

番号	取組概要	形態
21	酪農家が直営店「パール・ジェラテリア」から牧場の魅力を発信！	加工・直売 飲食店

1 経営概要

実施主体	株式会社 DOI FARM (富士宮市) 店舗名：パール・ジェラテリア
URL	http://www.doi-farm.com
主な事業	ジェラート(16種以上)、パン(20種以上)、スイーツ(5種以上)

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- 平成21年、後継者の就農を契機に、本格的な直接販売を視野に入れ、自慢の搾りたて牛乳を使用したパン及びスイーツづくりを開始し、牧場直営の強みを活かした経営展開に取り組み始めた。



写真1 店内の様子

(2) 経緯

- 平成元年：土井一彦氏が経営を継承する。
- 平成11年：90頭飼育可能なフリーバーン牛舎に経営拡大する。
- 平成22年：ファーマーズマーケットにてパン販売を開始、牧場敷地内に直営店を開店する。
- 平成24年：六次産業化法に基づく「総合化事業計画」の認定を受ける。
ジェラート製造機器を導入する。(畜産経営力向上緊急支援リース事業(1/3補助))
- 平成25年：牧場敷地内に“おいしいカフェ「パール・ジェラテリア」”を新装開店
- 平成29年：株式会社 DOI FARM を設立

(3) 成果

- 自ら経営する牧場で生産されたフレッシュな牛乳のおいしさを消費者に伝えることができた。ジェラートなどの新商品の提供により、新規顧客の増加、量販店への販路拡大につながり、多くの方に DOI FARM の牛乳を知ってもらうことができた。

(4) 成功したポイント

- 新商品を開発する過程で地域内でのコラボも可能となり、商品開発の幅が広がった。
- 女性の感性を活かした店舗づくりと品揃えにより女性客を掴むことができた。



写真2 主力商品のジェラート

(5) 課題・今後の方向

- 女性目線の SNS を活用した情報発信
- 販売店舗の正社員、常勤パートは、すべて女性であり、家庭を持つ女性が安心して就業できる労働環境の整備
- 後継者への経営継承

3 県等の支援

- 6次産業化サポートセンター専門家派遣 (平成29年度)
- 六次産業化法に基づく総合化事業計画申請支援 (平成24年度)
- 農業改良資金等の活用による施設整備支援 (平成24年度)
- しずおか農林水産物認証の取得 (平成27年度)
- 経営支援セミナー受講(令和2年度)

【文責：富士農林事務所 生産振興課 (令和2年7月)】

番号	取組概要	形態
22	大型ニジマス ^{あかふじ} 紅富士のブランド化に貢献する加工品販売	加工・直売

1 経営概要

実施主体	富士養鱒漁業協同組合（富士宮市）
URL	http://fujiyoson.com/
主な事業	ニジマス等ます類の生産、加工、販売事業

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・ニジマスを活用した地域振興の検討において、大型ニジマスを核としたブランド構築の必要性が指摘された。これを受けて、大型ニジマス“紅富士”の生産量及び出荷量を増大しつつ、ブランド化に貢献する関連商品の開発と販売を開始した。

(2) 経緯

- ・平成 21～23 年：富士宮市における知財先進都市連携モデル構築のための調査事業
- ・平成 25 年：ブランドニジマス紅富士の誕生（しずおか食セレクション認定）
- ・平成 26 年：紅富士ブランド化推進協議会の発足
- ・平成 27 年：紅富士加工品シリーズ（てまり寿司、しゃぶしゃぶ、スモーク）の販売
- ・平成 28 年：加工品のパンフレットの製作
- ・平成 29 年：民間企業と協働した紅富士加工品の開発

(3) 成果

- ・てまり寿司は、地元でのイベントなどで多数販売された。（現在販売中止）
- ・スモークとしゃぶしゃぶは、ふじのくに新商品セレクションで金賞を受賞した。
- ・紅富士しゃぶしゃぶは、通販サイトによる全国販売と全国でテレビ放映された。
- ・これらのPR効果もあり紅富士の出荷量は順調に増加した。

(㉔25t→㉕37t→㉖43.9t→㉗48.8t)

(4) 成功したポイント

- ・漁協が核となり、複数の組合員や関係者を巻き込みながら取り組んだため、面的なネットワークが構築され、様々な意見を聞きながら商品開発を進めることができた。
- ・漁協が有する資源（人員、生産、加工）のポテンシャルを活かすことができた。

(5) 課題・今後の方向

- ・民間企業と共同した商品開発の推進など、紅富士の出荷量を下支えする体制の構築



3 県等の支援

- ・ブランドニジマスの管理に関する調整（平成 25 年度～）
- ・しずおか食セレクションの申請支援（平成 25 年度）
- ・紅富士のブランド化推進協議会の事務局（平成 26～28 年度）
- ・紅富士加工品シリーズの開発販売支援（平成 26～28 年度）
- ・パンフレット等の製作支援（平成 27～28 年度）
- ・しずおか農商工連携基金事業（平成 29 年度）



【文責：水産・海洋技術研究所 富士養鱒場（令和2年7月）】

番号	取組概要	形態
23	苔生産と緑化栽培システム、苔インテリア商品の開発販売	加工・直売

1 経営概要

実施主体	株式会社モスファーム（富士宮市）
URL	http://www.mossfarm.jp
主な事業	苔の生産販売、苔インテリア商品販売
主な取引先	直売（ネットショップ）、寺社、造園会社、学校

