

平成 22 年度農林水産省補助事業
農商工等連携中央支援事業

平成 22 年度
農商工等連携促進対策事業
報告書

平成 23 年 3 月

財団法人 食品産業センター

はじめに

近年、わが国の農林水産業の衰退が危惧されているが、農林水産省では、農林水産業者と中小企業者との連携や、農山漁村の6次産業化を促進するための様々な施策を打ち出してきている。

こうした状況を背景に、(財)食品産業センターでは、農商工連携及び農林漁業者の6次産業化の促進を目的とした「農商工等連携促進対策事業」を農林水産省の補助事業として実施した。事業は、①東京理科大学専門職大学院教授片岡寛氏を委員長とする事業全体の進め方を検討する「事業検討委員会」、②全国を8地区（農政局および北海道農政事務所の管轄地区）に分け、各地区の農商工連携及び農林漁業者の6次産業化の先進事例調査、および③先進事例調査の結果の発表、関係事業者と有識者によるパネルディスカッション、参加者同士の交流の場の農商工等連携交流会等を実施する研修会を全国8ヶ所で開催する事業を展開した。

本報告書は、これらの事業内容を取りまとめたものである。

本事業の実施及び本報告書の作成にあたり、ご尽力頂いた委員及び関係機関の方々に、厚く御礼申し上げる次第である。

平成23年3月

財団法人 食品産業センター

目 次

はじめに

事業の概要

1. 事業の目的	5
2. 事業の内容	5
3. 検討委員会	6
4. 農商工等連携研修会開催	6
5. 農商工等連携促進対策事業実施日程	7

本論

I. 事業検討委員会

1. 第1回検討委員会	9
2. 第2回検討委員会	10
3. 第3回検討委員会	11

II. 農商工等連携事例調査報告

1. 調査結果概要	13
2. 北海道地区	30
3. 東北地区	40
4. 関東・甲信地区	52
5. 北陸地区	63
6. 東海地区	73
7. 近畿地区	83
8. 中国・四国地区	97
9. 九州地区	108

III. 農商工等連携研修会

1. 開催概要	119
2. 各会場プログラム	120
3. 基調講演要旨「農商工連携の基本」	128

東京理科大学専門職大学院 教授 片岡 寛 氏

食と農研究所 代表 加藤 寛昭 氏

4. 「農山漁村の6次産業化の推進について」	132
------------------------	-----

農林水産省顧問（前農林水産事務次官） 井出 道雄 氏

総合食料局食品産業企画課

5. パネルディスカッション	140
(1) 札幌会場	140
(2) 仙台会場	140
(3) 東京会場	141
(4) 金沢会場	142
(5) 名古屋会場	143
(6) 京都会場	144
(7) 岡山会場	146
(8) 熊本会場	148
6. 農商工等連携交流会	150
7. 研修会参加者アンケート集計	152
IV. 農商工等連携促進対策事業の総括	179

事業の概要

1. 事業の目的

農山漁村は、長年にわたって我が国の豊かな風土と勤勉な国民性を育み、就業の機会を提供し、多様な文化を創造してきた。また、農林漁業の持続的かつ健全な発展は、その有する農林水産物等の安定的な供給の機能及び国土の保全等の多面にわたる機能が發揮されることにより、農山漁村の活力の維持向上に寄与するとともに、国民経済の健全な発展と国民生活の安定向上に貢献するものである。

しかるに、我が国の農林漁業及び農山漁村は内外の様々な問題に直面しており、農林水産物価格の低迷等による所得の減少、高齢化や過疎化の進展等により、農山漁村の活力は著しく低下している。

このような背景の下に、農林漁業と食品製造業、流通業の連携、一次産業としての農林漁業と、二次産業としての製造業、三次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す六次産業化の取組は、農林漁業者の所得の確保を通じて農林漁業の持続的かつ健全な発展を可能とともに、農山漁村の活力の再生、消費者の利益の増進、食料自給率の向上等に重要な役割を担うものである。これらの取組は、また、農山漁村に豊富に存在する土地、水その他の資源の有効な活用、地域における食品循環資源の再生利用、農林水産物の生産地と消費地との距離の縮減等を通じ、環境への負荷の低減に寄与することが大いに期待されるものである。

ここに、このような視点に立ち、地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等に関する農山漁村における農商工連携や6次産業化を促進することを目的とした。

2. 事業の内容

事業は、農林水産省の補助の下、第一に、事業全体の進捗を検討する「農商工等連携促進対策事業検討委員会」(委員長；東京理科大学 専門職大学院 片岡 寛 教授)を組織し、農商工連携及び6次産業化先進事例調査の事例の決定及び中間報告に対する助言、農商工等連携研修会の内容の検討、最終報告書の内容の検討を行うとともに、事業全体の進捗、効果を検討した。

次いで全国を8地域に分け、各地域の優秀な農商工連携および6次産業化の先進事例を農商工連携の専門家によって調査し、後述の「農商工等連携研修会」の場において、各地域の農林漁業はじめ、食品製造業や、流通業者など、農商工連携や6次産業化の関係者に対し、調査結果を示すことによって、農商工連携や6次産業化を進めていくためのヒントや、指針を示す「農商工等連携先進事例調査」を実施した。

そして、最後に、本事業の最終目的である「農商工等連携研修会」において、農林漁業者を始め関係者に対し、農商工等連携事業および6次産業化事業を進めるにあたってのヒント、機会、指針等を示すとともに、参加者同士の交流の場を設け、農商工連携や6次産業化のきっ

かけを作ることを事業の内容とした。

3. 農商工等連携促進対策検討委員会

(1) 委員

検討委員会は以下の委員によって組織された。

平成22年度農商工等連携促進対策事業委員会委員

委員長	東京理科大学専門職大学院	教授	片岡 寛
副委員長	(連携専門家) 食と農研究所	代表	加藤 寛昭
農側委員	社団法人 J C 総研	常務理事	稻垣 伸司*
商側委員	日本スーパー・マーケット協会	専務理事	大塚 明
工側委員	株式会社ニチレイフーズ	執行役員生産推進部長	
			柴田 徹
東北担当調査委員	株式会社プロジェクト地域活性	代表取締役社長	望月 孝
関東・甲信越担当調査委員	クリアリンクコンサルティング	代表	臼井 真美
東海・北陸担当調査委員	ダイスピュー有限会社	代表取締役	大槻 恭久
近畿担当調査委員	有限会社未来教育設計	代表取締役	吉住 裕子
中国四国・九州担当調査委員	NPO 法人やまぐち食農連携推進研究会	専務理事	高崎 博司

* 第2回委員会から、社団法人 JA総合研究所 常務理事 真島 誠輝 氏から、社団法人 J C 総研 常務理事 稲垣 伸司 氏に交代。

(2) 委員会開催日程

- 1) 第1回検討委員会 平成22年8月4日(水)
- 2) 第2回検討委員会 平成22年10月26日(火)
- 3) 第3回検討委員会 平成23年3月4日(金)

4. 農商工等連携研修会開催

開催都市	研修会開催日	開催場所
札幌	2010/11/26(金)	北海道立道民活動センター 710会議室
仙台	2011/1/14(金)	仙台青葉カルチャーセンター403会議室
東京	2011/2/10(木)	北とぴあ 第2研修室
金沢	2011/2/25(金)	金沢流通会館 4階研修室
名古屋	2011/2/17(木)	愛知県労働産業センター ウインクあいち 1203会議室
京都	2010/11/19(金)	(財)京都教育文化センター 103号室
岡山	2010/11/1(月)	岡山国際交流センター 国際会議場
熊本	2011/1/17(月)	くまもと県民交流館パレア会議室1

5. 事業実施日程

主な事業内容	4～6月	7～9月	10～12月	1～3月	4月～
検討委員会開催		第1回 △		第2回 △	第3回 △
先進事例調査		調査担当 ・決定 △	調査実施	中間 報告 △	報告書 提出 △ 発表
農商工等連携研修会開催		研修会内 容検討	研修会開催 地・日程決 定、調整	研修会開催	
報告書作成					報告書作成 HP掲載

本論

I. 農商工等連携促進対策事業検討委員会

1. 第1回検討委員会

第1回検討委員会は、平成22年8月4日（水）（財）食品産業センター会議室で、全委員10名、農林水産省職員3名、（財）食品産業センター職員4名の計17名の出席とFACOBANKの担当者3名がオブザーバーとして参加し、以下の議事について検討した。

議事

① 委員の紹介

事務局より、委員長はじめ10名の委員の紹介があり、以下の件について説明があり、了承された。委員長については、昨年度までの「食農連携事例等情報活用支援事業」から引き続きの委員長を、“連携の専門家”加藤委員に副委員長をお願いした。また、農商工連携ということで、農の代表としてJA総研の眞島委員、商の代表として日本スーパー・マーケット協会の大塚委員および工の代表として株式会社ニチレイフーズの柴田委員に専門委員をお願いしたこと、及び、FACOBANK登録の“食農連携コーディネーター”5名の方に調査委員をお願いした。

② 本事業の概要説明

事務局より、資料2；平成22年度農山漁村6次産業化対策事業概要（事業実施要領抜粋）によって、本事業の位置づけ、概要を説明し、了承された。

③ 平成22年度農商工等連携促進対策事業計画

事務局より、資料3；H22農商工等連携促進対策事業実施計画に基づき、本年度の事業計画が説明され、了承された。

④ 平成22年度農商工等連携先進事例調査担当者の決定

事務局より、調査は、全国を8地区に分け、各地区の担当について、資料1；平成22年度農商工等連携促進対策検討委員会名簿に基づき、北海道を事務局、東北地区を望月委員、関東地区を臼井委員、北陸と東海地区を大槻委員、近畿地区を吉住委員、中国・四国と九州地区を高崎委員に担当してもらいたい旨説明があり、了承された。

⑤ 平成22年度農商工等連携先進事例調査対象事業の決定

事務局より、資料4；平成22年度農商工等連携先進事例調査候補リストによって、農商工等連携先進事例13件、6次産業化先進事例8件が示されたが、東北地区については、望月委員から、農商工連携として推薦のあった6次産業化事例の中から農商工連携、6次産業化とも各1件が選択された。また、東海の6次産業化事例と中・四国の農商工等連携の事例が入れ替えの意見が出、最終的には農林水産省との調整後事例を決定することで了承された。

⑥ 先進事例調査内容の検討、事例調査作業依頼、調査費用の説明

事務局より、資料5；事例調査票、資料6；先進事例調査依頼方法、（財）食品産業センタ

一旅費、謝金規程（抜粋）によって、調査の方法について説明があった。

⑦ 平成22年度農商工等連携研修会について（日程、場所、プログラム、その他）

a.研修会概要

研修会の内容として、開催場所の管轄農政局、農政事務所に開催の後援を申請し、冒頭に挨拶を願い、引き続き、農林水産省の「6次産業化事業解説」とした6次産業化事業の説明、次いで、「農商工連携専門家の基調講演」、「先進事例調査結果の発表」、「パネルディスカッション」、「農商工等連携交流会」という形にすることで了承された。

また、研修会には、農家の参加が必須と思われる所以、研修会が、農家を対象としているということがわかるようなキーワードをタイトルとすべきとの意見があり、多くの意見が出されたが、委員長、副委員長、事務局で後日検討することとなった。

b.基調講演

基調講演は、委員長と副委員長が4ヶ所ずつ担当してもらうことになった。内容については、委員長、副委員長、事務局で後日検討することとなった。

c.事例調査発表

事例調査の発表は、1事例20分、計40分で2事例を発表することとなった。

d.討論会（コーディネーター、パネラー、参加者）

パネルディスカッションは、資料7；平成22年度農商工等連携研修会開催要領に基づき、事務局から説明があり、その内容について、多くの質問、意見が出された。

コーディネーターは、基調講演者にお願いし、パネラーは、農林水産省の解説者、事例発表者、発表事例関係者で構成するが、特に、発表事例関係者については、事業展開の苦労話などを聞きたいため、1事例1名とせず、来てもらえるのであれば、複数の関係者の出席を認めることになった。

⑧ 交流会の検討

事務局の案に対して基本的には了承された。

⑨ その他（平成21年度食農連携事例等情報活用支援事業の報告）

参考資料；「平成21年度食農連携事例等情報活用支援事業報告書」および「食農連携率調査報告書」によって、平成21年度の事業概要が報告された。

⑩ 次回日程調整、その他

次回日程については、10月26日を予定した。

2. 第2回検討委員会

第2回検討委員会は、平成22年10月26日（火）に（財）食品産業センターアイミング室で開催された。議事は、以下の通りであった。

議事

① 事例調査中間報告

事例調査に関して、最初に事務局から、資料1；事例調査票、資料2；農商工等連携／6次産業化事例一覧によって、事例調査の概要が報告された。

次いで、先進事例の調査結果について、中間報告として各調査委員から、資料3；平成22年度農商工等連携促進対策事例調査中間報告書に基づいて報告があった。ただし、臼井委員については、急病により欠席となったため、事務局が中間報告書を代読した。

② 調査に対する内容検討

農商工連携と6次産業化の解釈についての討論がなされ、農商工連携は、6次産業化の一部であるが、農というものが原点にあるとの共通認識を得た。

③ 研修会の開催場所、日程、内容、開催要領の決定、出席者の確認

資料4；農商工等連携研修会開催概要を基に、農商工等連携研修会の開催概要についての説明があり、委員長から研修会後の交流会について、できるだけ、意見交換ができるような場にしてほしいとの要請と、調査委員に対し、各研修会の様子を最終委員会までにまとめておいていただきたいという要請があった。

④ その他

次回委員会日程について、事務局案として、3月4日（金）を提案、第1候補として了承された。

3. 第3回検討委員会

第3回検討委員会は、平成23年3月4日（火）に（財）食品産業センター会議室で開催された。議事は、以下の通りであった。

冒頭、農林水産省の小山課長補佐から、挨拶として、6次産業化事業の第1回認定や、新年度予算についての説明があり、農商工等連携促進対策事業が、6次産業化事業として組換になる旨の説明があった。

開会に先立ち、日本スーパー・マーケット協会の大塚委員の代理で佃氏が出席されていること、加藤副委員長が欠席であることが報告された。

議事

① 平成22年度農商工等連携促進対策事業の経緯

事務局から、資料1-1：平成22年度農商工等連携促進対策事業の経緯により、平成22年度の事業進捗についての説明があった。

② 平成22年度農商工等連携研修会の報告

事務局から、資料1-2：事例調査 調査先一覧、資料2：農商工等連携研修会概要により全国8箇所での研修会の開催経緯が説明された。

事務局の概要説明に次いで、各調査委員から、研修会での討論の様子についての説明があり、最後に事務局から、全国の研修会の様子について、特に、6次産業化参加法案が成立してからは、農林水産省の説明も具体的になり、参加者の関心も高まったように感じたと説明があった。

稻垣委員の農商工連携と6次産業化の違いについて、農業者中心と、農商工が互いに連携するというような整理をする必要があると感じたとの意見や、辻委員の6次産業化事業に対する関心度の高さ、及び、柴田委員のベジポートが、昨年の猛暑の作物生産への影響などの現

在抱える問題に対する意見などが出された。

さらに、研修会について、発表事例の選択のあり方に対し、農商工連携と6次産業化の定義の明確化、6次産業化事業の宣伝の必要性、地元のFACOの活用、参加者の範囲を考慮しての事例選択などの意見が出された。

交流会については、名簿を配布し、交流希望者を募ったことなど、おおむね良かったとの意見があったが、さらに、交流を希望する人にスピーチをさせるのはどうかという意見も出された。

今後の6次産業化事業の普及に対しては、宣伝が大事であり、ロゴの活用や、事業のキャッチフレーズの工夫などの意見が出された。

③ 平成22年度農商工等連携促進対策事業 最終報告書（案）の検討

目次案に従って、報告書内容についての検討を行ったが、最終的な内容は、農林水産省、委員長と相談の上決定するとした。

④ その他

最後に委員長から、本日の議論の内容を報告書の総括としてまとめよう要請があった。

II. 農商工等連携先進事例調査報告

1. 事例調査結果概要

以下に調査結果の概要を示す。

概要是、(1) から順番に北海道、東北、関東・甲信、北陸、東海、中国・四国、九州の各地区ごとに示し、各地区ごとの「地区名－1」は“農商工等連携先進事例”、「地区名－2」は“6次産業化先進事例”を示す。

(1) 北海道地区－1

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要

(農商工等連携先進事例調査概要書)

調査事業名：植物性乳酸菌による発酵野菜ペーストとヨーグルトをミックスした新たな機能性食品の開発・製造・販売

調査日：2010年 9月15日

1. 事業概要

事業実施地域：函館、八雲町、爾志郡乙部町等道南地区および富良野地方

事業内容：1973年創業以来「函館牛乳」および一部その加工品のヨーグルト、チーズ、乳飲料を、移動販売車を中心市内販売してきたが、健康食品志向の市場状況から牛乳に乳酸菌処理した野菜を添加したヨーグルトを開発、販売するため、富良野のたまねぎ農家、乙部町の野菜農家と連携した事業を開業。

事業規模：

売り上げ；26億円（企業全体）、1,300万円（農商工連携事業）
従業員；97名

事業実施主体など：

事業主体；（株）函館酪農公社
連携事業主；38契約酪農家、尾崎農園（富良野）、乙部町農家、道立食品加工研究センター、（株）プラスエーワン、北大

2. 連携の概要

経緯；加工乳不足払い制度からのメリットがなく、自己生産乳の自主販売をせざるを得ない事態に対し、近隣の酪農家が集まり公社を創設。市場の需要変遷にあわせ、乳加工品、特にヨーグルトの生産を開始し、更にその付加価値向上を目指し、たまねぎ、野菜の生産農家と連携を深め、平成18年度「地域新生コンソーシアム事業」、平成20年度「農商工連携事業」に採択された。
連携の契機（出会い、キーパーソンなど）；ヨーグルト等の販路拡大を目指し、北大と共同研究を進め、発酵野菜添加ヨーグルトの開発に至り、その結果、富良野のたまねぎ農家、乙部町の野菜農家との連携が進展。また、ヨーグルトの更なる付加価値を求める連携が進展。一方、「地域新生コンソーシアム事業」、「農商工連携事業」などの国の補助に頼らない新製品開発、市場開拓を展開している。社の顧問となっている（株）プラスエーワンの澤田氏がアドバイ

スを行っている。

必要性；牛乳生産調整、市場の需要変遷などへの対応が必要だった。

到達目標；ヨーグルト事業目標＝2.8億円

目標達成度など；事業開発途上のため達成度約5%

連携構築の課題とその対応；市乳市場の低迷からの脱却のため、利益率の良いヨーグルト市場を確保することを目的する。

必要性の明確化；市乳市場の低迷からの脱却は不可欠命題。

対象相手・物の探査・明確化；現企画を明確化する円滑な連携・課題解決のための体制作りなど；現体制を維持する。

3. 事業目的の達成度

① 新商品・サービスの開発・提供；野菜ヨーグルトはUNIQのみでプロッコリーなどの製品化はこれから。

② 新市場の創出；インターネット販売が主流だが、首都圏のデパート等の市場を開拓中

③ 実施主体の経営向上；農商工連携事業による経営上の貢献は限定的。

④ 現在、新製品の製造は、現雇用人員のみで操業、特段の地域の雇用・就業機会の拡大には繋がっていない。

連携維持・継続の課題と対応；当社は、既に、市乳市場の低迷を主体とした加工製品の製造販売による経営向上を目指しており、現在の連携維持は不可欠となる。

今後の連携の展望と課題；現在開発中の、新製品ヨーグルト（プロテオリカントン添加）の原料供給先の鮭加工業者や、販売先との連携を進めていく。

まとめ；当社の農商工連携事業は、事業展開上必要なものとして、独自に進めた。一方、「地域新生コンソーシアム事業」、「農商工連携事業」などの国の補助に頼らない新製品開発、市場開拓を展開している。

製品の販路確保までの補助を望んでいる。

(1)北海道地区－2

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要

(6次産業化先進事例調査概要書)

調査事業名：ニセコミルク工房

調査者 大西吉久 調査日：2010年 9月16日

1. 事業概要

事業実施地域：虻田郡ニセコ町

事業内容：約280頭の乳牛を飼養する酪農家が、自家生産乳に付加価値をつけ販売するため、牧場敷地内に「ミルク工房」を設設し、アイスクリーム、ヨーグルト、洋菓子を製造販売している。

事業規模：

売り上げ；牧場の売り上げ：1.0億円、ミルク工房事業：2.8億

従業員：9名(牧場) 35名(ミルク工房)

・牧場は、社長夫妻と長男、ミルク工房は長女と次男で経営

事業実施主体など：

事業主体；(株)高橋牧場

連携事業主；俱知安町石川養鶏場と鶏卵についての連携。
6次産業化の概要

経緯；1996年、当時牛乳生産調整下においても、生産過剰のため生乳を廃棄せざるを得ない事態の出来に対し、自家生産乳の自家販売を目的としてチーズの生産販売を計画。チーズづくりに適する牛種ブルーソンスイスを輸入するなどの試行をしたが、熟成を必要とするなどチーズの技術的特性が当時の生産乳の自家販売という目的に合わず、とりあえずアイスクリームの生産販売からはじめた。

6次産業化の契機（出会い、キーパーソンなど）；6次産業化のきっかけは、牛乳の消費低迷による生産過剰の解消であった。
到達目標；自家生産乳の自家販売
目標達成度など；事業目標は生産乳の過剰分の自家販売であつたが、現在、事業拡大を考慮し、真狩村の離農牧場を買収し、第2牧場として経営している。

3. 6次産業化の課題とその対応
目的設定；当初、生産乳そのものを加工するアイスクリームやヨーグルトの販売を目的としたが、冬季の従業員の雇用確保を目的に洋菓子製造販売に拡張。さらに、地域野菜を中心とするレストラン

ンを計画、と事業展開の中から目標が次々と生まれてきている。

必要性の明確化；市乳市場の低迷からの脱却は不可欠命題。
対象相手・物の探査・明確化；札幌やすぐ近くのスキーリゾートホテル類の客など観光客を対照。客は、口コミによるか、リピーター。今後もホームページや口コミによって客を確保していく方針。

商品開発は、来客のリクエストを参考にしている。
円滑な進捗・課題解決のための体制作りなど；家族中心の経営であり、今後とも当分は現体制での経営を維持する。

4. 事業目的の達成度

① 新商品・サービスの開発・提供；自家生産乳の販売の当初目的は完全に達成できている。
② 新市場の創出；口コミによる札幌などのホテル、デパート、スーパー、観光地などへの卸にも拡大している。

③ 実施主体の経営向上；事業規模にあるように、牧場の売り上げをはるかに凌いでおり、(株)高橋牧場への貢献度は極めて大きい。

④ 地域の雇用・就業機会の拡大など；現在、家族以外、牧場に6名、ミルク工房に33名の地元からの雇用者がおり、地域の雇用・就業機会の拡大にも大きく貢献。

5. 6次産業化事業の維持・継続の課題と対応
昨年から「農事組合法人伊賀の里モクモク手作りファーム」から6次産業化の指導を受け、今後6次産業化を意識した事業展開の予定。

今後の6次産業化の展望と課題
近い将来地元産の野菜中心のレストランを開設する計画のように、6次産業化をますます進めていく。また、牛乳そのものやチーズの販売も将来計画しており、技術的課題がある。

7. まとめ

酪農家が、牛乳の消費低迷を切り抜けする目的で始めた乳加工品の製造販売が、レストラン開設までの6次産業化を家族総動員で実現している先進事例であり、経営者の「酪農家でもやればできる。」というモデルを示すことにより、仲間である北海道の酪農家の力になりたいという理念が、6次産業化の促進に大きく資するものと感じられる。

(2) 東北地区－1

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (農商工連携)

調査事業名：有限会社伊豆沼農産

1. 事業概要

- 事業実施地域：宮城県登米市迫町新田字前沼 149-7
- 事業内容：農業（畜産・米・ブルーベリー・野菜）、製造業（食肉製品・そざい）、飲食業（農家レストラン）、販売（直売所・直営店）
- 事業規模：資本金 3000 万円、従業員 34 名
- 設立：昭和 63 年（法人化は平成元年）

2. 連携・6 次産業化の概要

●経緯・必要性：

○平成 6 年に一時期養豚を中心とする前までは、直営でなければ信用できないと思っていたが、養豚を中心としたことを契機に、それぞれプロと連携した地域一環生産体制をとった方が、お客様のニーズに応えられるという意識になった。

○「農」との連携は、平成 6 年から積極的に地域の畜産農家や農家と連携を始めた。地域の畜産農家 13軒と「伊達の純粹赤豚」のブランド化に取り組む。平成 12 年に新社屋の移転と同時に、ハム加工所・レストラン・直売所を開設して、地域の農家 92 名と連携して「伊豆沼農産直売会」を設立して、地元の農林產品、加工品、地域料理を提供している。

○「工」との連携も同時期（平成 6 年）から本格化し、地元の食品メーカーであるヤマカノ醸造㈱・㈱マルニ食品・㈱北上食品等と連携して農林水産省・経済産業省等の支援事業を活用した新商品開発を行っている。

○「商」との連携は、平成 2 年に伊豆沼農産三越仙台店オープンを皮切りに、東北・北海道・首都圏等の百貨店、高級スーパー、高級料理店、道の駅等と連携して、「伊達の純粹赤豚」のブランド化に成功。平成 16 年には香港をごと連携して「伊達の純粹赤豚」を香港に輸出、香港の富裕層から高い評価を得ている。

●到達目標：

昭和 63 年～ 「農業」の産業化…農業の 6 次産業化・農商工連携
(経営理念：農業を食業に変える)

平成 16 年～ 「農村」の産業化…農村の 6 次産業化
(経営理念：前記理念＋人と自然へのやさしさをもとめて…)

3. 調査とその対応

●目的設定：

これからは 1 次産業だけでは食べていけない。モノ（生産・製造）、商（直

調査者 望月孝 調査期間；2010年9月～10月

1. 売所・レストラン）+観光・教育で、付加価値型産業にすることを目指す。

●必要性の明確化：

農村にいる「農家」が積極的に情報発信しなければならないということを自覚する。時代がそういうもの（本物）を求めている。

●対象相手・物の探査・明確化

「農村」の産業化は、新田地区が対象。地域に住む人とと共に事業をする。お客様は本社から半径 400 km 圏内である関東圏～青森の消費者・観光客。

●円滑な進捗・課題解決のための体制作り：

新田地区の住民による地域資源の再発見を目指す「新田あるものの探しの会」、子供たちの食農教育・環境教育、多くの経験を持つ高齢者の活用、観光、交流、ものづくりの拠点となり、全国へ情報発信し誘客を図る「伊豆沼から全国へ超元気を発信する協議会」を設立。両組織とも伊豆沼農産が事務局を担当。

4. 事業目的の達成度

特に農村の産業化については、まだ出発地点に立つたところ。東京人が憧れる田舎を目指し、半径 400 km 圏内 4500 万人の 1% (45 万人) を顧客にしたいと考えている。

5. 連携・6 次産業化の継続の課題と対応

農村の産業化については、今後観光と教育により重点を置いていくが、誘客をともなう仕組みづくりが課題となっている。

6. 今後の連携・6 次産業化の展望と課題

新田地区において農商工連携・6 次産業化により持続可能な農村の最適化産業の確立を実現し、農村産業興しのシステム化を図る。

7. まとめ

伊豆沼農産は、平成 16 年までは自社の 6 次産業化、及び農の連携×商の連携×工の連携という「重層的な」農商工連携を通して、「農業の产业化(6 次産業化)」を実現し、伊豆沼農産の企業ブランドを確立した。平成 16 年からは、「農村の産業化(6 次産業化)」を目指し、新田地区全体の取り組みを行っているところであり、将来的にはそのノウハウを公開し、それぞれの農村でオンライン産業を興せるようにすることを目指していく。

(2) 東北地区－2

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (6次産業化)

調査事業名：株式会社大場組

1. 事業概要

- 事業実施地域：山形県最上郡最上町大字志茂 277-6
- 事業内容：建築工事、土木・建築設計、監理、損害保険代理、学習塾、不動産取引、産業廃棄物収集運搬、産業廃棄物処理(㈱最上クリーンセンター)、川の駅(ヤナ茶屋もがみ)、コンビニ(川の駅もがみ店)、農業生産法人(もがみグリーンファーム㈱)、(㈱最上あゆセンター)、介護老人保健施設、健康福祉プラザ等

- 事業規模：資本金 5000 万円、従業員数 87 名(グループ 11 社計 350 名)

2. 連携・6 次産業化の概要

●経緯・必要性：

○平成 15 年に、最上町内小国川沿いに「川の駅ヤナ茶屋もがみ」を開業。お食事処、土産店、産直施設、資料館で構成されており、産直施設は農業生産者 80 名で構成する産直グループ「四季の香」が運営。また川の駅に隣接して、もがみ杉を使って古来大和造り構法によるログハウス風のコンビニエンスストアの店舗も建築し、運営。川の駅の運営で消費者・観光客のニーズを直接把握することができ、ニーズに応える形で農業生産、鮎の養殖に参入した。

○平成 16 年にアグリ事業部「もがみグリーンファーム」を立ち上げ、農業生産に参入。隣接する最上クリーンセンターの排熱を利用してミニトマト・胡蝶蘭・観葉植物を生産。平成 20 年に法人化して本格的に農業に参入し、環境保全型農業(ワーコム農法)や耕作放棄地を利用したわらびの栽培などをを行っている。

○平成 19 年に鮎・鰻・鯉の養殖を行う㈱最上あゆセンターを設立。鮎は放流用で 65 万匹、成魚販売で年間 30 万匹、鯉は 2 万匹を出荷し、地元の加工事業者・卸業者と連携して鮎の加工品等を開発・販売している。

○平成 17 年に「森の駅ふれあいパーク」を整備。両駅を吊り橋で連結して、体験きのこ園、果樹もぎとり園を運営。また、NPO 法人あにまるにーずと連携してアニマルセラピーを提供している。

●到達目標：

『明日の郷土を拓く』ことを社是とし、「お客様に満足して頂ける仕事を

調査者 望月孝 調査期間：2010 年 8 月～10 月

する」という姿勢のもとで、「生涯に誇れる物づくり人づくり・サービスの提供をする」ことを最終目標とする。これにより、最上町に新しい産業・魅力的な仕事を作り、地域の雇用を守る。

3. 課題とその対応

●目的設定・必要性の明確化：
公共工事は今後確実に少くなり、本業である建設業は売上が減っていくことが予想される。社員の雇用を確保するためには事業の多角化が必要。
●対象相手・物の探査・明確化
最上町の地元の消費者、川の駅、森の駅等の観光客。農産品・鮎の加工品等については、首都圏も対象に販売。

●円滑な進捗・課題解決のための体制作り：
地域に必要な事業を新規事業として展開してきており、自社が直接中核事業に参入し、地元の生産者、食品メーカー、NPO、JA 等と連携。

4. 事業目的の達成度
大場組の社員数はバブル時が約 200 名、現在は 87 名であるが、グループ会社 11 社では約 350 人の雇用を確保している。

5. 連携・6 次産業化の継続的課題と対応
どの事業も始めから大きく投資して展開はせず、小さく立ち上げて軌道修正し、ノウハウを蓄積しながら大きく育していくという方法をとっている。
6. 今後の連携・6 次産業化の展望と課題
もがみグリーンファームでは、今後は、後継者がいない農家の農地が耕作放棄地にならないよう、そのような人から農地を借りて積極的に生産を拡大していく。
7. まとめ
大場組の農商工連携・6 次産業化の特徴は、他の建設業とは違い、「川の駅」という「宿」から参入したことである。販売をしたことのない社員が、夏休み・冬休み等の長期休暇を利用して、川の駅の店頭に立つて販売し、顧客ニーズを肌で感じ取ることができる、結果、最初から農業生産の拡大はせず、消費者ニーズの大きな鮎の養殖から本格参入したことである。また、大場組の多角化のポイントは、一般的な建設業の農業参入という範疇ではなく、地域に必要な事業、言い換えれば「地域事業」といえる。

(3)関東・甲信地区－1

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (農商工連携)

調査事業名：新たに開発する「子供向け野菜」を活用した幼稚園・保育園向け給食サービスの事業化 調査者 白井 真美 調査日：2010年10月5日

1. 事業概要

- ◆事業実施地域：長野県（長野市栗田8番地1）
- ◆事業内容：1990年12月12日設立
- ①医療・福祉・事業所などへの食事サービス
- ②自然食レストランへの展開
- ③有機野菜のWebショッップ展開

当社は、「3つの教育提案（①厳選力を養う「食育」②食のマナーを養う「食育」③地球の力を養う「食育」）」から給食委託・病院給食・老人福祉施設給食・学校給食の委託給食事業を中心に行っている。
事業規模：出資金；4,459万円 売上げ；24億円（2010年度）
◆事業実施主体：中小企業者；株式会社ミールケア
農林漁業者；かてりや信州（農業）連携参加者；くりのみ福祉会（農業）

2. 連携の概要

連携のきっかけは、以前から当社社長が実現したい「子供向け野菜の開発」について具現化する機会がないものかと考えていたところへ、知人から本事案内があった。具体的な申請は中小企業基盤機構の天野氏の支援を受けながら、当社独自で取組んだ。

当社はこの機会を活かし、好き嫌いのない「子供向け野菜」を開発し、新たな野菜の高付加価値化を具体的に計画した。
本事業は、当社の受託給食サービスノウハウ、特殊肥料を使つた連携農業者との経営資源を合わせた形で実施し、2008年7月に農商工連携の認定を受けた。農材を当社が受託運営する幼稚園・保育園給食として供給している。

3. 連携構築の課題とその対応
連携をするにあたり、当社が実現したい想いに共感し、成果を作り上げていける連携者選びには時間が要した。本事業の難しさは「同じ想いで足並みを揃えられる相手探し」である。
対応；実際に連携者への事業説明やヒアリングを実施しながら、試行錯誤を繰り返し、最終的な連携構築を果たした。

4. 事業目的の達成度
①新商品・サービスの開発：特に子供が嫌う野菜について（ピーマンなど）、食べやすく開発した商品を農家と連携しながら作り出している。

②新市場の創出：「子供が好むブランド野菜」の市場を創出した。今後も、教育・福祉事業を中心に新たな市場を開拓する。

③実施主体の経営向上：当初の計画では、2010年度終了時には、17億円の売上げ達成目標を計上していたが、予想より7億円ほど高い24億円を達成できる見込みである。

④地域の雇用・就業機会の拡大など：従業員；2010年7月現在 586名（正社員数206名）。農商工連携前は、従業員数300名であった。2011年の採用は、100名を予定している。

5. 連携維持・継続の課題と対応
連携を維持・継続をしていくためには、生産者や消費者も勉強が必要な時代となつた。特に生産者は「生産者志向」が強く、消費者が求めるものと乖離している場合があり、消費者が求るものを見つける必要がある。農商工連携は価値観の共有がポイントとなるため、生産者も「作るだけ」の意識から脱却が必要な時代となつた。当社の理念を理解している生産者は、まだ多くはない。一方で、消費者も「食」と「農」を学ぶ時代となつた。対応；農商工連携は、連携者全体の価値観の共有を図り、一体となつたストーリーを消費者に伝えていく。

6. 今後の連携の展望と課題
現状では、連携者の規模に限界があるため、連携の成長の方向性を考えるならば、大規模組織と連携し、更に大きな事業展開を図る必要がある。課題としては、大規模組織は意思決定のスピードが遅いことがあげられる。

7.まとめ
当社は、本事業に「宣伝広告効果」を見出し、十分に活かしており、農商工連携の中でも、大変成功している事例で、今後の期待も大きい。当社のような、附加価値の高い野菜提供サービスは、自給率向上に貢献するだけでなく、輸出も可能であると感じた。一方で、生産農家も意欲的に学ぶ時代が来たと痛感した。今後は、農家も重要な国の産業としての自覚と、モチベーションを高め、特に「売る」ということを学ぶ必要がある。

(3)関東・甲信地区－2

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要（6次産業化）

調査事業名：「生産」から「流通・販売」までつなぐ事業の展開

1. 事業概要

- ◆事業実施地域：千葉県（旭市錦数字川西7080-18）
- ◆事業内容：2008年10月1日設立後、下記の事業展開を図っている。
 - ① 農産品の生産・仕入れ・加工・販売事業
 - ② 農産品生産・加工及び経営に関するコンサルティング
 - ③ 種苗・資材等の仕入れ・販売事業

農産物の効率的な生産流通体制を構築し、より高品質な野菜をより新鮮な状態で消費者に届ける。これまで、不特定多数を対象に生産が行われてきたために、消費者の希望を重視する小売が求める規格外の野菜の多くは破棄されてきた。本事業は加工技術向上により販路を確保することで、栽培された野菜の全量買取を実現し、農家が安心して生産できる環境を整えた。

- ◆事業規模：出資金；5億円
- ◆事業実施主体：組合員：ベジポート有限責任事業組合

2. 連携の概要

農業生産法人テンアップファーム森田氏は、かねてより野菜の生産量による不安定要因を解消しようと考へ、具体的な農業活性化の企画を持っていた。一方、ニチレイも変化の時代に入っている日本農業の产业化への取り組みを考えていた。両者は展示会を通じて出会い、本事業により加工技術と生産を組み合わせた連携をすることでの互のメリットが見込めるため、有限責任事業組合の設立から始まり、今まで来ている。

本事業は、農家が生産した規格外または、安価で販売できない野菜を加工品として安定供給する仕組みを有していることが最大のメリットである。売上げ目標を決めるに際し、①機械設備運用コスト②農家へのヒアリングを重視して決意した。目標売上は5億円（営業開始初年度）。

3. 連携構築の課題とその対応

- ① 売上の増加
販路は既に確定しているが、計画生産がまだ、まわっていない状態である。対応；今後は、予想外に発生した問題点について、試行錯誤のノウハウを活かし、計画生産が順調にまわるような事業体制を再構築する。
- ② 天候による農産物の単収変動があるため、農家からの出荷量が計画通りにはいかない。
対応；変動リスクも加味した慎重な計画をたてる。品種選び等、農家と

話し合いながら、効率的な供給体制を構築していく。

- ③ 農業設備・機械の減価償却
農業機械は高額なため、当初から減価償却が大きい。一方で、農業は利益確保できる状態になるためには時間が必要となる。収益計上とコスト計上との関係に時間的不均衡が発生する
- ② 対応；計画を見直し、長い時間軸で考える部分も考慮する必要がある。

4. 事業目的の達成度

- ① 新商品・サービスの開発：提供貯蔵型システムの確立により、消費者に安定供給ができる。
- ② 新市場の創出：既存の市場をターゲットとしているが、その他にも外食チェーン、メーカーなどが見込める。
- ③ 実施主体の経営向上：目標売上5億円に対して、猛暑等の影響で現在の売上げ達成率は、目標の40%に留まっている。出資金比率は違うが、運営機能は半々となり、利益が出た時点では、お互いのメリットとなる。
- ④ 地域の雇用・就業機会の拡大など：農業生産者が販路を心配することなく生産計画ができるため離農抑制、後継者育成効果がある。また、新事業創出（加工場）の拡大により、更に新規雇用も見込まれる。

- 5. 連携維持・継続の課題と対応
産業間の文化やビジネススタイルの違いにより、様々なコンフリクトが生まれる。理解・解決には時間がかかることを踏まえた事業計画をたてる。
- 6. 今後の連携の展望と課題
事業自体は、地域農業の活性化にも役立ち、取扱い量が増えれば収益がある仕組みを有している。しかし、事業実施計画については、「農業」は設備投資も大きく、今まで交流の乏しかった産業同士の連携には、時間がかかるということが理解する必要がある。「文書作成にも大変な労力が伴い、現状を理解いただくためにも各機関の方々にも、ぜひ現場に降りてきて、理解してほしいとの切なる要望があった。
- 7. まとめ
当社は、現在年間売り上げ目標に届いていないが、事業増大確立体制がボイシントとなる。

調査者 白井 真美 調査日：2010年9月28日

(4)北陸地区－1

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (農商工連携)

調査事業名： 加賀・能登・金沢の漁業者を利用した水産物を活用した米菓商品 調査者 大槻 勲 調査日： 22年 9月 22日

1. 事業概要

- ①事業実施地域：石川県内一円
- ②事業内容：地元の鮮米と素材を使用したおかき 6種類(甘えび・海女探りわいかめ・いか・さつまいも・かに・能登牛)の製造・販売事業
- ③事業規模：年商 8億1,000万円(直近H21年度)のうち1,500万円
- ④事業実施主体：㈱オハラ(中小企業者)、㈱ジェフア(農林漁業者)

2. 連携の概要

①経緯：

H19 北陸3県(石川・富山・福井)のサークルKサンクス(400店舗)
でのMOTプロジェクト(規格外市場農産品活用プロジェクト)
開始、(㈱オハラと㈱ジェフアによる連携事業の検討開始
H21 農商工連携認定を受け、じわもんおかき(地元の食材を使ったお
かき)事業を本格開始

②連携の契機：

細川一郎：ISICOの農商工連携のコーディネーター、㈱ジェフア紹介

澤田良裕：サークルKサンクス部長、MOTプロジェクト考案者

松原寛：ローソンOB、中小機構北陸支部AD、おかげ事業提案者

③必要性：

地元の食材を使った商品展開という構想理念への賛同のみならず、
地元の水産原材料を確保する際に、(㈱ジェフアであれば、石川県全域
の魚介類を集められるために連携した

④到達目標：

1年後(H22.2)	計画1,000万円	実績1,500万円
2年後(H23.2)	計画2,000万円	実見4,000万円
4年後(H25.2)	計画5,000万円	(最終年度)

⑤目標達成度：

【定量】事業売上は1,000万円の目標に対し、1,500万円(達成率150%)

【定性】地元食材使用や@380円と安価なため、観光客等に人気

3. 連携構築の課題とその対応

- ①対象相手・物の探し・明確化：(㈱オハラの4SMILESやMOTプロジェクトに
賛同できる企業を対象とし、石川県内で漁獲されるさまざまな魚介類を集め

ることができ、規格外品を加工することに協力的な漁業者を選定、連携する
②円滑な進捗・課題解決のための体制作りなど：ISICOから適任企業と
して㈱ジェフアを紹介され、おかげ事業の事業展開について、農商工連携への応募をきっかけに、連携して取組む体制を構築

4. 事業目的の達成度

①新商品・サービスの開発・提供：

【商品】じわもんおかき6種類のうち本連携事業で3品目を対象

(①)金沢港甘えび(いしる醤油仕立て)

(イ)輪島・舳倉島海女採りわかめ(いしる醤油仕立て)

(ウ)能登小木港いか(いしる醤油仕立て)

②新市場の創出：JR金沢駅構内や小松・能登空港、高速SA、兼六園ほか、

③地域の雇用・就業機会の拡大など：さつまいまペーストの下処理加工等工場の従業員、パート・アルバイトに6名の雇用を創出

5. 連携維持・継続の課題と対応

【課題】

①販路の拡大：CVSでの販売やグランスタ等首都圏への展開

②製造能力の向上：乾燥機や包装機の補強

③商品品目の充実：詰め合わせ商品や新規の商品品目を検討

6. 今後の連携の展望と課題

【展望】本ビジネスモデルを応用し、さらなる連携モデルを構築する

【課題】

①年間を通じた製造設備の稼働率平準化

②通年製造の実現

③農商工連携を進める上で のポイントは3点。1点目は、連携先は「1番の人と組む」こと。極めた者からは知恵が湧く

④2点目は、「お客様を見つけてから商品を作る」こと。常にマーケットインを意識して、売れるものを作ること
⑤3点目は、「役割分担を明確にする」こと。特に、農家はよい農産物を生産することに集中して、製造や販売等は「餅は餅屋」に任せること

(4)北陸地区－2

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (6次産業化)

調査事業名：米パン工房と農家レストランを併設した食文化提案型直売所事業

1. 事業概要

- ①事業実施地域：福井県内一円(福井市、越前市、坂井市、あわら市、勝山市、大野市、鯖江市、敦賀市ほか)
- ②事業内容：パン工房・農家レストラン併設型地元農産物直売所事業
- ③事業規模：年商 9,000 万円(直近 H21 年度)
- ④事業実施主体：(有)ファームビレッジさんさん、地元農業者 130 名(JA 福井市ほか所属)

2. 連携の概要

①経緯：

H3 に初代代表の中川清、屋敷紘美、見谷春美、玉井道敏、安実正嗣ら 7 名が中心となり、若手への農業の道しるべとしてあぜみちの会を発足。地元農業者 30 名ほどに協力してもらい、毎年 11 月に収穫祭を開催し、農業の生産現場へ市民を呼び即売会が話題を呼び。市民から常設の農産物直売所の設置ニーズが高まり、H13 に米、野菜、鶏卵を中心とした農産物直売所を開設。以後、「生産者も消費に責任を持つ」を掲げ、協力農業者も 130 人に増え、米粉パンを含むパン工房や「レストランは直売所の試食コーナー」と銘打ったレストランを併設するワンストップ型の直売所事業へと発展し、今日に至る。

②連携の契機：

中川清：初代代表であり呼び掛け人。新規就農者への賞金等へ寄付
屋敷紘美：元 JA 職員で、初期に協力農業者 30 名を集め
見谷春美：2 代目代表であり、初期直売所を提供、飲食併設発案者
玉井道敏：監査役であり、福井県外や北陸 JAICA からの観察を企画
安実正嗣：3 代目(現)代表であり、協力農業者 130 名に伸ばす

③必要性：

(有)ファームビレッジさんさんのメンバーのほとんどは、自ら農家でもあり、「生産者も消費に責任を持つ」を理念に、地元農業者同士が集まって、消費者ニーズを理解することを通じ、消費者が望んでいる農産物の生産をすることで、生産量、売上高を増加させるため連携した

④到達目標：

年商 1 億 2,000 万円(月 1,000 万円ペース)

⑤目標達成度：

【定量】H17～H18 は年商 1 億 3,000 万円、H21 の直近で年商 9,000 万円

調査者 大槻 恭久 調査日； 22 年 8 月 30 日

【定性】「さんさんに行けばいいこともある」と言われるまでの品揃えや店頭での商品説明が不十分、レストランの競合店対策も未整備

- 3. 連携構築の課題とその対応
 - ①対象相手・物の探査・明確化：福井市を中心とする福井県内一円の農業生産者を対象とし、自身で栽培、収穫した農作物を地元で販売したり、加工することに協力的な農業者を選定し、連携する
 - ②円滑な進捗・課題解決のための体制作りなど：新規就農者を対象とした論文賞金制度や収穫祭の定例化、勉強会等を通じて接触頻度を高め、130 名の協力農業者体制を構築

4. 事業目的の達成度

- ①新商品・サービスの開発・提供：

【商品】米(15 生産者・25 品目)、野菜、果物

【サービス】農産物直売所、ベーカリーショップ、レストラン

- ②新市場の創出：福井市周辺の安全・安心を追求する主婦層を中心に支持
- ③地域の雇用・就業機会の拡大など：直売所やベーカリーショップ、レストラン等で社員 5 名以外にパート・アルバイト 13 名の雇用を創出

5. 連携維持・継続の課題と対応

- ①短期目標設定：年商 1 億 2,000 万円(月商 1,000 万円)体制を掲げる
- ②ソフト機能充実：季節メニュー提案、総菜部門強化、説明機能向上
- ③コミュニケーション機会拡大：生産者自慢の大試食会や勉強会の開催

6. 今後の連携の展望と課題

- 【展望】現事業を軌道に乗せ、若手就農者に 2 店目を企画、運営させる
- 【課題】
 - ①中長期目標の設定、明確化
 - ②ハード機能の充実(駐車場等)
 - ③若手後継者の育成
 - ④管理办法の導入
 - ⑤循環型農業体制の構築(残渣と米ぬかによる肥料の循環利用等)
 - ⑥北陸 JAICA を通じた海外展開の模索

(5) 東海地区－1

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (農商工連携)

調査事業名：全国生産額トップの豊橋産青じそと国産大豆を使った青じそ寄せ豆腐等の製造・販売事業 調査者 大瀬 恭久 調査日：22年 9月 24日

1. 事業概要

- ① 事業実施地域：愛知県内一円
- ② 事業内容：青じそ新品种愛経1号を使った青じそ寄せ豆腐の製造・販売事業
- ③ 事業規模：年商 6億6,000万円(直近H21年度)のうち300万円
- ④ 事業実施主体：(株)寺部食品(中小企業者)、(株)T.M.L(よしはし)、豊橋温室園芸農業協同組合(農林漁業者)

2. 連携の概要

① 経緯：

- H19 食農産業クラスター推進協議会設立、青じそ加工研究会設立
- H20 東京表参道Rinにて大規模なテストマーケティング実施
- H21 (株)寺部食品農商工連携事業計画認定

② 連携の契機：

- 中野和久：(株)サイエンス・クリエイト代表取締役専務
- 横山順子：食農産業クラスター推進協議会クラスマネージャー
- 富永謙司：豊橋温室園芸農業協同組合大葉部会部長

③ 必要性：

- 青じそを使った豆腐ということで、食品へ味が乗りやすい青じそ新品种愛経1号を使つたため、豊橋温室園芸農業協同組合と、さらには、通年製造・販売を可能にした低温スチーム加工によるペースト化について、製法技術を持つ(株)T.M.L(よしはし)と連携して事業化する必要があった

④ 到達目標：

- 1年後(H21.10) 計画300万円 実績300万円
- 2年後(H22.10) 計画600万円 実見500万円
- 4年後(H24.10) 計画3,000万円 (最終年度)

⑤ 目標達成度：

- 【定量】認定前は、月に50丁ほどの売上だったが、認定後は瞬間的ではあるが、月に5,000丁を売上げることもある
- 【定性】@315円/丁(250g)だが、健康志向の高い客層に売れています

3. 連携構築の課題とその対応

① 対象相手・物の探査・明確化：(株)寺部食品の青じそ寄せ豆腐事業の

- 連携先として、8年かけて開発した青じそ新品种愛経1号を栽培する農家を持つ豊橋農業協同組合および通年製造・販売するための低温スチーム加工によるペースト化技術を持つ(株)T.M.L(よしはし)との両者との連携が必要不可欠となった。三者の地理的な距離が近い(愛知県豊川市、同豊橋市)ことも大きな利点となつた
- 円滑な進捗・課題解決のための体制作りなど：H20.7に中小機構中部支部による農商工連携認定に向けてのプラスアップ開始をきっかけに、(株)サイエンス・クリエイトや豊川信用金庫、豊橋信用金庫といったサポート機関の協力を得ながら、連携体制を構築した

4. 事業目的の達成度

① 新商品・サービスの開発・提供：

- 【商品】青じそ寄せ豆腐、青じそ充填豆腐の2品目

- ② 新市場の創出：愛知県内の生協や首都圏へのPRを拡大中
- ③ 地域の雇用・就業機会の拡大など：豆腐工場等の従業員、パート・アルバイトに4名の雇用を創出。従業員数は76名から80名に増加

5. 連携維持・継続の課題と対応

- ① 東京からの“逆輸入”：風土を生かし、首都圏への販売・PRを強化
- ② 包装の工夫：1人用少量化やリサイクル包装資材の活用等

6. 今後の連携の展望と課題

- 【展望】企業単独ではなく、青じそ加工研究会としてどのようにまとまつて活動、発展できるか、

【課題】

- ① さらなる商品開発の推進。現在10社23品目の開発数だが、今後は量よりも質の高いロングセラー商品の開発を増やす
- ② 企業単独での行動ではなく、青じそ加工研究会の商品群として、一堂に集めた売場展開やアンテナショップ設置、本物志向の生活者会員組織化、こだわり専門スーパーへのPR等に注力する
- ③ 商品への青じそ加工研究会の認定マーク挿入の徹底や統一ロゴをあらったTシャツ、ポロシャツ、帽子等を着用しての集団的なPRによりチームワークを維持、強化する
- ④ 現在10社の商品部門メンバーネットを最大15社まで拡大する

(5) 東海地区－2

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (6次産業化)

調査事業名：豚肉加工を中心とした農業公園・レストラン経営事業

調査者 大槻 基久 調査日：22年 9月 2日

1. 事業概要

- ①事業実施地域：三重県を中心とする東海・近畿地方一円
- ②事業内容：直営農場の運営、農業公園の運営、農場レストラン（ほか③事業規模：年商 45.5 億円（直近 H21 年度）
④事業実施主体：農事組合法人伊賀の里モクモク手作りファーム

2. 連携の概要

①経緯：

S62 伊賀豚の養豚農家を中心としたハム工房モクモクを設立

H4 農業組合法人伊賀の里モクモク手作りファームを設立

H6 農業組合法人伊賀の里モクモク手作りファームに名称変更
以降「モクモク 7つのテーゼ」を基本理念とした事業経営を展開する
「食」「農」「ものづくり」の体験型ファームは、消費者を理解させるため
の「拠点」として考え、「食と農業のあり方」を提案し続ける。組織全体
の結束力が強く、その姿勢が多くの共感を得て会員数約4万人、売上
45.5億円（H21年度）、年間来場者数50万人を達成

②連携の契機：

地元の「伊賀豚」の販売促進を目的として、手作りのハム・ソーセージ
などの加工品の生産・販売を開始。元 JA 職員の木村修氏（現社長）と吉田
修氏（現専務）が H4 有限会社農業法人モクモクを設立（販売を木村、豚の
ブランド化を吉田が担当）。農家と従業員が主人公となり、価格、流通、
開発すべての決定権を自らが持つという農業経営を目指す

③必要性：

従来の農協から脱した農業経営により、自ら流通、販売を行う。さら
には「食」「農」をテーマにした様々な事業展開することで、再び第1
次産業の農業へ循環させることができる。生産（1次）×加工（2次）×流
通販売サービス（3次）の6次産業化を実現させる

3. 連携構築の課題とその対応

- ①対象相手・物の探査・明確化：モクモクファーム自身が開発した様々な商品が、新たなニーズを作り出していく。従って、またそのニーズに応えていくことで、再び最初の生産の場を活性化していくくといふ「食」

の循環を確立している

- ②円滑な進捗・課題解消のための体制づくりなど：従業員、会員の絆の深さ、理念に共感した同志のような強いつながりのある組織

4. 事業目的の達成度

- ①新商品・サービスの開発・提供：「モクモク手作りファーム」がショールームとしての意味を持つており、様々なテーマパークは人気を集め、名古屋、大阪方面より集客している

②新市場の創出：モクモクファーム直営のレストランは名古屋に2店舗
草津、四日市、鈴鹿、津、松阪に各1店舗の計7店舗ある。また、レス
トランでは年間30組が結婚式を挙げる

- ③地域の雇用・就業機会の拡大：H22.3 現在従業員数775名（正社員141
名、パート134名、アルバイト500名）。また、300戸の農家と契約し
300種類の加工品を生産している

5. 連携の維持・継続の課題と対応

モクモクファームが目指す理念の実現が、何よりも組織の維持・継続の
要となる。毎年その考え方で賛同した就職希望者が大勢集まる。「似た者
同士の集まりで、組織として画一化されてしまわないようにしていく」
と吉田専務は言う。モクモクファームにとって従業員の質の維持、向上
がその経営の維持向上に直結している

6. 今後の連携の展望と課題

- 【展望】モクモクファームは農業の多面化を目指す
【課題】今後も様々な形でのモクモク流の提案は続く。例えば、情報ツ
ールを活用しての野菜の作り方等の情報提供や出版物の発刊等の出版業。
または、高齢化してきた会員のニーズに応えて農業をリンクした福祉施
設の建設等、ライフスタイルの提案をし続ける上で、様々なニーズは尽
きることがない。また、モクモクファームのモデルは諸外国からも注目
されていることから、海外進出を含め、今後も様々な広がりが期待でき
る

(6)近畿地区－1

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (農商工連携)

調査事業名：「京たんくろ和牛」の安全・安心な牛肉ブランド化と販売拡大

調査者 吉住 裕子 調査日；2010年 8月 28日

1. 事業概要

◆事業実施地域：京都（生産：京丹後市、販売：京都市左京区下鴨）
◆事業内容：産直1頭仕入れ技術があり、安心・安全の食を提供する
ボリシーを持つ焼肉レストランが、京都府初「生産情報公表牛肉

JAS規格」認定の牧場より短角牛と黒毛和牛の交雑牛を仕入れ「京
たんくろ和牛」として試作開発、ブランド化に取り組んでいる。

◆事業規模：2009年度に農商工連携の認定を受け、試作開発へ。

2009年度 仕入頭数：19頭 仕入高：12,147千円

◆事業実施主体：株式会社やま南山、(農)日本海牧場

2. 連携の概要

霜降りではなく味本位の和牛を追求していた南山は、日本海牧場のタン
クロ和牛にも注目。2008年春より試験販売していたが、2009年に農商
工連携の認定を受けたことにより、取り組みが本格化。初年度は、京都
の地産地消を支える新しいブランド和牛として京都の人が納得する中
身（品質、味）を作ることに専念。試作開発のメンバーで日本海牧場の
観察・交流を行ったり、試食会や勉強会を開催したりして連携を深める。
また、「みんなで育てる京の和牛」や「京都生まれ、京都育ちの和牛で
す。」といったキャラクチャーをつけ、京たんくろ和牛の説明リーフレ
ットやチラシを制作したり、百貨店の物産展に出店したりするなど市場
への情報発信に努めている。2010年は農家の生産量拡大、南山の販売
方法、商材化についてさらに検討を重ね取り組んでいる。

3. 連携構築の課題とその対応

- ・農家の品質基準作り→外部専門家（獣医師）を招聘し飼養管理について
指導をおおぐ。
- ・他販売事業者の後からの割り込み→連携ルールについて協議を重

ねる。「京たんくろ和牛ブランド化パートナー店」も明確化。

4. 事業目的の達成度

- ① 新商品・サービスの開発・提供
地元京都産の「京たんくろ和牛」を創出。
脂質と赤身の両方の良さを持ち、美味しい柔らかいヘルシーな牛丼。
- ② 新市場の創出
自社レストランの他、京たんくろ和牛ブランド化パートナー店、ネット
ショップ、ニッポン全国物産展（大丸京都店）他、百貨店での実演
販売にも積極的に取り組む。（伊勢丹新宿本店、岩田屋など予定）
- ③ 実施主体の経営向上：きたやま南山の代表者が奔走。今後の課題。
- ④ 地域の雇用・就業機会の拡大など：順次取り組む。

5. 連携維持・継続の課題と対応

- ・事業参画する関係者との協力体制の強化。
- ・飲食側が生産者を支えるネットワークの維持と拡大。
- ・地元の消費者も巻き込んだブランド化をさらに進めること。

6. 今後の連携の展望と課題

京たんくろ和牛は年間わずか30頭しか生産されないが、平成25年の事業
目標として、全頭を買取って南山が販売出来ること、新商品の売上高
7000万円、新規雇用創出5名を目指している。さらに京都のブランド牛
にするためには、年間100頭の生産が必要である。消費者・生産者とともに
増えような運動へ発展させていかなければならない。

7.まとめ

流通に乗らない希少な産物を取り扱い、地元産にこだわってブランド化
に挑戦している「農」「商」の連携であり、今後の発展に期待したい。

(6)近畿地区－2

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (6次産業化)

調査事業名：6次産業化を進める農事組合法人古座川ゆず平井の里 調査日：2010年 9月 9日

1. 事業概要

- ◆事業実施地域：和歌山県東牟婁郡古座川町平井
- ◆事業内容：ゆずの加工・販売の他、みそ、もち等の地域特産品の加工・販売、料理仕出し、食堂の経営、地域農産物の生産・販売。
- ◆事業規模：出資者総数80名。出資総額1,716万円。作業人員17名。

平成21年度売上高11,700万円。

2. 6次産業化の概要

- ◆集落が生き残るための産業転換：昭和30～40年代のピーク以後、林業は衰退の一途をたどり、村の過疎化・高齢化が進む。気象条件に合うこと、ゆず果汁の価格が高かったことなどの理由からゆず栽培に取り組む。昭和60年古座川ゆず平井婦人部を結成。搾汁残渣（ゆず皮）活用を契機として生産のみから加工・販売へ。平成16年農事組合法人古座川ゆず平井の里を設立し、分校小学校の運動場に新加工場を建設。ゆず買い取り数量、売上高、雇用者数ともに増加。平成19年農業生産法人の資格取得。自ら農業者としてゆず栽培に取り組む。

◆6次産業化のキーパーソン

- ・代表理事 新谷稜助氏
- ・古座川町 事業推進人材（総務・営業統括責任者 倉岡有美氏）

- ・強力なサポーター（農業改良普及員 西氏）

◆年間販売額：平成5年1,660万円→平成21年11,700万円

3. 6次産業化の体制構築の課題とその対応

- ・残滓活用→加工法や技術を学び、婦人部で加工・販売。
- ・加工場建設→町全体での協議・支援。補助金活用。
- ・地域全体の活性化→法人化により参加型組織運営へ転換。

4. 事業目的の達成度

- ① 新商品・サービスの開発・提供：
 - ユズ加工商品としてジャムとマーマレードから始まり、その後の開発により、飲料、調味料、菓子へと分野を展開。商品の選択幅を広げている。現在、約20種類の加工品を揃え販売。
- ② 新市場の創出：
 - 平成13年より㈱モスクードサービスと取引。現在近畿81店舗にて古座川仕立て「ゆずドリンク」として販売。
- ③ 実施主体の経営向上：
 - ・ヨープの産直協議会にて異業種と連携し、宅配ギフトを開始。
 - ・出資者の意見を反映した地域全体の事業を行う経営組織に変わる。
- ④ 地域の雇用・就業機会の拡大など
 - 若手人材のUターンを促進、地域高齢者の仕事場づくり、1ターン者の積極的受入により雇用・就業機会を広げている。
- 5. 6次産業化の維持・継続の課題と対応
 - ・工場稼動によるランニングコストの激増→さらなる販路拡大と緻密な経営による事業目標の必達。
 - ・産地の高齢化が進み、働き手の確保が必要→交流・体験機会を作り新規就農者を増やす。法人にて耕地管理。
- 6. 今後の6次産業化の普及・進化の展望
 - 古座川の自然の産物提供にこだわりつつ、5年後（平成27年）の事業目標（売上高2億円、利益1,000万円、従業員数1.5倍増）をめざす。
- 7. まとめ
緻密な経営管理と攻めの営業によって、生産量と販売量の双方の確保をはかりつつ事業を伸ばしており、学ぶべき点が非常に多い。

(7)中国・四国地区－1

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (農商工連携)

調査事業名 : 特殊水産加工・冷凍技術を活用した新たな鮮魚加工品の開発・製造・販売 調査者 高崎 博司 調査日 : 22年9月2日(木)

1. 事業概要

・連携代表 中小企業者 (株)ヒロ・ユーポレーション

徳島県徳島市津田海岸町1125-52 資本金300万円 取締役 四宮 浩

・連携漁業者 (株)橘コープレーション 代表 池添恭弘 (徳島県阿南市)

・独自の加工技術と特殊な冷凍技術を用いた鰆(はる)加工製品の開発及び
鰆商品「巴はる」のブランド化。その他水産物の加工商品開発などブランド化

・全国有数の水揚げ量を誇る徳島県産鰆を独自の加工技術で、天然鰆の通
年供給を可能にした。

・鰆を食習慣としていながら首都圏に向けて販路開拓を展開している。

2. 連携の概要

・取締役の四宮浩氏は徳島市・阿南市内に飲食店を経営する。

・06年11月に阿南商工会議所に「海産を生かした特産品開発事業委員会」
が創設され、取締役の四宮氏も委員会に加わり、鰆を使った特産品の創作
料理の研究・開発に携わる。

・連携の漁業者は、幼馴染で先輩後輩の仲、市内外小学校で魚を使った料
理教室を開くなど魚食普及のボランティアに取り組んでいた。

・漁師との直接取引により鮮度が良い状態での加工が可能であること、年間
を通じて安定的な取引ができることで漁師にとっても収入の安定を図ることが
できる双方のメリットがある。

・漁業者は阿南市で小型底引き網漁を営む池添恭弘氏。池添氏は県魚青連
顧問を務め、鰆漁で連携を担っている。

3. 連携構築の課題とその対応

・底引き漁でとれる鰆以外の大衆魚(規格外魚)の有効利用と商品開発。

4. 事業目的の達成度

・鮮度を落とさない手法として、船上(水揚げ前)での一次加工処理を目指す。

・徳島ニュービジネス支援賞 2009 大賞を受賞(21年10月15日)

