

# 6次産業化取組事例集

令和3年3月

静岡6次産業化サポートセンター本部

(静岡県経済産業部マーケティング課)

## 6次産業化取組事例集 目次

番号	取組概要 (実施主体)	主な住所	形態
1	キンメダイ缶詰の商品化 (伊豆漁業協同組合)	下田市	加工・直売
2	オリーブの加工品の商品化 (伊豆白浜オリーブ園)	下田市	加工・直売
3	蜂蜜を使用した石鹸の開発 (伊豆下田高橋養蜂)	下田市	加工・直売
4	ニューサマーオレンジを活用した商品開発 (稲取・若旦那三人衆)	東伊豆町	加工・直売
5	イチゴ農家の「いちごあんぱん」の商品開発 (松田農園)	西伊豆町	加工・直売
6	自家製有機農産物を使用した加工、直売、農家カフェの運営 (長田農園)	河津町	加工・直売 飲食店
7	レモングラスを活用した加工品の開発による地域活性化 (松崎町農業振興会後継者育成部会)	松崎町	加工
8	企業組合の桑を活用した生産、加工、直売による地域活性化 (企業組合松崎桑葉ファーム)	松崎町	加工・直売
9	自作の米や野菜を使った農家カフェ・レストランの経営 (農家カフェ&レストラン 風の詩)	伊東市	加工・直売 飲食店
10	紅姫あまごの加工と専門料理店運営による高付加価値化 (下山養魚場)	伊豆市	加工 飲食店
11	富士山サーモンの情報発信による販売拡大 (柿島養鱒(株))	函南町	加工
12	養豚農家直営店舗「麦豚工房ISHIZUKA」の運営 ( (有) アイエーエフ石塚)	沼津市	加工・直売
13	耕作放棄地を活用したソバの生産・加工 飲食展開 (南駿農業協同組合)	沼津市	加工 飲食店
14	内浦漁協直営食堂(いけすや) (内浦漁業協同組合)	沼津市	加工・直売 飲食店
15	畜産農家「武井牧場」直売店舗の開業 ( (株) 武井牧場)	沼津市	加工・直売
16	沼津茶の販売拡大につながる商品「素六」の開発 (南駿農業協同組合)	沼津市	加工
17	「ごてんば農家民宿村」～地域を巻き込んだ挑戦～ (御殿場市農家民宿推進協議会)	御殿場市	農家民宿 飲食店
18	富士山しらす街道・食堂と観光バス誘客による地域活性化 (田子の浦漁業協同組合)	富士市	直売 飲食店
19	富士の鶏のブランド化と商品開発 ( (株) チキンハウス青木養鶏場)	富士宮市	加工・直売
20	いちごスイーツの開発と移動販売車の導入 (富丘佐野農園(株))	富士宮市	加工・直売 飲食店

番号	取組概要 (実施主体)	主な住所	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！ ( (株) DOI FARM )	富士宮市	加工・直売 飲食店
22	大型ニジマス紅富士のブランド化に貢献する加工品販売 (富士養鱒漁業協同組合)	富士宮市	加工・直売
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 ( (株) モスファーム )	富士宮市	加工・直売
24	富士地域の学校給食に、富士宮市産100%の牛乳を提供 (富士の国乳業 (株) )	富士宮市	加工・直売
25	どんぶりハウス (簡易食堂) による地域活性化 (清水漁業協同組合用宗支所)	静岡市 駿河区	直売 飲食店
26	やさい畑の手作り惣菜の店「KURA」の開店 (KURA)	静岡市 駿河区	加工・直売
27	いちごとお茶のコラボによる紅茶の開発 ( (株) 海野農園、豊好園 )	静岡市	加工・直売
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 ( (有) なかじま園 )	静岡市 葵区	加工・直売 飲食店
29	こんにゃくを活用した新商品開発・販売 (水見色さくら市企業組合)	静岡市 葵区	加工・直売
30	オリジナルブランド豚肉「TEA豚」の生産販売 (北川牧場)	静岡市 清水区	加工・直売
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 (静岡県漁業協同組合連合会、小川漁業協同組合 他)	焼津市	加工・直売
32	船上活締めサバを活用した商品開発 (小川漁業協同組合)	焼津市	加工
33	家庭で使いやすい加熱済みさばの商品開発 (小川漁業協同組合)	焼津市	加工
34	島田市川根地区の体験プログラム開発と商品化 (農家民宿「いつか」、「おやじ農園」)	島田市	加工 飲食店
35	川根茶の立地条件を生かした有機抹茶の取組 ( (株) KAWANE抹茶 )	島田市	加工
36	生果販売できないゆずを使った関連商品の開発・販売 (ふじのくに川根本町ゆず協同組合)	川根本町	加工・直売
37	いちごブランド化と直販及び商品開発 (イチゴイチエ石神農園)	牧之原市	加工・直売
38	直売所開設・販売による農産加工品売上げ向上 ( (有) 山本耕業 )	牧之原市	加工・直売
39	猪肉を使った加工品の商品開発 (尾州真味屋総本舗)	藤枝市	加工・直売
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」 (柴田牧場)	掛川市	加工・直売 飲食店
41	Tea Time まるは (農園カフェ) (松下園)	掛川市	加工・直売 飲食店
42	環境にもやさしい やわらか干し芋の生産と販売 ( (株) まるやま農場 )	掛川市	加工

