

豚一匹を余すことなく商品化！ 飼育にこだわったブランド豚の直接販売

平成23年5月 認定

愛知県

有限会社石川養豚場

＜事業者の概要＞

- ・所在地：愛知県半田市
- ・代表者：代表取締役 石川 安俊
- ・取組内容：衛生管理を徹底して生産した豚肉を活用した加工品の製造・販売。
- ・雇用者数：養豚部門14名、加工販売部門40名
- ・売上高：17億5,000万円（H30）
- ・URL：http://fm-brio.com/



ファーマーズマーケット「ブリオ」

【取り組むに至った経緯】

- 都市近郊の養豚業は周辺住民への配慮から規模拡大が困難であり、飼料高騰などの影響から利益が減少傾向であった。
- 生産から加工、販売の一貫経営により、規模は現状を維持したままでも付加価値を高め、利益率を向上させる6次産業化の取組を決意した。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- おいしく安心できる豚肉の生産と加工、直売事業への安定した供給体制の構築
→豚舎の衛生管理を徹底し、飼育する豚の血統を絞り込み、飼料内容を定期的に見直した。
- 直売するための拠点施設の確保
→全ての工程を自社で行うために、新たに拠点施設としてパックセンターを新設した。
- 販売する商品の開発
→同じ商品を販売しているだけでは消費者に飽きられるため、常に新商品を開発している。

【取組の効果】

- 売上高
7億500万円（H15）
→17億5,000万円（H30）
- 雇用者数
養豚部門9名（H15）→14名（H30）
加工販売部門15名（H15）
→40名（H30）
- 自己ブランド出荷と加工・販売により75%強の自社販売体制を構築。
- 自社で価格決定することで、安定的な経営が可能となった。

【今後の展望】

- 物流を自社で管理し、安心・美味な豚肉の安定した生産、出荷体制を構築。
- 畜舎を増築し生産頭数を倍増させて、売上高アップを目指す。

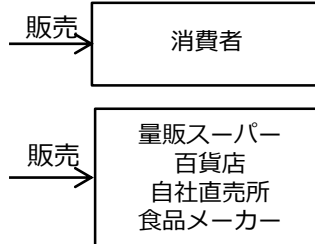
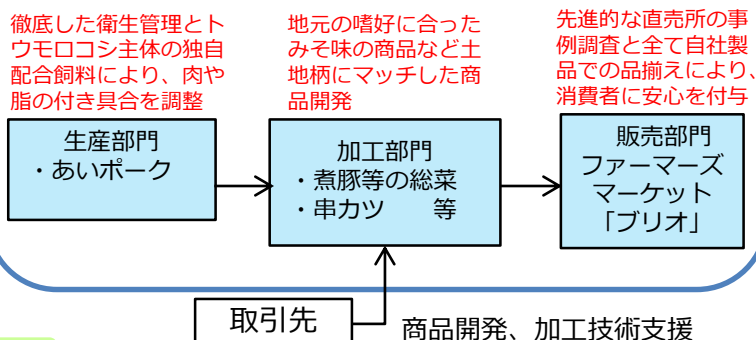
【活用した支援施策】

- なし

（事業体制図）

（有）石川養豚場

消費者がその価値に納得する商品を
適正な価格で提供したい！



串カツ

金時生姜にこだわり、作り続けて70年！ 金時生姜の魅力を引き出す加工品の製造・販売

平成23年10月 認定

愛知県

有限会社木村農園

<事業者の概要>

- ・所在地：愛知県稲沢市
- ・代表者：代表取締役 伊藤 聡美
- ・取組内容：豊富な栄養成分と風味の非常に良い（特徴）金時生姜を使用した、「金時生姜と桃のドリンクビネガー」を製造・販売。
- ・雇用者数：10名（H29）（パート含む）
- ・URL：<http://shougaya.com/>



（金時生姜と桃のドリンクビネガー）

【取り組むに至った経緯】

金時生姜の販売価格は市場中心であり、生産原価に見合った価格になっていないため、経営が不安定であった。数年前から自ら価格が決められる加工品（乾燥粉末、ジャム等）の製造へシフトし、更なる経営の安定を図るため新たな加工品の開発に取り組んだ。