・2010年度 JF 全国魚青連通常総会に池添・四宮両氏が招集され、漁業と異
業種の連携について先進事例として発表。

・連携計画では新商品の売上目標は3500万円(平成25年度)
連携前(19年)の年商は3000万円であったが今年度は1億円を超える。

・連携漁業者も船を1隻から3隻に増やすなど增收となつている。

5. 連携維持・継続の課題と対応

・一次加工は漁業者(船上)で、2次加工を当社で行えるように、双方のノウハ
ウが活かせるための情報の共有化、連携が必要。

6. 今後の連携の展望と課題

・大衆魚の加工処理技術の確立と製品化及び販路開拓
・製品の品質管理など加工場の整備が必要となつている。

7. まとめ

阿南市の日曜市「海都(かいと)」から始まり、地域の活性化に貢献する中
で生まれた新しい連携と特産品開
発が成功している。鱈の加工品は
首都圏でも好評を得るなど販路開
拓でも期待される。



新商品の大衆魚にも期待したい。

(7)中国・四国地区－2

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (6次産業化)

調査事業名：企業組合うつい工房 6次産業化先進事例調査 調査者 高崎 博司 調査日：22年8月23日(月) 10月4日(月)

1. 事業概要

- ・企業概要 山口県下関市大字内日下 1137番地
企業組合うつい工房 資本金 430 万円 理事長 中野 千鶴子
・山口県下関市内日地区、勝山地区に事業拠点及び店舗を置き農産加工品の製造販売、手作り弁当と惣菜のデリバリーや生活雑貨などを販売。
- ・取扱商品 ①地元農産物等を用いた手作り弁当とオードブル、②オリジナル惣菜「馬鹿菜漬（ばかんなづけ）」下関市の伝統野菜「彦島春菜（ひこしまはるな）」を用いた漬けもの、③県内産小麦を用いた「うつい工房ふれあいうどん」、④地元の米を用いた米粉パンやケーキなどを製造販売している。

2. 6次産業化の概要

- ・山口県下関市内日地区において A コープ (JA 下関) 生活店舗の閉鎖を憂慮した農家の女性たちが地域の活性化と女性の働く場所づくりを目指し平成12年11月に「内日工房ふれあいセンター」を結成した。

3. 6次産業化の課題とその対応

- ・後継者育成に努めている、現理事長は2代目、若い女性や非農家の女性なども参加。その能力を発揮できるようにベーカリーパートを創設。(組合員平均年齢 59歳、75歳以上5名、ベーカリーパート 40～50歳)

4. 事業目的の達成度

- 農山漁村女性チャレンジ活動表彰で農林水産大臣賞を受賞(22.5.7)
- 5. 6次産業維持・継続の課題と対応
収益構造として弁当と惣菜のデリバリーは黒字であるが、店舗販売やうどん販売などは赤字となっている。うどんを売る理由として併設で販売する弁当及びおにぎり等、自らが生産する地元の米（年間約80俵）を販売するために行っている。
- 6. 今後の展望と課題
平成24年に県道34号線沿いに創設される農産物直売所「うついの里」に出店し、事業の拡張を行う予定。県道34号線は北九州や下関から山陰方面への主要道路で交通量は2万台(最高日)と来場者が期待される。
- 7.まとめ
農家の女性がが主体となり、農産物の生産から加工、販売、経営までもこなしている。理事长自らが専業農家として、農業と地域活性化、女性の職場づくりを両立させ6次産業化を実践している。



(8)九州地区－1

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (農商工連携)

調査事業名：株式会社オキス 農商工等連携先進事例調査 調査者 高崎 博司 調査日：22年9月14日(火)、15日(水)

1. 事業概要

事業所：鹿児島県鹿屋市上高隅町 1910-3
株式会社オキス 代表取締役 岡本 孝志 資本金 120万円
事業内容：生産事業（野菜類の生産）、パッキング事業（洗滌～選別～箱詰～出荷）、加工事業（洗滌～ボイル～カット～乾燥～粉末）、環境事業（循環型農業～エネルギー開発～デーゼルエンジン燃料）
商品開発事業（機能性素材など）。従業員：14名
※関連会社：大隅物流事業協同組合農畜産物加工センター

4. 事業目的の達成度

- ・県内焼酎メーカー4社からスタートし、15社へと需要は広がっている。
- ・売上目標は7,000万円（24年度）だが、すでに1億2千万円に。
- ・農産物の乾燥品ではごぼう茶、ショウガ入り紅茶、切り干し大根等の製品化に成功。切り干し大根はコンビニエンスストアのおでん用ダイコンの廃棄分として未利用部分を加工している。

2. 連携の概要

アネット(有)（平成11年8月設立）は、鹿児島県特産の特色あるサツマイモ苗の生産販売など農産物の製造販売を行っている。（株）オキス（平成18年7月設立）は、乾燥させたサツマイモを5ミリ角に切った「全量芋仕込み焼酎」用の「乾燥さつまいもダイス」を生産。さらに、乾燥技術を生かし、すいおうやゴマ、しいたけなど季節の農産物を活用した乾燥粉末から健康食品等の素材・原料を開発するもの。

3. 連携構築の課題とその対応

- ・鹿児島県工業技術センターと県内焼酎メーカーが共同研究で焼酎用芋麹の開発に成功。全量サツマイモで芋焼酎製造が可能となる。安定供給の必要性からサツマイモの生産をアネット(有)、加工技術を（株）オキスが担い、「乾燥サツマイモのダイス」の量産化に成功。
・背景として輸入米を用いた米麹で焼酎を生産していたが、事故米事件の影響もあり、県内産の農産物による麹開発が課題となっていた。

7.まとめ

オキス・アネット両社の持つネットワークと技術、企画力で農産物の未利用部分の有効利用などと最終残渣を飼料化するなど、循環型農業を目指し、地域の活性化が図られている。



(8)九州地区－2

平成22年度農商工等連携促進対策事業事例調査概要 (6次産業化)

調査事業名： 有限会社やさい直売所マッちゃん 6次産業化先進事例調査 調査日： 22年9月3日(金)

1. 事業概要

事業所及び店舗：佐賀県佐賀市三瀬村^{みつせむら}橋246-1
有限会社やさい直売所マッちゃん 代表取締役 合瀬マツヨ
営業時間：8:00～18:00 年中無休 駐車場：210～230台（第1、2）
年間の来店者数約30万人 年商7億円 従業員30名（パートを含む）
売上比率：野菜・米の直売（70%）、加工品・飲食等（22%） 関連施設
オーシャンカートランド（8%）。出荷登録農家800（内三瀬200） 佐賀県
内、長崎県、福岡県の農家も契約している。
顧客の70～80%が福岡から、DM宅配便顧客も数百件ある。

2. 6次産業の概要

・旧三瀬村は標高400mで、冬には陸の孤島であったが、福岡へ抜ける
三瀬トンネルが開通（86年6月）。車の流れが変わったことを契機に自
家栽培の野菜・米の直売所をはじめ。
・開業時は雑貨なども販売していた。2～3年後には近くの農家からも
出荷が始まる。5年目ごろには野菜の売れ残りを利用して漬けもの等農
産加工品、惣菜を製造。餅、饅頭なども取り扱う。

・生産者は自らの生産物は自身の責任で規格外品などを含め出荷可能、
価格も生産者が決める仕組みを導入。POSシステム（7～8年前に導入）
にて管理をしている。レジを通して商品の15%が手数料。

3. 6次産業構築の課題とその対応

・売り上げ目標10億円を目指した戦略構築。
・マッちゃんブランド製品の開発と米のブランド化（三瀬米「夢しずく」）。
・通信販売など施設外での販路開拓。

4. 事業目的の達成度

・メディア紹介：AERA 09年9月14日号、「新報道2001」フジテレビ
2009/11/08、「はなまるマーケット」TBS 2010/07/16、「金スマ」
TBS 2010/07/30にマッちゃんも出演
・従業員の80%は三瀬村からで地域活性化に貢献

5. 6次産業化の維持・継続の課題と対応

・米（三瀬米）のネット販売も検討している。
・DM通販も強化していく。
・3年前に主人を亡くし、後継者として子どもたちが経営に参画。

6. 今後の連携の展望と課題

・売上目標は10億円。店舗への集客には限界があるので、ネットやDM
通販を本格化して三瀬米や農産加工品などの販売を展開していく。
・ベーカリーや花など多品種品目を増やすなど売上増加に期待できる。

7.まとめ

・事業農家の嫁マツヨさんが、
幾多の困難を乗り越え直売所
を開業。農家の将来像を危惧し
てのことでした。

農作物の生産から加工、販売を
手掛け年商7億円を達成し、さ
らなる峰を目指している。



2. 北海道地区先進事例

2-1 農商工等連携先進事例

(1) 調査概要

調査日：2010年 9月 15日

調査者：事務局（大西吉久）

調査事業名：植物性乳酸菌による発酵野菜ペースト
とヨーグルトをミックスした新たな
機能性食品の開発・製造・販売



(2) 農商工連携事業概要

1) 事業主体の概要

事業主体；(株)函館酪農公社

農公社

代表者: 代表取締役社長

柴田 満雄

事業規模：

売り上げ；26億円

従業員；97名



2) 事業主体の沿革

1970年初頭、北海道の加工用牛乳は、いわゆる不足払い制度が適用され、本州などの飲用乳に比べ、1リットル当たり10円程度低価格であり、飲用乳価格と合わせた平均価格が全道の酪農家一律に適用されていた。国は、この制度によって加工用牛乳の価格差を補償してきたが、これは道東や十勝などの大規模農家にとって恩恵であっても、消費地近くで飲用乳用途を中心に出荷することで発展してきた函館近郊の酪農家にとってはメリットがなく、消費地に近いという利点を生かし、飲用乳に特化するという生命線を奪われかねない事態に直面したといえる。

こうした状況を脱却し、自分たちが納得いく価格で生産乳を販売したいと考えた函館地区的4酪農家が、自分たちの生産乳を販売する企業「株式会社函館酪農公社」を1973年に設立し、同社のオリジナル製品「函館牛乳」を生産することとし、函館や青森の市場開拓に取り掛かった。同社の名称が、株式会社であるにもかかわらず、「公社」としているのには、同社創業の際相談を受けた一人である、現函館市議の長老、本間新氏の“同社は、1企業の利益のみを考えるのではなく、道南地区の酪農家、市民全体の幸福を願って設立する。”と言う理念に基づいて命名されたものという。

しかしながら、工場稼働直前になってから当初は趣旨に賛同し、同社の牛乳の販売を約束していた函館の販売店からキャンセルが相次いだため、同社は、製品のすべてを自分たちで販売する方法を考え出さざるを得なくなり、2トントラックに製品を積み、路上で直接消費者に販売する方法を開発した。この方法が当たり、4件の酪農家の牛乳だけでは足りなくなり、近隣

の酪農家が一緒に同社の活動に参画することになり、今日の姿が出来上がった。最多参画時には、60軒の酪農家の牛乳を取り扱ったこと也有ったが、現在は、離農による土地の集約と牛乳消費の落ち込みから38軒に減少した。

3) 販売戦略

2トントラックによる移動販売が、順調に拡張し、連携酪農家も最大60軒に及ぶように育ったが、牛乳の消費低下の波は避けられず、販売量は、ここ6年くらいの間に最大時の85%程度にまで落ち込んでしまった。このような状況の脱却には、生産牛乳の付加価値を上げて販売する必要があり、製品を市乳から乳加工製品へ横展開していく必要が出てきた。このため、同社は、それまで、全販売高の1割程度と、細々と生産していたヨーグルト、チーズ、乳飲料の拡大を目指し、「医食同源プロジェクト」を立ち上げた。このプロジェクトは、平成16年頃から市場が拡大されてきていた成分調整乳の流れにも合致し、特にヨーグルトの市場が有望視されるようになってきた。



更に、同社では、時代の健康志向の流れに乗るべく、同社の原料乳生産者に対し、非遺伝子組み換え作物やポストハーベスト農薬を使わない飼料の使用を徹底した牛乳を用いた「プレミアム牛乳」を生産するなど、高付加価値乳製品を生産、販売する試みを始めた。

(3) 農商工連携への展開

1) 生産乳の高付加価値と農商工連携への取り組み

同社は、市乳市場の落ち込みに対し、高付加価値の乳製品を開発するために、北海道大学や道立食品加工研究センターなどに相談し、従来から生産していたヨーグルトの付加価値を更に高める製品開発に着手し、「医食同源」プロジェクトの考え方を基本に、血液をさらさらにする効果があるタマネギをヨーグルトに組み合わせた商品を開発することにし、平成17年に試作に成功した。こうした背景の下、平成18年度経済産業省補助事業「地域新生コンソーシアム事業」に応募し、採択され、補助金を合わせて5千万円の事業費でパイロットプラントを設置した。この事業の下で、さまざまな野菜の過熱蒸気処理した野菜のペーストをヨーグルトと組み合わせた製品の製造規模での試作を行い、植物性乳酸菌処理をした野菜とヨーグルトを組み合わせた商品開発に成功した。この新商品開発段階で、保健機能の高い、高付加価値のヨーグルトの製造についての目途は立ったが、新製品の販路の開拓が喫緊の課題であった。しかしながら、補助事業費から、販路開拓の費用を出すことができず、平成19年度の経済産業省の補助事業「地域イノベーション事業」に応募するも、採択にはいたらなかった。

こうした状況にあった同社だが、「医食同源プロジェクト」の下、引き続き野菜とヨーグルトを組み合わせた新食品の開発は、喫緊の課題であり、道内の野菜生産農家等との連携を広げ

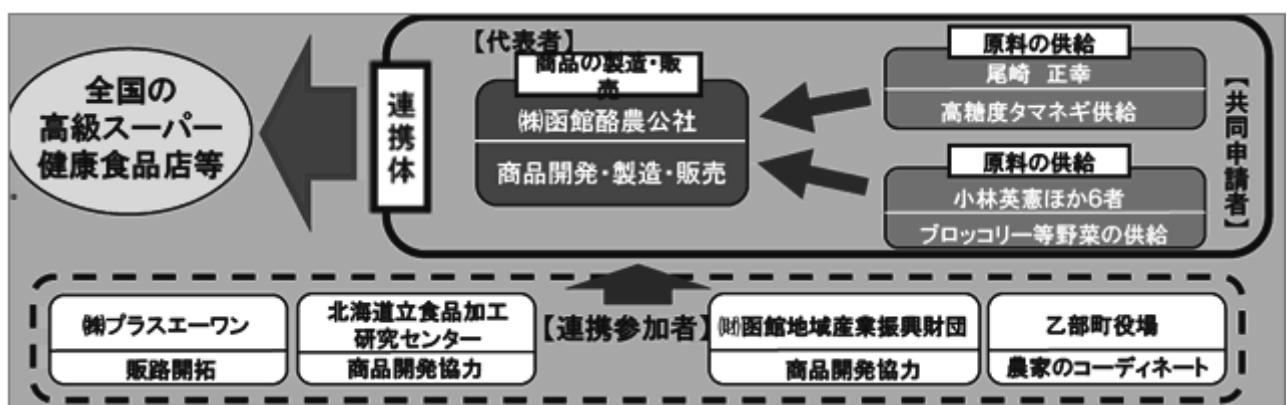
て來た。平成 20 年には、中小企業整備機構の勧めもあり、「農商工等連携事業」に応募し採択され、現在商品化しているタマネギとヨーグルトの組み合わせである「UNIO」を開発することができ、その原料の生産者である富良野市の尾崎農園との連携が進んだ。また、この事業の下で、乙部町が町ぐるみでブランド化しようとしている「プロッコリー」とヨーグルトの組み合わせ飲料の開発にも目途がつき、乙部町の野菜農家との連携も進みつつある。

2) 農商工連携事業の概要

農商工連携事業：売上額 1,300 万円（事業目標額 2 億 8 千万円）

連携事業機関；38 契約酪農家、尾崎農園（富良野）、乙部町、道立食品加工研究センター、（株）プラスエーワン、（財）函館地域産業振興財団、その他

農商工連携事業連携図



生産牛乳の付加価値を高めることを目的に平成 18 年度経済産業省補助事業「地域新生コンソーシアム事業」を土台として、多種類の野菜とヨーグルトを組み合わせた新商品を開発してきたが、平成 20 年度には農林水産省補助事業「農商工連携事業」に上記の連携で製品開発、市場開拓を進めてきた。事業の成果として、新商品「UNIO」を開発し、販売している。

3) 農商工連携の範囲

事業は、函館地区 5 戸、森地区 1 戸、七飯地区 18 戸、八雲地区 14 戸の合計 38 個の酪農家と、爾志郡乙部町の野菜生産農家、富良野のタマネギ生産農家および道立食品加工研究センター、などの連携の下で行っている。

4) 連携の経緯

自己生産乳の自主販売を行うため、加工乳不足払い制度から離れ、近隣の酪農家が集まり公社を創設し、市場の需要変遷にあわせ、乳加工品、特にヨーグルトの生産を開始し、更にその付加価値向上を目指し、たまねぎ、野菜の生産農家と連携を深め、平成 18 年度「地域新生コンソーシアム事業」、平成 20 年度「農商工等連携事業」に採択され、現在の連携に至っている。

5) 連携の契機（出会い、キーパーソンなど）

ヨーグルト等の高付加価値化を目指し、北大などと共同研究を進め、発酵野菜添加ヨーグルトの開発に至り、高付加価値化に相応しい野菜を求めた結果、富良野のたまねぎ農家、乙部町

の野菜農家との連携が進んだ。

タマネギとヨーグルトの組み合わせについては、北海道大学の西村教授との連携の下、開発できたが、製品の性格上、消費者は、健康弱者が対象となり、特に糖尿病患者に対しては、ヨーグルトの加糖が禁物であり、糖度のきわめて高いタマネギの生産農家、富良野の尾崎農園との連携が成立した。また、乙部町の野菜生産農家との連携については、距離的に近い関係もあるが、町ぐるみの野菜ブランド化の話題性の高さに注目し連携に至っている。

更に、ヨーグルトの高付加価値を求め、新製品の開発に成功、今後市場を確保して行く計画を持っている。これらの各開発工程、連携工程に同社の顧問である（株）プラスエーワンの澤田氏がアドバイスを行っており、連携等の契機を作っている。

6) 到達目標

同社は、今後も医食同源の考え方を軸とし、生産牛乳の高付加価値を求めて行き、現在進めている高付加価値ヨーグルト事業の目標を、年間売り上げ 2.8 億円、毎年 5% の伸びとしている。目標額 2.8 億円に対し、現在の達成度は約 5 % 弱である。

（4）連携構築の課題とその対応

1) 目的設定

市乳市場の低迷からの脱却という必要性のため、市乳に頼らぬ生産乳の高付加価値化は喫緊の課題であり、中でも利益率の良いヨーグルトの、新商品開発、市場開拓は、最大の目的であった。この目的のため、ヨーグルトをより高い保健食品にするという位置づけを明確にし、消費の対象を成人病の人など健康弱者に焦点を当てて開発を進めた。

連携体制に関しては、結果的に、上記の目標や新製品開発の方向性に合致した原料を生産できる相手や連携による話題性を付加できるような相手、この方向性における研究者等と提携してきている。

2) 事業目的の達成度

事業は、既に 5 年目であるが、新製品についての目途は、かなり立ってきており、今後は、販路の開拓が最大の課題となっている。各事業目標の達成度は以下に示す。

- ① 新商品・サービスの開発・提供；野菜ヨーグルトは UNIO のみでブロッコリーなどの製品化はこれから。
- ② 新市場の創出；インターネット販売が主流だが、首都圏のデパート等の市場を開拓中。
- ③ 実施主体の経営向上；農商工連携事業による経営上の貢献は限定的。
- ④ 地域の雇用・就業機会の拡大など；現在、パイロットプラントによる製造のため現雇用人員のみで操業。

（5）連携維持・継続の課題と対応

当社は、市乳市場の低迷に対し、既にヨーグルトを主体とした乳加工製品の製造販売による経営向上を目指しており、現在の連携の維持は不可欠となる。

連携に関しては、連携者各自の役割の自覚が大切と考えており、各自の役割を果たすことによって、地域との結びつきを自覚することができ、連携者相互が繁栄できるものと考えている。そして、更に、地域の産物が世の中の役に立っているということの喜びを連携者に伝えていくことも連携主体としての大きな役割であり、今後の課題となっていくものと考える。そのためにも、これまで築いた連携をより堅固なものとし、消費者の、製品に対する反応を川上の製造を担当する者、原料を生産供給してくれる者に伝えていく必要を感じている。

(6) 今後の連携の展望と課題

現在、牛乳の生産者、タマネギ生産農家との連携は、円滑に展開しているが、今後は、現在開発中の、新製品ヨーグルト（プロテオグリカン添加）の原料供給先の鮭加工業者や、販売先との連携を進めていくことが求められる。また、現在は、これまでの乳製品の販売ルートとの連携の中での販売活動であるが、企業の更なる発展を考えると、更に広い範囲の販売ルートの開拓が求められ、これらの販売先との連携の強化が必要になると考える。

(7) まとめ

当社の農商工連携事業は、市乳市場の低迷から、牛乳の高付加価値化が喫緊の課題であり、事業展開上必要なものとして、独自に進めて来た。これらの連携は、今後も企業の生き残りのためには、不可欠なものであり、連携をより堅固なものにしていく必要を感じている。一方、「地域新生コンソーシアム事業」、「農商工連携事業」などの国の補助事業は、新製品の開発や、パイロットプラントの設置には有効なものであったが、連携の成果をより高めるためにも不可欠な新製品の市場開拓には、補助金の利用上、制限があり、販路の開拓などの費用には使い難く、今後の利用申請に課題が残っている。

2-2 6次産業化先進事例

(1) 調査概要

調査日：2010年 9月 16日
調査者：事務局（大西吉久）
調査事業名：ニセコミルク工房

(2) 6次産業化事業概要

1) 事業主体の概要

事業主体；(株) 高橋牧場

最初の建設棟



住所；〒048-1522 北海道虻田郡ニセコ町曾我 888-1
代表者：代表取締役社長 高橋 守

事業規模：

売り上げ；3.8億円（うち牧場1.0億円、ミルク工房2.8億円） 製品を手にする店長

従業員；44名（2牧場を含む）

2) 事業主体の沿革

先代から続く、ニセコ地区で、当時としては、多くの乳牛を飼育し、先代から堅実な経営してきた高橋牧場は、1990年代前半、北海道の牛乳が、生産過剰気味となり、生産牛乳を捨てるような事が出来た。こうした状況を脱却するためには、自分たちの生産牛乳を自分たちで何とか販売していく必要性に迫られていた。当時 150 頭ほどの乳牛を飼育していた高橋牧場は、これまでの生乳の出荷から、自分たちで生産牛乳に付加価値をつけて販売しようと、牛乳を大量に必要とするチーズの生産を考え、1996 年に、ニセコミルク工房を創立し、チーズ生産に適した牛乳を産出する牛種ブラウンスイスを輸入するなど、チーズ生産を目指し、試行錯誤に入った。1997 年には、製品の販売所と製造所を備えたミルク工房を建設したが、チーズの生産には、技術的問題が多く、また、消費にも限界があるなど、自己生産牛乳の販売を実現するには困難を伴うことが判明したため、チーズ生産は一端断念し、一般消費者受けするアイスクリームの製造、販売に方向転換した。当初近隣の農家は、牧場の位置や、知名度の低さから、その経営を危ぶむ声があったが、幸いにも、札幌などからの観光客や近くのスキー客相手のリゾートホテルが、夏場も営業していたことなどから、多くの客が来てくれ、経営が成り立った。

こうして、客が来るようになり、新鮮な牛乳を使ったアイスクリームも口コミで評判になり、新たな観光客やリピーターが来場するようになった。しかし、アイスクリームだけでは客をひきつける魅力に不足を感じるようになり、また、せっかく来てくれた客が、いくら美味しくても、アイスクリームでは一人 1 個が限度である上、お土産として持ち帰る範囲が限定されてしまうため、2000 年には、お土産



にできる商品としてヨーグルトの開発、販売に着手した。更に、客からの要望と冬場の従業員の職場確保として菓子類の製造にも着手し、夏場のみならず、冬場も客が来るようになり、2005 年に工房を増築し、更に、2007 年には、これまでの 1 棟であった工房を拡充し、現在の 4 棟の工房を構えることになった。

更に 2009 年には、高橋牧場を「株式会社高橋牧場」と法人化している。

3) 販売戦略

同社は、自家生産牛乳の自家販売を目指してニセコミルク工房を設立したが、外部に対する宣伝等を特に打っての販売活動はしてこなかった。そのため、創設当初は、客は極端に少なく、販売高もきわめて少ないものであった。同社の基本的考え方としては、美味しいものを作つていれば必ず客は来てくれるという戦略から、しばらくの間は、客をじっと待つという姿勢に耐えていた。しかし、当初の方針通り、一度来てくれた客が、その製品の美味しさを口コミで広げてくれ、次第に客足が増えて来、経営的にも拡大することができた。こうして規模が拡大していくとともに、客の要望は、「せっかくニセコまで来たのだから、何かお土産になるものが欲しい。」との要望が出て来、ヨーグルトの開発になり、菓子類の製造、販売に繋がってきている。

同社は、販売戦略として、「決して背伸びをした宣伝をせず、客の口コミによって拡大できる範囲で成長する。」としている。その背景には、広告などで、大々的に宣伝を打つことによって、急激な注文が出てきた場合、全員素人であり、人員的に限られた従業員で対応することに限界があり、延いては、これまでの客に対するサービスが低下する恐れがあり、結果的に、企業の損失となりかねないという考えがある。

ここ1~2年は、観光で訪れた客やその客からの口コミで同社の製品購入を希望する客からの電話などによる注文も増えてきたため、遠隔地への発送に耐えられる製品について、インターネットによる通信販売も始めている。

(3) 6次産業化への展開

1) 6次産業化への取り組み

同社は、特に6次産業化という概念を持って事業を展開してきたわけではないが、2009年に三重県の「農事組合法人伊賀の里モクモク手作りファーム」が、同社を訪問し、その事業形態が6次産業化そのもののモデルであることを認識させてくれた。今後、同社の客の要望のひとつである、レストランの開業を計画中であるが、6次産業化事業として国の事業にのせていくことを考えている。

2) 6次産業化事業の概要

現在、同社の6次産業化事業において、「ニセコミルク工房」は、「酪農業による牛乳生産」、「自家生産牛乳の加工・製造」、「製品の直売」の3部門の総合的組み合わせとして、位置づけられている。

事業規模：

①売り上げ；牧場 1.0 億円、ミルク工房 2.8 億円

②従業員；牧場 9 名（2 牧場）、ミルク工房 3 5 名

③事業関連施設；

第1牧場；(ニセコ町) 乳牛約 150 頭、従業員 4 名

第2牧場；(真狩村) 乳牛約 130 頭、従業員 5 名

ミルク工房；バームクーヘン工房他、ヨーグルト工房、野菜工房他、アイスクリーム及びケーキ工房の4棟、従業員35名

主な商品；のむヨーグルト、アイスクリーム、ソフトクリーム、カップアイス、プリン、こだわりショートケーキ、米粉ロールケーキ、ニセコほろけるチーズケーキ、ニセコお乳かすていら、ニセコミルククーヘン、モオーモオーフッキー他

3) 6次産業化事業の範囲

同社のニセコミルク工房事業は、隣接の第1牧場と真狩村の第2牧場およびニセコミルク工房が事業の主な範囲となっている。顧客の範囲としては、札幌からの観光客を中心とする範囲で始めたが、口コミによって、道内のかなり広い範囲の顧客や地域のスーパー・ホテルにも卸すことができるようになった。更に、インターネットによる通信販売や札幌のデパートや観光地での販売など、顧客は全国規模にまで広がっている。

4) 6次産業化事業の契機（出会い、キーパーソンなど）

事業を始める契機となったのは、1990年代前半の牛乳の生産過剰という酪農業全体の問題の出来であり、まず、取り組み易いアイスクリームの製造販売が契機となっている。また、アイスクリームやヨーグルト製造は、高橋社長の方針で始めたものであるが、これらの製品が売れるのは、夏の間が中心であり、豪雪地帯であるニセコでは、冬場の販売が困難になることから、従業員の冬場の仕事がなくなってしまうことや顧客からの要望もあり、菓子作りを考え、菓子製造機械を探していたところ、福岡のオープンメーカーが、機械の使用方法のみならず、菓子の製造方法も、パテシエを派遣して指導してくれたため、素人でもショートケーキ、ロールケーキ、プリン、バームクーヘン、クッキーなどの製造が可能となった。

菓子製造が可能になり、冬場の従業員の仕事が確保でき、更に、冬場もニセコミルク工房で商品を販売することができるようになったため、近隣のホテルのスキーパークも訪れるようになった。

こうして、冬場の従業員の職場の確保、顧客の確保が可能となり、これまでの社長夫妻と長男の3人だけでは、人手不足となり、2003年には、札幌で勤めをしていた長女（高橋裕子氏）が、ニセコミルク工房の店長として経営に参画することになった。更に、工房が成長したため、同じく札幌で仕事をしていた次男も経営に参画し、工房は、長女と次男が中心となって経営している。

5) 6次産業化開始の経緯

この事業は、特に6次産業化を意識して始めた事業ではなかったため、6次産業化という流れは特に意識せずに事業展開をしてきている。

ニセコミルク工房事業の経緯としては、1990年代前半の牛乳の生産過剰という酪農業全体の問題に対し、自家生産牛乳を自分で販売するか、酪農の規模を縮小又は廃業せざるを得ないという事態が出来したことから始まったものである。

事業は、自家販売のための牛乳の付加価値化、又は、商品化としてのアイスクリームの製造、

販売から、客のお土産が欲しいという要望であり、多くの牛乳を用いる商品として開発したヨーグルトの製造という多角的ビジネスに踏み出した。更に、これらの開発した商品の販売量が増えるにつれ顧客が増え、アイスクリームやヨーグルトのほかの商品を望む声など、顧客の要望が更に膨れ上がり、シュークリームを作ったところ、注文のあったその場でクリームを詰めて渡すという販売方法が受け、これも口コミで顧客が増えた。このシュークリームの製造をきっかけにロールケーキの製造や、バームクーヘンの菓子製造に広がった。

(4) 6次産業化事業の課題とその対応

1) 目的設定 ;

これまででは、6次産業化という視点で事業を展開してきたわけではないが、結果的に6次産業化の事業展開となっていた。事業は開始当初こそ、客が少なく困難を感じていたが、アイスクリームからヨーグルトへの展開、更に菓子作りへの展開等実施する事業は、すべて順調に発展してきている。また、ここに来て、更に、「近くに食事ができる場所が欲しい。」という顧客の要望があり、現在の生産、製造、販売の事業に、更に、外食事業を加える計画を持っている。

2) 事業目的の達成度

2003年には、隣町の真狩に離農する牧場を買取り、それまで150頭程度だった牧場を約2倍の280頭規模にしており、当初の目標は完全に達成できている。今後、更に外食産業にも経営を拡張する計画であり、新たな従業員雇用も出てくるため、地域の経済に対する貢献は大きい。

真狩の第2牧場は、本州から酪農にあこがれ、同牧場に実習にきた若者達が勤めており、将来的には、やる気のある彼らに、経営を引き継ぎたいという経営者の思いもあって買い取ったものである。

また、創立当初、その立地の不便さから、ビジネスの成立が危ぶまれたものの、期待をはるかにしのぐ来客があり、この点でも目的を十分に達成しているといえる。

(5) 6次産業化事業の維持・継続の課題と対応

この事業は、社長の自家生産の牛乳の加工直販という目標から派生してきたものであるが、事業を進めていく工程において、事業の維持の課題は、顧客の確保であったが、一貫して口コミによる顧客の確保に徹してきたことが成功の要因といえる。

また、その中から、常に顧客の要望を汲み入れ、新しい分野へ展開するという方針が堅持されており、決して無理な背伸びをしないという方針が、経営を安定させてきているものと思われる。この方針を維持していくことが、この企業の6次産業化の維持・継続を確かなものにする対応策と考える。

また、現在、牛乳を加工した商品を販売しているが、施設や販売ルートの確保などが整っておらず、牛乳そのものの販売にまでは至っていない。今後、牛乳の販売や、社長の夢である、ミルク工房設立の原点であったチーズの製造、販売の実現を考えているが、技術的課題があり、夢の実現に向けた技術的対応が望まれている。

(6) 今後の6次産業化事業の展望と課題

現在、既に当初の目標である、自家生産の牛乳の加工自家直販という目標は達成しているが、社長の「牛飼いが始めた事業でも、ここまで成功することができるものなのだ」というモデルを示し、近隣酪農家を元気付けたい。」という、経営理念を発展させ、近隣農家を巻き込んだ地域経済の発展に寄与していくことが期待される。その1モデルとして、6次産業化事業の下での外食産業への参画（地元産の野菜を中心としたレストランの経営）は、地域労働力の雇用を通じて、地域経済に貢献するものと期待される。

将来の課題としては、近隣農家等を巻き込んだビジネスを開拓していく上での近隣農家の協力を十分に得ることができるのかという点にあろう。

(7) まとめ

事業は当初の目標、「自家生産の牛乳の加工自家直販」は達成でき、来客の口コミ、リピーター、インターネットによる販売、地元スーパー・デパートへの卸販売等、多岐に渡るビジネス展開がうまく回転し、当初の期待以上に成功している事例である。その大きな要因として挙げられるのは、決して背伸びをすることなく、来客の要望を大事にし、その口コミによる広がりを期待してきた経営が挙げられる。また、牛乳加工品の自家販売が目的ではあったが、従業員の冬場の職場獲得の目的で展開した菓子作りが、年間を通じた定常的なビジネス展開を可能にしたことは、特筆すべき点である。

今後、更に、外食産業への展開を計画中とのことであるが、地域の近隣農家を巻き込んだ地域経済発展への貢献が期待される。また、本来の牛乳販売、チーズの製造販売という夢の実現により、更に地域経済への貢献が期待される。

3. 東北地区先進事例

3-1 農商工等連携先進事例

調査事業名；有限会社伊豆沼農産 調査者；望月孝 調査期間；2010年10月～11月

(1) 事業概要

- 事業実施地域：宮城県登米市迫町新田字前沼 149-7
- 事業内容：農業（畜産・米・ブルーベリー・野菜）、製造業（食肉製品・そうざい）、飲食業（農家レストラン）、販売（直売所・直営店）
- 事業規模：資本金 3000 万円、従業員 34 名
- 設立：昭和 63 年（法人化は平成元年）



伊豆沼ハム



伊達の純粹赤豚ギフトセット

(2) 連携・6次産業化の概要

●経緯・必要性：

○平成 6 年に一時期養豚を中止する前までは、直営でなければ信用できないと思っていたが、養豚を中止したことを契機に、それぞれプロと連携した地域一環生産体制をとった方が、お客様のニーズに応えられるという意識になった。

○「農」との連携は、平成 6 年から積極的に地域の畜産農家や農家と連携を始めた。地域の畜産農家 13軒と「伊達の純粹赤豚」のブランド化に取り組み、トレーサビリティの徹底、非遺伝子組み換え、ポストハーベストフリーの穀物による独自の配合飼料や飼養基準により徹底した管理を実施し、肉の品質保証のため全頭「検食」を行って一定レベル以上の商品だけを出荷している。また、平成 12 年に新社屋の移転と同時にハム加工所・レストラン・直売所を開設し、地域の農家 92 名と連携して「伊豆沼農産直売会」を設立して、地元の農林産品、加工品、地域料理を提供している。



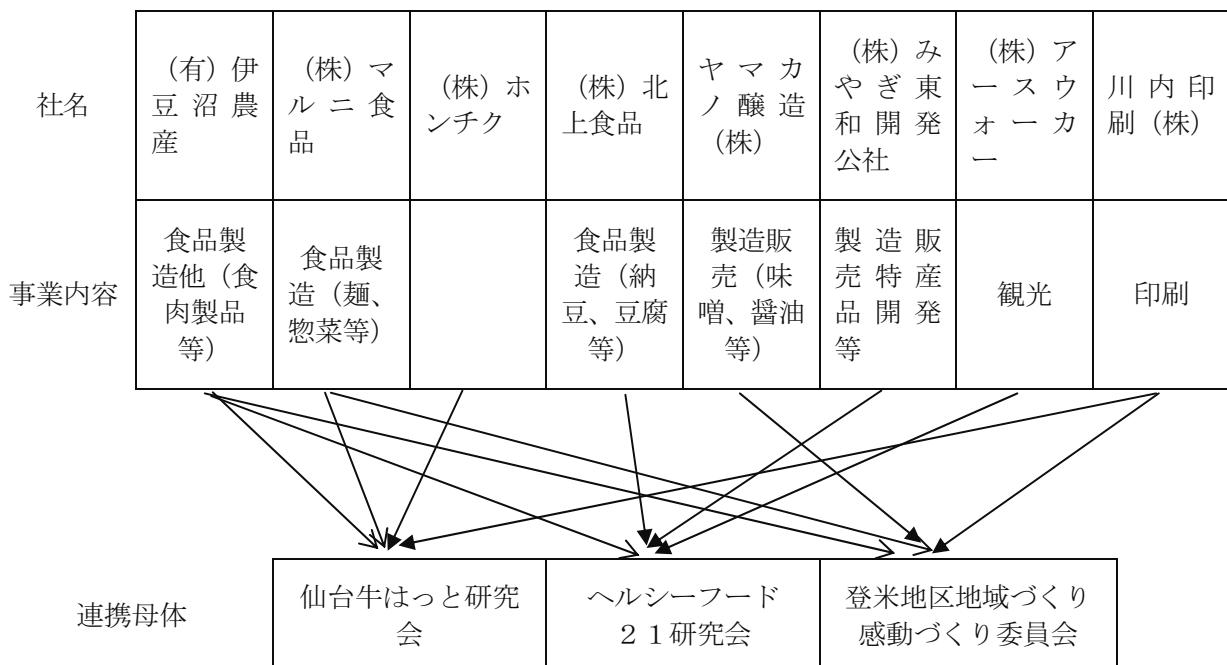
直売所



農家レストラン「くんぺる」

○「工」との連携も同時期（平成6年）から本格化し、仙台牛はっと研究会（(有)伊豆沼農産・
㈱ホンチク・㈱マルニ食品・川内印刷㈱）、ヘルシーフード21研究会（(有)伊豆沼農産・㈱
北上食品・㈱みやぎ東和開発公社・㈱アースウォーカー）、登米地区地域づくり感動づくり委
員会（(有)伊豆沼農産・ヤマカノ醸造㈱・㈱マルニ食品・川内印刷㈱）で経済産業省・農林水
産省等の支援事業を活用して、主に新商品開発を行っている。

次ページの図は、伊豆沼農産をめぐる製造業・販売業・印刷業等の各社との「工」をめぐる連
携について示したものである。その特徴として、他の地域ではなく、あくまで登米市内の企業
と連携していること、そして、全ての連携において団体をつくっていることがあげられる。

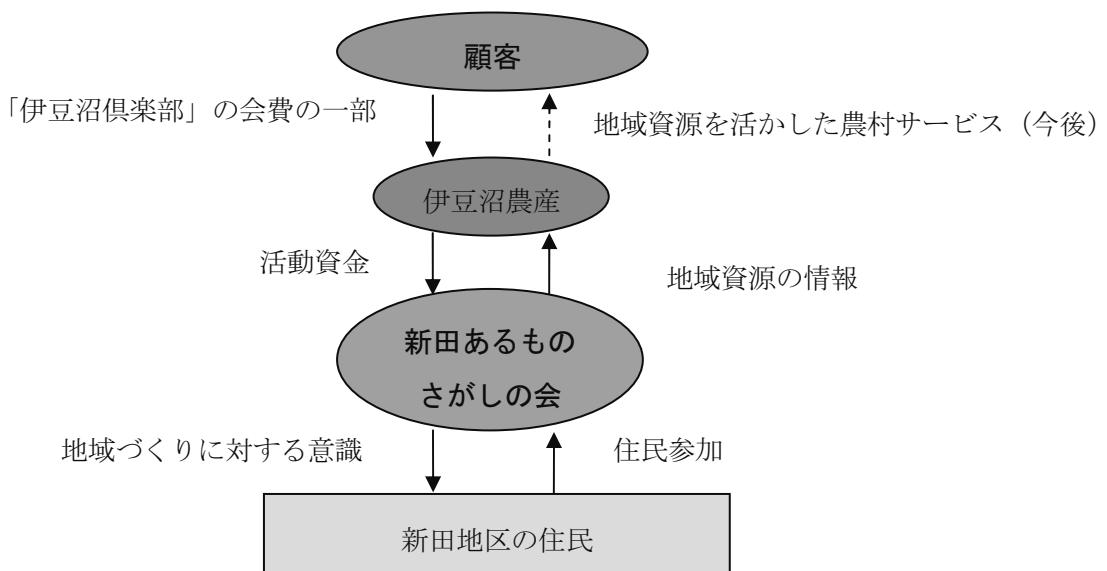


図：伊豆沼農産をめぐる商品開発の連携

○「商」との連携は、平成2年に伊豆沼農産三越仙台店オープンを皮切りに、東北・北海道・首都
圏等の百貨店、高級スーパー、高級料理店、道の駅等と連携して、「伊達の純粹赤豚」のブラン

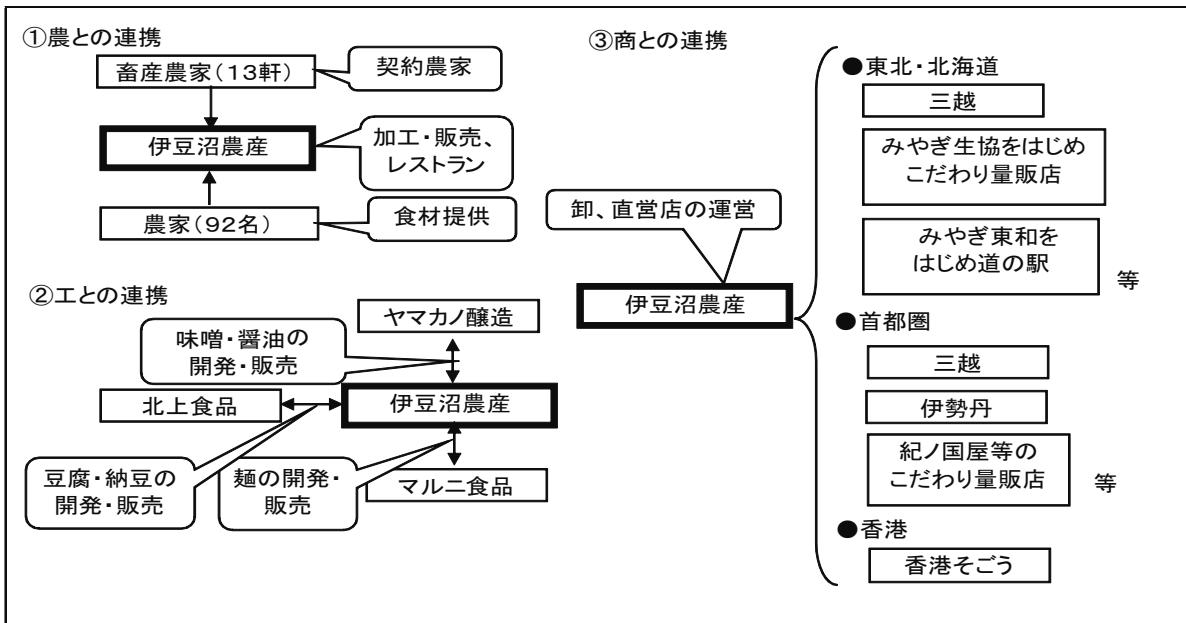
ンド化に成功。平成 16 年には香港そごうと連携して「伊達の純粋赤豚」を香港に輸出、香港の富裕層から高い評価を得ている。

○「地域づくり」の連携に関して、同社では、地元住民と協力して迫町新田地区をシンボルとした地域活性化を進めてきた。経営理念（第一の目標として、地域の「人」「もの」「環境」を強調している）、そして、「伊豆沼ハム」のラベル（2003 年よりデザインを一新し、大きな木のイラストをあしらえ「地域に根ざしている」という意味合いを込めている）に見られるように、地域活性化に対する強い意欲を同社は持っている。その一例として「新田あるものさがしの会」について紹介したい。同会は、伊豆沼農産および同社が所在する迫町新田地区の住民による地域再発見活動の団体である。図は「新田あるものさがしの会」と伊豆沼農産との連携図だ。伊藤氏によれば、「地域づくり」の場合、商品開発とは異なり、可能な限り全ての地元住民の参加とコンセンサスが重要であるという。地元住民の参加を促進するため、「新田あるものさがしの会」では、活動に必要な資金のほとんどは、伊豆沼農産が負担している。この資金は、「伊豆沼俱楽部」という同社の特典付き会員制度の会費の一部（1,000 円の年会費の内の 200 円）からまかなわれている。「新田あるものさがしの会」では、新田地区の地名の由来、しめ縄づくり、竹馬遊びなど、地域に古くから伝わる知恵や技術を再発見し再利用する「地元学」を実践している。会で得た情報は全て伊豆沼農産にも蓄積され、近年同社が積極的に取り組んでいく都市農村交流事業の経営資源として活用される予定である。以上のように伊豆沼農産では、「農業の食業化」から、近年では「農村の産業化」に積極的に取り組んでおり、その中で、「新田あるものさがしの会」を介した住民との地域づくりのネットワークを構築している。



図：伊豆沼農産と新田あるものさがしの会との連携図

● 伊豆沼農産の6次産業化と連携体制図



● 到達目標 :

昭和63年～ 「農業」の産業化…農業の6次産業化・農商工連携

(経営理念：農業を食業に変える)

平成16年～ 「農村」の産業化…農村の6次産業化

(経営理念：上記理念+人と自然へのやさしさをもとめて…)

(3) 課題とその対応

● 目的設定 :

これからは1次産業だけでは食べていけない。モノ(生産・製造)、商(直売所・レストラン) + 観光・教育で、付加価値型産業にすることを目指す。

● 必要性の明確化 :

農村にいる「農家」が積極的に情報発信しなければならないということを自覚する。時代がそういうもの(本物)を求めている。

● 対象相手・物の探査・明確化

「農村」の産業化は、新田地区が対象。(農村とは、各中学校の学区の範囲)。地域に住む人と共に事業をする。

お客様は、登米市から半径400km圏内である、関東圏～青森の消費者・観光客。

● 円滑な進捗・課題解決のための体制作り :

新田地区の住民による地域資源の再発見を目指す「新田あるもの探しの会」、子供たちの食農教育・環境教育、多くの経験を持つ高齢者の活用、観光、交流、ものづくりの拠点となり、全国へ情報発信し誘客を図る「伊豆沼から全国へ超元気を発信する協議会」を設立。両組織とも伊豆沼農産が事務局を担当。

(4) 事業目的の達成度

特に農村の産業化については、まだ出発地点に立ったところ。東京人が憧れる田舎を目指し、半

径 400 km 圏内 4500 万人の 1 % (45 万人) を顧客にしたい。

(5) 連携・6次産業化の継続の課題と対応

農村の産業化については、今後観光と教育により重点を置いていくが、誘客をともなう仕組みづくりが課題となっている。

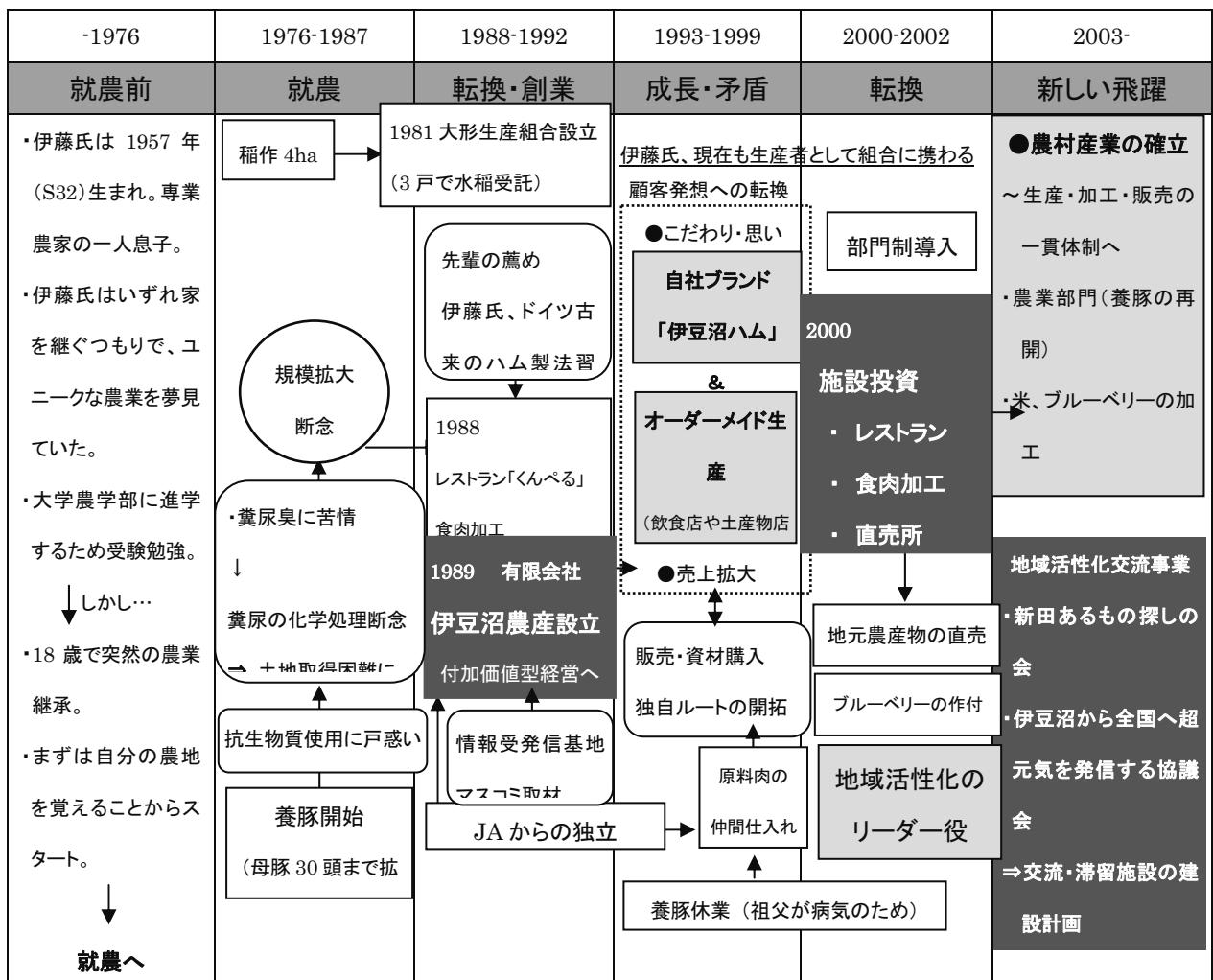
(6) 今後の連携・6次産業化の展望と課題

新田地区において農商工連携・6次産業化により持続可能な農村の最適化産業の確立を実現し、農村産業興しのシステム化を図る。また、そのノウハウを公開し、日本のどんな地域でもオンライン産業が興せるようになり、農村全てが「日本一」を実現することを目指す。

(7) まとめ

伊豆沼農産は、平成 16 年までは自社の 6 次産業化、及び農の連携×商の連携×工の連携という「重層的な」農商工連携を通して、「農業の産業化（6 次産業化）」を実現し、伊豆沼農産の企業ブランドを確立した。平成 16 年からは、伊豆沼農産が中心となって新田地区という「農村の産業化（6 次産業化）」を目指し、新田地区全体の取り組みを行っているところであり、将来的にはそのノウハウを公開し、それぞれの農村でオンライン産業を興せるようにすることを目指している。

参考；伊藤氏および伊豆沼農産のヒストリー



3－2 6次産業化先進事例

調査事業名：株式会社大場組 調査者；望月孝 調査期間；2010年8月～10月

(1) 事業概要

- 事業実施地域：山形県最上郡最上町大字志茂 277-6
- 事業内容：建築工事、土木工事、土木・建築設計、監理、損害保険代理、学習塾、不動産取引、産業廃棄物収集運搬、産業廃棄物処理（㈱最上クリーンセンター）、川の駅（ヤナ茶屋もがみ）、コンビニ（川の駅もがみ店）、農業生産法人（もがみグリーンファーム㈱）、㈱最上あゆセンター、介護老人保健施設、健康福祉プラザ等
- 事業規模：資本金 5000 万円、従業員数 87 名（グループ 11 社計 350 名）
- 設立：昭和 53 年（創業は昭和 46 年）



川の駅「ヤナ茶屋もがみ」



最上あゆセンター

(2) 農商工連携・6次産業化の概要

●経緯・必要性：

- 平成 15 年に、最上町内小国川沿いに、川の駅「ヤナ茶屋もがみ」を開業。地域材「もがみ杉」を使用して建築し、お食事処、土産店、産直施設、資料館で構成されており、産直施設は農業生産者 80 名で構成する産直グループ「四季の香」が運営。産直施設では携帯電話を使って品物を管理するシステムを導入し、生産者と連携して常に新鮮な商品を提供。また川の駅に隣接して、もがみ杉を使って古来大和造り構法によるログハウス風のコンビニエンスストアの店舗も建築し、運営。川の駅の運営で消費者・観光客のニーズを直接把握することができ、ニーズに応える形で農業生産、鮎の養殖に参入した。
- 平成 16 年にアグリ事業部「もがみグリーンファーム」を立ち上げ、農業生産に参入。隣接する最上クリーンセンターの排熱を利用してミニトマト・胡蝶蘭・観葉植物を生産。平成 20 年に法人化して本格的に農業に参入し、環境保全型農業（ワーコム農法）や耕作放棄地を利用したわらびの栽培などを行っている。
- 平成 19 年に鮎・鰻・鯉の養殖を行う㈱最上あゆセンターを設立。鮎は放流用で 65 万匹、成魚販売で年間 30 万匹、鯉は 2 万匹を出荷し、地元の加工事業者・卸業者と連携して鮎の加工品等を開発・販売している。

○平成 17 年に川の駅の対岸に、森林を利用した森の駅「ふれあいパーク」を整備。両駅を吊り橋で連結して、体験きのこ園、果樹もぎとり園を運営。また、NPO 法人あにまるにーずと連携してアニマルセラピーを提供している。

●農商工連携・6 次産業化の詳細

○道の駅「ヤナ茶屋もがみ」

■最上町産地直売協議会「四季の香」との連携のきっかけ

最上町内には、多くの産直団体が存在する。最上町産地直売協議会、通称「四季の香」のほか、町内の元気な女性が全国各地で産直イベントを開催する団体など、古くから様々な組織が活動している。だが、中でも「四季の香」の取り組みは、常設の売り場を持った産直団体としては町内で最も早かった。「ヤナ茶屋もがみ」の産直市は、2003 年（平成 15 年）10 月 5 日の紅葉の時期より販売を開始した。

■最上町産地直売協議会「四季の香」の活動

「四季の香」は、町内の農家の方々によって構成されている。2003 年（平成 15 年）当時は、家庭で栽培した野菜を持ち寄るようなかたちで販売していたが、現在はお客様に「安心・安全」と感じてもらえることを目指して、農作物を栽培している。構成された当時は 50 名程度だったメンバーが現在は 70 名以上に増えている。80 歳を越える農家の方もいるが、生産者皆が、農作物の栽培に力を注いでおり、町内に「元気なお年寄り」が増えたそうだ。また、販売状況を生産者に知らせるシステムを、大場組が業者に開発を委託して導入している。「ヤナ茶屋もがみ」で野菜が売れた場合、毎日 12 時、15 時、18 時の 3 度、携帯電話を通して生産者にその情報が伝えられる。システムの導入費や日々のメール配信料などは、大場組が費用を負担している。「四季の香」からは、売り上げの 10%程度を手数料として大場組に支払っている。その他、売上高の 5%程度が人件費として四季の香に計上されている。売り場は、各生産者が 1 単位の売り場（2 つの竹ざるを組み合わせたものである。8 ページ写真左を参考にして欲しい。）を持っており、皆が工夫しながら商品を並べている。20 個ある各売り場は、生産者皆が公平になるよう、ローテーションで移動させている。

毎月はじめに開かれる定例会では、各生産者の取り組みの報告がなされるほか、自分の商品に責任を持つこと、質の落ちた農作物を「捨てる勇気」をもつことなど、生産者の意識改革が行われている。2009 年（平成 21 年）3 月には、町内の保健所や農業改良普及所などと共に、四季の香メンバーが、お互いの加工所を見て回った。企画当初は、反論などの様々な声があがったが、その効果も大きかったと、担当者は述べている。定例会には大場組の担当者が同席しており、会に適度な緊張感がもたらされて、大場組—四季の香—生産者の間に良い関係が築かれているという。四季の香の代表者によると、農作物に対する消費者の要求は、年々厳しくなってきているという。売れ残った商品を、積極的に「捨てる勇気」を持った生産者の商品の売り上げは、他の商品と比較してやはり高い。今では、お客様の方から、生産者の名前を指名して商品を購入するような状況も見られるようになった。農作物を大量に栽培している生産者は、ヤナ茶屋もがみでの販売のほか、JA 新庄もがみへ出荷している。こ

これまで JA との取引には、「少品種大量生産」が求められていたが、産直市では「多品種少量生産」が求められる。とにかく、生産者に対して、旬の野菜や質の良い野菜を売るよう求めている。2007 年（平成 19 年）からは、ほとんどの農家で、農作物の栽培の際に、堆肥発酵促進剤「うまみの素ワーコム®」を用いている。野菜に無農薬と品質表示する基準は非常に厳しくなってきており、現在では減農薬野菜として販売を行っている。畑作野菜へのワーコムの効果は検証中であるが、田への効果は目に見えて非常に高い。2010 年（平成 22 年）には、野菜にワーコム農法であることを表示できるブランド化を目指す予定で、大いに期待を寄せている。「四季の香」の野菜は、「ヤナ茶屋もがみ」の店内で販売しているほか、大場組が開設した通販ショップ「みちのく千宏家」でも、野菜セット、山菜セット等を販売している。今では、東京のとれたて村や東京池袋の居酒屋チェーン店など、広く全国に向けて発送しており、注文管理、発送等は常勤の従業員を新たに雇い入れて対応している。野菜のリピーターのお客さんも多く、直接電話注文されることもあるため、その都度、「ヤナ茶屋もがみ」より採れたての新鮮なものを出荷するようにしている。だが、今では産直市があちこちに林立し、産直市の間で価格競争が始まったため、スーパーの野菜と変わらない値段で売られる野菜が増えてきているため、以前と比べて、「産直である」価値が薄くなったという問題もあるという。

■森の駅「ふれ愛ランド」

川の駅「ヤナ茶屋もがみ」を挟んで、川の向かい側に位置するのが、森の駅「ふれ愛ランド」である。ふれ愛ランドは、ヤナ茶屋もがみがオープンした翌年、ヤナ茶屋沿いの川につり橋を建設して、2005 年（平成 17 年）4 月にオープンした。大場組では、以前より、「森の駅」とも呼べるような、公園のような施設を建設したいという意図があり、水面下での計画をしていた。現、NPO 法人あにまるに一ずとの連携のきっかけは、元々、大場氏が、あにまるに一ず代表の K 氏と知り合いだったことに端を発する。あるとき、K 氏がアニマルセラピーを設立したいと考えていたことを知り、大場組の「森の駅」を作りたいという計画と通じるところがあったため、大場組で施設を建設することを請け負った。大場組が費用を負担して森の駅の施設全てを建設し、施設総面積の半分余りの 3300 坪の敷地面積を占めるアニマルセラピーのコーナーを、NPO 法人あにまるに一ずが運営している。現在、平日 2 名、休日 4 名の体制をとっている。このような動物と直接触れあえるアニマルセラピーは、近隣には見られず、ふれ愛ランド開設当初より多くの人が訪れた。園内には、犬 100 匹以上を含む 250 匹の様々な動物があり、地元の方も、興味を持ってよく訪れてくれている。施設が山間にあるという立地面でのデメリットは感じていない。動物の体調管理に気を使っており、トレーナーやトリマーを常勤で数名設置しているという。NPO 法人あにまるに一ずの活動としては、4 月末から 11 月まで開催しているふれ愛ランドでの活動のほか、年に 20 回以上の移動動物園を催している。それぞれ、年間に 1 万人、2 万人程度の入場者がある。また、NPO 法人あにまるに一ずでは、老人ホームや障害児施設へのアニマルセラピー活動も行っており、年間 10 から 20 回程度開催している。「森のふれ愛ランド」では、大場組として、果樹のもぎ取りを利用者にしてもらう「もぎとり産直市」をしたいと考えている。また、ふれ愛ランド付近の

原生林に巨木が多く残っているため、散策路を作りたいと計画している。

ヤナ茶屋もがみとふれ愛ランドの間では、客の相乗効果が見られ、双方を訪れるお客様が、どちらでも楽しんでいる状況が見られるという。

○ 「最上あゆセンター」

■ 加工業者

鮎の加工に関しては、地焼きして冷凍鮎として売り出すならば、社内でも加工することが出来るが、甘露煮にするなど、加工の際に多くの工程を必要とする場合、社内で製品化することが出来ない。そうした場合は、県内の業者を当たって逐次開拓していった。現在、鮎をフリーズドライ加工した商品や、甘露煮、昆布巻き、蒲鉾など多くの商品が作られ、「ヤナ茶屋もがみ」内の土産物コーナーに並べられている。

■ その他

県内広く、各市町村の道の駅や株式会社やまがた物産振興機構などとの連携を通して、鮎や岩魚をPRしている。今後、「最上あゆセンター」の鮎を積極的に営業してゆく方針である。

○ 「農業生産法人もがみグリーンファーム株式会社」

■ ワーコム農業研究所との取り組み

大場氏とワーコム代表の栗田氏は、昔から交流を持っていた。大場氏は、農家の得る利益の不安定さに問題を感じており、何か米作に付加価値をつけて販売したいと考えていた。その時、同じ思いを持ったワーコムと出会ったことがきっかけとなり、ワーコム農法で農作物を生産するようになった。以前から、産廃処理施設「最上クリーンセンター」で排出された熱を利用したハウス栽培の中で胡蝶蘭を栽培していたため、まずは、そのハウスの中で、トマトをワーコム農法で栽培してみたところ大変美味しいトマトが出来た。そこで、ワーコム農法にて米作りを行えば、同様に美味しいお米が出来るのではないかと考え、実験したところ、田の土の表土剥離もなく、腐熟が促進し、美味しいお米が出来た。そこで、米 87 ヘクタール、畑 10 ヘクタール余りの生産者に 3 年間無償提供して、その田畠にてワーコム米の作付け等を行う取り組みを始めた。だが、ワーコムを使って栽培した有機米の取り扱いは、当初どのように売ってゆけばよいか迷いがあった。そこに、三笠フーズの汚染米事件の影響で、大場組に対して有機米を提供して欲しいという依頼があり、2008 年（平成 20 年）12 月より、有機米の提供を始めた。翌 2009 年（平成 21 年）2 月からは、宮城県大崎市や山形県内の各施設に対して有機米の販売を開始している。通常の稻作をワーコム農法に切り替えることは、農家にとっても、米の売価が上る（売価は 1 俵あたり 2 万円前後）ためお得である。だが、ワーコム米であることを商品に表示してブランド化出来るまでには、ワーコム農法の開始より 3 年間を要する。そのため、それまでの間、農家にワーコムを無償提供している。2009 年度（平成 21 年度）には、大場組の農業事業がワーコム農法に切り替えてから 3 年間経過するため、ワーコム米のブランドを商品に記載することが認められるようになる。健康福祉プラザ保養センターもがみは、大場組の関連施設である。この施設で出される米は、ワーコム米である。これは、介護施設で暮らす高齢者や宿泊にきたお客様に「最高の米を」食べさせ

たいという想いからである。

■JA 新庄 もがみ

「もがみグリーンファーム」は、前例のない組織であるため、立ち上げ当時は、最上町役場でも対応に戸惑っていた、と大場組では感じていた。農家も、「もがみグリーンファーム」という組織に対して期待と脅威が入り混じった感情を持って捉えていたようだ。現在では、一部の農家より、次年度の耕作地の管理を依頼されるまでに信頼関係が築かれつつあるという。また、JAで、流通を委託していた運送業者が廃業してしまったため、「もがみグリーンファーム」に、米の収出荷の代行作業を依頼することとなった。JAは、大場組にとって、特定の生産者個人を注視することなく、地域を公平に扱ってくれる、同じ目的を持った組織である。現在、年間4万俵の米の収出荷の代行作業や、9~10月頃には、そばや大豆の刈り取り作業を請け負っている。

