農場の様子

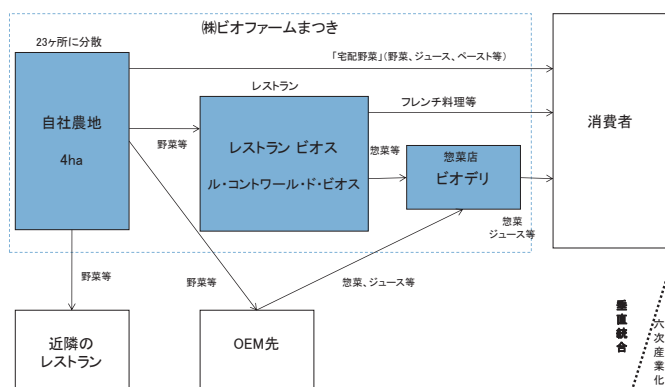
ハルニレテラスで販売するジェラート

取組概要

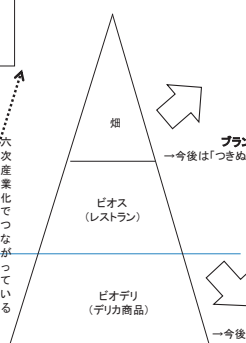
- 6.5haの牧草地で乳牛38頭を飼いながら、稲作(自主作付27ha)を中心に、果樹(0.55ha)、野菜(0.7ha)を作る有畜複合農業・循環型農業を行うとともに、作業受託や約200農家からのコメの仕入販売などで地元農家と連携している。
- 中山間地域であり、単一品目での効率的な大規模経営が困難であったため、複合経営、循環型農業に着目、実践している。先進的な農業経営者との出会いや学びから得たマーケティングの視点を農業経営に取り込み、地元を大切にしながら、中山間地ということを強みに変えた6次産業化に取り組んでいった。
- 餅やあげもち、ジェラート、チーズ等の加工商品に関しては自社で取組むとともに、必要に応じて自社農産物の付加価値を高めることのできる外部パートナーと連携し、商品開発に取り組んでいる。
- 地元との連携に注力し、仕入販売から商品開発まで、地元こだわったコラボレーションに取り組み、自社製作のフリーペーパーや広報誌を通じて、地元の魅力を発信している。
- 販売面では、地域的な販路拡大より、地元顧客やリピーター顧客との信頼関係を重視し、こだわりの商品を提供。価格決定権がないことを危機感とし、自分たちがどう自立できるか、強くなれるかという視点で事業を深化させている。
- ぶどう栽培、ワインの生産・販売を行うリュードヴァンは、2006年に永井農場のワインプロジェクトとしてスタートし、その後、独立している。
- 新規就農者を積極的に受け入れ、個性を重視した支援を行っている。

組織概要

- 所在地 静岡県富士宮市
- 代表者 代表取締役会長 松木 一浩
- 事業概要 中山間地での野菜の有機栽培、レストラン運営、加工品・惣菜販売
- 売上高 (2008年3月期) 3,600万円 → (2013年3月期) 1億4,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 20名



垂直統合
6次産業化でつながっている



レストラン「ビオス」の店内



松木会長



自社農園と社員の方々

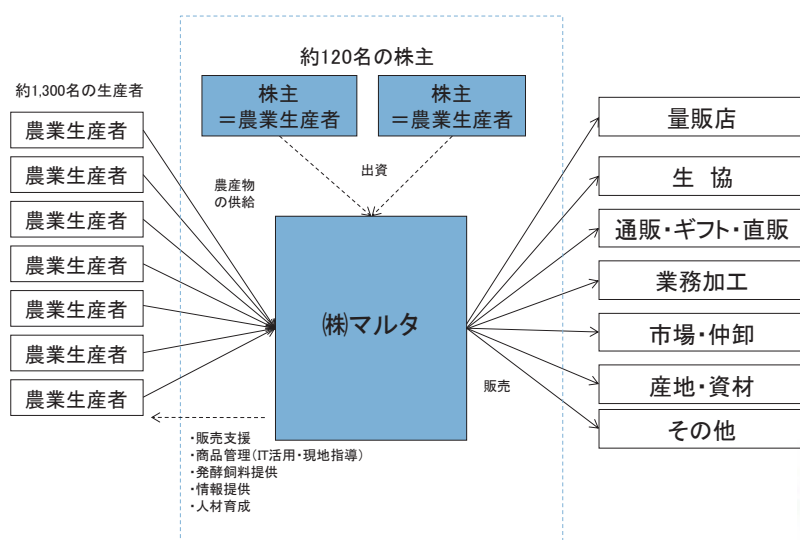
ビジネスモデル

取組概要

- 自社農地で生産した農産物を2次・3次ビジネスに活用している。すなわち、「タネをまくところからお客様の口に入るところまでトータルに関わっていくビジネスは農業以外には無い」という松木会長の思いで、周辺の土地を借りて自社農地を拡大し、富士宮市に自社生産の野菜を使った惣菜店「Bioデリ」、自社の畑の中にフレンチレストラン「ビオス」、静岡駅近くに第2号レストラン「ル・コントワール・ド・ビオス」を展開している。また、通販により、無農薬野菜セット、トマトソースセット、にんじんジュース等も宅配している。
- 農地は周辺の耕作放棄地や耕作放棄地になりかけの土地を借りて拡大してきたので、地域の耕作放棄地の拡大を押さえることに貢献している。
- 「中山間地」をテーマに23ヶ所の畑で年間を通じて65品目の野菜を生産し、ある程度ボリュームを保ちながら、安定的に作ることができる体制を構築している。
- 松木会長は、フランスに渡りレストランで修行し、日本で一流レストランの支配人を経験する等、レストランサービス業に従事していた。その中で身に付けた資質やセンスが中山間地での6次産業化経営のエンジンになっている。
- 農業を選択する非農家の若者を育成してきた。現在7人のスタッフで4haを管理。独立した若手農業者も述べ7人いる。
- 今後は、同社の強みである自社農地にこだわった農産物の栽培やフレンチレストランの運営をベースにしたブランド力の強化と、商品開発を核とする収益力の強化を目指している。

組織概要

- 所在地 東京都千代田区
- 代表者 代表取締役社長 佐伯 昌彦
- 事業概要 全国約100グループの生産者が加盟する農業者集団での農産物の生産・加工・販売
- 売上高 (2008年3月期) 34億7,637万円 → (2013年3月期) 65億3,462万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 35名



ビジネスモデル



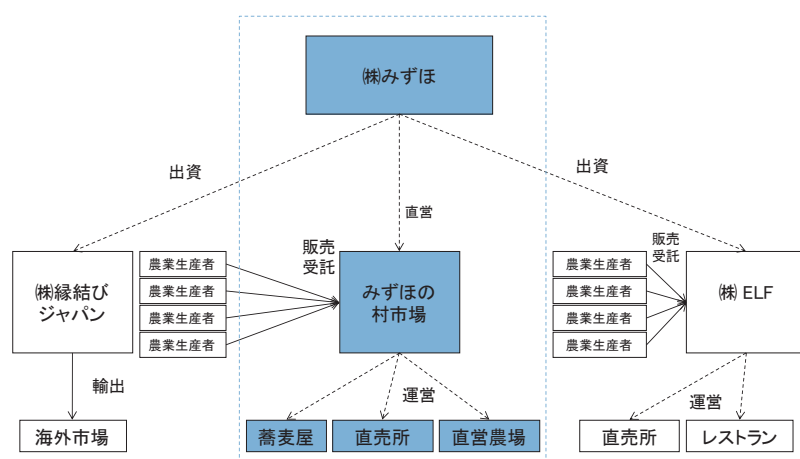
専任社員による農業生産者への販売・商品管理業務の提供

取組概要

- 農産物を出荷する生産者が出資して作った株式会社で、役員も農業経営者で構成された農業者集団。株主は約120名おり、日本全国約100グループ1,300名程度(任意団体、個人農家、JA、農業法人等)の生産者が加盟している。
- 産地リレーにより、安定した品質の農産物の通年での安定供給を実現している。
- 各産地の農業生産者に対して、(株)マルタの東京事務所(事業運営本部)の専任社員が窓口機能を担い、組織的な販売・商品管理の体制を構築している。また、農業生産者に対し、商品管理の実施指導、勉強会等による実践データ・先進事例の紹介、GAP管理手法の普及サポート等を通じ、持続的農業経営に対するアドバイスをを行っている。
- 加盟者の情報・圃場情報・栽培記録を一括管理。産地だけでなく事業運営本部においても、生産者ごとに畑の生育状況を確認するための管理ツールとしてIT活用を推進している。
- 10数種類ある独自製法の有機醗酵肥料(ブランド名「モグラ堆肥」)を会員限定で販売しており、生産者の基幹資材となっている。
- 3つの「担い手育成プログラム」を進めている。新規就農者(経営者)育成だけではなく農業法人のスタッフ(特に経営者の右腕的存在)、産地事務局等の人材の育成にも注力している。

組織概要

- 所在地 茨城県つくば市
- 代表者 代表取締役社長 長谷川 久夫
- 事業概要 農産物・加工品・花卉・園芸資材等を販売する直売所、蕎麦屋、体験農園の運営



みずほの村市場 全景



直売所



園芸センター

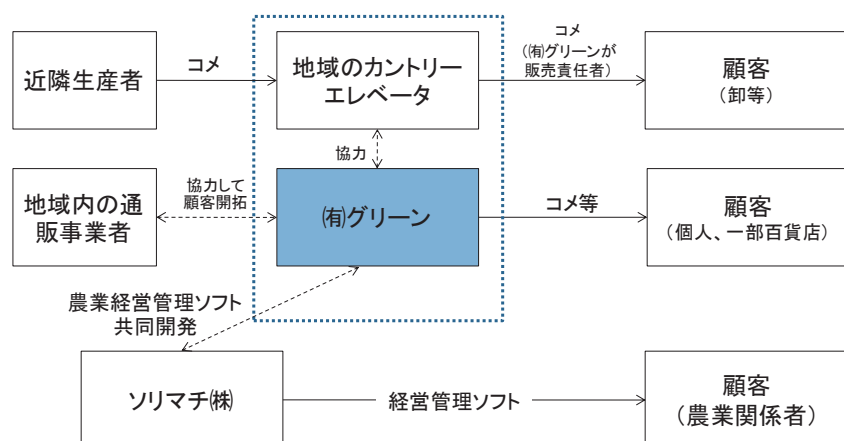
ビジネスモデル

取組概要

- 長谷川久夫氏が農業経営の安定と自立、および地域社会への貢献を目的として1990年に設立したもので、直売所「みずほの村市場」を運営し、茨城県南部の契約農家約50戸から受託した農産物、加工品、切花、盆栽等を消費者に対して販売している。
- 農業生産者が生産原価を把握し、自ら小売価格を設定する体制を構築している。
- 消費者の健康志向の高まりを背景に、当社商品は、生産者の顔が見え良質で安全性が評価されることにより消費者の認知度が高い。品質や安全性にこだわる固定顧客を有し、安定した販路を確保することが運営面の強みとなっており、年間来店客数も25万人に及んでいる。
- 新規に農産物を販売委託したい農業者には、所定の基準を基に、既存の農産物と「同等以上」の価格付を求めている。このルールにより品質と価格のバランスを保つ仕組みを構築できている。
- 当社の目的の一つは農業者の育成にあり、何人の農業者を育成できるかに腐心している。これまで11人の農業者を育成した実績がある。

組織概要

- 所在地 新潟県長岡市
- 代表者 代表取締役 平石 博
- 事業概要 水稻・蕎麦・豆(転作)等の生産・販売、餅・味噌の生産・販売
- 売上高 (2008年12月期) 1億2,000万円 → (2014年12月期) 1億4,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2012年12月期) 6名



はさがけ米を作る圃場の様子



商品(コメおよび餅)



JGAP認証

ビジネスモデル

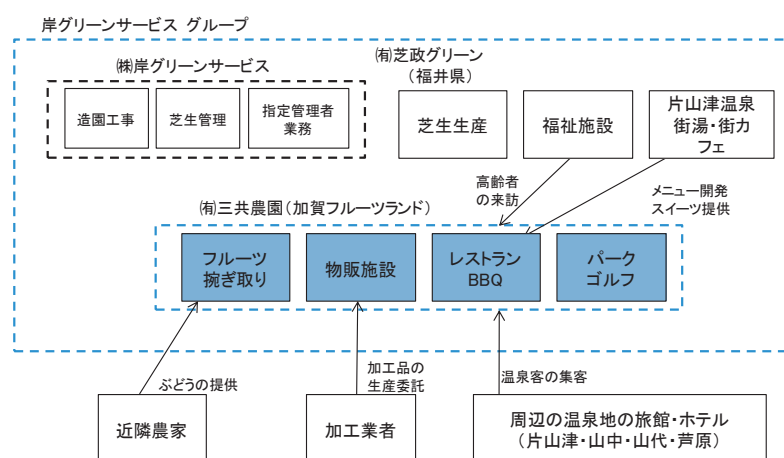
取組概要

- 新潟県長岡市で、約30haで稲作を中心に展開。圃場1枚当たり約1.5反の比較的小規模な圃場を数多く管理している。このうち、約2.6haで無農薬米を生産しており、商品のブランド化につながっている。2009年にJ-GAPを取得し、消費者への安全・安心の説明材料としている。
- 約20年前から、地域の通販会社と連携して個人顧客を開拓してきた。また、約20年前から自社のホームページを立ち上げてネット通販を継続的に実施してきた。現在も、売り先はほとんどが個人顧客への直送であり、この他わずかに百貨店向けがある。
- 地域の農業者のコメをカントリーエレベータで取りまとめており、その販売の責任者となっている。
- 1985年に、新潟県長岡市のシステム会社ソリマチ株と協力して、農業用のPCシステム(農業簿記ソフト)を開発した。これは当時、地域の作業受託を多く実施していたが、その代金・台帳を整理するために、データ管理、請求管理を効率よく実施したいとの思いから、PCソフトを自分で作れないかと考えたのがきっかけである。その後も同社との協力を通じて、生育管理・生産コスト管理ソフトの開発を進めた。現在では、iPadやスマートフォンで操作可能なソフトに進化している。
- 従業員に対し、年間(おもに冬期間)2週間程度、「会社の外で、会社に貢献できることを考える」期間を与え、その間に考えたり調査したりしたことを報告させ、日々の業務にも採用した上、評価の際に反映するようにしている。

北陸 有限会社三共農園

組織概要

- 所在地 石川県加賀市
- 代表者 代表取締役 岸 省三
- 事業概要 観光農園「加賀フルーツランド」(フルーツ狩り、レストラン・BBQ、物販)
- 売上高 (2008年2月期) 1億6,361万円 → (2013年2月期) 1億8,363万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年2月期) 43名



ビジネスモデル



加賀フルーツランドの全体像



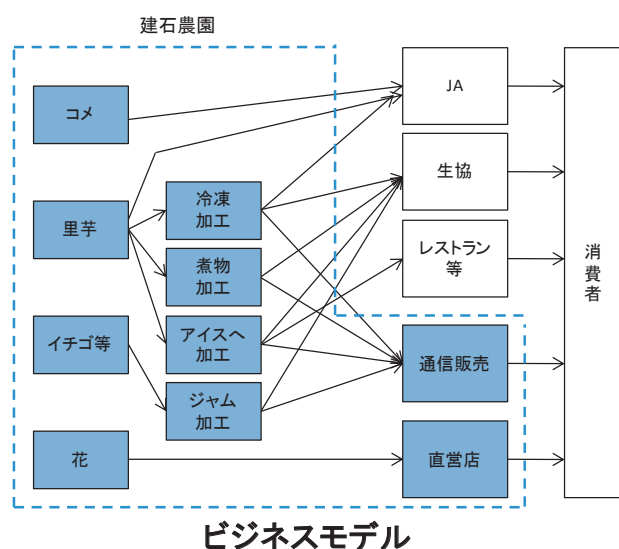
園内風景

取組概要

- 石川県加賀市で観光農園「加賀フルーツランド」を運営している。一年を通じて利用者を集めるために各種果物を栽培しているが、ぶどうについてはもともと地域で生産していた地元の農家と連携している。冬場に雪の積もる北陸地域において、ハウスを組み合わせることにより通年型の観光農園を実現した。
- 園内には、バーベキュー施設やパークゴルフ場等、様々な施設を設置している。なかでもパークゴルフ場は、200人以上の会員がおり、家族連れに好評。高齢者の利用が多い。
- りんご、ぶどうについては、オーナー制度も実施している。300団体程度のオーナーがおり、お中元やお歳暮用の需要にも繋がっている。
- また、県の助成金を活用して、りんごジュースやりんごジャム、アップルワイン等を開発し販売している。なお、加工は地元の業者に委託している。
- (有)三井農園の周囲には、片山津、山中、山代、芦原等の温泉があるため、これらの温泉地の旅館・ホテルと連携し、温泉客の集客を図っている。また、片山津温泉に最近開設された「街湯・街カフェ」と連携し、街カフェのシェフが開発したメニューをフルーツランド内のレストランでも提供している。
- (有)三井農園は、グループに造園業をはじめ様々な事業を営む企業があり、グループ内での事業者で相乗効果を挙げている。例えば、グループ内外の老人介護施設等の高齢者を対象として、園芸福祉を実施している。また、小学生等地域の学校行事にも活用されている。

組織概要

- 所在地 福井県大野市
- 代表者 建石 正治
- 事業概要 コメ、里芋の栽培、冷凍里芋、里芋アイスの製造販売
- 売上高 (2008年12月期) 6,300万円 → (2013年12月期) 7,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2014年1月期) 9名



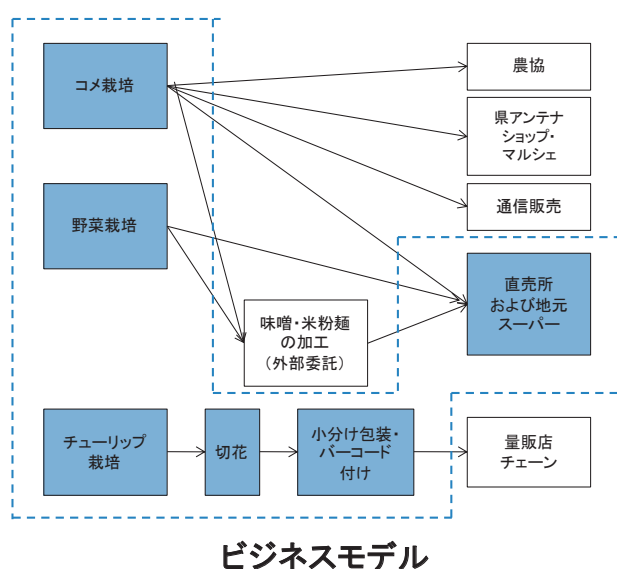
里芋アイス「Mu.Gアイス」

取組概要

- 福井県大野市でコメ、里芋等の生産を行っており、冷凍里芋加工や里芋の煮物「コロ煮」を製造・販売している。
- また、里芋の特性を活かして、里芋を原料とし、卵、牛乳等アレルギー特定原料を使用しない「Mu.Gアイス」を開発。アレルギー特定原料を一切含まず低カロリーであることから、消費者に好評である。また、このアイスは融け難い性質を有しているため、大規模な宴会を運営するホテルやレストラン等にも好評である。なお、本アイスの製法については特許を取得済である。
- 北陸の高級旅館のメニューに採用されるとともに、2015年春に開業する北陸新幹線での販売等を計画中である。
- JA石川と連携し 高級葡萄「ルビーロマン」を使用した里芋杏仁スイーツ「浪漫夢杏」を開発した。
- 製品は、安全・安心を重視する顧客を擁する生協ルートを中心に販売している。
- 福井県版HACCPを取得する等安全面にも配慮している。
- 農園を利用して小中学生の研修や、里芋収穫交流等を実施している。

