

平成24年10月・平成30年2月 認定

三重県

(つみき)

農事組合法人土実樹

「地域とともに歩む」 自然とひとが作り上げた伊勢志摩の 柑橘とパッションフルーツで地域再生計画

＜事業者の概要＞

- ・所在地：三重県度会郡南伊勢町
- ・代表者：理事 溝口 安幸
- ・取組内容：伊勢志摩の柑橘、パッションフルーツを活用した一次加工品や菓子類の開発及び直営店等での販売。
- ・売上高：8,497万円（H29）
- ・雇用者数：27名（H29）（パート含む）
- ・URL：<https://tumiki-mikan.com/>
《Facebook》<https://www.facebook.com/農事組合法人-土実樹-358479504294833/>



(上)土実樹ロゴデザイン
(左上)直売所内スタッフの皆さん
(左)パッションフルーツ

【取り組むに至った経緯】

- 柑橘は表年と裏年が交互に繰り返されるため、剪定や摘果による収穫量の平均化を目指したが限界があり、経営の安定化が課題であった。
- 地域住民の高齢化と鳥獣害での生産意欲の減退による農地の荒廃を食い止めることが重要な地域課題となっていた。
- 平成24年10月に総合化事業計画の認定を受け、柑橘を丸ごと活用した加工品の製造・販売事業を開始。
- 地区農業の再構築と農地の再利用のため、平成27年、地域で新規性がある亜熱帯果樹のパッションフルーツ栽培を導入。雇用の創出や柑橘類の課題解決に向けた取り組みを開始。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 販路の開拓が課題
→柑橘をジュレに加工し、業務用として菓子店等に提案したところから取引が開始。さらに、柑橘・パッションフルーツの冷凍加工により、通年提供を可能とし、一般消費者向けや一次加工品等として販売を計画。

【取組の効果】

- 売上高
6,843万円（H23）→
8,497万円（H29）
- 雇用者数（パート含む）
20名（H23）→27名（H29）

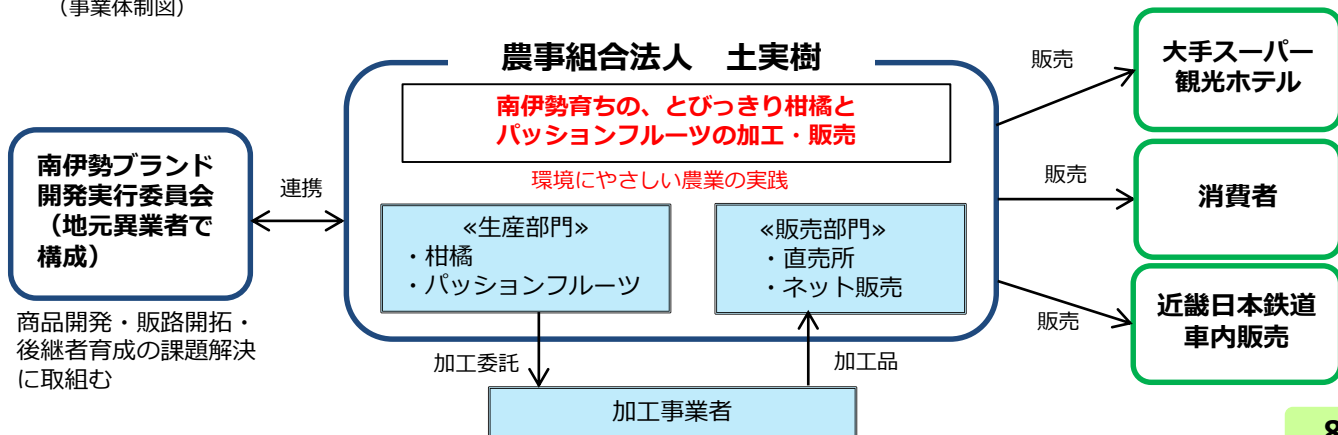
【今後の展望】

- 柑橘とパッションフルーツの加工品の付加価値化により、経営の安定と高度化を図るとともに、当農園がめざす自然にやさしい土実樹式の循環農業の完成と次世代に経営移譲できる樹園地対策を図る。
- 雇用創出を図り、南伊勢地域の活性化に貢献していく。

