

お気に入り商品が見つかる、6次産業化情報誌

TAKE FREE

人気農家の「ロクジカワイン」  
国産オリーブオイルで地域活性化！  
6次産業化のための8つのステップ



新装刊

全国で話題のワイナリー、  
集めました！



いまキテます！  
農家ワイン

6チャンネル vol.19 2017 AUTUMN

2017年9月発行 発行/株式会社アクセスインターナショナル 〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷4-20-1千駄ヶ谷ビル6F TEL:03-3403-3350 PRINT/大日本印刷株式会社

FARM

TO

TABLE

6次産業化は、  
この美味しさを届けるための、  
ひとつの選択肢だ。

6次産業化を、もっと身近に。「ロクジカチャンネル」

6次産業化のご相談はこちら

全国の6次産業化を進める農林漁業者等のもとへ、高度な知識と経験を持つ  
専門家を無償で派遣して、新しい6次産業化のチャレンジを支援します。

6次産業化中央サポートセンター

☎070-6516-7146 ✉info@6sapo-center.net www.6sapo-center.net

6次産業化優良事例表彰(6次産業化アワード)

農林水産省では、6次産業化に取り組む農林漁業者を全国的な視点で支援するため、  
異業種や地域とのネットワークを積極的に構築して農林漁業の活性化に貢献する  
取組・活動を行っている事業者を表彰する「6次産業化優良事例表彰」を実施していま  
す。今年度の応募期間は9月29日まで。

詳しくは、☎03-6432-4545(「6次産業化推進協議会」事務局)へ。



「ロクジカチャンネル」vol.19(2017年9月発行) 発行:株式会社アクセスインターナショナル  
発行人:清水朋宏 編集長:東樹綾奈 エディトリアルディレクター:宇都直也 アートディレクター:松山拓紀  
編集・執筆:衛藤千晴、曾田夕紀子、福田真木子、児玉菜穂子、廣町公則 デザイン:花嶋みどり 撮影:今井広一、尾内一希 イラスト:オオノマサフミ  
この情報誌およびFacebook「ロクジカチャンネル」は、農林水産省6次産業化情報提供支援事業により制作・運営しております。  
©Access International Ltd. 本誌記事の無断転載を固く禁じます。

ENJOY  
THE ROKUJIKAWINE!  
🍷

# いま、農家のワインが 話題です!

2013年頃から始まったワインブームは現在も継続中。  
その理由のひとつに考えられるのは、  
新しいワイナリーが続々と生まれている日本ワインへの評価の高まりです。  
特に見逃せないのが農家自らが醸造、販売も行う「6次産業化」でつくられたワイン。  
そのつくり手たちのワインへの愛を感じる  
「ロクジカワイン」ストーリーをお届けします!

## What's ロクジカ?

「ロクジカ」は、生産者と  
距離が近づくキーワード!

6次産業化(ロクジカ)とは1次産業を担う農林  
漁業者が、加工(2次産業)、流通・販売(3次産業)  
にも取り組む経営形態を指します。つまり1次  
×2次×3次=6! でロクジカ。生産者が熱い  
想いで行うロクジカは、わたしたち消費者  
と生産者の距離が縮まるきっかけにも。  
作り手の顔が見えるロクジカ商  
品に、要注目です!



domaine tetta



岡山県新見市  
哲多町

tetta株式会社  
岡山県新見市哲多町矢戸3136  
tetta.jp  
☎0867-96-3658  
ワイナリー定休日：月曜、火曜  
※祝日の場合は営業  
ワイナリー営業時間：11:00~16:00

## ブドウ畑の中のアートな空間! トップクリエイターを巻き込んで 若き実業家が挑む情熱のワイナリー

「地元の資源を残したい」と立ち上がった一人の男の情熱が、さまざまな人を動かした。そして誕生したロクジカでの夢のワイナリー。岡山を人の集まる場所にするための、アート感あふれるブランディングに注目が集まっている。



高橋 竜太 ▶ tetta株式会社代表取締役。新見市出身。大学を卒業して1年間アメリカで働き、帰国後は家業の建設業に携わる。その一方でtettaを設立、チャレンジを続ける40歳。

### ブドウ畑の再生に 卓越した専門家が集結

建設業に携わる高橋さんが、閉園するブドウ農園の経営を引き継いだのは2009年のこと。「素晴らしいブドウを栽培していたのに、耕作放棄地になっていくのが残念だった」と、まったくの異業種からブドウ栽培の世界に飛び込んだ。