組織概要

- 所在地 富山県下新川郡入善町
- 代表者 代表取締役会長 鍋嶋 太郎
- 事業概要 農産物生産(コメ、大豆、野菜各種・チューリップ)および販売
- 売上高 (2007年12月期) 7,143万円 → (2013年12月期) 1億26万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年12月期) 12名



直売所



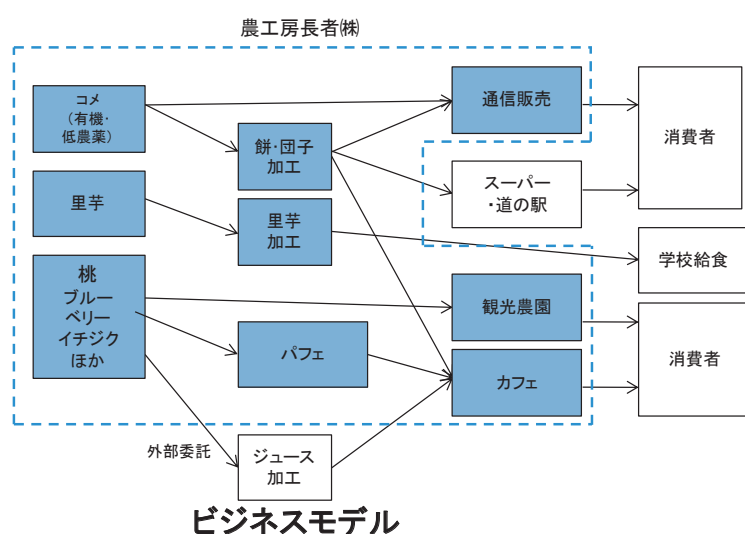
ドリームファームのコメ

取組概要

- 同社の代表者はもともとコメを生産していた農家であり、転作等で栽培した野菜や大豆等を活用した6次産業化に取り組んでいる。また、チューリップ等のハウス栽培を組み合わせることにより、冬場の雇用を維持している。
- 地元農家から、米作の作業(稲刈り、乾燥調整等)を受託。
- 直売所を開設し野菜等を販売するとともに、地元スーパーにおいて販売コーナー(インショップ)を設置。直売所は地元スーパーのインショップのバックヤードとしての役割も担っている。
- 大豆については、地元の加工業者に味噌の生産を委託している。また、米粉は県外の加工業者に委託して製麺を実施。
- また、チューリップの無農薬栽培に取り組んでおり、無農薬表示での販売を開始した。チューリップは、小分け包装を行い、バーコードをつけた包装を行い、量販店に納入している。
- 東京有楽町の交通会館内の富山県アンテナショップや東京で開催されるマルシェにおいてコメを販売。
- 入善町の農業委員会の6次化のチームが2年前に発足。農協・商工会・漁協も参加し、遊休農地を利用した蕎麦・唐辛子栽培に取り組んでおり、その中心メンバーとなっている。唐辛子を栽培し、それを練りこんだレッドラーメンに加工する事業を実施中。

組織概要

- 所在地 富山県砺波市
- 代表者 代表取締役 林 美佐雄
- 事業概要 有機栽培米および低農薬米の栽培、餅・団子の製造販売、桃・ブルーベリー等の栽培とそれを利用したパフェを提供するカフェの運営
- 売上高 (2011年8月期) 1,600万円 → (2013年8月期) 4,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年8月期) 13名



「長者ダンゴ」



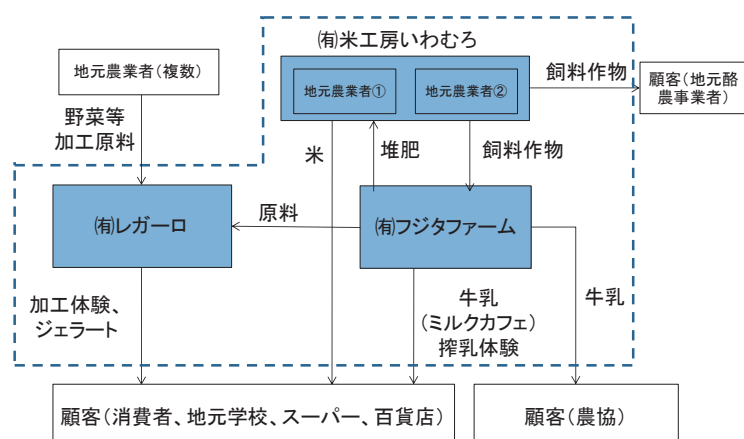
季節のフルーツを使用したパフェ

取組概要

- 有機農法によるコメ栽培に早い時期から試行錯誤しながら取り組んできた。栽培したコメに付加価値をつけるために、餅や団子等の加工品を製造販売を開始した。
- 加工した餅や団子は、地元スーパーでの販売等地域に密着した販売を実施している。
- 風の強い富山県では難しいと言われていた桃の栽培に県内で初めて取り組んだ他、ブルーベリーも栽培。一部はフルーツ狩りとして利用するとともに、桃やブルーベリーをパフェとしてカフェにて提供。特に桃のパフェは行列ができる人気商品になった。カフェは自宅の庭に設置し、幹線道路から判別しやすいように桃色の建物としている。金沢、富山の間位置していることから両都市圏から集客している。
- 里芋は加工品にして地元の学校給食に提供している。また、里芋を使用したチョコレートケーキ等、ユニークな商品を地元のパン屋等と連携して開発している。
- 果物の一部は、地元の醤油メーカーにジュース加工を委託し、カフェ等で提供している。

組織概要

- 所在地 新潟県新潟市
- 代表者 代表取締役 藤田 毅
- 事業概要 水稻・飼料作物の生産、牛乳・チーズ・ジェラートの生産・販売、カフェ・交流体験
- 売上高 (2008年5月期) 2億円 → (2012年5月期) 2億円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2012年5月期) 10名



ビジネスモデル



飼料作物



体験・交流施設



堆肥化施設



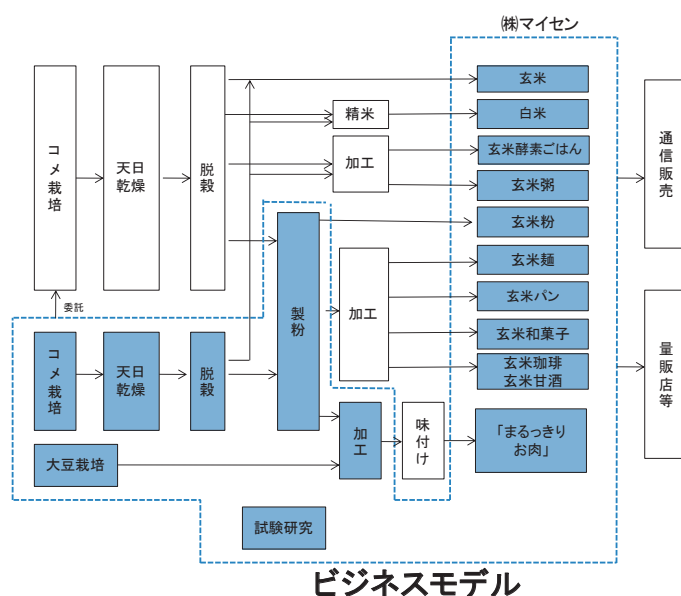
直売のコメ

取組概要

- 3戸の農業者で共同して法人を設立した(有)米工房いわむろ。酪農とコメの循環型農業(耕畜連携)と、直販事業を展開している。グループ内の(有)米工房いわむろが栽培した飼料作物とデントコーンを、酪農部門である(有)フジタファームで利用するとともに、(有)フジタファームでたい肥化して(有)米工房いわむろで利用する。また、乳牛から絞った牛乳と、近隣農業者の生産物を原料として、(有)レガーロがジェラートを製造・販売する。
- 近年は飼料作物の生産面積が増えたことにより、飼料自給率が上がり、利益率が向上している。
- 子牛の育成について、肥育段階で子牛を北海道の酪農事業者に一度預けてから自社圃場に戻す等、牛乳の品質向上に向けて他社との連携体制を取る。
- 販売面では地域住民に自社の商品や事業を理解してもらうためのアンテナショップとして、2002年に(有)レガーロを立ち上げ、地元の食材と自社の牛乳を使ったジェラートを製造・販売。ピザの手作り体験も実施しており、年間約16万人の集客がある。直売する商品は、コメ、ジェラート、チーズ、牛乳にも広がっている。ジェラートは看板商品になっており、新潟市内にジェラートの第二店舗をオープンしている。
- 自社の牛乳を直接消費者に販売したいという思いが長年強くあり、2013年7月に「ミルクカフェ」をオープンし、牛乳の消費者向け直売に進出している。
- 今後の拡大意向として、デントコーンだけで100ha、乳牛保有300頭というレベルも見据えている。規模を拡大すると、当社の場合、飼料用作物を作れる範囲も広がるので、酪農(牛の数)の拡大にもつながってくる。

組織概要

- 所在地 福井県鯖江市
- 代表者 代表取締役 牧野 仙以知
- 事業概要 コメを中心とした農産物の生産及び加工販売
- 売上高 (2007年9月期) 8億1,600万円 → (2014年9月期) 6億8,200万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年9月期) 23名

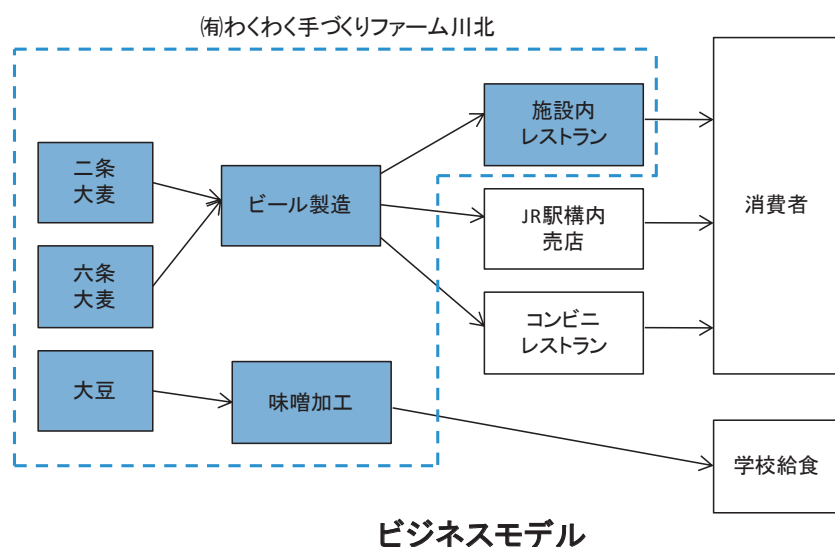


取組概要

- もともとコメ農家であったが、玄米にこだわった各種加工品の製造販売に取り組んでいる。商品には、玄米酵素ごはん、玄米餅、玄米粉、玄米麺、玄米パン、玄米和菓子、飲料等である。
- コメの栽培面積150haの大部分は、栽培方法等を指示して地域の農家に生産委託。このようなコメ栽培委託や、各種玄米製品の加工工程の外注委託等により、地域への経済波及効果を生み出している。
- 自ら試験研究施設を有し、玄米を利用した新製品開発に取り組んでいる。他社には真似されにくい技術をもとにした製品開発を強みとしている。
- 玄米を原料とした玄米和菓子(ドーナツ等)は、低カロリーでアレルギーフリーの商品として注目を集めている。
- さらに、小麦と大豆を原料とした加工食品「まるっきりお肉」を開発し、その量産化に取り組んでいる。「まるっきりお肉」の原材料である大豆を安定的に確保するため、群馬県内に30haの土地を新たに確保した。
- 同社は、もともと、自ら加工生産設備を保有せず極力外注化を図る「ファブレス」の基本方針を有し、玄米製品の加工についても原則として外注化を行っていたが、新商品「まるっきりお肉」の製造工程は、ノウハウの漏出を防ぐためにキーとなる加工工程の内生化を行うこととし、加工工場の建設を予定している。
- 玄米加工製品により健康志向やアレルギー対応の市場を開拓してきたが、玄米和菓子や「まるっきりお肉」は、健康食品として新市場を創出している。

組織概要

- 所在地 石川県能美郡川北町
- 代表者 代表取締役 入口 博志
- 事業概要 地ビールの製造・販売、レストラン、物産販売
- 売上高 (2009年1月期) 4,980万円 → (2014年1月期) 9,700万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2014年1月期) 9名



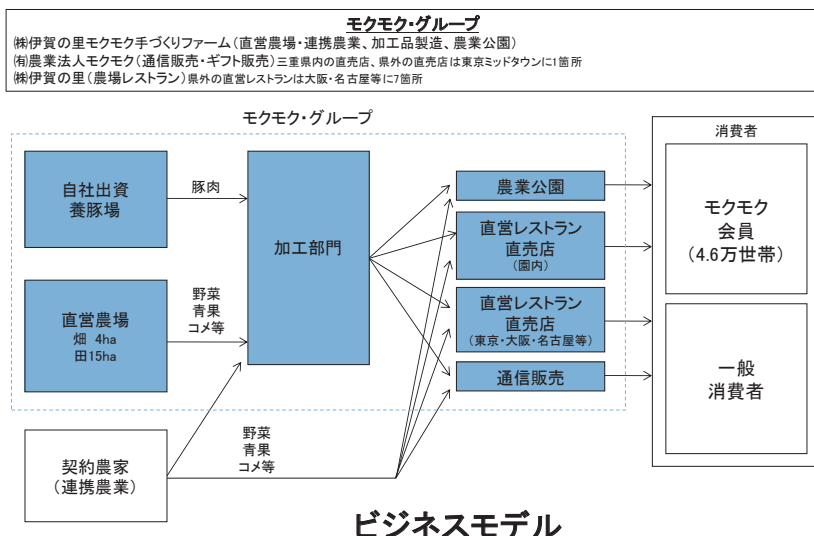
地ビールの新商品「百万石ビール」

取組概要

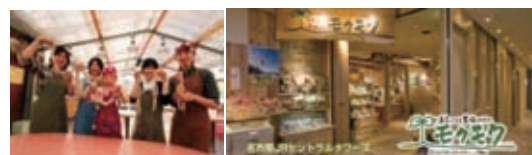
- 川北町の商工会のメンバーで、町の将来を検討したのがきっかけとなり、農業テーマパークを目標とし、その実現に向けた第一弾として、水稻の転作として栽培される麦の活用として地ビール事業を開始した。町、商工会の協力を得て事業を開始したが、町有地を使用する代わりに、地元製品の販売を実施している。
- 減反に伴う転作部分の作業を請け負うことにより、耕作面積を拡大し、栽培した二条大麦・六条大麦と大豆を加工して販売している。
- ビール製造装置は、社長自らカナダに出向いて現地業者から調達することでコストを抑えた。また、麦芽の生産委託先から断られたことを契機に、自前で超低価格の製造設備を開発した。
- また、県の工業技術センターの協力を得て、麦のギャバ成分を最大限残したモルトを開発し、このモルトを使用したビールを製造・販売している。
- 大豆は味噌に加工して、地元の小中学校の給食で使用している。
- 2015年春に予定されている北陸新幹線の金沢開業を睨み、JR西日本(株)と協力して土産物としての新商品「百万石ビール」を開発。2012年5月に販売開始したところ、5年後の販売目標を初年度に達成した。
- 茨城県の酒造業者のアドバイスを受けて、今後は海外への輸出を目論んでいる。

組織概要

- 所在地 三重県伊賀市
- 代表者 代表取締役社長 木村 修
- 事業概要 生産(米、野菜、果樹、酪農)、加工(ハム、地ビール、パン菓子、とうふ、乳製品)
およびそれらの販売、飲食提供
- 売上高 (2008年3月期) 40億円 → (2013年3月期) 52億円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 1,000名(内、正社員140名)



モクモク手づくりファームの様子

ウィンナー
手づくり教室

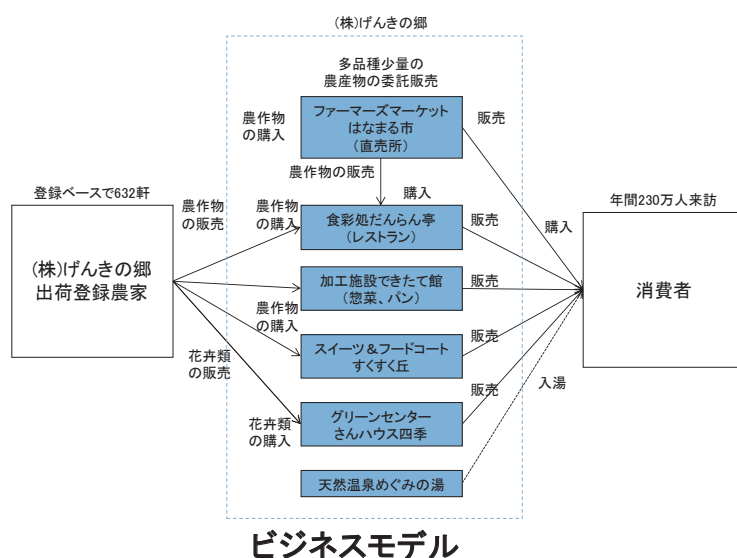
直営レストラン

取組概要

- 1987年に三重県の養豚農家16戸と木村社長、吉田専務、松尾取締役らが出資し、農事組合法人を設立。「伊賀山麓豚」、「伊賀豚」のブランド豚の養豚に加え、ウィンナー、ハム等の手造り加工品を製造、販売している。現在は、運営する農業公園「モクモク手づくりファーム」には年間約50万人が来場し、会員数は、約46,000人にのぼる。
- 農業公園の他、全国7箇所の直営レストランや通信販売等での商品供給では、契約農家と連携し、契約農家の栽培面積は約100ha規模となっている。
- 法人設立当初は大赤字であったが、1989年に日本で最初にウィンナーの手づくり体験教室を行ったところ、大反響となる。アクセスの良くない立地にも関わらず、ロコミで母親層や保育園、小学校等へと広まり、その後マスコミでも多数取り上げられ、大人気となる。
- これをきっかけとして、単なるモノを売る形態から、消費者と直接コミュニケーションし、共感を得られる形態へと変わる。その後は農業公園を拡張しながら、体験教室や加工商品のメニューを開発し続け、会員や消費者を飽きさせない工夫を継続している。商品開発は自社完結型で行っている。
- 現在では、設立当初のウィンナーの手づくり体験教室に加え、農業公園内では牧場、小麦工房、ビール工房、焼豚専門店、カフェ、レストラン、野菜直売所、いちご農場、きのこ農園、温泉、宿泊施設、ミニブタ芸ステージ等で、様々な体験や食事、商品の購入をできるようになっており、高い客単価を実現している。また、様々な収穫体験や教室・イベントを企画し、子供から大人までに対し積極的な食農育を行っている。
- 研修生を年間300名前後受け入れ、担い手の育成に注力している。

組織概要

- 所在地 愛知県大府市
- 代表者 代表取締役社長 岡部 篤男
- 事業概要 日本最大級の産地直売所(地産地消の複合拠点施設)の経営
- 売上高 (2008年3月期) 37億8,118万円 → (2013年3月期) 36億2,088万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 212名