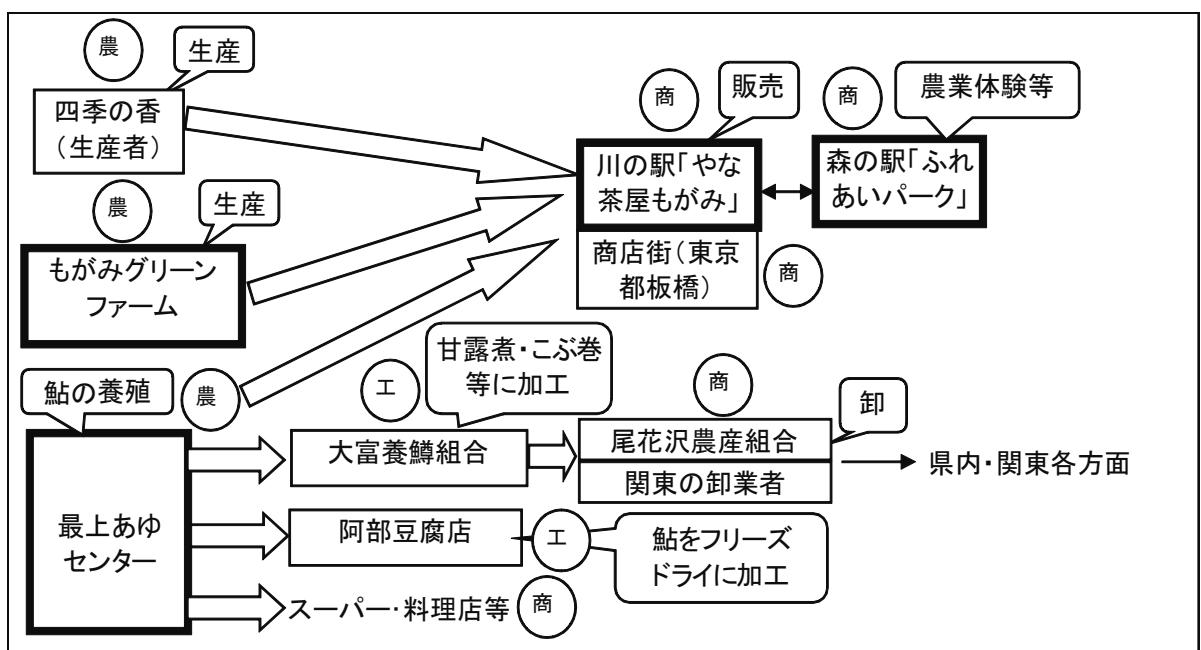
■最上町役場

最上町に農業生産法人として登録すると、同時期に米やそばの刈り取り、回収作業の委託を受けた。最上町役場の交流促進課の担当者とは関係が深く、日々「ヤナ茶屋もがみ」の商品構成や東京都板橋区への商品の出荷について話し合いがもたれている。

■東京都板橋区大山商店街

板橋区にある、ハッピーロード大山商店街では、空き店舗を利用した「全国ふるさとふれあいショップとれたて村」が開かれており、全国12の市区町村の特産品など1000アイテム以上の商品」が売られている。最上町と板橋区が交流都市となっている関係で、最上町や近隣の尾花沢市の特産品が出荷されている。

●大場組の連携体制図



●到達目標：

『明日の郷土を拓く』ことを社是とし、「お客様に満足して頂ける仕事をする」という姿勢のもと

で、「生涯に誇れる物づくり人づくり・サービスの提供をする」ことを最終目標とする。これにより、最上町に新しい産業・魅力的な仕事を作り、地域の雇用を守る。

(3) 課題とその対応

●目的設定・必要性の明確化：

公共工事は今後確実に少なくなり、本業である建設業は売上が減っていくことが予想される。その中で社員の雇用を確保するためには事業の多角化が必要。

●対象相手・物の探査・明確化

最上町の地元の消費者、川の駅、森の駅等の観光客。農産品・鮎の加工品等については、首都圏も対象に販売。

●円滑な進捗・課題解決のための体制作り：

地域に必要な事業を新規事業として展開してきており、自社が直接中核事業に参入し、地元の生産者、食品メーカー、N P O、J A等と連携。

(4) 事業目的の達成度

新規事業は次のように地域課題に対応した形で展開し、どの事業も順調に推移している。大場組の社員数はバブル時が約200名、現在は87名であるが、グループ会社11社では約350人の雇用を確保している。

○地域の教育力低下→学習塾の開設

○地域環境保全→産廃処理業へ進出

○地域の高齢化→福祉分野へ進出

○地域観光の発展→川の駅を中心としたネットワークづくり

○地域農業の活性化→遊休農地の活用

(5) 連携・6次産業化の継続の課題と対応

新規事業に関して、福祉関連事業を除くと、立ち上げ当初は社内に専門家がいなく、自分たちで勉強しながら進めできている。どの事業も始めから大きく投資して展開はせず、小さく立ち上げて軌道修正しながら、またノウハウを蓄積しながら大きく育てていくという方法をとっている。

(6) 今後の連携・6次産業化の展望と課題

もがみグリーンファームでは、現在高齢者から生産委託を受けて刈取りなどを手伝っている。今後は、後継者がいない農家の農地が耕作放棄地にならないよう、そのような人から農地を借りて積極的に生産を拡大していく。

また大場組の社長が62歳、部門長クラスが50歳台半ばに差しかかっており、次の世代の社員の育成が今後の大きな課題となる。



最上クリーンセンター、ハウス園芸の様子（大場組ホームページより）

(7) まとめ

大場組の農商工連携・6次産業化の特徴は、他の建設業とは違い、「川の駅」という「商」から参入したことである。販売をしたことのない社員が、夏休み・冬休み等の長期休暇を利用して、川の駅の店頭に立って販売し、顧客ニーズを肌で感じ取ることができ、結果、最初から農業生産の拡大はせずに、消費者ニーズの大きな鮎の養殖から本格参入したことである。

また、大場組の多角化のポイントは、一般的な建設業の農業参入という範疇ではなく、地域に必要な事業、言い換えれば「地域事業」といえる。

4. 関東・甲信地区先進事例

4-1 農商工等連携先進事例

調査事業名：新たに開発する「子供向け野菜」を活用した幼稚園・保育園向け給食サービスの事業化

調査企業：株式会社 ミールケア 調査者：臼井 真美

(1) 会社概要

本事例は、平成20年7月31日付けをもって、農商工連携事業計画「新たに開発する「子供向け野菜」を活用した幼稚園・保育園向け給食の事業化」について、中小企業者と農林業者との連携による事業活動の促進に関する法律第4条第1項の規定に基づき、農政局及び経済産業局より認定を受けた。

「新たに開発する『子供向け野菜』を活用した幼稚園・保育園向け給食サービスの事業化」として、子供たちの野菜嫌いをなくすため、興味がわき、食べたいと思う“素敵な野菜”、「子供向け野菜」を新たに開発することによって、幼稚園・保育園給食への高付加価値化を計画した。

本事業は、ミールケアの受託給食サービスノウハウ、特殊肥料を使った農業者の「かてりや信州」と、有機栽培実績のある連携参加者「くりのみ福祉会」との経営資源を合わせ、「子供向け野菜」の安定した生産により、ミールケアが受託運営する幼稚園・保育園給食食材として供給し、消費拡大を目指すものである。

企業名：株式会社 ミールケア

設立：1990年12月12日

代表取締役：関 幸博

所在地：長野県長野市栗田8番地1

資本金：4,459万円

売上高：24億円（2010年度）

従業員数：586名（正社員206名）

事業実施主体：中小企業者；株式会社

ミールケア

農林漁業者；かてりや信州（農業）連携参加者；くりのみ福祉会（農業）

事業内容：

- ①医療・福祉・事業所などへの食事サービス
- ②自然食レストランへの展開
- ③有機野菜のWebショッップ展開

（自然食レストラン「み～るママ」）



(バイキングコーナー)

当社は、以下の「3つの食育提案」の観点から、給食委託・病院給食・老人福祉施設給食・学校給食の委託給食事業を中心に展開する企業である。特に子供たちへの訴求を中心に事業展開をしている。

- ①厳選力を養う「食育」
- ②食のマナーを養う「食育」
- ③地球の食を考える力を養う「食育」



■弊社が考える「食育」3つの柱

選食力	食品の何が安全なのか。それにどんな栄養素が含まれているのかを知ることで、どんな食べ物を食べれば、もっと元気になるのかを知る力を「選食力」といいます。
食のマナー	「おはしの持ち方」や「食事のマナー」を知ることは、食べることを通して食文化を伝えることといえましょう。このような「食のマナー」をあらためて教えることは、日本の食文化を子供たちに伝える大人と大切な役割と弊社は考えます。
地球の食を考える	日本の食料自給率は40%前後にまで落ちてしまいました。世界の食材が日本にやってくることを子どもたちが知ることは、地球環境を考える子どもを育成することだといえます。 世界には飢餓に苦しむ子どもたちがいることや、地球の人口増加と食料生産量を知ることで、子どもたちに「食事を残さず食べる心」や、「食事を大切にする心」「食に感謝する心」が育まれていくと弊社は考えます。

ミールケアの取り組み

『安全』	厨房内における事故・過誤の予防措置の徹底、安全衛生講習の実施、一定期間ごとの点検及び、機器始動前のチェックの実施
『品質』	仕入れ段階、保管段階、食品調製、調理・加工段階、配送などの過程において、安全品質確保の取り組みを実施
『衛生』	微生物汚染の危害について重要管理事項(CCP)を定め、これが遵守されているかどうかの安全確保体制の取り入れ
『本物』	本物の追求、地産地消の考え方に対する「地元でとれた新鮮食材、身体に良い本物食品をつかいましょう」と考えています。
『楽しさ』	私たちは、美味しく召し上がっていただくためのイベントも開催しています。
『教養』	社内に学校を設立し、食の勉強会や栄養講座、衛生管理講習会などを開催してスキルアップを図っています。

また、ミールケアのビジョンの中には「世界中の子供たちが喜んでくれる食事をつくりたい」という大きな夢がある。そのために、子供向け野菜の開発により美味しい食べる「給食」と、食材や栄養など知識「食育」の推進が必要としている。

本事業は、「未来ある子供たちへの成長のために、社会に必要とされ、社会に貢献する立派な仕事」という位置づけで取り組んでいる。この「子供向け野菜」の生産供給が健全なる食生活の要となり、日本中の子供たちばかりでなく、世界中の子供たちをも幸せに導ける事業として3社共に連携し、社会に貢献するという価値観を共有している。

(2) 連携の概要

きっかけは、知人からの本事業案内の電話だった。知人は、以前から当社社長が実現したい

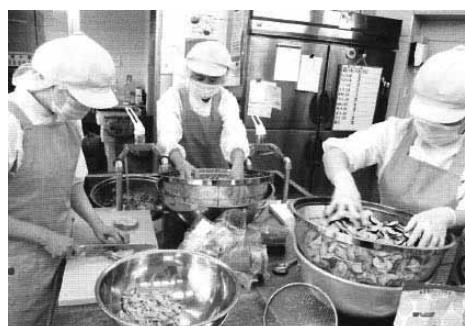
「子供向け野菜の開発」について話を聞いていた。

当社はこの機会を活かし、好き嫌いのない「子供向け野菜」を開発し、幼稚園・保育園給食への野菜の高付加価値化を具体的に計画した。

本事業は、当社の受託給食サービスノウハウ、特殊肥料を使った以前から取引のあった、連携農業者の「かとりや信州」と、当時業についての協力、連携を開始した。また、更なる「子供向けブランド」開発のため、有機栽培実績のある連携参加者「くりのみ福祉会」との経営資源を合わせた形で実施し、2008年7月に農商工連携の認定を受けた。農業者と連携することにより「子供向け野菜」の安定した生産体制が整い、食材を当社が受託運営する幼稚園・保育園給食として供給している。新商品及び、新役務の提供内容とその市場性と競争力は「子供向け野菜」に「給食と食育」という、当社独自のノウハウ・信頼の蓄積でもあり、他社では真似できない完全な差別化を図っている。



(当社 HP より)



(当社 HP より)

「子供向け野菜」を活用した幼稚園・保育園向け給食の事業化

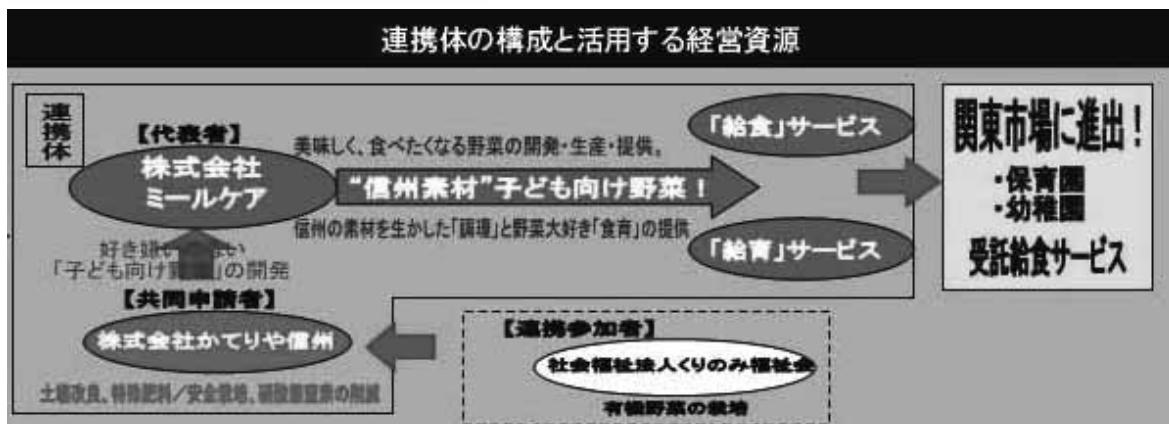


図-1 農商工連携連携計画

(3) 連携構築の課題とその対応

連携をするにあたり、当社が実現したい想いに共感し、成果を作り上げていける連携者選定には時間を要した。本事業の難しさは「同じ想いで足並みを揃えられる相手探し」である。ここには、かなりの時間がかかった。事業が成功するかどうかは、このパートナー探しにもかかっている。対応としては、実際に連携者への事業説明やヒアリングを実施しながら、試行錯誤を繰り返し、最終的な連携構築を果たした。

(4) 事業目的の達成度

1) 新商品・サービスの開発

特に子供が嫌う野菜について（ピーマンなど）、食べやすく開発した商品を農家と連携しながら作り出すことに成功している。



2) 新市場の創出

当社の独自の強みである、「野菜の開発」「給食事業」「食育」を有効に發揮し、「子供が好むブランド野菜」の市場を創出した。今後は、海外も視野に入れて、教育・福祉事業を中心に新たな市場を開拓していくことと思われる。

3) 実施主体の経営向上

当初の計画では、2010年度終了時には、17億円の売上げ達成目標を計上していたが、予想より7億円ほど高い24億円を達成できる見込みである。

商品及び役務を提供している、学校法人朝陽学園 認定こども園（保育園・幼稚園）は、少子化で運営が危ぶまれる園が多い中、保育料金が高めで、送迎バスもないとう事情がありながらも、園の方針に共感する父兄が多く、申込者が多数で入園できない子供ができるほど人気が高い。ここでは、当社の管理栄養士が給食～おやつまでコーディネートし、すべて手作りで、冷凍品は使用していない。子供たちは出されたものを、ほとんど残さない。食育も常に行っており、子供たちの「食」への意識も高い。おいしい給食を通して、家族の会話も多くなり、家庭に帰ってもコミュニケーションがとられている。

4) 地域の雇用・就業機会の拡大など

従業員は、2010年7月現在 586名。農商工連携前は、従業員数300名であった。2011年の採用は、100名を予定している。若者を中心に、確実に地域雇用の機会を増やしている。

＜朝陽学園 幼稚園・保育園＞



<10月の献立メニュー>

日	曜	午前おやつ	メニュー	おやつ	日	曜	午前おやつ	メニュー	おやつ	(旬の食材)	
										さくらんぼ・りんご	作成:株式会社ミールケア
1 金	ヨーグルト	夷ご飯・チキンカレー・ひじきサラダ フルーツソム	ピラフ・パン 豆乳	16 (日)	チーズ	ミートソースパスタ きのこスープ・かぼちゃサラダ 豆乳	せんべい				
2 ①	チーズ	椎茸野菜うどん・ちくわの天ぷら・りんご 豆乳	せんべい	17 日							
3 日					18 月	キウイ	ご飯・和菓子・抹茶煎餅 りんご・桃・アーモンド	ホットケーキ 牛乳			
4 月	オレンジ	豚肉・豚・かき玉・肉じゃが スパゲッタ	マッシュマローニ 牛乳		19 火	ババロア	ご飯・和菓子・サツマの霜降鮭 ヨーグルト	チーズクッキー 豆乳			
5 火	りんご	ご飯・野菜チャウダー・ハンバーグ コマセ煮込み	マクロビオティック 豆乳		20 (水)	りんご	ご飯・豚肉・昆布 お味噌とらすの五目丼・鮭サラダ 豆乳	中華麺カステラ 牛乳			
6 水	せんべい	くわこな・ごはん・野菜・唐揚げ・ピーフライ クラッカー・豆乳	フレーバー	21 木	オレンジ	パン・コーンポタージュ・コロッケ キーパス・サクナ	パン	いなり寿司 豆乳			
7 木	さつき	あんのりサクゼン・中華スープ シーフードスープ・ホワイトポンチ	シーフードクリム 豆乳		22 金	さつま芋	ご飯・和菓子・ムニエル のりのさば	豆乳			
8 金	ヨーグルト	ご飯・豆乳・鶏の元氣丼 牛乳	りんご・マフィン 牛乳		23 (日)	パナ	ドリアン・マクロビオサラダ フレーバー	ドーナツ 豆乳			
9 ①	パナ	そぼろ丼・豚汁・チーズサラダ 豆乳	せんべい	24 日							
10 日					25 月	オレンジ	ご飯・さつま芋・サバのみぞれ煮 豆乳	りんご・コンポート 豆乳			
11 月		体育の日			26 火	火	ご飯・和菓子・チキンカツ ヨーグルト	豆乳	お好み焼き 牛乳		
12 火	りんご	きのこのパスタ・豚丼 コンソメ・ソース・子供・梅干	みたらし玉子 豆乳		27 (水)	りんご	ご飯・和菓子・茹鶏大根テリヤキ 豆乳	照しソバ 牛乳			
13 ⑥	パナ	豚かぶ・ごはん・豆乳 豆乳・ごはん・豚肉サラダ	ソーセージ 豆乳		28 木	キウイ	チキン・洋芋・芋焼酎とろのや・マーブル ハーフパン	豆乳	豆乳		
14 ⑤	ヨーグルト	ご飯・豆乳・ししゃも醤油丼 豆乳	さつまいも・豆乳		29 金	さつま芋	豆乳・ご飯・フタフタスープ 豆乳	豆乳	豆乳		
15 金	オレンジ	豆乳・ごはん・ホーフカレー・野菜サラダ フルーツヨーグルト	豆乳		30 (日)	チーズ	豆乳・パスタ・ソーセージ フレーバー・パン	せんべい			
					31 日						

※おやつ
1. おやつ
2. おやつ
3. おやつ
4. おやつ
5. おやつ
6. おやつ
7. おやつ
8. おやつ
9. おやつ
10. おやつ
11. おやつ
12. おやつ
13. おやつ
14. おやつ
15. おやつ

<朝陽学園の厨房にはミールケアの社員が入る>



<こども園の昼食（遠足のお弁当をいただきました）>

(5) 連携維持・継続の課題と対応

連携を維持・継続をしていくためには、生産者や消費者も勉強が必要な時代となった。特に生産者は「生産者志向」が強く、消費者が求めるものと乖離している場合がある。消費者が何を求めているのかを知る必要がある。農商工連携は価値観の共有がポイントとなるため、生産者も「作るだけ」の意識からの脱却が必要な時代となった。当社の「おもてなしを通して野菜」という意識を理解している生産者は、まだ多くはない。一方で、消費者も「食」と「農」について学ぶ時代となった。対応としては、農商工連携は、連携者全体の価値観の共有を図ることである。その中で、一体となったストーリーを消費者に伝えていくことが重要である。

(6) 今後の連携の展望と課題

現状では、連携者の規模に限界があるため、世界も視野に入れた連携の成長の方向性を考えるならば、大規模組織と連携し、更に大きな事業展開を図る必要がある。課題としては、大規



だんだんと見栄を張ってきました、秋らしい風が吹くようになってきました。
今から見ると毎日の結果、体調を崩す日々を多かったです。
これからは、食の安全を守り、丁寧かつ美味しい御飯になります。たくさんの方と連携していきたいのです。
おしゃべりをしてみましょう。

9月7日にひび、赤みをもたげてきました。油膜も増えてますぞうです。実食をつぶりの匂の匂い、ささげぜひ食べてみてよ。

秋を代表する魚、サンマ。
貴重な効率でありますビクミンB12や、脂肪酸を含むビクミンA、Omega-3、
心臓病・高血圧などの予防効果のあるDHA・EPA、骨質の人っぽく質など
を、脂肪に含まれています。

全粒米が好きで、我が家はよく使っています。よく食っている魚、旬:さんま
青海苔と高島のささげはささげとおやじの召喚が鮮美です。
また、口元の魚の味が最も美味しい10月のサンマは、
動作によって美味しいと言われています。

おやじさんま対決に、さんまを食べごこち、京で競争しています。

魚の骨がおいしい種類、食べ物の知識を身につけさせてもらいます。

ご飯でちぢれを聞いて下さい。

給食には、

こんな魚ができます。さんば
さわら
さけ
など

新米と一緒に食べよう、カルシウムたっぷり卵かけ炒め

調理器具:すり鉢、すりぎざ棒(もんサーで代用可能)

材料:しまじこ、昆布、ごま、かつお節、青ねぎ

作り方:フライパンで食事をほしい色になると、乾燥します。

すり鉢で食べやすくなります。

模組織は意思決定のスピードが遅いことがあげられる。

(7) まとめ

当社は、本事業に「宣伝広告効果」を見出し、十分に活かしており、農商工連携の中でも、大変成功している事例で、今後の期待も大きい。関社長が「農商工連携の効果で一番大きかったことは宣伝効果」というように、本事業は公的機関が認めた、客観的な公平な視点がはいることで、信頼性が高まっていると推測される。

また、当社のような、付加価値の高い野菜提供サービスは、日本の自給率向上に貢献するだけでなく、輸出も可能であると感じた。一方で、生産者（農家）と連携する際、一番初め野壁となる意識のすり合わせの難しさを感じた。今後は、農家も重要な国の産業としての自覚と、モチベーションを高め、マーケティング的な感覚を身につけ、特に「売る」ということを学ぶ必要がある。

4－2 6次産業化先進事例

調査事業名：「生産」から「流通・販売」までつなぐ事業の展開

調査企業：ベジポート有限責任事業組合 報告者：臼井 真美

(1) 会社概要

本事例は、農業生産法人テンアップファーム（以下、テンアップファーム）代表の森田氏が、以前より考えていた生産者が安心して、野菜をつくれる仕組みを、株式会社ニチレイフーズ（以下、ニチレイ）と出会うことにより、実現することができた事例である。テンアップファームが50年かけて築き上げてきた野菜を中心とした農産物の生産・管理技術と、ニチレイが持つ温度管理技術、加工技術を融合することで産地と消費者を直接結びつける新しい流通加工システムを実現した。

企業名：ベジポート有限責任事業組合¹

設立：2008年10月1日

業務執行者： 森田健雄 ((株)テンアップファーム)、小林久一 ((株)ニチレイフーズ)

所在地：千葉県旭市鎌数字川西7080-18（あさひ新産業パーク内）

資本金：5億円

売上高：2億円

従業員数：35名（現場機械事務25名・営業10名）内パート15名

事業内容：設立後、下記の事業展開を図っている。

¹ 有限責任事業組合 (LLP : Limited Liability Partnership) とは、(1) 構成員全員が有限責任で、(2) 損益や権限の分配が自由に決めることができるなど内部自治が徹底し、(3) 構成員課税の適用を受ける という3つの特徴を兼ね備えた事業体（民法組合の特例）であり、大企業同士、大企業と中小企業、产学連携、専門人材同士などの様々な共同事が可能。

「有限責任事業組合契約に関する法律」（平成17年5月6日法律第40号）によって制度化。

- ①農産品の生産・仕入れ・加工・販売事業
- ②農産品生産・加工及び経営に関するコンサルティング
- ③種苗・資材等の仕入れ・販売事業

農産物の効率的な生産流通体制を構築し、より高品質な野菜をより新鮮な状態で消費者に届ける。これまでには、不特定多数を対称に生産が行われてきたために、消費者の希望を重視する小売が求める規格外の野菜の多くは破棄されてきた。本事業は加工技術向上により販路を確保することで、栽培された野菜の全量買取を実現し、農家が安心して生産できる環境を整えた。

ベジポートが目指すのは生産現場と消費者双方の顔が見える国産野菜である。それは、「生産」から「加工」さらに「流通・販売」までを統合した、第6次産事業の推進である。テンアップファームの持つ農産物の生産・管理ノウハウとニチレイフーズの貯蔵・加工ノウハウを活かし、集荷と出荷の「物流機能」、需給調整を行う「貯蔵機能」、そして付加価値向上のための「加工機能」を備えた複合型の施設を稼働している。

生産システム：

- ・敷地面積 12,000m²
- ・建築面積 3,536m²
- ・主な設備
 - 冷蔵倉庫 250坪
 - 凍結庫 1室
 - にんじん選果ライン
 - トマト選果ライン
 - ビンジュース製造ライン
 - 冷凍ピューレ製造ラインその他



- ・環境に関する取組み
 - 高周波 Hf 形証明採用（電力 2割削減）
 - インバータ式エアコンプレッサー採用（電力削減）

担体流動式廃水処理設備の導入（汚泥発生率削減）
省エネ方式の空調設備採用



図-1 旭センターの仕組み

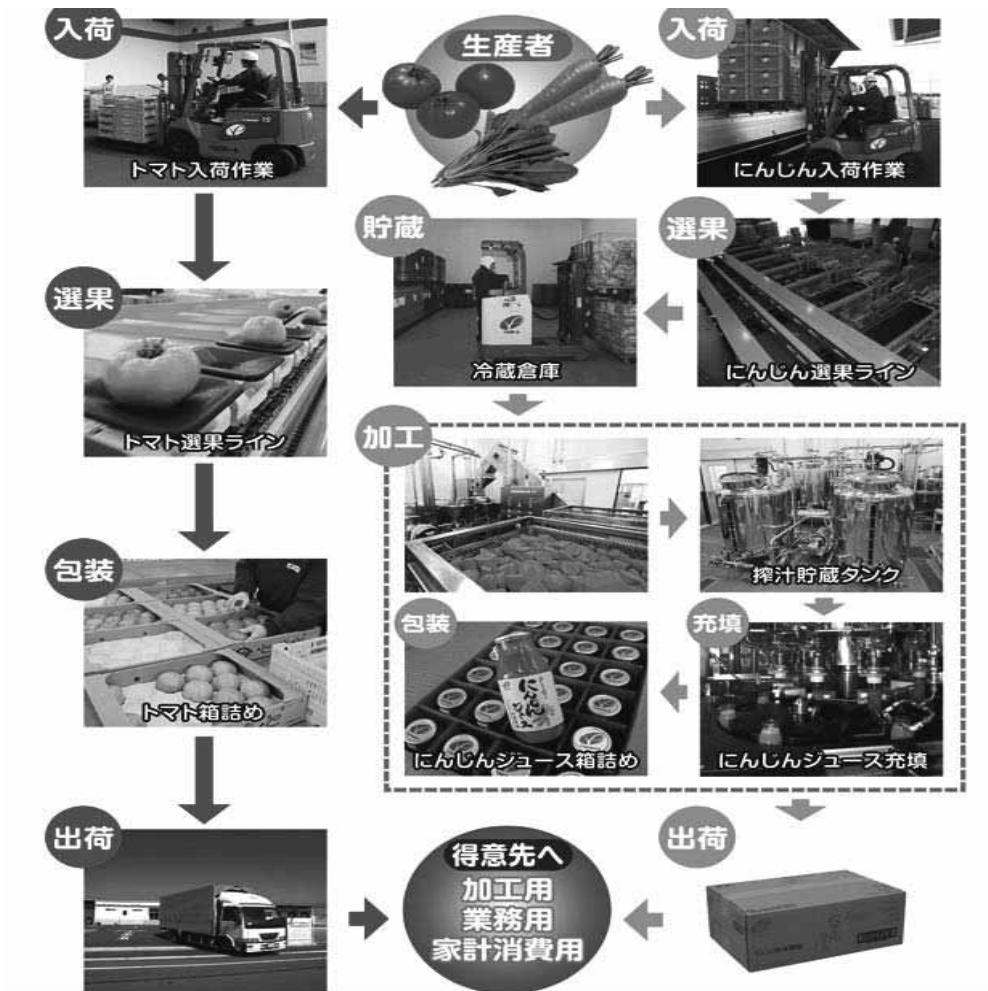


図-2 旭センターの業務フロー

(2) 連携の概要

本事業のきっかけは、農業生産法人テンップアップファーム森田氏は、かねてより野菜の生産量による不安定要因を解消しようと考えていた。偶然、森田氏の知人が、展示会でニチレイの方（農林水産省より出向）に会い森田氏の話をしたところ、加工技術と生産を組み合わせた連携することで、お互いのメリットが見込めるため、森田氏紹介の運びとなった。

森田氏も独自で農業活性化の企画をたてていたため、本事業により具体的に話が進展した。

テンアップファームは、千葉県富里市に本社をおく農業生産法人で、有機肥料を中心に、栄養価の高い、本当に美味しい野菜をお客様にお届けしたいと考えていた。また、森田氏は、後継者がいないため高齢化が進み「このままでは日本の農業がなくなってしまう」との危機感を募らせ、日本農業の再生にチャレンジしたいと願っていた。

一方、ニチレイフーズグループは昭和20年12月の設立から一貫して「くらしの中で人々が『食』に関して求める価値と変化を見つめ、その要請に的確に応え、心の満足を提供することを使命として、企業活動を展開している。変化の時代に入っている、日本農業の産業化に向けた取組を、経営・販売などに関して有するノウハウ等の提供を通じて、サポートしていく事は、ニチレイグループが自らのミッションである「くらしを見つめ人々に心の満足を提供する」を着実に実現するために重要であり、社会的責任であると考えていた。

この両社が出会い、「日本農業と食品企業」の両者は、「生活者へのフードサプライチェーンを支えるパートナー」であるとの考えに立ち、共生と言う理念の下、具現化したのが、ベジポートである。

2008年に、有限責任事業組合の設立から始まり、今まで来ている。

本事業の売上げ目標を決めるに際し、下記の2点を中心加味し決定した。

①機械設備運用コスト

②農家へのヒアリング

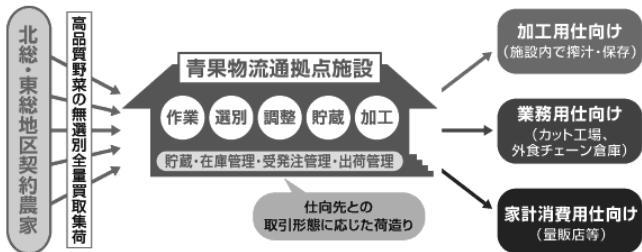
以上を踏まえ、営業開始年度で目標売上は5億円とした。



図-3 6時次産業化への取り組み

また、本事業の特徴として以下があげられる。

- 農家の生産物は、農家段階での規格別選果・選別作業を廃止し、品質に問題がない限りベジポートが全量集荷。
- 集荷した生産物は、契約出荷先（実需者）が求める規格ごとに選別。梱包や包装を必要とする場合。
- しないお客様へは、大型コンテナで納品。
- 実需者との契約（定量出荷）履行や豊作の為に発生する余剰生産物は、施設内で加工（搾汁）し長期保存するか、又は家計消費向けに出荷。
- 加工・業務用適性の高い品種や栽培技術の導入により、単収の向上を図り、単位当たり物貲費を低減すること等により、生産・流通コストの低減を図りつつ、加工・業務用野菜の産地形成を図る。



図一4 安全環境への取り組み

(3) 連携構築の課題とその対応

6) 売上の増加

売上げの増加については、まだ成果としては目標達成していない状況である。ニチレイの既存の販路があるため、販路については既に確定しているが、計画生産がまだ、十分にできていない状態である。これは、農産物の供給変動が大きいことが大きな要因である。

対応としては、今後は、予想外に発生した問題点について、過去の試行錯誤のノウハウを活かし、計画生産が順調にまわるような事業体制を再構築する。

7) 天候による農産物供給変動

天候による農産物の単収変動があるため、農家からの出荷量が計画通りにはいかない。

対応としては、変動リスクも加味した慎重な計画をたてることがあげられる。また、品種選びも重要なリスク回避対策となる。農家と話し合いながら、効率的な供給体制を構築していく。

8) 農業設備・機械の減価償却

農業機械は他の業種と比較しても高額なため、当初から減価償却が大きい。一方で、農業は利益確保できる状態になるまでには時間がかかる。初年度より、農業機械の減価償却費は大きいため、収益計上とコスト計上との関係に時間的不均衡が発生する。

対応としては、やはり計画を見直し、長い時間軸で考える部分も考慮する必要がある。

(4) 事業目的の達成度

1) 新商品・サービスの開発

提供貯蔵型システムの確立により、消費者に安定供給ができる仕組みを有している。

2) 新市場の創出

ニチレイが保有する既存の市場をターゲットとしているが、その他にも外食チェーン、メークーなどが見込め、販路基盤としては強いものがある。

3) 實施主体の経営向上

目標売上5億円に対して、2010年は、猛暑等の影響で現在の売上げ達成率は、目標には到達していない。出資金比率は違うが、運営機能は1:1となり、利益が出た時点では、テンアップファーム、ニチレイ双方のメリットとなる。有限責任事業組合は、定款で利益分配率を定めておけば、出資比率と違う比率を独自に決めることができる。つまり、利益の分配は、出資比率ではなく、利益貢献度に応じた比率で分配ができる制度を活用している。

4) 地域の雇用・就業機会の拡大など

農業生産者が販路を心配することなく販売計画ができるため、離農抑制、後継者育成効果がある。また、規格外のものでも、廃棄することなく利用できる可能性も高く、作った作物を大事にできることで、モチベーションアップも図れる。

今後は、新事業創出（加工場）の拡大により、更に新規雇用も見込まれる。

（5）連携維持・継続の課題と対応

第一次産業～第三次産業が共同で事業を始めるということで、産業間の文化やビジネススタイルの違いにより、様々なコンフリクトが生まれる。対策としては、理解・解決には時間がかかることを踏まえた事業計画をたてることが、維持・継続をしていく上で重要なこととなる。

（6）今後の連携の展望と課題

事業自体は、非常に良いと思うが、事業実施機関の計画実施については、見直す必要がある。6次産業化事業については、短期利益の実現要求が大きいが、「農業」は設備投資も大きく、今まで交流の乏しかった産業同士の連携には、時間がかかるということを理解する必要がある。「文書作成にも大変な労力が伴い、現状を理解いただくためにも各機関の方々にも、ぜひ現場に降りてきて、理解してほしい」との切なる要望があった。

（7）まとめ

当社は、現在年間売り上げ目標に届いていないが、事業スキームとしては有効で拡大が見込める。産業間のコンフリクトを解消し、コミュニケーションのスピードがあがれば正確な計画・予測がたてやすくなると思われる。

農家にとっても、スムーズな流れができれば、やりがいを持った後継者が育つと感じた。今後は、コミュニケーションを伴った、生産増大確立体制がポイントとなる。

5. 北陸地区先進事例

5-1 農商工等連携先進事例

事業名：加賀・能登・金沢の厳選未利用海産物を活用した米菓商品の製造・販売事業

株式会社 オハラ（農商工等連携先進事例）

（1）事業概要

本事例は、石川県金沢市に所在する株式会社オハラ（以下、オハラ）が、連携企業である同じく金沢市の株式会社ジェファ（以下、ジェファ）が石川県沿岸の地域において漁獲する甘えび、わかめ、いか、かに等の海産物等と地元の餅米を加工して、6種類（甘えび・海女採りわかめ・いか・さつまいも・かに・能登牛）の「じわもんおかき」（金沢の方言で、地元の食材を使ったおかきのこと）の商品名で、石川県一円で販売する事業である。



企業名：株式会社オハラ

創業：昭和34年

代表者名：小原 繁

所在地：（本社）石川県金沢市柳橋町甲 14-1（津幡工場）石川県河北郡津幡町太田へ35

資本金：8,000万円

売上高：8億1,000万円 農商工連携事業(H21年度)1,500万円 (H22年度見込)4,000万円

従業員数：49名

事業内容：こんにゃく製造業ほか

経営理念：農水産物の可能性を追究し、豊かな社

会創りに貢献すると共に、従業員全員
の物心両面の幸せを実現する。

オハラの誓い：

- ① 何よりも大切なことは従業員満足にある。
- ② 当たり前のことを当たり前に徹底する。
- ③ 感謝をしながら日々行動する。
- ④ 人間として何が正しいかを判断基準とする。
- ⑤ 仕事を通して学んでいく。
- ⑥ 社会のお役に立つ会社になる。



（2）連携の概要

S34 オハラ創業

S49 ジェファが石川県漁業協同組合(JFいしかわ)の販売部門として独立

- H 7 オハラ中国へ進出
- H 8 オハラ先代死去により、現社長就任
- H15 オハラ 4SMILES(4 ツの笑顔プロジェクト)開始、五郎島金時の規格外品をスィートポテトとして大阪梅田・阪急でブレイク
- H19 北陸 3 県(石川・富山・福井)のサークル K サンクス(400 店舗)での MOT プロジェクト(規格外地場農産品活用プロジェクト)開始、オハラとジェファ地元水産原材料を活用した連携事業の検討開始
- H21 農商工連携認定を受け、じわもんおかきのシリーズ化事業を本格開始

オハラは S34 年の創業で、現在の小原繁氏は 2 代目社長である。小原社長は、京大法学部に在学中はボート部に所属、卒業後は川崎製鉄等を経て、再び京大経済学部へ入学と 2 度の大学生活を経験後、先代である父のこんにやく製造会社へ入社した。H8 の父の死後、代表取締役に就任後、本業のこんにやく事業を発展させ、現在では全国のサークル K サンクスやローソンといった CVS 約 15,000 店舗のおでんの具であるしらたきや糸こんにやくとしてロングセラー商品となっている。H15 に 4SMILES として農家・製造者・販売者・お客様の 4 者が喜ぶプロジェクトを社内で立ち上げ、使命とする。

連携の経緯は、4SMILES がサークル K サンクスに共感され、MOT プロジェクトへ参画するところから始まる。小原社長は、食材サプライヤー事務局を務め、食材提案会議を定期開催する中で、規格外品を使った商品で評価されるものを作りたいというニーズを聞く。同じ頃、ジェファの田口統括部長を紹介され、地元の食材を使ったおかき事業に進出することになり、H21 の農商工連携事業認定後、本格展開に至っている。

連携の必要性としては、地元の食材を使った商品展開という構想理念への賛同のみならず、地元の水産原材料を確保する際に、ジェファであれば、石川県全域の魚介類を集めることができる点を評価した。

連携事業の到達目標と実績は以下の通りである。

- 1 年後(H22. 2) 計画 1,000 万円 実績 1,500 万円
- 2 年後(H23. 2) 計画 2,000 万円 実見 4,000 万円
- 4 年後(H25. 2) 計画 5,000 万円 (最終年度)

目標達成度としては、定量的には、H21 の事業開始以来、売上を順調に伸ばし、事業売上は 1,000 万円の目標に対し、1,500 万円(達成率 150%)、2 年後の現在は、目標 2,000 万円に対し、4,000 万円(達成率 200%) の実績を見込んでいる。また、定性的には、金沢の地元食材を使っていることや商品単価が @380 円と安価なこともあり、観光客や地元客からも人気がある。

(3) 連携の課題とその対応

本連携のキーパーソンは、澤田良裕氏、細川一郎氏、松原覚氏の 3 名である。サークル K サンクス北陸チーフバイヤーの澤田氏は、オハラの使命である 4SMILES に共感し、MOT プロジェクトの食材サプライヤー事務局として小原社長を参加させた。そこで小原社長は、「規格外品を

使った商品で評価されるものを作りたい」というサークルKサンクスの意向を聞き、発想の原点となった。同じ頃、ISICO の農商工連携コーディネーターである細川氏より、熱意のある地元漁業者としてジェファの田口統括部長を紹介され、連携構築のきっかけとなった。その後、ローソンOBで中小機構北陸支部のアドバイザーである松原氏より、地元の食材にこだわり、機械・装置による自動化でコストを低く抑えられるおかき事業を勧められ、じわもんおかき事業への縁づくりとなった。

連携を始めるにあたっての目標設定として、「地産地消の新しいカタチ」を掲げ、地元（地産地消）・もっと（もっと安全、健康、新鮮、おいしい、食べる）・もったいない（規格外品や余剰作物利用、輸送コストやエネルギー削減）を骨子とするサークルKサンクスの MOT プロジェクトの精神を取り入れた具体的な事業として取組むこととした。

そのためには、目的設定に賛同し、オハラの 4SMILES や MOT プロジェクトに賛同でき、かつ石川県全域で漁獲が可能な魚介類を継続的に安定供給できる漁業者が必要であった。そこで、ISICO から適任企業としてジェファを紹介され、おかき事業の事業展開について、農商工連携への応募をきっかけに、連携して取組む体制を構築した。

(4) 事業目的の達成度

1) 新商品の開発・提供

じわもんおかきは以下の 6 品目へ発展しており、その中でジェファとの連携事業は

(ア)(イ)(ウ)の 3 品目を対象としている。

(ア)金沢港甘えび(いしる醤油仕立て)

(イ)輪島・舳倉島海女採りわかめ(いしる醤油仕立て)

(ウ)能登小木港いか(いしる醤油仕立て)

(エ)加賀野菜五郎島金時さつまいも(甘味仕立て)

(オ)加賀橋立港かに

(カ)能登牛



2) 新市場の創出

石川県への観光客および石川県民を中心に支持を広げている。販売場所としては、JR金沢駅構内7カ所や小松空港、能登空港、北陸道高速SA、兼六園、近江町市場等の各種売店で取り扱っている。

3) 実施主体の経営向上

オハラの経営向上としては、直近(H22.2)で年商8億1,000万円のうち、本事業で1,500万円(1.9%)だったが、本年度見込(H23.2)では、年商8億4,000万円のうち、本事業で4,000万円(4.8%)を占める勢いで急成長している。

ジェファーオハラの売上増加に比例して、本業貢献度を高めている。

4) 地域の雇用・就業機会の拡大

下処理加工等工場の従業員、パート・アルバイトに6名の雇用を創出する等、石川県内を中心に、特に若年層への就業機会につながっている。

(5) 連携維持・継続の課題と対応

本連携事業の維持、継続するための課題は、①販路の整備、拡大②製造能力の向上③商品品目の充実の3点である。その内容および対応は次の通りである。

1) 販路の整備、拡大

現在のところ、石川県内のJR金沢駅や小松空港、北陸道SA、兼六園等で販売しているが、食べきりサイズをCVSで販売したり、東京駅構内のグランスタ等首都圏の人気スポットでのピンポイント出店を検討中である。ただし、無理な条件による出店は考えていない。

2) 製造能力の向上

当初は手づくりのため、製造能力は1日あたり100kg(@250g×400袋)だったが、農水省食農連携補助金の活用により自動化を図り、現在は1日あたり375kg(@250g×1,500袋)と約4倍になった。しかしながら、販売量増加により、乾燥機や包装機の補強等を検討している。

3) 商品品目の充実

現在6品目を展開し



ているが、詰め合わせ商品や新規の商品品目を検討しており、一層の充実を図る計画である。

(6) 今後の連携の普及・進化の展望と課題

本連携事業の展望としては、次の3点が挙げられる。

- ① 本連携事業は、オハラの餅の製造時期が毎年12月前後に偏るため、年間を通じた製造設備の稼働率平準化という課題解決に一役買っている。
- ② ジェファの低温冷凍倉庫を活用した適温保管ノウハウにより、半年を超える長期保管を可能にし、通年製造を実現している。
- ③ 両者の有機的連携事業は、自社においても他社においても次なる連携事業を進める上で大いに参考となる。

今後の連携事業の課題としては、「本ビジネスモデルを応用し、さらなる連携モデルを構築する」ことが挙げられる。小原社長の意見を参考に、連携事業を進める上でのポイントを3点にまとめた。

- ① 1点目は、連携先は「1番の人と組む」こと。極めた者からは知恵が湧く。
- ② 2点目は、「お客様を見つけてから商品を作る」こと。常にマーケットインを意識して、売れるものを作ること。
- ③ 3点目は、「役割分担を明確にする」こと。特に、農家はよい農産物を生産することに集中して、製造や販売は「餅は餅屋」に任せること。

(7) まとめ

北陸地区を代表する農商工連携の先進かつ成功事例である。原材料には、地元の規格外品を使うが、品質には一切妥協を許さず、石川県内の港で獲れた魚介類を使用する。互いに1番と認め合う者同士が連携し、オハラの製造設備の稼働率平準化やジェファの低温冷凍倉庫活用による通年製造ノウハウという強みを出し合った有機的連携を実現している。石川県内のJR金沢駅や小松空港等交通の要衝での販売展開により、目標の1.5~2倍の実績を上げている。本連携事業による雇用創出効果も確認でき、成果が出ている。株オハラの小原社長は、農家が単独で事業展開することに警鐘を鳴らす。農家はよりよい農産物栽培に徹し、製造や流通、販売機能には手を出さず、他者と連携することで役割分担を明確にすることが重要であることを強調する。農家は考え方のみの享受にとどめることが、農商工連携スキームを使った事業展開の際の成否のカギであることを印象づける。

5-2 6次産業化先進事例

事業名：米パン工房と農家レストランを併設した食文化提案型直売所事業

有限会社 ファームビレッジさんさん（6次産業化先進事例）

(1) 事業概要

本事例は、福井県福井市に所在する有限会社ファームビレッジさんさん（以下、さんさん）が、JA福井市ほかに所属する地元農業者130名の協力を得て、福井産の原材料を使ったパン

工房やレストランを併設した農産物の直売所事業であり、昨今、全国に普及した農産物直売所事業の原点と評される事例である。

企業名：有限会社ファームビレッジさんさん

創業：平成 16 年

代表者名：安実 正嗣

所在地：福井県福井市新保町 17-28

資本金：300 万円

売上高：8,100 万円

従業員数：社員 5 名、パート・アルバイト 13 名

事業内容：農産物直売所、パン工房、レストラン経営



(2) 6 次産業化の概要

H3 あぜみちの会を 7 名で発足、季刊誌創刊

H5 収穫祭を初開催、以後毎年 11/23 に開催

H8 新規就農者論文賞金制度はじまる

H13 任意組合ファームビレッジさんさん設立後、見谷ナーセリを使って福井県初の農産物直売所を開設

H16 有限会社ファームビレッジさんさんを設立、直売所に加え、ベーカリー及びレストランを併設した現施設へ移転、新装オープン

H18 レストラン 40 席にテラス席 20 席を増設

H3 に初代代表の中川清、屋敷紘美、見谷春美、玉井道敏、安実正嗣ら 7 名が中心となり、若手への農業の道しるべとして「あぜみちの会」を発足させ、地元農業者 30 名ほどに協力してもらい、毎年 11 月に収穫祭を開催し、農業の生産現場へ市民を呼ぶ即売会が話題を呼んだ。6 次産業化の経緯は、福井市民から常設の農産物直売所の設置ニーズが高まり、H13 に米、野菜、鶏卵を中心とした農産物直売所を開設したことから始まる。以後、「生産者も消費に責任を持つ」を掲げ、協力農業者も 130 人に増え、米粉パンを含むパン工房や「レストランは直売所の試食コーナー」と銘打ったレストランを併設するワンストップ型の直売所事業へと発展し、来場者も福井市、越前市、坂井市、あわら市、勝山市、大野市、鯖江市、敦賀市といった福井県内一円に広がり、今日に至る。

6次産業化の必要性としては、さんさんのメンバーのほとんどは、自ら農家でもあり、「生産者も消費に責任を持つ」を理念に、地元農業者同士が集まって、消費者ニーズを理解することを通じ、消費者が望んでいる農産物の生産をすることで、生産量、売上高を増加させるという共通目的があったためである。

連携事業の到達実績は以下の通りである。ここでは便宜的に、ベーカリーおよびレストランを併設したH16年を、6次産業化した年と考えるが、その増加額は歴然である。

【6次産業化以前】 H13 3,300万円 H14 2,400万円 H15 2,200万円

【6次産業化以後】 H17～H18 1億2,000万円～1億3,000万円 H20 9,100万円

H21 8,100万円

目標達成度としては、定量的には、H16の6次産業化以前に比べると売上高は4～5倍へと急増し、一時は年商1億3,000万円となり、H20年度に初めて黒字転換するが、競合店等の影響もあり、近年は徐々に売上が減少し、H21の直近で年商8,100万円となっている。また、定性的には、「さんさんに行けばいつでもある」と言われるまでの品揃えが充実する反面、店頭での商品説明が不十分なことやレストランの競合店対策も未整備といった課題も抱えている。



(3) 6次産業化の課題とその対応

本6次産業化のキーパーソンは、中川清氏、屋敷紘美氏、見谷春美氏、玉井道敏氏、安実正嗣氏の5名である。まずは、初代表であり呼び掛け人の中川氏だが、現在副代表も務めている。新規就農者への賞金のため自己資金を寄付する等、誰もが認める本産業化発展の功労者である。続いて、屋敷氏は、元JA職員でネットワークの広さを活用し、初期に協力農業者を30名を集め、その後の協力体制の礎を構築した。また、2代目代表の見谷氏は、初期に自らの不動産を直売所に提供したり、主婦・女性の立場からベーカリーおよびレストランの併設を発案、実現を果たした中興の祖である。現在も中川氏とともに副代表を務める。現在監査役の玉井氏も、初期からのメンバーの一員であり、福井県外や北陸JAICAからの視察受け入れ等、広報・PR面で活躍する。最後に、現代表の安実氏は、3代目の重圧の中、協力農業者を130名体制に伸ばし、進化を続けている。

6次産業化を始めるにあたっての目標設定として、長く続けられる農業・商業を構築するため、直接消費者の話を聞き、ニーズやトレンドを吸収し、生産に生かすことを通じて、特に若い就農者の知識・ノウハウを高めることを目的とした。その具体的展開として、主婦や女性の視点を重視したベーカリーやレストランの設置にふみきった。中でも、原材料の供給源となる

協力農業者を集める際、福井県内一円の農業生産者の中から、自身で栽培、収穫した農作物を地元で販売したり、加工することに協力的な農業者をいかに増やしていくかという点で苦労している。互いに知恵を出し合い、新規就農者を対象とした論文賞金制度や収穫祭の定例化、勉強会等を通じて接触頻度を高め、コツコツと活動した結果、130名の協力農業者体制を構築することができ、6次産業化の大きな原動力となっている。

(4) 事業目的の達成度

1) 新商品・サービスの開発・提供

【農産物直売所】米（15生産者・25品目）、野菜（なす、きゅうり、じゃがいも、さつまいも、オクラ、キャベツ、タマネギ、ニンニク、カボチャ、ズッキーニ、生姜、ニンジン、トマト、とうがん他）、果物（いちじく、ブルーベリー、ぶどう、なし、桃他）等。

【ベーカリー】米粉を使ったパン等

【レストラン】地元食材を使った数十種類の豊富なバイキングメニュー等

2) 新市場の創出

福井市周辺の安全・安心を追求する主婦層を中心に支持を広げている。

3) 実施主体の経営向上

ピーク時（H17～18）は年商1億2,000万円～1億3,000万円だったが、H21で年商8,100万円。

4) 地域の雇用・就業機会の拡大

直接的には、直売所やベーカリーショップ、レストラン等で社員5名以外にパート・アルバイト13名の雇用を創出。間接的には、福井県内の農業者に幅広く取引の門戸を広げ、特に若年層への就業機会につなげている。



(5) 6次産業化維持・継続の課題と対応

本6次産業化の維持、継続するための課題は、①短期目標の設定、周知②施設内のソフト機能の充実③メンバー間のコミュニケーション機会の拡大の3点である。その内容および対応は次の通りである。

1) 短期目標の設定、周知

年商1億2,000万（月1,000万ペース）体制を明確に掲げ、社員、パート・アルバイトへの意識付けを強化する。

2) 施設内のソフト機能の充実

お客さまアンケートや女性スタッフの意見を取り入れた季節感を出したメニュー提案や総菜（中食）部門の強化、POP や生産者当番制による直売所内の説明機能の向上を図る必要がある。

3) メンバー間のコミュニケーション機会の拡大

生産者自慢の大試食会（収穫祭のコンパクト版）の定期開催や勉強会の復活により、コミュニケーション機会を増やす。

（6）今後の6次産業化の普及・進化の展望と課題

本6次産業化の展望としては、「現事業を軌道に乗せ、やる気のある若手就農者に2店目を企画、運営させる」点である。現時点では、協力農業者体制の整備がほぼ終息してきているため、さらなるアイデア出しによる新展開を図る時期にきている。具体的な課題としては、次の5点が挙げられる。

1) 中長期目標の設定、明確化

次なる3～5年の中長期計画を設定し、従業員間で明確にする。特に、定量・定性両面の目標を掲げることがポイントである。

2) ハード機能の充実（駐車場等）

現さんさんの駐車スペースは30台分であり、レストランの60席を考慮すると手狭な印象を受けるため、駐車場の拡張を検討する。

3) 若手後継者の育成

さんさんの代表の安実氏、副代表の中川氏といずれも高齢のため、発想の若返りを図るために、協力農業者の中から将来を任せられる幹部候補を選出し、後継者育成を行う必要がある。女性メンバーを入れることも大切である。

4) 循環型農業体制の構築

さんさんは、残渣と米ぬかの加熱による循環型肥料のトライアルを行っており、今後、協力農業者への循環利用も計画している。

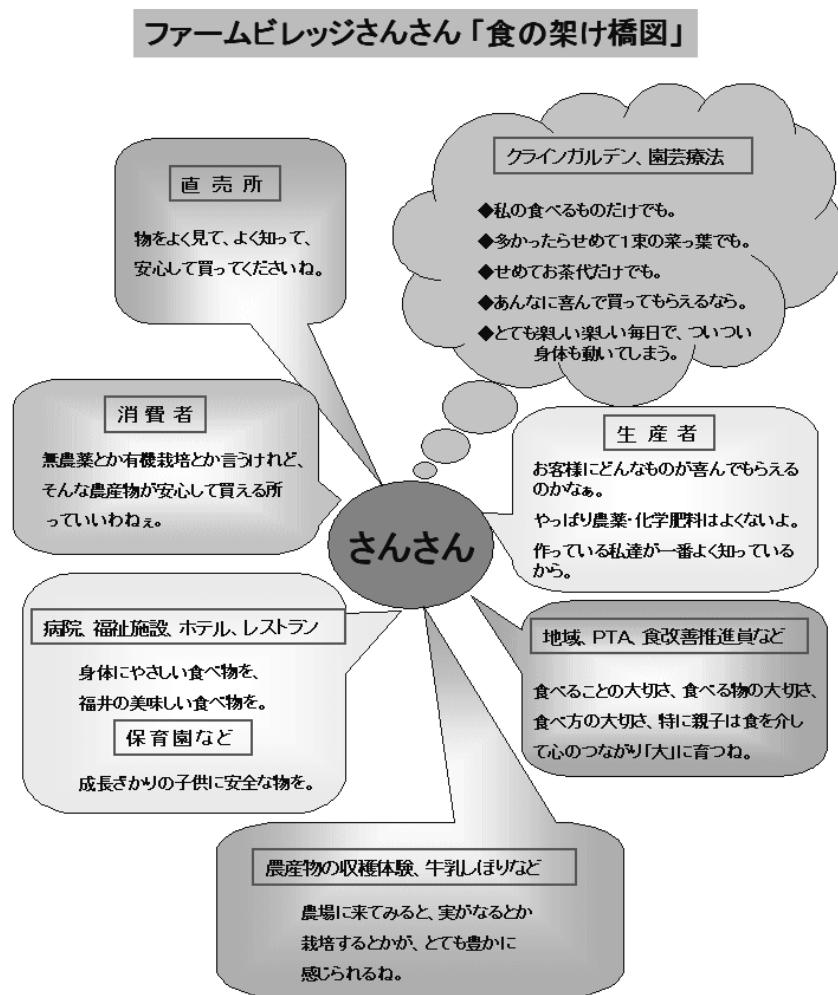
5) 北陸 JAICA を通じた海外展開の模索

さんさんは、玉井氏の発案により、H20から北陸 JAICA と連携して、外国人の視察を継続して受け入れている。今後、交換留学等を通じて、長期的視点に立った海外交流を進め、次なる世代のビジネスチャンスの種を育てることも重要である。

（7）まとめ

H3より約20年の長い歳月をかけて地道に一歩一歩築き上げてきた6次産業化の老舗模範事例であり、地元に深く根ざした魅力的な事業である。農業者であっても、消費に責任を持つことの重要性を説き、消費者の話を直接聞く場所として、直売所を開設。さらには、直売所の試食コーナーと位置づけたレストランとベーカリーショップを併設したワンストップ型直売所へ発展し、平日・休日問わず地元の方々に支持されている。連携協力する農業者も130名を超え、

特に若手の農業者がやりがいを持って参画している点は強みである。さらなる発展を目指し、中長期目標を設定し、次世代へどのように引き継いでいくのかビジョンの明確化が課題である。



6. 東海地区先進事例

6-1 農商工等連携先進事例

事業名：全国生産額トップの豊橋産青じそと国産大豆を使った青じそ寄せ豆腐等の製造・販売事業

株式会社 寺部食品（農商工等連携先進事例）

（1）事業概要

本事例は、愛知県豊川市に所在する株式会社寺部食品（以下、寺部食品）が、連携企業である愛知県豊橋市の豊橋温室園芸農業協同組合（以下、豊橋温室組合）が8年かけて開発した新品種の青じそ「愛経1号」を、1年間で最も香りの高い3～4月のものだけを収穫し、同じく連携企業の豊橋市にある早稲田大学発のベンチャー企業である株式会社T.M.Lとよはし（以下、T.M.Lとよはし）において、100℃以下の低温スチーム加工技術を活用してペースト加工し、年中製造を可能にし、寺部食品で同ペーストを使って青じそ寄せ豆腐を製造し、愛知県を中心に販売する事業である。

企業名：株式会社寺部食品

創業：昭和24年

代表者名：寺部 幸祐

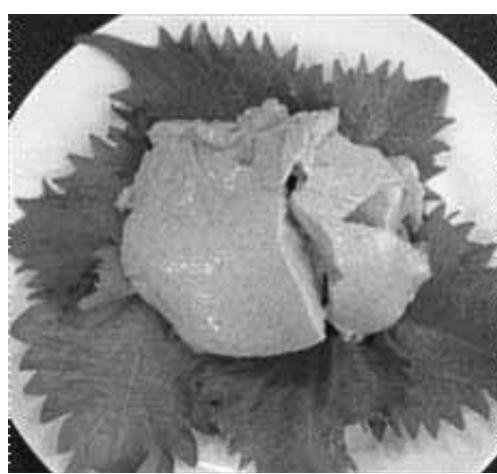
所在地：愛知県豊川市蔵子7-16-6

資本金：5,000万円

売上高：6億6,000万円 農商工連携事業(H21年度)300万円 (H22年度見込)500万円

従業員数：80名

事業内容：豆腐、油揚げ、生揚げ、がんもどき等製造卸業



（2）連携の概要

S24 寺部食品開業

S43 豊橋温室組合大葉部会発足

H14 寺部食品有機 JAS 認定工場

H15 T. M. L とよはし設立

H17 T. M. L とよはし新連携事業計画認定

H19 食農産業クラスター推進協議会(以下、食農クラスター) 設立、青じそ加工研究会設立

H20 寺部食品「三河武士プロジェクト」に参画、東京表参道 Rin にて大規模なテストマーケティング実施、農水省補助事業「加工食品&オーディション」の対象商品に選択

H21 寺部食品農商工連携事業計画認定

寺部食品は、S24 に愛知県豊川市で豆腐・油揚げ製造業として開業後、S62 に法人設立した。

H14 に有機 JAS 認定工場、H21 には愛知県 HACCP を各々取得している。豆腐製品の製造、販売を通じて、食の安全・安心の確保、地域に根ざしたものづくりを目指している。特に最近は、寺部社長の方針で、国内産や地元産品の利用を意識した商品展開を積極的に展開している。

連携の経緯は、H19 に愛知県豊橋市にある第 3 セクターの研究機関である株式会社サイエンス・クリエイト（以下、サイエンス）内に、同年立ち上った青じそ加工研究会の事務局が設置され、寺部食品もメンバーとして参加することから始まる。同研究会では、「青じそ」の具体的な普及策として、さまざまな青じそを使った商品を開発し、販売することを目的にした。寺部食品は、同じ研究会のメンバーで、最近青じその新品種の開発に成功した豊橋温室組合と知り合い、青じそを使った豆腐ができるかを検討した。そこで、青じその風味を年間を通じて安定的に生かすために、同じくメンバーで、低温スチーム加工によるペースト化を得意とする T. M. L とよはしに相談を持ちかけ、三者連携による試行錯誤の末、「青じそ寄せ豆腐」を完成し、H21 の農商工連携事業認定後、本格展開に至っている。

連携の必要性としては、青じそを使った豆腐ということで、食品へ味が乗りやすい新品種の青じそ愛経 1 号を使うため、豊橋温室組合と、さらには、通年製造・販売を可能にした低温スチーム加工によるペースト化については、製法技術を持つ T. M. L とよはしと連携して事業化す必要があった。

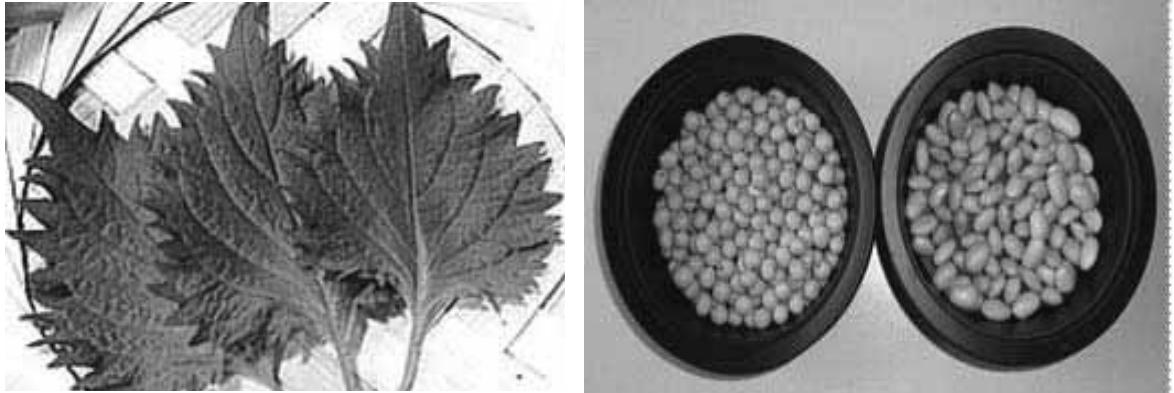
また、連携事業の到達目標と実績は以下の通りである。

1 年後(H21. 10) 計画 300 万円 実績 300 万円

2 年後(H22. 10) 計画 600 万円 実見 500 万円

4 年後(H24. 10) 計画 3,000 万 (最終年度)