【取組の効果】

- 売上高増加率
114%（H23→H29）
- 雇用者数（パート含む）
8名（H23）→10名（H29）

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 金時生姜と合う食材での商品開発
→ゆずを使った生姜のドリンクビネガーは一般的に広く市販されているが、他社と違う商品を製造したいという思いから色々な食材で試作をし、桃を使った金時生姜のドリンクビネガーが完成した。
- デパート、百貨店での販路の開拓
→東京、名古屋のデパート等でプロモーション（試飲販売）をしているが、ビネガー専門店がすでに店舗を構えており、単品での販売は難しく、ギフト商品での販売へと見直した。

【今後の展望】

- 海外38カ国の販売先を持つ通販サイトへ掲載することを計画中。
- ベトナム視察に参加し、金時生姜の消費拡大、加工品の海外輸出に挑戦する。

【活用した支援施策】

- なし

（事業体制図）

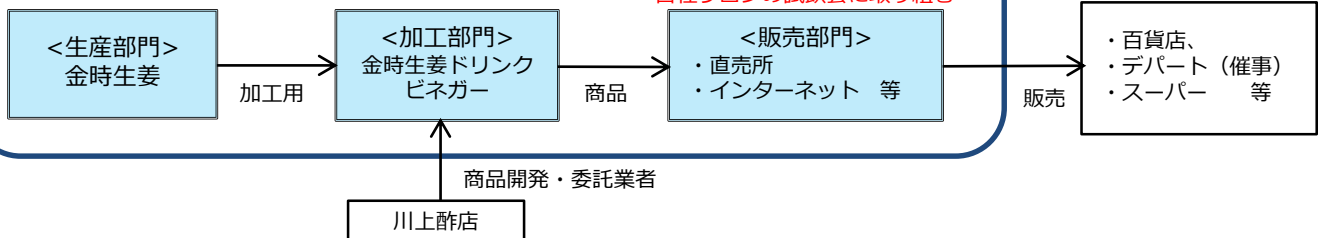
（有）木村農園

遊休農地を利用して生産した金時生姜を使った加工品で、付加価値を高めたい

耕作放棄地を活用

委託業者と試作を重ね製造

一般消費者向けに農園視察と自社サロンの試飲会に取り組む



愛知県豊田市がワインの産地になれば との思いで初めてワイン造りに挑戦！

平成25年6月 認定

愛 知 県

須崎大介

<事業者の概要>

- ・所在地 : 愛知県豊田市
- ・代表者 : 須崎 大介
- ・取組内容 : 学生時代の旅行でワインと出会い、
(特徴) 3年間のイタリア修行を経て、帰国
後農家となりワインの製造・販売。
- ・売上高 : 2,876万円 (H29)
- ・雇用者数 : 3名 (H29) (パート含む)
- ・URL : <http://azu-azu.sakura.ne.jp/shop.html>

azucca e azucco (アズッカ エ アズッコ)



白ワインと赤ワイン



ワイナリー & 直売所

【取り組むに至った経緯】

- 愛知県産ワインが作りたいとの夢があり、イタリアでの約3年間の修行の後、地元豊田市で「農ライフ創生センター」を活用し、農地を借りて農家となった。
- 自分の思い描いていた構想が、6次産業化の総合化事業計画の取組と一致していることを教えてもらい取り組むようになった。

【取組の効果】

- 売上高
930万円 (H24) → 2,876万円 (H29)
- 雇用者数 (パート含む)
0名 (H24) → 3名 (H29)
- ぶどうの栽培面積
0.5ha (H24) → 1.5ha (H29)

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ワイン用ぶどうの栽培
→多くの地域でぶどうが栽培されているイタリアでの経験を糧に、豊田市での栽培を実施した。
- 家族での経営を考え、試行錯誤しながら作付面積を調整してきた。
- 販路開拓
→ワイナリーに併設した直売所及びインターネット販売を中心に、百貨店、酒販店や飲食店への卸売りを積極的に行った。