番号	取組概要 (実施主体)	主な住所	形態
43	農家の有志による農産物の加工、直売、レストラン事業の展開 ( (有) どんどこあさば )	袋井市	加工・直売 飲食店
44	温室メロンの直販ショップとカフェでお客様とつながる「名倉メロン農場」 (名倉メロン農場)	袋井市	加工・直売 飲食店
45	特産の海老芋を使ったコロッケの開発 ( (株) ジェイエイ遠中サービス )	磐田市	加工
46	御前崎産サワラのブランド化 (南駿河湾漁業協同組合)	御前崎市	商品開発
47	養豚を柱にした、加工品開発やレストランによる高付加価値化 ( (有) 三和畜産 )	浜松市 北区	加工・直売 飲食店
48	うなぎいもの加工による高付加価値化 ( (有) コスモグリーン庭好 )	浜松市 南区	加工・直売
49	品質第一の商品作りをめざす (スズキ果物農園)	浜松市 浜北区	加工・直売
50	舞阪漁港特産“シラス”を使ったコロッケの開発・販売 (浜名っ娘クラブ)	浜松市 西区	加工・直売
51	みかん規格外品を活用した瓶詰め加工品の開発と販売 (とやま農園)	浜松市 北区	加工
52	「山のするめ大根（切り干し大根）」の販売促進 (笑顔畑の山ちゃんファーム)	浜松市 天竜区	加工
参考	静岡6次産業化サポートセンター体制図		

番号	取組概要	形態
1	キンメダイ缶詰の商品化	加工・直売

### 1 経営概要

実施主体	伊豆漁業協同組合（下田市）
URL	<a href="http://www.jf-net.ne.jp/soshimogyo/">http://www.jf-net.ne.jp/soshimogyo/</a>
主な事業	水産物販売、加工、直販、漁業資材販売

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・初夏のキンメダイ多獲時に、ビリ銘柄（体重 1.1kg 未満）の魚価が低下するため、魚価を底支えする必要があった。

#### (2) 経緯

- ・平成 24 年：キンメダイ缶詰販売協議会設立、パッケージ等検討
- ・平成 24 年：販売開始
- ・平成 25 年以降：伊豆全域（漁協直売所、伊豆急下田駅、道の駅、ホテル等）で販売中

#### (3) 成果

- ・第 1 回製造の約 4,000 缶は約 2 か月後にほぼ完売となり、好評であった。
- ・その後、伊豆全域で販売を行っており、土産物として定着しつつある。年間約 2 万缶を販売している。
- ・新聞、テレビ、書籍等に大きく取り上げられ、高い知名度を得た。
- ・ふじのくに新商品セレクションにて金賞を受賞（平成 25 年度）

#### (4) 成功したポイント

- ・県内の缶詰製造会社に委託して、缶詰およびレトルトパックの試作品を製造し、レトルトパックは商品の破損があるため採用を見送り、缶詰に限定した。
- ・プレミアム缶詰ブームもあり、大きさ、温度管理など持ち運びに便利であった。
- ・商品 PR に SNS を活用することで、コストをかけず広く情報提供を行った。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・製造量が限られる限定品として価値を上げるとともに、安定的な供給を行うため、原料確保や在庫管理を徹底する。