げんきの郷 全景



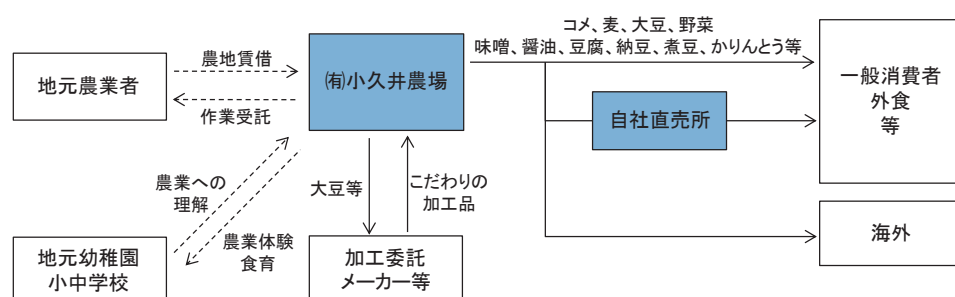
直売所の様子

取組概要

- 農業を核とした「農・商・工・観光連携」による地域複合(6次)産業を形成している。すなわち、生産から加工、流通、販売、消費に至る地産地消のシステムを構築しており、地元農畜産物の指標となる「直売比率」は80%以上を誇っている。
- 名古屋近郊という好立地条件(交通の便が良い等)を活かすべく「農と食、環境と福祉、文化をテーマとした健康・安全の地域づくり」の企業理念を基に、地元の食材を使って健康重視のビジネスモデル(「アグリルネッサンス事業」)を構築した。
- 設立当初より規格外品を排除し、近隣の消費者から高品質のイメージを得ることができ、結果として相対的に高価格で販売できている。
- 加工販売施設では、手作り惣菜や地元食材を使った加工品の製造・販売を行っている。
- 高品質の農産物を扱うことにより、相対的に高い値付けができ農業者の所得が増え、Uターン後継者や新規就農者の確保につながっている。
- 高齢者、女性が新たな担い手となって農業所得を得るようになり、若い就農者も増えたことにより耕作放棄地増加に歯止めをかけた。

組織概要

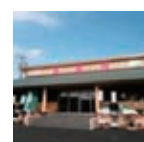
- 所在地 愛知県岡崎市
- 代表者 代表取締役 小久井 正秋
- 事業概要 コメ、麦、大豆、野菜の生産、加工、販売
- 売上高 (2013年3月期) 2億2,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 約40名



大型農機による効率的な生産



オリジナルの有機肥料



自社直売所



岡崎黒大豆醤油「いなひめ」



みそ商品

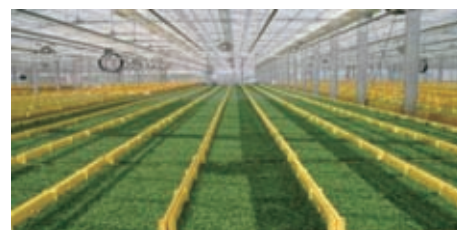
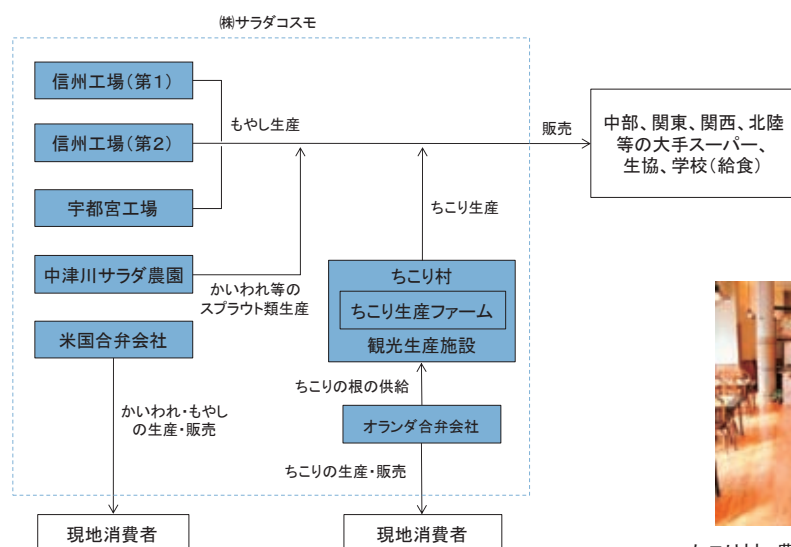
ビジネスモデル

取組概要

- 中山間地域が多い岡崎市東部地域にて、約350haの農地(自社農地は4ha)で水稻、麦、大豆、野菜を生産・販売している。
- 肥料や土等にこだわって生産した大豆からは、味噌、醤油、豆腐、納豆、かりんとう等の商品を開発。これらは、「(有)小久井農場でしか味わえないもの」にこだわり、他にはない味を実現できる企業を探し、生産委託している。醤油開発に関しては、地元の醸造所と地元の情報発信をする企業と連携し、「農商工等連携事業計画」の認定を受けている。
- 生産したコメの多くは消費者や外食等に直接販売している。2013年にオープンした自社直売所でもコメ、大豆、野菜の他、味噌、醤油、豆腐、かりんとう等の加工品を販売している。外食と連携した海外への輸出の取組も行っている。
- 創業当初は数ha規模だったが、有機肥料にこだわった美味しいコメ作りや、大事に農地を扱う圃場管理、「作らせてもらう」という姿勢で地域の信頼を獲得。次々と農地が集まるようになり、大型農機等を導入し、効率的な生産を行っている。
- 化学肥料や農薬に頼らず、木炭、もみがら、木酢、微生物等の材料を20種類以上混ぜた自社オリジナルの有機肥料にこだわり、大規模ながらも安心安全で美味しい農産物生産にこだわっている。40箇所の圃場で生産方法を変え、最適な農法、農作業の方法を模索する等、毎年改善を繰り返している。これらの原料の違いを活かした加工商品が他の加工商品との差別化に繋がっている。
- 地域の幼稚園、小中学校の授業の一環として、農業体験や見学者を年間1,000人以上受け入れ、農業の大切さを感じてもらうとともに、生命の大切さを理解してもらう取組を継続している。

組織概要

- 所在地 岐阜県中津川市
- 代表者 代表取締役 中田 智洋
- 事業概要 もやし、かいわれ、ちこり等の生産、加工、販売
- 売上高 (2008年5月期) 56億1,400万円 → (2013年5月期) 72億5,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年5月期) 455名(内、正社員105名)



かいわれ・大根畑の生産の様子



ちこり村 農家手づくり家庭料理レストラン「バーバースダイニング」



ちこり村の売り場

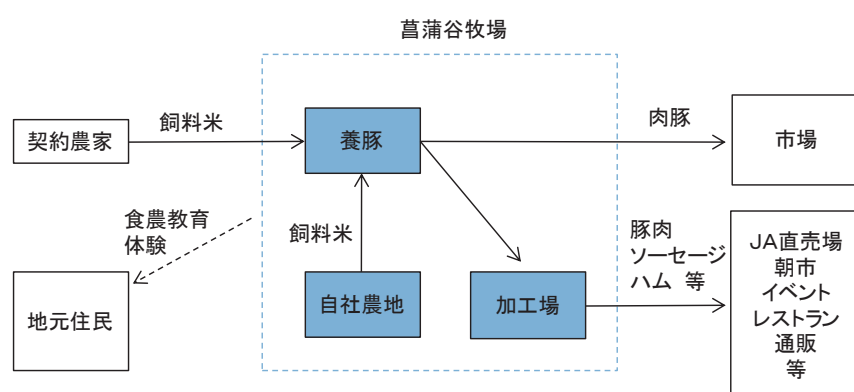
ビジネスモデル

取組概要

- もやし・かいわれ等を農薬や化学肥料を使わず生産し、もやしは日本でもトップクラスの生産量を誇る。商品開発に力を入れており、従来のもやしのマーケットにはなかった、無添加・無農薬のもやしの開発を他社に先駆けて行い、新たなマーケットを創出した。もやしでは後発で、市場への流通が困難であった中で、直販による独自の流通ルートを確認する等新規の販路開拓に注力した。
- 無添加・無農薬のもやしの開発の後、無農薬栽培のスプラウト系の開発、ちこりの生産、ちこりを利用した焼酎、茶、漬物、菓子等の製造販売を手がける等常に新商品の開発を手がけて事業を成長させている。
- 筑波大学とは、もやしの鮮度が落ちない包装紙(ポリエチレンを活用)を開発する等、大学との連携を行っている。
- もやし・かいわれ等続く新商品を検討する中で、まだ国内での流通量が少い上、競争も少ない、さらに自社の既存生産技術を活用できるという点で、「ちこり」に着目。オランダのパートナーと連携し、自社生産で不足する場合は商品を輸入する等を通じて、安定供給に努めている。
- 運営する「ちこり村」(年間来場者約27万人)内のレストランでは、ちこりや地元野菜を使った様々な料理を提供している。また、ちこりの生産工程やちこり焼酎の生産工程を学ぶ施設を整備し、マーケット拡大に努めるとともに、見学者を定期的に案内することで食育に貢献している。
- 「ちこり村」の運営では、60歳以上の優先雇用を実施し、100名以上の応募がある等、高齢化する地元地域の活性化に貢献している。

組織概要

- 所在地 岐阜県揖斐郡揖斐川町
- 代表者 代表 山川 忠一郎
- 事業概要 豚、飼料米の生産、加工、販売
- 従業員数(臨時雇用含む) (2014年1月末) 7名(内、パート2名)



養豚場の様子



飼料米を60~70%
配合した飼料



新商品のサルシッチャ



ログハウス風の
第2加工場

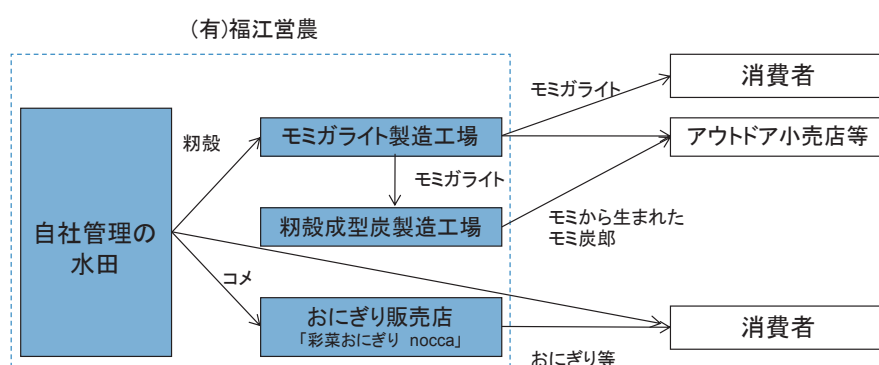
ビジネスモデル

取組概要

- 家族経営にこだわりながら、繁殖用豚約70頭を飼育し、肥育豚を出荷している。特に飼料にこだわりを持ち、飼料中の約60~70%に地元岐阜県産の飼料用米を使用している。
- 当初は、全頭にトウモロコシを中心にした配合飼料を給与していたが、飼料用米を給与すると意外に食い込みが良く、発育も良好であることが分かった。さらに豚肉の脂部分がきれいな白色となり、脂肪の融点が低くなる等の利点も明らかとなった。
- 飼料米の配合割合を徐々に増加させ、現在は約60~70%配合している。さらに岐阜県産の飼料の配合率100%を目指して、取組を進めている。
- 飼料米の配合割合を増加させるに伴い、飼料米の栽培面積を増やし、現在は自社で13ha、加えて、近隣の契約農家で約50haを生産している。転作時には、従来、麦、大豆、れんげ等の選択肢しかなかったが、飼料米が選択肢に加わることで、水稻の機械も同様に活用でき、近隣農家の協力を得られた。飼料米に取組むことで、養豚のみに携わっていた時には分らなかったことを多く発見し、多くの農業者と繋がりを持てるきっかけともなっている。
- 肥育した豚は市場へ出荷しているが、一部(出荷豚の10~20%)を本人引きし、ハム、ソーセージ等に自社で加工し、直売所やレストラン等に直接販売している。
- 加工に関しては、山川代表の母によるソーセージやハムへの加工に加え、イタリアのサラミ工房等でさまざまな技術を1年間学んで帰国した山川代表の妹が、サルシッチャ等の新商品を開発し、自社加工品の魅力を増している。
- ソーセージ作り教室や小学生対象の食農教育体験を通じて、地産地消の良さを伝えている。

組織概要

- 所在地 岐阜県海津市
- 代表者 代表取締役社長 後藤 昌宏
- 事業概要 水稻、小麦、大豆の生産・販売。バイオマス燃料の製造・販売。おにぎり販売店の経営
- 売上高 (2007年12月期) 1億5,899万円 → (2012年12月期) 3億3,998万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2012年12月期) 14名



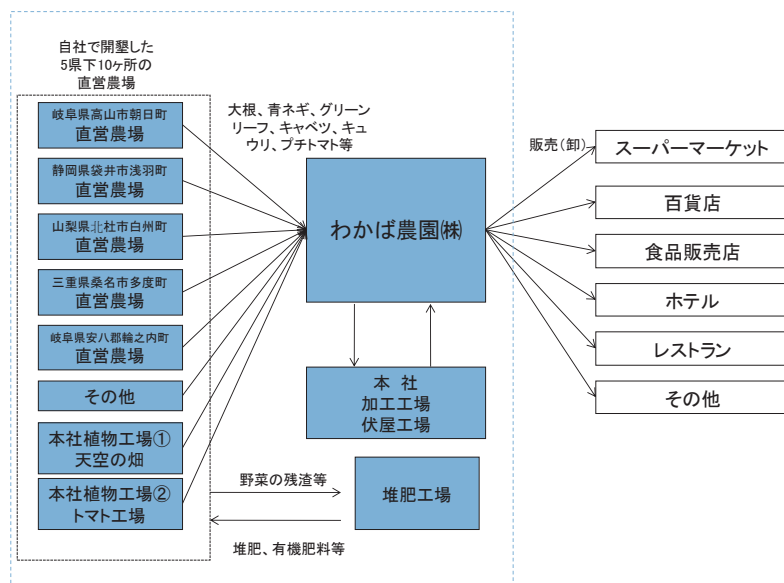
ビジネスモデル

取組概要

- JAと連携しながら耕作者の高齢化で耕作ができなくなった農地や担い手がない集落の農地を請負い、遊休農地0%に向けた取組を行ってきたが、これ以上の農地集約は見込めないという問題意識を背景に、将来を見据え農業経営基盤の強化のため6次産業化に取り組んでいる。1つめの取組は、自社の稲作で発生した籾殻を100%原料とする燃料棒と、燃料棒を炭化させた籾殻成型炭の開発、製造、販売である。2つめの取組は、自社のコメを用いたおにぎり販売店の展開である。将来の収益の柱に育て地域雇用の拡大への貢献も目指している。
- 燃料棒は「モミガライト」、籾殻成型炭は「モミから生まれたモミ炭郎」という商品名で、基本的に原料の100%が自社の稲作で発生した籾殻を使用し、低コストで安定調達する取組で、2011年度の「六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画」の認定を受けている。なお、製造機械は機械メーカーと共同開発し、自社所有している。
- おにぎり販売店は、「彩葉おにぎり nocca」という名称で、2013年の6月に第1号店として桑名駅前店を出店している。材料調達、調理、販売の全てを自社で対応していることを強みとする取組で、2013年度の「六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画」の認定を受けている。
- おにぎり販売店では雇用している5人全員が女性である。店長は将来的にエリアマネージャーに育成し、今後の店舗展開においても女性中心の採用を検討している。

組織概要

- 所在地 岐阜県岐阜市
- 代表者 代表取締役社長 三浦 茂雄
- 事業概要 刺身用大根ケン(つま)を中心に農産物生産、業務用カット野菜の製造販売
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年10月期) 約250名



ビジネスモデル

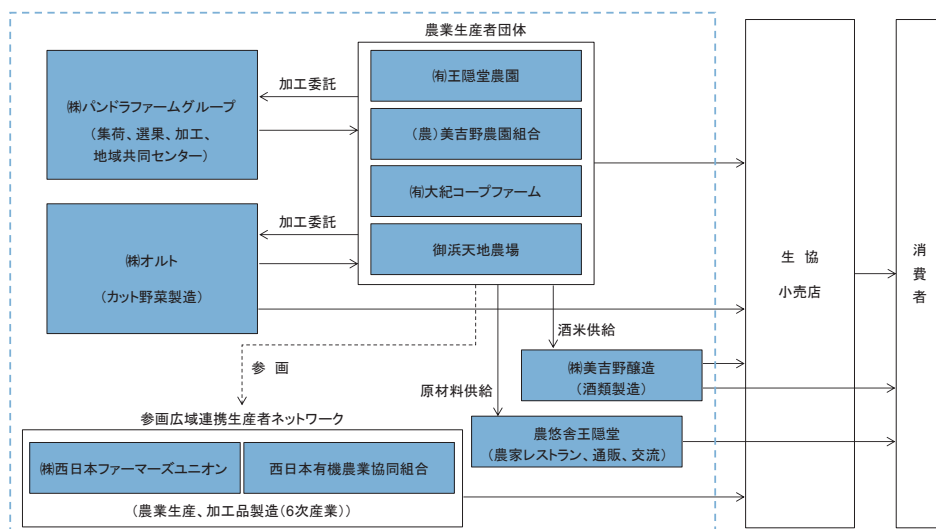


取組概要

- 有機肥料による土づくりから始まり、大根、青ネギ、グリーンリーフ、キャベツ、キュウリ、プチトマト等の農産物を直営農場で作付・採取し、運搬、加工・商品化、販売(チルド輸送)までをトレースする自己完結型の6次産業化経営を行っている。
- 堆肥工場を運営し自社で生じた野菜の残渣に木くずや枯れ草を混ぜ、堆肥に変えている。また、独自の有機肥料「わかば有機A」も生産している。
- 大根ケン(刺身のつま)を量産するため、1994年第1号機を機械メーカーと共同開発。この後、この機械が全国に出回る。1997年2号機が完成し、製造効率が飛躍的に上がる。この2号機は1999年に特許を取得した。
- 伏屋工場(岐阜県羽島郡)ではISO9001を取得している。品質管理体制を万全にできることを目標に、食の安全性を保障するトレーサビリティに取り組んでいる。
- 直営農場は5県下10ヶ所に分散しているが、地元からシニア社員を採用し、雇用創出に貢献している。本社工場では障害者を採用している。また、本社内に託児所を設け、女性社員の労働環境を高めている。

組織概要

- 所在地 奈良県五條市
- 代表者 代表取締役社長 王隠堂 誠海
- 事業概要 梅・柿・野菜等の農産事業、加工事業、販売・サービス事業
- 売上高 (2013年2月期) 約10億円 (ビジネスモデル全体では約60億円)
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年2月期) 約160名 (ビジネスモデル全体)



ビジネスモデル



梅干し

あんぽ柿



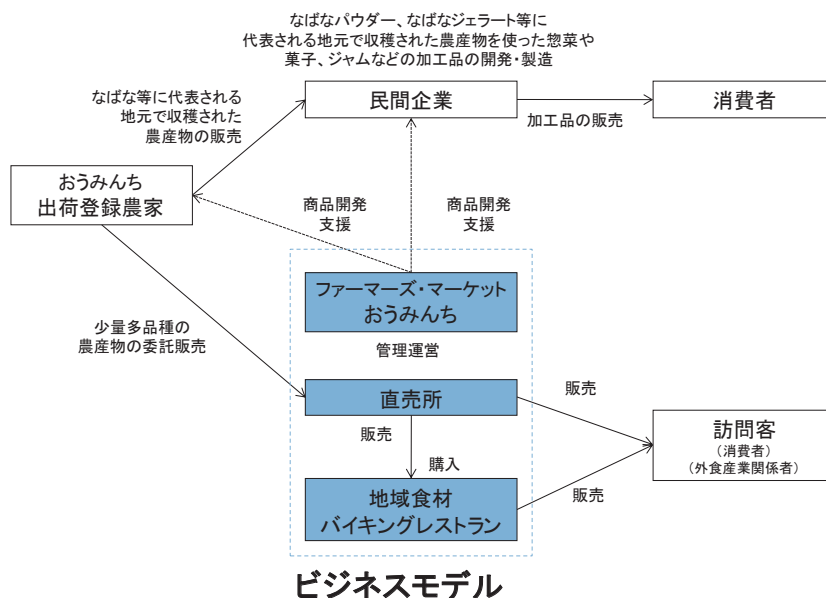
古民家レストランの料理

取組概要

- 1970年代、農薬や添加物による食品汚染が注目される中、農薬をできるだけ減らし有機質肥料で栽培する農業を始め、安全・安心にこだわった農産物の産直モデルを、業界に先駆けて取り組んだ。
- 地元の奈良・和歌山だけでなく、西日本(九州・中国・四国・関西・中部)の生産者との連携体制の構築に取り組んでおり、現在、5つの生産法人与2つの組合((有)王隠堂農園、(農)美吉野農園組合、(有)大紀コープファーム、(株)西日本ファーマーズユニオン、西日本有機農業協同組合、御浜天地農場、農悠舎王隠堂)で約400人の生産者との取引関係を築いている。
- 生産者が造る共同加工センター(株)パンドラファームグループ)やカット野菜事業を行う(株)オルトにおいて、規格外品も含めた農産物の加工を行っている。農産物の販売だけでなく加工事業にも注力することにより、作付けした農産物の全量買い取りを実現し、持続的農業の継続と発展、地域社会の発展を目指している。
- 農産事業の特徴としては、環境保全型農業を目指し、こだわりの農産物(有機JAS等)の作付け、販売を行っている。加工事業の特徴としては、伝統的な加工方法を守り、素材の味を最大限活かすため、添加物、保存料、着色料等はできるだけ使用しない加工品(梅干・干し柿・漬け物等)の製造、販売を行っている。また、(株)オルトで行っているカット野菜事業については、原料の野菜・果物は基本的に生産者と提携して仕入れを行い、新鮮でおいしいカット野菜・カットフルーツの製造・販売を行っている。なお、販売・サービス事業では、農悠舎王隠堂にて、農業体験や研修事業、古民家レストラン事業、通販事業を展開している。
- 雇用創出という点では、地元出身者を中心に約160名の従業員を雇っている。