農業に精通するパートナーと共にブドウの生産・出荷を始めて間もなく、高橋さんはワイン造りに夢を見だして動き出す。フランスで修業したワインの醸造家も加わり、最初は外部の工場に醸造を委託して6次産業化によるワインの販売を開始。実績を上げながら、自社ワイナリーの建設を模索する日々が続いた。そして2016年、自社で一貫して生産・醸造・販売を行う新体制が整い、ワイナリー『domaine tetta (ドメヌ・テッタ)』が誕生する。

ブドウ畑に佇むtettaのワイナリーは、美術館のような趣を感じさせる。建築デザインは、岡山県出身の世界的なインテリアデザイナー、Wonderwall・片山正通さんによるもの。高橋さんのワイン造りへの熱意に賛同した1人だ。コンクリート壁のシ

ンプルな建物の内部には、開放感のあるエントランスと機能的な醸造所が置かれている。醸造用のタンクが並ぶ空間を彩るネオンアート作品の斬新さも目を引く。

デザインへのこだわりは、商品ラベルにも感じられる。思わず笑みがこぼれる味のあるイラストは、大手企業のパッケージなど幅広い分野で活躍するアートディレクター・平林奈緒美さんが手掛けた。哲多町は石灰岩質の土壌と長い日照時間、標高による寒暖差と、ブドウ栽培に適した条件が揃った地域。ワイナリー隣接のブドウ畑では、生食用を含めて20種類以上の品種を栽培している。今年度の自社工場でのワイン生産本数は約1万3000本、将来的には年間5万本の生産を目指す。

現在、常勤スタッフは10名ほど。「今は自分たちの事業を継続させることが第一の目標」と高橋さんは語る。事業の安定はやがて地域の雇用と活性化を生む。例えばtettaのワイン造りに惹かれ哲多町にやって来た移住者が、休耕地を再生することもあるだろう。夢のワイナリーはようやくスタートしたばかり。すべてにおいてハイブランドなワインを目指して、高橋さんの挑戦は続く。



6haの畑でブドウを栽培。その面積は年々拡大。

2種類の品種をブレンドした「アッサンブラージュ」。野生酵母仕込みで補糖補酸をしない醸造方法。華やかな黒果実の香りときれいな酸が特徴。

「シャルドネ」も同様に野生酵母仕込みで補糖補酸ゼロ。柑橘系の爽やかな香りと白桃のようなチャーミングな香りが特徴。

全国のワインショップ、飲食店、ワイナリー併設のショップで販売中。



世界的なアーティストのネオンアートが展示される醸造スペース。



ワイナリーのテラスからは、広大なブドウ畑が一望できる。



平川敦雄 ▶ 株式会社平川ワイナリー代表取締役。フランスにて栽培醸造家、ソムリエとしてのキャリアを積む。帰国後、「ミシェル・プラストージャポン」のシェフ・ソムリエを経て、2014年に同ワイナリーを設立。

株式会社平川ワイナリー  
北海道余市郡余市町沢町201番地  
hirakawawinery.jp



農林漁業成長産業化ファンドを活用

## 日本ワイン界の期待を背負う 実力派ソムリエのロクジカワイン

ブドウ栽培家にして、ワイン醸造家。そしてソムリエでもある平川敦雄さんがいま立つのは、北海道余市町の大地。修業を積んだ仏・ワイナリーの在り方を原点とした平川ワイナリーの、土地との関わり方とは？

フランスで見たワイン造りの在るべき姿を追って

学生時代にソムリエを志望して渡仏し、同地のワイン造りをつぶさに体感してきた平川さんにとって、ワイナリーの6次産業化は自然かつ、基本的なことと思えるようだ。「フランスの伝統的なワイナリーの在り方は、まさに6次産業化でした。家庭的な規模の生産者も醸造から直売まで当然のように行っていたのです。そもそもワインの個性とは、ブドウが育つ場を表現することによってもたらされるものです。その土地でしかできない味わいを引き出すためにも、栽培から販売まで同じ地で一貫して行うことが有効だと考えています。ワインを口にするお客さまに味わってほしいのは、この土地ならではのおいしさ、あたたかみ。「ワイン文化は、その土地の料理文化とともにあります。しかも北海道は質の高い素材の宝庫。それらを生かした美食に寄り添うワインを生み出し、ともにこの土地の食文化の歴史を築いていけたら。」

