

6次産業化の取組事例

平成23年2月

農林水産省

6次産業化の取組事例

加工・直売の事例

農家女性による米粉パン・加工品等の製造・直売

有限会社いずみの里(大阪府和泉市)

取組の概要

- 女性農家で構成する生活改善グループ50名の出資で2001年有限会社いずみの里を設立し、地域特産の夏みかんのマーマレード、たけのこ煮、みそ、佃煮、米粉パン等を販売。
- 加工品の原材料のほとんどを社員が栽培し、市内各地の朝市を中心に販売、大手量販店とも契約し、販路を拡大。
- 2008年には「道の駅」を拠点に和泉市産の食材を中心に使った加工食品の製造と販売を開始。



取組の特徴

- 夏みかんの価格低迷時期、農家主婦で何かできないか考えたことがきっかけで、生活改善グループの法人化を行った。
- 地域の小学校での子どもたちへの味噌づくりやマーマレード作りの体験指導等の食育活動、地域の学校、会場での食の講習会や郷土料理体験実習などを積極的に行う。また、手づくり味噌や梅干しなどを学校給食に提供。
- 米粉パンの製造技術や商品開発には、コーディネーターによるアドバイス等のサポート。



取組の効果

- 自らが作った農産物等が売れることで、参加者に活力が生まれ、「道の駅」を活動拠点として知名度、集客及び売上も向上。
- 料理初心者の男性へも簡単な料理実習を実施したり、地域の男女共同参画へも貢献。
- 売上高の向上
約2,100万円→約5,100万円
(2007年→2008年)
- 雇用数の増加
33人(2007年)→43人(2009年)

6次産業化の取組事例

加工・直売・輸出の事例

さつまいもの生産・加工・販売の一貫体制

有限会社コウヤマ(熊本県上益城郡益城町)

取組の概要

- さつまいもの生産から加工、販売までの一貫体制を確立。さつまいもに付加価値を付けたオリジナルの加工品の開発・販路拡大に取り組んでおり、現在売上額のうち加工品の割合が約5割を占める。(加工品:いきなり団子、アイス、プリン、焼酎等)
- 積極的な商品PR活動と契約農家・JA等の取引業者の確保・信頼関係の構築に努め、2003年加工場横に直売所を開設し、自社ブランドを確立するなど販売力強化に取り組む。
- 2007年には新たな販売先として海外への輸出を開始。



取組の特徴

- 商談会等への出展による情報収集、商品認知度の向上や、ニーズにあった加工品の商品開発、アイテム数の拡充等を行う。
- 生産者から消費者までの多様なネットワークを構築し、地域の子供、保護者等への食育、農作業の体験活動等も実施。
- 生産、加工、販売までの経営に対して専門家からの助言等や全国のデパート担当者との情報交換をし、信頼関係を構築。

取組の効果

- 自社ブランド商品直売所による商品認知度・収益向上
- 地域農家・契約栽培を含め栽培面積拡大。
45ha(2006年)→66ha(2009年)
- 売上高の向上
約8,000万円→約2億2,000万円
(2006年→2009年)
- 雇用数の増加
2倍(2006年→2009年)

6次産業化の取組事例

加工の事例

規格外農産物を利用した商品の開発・販売

食農産業クラスター推進協議会・青じそ加工研究会(愛知県)

取組の概要

- 2007年に農業者、食品メーカー、食材加工業者で構成される青じそ加工研究会を設立し、プランナーが中心となって取組を展開。
- 異業種の連携により、新しい価値(商品・事業・市場・生産方法)を生み出し、全国に通用する規格外の青じそを活用した青じそ加工品の新しい地域ブランドを展開。

取組の特徴

- 研究会参加食品メーカーを「一業種一社」で構成・運営することにより、同業者同士ではできない相乗効果を生み出す。
- 食品フェアや試食調査などに研究会メンバーが全員で取り組むことにより意識の標準化、強い信頼関係の構築。
- 食品メーカーと生産者の相互理解のもと、抜き打ちによる残留農薬検査や新品種の導入により安全・安心な青じそ供給が実現。
- プランナーを中心とした開発商品、マーケティングの強化。