組織概要

- 所在地 滋賀県守山市
- 代表者 代表理事理事長 西田 直樹（部門代表者 川端 均）
- 事業概要 農産物直売所の運営
- 売上高 （2009年3月期）7億5,000万円 → （2013年3月期）10億5,000万円（おうみんち全体）
- 従業員数（臨時雇用含む）（2013年3月期）69名（おうみんち全体）



農産物直売所



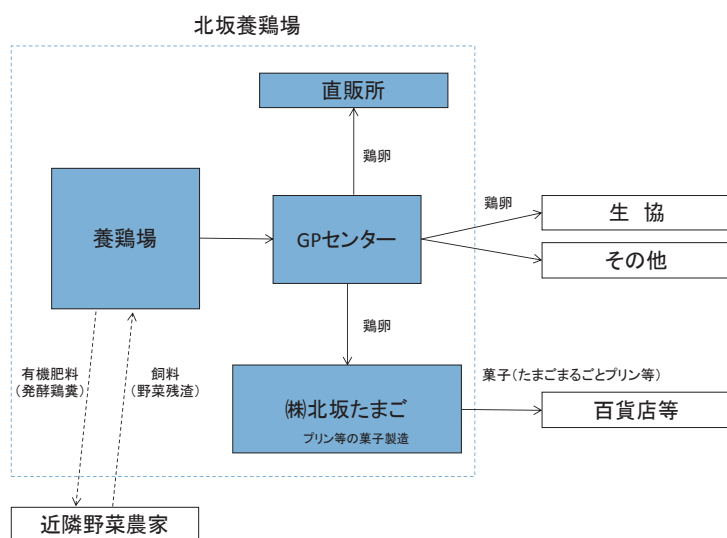
地域食材バイキングレストラン

取組概要

- 県下最大級の規模を誇る農産物直売所「ファーマーズ・マーケットおうみんち」を運営している。
- 出荷登録農家数は登録ベースで560軒であり、その内300軒程度が毎日出荷している。結果として、直売所は多様な農産物を取り扱い、地元農家の販路拡大や所得向上に貢献している。少人数の家族構成の顧客にとっても購入しやすく、売上増加につながっている。
- 地域食材バイキングレストランにおいて、当日直売所に搬入された農産物を開店前に定価購入してメニューを作っているため、食材の良し悪しが調理の際に判別され、顧客目線でのチェック機能が働き、農業者と消費者の信頼関係の向上に役立っている。
- 地域のシンボルである「なばな」を地域資源として活用している。加工出荷者や民間企業等が、なばなパウダー、シューマイ、ワッフル、ジェラート等の約20品の商品開発を行い、結果として地域の栽培面積が大幅に拡大した。
- バイキングレストランでは、地元農村女性を中心に雇用している。
- スタッフは地域雇用が大半である。中学生～大学生の職場研修やシルバー層の高齢者を積極的に受け入れている。また、障害者の職場訓練も受け入れている。

組織概要

- 所在地 兵庫県淡路市
- 代表者 代表 北坂 勝
- 事業概要 鶏卵の生産、加工、販売
- 売上高 (2007年12月期) 4億4,840万円 → (2012年12月期) 4億4,850万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2012年12月末) 32名(内、正社員12名)



ビジネスモデル



養鶏場の様子



北坂養鶏場の商品



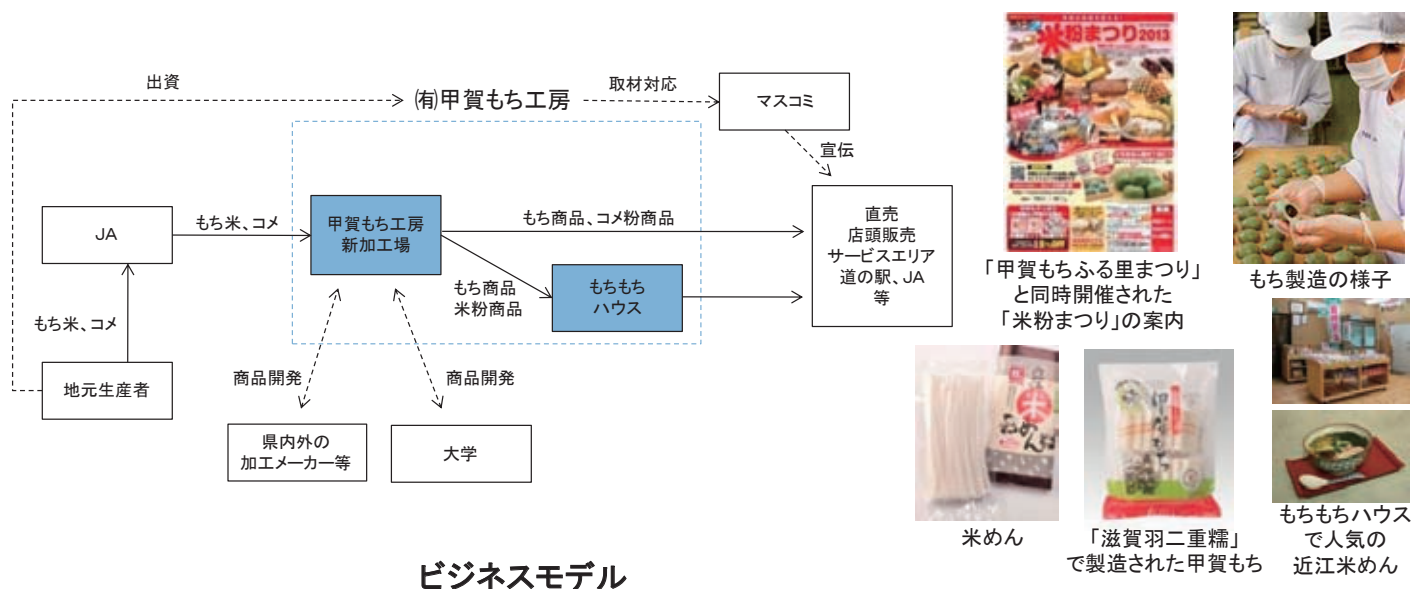
「たまごまるごとプリン」

取組概要

- 発酵技術を利用した飼料を開発し、高品質で新鮮な鶏卵を生産。日本でわずか6%のシェアしかない純国産鶏「さくら」、「もみじ」を14～15万羽飼育している。
- 養鶏から得られる鶏糞は、すべて有機飼料の発酵鶏糞として、近隣の野菜農家(イチジク、コメ、玉葱)等の生産者に提供している。一方、野菜農家から出た残渣は鶏の飼料作成に用いており、近隣農家との連携、循環を行っている。
- 「北坂養鶏場」のブランド戦略の一環として加工に取り組んでいる。(株)北坂たまごを設立し、コンテンツ会社の有まんてん堂と連携。2006年から、卵の殻を割らず攪拌機を使用して卵黄と卵白を混ぜ合わせ蒸して作った「たまごまるごとプリン」を製造・販売しており、百貨店で人気商品となっている。
- 「たまごまるごとプリン」における加工品の卵1個当りの販売単価は約8倍になっており、プリンの売上は年間約5,000万円となっている。
- 鶏糞発酵時に発生する悪臭の原因となるアンモニアガスの処理に関しては、地元大学と連携して実証実験に取り組む等、養鶏場の環境改善を進めている。
- 自社で製作しているフリーペーパーに、自社の商品だけでなく地元の農業者や飲食店の情報も掲載し、地域ブランドの情報発信に積極的に取り組んでいる。
- 各種イベントに積極的に参加したり、見学者を受け入れたりして、「イロドリはぐくむ」をテーマに養鶏の素晴らしさや卵の魅力を小学生等に伝える活動に積極的に取り組んでいる。

組織概要

- 所在地 滋賀県甲賀市甲賀町
- 代表者 代表取締役 河合 定郎
- 事業概要 もち米、コメの加工、販売
- 売上高 (2013年) 約8,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年) 12名(ピーク時のパートを含めると40名以上)

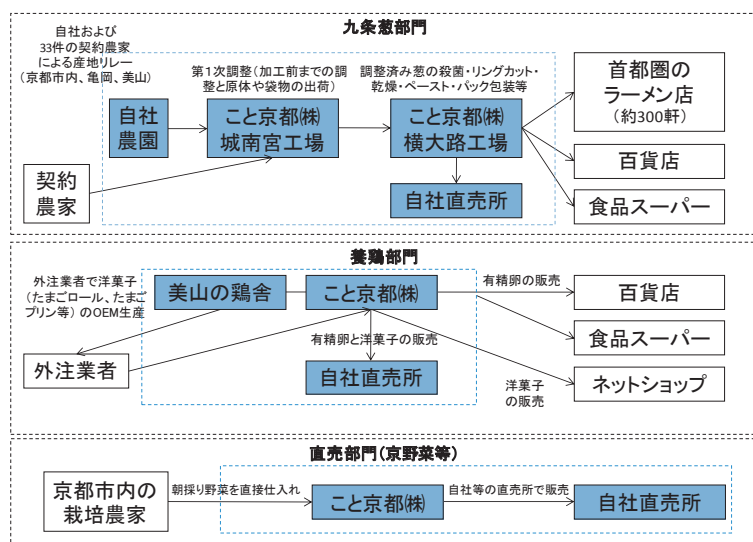


取組概要

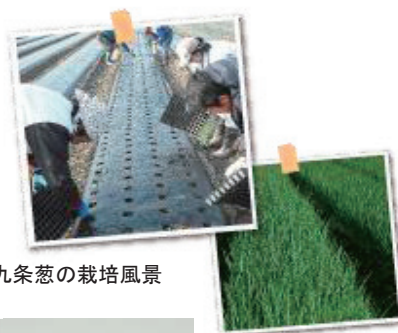
- 「おもちを特産品に！！」を合言葉に、地域の有志61名が出資し設立され、甲賀町小佐治地域の粘土質の強い土壌から生産される最高級のもち米と評される「滋賀羽二重糯(しがはぶたえもち)」の加工、販売に取り組んでいる。
- 地元もち米生産部会員が生産したコメを、JAから他産地の市場価格よりも高い価格で一括して仕入れ、切り餅、しゃぶしゃぶ餅、忍者もち等のもち商品の他、コメの自給率アップを目的に、コメ粉の麺、パスタ、たい焼き、どら焼き、ワッフル、ロールケーキ等多数の商品を開発、販売している。
- 商品開発に関しては、積極的に先進農業者と連携している。商品アイデアが出ると、その商品を実現できる加工技術がある県内外の農業者を調べ、訪問。情報を得たり、連携することで、次々と新商品を開発している。
- 通常、もち商品の主な消費層は60～70歳代の女性が多いが、若い世代への浸透策に関して大学と連携し、学生のアイデアからも実際の商品開発を行っている。もち商品は12月のピーク時に年間売上の約7割が集中するため、年間販売高や労働力の均衡を図る意味から、コメ粉商品の開発に至った。
- 商品の広報、情報発信に関しては、テレビや雑誌の取材を積極的に受け入れ、取り上げられることで、幅広い宣伝活動となっている。ネーミング等にも工夫をこらし、「朝食たい焼き」や「自然薯入り忍めん」等の話題性のある特徴的な新商品開発もPRのひとつとなっている。
- 16年間継続して、「甲賀もちふる里まつり」を毎年開催している。各種商品の販売に加え、餅つきやわら細工教室、地元高校生による演奏等、地域活性化に貢献している。

組織概要

- 所在地 京都府京都市
- 代表者 代表取締役 山田 敏之
- 事業概要 九条葱の生産・加工・販売、卵・鶏肉販売・菓子製造販売、京野菜直売所運営・卸販売
- 売上高 (2008年12月期) 3億2,100万円 → (2013年12月期) 7億1,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年12月期) 99名



ビジネスモデル



九条葱の栽培風景



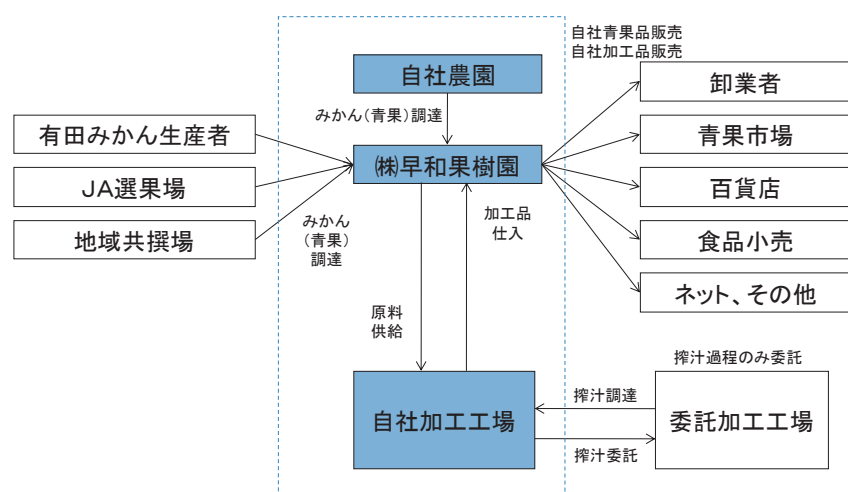
カットした九条葱の加工商品

取組概要

- 社長が1995年に就農した時は、1haの農地で様々な野菜を生産していたが、年間売上は400万円だった。その後、周年栽培ができる九条葱に注目。社長自ら東京のラーメン店のルート開拓を行い、300軒の新規の販路開拓をする等カット加工し販路を拡大。2013年12月期には売上が7億1,000万円になる等事業を拡大させた。
- 自社農場に加えて33件の契約農場があり、京都市内・亀岡・美山の産地リレーを行い、加工工場も京都市内にあり正真正銘の「京都産」ブランドの商品を年中供給できることが強みである。
- 葱と養鶏の循環農法を実現。葱の根の部分と鶏の飼料として使用し、鶏糞に工場から出る葱の残渣と杉のチップを加え堆肥化したものを葱栽培の肥料として使用している。
- 社長は九条葱の伝統を守るために京都府内の同業者を束ねて生産者団体「ことねぎ会」を作り、社員が独立して九条葱の生産を手がけることを奨励し、独立した暁に加入することにより支援する体制を構築している。
- 高卒以上を対象に、九条葱の栽培・生産・販売を学び、研修終了後の就農・独立も支援する「独立支援研修生制度」を実施している。
- (有)トップリバー(長野)、(株)さかうえ(鹿児島)と提携し、統一ブランド「ベジレクト」を展開。また全国の葱の産地間連携のため、農林漁業成長産業化ファンドを活用するための会社「こと日本」を立ち上げる等、さらなる連携や6次産業化を推進中である。

組織概要

- 所在地 和歌山県有田市
- 代表者 代表取締役社長 秋竹 新吾
- 事業概要 みかん(青果)の生産・販売、加工品(高級ジュース、ジュレ、ジャム他)の生産・販売
- 売上高 (2008年6月期) 1億8,070万円 → (2013年6月期) 4億7,035万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年6月期) 39名



ビジネスモデル



みかん農園の風景



旬の有田みかん

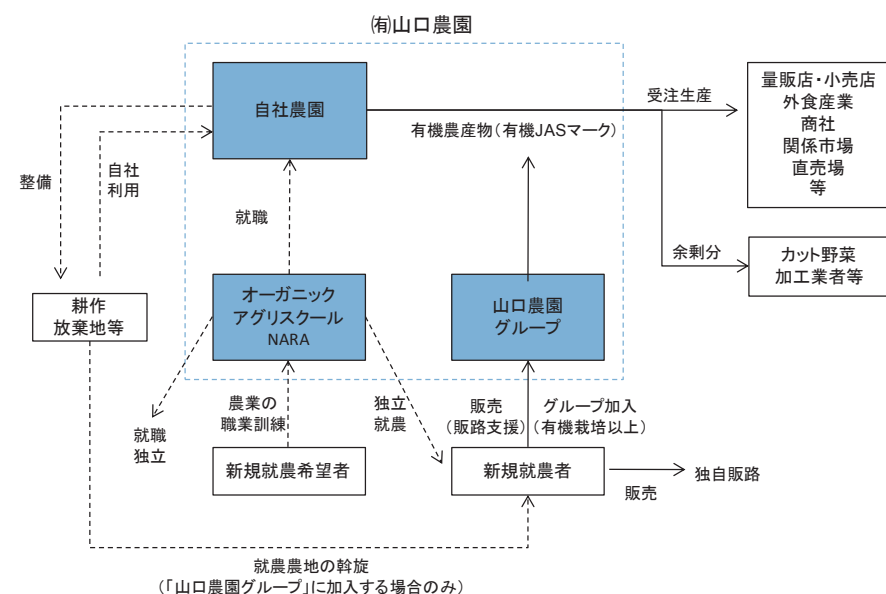
高級ジュース等の加工品

取組概要

- 2000年に早和共撰のメンバーを中心に16名で出資し、有限会社を設立して法人化。経営感覚が身に付き大きく業容が変わる原点となった。
- 自社加工工場を中心に、味ーしぼり、飲むみかん、てまりみかん、味ージュレ、黄金ジャム、みかポン、みかんケチャップの他、有田みかんに特化した加工品の生産を行っている。
- 販売は様々なルートを使い、商談会への出展等販路の多くは自社で開拓。海外市場の販路拡大も行い、ブランド戦略を展開中である。
- 2004年に糖度12度以上的高级みかん「味ーみかん」を原料に製造する「味ーしぼり」(720ml入り1,260円)を開発。当社の看板商品であり、高級みかんジュースの先駆者的な存在となった。有名百貨店や超高級ホテル「ザ・ペニンシュラ東京」等で採用され、単価の向上と通年販売が可能になっている。
- 富士通と連携し、農業クラウド「ICTシステム」を活用したみかん生産体制を採用している。樹木一本毎に管理し、育成状況や病虫害の発生状況を詳細に管理・分析し、次期生産活動に活用している。
- 有田地域はみかんが主産業であり、早和果樹園が成長することが地域貢献となることを意識し、運営している。
- 女性の能力を高く評価しており、地元の女性だけの会社(60～80歳)を設立することも検討している。

組織概要

- 所在地 奈良県宇陀市
- 代表者 代表取締役社長 山口 貴義
- 事業概要 有機農産物、ハーブ類の生産、加工、販売
- 従業員数(臨時雇用含む) (2014年2月) 34名(正社員13名、パート19名、研修生2名)