### 3 県等の支援

- ・アドバイザー支援制度（デザイン）（平成 24 年度）

【文責：水産・海洋技術研究所 伊豆分場（令和 2 年 12 月）】

番号	取組概要	形態
2	オリーブの加工品の商品化	加工・直売

### 1 経営概要

実施主体	伊豆白浜オリーブ園（下田市）
URL	<a href="http://izushirahamaolive.wix.com/izushirahamaolive">http://izushirahamaolive.wix.com/izushirahamaolive</a>
主な事業	オリーブの栽培、加工、販売

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- 平成24年に下田市内でオリーブ栽培を開始し、2年後には収穫した果実を搾ってオリーブオイルが完成した。その後、商品の多品目化を目指し、自家での加工による新商品開発に取り組んでいる。

#### (2) 経緯

- 平成24年：オリーブの栽植開始
- 平成26年：オリーブの収穫と搾油(外注)を開始。自家製加工品を検討
- 平成27年：オリーブオイルと自家製加工品の販売開始。新商品の開発を継続

#### (3) 成果

- 下田産「オリーブオイル」が実現した。
- オリーブの自家製加工品として、「オリーブ新漬」など9種類の新商品が完成し、幾つかの商品は販売までできた。

#### (4) 成功したポイント

- 栽培方法の勉強を十分行い、土壌分析も実施するなど、基本に忠実にオリーブを栽培した。このため、オリーブは順調に生育し、植えてから収穫までを2年間に短縮でき、予定より早くオリーブオイルが販売できた。

#### (5) 課題・今後の方向

- 長期的に安定して増収となる樹形の仕立て方の研究。安定した販路の拡大。下田の名物となる新商品の開発。



下田産のオリーブオイル



伊豆の温暖な気候で育つオリーブ

### 3 県等の支援

- 賀茂地域6次産業化異業種交流会への出展（平成27年度）
- 6次産業化サポートセンター専門家（中野恭子（ヤスコ）氏）の派遣（平成27年度）
- 賀茂農林事務所経営改革講座の受講（平成27年度）
- 害虫防除対策指導（平成27年度）

【文責：賀茂農林事務所 地域振興課（令和2年12月）】

番号	取組概要	形態
3	蜂蜜を使用した石鹸の開発	加工・直売

### 1 経営概要

実施主体	伊豆下田高橋養蜂 高橋鉄兵（下田市）
URL	http://takahashihoney.net/
主な事業	養蜂業 観光農園業

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・収益の増加を目指すため、蜂蜜生産のみの経営から脱却し、蜂蜜を利用した加工品の開発を行った。

#### (2) 経緯

- ・平成 23 年：新規就農支援制度を活用し神奈川から下田に移住
- ・平成 27 年：蜂蜜を使用したリップクリームを開発
- ・平成 29 年：蜂蜜を使用した石鹸を開発

#### (3) 成果

- ・天然成分へのこだわりにより、伊豆を訪れる観光客（特に女性）に喜ばれる商品として、石鹸が開発できた。
- ・ギフトセット（石鹸等と蜂蜜のセット）として、お歳暮商品やイベント商品としても利用されるようになった。
- ・高橋養蜂の商品アイテムが増えたことにより、売上が向上した。

#### (4) 成功したポイント

- ・石鹸の機能（泡立ち・潤い・香等）にこだわり、2年かけて開発した。
- ・伊豆地域のホテルや道の駅など、多数の販路が確保できた。
- ・伊豆で作られた石鹸の珍しさから、観光客に受け入れられた。リピーターも増えている。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・伊豆地域（主に下田市）以外には認知度が低いため、今後は観光農園業と組み合わせて広くPRを行うなど、認知度を上げていく。



天然純粹の伊豆産みかん蜂蜜を使用



北海道産ヤギのミルクも配合



新商品：蜂蜜を使用した石鹸

### 3 県等の支援

- ・賀茂農林事務所経営改革講座の受講（平成 27 年度）
- ・6次産業化サポートセンター専門家（宮口巧氏）の派遣（平成 29 年度）

【文責：賀茂農林事務所 地域振興課（令和2年12月）】

番号	取組概要	形態
4	ニューサマーオレンジを活用した商品開発	加工・直売

### 1 経営概要

実施主体	稲取・若旦那三人衆（東伊豆町）
主な事業	ニューサマーオレンジを利用した商品開発、販売

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- 東伊豆町商工会の地域活性化グループでの活動を契機に、観光農園、園芸会社、酒類販売店の異業種が集まり、賀茂地域の特産品であるニューサマーオレンジの振興方策を考え、生産意欲を高めるため、規格外の果実を買い取り、商品開発を始めた。