目標達成度としては、定量的には、H21.2 の農商工連携事業計画認定後、売上を順調に伸ばし、H21 年度の事業売上は 300 万の目標に対し、300 万(達成率 100%)を達成した。認定前は、月に 50 丁ほどの売上だったが、認定後は瞬間的ではあるが、月に 5,000 丁を売上げることもあり、農商工連携認定による PR 効果も確認できる。また、定性的には、豊橋の青じそとともに、大豆は愛知県産のフクユタカを使う等地元食材にこだわっていることもあり、商品単価が@315 円/丁(250g)と高価格にもかかわらず、健康志向の高い客層に支持されている。



(3) 連携の課題とその対応

本連携のキーパーソンは、中野和久氏、横山順子氏、富永諭司氏の3名である。サイエンスの専務である中野氏は、青じそ加工研究会のメンバーへ老舗豆腐屋である寺部食品に声をかけ、青じそとの縁を演出した。食農クラスターのマネージャーであり、同研究会の実質的なリーダーである横山氏は、具体的な商品開発から販売支援まで、あらゆる局面での実践的なアドバイスを行い、農商工連携の申請のみならず、認定後も寺部社長との二人三脚での営業活動を続けており、なくてはならない名参謀である。また、豊橋温室組合で大葉部会の部長を務める富永氏は、原材料として品質の安定した青じその供給のみならず、研究会メンバーとして、消費者の声を直に聞き、商品考案にも積極的に参加する等縁の下の力持ち的存在である。

連携を始めるにあたっての目標として、青じそ加工研究会の活動から誕生した事業のため、同研究会のテーマである「青じそをつまもの野菜からの脱却させる」ことを設定し、息の長い商品を創出することを目指している。原則「一業種一社」により選ばれた地元の食品メーカー10社（豆腐、パン、製麺、水産練製品等）が参画し、青じその「加工」に主眼を置いた商品開発を継続的に行い、専門家やメンバー相互チェックによる商品評価を経て、23品目を商品化している。なお、本連携事業の対象商品である「青じそ寄せ豆腐」は、1丁で青じそ12枚を使用しており、開発商品の中では最も青じそ消費量の多い商品となっている。

従って、青じそ加工研究会のメンバーであれば、目的設定に賛同し、かつ継続的に愛知県を中心とした連携事業が可能なため、メンバー内より、ペースト加工業者および農業者を選択した。そのため、寺部食品の青じそ寄せ豆腐事業の連携先として、8年かけて開発した青じその新品種愛経1号を栽培する農家を持つ豊橋温室組合および通年製造・販売するための低温システム加工によるペースト化技術を持つT.M.Lとよはしの両者との連携が必要不可欠となった。三者の地理的な距離が近い（愛知県豊川市、同豊橋市）ことも大きな利点となった。

また、忘れてはならないのが、地元の熱いサポーター陣である。H20.7の中小機構中部支部による農商工連携認定に向けてのプラッシュアップ開始をきっかけに、サイエンスのほか、豊川信用金庫、豊橋信用金庫といった金融機関の献身的な協力を得ながら、連携体制を構築した。

(4) 事業目的の達成度

1) 新商品の開発・提供

対象商品としては、青じそ寄せ豆腐および青じそ充填豆腐の2品目である。

2) 新市場の創出

東海コープ事業連合等愛知県内の生協を中心に販売している。また、青じそ加工研究会として首都圏への共同出展によりPRを拡大している。

3) 実施主体の経営向上

寺部食品の経営向上としては、直近(H21.10)で年商6億6,000万のうち、本事業で300万(0.5%)の貢献をしている。

T.M.Lとよはしおよび豊橋温室組合も寺部食品の売上増加に比例して、本業貢献度を高めている。

4) 地域の雇用・就業機会の拡大

寺部食品の豆腐工場等の従業員、パート・アルバイトに4名の雇用を創出しており、従業員数は76名から80名へ増加した。

(5) 連携維持・継続の課題と対応

本連携事業の維持、継続するための課題は、①東京からの“逆輸入”②包装の工夫の2点である。その内容および対応は次の通りである。

1) 東京からの“逆輸入”

現在の主な販売エリアは、三河地方を中心とする愛知県内であるが、同地方は「東京へ持ち込んで火が付いた商品を豊橋へ持ち帰ると売れる」という風土があり、一度東京という大市場の目利きに耐え抜いた商品だけを評価するという厳しい土地柄となっている。この特徴をチャンスと捉え、“逆輸入”するために、首都圏への販売・PRを強化することが必要である。

2) 包装の工夫

女性の社会進出や単身世帯の増加等ニーズの多様化やリピーター確保、環境配慮に対応するため、1人用少量パックやリサイクル包装資材の活用等包装への工夫も考慮する必要がある。

(6) 今後の連携の普及・進化の展望と課題

本連携事業の進化の展望としては、「企業単独ではなく、青じそ加工研究会としてどのようにまとまって活動、発展できるか」という点がポイントになってくる。具体的な課題は、以下の4点である。

1) さらなる商品開発の推進

現在10社23品目の開発数だが、今後は量よりも質の高いロングセラー商品の開発を増やす。

2) 販売展開手法の工夫

企業単独での行動ではなく、青じそ加工研究会の商品群として、一堂に集めた売場展開や

アンテナショップの設置、本物志向の生活者会員組織化、こだわり専門スーパーへのPR等に注力する。

3) ビジュアルマーチャンダイジングの活用

商品への青じそ加工研究会の認定マーク挿入の徹底や統一ロゴをあしらったTシャツ、ポロシャツ、帽子等を着用しての集団的なPRによりチームワークを維持、強化する。

4) 研究会メンバーの限定・厳選補強

現在10社の商品部門メンバー数を最大15社まで拡大し、商品の幅を拡大する。



(7) まとめ

東海地区を代表する農商工連携の模範事例である。本三者連携は、農(豊橋温室組合)-商(寺部食品)-工(T.M.Lとよはし)と役割分担が明確で、ベーシックな農商工ビジネスモデル例として活用されている。原材料となる青じその愛経1号という新品種は、豊橋温室組合が8年かけて開発し、市販の青じそよりも色が濃く、ケバケバしているのが特徴で、食品に味が乗りやすいものになっている。また、減農薬栽培であることを公的機関での分析を通じ、青じその農薬づけのイメージ打破も図っている。T.M.Lとよはしは、早大発のベンチャー企業で、60°C以下の温度でビタミンCを破壊しない「低温スチーム加工」という特許技術を持つ。当技術を活用することで、通年製造・販売を可能にした。寺部食品は、豆腐製造の老舗として製造工程における最適時間や温度帯での職人技を持つ。販売は三者とも得意ではないが、青じそ加工研究会の組織・集団力を活用し、販路を確実に広げている。本事例に見られるように、「青じそ」というひとつの農産物に絞り込み、3年間という短期間に20を超える新商品開発を行っている例は少ない。横山クラスター・マネージャーに成功のカギを聞くと、テーマ設定、メンバー構成、研究会運営の3点を挙げた。しかしながら最も重要なのは、組織を引っ張るリーダーシップであり、同氏の女性ならではの感性を生かした統率力や情熱こそが、最大の成功要因であるといえる。

6－2 6次産業化先進事例

事業名：豚肉加工を中心とした農業公園・レストラン経営事業

農事組合法人 伊賀の里モクモク手作りファーム（6次産業化先進事例）

（1）事業概要

本事例は、三重県伊賀市にて直営農場の運営・販売事業を行う農事組合法人伊賀の里モクモク手作りファーム（以下、モクモク）が農業公園の運営を拠点として、手作りハム・ソーセージ等の販売、食農学習施設の運営、レストラン経営など多角的に展開し、約4万人の会員に加えて、年間50万人の来場者と年商45.5億円を達成している成功事例である。

企業名：農事組合法人伊賀の里モクモク手作りファーム

創業：昭和62年

代表者名：木村 修

所在地：三重県伊賀市西湯舟 3609

資本金：3,800万円

売上高：45.5億円(H21年度)

従業員数：775名(正社員141名、パート134名、アルバイト500名)(H22.3現在)

事業内容：直営農場の運営、直営農畜産加工場の運営、食農学習施設、農業公園の運営、

農産加工品直営店舗、通信販売事業、量販店向け卸販売、農場レストランなど



（2）6次産業化の概要

S62 伊賀豚の養豚農家を中心にハム工房モクモクを設立

地元の「伊賀豚」の販売促進を目的として、手作りのハム・ソーセージなどの加工品の生産・販売を開始

H4 有限会社農業法人モクモクを設立

元JA職員の木村修氏(現社長)と吉田修氏(現専務)が設立(販売を木村、豚のブランド化を吉田が担当)、農家と従業員が主人公となり、価格、流通、開発すべての決定権を自らが持つという農業経営を目指す

H6 農業組合法人伊賀の里モクモク手作りファームに名称変更

H7 ファクトリーファーム(工房公園) モクモク手作りファーム開設

以降「モクモク 7つのテーゼ」を基本理念とした事業経営を展開し「食」「農」「ものづくり」の体験型ファームは、消費者を理解させるための「拠点」として考え、「食と農業のあり方」を提案し続ける。組織全体の結束力が強く、その姿勢が多くの共感を得て会員数約 4万人、売上 45.5 億円(H21 年度)、年間来場者数 50 万人を達成している。

モクモクの経営理念である《モクモク 7つのテーゼ》が全ての基本となっている。

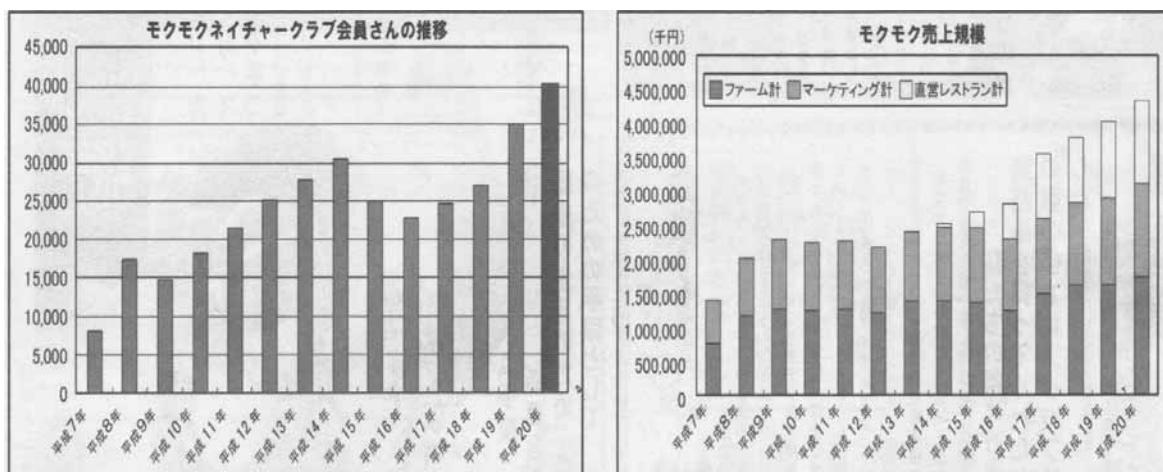
- ① 農業振興を通じての地域活性化につながる事業を行う
- ② 地域の自然と農村文化を守り育てる担い手となる
- ③ 自然環境を守るために環境問題を積極的に取り組む
- ④ おいしさと安心の両立をテーマにしたモノづくりを行う
- ⑤ 「知る」「考える」ことを消費者とともに学び、感動を共感する事業を行う
- ⑥ 心の豊かさを大切にし、笑顔が絶えない活気ある職場環境をつくる
- ⑦ モクモクは協同的精神を最優先し、民主的ルールに基づいた事業運営を行う

従来の農協から脱した農業経営により、自ら流通、販売を行う。さらには「食」「農」をテーマとした様々な事業展開することで、再び第 1 次産業の農業へ循環させる。生産(1 次)×加工(2 次)×流通販売サービス(3 次)の 6 次産業化を実現させる。

《モクモクが展開する組織と事業内容》

組織	事業内容
農業組合法人 伊賀の里 モクモク手作りファーム	「モクモク手作りファーム」において生産・加工・総合的食農学習の場づくり
有限会社 農業法人モクモク	会員への通信販売、直営・契約店への流通
株式会社 伊賀の里	健康レストランの経営
株式会社 モクモクネイチャー エコシステムズ	食品残流の循環利用 リサイクルによる地域連携推進地域活性化事業への支援参加
有限会社 モクモク流 農村産業研究所	地域産業づくりコンサルタント事業

また、開設以降の会員数と売上推移は以下の通りである。



開設以降、モクモクの商品のみならず、企業そのものの理念に賛同している会員が年々増加し、現在約4万人に至る。また、近年は直営レストランの売り上げが、大きく伸びてきている。モクモク直営のレストランは名古屋に2店舗草津、四日市、鈴鹿、津、松阪に各1店舗の計7店舗ある。モクモクで作ったものと、そのお店近辺の農家で作った野菜や、魚等地元の旬の食材を使って各店ごとに個性を生かした店舗づくりをしており、人気を集めている。また、モクモク内のレストランでは年間30組が結婚式を挙げており、ニーズに合わせて市場も広がっている。



(3) 6次産業化の課題とその対応

モクモク自身が自ら生産、加工、販売を行い、6次産業化を実現しているのには、今までの農業において、生産者自身に決定権がないという現状がある。利益の追求や、販売の拡大を第一にしない経営は、すなわち「自ら生産し、自ら加工し、自ら販売する」ことで、生産者が全ての決定権を持つという生産者第一の理念を遂行することである。「モクモク 7つのテーゼ」で示しているように、モクモクの最も大切にしているところは、第1次産業の農業振興にある。6次産業化を実現することで、農業から波及して生み出される第2次産業、第3次産業の利益を再び、農業振興に循環させていくことができる。

利益の追求ではないモクモクの経営姿勢が、ファンを着実に増やしている一因であるが、近年売上増加に結びついているレストラン経営など、多業種への連携が広がることで、より多くのニーズへの対応が求められてくる。その中でモクモクの理念がいかに変わることなく遂行されていくかが課題となってくる。

しかし、モクモクの経営の歴史の中で、従業員、会員の絆の深さが一番深い。理念に共感した同志のような強いつながりを感じる。そこには、農業に対する深い愛情と、自然への感謝、食=生きることへの感謝と喜びといった人間本来の生きる姿としての価値観が共通していることがある。従って、単なる損得ではないところでの経営自体にゆるぎなさがある。そして、カネではない豊かさを提案し続ける姿に共感する人は、着実に増えている。会員は消費者である以上に、モクモクの応援者としての位置づけが大きい。従業員の質が高くなれば、会員の質も向上し、会員の質が高まればまた従業員の質も向上していくという「人」主体の経営が、商品の向上、サービスの向上、そして経営の向上という結果を生み出している。

(4) 事業目的の達成度

モクモク自体が、ショールームとしての意味を持っている。

《モクモクの主なテーマパーク》	
焼豚専門館	それゆけミニブタ芸&ミニブタハウス
ワインナー専門館	小さなのんびり学習牧場
地ビール工房ブルワリー&麦芽工房	きのこ農園
パンとお菓子の工房 M:M	モクモクジャージー牧場
ジャージーミルク工房	OKAERi ビレッジ(宿泊コテージ)
PaPa ビアレストラン	野天もくもくの湯
農村料理の店もくもく	元気な野菜塾市場・大豆とうふ工房
バーベキュービアハウス	モクモクショップ
moku moku カフェ	ぶたのテーマ館
手作り体験教室	やさしさ工房



様々なテーマパークは人気を集め、名古屋、大阪方面より集客している。また、300戸の農家と契約し300種類の加工品を生産している。

(5) 6次産業化維持・継続の課題と対応

モクモクが目指す理念の実現が、何よりも組織の維持・継続の要となる。毎年その考え方に対する賛同した就職希望者が大勢集まる。「似た者同士の集まりで、組織として画一化されてしまわないようにしている」と吉田専務は言う。モクモクにとって従業員の質の維持、向上が経営の維持、向上に直結している。

(6) 今後の6次産業化の普及・進化の展望と課題

今後、モクモクは「農業の多面化」を目指し、様々な形でのモクモク流の提案は続く。例えば、情報ツールを活用しての野菜の作り方等の情報提供や出版物の発刊等の出版業。または、高齢化してきた会員のニーズに応えて、農業をリンクした福祉施設の建設等、ライフスタイル

の提案をし続ける上で、様々なニーズは常に変化し、尽きることがない。モクモクのモデルは諸外国からも注目されていることから、今後も様々な広がりが期待できる。

(7) おわりに

モクモクは従業員という同志が、共感できる仲間(顧客)を増やしていくという会社である。カネではないものの価値を知って初めて人は、健康で豊かな生活を送れるということを体現しているかのような魅力あふれる企業である。その根底には、経営者である木村氏、吉田氏の農業への深い想いがある。農業を大切に思う心が、私たちに、ライフスタイルそのものを一緒に考える機会を与えて続けてくれている。健康、環境、食の安全が、常に消費者の関心を高め、続いている昨今、モクモクが様々な挑戦を続ける先に、必ずその仲間が広がり続けていくに違いない。



7. 近畿地区先進事例

7-1 農商工等連携先進事例

事業名：京都丹後地方の「京たんくろ和牛」の安全・安心な牛肉のブランド化と販売拡大

事業者：株式会社きたやま南山

(1) 事業概要

◆事業実施地域

京丹後市の(農)日本海牧場で生産し、京都市左京区下鴨の株きたやま南山で販売を行う。

◆事業内容

産直1頭仕入れ技術があり、安心・安全の食を提供するポリシーを持つ焼肉レストラン((株)きたやま南山)が、京都府初「生産情報公表牛肉JAS規格」認定の牧場((農)日本海牧場)より短角牛と黒毛和牛の交雑牛を仕入れ、「京たんくろ和牛」として試作開発、ブランド化に取り組んでいる。

◆事業規模

2009年度に農商工連携の認定を受け、試作開発と本格的な販売をスタートした。

2009年の京たんくろ和牛の 仕入頭数：19頭 仕入高：12,147千円

◆事業実施主体

代表者：株きたやま南山（以下、南山とする）

共同申請者：(農)日本海牧場（以下、日本海牧場とする）

(2) 連携の概要

2008年春より日本海牧場のタンクロ牛を南山が仕入れ、試験的に販売していたところ、

京都府中小企業団体
中央会や中小企業基盤



たんくろの成牛

子牛

整備機構のサポーターの薦めにより、2009年に平成21年度新事業活動促進支援補助金（農商工連携対策支援事業）の認定を受けた。これにより、取り組みが本格化する。

「京都の地産地消を支える新しいブランド和牛を開発する」ことを目的に、初年度は獣医師や外部専門家の協力も得て、京都の人が納得する中身（品質、味）を作ることに専念。専門家委員や関係者で日本海牧場の視察・交流を行ったり、試食会・勉強会を開催したりして連携を深める。また、「みんなで育てる京の和牛」や「京都生まれの京都育ちの和牛です。」といったキャッチコピーをつけ、京たんくろ和牛の説明リーフレットやチラシを制作したり、貨店の物産展に出店するなど市場への情報発信に努めている。

2010年度は補助金を使わずに、農家の生産量拡大、南山の販売方法、商材化についてさら

なる検討を行っている。

(3) 連携の契機

日本海牧場は、先代が山を資源とみなして1980年より放牧畜産に取り組み、試行錯誤の末に現代表が出会った岩手の短角牛の母牛を放牧して黒毛和牛との交雑でタンクロ牛を生産してきた。また、自家産の牧草や、飼料稻、ビール粕なども餌として与え、安全安心な畜産物生産に取り組んで、2007年10月には京都府初「生産情報公表牛肉 JAS 規格」認定の牧場として登録される。しかしタンクロは、血統主義の和牛の世界では、和牛間交雑種ということで評価されず、少ない生産量（年間30頭）のためマスの流通が困難であった。

そこで山崎代表は「安心、安全な食を提供するレストラン」という経営理念を持ち、産直1頭仕入れ技術がある南山へ、試験的な取り扱いを依頼。南山では岩手の短角牛と滋賀の近江牛を扱っていたが、地元京都の和牛ということで、タンクロの1頭仕入れにも取り組んだ。



南山 5つの約束 (ポリシー)



店頭販売されている牛肉や野菜



和牛焼肉レストラン「きたやま南山」の店内



数量限定 京たんくろ和牛ランチ 2,000円

(4) 京たんくろ和牛の目指すもの

1. 母牛の短角牛は、放牧によって大地を耕します。
2. 子牛は母乳をたっぷり飲んで育ちます。
3. しっかりした内臓をつくり、牛の健康を第一に育てます。
4. 牧草などの飼料づくりに励み、自給率を高める努力をします。
5. ビール粕や京豆腐のおからで、風味の良いお肉をつくります。
6. 霜降りでなく、お肉本来のおいしさを追求します。
7. 产地と消費地をつなぐ、食農交流を大切にします。
8. 京都で食され愛される牛肉をめざし、関係者が協力してフェアトレードを支えます。

(5) 連携構築の課題とその対応

◆課題：事業実施にあたっての資金投資や人（労力）等の役割分担の考え方。

課題解決ポイント：「商」の立場である南山が代表者として立ち、自ら奔走する。

◆課題：農家の品質基準作り

課題解決ポイント：外部専門家（獣医師：松本大策氏）を招聘し指導を仰ぐ。

牛肉の味は品種の力と餌と飼い方でおおかたが決まるため、専門家より飼養管理の指導を受け、京たんくろ和牛の試作開発を進めた。

餌については、京とうふ藤野の協力を得て、乾燥おからをエコフィードに利用することが実現する。京都の食べ物（おから）をふんだんに食べて育つ、美味しい京たんくろ和牛の誕生へつながる。

◆課題：他販売事業者による後からの割り込み

課題解決ポイント：連携ルールについて協議を重ねる。

「京たんくろ和牛」が市場に知られるようになると、他の大手販売事業者から生産者へ直接アプローチが入ることが発生する。双方が WIN - WIN になってこそ農商工連携であるため、連携ルールについて協議する。「京たんくろ和牛」ブランド化パートナー店として提供している事業者を明確化。

「京たんくろ和牛」ブランド化パートナー店

京都市：和牛焼肉南山

京丹後宿おかみさん会のお宿：丹後の宿 万助楼／プラザホテル吉翠苑／お宿 炭平／丹後の湯宿ゑびすや／料理旅館 石／料理旅館 てり吉／うまし宿 とト屋／料理旅館 富而／旅館 浜乃屋／旅館 新海荘／小天橋／里の宿 康ノ家／内湯旅館 木津館 ニュー丸田荘／わだ

舞鶴市：エムズデリ 宮津市：天橋立ワインワイナリーレストラン

◆課題：ブランド価値を落とさない工夫

課題解決ポイント：関係者による勉強会を実施。

新商品である「京たんくろ和牛」のブランド化を進めるにあたって市場に誤った情報や品質の悪い商品が流れたりすることのないよう細心の注意を払い、連携する2社間だけではなく、専門家委員会の場で「京たんくろ和牛」の定義や目指すことについて話し合い、認識や方向性を共有するための勉強会を重ねた。

[専門家委員とコンサルタント一覧 (順不同 敬称略)]

伊藤勝也 株牛心社長（和牛1頭仕入れの焼肉界のカリスマ）

山本謙治 株グッドテーブルズ社長（農産物流通コンサルタント）

徳野貞雄 熊本大学総合人間学科地域社会学教授（農村社会研究家）

新保吉伸 株サカエヤ社長（近江牛の生産者ブランドを支える精肉店）

熊谷 元 京都大学大学院農学研究所。畜産システム研究会事務局。

瀧川昌宏 肉牛新報社代表（当時。昨年10月、故人となられる。）

吉岡弘陞 京都府獣医師会理事（日本海牧場の取り組みをよく知る獣医師）

新田稔彦 精肉＆焼肉店シンミチ社長（日本海牧場産和牛の市場でのJAS管理担当）

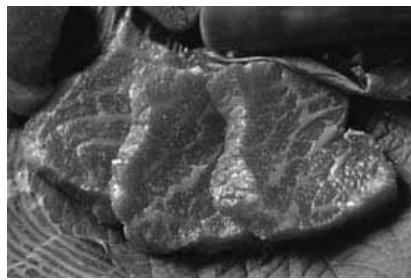
日本海牧場の指導 (有)シェパード 松本大策（臨床獣医師）

きたやま南山の指導 (有)モクモク流農村産業研究所 木村修・吉田修

(6) 事業目的の達成度

1) 新商品・サービスの開発・提供

日本海牧場のタンクロ
牛に「京たんくろ和牛」
の名称をつけ、環境と健
康を第一に考えた京都
の新しいブランド和牛
づくりに取り組む。



京とうふ藤野の協力を得て、食品残渣である乾燥おからを飼料化し、京豆腐を食べることでおからが餌になり、「京たんくろ和牛」を食べることで京都の農が元気になる、というストーリーを作り、京都のみんなで育てるブランド牛であることをアピール。

2) 新市場の創出

自社レストランでの販売のほか、京たんくろ和牛ブランド化パートナー店（京丹後地方の旅館・飲食店）、ネットショップ、ニッポン全国物産展（大丸京都店）での販売を実現している。今秋は伊勢丹新宿店からのオファーもある。また、京阪神エルマガジン社「関西肉本」の取材を受け「母と父、いいトコ取りのハイブリッド種」として取り上げられる。仕入れた食材や提供状況のお知らせメールマガジンを南山の代表者自らが発行し、誘客をはかるなど、消費者との接点をいかに多く作るか、かつ繋がりやすくするかの工夫をしている。生協と組んで、京都市と京丹後市における食育に京たんくろ和牛を登場させることも計画中である。



京たんくろ和牛弁当 1,155 円

3) 実施主体の経営向上

現在は事業実施にあたって南山の代表者（楠本氏）が奔走しているが、事業の成長と共に人手を増やし組織体制を整えることが今後の課題である。

4) 地域の雇用・就業機会の拡大など

3ヶ月～6ヶ月の研修を経た第2新卒組を11月に1名雇用。現在研修中のスタッフも2011年1月から正式雇用し、百貨店での実演販売や弁当、総菜、通販部門を強化する。

(7) 連携維持・継続の課題と対応

下記の課題に取り組みつつ、販路拡大と事業組織の構築が求められる。

課題① 事業参画する関係者との協力体制の強化。

農商工連携は、生産体制と販売体制が共に出来上がらなければ前へ進めない。関係者それぞれが役割を果たし、一丸となって事業に取り組む姿勢と行動の継続が重要である。

課題② 飲食側が生産者を支えるネットワークの維持と拡大。

南山でタンクロ牛を販売することによって、「南山に行けば、うちの牛が食べられますよ。」と生産者が言える状況を作れた。食品のトレーサビリティ（追跡可能性）は消費者のためだけではなく、

- ・自分の作ったものが、○○で食べることができるという場所があること。
 - ・自分の作ったものが、どのように消費されるかわかること。（誰が食べてくれるか）
- が生産者の喜びと意欲につながる、と南山の楠本社長は言う。

「京丹後宿おかみさんの会」とも連携し、各宿で「京たんくろ和牛」を提供してもらうなど飲食側が生産者を支えるネットワークを構築していることが本事業の大きな成果でもあり、今後も維持・拡大していくことが求められる。

課題③ 地元の消費者も巻き込んだブランド化をすすめること。

京都は牛肉の大消費地であるが、流通している 95%は黒毛和牛であり短角牛は知られていない。まして「京たんくろ牛」と言っても知らないから買わない。また、「京都ブランド」と呼ばれるものに価値を見出すのは誰か、と言えば他府県の人である。地元の人は昔から慣れ親しんだものを支持し、京都で生まれたモノだから、京都ブランドがついているから、といって購買するかと言えば、そうではない。このような事情を踏まえて、農商工連携事業の初年度は、京都生まれをアピールするのではなく、地元の人にも納得のいく中味を作ること、食べることで京都の農業も起ち上がる、そういう運動であることを伝えることにした。

お店のパンフレットは、通常用と観光客用の 2 種類を作成している。

●通常用：トップの写真は創業者の「食の哲学」を表しているともいえる、南山本店の建物（永源寺ダムより移築した農家）。日本語表記。

●観光客用：トップの写真は舞妓さん。英語表記。

地元の協力者を招いての試食会や交流会も定期的に開催し、脱霜降り肉の PR が出来つつあることの手応えを感じている

(8) 今後の連携の展望と課題

京たんくろ和牛は年間わずか 30 頭しか生産されず、マスの流通に乗りにくい産物である。

平成 25 年の事業目標として、全頭を南山が買い取って販売出来ること、新商品の売上高 7,000 万円、新規雇用創出 5 名を目指している。

さらに京たんくろ和牛を京都のブランド牛として確立するには、南山と日本海牧場 2 社だけの事業にとどめず、その枠を広げて、消費者・生産者ともに増えるような運動へと発展させる必要がある。南山と日本海牧場は、そのきっかけを作る役割として連携し、和牛＝黒毛和牛（95%を黒毛が占める）となった霜降り重視の和牛の世界に対して、安全安心はもとより、環境負荷の少ない放牧やエコフィードを活用した畜産技術を高め、地域性のあるブランド和牛を名物にすることで、地域の活性化に貢献することを目標としている。

7－2 6次産業化先進事例

事業名：外食産業と連携した商品の開発・販売

農事組合法人 古座川ゆず平井の里

(1) 事業概要

◆事業実施地域

和歌山県東牟婁郡古座川町平井。古座川町平井地区は、紀伊半島の南部、日本有数の清流で知られる古座川の源流に位置する山間集落。JR串本駅もしくは古座駅より車で約1時間。大都市圏（京阪神、中京方面）までは4時間程度必要とし、大消費地からかなり離れた地域である。総戸数80戸、人口150人、耕地面積12.9ha（平成21年9月）。

◆事業内容

主にゆずの加工・販売を行う。その他、下記も行っている。

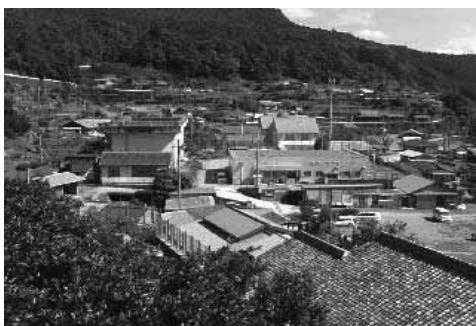
- ・みそ、もち等の地域特産品の加工、販売
- ・料理仕出し、食堂の経営
- ・都市部との交流、体験受け入れ
- ・ゆず栽培作業、農地の作業受託
- ・地域農産物の生産、販売

◆事業規模

出資者総数80名、出資総額17,160千円、作業人員17名の法人組織で、平成21年度売上高は117,000千円。

◆事業実施主体

農事組合法人 古座川ゆず平井の里（平成16年4月設立）



平井地区（中央が事務所・加工場）



ゆずの成木



ゆずの加工商品



古座川ゆず平井の里の皆さん

(2) 6次産業化の概要

◆平井地区の歩みと6次産業化へ至る経緯

林業で栄え、100人を超える小学生のために鉄筋コンクリートの校舎が独自に建てられるほど町の経済はうるおっていたが、昭和30~40年代のピーク以後、林業は衰退の一途をたどり、集落から人は離れ、過疎化・高齢化が進むこととなる。

「自立できる農業」を目指して山間の急傾斜地でも栽培できる果樹の検討がなされ、気象条件に合うこと、ゆず果汁の価格が高かったことなどの理由から、ゆず栽培への取り組みが本格化した。

<以後、現在までの主な取り組みと体制の変化>

- ・昭和51年 古座川柚子生産組合を結成し、栽培技術の向上と販売の共同化を目指す。
- ・昭和57年 榨汁・販売事業を農協に委託。
- ・昭和58年 榨汁加工場を平井集落に設置、農協に貸与。
- ・昭和59年 生活研究グループ員「平井友の会」による研修会。

●ゆずジャム加工の技術発表、地域での展示会、講習会の開催により、
加工品づくりの意識醸成。

- ・昭和60年 古座川ゆず平井婦人部を結成し、ゆず皮を利用した商品を販売。

●生産はゆず栽培農家、榨汁・加工は農協、二次加工販売はゆず平井婦人部が担う体制をつくり加工事業を伸ばす。

<平井友の会>

●地産地消に取り組む
みそづくり、郷土料理の伝承、地域
産物を使った料理研究、慶弔時の仕
出し料理、餅作り、野菜の直販など

<古座川ゆず平井婦人部>

●外部へのゆず加工品販売に取り組む
女性20名で結成。農協から果汁と
ゆず皮を購入し二次加工を行う。
ゆず果汁の過剰在庫が解消。

- ・平成11年 柚子産業振興と過疎を考える会を結成。
- ・平成12年 ゆず対策協議会（生産者、町、普及センター、試験場、農協等）の設立。
●ゆずの販売促進対策に取り組む。
二次加工品販売については、外部機関や支援者の協力を得てDMによる通
信販売の拡大や大手外食産業との連携による商品開発が実現。
- ▲加工用ゆずの買取価格は低く（70円/Kg）、生産者の生産意欲は上がらない。放任園増加の危機。
- ・平成14年 新山村振興等農林漁業特別対策事業を導入。
●女性若者等活動促進施設の建設を決定。ただし着工は16年に延びる。
- ・平成14年 ゆずの榨汁・販売事業を農協から古座川柚子生産組合へ移行。
●農協への委託手数料や経費を減らし、農家からの買取価格を上げ、加工
用ゆずの農家販売価格の安定につなげる。
- ・平成15年 外部講師を招き「地域づくり研修会」を開催。

- 「柚子産業振興と過疎を考える会」と「古座川ゆず平井婦人部」、「平井友の会」等が一緒になって、平井の里づくり～新組合設立準備会を立ち上げることに。生産・加工・販売の一元化を検討。
- ・平成 16 年 農事組合法人 古座川ゆず平井の里を設立。
 - 総戸数 83 戸のうち、62 人が組合員として参加。
 - 設立目的：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ことにより、若年層の地元定着を促し地域の活性化に寄与する。
 - ゆずの搾汁、二次加工・販売、仕出し業務、交流事業、ゆず園の管理受託を開始。
- ・平成 17 年 女性若者等活動促進施設（現事務所、加工場）が完成。
- ・平成 18 年 ● 古座川ゆず平井の里がゆずの苗木づくりを開始。
 - 20a のゆず園を管理受託。
- ・平成 19 年 古座川ゆず平井の里が農業生産法人の資格取得。
 - 60a を借り受け、自ら農業者としてゆず栽培に取り組む。

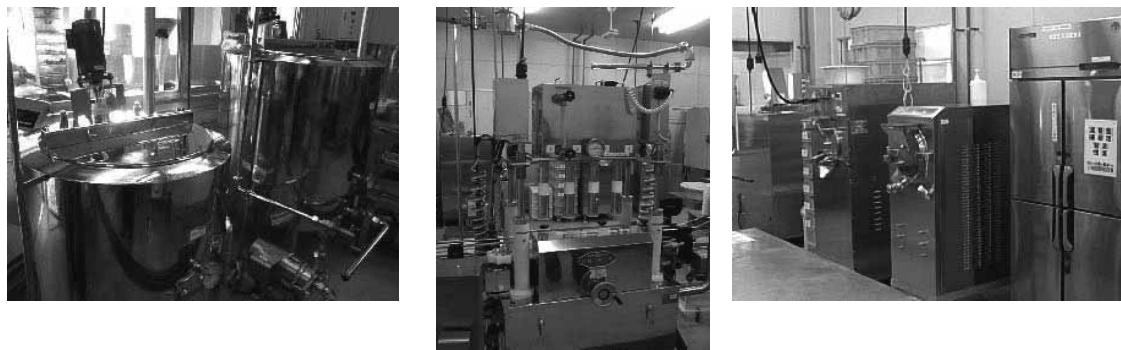
◆6 次産業化の効果

古座川ゆず平井の里（以下、平井の里とします。）の設立により、生産、加工、販売を一體的に行う体制が整い、ゆずの買取価格があがり、安定的な生産が可能となった。

平成 18 年度 加工用ゆず価格：135 円／kg 青果価格：350 円／kg
ゆず生産量（平井の里でのゆず買い取り数量）も増えている。

平井の里によるゆず買取数量（単位：トン）

H15 年	H16 年	H17 年	H18 年	H19 年	H20 年	H21 年
50	160	120	97	152	131	202



加工場内の設備（一部）

（3） 6 次産業化の契機

平井地区の産業は、長い歳月の間に地域の実情と共に姿を変え、現在、地域住民の大半が参画して生産・加工・販売を行う体制がとられている。多くの契機があったことは想像にかたく

ないが、下記の動きは特に重要な転機であったと考えられる。

◆搾汁残渣活用を契機として、女性の力を活用して生産のみから加工・販売へ

昭和 51 年に古座川ユズ生産組合を結成、58 年平井地区にゆず搾汁加工場を建設し、ゆず果汁の本格的生産を開始した。しかし、果汁を絞った後に大量の皮が残るため、その利用法について検討され、昭和 60 年に搾汁残渣活用を目的とした古座川ゆず平井婦人部が結成される。以後、加工事業として順調に売上を伸ばす。(年間販売額は、平成 5 年：1,660 万円、平成 11 年：3,200 万円、平成 15 年：6,500 万円。)

◆農事組合法人化により事業としてさらに飛躍

古座川ゆず平井婦人部の結成から 19 年が過ぎ、構成員の高齢化に伴う世代交代の必要性や、より密な地域との関わりを目指して法人化が検討される。

「平井集落の過疎を考える会」「平井柚子生産者」「平井生活改善友の会」が検討会を重ね、平成 16 年 4 月に、平井地区の住民 62 人が出資する農事組合法人古座川ゆず平井の里が誕生。補助金を活用して、平成 17 年 5 月、休校小学校の運動場に新加工場を建設。町が施設を保有し、施設の運営・保守を農事組合法人が行っている。

ゆず買取数量の増加、売上高の増加、雇用者数の増加などさらなる飛躍を遂げる。

(4) 6 次産業化の課題とその対応

◆課題：搾汁後の皮の大量廃棄

課題解決ポイント：女性たちが加工事業を創る

搾汁後に大量廃棄されるゆずの皮の再利用を考えていた平井地区の住民に対して、その相談にのり、加工の基礎を教えてくれたのが生活改良普及員である。その後、生活研究グループ「平井友の会」で加工品づくりの研究や情報共有を行い、昭和 60 年には女性 20 人で「古座川ゆず平井婦人部」が結成される。これまで補助者的立場であった農家の女性が、自らで考え、自らの仕事を持つきっかけとなり、加工事業は躍進する。

◆課題：農事組合法人化

課題解決ポイント：強力なサポーター（農業改良普及員）の存在

法人化に向けては様々な課題が山積していた。地域住民であるからこそ互いにわかることもある反面、各々の立場や感情を慮って進めにくくもある。また法人化に向けての事務的、会計的処理についての知識や経験が十分にある人材が地域にいるとは限らない。そのような中、県の農業改良普及員であった西氏が強力なサポーターとして、町との連携、集団内の合意形成、法人設立の事務指導、施設設置についてのアドバイスなど二人三脚で関わってくれたことが大きいと地域住民は感じている。

◆課題：品質管理

課題解決ポイント：日々の管理と適した品種の採用

ゆず皮やゆず果汁は品質の善し悪しが製品の仕上がりに影響するため、生産段階での適正管理とともに収穫期の着色状況の確認も怠らない。また柚子たれに使用する大根は栽培試験、加工試験の結果、適した品種に限定し、町内で栽培を行っている。

◆課題：古座川のゆずのブランド化

課題解決ポイント：コンセプトを明確にしたプロモーション

地元の良質食材を使って、こだわりの手作り製法で丁寧に仕上げるという基本理念を明確にし、ゆずを全面に押し出したパンフレットやパッケージ作りを行うなど、コンセプトを明確にすることで、古座川のゆづのイメージを伝え、浸透させている。



古座川の自然が伝わる商品案内



商品に添えられて届く平井の季節の絵手紙

◆課題：難航した加工場施設建設地の選定

課題解決ポイント：古座川町の支援

山間地にある平井地区は、平坦で大きく空いている土地が少ない。しかし急斜面に加工場施設を建てるとなると設計や建築コストがかかりすぎてしまう。最適な施設建設場所が見つからず難航していたが、最終的には町が全体の合意形成や取りまとめに動くことによって、小学校（現在は休校）の運動場跡地に建設することが可能となった。

町は、これまでもゆず栽培や加工・販売の基盤整備をしてきたが、ゆず対策協議会では事務局として、平井ゆず対策懇談会では相談役として、女性若者等活動促進施設の事業化にも大きな後押しを行っている。

（5）事業目的の達成度

1) 新商品・サービスの開発・提供

◆ゆづという素材を深堀し続ける商品開発

ゆづ加工商品としてジャムとマーマレードから始まったが、その後の開発により、飲料、調味料、菓子へと分野を展開し、商品の選択幅を広げている。

また新商品開発も余念がなく、ゆづの特徴である香りにこだわった商品として、はちみつと合わせたユズ飲料、アイスクリーム、シフォンケーキ、せっけんなどを商品化し販売している。健康にこだわる消費者ニーズをとらえた化学調味料を使わないドレッシングや、女性向けを意識し酎ハイにも使える甘味料も近年生まれた商品である。

現在は約20種類の加工品を揃え販売している。

商品一覧：

柚子ジャム、柚子マーマレード、柚香（希釀用ユズ飲料）、柚子たれ（ドレッシングタイプ調味料）、
柚香ちゃん（ストレートタイプユズ飲料）、柚里花（ゼリー菓子）、柚子シャーベット、柚子みそ、
芋づる佃煮、ゆずの里のゆずぽん酢、しづりゆず、ゆず茶、ゆずこんにゃく、こざがわのびりっと
ゆず（ゆずとうがらし）、はちみつ柚香ちゃん、柚子アイス、ゆずシフォンケーキ、とれたて柚子
せっけん、ゆずゼリー、柚子ピールチョコ（期間限定）、ゆずみつ、
おばあのゆずドレッシング など



最初の加工商品 柚子ジャムとマーマレード



地元産ダイコンを使った柚子たれ



こめ油を使った新商品



第2回ふるさと食品全国フェア
農林水産省食品流通局長賞受賞
柚香ちゃん（ストレートドリンク）



古座川ゆずまるごとセット



古座川ゆず商品を使った
超かんたんレシピ

◆地域住民の経験値と地域農産物を活かした商品づくり

地域の食材を使って、地域に伝わる料理を、仕出し料理・弁当として販売している。

また地域のイベントに合わせて、桜の咲く時期には住民総出でよもぎもちを製造・販売したり、鮎釣りの時期には鮎の塩焼きを販売したりとアイデアを出しながら販売機会を捉え、広げている。

年間販売割合では、ゆず加工部門が売上金額全体の約5分の4、仕出し料理・みそ部門が約5分の1を担い、売上に対する利益額はゆず加工部門が約99%とほとんどを占めている。

(平成22年現在)

2) 新市場の創出

◆ネットショップ販売 (<http://www4.ocn.ne.jp/~yuzusato/>)

ホームページにオンラインショップも設け、ゆず商品をより求めやすくしている。

◆大手食品販売事業者との提携

企画した「ゆずドリンク」を株式会社モスフードサービスに売り込み、品質向上・衛生管理

の指導を受けて販売を実現。平成22年冬は、近畿125店舗北海道5店舗にて取り扱いが予定されている。

◆生活協同組合（以下、生協）の取引を広げ、現在、和歌山市民生協、おおさかパルコープ、奈良コープ、千葉エルコープ、いづみ生協へ納入している。

◆異業種交流を通じた販路拡大

コープの産直協議会において知り合った事業者より紹介を受け、宅配サービス事業者と提携してこめ油ギフトセットを販売したり、魚の加工品販売事業者へゆず果汁を提供したりしている。

◆年間販売額の推移

(単位：万円)

年度	H5	H7	H9	H11	H13	H14
販売額	1,660	2,205	2,810	3,200	4,000	6,000

H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21
6,500	8,500	9,200	10,800	10,300	9,400	11,700

3) 実施主体の経営向上

◆法人化による変化

農事組合法人へ移行することによって、一人一議席制にて、出資者（地域住民の半数以上を占める）の意見を反映した地域全体の事業を行う経営組織に変わる。

◆定款変更による生産力の確保

- ・平井の里は平井地区の農民のための組合として設立されたが、平井集落以外の古座川町内のゆず農家も組合員に加入できるように変更した。
- ・ゆず生産者の高齢化による遊休農地化を防ぐために作業受託を行ってきたが、平成19年からは農業生産法人となり、直接ゆず園を管理し、栽培面積を広げるとともに、柚子栽培交流希望者の受け入れ体制づくりに取り組んでいる。

4) 地域の雇用・就業機会の拡大

◆若手人材のUターンを促進

生産者の大半は70～80歳代であるが、平井の里という働く場所が出来たことによりUターンするきっかけができ、作業人員の構成は、20歳代1名、30歳代2名、40歳代6名、50歳代2名、60歳代4名、70歳代2名の計17名となっている。

現在、体調に不安を抱える代表に代わって、経営全般、営業・販路開拓、視察や交流者受け入れ対応等にあたっている総務・営業統括責任者の倉岡氏も故郷のために大都市での就業をやめ故郷に戻り役場に勤めた後、平井の里の設立・運営に力を尽くしており、本事業を支える人材となっている。

◆地域高齢者の仕事場づくり

17名の作業人員のうち70歳代の2名は、伝承料理づくりの知識や経験を持っており、うずみ膳や仕出し料理づくりを担当している。また、地域の高齢者へゆず以外の加工原料（よもぎ、だいこん、芋のつるなど）の生産・収穫や簡単な作業を依頼している。

◆I ターン者も積極的に受け入れ、働き手を確保する動き

古座川町内に2箇所ある短期滞在施設にI ターン希望者を迎える、定住検討の機会を作ったり、移住者が就農できるよう平井の里でゆず栽培地を整備したりしている。実績として、2年前に兵庫県西宮市から50歳代の男性が移住している。近隣住民の助けを借りながら、平井の里から借り受けている農地で育てたゆずと柚子たれ用のダイコンを出荷している。

◆雇用者数（11月の収穫・搾汁時期）の推移

（単位：人）

年度	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21
人数	11	42	46	47	48	48	52

（6）6次産業化維持・継続の課題と対応

生産・加工・販売を一体化したことによるメリットは大きいが、下記の課題やリスクも発生している。

課題① 工場建設・稼動によるランニングコストの激増。

加工業のみの事業であれば、事業体としての利益を追求して仕入れ制限をすることも出来るが、地域全体のための事業を行う平井の里は、農家から安定的にゆずを買い取れるようにしなければならない。生産量を確認しつつ販売量とのバランスをとるという緻密な経営と、目標売上高を確保し続けるための販路拡大が求められる。対応として前述の5)の②に記載した新市場創出の取り組みを行うと共に、「ゆずの木オーナーさん」募集や「ゆずむすめ新聞（夏と冬に各7,000～8,000部）」の発行、「ゆず加工体験交流会」開催など、情報発信の継続とファン層の拡大に努めている。

課題② 産地の高齢化が進み、働き手の確保が必要。

対応として、和歌山大学生によるボランティアバイトの受入、紀陽銀行のボランティア休暇の受入、など都市部からの有用な働き手を確保する機会を作っている。

若い世代を雇用するためには、保育や教育施設の整備が急務であり、まず保育園、そして小学校を復活させて、子どものいる集落へと再生を果たすことを目指している。

また休校の図書室に產品販売所を設けて、都市部との交流機会をさらに増やしていくとしている。

課題③ 経営人材の増強

事業の拡大とともに、生産、販売、資金、人事など事業体そのものの管理の他、視察受入や交流機会の創出、イベント実施、商談、販路開拓などの外部対応も増え、作業員以外の経営管理や営業を担う人材の育成が急務であり、現在、倉岡氏がその指導にあたっている。

（7）今後の6次産業化の展望と課題

5年後（平成27年度）に、売上高2億円、収益1000万円、従業員数は現状の1.5倍となることを事業目標としている。現在は5年後の目標に対して2合目あたりであり、さらに販路を広げながら目標売上高を確保し、1年ずつ着実に登って目標に辿り着くイメージを平井の里の

総務・営業統括責任者の倉岡氏は持っている。なぜなら産地の高齢化の割合とゆずの生産量を見つつ事業経営を進めることができが欠かせないからである。

同時に、荒廃が進む可能性のあるゆず園の管理を行うことで、今まで以上に柚子栽培交流希望者を受け入れることが出来るようゆず園の復活に取り組み、加工原材料の確保、雇用の創出、栽培技術の若年層への伝承などにつなげていきたい、と平井の里は考えている。



参考資料

- ・農事組合法人 古座川ゆず平井の里 概要 *古座川ゆず平井の里
- ・平成 19 年度農林水産祭むらづくり部門 農林水産大臣賞受賞決定事例の概要
近畿ブロック最優良事例「古座川ゆず平井の里」 *近畿農政局
- ・平成 20 年度「立ち上がる農山漁村」選定事例概要書 *農林水産省

8. 中国・四国地区先進事例

8-1 農商工等連携先進事例

調査事業名：特殊水産加工・冷凍技術を活用した新たな漁業加工商品の開発・製造・販売

事業者：(株) ヒロ・コーポレーション

(1) 事業概要

1) 農商工連携事業

地域：徳島県 阿南市

認定日：平成20年11月28日

事業名：特殊水産加工・冷凍技術を活用した新たな鮮魚加工商品の開発・製造・販売
連携体

中小企業者：(株) ヒロ・コーポレーション（冷凍水産食品製造業）

農林漁業者：(株)橋コーポレーション（底引網漁業者）他2名

サポート機関等：(財) とくしま産業振興機構、地域活性化支援事務局

2) 連携の経緯

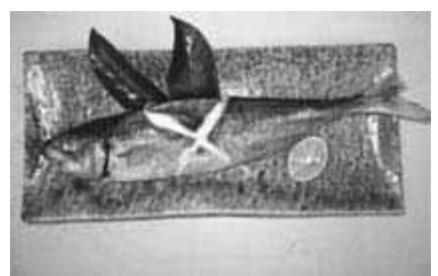
(株) ヒロ・コーポレーション取締役四宮浩氏と連携先の漁業者池添恭弘氏とは、約10年前から「魚食」の普及活動を行ってきた間柄であったが、漁業の低生産性と魚の安定供給という課題に対し、(株) ヒロ・コーポレーションの特殊冷凍技術を活用することにより、漁業者にとっては流通面の合理化による生産性の向上と(株) ヒロ・コーポレーションにとっては魚の安定的な確保に向けて連携するに至った。



3) 新商品または新役務の内容とその市場性・競争力

阿南市近海で獲れた大衆魚を、漁業者から(株) ヒロ・コーポレーションに直接流通し、獲れたての魚を新鮮なまま、煮魚等に加工後、急速冷凍加工することにより、調理不要の冷凍加工商品を開発・製造・販売する。

刺身での提供も可能な特殊冷凍技術を活用し、調理の省力化による調理時間の短縮化をPRすることにより、居酒屋やレストラン等業務用として販売するとともに、家庭用として量販店向けやインターネット通販により販路開拓を行う。



4) 株式会社ヒロ・コーポレーションの概要

本社：徳島県阿南市津乃峰町東分3-38 TEL:0884-21-7216 FAX: 0884-21-7226

事務所：徳島県徳島市津田海岸町1125-52 TEL:088-663-8484 FAX:088-677-8484

担当者：四宮 浩（取締役）

資本金：300 万円

事業内容：① 農林水産物の加工、販売、輸出入。② 弁当及び惣菜の製造並びに販売。

③ 産地直送食料品、産地特産物、土産物の販売。④ 日用雑貨の販売及び輸出入。

⑤ 旅館、ホテル、その他宿泊所の経営。⑥ 飲食業。⑦ ケータリングサービス事業。

従業員：10 名

（2）連携の概要

1) 連携の経緯

(株)ヒロ・コーポレーション取締役の四宮浩氏は大阪の高級料理店で板前修業後、地元阿南市に戻り市内に飲食店を経営する。

06年11月に阿南商工会議所に「海産を生かした特産品開発事業委員会」が創設され、取締役の四宮氏も委員会に加わり、鰆を使った特産品の創作料理の研究・開発に携わる。

連携する漁業者池添恭弘氏とは、幼馴染で先輩後輩の仲であり、市内小学校で魚を使った料理教室を開くなど魚食普及のボランティアに取り組んでいた。

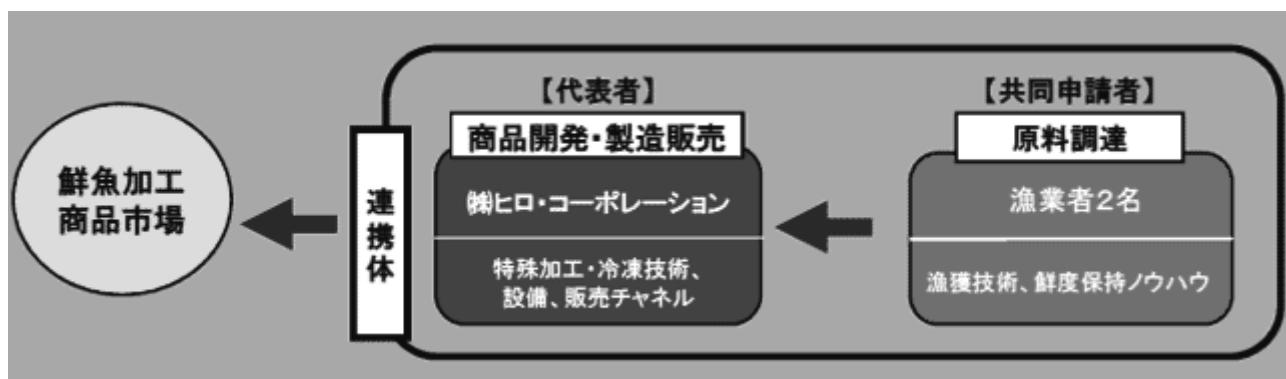
両氏は阿南市の日曜市「海都（かいと）」の運営ボランティアに係わり、鰆を使った料理の普及や特産品開発を企画するなど、地域の活性化に貢献する中で生まれた新しい連携と特産品開発を行うこととなった。

2) 連携体の構成と活用する経営資源

鰆の調達を底引き網漁の池添氏と他2名の漁師が担う。特殊加工と冷凍技術を用いた食品開発及び販路開拓を(株)ヒロ・コーポレーションが行う。

漁業者との直接取引により鮮度が良い状態での加工が可能であることと、年間を通じて安定的な取引ができることで漁業者にとっても収入の安定を図ることができる双方のメリットがある。漁業者は阿南市で小型底引き網漁を営む池添恭弘氏。池添氏は県漁青連顧問を務め、鰆漁で連携を担っている。

連携漁業者：(株)橘コーポレーション 阿南市 橘町大浦26-1 代表取締役 池添恭弘



3) 期待される地域経済への効果など

・新商品の売上高目標・・・3,500万円（平成25年度）

- ・徳島県産水産物の高付加価値化
- ・鮮魚の冷凍加工商品による新たな市場の開拓

(3) 連携構築の課題とその対応

1) 地域資源の活用

平成 20 年 6 月に(株)ヒロ・コーポレーションは事業名「鱈（ハモ）」を活用した業務用食材および家庭用レトルト製品の開発と生産・販売で地域資源名【三類型】・ハモ【農林水産物】の認定を受ける。

事業内容は、「阿南市沖で育った良質なハモを活用し、業務用及び一般家庭向けレトルト加工商品の開発・生産を行う。ハモは調理が難しく、これまで家庭で手軽に楽しむことができなかつたが、新鮮かつすぐに使える形に加工した商品を開発することで需要の拡大を図り、徳島県産ハモのブランド化を進めていく。」となっている。

2) 巴鱈のブランド化

鱈には京都のイメージがあるが、徳島県は鱈の水揚げ量において全国有数の漁港。徳島県南の伊島近海では、身が締まった味の良い上質な鱈が水揚げされる。伊島近海は、四国を流れる吉野川と一級河川那賀川のミネラルをたっぷり含んだ淡水が、鳴門海峡からの潮流とうまく混ざりあう場所であり、さらに徳島側、和歌山側両方向から紀伊水道の黒潮が合流する大変恵まれた海域である。



3つの海流が育んだ特選の味わい「巴はも」！

3) 連携構築の必要性とメリット

阿南市近海で小型底引き網漁により獲れた鱈及び大衆魚（規格外魚）を漁業者から新鮮なまま連携の（株）ヒロ・コーポレーションへ直接流通する。

獲れたての魚を新鮮なまま、刺身や煮魚などに加工処理し急速冷凍することにより、調理不要の冷凍加工製品を開発・製造・販路開拓を展開する。

特殊冷凍技術により解凍時のドリップなどではなく、料飲店等の業務用や家庭で下処理のいらない生食・加熱食材として付加価値の高い商品を開発した。

(4) 事業目的の達成度

1) 新商品・サービスの開発・提供

特殊加工・冷凍技術により、保存料を一切使用せずに新鮮な鱈をおいしさそのままに加工した商品開発を行い。次の一般消費者向けのギフト商品と飲食店向けの業務用を製造販売している。

ギフト商品

はもしゅぶセット



専用の特製出し汁をご用意いたしました。上質な「巴はも」ならではのはも本来の美味しさをお楽しみいただけます。詳細

はもしゅぶとはも湯引きセット



はもしゅぶに「はもの湯引き」を付けました。「はも」本来の美味しさを楽しむことの出来るセットです。詳細

はも湯引きセット



「はもの代表的な料理」「はも湯引き」をお手軽に楽しんでいただける商品です。詳細

はも鍋セット



たっぷりの季節の野菜とともにお召し上がりください。DHAや多種のビタミンを豊富に含む「巴はも」は、身体にも美味しい優れたごちそうです。詳細

はもクリームコロッケ



徳島県内食材使用。サクサク衣の中にはもとレンコンのどろ~りクリーム。詳細

業務用商品

はもフィーレM・1kg (7~9本)



脂ののった最高の季節の體を厳選し、特殊加工・冷凍により味・栄養共に申し分のない最高級のはもフィーレです。詳細

はもフィーレL・1kg (4~6本)



脂ののった最高の季節の體を厳選し、特殊加工・冷凍により味・栄養共に申し分のない最高級のはもフィーレです。詳細

はも天麩羅、焼物用フィーレ・加熱用・1kg



旬の季節の肉厚な體を、一匹づつ丁寧に特殊加工・冷凍した栄養共に申し分のない商品です。詳細

はも湯引き・500g



上品質の水揚げ直後の體を湯引きに加工しました。解凍するだけで、そのままご利用いただけます。詳細

はも団子・1kg



上品質の體を丹念にすり身にし、徳島産の野菜と混ぜ合わせ、食感豊かな団子に仕上げています。詳細

はも照焼き・1kg (12~18本)



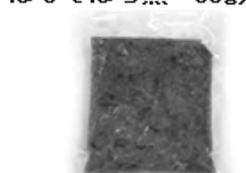
上品質の捕れたての體をすばやく焼き上げ、自家製特選タレで仕上げています。詳細

はも皮ちくわ・5本入 (1本100g前後)



上品質の體の皮を丁寧に一本づつ竹に巻き、炭火で焼き上げています。詳細 ※今シーズンの製造は終了いたしました。

はもそぼろ煮・50g入・1kg入



體の旨味をうまく引き出した絶品の一品です。独自の味付けで飽きのこない甘さを引き出しています。詳細

2) 新市場の創出

国内ではハモは高級食材として扱われ、特に京料理では祇園祭に食べる風習があり、夏の味覚の代表的なものとして珍重されている。

関西と関東の文化の違いが現在に至るまで如実に現れている食材の一つである。関西においても鰯は夏の高級食材であるが、スーパーにおいても鰯の湯引きなどは広く販売されており、生活に密着した食材である。一方、関東においては高級日本料理店以外ではあまり目にかかる事ではなく、生活に密着した食材とは言えない。

特殊冷凍技術による新商品は、解凍するだけで簡単に調理ができることと、高級食材が手ごろな価格で購入できることから、首都圏での精力的な販路開拓が功を奏して鰯の食文化がない首都圏でも販路開拓は堅調に拡大している。

スーパーマーケットトレードショー等の展示会や百貨店などの催事に精力的に出展している。

昨年(22年)8月20日～22日の麻布十番納涼祭りで、揚げたての「はもクリームコロッケ」を一個250円で販売し、3日間で3000個完売した。

3) 実施主体の経営向上

独自の加工技術・冷凍技術により、天然鰯の通年供給を可能としたことで、徳島ニュービジネス支援賞2009大賞を受賞(21年10月15日)した。

2010年度JF全国漁青連(ぎょせいれん)通常総会に池添・四宮両氏が招集され、漁業と異業種の連携について先進事例として発表した。

連携直後(20年)の年商は3000万円であったが今年度は1億円を超える。

連携漁業者も船を1隻から3隻に増やすなど增收となっている。

(5) 連携維持・継続の課題と対応

底引き漁でとれる鰯以外の不揃いの大衆魚(規格外魚)の有効利用と商品開発。

鮮度を落とさない手法として、船上(水揚げ前)での一次加工処理を目指す。

一次加工は漁業者(船上)で、

2次加工を(株)ヒロ・コーポレーションで行えるように、双方のノウハウが活かせるための情報の共有化、連携が必要である。



(6) 今後の連携の展望と課題

1) 大衆魚の加工処理技術の確立と製品化及び販路開拓

底引き網で獲れる鰯以外の不揃いの大衆魚を船上で行うことで鮮度が良い状態で水揚げし、陸上で冷凍加工することで付加価値の高い製品が可能となる。早朝に水揚げされ、冷凍加工した鮮魚を空輸による輸送で午後には首都圏などの料飲店へ配送することが可

能となり、付加価値の高い製品を販売することが出来る。

2) 商品の品質管理など加工場の整備が必要となっている。

現在の加工場は狭く、量産体制が出来ないことと、機材が古く、品質管理などに問題がある。生協や大手量販店などへの出荷のための品質基準をクリアするためにも、施設の拡充が必要である。

(7) まとめ

阿南市の日曜市「海都（かいと）」から始まり、地域の活性化に貢献する中で生まれた新しい連携と特産品開発が成功している。四宮取締役のたゆまぬ営業努力もあって、鱈の加工品は首都圏でも好評を得るなど販路開拓でも期待されている。

新商品の大衆魚にも期待したい。

農商工連携も6次産業化も出口（マーケティング）が重要で、(株)ヒロ・コーポレーションの販路開拓意欲と実践力で自らが市場を切り開いている。まさに、農商工連携事業の先進事例と言える。



8-2 6次産業化先進事例

調査事業名：「うつい工房ふれあいセンター」運営

事業者：企業組合うつい工房

(1) 事業概要

1) 事業内容

山口県下関市内日（うつい）地区の女性達で平成12年より「うつい工房ふれあいセンター」を運営。平成19年度より法人化し、農村女性加工企業グループとして、漬物、弁当、餅類、米粉を使ったパン、ケーキ等の製造、商品開発。併設の店舗での販売から近隣の产地直売市場、各種イベントへの参加、販売を行っている。

2) 企業概要

山口県下関市大字内日下1137番地

企業組合うつい工房 資本金430万円

組合員 26名（内日地区居住農家の女性を中心に組織化、非農家2名）

理事長 中野 千鶴子

3) 事業規模及び取扱商品等

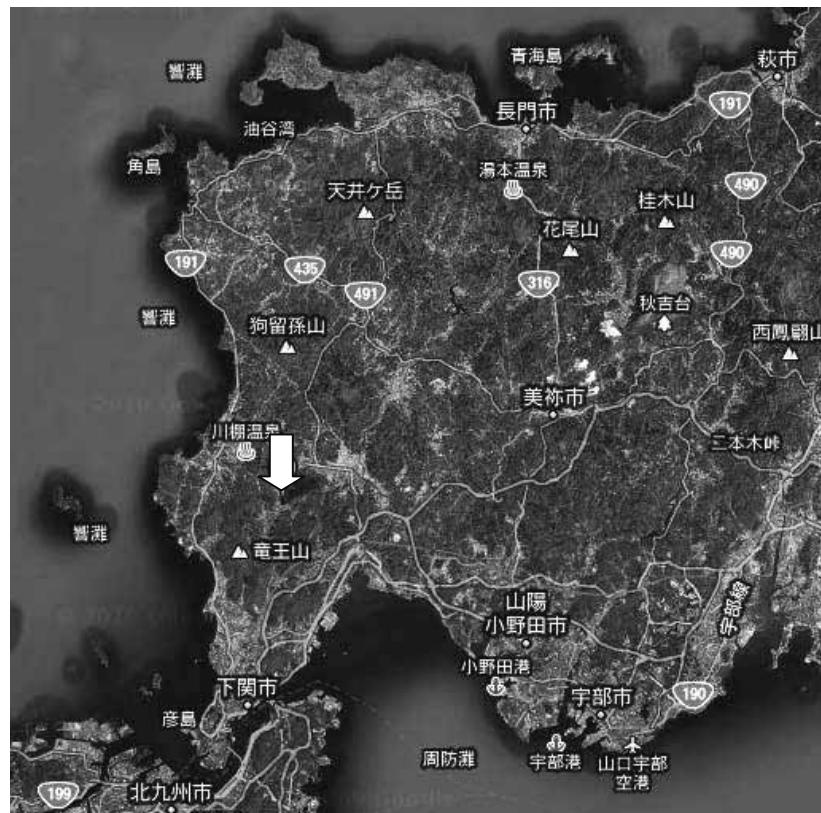
内日地区に本部及び加工場、JA下関本部内にうどんコーナーを持ち、組合員は26名で、年商は6,000万円（売上金額）となっている。で主に手作り弁当及び惣菜のディバリーが売り上げの60%以上を占めている