【今後の展望】

- 販売を拡大をするには機械化が必要であり、雇用を増やすには法人化が必要と考え、今後を見据え検討中である。

【活用した支援施策】

- なし

(事業体制図)

須崎大介

愛知県をワインの産地にしたい

獣害対策で電気柵を設置

自社製造

販売時期に顧客に案内の手紙を郵送

<生産部門>
・ワイン用ぶどう

加工用

<加工部門>
・赤ワイン
・白ワイン
・スパークリングワイン

商品

<販売部門>
・直売所
・インターネット 等

販売

・百貨店
・酒販売店
・飲食店 等

品種改良、栽培指導

商品開発・製造技術支援

・農ライフ創生センター
・農業改良普及所

・(独)酒類総合研究所

平成25年10月 認定

愛知県

こだわりの卵に新たな付加価値を！ 自社ブランド卵を使用した加工品の 開発・製造・販売

有限会社デリーファーム

<事業者の概要>

- ・所在地：愛知県常滑市
- ・代表者：代表取締役 市田 眞澄
- ・取組内容：自社ブランド「あいちの米たまご」
(特徴) 及び「デリー極みたまご」で作る
プリンやシュークリーム等の製造・
販売。
- ・売上高：8億5,092万円 (H29)
- ・雇用者数：66名 (H29) (パート含む)
- ・URL：<http://www.dailyfarm.co.jp>
<http://www.coco-terrace.com>



直売所：ココテラスの丘



プリン

【取り組むに至った経緯】

- 餌にこだわった自社ブランド卵であるが、量販店で販売されている他商品との差別化が難しく販売で伸び悩んでいた。
- 更なる販売増加に結びつけられるよう、知名度を高める新商品の開発・販売に取り組む必要性を感じた。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 加工技術の開発
→商品開発は、菓子製造会社、洋菓子店及び厨房機器メーカーと連携し試行錯誤の末に完成。
- 販売方法及び販路開拓
→プリンの販売に関しては販売先を模索していたが、物流（輸送）の際に商品が崩れてしまう可能性があった。
→商品を崩さないために、自社で直売所を開設し販売することとした。

(事業体制図)

(有) デリーファーム

餌にこだわった自社ブランドのたまごを使って加工品を作りたい

独自で配合した餌に
飼料米を使用直売所及び農家レストラン
を建設し販路拡大

<生産部門>

- ・養鶏業
- ・生食用
- ・加工用

加工用

<加工部門>

- ・プリン
- ・シュークリーム
- ・マドレーヌ 等

商品

<販売部門>

- ・直売所
- ・農家レストラン
- ・インターネット 等

販売

- ・金シャチ横丁内 店舗

餌の改良

- ・愛知県内の米農家

レシピ開発・試作品

- ・厨房機器メーカー
- ・菓子製造会社
- ・洋菓子店



マドレーヌ



(農家レストラン：レシピア)

「高香園」名でのブランド力を高める！ 手摘みの碾（てん）茶・抹茶を活用した 加工品の開発・販売

平成25年10月 認定

愛知県

野場義尊

＜事業者の概要＞

- ・所在地：愛知県豊田市
- ・代表者：野場 義尊
- ・取組内容：手摘みの碾（てん）茶・抹茶を活用した商品「手摘み抹茶の焼き菓子」「碾茶ふりかけ」の開発・販売。
- （特徴）
- ・売上高：4,537万円（H29）
- ・雇用者数：102名（H29）（パート含む）
- ・URL：http://kokaen-cha.jp/



手摘み抹茶の焼き菓子



碾茶ふりかけ

【取り組むに至った経緯】

- 手摘み栽培のこだわりを持った手法では生産規模の拡大により経営を発展させることは困難と感じていた。
- このため、当園の特徴である旨みの優れた碾茶を活用し、加工品を製造することで売上拡大やブランド力を向上させ、安定的な経営体質を確立することとした。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- ブランド化に向けて
→豊田市はお茶産地として他の産地ほどまだ有名になっていないため、屋号の「高香園」でのブランド化を進めることとした。
- 販路開拓
→高香園独自の「ロゴマーク」を作成し、全国キャラバン等の商談会で百貨店バイヤーから見い出してもらった。
- 地域に浸透する取組
→10年前から小学校の総合授業で毎年お茶摘み体験を実施し、豊田のお茶が浸透し始めた。