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・ネット販売で一般消費者向けの販売を行うとともに、平成20年からは、屋上緑化キット「ボックバン」を開発販売し売上を伸ばした。平成28年6月に六次産業化法の総合化事業計画の認定を受け、苔の生態を学べるような農園としても取り組んでいる。

(2) 経緯

- ・平成元年2月：(有) 桃李翠を設立
- ・平成15年：自社ホームページを開設し、一般消費者向け通信販売を開始
- ・平成20年：苔の屋上緑化商品「ボックバン」の開発、販売開始
- ・平成23年4月：(株) モスファームに社名変更
- ・平成23年：苔インテリア商品の開発販売開始
- ・平成24年9月、28年2月：経営革新計画の承認
- ・平成24年2月、28年6月：総合化事業計画の認定

(3) 成果

- ・ミズゴケ基盤を利用した水耕栽培システムを商品化し、苔の生育期間の短縮、大面積栽培、多種の苔栽培が成功した。
- ・苔インテリア商品の開発を行い販売した。

(4) 成功したポイント

- ・生産される苔の品質が高く、取り扱う品種が豊富
- ・商品開発力が高く、苔を使った庭園・緑化資材、インテリア商品で顧客のニーズに幅広く対応可能
- ・ネット販売による宣伝と販売の効率化

(5) 課題・今後の方向

- ・主力商品である園芸用生ゴケの生産の安定化
- ・展示会等への積極的な出展やメディアを活用した商品のPR
- ・ミズゴケの生産と「乾燥ミズゴケ」の販売のための生産ほ場の整備

3 県等の支援

- ・サポートセンター専門企画推進員派遣（平成26～28年度）
- ・総合化事業計画作成支援（平成24、27、28年度）
- ・しずおか農商工連携基金事業計画書作成支援（平成28年度）
- ・富士地域6次産業化支援セミナー・評価会出品（平成29年度）
- ・経営支援セミナー受講（令和元年度）



園芸用生ゴケ



苔インテリア商品（和みの苔の巣）



苔インテリア商品（モスヘッドふくろうセット）

【文責：富士農林事務所 生産振興課（令和2年7月）】

番号	取組概要	形態
24	富士地域の学校給食に、富士宮市産 100%の牛乳を提供	加工・直売

1 経営概要

実施主体	富士の国乳業株式会社（富士宮市）
URL	https://www.fujinokuni-milk.com/
主な事業	牛乳及びヨーグルトの製造、学校給食牛乳への提供、直売店での販売

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

富士宮市は県内生乳生産量の約50%を占めるが、学校給食には、これまで市外で製造された牛乳が提供されていたため、富士宮市の酪農家が出資して牛乳プラントを整備し、100%富士宮市産の高品質な牛乳を富士宮市、富士市の全公立小中学校に提供することになった。

(2) 経緯

- ・平成28年6月：会社設立
- ・平成28年10月：六次産業化法に基づく総合化事業計画認定
- ・平成29年度：6次産業化ネットワーク活動交付金による施設整備
- ・平成30年4月：学校給食牛乳提供開始
- ・平成30年8月：飲むヨーグルト出荷開始
- ・平成31年1月：ふじのくに PREMIUM ヨーグルト【加糖】販売開始
- ・平成31年2月：工場敷地内直売所が営業開始

(3) 成果

- ・富士地域の全公立小中学校、県立学校の学校給食に、100%富士宮市産の品質の高い牛乳が提供されることで、地産地消の推進が図られた。

(4) 成功したポイント

- ・生乳を供給する酪農家は、すべて、農場 HACCP 又は、しずおか農林水産物認証を取得しており、衛生管理基準が高いレベルで遵守されている。
- ・牛乳の殺菌方法を通常の高温短時間殺菌（130℃ 2秒）でなく、中温殺菌（80℃ 3分間）にすることにより、最も生乳に近く安全性の高い牛乳やヨーグルトの生産が可能となった。

(5) 課題・今後の方向

- ・今後、少子化により児童生徒の人数が徐々に減少していくことが予想されるため、市販牛乳やヨーグルトの直売店での販売拡大とファーマーズマーケット等販路の開拓を図る。



施設全景



ふじのくに PREMIUM ヨーグルト【加糖】

3 県等の支援

- ・六次産業化法に基づく総合化事業計画申請支援（平成28年度）
- ・6次産業化ネットワーク活動交付金による施設整備（平成29年度）

【文責：富士農林事務所 生産振興課（令和2年7月）】

番号	取組概要	形態
25	どんぶりハウス（簡易食堂）による地域活性化	直売 飲食店

1 経営概要

実施主体	清水漁業協同組合用宗支所（静岡市駿河区）
主な事業	販売事業、購買事業、指導事業、製氷冷凍事業、共済事業、利用事業、無線事業、食堂・直売所の運営

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・しらす祭りの開催等により用宗しらすの知名度が高まったことで、漁協やしらす加工業者の直売所に来た購買客から、用宗でしらすを食べられる所がないか尋ねられるようになった。そこで、しらす祭りでの販売に用いたコンテナハウスの有効活用も兼ねて、漁協直営の簡易食堂（どんぶりハウス）に取り組んだ。

(2) 経緯

- ・平成元年：直売所の開設
- ・平成2年：用宗しらす祭りの開催（現 用宗漁港祭り）
- ・平成19年：どんぶりハウスを開設

(3) 成果

- ・どんぶり目当ての訪問客が地域の直売所でしらす製品を買うほか、直売所の客がどんぶりハウスに立ち寄るなど、相乗効果が見られた。
- ・用宗だけでなく県内しらす産地の他の漁協食堂がメディアに取り上げられると、相互に集客力が向上するようになった。