4) 事業実施地域

本州の最西端に位置する山口県下関市は、日本海、響灘、瀬戸内海と三方を海で囲まれた海峡都市です。また、さまざまな歴史の舞台となった土地でもあります。関門海峡は源氏と平家の決戦の地であり、馬関戦争など幕末の維新を動かした歴史を持ち、近代の水産基地など、過去から未来へと続く時代を造る熱い血が受け継がれています。海に、山に、空に抱かれた自然豊かな都市の中心に内日（うつい）の町があります。内日は下関市のほぼ中心に位置した農業と林業を中心とした町です。豊かな自然に囲まれ、新鮮な水が美味しく安心なお米、農作物を育てます。

5) うつい工房が拠点を置く内日地区、勝山地区

内日（うつい）地区は旧下関市の中北部に位置し、三方を山々に囲まれた盆地で、中央を流れる田部川の清流と内日水源地など山と水に恵まれた自然豊かな地区である。また、盆地特有の地形と豊かな水源を生かした稻作農業が盛んで、経営耕作面積は339haと旧下関市では最大の耕作面積となっている。人口は1,427人、453世帯で、62%、283戸が農家。世帯別では高齢夫婦世帯数84世



帶、高齢単身世帯51世帯と約29.8%が高齢世帯と高齢化が進んでいる。

勝山（かつやま）地区は人口25,241人、10,274世帯と新下関駅を中心に大型ショッピングモールの進出などで成長を続ける新市街地区となっている。

地図で表示されたA地点がふれあいセンター内日工房の所在地。下関市内から20分程度の中山間地域である。B地点は新下関駅近くにJA下関本部があり野菜直売所にうどんコーナーを開店している。

6) 事業拠点

- うつい工房（本部店舗・加工場） 下関市大字内日下 1137番地
- JA下関 本部（うどん等食堂及び手作り弁当・加工品等の売店）

J A 下関 本部 下関市秋根北町4番1号

■ 部門

- 店舗部 : 食品、日用品、農作業道具、工房の加工品などの販売
菓子加工品 : 内日産もち米を使った餅づくり
漬物部 : 伝統野菜「彦島春菜」を使用した「馬関菜漬け」等
惣菜部 : 各種仕出し弁当、法事、お祝いなど
ベーカリーパーク : 内日産の米粉を使ったパン・ケーキ等
うどん部 : 県内産小麦を用いたうどん麺を使用したオリジナルうどん

7) うつい工房の主な取扱商品

■ 馬関菜漬（ばかんなづけ）

下関市の伝統野菜である彦島春菜を、食べやすく刻んで調味液に漬け込み、商品開発したものです。独特の歯ごたえと風味があるのが特徴です。彦島春菜の生産から加工まで、企業組合うつい工房全体で取り組んでいます。

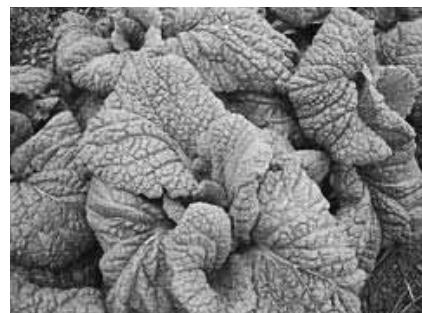
田舎の漬物らしい「しょう油味」、しょう油と唐辛子の辛さにほんのり甘味の効いた「甘酢味」の2種。



平成18年度山口県特産品振興奨励賞を受賞し、山口県及び下関で注目の商品です。

■ 彦島春菜（ひこしまはるな）

彦島春菜は古くから下関市彦島地域で栽培されていた野菜です。古くから春先の野菜として珍重されていましたが、一時栽培が途絶え、下関市園芸センターとうつい工房で平成13年より復興のための栽培に取り組み、今では商品として生産販売ができるまでになりました。



特徴は葉には毛がなくなめらかで、若い葉は柔らかく葉の色は緑が濃く独特のちぢれ形状が入っています。高菜に比べカロチン、ビタミンAが多く含まれています。クセのない味で生のままのサラダや漬物、おひたし、ソテー、スープ、なべ物などによく合います。また、油との相性もよく、炒め物にも適します。

■ うつい工房のお弁当・オードブル

運動会・行楽・イベント・法事などのお弁当、オードブルを手作りでお届けいたします。懐かしいお母さんの味がいっぱいです。ご予算に応じて手配いたします。季節により内容が変る場合がございます。



(2) 6次産業化の概要

山口県下関市内日地区においてJA下関が運営するAコープ生活店舗が統廃合により閉店を余儀なくされた。地域の女性の働く場所や生活拠点の閉鎖を憂慮した農家の女性たちが地域の活性化と女性の働く場所づくりを目指し平成12年11月に「内日工房ふれあいセンター」を結成した。

「内日工房ふれあいセンター」の経緯

- 平成12年11月 内日工房ふれあいセンター設立 店舗部門開業 組合員20名
平成13年10月 菓子部門、漬物部門、惣菜部門開業
平成15年10月 ベーカリーデ部分開業
平成17年11月 山口県農山村振興賞受賞
平成18年11月 山口県特産品奨励賞受賞(馬関菜漬)
平成19年4月 企業組合うつい工房を設立 企業組合化 組合員24名 年商3000万円
平成20年3月 やまぐち食彩店開設
平成22年5月 農山漁村女性チャレンジ活動表彰で農林水産大臣賞を受賞
平成22年8月 現組合員26名(内2非農家) 年商6300万円

主な活動内容 部門

- 店舗部：食品、日用品、農作業道具、工房の商品等を販売地域の要望を聞き、品揃えをよくしている。
菓子加工部：内日産もち米を使った餅づくり
漬物部：伝統野菜「彦島春菜」を使用した「馬関菜漬」
惣菜部：各種仕出し弁当、法事、お祝い等
ベーカリーパート：内日産の米粉を使ったパン・ケーキ等、若いメンバーを中心の部門
うどん部：県内産小麦を使用したうどん麵を使用したうどん店。「やまぐち食彩店」

(3) 6次産業化の課題とその対応

多世代の女性が働きやすい職場づくり

現在の理事長中野千鶴子さんは二代目で、専業農家として米と野菜作りをしている。

組合員全員のほとんどが農家とあり、農業とふれあいセンターの業務を全員が参加出来るように15分単位で記入できる勤務時間表をつくり勤務時間の調整等、工夫しながら運営を行っている。また、部門を越えて助け合う体制づくり等、女性が働きやすい職場づくりに努めている。

後継者育成にも力を入れている。若い女性が能力発揮できるように、ベーカリーパートを創設した。

法人化による起業活動のステップアップとして、経理事務の経験をもった若いメンバー



が会計担当になり、複式簿記による会計処理が可能になった。また、経営状況を分かりやすく資料化し、定例会で課題を共有化している。

経営者意識の向上等、着実な経営により企業組合を運営している。

(4) 事業目的の達成度

うつい工房は、農山漁村女性チャレンジ活動表彰で、最優秀賞となる農林水産大臣賞を受賞しました！この賞は、農山漁村生活の充実や男女共同参画推進などのために積極的に活動している女性や、団体を表彰するものです。



地域密着の企業活動として、学校給食へ米粉パンの納入、食農体験、職場体験等、地域の子供たちとの交流活動に取り組んでいる。

地区内唯一の生活店舗として、地域の食や生活を支えている。

周辺地域のお祭りやイベントに積極的に参加し加工品などの販売なども行つていつ。



(5) 連携維持・継続の課題と対応

収益構造として手作り弁当とオードブルなどの惣菜デリバリーは黒字であるが、店舗販売やうどん販売などは赤字となっている。うどんを売る理由として併設で販売する弁当及びおにぎり等、自らが生産する地元の米（年間約 80 們）を販売するために行っている。

(6) 今後の連携の展望と課題

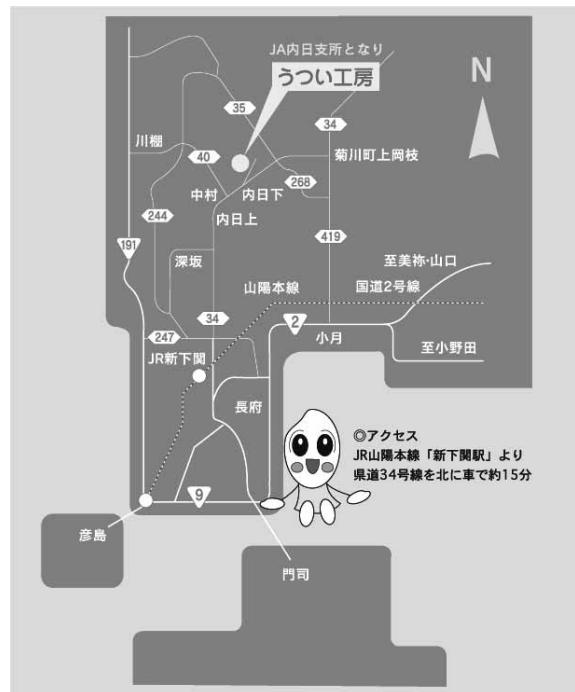
平成 24 年に県道 34 号線沿いに創設される農産物直売所「うついの里」に出店し、事業の拡張を行う予定。

県道 34 号線は北九州や下関から山陰方面への主要道路で交通量は 2 万台と来場者が期待される。

(7) まとめ

農家の女性が主体となり、農産物の生産から加工、販売、経営までもこなしている。理事長自らが専業農家として、農業と地域活性化、女性の職場づくりを両立させ 6 次産業化を実践している。

「うつい」にあるのは、空気・水・空・土・緑と新鮮で安心な素材たち。そして、「うつい」のあたたかいお母さんたちの知恵と真心と手間暇かけた仕事で誕生するさまざまな手作りの味たち。私たち企業組合「うつい工房」は、下関に伝わる伝統野菜、地域で生まれる旬の食材と資源を生かし、食を通して皆様に笑顔と健康をお届けしてまいります。



9. 九州地区先進事例

9-1 農商工等連携先進事例

事業名：芋麹用「サツマイモダイス」や「大隅の農産物を活用した乾燥粉末」の開発と販路開拓

事業者：株式会社オキス

(1) 事業概要

1) 農商工連携事業

地域：鹿児島県 鹿屋市

認定日：平成21年2月20日

事業名：芋麹用「乾燥サツマイモダイス」や「大隅の農産物を活用した乾燥粉末」の開発と販路開拓

連携体

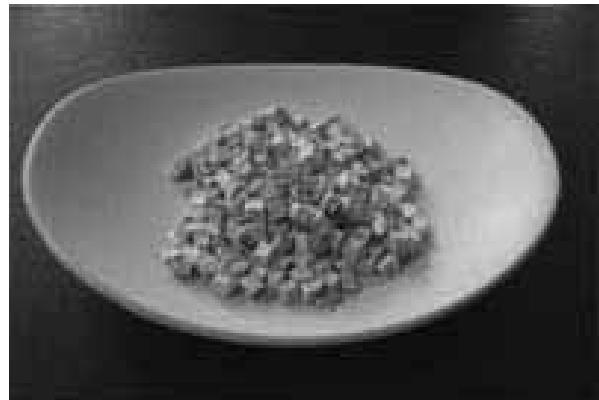
中小企業者：株式会社オキス（製造業）

農林漁業者：アネット有限会社（農業）

サポート機関等：鹿屋商工会議所地域力連携拠点、地域力連携拠点かごしま産業支援センター、鹿児島県工業技術センター、地域活性化支援事務局

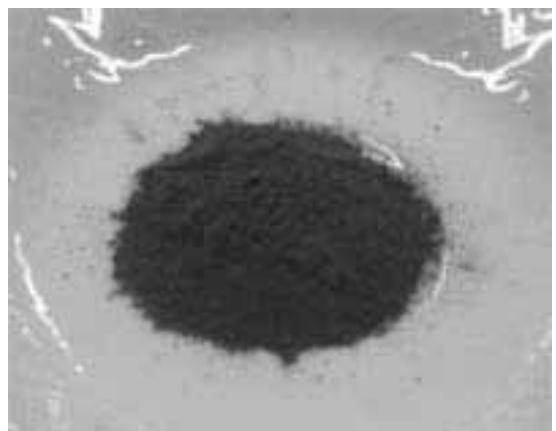
2) 連携の経緯

芋焼酎の製造は、米麹を20%とサツマイモ80%を原料としている。麹原料として輸入米を用いるのが主流であるが、鹿児島県の特産品であるサツマイモの活用促進を目的に、サツマイモ生産者であるアネット有限会社、鹿児島県工業技術センター及び県内焼酎メーカー4社が共同研究し、サツマイモ100%麹の開発に成功した。「全量芋仕込み焼酎」の安定供給に向けて実験を重ねた結果、乾燥させたサツマイモを5ミリ角に切ったものに麹菌を混ぜたものが最適であることがわかり、株式会社オキスが持つ農産物乾燥加工技術を活用し、麹用の「乾燥サツマイモダイス」として量産化を行うこととなった。



3) 新商品または新役務の内容とその市場性・競争力

より風味の出る新たなサツマイモの品種の導入により「乾燥サツマイモダイス」の品質向上と販路開拓を行う。また、乾燥加工技術を活かし、スイオウやゴマ、しいたけなど大隅の農産物を活用して、健康食品用の乾燥粉末素材を開発する。消費者は、より安心・安全な食品を求めており、これらの商品群は、今後、芋焼酎業界や健康食品業界にとって不可欠なものとなると期待される。



4) 株式会社オキス 事業所概要

事業所：鹿児島県鹿屋市上高隅町 1910-3

株式会社オキス 代表取締役 岡本孝志

資本金：120 万円

事業内容：生産事業（野菜類の生産）、パッキング事業（洗滌～選別～箱詰～出荷）、加工事業（洗滌～ボイル～カット～乾燥～粉末）、環境事業（循環型農業～エネルギー開発～ディーゼルエンジン燃料）、商品開発事業（機能性素材など）。

従業員：14 名

関連会社：大隅物流事業協同組合農畜産物加工センター

5) 事業拠点

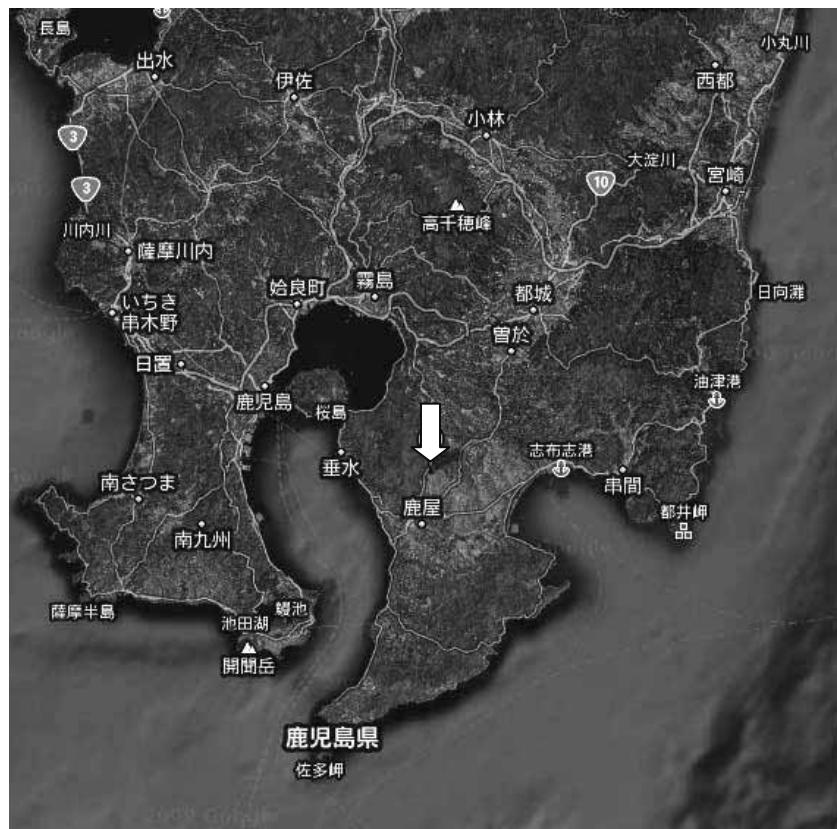
大隅半島のほぼ中央部に位置するⒶが株式会社オキス野菜加工センター（大隅物流事業協同組合農畜産物加工センター）

地域再生で有名な「やねだん」も鹿屋市にある。

株式会社オキスは、鹿児島県の桜島に隣接する大隅半島のはぼ中央部に位置し、温暖な気候に恵まれた自然の中でビジネスライフを持っている。ここには広大な

シラス台地があり、灌漑用水の行き届いた田畠は美味しい作物をもたらしている。安心。安全な農産物を安定的に出荷するため、鮮度の高いうちに加工できる情報と物流機能を備えた加工センターを建設した。ここでは、農家や物流組合等の連携により約 5 万平米の敷地に 450 坪の建屋と山林を含む試験農場やハウス等を備え、循環型農業の村づくりを目指している。

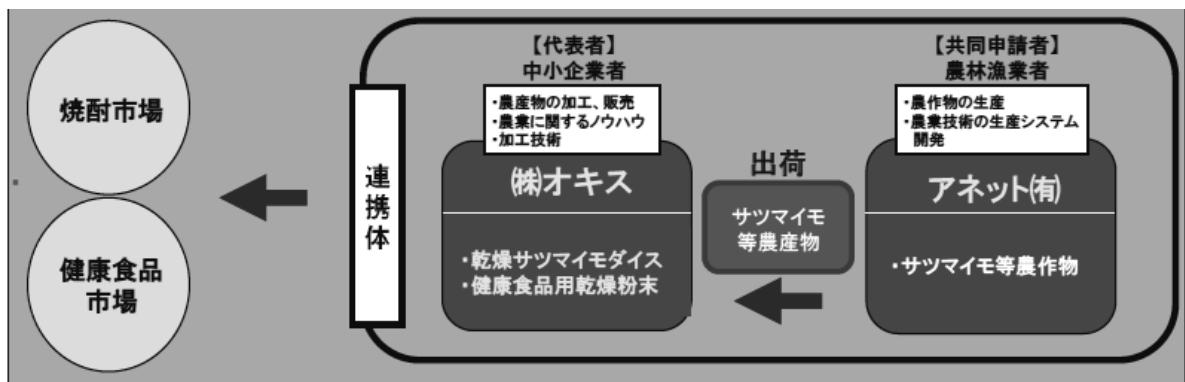
岡本社長が経営する株式会社岡本産業（運送業・林業）は鹿児島県内及び南九州に拠点を持つ大手家電量販店やコンビニエンスストアーチェーン店などの配達を行っている。往路便をカラで帰すのはもったいないことから復路便で野菜等の配達が出来ないか知恵を絞り、運送会社のネットワークを活用して、食品会社などから残渣など未利野菜等を調達している。同業運送会社 3 社で大隅物流事業協同組合を作り、農林水産省の広域連携アグリビジネスモデル支援事業の採択を受けて 18 年に約 2 億（補助金 6000 万円）で農畜産物加工センターを創設した。その施設を株式会社オキスが野菜加工センターとして組合に委託して野菜の乾燥、粉末化等の業務を行っている。



(2) 連携の概要

1) 連携体の構成と活用する経営資源

- ・アネット(有)（平成 11 年 8 月設立）は、鹿児島県特産の特色あるサツマイモ苗の生産販売など農産物の製造販売を行っている。
- ・(株)オキス（平成 18 年 7 月設立）は、乾燥させたサツマイモを 5 ミリ角に切った「全量芋仕込み焼酎」用の「乾燥さつまいもダイス」を生産。さらに、乾燥技術を生かし、すいおうやゴマ、しいたけなど季節の農産物を活用した乾燥粉末から健康食品等の素材・原料を開発する。



2) 期待される地域経済への効果など

- ◆新商品の売上高……………70,000 千円（平成 24 年 3 月）
- ◆本事業に伴う新規雇用創出者数……………5 名（平成 24 年 3 月連携体全体）
- ◆「全量芋仕込み焼酎」の安定供給によるサツマイモの利用促進など

(3) 連携構築の課題とその対応

アネット(有)、鹿児島県工業技術センターと県内焼酎メーカー4 社が共同研究で焼酎用芋麹の開発に成功。全量サツマイモで芋焼酎製造が可能となる。安定供給の必要性からサツマイモの生産をアネット(有)、乾燥からダイス化への加工技術を(株)オキスが担い、「乾燥サツマイモのダイス」の量産化に成功した。

背景として輸入米を用いた米麹で焼酎を生産していたが、事故米事件が社会問題となり、芋焼酎及び焼酎メーカーへのイメージダウンなどの影響もあり、県内産の農産物による麹開発が課題となっていた。



(4) 事業目的の達成度

芋麹用サツマイモダイスは開発当時県内焼酎メーカー4 社からスタートしたが、現在では鹿児島県内の焼酎メーカー等 15 社へと需要は広がっている。

21 年 2 月に事業を開始し、売上目標は 3 年計画で 7,000 万円（24 年度）としたが、1 年目で 5000 万円、2 年目で 1 億を超えた。すでに 1 億 2 千万円（22 年 9 月時）となっている。

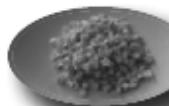
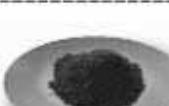
農産物の乾燥品ではごぼう茶、ショウガ入り紅茶、切り干し大根等の製品化に成功。その原料のほとんどが食品加工品を作る際に生まれる残渣であり、「もったいない」を商品化

したものである。切り干し大根はコンビニエンスストアのおでん用大根を加工するさいに均等に輪切りにする際に処分され、約2割以上が残渣となっている。切り捨てられた皮や身の部分を乾燥して千切り大根となるために原料は安価に手に入れることが出来る。

野菜の乾燥及び粉末製品はサツマイモ、人参、ごぼう、かぼちゃ、ジャガイモ、しいたけ、大根等多種にわたる。

乾燥野菜製品一覧

株式会社オキス

	A D乾燥 【黄金千貫生5mmダイス】 産地：鹿児島 品種：薩摩芋黄金千貫 規格：5mmダイス 荷姿：20kg/箱 ～400kg/フレコン		A D乾燥 【千切り人参】 産地：鹿児島 品種：向陽系 規格：3mm角×4cm 荷姿：8kg/箱
	A D乾燥 【黄金千貫ボイル5mmダイス】 産地：鹿児島 品種：薩摩芋黄金千貫 規格：5mmダイス 荷姿：20kg/箱 ～400kg/フレコン		A D乾燥 【黄金千貫ボイル5mmダイス】 産地：鹿児島 品種：向陽系 規格：粉末 荷姿：20kg/箱
	A D乾燥 【紫生5mmダイス】 産地：鹿児島 品種：薩摩芋ムラサキマサリ 規格：5mmダイス 荷姿：20kg/箱 ～400kg/フレコン		A D乾燥 【ごぼう千切】 産地：鹿児島 品種：柳川 規格：3mm角×4cm 荷姿：7kg/箱
	A D乾燥 【紫芋粉末】 産地：鹿児島 品種：薩摩芋ムラサキマサリ 規格：粉末 荷姿：20kg/箱		A D乾燥 【ごぼう笛切り】 産地：鹿児島 品種：柳川 規格：笛切り 荷姿：7kg/箱
	A D乾燥 【すいとう粉末】 産地：鹿児島 品種：薩摩芋すいとう 規格：粉末 荷姿：20kg/箱		A D乾燥 【ごぼう粉末】 産地：鹿児島 品種：柳川 規格：粉末 荷姿：20kg/箱
	A D乾燥 【ジャガイモボイル5mmダイス】 産地：鹿児島 品種：トヨシロ、ニシュタカ 規格：5mmダイス 荷姿：20kg/箱 ～400kg/フレコン		A D乾燥 【かぼちゃ粉末】 産地：鹿児島 品種：ダークホース 規格：粉末 荷姿：20kg/箱
	A D乾燥 【ジャガイモ粉末】 産地：鹿児島 品種：トヨシロ、ニシュタカ 規格：粉末 荷姿：20kg/箱		A D乾燥 【スライスしいたけ】 産地：鹿児島 品種：富床 規格：5mmスライス 荷姿：3kg/箱
	A D乾燥 【切干大根】 産地：鹿児島 品種：青苔大根 規格：千切 荷姿：10kg/袋、箱		A D乾燥 【しいたけ粉末】 産地：鹿児島 品種：菌床 規格：粉末 荷姿：10kg/箱

(5) 連携維持・継続の課題と対応

サツマイモ等の農産物の安定供給と加工商品の残渣（未利用）の有効利用など原料調達が課題となっている。

ニンニク、すいとう、ゴマ、明日葉等の健康成分が豊富な素材を粉末化することで、機

能性食品や健康食品などの原料としての需要と販路開拓の可能性は広がっている。

大手健康食品会社からニンニクの原料供給を依頼されているが、原料となるニンニクの品質と量産できる体制が不十分で、現状では受注に対応できない。



前頁の写真は乾燥ダイスを原料とした焼酎、野菜の乾燥、粉末のサンプル

今後の課題として品質の安定した農産物栽培と食品残渣など未利用を含む加工品原料の量的・安定的確保が必須で、農家や農業生産法人などとの連携がますます重要となっている。

(6) 今後の連携の展望と課題

農産物の加工品残渣や未利用品など「もったいない」の調達と加工技術の向上で、健康食品などの原料メーカーとして期待される。運送業を営む岡本社長のフットワークとネットワークが事業の可能性を広げている。

(7) まとめ

株式会社オキス・有限会社アネット両社の持つネットワークと技術、企画力で農産物の未利用部分の有効利用などと最終残渣を飼料化するなど、循環型農業を目指し、地域の活性化が図られている。

岡本社長の理念は、「基本は‘連携’と‘シンプル’」。

同業者、そして顧客とのパートナーシップを図ることで、生産から販売までのトータルな事業展開を実践している。まさに、農商工等連携事業の先進事例である。



9-2 6次産業化先進事例

調査事業名：有限会社やさい直売所マッちゃん 6次産業化先進事例調査

事業者：有限会社やさい直売所マッちゃん

(1) 事業概要

1) 野菜生産農家の直売所による6次産業化の成功事例

事業所及び店舗：佐賀県佐賀市三瀬村杠246-1
みつせむらこう

有限会社やさい直売所マッちゃん 代表取締役 合瀬マツヨ

営業時間：8:00～18:00 年中無休 駐車場：250～260台（第1、2）

年間の来店者数約30万人 年商7億円

顧客の70～80%が福岡から、DM宅配便顧客も数百件ある。

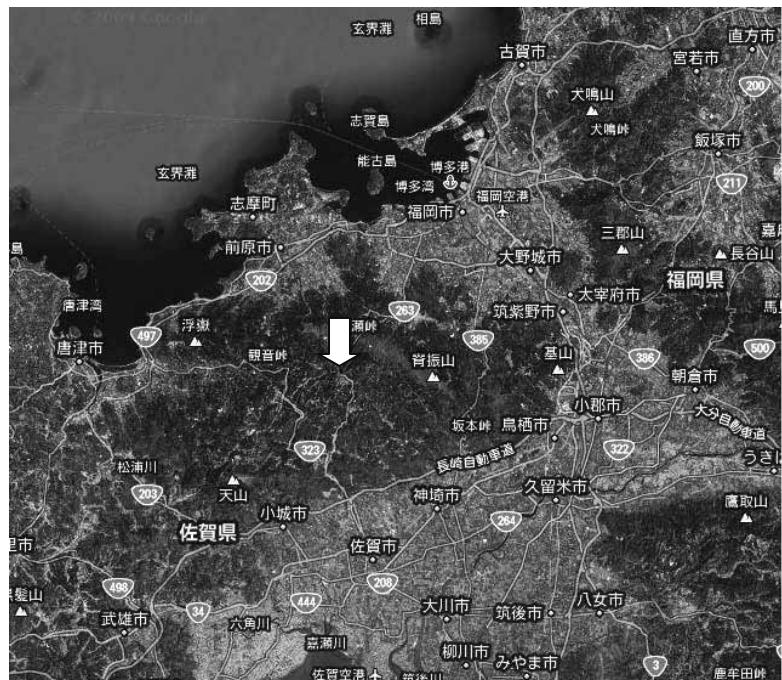
従業員30名（パートを含む）

売上比率：野菜・米の直売（70%）、加工品・飲食等（22%）関連施設オーシャンカートランド（8%）。出荷登録農

家800（内三瀬200）佐賀県内、長崎県、福岡県の農家も契約している。

2) 事業拠点

佐賀市三瀬村は標高400mの中山間地域で、佐賀市内と福岡市内の中间地点にあり、福岡市のベットタウン早良区からは車で10分程度と、来店者の80%近くは福岡市からとなっている。



(2) 6次産業の概要

1) やさい直売所マッちゃんが出来るまで

創業者の合瀬マツヨさんは19歳で三瀬村のレタス農家に嫁ぎ、専業農家の嫁として20年近く農業に従事します。旧三瀬村は標高400mで、冬には雪で峠越えの山道は通行止めになるなど、陸の孤島と言われていましたが、86年6月に福岡へ抜ける三瀬トンネルが開通したことで、交通量も増える等車の流れが大きく変わった。車の流れが変わったことを契機に農家の将来に不安を感じていたマツヨさんは直売所を開業することを決意する。しかし、商売を始めることに家族は反対。両親や夫を説得する等、多くの困難を乗り越え41歳の時に野菜直売所「マッちゃん」を開店した。

国道に沿った空き地に小さな小屋を建て、自分で育てた野菜の販売から始めた。新鮮で安いと口コミで評判が広がった。開業時は自家栽培の野菜の他にお菓子などの雑貨なども

販売していた。2~3年後には客も増え始め、野菜が売れ始めてくると、近くの農家からも「マッちゃん、うちの野菜も置いてくれんね?」、持ち込む生産者が増え始めた。5年目ごろには野菜の売れ残りを利用して漬けもの等農産加工品、惣菜を製造し、餅、饅頭なども取り扱うようになった。

現在は、マッちゃん農園（自家農場）3万平米で野菜・米等を生産し、自社農産物及び惣菜等加工食品の販売と近隣農家及び近県の契約農家から集荷された農産品を販売している。

出荷農家は自らの生産物を自身の責任で規格外品などを含め出荷、価格も生産者が決める仕組みを導入。POSシステム（7~8年前に導入）にて管理をしている。レジを通過した商品の15%が手数料収入となっている。

8年前までは出荷農家から仕入れて販売していたが、新しいシステムに移行後は、出荷農家は店舗で販売された（レジを通過）ものの代金から15%の手数料を差し引いた金額が精算される仕組みとなっていることから、売れる農産物づくりを目指す等、生産へのモチベーションが高くなっている。

(3) 6次産業化の課題とその対応

22年の年商は7億円。

さらなる売上を目指した戦略を構築中で、マッちゃんブランド製品の開発と米のブランド化（三瀬米「夢しづく」）、佐賀県産大豆を用いた「ざる寄せ豆腐」、豆乳製品などの事業を拡張する。



施設への集客には限界があり、売上を伸ばすために通信販売など施設外での販路開拓を目指している。

売上目標は10億円を目指す。

(4) 事業目的の達成度

年商7億円を達成した要因と成功のポイント

成功のポイント1としてマッちゃん社長の独断による驚きの値引き法がある。

朝入荷した野菜を鮮度が落ちる前に早目に値引きを開始して完売を目指す。

午後3時になると鮮度が落ちてくる野菜等を中心に値引きを開始。社長の独断により店舗内の商品の価格をどんどん書き換えていく、一袋100円の野菜等を二袋にテープで巻いて一束100円などに値引きする。社長曰く「売れ残るより早めに新鮮なまま売ることが大事」。

お客様は、「新鮮で安い!」、「野菜は新鮮なものほど美味しい!」と好評を得ている。

成功のポイント2として農家の気持ちを考えた経営を行っている。

市場に出荷できない曲がったキューリなど規格外品でもマッちゃんに出荷できる。自分で値付けが出



来ることに魅力がある。

農家の声として「育てた野菜を捨てたくない、安くても値を付けて売れることが出来れば、収入に繋がるし、生産意欲も増してくる。」と意欲的である。

お客様の声として「形は気にしない、新鮮でおいしければ良い！」と好評である。



※この二つの写真はPOSシステムと商品ラベルの発行機、出荷農家はここで生産者コードと商品コード、価格と個数をタッチパネルに入力するだけで商品ラベルが印字される。持ち込んだ野菜に貼って陳列棚に置く。簡単な操作なので誰にでも出来る。

成功のポイント3として買いたくなる陳列がある。

はじめは、国道を走る車のドライバーの目を引くように店頭に野菜を山盛り並べる等、色々試していくうちに店舗へ来店者が増えてきた。

展示の仕方によって購買意欲が増していくことを特に学んだわけではなく、自然に身に付けた。安い店はいくらでもあるが、マッちゃんの雰囲気が客を呼び込んでいる。



成功のポイント4として誰もが損をしない無駄を出さないシステムがある。

売れ残りの出荷農家の野菜を自らが買い上げておでんや漬物など加工品、惣菜の材料に使い加工品は店舗内で販売している。出荷農家の気持ちを考え売れ残りを出さない等、配慮があり、生産者には損をさせない仕組み作りである。新鮮な野菜で加工品を作るので美味しい、売れることで、一石二鳥の無駄のないシステムと言える。

新市場の創出として、地元で作った佐賀大豆を原料としたザル寄せ豆腐を製造販売している。一丁 350 円の豆腐が一日 1000 個売れる日もある等、好評を得ている。

社長のマッちゃんは「地元のものを地元の人に食べてもらいたい」と地産地消に力を入れている。そのことが地元経済の活性化に繋がっている。

実施主体の経営向上として、職員は原則地元採用として現在 30 名を雇用している。職員の約 8 割が地元三瀬村からの雇用となっている。

TVなどメディアでの紹介で、地域でも変化と地域活性化が進む

AERA 09 年 9 月 14 日号 ; 「新報道 2001」、フジテレビ 2009/11/08 ; 「はなまるマーケット」、2010/07/16 ; 「金スマ」 2010/07/30 にマッちゃんも出演するなど、ここ数年来マッちゃんがメディアに紹介されるようになることで、さらに三瀬村への集客が広がっている。

「マッちゃんは、以前取材を断っていたようですが、メディアに紹介されるようになり三瀬ブランドの価値が高まっている」と佐賀市三瀬出張所の職員談。

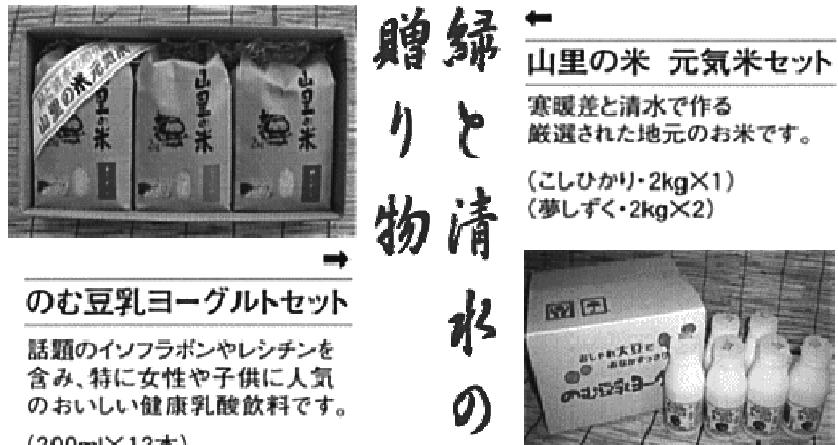
さらに、三瀬村の変化として、マッちゃんへ年間 30 万人が訪れる事から、通行量も増え、開店当時蕎麦屋が 1 件しかなかったが、今では 12 件も増え、三瀬そば街道と言われるようになっている。

(5) 6 次産業維持・継続の課題と対応

女性ならではの知恵と工夫で野菜直売所を経営している。地元のものを地元の人に食べてもらいたいという気持ちが、地産地消を実践している。

佐賀産大豆で作るざる寄せ豆腐、豆乳などは店舗でも好評で、口コミでも広がりを見せ、さらに通販事業を拡張していくことで売り上げも伸びる可能性を秘めている。

マッちゃんブランドとして米（三瀬米）の DM 通販も強化していく。



後継差問題では、3 年前にご主人を亡くしたが、子どもたちが経営に参画している。

野菜直売所から 1 キロほど離れている場所に本格的ゴーカートコースを持つレジャーランド、「オーシャンカートランド」を息子が運営している。ここにはマッちゃんとは違う層の若者が集まり、ゴーカートコースの他に豆乳製品、手作りパンなども販売している。





(6) 今後の展望と課題

売上目標は10億円。店舗への集客には限界があるので、ネットやDM通販を本格化して三瀬米や農産加工品などの販売を展開していく。

オーシャンカートランドに若者を集客し、新たな客層への広がりで、ベーカリーや花など多品種品目を増やすなど売上増加に期待できる。



(7) まとめ

専業農家の嫁マツヨさんが、両親や夫の反対を説得する等、幾多の困難を乗り越え直売所を開業した。その背景には中山間地域の過疎化や農業の衰退など野菜農家の将来像を危惧したことでした。

野菜農家自らが直売所を開き、農作物の生産から加工、販売を手掛け年商7億円を達成した。

「自分の作ったものを食べて欲しい」というおもてなしの心が、多くの人を引き付けている。

さらなる峰として年商10億円を目指している。まさに、6次産業化の先駆けとして先進事例と言える。



III. 農商工等連携研修会

1. 開催概要

研修会は下記日程、概要により開催した。

研修会開	研修会時期	会 場	基調講演/ コーディネーター	発表担当者	農林水産省 上段挨拶／下段講演	パネラー（発表事例関係者団体名／氏名）	参加者数
札幌	2010/11/26 (金)	北海道立道民活動センター 710会議室	片岡 寛 氏	事務局	北海道農政事務所農政推進課 6次産業化等グループ長 相澤康志氏 ／総合食料局食品産業企画課 新井ゆたか課長	①(株)函館酪農公社 開発企画室長 金子岳夫氏 ②(株)高橋牧場・ニセコミルク工房 店長 高橋裕子氏	78
仙台	2011/1/14 (金)	仙台青葉カルチャーセンター 403会議室	片岡 寛 氏	望月孝氏	東北農政局生産經營流通部長 藤村博志氏 ／農林水産省顧問 井出道雄氏	①伊豆沼農産代表取締役 伊藤秀雄氏 ②大場組専務取締役 大場宏利氏	104
東京	2011/2/10 (木)	北とぴあ 第2研修室	片岡 寛 氏	臼井真美 氏	関東農政局食品課長 本郷秀夫氏 ／総合食料局食品産業企画課食品環境対策室長矢花涉史氏	①ベジポート有限責任事業組合 職務執行者 森田健雄氏(テンプアップファーム) ②株式会社 ミールケア 代表取締役 関幸博氏	60
金沢	2011/2/25 (金)	金沢流通会館 4階研修室	加藤 寛昭 氏	大槻 恭久 氏	生産經營流通部長 米野篤廣氏 ／農林水産省総合食料局食品産業企画課長補佐 大橋聰氏	①株オハラ代表取締役 社長 小原繁氏 ②有フームビレッジさんさん代表取締役 安実正嗣氏	63
名古屋	2011/2/17 (木)	愛知県労働産業センター ウインクあいち 1203会議室	加藤 寛昭 氏		東海農政局 農政局長 竹森三治氏 ／農林水産省顧問 井出道雄氏	①農事組合法人伊賀の里モモク手づくりファーム 代表取締役専務 吉田修氏 ②株寺部食品 代表取締役社長 寺部幸祐氏 ③食農産業クラスター 推進協議会 クラスター・マネジヤー 横山順子氏	92
京都	2010/11/19 (金)	(財)京都教育文化センター 103号室	片岡 寛 氏	吉住 裕子 氏	挨拶者：近畿農政局 生産經營流通部食品課長 藤田邦夫氏 ／総合食料局食品産業企画課課長補佐 吉岡崇治氏	①株式会社きたやま南山 代表取締役 楠本貞愛氏 ②農事組合法人 古座川ゆず平井の里総務・ 営業統括責任者 倉岡有美氏	74
岡山	2010/11/1 (月)	岡山国際交流センター 国際会議場	加藤 寛昭 氏	高崎 博司 氏	中国四国農政局生産經營流通部長 川口尚氏 ／総合食料局食品産業企画課課長補佐 吉岡崇治氏	①株式会社ヒロ・コーポレーション 取締役 四宮浩氏 ②企業組合うつい工房 理事長 中野千鶴子氏	102
熊本	2011/1/17 (月)	くまもと県民交流館パレア 会議室1	加藤 寛昭 氏		挨拶者：九州農政局 農政局次長 佐藤洋氏 ／農林水産省顧問 井出道雄氏	①有限会社やさい直売所 マツちゃん 代表取締役 合瀬(オホ)マツヨ氏 ②株式会社オキス 代表取締役 岡本孝志氏	計681 108

2. 各会場プログラム

以下に各会場のプログラムを示す。

札幌会場

新しいビジネスに繋がる一次産業

一元気のできる農山漁村を創る農商工連携研修会 in 札幌—

主催 ; (財)食品産業センター 後援 ; 北海道農政事務所

《プログラム》

開会 ; 13 : 00

司会 : (財)食品産業センター 驚 仁子

13 : 00～13 : 10 挨拶 ;

(財)食品産業センター : 専務理事 花澤 達夫

北海道農政事務所 : 農政推進課 6次産業化等グループ長 相澤 康志 氏

13 : 10～13 : 40 基調講演 ; 「農商工連携の基本」

東京理科大学専門職大学院 教授 片岡 寛 氏

13 : 40～14 : 20 農商工連携先進事例発表 ;

(財)食品産業センター JFARB 室長 大西 吉久

事例 ; (株)函館酪農公社、(株)高橋牧場・ニセコミルク工房

14 : 20～14 : 50 「農山漁村の6次産業化の推進について」

総合食料局食品産業企画課課長 新井 ゆたか 氏

14 : 50～15 : 00 <休憩>

15 : 00～16 : 30 パネルディスカッション

コーディネーター ; 片岡 寛 氏

パネラー ; 総合食料局食品産業企画課課長 新井 ゆたか 氏

(株)函館酪農公社 開発企画室長 金子 岳夫 氏

(株)高橋牧場・ニセコミルク工房 店長 高橋 裕子 氏

(財)食品産業センター 大西 吉久

16 : 30～17 : 00 農商工連携交流会 (参加者全員)

閉会 ; 17 : 00

仙台会場

新しいビジネスに繋がる一次産業

一元気のできる農山漁村を創る農商工連携研修会 in 仙台－

主催；(財)食品産業センター 後援；東北農政局

《プログラム》

開会；13：00

司会：(財)食品産業センター 福井 周二

13：00～13：10 挨拶；

(財)食品産業センター：審査員評価登録室 室長 大西 吉久

東北農政局：生産経営流通部長 藤村 博志 氏

13：10～13：40 「農山漁村の6次産業化の推進について」

農林水産省顧問（前農林水産省事務次官） 井出 道雄 氏

13：40～14：10 基調講演；「農商工連携の基本」

東京理科大学専門職大学院教授 片岡 寛 氏

14：10～14：50 農商工連携先進事例発表；（有）伊豆沼農産、（株）大場組

（株）プロジェクト地域活性 代表取締役社長 望月 孝 氏

14：50～15：00 <休憩>

15：00～16：30 パネルディスカッション

コーディネーター；東京理科大学専門職大学院教授 片岡 寛 氏

パネラー；農林水産省顧問（前農林水産省事務次官） 井出 道雄 氏

（有）伊豆沼農産 代表取締役 伊藤 秀雄 氏

（株）大場組 専務取締役 大場 宏利 氏

（株）プロジェクト地域活性 代表取締役社長 望月 孝 氏

16：30～17：00 農商工連携交流会（参加者全員）

閉会；17：00

東京会場

新しいビジネスに繋がる一次産業

—元気のできる農山漁村を創る農商工連携研修会 in 東京—

主催 ; (財)食品産業センター
後援 ; 関東農政局

《プログラム》

開会 ; 13 : 00

司会 : (財)食品産業センター 福井 周二

13 : 00～13 : 10 挨拶 ;

(財)食品産業センター : 審査員評価登録室 室長 大西 吉久

関東農政局 : 生産経営流通部 食品課長 本郷 秀夫 氏

13 : 10～13 : 40 「農山漁村の6次産業化の推進について」

農林水産省総合食料局食品産業企画課 食品環境対策室長 矢花 渉史 氏

13 : 40～14 : 10 基調講演 ; 「農商工連携の基本」

東京理科大学専門職大学院 教授 片岡 寛 氏

14 : 10～14 : 50 農商工連携先進事例発表 ;

株式会社ミールケア、ベジポート有限責任事業組合

クリアリンクコンサルティング 代表 白井 真美 氏

14 : 50～15 : 00 <休憩>

15 : 00～16 : 30 パネルディスカッション

コーディネーター ; 東京理科大学専門職大学院 教授 片岡 寛 氏

パネラー ; 総合食料局食品産業企画課 食品環境対策室長 矢花 渉史 氏

株式会社 ミールケア 代表取締役 関 幸博 氏

ベジポート有限責任事業組合 職務執行者 森田 健雄 氏

クリアリンクコンサルティング 代表 白井 真美 氏

16 : 30～17 : 00 農商工連携交流会 (参加者全員)

閉会 ; 17 : 00

金沢会場

新しいビジネスに繋がる一次産業

一元気のできる農山漁村を創る農商工連携研修会 in 金沢一

主催 ; (財)食品産業センター
後援 ; 北陸農政局

《プログラム》

開会 ; 13 : 00

司会 : (財)食品産業センター 福井 周二

13 : 00～13 : 10 挨拶 ;

(財)食品産業センター : 審査員評価登録室 室長 大西 吉久

北陸農政局 : 生産経営流通部長 米野 篤廣 氏

(めの あつひろ)

13 : 10～13 : 40 「農山漁村の6次産業化の推進について」

総合食料局食品産業企画課課長補佐 大橋 聰 氏

13 : 40～14 : 10 基調講演 ; 「農商工連携の基本」

食と農研究所 代表 加藤 寛昭 氏

14 : 10～14 : 50 農商工連携先進事例発表 ;

株式会社 オハラ、 有限会社 フームビレッジ さんさん
ダイスビュー有限会社 代表取締役 大槻 恭久 氏

14 : 50～15 : 00 <休憩>

15 : 00～16 : 30 パネルディスカッション

コーディネーター ; 食と農研究所 代表 加藤 寛昭 氏

パネラー ; 総合食料局食品産業企画課 課長補佐 大橋 聰 氏

株式会社 オハラ 代表取締役社長 小原 繁 氏

有限会社 フームビレッジ さんさん 代表取締役 安実 正嗣 氏

ダイスビュー有限会社 代表取締役 大槻 恭久 氏

16 : 30～17 : 00 農商工連携交流会 (参加者全員)

閉会 ; 17 : 00

名古屋会場

新しいビジネスに繋がる一次産業

一元気のできる農山漁村を創る農商工連携研修会 in 名古屋一

主催 ; (財)食品産業センター
後援 ; 東海農政局

《プログラム》

開会 ; 13 : 00

司会 : (財)食品産業センター 福井 周二

13 : 00～13 : 10 挨拶 ;

(財)食品産業センター : 審査員評価登録室 室長 大西 吉久

東海農政局 : 農政局長 竹森 三治 氏

13 : 10～13 : 40 「農山漁村の6次産業化の推進について」
農林水産省顧問（前農林水産省事務次官） 井出 道雄 氏

13 : 40～14 : 10 基調講演 ; 「農商工連携の基本」
食と農研究所 代表 加藤 寛昭 氏

14 : 10～14 : 50 農商工連携先進事例発表 ;
農事組合法人伊賀の里モモキ手づくりファーム、 株式会社 寺部食品
ダイスビュー有限会社 代表取締役 大槻 恭久 氏

14 : 50～15 : 00 <休憩>

15 : 00～16 : 30 パネルディスカッション
コーディネーター ; 食と農研究所 代表 加藤 寛昭 氏
パネラー ; 農林水産省総合食料局食品産業企画課
農商工連携推進班 課長補佐 小山 和美 氏
農事組合法人伊賀の里モモキ手づくりファーム
代表取締役専務 吉田 修 氏
株式会社 寺部食品 代表取締役社長 寺部 幸祐 氏
食農産業クラスター推進協議会 クラスマネージャー 横山 順子 氏
ダイスビュー有限会社 代表取締役 大槻 恭久 氏

16 : 30～17 : 00 農商工連携交流会（参加者全員）

閉会 ; 17 : 00

新しいビジネスに繋がる一次産業
—元気のできる農山漁村を創る農商工連携研修会in 京都—
主催；(財)食品産業センター 後援；近畿農政局

《プログラム》

開会；13：00

司会：(財)食品産業センター 福井周二 JFARB 次長

13：00～13：05 挨拶； (財)食品産業センター JFARB 室長 大西吉久

13：05～13：25 「近畿農政局の農山漁村 6次産業化の取り組みについて」

農林水産省近畿農政局生産經營流通部食品課 課長 藤田 邦夫 氏

13：25～13：55 「農山漁村の 6次産業化の推進について」

総合食料局食品産業企画課課長補佐 吉岡 崇治 氏

13：55～14：25 基調講演；「農商工連携の基本」

東京理科大学専門職大学院 教授 片岡 寛 氏

14：25～15：00 農商工連携先進事例発表；(有)未来教育設計

代表取締役 吉住 裕子 氏

事例；株式会社きたやま南山、農事組合法人古座川ゆず平井の里

15：00～15：10 <休憩>

15：10～16：40 パネルディスカッション

コーディネーター；片岡 寛 氏

パネラー；吉住 裕子氏

株式会社きたやま南山 代表取締役 楠本 貞愛 氏

農事組合法人 古座川ゆず平井の里 倉岡 有美 氏

食品産業企画課課長補佐

吉岡 崇治 氏

16：40～17：00 農商工連携交流会（参加者全員）

閉会；17：00

新しいビジネスに繋がる一次産業

一元気のできる農山漁村を創る農商工連携研修会 in 岡山—

主催 ; (財)食品産業センター 後援 ; 中国・四国農政局

《プログラム》

開会 ; 13 : 00

司会 ; (財)食品産業センター 福井周二 JFARB 次長

13 : 00～13 : 10 挨拶 ;

(財)食品産業センター ; (財)食品産業センター JFARB 室長 大西吉久

農林水産省 ; 中国四国農政局生産経営流通部長 川口 尚 氏

13 : 10～13 : 40 「農山漁村の6次産業化の推進について（仮題）」

総合食料局食品産業企画課課長補佐 吉岡 崇治 氏

13 : 40～14 : 10 基調講演 ; 「農商工連携の基本」

食と農研究所 代表 加藤 寛昭 氏

14 : 10～14 : 50 農商工連携先進事例発表 ; NPO 法人やまぐち食農連携推進研究会

専務理事 高崎 博司 氏

事例 ; (株) ヒロ・コーポレーション、企業組合うつい工房

14 : 50～15 : 00 <休憩>

15 : 00～16 : 30 パネルディスカッション

コーディネーター ; 加藤 寛昭 氏

パネラー ; 高崎 博司 氏

四宮 浩 氏 株式会社ヒロ・コーポレーション 取締役

中野 千鶴子 氏 企業組合うつい工房 理事長

吉岡 崇治 氏 食品産業企画課課長補佐

16 : 30～17 : 00 農商工連携交流会（参加者全員）

閉会 ; 17 : 00

新しいビジネスに繋がる一次産業

一元気のできる農山漁村を創る農商工連携研修会 in 熊本一

主催 ; (財)食品産業センター
共催 ; 九州食料産業クラスター連絡協議会
後援 ; 九州農政局

《プログラム》

開会 ; 13 : 00

司会 : (財)食品産業センター 福井 周二

13 : 00～13 : 10 挨拶 ;

(財)食品産業センター : 審査員評価登録室 室長

大西 吉久

九州農政局 : 農政局次長

佐藤 洋 氏

13 : 10～13 : 40 「農山漁村の6次産業化の推進について」

農林水産省顧問（前農林水産省事務次官） 井出 道雄 氏

13 : 40～14 : 10 基調講演 ; 「農商工連携の基本」

食と農研究所 代表 加藤 寛昭 氏

14 : 10～14 : 50 農商工連携先進事例発表 ;

株式会社オキス、有限会社やさい直売所 マッちゃん

NPO 法人やまぐち食農連携推進研究会 専務理事 高崎 博司 氏

14 : 50～15 : 00 <休憩>

15 : 00～16 : 30 パネルディスカッション

コーディネーター ; 食と農研究所 代表 加藤 寛昭 氏

パネラー ; 農林水産省顧問（前農林水産省事務次官） 井出 道雄 氏

株式会社オキス 代表取締役 岡本 孝志 氏

有限会社やさい直売所 マッちゃん 代表取締役 合瀬 マツヨ 氏

NPO 法人やまぐち食農連携推進研究会 専務理事 高崎 博司 氏

16 : 30～17 : 00 農商工連携交流会（参加者全員）

閉会 ; 17 : 00

3. 基調講演要旨「農商工連携の基本」

東京理科大学専門職大学院 教授 片岡 寛 氏

食と農研究所 代表 加藤 寛昭 氏

基調講演は、農商工等連携促進対策事業検討委員会の委員長 片岡教授と副委員長 加藤氏にお願いし、全国8箇所において実施した。内容は、農商工等連携研修会のスタート前に片岡委員長と加藤副委員長が相談をし、講演の内容が異なることの無いよう、加藤副委員長が用意する資料によって、講演することになり、8枚のスライドが用意された。

スライド1では、平成22年9月に全農が銀座三越にオープンした「実り」というレストランを、農が外食に乗り出した6次産業化のモデル例として紹介した。そのポイントとしては、農が消費者に訴えたい食品の情報を直接訴えているところに成功のポイントがあるとしている。

スライド2では、食と農の近代化について、農業技術と食品加工技術、保存・物流技術の開発の進展による近代化とともに、農と食（消費者）の距離が、遠くなっている。農は、農産物を商品として意識していないため、自分の生産物が、どのように消費されているのかわからなくなっている。この食と農の近代化の中にあって、農商工連携や6次産業化は、農に農産物を商品としての位置付けすることを意識させるものである。

スライド3では、農が挑戦している7事例を示し、どうしたら成功するかのヒントを与えている。特に、千葉県の梨栽培農家が、徹底した機械化と、有機肥料を中心とした良品質の梨を、徐々に増やしていく約13,000名の固定客とDMによって高利益を上げている事例や、自分たちで顧客を見つけ出す積極性、大手メーカーができないきめの細かな製品作りなど、農の高付加価値化に対する積極的な取り組みが儲かる農業の基本であることを解説した。

スライド4では、慣行農法が6次産業化していくということはどういうことなのか。農自身が商工を直接手掛ける食品産業化の方向性、農が商工と連携をしていく農商工連携の方向性を示した。

スライド5では、高度化する農商工連携事業と題し、九州の人口5千人弱、約1,500世帯、65歳以上の高齢化率35.8%、平均農家生産所得85万円という、典型的、過疎、高齢化地区の地域再生への取り組みについて解説した。その要点は、この町の町長自らが先頭に立ち、工場誘致など外部からの要因に頼らない地域再生開発を目指すにあるとしている。概要は、①一次産業から6次産業化へ、②地域資源の総棚卸と製品開発、販売体制の構築、③食と健康をテーマに都市との交流の実現、を掲げている。

スライド6では、スライド5の事例の実際の取り組みについて解説した。まず、地域の資源の総棚卸しについて、地元の人間のみでの調査では、当たり前として見逃してしまい、資源とは気づかない懸念があるため、外部のコンサルに依頼し、地域の資源探しに着手した。その結果、地域にある観光資源や、合鴨有機農法の水稻作り、地域で取れる鹿や猪などの野生資源、漬物や雑穀などの伝統食品などたくさんの地域資源が発見された。これらの資源の活用を町役場が推進役となり、Y町アソシエーツという団体を構成し、各資源を活用する地域内外の企業、団体等と契約を結んで、事業を展開している。この事例のポイントとしては、①地域資源探査に地元の機関を用いず、外部の新鮮な感覚で当たった、②町役場が推進役となって推進した、資源を生かす地域内外の企業団体とアソシエーツが契約を締結して推進したことなどを示した。

スライド7では、6次産業化に期待する効果として、①農業（1次産業）の自立促進、②職業として魅力ある農業の実現、③日本の食文化の再生、④農業と地域経済の活性化、⑤輸出に貢献できる農業の実現、⑥食糧自給力の向上、の6点を挙げた。

最後のスライド8では、まとめとして、6次産業化推進に当たっての課題として3つの課題を以下のように挙げた。

イ) 農の課題（主体性の発揮）として、①理念・ビジョン（熱い思い）の明確化、②自らのマーケティング指向、③計数管理に基づく経営の推進、④GAPやトレーサビリティの情報開示と信頼性の確立、を掲げた。特に、農には、計数管理に基づく経営の推進が重要であるとした。

ロ) 商工の課題として、①農の特殊性への理解（農は気候に左右される）、差別化戦略に基づく製品化とブランド化を挙げた。

さらに、ハ) 支援機関の課題として、①継続的な支援体制の確立、②コーディネーターの確保と計画的な育成を挙げ、講演のまとめとした。

以下に講演のスライドを示す。



基調講演者

片岡 寛 氏



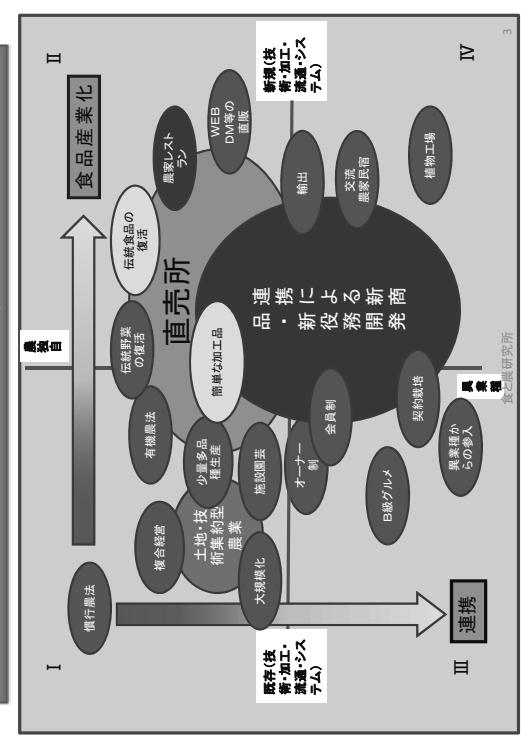
加藤 寛昭 氏



写真：企画室

農業と農業研究会

厚みのある農業経営



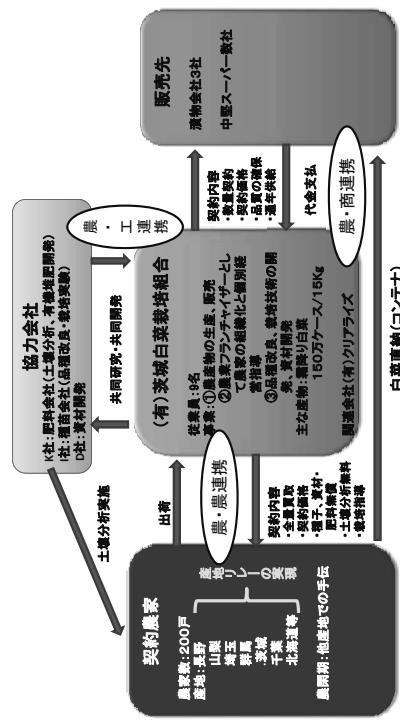
儲かる農業に挑戦している人たちの声

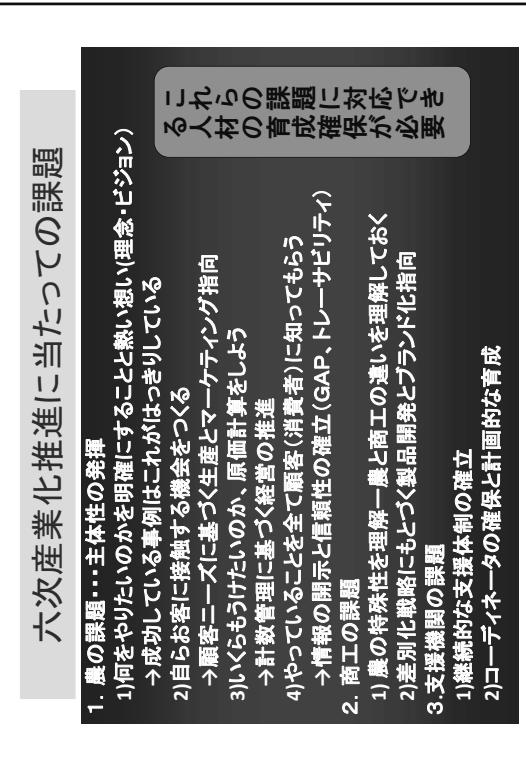
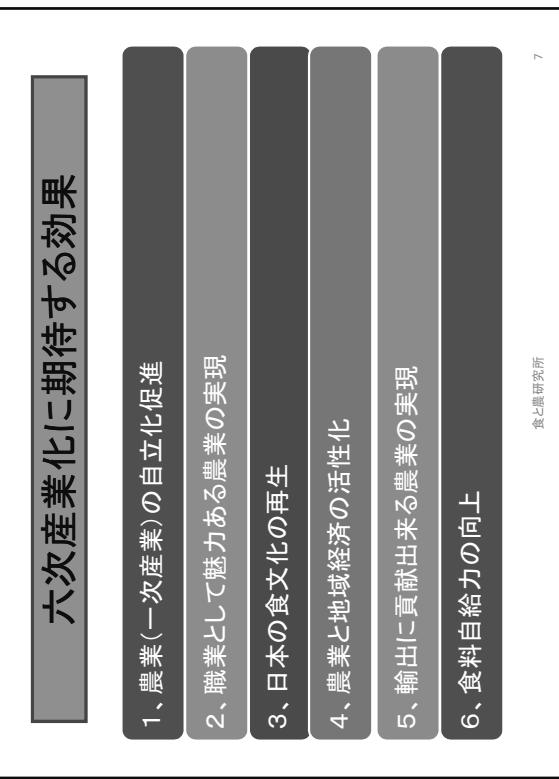
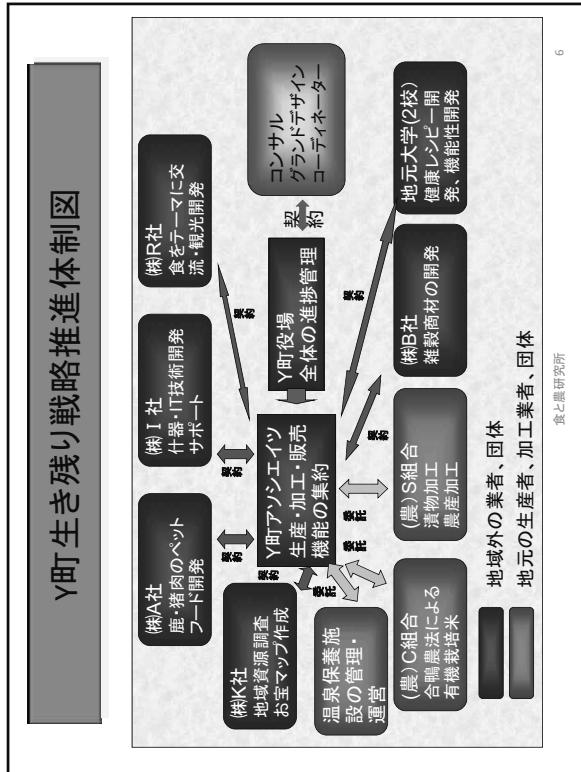
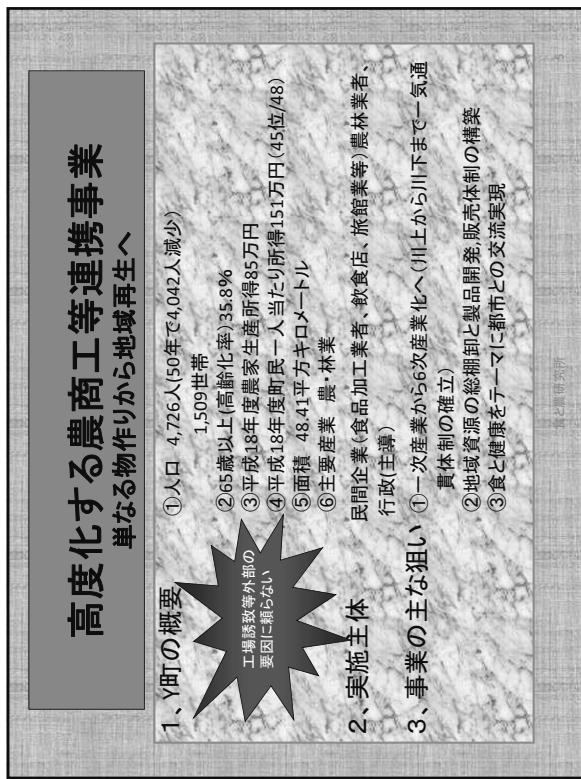
→注文をとつてから作付をするようでした。今はウイークターにゆつむと旅行することができます。
農業は金がかかるんです。この製園1haに防鳥ネットを張るだけでも1,000万円位かかります。
→だから失敗は出来ないんです。規格外品でも売るることを考えた。そのためには、自分で直販をすることに挑戦して今では13,000人の顧客にダイレクトメールを中心に販売をしています。
成績が悪かったので仕方なく農業の専門学校に行つたのです。
→悔しい思いをしながらビカビカの差しキュウリを全部抜いたのです。
→そのまま空いた農地は肥料を借りて耕作面積は倍になり、売上も10年前の倍です。
タバコを口に加えてポケットに手をいれながら好んで来場したバイヤーに対応をして、先輩に“この餓鬼ば”と大目玉をくらった。
→叱られ初めてお客さんの存在”を知った。初めて農業にも営業の大切さに気がつきました。
あんなに手間暇をかけて作ったのに市場に出せば出すほど損をする。何のために働いているの
→自分たちで売らなければためど必ず死んで駄踏に乗り出しました。