研究会により開発された商品

青じそ寄せ豆腐、青じそ薫る梅酒、更科しそ蕎麦、しそ丸ごと餃子、石窯青じそ食パン、青じそ米パスタ など計23品目

取組の効果

- 規格外青じそを加工品へ有効活用した地域ブランドの創造



【規格認定 マーカ】

- 生産者と加工メーカーの所得・モチベーション向上

生産者…青じその減農薬生産
加工メーカー…ブランド化への意欲

- 青じそ加工商品の売上向上
約3,000万円から約1億円へ
(2007年→2009年)

6次産業化の取組事例

加工の事例

新規性テンペによる国産大豆の需要拡大

株式会社登喜和食品(東京都府中市)

取組の概要

- 食品市場の健康志向化が進行するなか、国産大豆を使用した簡単に食べられる健康に良い商品を作りたいとの思いから、テンペ菌と乳酸菌を利用した無加熱処理の「生てんぺ」の開発に成功。
(テンペとは大豆の煮豆を、テンペ菌で無塩発酵させた食品。)
- トレーサビリティを重視するこだわりの消費者層や、サラリーマン、OL層を対象とした「大豆テンペ」を利用したクッキーバーなどの新商品を開発。
- 特定乳酸菌を併用する製造方法(特許出願済)により、「生」でのチルド流通が可能となり、流通上必要な日持ちを確保。



取組の特徴

- 高い生産技術を有する産地、近隣農家への生産技術の水平的な普及を行い、生産量を確保する農業者と連携し、事業拡大を図る。
- 歴史的に食品産業が盛んである東京という地域の強みを生かした実力ある研究機関等の協力により、様々な課題を克服。
- コーディネーターは、商品のコンセプトづくりから販路開拓等のマーケティング全般にわたり当該取組をサポート。

取組の効果

- 取組を通じ、大豆テンペ利用・加工のためのネットワークが拡大。
- 国産大豆を使用することで、大豆の自給率向上へ寄与。
大豆使用量 0.7t(2004年)→5t(2010年)
- 売上高の向上
250万円(2004年)→1,900万円(2010年)
- 雇用数の増加
25人(2004年)→33人(2010年)

6次産業化の取組事例

加工の事例

特産品を有効活用した商品の開発・製造及び販売

株式会社ディメール(青森県八戸市)

取組の概要

- (株)ディメールは、地元八戸の海産物を活かした「冷凍押し寿司」の開発を行っていた。一方はまなす農協(現「十和田おいらせ農協」)は、青森県で品種改良した寒冷地での栽培に適した低アミロース米「ゆきのはな」の栽培に取り組んでいた。
- (株)ディメールは、チルド・冷凍米飯用として「ゆきのはな」が最も適していることを見出し、作付農家との試作を経て、はまなす農協と連携し「冷凍押し寿司」の開発・製造及び販売に取り組む。



収穫風景



冷凍押し寿司イメージ

取組の特徴

- 地元八戸前浜産サバを中心に、地元の鮭、鮪等特産品と、寒冷地という風土での栽培に適した米を活用した取組を行うことで、農林漁業者の経営の改善や地域の活性化にも資する。
- はまなす農協も商品開発の販売に関与。
- 「冷凍押し寿司」という新商品の開発により、従来は寿司を扱い難かった飲食店等や機内食、船舶食などのニーズが高く、国内はもとより日本食ブームの海外への市場拡大も期待。
- コーディネーターが農林漁業者と中小企業者の連携構築からビジネスプラン作り、商品開発等を一貫してサポート

取組の効果

- 寒冷地における売れるコメづくりの実現
- 農林漁業者の一次生産だけではなく成果品の直接販売にも関わることによる更なる経営の改善に資する。
- 売上高の向上
0円→5,400万円
(2004年→2008年)