テーブルの更に先まで見つめるソムリエの信念が余市の香りが詰まったブドウを、世界レベルのワインへと高めている。



平川ワイナリーのワインは、北海道や首都圏を中心に販売している。



長めの発酵期間を経てステンレスタンクで熟成させた「ノートル・シエクル」。料理に合うボリューム感とミネラル感を強調した辛口の白。



高井麻記子 ▶ 1914年創業のカタシモワイナリー5代目。平成25年度、経済産業省「がんばる中小企業・小規模事業者300社」に選出。平成28年度、6次産業化優良事例表彰にて農林水産大臣賞受賞。

カタシモワインフード株式会社  
大阪府柏原市太平寺2丁目9番14号  
www.kashiwara-wine.com  
☎072-971-6334



## ブドウの価値を高めたい！ 個性豊かな大阪ワインを生み出す理由

大阪の新名物ともいわれるワイン「たこシャン」で知られるカタシモワイナリー。103年つづく老舗も6次産業化の支援施策を活用し、地域活性化に繋がる商品を生み出している。

仲間もチャンスも、ロクジカが連れてきた！

「今の6次産業化は魔法みたい」。そう話すのは、カタシモワイナリー5代目の高井麻記子さん。同社が果樹園のかたわらワインづくりに着手したのは、なんと103年も前のこと。そんな老舗中の老舗も6次産業化施策の支援によるメリットを強く実感するようになったという。

「行政の後押しで認知度が上がり、私たちの農業に対する思いが伝わって、周囲の農家さん、売り先さんとの協力体制がより強くなりました。様々なチャンスもいただけた。会社としてできることや影響力が大きくなったと感じています」。

高齢化などにより減少してしまったブドウ農家。いつだって考えるのは、地元ワイナリーとして何ができるか、ということ。40種類を超える多彩な商品ラインナップも、積極的なイベント開催も「ブドウ1キロの価値を高めたい」「食の街大阪の中心にワインを」と願うから。そう、6次産業化は決して自社のためだけではないのだ。

「50年後、100年後を見据え、存在を望まれ続ける会社になっていかないと考えています」。



作り出したワインは40種類以上。写真左は、新商品のスパークリングブランデー「大阪と根性スピリット」。



大阪産デラウェアを使用し、瓶内二次発酵で造られた本格スパークリングワイン「たこシャン」。たこ焼きのお供にぴったり！



酒井  
ワイナリー

山形県南陽市

羊たちと一緒に作る  
環境にやさしい自然派ワイン

創業明治25年、ろ過器を使わないノンフィルター製法が特徴の東北の老舗。ブドウ畑に羊を放牧するというユニークな除草方法も話題で、羊たちはワイナリーのマスコットの存在にもなっている。羊の排泄物は肥料として使い、自然農法を実現。長期熟成の「鳥上坂 名子山（なごやま）」は、渋味と酸味が調和した抜群の飲み応え。

※写真のラベルは現行ヴィンテージとは異なります。

有限会社酒井ワイナリー  
www.sakai-winery.jp ☎0238-43-2043



ぶどうばたけ

山梨県甲州市

自然にやさしい農業を柱に  
耕作放棄地の解消を目指す

「耕作放棄地を減らして地域を活性化させたい」との想いから、二人三脚で6次産業化に取り組む農園主・三森さんご夫妻。勝沼産ブドウ本来の味わいが感じられるよう、化学肥料の使用を極力控え、手紋りでのワインづくりにこだわる。「青デラウェアムスー」は、収穫したばかりのデラウェアでつくったスパークリングの傑作！

有限会社ぶどうばたけ  
budoubatake.net ☎0553-44-0356



GRA

宮城県山元町

いちごワインで震災復興  
東北に持続可能な繁栄を

きっかけは東日本大震災。ミッションは、農業を強い産業とすることで地域社会に持続可能な繁栄をもたらすこと。地元産の高級イチゴ「ミガキイチゴ」をブランド化して、様々な商品開発を手掛けている。イチゴを使ったワインづくりも、その一環だ。缶入りのスパークリングワイン「カネット」は、イチゴならではの甘さが魅力！