(4) 成功したポイント

- ・漁業者自身が訪問客を大切にすると同時に、地域が漁協の活動に協力することで、観光客が訪問しやすい雰囲気を作ることができた。
- ・どんぶりハウス運営に消費者目線を取り入れて、改善に結びつけた。

(5) 課題・今後の方向

- ・地域のお業種とコラボし、食育を見据えた企画など新しい企画に取り組みたい。



シラスの水揚げの様子



生しらす丼

3 県等の支援

- ・特になし

番号	取組概要	形態
26	やさい畑の手づくり惣菜の店「KURA」の開店	加工・直売

1 経営概要

実施主体	KURA 店主 大村綾 (静岡市駿河区)
URL	http://kurayasai.eshizuoka.jp/
主な事業	惣菜、お弁当、マフィン等の販売

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- 女性農業者が、体が喜ぶ惣菜を「地元の人たちに、安心して食べられる惣菜を手軽に買っていたらいいな。」と思い、惣菜店の開設に取り組んだ。

(2) 経緯

- 平成 28 年 1 月 : 6 次産業化の相談、惣菜店の開設 2 回
- 平成 28 年 3～4 月 : 惣菜メニューの開発 4 回
- 平成 28 年 4～5 月 : 惣菜店の PR 検討 2 回
- 平成 28 年 8 月 : 加工手順の見直し検討 2 回

(3) 成果

- 自家農園で作った旬の野菜を中心に、主に地元野菜を使った惣菜と、旬の果物を使ったマフィンを販売する野菜惣菜店を平成 28 年 7 月 19 日 (火) にオープンした。
- 明治時代建造の蔵を改装したちょっと懐かしい空間が広がるお店ができた。

(4) 成功したポイント

- お弁当、炊き込みご飯、おにぎり、コロッケ、サラダ、野菜の煮物、切干大根、ピクルス、から揚げ、マフィン等の多様なメニューの開発
- 新聞やテレビなどによる PR

(5) 課題・今後の方向

- 惣菜加工における効率のよい仕込み方法や段取りの工夫
- メニュー構成、ターゲットに合ったメニューづくり



3 県等の支援

- 専門家等の派遣による惣菜店の開設、惣菜メニューの開発、PRの支援
- 静岡市ふるさと農力チャレンジ事業補助金

【文責：中部農林事務所 地域振興課 (令和2年7月)】

番号	取組概要	形態
27	いちごとお茶のコラボによる紅茶の開発	加工・直売

1 経営概要

実施主体	株式会社海野農園 海野裕文（静岡市葵区） 豊好園 片平次郎（静岡市清水区）
URL	海野農園 http://www.ohyakusyo-san.com 豊好園 http://tea.houkouen.market/
主な事業	海野農園 イチゴの生産、加工、直販 豊好園 茶の生産、加工、直販

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・「静岡県青年農業士」である海野裕文、片平次郎の両氏は、平成 22 年度に中部農林事務所主催のはつらつ農業経営講座を受講。イチゴとお茶をコラボレーションさせたら面白いのではないかと、との発想で「苺が浮かぶ、紅茶。」を共同開発した。

(2) 経緯

- ・平成 22 年：はつらつ農業経営講座を受講
- ・平成 23 年：商品開発
- ・平成 24 年：世界緑茶コンテスト 2012 最高金賞受賞
- ・平成 25 年：ふじのくに新商品セレクション 2013 金賞受賞

(3) 成果

- ・農閑期にも売れる商品作りを目指し商品開発を進め、通年での販売が可能となった。
- ・異なる作目を栽培する農家が共同で商品開発する試みで、新規需要開拓に成功

(4) 成功したポイント

- ・砂糖、香料を使用しない商品としたことで、健康志向の客層をつかめた。
- ・静岡を代表する素材を組み合わせ、農家が協力したことがPRポイントとなった。
- ・イチゴで香り付けした紅茶にイチゴを浮かべ、味覚・嗅覚・視覚で楽しむ商品とした。

(5) 課題・今後の方向

- ・紅茶の製造は発酵の加減等技術が必要なため、品質の安定が課題
- ・カフェ等への販路拡大を図り、新規需要の開拓を行う。



3 県等の支援

- ・はつらつ農業経営講座受講による経営計画の作成（平成 22 年度）
- ・6次産業化支援事業による窓口相談（平成 23 年度）

【文責：中部農林事務所 地域振興課（令和2年7月）】

番号	取組概要	形態
28	いちごの直売、ブランド化と農園カフェの開設による周年雇用の実現	加工・直売 飲食店

1 経営概要

実施主体	有限会社なかじま園 中寫章嘉 (静岡市葵区)
URL	http://www.ichigo15.jp
主な事業	イチゴの生産、加工、直販、カフェの運営

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・イチゴの全量直販を目指してオープンな直売所を開設。宅配、加工品開発など順調に経営の拡大を進めるなか、育てたパート社員の年間雇用を目的に農園カフェを開設した。

(2) 経緯

- ・昭和53年：イチゴの生産開始 平成10年からイチゴ専作経営に
- ・平成7年：直販所の開設 イチゴジャムの販売開始し、平成8年に法人化
- ・平成23年：静岡市葵区に農園カフェを開設 苺畑のワッフル、ストロベリーパフェ等販売開始
- ・平成27年：フルーツ・「いちごのしずく」が、ふじのくに新商品セレクション金賞受賞