山口農園の有機野菜



山口農園の分業の様子

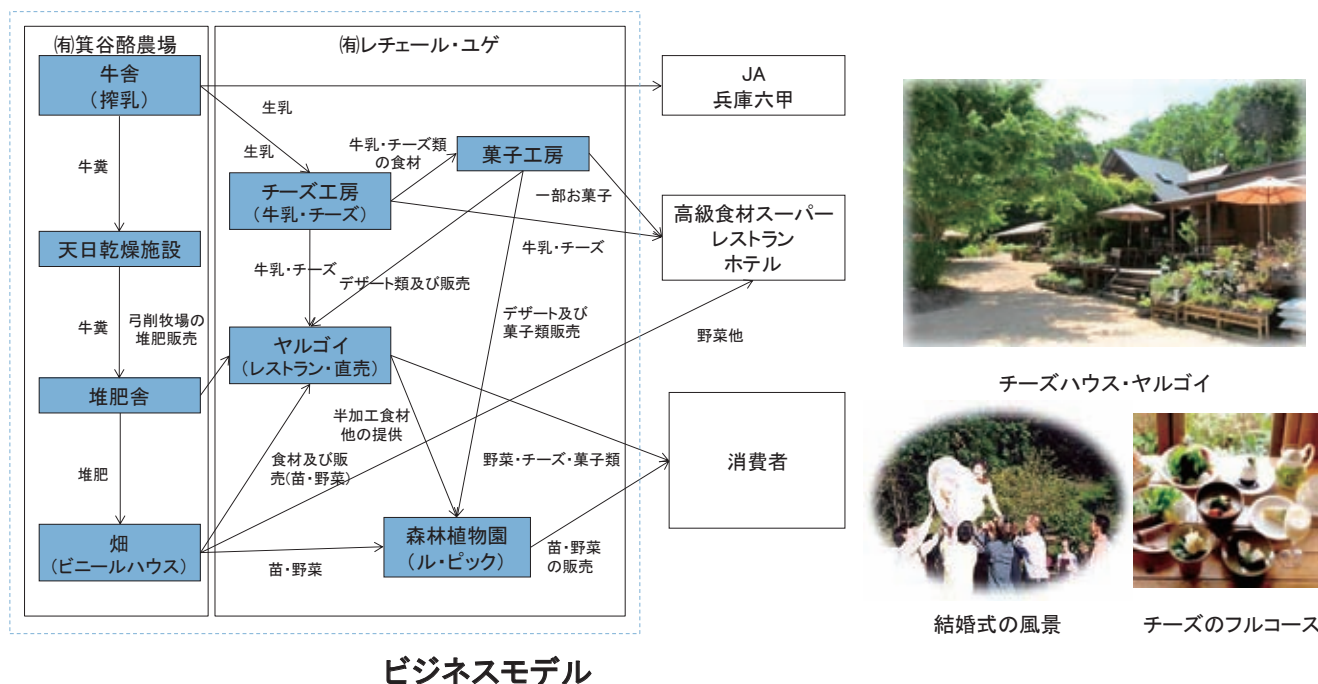
ビジネスモデル

取組概要

- 有機栽培にこだわり、ホウレン草、水菜、春菊等の有機野菜や各種ミント、ローズマリー等の有機ハーブを生産し、百貨店やスーパー等に直接販売している。露地では、さつまいもや米を生産。場所は中山間地域であるが、生産量を順次拡大しており、2005年法人化時には21棟であったハウスは、2014年1月現在109棟のハウス(約4.8ha)へ増加している。
- 2010年に開校した「オーガニックアグリスクールNARA」では、新規就農希望者が有機農法を学んでいる。卒業後は山口農園へ就職する人材が多数出始めている。
- 独立する卒業生の支援や連携という観点で、2013年に「山口農園グループ」を立ち上げ、独立した卒業生による有機JAS栽培の農産物を山口農園が買い上げ、山口農園の販売先に一括して販売する仕組みを導入。今後は、日本各地に広がる卒業生等との有機JAS産地リレーへと発展させる予定である。
- 有機JASマークをブランドにしながらも、企業との取引の中で求められる通年供給を実現するとともに、病虫害等有機栽培の生産リスクを極力少なくするために、多品種による輪作とし、生産回転が速い軟弱野菜のハウス栽培に注力している。ハウスはリサイクル資材を使う等、低コスト化に努めている。
- 安定した通年供給実現のために、徹底した効率性を農業経営に導入。社内を①総務、②営業・販売、③生産、④収穫、⑤調整、⑥加工、⑦教育(アグリスクール)の7部門にわけ、分業・組織化。
- 農家の高齢化等により地元中山間地域で増加する遊休地を引き受け、ハウス等を設置し、自社で活用するとともに、スクール卒業生へも提供し、就農支援と耕作放棄地解消の双方に貢献している。

組織概要

- 所在地 兵庫県神戸市
- 代表者 代表取締役 弓削 和子
- 事業概要 (有)箕谷酪農場と一体での都市型酪農(弓削牧場)における商品開発と販売

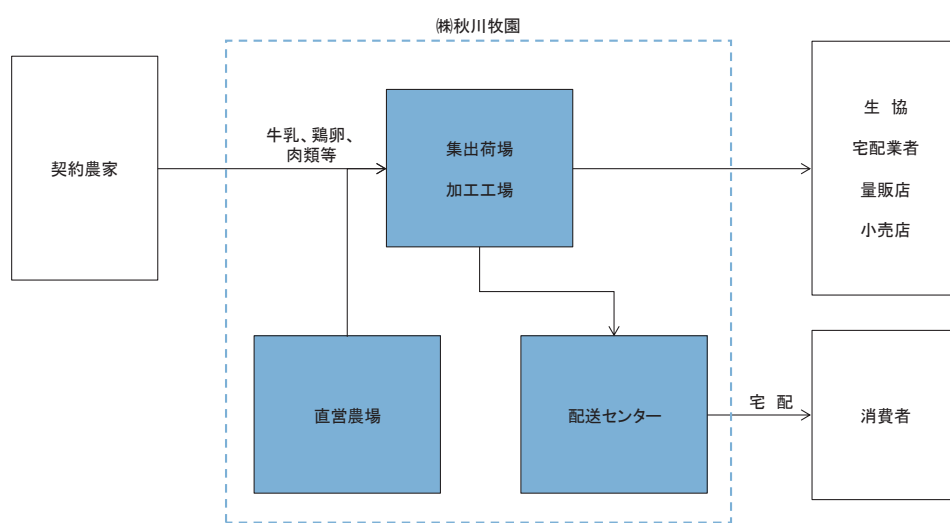


取組概要

- 弓削牧場の周辺地区の市街地化や生乳の計画生産による需給調整の中で、牧場経営の活路を開くものとして生乳を利用するナチュラルチーズの自家開発製造を行う。カマンベルチーズの商品化の途上でヨーロッパでは定番のフロマージュ・ブラン・チーズ「フロマージュ・フレ」の開発に成功した。またチーズと和食を組み合わせたレシピも多数開発している。
- 1985年、当時日本では馴染みの薄かったナチュラルチーズを開発した。現場の思いを発信する拠点としてのオープンキッチンスタイルの直販所(その後、「チーズハウス ヤルゴイ」として増築)へ訪れる顧客の口コミや高級食材に理解のある神戸のスーパーマーケットへの販売を通じて都市部で製造・消費される地産地消タイプのチーズとして評価を高めた。その後、他のデパートや、レストラン、ホテルにも評価され直接取引も拡大した。
- 直営店として神戸市立森林植物園内にカフェ・売店「ル・ピック」を開設。顧客層の拡大に努めている。
- チーズ作りの過程で発生するホエイを利用した石鹸や化粧水の開発も行っている。
- 地域連携の一環として、NPO法人「都市型農業を考える会」を核に、牛の糞尿・洗浄水等を利用したバイオプラントの開発を通じて、都市型酪農の持続可能な資源循環の仕組み作りに取り組んでいる。
- 結婚式、コンサート、チーズ作り体験セミナーを開催、神戸中心に地域住民との交流を図っている。

組織概要

- 所在地 山口県山口市
- 代表者 代表取締役社長 秋川 正
- 事業概要 鶏肉、豚肉、牛肉、牛乳、鶏卵、無農薬野菜の生産・加工および宅配事業
- 売上高 (2013年3月期) 42億9,133万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 356名



秋川牧園の商品ラインナップ



冷凍加工の様子



個人向け宅配事業の配送センター

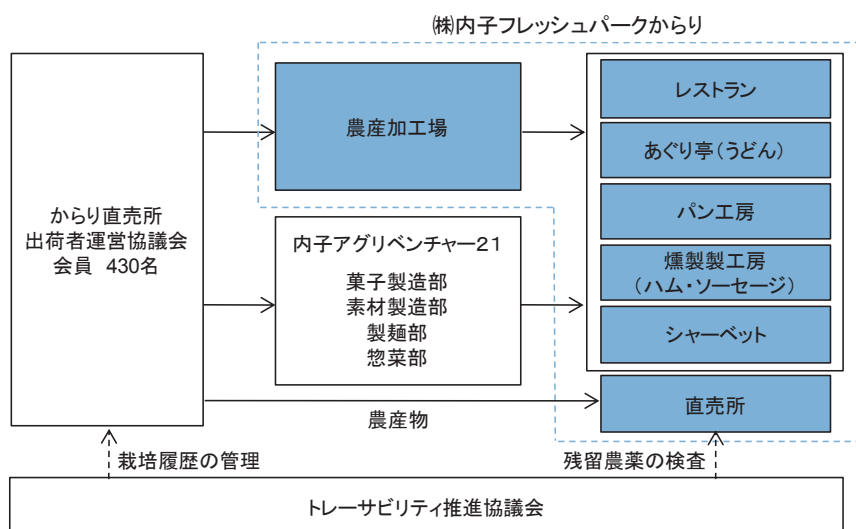
ビジネスモデル

取組概要

- 当社は、秋川実氏(現会長)が、「1羽の鶏、1個の卵から健康に」の決意でスタートした会社で、現在では、鶏肉、鶏卵に加え、豚肉、牛肉、牛乳、無農薬野菜を取扱っている。
- 当社の特徴として、①「健康」をキーとする商品戦略(無農薬無投薬の健康安全な自然食品)、②戦略を実現するためのSPA(生産・加工・販売一貫経営)戦略、③新しい農へチャレンジする企業(農業の生産現場から初の株式上場企業)という3点が挙げられる。
- 創業以来、若鶏の無投薬飼育、全植物性飼料の開発、PCBやDDT等の有機塩素系化学物質の畜産物への残留の改善、ポストハーベスト無農薬コーンの開発輸入、飼料原料の非遺伝子組み換え化、野菜の無農薬栽培技術の開発等、食の安全性上の課題解決のための技術開発に取り組んできた。
- また、飼料原料の残留農薬の状況を踏まえた飼料の製造においては、伊藤忠飼料(株)と技術提携を行っている。更に、契約農場と協力して、鶏の成長阻害等を引き起こす「大腸菌症」の種類や感染経路の特定、防疫対策等を研究している。
- 仕入れに関しては、農産品ごとに農家と契約している。内訳は、鶏肉15戸、鶏卵1戸、牛乳1戸、牛肉2戸、豚肉2戸、無農薬・無化学肥料の野菜7戸である。
- 上記の他、地元の19団体・個人とともに、5年前から「飼料自給率向上プロジェクト」に取り組んでおり、約55haの田んぼで多収穫の飼料米の研究開発を行っている。当社グループの直営農場から出る鶏糞を肥料に使うとともに、収穫した飼料米のうち約300tを当社グループで利用している。

組織概要

- 所在地 愛媛県喜多郡内子町
- 代表者 代表取締役社長 大本 茂樹
- 事業概要 農産物の加工、販売
- 売上高 (2008年3月期) 2億9,146万円 → (2013年3月期) 7億2,227万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 64名



ビジネスモデル



からりのレストラン



直売所の様子



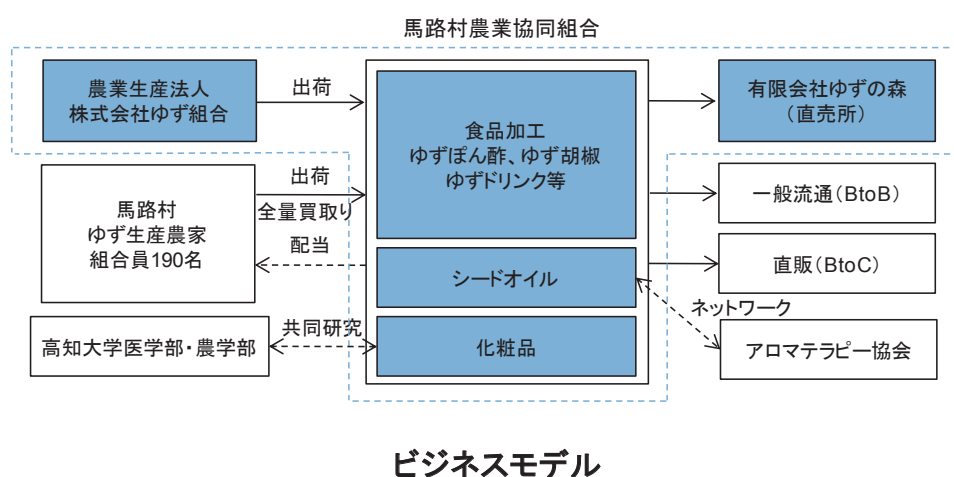
栽培履歴の管理

取組概要

- 内子町が50%、残り半分を生産者と多くの町民が出資している第3セクターとして1997年4月に設立した。現在では農業協同組合や森林組合、商工会から内子町民まで含めて677人が株主になっている。
- 内子町の生産農家430名のみを「からり直売所出荷者運営協議会」の会員とする道の駅であり、内子産の農産物に徹底的にこだわることによってブランド化に成功している。また、愛媛県や内子町からの支援・指導を受けながら運営している。農家の主婦で構成される「内子アグリベンチャー21」で加工品の開発を行っており、農商工連携事業を活用することによって加工品の開発にも積極的に取り組んでいる。
- トレーサビリティにいち早く取り組み、栽培履歴の入力がない商品はバーコードが発行されないようにして販売できない仕組みを構築し、消費者に安心・安全な商品を提供している。また、農薬の削減の割合によってマークが異なる、からりオリジナルの認証制度を導入することによって、付加価値の高い商品がわかりやすいようにしている。
- 64名の雇用を創出しており、女性の力を活用することによって自分達で積極的に運営する組織を作り上げている。新規事業に取り組む際には、協議会を立ち上げ、外部から専門家を呼び指導を受ける等、自発的に様々な事業に取り組んでいる。
- 人口1万7,000人の町に、松山市民を中心に県内外から年間74万人の来場者を呼び込むことによって、地域に大きな経済効果をもたらしている。

組織概要

- 所在地 高知県安芸郡馬路村
- 代表者 代表理事組合長 東谷 望史
- 事業概要 柚子の生産、加工、販売
- 売上高 (2012年12月期) 33億5,676万円(農産物加工事業のみ)
- 従業員数(臨時雇用含む) (2012年12月期) 76名

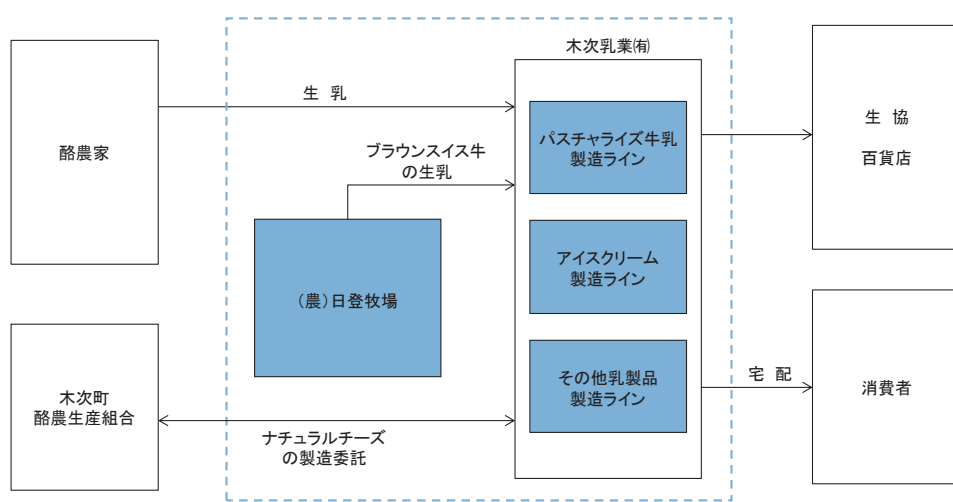


取組概要

- 人口950名の中山間地域にある馬路村を管轄するJAであり、30年以上前、農家が生産した加工用のゆずの販路に困り、加工事業に取り組んだ。現在は、農業生産者190名から市場価格よりも高い値段でゆずを全量を買取っており、加工事業の利益は出資配当金としても還元している。
- 1975年からゆずの果汁を利用して「ゆずジャム」、「ゆず味噌」の加工品の製造に取り組み、1988年に自分の子供に飲ませても安心な飲み物として「ごっくん馬路村」を開発し、人気商品として定着している。今では詰合せまで合わせるとゆずの商品群は94種類にも及んでいる。
- JAが、生産者から全量買取り、加工・販売し、さらに村づくりにも取り組む他に例のないビジネスモデルである。また、ゆずの商品を売るのではなく、「馬路村」という村の名前を全面に出して地域をブランド化している。特産品のゆずを商品化し、「馬路村」をブランド化して知名度を上げることによって、村へ観光客を呼び込むという農業と観光を結びつけたビジネスモデルを確立した。
- 行政と協力して「馬路村活性化協議会」を設立し、産業振興座談会を定期的に開催している。地域一体となって「馬路村そのもの」を情報発信することで観光客を呼び込んでおり、村内の産業を活かして間伐・川漁師・木工体験を行う修学旅行生を受け入れている。
- 新規事業として化粧品事業にも取り組んでおり、ゆずの種に関しては、高知大学医学部、農学部と共同研究し、またシードオイルではアロマテラピー協会と連携する等、幅広くネットワークを構築することで事業拡大に取り組んでいる。
- 農産加工事業だけで76名を雇用しており、若者の雇用の場を創出している。また、馬路村の外部からの雇用や、1ターンの受け入れも行っている。

組織概要

- 所在地 島根県雲南市
- 代表者 代表取締役社長 佐藤 貞之
- 事業概要 牛乳や乳製品の製造販売
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 80名



木次乳業の商品ラインナップ



パステライズ牛乳の生産ライン

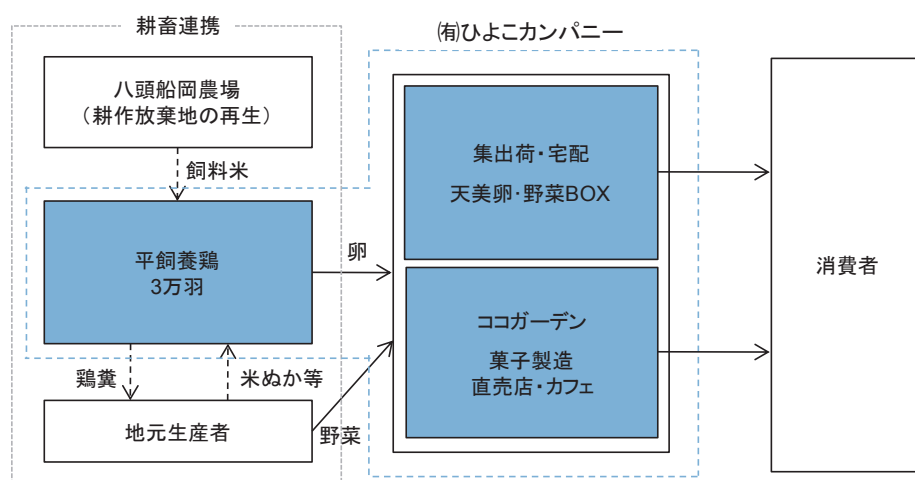
ビジネスモデル

取組概要

- 当社は、養蚕、炭焼きに代わる新しい産業を興そうと、牛乳の原料生産から加工処理までを手がけ、販売を行う目的で、1962年8月に設立された。
- 当社の最大の特徴は、天然(生乳)の性質を残しつつ、有害な菌を死滅させることができる65℃・30分間の低温殺菌でつくるパステライズ牛乳を日本で初めて発売したことである。パステライズ牛乳中のタンパク質はほとんど熱変性しないため、カルシウムと共に体内でゆっくり消化吸収される。
- 生乳は、商流としては酪農協経由であるが、物流としては、直接、30戸の農家から仕入れている。非遺伝子組換えの餌を使っている農家に対しては、買取価格を高め設定しており、当社基準をクリアすると、より高い価格で購入している。
- ナチュラルチーズについては、酪農家の方々に「木次町酪農生産組合」を設立してもらい、製造を委託している。なお、チーズの製造に関しては、当社社員を出向させて指導を行っている。
- 当社では、1,000人規模の消費者グループや小さな生協との関係づくりを重視し、「顔がみえるお付き合い」を大切にしている。その一環で、取引先や消費者の見学を受け入れている。年間約1,000人の見学者が訪れている。
- 地域への貢献としては、パステライズ牛乳が出来た1980年頃から、学校給食用の牛乳を提供している。
- 上記の他、酪農家の主婦は、なかなか出掛ける機会がないので、その機会作りのために「奥出雲ほっとミルク」を設立し、消費者グループとの交流や地元のお祭りへの出店、宅配の体験等の機会を設けている。