【活用した支援施策】

- 食料産業・6次産業化交付金（加工機械）（H30）
- 南伊勢町雇用増加を伴う事業（生産設備）（H29）

(事業体制図)



「小水力発電による地域作りと農村維持！」 再生可能エネルギーと6次産業化の取組

平成24年5月 認定

岐 阜 県

石徹白（いとしろ）ふるさと食品加工組合

＜事業者の概要＞

- ・所在地：岐阜県郡上市
- ・代表者：組合長 稲倉 哲郎
- ・取組内容：生産したとうもろこしは、小水力（特徴）発電による再生可能エネルギーを活用し加工品に製造・販売。
- ・売上高：2,855万円（H30）
- ・雇用者数：10名（H30）
- ・URL：<https://www.facebook.com/furusato.itoshiro/>



らせん型水車



うわが上掛け型水車

【取組の効果】

- 売上高
(加工品) 511万円（H30）
(小水力発電) 2,344万円（H30）
- 定住者の増加
H19年の石徹白地区地域づくり協議会設立からH30年までに15世帯45名（うち9名誕生）増加した。

【取り組むに至った経緯】

- 地域の過疎化・高齢化が深刻化したため、地域に定住する人を呼び込む取組が必要と考えた。
- 小水力発電の導入を行い、発電した電力を石徹白地区で休眠中の農産物加工施設に供給することで、加工事業を再開させて地域の魅力作りに取り組んだ。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 地勢や気象条件に適した発電方法の選択
→山間部であり、冬は豪雪地帯という土地柄を生かし、小水力発電を導入。低コストで安定的な電力を確保することに成功。
- 小水力発電を地域の魅力につながる取組とするための方法の模索
→休眠していた農産物加工施設を再稼働させ、地域の女性の力を借りて新商品を開発。

【今後の展望】

- 農業経営の安定により、農産物加工品を充実させ、通年雇用を増やす。
- 農村と都市の交流を増やし、石徹白地区のファン作りを進める。
- 小水力発電の売電益を活用して耕作放棄地の再生と集落営農に取り組み、農業者の担い手確保を図る。

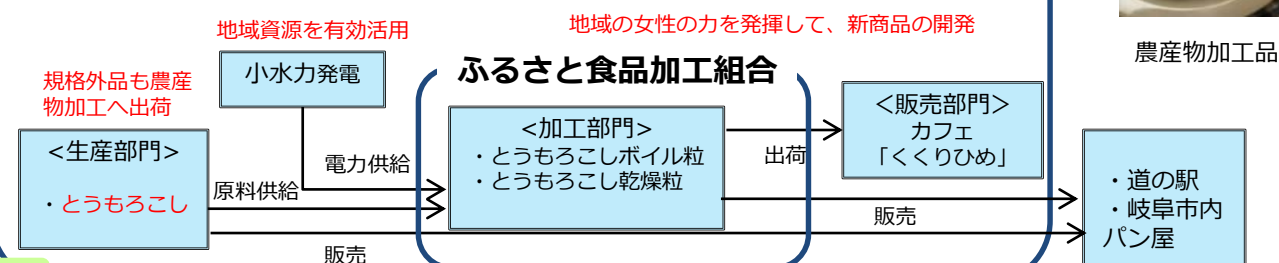
【活用した支援施策】

- 6次産業総合推進事業（商品開発・市場評価・販路開拓）（H24）

（事業体制図）

石徹白ふるさと食品加工組合

小水力発電を活用した農産物加工品の開発



農産物加工品

地鶏の美味しさを伝えたい！ 岐阜県特産の奥美濃古地鶏を活用した 様々なレトルト商品の開発・販売

平成23年10月・平成30年2月 認定

岐 阜 県

有限会社とり沢

＜事業者の概要＞

- ・所在地：岐阜県海津市
- ・代表者：代表取締役 伊藤 友貴
- ・取組内容：奥美濃古地鶏を飼育し、平成23年10月に手羽先肉でカレー及び甘煮を、平成30年2月に混ぜご飯の素をそれぞれ開発・製造・販売。
- ・売上高：1億125万円（H29）
- ・雇用者数：10名（H29）（パート含む）
- ・URL：<http://www.torisawa.net/>