【取組の効果】

- 売上高
4,205万円（H24）→
4,537万円（H29）
- 中部電力の広報誌に自社の取組みが掲載される。

【今後の展望】

- アメリカの事業者から自社のお茶を材料として取扱いたいと要望があり、今後アメリカを中心に輸出を検討している。
- 更なる良質の茶を目指し手づみ茶に磨きをかけていく。

【活用した支援施策】

- 小規模事業者持続化補助金（直売所）（H28）
- とよた農産物輸出推進助成事業（H28、H29）

（事業体制図）

野場 義尊

「高香園」名でのブランド力を高める

栽培全般

商品開発はOEM先と納得するまで諦めない

高香園名での販路拡大

＜生産部門＞
・お茶栽培

加工用

＜加工部門＞
・手摘み抹茶の焼き菓子
・碾茶ふりかけ 等

商品

＜販売部門＞
・直売所
・インターネット 等

販売

・首都圏百貨店
・首都圏アンテナショップ
・外食産業全国チェーン店
・J R東海
・無印良品

栽培指導

商品開発・製造技術支援

・農業普及センター

・OEM加工会社
・中央プランナー
・名古屋市農業センター
・豊田市役所農政課

・中央プランナー

イノシシ・シカをいただきます！ 家庭の食卓に安心なジビエ肉をお届けする ことを目指して

平成26年10月 認定

愛知県

株式会社山恵

＜事業者の概要＞

- ・所在地：愛知県豊田市
- ・代表者：代表取締役 近藤 孝
- ・取組内容（特徴）：猪・鹿の精肉パック商品や肉まん、ソーセージの製造に必要な加工施設・機械の整備。
- ・売上高：2,436万円（H29）
- ・雇用者数：8名（H29）（パート含む）
- ・URL：http://inosisi-yamakei.com/



加工施設



猪肉

【取り組むに至った経緯】

- これまで捕獲された猪や鹿は、埋立や焼却処分されていた。
- 猪や鹿は害を及ぼす動物である一方、山里の人々の貴重な「山の恵み」であり、この野生の獣の肉を有効に利活用することで、新たな産業とすることが可能と考えた。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 埋立や焼却処分の猪や鹿の利活用及び飲食店等への安定供給
→獣肉加工処理施設を整備し、流通の改善を行い飲食・小売業界を中心に販売を実施。
- 地域の飲食店へ、獣肉の安定供給が行えるようになった。
- 地域農業への獣害被害の減少による作付向上
→捕獲者から猪や鹿を買い取り捕獲意欲を向上させることで、地域での獣害被害が減少され地域農業の活性化にも貢献。
- 資金面での相談
→獣肉加工処理施設の整備を行うに当たり、前代表の土地を無償で借り受けることで、経費の軽減が図れた。

【取組の効果】

- 売上高
2万円（H26）→2,436万円（H29）
- 雇用者数（パート含む）
0名（H26）→8名（H29）
- 捕獲頭数（猪及び鹿）
0頭（H26）→712頭（H29）

【今後の展望】

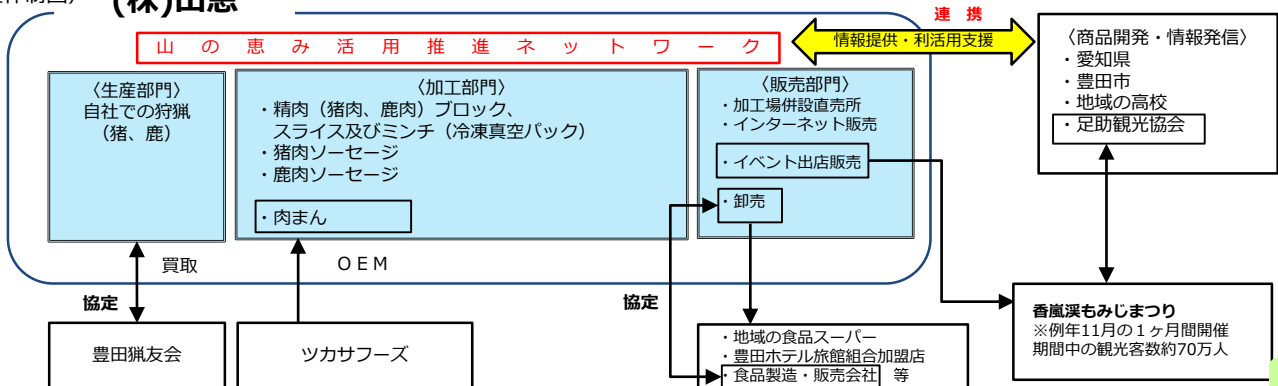
- 更なる販路拡大や商品等の認知度を上げるため、猪や鹿肉を使った料理の簡単レシピを作成する。
- 捕獲頭数の最盛期に対応するため、冷蔵・冷凍施設の増設を考えている。