株式会社GRA  
www.migaki-ichigo.jp ☎0223-37-9634



MIGAKI-ICHIGO  
Canette



キスヴィンワイナリー  
Kisvin  
Winery

山梨県甲州市

最新の醸造技術を駆使して  
最高品質のワインを追求

ブドウ農家3代目の萩原さんが2013年、若い仲間たちと創設した新鋭ワイナリー。カリフォルニア州立大学でワインを学び、仏ブルゴーニュで研鑽を積んだスペシャリストを醸造責任者に迎え、わずか数年でワイン愛好家の知るところに。「Kisvin Koshu 2015」は、醸造用に特別栽培された甲州種でつくった名刺代わりの1本だ。フレッシュな酸味と果実味、ほのかな甘みが楽しめる。

株式会社Kisvin  
www.kisvin.co.jp  
☎0553-32-0003



はすみふあーむ

長野県東御市

手植えの苗から育てた夢  
長野の小さなワイナリー

理想のワイナリーを夢見て耕作放棄地を耕し、ブドウの苗を一本一本手植えることから始まったミニワイナリー。SNSを活用してブランドを築いたことでも話題となった。自社畑のブドウで作るワインとともに人気なのが、地元産フジリンゴの「HASUMI FARM Cidre」。飲みやすくフルーティな、自然な甘みのスパークリングワインだ。

株式会社はすみふあーむ  
hasumifarm.com ☎0268-64-5550



SAYS  
FARM

富山県氷見市

鮮魚に合うワインを求めて  
畑づくりからスタート

江戸時代から続く老舗・魚問屋が「鮮魚に合うおいしいワインをつくりたい」と耕作放棄地を開拓して立ち上げた異色のワイナリー。レストランや宿泊施設も併設し、海を見おろす丘からの絶景と魚料理、ワインを楽しみに人々が訪れる人気スポットとなっている。「SAYS FARM ロゼ2016」は、和食とも絶妙なマリアージュ！

株式会社T-MARKS  
www.saysfarm.com ☎0766-72-8288



NIKI Hills  
ヴィレッジ

北海道余仁本町

農林漁業成長産業化ファンドを活用

北海道の新名所を目指す  
ビッグプロジェクトが始動

ブドウが育ち、人が集う——目指しているのは、ワインツーリズムの楽しさを発信していくこと。2018年夏のプレオープンに向けて、ワイナリーの整備が進む。「HATSUYUKI」は、この地で作られた記念すべき初醸造白ワイン。寒冷地に適したブドウ品種・ケルナーが紡ぎ出す味わいは、フレッシュでフルーティ！日本ワインコンクール2017でも銀賞を受賞した1本だ。

株式会社NIKI Hillsヴィレッジ  
nikihills.co.jp ☎0135-32-3801

まだまだ  
あります！  
ストーリーで選ぶ  
農家のロクジカワイン

全国には、誰かに話したくなるようなストーリーを持った  
バラエティ豊かな6次産業化ワインがたくさん。  
農家の愛情とこだわりが詰まったワインを、食卓のお供にどうぞ！

自園自醸  
ワイン

岩手県紫波町

農家の高いプライドが生む  
紫波自慢の良質な地ワイン

町の良質なブドウを使い(自園)、町のワイナリーで醸造(自醸)する「自園自醸」がモットーの地域密着ワイナリー。栽培農家が株主になることで高い意識を保ち、質の良い原料作りを実現。「ホワイトラベル ヤマソービニオン赤・甘口」は、コクと甘さのバランスが良く、山ブドウの酸味とほのかな渋みが深い味わいを醸し出す。

株式会社紫波フルーツパーク  
www.shiwa-fruitspark.co.jp/winery  
☎019-676-5301



都農ワイン

宮崎県都農町

農林漁業成長産業化ファンドを活用

ぶどうの里からワインの里へ  
世界が認める九州産ワイン

海に見える丘にある、観光スポットとしても人気のワイナリー。ブドウ栽培に向かないといわれていた都農の地で土づくりから地元産にこだわり、現在では年間約24万本を出荷。英誌で「世界のワイン100選」に選ばれるなど、国際的評価も高い。「2016 シャルドネ エステート」は、樹齢22年のシャルドネを使った逸品！