奥美濃古地鶏カレー

【取組の効果】

- 売上高
9,252万円（H22）→
1億125万円（H29）
- 雇用者数（パート含む）
9名（H22）→10名（H29）

【今後の展望】

- 「奥美濃古地鶏カレー」と「混ぜご飯の素」を詰め合わせたギフトボックスを開発し、さらなる販売拡大を図っていく。

【活用した支援施策】

- 岐阜県農業6次産業化促進支援事業（機械器具整備）（H29）

【取り組むに至った経緯】

- 平成6年に奥美濃古地鶏に出会い、その美味しさに感激し広く世に伝えたいと考え、養鶏業を営んでいた自らも奥美濃古地鶏の飼養を開始した。また、平成16年に農家が直接手がける「レストラン事業」を開始した。
- 農商工等連携事業としては、平成22年に認定を受けている。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 消費者ニーズをつかむ商品開発
→自社で試作・試食を繰り返し、自己満足に陥らぬよう6次産業化プランナー、バイヤー等専門家の助言を受けて商品作りを行った。低価格だから売れるのではなく、高価格でもお客様に満足いただける商品を提供する。
- 販路開拓
→大規模な展示会には欠かさず出展し、バイヤーからの情報収集に努めている。地元の道の駅での販売で高評価を得たことから、高速道路のSA・PAへの販路開拓を行うことが可能となった。

(事業体制図)

(有) とり沢

岐阜の地鶏「奥美濃古地鶏」の美味しさを消費者に

平飼いにこだわり自然に近い環境で飼育

家庭で奥美濃古地鶏を手軽に楽しめるレトルト加工

販売先従業員を対象に試食会を開催

＜生産部門＞
・奥美濃古地鶏

加工用

＜加工部門＞
・奥美濃古地鶏生肉
・奥美濃古地鶏カレー
・混ぜご飯の素 等

商品

＜販売部門＞
・直売所
・レストラン
・インターネット 等

販売

奥美濃古地鶏

・高速道路SA・PA
・道の駅
・ふるさと納税

一部加工を委託

・食品メーカー



新たな米の消費スタイルを提案！

米穀と野菜を粉末化して作る米粉製品

と独自製法の玄米塩の製造・販売 有限会社レイク・ルーズ

平成24年5月・平成30年6月 認定

岐阜県

<事業者の概要>

- ・所在地：岐阜県海津市
- ・代表者：代表取締役 堀田 茂樹
- ・取組内容：①黒米及びうるち米と飛騨地域の野菜を乾燥、粉末化して作る、新たな米粉製品の製造・販売。
②独自製法で作る発芽玄米を焙煎、粉碎した玄米塩の製造・販売。
- ・売上高：1億198万円（H29）
- ・雇用者数：12名（H29）（パート含む）
- ・URL：<http://www.agri-meister.com/>



ベーめん



玄米塩

【取り組むに至った経緯】

- 平成24年より、単なる「米粉麺」では差別化が不十分だと考え、野菜の乾燥粉末を用いた麺やミックス粉等を使用した付加価値の高い、新たな米粉製品の製造・販売し、農業経営の安定化を図ることとした。
- 平成30年より、さらに多様化する米粉製品の中でより差別化を図るため、二度目の総合化事業計画を申請して認定を受け、米調味料「玄米塩」を製造・販売し、新たな米の消費スタイルとして提案することとした。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 海外への販路開拓
→ジェトロ（日本貿易振興機構）を活用し、情報提供やマーケティング活動支援の事業・サービスを受けて実施した。
- 展示会・商談会に積極的に参加し、バイヤー及び輸出先食品事業者との人脈を広げ販売ルートを開拓していった。

(事業体制図)