【活用した支援施策】

- （農林水産省）6次産業化ネットワーク整備事業（加工・直売所）（H27）
- （豊田市）6次産業化ネットワーク整備事業（加工・直売所）（H27）

(事業体制図)

(株)山恵



鈴鹿山麓の茶産地で栽培したお茶の 直販・卸売と伊勢一の宮「椿大神社」 参道のカフェでの提供

平成28年2月 認定

三重県

株式会社椿茶園

＜事業者の概要＞

- ・所在地 : 三重県鈴鹿市
- ・代表者 : 代表取締役 市川 晃
- ・取組内容 : 椿大神社参道にカフェを建設し、急須で丁寧に淹れるお茶を提供することで新たな客層に消費拡大を図る。
- ・売上高 : 3,843万円 (H29)
- ・雇用者数 : 2名 (H29) (パート含む)
- ・URL : <http://tsubakisaen.co.jp>



お茶農家が営む
日本茶カフェとスタッフ



鈴鹿の山々を仰ぐ茶畑



【取り組むに至った経緯】

- 茶の消費量及び市場価格が低迷し収益が減少しており、茶に更なる付加価値を付けた商品を開発し、顧客へ提供していくことが急務である。
- 今までは生茶葉の販売のみであったが、今後は経営の多角化及び生産物の付加価値を向上させる経営を図りたい。

【取り組む際に生じた課題と対応方法】

- 付加価値の高い商品や店舗作り
→日本茶インストラクターや三重県手もみ茶の技術・知識を活用してオリジナル茶商品の開発・販売及びカフェを整備した。
- 自宅でもお茶をおいしく飲んでいただくための工夫
→自社ロゴマーク入りオリジナルの陶磁器カップをお土産として持ち帰りを可能にした。
- カフェ整備のための資金調達
→個人経営をしていたが平成27年12月法人を設立した。

【取組の効果】

- 売上高
1,195万円(H26) → 3,843万円(H29)
- 雇用者数 (パート含む)
0名 (H26) → 2名 (H29)
- 主な原材料生産面積 (茶)
4 ha (H26) → 5 ha (H29)

【今後の展望】

- リピート率の増加と、販路拡大を図る。
- お茶関連商品(ギフト)の開発、お茶の飲み方ワークショップの開催。

【活用した支援施策】

- 6次産業化ネットワーク活動交付金 (加工場・直売所) (H29)

(事業体制図)

(株) 椿茶園

椿茶園でホッと一服、至福の時間を！

減肥料・減農薬

茶葉を生かす製茶

椿大神社参道で
直売所&カフェ整備

<生産部門>

- ・1番茶
- ・2番茶
- ・秋番茶

<加工部門>

- ・かぶせ茶
- ・上級煎茶
- ・番茶 等

商品

<販売部門>

- ・直売所&カフェ
- ・インターネット 等

生茶葉

商品開発・製造

荒茶

鈴鹿茶共同生産工場
・有限会社緑粋園

委託
販売

地元直売所

- ・ファーマーズマーケット 果菜彩
- ・(株)みどりの大地
- ・スーパーサンシ サンサン広場



ロゴマークをあしらったカップ
(ホットorアイス)



日本茶インストラクターが
一煎ずつ目の前で淹れて提供