株式会社都農ワイン  
www.tsunowine.com  
☎0983-25-5501





# 美味しい物語



2

1.瀬戸内海を望むオリーブ畑。地中海地域に似た温暖な気候、1年を通して少ない雨量と、水はけの良さがオリーブの生育に適している。 2.パッケージやロゴ、ホームページやユニフォームなどビジュアルにまつわるすべてのアートディレクションは、多度津出身の東京のデザイナーが手掛けた。 3.国産のオリーブオイルは希少。国産オイルのシェアは、わずか0.03%しかない。 4.オリーブオイルソムリエ協会のジュニアソムリエ資格を持つ、古津さん。搾油後、テイस्टイングしながら品質を高めていく。 5.発送作業なども一貫して行う。慣れない作業も仲間が居れば楽しいという。 6.現在は、全部で10haのオリーブ畑と契約、今年の収穫見込みは18トン。今後も畑は拡大予定だ。



4



3



6



5



ロクジカで大切なのは、情熱と計画。あとは、信頼できる仲間作りです。

「蒼のダイヤ」のこだわりは、厳格な品質管理。収穫後24時間以内の搾油を徹底し、温度は27℃以下に設定。ステンレスタンクに保存する際も窒素を注入し、オイルの酸化を防いでいる。10月～12月の収穫時期によって味わいの異なる実をすべて一緒にして仕上げるため、濃厚なのにフレッシュな日本人好みの味わいになるという。

株式会社 蒼のダイヤ  
香川県仲多度郡多度津町大字見立 1856番地3  
www.aonodia.com ☎0877-89-2797

「生産と販路の拡大を同時に行う大変さはありませんが、商品に自信があるから頑張れる。畑から搾油、保管まで徹底した品質管理は、6次産業化ならではの、地域愛にあふれた仲間達の存在も大きいです」。収穫後24時間以内に搾油するオイルは、極めてピュアな味わい。鮮度も作り手の思いそのまま詰まった商品に、全国でファンが増殖中だ。

搾油を外注していたが、収穫量の増加を見込んで、2015年に株式会社蒼のダイヤを設立。自家製新漬けオリーブ、2種類のエキストラバージンオイルの3商品を加工販売するようになった。現在は、生産者約50人、オリーブ畑は10haにまで拡大。6次産業化の取組により、地域に雇用を生み、耕作放棄地の再生に繋がった。

「瀬戸内の海と山に抱かれた多度津町は、「赤いダイヤ」と呼ばれたぶどう「アラウエア」の名産地だった。しかし、高齢化や後継者不足などで耕作放棄地が増加。再生の騎手として町が目をつけたのが、地域の特性を活かしたオリーブによる6次産業化だった。日当たりが良く、水はけのいい丘陵地帯は、オリーブの栽培に最適だったのだ。

2009年には、27人の生産者が0.4haの耕作放棄地で生産をスタート。当初は小豆島の業者に

口に含まれた瞬間広がるのは、フレッシュで芳醇な香りとフルーティーな風味。そして、爽やかな辛みが後味を引き締める。香川県多度津町産のオリーブオイル「蒼のダイヤ」は、国産品という希少性に加え、その味わいもまた格別だ。「和食に合うとよく言われます。醤油と一緒に使うと赤身のマグロがトロに感じる、とも。私もご飯にかけて、毎日食べています」。そう語るのは、株式会社蒼のダイヤの代表取締役であり、生産者でもある細川勝さん。同社は、オリーブ生産組合が自ら生産したオリーブの加工・販売を行うため、地元企業と連携し、官民ファンドのA FIVEからの支援を受けて設立された会社だ。

瀬戸内の海と山に抱かれた多度津町は、「赤いダイヤ」と呼ばれたぶどう「アラウエア」の名産地だった。しかし、高齢化や後継者不足などで耕作放棄地が増加。再生の騎手として町が目をつけたのが、地域の特性を活かしたオリーブによる6次産業化だった。日当たりが良く、水はけのいい丘陵地帯は、オリーブの栽培に最適だったのだ。2009年には、27人の生産者が0.4haの耕作放棄地で生産をスタート。当初は小豆島の業者に

第1話 | 株式会社蒼のダイヤ | 香川県多度津町

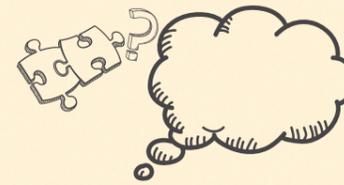
## オリーブの6次産業化で耕作放棄地を再生 輝きを取り戻した、海辺の町の物語

# 6次産業化のための8つのステップ

「商品を作ってみたい」「新しいビジネスを始めたい」。そんな思いはあるけれど、具体的な方法が分からない。そんな生産者さんたちのために、6次産業化に必要な流れをご紹介します。