(3) 成果

- ・農園カフェの開設によりパート社員の年間雇用が実現した。
- ・カフェ開設の相乗効果で、新しい客層を開拓し、加工品やイチゴの販売・宅配も増加

(4) 成功したポイント

- ・堆肥と有機質肥料を利用した土づくりにこだわるとともに、節水栽培、きめ細かな温度管理など栽培管理を徹底し、イチゴ本来のおいしさを引き出している。
- ・専門家のアドバイスを受け、商品開発やパッケージデザインを行い、クオリティを保つと共に、新たな事業展開に常に取り組んでいる。

(5) 課題・今後の方向

- ・大手デパートでの常設を目指し、イチゴ+ワンのスイーツ、日持ちするスイーツ開発
- ・お客様の信頼を裏切らないイチゴづくりのための栽培法、新品種の導入



3 県等の支援

- ・アグリビジネススクールによるブランド構築支援 (平成21年度)、新商品開発 (平成26年度)
- ・はつらつ農業経営講座受講、総合食品開発展覧会、ブラッシュアップ研修会 (平成22年度)
- ・新商品評価会 (平成25年度) での商品開発支援

【文責：中部農林事務所 地域振興課 (令和2年7月)】

番号	取組概要	形態
29	こんにやくを活用した新商品開発・販売	加工・直売

1 経営概要

実施主体	水見色きらく市企業組合（静岡市葵区）
URL	http://mizumiro-kirakuichi.com/
主な事業	農産物の加工販売

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- 水見色地区の農家女性を中心となり、農作物や豊かな自然環境を活かした地域活性化を目指すため、農産物加工販売所「水見色きらく市」を設立し、地元産の農作物を活用した新商品の開発に取り組んできた。

(2) 経緯

- 平成 21 年：農産物加工販売所「水見色きらく市」設立
- 平成 26 年：運営体制の確立と信用力の強化を図るため「水見色きらく市企業組合」設立
- 平成 29 年：こんにやくを使った商品開発に取り組み、「しみしみこんにやくコロッケ」がふじのくに新商品セレクション金賞を受賞した。

(3) 成果

- こんにやくを使った商品開発に取り組み、しみしみこんにやくコロッケ、こんにやくウインナー、こんにやく入りポロニアソーセージなどの新商品が開発された。
- しみしみこんにやくコロッケがふじのくに新商品セレクション金賞を受賞した。

(4) 成功したポイント

- 積極的に商談会等に出展することで、商工業者と連携して加工品の開発に意欲的に取り組んできた。
- こんにやくを柱とした新商品開発に取り組むことにより、ほかの農産物加工販売所との差別化を図っている。

(5) 課題・今後の方向

- こんにやく商品の認知度を向上させ、売上増を目指す。
- 引続き新商品開発に取り組み、販路拡大による経営の安定・発展を図る。



3 県等の支援

- はつらつ経営講座の受講及び経営改革計画の作成支援（平成 27 年度）
- ふじのくに新商品セレクションの申請支援（平成 29 年度）
- しずおか農商工連携交流会への出展支援（平成 29 年度）
- 「ふじのくに食と花の都の祭典」等、各種イベントへの出展を支援

【文責：中部農林事務所 地域振興課（令和 2 年 7 月）】

番号	取組概要	形態
30	オリジナルブランド豚肉“TEA豚”の生産販売	加工・直売

1 経営概要

実施主体	北川牧場（静岡市清水区）
URL	https://www.facebook.com/teaton.kitagawa.farm/
主な事業	豚肉生産、生肉・加工品販売

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・自分で育てた豚肉を多くの人に食べてもらいたいとの思いから、オリジナルブランド豚肉の生産・販売を始めた。
- ・本ブランド豚肉の特徴である飲料としての『緑茶の給与』については、①以前にお茶の葉を豚に給与していたこと、②“静岡らしさ”として話題性が見込まれること、③比較的容易に緑茶が入手できたことなどから取り組みを始めた。

(2) 経緯

- ・昭和40年：養豚業開始
- ・平成26年3月：オリジナルブランド豚肉“TEA豚”生産販売開始
- ・平成26年12月：TEA豚の加工品（ボンレスハム等）販売開始

(3) 成果

- ・豚肉の自家販売と、加工品の販売により収益が増加

(4) 成功したポイント

- ・良質な肉を安定的に生産している。
- ・静岡の特産である“緑茶”を利用したブランド化が注目を集めた。
- ・わかりやすいネーミング、ロゴなどによるプロモーションを実施
- ・生肉では利用しにくい“モモ”、“ウデ”の部分をもハム等に加工し、高付加価値商品として販売した。

(5) 課題・今後の方向

- ・「TEA豚」のブランド力向上により更なる販路拡大を図る。



3 県等の支援

- ・はつらつ経営講座による経営プランニング、ブランディング支援（平成26年度）
- ・ふじのくに総合食品開発展への出展（平成26年度）

【文責：中部農林事務所 地域振興課（令和2年7月）】

番号	取組概要	形態
31	しずおかオリジナル 『さばじゃが君コロッケ』の開発・販売 ～県内農水産物を使った新商品～	加工・直売

1 経営概要

実施主体	静岡県漁業協同組合連合会（卸）、小川漁業協同組合・静岡県経済農業協同組合連合会（原料提供）、サンレイ食品株式会社（加工）、静岡県生活協同組合連合会（小売）、静岡県水産・海洋技術研究所（コーディネーター）等によるワーキングチーム
主な事業	焼津小川港産「ごまさば」と三方原産馬鈴薯を利用した「さばコロッケ」の開発及び販売