どうしても大手メーカーの価格には対抗できないのです。
→だから手間暇がかかる低温殺菌牛乳の製造に挑戦しました。生産1万以下と厳しい基準
値に基づく高品質な牛乳を生産・販売して、大手と直接競争しないところへ挑戦っています。
ほれん草が採れる時期は集中して、そんな時は安くて利益が出なかつたんです。
→でもそんな時がほーれん草の旬の時期であり、美味しいくて栄養価が高いのです。そこで冷蔵庫保存することに挑戦しています。私は利益商品になりました。

食と農研究会 動植物の作り方 内得-PDFより引用の他、著者の聞き取り加筆

個は小さくても連携すると大きな力になる





4. 「農山漁村の6次産業化の推進について」

農林水産省顧問（前農林水産事務次官） 井出 道雄 氏

農林水産省 総合食料局 食品産業企画課

「農山漁村の6次産業化の推進について」の講演は、農林水産省顧問（前農林水産事務次官）井出道雄氏のほか、総合食料局食品産業企画課の4職員が担当して実施した。各会場の分担は、以下に示すとおりであった。

農商工等連携研修会「農山漁村の6次産業化の推進について」講演者

会場	開催日	講演者
札幌	2010/11/26（金）	総合食料局食品産業企画課 新井 ゆたか 課長
仙台	2011/1/14（金）	農林水産省顧問 井出 道雄 氏
東京	2011/2/10（木）	総合食料局食品産業企画課食品環境対策室長 矢花 渉史 氏
金沢	2011/2/25（金）	農林水産省総合食料局食品産業企画課課長補佐 大橋 聰 氏
名古屋	2011/2/17（木）	農林水産省顧問 井出 道雄 氏
京都	2010/11/19（金）	総合食料局食品産業企画課課長補佐 吉岡 崇治 氏
岡山	2010/11/1（月）	総合食料局食品産業企画課課長補佐 吉岡 崇治 氏
熊本	2011/1/17（月）	農林水産省顧問 井出 道雄 氏



井出顧問 新井課長 矢花室長 吉岡課長補佐 大橋課長補佐

講演内容は、「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業創出等及び地域農林水産物の利用促進に関する法律（六次産業化法）が、平成22年12月3日に公布されたため、その前後平成22年内と平成23年では、内容的に多少の違いがあった。また、公布後でも、政省令の準備のため、毎回少しづつ内容に違いがあった。このため、本報告書では、最終回の金沢会場の内容の概要をまとめることにした。

講演は、18枚のスライドを用いて行われた。

スライド1では、農山漁村の6次産業化の考え方として、農山漁村の雇用と所得を確保し、若者や子供も集落に定住できる社会を構築するため、農林水産物生産と加工・販売の一体化や、新たな事業の創出を促進することなどを目的とするが、農山漁村の現状は、①国内食品マーケットの縮小、②農業産出額の低下、③農業所得の低下、④農山漁村における企業の撤退・公共事業の減少の4つのマイナス要因のため、農山漁村の活力が低下しているという状況下にある。このことから、農山漁村に由来するさまざまな地域資源、農林水産物、バイオマス、経験・知恵、自然エネルギー、風

景、伝統文化などを有効に利活用し、マーケットの拡大を図りつつ、農山漁村の6次産業化を促進する。その促進のためには、①生産・加工・流通（販売）の一体化による付加価値の拡大、②2次・3次産業による農林漁業への参入、③農林漁業と2次・3次産業との連携・融合による地域ビジネスの展開や新たな産業の創出という切り口での新たな付加価値の創出を目指し、最終的には、雇用の確保と所得向上による農産漁村地域の再生・活性化を実現するのが6次産業化の考え方と解説した。

スライド2では、「六次産業化法」の内容についてその位置づけとして、“一次産業としての農林漁業と、二次産業としての製造業、三次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す6次産業化の取組と、地域の農林水産物の利用を促進することによる国産の農林水産物の消費を拡大する地産地消等の取組”と前文に示していると解説した。さらに、法の目的として、“地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等（いわゆる「6次産業化」）に対する施策及び地域の農林水産物の利用の促進に関する施策を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等を図るとともに、食料自給率の向上等に寄与することとした。

スライド3では、“地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等”について 国の支援策として、農林水産業者が自らの生産物や副産物の加工又は販売を一体化して行う事業およびその取り組みに協力する民間事業者（促進事業者）の活動に関する計画（1）総合化事業計画（農林水産大臣の認定）と、民間事業者等が上記事業活動に資する研究開発及びその成果を利用する事業活動に関する計画である（2）研究開発・成果利用事業計画（農林水産大臣及び事業所管大臣が認定）に対する支援策があると解説し、（1）の支援策の内容として、事業に取り組む農林漁業者や促進事業者に対する無利子融資、野菜契約取引に対する交付金対象産地の拡大、農地転用手続きの簡素化、食品加工・販売に関する資金の債務保証の対象追加などがあると解説した。また、（2）の支援策として、新品種登録の出願量の減免、研究開発・成果利用資金の債務保証の対象追加、研究開発・成果利用に必要な施設建設地の農地転用手手続きの簡素化があるとした。

さらに、スライド4では、同法には地産地消の促進も内容も含まれていると解説した。

スライド5では、六次産業化法の基本方針について、特に第3の「総合化事業及び研究開発・成果利用事業の実施に関する基本的な事項」である認定の要件として、5年間で5%以上の売上高増加、事業実施期間終了時に売上高が経営費を上回っていることが求められると解説した。

スライド6では、6次産業化の想定事例として、トマトと稻作農家がトマト加工品の事業に取り組む事例が紹介された。事例では、機器整備に対する長期無利子資金の融資および短期運転資金の貸付、及び事業の目玉としての新商品開発のみならず、販路開拓の支援もあると、支援がハードよりもソフト分野に広げられてきていると解説した。また、近隣のトマト農家と共同で、組合を設立し、施設整備をする際の支援も用意しているとした。さらに、促進事業者に認定されると第3セクターなどに対しても支援が拡大されている。

スライド7、8では、総合化事業計画の認定要件について解説したが、申請の事業主体は農林漁業者又はその組織する団体が基本となっており、農商工連携の場合のように農が商・工などとの連携が基本になっているのに対し、6次産業化は、農林漁業者が単独で申請できるところが一番の

違いであると解説した。

スライド9、10では、認定を受けた場合のメリットとして、事業の構想段階から認定までのみならず、認定を受けた計画の実施期間を通して、課題の解決をフォローしてくれる「プランナー」の総合的支援が受けられると説明した。また、その他のメリットとして、農水省や農政局のホームページ、その他の媒体などによる、認定事業者の掲載・公表、認定事業者の仲間作り、研修会開催なども検討中であるとした。

スライド11～13では、申請書の記載例として、沖縄のシークワサー栽培農業法人の例を示し、できるだけ申請書の記載を簡素化したと説明した。

スライド14では、認定までのフローを示し、農業者が申請をする際の窓口として、農林水産省のみでは不十分なので、申請者が身近な機関で相談できるように、自治体や、商工会、農協、金融機関などと緊密な連携を取って推進するためのネットワーク作りを行っている。

さらに、スライド15によってネットワーク化のスケジュールとして、農林水産省において400人規模で「6次産業化全国推進会議」を開催し、経産省はじめ、道の駅を管轄する国交省、都道府県などのネットワーク作りを始めている。実際のスケジュールとして、現在各地域での説明会を実施しているところであるが、実際の申請は、3月いっぱいくらいに申請を出していただき、早ければ5月の末くらいには、第1号の認定をしていきたいと考えていると説明した。

また、上記の推進会議の際には、3人の講演者の話を伺った。その一人は、Jリーグの各チームは、そのホーム地域との連携を非常に大事にしているとの理由でJリーグのトップの方にお願いした。この中では、鹿島アントラーズが地域の特産であるトマトを利用し、サントリーと連携し、トマトとビールの飲料を開発し、スタジアムで販売し、大成功をしているという話を聞くことができた。また、2人目の講師には、茨城県の森ファームサービスの方の話で、こちらは、地域の大変美味しい地下水を用いた米を作り、これを会員に通信販売しているが、この米を利用し、ドブロクをつくり、これも会員に販売し、成功している事例を紹介した。さらに、3人目の講師には東武百貨店で北海道特産展を開催し、当初の売り上げ約1億円から15億円にまで伸ばし、北海道物産なら東武百貨店といわれるほどの成功をした内田氏の話を伺った。このように、食品の地域活性化への貢献の事例がいくつもあるが、是非、6次産業化法を活用した、農山漁村再生、活性化に挑戦して欲しい。そのためには、各農政局などに推進ネットワークを用意しているので、是非コンタクトして欲しいとして講演を終了した。

以下に解説のスライドを示す。

目次

農山漁村の6次産業化の推進について	1
1 農山漁村の6次産業化の考え方	1
2 地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び	
3 農林水産物の利用促進に関する法律(六次産業化法)の概要	2
4 地域の農林水産物の利用促進に関する法律(六次産業化法)の概要	5
5 総合化事業計画の堅定要件	6
6 堅定を受けた場合のメリット	7
7 申請書の記載例	9
8 六次産業化法の事業計画の堅定までのフロー	11
9 今後の主なスケジュール	14
10 各地方整備局等における特徴のネットワーク	15
〔参考〕	16
窓口の一覧	17
平成23年度 未来を切り拓く6次産業創出総合対策	18

6次産業化の推進について

平成23年2月
農林水産省

1 農山漁村の6次産業化の考え方

- 製造・販売を確保し、若者や子供も集落に定住できることを社会を構築するため、農林漁業生産と加工・販売の一體化や、地域資源を活用した新たな事業の創出を促進するなど、農山漁村の6次産業化を推進。

現状

- 農林水産物

- ハイオスマス
- 食品機器
- 未明間伐材
- 経験知恵
- 自然エネルギー
- 風景
- 伝統文化

- 3次産業による農林漁業への参入
- 2次・3次産業による農林漁業への参入
- 資材供給による地盤・シネマの展開
- 新規な事業の導出
- ハイオスマス等地域資源を活用した新事業の創出
- 施設工事の推進
- 再生可能なエネルギー利用の推進

- 農業生産出荷の低下
- 農業生産出荷の低下
- 農業生産出荷の低下
- 農業生産出荷の低下

- 農山漁村地域の地域資源を活用した新事業に取り組むことによる事業
- 食品業・製菓業・IT業界・医療機器・化粧品・医療器具等の振興
- 企業の搬送
- 公共事業の減少

農山漁村地域の再生・活性化

2 目的

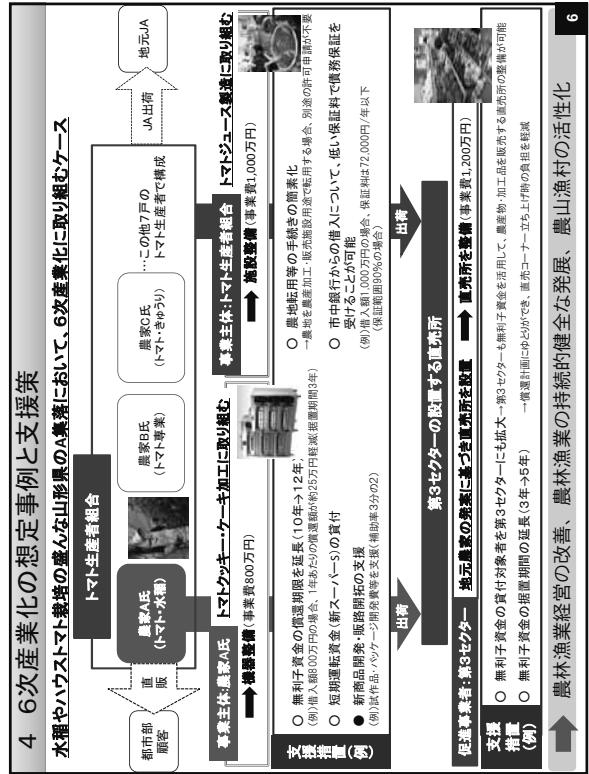
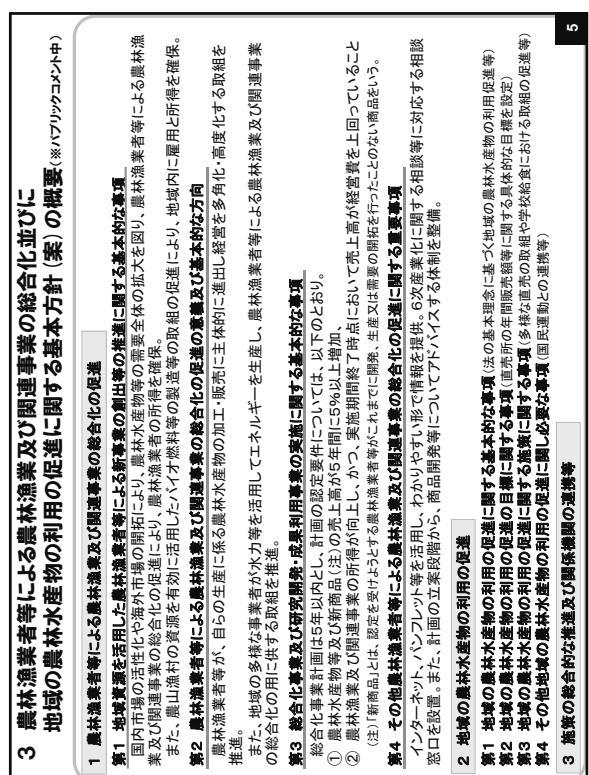
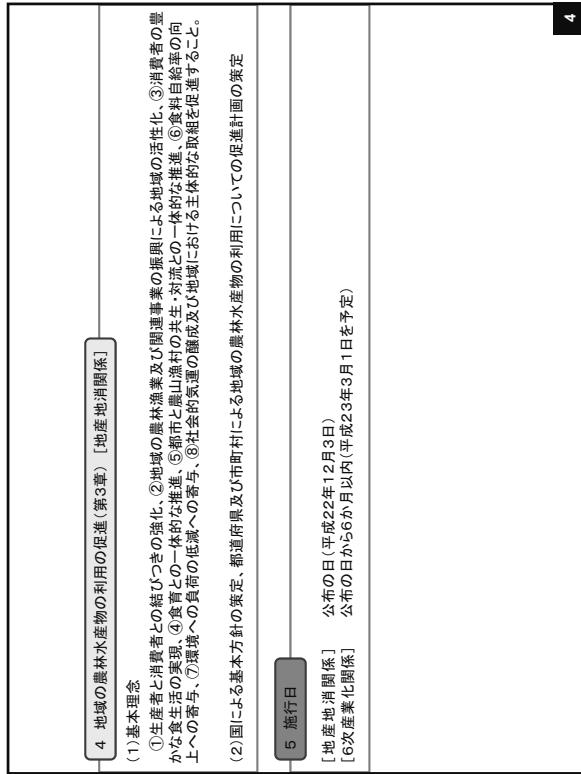
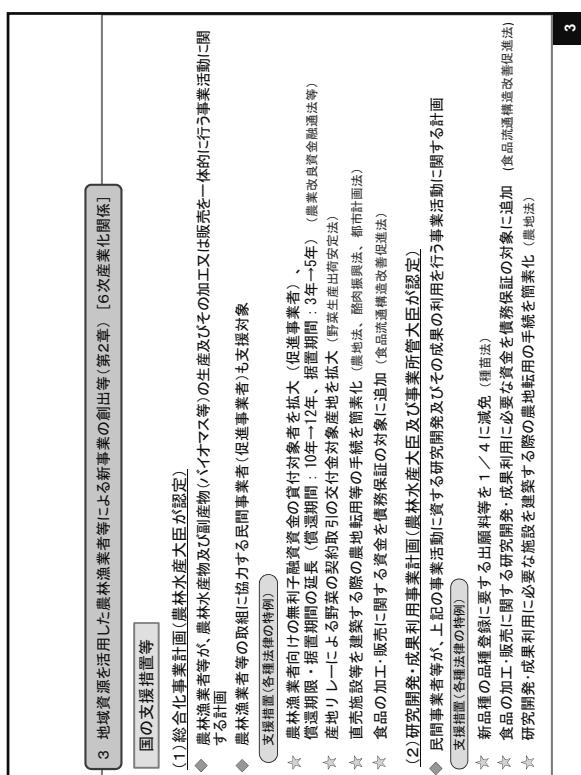
- 地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等(以下「6次産業化」)に関する施策及び地域の農林水産物の利用促進に関する施策を総合的に進めるに当たる。
- 地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等(以下「6次産業化」)に関する施策及び地域の農林水産物の利用促進に関する施策を総合的に進めるに当たる。

2 地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律(六次産業化法)の概要

前文

農山漁村は、長年にわたり我が国が豊かな風土と勤勉な国民性をはぐくみ、就業の機会を提供し、多様な文化を創造してきた。また、農林漁業の持続的な発展が健全な発展は、その有する農林水産物等の安心安全な供給の確保及び国民経済の健全な発展と国民生活の安定向上に貢献するものである。農山漁村の活力の維持向上に寄与する所には、国民経済の健全な発展と国民生活の安定向上による機能が不可離脱である。しかし、我が国の農林漁業及び農山漁村の活力は著しく低下している。我々は、高齢化や過疎化の進展等により、農山漁村の手力は著しく低下している。一方で、二三次産業としての製造業、三次産業としての小売業等の事業との総合的な一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す新たな事業を担う地盤を形成する所組が相まって、農林漁業者の利用を促進することによる国産の農林水産物の消費を拡大する所組が相まって、農林漁業者の所得の確保を通じて農林漁業の持続的かつ健康的な発展を可能とするとともに、農山漁村の活力の再生、消費者の利益の増進、食料自給率の向上等に重要な役割を担うものである。

同時に、これらの取組は、農山漁村に豊富に存在する土地、水その他の資源の有効な活用、地域における食品循環の再生利用、農林水産物の生産地と消費地との距離の縮減等を通じ、環境への負荷の低減に寄与するところが多い。ここに、このような視点に立ち、地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等に関する施策を講じて農山漁村における六次産業化を推進するため、この法律を制定する。



5 総合化事業計画の認定要件

(※ 調整中のもの。(ア)プリックコメント中の基本方針において規定。)

☆認定を受けるには、次の要件を全て満たすことが必要

①【事業主体】農林漁業者等が行うものであること
(例)農林漁業者(個人・法人)

農林漁業者の組織する団体(農協、集落営農組織等)

(注)事業主体の取組を支援する者を促進事業者(※機械メーカー、食品メーカー、小売、IT企業等。事業規模は問わない。)として計画に位置づけること可能

※任意組織も可。

(注)事業主体の取組を支援する者を促進事業者等がこれまでに行つたことのない新商品の開発・生産

ア)自らの生産等に係る農林水産物等をその不可欠な原材料として用いて行う新商品の開拓
(認定を受けようとする農林漁業者等がこれまでに行つたことのない新商品の開発・生産)

イ)自らの生産等に係る農林水産物等について行う新たな販売の方式の導入又は販売の方式の改善
(認定を受けようとする農林漁業者等がこれまでに用いたことのない新たな販売方式の導入)

ウ)又は伊に掲げる措置を行うために必要な生産等の方式の改善

↓(継)

7

③【経営の改善】次の2つの指標の全てが満たされること

ア)対象商品の指標

農林水産物等及び新商品の売上高が5年間で5%以上増加すること

イ)事業主体の指標

農林漁業及び関連事業の所得が、事業開始時から終了時までに向上し、終了年度は黒字となること

④【計画期間】5年以内(3~5年が望ましい)

8

6 認定を受けた場合のメリット

【6次産業化プランナーによる総合的なサポート】

○構想段階から認定までの支援に加え、認定を受けた農林漁業者に対しては、計画に基づく事業の実施期間(二年たり、ブランナーが課題解決に向けフォローアップ)。

【事業者の取組に対する資金援助】

【融資等】

○無利子融資金(改良資金)の償還期限・据置期間の延長
(償還10年→12年、据置3年→5年。上限額個人5千万円、法人・団体1億5千万円)

○促進事業者に対する無利子融資金(改良資金)の貸付

○短期運転資金(新スーパーS資金)の貸付
(上限額 認定された個人:1千万円、法人:4千万円、金利 1.5% (22年12月現在))

○食品の加工・販売に関する資金についての債務保証

【補助金:未来を切り拓く6次産業創出総合対策等】

(6次産業総合推進事業)

○新商品開発、販路開拓等に対する補助 (補助率:通常2分の1→認定3分の2)

※ ○交渉会、研修会の開催等に対する補助 (補助率:2分の1)

(6次産業化推進整備事業)

※ ○農業法人等が新たに加工・販売等へ取り組む場合の施設整備に対する補助
(補助率:2分の1 等)

※印の事業のほか、知的財産権の取得や農林水産物等の輸出拡大の取組に対する補助などの事業は、認定事業者に対して採択時のポイント加算等の優遇措置を予定。

9

【交付金】

○産地リレーによる野菜の契約取引について認定事業者のリスク軽減(交付金交付)

【施設整備等の手続き】

○直売施設等を建築する際の農地転用等の手続きを簡素化
○市街化調整区域内で施設整備(削発行為)を行う場合の審査手続きを簡素化

【その他検討中】

○農林水産省HP(本省及び各地方農政局等)において認定事業者名を掲載
○広報誌、メルマガ等の広報媒体への掲載
○認定事業者向けの中間つくり、研修会の開催、情報提供 等

10

7 申請書の記載例

※ 調整中のもの。パブリックコメント中の省令において様式を規定。)

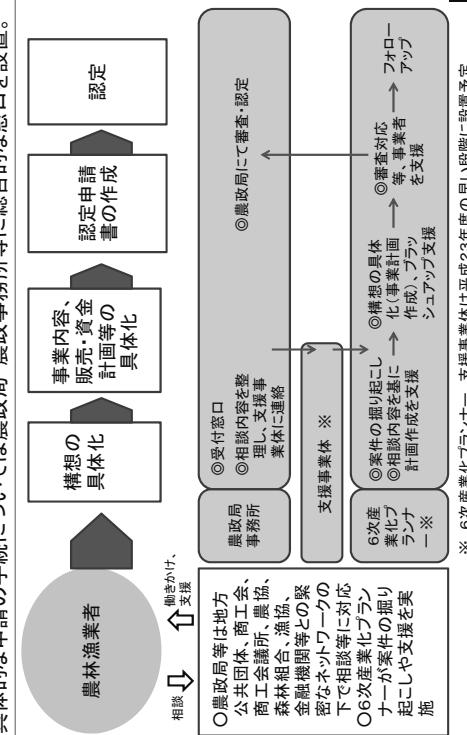
135

三

四

8 六次産業化法の事業計画の認定までの一日

地方公共団体等との緊密なネットワークの下で相談等に対応。
具体的な申請の手續について(行政事務・農政事務等)に精通した窓口を設置



公心之次生未化之子，又發于木門之爻，故曰「一以散之」也。

2

9 今後の主なスケジュール

```

graph TD
    Start[2023年 2月] --> Step1[法律・予算等の周知]
    Step1 --> Step2[農林水産省、国交省等関係省庁に加え、都道府県、経産省、農林水産省等関係省庁に加え、都道府県、関係団体、事業者等が参加。]
    Step2 --> Step3[法に基づく認定申請]
    Step3 --> Step4[法の施行]
    Step4 --> Step5[第1回法認定]
    Step5 --> Step6[基本方針告示]
    Step6 --> Step7[法に基づく認定申請]
    Step7 --> Step8[農林漁業者、関係団体等に法律等の説明]
    Step8 --> Step9[認定に向けた相談活動]
    Step9 --> Step10[農林漁業者等が参加。]
    Step10 --> Step11[北海道地区 (2月24日～札幌市ほか道内3会場)]
    Step11 --> Step12[関東地区 (2月25日仙台市)]
    Step12 --> Step13[北陸地区 (2月22日金沢市)]
    Step13 --> Step14[東海地区 (2月23日名古屋市)]
    Step14 --> Step15[近畿地区 (2月23日富都市)]
    Step15 --> Step16[中国地区 (2月17日岡山市)]
    Step16 --> Step17[四国地区 (2月18日高松市)]
    Step17 --> Step18[九州地区 (2月21日熊本市)]
    Step18 --> Step19[沖縄地区 (1月20日～3月3日那覇市ほか)]

```

2023年 2月

法律・予算等の周知

農林水産省、国交省等関係省庁に加え、都道府県、経産省、農林水産省等関係省庁に加え、都道府県、関係団体、事業者等が参加。

3月 4月

法の施行

第1回法認定

基本方針告示

法に基づく認定申請

5月 ~

法に基づく認定申請

農林漁業者、関係団体等に法律等の説明

認定に向けた相談活動

6次産業化全国懇親会議(2月16日 東京)

関係省庁の地方機構、関係団体、事業者等が参加。

6次産業化地方プロック説明会

北海道地区 (2月24日～札幌市ほか道内3会場)

関東地区 (2月25日仙台市)

北陸地区 (2月22日金沢市)

東海地区 (2月23日名古屋市)

近畿地区 (2月23日富都市)

中国地区 (2月17日岡山市)

四国地区 (2月18日高松市)

九州地区 (2月21日熊本市)

沖縄地区 (1月20日～3月3日那覇市ほか)

四

10 各地方農政局等における推進のネットワーク

6

(参考) 6次産業化について、皆様からのお問い合わせにお答えする
窓口の一覧

<p>北海道道営旅館 北海道道営旅館 電話番号:011-642-5110</p> <p>室蘭駅前旅館 室蘭駅前旅館 電話番号:011-642-6146</p> <p>室蘭駅前旅館新食舎 室蘭駅前旅館新食舎 電話番号:011-380-9722</p> <p>室蘭駅前旅館新食舎 室蘭駅前旅館新食舎 電話番号:011-920-8666</p> <p>室蘭駅前旅館新食舎 室蘭駅前旅館新食舎 電話番号:011-460-8516</p> <p>室蘭駅前旅館新食舎 室蘭駅前旅館新食舎 電話番号:011-602-8304</p> <p>室蘭駅前旅館新食舎 室蘭駅前旅館新食舎 電話番号:011-700-8332</p> <p>室蘭駅前旅館新食舎 室蘭駅前旅館新食舎 電話番号:011-860-8527</p> <p>室蘭駅前旅館新食舎 室蘭駅前旅館新食舎 電話番号:011-900-0006</p>	<p>〒060-0004 北海道札幌市中央区北4条西17丁目19-6</p> <p>〒060-0014 北海道札幌市中央区北4条西1丁目3番1号 北海道合同庁舎</p> <p>〒060-0014 北海道札幌市中央区北4条西2丁目2番60号 全日本旅館会館</p>	<p>【田嶋通運㈲】 北海道</p> <p>【田嶋通運㈲】 北海道、岩手県、宮城県、秋田県、青森県、福島県、群馬県、栃木県、茨城県、千葉県、東京都、神奈川県、山梨県、長野県、岐阜県、</p> <p>【田嶋通運㈲】 北海道、石川県、福井県、</p> <p>【田嶋通運㈲】 北海道、愛知県、三重県</p> <p>【田嶋通運㈲】 北海道、大蔵原、兵庫県、奈良県、和歌山県</p> <p>【田嶋通運㈲】 北海道、山形県、福島県、宮城県、岩手県、青森県、秋田県、長野県、岐阜県、愛知県、静岡県、三重県</p> <p>【田嶋通運㈲】 北海道、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県</p> <p>【田嶋通運㈲】 北海道</p>
---	--	--

●飲食店：食品衛生委員会課（TEL：03-6744-7143）

(参考) 平成23年度 未来を切り拓く6次産業創出総合対策(※印の部分で130億円)

```

graph TD
    A[1次×2次×3次産業の促進] --> B[農林漁業者の所得向上  
農山漁村の活性化  
新たな市場 付加価値の創造]
    B --> C[農林漁業者自らの加工・販売拡販への進出]
    C --> D[農林漁業者による専門的アドバイス  
新商品の開発や販路開拓  
加工・販売施設や農業用機械の整備]
    D --> E[農山漁村に由来する資源の活用]
    E --> F[国内市場活性化、海外市場開拓の促進  
・高附加值加工食料の供給拡大化  
・農林漁業・食品の輸出拡大へと食品産業の東アジアへの海外展開]
    F --> G[関連対策  
品目・量産・組立手作業における取組支援  
・加工・業務用の新規機器・新作物の導入など、農林漁業者への三次化への取組を推進  
・加工・業務用の新規機器・新作物の導入など、農林漁業者への三次化への取組を推進]
    G --> H[6次産業化向け制度支援  
・6次産業化に資する農業改良資金や短期融通資金の融通]
    H --> I[農山漁村の交流促進  
・農山漁村の交流促進  
・農山漁村がつなぐ地域資源を活かして集客]
    I --> J[研究開発の推進  
・農林水産物を活用した新素材や医薬品等の開発  
・加工・業務用需要に対応した新機器・新工具等の開発]
    J --> K[ハイオ燃料製造技術の実証  
・ハイオ燃料製造技術の実証]

```

1

5. パネルディスカッション

(1) 札幌会場



札幌会場の研修会は、札幌市の中心部、北大植物園の隣の北海道率道民活動センター“かでる 2・7”で、雨天の中、開催された。研修会内容は、プログラムに示す。

パネルディスカッションは、基調講演者、片岡委員長のコーディネーションの下、プログラムに示した4人のパネラーで行われた。冒頭、片岡委員長の事業発展のポイントの紹介要請で、両社の金子パネラー、高橋パネラーの事業発展のいきさつの説明があった。

両社とも酪農という事業が基本になっており、事業のきっかけは、時期は異なるが、牛乳の供給過剰問題から、自分たちの生産した牛乳を自分たちで売ろうという考えに発している。ただし、函館酪農公社の場合は、主流の市乳に比べ、付加価値の低い乳加工品に、機能性のある原料を付加し、付加価値を上げるという方向性であるのに対し、ミルク工房のほうは、新鮮な牛乳の美味しさを生かした乳製品の加工販売を目指そうという方向性である。事業の発展の契機は、函館酪農公社の場合、創立当初の販売ルート確保のつまずきから、保冷車による移動販売を始めたことであり、ミルク工房の場合、創設当初からの訪問客の何気ない要望を大切に聞き届け、大事にしてきたことにあった。

新製品の開発についての両者の共通点は、可能な限りの情報収集にあり、その活動を通じて得た、人との出会いが、販路の開拓にも繋がって行った。さらに、新製品の販路の開拓という点では、両社とも、「口コミ」を大事にしている。

ディスカッションでは、農林水産省の新井課長から、自分が売りたいものの付加価値は何なのかの意識をきちんと持ち、消費者の声や、販路がどこにあるのかなどについて、地元メディアに取り上げてもらうなど、自分から積極的にアプローチする必要がある、とのアドバイスがあった。

最後に片岡委員長が、マーケットの4P原則（Products、Price、Place、Promotion）を示し、どんなものを、いくらで、どういうところに、どうやって売っていくのかを考えた販路の開拓が大切であり、そのためには、ITという社会インフラ、ツイーターなどの活用が有効である、とまとめた。

(2) 仙台会場

仙台会場の研修会は、好天の中、JR仙台駅の近隣「仙台青葉カルチャーセンター」で開催された。研修会内容は、プログラムに示す。

パネルディスカッションは、基調講演者、片岡委員長のコーディネーションの下、プログラムに示した4



人のパネラーで行われた。

冒頭、片岡委員長から、今日の先進事例の実施者である、伊藤氏、大場氏の海面下にある氷山のような、発表にはなかった苦労話や、発表の補足話などの要請があった。

伊豆沼農産の場合、他の例のような1.5次産業への進出を超えて、最初から客を待っている3次産業化を目指したのが特徴であったため、客とのコミュニケーションの内容が、それまでの農家同士のものとはまったく異なる、マーケットインなどの話題に触れることができ、事業展開のコンセプトとして、「農業を変えよう」から入ることができた。同社では、社長直属の企画室を設けており、ITをかなりフルに活用している。同社には、①農業者、②客、③地域、④女性、⑤運動の5つの視点があり、これらを大事にしてビジネス展開をしている。特に女性の視点というものを重視している。

大場組の場合、6次産業化的な取り組みのきっかけは、バブル崩壊後の地域の雇用確保にあり、平成15年に築を中心とした川の駅の経営をはじめた。さらにその川向に森の駅を作り、観光スポット化した。平成20年には農商工連携事業に登録をし、地元の環境保全型農業を中心とする活動を行っている。企業のモットーとして「いいことはみんなでやろうじゃないか。」の精神で、地域内の15社が共同で農業に参画する事業も展開している。農業経営の基本は、ある程度販路を見つけてから生産に入ることを基本とし、初期投資は、必要最小限から始めるこにしている。

両社の活動に対し、片岡委員長は、事業を身の丈で展開し、地域の6次産業化という視点で展開しているのが、発展のポイントであり、特に、東北人の特性にマッチしていると感じるとまとめた。また、井手顧問は、事業展開にコンサルを入れないで独力でやるというのはひとつのモデルといえるが、農商工連携にはモデルがあつてないようなもので、地域のあるもの探しからはじめ、類似の成功例をモデルとして展開することが大切であろうとまとめた。

(3) 東京会場



東京会場の研修会は、好天の中、北区の北とぴあで開催された。研修会内容は、プログラムに示す。

パネルディスカッションは、基調講演者、片岡委員長のコーディネーションの下、プログラムに示した4人のパネラーで行われた。

冒頭、片岡委員長から関東・甲信地区の調査対象である2社の連携事業についての補足説明や紹介など、本音のところをという要請で、ミールケア社の関代表から農商工連携事業の取り組みの概要説明があった。同社は、本来仕出し屋であったが、安定した、世間に役立つような事業にしたいと、給食産業に10年前に進出した。農商工連携事業への申請でもっとも大変だったのは、申請書つくりであったが、連携者たちと一緒に作成することで、連携の絆ができたと思う。また、社員にも、常日頃から連携の意義について説明し、ビジョンを作りながら進めたため、社員が仕事に誇りが持てるようになったと思っている。

次いで、ベジポートの森田氏からベジポート L L P 設立のいきさつの補足説明があった。地元の農業は、ほとんどの農家で後継者がいないというのが現状であるが、その要因は、農家の所得の低さにあり、若者が夢をもてないため、農業を継ごうとはしない。また、農業独自で付加価値をつけるといつても、消費者の要望も良く把握できず、そう高い価値を付加することもできない。こうした状況を打破するには、川下との連携により、消費者からの情報を得、農業者だけでは出てこないようなアイディアも期待できる。こうした連携に対しては、農の自助努力ばかりを期待せず、商工との連携を行政が支援して、農家の所得水準を作り上げていくことが大切と思う。ニチレイとの提携のポイントとしては、農が理解できない商工と、消費者が理解できない農とが、お互いを知るべきとの思いがあつて、そのような場を求めていたことにあり、たまたま展示会で出会うことができた。

会場から森田氏に対し、L L P を組織した理由に関する質問があり、森田氏から、L L P では、大企業と農業者が 1 対 1 の関係が構築できるからとの回答があった。また別の質問に対し、農業は、天候に左右されやすいが、旬の収穫物を特殊技術で加工して貯蔵している。また、農業の低所得は、商の買いたたきが要因にあるが、農業のコストダウンによって切り抜けたいと回答。

農業の自然から受ける制約に対し、農水省矢花氏から、自然の制約は、回避しようがないが、結局は、マーケットインの考え方が重要であるとした。

最後に片岡委員長が、農が、もっと商工にアプローチし、自分たちの生産物の情報を双方で伝え合う必要があり、国の 6 次産業化という事業の枠組みをうまく利用し、1 次産業から 3 次産業まで一気通貫した形を作り、地域経済の発展に生かしてほしいとまとめた。

(4) 金沢会場



金沢会場は、小雨模様の中、金沢流通会館において開催された。研修会内容は、プログラムに示す。

パネルディスカッションは、加藤副委員長のコーディネートの下、冒頭、事例発表のあった、2 社の代表者に対する補足説明の要請があった。

まず、小原氏から、同社の基本的考え方として、地元のものを欲しがっている客が沢山おり、同社の基本として、地元のものを使って地元で売るという姿勢をとると、①客が欲しいものを作る、②売りやすいものを作る、③海産物も使いまとめて作る、④衛生的に作る、という方向性が出てくる。農商工連携か、6 次産業化かという点については、安全なものを作るとか、地域全体などで大手と連携するなら農商工連携、客を限定して販売までやるなら 6 次産業化が向くとの説明があった。また、連携等、相手や、仕入先を探す場合、自分で苦労して探したり、接触しようとするよりも、農政局や、県などを頼ったほうが、スムーズだし、時間の節約になるので、推奨すると説明された。

次いで、安実氏からは、創立当初は、野菜直売所のみの営業だったが、客の滞在時間を延

ばすためにレストランも営業しようとした。このため、多くのレストランなどを見て歩いたが、どこでも出てくるメニューは高蛋白、高脂肪のものばかりで、不健康なものばかりであったため、地域の年寄りが昔から作ってきた冠婚葬祭用の野菜や穀物中心の農家レストランを開いたところ、懐かしさなどのせいもあり、ヒットした。しかし、駐車場の狭さ、混雑のため、90分という制限時間いられないということで、ヒットは長続きしなかった。1日40～50人くらいが良い規模と考えている。直売所には、レストランのおかげで、新規の農家が出店してくれるようになったが、客の質問に即答することが必要と考え、専門家を配置するようにした。しかし、3年間で客の入りは、そこそこの間に、収支がトントンというところが農家の商売下手なところと反省している。

発表者の大槻氏からは、多くの農商工連携事業の申請についての話があり、事業申請の持込には、自薦、他薦があるが、圧倒的に他薦が多く、また、金融機関、商工会議所などの他薦のものが認定を受けやくい傾向がある。申請には20～30ページほどの書類の作成が必要であり、半年以上かかることもまれではないが、最初から腹を割って話ができない人は、途中で挫折して行った。連携相手との出会いについては、役所など公的機関を頼ればそれ程難しいことではないが、基本は、本音で話す関係を早く構築することにある。

その他、質問がいくつかあり、それぞれに回答したが、最後に加藤副委員長が、連携を進めるにあたって、視野を広く持ち、農が主体となることが6次産業化の基本であり、そのためには、国の制度をうまく利用することを勧める。事業の展開には、消費動向を十分に見極めることが大切である。海外展開というけれど、並大抵では実現できない。そして、農商工連携には、消費者との連携が大切であり、是非、当該機関に相談に行くべきであるとまとめた。

(5) 名古屋会場



名古屋会場は、好天の中、愛知県労働産業センター ウインクあいちにおいて開催された。研修会内容は、プログラムに示す。

パネルディスカッションは、加藤副委員長のコーディネートの下、事例発表のあった、2社の代表者とクラスター・マネージャーの横山氏、発表者の大槻氏の5名で開催された。

冒頭に発表事業の実施関係者である3方からの補足説明が求められた。

吉田氏からは、事業展開で一番苦労したのは、農家の方に働いてもらうことの難しさであった。次に、金融機関の理解を得ることの難しさがあった。農家の人は、自分勝手で、事業のことなど余り考えてくれなかった。また、金融機関には、なかなか農業を理解してもらえない金が貸してもらえなかった。かといって、自分たちが、農協の出身であつただけに、農協関係から金を借りたのでは、ひも付きになり、決してうまくいかないと思っていたので、借りるわけにはいかなかった。

事業展開に際しては、付加価値がつけばいいというものではなく、本来、食べ物とは何かという思想性を持たなければうまくいかない。「自分たちが価格を決める。」が、流通の基本。そのためには、消費者に指示されること、ファンを作ることが不可欠。との説明があった。

次いで、寺部氏と横山氏から、青じそ研究会の活動と㈱寺部食品及び㈱T M Lとよはしの活動についての説明があり、6次産業化を進めるにあたってのポイントがあげられた。

農家と加工者、流通者の価値観の違いがあり、新製品つくりの際にも、大手の場合、経営者は、わかっていても、現場の責任者は、時間に追われていて、ついて来られないでいる。大葉生産農家にしても、大手から零細までさまざま、考え方がばらばらであった。これらの人たちを組合組織化したが、最初は、会費の徴収さへ問題があった。しかし、最初は気が乗らなかった農家も、加工工場の視察を組んだところ、百聞は一見に如かずで、加工業の大変さが理解され、以後、円滑に進むようになった。同組合の目標は、「世界に出て行こう」だが、本当にいいものができれば、TPPでも怖くないと思っている、と説明。連携の出会いの場については、「食のクラスター推進協議会」という団体があり、豊橋市から、青じそブランド化の要請があり、「青じそ生産組合」に出向いたが、最初から話を「聞きたくない」の一点張りであった。そこで、正面玄関から入ることをやめ、婦人部の集まりに商品を持ち込み、話を始めたのが、きっかけとなった。待っていてはだめ！を痛感していると説明。さらに、一度いいものができるとすぐに陳腐化してしまうので、常にブラッシュアップする必要があると感じているとした。

この後、会場からの質問に対する応答があり、おおむね以下のような討論が交わされた。

- ①販路について、物ができるから販路を探すのではなく、販路を見つけてから物を作るべき。
- ②国内の人工費の高さと農業の困難性について、農林水産省から同省の取り組みの説明。
- ③6次産業化における1次産業側のメリットは、消費者に買ってもらえるものが付加価値となる。メリットは自分で作り上げなければならない。青じそ例でも、規格外の生産物をたくさん利用して、ブランド化しようとしている。
- ④直売所の運営として、来店者に体験してもらう何か面白いもののヒントについて、子供たちに野菜に親しませるとか、何か体験するコーナーを作つて行くことは大切。

最後に参加者からの一言ということで①海外の市場を見てき、海外市場の活気を感じるべき、②食の市場は、女性を中心に動いており、女性の視点が重要、③生き残つて行く商品はファンを作らなければだめ、との意見があり、最後に加藤副委員長が、1次産業が自分の考えをしっかりと持ち、挑戦する姿勢を持ち続けることが成功の鍵である、とまとめた。

(6) 京都会場

京都会場の研修会は、好天の中、京都市左京区、京都教育文化センターで開催された。研修会内容は、プログラムに示す。

パネルディスカッションは、基調講演者、片岡委員長のコーディネーションの下、プログラムに示した4人の



パネラーで行われた。

最初に楠本氏からの補足として、事業の参加契機は、地域の「担い手支援アクションプラン」の委員をやっていたことから知った。2009年に農商工連携の認定を受けたが、当時、生産情報公表 JAS の認定を受けていた（農）日本海牧場が、短角種と黒毛和牛の交雑種の肉を使ってほしいと相談があり、きたやま南山社としても、和牛の本当に美味しい赤身を売りたいと思っていたので、これをテーマに農商工連携事業に申請することにした。それまで、日本海牧場との付き合いはなく、国の補助金を申請することも始めてであったので、なれない事だらけで、大変苦労した。また、事業主体がきたやま南山であるので、補助金は、きたやま南山に来るが、使いたいところは、美味しい牛肉を生産することにあり、日本海牧場に渡したいが、それが難しく、きたやま南山の自己資金で、日本海牧場を助けた。結局、京とうふのおからを与えることで所要の肉の生産に成功したが、年間 30 頭ほどの小規模生産なので、地域に対する経済効果は、限定的ではある。しかし、この取り組みが広まることによって、地域の活性化に結びつく可能性を期待している。そのため、日本海牧場への、きたやま南山の客の視察ツアーを計画したが、補助金は使えなかった。補助金の性格上使いにくかったので、2 年目は補助金無しで、「京たんくろ和牛」の普及を進めている。但し、農商工連携認定の効果で、デパートなどからのオファーも来ている。今後、従来の神戸牛や近江牛中心の販売活動の中で、京都でできた「京たんくろ和牛」というものをどのように売っていくかが課題であると説明。

次いで、倉岡氏から、「ゆず平井の里」とのかかわりについて、元々古座川町の役場の農業振興の担当であったが、平井の里が、過剰在庫を抱えてしまい、農協から見放され、農家は、ゆずの栽培に見切りをつけ、ゆずの伐採を進めるようになってしまい、担当者として无力感を持った。加工場が完成したとき、事務担当者として就任した。事業の一番の課題は、利益率が低いことで、1 億 7 百万売り上げがあるといつても、300～400 万の利益を上げるのが精一杯で、常に資金繰りが問題。ゆず事業を見放した農協に資金繰りを頼まなければならないのが現状であると説明。

片岡委員長からは、価格競争に打ち勝つには常に新しい技術、市場を開拓する必要が出てくるが、新しい技術や市場の開拓を進めるためには、新しいビジネスのやり方が求められており、常に新しいやり方が、求められている。また、楠本さんの場合、今年は補助金を使わずに事業を進めているということであるが、補助金の利用方法として、毎年補助金をもらいながら、事業を展開できるというような仕組みはないか。また、農商工連携ではコーディネーター、6 次産業化ではプランナーがいるが、この人たちに、補助金の申請を補助してくれる機能があるのか。

これに対し吉岡氏からは、基本的に、補助金申請の手続きが煩雑だということは理解できるが、補助金を出すための理由が必要だし、その効果が求められるため、致し方ない点はある。施設や設備を整備する際には、建設費なども補助金の対象となるが、もっと農業者に厚い補助金の整備が必要だと考えから、6 次産業化のための補助事業が出てきたものである。

コーディネーターやプランナーは、基本的に、計画つくりの支援が中心であるが、時には、

申請の支援もしてもらえるかも知れず、慣れた方の支援があれば、役所の通りがよくなるかもしれない。しかし、原則、彼らに望むのは、あくまで計画立案が支援の中心で、補助金申請のノウハウについては、役所に相談するほうがいいと考える。

吉住氏からは、国の補助金の使い方について支援してきているが、特に経産省の場合、事業実現の最終段階で、労務工賃が必要になるという場面などでも、そういう費目が使えないというようなことはある。したがって、新たにこれから補助金を申請しようというような事業体に対しては、補助金の期間や可能用途についてよく考えることを助言している。補助金を使い慣れているところは、何回でももらっているし、使い方も、制度にあった有効な使い方をしているところもある。今度の6次産業化の補助金は、きたやま南山さんには使いやすい補助金のように考へるので、今後よく研究していきたい。

以下、補助金の有効利用、商品のブランド化、商品の販路の確保についての討論があり、最後に片岡委員長が、「売る側からの恒常的な情報の発信というものが、買い手側の何らかのアンテナに引っかかり、取引が成立するということが明らかであり、生産者側からの情報発信が非常に大切であることがわかる。その情報をマスメディアに載せて発信しようとするとき、マスメディアを引き寄せる地域における何らかのイベントを開催することが大切なではないだろうか。農商工連携にしても、6次産業化にしても、生産と販売がうまくバランスが取れた形でなければうまく動かないのではないか。また、事業を展開していく上で最も大切なことは、誰か、本気になって、身を粉にして頑張るというキーになる方がいないと事業はうまく展開しないと考える。」とまとめた。

(7) 岡山会場



岡山会場の研修会は、幾分曇天の中、岡山国際交流センターで開催された。研修会内容は、プログラムに示す。

パネルディスカッションは、基調講演者、加藤副委員長のコーディネーションの下、プログラムに示した4人のパネラーで行われた。

最初に加藤副委員長から発表事例の事業者である二人のパネラーに自己紹介と補足説明をお願いした。

四宮氏から、農商工連携は、2年前からだが、これに先立ち10年ほど前から「町おこし」の一環として、地元のうまい魚を何とかしようという取り組みがあった。農商工連携のキーポイントは、“信頼性”であると考える。計画性の難しい漁業において、安定買い付け、安定販売のために、安定した値段での買い付けの約束、販売先への安定した価格での販売の約束というものを、双方の信頼関係の上で実現している。この双方信頼関係の構築には、頻繁な相互の連絡、すなわち、相互コミュニケーションが重要であると考えている。

製品にとって、鮮度は命であり、いかに鮮度の良いものを手に入れ、加工するかにかかっている。そのポイントは、漁業者にいかに鮮度の良いものを納品してもらうかであり、その

原料、製品の保存方法である。更には、周囲との兼ね合いというものがある。鱧の安定買い付けは、漁業者との信頼関係が重要だが、狭い地域で、一部の者が良くなっていくとヤッカミというようなものができる。その兼ね合いをどうするかも重要なと考えている。

次いで、中野氏から、企業組合は、当初、近所の主婦たちによる“朝市”から始まったが、P L法の関係上、生鮮物を加工して販売するには、工場を設置する必要が出て来て、組合組織になった。最初は、地元の伝統野菜「彦島春菜（ひこしまはるな）」を用いた漬けものの製造・販売を手がけていたが、これを惣菜とする弁当の製造販売に広がり、平成19年には、企業組合とし、現在に至っている。弁当つくりで、自分達が心がけているのは、地元の原料、地元の味を生かした弁当作りである。それが、口コミで広がって行き、現在に至っている。

当組合の目的は、地元の学校に一人でも多くの子供たちがいて欲しく、そのための、地元の女性達の職場を確保することにある。

以下、参加申込者の質問と会場からの質問に答える形で進行した。質疑応答は、以下の通りであった。

質問

- ①上手に農業と観光業が連携されている事例があれば教えて欲しいです。
- ②中山間地過疎地における農商工連携について勉強したいと思います。

回答

加藤副委員長（長野県小布施町と三重県モクモクファームの例）

高崎調査委員（野菜直販所マッチャンの例）

吉岡補佐（十勝池田町の例、デコポンの例）

質問

当社も農業法人との連携により、耕作放棄地を再生し、有機栽培した農作物を加工販売しておりますが、この耕作放棄地の解消や新しい商品開発における国や地方の支援について（補助金）詳しい内容と新しい情報を聞きしたい。

回答

川口部長（自給率向上のための特別作物の作付けに対する個別保障制度の加算措置）

吉岡補佐（農村振興部などの支援事業、加工施設等に対する補助の説明）

質問

弊社は、約100年にわたり農家の方と協力し、国内産農産物、をより付加価値の高い、消費者のニーズにも応えるもの、特に米、大豆、黒豆等々を加工し、海外へも進出可能なものにしたいと企画しているが、海外でプレゼンテーションさせて頂く機会は有るでしょうか？

回答

吉岡補佐（協議会などに対する支援策はある。）

川口部長（直接補助ではないが、業者との促進のための商談会などの開催がある。）

高崎調査委員（中小企業庁の支援措置がある。）

質問

発表事例の成功の主な要因は何でしょうか？

回答

中野理事長（女性同士の活動なので、なんでも話し合い、腹に溜め込まない環境の保持。）

一次産業に於ける農商工連携で最も重要とされる事は何か？

加藤委員（出会いの場所の確保、製品の出先の確保、農の側の役割の明確化と原価感覚の確立。）

高崎調査委員（町おこし運動などの中の知り合い同士など信頼関係が得られることが重要）

四宮氏（一方的要請ではなく、相互コミュニケーションが重要）

質問

羽田の24時間開港に伴う地方空港からの輸出の可能性について、県とJAなどが協力して輸出促進をやっているが、どのくらいの規模が可能なのか？オランダのような可能性があるのか？

回答

加藤委員（デコポンで宅配便を使い、海外居住日本人へ輸出しているが、今後とも可能では）

吉岡補佐（オランダの例は参考にならないが、平成29年までに食品の輸出を1兆円にすることを目標としている。今年で半分ほどのところに来ているはず。新興国などの中産階級以上を対象に可能性はあると見る。マーケット調査をしっかりやった北海道の長いもの例もあるように、市場調査は重要。）

質問

ヒロコーポレーションのブランドつくりのストーリーと売り込みについて教えて欲しい。

回答

四宮氏（最初に「巴ハモ」（3潮流の合流点に由来）というブランドをつくり、品質、加工、包装への3つのこだわりで進めた。）

加藤委員（ブランド化には優位的差別化が大切。そのためには、①原料産地、②品質の裏づけ、③おいしさの追求が大切）

（8）熊本会場



熊本会場の研修会は、好天の中、熊本県民交流館パレアで開催された。研修会内容は、プログラムに示す。

パネルディスカッションは、基調講演者、加藤副委員長のコーディネーションの下、プログラムに示した4人のパネラーで行われた。

冒頭、岡本氏の補足説明があった。同社は、もともと運送業で、関西、東京方面に野菜などさまざまな物資を運んでいたが、野菜の場合、全体の90%は水を運んでいるわけなので、いっぽう、乾燥して運べば10倍のものが運べ、関西、関東方面へ運んでも価格的に競争できるという発想の下、農産物を乾燥する事業を始めた。農商工連携事業には、米麹無しの100%芋の焼酎を開発する目的で始め、開発に成功した。食材の乾燥事業から発展し、地元の大根を使った切り干し大根を製造するようになり、現在では、ヨーロッパへの輸出もしている。さらに、ゴウヤ茶、ごぼう茶などの製造に

も進出し、台湾への輸出、ネット市場の楽天でヒット商品にもなっている。

食品と縁のなかった同社が、成功するには、さまざまな障害、特に農家や商側の排他的考え方を打破することが大変であった。これを打破するには、信用を得るしかなく、地道な説得を要した。この事業によって、地域の産物を活用し、地域の発展に貢献したいと説明した。

次いで、野菜直売所マッチャンの合瀬氏から、1 農家からの起業の概略、その後の進展が説明され、事業成功のポイントに、福岡から佐賀に抜けるトンネルの完成に伴う車の通行量の増大を利用したことが説明された。事業を始めて、20 年になるが、5 年くらいで軌道に乗ったが、その後伸び悩みの時期があり、駐車場の拡張が規模拡大の引き金になっていることが説明された。

この後、会場から、マッチャンに対し、地域の観光施設との関連についての質問があったが、特に地域の観光施設の恩恵は感じていないとの回答があった。むしろ、直売上の運営方法に成功の鍵があると事例発表者高崎氏から補足があった。

また、6 次産業化事業について、プランナーの設置と事業展開のための金融窓口についての質問があり、パネラーの井手氏に代わって、会場の新井食品産業企画課長が 6 次産業化法の実施計画についての説明があった。

さらに、農と商工の出会いの場についての質問に対し、岡本氏は、大根農家にも、芋農家にも、自分で出かけ、信用を得るべく努力した。特に、加工工場を建設したことが、農家の信用獲得には、大きく貢献したと説明。マッチャンの場合、野菜の生産者である、直売所の来店者や、視察者が自分も出店したいとの希望を申し出、宅急便で送ってくるので、それを販売していると説明。

また、会場から、農商工連携や 6 次産業化といつても、結局は、商工側に下請け的に利用されてばかりいるので、もっと根本から政策を変える必要があるとの意見が出され、これに対し、新井課長から、農が中心となって、餅屋、餅屋で商工を活かし、商工を使って行くというような経営判断が大切であろうと説明。

別に、マッチャンの経営管理について質問があったが、マッチャンに変わって、高崎氏から、長野県のレンコンの協議会の事例として、生産者、加工業者、販売者が一緒になって、協議決定した価格を買い支えるような活動で成功しているとの説明があった。

最後に、井手顧問が、農商工連携においては、農と商工がお互いに Win-Win の関係であることが必然であるが、どうしても、商工側が、リスクを負うこと慣れていて、主導的になってしまふ。一方、農の側は、農商工連携のメリットを意識していない例が多く、農と商工のあいだに立つ仲介者が、双方の信頼関係の構築に尽力しなければならない。また、6 次産業化の法律はできたが、農の側も、リターンを求めるなら、リスクを負担すべきであるとし、農だって、7 億を稼ぐこともできるわけであるから、行政としては、間に立ってくれる人を育てて行きたい、とまとめた。さらに加藤副委員長が、6 次産業化のポイントとして、農が、自分がやるという意欲をしっかりと持つことが重要だとまとめた。

6. 農商工等連携交流会

農商工等連携研修会の終了後、農商工等連携交流会と題して、参加者全員による名刺交換の場を設けた。農商工等連携研修会の開始に当たり、前出席者の名簿を配布し、名簿に名刺を交換したいとか、話を聞きたいというような人がいたら事務局に申し出てもらい、その氏名のあった方には、後の交流会に残ってもらい、会えるようにした。

各会場とも、主にパネラーに対する交流希望が多かったが、参加者同士の希望も数名の申込みがあり、パネルディスカッションの前の休憩時間に、面会希望を申し込まれた方の名前を放送と、ホワイトボードで示し、交流してもらった。

各会場の交流模様をいかに示す。



札幌会場



仙台会場



東京会場



金沢会場



名古屋会場



京都会場



岡山会場



熊本会場

7. 研修会参加者アンケート

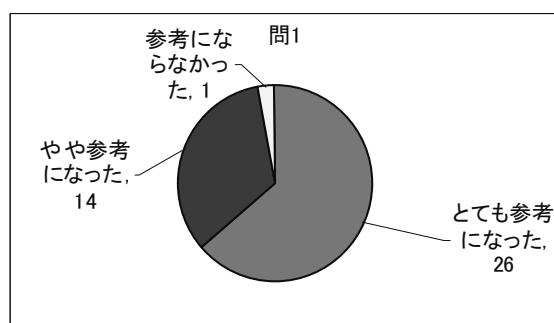
<択一質問回答集計>

札幌会場アンケート結果の概要

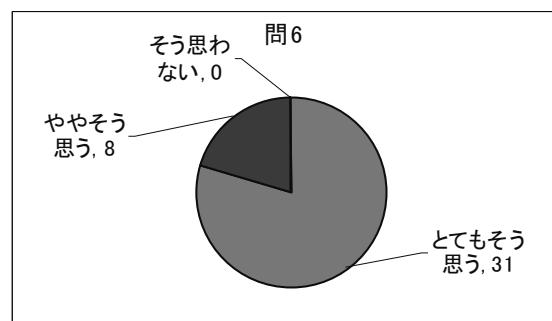
実施日：平成22年11月26日

回収数：41(参加者：78人)

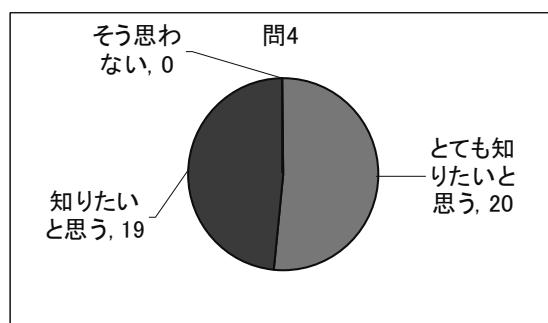
設問1. 本日の研修会は参考になりましたか？



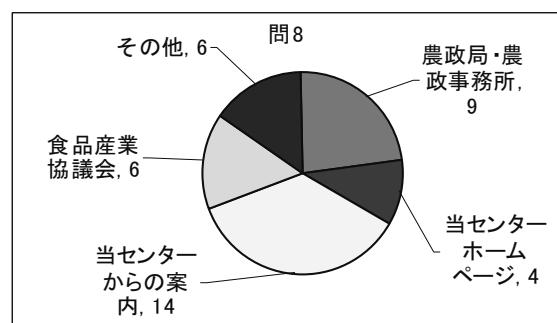
設問6. 今後ますます農商工連携・6次産業化を「進めるべき」と思いますか？



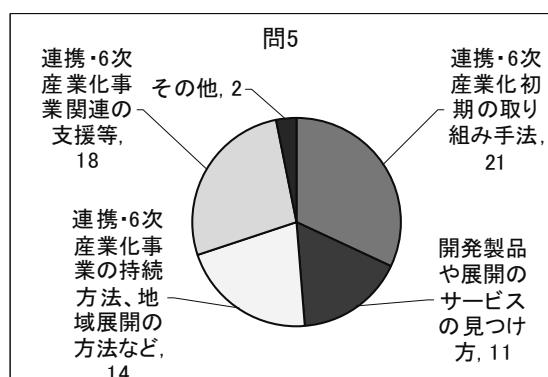
設問4. もっと農商工連携や6次産業化の事例や実施状況を知りたいと思いますか？



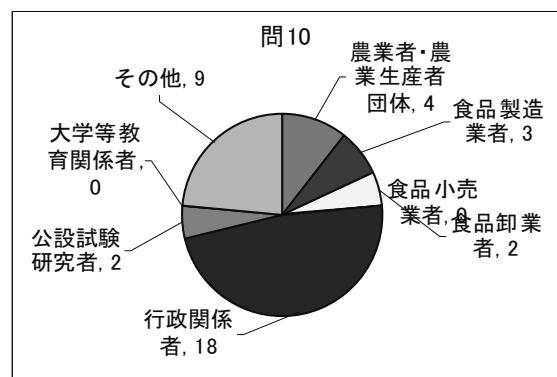
設問8. 本日の研修会はどこで知りましたか？



設問5. 具体的に知りたい点



設問10. ご職業は？

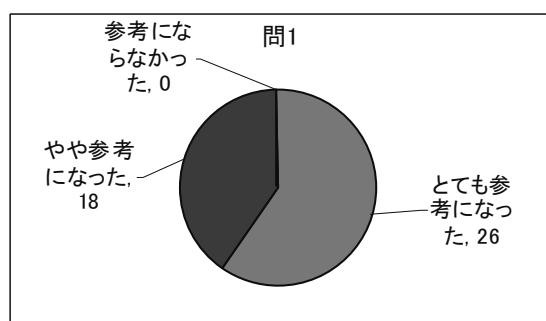


仙台会場アンケート結果の概要

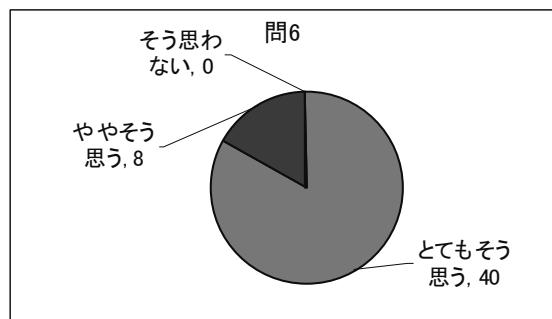
実施日:平成23年1月14日

回収数:48(参加者:104人)