組織概要

- 所在地 鳥取県八頭郡八頭町
- 代表者 代表取締役 小原 利一郎
- 事業概要 養鶏業による卵の生産、加工、販売
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年9月期) 60名



ビジネスモデル



天美卵

卵のスイーツ



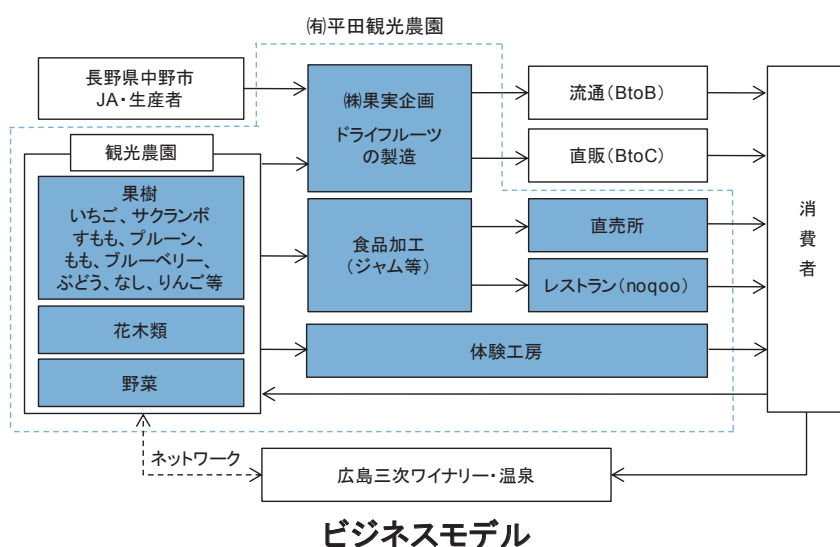
スイーツアトリエ・ガーデンカフェ「ココガーデン」

取組概要

- 父親が営んでいた養鶏業を継いだが、大規模養鶏に疑問を感じ、転職して違った立場から養鶏業を見つめ直して、1994年に当社を起業した。鳥取県では唯一の「平飼い」による養鶏を数万羽単位で経営し、飼料に添加物や抗生物質等の薬品を一切使用せず、最終小売価格が1個100円の「天美卵」を生産している。「平飼い」による養鶏や、徹底的に飼料にこだわり、「物価の優等生」である卵を「天美卵」としてブランド化し、リピーターを増やし続けている。
- 「地域との共生」を経営理念とし、耕作放棄地で栽培した飼料米や、地元の豆腐店や農家から調達したおから・米ぬかを飼料にしている一方、鶏糞を発酵させて肥料にして地元の農家に配り、野菜を栽培してもらうという耕畜連携、地域全体での循環型農業を実践することで、地域全体でネットワークを構築している。
- 地元の生産者から調達した野菜はフリーズドライ商品の原料にしており、新たに地元の野菜と「天美卵」を詰め合わせた「野菜BOX」の宅配を開始した。地元の生産者と連携することで新たなビジネスに取り組み、また地元の生産者の活性化にも繋がっている。
- 中山間地域で、本社内にコールセンターを設置し、スイーツアトリエ・ガーデンカフェ「ココガーデン」をオープンしたことで60名の地元の雇用を創出している。パンケーキやバームクーヘン等、天美卵を使用したスイーツを提供する「ココガーデン」には平日・休日問わず多くのお客様が訪れている。また、季節ごとにイベントを開催することで集客力を高めており、多くのお客様を八頭町へ呼び込むことによって地域の活性化にも貢献している。
- 自治体やJA、生産者と「船岡共生の郷」を設立して定期的に会合を開き、農業体験を通して里山の復活に取り組み、地元の景観を保全している。

組織概要

- 所在地 広島県三次市
- 代表者 代表取締役 平田 真一
- 事業概要 果樹栽培を中心とした観光農業及び農産物の加工、販売
- 売上高 (2013年5月期) 1億4,668万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年5月期) 22名



くだもの狩りカレンダー



ダッチオープン森



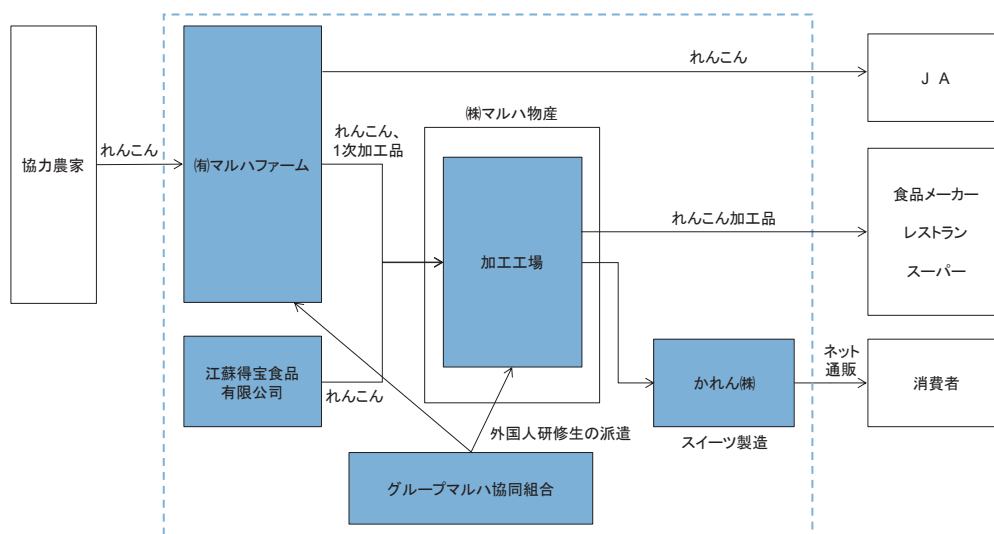
ドライフルーツ

取組概要

- 観光農園がまだ広まっていない時期から取り組み、1984年に法人化した。収穫の時期が異なる様々な種類の果樹を栽培することで、通年での観光農園を展開している。日本初のチケット制を導入することで、1種類の商品を大量に食べてもらうのではなく、様々な商品を少量ずつ食べてもらうことで多くの観光客を受け入れられるようにしている。また、体験メニューを取り入れることでファミリー層を呼び込んでいる。
- 広島三次ワイナリーと商品開発を行い、三次市にある温泉も巻き込む等地域一体となって三次市をPRすることによってお客様を呼び込んでいる。(有)IC4DESIGNにパッケージやイラスト、HPのデザインを委託する等、外部の企業とも連携をしている。
- ドライフルーツに目をつけ、長野県中野市に加工場を建設し、国産ドライフルーツという高付加価値の商品を開発し、中野市のJAや農家から果物を調達してドライフルーツを製造しており、台湾や香港、シンガポール等、アジアに向けて輸出にも取り組んでいる。
- 新たに広島県内の瀬戸田島でみかんやレモンを栽培にも取り組んでいる。みかんの爽やかな香り成分シトラスには、眠気を覚まして集中力を高める効果があると言われており、必要な栄養素も摂れて職場が元気になる「オフィスみかん」と名付けて販売している。
- 土産物販売では、「お友達農園」として全国の仲間の農家の商品を置いており、農業者同士のネットワークも構築している。
- 中山間地域において年間16万人の来場者を呼び込んでおり、地域に大きな経済効果をもたらしている。また、NPO法人「ほしはら山のがっこう」では、廃校を利用したふるさと体験スクールを行うことによって地域の活性化にも取り組んでいる。

組織概要

- 所在地 徳島県板野郡松茂町
- 代表者 代表取締役社長 林 香与子
- 事業概要 れんこん等の生産、加工、販売
- 売上高 (2013年5月期) 27億円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年5月期) 65名



ビジネスモデル



マルハ物産の商品「水煮れんこん」



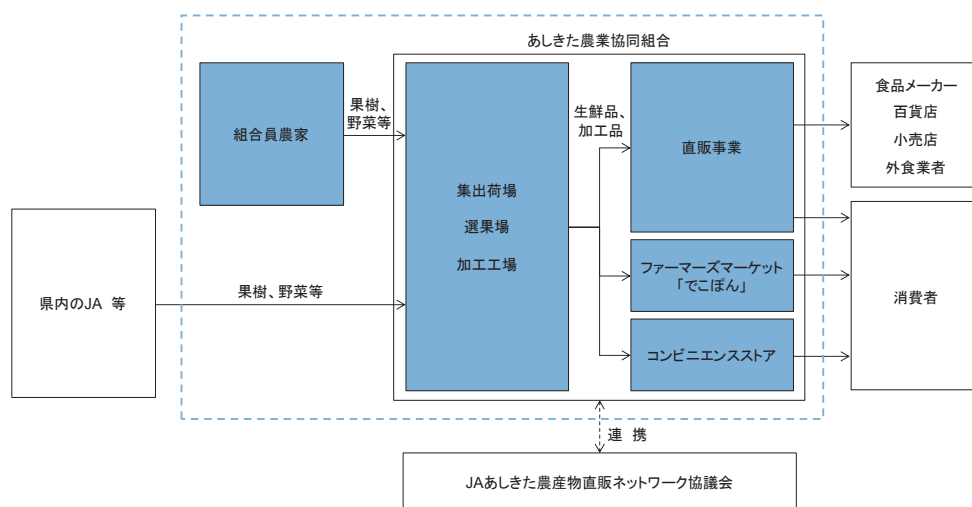
れんこん収穫の様子

取組概要

- 当社は、規格外や端材のれんこんを酢漬け等の加工品とすることから始まり、れんこん加工品の市場を創造・拡大してきた。主原料のれんこんを徳島県内の協力農家から仕入れる等により、大量のれんこんを確保し、れんこん加工品で国内トップシェアを獲得している。
- また、徳島県のれんこん生産の振興及び耕作放棄地の活用を目指して有マルハファームを設立し、現在、約17町の畑でれんこんを栽培している。設立以来、順調に生産量を拡大してきており、現在では徳島県内でNo.1のれんこん生産量になっている。
- 加工に関しては、できるだけ一貫生産体制を採っていきたいと考えているが、当社にはない特殊な加工技術が必要なものや、匂いの問題等から同じ工場内では製造が難しいものに関しては、協力工場に生産を委託している。
- 売上高の90%以上が企業との取引で、食品メーカーや学校給食事業者への直販と問屋経由での販売がある。なお、商品数は約300品目で、ほとんどがプロセス商品(=1次加工品)である。
- 研究開発では、徳島文理大学健康科学研究所にれんこんの機能性に関する研究を依頼し、れんこんに免疫活性作用があることがわかってきている。今後、機能性食品への展開に向けてさらに研究開発を進めていく。

組織概要

- 所在地 熊本県葦北郡芦北町
- 代表者 代表理事組合長 高峰 博美
- 事業概要 地域の特産物を使った加工品の生産・販売、直売所の運営
- 売上高 (2013年3月期) 77億1,198万円 (農協事業全体)
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 359名



ファーマーズマーケット「でこぼん」



ゼリーセット

「飲むサラたまちゃん」

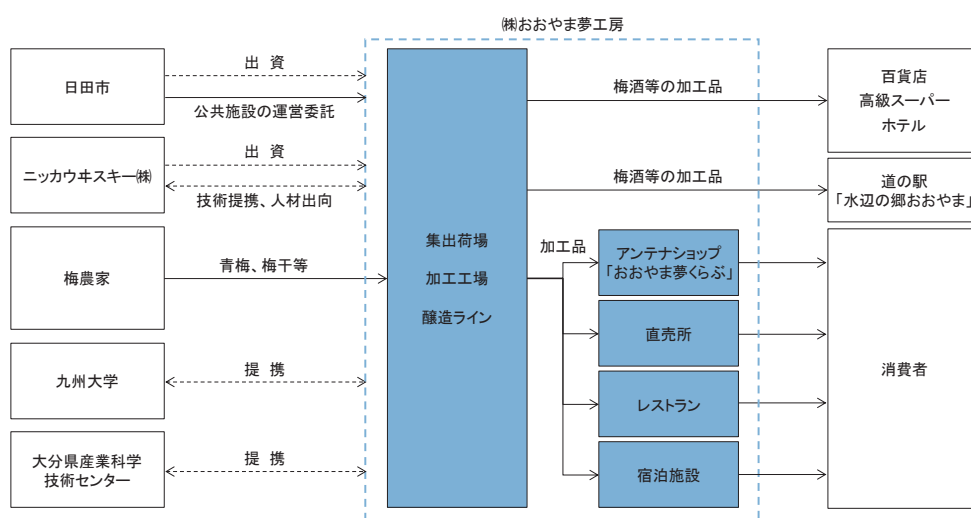
ビジネスモデル

取組概要

- 1950年から2007年までJAマーク商品のめん類を製造・販売してきた実績があり、現在ではデコポンゼリーをはじめ約400アイテムの商品を製造・販売している等、JAの6次産業化という視点では、他のJAに先駆けた取組を行っている。
- 2009年にオープンした直売所のファーマーズマーケット「でこぼん」では、地元の農家400名弱が農産物を出している。青果物、「あしきた牛」、地元の魚介類等の品揃えで、レジ通過人数で1日当たり約1,300人の来客がある。
- 加工事業拡大のために組織した「JAあしきた農産物直販ネットワーク協議会」には、県内外のJA、行政、大学、高校、メーカー、小売店、マスコミ、歌手等、120以上の団体・個人が加盟しており、新商品開発や試作販売等で協力している。また、熊本県内のJAとは原料供給等で連携している。
- ファーマーズマーケット部門(レストラン「ぎゅーぎゅー亭」を含む)に47名、直販部門に23名が所属している。また、別途展開しているコンビニエンスストア(6店舗)に約100名の従業員がおり、地元の雇用を創出している。
- 上記の他、地域への貢献という点では、学校給食への農産品・加工品の提供や、郷土料理学習会等の食育活動を行っている。

組織概要

- 所在地 大分県日田市
- 代表者 代表取締役社長 三苫 善八郎
- 事業概要 果実酒類及びリキュール類の製造販売、料理店の経営、宿泊事業等
- 売上高 (2013年3月期) 6億5,900万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 64名



ビジネスモデル



梅酒の商品ラインナップ



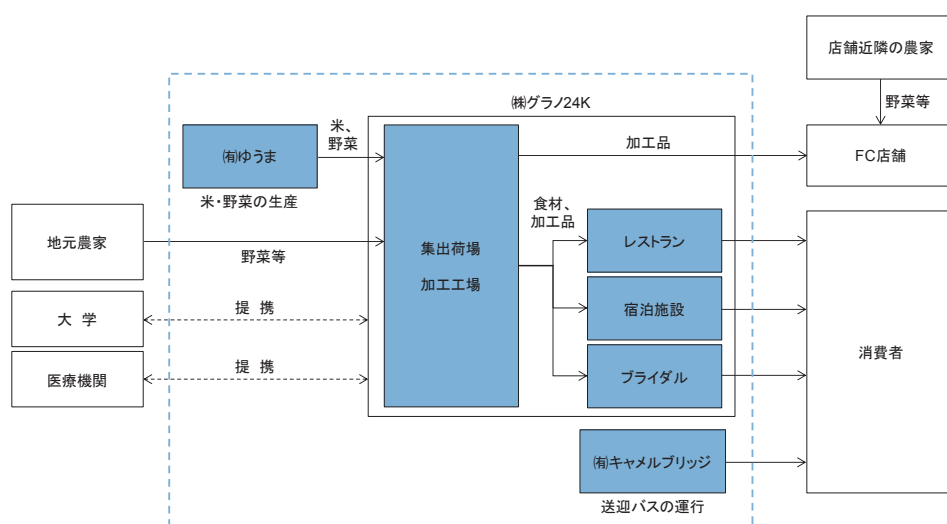
直売所の様子

取組概要

- 6次産業化に取り組んだ背景は、バブル経済の崩壊や農産物の自由化(ウルグアイ・ラウンド)等により、中国や韓国等の農産物が福岡等の市場に溢れ、青果としての梅の値段が安くなってしまったことから、梅栽培をやめる農家が出始めたことである。そこで、梅酒等の付加価値の高い商品を創り、梅農家に対して仕入価格を保証することで農業を継続できるようにしようと考えた。
- また、農業を再生するためには、産業構造そのものを変えていく必要があると考え、産業間の垣根や官民の境界を越えた連携を図るために、第3セクターとして当社が設立された。
- 高級梅酒の開発・製造に当たり、当社への出資企業でもあるニッカウキスキー(株)と技術連携を行っている。また、大分県産業科学技術センターとは、製造技術やデザイン等の共同研究を行っている。更に、地元梅農家でリキュール梅出荷協議会を設立してもらい、高品質の原料の開発等を行っている。
- 上記の他、九州大学とは、農業分野の大学院生を当社の夢社員として委嘱し、研究開発の一部を任せている。
- 発売当時は市場がないと思われていた高級梅酒の市場を創造するため、高級梅酒「ゆめひびき」の知名度を上げようと、ボルドー(フランス)での商品発表と試飲を実施した。このユニークな取組をフジTVが「とくダネ」で放映したことから知名度が上がった。その後、アメリカへも輸出し、世界リキュールコンテスト(BTI)で金賞を受賞したり、ANA国際線ビジネスクラスで「ゆめひびき」が使用されたといった話題から、更に知名度が上がった。
- 中山間地にあって、64名の従業員を雇っている。

組織概要

- 所在地 福岡県遠賀郡岡垣町
- 代表者 代表取締役社長 小役丸 秀一
- 事業概要 和食・洋食料理店経営、FC店への食材供給、宿泊施設経営、小売業、ブライダル事業
- 売上高 (2013年3月期) 28億円 (グループ単純合算)
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 570名