2 6次産業化の取組み内容

(1) きっかけ

- ・静岡県内の協同組合で構成される組織が協同組合間連携での地産地消オリジナルブランドの開発を計画した。

(2) 経緯

- ・平成23年：県産農水産物を使用したオリジナル商品の開発を県水産技術研究所に相談
- ・平成24年：商品化に向け、しずおか農商工連携基金事業を実施。さばコロッケ販売開始
- ・平成25年：生協のほか、焼津市の学校給食及び地元スーパーにおいても取扱い開始
- ・平成26年：生協、県内学校給食等で取扱い。新たにさばじゃが君みそ味を発売

(3) 成果

- ・平成24年度：生協コーコープで惣菜として販売した。
- ・平成25年度：生協のほか、焼津市の学校給食、地元スーパーで全13万個を販売した。
- ・平成26年度：生協及び学校給食で全13万個を販売した。

(4) 成功したポイント

- ・サバと馬鈴薯の比を2：1とし、従来のコロッケと差別化した。
- ・異業種分野で協力し、特長ある商品を開発することができた。

(5) 課題・今後の予定

- ・さばじゃが君の新しい味を開発し、更なる販売拡大を図る。

3 県等の支援

- ・しずおか農商工連携基金事業による助成（平成24年度）
- ・水産・海洋技術研究所による技術指導（平成24年度～）

【文責：水産・海洋技術研究所 普及総括班（令和2年11月）】

番号	取組概要	形態
32	船上活締めサバを活用した商品開発	加工

1 経営概要

実施主体	小川漁業協同組合（焼津市）
URL	https://kogawa-gyokyo.com/
主な事業	販売事業、製氷冷凍事業、指導事業、共済事業、購買事業

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・小川魚市場に水揚げされるサバの付加価値向上と知名度アップのため、漁協がオリジナル製品を開発することになった。

(2) 経緯

- ・平成26年：ゴマサバを利用した商品（干物、味噌漬け）の開発に着手。勉強会の実施。商品の販売を開始
- ・平成27年：マサバを利用した商品（粕漬）の販売開始
- ・平成28年：ふじのくに総合食品開発展 2016 に出展
焼津市ふるさと納税の返礼品として、さば粕漬を登録
- ・令和2年：マサバ・ゴマサバを利用した商品（干物、味噌漬け、粕漬）のネット販売開始

(3) 成果

- ・高鮮度サバを原料とした「さば干物」「さば味噌漬け」「さば粕漬」を開発した。
- ・県内外のイベント、やいづとくさんプラザ、まんさいかん焼津等で商品を販売中

(4) 成功したポイント

- ・漁業者の協力により、高鮮度ゴマサバを原料に使用することができた。
- ・地元漁業者に伝わるレシピを元に、港町小川の味を再現した。
- ・漁協職員、漁業者、県・市職員、水産高校職員、アドバイザーで構成される勉強会を通じて製品を開発することができた。

(5) 課題・今後の方向

- ・広報戦略を十分に練り、「小川さば」というブランドイメージを確立する。
- ・製造量が限られることから、限定品・高級品として認識されるような宣伝が必要



漁協が開発した商品

(左：粕漬 (1200 円)、中：干物 (360 円)、右：味噌漬け (520 円))

3 県等の支援

- ・小川産ゴマサバの鮮魚利用拡大と販売促進支援（平成 25 年度～）
- ・水産物の価値を磨く事業による活動支援（平成 26～28 年度）
- ・6次産業化サポートセンター専門家（中野燕子（中野ヤスコ）氏）の派遣（平成 27 年度）

【文責：水産・海洋技術研究所 普及総括班（令和2年11月）】

番号	取組概要	形態
33	家庭で使いやすい加熱済みさばの商品開発	加工

1 経営概要

実施主体	小川漁業協同組合（焼津市）
URL	https://kogawa-gyokyo.com/
主な事業	販売事業、製氷冷凍事業、指導事業、共済事業、購買事業

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・青魚を食べることは体に良いと分かっているが家で調理するのが面倒と思う人に向けて、そのまま食べられる手軽な商品を作ろうと考えた。

(2) 経緯

- ・平成27年：加熱済みさば商品の開発に着手。勉強会や試作を重ね、商品の原型を固める。
- ・平成28年：販売戦略を練った上で手軽に食べられる商品として「さばチキン」を発売
- ・平成29年：イベントでさばチキンを使用したベークドサンドやチャウダー等を販売
焼津市ふるさと納税の返礼品として、さばチキンを登録
- ・令和2年：さばチキンのネット販売開始

(3) 成果

- ・県内外のイベント、漁協直売、まんさいかん焼津（JAおおいがわ）等で商品を販売中
- ・飲食店やイベントでさばチキンを材料とした応用商品が販売されている。
- ・平成30年7月から約4か月間、静岡県立焼津水産高校の生徒と開発したメニューを焼津市の店舗で提供することになった。
- ・焼津市内の保育園の給食や料理教室等で、さばチキンを使用したメニューが提供された。

(4) 成功したポイント

- ・新鮮なさばを使い塩のみの味付けで様々な料理に使えるようにした。
- ・解凍後にそのまま食べられる加熱済み商品を開発した。
- ・できるだけ骨を取り除いたことで、広い世代が食べやすい商品となった。
- ・漁協職員、県・市職員、静岡6次産業化サポートセンター専門家が参加する勉強会を通じて製品を開発することができた。