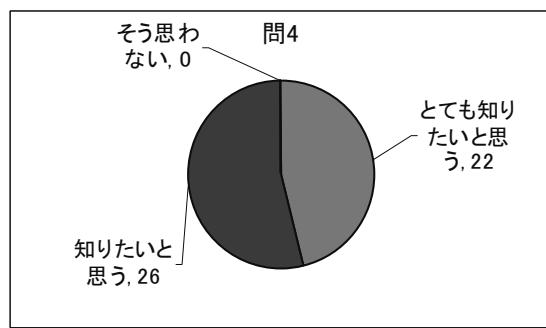
設問1. 本日の研修会は参考になりましたか？



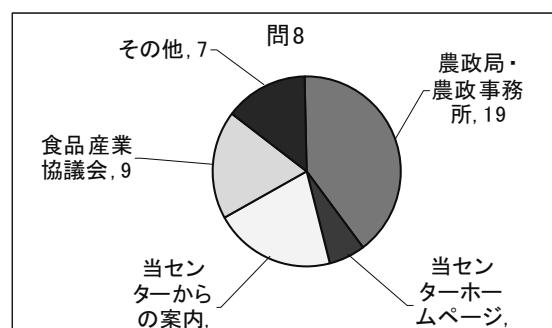
設問6. 今後ますます農商工連携・6次産業化を「進めるべき」と思いますか？



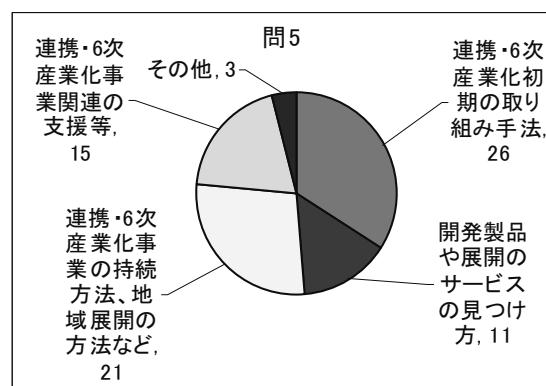
設問4. もっと農商工連携や6次産業化の事例や実施状況を知りたいと思いますか？



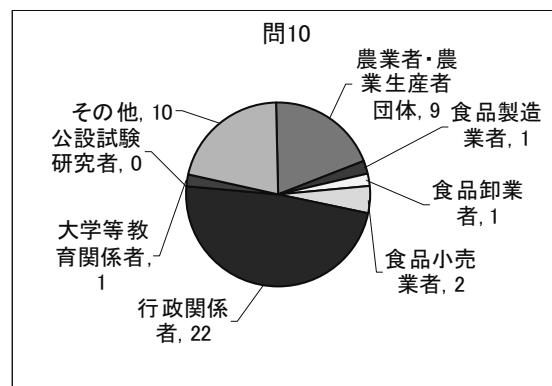
設問8. 本日の研修会はどこで知りましたか？



設問5. 具体的に知りたい点



設問10. ご職業は？

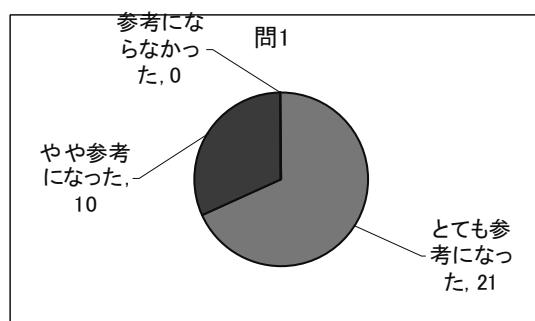


東京会場アンケート結果の概要

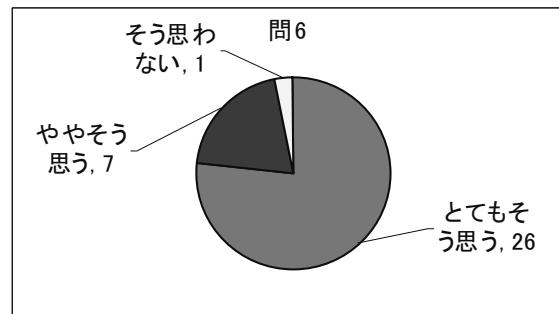
実施日:平成23年2月10日

回収数:34(参加者:60人)

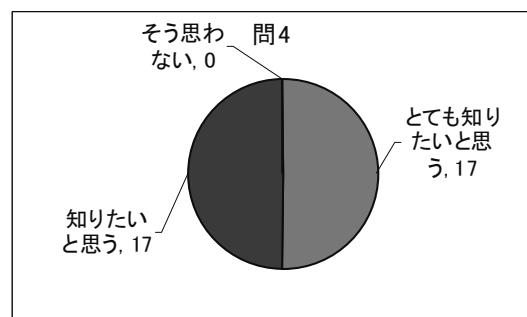
設問1. 本日の研修会は参考になりましたか？



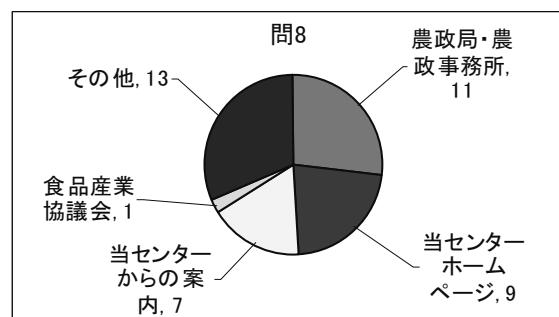
設問6. 今後ますます農商工連携・6次産業化を「進めるべき」と思いますか？



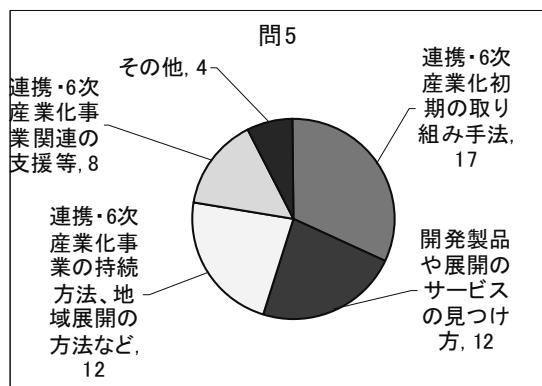
設問4. もっと農商工連携や6次産業化の事例や実施状況を知りたいと思いますか？



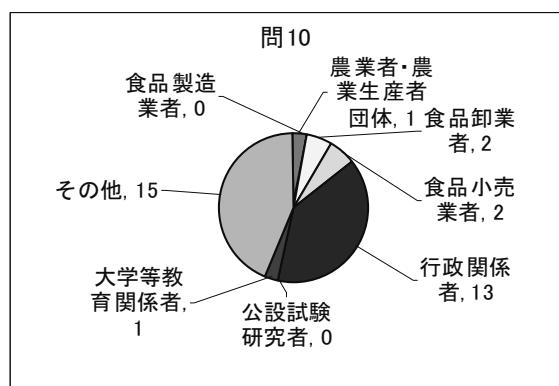
設問8. 本日の研修会はどこで知りましたか？



設問5. 具体的に知りたい点



設問10. ご職業は？

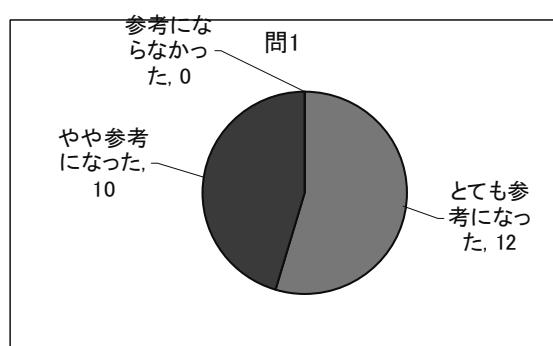


金沢会場アンケート結果の概要

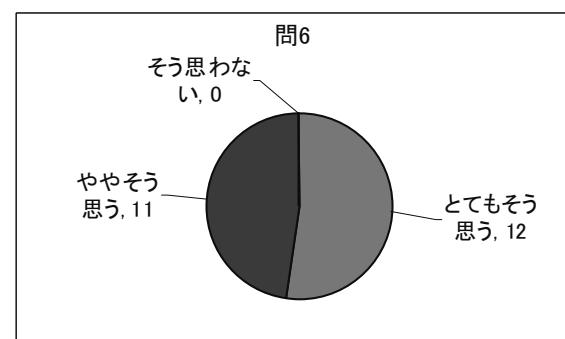
実施日：平成23年2月25日

回収数：24（参加者：63人）

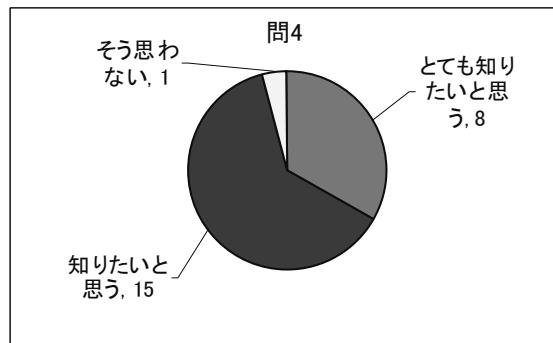
設問1. 本日の研修会は参考になりましたか？



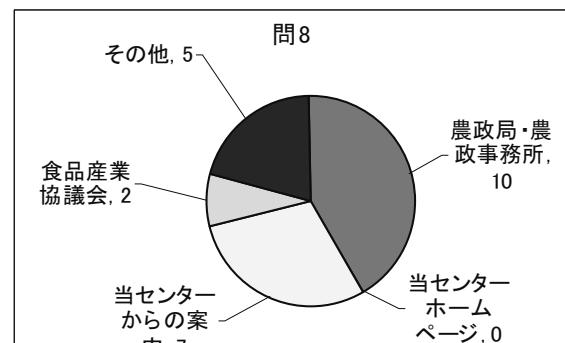
設問6. 今後ますます農商工連携・6次産業化を「進めるべき」と思いますか？



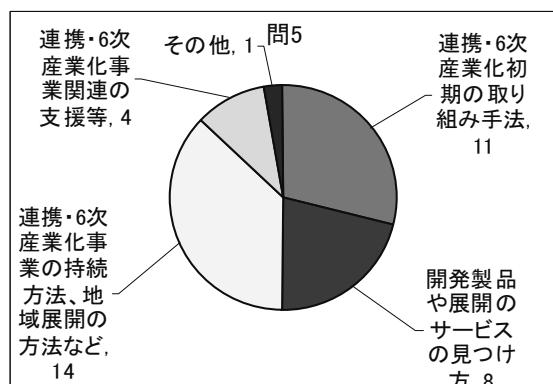
設問4. もっと農商工連携や6次産業化の事例や実施状況を知りたいと思いますか？



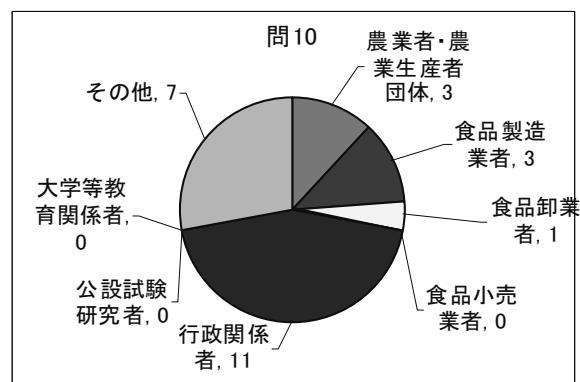
設問8. 本日の研修会はどこで知りましたか？



設問5. 具体的に知りたい点



設問10. ご職業は？

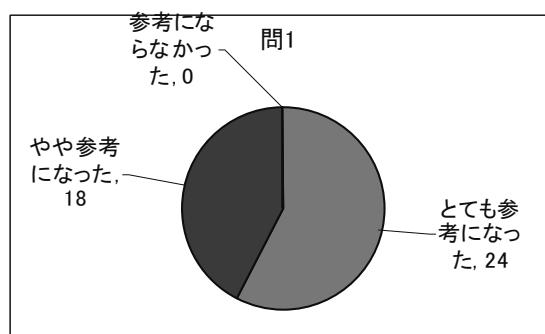


名古屋会場アンケート結果の概要

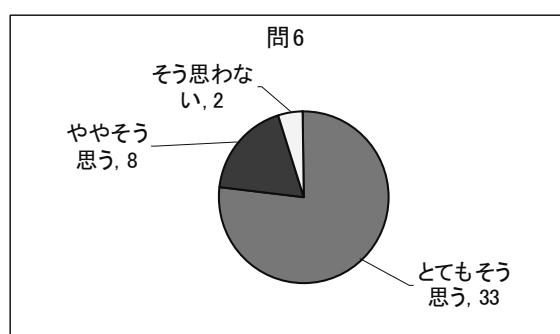
実施日:平成23年2月17日

回収数:43(参加者:92人)

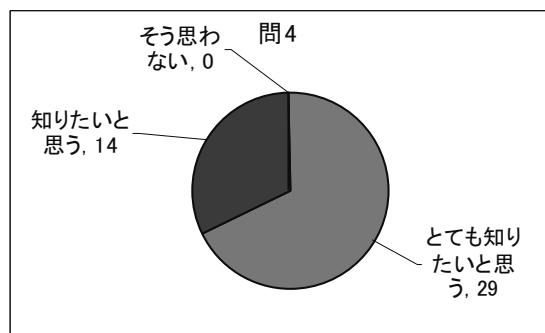
設問1. 本日の研修会は参考になりましたか?



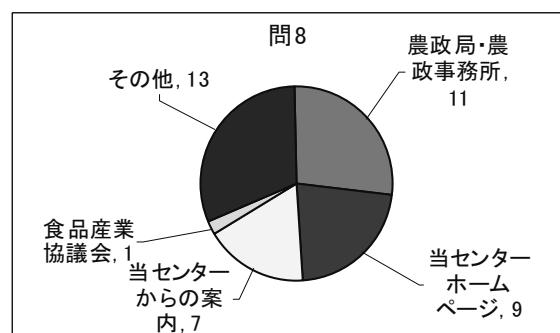
設問6. 今後ますます農商工連携・6次産業化を「進めるべき」と思いますか?



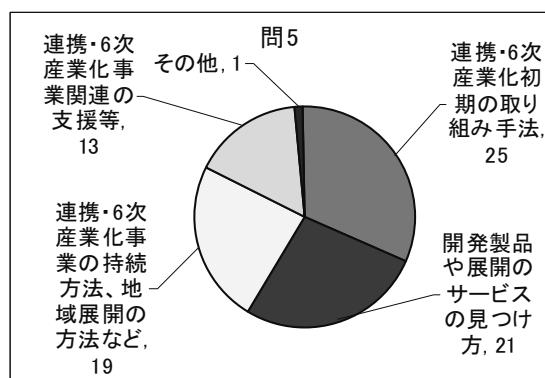
設問4. もっと農商工連携や6次産業化の事例や実施状況を知りたいと思いますか?



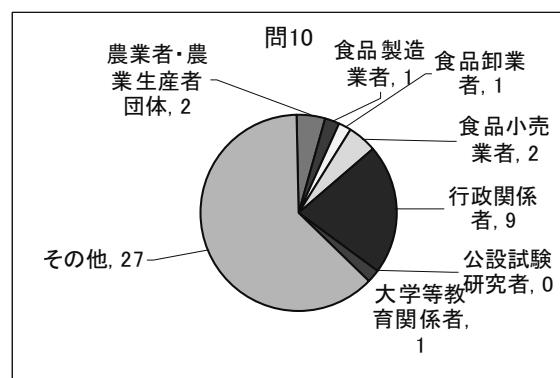
設問8. 本日の研修会はどこで知りましたか?



設問5. 具体的に知りたい点



設問10. ご職業は?

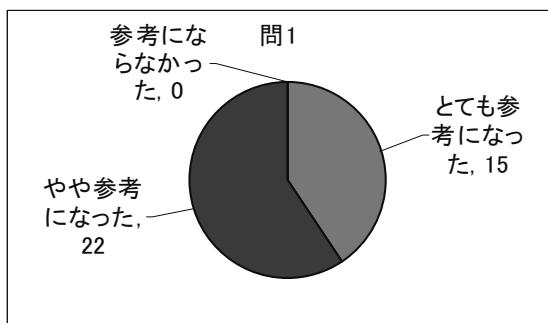


京都会場アンケート結果の概要

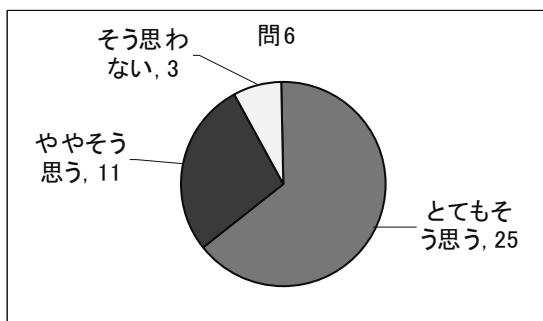
実施日：平成22年11月19日

回収数：40(参加者：72人)

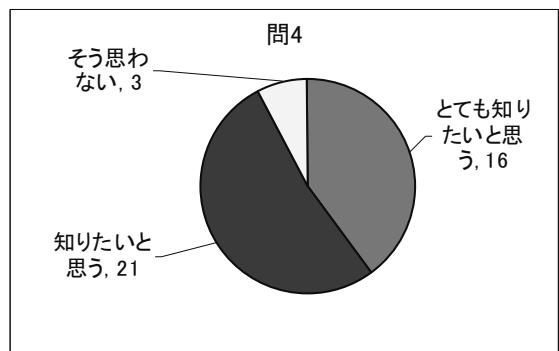
設問1. 本日の研修会は参考になりましたか？



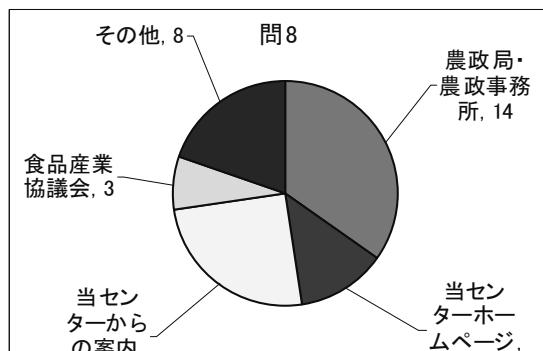
設問6. 今後ますます農商工連携・6次産業化を「進めるべき」と思いますか？



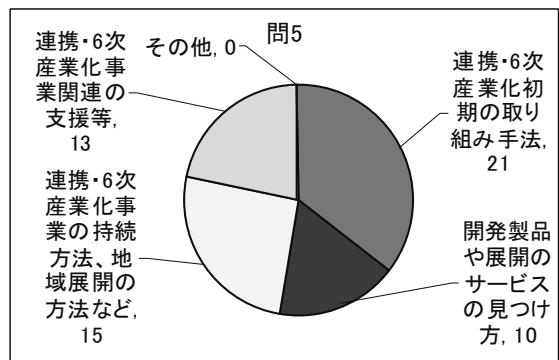
設問4. もっと農商工連携や6次産業化の事例や実施状況を知りたいと思いますか？



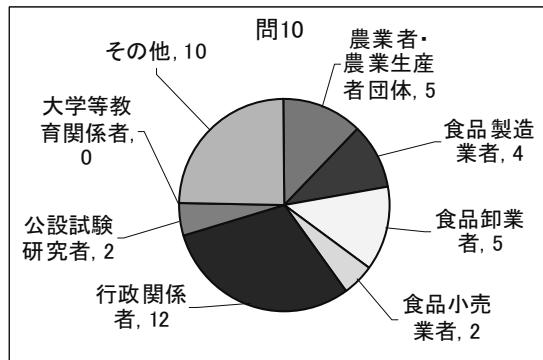
設問8. 本日の研修会はどこで知りましたか？



設問5. 具体的に知りたい点



設問10. ご職業は？

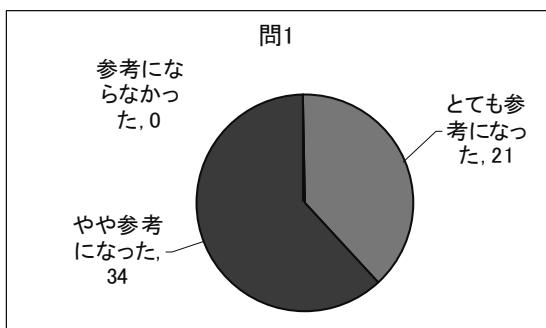


岡山会場アンケート結果の概要

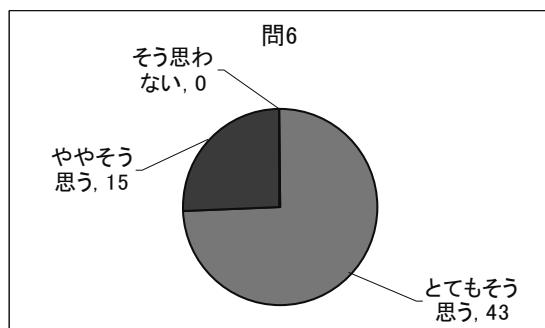
実施日：平成22年11月1日

回収数：61(参加者：102人)

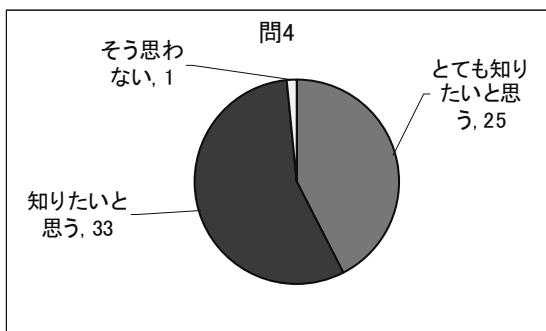
設問1. 本日の研修会は参考になりましたか？



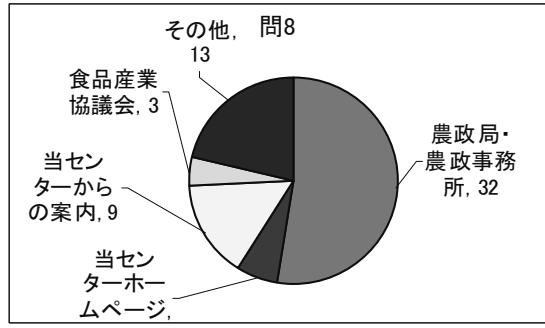
設問6. 今後ますます農商工連携・6次産業化を「進めるべき」と思いますか？



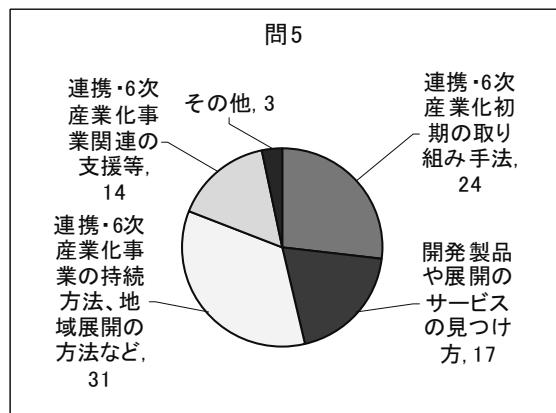
設問4. もっと農商工連携や6次産業化の事例や実施状況を知りたいと思いますか？



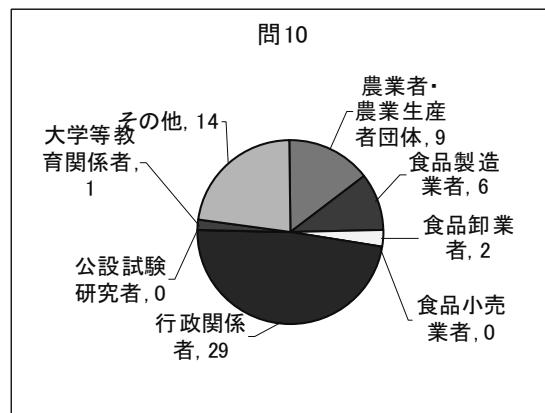
設問8. 本日の研修会はどこで知りましたか？



設問5. 具体的に知りたい点



設問10. ご職業は？

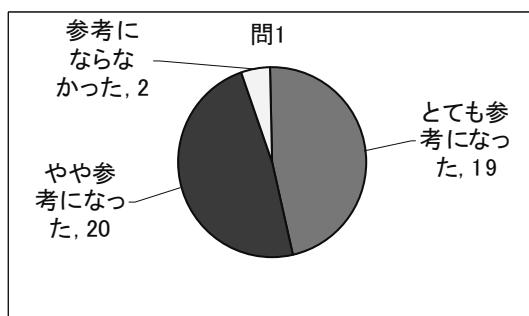


熊本会場アンケート結果の概要

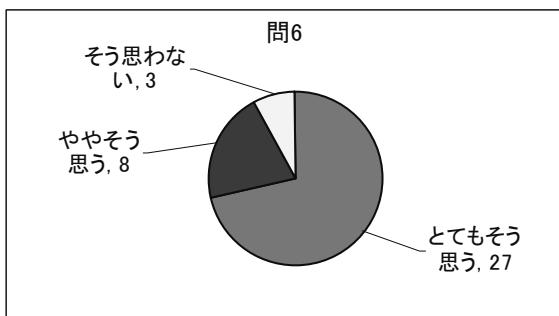
実施日:平成23年1月17日

回収数:42(参加者:108人)

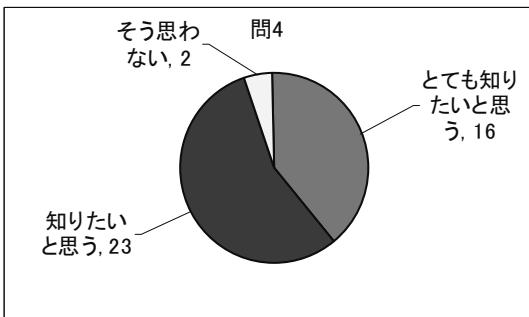
設問1. 本日の研修会は参考になりましたか？



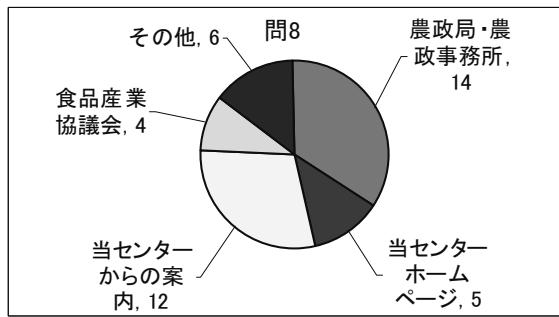
設問6. 今後ますます農商工連携・6次産業化を「進めるべき」と思いますか？



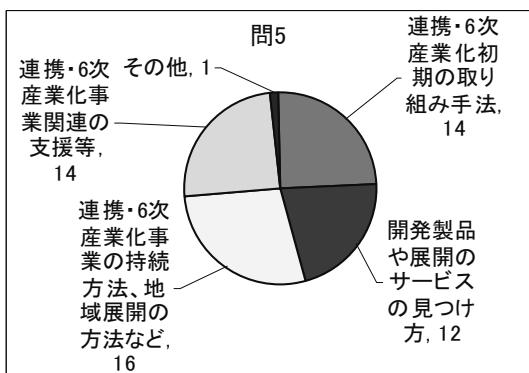
設問4. もっと農商工連携や6次産業化の事例や実施状況を知りたいと思いますか？



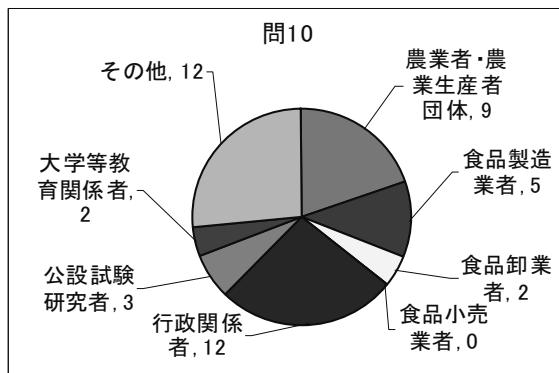
設問8. 本日の研修会はどこで知りましたか？



設問5. 具体的に知りたい点



設問10. ご職業は？



<記述式質問回答集計>

問2 6次産業化推進の説明、基調講演で参考になった部分

岡山会場

- 実際の基調講演、取組み内容。
- 農の課題、商工の課題の意識の違いをどう合わせていくか。
- 6次産業化の推進の説明。
- お宝マップの作成。
- 「単なる物作りから地域再生へ」自分の地域でも物作りへの意欲は感じますが、まちが一体となって売り込んでいくような活動でなければ広がりを見せないのでと思った。
- 六次産業化推進にあたっての課題、当町の事例にあてはめて参考になった。
- 農商工連携先事例発表。事例は、中小零細企業レベルの企業であり、身近に感じられ、県内各企業にも対象となる機会があると感じた。
- やはり、考え考えて、新鮮さを出す苦労していることがわかった。
- うつい工房さんの活動に関心がある。女性起業で収益あがっている事例が聞けてよかったです。
- 事例←もっと具体的な部分が聞きたかった。農商工連携の基本、農商工の連携についてわかりやすかったです。
- 農林水産業者と商工業者との関係
- 課題を分類し、対処を考えることが基本という基本的な認識
- 「農商工連携の基本」加藤氏の話の中での成功事例について
- 17 6次産業化に期待する効果。6次産業化の推進に当って。
- 18 課題解決へのアイデア
- 20 食と農研究所 加藤氏の事例の中で、九州Y町の事例が参考になった。農商工連携は狭い部分、特に新商品開発等にとどまらず、町が一体となって連携している姿に農山漁村の新たなモデル性を感じた。
- 21 • 厚みのある農業経営とは、各業界との有機的な取り組みが大切であること。
 - 信頼関係（連携に際して）
 - 理念とビジョンが必要である事。
- 22 6次産業化を進める問題点等
- 23 農商工連携の現状と課題
- 24 単一産業での新しい事業育成ではなく、他産業との融合で、あたらしいビジネスチャンスを育成している事。
- 25 6次産業化と農商工連携の枠組とその特質について
- 27 6次産業化推進の課題は販路の確保だと思う。農家が自ら加工
 - ・販売を行う場合、どのように取り組めばうまくいくのか成功事例が知りたかった。
- 28 事例紹介
- 29 産業の利益向上に対して重要な要素は、生産から流通までの合理化であり、結局はJAの中のセクショナリズムからの離脱が大切と考えた。
- 32 県外の事例がありわかりやすかった。
- 33 • 地域全体で活性化を計る。
 - 日本の食文化の再生
 - 輸出に貢献できる農業の実現
- 34 基本について
- 36 事例報告。特に成功要因について
- 37 6次産業化に当っての課題が一部では見えた。

38 付加価値を付けるのは何も加工して販売するだけでなく、その前段で加工設備を設けるために係る費用対効果を見極め、身の丈に合った規模で運営することが大事。

まずは販路開拓が必要。

40 一次産業側での積極性を引き出す事により、二次側の力が有効となる。が、現実としては、県下の小さな町では、人口の減少、高齢化により農家の力が不足している。これをいかに二次産業と結びつけるか、又、一次にどれだけ手を差しのべられるかが、農商工連携を営む6次産業化の成功と思う。

41 事例報告。

43 加藤氏による基調講演のなかで触れた「儲かる農業に挑戦している人たちの志」

45 内容が盛りだくさんではあったが予備知識が無かつたため説明が良く理解できなかった。

46 6次産業化関係予算の概要

48 今回初めて参加させて頂き、6次産業に関する取組みについて知ることができました。

50 農林水産側の意識がいま一つということ（あくまでも共同申請者）であるが、農水側の制度（法律）ができることにより、意識が変わるのでないかと思う。

51 自社だけでなく他社とも連携を取る。

52 6次産業の先進事例

53 6次産業化は、農業経営のあつみをすること。農商工連携は商が中心。農は買っててくれるならと受身だったり、計画策定や加工品開発、販売面は弱い。商は、農産物は天産物と理解すること。決まった数量が守れないならの考えではいけないなど。

54 ◎農商工連携の基本

- 儲かる農業に挑戦している人たちの声の説明。
- 単なる物作りから地域再生（地域が生き残るために戦略及び推進についての具体例等）

55 「農山漁村の6次産業化の推進について」

56 6次産業化に関する全体像が把握できた。

57 6次産業プランナーの育成。

58 国の支援体制の範囲が意外と広いと感じた。

60 事例発表

61 6次産業化がどこでどう行われているか実例の紹介があつて実態が把握できた。

京都会場

- 1 農業、農村の活性化
- 3 新しい農業のやり方
- 4 自分で思っていたより、新しい農業の展開が活発に行われていることに驚いた。
- 5 農山漁村の6次産業化の推進について
- 6 生産部門を加工販売部門の連けい、理解の必要性と大切さを感じました。
- 7 6次産業の予算の話はよくわからなかった。1県4、5人でまわるのだろうか。つきつきりで教えてもらえるのだろうか。
- 8 全農のレストラン。新鮮、安全、安心な商品の提供。
- 9 食、観光について

- 10 6次産業の実態と成功事例のキーワードが判明した。
- 13 生産者と消費者の連携
- 14 生産業から食品産業という新たな農業経営が今後の地域活性に生かせるというところ
- 17 推進にあたって農、商、工それぞれの業界の理解が必要であること。
- 18 6次産業化推進の説明→6次産業化人材のキャリアアップ制度について。
- 基調講演→食と農の近代化。全農の例
- 20 6次産業化の新しい法案が取り組みやすいという話。
- 22 全農レストラン。JAいばらきの取組。事例紹介が大変参考になつた。
- 24 ポイントを明確にしていただいた点。
- 27 吉住氏の先進事例の講演に興味を覚えました。
- 28 地域資源を活用した新産業（バイオマス→バイオ燃料）
- 30 農商工連携先進事業のうち「古座川ゆず平井の里」の事例
- 32 今後の農業等、一次産業の継続、発展に向けて、どのような方向に進んでいくかについて。
- 34 (2) 基幹対策①スライドN o. 7, (3) 基幹対策②スライドN o. 12
- 35 私は新連携のスキームの中で新規事業を展開しておりますが、こちらは補助金獲得ばかりが先行し本来の目的から外れるケースがあるように思われます。農商工連携では比較的目標通りの運営が出来ているように思えました。
- 36 6次産業化を推進している人達の考え方はよくわかりました。
- 37 支援事業の展開
- 38 全農の農家レストラン。巨大組織全農がそれだけ危機感。
- 39 概略が理解できた。事例紹介は残念ながらインパクトがなかった。
- 40 具体的事例をあげての説明。（目指す方向、クリアすべき問題点、課題等）

札幌会場

- 1 コンサルタント等、外部の視点を取り入れることが重要であるという点。
- 3 具体的な例や展開など。
- 4 基調講演、農商工連携の基本内、P4 厚みのある農業経営の図
- 6 まとった話を聞いたのは初めてなのでとても参考になりました。
- 8 新井ゆたか課長の説明全般です。でも、6次産業化プランナーとしてそんなに優秀なスーパーマンがどこにいるのでしょうか？いや、そうゆうスーパーマンを創り出していかなければならないかも。
- 9 片岡教授のお話
- 11 先進事例
- 12 基本的な流れやこの課題への取組み方が理解できた。
- 15 だれかキー担当となる人が必要だということに同感。
- 19 各生産者の取組事例
- 20 事業全体の様子がわかりました。
- 21 生産、加工、流通の一体化による付加価値の拡大
- 22 地産地消で通常の状態で販売した時には6次産業にはならないが付加価値をつけて販売した時には6次産業にあたる事
- 24 ・全国各地の事例、米粉クレープ。
・H23 6次産業化の内容
- 27 ・「一次が三次産業を目指すとき一次（生産者が知り得る知識）の強みを最大限生かすこと。

- ・農と食の間を近くするためどうしたら良いか。知ってる人の知識を借りる（学研企）独自性を持つ作物をどう生かすか。
- 29 法の概要について
- 30 農水省の施策
- 31 小規模ならでは可能な個性、顔の見える商品が消費者に好まれていること。
- 32 先進事例の発表（2題）
- 35 支援体制
- 37 基調講演：Y町生き残り戦略に係る生の声が聞けてとても参考になった。
- 38 推進のポイントを明確にして頂いたこと。
- 39 基本的な考え方、支援の方向など。
- 40 6次産業化推進は東京大学に入る人達を育てる目的の農業全般を考え、活性化は6次産業化の推進では実施出来ないと思う。
- 41 新産業の進め方の考えについて。

仙台会場

- 1 2つの事例大変参考になりました。
- 2 (1) 実践キャリアアップ制度のイメージ。
(2) (有)伊豆沼農産の事業展開ステップ
- 4 国が6次産業化推進に積極的であるとわかった。
- 5 H23年度以降の動向
- 8 生産者（地）と消費者（地）が近づくことが大切。地方が取組むべきはここだと感じた。
- 12 6次産業化の考え方や種類が参考になった。
- 13 地域産業の高成が6次産業化へ結びつく。
- 15 ・農林水産物以外の資源の起用については頭になかった。
・推進する法整備が進んでいる事は知らなかつた。
- 16 6次産業の類型。6次産業化推進に当たっての課題です。
- 18 どの方も共通で言われていることは、やはり、消費者の視点で進めていくことの重要性を強く感じた。
- 19 食と農の研究所 加藤氏の資料（食と農の国化）
- 21 6次産業化プランナーについて。6次産業化キャリアアップ制度。
- 22 ・誰が導入するか、6次産業と連携。
・6次産業化推進にあたっての課題。
- 23 東京理科大学の片岡教授の講演
- 24 ・6次産業化の取組にあたっての課題と対応、プランナーの重要性。
・具体的な事例に基づく連携の示唆。
- 25 6次産業化・農商工連携には人材育成が大切であるという点。
- 27 町ぐるみでの地域再生
- 28 ・農家が見落としがちな「消費者視点」を重視する事。
・プランナー、コーディネーターが必要。・プロジェクト体制を構築しないと「成功」しない。又、熱意のある人材がないと「成功」しない。
- 29 農商工連携先進事例発表
- 30 6次産業の考え方、取組みについて再確認できました。
- 32 六次産業化法と農商工連携促進法の比較、ちがいがわかった。
・大場組の取組みが参考になった。（全く知らなかつたため。）
- 34 多彩な事業からの展開。
- 35 6次産業化プランナーによる専門的アドバイスが必要！
- 37 地域産業としての視点でのとらえ方が大いに参考になった。
- 38 伊豆沼農産、大場組の実例

- 39 国の事業化について
 40 基本理念、キーパーソンが必要であること。
 41 農商工連携の基本。連携、6次産業化の概要。
 42 ・6次化・農商工連携の図解が大変参考になった。
 　・事例発表、望月さんの本質部分、永山の図解。
 43 コーディネイトしてくれる人が重要。
 44 キーパーソンとなるコーディネーターの確保・育成が必須。
 45 農商工連携と6次産業の関係が明確になった。6次産業化は産業として自立しないと安定した継続がなりたたないし、地域産業として目指すべきであろう。
 46 マーケティング戦略。
 47 既存の事業を踏まえて6次産業化を推進するためには、何より最終消費者のニーズを把握するとともに何度も消費者や同じ会社の社員などと交流・コミュニケーションを図ることが大事であること。
 48 活性化の事例と活性化のための必要条件についての内容が参考になりました。

熊本会場

- 1 6次産業化のねらいと仕組みとフレームについて。6次産業化と農商工連携事業との共通点、違いについて。
 2 事例 マッちゃんが役立ちました。農業は理屈でなく、現場と実践であることを再確認しました。
 3 6次産業の具体的な流れが明確になった。
 5 6次化で人を雇用して産業としてなり立てる事が必要だとのこと。
 6 6次産業化推進のスタンスが大まかにわかったこと。
 7 目的と進むべき方策が理解できた。
 8 6次産業化と農商工連携の違い。
 10 「農家だけでは、元気の出る農山漁村を創ることはできない。」という部分です。
 11 やはり、私は6次産業化に取り組みなさい。
 12 マッちゃん直売所
 13 6次産業と農商工連携の違いがはっきり整理できた。
 14 ・農水省の推進していく背景を再確認できた。
 　・農商工連携と6次産業化との関係、特に、農家と異業種を4事業化し、厚みのある農業経営が重要という考え方方が参考になった。
 15 基調講演「農商工連携の基本」、取組み事例です。
 16 実践者本人からの事例報告が必要であると痛感した。調査報告等では説得力に欠ける。
 18 6次産業化推進に当っての課題。
 19 政策の現状を実際の担当者の方からお話を伺えたこと。
 21 1番補助金のかたまりなのに、より支援を行うと他の産業は少しずつなりたたなくなっていくのではないか?それより、昔ながらの流通の見直しが多くの方の収入につながるのでないでしょうか。
 23 国の定義についての説明。
 24 地域資源の活用で6次産業化をすべきと思った。
 25 推進にあたっての課題。
 26 6次産業化の目的は農業経営に厚みをもたらすことにある。
 27 色々と事例等紹介。
 28 政策の新たな取組みが理解できること。
 30 これから先の作づけの事が心配になりました。今年は、中国生姜が高く、全国でもっと生姜を作っていただければと思います。

- 32 「6次産業」と「農商工連携」の違い。
 35 農商工連携促進法と6次産業化法のちがい。厚みのある農業経営。成功事例。
 37 3月からの6次化の具体的な内容を知りたい。
 38 農家の自営、リスクの対応
 41 6次産業化プランナーの計画があるという内容。
 42 国が総割の連携から、横の連携で農業を考える様になったこと。

東京会場

- 1 国の支援措置、先進事例
 2 考え方、国支援措置、基幹対策
 3 「マーケットイン」が重要
 4 ミールケアの取組→こども達が楽しんで食べられる給食を世界中の子供たちへという大きなビジョンを持ち事業を展開している。
 5 農商工連携の先進事例の説明においては、連携の概要を詳しく調べていただいたのでよくわかった。
 6 6次産業の効果、推進上の課題
 7 6次産業化と農商工連携の関係がよくわかった。
 9 農商工連携において、相手方の想いが重要であること。
 10 六次産業化法なる法律を耳にしたのが始めてでした。
 11 食の提案（材料から食事提案へ）、地産地消への取組みへの道しるべ（プライベートブランド）
 12 ・法令、対策の内容、
 　・事例の内容
 13 ・農商工連携との関係
 　・6次産業化プランナー
 17 農業の食品産業化、情報化が益々進んでいくと思っており、主体者（生産者、メーカー、卸、小売など）間での情報共有化や意志疎通が大切になってくると思いました。農水ですすめられている「FCP」には期待をしていますし、6次産業化プランナーにも期待をしております。
 18 農山漁村の6次産業化の推進
 19 マーケットインの考え方、6次産業の人材の育成、活用の重要性
 21 制度の概要
 22 （1）農業者との連携確保（安心して生産できる仕組み作り）（2）6次産業化法について、要を得たご説明をいただきました。期待しておりますし、是非活かされなければならないと存じます。
 23 1. 農商工連携の説明会への参加者に農業者の割合が増えている。
 　2. 農と商との価値感共有、本音で話し合うがちんこ勝負。
 24 六次産業化法の概要などが理解できました。
 25 事例紹介
 26 6次産業化に係るさまざまな事業や連携方法を聞くことができたからです。
 28 農商工連携においては良いコンサルティングが必要であるということ。
 29 6次産業化プランナー
 30 6次産業化法の要点、農商工連携の基本（考え方）
 32 具体的事例の紹介による説明で今後の参考になった。
 33 今村先生が提唱したコンセプトを聞いていたが、ようやく国が動き出したところだが、矢花室長のお話の中にあったとおり（一朝一夕には進展してゆくものではなく）20年くらいを要してものになって行くこと一過性の施策にならないでもらいたいと考えた。6次化に

はコンサルティング、コーディネーターが重要不可欠であること。

「キーマン」情熱、やる気。

名古屋会場

- 1 ・農商工連携の実体
 - ・6次産業化にあたっての課題
- 2 六次産業化推進に当たっての課題について
- 3 ・農独自で6次産業化する。
 - ・技術・ノウハウは組織として継続すべき
- 4 6次産業化では、主体となる事業者が、農林漁業者であるという内容です。弊社が2次、3次業者であるため、弊社にとって有意義な事業化できないものかと思っています。
- 6 「生産」「加工」など区別して物を見ることが多いが、あらゆる角度見ると確かにつながり方とヒントがかくれていることがわかつた。
- 7 売れる物、必要とされる物を作ることの重要性。
- 11 農林漁村のスキル、ノウハウ不足。ブランドにするには、コンストントな出荷が必須。ターゲットの絞り込む、技術の継承。理念、戦略、差別化
- 12 「農林漁村の6次産業化の推進について」
- 13 農商工連携の基本（6次産業化と農商工連携の違い）
- 14 具体的な事例の中での各々の農・商・工の連携の方法、意識の持ち方
- 16 6次産業化と農商工連携のちがいについてよくわかりました。
- 17 農商工連携と6次産業化の違いや、農業事業者が自立していく上の課題がよくわかつた。
- 18 6次産業化推進の説明→全く参考にならない説明、基調講演→最後の2枚のパワーポイント内容のみ、農商工推進の専門家の意識を再確認させてもらえたことから、良かったと言える。
- 19 加藤さんの事例紹介
- 20 大槻氏の具体的な説明がよかったです。
- 21 6次産業化推進にあたり、関係者をそれぞれの立場の課題について
- 22 原価管理の重要性と天候のリスクコントロールができない業界であることの理解。
- 24 農の主体性の発揮がpoint。リスクを伴うことを忘れず、ターゲットを絞り、経営意識をみがくことが生産側に必要である。
- 27 ノウハウの具体性がつかみにくかった。
- 28 農商工連携と六次産業化のちがい。
- 29 寺部食品事例：認定事例以外への広がり（事業者、商品等）が実践されており、他に紹介する事例として非常に参考になる。
- 30 推進組織の理念
- 31 モクモクファームの事例
- 32 それぞれ具体的な事例もされ、6次産業化への展開の方向が示された。農業が主体で進める場合、新しい分野で困難な面があるが、地域としておし進めることの大切さを感じた。
- 33 農商工連携との違い。
- 37 プランナーの存在を知ったこと。相談できる機会が持てそうだとうことがわかりちょっと先が見えた感。
- 39 事例発表
- 40 6次産業の考え方。厚みのある農業経営
- 41 ・技術は個人でなく組織で。

・農業のコスト意識の低い。

・金融機関との連携。

・農商工連携と六次産業の違い。

42 農商工連携 六次産業化

- 43 ・ターゲットのしづり込み。
 - ・地域のお金を落とす、地域が高く売る方法を考える。
 - ・農業の自立化。※農商工連携と6次産業化の違いがなんとなくわからました。

金沢会場

- 2 具体的な事例で理解
- 4 昔とちがって気楽に役所に相談できそうな雰囲気。
- 5 事例発表等がありとても興味を持って聞くことができました。
- 9 経営の現場・実態が理解できた。「もちやはもち屋」の発想がだ当たりであることを実感した。
- 10 6次産業化推進→ポイントの説明がわかりやすく新鮮であった。基調講演→別の角度からの具体的説明がよかったです。
- 11 講演内容は知っている内容だった。
- 12 6次産業化理解出来ました。
- 13 加藤さんの講演。
- 14 どれも
- 15 身の丈に合った取組
- 16 茨城の事例
- 17 事例発表の連携までについてや販売について。
- 18 成功例
- 19 6次産業化と農商工連携との違い。
- 20 農商工連携先進事例についての説明と基本について参考になった。
- 21 事例発表
- 22 すでに少しずつ生産者の加工をしていたので？

問3 パネルディスカッションで参考になった部分

岡山会場

- 1 事例の成功例。出入口の話など
- 4 現状をふまえて質問とその解答
- 5 売ることノウハウ
- 6 成功事例の要因等
- 7 ヒロ・コーポレーションのブランド化への話
- 8 ヒロ・コーポレーションさんの話のなかで、“連携先との課題解決”に関すること。連携先との信頼関係が重要であると再認識した。
- 9 何をやるにしても時間がかかることがわかつた。
- 11 その業種によって様々な取組みをされていることに大変興味をもちました。
- 12 自分は何がしたいか、何をするのかを明確に理念を持つ。原価計算をきっちとして当る。利益を出す。大切だと思いました。
- 13 取組み内容
- 14 事例の体験談
- 15 事例発表の方々の努力
- 16 農商工連携のポイントについて、農業者の目的意識等の重要性がわかつた。
- 20 食と農研究所 加藤氏の事例の中で、九州Y町の事例が参考になつた。農商工連携は狭い部分、特に新商品開発等にとどまらず町が一体となって連携している姿に農山漁村の新たなモデル性を感じた。

- 21 販路の確保をしておかなければ安定的な取り組みができない。連携先との密な情報交換しなければならない。
- 25 連携先との信頼づくり。出会いの場づくり、話し合う体制
- 27 農商工連携の場合、農業者と商工業者の相互理解が重要と感じた。販路の拡大に関しては商工業者がたてており、今後の6次産業推進の中核は農商工連携だと思う。
- 28 企業さんの体験談話
- 29 個人単位でのマーケティングの手法について聞けた点
- 33 ・農商工の信頼関係が大切（話し合う機会を持つ。）
 　・コーディネーターの存在
 　・何をやりたいかを明確に自分の立場を最初から明らかにし協議する。
- 34 成功のポイントが聞けたこと。自分が知らないことについて話してくれたこと。
- 36 四宮氏の具体的な事例が参考になった。
- 37 農業者意識の変革
- 38 農の方は商の方と一緒に取り組む。ビジネスとして、目的や理念を共有して欲しい。生産者も労働に係る賃金の原価計算をして欲しい。
- 40 ビジネスの理念の共有化が必要。一次の農家の目的が不明。就業なのか利益なのか。
- 41 農業者にもとめられているものが良くわかりました。
- 43 パネラーの四宮氏の話であった農商工連携を取り組む際のポイント。入口（仕入）、出口（売先）との信頼関係の大切さ。販路開拓のノウハウ。
- 45 四宮氏：漁業者との直接の話し合い、販売先との直接開拓など、出口と入口を適切に対応されている。
- 51 価格の一定、販売先の確保=信頼等の話
- 53 うつい工房さんの自己紹介で「昔からの味を守る。材料は地元、口コミでの広がり、セールスはなにもしていない。」ということが印象的だった。また、つくる段階から出口（売り先）が必要とのこと。あまりに広いディスカッションだったのですが、最後のヒロ・コーポレーションへの質疑がなかったです。食品はおいしさとまとめられてよかったです。
- 54 ・連携相手先との信頼関係が大事。（とことん話し合う）毎日起きている問題は当日に処理。
 　・地元の食材、味付けのため口コミで広がった。
 　・販売にあたっての注意事項、及びブランドの意義。
- 56 現場の生々しい話が聞けた。
- 58 地域の雇用の場を作ることで人口減少を防ぎたい（中野氏）。
- 60 生の声が聞けて良かった。
- 61 漁業者の方との信頼関係の作り方。価格の設定。台風被害があつても連帯しあえる関係といった各々のパネリストの実体験。
- 京都会場**
- 1 補助金ありきでなく生活改善が大切だと思った。
- 2 実践されている方の苦労された話
- 3 補助金のもらい方、使い方
- 4 補助金をもらった後も苦労がたえない事。
- 7 実際に農商工連携に取り組まれた方の苦労話。補助金の使いにくさについてなど。
- 8 苦労話し、本音の話しが出て良かったと思う。二社をきっちり代表者の話して紹介してパネルをするともう少しまとまるのではと考える。
- 10 ・補助金の使い方を熟知していないと規制にかかること。
 　・地産全商→地産全地商 地元の人が営業マン
- 12 情報発信の必要性と発信手法について（メディア、イベント等）
- 15 商売の御苦労
- 16 事業者は補助金メニューについて連携しづらい
- 18 1. 補助金の使い方
 　2. 資金繰り→利益の出る体质づくり
 　3. 商標登録
 　4. 地産全池消
- 20 京都たんくろ和牛、ゆずの里の苦労話
- 21 ・補助金の使い方を熟知していないと規制にかかること。
 　・南山さんの裏話　・平山さんのピュアな努力
- 23 6次産業の有り方、方向性
- 24 お金の問題と工夫の効果
- 27 モスフードとの取り組み努力は地道な成功例として評価できる。参考になりました。
- 29 補助金の活用。
- 30 貴重な税金を使用するならば、やはりベストの選択をしてやはり、結果を出していかなければならないと痛感しました。（企業の立場からすればあたり前の事であります。）
- 31 古座川ゆずの事例
- 32 南山さんのウラ話
- 36 事業と現場との剥離がよくわかった。
- 札幌会場**
- 1 根本にある熱意、ビジョンが伝わってきたこと。
- 2 生の声を経験した本人から聞けたのは良かったと思います。
- 3 成功している企業は、やはりその情熱の賜物なのだと改めて感じました。
- 5 相談を受けた時の対応方法。
- 6 経営者の熱意あふれるお二方の自信を持ちさらに目標に向かっている点。
- 11 地域特色の重要性
- 12 生の声が聞けて参考になった。また、コーディネーターや農水省の方の整理もわかりやすく、よかったです。
- 14 函館酪農公社さんの医食同源プロジェクトのコンセプトと、販路拡大の取組に感銘を受けた。今後は多くの人々が注目している免疫学を取り入れた製品開発を期待します。もっと話を聞いたかった。台湾の話、特に参考になりました。
- 高橋牧場さんのアトピーの治療、最終的に食で治したというお話、体験談は切実な思いが伝わってきました。同じように持病を抱えていることから薬の恐ろしさの話は現実味があり、野菜等地元食材を使った料理を提供するレストランの成功を切に願っています。→お2人に是非お伝えください。
- 15 教授の視点が最前線の営業マン、経営者のようで迫力があった。苦労話も参考になった。
- 17 生々しい。
- 19 現場の声。情熱
- 20 詳しく内容がわかり良かったです。

- 21 付加価値商品の開発。
- 22 他では行っていない手法を考えて実行し結果を出した事。
- 24 企業の苦労話と具体的販促・開発への取り組み内容。
- 25 成功のポイントが、お客様のニーズから商品を開発した点。
- 27 動くことで、人と出会うことで困難をのり切っている部分は今後の参考となった。
- 28 商品開発の苦労。マーケティングの難しさ。
- 29 空港のおみやげの話（金子さん）。お客様の声（高橋さん）、と商品の開発（変化）
- 30 実態がよくわかった。
- 35 志
- 37 困ったことや事業実施に係る生の声が聞けてとても参考になった。
- 38 地道に決死の努力で事業をすすめられたことに感銘いたしました。
- 39 成功のポイント。
- 40 新規事業に関する補助事業だけではダメ。

仙台会場

- 2 事業発展段階における苦労し解決した事例
- 4 伊豆沼農産の創業等の話
- 5 取組みについての考え方
- 8 伊豆沼さんの養豚一貫経営の「一貫」に「こだわっていた「プロ」「分業」を活用（力を借りる）が大切を気づいた。
- 12 二組の苦労部分をもっと知りたかった。
- 13 様々な分野にとりくむ。
- 14 イメージが沸かなかつたものが具体例で見えてきた。
- 15 ・新しい分野への進出においてはだれもが最初手探りで始める事（とにかくやってみる事が大事）
・企業の一人勝ちではなく地域ぐるみで良くなるのが大事。
- 16 重層的取組み事例と自らのノウハウづくりの努力。
- 17 伊豆沼農産の伊藤社長の朝～夜中まで働いた話。あのぐらいのエネルギーがあつて成功するのだろうなと感じました。
- 19 成功事例の入部二方の六次産業の入り方。
- 20 伊藤氏：身の丈で始め、色んな人の力を借りて経営することが大事。
大場氏：地域によって活かされて来た。地域のニーズに答える。大変参考になりました。
- 22 視点に関する話（5つの視点等）
- 24 ・伊豆沼農産の取組、戦略。
・大場組での新規部門への取組に関する考え方。
- 25 一企業の発展の追求ではなく、地域全体の発展につながる活動が成功のポイントであるという点。
- 27 地域への貢献を重視し、地域のニーズに合わせた事業展開。
- 28 ・身の丈でスタートする事。責任をしっかり持つ。という事。
・地域のいい面に目を向ける。地域に還元する。という事。
・地域をまたいだ展開が販売や流通時には必要という事。
- 29 伊豆沼農産の経営理想像。理念等。
- 30 6次産業という意識ではなく「自分で一環して生産から販売に取り組む気持ち」「地域で何が要求されていて自分が何ができるか」という、2社（経営者）の思いが結果的に現在につながったことを強く感じたこと。
- 34 商とのコミュニケーション
- 35 6次産業化というより地域産業化などの考え方をおもしろい。地域にニーズのある産業化。

- 37 利益追求だけの発想では成功しないだろうとのこと。
- 40 取組みの経過と今後の課題。
- 41 5つの視点。ネットワーク。
- 42 いいことはみんなでやろう！！ 連携のキーワードになる。
- 43 ・事業展開の視点、伊豆沼農産の社長さんの事業展開していく過程が参考になりました。
・日頃もっと小さい視点での6次産業化を考えていました。
- 44 自社を大切にする以前、前提に「地域を大切にする気持ち」が改めて重要であると知られました。
- 45 苦労されながら現在に至った様であり、地域ブランド化による発展の考え方方がすばらしいと思います。

熊本会場

- 1 将来ビジョンと強みの認識と強みを生かした事業展開の重要性。
- 2 岡本さん、合瀬さんのお話は大変刺激的でした。次には、実際、従事者だけのパネラーでよろしいのではないかでしょうか。
- 3 マッちゃんの思いと発想、そしてチャンスを生かすタイミング等が良く理解できた。
- 5 みなさん元気があり、私もそのパワーをもらえたと思う。これから事業に参考にしていきたい。
- 6 基本的には大きく変わらないのではないかということ。
- 7 具体的事例の紹介。
- 11 経営感覚を持つ農業者がもっともっと増える事がとても重要だと感じた。教育期間の中で、もっと経営としての勉強を農業者ができるといい。農大などでももっと技術がメインで経営学が少ないと思う。
- 12 新井課長の説明で何となく理解できることがあったかな？
- 17 2年間行ってきた約400件の事例があるが、田上コーディネーターの現場の実状が聞けて農商工連携の難しさを知る。一農家（生産者）が商工と対等な立場にさせる難しさがあると思う。
- 18 パネラーの方の前向きな考え方、発想。自分の力だけでなく、各分野の専門家の力を上手く活用されていること。
- 19 成功しているように見える方でも、非常な困難が立上げ時にはあつたことを直接具体的に聞けたこと。
- 20 投資の考え方（リスク）
- 21 オキスの社長やマッちゃんの話は、一つの成功例にすぎず、多くの方が出来るものではなく、新しいものが出来れば入れかわるだけではないのか。
- 25 何かのテーマを決めてのディスカッションをしてほしかった。
- 26 それぞれの強味を活かした事業展開をする。
- 27 ・自分の思いで前に進むことだと思いました。・たいへんためになりました。
- 28 実例（生の声）が聞けた。
- 29 いかに短い時間で売りさばくかというポイントなどが気になった。連携というのも大事である。
- 31 成功するポイントが聞けたこと。自分のいいところを話し、結びつけられたこと。
- 32 事例パネラーの話。
- 33 各立場による意見の相異。
- 35 それぞれのもち家を活かして連携を図ること。双赢の関係になるためにはお互いの信頼関係が大事。農業者自らの経営判断の重要性。

- 37 農業者と商工者の関係調整が大切だと思いました。
- 38 プランナーの制度の問題。野菜の新鮮さおいしい野菜が売れる。
- 39 合瀬さんのバイタリティー、情熱
- 41 オキス、マッちゃんの事例の生の声が聞けて良かった。
- 42 6次産業化、農家がすべて自分でするには大変では?加工、販売から農業を包む方が6次産業化はやりやすいかな?と思った。農と商工の間にはこと葉の違いがある。

東京会場

- 1 現場の話が聞けて良かった。
- 2 レジュメに出て来ない具体的面
- 4 連携して事業を行う場合はお互いのニーズにマッチングした者同志がうまく出会い、連携することが成功のひとつのポイント。他とは違う生産をしていることが大事、それを発信していく。人のため、社会のためとの考えがあつて利益もあがってくる。
- 5 今後の課題をたらわづ発表していただきよかったです。
- 7 コーディネートの仕組みがとても重要なこと
- 8 事業者の話が聞けてよかったです
- 9 「無」から作り出す事の大変さなど、生々しい話が聞けたこと。
- 10 「国(農水)が主導した研究機関(大学等)と産業界との連携も大切」との話題に興味を持ちました。
- 11 連携のとり方、また、消費者への提供の仕方。地産地消に対する考え方、今後の展望。食を通して自分達の住んでいる県をもっと知つてもらう事。
- 12 現場のリーダーの苦労と“想い”
- 13 ・ミールケア 関さんの理念経営の考え方。
・マッチングの場の必要性
- 16 川下の共感、理解力があつて、農食ビジネスは成り立つ。JAも産官連携に加わるべき。
- 17 農商工連携の成功事例のミールケアさん、ベジポートさんの成功の要因が、中長期的に取引(経営)が続くクライアントや連携先(ニレイフーズ等の販売チャネル)を見つけられた点だと思いましたので、今後は次産業どうしのマッチングを円滑に進められる仕組みを行政・民間それぞれ共調して作られるか、が課題だと思いました。
- 18 (株)ミールケアの食育教育の推進
- 20 生の現場の声を聞いて、具体的な問題意識や課題、何が連携において重要か、連携による副次的な効果が知ることができた。
- 21 連携に直接携わった方の話
- 22 両社様とも「コスト」意識が強く貫いていること。「独自性」があつてのことと思いました。
- 23 1. お互いのニーズをマッチングするシステム、機会があれば農商工連携はもっと進む。
2. キーパーソンがいて、関係者全員の利益を考え、新しいビジネスモデルを発信すること。
- 24 事例を用いた説明は解りやすかったです。
- 25 事例紹介
- 28 ミールケアの関者社長の自助努力による収益を確保する気持ちに共感いたしました。
- ベジポートの森田さんの農家の年収を300万円、400万円にしたいという志は素晴らしいものと思いました。
- 29 社長の想い。LLPについて。農家の作業効率UP。
- 34 片岡先生のコメント。産業連携について。

名古屋会場

- 1 吉田氏の話が大変参考になった。
- 3 ・吉田専務の理念と方向性。(消費者の支持を得ることが一番大事だ!)
・消費者直販が原則として、量販は目指さない(そもそも)
・生き残っていくための商品化が大事(消費者の求めるものを見付ける)
- 5 規格外のなかでも仕分けすることによって製品(加工品)であるものができます。
- 6 ターゲットをしづらる重要性やしっかりした計画取組みが必要なことを感じた。
- 7 支持者(ファン)作りとその組織化の重要性。
- 10 モクモク様の販売のくふうで、具体的に話された事。
- 11 苦労談、本物嗜好。
- 12 ・成功事例だけでなく、失敗事例も聞けた事。
・農商工の出会いの場所の話。
- 13 吉田専務のお話は大変参考になりました。
- 15 思惑の異なる各事業体(1次、2次、3次)をいかに1つの方向に導いていくか。実体験を交えたお話を聞くことができ、非常に参考になりました。
- 16 計画資料を作成するのに時間がかかる事。
- 19 吉田専務と横山マネージャーの考え方。
- 21 異なる価値感を持つステークホルダー間の連携の構築に対する努力、働きかけについて。
- 22 価格決定権を持つ→消費者に理解させ高く売る。TPPはのがれることのできない事実。補助金etcでは守れない。自助努力しかない。マーケティングの重要性。
- 23 モクモクの吉田専務のお話。コンビニ展開を断り、あくまで、会員中心とした商売をしていくスタンス。
- 24 消費者の視点で生産者、商工等がとりくむ。
- 26 農業経営における地域との関わりの重要性が理解できた。
- 27 生産者と加工業者の価値観のみぞを埋める。→お互いの立場を知り合う。販売の仕方→直売する(自分達で売る)がわかりやすかったです。
- 28 本音が聞けてよかったです。
- 29 農業者説得の手法、事例。
- 30 苦労話
- 31 具体的な苦労話、今後の展望等も聞くことが出来、参考になった。
- 33 苦労話を聞くことができたこと。
- 37 六次産業化は大変だということがわかった。農家さんとの対話が重要なこともわかった。ありがとうございました。
- 38 「信頼関係をつくる」ことの具体的な例。Ex. おおばの規格外品を農家の言い値で仕入れる。→農家から「規格外品であつても分類しよう。」
- 39 「苦労した点」
- 40 商品化への取り組み
- 41 農家と商工を結びつける苦労。吉田さんの農への想い。前向きな姿勢。
- 43 ・マッチングのアプローチ。
・消費者にとって意味のあるものをつくること。