#### (2) 経緯

- 平成 22 年：「伊豆ニューサマーサイダー」を開発、販売
- 平成 23 年：柑橘生産者等を中心に「稲取・若旦那三人衆」を設立
- 平成 24 年：「ふる一つピネガーニューサマーオレンジ」を開発、販売
- 平成 25 年：「伊豆ニューサマーサイダー」の内容、パッケージをリニューアル

#### (3) 成果

- 果実の規格外を買い取ることによる単価維持と生産者の所得確保
- 平成 24 年度に県産農林水産物を活かした新しい加工商品のコンクール「ふじのくに新商品セレクション」で「ふる一つピネガーニューサマーオレンジ」が金賞受賞
- 平成 25 年度に将来地域農林漁業への貢献が期待される農林漁業者及び組織を奨励する「ふじのくに未来をひらく農林漁業奨励賞」を受賞

#### (4) 成功したポイント

- ニューサマーオレンジが地域の特産品であるため、地域性が出しやすい。
- 異業種の3人で活動しているため、様々な知識や経験、ネットワークを持っている。
- 地域とのつながりが深く、商品を取り扱ってくれる協力関係を構築しやすかった。

#### (5) 課題・今後の方向

- 新商品開発による「稲取・若旦那三人衆」ブランドの確立
- ニューサマーオレンジによる地域の活性化



### 3 県等の支援

- 賀茂地域6次産業化異業種交流会への出展（平成 23～25 年度）
- 県農業振興基金協会事業の活用（平成 23 年度）
- 専門家派遣による新商品開発、商品リニューアル（平成 23、25 年度）

【文責：賀茂農林事務所 地域振興課（令和2年12月）】



番号	取組概要	形態
5	イチゴ農家の「いちごあんぱん」の商品開発	加工・直売

### 1 経営概要

実施主体	松田農園（西伊豆町）
主な事業	冬春イチゴの生産、冬春イチゴを使った「いちごあんぱん」の製造・販売

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・新規にイチゴ栽培を始めるに当たり、生産過剰分のイチゴの有効利用のため、加工品の開発に取り組んだ。

#### (2) 経緯

- ・平成20年：イチゴを使った餡子の研究を開始
- ・平成22年：イチゴのハウス栽培を開始
- ・平成23年：皮(パン生地)と餡子の割合について試行錯誤を続ける。
- ・平成27年：納得できる「いちごあんぱん」が完成  
 専門家の指導のもとでパッケージやPR方法を検討し、販売を開始
- ・平成28年：販路拡大。静岡まつりにも出店

#### (3) 成果

- ・イチゴの新しい食べ方を提案し、付加価値を高めることで、収益増大につながった。
- ・松田農園をPRするための商品が完成した。

#### (4) 成功したポイント

- ・松田農園では、もともと自家製あんぱんの製造技術があり、生地、餡子、焼成、包装など、全てが自家製の手作り「いちごあんぱん」が完成した。
- ・積極的に各種イベントに出店することにより、常に販路の拡大を目指した。
- ・アドバイザー制度を利用して、専門家の助言により（パッケージやチラシの作成、PR方法の検討など）、贈答用としても通用する商品の開発ができた。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・安定して製造・販売ができるようにする。



松田農園「いちごあんぱん」



4個入りケース

### 3 県等の支援

- ・6次産業化サポートセンター専門家（間健太郎氏）の派遣（平成27年度）

【文責：賀茂農林事務所 地域振興課（令和2年12月）】

番号	取組概要	形態
6	自家製有機農産物を使用した加工、直売、農家カフェの運営	加工・直売 飲食店

### 1 経営概要

実施主体	長田農園（河津町）
URL	<a href="https://www.osada-nouen.com/eat/">https://www.osada-nouen.com/eat/</a>
主な事業	自家有機農産物を使用した加工、直販、カフェの運営

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- 自家製有機農産物の規格外品等を有効に活用するため、栄養価の高い加工品の開発に取り組むとともに、メニュー等への取り入れ、直販も行う農家カフェの運営も開始した。