監修=村上幸一

## STEP 1 想像する



まず、6次産業化を行う目的を持つことが大切。「周りから言われたから」「お隣の農家が始めたから」という受動的な理由では、実現は困難。最初は「こんなことをやったら面白いかも?」というレベルの発想でもいいので、自分のやりたいことをイメージできていれば、一貫性のあるプロジェクトになる。

例:「和食に合うワインがあればいいな」「新しい農業の担い手を生み出す仕組みを作りたい」

## STEP 2 構想する

## STEP 2 構想する



ミッション=目的、ビジョン=目標を明らかにして、イメージをより具体化していこう。「こういうことをやれば、こんな人の役に立つのではないか」という発想から、誰のための事業なのかターゲットを明確化。ターゲットとする消費者の年齢層・性別・地域や、最終販売先の商品棚(百貨店・道の駅・スーパーなど)を具体的にイメージし、現場から逆算して構想することも重要だ。さらに、その目的(ミッション)を果たすためには、どのような手段が必要なのか、目標(ビジョン)を立てていく。

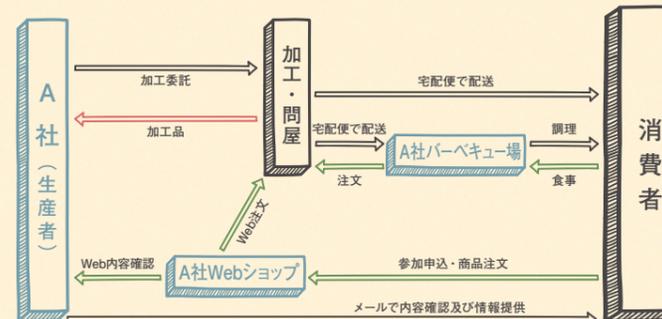
例:「国産にこだわるワイン愛好家に、和食に合う地元産ワインを届ける(ミッション)」「官民一体で地域密着型の流通経路をつくる(ビジョン)」



ここでいう戦略とは、「すべきことの明確化」。例えば「こういう商品が作りたい」という目標を達成するために、生産、加工、流通、販売などの必要なフローを整理。そのうえで、「自己調達が可能か」「協力者が必要か」「設備は十分か」など状況を整理・分析し、「やるべきこと」の洗い出しを行う。多角的な視点が必要になるため、この段階から、6次産業化プランナーなどに相談しながら進めるとより安心。また、バイヤー等と協働して商品設計することや、同じ商品棚に並ぶ類似品との差別化のポイントを整理することも重要だ。

例:「地元加工業と新たな連携をとる必要がありそうだ」

## ビジネスモデル事例



「生産数が少なく一般流通しにくい美味しい豚肉を一般の人に食べて欲しい」という目的で、養豚農家が6次産業化を手掛けた時のビジネスモデル。個人経営の養豚場のため生産数が少なく一般流通しづらい希少な豚肉を、直営のバーベキュー場とネットショップを立ち上げることで、消費者のもとに届けられるような仕組みを考えた。

## ビジネスモデルを考える

### Plan

ここからはよいよ「創造」の工程に入っていく。まずは、参加するプレイヤーの関係性をすべて明らかにする「ビジネス相関図」を作成しよう。生産から最終顧客に届くまでの一連のフローをすべて書き出し、それぞれの役割を明確化。この時に留意しておくべきなのが、すべてのプレイヤーが「Win-Winの関係」になっているかどうかの確認だ。6次産業化を成功させるためには、すべての参加プレイヤーに無理のないビジネスモデルが必須となる。ビジネスモデルとしての視点で適切なマーケティング分析をしながら、適正なビジネスモデルを考えていこう。