(5) 課題・今後の方向

- ・広報戦略を十分に練り、販路を拡大し、幅広い世代にさばを購入してもらう。
- ・さばチキンを使った新たなメニューの開発。



さばチキン（400円/個）
一目で魚（さば）であるとわかるように
皮を残しさばの柄を見せている

3 県等の支援

- ・水産物の価値を磨く事業による活動支援（平成26～28年度）
- ・さば鮮魚流通拡大支援（平成28、29年度）
- ・6次産業化サポートセンター専門家派遣（中野ヤス子氏：平成27～29年度、山崎不二夫氏：平成29～30年度）

番号	取組概要	形態
34	島田市川根地区の体験プログラム開発と商品化	加工 飲食店

1 経営概要

実施主体	①農家民宿「いつか」（島田市） ②「おやじ農園」（島田市）
URL	① https://www.kouryu.or.jp/farm-stay-inn/detail/22209/11834/ ② https://ryotaromm.com/kawaneoyajifa
主な事業	①民宿、②まちづくり活動
規模	①宿泊者定員5人

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- 平成25年8月に島田市川根町家山塩本地区で2軒の農家民宿が開業した。
- この農家民宿では、利用者の満足度を高め、収益の増加を目指すため、地域にある資源を見直し、川根地域ならではの魅力ある新たな体験プログラムの必要性を感じていた。

(2) 経緯

- 平成25年8月：島田市川根町家山塩本地区農家民宿が開業
- 平成25年11月：「農家民宿いつかの女将さんと作る川根塩本のおもてなし膳」と名付け、モニターツアーを実施
- 平成26年7月：地域で滞在期間が拡大をねらった体験プログラム「川根温泉塩づくり体験」のモニターツアーを実施

(3) 成果

- 「おもてなし膳体験」は、農家民宿「いつか」の主に日帰り体験商品となり好評である。
- 「塩づくり体験」は、山奥での塩作りのため意外性があり、好評である。
- 両プログラムは、平成27年春に開催した「春*里山はく」に参加し、好評価を受けた。

商品名	川根地域のおもてなし膳体験	川根温泉塩づくり体験
概要	川根地域に伝わる料理やおやつを民宿の女将と一緒に作り、家に伝わる「祝膳」に盛り付けて味わう。 	古代の海水である川根温泉を大鍋でひたすら煮詰めて塩とする。また、この塩で作るおにぎりを「塩（えん）むすび」と呼ぶ。 
価格	一人 2,500円	大人2,500円、中学生以下1,000円

(4) 成功したポイント

- 地元にある資源を見直し、体験商品として販売できるよう試作と体験手順の改善を行い安全で一定の時間で終了できるプログラムに仕立てた。
- 商品化前にモニターツアーを実施しプログラムの完成度を高めた。

(5) 課題・今後の方向

- 現在両プログラムともに地域の商品として定着し、活用されている。引き続き、年間通して提供できる新たな体験プログラムの開発を進め、地域の魅力づくりにつなげる。

3 県等の支援

- モニターツアー実施支援（平成25、26年度）
- 「春*里山はく」実施支援（平成26年度）

番号	取組概要	形態
35	川根茶の立地条件を生かした有機抹茶の取組	加工

1 経営概要

実施主体	株式会社 KAWANE 抹茶（島田市）
主な事業	有機栽培茶生産及び碾茶製造販売

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・中山間の遅場所は価格面では不利であり、その傾斜地においては作業性に問題を抱える。一方で隔離された地域が多いため有機栽培に適する。茶価が伸び悩む中、立地条件を生かすための方策として有機抹茶の取組みを開始した。

(2) 経緯

- ・平成26年度：(農) 東邦農園、(株) 小栗農園の出資で(株) KAWANE 抹茶設立、同年度六次産業化法総合化事業計画認定
- ・平成27年度：6次産業化ネットワーク活動交付金の活用により碾茶製造工場を建設
- ・平成28年度：碾茶工場稼働



碾茶工場内部



製造した碾茶

(3) 成果

- ・平成28年度売上は当初の計画を14%上回り、中山間茶園の不利な条件でも茶農家の再生産可能な経営維持に寄与できた。

(4) 成功したポイント

- ・今後抹茶需要が増えると見越した計画の段階から農業技術士の専門家を派遣、支援を仰いだことにより、需要予測・対策や茶園のストーリーを科学的に把握する体制を構築した。
- ・国内の有名抹茶2産地の後追いをせず、ニッチな有機抹茶で輸出を視野に入れた販売戦略を組み立てた。
- ・世界農業遺産である茶草葉農法取組茶園により付加価値を高めた。

(5) 課題・今後の方向

- ・GLOBALGAP、Rainforest Alliance 認証取得、碾茶製造の担い手及び雇用の確保
- ・碾茶工場稼働期間の延長

3 県等の支援

- ・六次産業化法に基づく総合化事業計画申請支援
- ・6次産業化ネットワーク活動交付金事業補助金施設整備申請支援

【文責：志太榛原農林事務所 地域振興課（令和2年7月）】

番号	取組概要	形態
36	生果販売できないゆずを使った関連商品の開発・販売	加工・直売

1 経営概要

農林漁業者	川根本町ゆず組合（川根本町） ※現在の名称は「ふじのくに川根本町ゆず協同組合」
商工業者	社会福祉法人復泉会くるみ作業所（浜松市）
主な事業	ゆずの販売、ゆずの加工

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・生果販売できないゆず果実は廃棄されて、多い場合には一戸当たり1tに及ぶことから、ゆず組合は、加工品の開発に取り組んできた。