#### (2) 経緯

- 平成23年：「りんごニンジンジュース」の製造、販売開始
- 平成24年：「みかンドレッシング」を製造、販売開始
- 平成25年：農家カフェ「里山」オープン
- 平成26年：「りんごニンジンジュース」のパッケージ、内容をリニューアル
- 平成28年：「みかんニンジンジュース」の製造、販売開始、各商品のデザインを一新

#### (3) 成果

- 規格外品を中心に加工品の原料に活用することで、収益の増加とともに通年での販売が可能となった。
- 農家カフェのメニュー、料理に加工品や自家農産物を加え、その特徴を消費者に直接説明することで、直接販売の売り上げも向上した。

#### (4) 成功したポイント

- 自家製の有機農産物を使用することにより、地元だけでなく、安心や安全、健康に関心がある消費者をつかめた。
- 先進事例や類似の取組等、情報収集に努めるとともに、専門家の助言や消費者の意見を取り入れ、イベント等には積極的に参加し、PRを行った。

#### (5) 課題・今後の方向

- 新たな商品・メニューの開発と販路拡大、有機農産物生産と農家カフェ運営の両立



りんごニンジンジュース（左）とみかンドレッシング（右）



農家カフェ「里山」

### 3 県等の支援

- 賀茂地域6次産業化異業種交流会への出展（平成25年度）
- 6次産業化サポートセンター専門企画推進員、専門家派遣（平成26、28、令和元年度）
- 総合食品開発展出展（平成26年度）
- 消費者モニター評価会出品（平成26年度）、商品評価会出品（平成28、令和元年度）

【文責：賀茂農林事務所 地域振興課（令和2年12月）】

番号	取組概要	形態
7	レモングラスを活用した加工品の開発による地域活性化	加工

### 1 経営概要

実施主体	松崎町農業振興会後継者育成部会（松崎町）
主な事業	新規就農の相談・対応、地域活性化への取組

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・農林水産資源を活かした地域活性化を目指すため、町内に点的に育成しているレモングラス（ハーブ）の加工品製造を始めた。

#### (2) 経緯

- ・平成23年：部会によるレモングラスの生産、レモングラスティーの製造・販売開始、入浴剤等の加工品の試作
- ・平成25年：レモングラス飴の製造・販売開始

#### (3) 成果

- ・レモングラスの栽培による耕作放棄地の解消と、加工品の売り上げによる部会員への労賃支払いを実現
- ・町特産の桜葉・川ノリの加工品とセットにしたPR活動や町内直売所等での販売による地域活性化への貢献
- ・レモングラスの染め物やボディースプレーづくり体験での誘客

#### (4) 成功したポイント

- ・町が「かおり風景100選」に選ばれていることから、独特の風味を活かして、ストーリー性のある加工品を開発した。
- ・農薬を一切使用せず、鮮度の高い原料を提供するとともに、レモングラス飴は、葉を蒸留して作ったオイルを活用し、香りにこだわりながら試行錯誤を重ねた。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・加工品だけでなく、生葉も含めた更なる販路の確保を図るとともに、町のPRにつながる新たな商品の開発とレモングラスを利用した体験を提供する。



レモングラス飴（左）とレモングラスティー（右）



加工品の原料となるレモングラス

### 3 県等の支援

- ・アドバイザー派遣による新商品開発（平成24年度）
- ・「賀茂地域6次産業化異業種交流会」及び「ふじのくに総合食品開発展」への出展（平成24、25年度）
- ・県農業振興基金協会事業による加工品開発、販売促進等（平成25、28年度）

【文責：賀茂農林事務所 地域振興課（令和2年12月）】

番号	取組概要	形態
8	企業組合の桑を活用した生産、加工、直売による地域活性化	加工・直売

### 1 経営概要

実施主体	企業組合松崎桑葉ファーム（松崎町）
主な事業	桑の生産、加工、直売

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・松崎町はかつて養蚕が盛んであったこと、また耕作放棄地対策や就業の場づくりを目的に、桑の生産とともに、桑の葉の粉末を活用した商品開発に取り組んだ。