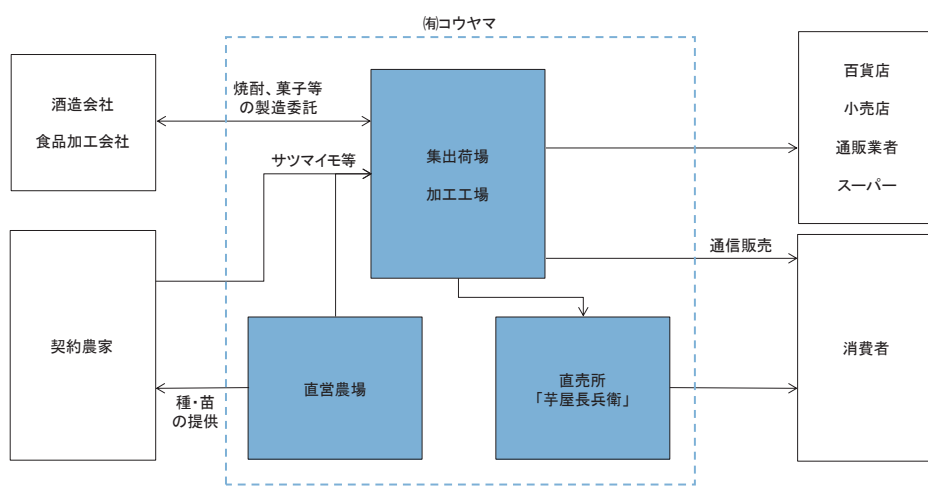
ビジネスモデル

取組概要

- 当社では、「地域の6次産業化」を目指している。3つの産業を地域内で融合させることが地域の活性化につながると考え、3つの産業を結びつける触媒の役割を目指している。
- 本社所在地にある飲食店等の複合施設「ぶどうの樹」では、どこにでもある田舎ではなく、ここにしかない田舎(≡地元のものにこだわる)を提供するとともに、安全・安心に加えて、豊かさの提供にこだわっている。単にお腹が満たされるだけの食事ではなく、食のシーンにおける環境を大事にすることで、ユニークな雰囲気を持つ施設となっている。
- 農産物の仕入れに関しては、地元の農業者約45軒と取引している。品質や安全に問題がなければ「規格外作物」も購入し、カット野菜やドレッシングの材料に使っている。毎朝、集荷車を出して農家を回り、少量の作物でも購入している。
- 飲食店のメニューは、献立ありきではなく材料ありきである。年4回開く新メニュー試食会では、試食会前に調達できる食材のリストが配られ、新メニューを募集する。社員やパートは誰でも応募でき、1回当たり100品前後のメニューが集まる。試食会では関係者100名が点数をつけて上位3分の1を採用する。その結果、定期的に20～30品目の新料理が登場する。無記名で出品するため、料理長が作った料理が落選することもある。
- 研究開発に関しては、大学や医療機関との連携を積極的に行っている。
- 「エイジレス企業」を標榜しており、18歳から75歳の人まで勤務している。

組織概要

- 所在地 熊本県上益城郡益城町
- 代表者 代表取締役社長 香山 勇一
- 事業概要 野菜類の販売、サツマイモの加工・販売
- 売上高 (2013年7月期) 2億9,100万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年7月期) 60名



いきなり団子



芋焼酎



HACCP認定工場

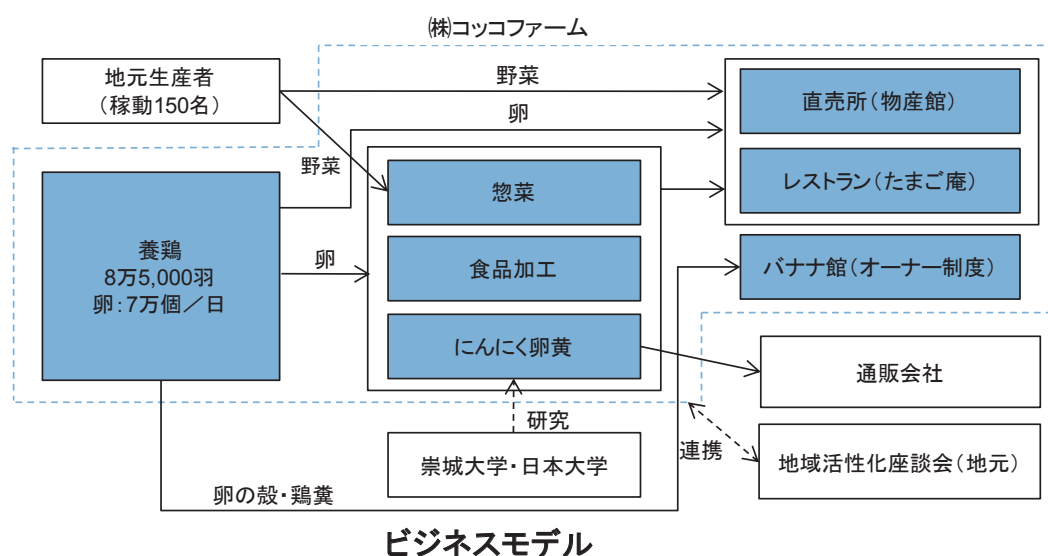
ビジネスモデル

取組概要

- まだ農家自身が直接営業して回ることが珍しかった頃より、自ら食品メーカー等に直販するビジネスモデルを確立した。
- 主原料のサツマイモ等に関しては、自社栽培26haに加えて、約20軒の地元農家との契約栽培40haで栽培し、安定的な調達体制を構築している。また、栽培するサツマイモの種苗については、契約先の農家も含めて、原則として当社が栽培した種苗を使うことにしており、種苗段階から安全・安心な体制を構築している。
- 加工品の製造に当たっては、自社工場での製造に加えて、芋焼酎の製造を地元の蔵元に委託する等、食品加工技術に定評のある先に製造委託することで、加工品の商品ラインナップの拡充を図っている。なお、自社工場は、2011年にHACCP対応菓子製品高度化基準(全国菓子工業組合連合会)の認定工場となっている。
- 当社が事務局を担い、熊本紫さつまいも生産組合、酒造メーカー、製粉メーカー、流通業者、小売業者、熊本県産業技術センターとともに「熊本紫さつまいも需要創造協議会」を設立し、紫さつまいもの利用の活性化に取り組んでいる。
- 地域の食文化を見直し、「素材」、「作り方」、「食するときのコミュニケーションスタイル」も大事にする「急がない食のあり方」を一人でも多くの方に提供していく一環として、地域の子供たちや保護者を対象にサツマイモの「苗植え」から「収穫」の体験サービスを実施している。

組織概要

- 所在地 熊本県菊池市
- 代表者 代表取締役 松岡 義清
- 事業概要 卵、鶏肉の生産・加工・販売、健康関連食品の開発と販売
- 売上高 (2012年12月期) 27億4,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年12月期) 169名



朝取りたまご



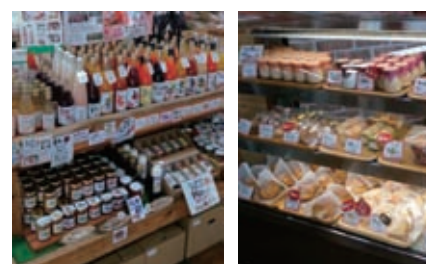
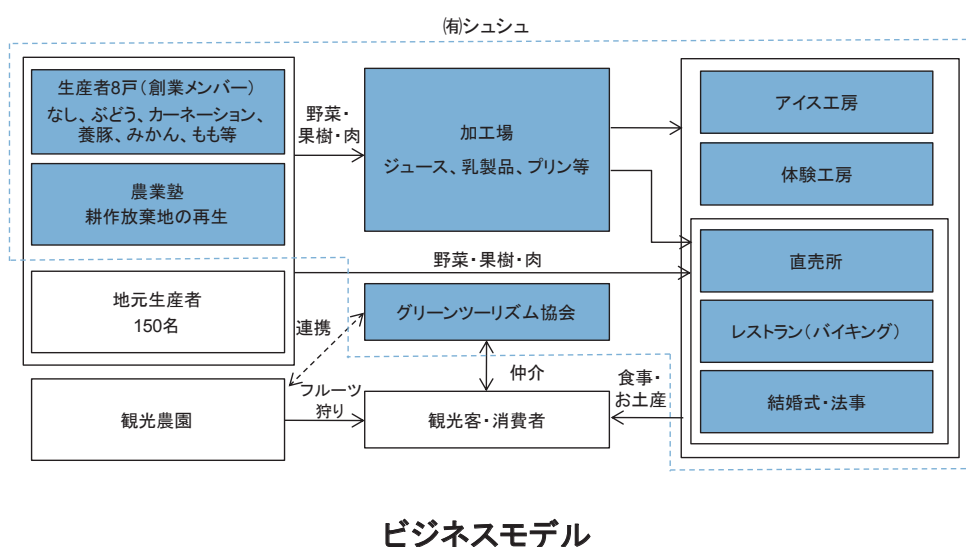
たまご庵のオムライス

取組概要

- 当社が運営する「たまご庵」は従来の道の駅とは異なり、(株)コッコファームが核となり、周囲の農家250戸が連携して野菜を出品している。「たまご庵」は直売所やレストランだけではなく、コミュニティホールやインキュベーションオフィスを併設しており、都市と農村の交流の場にもなっている。現在は年100万人が来場する次世代型の道の駅としての地位を確立している。
- 主力商品である卵を詰め合わせにした「朝取りたまご」を1箱3kg1,200円で販売するという従来にない販売方法によって九州全域から代表者が車で来場し、10箱以上購入し、地元で分けるという「代表買いの大量買い」を定着させ、九州全土においてリピート顧客を増やすことに成功している。
- 来店されるお客様を会員としてメンバーズカードを発行してポイント制を展開している。また、お客様情報をデータベース化し、定期的にDMを送付することで集客力を高めている。
- 健康食品事業に着目して開発した「にんにく卵黄」については、崇城大学、日本大学と連携して研究をしてきた。また、通販会社に販売を委託し、健康食品の通販事業のマーケットを開拓した。また、県外の農家ともネットワークを構築し、商品開発やビジネス化に取り組んでおり、幅広いネットワークを構築しながら事業に取り組んでいる。
- 「たまご庵」をオープンし、物産館、レストラン、バナナ館、加工場を含めて169名の雇用を創出している。また、60歳以上の新入社員を採用し、定年後の新たな生きがいの場所として団塊の世代の働き口を提供している。
- 「たまご庵」は畜産農家である(株)コッコファームが人気商品である卵を提供することで集客力を高め、同時に野菜の購入にも繋がっており、地元生産者の具体的な所得向上店舗として地域活性化に貢献している。

組織概要

- 所在地 長崎県大村市
- 代表者 代表取締役 山口 成美
- 事業概要 農産物(野菜、果樹、畜産)の生産、加工、販売
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 70名



直売所の様子



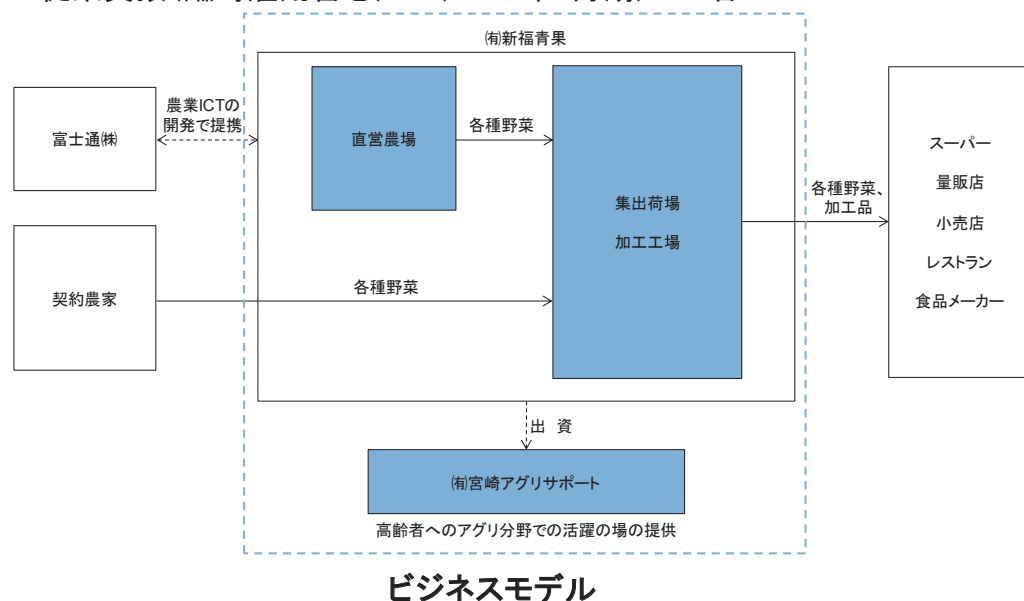
結婚式広場

取組概要

- 長崎県大村市は、なしやぶどうの観光農園が多いが、8～9月が過ぎると観光客が激減してしまっていた。そこで、1年を通して観光客が訪れるようにするために6次産業化に取り組み、2000年に農業交流拠点施設「おおむら夢ファームシュシュ」をオープンした。
- 地元の農家150名から野菜を仕入れており、規格外品を市場価格よりも高い値段で買い取ることで、地元農業者の所得向上を実現している。また、1年を通して観光客が訪れる仕組みを作ることにより、加工場、レストラン、また直売所に出品する農家の主婦の仕事を生み出している。
- 同社はグリーンツーリズム協会の事務局であり、観光シーズンは問合せがあった消費者に20ヶ所の観光農園の案内をしている。そして食事・土産物については、「おおむら夢ファームシュシュ」に会場してもらうことで相乗効果を高めている。
- 農産物を加工して直売所・レストランで提供する従来の6次産業化にこだわらず、グリーンツーリズムや結婚式・法事、体験工房、農業塾、食育等、地域にある資源と農業を結びつけてビジネス化している。
- 農業塾や食育を通して、耕作放棄地を開墾し、地域農業の活性化に取り組んでいる。また、農業塾で栽培した農作物や地元の小学生と栽培した農作物を商品化することで、住民と農業を身近なものにしている。
- 地元の若者のために婚活イベントを開催し、出会いの場を作り、交流を深めることで地域の若手農家の後継者の対策と大村市の過疎化対策にもなっている。

組織概要

- 所在地 宮崎県都城市
- 代表者 取締役社長 新福 秀秋
- 事業概要 各種野菜の生産及び集荷卸、各種野菜の加工
- 売上高 (2013年4月期) 12億3,400万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年4月期) 68名



さといも



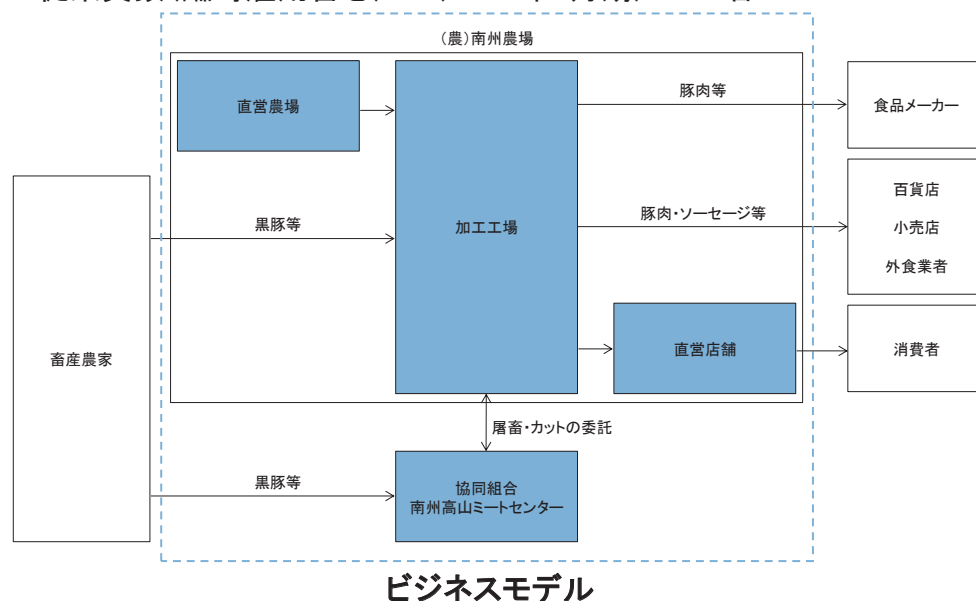
きんぴらごぼう

取組概要

- 業界に先駆けて、25年前に商品に顔写真と住所と電話番号を付けて販売する方式を開始した。里芋、ごぼうといった根野菜を中心に多種類の野菜を無農薬や減農薬で生産・販売するとともに、規格外や傷のある野菜をカットやペーストにして販売している。
- 現在、契約農家は470戸にのぼり、安定的な調達体制を構築している。
- 17年前から生産の工程管理を行っており、2007年にグローバルGAPを取得している。
- ICTの活用は1995年に開始した。当初は作業日報と圃場管理で、2001年から2003年にかけて大日本印刷(株)のトレーサビリティ・システムを導入した。その後、富士通(株)からの出資を受け入れるとともに、富士通(株)の農業ICTの開発に協力することになった。現在、富士通(株)の農業ICTは直営農場と契約農場の一部で利用している。
- 14年前から全国各地の就農希望者を受け入れている。2～7年ほど当社で研修して就農地に移動する。このような活動を通じて農業者の横のつながりを作っている。
- 10年前に、55歳以上の地域住民にアグリ分野で活躍してもらうためのサポートをする(有)宮崎アグリサポートを設立した。高齢者の生き甲斐づくり、地域貢献の場づくりとなるだけでなく、高齢者に若手の指導をしてもらうことで、技術の伝承の場づくりにもなっている。
- 身体障害者も120～130名雇い、袋詰め等の作業をはじめとして、雇用の場を提供している。

組織概要

- 所在地 鹿児島県肝属郡南大隅町
- 代表者 理事長 本田 信一
- 事業概要 豚中心の畜産業
- 売上高 (2013年6月期) 47億6,000万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年6月期) 270名



佐多農場の全景



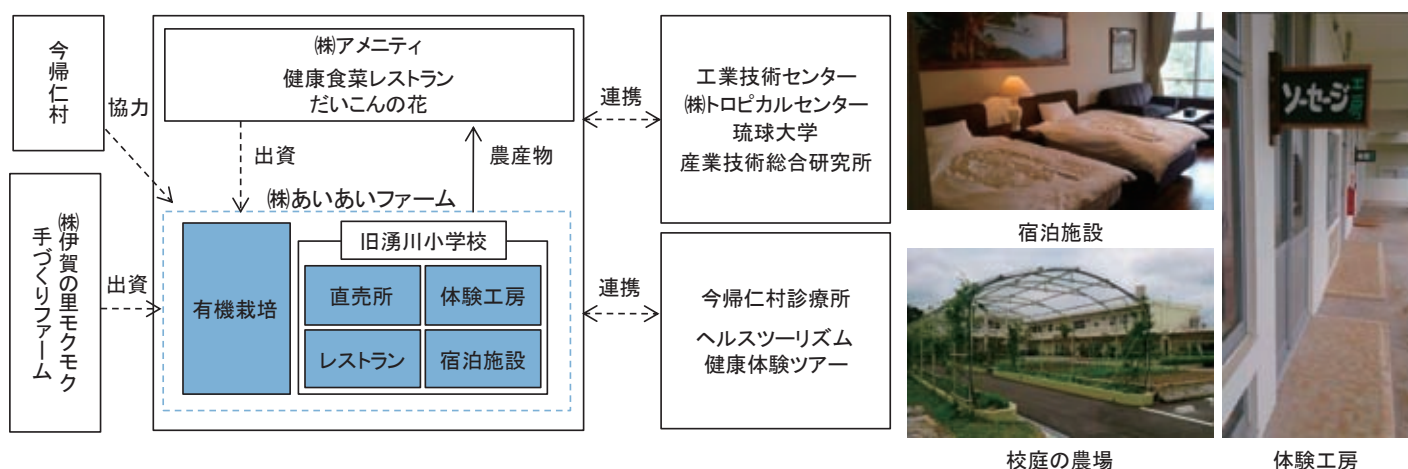
カット作業の様子

取組概要

- 鹿児島県を代表する養豚業者の1つで、4,600頭の母豚を含む55,000頭を常時飼養している。当社では、設立当初から加工事業への展開を考えており、1982年に加工工場を建設した。また、近年は、2011年3月に博多阪急地下1階に鹿児島黒豚のハム・ソーセージ専門店「南州マイスターヴェルク」を出店、2012年4月に鹿児島中央駅前の「かごつまふるさと屋台村」内に黒豚料理専門店「南州農場」を出店等、3次産業にも取り組んでいる。
- グループ直営農場からの出荷96,000頭のほかに、黒豚に関しては、12戸の養豚農家から年間6,000頭の仕入れを行っている。一方、白豚に関しては養豚農家からの仕入れは無いが、年間4,000頭の委託屠畜を行っている。
- トレーサビリティの一環で、大日本印刷(株)、住友商事(株)とともに3～4年かけて豚生産履歴固体管理システムを開発し、2004年に導入している。また、屠畜ラインでは、2004年10月に日本で初めてHACCP取得、また、屠畜場については2007年1月に全国2番目のISO22000を取得する等、全国に先駆けた取組をしている。
- 商品開発に当たっては、鹿児島大学との産学連携で技術開発を行っている。
- 協同組合南州高山ミートセンター、臨時雇用も含めて270名の従業員を雇っている。
- 地域への貢献という点では、地元の学校の給食への食材提供や花壇への堆肥提供を行っており、毎年、子供たちからお礼の手紙をもらっている。