(2) 連携の経緯

- ・平成23年：長野県の業者と連携してゆず関連商品を開発した。
開発した商品：川根どろどろゆず、果汁100%「ゆず果汁」
- ・平成25年：県外業者に加工委託する方法では、運賃がかかることや加工受け入れ期間が短く加工できないゆずが多く発生することから、近隣で連携できる加工施設を模索することとした。
県内社会福祉法人福泉会（浜松市）が国の補助を受けて果実加工施設を整備し、県内産果実の果汁加工・商品化に取り組む意向を持っているとの情報を入手したことを機会に、両者で検討を重ね、ゆず加工製品を製造することで合意した。

(3) 連携の成果

- ・規格外品を加工品の原料に活用することで、生産農家の収益増加につながった。
- ・ゆず生産による所得向上が見込めるようになったことから、一戸あたりの栽培面積が増加するとともに生産者数も増加した。

(4) 連携が成功したポイント

- ・ゆず組合の希望する近隣での果実加工と福祉法人福泉会が整備した果実加工施設利用の取組が一致し、商品製造ができた。
- ・加工品製造に当たり、ゆずの風味を生かすため、試作品の作成を繰り返した。



(5) 課題・今後の方向

- ・「川根ゆず」のブランド力向上目指し、更なる品質向上及び販路拡大を図る。
- ・ゆず加工品（ゆずポン酢、ゆず味噌、ゆずジュース、粉末ゆず粉、ゆず飴）の販路拡大を図り、地域資源として地域ブランド化に活かす。
- ・ゆず生産の安定と拡大のため、ゆずを使った地域づくり活動を展開する。

3 県等の支援

- ・農林事務所6次産業化窓口への相談と果樹担当による栽培指導（平成23～25年度）
- ・県マーケティング推進課担当による連携仲介（平成25年）
- ・しずおか食セレクション認定支援（平成26年）

【文責：志太榛原農林事務所 地域振興課（令和2年7月）】

番号	取組概要	形態
37	いちごブランド化と直販及び商品開発	加工・直売

1 経営概要

実施主体	イチゴイチエ石神農園（牧之原市）
URL	http://ishigaminouen.eshizuoka.jp/
主な事業	いちご生産、加工、直販

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・茶農家の後継者として家に入ったが、茶況低迷によりいちご栽培を開始した。規格外果実の割合が高かったため、加工に着手。また、農協出荷では収益不十分と感じ、直売や市場外出荷を始めた。

(2) 経緯

- ・平成14年4月就農。平成16年いちご栽培開始（8a）。平成22年いちご専作（47a）となる。平成23年エコファーマー取得。平成24年認定農業者認定。平成25年直売店開設。加工商品については、県の6次産業化各種講座の専門家によるアドバイスを得て開発を進め、直売所、加工所開設に至った。

(3) 成果

- ・「静波レッド」ブランド化、直売店の開設、新商品製造直売により取引依頼が増え、平成23年以降着実な売上増に結びついている。

(4) 成功したポイント

- ・土作りに力を入れ、いちご一粒々の品質にこだわった栽培と直売
- ・商品コンセプトの明確化
- ・キャッチコピー、ブランドイメージを表現したロゴマーク作成と商標権取得
- ・ターゲットを絞り込んだ新商品化
- ・ブログやSNSによる積極的な情報発信、テレビや新聞等への情報提供で協力

(5) 課題・今後の方向

- ・販売部門別の利益率の比較検討
- ・いちごの全量販売。冷凍イチゴ販売による収益向上
- ・販売方法、雇用の見直しをしながら法人化を目指す。

3 県等の支援

- ・経営改革セミナー受講（平成22年）
- ・アグリビジネス実践スクール受講（平成23、27年度）
- ・6次産業化サポートセンター専門家派遣制度（デザイン）（平成24～27年度）



直売店



静波レッド 自家製造の「ラブショコラ（一粒いちご）」

番号	取組概要	形態
38	直売所開設・販売による農産加工品売上げ向上	加工・直売

1 経営概要

実施主体	有限会社山本耕業（牧之原市）
URL	http://yamamoto-farm.com
主な事業	米の生産・販売及び農産物加工品販売

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・お米の消費拡大策として米粉の加工・利用が注目され、販売向上のため特にグルテンフリーの米粉パン等の加工品に着目した。
- ・販売向上のため、お洒落で人目を惹き、PR力の高い直売所開設が効果的であると認識した。

(2) 経緯

- ・県立大、県外製粉業者と連携し、グルテンフリー米粉パン向け製粉方法を確立した。
- ・農業改良資金等を活用し直売所建設、精米機等機材整備を行った（令和元年4月オープン）。

(3) 成果

- ・直売所開設・販売により特に米粉パンや自家製シフォンケーキなど米加工品の売り上げが約3倍程度に増加した。
- ・農産物や加工品購入の来客数が約2～3倍に増加した。

(4) 成功したポイント

- ・直売所の立地がよい（幹線道路の交差点のすぐそばで交通量が多く人目を惹きやすい）。
- ・お洒落なデザインの外装、カラフルで人目を惹く内装、月ごとのおススメ品をPRするなど商品陳列が工夫されている。
- ・看板商品「米粉パン」、「自家製米粉シフォンケーキ」のほか米油、米こうじプリンなど多種類の米加工品を扱い、「米の可能性・多様性」を来店者にPRしている。
- ・自社の農産物や加工品だけでなく、地域の農業者の商品を取り扱い「地域農産物のアンテナショップ」として地域への貢献も大きく、話題性が高い。