#### (2) 経緯

- ・平成24年：桑を活用した商品開発を研究している東京大学 長島教授が試験栽培を提案、松崎町観光協会や住民有志が賛同
- ・平成25年：町内3か所（15a）に桑を植栽、桑葉茶・甘食パン等の試作・販売
- ・平成26年：企業組合「松崎桑葉ファーム」設立（組合員27名）、直営店「くわや」開設、桑葉蕎麦・うどん、桑ソフトクリーム等の試作・販売
- ・平成28年：製茶機械等を導入し、自社加工を開始
- ・平成29年：品質と安全・安心、衛生管理の確保のため、異物除去・殺菌処理・微粉末加工を専門メーカーへ外注委託  
「一社一村しずおか運動」及び「しずおか食セレクション」に認定

#### (3) 成果

- ・桑の葉の粉末を使用した加工品開発により、町の新たな特産品として期待されている。
- ・耕作放棄地の利用により、農地146aの有効活用が図られるとともに、企業組合の設立や直営店の運営、桑畑の管理、桑茶工場の管理により就業の場づくりが実現した。

#### (4) 成功したポイント

- ・桑の葉はカルシウムや鉄分が豊富に含まれるほか、血糖値上昇の抑制や糖尿病、高血圧等の改善への期待もあり、健康志向の消費者から高い評価を得ている。
- ・養蚕が盛んであった歴史性と併せ、多様な住民で構成される企業組合の設立等、地域が一体となって連携・協力して取り組んでいる。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・桑の栽培技術確立、新商品開発や販路拡大による売上向上と採算性の確保



桑の栽培風景



桑葉茶



スティック包装



直営店「くわや」

### 3 県等の支援

- ・6次産業化サポートセンター専門企画推進員、専門家派遣（平成26～28年度）
- ・農業振興基金協会事業の活用支援（平成26～29年度）
- ・消費者モニター評価会への出品（平成26年度）
- ・農地利用最適化推進活動表彰事業 耕作放棄地対策部門最優秀賞 受賞（平成30年度）

【文責：賀茂農林事務所 地域振興課（令和2年12月）】

番号	取組概要	形態
9	自作の米や野菜を使った農家カフェ・レストランの経営	加工・直売 飲食店

### 1 経営概要

実施主体	農家カフェ&レストラン 風の詩 (伊東市)
URL	http://izu-kazenouta.sakura.ne.jp
主な事業	農家カフェ、レストランの営業

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・ 田畑を守り、次代に継承できる農業経営にしたい、そのためには生産した農産物を最大限生かし利益が上がる経営にすること、農業の魅力を多様な世代に伝える場づくりが必要と考え、農家レストランを開業した。

#### (2) 経緯

- ・ 平成24年：教員を早期退職し、調理師免許、野菜ソムリエプロ資格を取得
- ・ 平成26年：加工品開発を検討
- ・ 平成27年：6次産業化サポートセンターに相談
- ・ 平成28年：店舗オープン、体験メニューの実施を検討
- ・ 平成29年～令和元年：食事メニューや加工品の開発を進める。

#### (3) 成果

- ・ 地域では類を見ない農業者の6次産業化取組事例として新聞、テレビ等に大きく取り上げられ、計画を上回る来客数がある。

#### (4) 成功したポイント

- ・ 先進事例や類似の取組等、情報収集に努めるとともに、行政機関との連携や消費者の意見を取り入れて開業準備を進めた。
- ・ 店舗内に販売スペースを設けたことで、シフォンロール等加工品を求めるリピーターが生まれた。
- ・ コロナ禍で農家レストランの来客数が減少する中で、新たにJAの農産物直売所での加工品販売を開始した。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・ 店舗目の前の畑を活用した農業体験や店舗内加工室における調理教室の開催を実施する。



店舗で販売する加工品

### 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27年度)

【文責：東部農林事務所 地域振興課 (令和2年11月)】

番号	取組概要	形態
10	紅姫あまごの加工と専門料理店運営による高付加価値化	加工 飲食店

### 1 経営概要

実施主体	下山養魚場（伊豆市）
URL	<a href="http://www.amago.co.jp/">http://www.amago.co.jp/</a>
主な事業	アマゴ及びニジマスの生産、加工、直販、料理店の運営

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- 規格外品の高付加価値化のため従来より取り組んでいた加工品製造販売を、平成23年度のしずおか食セレクション認定を契機に加速。フィレ加工施設を増築すると共に、専門料理店「あまご茶屋」をリニューアルオープンさせた。