(有) レイク・ルーズ

新たな米粉製品と米らしさを残した調味料で差別化した商品を

耕作放棄地を活用した生産拡大

自治体の企業誘致に応え旧小学校跡地を加工施設に活用

高級志向のパッケージで関東圏の展示会に出展

<生産部門>
・うるち米
・黒米
等

加工用

<加工部門>
・米粉麺
・野菜粉末入り米粉
・玄米塩
等

商品

<販売部門>
・自社店舗
・インターネット

輸出

販売

海外の展示会・商談会へ積極的に出展し、商品評価及び市場調査を実施

・香港
・タイ
・シンガポール
・オーストラリア
・アメリカ
・マレーシア

・百貨店
・大手スーパー
・道の駅

商品共同開発

・調味料メーカー
・醸造メーカー

【取組の効果】

- 売上高
6,397万円（H23）→
1億198万円（H29）
- 雇用者数（パート含む）
12名（H23）→12名（H29）
- 主な原材料生産面積（米穀）
70a（H23）→10ha（H29）
- 海外展開の状況
輸出先：香港、タイ、シンガポール
オーストラリア

【今後の展望】

- アメリカ、マレーシアへの輸出の拡大を目指す。
- 玄米塩の商品バリエーションを拡充し、ギフト向け商品を開発する。

【活用した支援施策】

- 農山漁村6次産業化対策事業助成金（H24）

大粒の三重県白山ブルーベリーと 溶液栽培のいちごで可能性の創造と 地域活性化に挑戦!!

＜事業者の概要＞

- ・所在地 : 三重県津市
- ・代表者 : 代表取締役社長 岡田 孝幸
- ・取組内容 (特徴) : 養液栽培のいちごと大粒ブルーベリーを活用したジャム等の加工品販売や観光農園の運営。
- ・売上高 : 3,306万円 (H29)
- ・雇用者数 : 5名 (H29)
- ・URL : <http://inosan-farm.co.jp/>
《Facebook》 <https://www.facebook.com/いのさん農園-1739498782928455/>



岡田 孝幸氏



【取り組むに至った経緯】

- 平成21年に観光農園を開園し、通常の1.5～2倍の大きさの「養液栽培大粒ブルーベリー」の摘み取り体験や青果販売を行っていたが、収穫期間が限定的であることや、知名度向上・ブランド化のため、平成23年5月に総合化事業計画の認定を受け、養液栽培大粒ブルーベリーを利用したスイーツの加工・直接販売事業を開始。
- 平成28年から地域全体の活性化や自社ブランド化を図っていくことを目標に、平成26年に新たに栽培を始めた養液栽培のいちごを活用し、長期間における観光農園の開園と加工品の通年販売に向けた事業を開始。

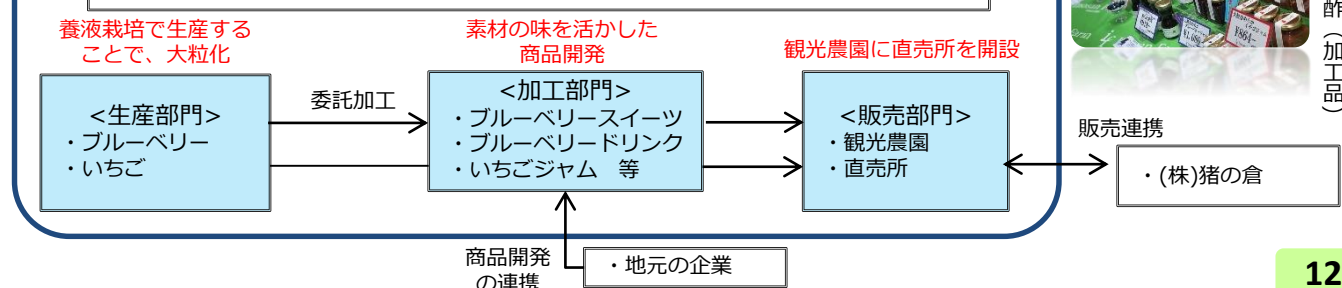
【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 海外輸出の取組方法の模索と販路拡大
→海外ニーズの把握に努め、平成28年6月から主にアジア向けに青果・加工品(ジャムや酢等)の販売を開始(平成30年は台湾等)。
- 国内外より業務用の加工品の要望が増えているが、加工を外部に委託しており、コストの関係で対応できていない。
→ニーズに対応するため、人材育成を行うと同時に自社での加工に向けた取り組みを開始。