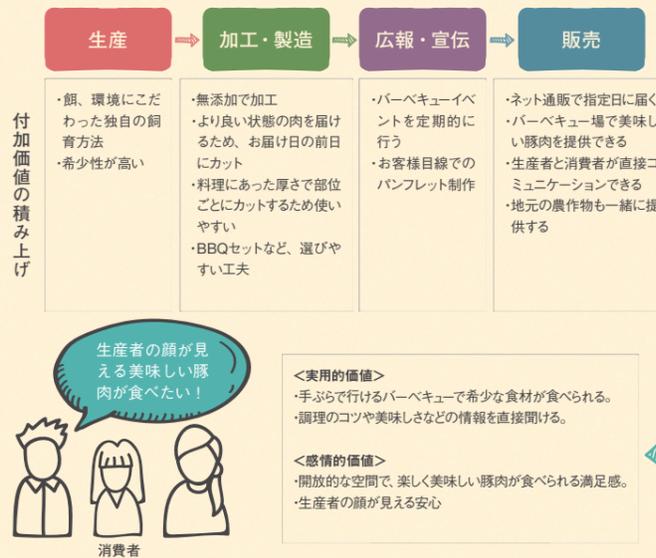
## STEP 5

## ビジネスシステムを考える

### Plan

ビジネスシステムとは、最終顧客まで商品・サービスを届ける仕組みを構築すること。とはいえ、ビジネスモデルをもとに、単純に商品が届くまでのフローをただ書き起こせばいいのではない。重要なのは、それぞれのフローにおいて「提供できる価値」をいかに付けられるかということ。生産なら「希少性の高い商品である」、販売なら「地元の生産物も一緒に提供する」など、各フローの下に「価値」をできるだけ多く、具体的に書き出していこう。それらの「価値」が顧客に届くまでに積み重なっていくことで、最終的に大きな付加価値が生まれることになる。

## ビジネスシステム事例



## STEP 8

## 是正する Act



検証の結果、洗い出された問題を解決、改良していく。重要なのは、なにから解決していくべきか優先順位を決めること。資金や時間に余裕があれば別だが、多くの場合、一度に複数の作戦を実行するのは困難。その都度、もっとも効果的な手段は何なのかを判断して是正していこう。

例:「商品のサイズと価格を刷新する」「販売ルートを変更する」

## STEP 7

## 検証する Check



実行に移した結果がどうだったかを、ビジネスマンの視点で冷静に判断、分析、検証する。この時、生産者だけで解決しようとせず、消費者からの評価やプランナーなどのプロフェッショナルの意見に耳を傾けるのがベター。数値などのデータをもとにした分析はもちろん、雑談レベルでも的確に検証し、解決のための意見を提言してくれるはずだ。

例:「目標売り上げと実績の比較」「消費者アンケートの分析」

## STEP 6

## 実行する Do



綿密に練った計画(ビジネスモデル・ビジネスシステム)のもと、いよいよ商品化、販売など実行に移す段階。「商品を作ってから売り方を考える」という生産者の6次産業化にありがちな失敗も、これまでのステップを確実にクリアしていれば心配ないだろう。事業に関わるすべての人との連携を密にしながら、確実にかたちにしていこう。

例:「新しい流通網をスタート」

## Point!

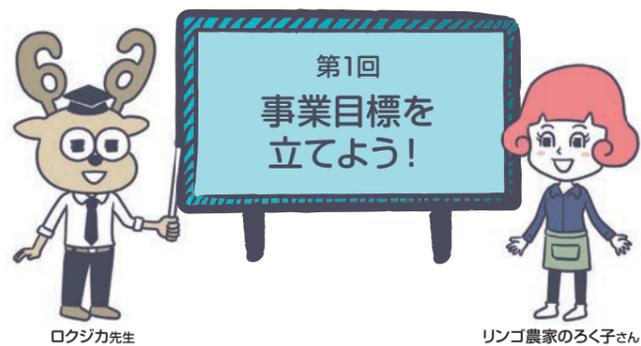
### 農林水産省の支援を活用しよう

農林水産省では、計画策定や販路開拓・ブランディング等のアドバイスが必要な方に対し、「6次産業化プランナー」を個別に無料で派遣する取り組みを支援。また、「6次産業化・地産地消法」に基づく総合事業計画の認定を行っており、商品開発や販路開拓、加工・販売施設の整備等の取組を支援している。詳しくは農林水産省のHPへ。

# PDCA

事業活動における、Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Act(改善)のこの。PDCAの一連のフローを繰り返したり、ふと立ち返ってみたりすることで、6次産業化事業はより成功へと近づいていくはずだ。

# 6次産業化デビューの心得 おしえて! ロクジカ先生



ロクジカ先生

リンゴ農家のろく子さん



次回へ続く...