(5) 課題・今後の方向

- ・まだ直売所開設から間もないので、新規の顧客とともにリピート客の確保に努めたい。
- ・具体的な集客策として、季節のイベント（夏季：とうもろこし狩り、冬季：もちつきなど）を実施した。今後「かまど炊飯」体験施設を整備してイベント等開催予定である。



直売所（こめ香）の外観



直売所の内部（米粉パンコーナー）

3 県等の支援

- ・米粉パン製造法確立の過程で、県立大学の指導を受けた。（平成29～30年度）
- ・経営計画作成にあたり県6次産業化専門家派遣制度を活用した。（平成28～29年度）
- ・商品PR方法について、県立農林大の講座に参加し指導を受けた。（平成30年度）
- ・しずおか農林水産物認証（農産物：米）取得支援（令和元年度）

【文責：志太榛原農林事務所 地域振興課（令和2年7月）】

番号	取組概要	形態
39	猪肉を使った加工品の商品開発	加工・直売

1 経営概要

実施主体	尾州真味屋総本舗（藤枝市）
URL	http://www.mt-fujiyama.jp
主な事業	鹿や猪などの野生獣肉の処理及び販売

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・藤枝市と北海道恵庭市との交流をきっかけに、イノシシ肉と恵庭産特産のたまねぎを使った商品を開発することになった。

(2) 経緯

- ・平成 29 年度：6次産業化サポートセンター専門家派遣を活用し（2回）、商品開発及びパッケージのデザインを作成した。

(3) 成果

- ・猪肉の柔らかさを追求し、「猪肉のジנגイスカン」として家庭でも調理できる手軽さと栄養価、地場産品ということ意識した加工品を開発した。
- ・名称は「スタミナぼたん」とし、併せて商品パッケージも作成した。

(4) 成功したポイント

- ・恵庭産玉ねぎと藤枝原木シイタケを使用し、恵庭・藤枝両市の交流を記念する話題性のある商品を作成することができた。
- ・特にシイタケを使用することで、猪肉の硬さ改善につなげた。
- ・パッケージの裏面に掲載したい調理例として、家庭でも調理できる手軽さと栄養価、地場産品であることを意識し、実際に「焼肉」を調理し、写真撮影をした。
- ・簡単にいろいろと調理が楽しめることが伝わるように、レシピではなく使用例として表示した。

(5) 課題・今後の方向

- ・スーパーマーケットでの販売拡大ほか業務用（飲食店向け）への販路拡大を目指す（現在店舗ほか一部のスーパーにて販売）。
- ・生産拡大目指し、県内から広域に獣肉を集める体制を目指し、獣肉加工処理施設の規模拡大が必要である。



商品パッケージ



調理例（焼肉調理）

3 県等の支援

- ・6次産業化サポートセンター専門家（中野恭子氏）の派遣（平成 29、令和元年度）

【文責：志太榛原農林事務所 地域振興課（令和2年7月）】

番号	取組概要	形態
40	牛乳の宅配と牧場カフェレストラン 「しばちゃんランチマーケット」	加工・直売 飲食店

1 経営概要

実施主体	柴田牧場 柴田佳寛 (掛川市)
URL	http://www.shibachanchi.com
主な事業	酪農、乳処理、乳製品製造、乳類販売
主な取引先	市内の個人宅(宅配)、幼稚園等、レストラン

2 6次産業化の取組内容

(1) きっかけ

- ・消費者と交流する農業が好きで、搾った牛乳を出荷するだけの酪農ではなく、安全でおいしいものを顔の見える形で地元のお客さんに届けるのが夢であった。

(2) 経緯

- ・昭和60年：柴田氏が就農。就農当時はホルスタイン10頭、お茶、米の経営
- ・平成元年：経営の変化を求めジャージーを導入
- ・平成8年：自宅脇に乳処理・加工施設、直売所を整備、牛乳宅配、牛乳とソフトクリーム等の直売を開始
- ・平成15年：パティシエを1名雇用。シュークリーム、プリンを開発し販売開始
- ・平成25年：カフェレストラン「しばちゃんランチ (ranch: 牧場) マーケット」をオープン
- ・平成28年：農場HACCPを取得し、品質向上を図る。
- ・令和元年：チーズの製造を開始

(3) 成果

- ・配達先はジャージー牛乳を市内を中心に 500 軒。個人、幼稚園やレストランと長年の愛飲者が多い。
- ・カフェレストランでは、ジャージー牛乳を使ったソフトクリームやプリン等を提供、緑に囲まれた川のほとりで心地良い時間をすごすことができる。特に夏は人気がある。

(4) 成功したポイント

- ・カフェからすぐ近くに牛舎があり、ふかふかのベッドや清潔な通路など管理が行き届いてストレスがない牛を見ることができる。
- ・自社工場を持ち、絞った生乳を低温殺菌、牛乳本来のおいしさを損なわない。
- ・周囲の豊かな自然の中で、できたての牛乳やスイーツを食べることができる。

(5) 課題・今後の方向

- ・ランチマーケットを拠点に地域の農業を盛り上げていきたい。通販ショップの開設。

3 県等の支援

- ・アグリビジネススクールによる経営方針策定、新商品開発の支援 (平成 25 年度)
- ・国産乳製品等競争力強化対策事業によるチーズプラント導入の支援 (平成 30 年度)



川のほとりのランチマーケット



【文責：中遠農林事務所 地域振興課 (令和2年11月)】