(事業体制図)

(株) いのさん農園

“食を通して人の心を豊かに”
～ 安心、安全のその先へ ～



ジャムとお酢(加工品)

～本物の松阪牛を100年先へ～

伝統の肥育技術を継承した「特産松阪牛」 生販一貫体制と自社ブランドの確立化

平成24年2月・平成30年11月 認定

三重県

有限会社松本畜産

<事業者の概要>

- ・所在地 : 三重県多気郡多気町
- ・代表者 : 代表取締役 松本 しのぶ
- ・取組内容 : 特産松阪牛の枝肉・精肉の卸売販売
(特徴) 等や牛肉加工品の製造及び自社レストランでの販売・提供。
- ・売上高 : 8,219万円 (H30)
- ・雇用者数 : 5名 (H30)
- ・URL : <http://www.matsusaka-ushi.com/cafe.html>
《Facebook》 <https://ja-jp.facebook.com/matumototikusann/>



コシヒカリの稲わら



(有)松本畜産の皆さん



特産松阪牛

【取り組むに至った経緯】

- 生後約8ヶ月の選び抜いた但馬牛のみを導入し、900日以上長期肥育「特産松阪牛」を100頭～120頭肥育していた。
- 市場での取引はなく、地元の精肉店、県内外の飲食店との相対取引が中心。そのため、市場取引とは異なり、大きな価格変動なく販売は行っていた。
- しかし、東日本大震災やそれによる風評被害等による取引先の売上の低迷が肉牛の出荷にも影響。そのため、従来の牛1頭ではなく、松阪牛の部位別販売及び加工品販売の検討を開始した。
- 代表の両親が松阪市内で精肉店を経営していたが、平成23年2月に閉店。その顧客から松本畜産の肉を買うことができる店を作ってほしいとの要望も多数寄せられていた。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- レストラン運営における実施体制の構築
→ 完全予約制とし、一次産業を重視し、生産体制への影響を考慮したレストラン運営を実施。
- レストランのメニュー開発と価格設定
→ 三重県6次産業化プランナーを活用した、メニューの絞込・適正販売価格等を把握。

【取組の効果】

- 売上高
6,238万円 (H23) → 8,219万円 (H30)
- レストラン売上
0万円 (H23) → 182万円 (H30)
- 雇用者数
4名 (H23) → 5名 (H30)

【今後の展望】

- 特産松阪牛の枝肉及び精肉の卸売販売、精肉の小売販売及び牛肉加工品の製造販売に継続して取り組み、新たな販路の開拓や新たな顧客の獲得を図る。また、常温販売できる商品として、未利用部位を使った新たな商品開発を行う。
- 自社の更なる知名度向上及び他社との差別化を図り、特別な日に選ばれる牛肉ブランドとして自社ブランドを確立させる。

【活用した支援施策】

- 農山漁村6次産業化対策事業助成金
(加工販売施設及び機械) (H24)

(事業体制図)
耕畜連携

(有) 松本畜産

・地元稲作農家

商品開発・販路開拓

・6次産業化
プランナー
・農業改良
普及員

販路開拓
(HP・パッケージ)

・デザイナー

いい環境が、いい牛を育て
いい餌が、いいお肉を育てる

(地元の稲作農家と連携しコシヒカリの稲わらを中心に独自配合飼料で肥育)

<生産部門> 特産松阪牛 (平成29年9月GI認定)

(三重県6次産業化プランナーを活用し、普及員と連携)

<加工部門> 精肉、しぐれ煮、弁当 等

(特産松阪牛の美味しさを最大限活かした料理を提供)

<販売部門> 小売、レストラン

販売先
(卸売・小売)

・ホテル
・飲食店
・精肉店
・商業施設

・ふるさと納税
(多気町)
・一般社団法人
日本スローフード
協会

連携
(情報発信)