先生からの一言

思いっぴの事業展開は失敗のもと! 事業の計画を立てるためにはまず、目的と目標を整理することが大切です(詳しくはp12へ)。より良いスタートを切れるように頑張りましょう!

◎「6次産業化プランナー」とは、全国の6次産業化に取り組む農林漁業者の方々の相談に応じてアドバイスを行うために登録されている専門家のことです。プランナーを派遣するサポートセンターは全国に設置されています。詳しくは農林水産省のHPまで。

農水省 6次産業化プランナー 検索

# 6次産業化プランナーのここだけの話

専門家ならではの鋭い視点で、生産者を導いてくれる6次産業化プランナー。数ある案件に携わってきた人気プランナーたちのこぼれ話をご紹介します。第1回は、よくある失敗例について。

## Vol.01 戦略不足で陥りやすい落とし穴

今回のプランナー | 村上幸一さん

1958年生まれ。中小企業診断士(一般社団法人農業経営支援センター所属)。農業経営上級アドバイザー、食の6次産業化プロデューサー(レベル5)、食農連携コーディネーター(FACO)、GAP指導員など。



### Case 01 ビジョンがないままに 商品を作ってしまう

「商品を作ったんですが、どうやって売ったらいいですか?」。こういう相談、実はとても多いんです。6次産業化には、ビジネスモデルが必須。ビジョンがないままに商品を作ってから相談をされても、プランナーも頭を抱えてしまいます。生産者が6次産業化で商品を作る場合、「原材料の良さを一番活かせるのは、どういう商品なんだろう?」というところから考えていく必要がある。それには、ある程度の市場調査が必要です。戦略なき商品化は、「在庫と借金だけ残る」という残念な結果を引き起こしかねません。

### Case 02 必要な設備投資ができない

どんな設備が必要なのか、戦略を立てる際に検証する必要があります。例えば、野菜を粉にして売るとき、金属探知機が必要です。その際、比較的安価な金属探知機を購入するケースが多いのですが、食品加工所や大手取引先では、高性能の金属探知機を導入していることがほとんど。取引先の基準がクリアできず、全部返されてしまう場合があるんです。販売対象先をイメージしながら商品化するときに、どの規模の設備・機械を整えるのかしっかり考え、実行可能な中で販売先を選ぶということが必要です。



(左) 濃厚で芳しい香り、コリコリと肉厚な食感が特徴の対馬の原木椎茸。(右下) 半屋内施設を増設し、生産効率を上げる予定。(左下) 原木乾燥椎茸はネットでも販売。



写真提供: 株式会社翔榮 www.hanatake.jp

### Case 03 生産量と納品量を 過大に見積もってしまう

小規模の農業法人が6次産業化をする場合、原材料の生産量には限りがあります。そこで気をつけたいいけないのは、大手企業と取引する場合です。大手スーパーなどは、安定供給が命。最大収穫量を見込んで取引をすると、天候などで収穫量が落ち込んだ場合、穴をあけることになってしまいます。チラシなどで告知していた場合は、スーパーの信頼にも関わる大問題です。ほかの生産者との連携で供給量を確保するなどの工夫をして、確実に供給できる量で交渉するようにしましょう。

### Case 04 無謀な東京進出を思い描く

「東京の百貨店で売りたいんです」というのも、とても多い相談の1つ。例を挙げましょう。何を売りますか?と聞くと「トマトジュースです」と答えます。東京には全国から商品が集まるため、トマトジュースも数え切れないほど種類があります。それらと何が違うのでしょうか?と聞くと、「いえ、普通のトマトジュースです」と返ってくる。CASE1と同じく、戦略がないんです。市場の特性を踏まえ、どういう差別化ができるのかを突き詰めた上で、販路を開拓していきましょう。

## 村上さんピックアップ! いま注目の6次化ビジネス

対馬を、原木椎茸の一大産地に!

かつての最大生産量の約10分の1まで落ち込んでしまった対馬の原木椎茸。その生産効率を上げ、6次産業化を進めながら一大産地にする計画に携わっています。戦略は、とにかく大規模化して収穫量をあげること。そのための設備投資を計画中です。さらに、地域の椎茸農家からも椎茸を買い取り、加工販売も行います。高価ですが、香りも食感も最上級。若い人たちの雇用を生むシステムを考え、A-FIVEによる支援も活用し、島全体の活性化にも貢献していきます。