金沢会場

- 1 パネルディスカッションでのやりとりは非常に参考になりました。
- 2 取組の熱意、使命が伝わったこと。
- 3 精神論、マーケットの現状等の紹介・説明。
- 5 成功例、問題点・課題・特徴等を聞くことができ勉強になりました。
- 8 実際面
- 9 生産者の意識改革の必要性を感じた。
- 10 事業者様からの先進事例
- 11 実践されている方の話を聞くのはためになった。
- 12 (有)ファームビレッジさんの設立が食生活を変えたいとの思いから。(株)オハラさん 原価・加工費をいかに安く出来るか。
- 14 全部
- 15 連携の中の役割分担。ニーズのある素材は応用がきく。
- 16 実際の体験談。駐車場の話はリアル。本業以外の所に気を配る重要性を改めて考えさせられた。
- 17 認定を受けるまでに、銀行や商工会議所等を活用すれば良いこと。
- 18 成功までの現実的な話について
- 19 実施主体の代表方の具体的な生の声が聞けて参考になった。
- 20 実体験を分かりやすく説明頂き参考になった。(開始する際のノウハウ)
- 21 ファームビレッジさんの話は参考になりました。

問7 今後ますます農商工連携・6次産業化を進めるべきと思う理由。

岡山会場

- 1 地方の人口や収入の減少に歯止めをかけるためにも、6次産業化は必要。
- 2 食の安心、安全、自給率の向上につながるかも。
- 3 TPP参加国にならざるを得なくなると思う。海外に目を向け、日本農産品、加工食品の世界に輸出するチャンスと思う。
- 4 農業者の安定につながるため。
- 5 農業の発展のため、地域活性化のため。
- 6 農業(一次産業)のみでは限度がある。
- 7 地方の農業者の所得を確保するため。
- 8 農商工連携の認定を受けられた企業は、認定後では以前とは見違えるような勢い(元気)を感じます。又、認定企業と他の企業とのビジネスチャンスが拡大しており、現にビジネスマッチングでも成立しております。
- 9 地産地消は重要と考えるから
- 10 連携が優位に働くなら、とりくむべきだと思うが、ムリにすすめる必要もないかも。事業者の考え方による。
- 11 私がよりたい方向性に合致しないところがあるので。
- 12 農水産業が生き残る又利益を上げるためにには必要不可欠だと思います。
- 13 農林水産物の価格の安定。
- 16 中山間地域の産業の活性化。農村の高齢化の回避。
- 17 農業従事者の高齢化(減少)に対するため。
- 18 担い手、有休農地対策など、波及効果が大きいため。
- 19 実際に手がけてみて必要だと思っている。1.雇用創出 2.PR度UP 3.売上増加 4.自社の振りかえりができる。以上の要素を考えられる。
- 20 現状では農家が生き残ることができず、農村には人がいなくなってしまう。農商工連携や6次産業化を組み合せることで、生活していく

けるお金を稼げるだけの雇用を創出していけるシステムが必要であると考える。

- 21 成功例は少ないが、成功した場合の見返りは大きいと思うので。成功者が増えれば成功者同士の有機的なつながりに伝播していくと思う。
- 23 現状、日本は「物づくり」に於いて円高による世界との競争力が心配される中、日本にある「資源」として農業に目を向けております。これが進んでいく事は日本の今後の経済に影響してくる可能性があると感じております。
- 24 日本国の自給率80%に向けて。新産業分野におけるビジネスチャンスの拡大。
- 25 新たな事業展開をしなければ地域経済が停滞したままになる。
- 26 農家、農村部の所得向上のため
- 27 ・農家の所得確保の観点から有効な手法だとおもう。
 - ・一方でJAなどの関わり方が難しいと感じている。
- 28 農業がもうかる産業であるべきであり自給率の向上につながるのでは。
- 29 農林業、中小商工業の国際競争力アップには流通に手をつけることが大切と考えるから。
- 31 新しい事業をするにあたり、地域全体が活力を持つ事が大切であり、一つのツールとして考えるのも良いと思った。
- 32 大、中、小の農業により身の丈合った六次化のすすめが必要。
- 33 「食は命」であり農業問題は、田畠を持たない消費者にとって重用且つ深刻な問題であります。主婦として母として農産加工業者として、農商工連携を進め海外に輸出出来る様な製品を研究、開発して行く事が大切と考えます。農作物は地下資源の無い日本にとって有用な資源となるとも考えています。
- 34 今の現状では農林水産業が生きのこれないから
- 36 地域振興のため
- 37 単独産業では先々進歩が望めない。進められなくても意見交換などを進め、向上を目指さなければ産業として成り立たない。
- 38 生産から流通までの流れを一元化することにより、互いの情報提供につながるし、双方で同じ様な事業を計画される場合があるため。(無駄をなくす)
- 40 現在の国際状況、特に中国に依存度が高すぎる。安全、衛生を含めて、「ギョウザ」問題も忘れられて、危険な国で、日本の安全農業へ、もっと消費者も日本国家も力を入れるべきだ。事業仕分けしている場合ではない。
- 42 今の日本において、進むべき方向と考えます。一次産業者がもっと元気になる、それが一番の景気対策の底上げかと思います。
- 43 地域活性化に貢献するから。
- 44 農業、漁業振興
- 45 地域活性化の核になる取組であると思う。
- 47 チャンネルの一つとして成立することが大切。農業者の選択肢が増えればいい。
- 48 地元の食材を使うことは他企業製品との差別化が図れ、新商品開発には有効と思う。増産した場合、また、減産した場合の生産地での対応など課題はある。商品自体の産地表示義務品目が増えていることからも、国産原料が求められている傾向は強くなると予想され、企業としても農家との連携も考えていかないといけないと思う。
- 50 供給のみで経営が成り立つ状況は終わっているのでは?
- 51 自社で完結するのではなく広がりを。

- 52 新ビジネスとして色々な事が考えられる。例えばITビジネスのコンテンツになる。
- 53 農業・農村の知的財産（郷土料理や風習）を無料材料としてみる傾向が不安。進めるべきだが、「農」をおきぎりにしない方向を商を中心だと不安定な国産より安価で気象的にも安定した外国産に材料をもとめるようになってしまわないだろうか。
- 54 農業者の高齢化に伴う地域の活性化を図る上で重要な位置付ける。
- 55 農業振興を進める上で、6次化は有効な政策の1つと考える。
- 56 日本が不景気な今、色々な道を探していくしかないと思うから。
- 57 農商工の連携は、原材料である農産物の活用面から賛成。6次産業化は、大半の農業者は、自らが取組むためには高齢化などで時間、賃金など余裕がない農業従事者の確保の方が現実、必要と考える。
- 58 手をうたなければ生産現場は先細りの道しか残されていない。
- 60 農林水産業の活性化のため。
- 61 地域が活性化するために必要。

京都会場

- 1 農家の所得改善によって農村文化の普及し住み良い社会になる。
- 2 地域を担う受け皿がなければ発展しない。新たな産業の可能性がある。
- 3 地域活性化
- 4 農業だけではむずかしいが、企業との連携により相互扶助の可能性があると思う。
- 5 作るプロ、売るプロが是非協力するべき。
- 6 生産のみでは農家の所得に限界がある。例・加工用の大豆？？の販売 加工会社に安く買われるか。・自力で又連携して販売また、持っていくためには、生産面、販売面等かく場？の努力が必要と思いました。
- 7 何をやるにしても本人のやる気が一番だと思う。役所が進めようって難しい。
- 8 第一次産業、農林水産業を支援して、若い後継者や従事者が出てくる事が大事だと考える。総合的にせず、やる気のある方への積極的な支援が今こそ求められている。
- 9 一次産業事業者自らが経営◆◆を創出の期会としてはいい。
- 10 農業・漁業の就業者が安心して働く背景をしっかりとくる。
- 11 耕作放棄地の増加、自給率の低下を救済すべく6次産業は必要である。
- 12 今までは山村が存在できないと思う。
- 13 第一次産業が高齢化になり若者が定着しないから。
- 16 値値を高める必要がある。
- 17 消費者のニーズをぐみ取る力が、農業者団体に欠けている側面であり、今後、農産物を販売していく中で、これまで通りの販売手法ではいつか立ち行かなくなつた時に困る。ただし、それには商側の農業に対する理解が必要であり、それが進んでない現状、進めることは難しいと思われる。
- 18 一次産業の活性化→地域資源の活用→地元の活性化
- 19 農商工それぞれの得意分野を生かすだけでなく、足りない部分を補足できる方法。6次産業化はリスクが高く難しい。
- 20 農林水産業をもりあげていくためには、出口の部分が弱いので商との連携は必要。

- 22 今までの食品産業や流通への食材供給は行つてきているが、主体は農以外、今回の6次産業の取り組みを契機に農が主体的（せめて平等）に取り組めるよう進めていきたい。
- 27 今までは自給率50%どころか現状維持も難しいと思うから。
- 30 日本の農業の再生・発展のため今後、不可欠のとりくみを考える。
- 31 ほとんどの一次産業の生産品が大手量販店に価格を決められてい中、新たなる販売チャンネル、販売手法を持つ事は必要であると思われる。
- 32 いつまでも“生産指導”だけでは農家を支援する行政の役割は必要でなくなる。マーケティング、農商工連携、6次産業化は、今後、普及の柱となるべき。「普及員の意識改革」プランナー、コーディネーター機能の強化。
- 34 農家、農業の活性化に有用。
- 35 付加価値を高めなければグローバル化に対処できない。関税撤廃による直撃に恐れおののく小規模生産者を勇気づける多くの事例が必要。
- 37 支援事業もそうですが、もっと国が消費者へのアピール（CM）意識づけをしてもらいたい。連携事業認定の差別化等。その商品の販売支援、たとえば、エコポイントの様な販売店もメリットがある様。
- 38 これを行わなければ日本の原風景がなくなる。（限界集落、失◆、里山→これをもって、新興国にいざれノウハウを輸出）
- 39 今日の一次産業における閉塞感から。
- 40 国の食糧自給率の向上・地域経済の活性化

札幌会場

- 1 正直、どの程度社会に必要かはまだつかないが、やってみる価値はある。
- 2 北海道にとっては非常に重要な業界であるため。
- 3 北海道は素材の豊庫と言えながらその素材が素材としてしか活用されていない。埋もれている北海道の宝を活かしたい。
- 4 農の課題、何をやりたいのか、出来るのかに迷いがあった場合、様々な情報、アドバイス等あった方が良いと思う。
- 6 地域産源をもっと有効に活用し、所得、地域活力に結びつけたい。農水産商工の人材にすばらしい人がたくさんいる。その方々が結びついて知恵を出し合い人脈を共有できることで付加価値を産み出せると思う。
- 9 地域活性化のため。
- 10 地域活性化のため。
- 11 農家の人は頑張れば頑張る程損して、その補てんを税金でという負の連鎖をたち切るために、今でこ入れをすることが必要。人材育成の面でも貢献できると思う。
- 12 地域が活性化する。
- 14 北海道が生きるために1次産業に軸を置いた2次・3次産業の展開は最も重要なポイントの一つである。1次産業なくして北海道の発展はあり得ず、高付加価値化差別化により国際競争に対応していく必要があり、自給率の向上にもつながると考える。
- 17 地域経済の活性化を図る上で、有効な手段であるから。
- 19 販路開拓には各分野との連携が不可欠。
- 20 取組みたい内容、人材が人にいるため。
- 21 所得の低下をなくす。
- 22 事業を拡大し、官・民相互を協力で自給率のアップと雇用の拡大をする為。

- 24 北海道の農林水産業の優位性を活かした産業を発展させ、北海道の製造、流通、観光産業の競争力を高めるため。中小企業の相談にも農業生産法人の問合せが増えている。
- 25 農業生産者の自立化促進と生産性向上。
- 27 TPPなどを始めとして、一次産業が安定的に產品をそのままの形で売り続けることは困難な状況が続くと考えられる。やはり、何らかの価値を高めると組みは必要、また、商工等自体（→地方群にその傾向が強い）も手詰まりとなっているようであり、連けいによる新たな展開が必要と考えられるため。
- 28 社会政策として有用と思われる。
- 29 地域（地方）に人がいなくなる。一町がもたない。
- 30 1次産業は、もっと消費ニーズを直接知るべき。2次3次産業も1次産業の実態をよく知るべき。
- 31 地域活性化につながる。農業をかかえる地域には期待することが大きいと思います。
- 32 地域経済の振興のキーポイント。北海道では食=加工による雇用拡大を図るべき。
- 36 農業者の所得向上なくては担い手がいなくなり地域がさびれる。
- 37 各産業の意識や感覚を理解し、事業化に中小企業のハンディをのりこえ取り組むべきである。
- 38 自らの努力で発展をめざす。自由主義からの発展が、今、全体にとって必要と考えます。
- 39 農業の進む方向として必要。
- 21 地域資源の活用ができる。
・農漁の発展により地元経済の活性化につながる。同時に商工にもなんらかの影響がある。
- ・雇用の創出。
- 22 農業者も生産にたずさわるだけでない農業者が地域のまた農業者間の活性化につながる。
- ・差別化（農業者間の）が進めば競争が進む。従って、所得向上や集積（土地）も進む可能性がある。
- 23 食の根底が農業であり、今後、グローバル化が更に進むにつれて、国内の農業が重要になり、農商工連携が不可欠だと思うから。
- 24 農村の衰退をくい止める必要があり、その手法として有効と考える。
- 26 現在の農業だけでは所得の向上に限界があると考えられるために進めるべきと考えるが、行政が考えることと現場（農業者）との間に差があると思います。
- 27 一次産業及び地域の活性化のため。
- 28 これまでの農業分野の考え方や視点では、衰退してしまう。よって、異業種のノウハウやアイデア、農家の意識改革をともなう新しいモデルの構築が急務であると思います。但し、中小企業や農業法人だけでの連携ではネットワークや資金面で不十分である為、国の施策や地方自治体のバックUPは数年必要と思われる。
- 29 「TPP」等近い将来に関税の撤廃の方向にむかうと思われ、農業の経営を発展させて行く必要がある。
- 30 必要に応じて企業も農家も相談できるシステムが要求されていると思う。何をどうすすめていったらよいのか、事例などを利用できるように考え、研修など行う体制も継続していくことが有用ではないか。
- 32 収益性の高い、生活者のニーズに合った新たなビジネスを創出するには、分野を越えた連携が必要と思われるから。
- 33 現在プロダクトアウト→マーケットインと言いますが、下から目線が大事な時代だと、主婦として、消費者として感じています。（市民団体の運営活動より）プロとしても大事なことを感じています。
- 34 農村の活性化
- 35 農業者の高齢化などを考えると農業が生きられる6次産業が必要。
- 37 新たなビジネスモデルの構築に向け足がかりをつくるため。
・地域環境（社会）と文化を守る必要があると思うから→社会全体のつながりと活性化に貢献。
- 38 農業生産振興の新しい型と思う。
- 39 産出額のUPはこれしかないと思われる。
- 40 日本の農業農村農民に元気が出て、活性化するためには、地産業、地域産業、地域住民、組織との連携は不可欠である。
- 41 食料自給力の向上
- 42 それぞれの分野の強みを結びつけることで、オンリーワンになり、地域が活気づくからです。
- 43 地域での雇用の場もなく、活性化するためにも、必要、必要と思っているいろいろもがいているが、進まないのが現状（人材、資金）。
- 44 東北での一次産業のウェイト（経済における）は非常に高く、この活性化は避けられないものと考える。
- 45 地域農業の存続、集落営農、地域の活性化等々、地域や市町村、県域のコラボレーションが必要か。各産業単独では生きぬけないのでないか。（日本の産業全体の連携が必要なのか）
- 46 地域資源の活用、地域ビジネス、雇用。

仙台会場

- 2 (1) 日本の1次産業の発展と地域発展の為。
(2) 日本の産業構造の改革とFTA等対応の為 等。
- 4 1次産業で冷え込んでいる現在の経済状況を開拓するため。
- 5 地域を支える基本産業である。食からの展開はいろいろな方向へ広げやすい。
- 6 地域に根ざした農業経営を目指す。
・米に依存した農業では将来性がない。
- 8 地域活性化とは地域の人が「仕事があること」だと思う。雇用・働く場所をつくり出す必要がある。
- 10 農産物の販売だけでは、売り上げの拡大が難しいから。
- 11 日本は農耕民族。農業（家）が元気にならなければ・・・。
- 12 農村を活性化させたいから。
- 13 農家も協力して付加価値向上に積極的にとりくむべき。
- 14 農を生業にするから農業なのである。産業として体系化して整えるべきである。地域の雇用を確保し地域を守る。
- 15 地場資源の有効利用による輸入依存型の食糧事情からの脱却。
・雇用の確保と地域コミュニティの拡充。
- 16 地域資源の活用のみならず、保全・創出活動につなげる地域再生システムづくりと雇用創出に向けて。地域住民主体のコミュニティづくりに向けて。
- 17 このままでは日本の農業の将来が危いので。
- 18 食の安心・安全は、いかに生産と消費を近づけることができにかだと思う。また、農業で所得を上げるには、生産するだけではむずかしい。販売も含めた中で、所得を上げていくことが必要だと思う。
- 19 人が生きていくためには「食」はかかせないモノ。それは、今後も未来の子供達にも伝えていくモノであり、それに関わる人や環境が大事と感じております。
- 21 地域資源の活用ができる。
・農漁の発展により地元経済の活性化につながる。同時に商工にもなんらかの影響がある。
- ・雇用の創出。
- 22 農業者も生産にたずさわるだけでない農業者が地域のまた農業者間の活性化につながる。
- ・差別化（農業者間の）が進めば競争が進む。従って、所得向上や集積（土地）も進む可能性がある。
- 23 食の根底が農業であり、今後、グローバル化が更に進むにつれて、国内の農業が重要になり、農商工連携が不可欠だと思うから。
- 24 農村の衰退をくい止める必要があり、その手法として有効と考える。
- 26 現在の農業だけでは所得の向上に限界があると考えられるために進めるべきと考えるが、行政が考えることと現場（農業者）との間に差があると思います。
- 27 一次産業及び地域の活性化のため。
- 28 これまでの農業分野の考え方や視点では、衰退してしまう。よって、異業種のノウハウやアイデア、農家の意識改革をともなう新しいモデルの構築が急務であると思います。但し、中小企業や農業法人だけでの連携ではネットワークや資金面で不十分である為、国の施策や地方自治体のバックUPは数年必要と思われる。
- 29 「TPP」等近い将来に関税の撤廃の方向にむかうと思われ、農業の経営を発展させて行く必要がある。
- 30 必要に応じて企業も農家も相談できるシステムが要求されていると思う。何をどうすすめていったらよいのか、事例などを利用できるように考え、研修など行う体制も継続していくことが有用ではないか。
- 32 収益性の高い、生活者のニーズに合った新たなビジネスを創出するには、分野を越えた連携が必要と思われるから。
- 33 現在プロダクトアウト→マーケットインと言いますが、下から目線が大事な時代だと、主婦として、消費者として感じています。（市民団体の運営活動より）プロとしても大事なことを感じています。
- 34 農村の活性化
- 35 農業者の高齢化などを考えると農業が生きられる6次産業が必要。
- 37 新たなビジネスモデルの構築に向け足がかりをつくるため。
・地域環境（社会）と文化を守る必要があると思うから→社会全体のつながりと活性化に貢献。
- 38 農業生産振興の新しい型と思う。
- 39 産出額のUPはこれしかないと思われる。
- 40 日本の農業農村農民に元気が出て、活性化するためには、地産業、地域産業、地域住民、組織との連携は不可欠である。
- 41 食料自給力の向上
- 42 それぞれの分野の強みを結びつけることで、オンリーワンになり、地域が活気づくからです。
- 43 地域での雇用の場もなく、活性化するためにも、必要、必要と思っているいろいろもがいているが、進まないのが現状（人材、資金）。
- 44 東北での一次産業のウェイト（経済における）は非常に高く、この活性化は避けられないものと考える。
- 45 地域農業の存続、集落営農、地域の活性化等々、地域や市町村、県域のコラボレーションが必要か。各産業単独では生きぬけないのでないか。（日本の産業全体の連携が必要なのか）
- 46 地域資源の活用、地域ビジネス、雇用。

- 47 所得の確保のためには、地域の雇用が重要であるが、大企業の■■■などには限りがあるため、地域に■にある資源をいかして地域でお金を還元させる仕組みが必要だと考えるから。
- 48 農村の活性化のためには6次産業化は大きな力になると思います。6次産業化によって内発的なエネルギーを生み出すことが、地方の活力向上につながるものと考えています。

熊本会場

- 1 ・農業（一次産業）を守り育成することが重要なため。・地域の活性化は、必須の要件と思われるため。
- 2 ・農業が補助・援助なしに堂々成り立つ。「本来」に戻すために！是非、進めて頂きたい。
 - ・農林水産業の方、その御本人の幸せ、繁栄のために事業を推進して頂くために！（周囲、関係者中心ではありません。）
- 3 ・高齢者農業に対する問題解決が必要だと思う。
 - ・地域活性化の取組の必要性を感じる。
- 4 利用できるものは利用する。
- 5 農業者が高齢なので、若い農業者が増えるように生産した物を販売できる様になれば、若い農業者が増えると思います。
- 6 やる気、意欲のある農家にはとても良い。
- 7 関税のてっぱい等で、農産物の生産・販売のみでは限界があるので。
- 8 農業・農村の活性化のため
- 10 農畜産価値の低迷下で農家所得が低下しているため。
- 11 地域経済と農業が密接に関係しているから農業者が自ら加工、販売に取り組む必要性を感じます。特に、医療、介護、観光など、今後、伸びる可能性がある分野に農業の分野と連携する事で相互に利益があると思う。
- 12 6次産業化とは何かまだわかつていないため。
- 13 ・農村地域の活性化、担い手の確保是非のため。
 - ・農業者の所得向上
- 14 値決められる農家、農村から、付加価値を商品化し農家、農村に帰属させていくことが重要だから。その手段として推進すべきと考える。
- 15 生産か、消費者かでの■■■などを欲しているかを知る意味でも進めていくものである。
- 16 しかしながら農家が六次産業に取り組むにはよほど慎重に取り組まないと大事になる事例も多いことからもっと参考になる研修会を期待していましたが残念でした。
- 17 農業者と消費者の中間流通業者が多く存在しており、今後のTPPへの参加者を考えると生産者と消費者をもっと端的に結ぶ必要がある。
- 18 農家所得増大の可能性があるなら進めるべき。
- 19 既存の体制（農は農のみで全て事業を実施）は困難と思う為。相互のメリットになるならば、各分野の連携は前向きに進めるべきと考える。
- 20 農林漁業者の所得向上のため。
- 24 農業の振興をはからないと農家はダメになる。
- 25 農業経営（所得向上）及び地域活性化のために必要と思われるから。
- 26 農業経営に厚みをもたせるため。
- 27 農業又、地域として地もと地域を活性化していくなくてはならない。
- 29 農商工が一定によくなればと思います。

- 31 現状での農産物の不安定さや価格低迷を考えると経営の安定化のためには必要と考える。
- 32 農業（農村）の活性化
- 33 農業者の所得向上のためには必要。
- 35 農業の振興と地域の活性化のためには不可欠と思う。
- 36 地域振興
- 41 農業の活性化、発展が必須と思うから。
- 42 青果は日本においてほぼ100%でしょう。ただ、加工高は輸入がまだまだ、それに保存とか考えると、加工はますます必要と思われる。ただ、今後のTPPとかに勝つ方法の6次産業化に進めるべきと思う。

東京会場

- 1 これから日本は一次産業と三次産業の連携が重要と思うため。
- 2 国の自給率を向上させるためにぜひ必要と思う。農業の地域向上を図る。（商業者の思うようにさせない。）農業と消費者（含加工者）間の情報交換をどう進めるかが重要と思う。政治面への提言（農業のあり方等）する資料づくり。
- 3 TPP、自給率等諸問題の中で生きる道をつかむ。
- 5 農業のシーズ、商業工業者のニーズ、共に生かすことが大事思います。
- 6 農業の発展、経営の安定にとって重要。
- 7 地域活性化に役立つから。
- 8 一次産業の所得の確保と地域の雇用確保による地域の活性化が必要。
- 9 日本の食の安全安心をささえるベースとなる活動だと感じた為。
- 10 地方（岩手県です）の小売業（食品スーパー）が生き残るには、ナショナルチェーンとの違いを打ち出す必要があります。それには地域の農水産物を原料として、地域での製造（加工）工場を有効に活用した商品化が望まれます。
- 11 自給率を上げる為には必要不可欠であると考える。食品小売業の売上不振をやぶるためにには、今以上に地産地消を県全体で取り組む必要があると感じる。
- 12 農業者が食品産業を取り込む（6次産業化）等。地域に合った進め方で地域を活性化する。
- 13 農業の再生が重要。今やらないと今後チャンスはない。
- 14 販路のアテのない農業は存続し得ないと考える。
- 15 生産者の意識の改革のためにも進めるべき。特に漁業資源維持のためにも。
- 16 今後の国内経済地域主体による活性化のためには、農林水産業が基軸となる。農林水産業を起点とする経済活性化には大きな可能性を秘めている。
- 17 現在の食品産業において、未だにシステム化されていない、ミスマッチな産業構造や仕組みがあると考えており、農商工連携、地域産業クラスターの手法で、その耕造や仕組みの中にある問題を解決できるのではと思っているからです。
- 18 農業の活性化（TPP対策含めて）のために販売及び加工販売の促進が必要。
- 21 農家の安定収入を図るため。農業の維持・継続のため。
- 22 （1）地域資源活性化、農商工連携等々、農業再生の諸施設の集大成が6次産業化法と認識しております。（2）農地開放以来、戦後の農政は「施し」（補助・補償）が中心だったとの感が否めません。

- 今後、創造する「農業者」を重点的に支援し、国際的に開放された状態でも、生き残れる農業者を育成する本格的な政策が必要であり、6次産業化はその結果と存じます。
- 23 農家所得を確保する手段として、農産物そのままの出荷では足りなくなっているから。
- 24 地域農業を一層活性化させるため。
- 25 ・農業の維持に必要。・地域の活性化。
- 26 現在の農業生産収入の低下を考えると農商工連携は一つの新しい道であると考える。しかし、実際にはなかなか進めるのは難しく成果がでにくいと思う。
- 27 農の弱い部分を商工でおぎなっていくべきだが、対等な関係を築く面が難しいと思う。対等な連携ができた時の効果ははかりしれないと思う。
- 28 農は今後、国外からの影響が大きくなり、変わらざるを得ないと思います。どうせ変わるのであれば積極的に主体的に連携、6次産業化を進め、自ら変わっていった方が良い形になると思う。
- 29 TPP等これから一層競争が激しくなる中、競争力をつけるためには必要。
- 30 一次産業の閉塞感をやぶる手段。
- 31 生産・加工・販売の連携が国内の農業生産の定着に重要と思う。
- 32 すべてではない。
- 33 矢花室長の言われたとおり、農山漁村地域の再生・活性化は現在の閉塞感のある日本の農の課題でそのための戦略として6次産業化は非常に重要であると考えます。
- 名古屋会場**
- 1 各分野の融合により産業の活性化が期待できるため。
- 2 産業が未成熟で市場の確立が必要な為。特にロスとムダの発生しない物流市場。
- 3 農業者単独では、日本の農業の展開はないと思う。知恵を出し合って、商品化して農産物の栽培を増やしていく。不耕作地の増加を止めることができると、農業収入の増加を図っていくのでは・・・と思う。
- 4 日本の農業を活性化させるため。
- 5 農業を中心として強い農業産業を作ることが必要。加工、流通の主導権でない。もうかる農業を目指すべき。
- 6 1つのちからでは可能性は限定されていくが、連携することで見えてくにかつたもの、できなかつたものが広がることを感じる。
- 7 農産物に付加価値を付けること、組織で立ち向かうことが重要と感じるため。
- 8 日本農業の基盤を構築し、JA依存から自主農業経営の体制を完成させる。今日のJAは不要。
- 9 農の見直し、復興から高齢者社会に向けた低成長社会への対応の為。
- 10 農業の低迷の労働賃金等小規模農家の後継者問題から地域に入り農業をしたい若者を募り、体験イベントから興味を持たし移住して、本人達のやりたい農業は、事業としてなり立つ商品作りを指導し、買って頂いても残るものから2次製品の加工を指導し、商品開発案を提示して、次なる6次産業に繋げて、地域もからんでと事業を実現しようとしていますが、資金についての指導をNPOが受けれる方法があれば、伺いたく、そして若者達に生きていける方法、生活の出来る農業を伝えたく勉強中です。
- 11 農山漁村の活性化、自律化、継続化
- 12 ・食料自給率の底上げにはかかせない。
・TPPへの対抗策。
- 13 ・自立する農を育成する。(農協に単純に依存しない。)
・付加価値の高い商品・加工品を一貫生産する等収益のあがる農業として育成して、魅力のあるもの、ある程度稼げるものに育てていく事が必要だと考える。
- 14 農・商・工それぞれが、メリットを持てる活動の展開は難しく思うが、生き残りの手段、発展の手段、地域が生き残る手段として考えていくべきだとは思う。
- 15 日本の農業を消費者のニーズを踏まえた「より価値の高いもの」にするためには6次産業化を一層推進していく必要があると考えます。
- 16 日本において「農業」を発展させなければならないと思うから。
- 17 地域にお金が落ち、活性化が進むと同時に強い農業基盤が築けていくと思う。
- 18 地域の潜在的な人材、資源が発展できるきっかけとなる。
- 19 外部環境の変化に対応するには、6次産業化が必要だと考えます。
- 20 農林水産業が1次産業としての役割だけを果たしているだけでは、今後、発展しないと思うので。
- 21 必要不可欠である為。
- 22 農家の所得向上と、消費者サービスの向上
- 23 地産地消、輸入に頼らず、国内の強みを活かして安全な食文化を発展させていく必要性を感じます。
- 24 若い農業従事者の意欲を高める。農業生産意欲を高める。
- 25 ・金融機関の意見となります、農商工連携及び6次産業化による資金需要の増加が考えられるから。・地域経済の活性化。
- 26 FTAやTPPを前提として考えた場合、一次産業の政府支援からの自立が欠かせないこと。
- 27 農業の所得向上。
- 28 農業者の所得向上のため。日本農業再生のため。
- 29 農業生産構造の弱体化が進む中、テコ入れが必要であろう。点から線、線から面への地道な取り組みの中から農村産業を構築することが大切である。
- 30 地域資源をどう活かすかが課題であり、〇〇らしさの創造やまちづくりに推進すべき。
- 31 地域全体の活性化につながるから。
- 32 農業の衰退により後継者(担い手)育成をする為に必要。
- 33 農業振興には重要なテーマと考えるから。
- 34 農業者所得の向上のためにも重要と思う。
- 金沢会場**
- 1 地元のものは、地元の人が欲しがっている。
- 2 連携の効果引きをさせるため。
- 3 地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す。農山漁村地域の再生、活性化のためにも、色々な協力機関との連携が大事になってくると感じました。是非今後も進めるべきと思いました。
- 4 各者、以前は深くつながっていたと思うが規模拡大世代交代などによって専業化してつながりが薄れてきたのだと思う。このつながりが再生されて始めて産業となると思いますし、ゆくゆくは輸出もと思います。地域振興につなげたいと思っています。
- 5 農家が農業だけで生活していくのは難しいから。
- 6 ・真に必要な“食”的在り方を問い合わせる機会の増大。
・健康な食材の必要性と普及。

- 9 日本農業の振興のため。
- 10 ・地産地消がよいと思うから。
・地域（農林）の発展活力が大切と思うから。
- 11 出会いの機会をつくることはよいことだと思います。
- 13 農業がもたない。
- 14 生き残るため。
- 15 20年以上前から必要と言われてきた分野。遅すぎるくらい。
- 16 資本主義の宿命。新しいモノを生み出し続けないと利益を維持出来ない。付加価値を付けてようやく以前の価値と同じになる。
- 17 農業者の所得増加や目的を持った野菜作りでいる。（若者に農業の方に興味を持ってもらう。）実質は生産者の高齢化が進んでいる。
- 18 農業の所得の向上のために進めるべきだと思う。
- 19 ①地産地消の推進、食の安全、日本経済の発展 etc. の観点から流通革命（コストダウン）、TPP 対策として進めるべき。
②一方、国の施策で一斉に皆が 1 つの方向に向いていくのはどうなのかと思うところもある。
- 20 農協職員ですが、これから農家が残るためにには依存するのではなく、自立が必要であり自立するためには多方面からの協力も必要を感じるから。
- 21 ・雇用機会が増える。
・地方が発展するけど、何もないところ（羽咋のようなところ）では難しいのかなと思います。
- 22 今後、益々、市場の縮小が見込まれ、今まで行つていってないものをどんどん連携していくないと難しいから。

問9 農商工連携・6次産業化事業についての意見、本研修会に対する要望

岡山会場

- 3 6次産業化事業化成立のためには TPP を国として早く取りまとめ参加することである。
- 8 輸出促進の研修会に参加してみたい。
- 9 パネルディスカッションの形を各お話をされた人に聞きたいことが多い人のグループに分かれて、より専門的な題を深く聞けると思います。
- 18 消費者側のニーズ、アイディアも取り込めるネットワークの構築。
- 19 コーディネーターの連携が出来れば良いと考えます。
- 20 新商品開発などにとどまらず、村づくりや観光業など異業種と上手に連携できている仕組など多く聞いてみたいと感じた。
- 21 事例をもっと簡単に件数を多く発表する方がよい。
- 23 今回のような取り組みを今後もされる事により農商工連携の活性化に繋がるような形になれば幸いです。
- 26 6次産業化にとり組むため、もう少し詳しく制度など教えてほしい。
- 27 国の支援制度は直採が多い。地域との関係が深い県や市町村の介入が困難で今後推進上の課題になっていると思う。
- 29 農商工連携と6次産業化は競合する面があり、その側面についてのコメントがほしかった。
- 31 農家は、コスト計算や企画立案、自分のビジョン等自ら考え実行するには、やはり、コーディネーターが必要である。申請書を書くにしても手間がかかり、難しいと思う。やはり、行政やJA、商工会等の連携が必要である。
- 33 命である食を輸入に依存する事は得策ではないと考えます。先ず自給率を上げる事が大切ですが現在の様に多様、多種多様にわたる食

習慣を持つ（パン、そば、うどん、スペゲティ等）ようになった今は、米を活用する事にも限度が有ると思います。私は少し方向を変え、海外でも重宝される様な食品に加工して（国内は勿論ですが）販売出来るように努力しています。

- 34 事例の発表とそれに対する質問意見だけの会も開けばよいのは?

36 ビジネスの視点を持った人達の育成

47 講演の順番が変わったのは致命的。食と農研究所さんの講演が無意化したのではないか。

50 地域資源の再認識、発掘がなかなかムツカしい。

51 農商工・6次産業にしても支援の政策等が受けやすくなる様もっと解る様に（研修会だけでなく）

53 健康増進法や景品表示法などで「本当にうちの郷土のものが日本一、体にもいい」という素直な気持ちが現せないように思い今後の農商工連携、6次産業の妨げとなると思います。反面、商側には、「無農薬」「健康にいい」などという「売る表現」を使いたがり、農のまじめさが反映されていないように思う。パネルディスカッションがあまりにも広い話題だったので残念でした。発表者や基調講演に即した方がいいと思いました。

54 先進事例の発表では、どういった点に苦労したか、どういった面で良くなったとかを話して欲しかった。6次産業化の推進については、重要なポイントを絞って説明して欲しかった。

55 一般の農業者は、普段は農作業が忙しくて、加工や販売などにまで考えがおよばない。6次産業化の推進には、グループ化（連携の強化）を進める必要があると思うが、そこがうまくいかどうかがポイントと思う。

57 それぞれの持ち時間は守りましょう。せっかく聞きたい内容が、くどい説明で聞けなくなるのは残念です。

60 本研修会参加者の県別と事業内容がわからぬといいます。

61 写真をもっとスクリーンで説明者の方が掲示するともっと理解が深まります。スクリーンが文字ばかりでびっくりしました。

京都会場

- 1 6次産業化の実例がとばしかった。
- 2 現場の実態を知った方の話を聞きたい。（問2との関連）
- 6 両事例の現地を視察させていただければと思います。
- 7 4時間にわたる長ちょう場であったが、コーディネーターの片岡先生がうまく、長だるみせずに終わったと思う。でもあと1回は休憩がほしかった。会場がいまいち。
- 8 （有）未来教育設計の説明がいらない。説明の両社の代表者が来ておられるので、苦労話など説明していただいた方がいいと思いました。
- 10 1日をかけて成功事例の発表を多くしてさまざまな角度から学ぶないでくると何か強いものが伝わらない。地域が活性化して経済効果ができるようにしたい。
- 12 プランナーが具体的に活動出来るのはいつからになるのか知りたい。
- 13 府県が今後主力になりアドバイス等に力を入れてほしい。
- 16 手の届きやすいような事例紹介があるとうれしい。
- 17 JAは新規事業を始めることに対し、現時点で直売所が盛況の中、消極的になりがち。その中で、いきなり「農商工連携」という言葉をもって推進することはまず無理。まずは、農産物を使いたい実需者

に対し、農産物を卸す等から事業に取り組みはじめ、徐々に難しい事業に取り組んでいかないと進められねい。まずは、その様な商側のニーズを知りたいので6次産業俱楽部の掲示板の充実と周知を図っていただきたい。

18 農商工連携、6次産業化の成功事例の紹介。

19 連携体自身の声をもっと聞きたかった。

23 農政局のホームページ「もてなし郷土情報」を見ました。農家レストランの紹介では、道の駅や直売所に併設されたレストランが掲載されていますが、私が思う農家レストラン（地域の食材を使って、農業者が運営している）のイメージとはかけ離れてたものもあります。農家レストランとは何か、定義を設けていただけないでしょうか。

27 小学校、子供時代からの農業、食料への教育の強化、啓もう活動。

31 私どもの様のような御業者は日本国内はもちろんの事、広く国内外より商品を受け同じく広く国内外のほとんどの業態へ販売しております。単独で苦労されるよりも、御相談いただければ、必ず新たなビジネスは発生するものと思われます。是非、もっと御活用いただければと思います。（効率ははるかに上がると思います。）

32 「地域農業の活性化→地域活性化」とした仕事をすすめるにあたり、農林部局だけでなく、他部局、民間、生産者、地域住民が一体となり、win-winの関係をつくっていく、そのような仕事に今後もたずさわっていきたいです。

35 コーディネータは真に能力のある人物である必要がある。新連携は、作文のみが上手なコーディネータが多く、税金の無駄遣いの典型的なワク組みだ。農商工連携はそのようなことのなきよう質を高めてもらいたい。

36 農業を知らない都会の人に、農業の鰐の頭のような部分を誇大に宣伝して誤解を拡大しているだけのようを感じる。直売して新しい商機をつかもうとする人間はもっと自由にやらせればいい。だが、農水省が過剰に太鼓をたたくべきではない。

・過剰対策は◆の問題！！

37 問7でも書きましたが差別化を進めてほしい。

39 講師の顔が見えるよう会場選定をお願いしたい。

札幌会場

3 特に連携を検討する際のワークのシェアや、アウトソーシングなど、具体的なコストと報しゅうの分配などに無知なため、今後勉強していきたい。交流会でも相手方の職業がわからないと挨拶もしづらいと思います。

4 研修会は有意義であったが、農業（一次産業）従事者にもっと参加してもらい、内容を知ってもらうべきだと思う。（参加者一覧を見たところ、大変少ないと思う。）

7 農政事務所様からのご案内までいました。政治的な話は不要。農水省として事業が成立するための策について示して欲しかったです。

15 ホームページ上の（メルマガ）の事例集は助けになる。先のことでは分からないが、申請補助が迅速に成されたらうれしい。

19 農商工連携の益々のご発展をご祈念申し上げます。

24 農林水産品加工に要する設備投資に対する支援（助成制度等）が課題である。

29 農産の生産者の話（パネラー）も聞きたい。

30 農業の基本は生産にあり、しかも国際化に負けない生産か、価格力をを持つべきである。その力を持つことによって6次化が生きていくと思う。国際化に勝てる農家（法人）でないと6次化は無理ではないだろうか？農水省は強い農家（法人）の育成に特化し、6次化は経産省に任せるべきではないだろうか？

32 異業種（特に建設業）の参加機会の拡大が図れるような研修を期待。

37 基調講演でとりあげられたY町とは具体的にどこか教えてほしい。

名古屋会場

4 6次産業化の具体的な支援申請方法を知りたい。事例紹介は様々な場所で見聞きしており、ある程度充分。ほかのことが知りたい。参加者に農業者が少ないような気がした。

11 ・もっと広い会場 ・部門別に席を（名前、札）、参加者同士挨拶したくてもできない（交流できず）
・音（後の席ではスピーカーがない為、話（特に司会者の声）が良く聞きとれず。

12 どこに相談に行つたらいいかわからない。

13 PRを上手にすればさらに大きな会場でも開催可能と思われる。行政レベルの参加者ばかりでなく農家・法人の方が集まれる方策を（PR）。

16 事例集をまとめて下さい。（特に苦労した点、どう乗りこえたか、コーディネーターは誰か、連携システム、クラスター形成はどのように）

19 六次産業のプランナーは今後重要となってくるのを本研修で感じました。六次産業を進めるとしたら行政にたずさわる者として、様々な法、基準、規格（食衛法、JAS法 etc.）をクリアしていかなくてはならなく大変なものである。

21 コーディネーター支援機関としての取組み手法、又、支援機関の活用法を事業所、生産者へお伝えできれば、各団体で行っているマッチングの機会を周知できればいいかと思います。

28 ・小規模でも事業支援（補助）が可能な仕組み
・実務のできるプランナーとコーディネーターの育成が必要だと思いますのでそのような対象者向けの研修や講座の情報を頂きたく。

29 支援していくための事業・補助金等の充実。もっと使いやすい制度をしてもらいたい。

32 農水省と経産省がもっと連携してほしい。商工関係者にも聞いてほしかった。

37 失敗の事例があれば、今後の参考となると思う。

40 ・農村地域の文化事業と六次産業化をどう連携するのかなどの話が聞けたらと思います。

・TPPと六次産業化との関連性（TPP締結により六次産業化が推進できるのか？）

42 農・商・工3者が一同にあつまって、それぞれの立場からの失敗、成功、悩みを発表していただけるキカイがあればいいかなと感じています。

43 今後、取組みを考えていく参考になりました。

44 事例（先進）の現場での研修

45 今回のような研修や、支援策の情報がほしい。

48 農商工連携先進事例発表について、単なる事例報告だけでなく、分析した結果として得られた本質についてさらにふみこんだ考察をお

話していただけたら、さらに良い研修会になるのではないかと思います。

熊本会場

- 2 事例は、その事例のご本人にできればその現場でご指導頂ければ有難いです。
- 5 地域の農家の家庭料理や祭りの時の料理などのレシピを残し、その料理は販売したいと考えているので、6次産業化事業を利用して事業を進めていきたい。
- 6 本当のやる気のある農家は抜け出していくが、今の日本の農家は高令化が進み設備投資ができるないで大勢に流されている。このような人達のための施策が必要。→システムを作っていくこと。農業サイトに無いノウハウを持っている商工関係者の出番であるが、農業生産に理解が必要。
- 7 事例発表でなく、具体的な手法について紹介して欲しい。経験や独自の・・・と言わると参考にならない。
- 10 本日の研修にもありました、農業生産は天候に左右されるため当初の契約どおりの量の確保が難しい場合もあることを商工側へ十分伝えられる機会を増やしていただきたいと思います。
- 11 現在、牛乳、乳製品の製造を行っていますが、今後、是非、直売所の挑戦をしたいと考えています。特に地域の生産者との連携、ホテル、旅館さんとの連携、観光業者との連携など行いたい。阿蘇という観光地で温泉が豊富、かけ流しの排水をハウスの熱源として利用し野菜の通年栽培を行えないか?日配品としての狭い範囲で行う(医療、学校、ホテル)
- 12 研修会等時間が許す限り参加しておりますが、熊本県は初めてです。会場の場所が右か左か判断つかずちょっと遅れました。どちらが福岡か八代か記入があれば助かりましたが、今後ここである(開催)限り間違いはありません。大分県でも加工技術指導がありますが、意に近いなと思いますが、何分覚えが悪いのが私の欠点。
- 13 ・農業者(特に6次産業化をめざしている者)へのPRや説明会を県別に開催してほしい。
・プランナーの活用方法についてくわしく説明してほしい。
- 14 各地域で、このような基礎的セミナーを活発に開催していただきたい。
- 17 問5に回答しましたがもっと具体的な事例を多く、また、その手法や展開手法について発表があれば良いと思います。(農政局の担当かも知れませんが。)
- 19 説明が若干、全体的に冗長で、ポイントを理解し難かったと感じました。
- 20 六次産業化法に基づく国の支援策についてもう少し基本的に知りたいと思いました。
- 21 6次産業の中で農商工連携がうまくいきそうに思えない農業と工業の連携のみになり直売を行なえば商業はなりたなくなるのではないかでしょうか?
- 23 工・商業者見本市(マッチングでなく、まず見本市として開催)
- 25 資料で見えづらいところがあり残念!
- 26 農業参入の準備に入っていますので、本研修は参考になりました。ありがとうございました。
- 29 今後、情報交換などあつたら又、機会を考えてもらえたらいなと思います。
- 30 生姜、梅を仲買人を立てて買っていますが、直接農家から買えれば売る単価ももう少し安く売る事ができると思うが、なかなかうまく行きません。生姜は収穫時40t、梅10t位買っています。
- 31 政策の安定性(継続性)を望む。
- 38 おいしい農作物を新鮮な状態で消費者へ売ることがポイントであることを感じました。
- 39 「農政局に直接相談にいき」との話があつたが、熊本は近くだからいいけど他県はそういうわけにはいかない。今、地方にある普及センターは振興局の中にとりこまれて場所もはなれて農家が気軽に相談できる場所がなくなっている。本気で6次産業化をいうのであれば、もっと身近に農家が相談できる場所を大事にすべきではないのか。〈国の方へ〉ハイリスクハイリターンなどよく平気な顔でいうよというかんじ。農家に強制できない6次産業化、6次産業化といいすぎる。
- 40 ・農家・JAが加工業者を見つけるサイト(現在作っている商品等を含む)
・加工業者が原料を見つけるサイト 以上がみつけられるサイトを作ってほしい。
- 42 ・消費者を巻き込まないと農業は工業化するしかない。
・6次産業は消費者が望んでいるものは何かを考える研修会。どうですか?(又は、成功した6次産業化を紹介していく。)

東京会場

- 2 申請事務の実務面を知りたい。
- 6 ・行政機関の役割(具体的に)について紹介して欲しい。
・キーパーソン、プロデュース能力の向上について。
・業務別の交流会、マッチングの場の設営。
・農業団体職員を対象とした研修会。
- 8 ・基調講演はいらない。一般的な話は必要ない。
・事例発表はなぜ本人でないのか?別な人が説明する意味がわからない。
- 10 地場の产品(原料)を使った工場の紹介をすすめてくれる場があればいい。
- 11 食品小売について新たな活路を見出した。小売業も所在の県の生産品をもっと大切にし、新たな道を見つけなければならないと再認識した。今後のセミナーに期待しています。
- 13 毎年継続して開催してほしい。
- 14 「6次産業化プランナー」の人選方法とその規模、今後の地域活動の進め方。
- 16 まだ、農家と第2、3次業者との接点(交流)がないので、そのための仕組みづくりが重要。その辺の事例紹介や講演等を期待する。また、農商工連携コーディネーターの人材育成について各省団体等で行っており、一元化が必要ではないか。(研修会とは関係ないですが。)
- 17 成功事例だけでなく、失敗事例(出しにくいとは思いますが)が、失敗した要因にフォーカスして、偶然的な成功にならない必然的な成功のためのフォーマット作りも検討してほしいです。
- 18 農業者(今回)に軸足を置いた研修会を今後も増やして頂きたい。
- 22 統合化事業計画の申請等の手続きについての説明会を実施していただければ思います。本日のお話のとおり、事業者の方にとって申請書等の書類作りは大きな負担ですが、「障害」とならないよう願っております。

- 23 企業側が自身の利益だけでなく、事業展開する地域の実態を理解し、地域農業、農業経営が良くなるためにという意識を持つこと。農業側も消費者・企業の立場になって責任を持って良い物を安定的に生産する努力をすることが大事だと思う。安いだけではいけない。表面的な商取引ではなく、両者の心の交流（情報連携）がポイントであることがわかった。
- 28 今後、農林水産省の6次産業化法がメインになってくると思いますが、商工業者への情報が少なくなるのではないかと不安です。中小企業基盤機構あたりは関係してくるのでしょうか。
- 32 農家が食いものにならないよう、加工販売の意識をもとに生産が基本である。経済サイドに流されることも懸念される。農家がしっかりした考え方をもったうえで支援していく必要がある。コンサルティングできる人がいるのか？
- 33 静岡でも研修会を開催していただきたい。静岡での農林漁業を活性化させ、経済の発展を図るために多くの関係者の意識啓発のために。地方ではまだ6次産業化に取り組もうとする一次産業従事者が少ないので観光資源も多数あり、これらとの連携も図る必要を感じさせてるので。

名古屋会場

- 1 このような研修会の定期開催をお願いします。
- 8 農商工連携と6次産業の推進体制に壁を作らないこと。特にJAは所得収益を守ろうとする動きが強い。6次産業化にJAが既存の体制が介入することは極めて危険な農業構造になる様な気がする。
- 15 農商工連携で認定された事業のその後（成功例、失敗例）、およびアフターフォローの実例について、機会があれば紹介頂きたいと思います。
- 18 こんな細かなことは、国が予算財源を持たずに、地方に財源を移譲すべきだ。この事業に関する国や外郭団体の職員も多すぎではないか。
- 19 本省から呼ぶならきちんと回答、発言できる人を呼んでほしい。
- 22 数多くのケーススタディ（成功、失敗例）を検証することは重要。
- 23 農商工連携・6次産業化事業を支援や研究する機関（外郭団体）がたくさんありますが、それらが潤うような施策はやめてほしい。
- 27 ターゲット絞込み法の周知。成功に至る経験例を失敗例と共に紹介する。
- 28 地元金融機関として農商工連携と六次産業化事業への係わり方。
- 32 企業化、組織化が可能な専業農家の人の軸を軸に推進することは大切であるが、中小農家をまとめ（集落営農のように）集落として6次産業化の方向も強く打出してほしい。JAとの関連も早急に整理（交通整理）が必要と思う。
- 37 アジア圏の情報発信が国として力不足と感じます。もっと発信すべき。一方、地域産業情報も発信すべきと両方とも大事なんでしょう。
- 40 ・東海地区での取組みされている事例をもっと紹介してほしい。
・一次産業をはじめ各産業との接点をどんな形でもいいが情報としてほしい。
- 41 6次産業化している農家の体験談、苦労話。
- 42 追い立てられるような研修であった。
- 43 大変勉強になりました。こういった場を多くお願いします。

金沢会場

- 1 同じ様なセミナー、研修会が多いように思います。

- 5 今後、研修・マッチング等ありましたら是非参加していこうと思います。事例をもとに研修していただいたのでわかりやすく聞くことができました。
- 6 ただ、海外へは行ったことがないので、海外展開のイメージは見えないです。
- 8 ・農家の方が居られない。これでいいのか?
・それで正確に方向性が見出せるのか?
・農・食は、もっと大切な事柄でないのか?商売の視点からだけで語って良いのか?
- 9 サンプルとして原料と商品を並べて展示するとイメージがわきやすい。（料金を開示する。原料代、加工費、小売価格等）
- 14 がんばってください。
- 17 生産者又は、製造・販売業者をあわせる為に農協、漁協、商工会議所などに連携してもらるべきである。（個人でなく、団体として）案を出す。
- 18 これから成功例を増やしていくことが大事だと思う。
- 19 H23より本格的に実施しようと予定しておりますので参考になりました。
- 21 研修会の前半の話はあんまり必要ないと思った。パネルディスカッションの時間を多くしてほしかった。実際にやっている企業の人の話の方が大事。役所や国の話はもっと短くしてください。

問5 農商工連携、6次産業化で具体的に知りたい部分（その他）

岡山会場

- 2 販路の確保
7 コーディネーターの加藤さんの進行がとても上手でした。
27 販路確保の手法
32 県外の事例がたくさん知りたい。岡山県内についてはかなり訪問しているが県外はあまり見る事がないため。
36 販路開拓
58 プランナーのキャリアアップの具体的な内容

京都会場

- 32 支援組織の役割等

札幌会場

- 22 卸、販売の専門業に対しても国からの支援はあるのでしょうか。
30 2次、3次→1次への進出企業の成功例、失敗例と、1次→2次、3次進出例との違いはあるのか？

仙台会場

- 19 成功事例ではなく、失敗事例（出しづらいと思いますが「ここがミス、弱点だった」ということがわかれば。）
33 失敗例。行政の助成、支援なしでの成功例。

熊本会場

- 2 長年農業の販路開拓を中心に指導しておりますので、“売れるしくみ”を研究し続けるために。
42 販売ルート、販売方法

東京会場

- 18 商品開発及び販売方法

- 23 参加する農業者の意識をどのようにまとめるか、やる気を起こす合意形成
- 30 表面的な事例調査、発表でなく連携の実像をもっと調べて公表してほしい。（資金の提供元を示してもらうとわかりやすい。）
- 33 日本と類似した農林水産事情の外国の取組みや日本が目指すべき取組みを行っている外国の情報。

名古屋会場

- 2 事業推進のリスクと注意点

金沢会場

- 3 事例に見る失敗など。農林漁業者や中小企業への対応のためリスクが知りたい。

問8本研修会をどこから知ったか（その他）

岡山会場

9 岡山産業振興財団よりのeメール

11 職業訓練校

12 ビジネスリーダー科の教室の筒井先生から聞きました。

19 食品需給研究センター

29 岡山産業振興財団からの紹介

33 食料産業クラスター、コーディネーターの方よりお知らせ頂きました。

39 産業振興財団

45 県庁からの紹介

52 県産業財団のメーリングリスト

京都会場

3 北部農業指導所（京都市）

7 庁内メール

14 関西菓子工業協同組合

24 近畿農政局

27 関西菓子工業協同組合

28 関西菓子工業協同組合

札幌会場

1 会社の案内

4 社内からの案内

6 北海道留萌振興局

14 道庁内情報提供

17 他部署からの情報

仙台会場

5 メーリングリスト

12 農政局からのブログ

17 商工会議所からのメール

32 メールマガジン等

33 e企業により

熊本会場

1 知人からの連絡

14 メールマガジン

16 県からの情報提供あり

21 市役所よりの案内

32 情報メール

東京会場

2 HP

6 栃木県庁

16 県担当課からの案内

名古屋会場

1 ダイスビューHP

3 アグリビジネス創出フェア（H22.11.24）

9 メールマガジン

13 中小企業基盤整備機構からの案内

15 大槻コーディネーターからのご案内

16 中小企業基盤整備機構からの案内

23 J-Net21のホームページ

27 NPO東海地域生物系先端技術研究会

28 ダイスビューHP

37 メールマガジン

金沢会場

7 知人から

12 新聞

21 上司より

24 石川県産業創出支援機構

問10参加者職業（その他）

岡山会場

5 NPO法人

11 学生

17 機械装置メーカー

29 中小商工業関連のコンサルタントで技術者

36 経営コンサルタント

44 食品表示コンサルタント

47 環境機器関係

52 経営コンサルタント

京都会場

1 町づくり塾

8 中小企業基盤整備機構

10 NPO法人

11 マスコミ

16 経済団体職員

18 金融機関

35 包装資材製造業勤務

札幌会場

3 飲食店経営

9 公社

24 中小企業支援機関

30 団体役員

32 コンサルタント

32 NPO 生物系先端所

仙台会場

2 臨床検査センター（感染症予防として食品衛生検査分野の遺伝子検査化推進センターです。）

33 金融機関

11 工業

39 金融機関

21 経済団体

5 金融機関

29 NPO任意団体

12 機械販売業

30 公的分析機関

21 農協

33 コーディネーター、コンサル

34 情報通信会社員

40 博物館

金沢会場

11 工業

21 経済団体

29 NPO任意団体

30 公的分析機関

33 コーディネーター、コンサル

34 情報通信会社員

40 博物館

熊本会場

1 農業経営支援センター

2 実践経営学会監事、中小企業診断士、食農連携コーディネーター

3 建設コンサルタント

9 民間農業関係研究機関

21 印刷業

32 農業コンサル、支援事業の事務代行

34 生協

42 印刷業

東京会場

1 コンサルタント—都市及び地域計画—

2 コンサルタント

3 衛生害虫駆除

13 NPO法人

14 政府系金融

15 漁業

18 食品・農業プラントの販売

19 中小企業診断士

22 農商工連携に取組んでいる中小企業診断士

25 一般会社員（IT関連）

28 商工業団体

31 食品製造業者の団体

名古屋会場

1 銀行

7 経営コンサルタント

10 NPO として農業支援、実践活動をし、これからの農事者を作り支援。

地域活性化、コミュニティ作りを企画団体です。

11 企業支援

13 金融機関

15 金融機関

16 金融機関

17 サービス業

23 団体職員

26 金融機関

27 NPO 東海地域生物系先端技術研究会

28 銀行

30 経営コンサルタント

IV. 農商工等連携促進対策事業の総括

本事業は、昨年度までの食農連携事例等情報活用支援事業に代わり、平成22年度農商工等連携促進対策事業として、事業検討委員会の開催、農商工連携先進事例調査の実施および農商工連携研修会の開催を骨子とする事業として実施された。

事業検討委員会は、昨年度までの食農連携事例等情報活用支援事業の委員長、東京理科大学専門職大学院教授 片岡寛氏を委員長、農商工連携の専門家である「食と農研究所」代表 加藤寛昭氏を副委員長とし、農の代表、商の代表、工の代表各1名を専門委員、農商工連携調査を担当するFACOバンク登録専門家5名を調査委員とする計10名で組織し、事業の運営、農商工連携調査の分担や内容、農商工連携研修会の開催方法等について、3回の委員会を開催、検討を重ねた。

農商工連携先進事例調査について、昨年度までの先進事例調査は、主に大学の先生にお願いしたが、今年度は、少し調査の視点を学術的な視点から連携実施者の視点に変えるという意味で、(社)食品需給研究センターが運営する「FACOバンク」の食農連携コーディネーターを活用することとし、FACOバンクから各地区のコーディネーターの紹介を受けた。

調査は、農商工連携と6次産業化の取り組みの先進事例を各地区それぞれ1件ずつ、計16件の先進事例を調査することで、各担当調査委員に依頼して実施した。調査した事業の分野は、農業主体が8件、酪農と水産関連が各2件、養畜産関連、菓子製造、外食関連、運輸関連が各1件で、それぞれ、他業種との連携、もしくは農林漁業者の6次産業化を進める事業であった。詳細は、II章 農商工連携事例調査報告に示した。

農商工連携研修会は、「新しいビジネスに繋がる一次産業 一元気の農山漁村を創る農商工連携研修会 in (開催地名)」と題して、札幌、仙台、東京、金沢、名古屋、京都、岡山、熊本の全国8ヶ所で、合計681人の参加を以って開催した。研修会は、7農政局および北海道農政事務所の後援を得、全国統一のプログラムで13時から17時の4時間にわたって実施した。具体的には、行政から「農山漁村の6次産業化の推進について」の解説、農商工連携専門家から「農商工連携の基本」の基調講演の後、各地区の先進事例を調査した調査委員から調査結果の発表を行い、これらの解説、講演、発表を題材にした関係者および参加者によるパネルディスカッションを実施した。そして、最後に、パネラーを含む参加者全員の農商工連携交流会を開催し、研修会を終了した。

以上、事業実施の概要であるが、事業実施内容を以下のようにまとめた。

検討委員会を農商工連携の専門家と農、商、工各分野の専門家および食農連携コーディネーターによって組織したため、事業運営の内容が、農商工連携の視点でかなり深まったと考える。

また、先進事例調査に関しては、調査をFACOバンク登録食農連携コーディネーターに依頼したため、調査の視点が、農商工連携を実施して行く過程に深く当てられたと考える。調査対象に関しては、「農商工連携88選 事例一覧 (農林水産省・経済産業省)」と「6次産業化

の取り組み事例集（未定稿）（農林水産省生産局）」から選択したが、一部、先方の都合などで変更となった事例もあり、今後、事例選択の際の参考にしたい。

全国 8箇所で開催した農商工等連携研修会のパネルディスカッションのコーディネーターによる各回のとりまとめを以下のように総括した。

農商工連携を含む 6 次産業化の事業は、1 次産業が主体となって、2 次、3 次産業に展開することが基本であるが、その際、1 次産業が、自分の意思をしっかりと持ち、挑戦する気持ちを維持することが大切で、連携を組む場合でも、1 次産業の側から積極的に 2 次、3 次産業にアプローチすることが大切である。

1 次産業が、2 次、3 次産業に展開していく 6 次産業化産業化においては、マーケットの 4 P 原則を踏まえたマーケットインの考え方を持って、1 次産業側からの恒常的な情報の提供が大切である。また、6 次産業化を推進して行くには、身の丈に合った展開をしている事例に成功例が多く見受けられるが、事業の展望に合う類似の事例をモデルとして、身の丈にあった勧め方が成功に結びつくと考えられる。

一方、農商工連携においては、農業側に連携のメリットを感じていない例が見受けられるが、仲介者などを介して、商工側とのしっかりと信頼関係を築くことが大切であり、連携するからには Win-Win の関係を作らなければならず、そのためには、商工側同様、農業側も、相応のリスクを負う覚悟が必要である。

6 次産業化事業の認定申請や実施に当たっては、農林水産省の「ワンストップ総合受付窓口」、プランナーの設置など、相談窓口が設置されるので利用することが勧められる。

また、第 3 回検討委員会では、研修会の反省点として以下のようない点が討議された。

- ① 昨年に開催された研修会では、法案が国会審議中であったため、農林水産省の解説も今ひとつ明確さに不足が見られ、参加者の反応も鈍かったが、12月3日に国会を通過してからは、解説も明瞭になり、参加者の反応もかなり高まったと感じられた。
- ② 農商工連携と 6 次産業化の定義について、6 次産業化は、1 次産業が 2、3 次産業に進出していく形が基本であるが、6 次産業化法では、農商工連携も 6 次産業化の一環と捕らえている。しかし、認定の基本は、1 次産業が中心となる一気通貫の形である。
- ③ 認定は、格好の宣伝材料となるが、6 次産業化ということが、まだ十分には世の中に理解されていないので、さまざまな形で、普及促進の工夫が必要である。
- ④ 従来からの売買契約や栽培契約などの提携の形態の中であっても、何か新しいものが生まれ出されて行くものであれば、連携や 6 次産業化といえる。
- ⑤ 企業ごとの農商工連携、6 次産業化という概念はあるが、農山漁村全体、地域ぐるみが他の地域と連携なり 6 次産業化する形が在り得、そのときの農商工連携、6 次産業化の定義づけが必要であろう。
- ⑥ 補助金を受けるための手続きに非常に手間がかかったという意見が多く、6 次産業化の申請に対して、手続きの簡素化、プランナーの設置などの具体化が期待される。

平成 23 年 3 月 印刷・発行
平成 22 年度農林水産省補助事業
農商工等連携中央支援事業

平成 22 年度農商工等連携促進対策事業報告書

編集発行 財団法人 食品産業センター
〒107-0052 東京都港区赤坂 1-9-13 三会堂ビル
電話 03-3224-2356
Fax 03-3224-2323

(禁無断転載)
印刷・製本 株式会社 プレス