組織概要

- 所在地 沖縄県国頭郡今帰仁村
- 代表者 代表取締役社長 伊志嶺 勲
- 事業概要 農産物の生産・加工・販売
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年7月期) 20名



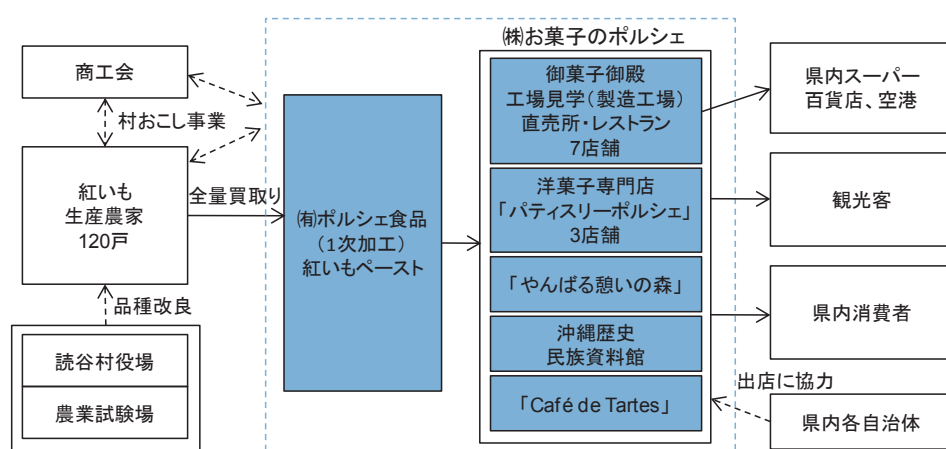
ビジネスモデル

取組概要

- 当社は2009年に沖縄県で外食産業を展開している(株)アミニティが農業へ参入し、三重県の(株)伊賀の里モクモクづくりファームから出資を受けて設立された。
- 廃校になった湧川小学校の再利用の公募が行われ、今帰仁村の地域貢献を掲げて当社が受託し、農園から加工場、直売所、セミナールーム、レストラン、宿泊施設を一体化したテーマパーク事業に取り組んでいる。また、体験学習プログラムを作り、ものづくり体験や体験学習を絡めたツーリズムを取り入れることで施設の集客を図っている。
- 沖縄県工業技術センターや琉球大学、産業技術総合研究所、(株)トロピカルセンターと産官学連携をして、新規製法による「植物発酵エキス」を開発するとともに、「沖縄の島野菜や果物と黒麹を用いた多機能植物発酵エキス」の商品開発に取り組んでいる。
- 医療と農業を結びつけた「健康カフェ」を病院内で運営し、予防医学に取り組んでいる。また、今帰仁村の診療所と連携をして、元気なままの高齢者を増やしていく予防医学と6次産業化を結びつけた「ヘルスツーリズム」にも取り組んでいる。
- 過疎化と少子高齢化が進んでいる今帰仁村において20名を越える雇用を創出している。また、地域の耕作放棄地を再生して有機農産物を栽培することで地域の活性化に貢献している。

組織概要

- 所在地 沖縄県中頭郡読谷村
- 代表者 代表取締役 澤岬 カズ子
- 事業概要 紅いものの加工、販売
- 売上高 (2007年6月期) 30億7,173万円 → (2013年6月期) 49億1,091万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年6月期) 545名



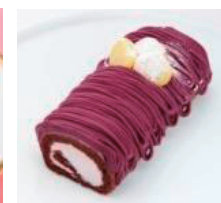
ビジネスモデル



「御菓子御殿」の店舗



元祖紅いもタルト



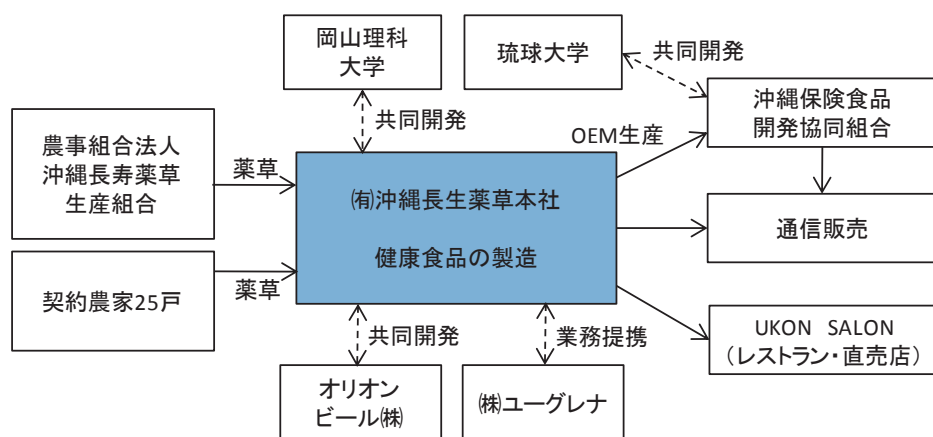
紅いもロールケーキ

取組概要

- 沖縄が本土復帰した頃、沖縄県のお菓子の7～8割が県外から仕入れられており、沖縄産のお菓子としてアメリカ仕込みのドーナッツやアップルパイ、チョコレートケーキの3品からなるお菓子屋をスタートしたことが当社の起源である。
- 1986年に商工会からの依頼でむらおこし事業に参加し、村の特産品である紅いもを使用した「紅いもタルト」を商品化した。「紅いもタルト」を開発した当時、紅いもを使ったお菓子は全国でも初めてであった。現在では類似商品が数多く出回ってしまっているが、当社独自の製法によって「新鮮」で「保存料・着色料不使用」に拘わったビジネスモデルを展開している。
- 120戸の農家と契約をし、紅いもを調達している。また、一律150円/kgで買い取っており、さとうきびを生産するよりも高い所得を農家にもたらしめている。紅いもについては、読谷村役場や農業試験場とともに協力をして紅いもの品種改良に取り組んでいる。
- 地域の特産品を使用したお菓子として、観光客向けの沖縄のお土産の代名詞になっており、お土産マーケットの先駆的な存在となっている。県内に展開している「御菓子御殿」の各店舗には観光客が団体で訪れてお土産を購入している。
- 正社員176名、パート369名の雇用を創出しており、沖縄県内に店舗を増やすごとに新たな雇用を生み出し続けている。また、沖縄県内の各地に様々な形態で出店しており、店舗を出す際には各自治体から協力を得ている。
- 農業生産法人を立ち上げて、紅いもを生産してはどうかという話がよくある。しかし、当社はあくまで付加価値の高いお菓子作りに専念し、農家が安心して生産に専念でき、かつ所得の向上に繋がる環境をつくることで、沖縄の農業に貢献している。

組織概要

- 所在地 沖縄県南城市
- 代表者 代表取締役 下地 清吉
- 事業概要 薬草の生産、加工、販売
- 売上高 (2013年3月期) 4億2,618万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 35名



ビジネスモデル



本社前の薬草園



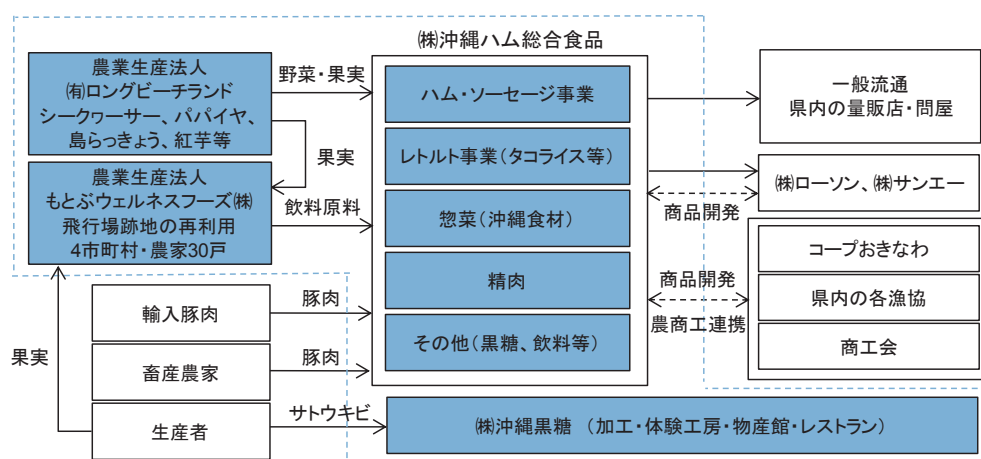
健康茶「福寿来A」 「沖縄皇金カプセル」

取組概要

- 誰も注目していない頃から薬草に着目し、業界で初めて1980年に薬草16種ブレンド茶「健命一番茶」を発売し、ブレンド茶ブームの引き金となった。1986年には業界で初めて「春ウコン粒」を発売した。また、沖縄県内で初めて打錠製造技術を確認し、電磁波による殺菌機を導入する等、先駆的な取組をしている。
- 日本におけるブレンド茶・薬草・サプリメントのパイオニア的な存在であり、中国の福建省に「福州沖縄長生薬草公司」を設立し、海外に進出している。
- 南城市と宮古島において約2万坪の農地で、薬草を有機・完全無農薬で自社栽培するとともに、地元生産者25戸と契約を結び、薬草を調達している。また、耕作放棄地を借り受ける等、地域の農地の保全にも取り組んでいる。
- 地元企業のオリオンビール(株)と商品を開発し、また(株)ユーグレナとも健康食品の商品開発で業務提携をする等、2次、3次事業者と連携をしており、琉球大学医学部や岡山理科大学等の研究機関と共同研究をして商品開発を行っている。また、南城市と連携をしてハーブによる地域活性化を目指して取り組んでいる。
- 本社にあるレストラン「UKON SALON」において無農薬・有機栽培で育った野菜やハーブを中心に自然派バイキングを展開したり、薬草、ハーブ、サプリメントのPRに努めている。
- 海外展開を見据え、中国人スタッフも含めて35名を雇用している。

組織概要

- 所在地 沖縄県中頭郡読谷村
- 代表者 代表取締役社長 長濱 徳勝
- 事業概要 野菜、食肉加工・惣菜・レトルト・乾燥食品・飲料の製造、販売
- 売上高 (2013年1月期) 64億543万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年1月期) 481名



本社施設



連携して開発した商品

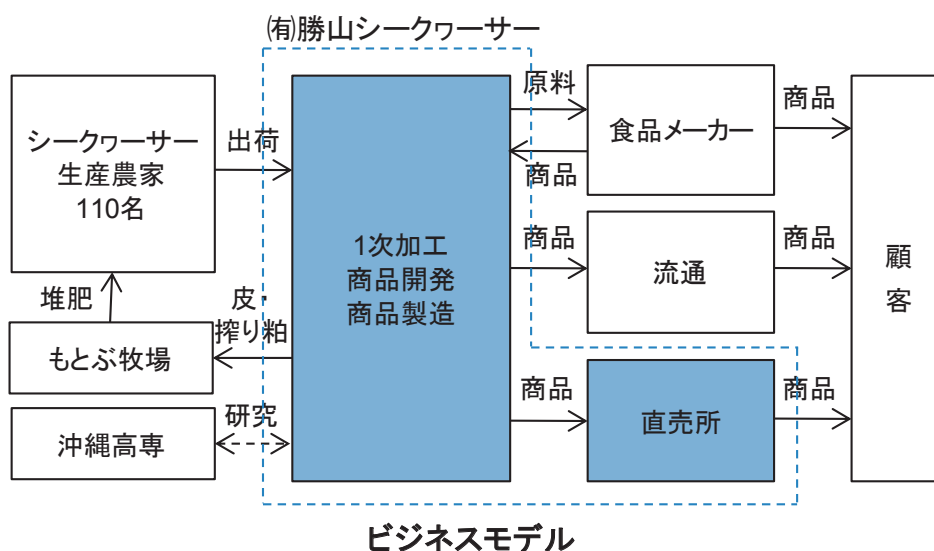
ビジネスモデル

取組概要

- 1977年に設立。ハム・ベーコン・ソーセージ等の食肉加工品製造販売から、調理惣菜やレトルトパウチ食品の総合的な加工食品の製造メーカーとして展開している。ハム・ソーセージの事業環境が厳しくなる中で、レトルト・惣菜事業に力を入れ、地元特産品の商品開発に取り組んでおり、沖縄県内の養豚農家から豚肉原料を仕入れて加工・商品化している。
- 創業者の長濱徳松氏は戦後、自ら農業に取り組みつつ、米が中心だった1955年までは精米・製粉業を、さとうきびに生産が移行した後は製糖工場を建設し、養豚業へ進出した後は生産者組合や食肉センターを設立する等、常に加工(2次)、販売(3次)の事業に取り組み、沖縄県の産業振興の先頭を走ってきた。
- 商品開発においては、(株)サンエー及び(株)ローソンと連携し、沖縄県内のローソンセレクトの商品を開発している。また、JAおきなわやコープおきなわ、各漁協、自治体、商工会と沖縄の特産品を活かした「もずく丼」や「タコライス」等、現在10種類の商品を開発・販売し、沖縄県の食材を全国に広めている。
- 北部4市町村、地元農家30戸と協力して「農業生産法人もとぶウェルネスフーズ(株)」を立ち上げ、シークワサー、パパイヤ等の特産品を栽培し、琉球大学や沖縄高専とも連携をして機能性を活かした飲料を製造する計画をしている。
- 沖縄県において当社単体では481名、グループ企業を入れると600名以上にも及ぶ雇用を創出して地域経済に貢献している。また、「地域の活性化なくして将来はない」という基本理念の下で、生産者を巻き込んで商品開発を行い、地域農業の振興に取り組んでいる。

組織概要

- 所在地 沖縄県名護市勝山
- 代表者 代表取締役 山川 良勝
- 事業概要 シークワサーの生産、加工、販売
- 売上高 (2013年7月期) 1億8,179万円
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年7月期) 18名



シークワサー



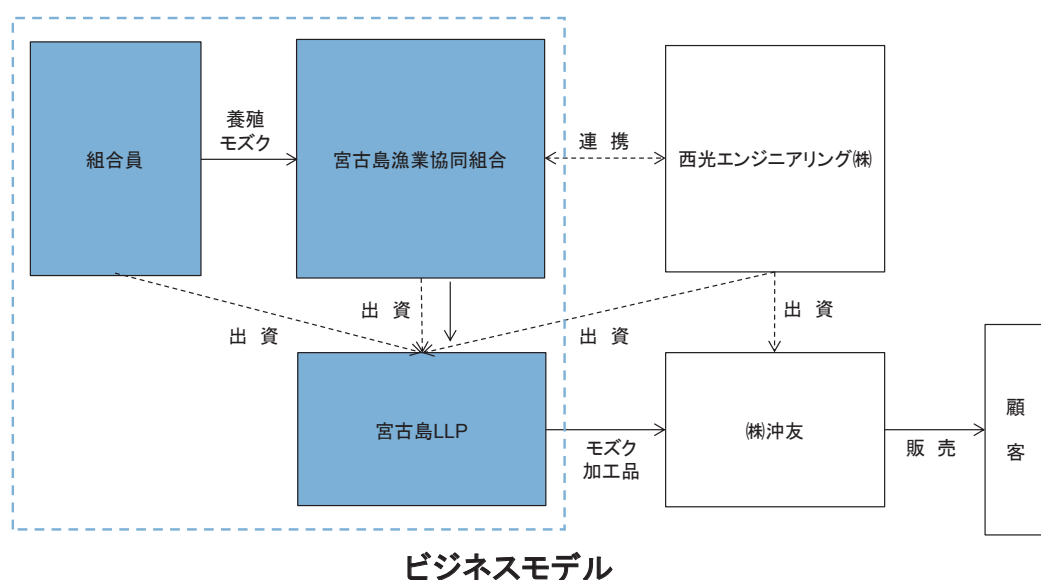
シークワサーから搾った飲料

取組概要

- 当社は4名の農家でスタートし、今では110名の農家が生産したシークワサーを仕入れて加工・販売を行っている。シークワサーの機能性に目をつけ、搾り汁を飲料や調味料向けの商品として開発し、ITQI(国際味覚審査機構)やモンドセレクションで賞を獲ることによってブランド化している。
- 2000年頃に、テレビ番組でシークワサーが取り上げられたことによって、シークワサーブームが起こった。シークワサーの値段が急騰していく中で粗悪品が横行していき、沖縄のシークワサー全体の評判が悪くなった。しかし、当社は地元で自生している本物のシークワサーにこだわり続けて栽培・商品開発を実践してきた。
- ブーム時には450円/kgまで高騰したが、ブームが去った後40～50円/kgまで下がってしまった加工用のシークワサーを200円/kgで買い取ることで、農家に安定的な収入をもたらしており、農家の後継者も地元に戻ってくるようになった。
- 自社にはない加工技術を要する商品については、地元の菓子メーカーや大手企業と連携してシークワサーを活用したお菓子やお酒を開発、製造を委託することで身の丈に合った経営を行っている。
- 地元の生産者とも連携しており、もとぶ牧場にシークワサーの搾り粕を持っていき、牛糞に混ぜ堆肥にして生産農家に配ったり、皮を乾燥させて牛の飼料にする等の耕畜連携にも取り組んでいる。また、シークワサーの機能性に着目し、種子から化粧品を開発するために地元の沖縄高専と研究を行っている。
- 50世帯しかない勝山地区において、18名の雇用を創出しており、地域にとって大きな経済効果を生み出している。

組織概要

- 所在地 沖縄県宮古島市
- 代表者 代表理事 栗國 雅博
- 事業概要 鮮魚・魚加工品等の販売事業、モズクの受託販売事業、クルマエビの養殖事業等
- 売上高 (2013年3月期) 1億9,425万円 (漁協事業全体)
- 従業員数(臨時雇用含む) (2013年3月期) 14名



生モズクサラダ



宮古島漁協の外観

取組概要

- 1970年に平良市漁協として発足した漁業協同組合で、2005年の市町村合併で宮古島市になったのを機に組合名を現組合名に変更した。
- 一般的な漁協と違い、①自営でクルマエビの養殖事業を展開、②直営店を経営、③モズクの加工・販売事業に関して連携を行うといった6次産業化に積極的に取り組んでいる。
- 従来塩漬けで売られているのが一般的であったモズクを生そのまま販売するために、塩蔵しない生の宮古島モズク(オキナワモズク)を使った新商品を開発した。当該新商品の開発に当たり、海藻類の洗浄機メーカーである西光エンジニアリング(株)との連携を行った。
- また、モズクの加工製造を行うために、漁業者、宮古島漁協、西光エンジニアリング(株)、島内の加工業者の計7名の出資により、2010年10月に宮古島有限責任事業組合(宮古島LLP)を設立した。
- 宮古島LLPでは、常勤の従業員2名とパート1～5名で工場を稼働させている。
- 販売に関しては、西光エンジニアリング(株)が1998年に宮古島の特産物を販売するために設立した(株)沖友が担っている。

NOMURA

NAPA
NOMURA Agri Planning & Advisory

**農林水産省 平成25年度 6次産業化推進支援事業
6次産業化ネットワーク活動全国推進事業
「6次産業化優良事例66選」**

平成26年3月発行

発 行 者

野村アグリプランニング&アドバイザリー株式会社

〒100-8170 東京都千代田区大手町2-1-1 大手町野村ビル22階
TEL. 03-3281-0780 FAX. 03-3281-0789

本パンフレットの無断転載・複写を禁じます。

Copyright©2014 by Nomura Agri Planning & Advisory Co.,LTD. All rights reserved.