#### (2) 経緯

- 平成21年：大アマゴの販売開始
- 平成23年：「天城紅姫あまご」しずおか食セレクション認定
- 平成24年：六次産業化法総合化事業計画認定
- 平成26年：フィレ加工本格化。あまご茶屋リニューアルオープン
- 平成28年：あまご茶屋のメニュー等のリニューアル
- 平成29年：あまご茶屋2号店を修善寺に開店

#### (3) 成果

- フィレ加工による販売量の増加と販売単価の上昇
- 桃中軒による「天城紅姫あまご寿司」の販売

#### (4) 成功したポイント

- しずおか食セレクション認定を契機として、各種の新ネットワークが構築されたことで、各方面から指導を仰ぐことができた。
- 県内無二の大アマゴを商品化することに加え、兼ねてより栽培していたワサビとのコラボにより、商品価値が高まった。

#### (5) 課題・今後の方向

- 鮮魚出荷基準に満たない「紅姫あまご」の加工品開発と販売による経営安定化



### 3 県等の支援

- 大アマゴの導入及び生産に関する指導（平成16年度～）
- しずおか食セレクションの申請支援（平成23年度）
- フィレ加工施設や加工品開発に関する相談受付（平成24～25年度）
- 6次産業化サポートセンター専門家派遣（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
11	富士山サーモンの情報発信による販売拡大	加工

### 1 経営概要

実施主体	柿島養鱒株式会社（函南町）
URL	<a href="http://kakishima-troutfarm.com/">http://kakishima-troutfarm.com/</a>
主な事業	ニジマスなどのます類の生産

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- 国内でのサーモン需要の高さを背景として、生産体系を従来の小型魚から大型魚へ転換するため、自社の強み（自家配合飼料）を活かして六次産業化法認定を受けた。

#### (2) 経緯

- 平成23年：六次産業化法認定、大手水産会社（加工業者）との業務提携
- 平成24年：商標の登録、しずおか食セレクションの認定
- 平成25年：ブランド名称の変更「柿島養鱒 富士山サーモン」
- 平成26年：生産拡大

#### (3) 成果

- ANA一部国際線機内食へのスモークサーモン提供（25年6～8月）
- 全国のローソンでの「富士山サーモン醤油漬けおにぎり」の販売（26年3月）
- 大手水産会社との加工製造から販売に至るまでの大量販売システムの構築



全国のローソンで販売されたおにぎり  
(税込み 248 円/個)

#### (4) 成功したポイント

- 法認定を契機とした大手加工業者との連携により安定販売が実現できた。
- しずおか食セレクション認定やFOODEXへの参加などを通じて、人的ネットワークを拡げ、全国販売にも繋がった。
- ブランド名に、会社名である“柿島養鱒”を入れたこと、“富士山”や“サーモン”の名称を入れたことで、知名度を上げることができた。

#### (5) 課題・今後の方向

- 切身加工などを行うことができる自社工場の新設
- 生産量と取引件数の増加による情報発信の強化

### 3 県等の支援

- 大型ニジマスの導入及び生産に関する指導（平成17年度～）
- 六次産業化法総合化事業計画の申請支援（平成23年度）
- しずおか食セレクションの申請支援（平成24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
12	養豚農家直営店舗「麦豚工房 ISHIZUKA」の運営	加工・直売

### 1 経営概要

実施主体	有限会社アイエーエフ石塚（沼津市）
URL	<a href="http://ishizukapork.eshizuoka.jp/">http://ishizukapork.eshizuoka.jp/</a>
主な事業	精肉・食肉製品加工、及びその販売

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・飼料価格の高騰を受け、市場価格に左右されない安定した経営を目指すため、加工及び直接販売のための店舗の開設に取り組んだ。

#### (2) 経緯

- ・平成 5年：種豚生産から肥育一貫経営に転換すると同時に有限会社を設立
- ・平成 14年：後継者が就農
- ・平成 25年：直営店開店、立上げ責任者を務めた後継者が代表取締役に就任
- ・平成 28年：ソーセージ・ハム 8点が国際食肉専門見本市「IFFA」で金メダルを獲得
- ・令和 元年：ソーセージ・ハム・ベーコン・チャーシュー10点が国際食肉専門見本市「IFFA」で金メダルを獲得
- ・令和 2年：複合商業施設に2号店を開店

#### (3) 成果

- ・こだわりの肥育法による肉質の良さを、直接消費者にPRできるとともに、販売単価に反映することができた。
- ・精肉販売では売りにくい部位も食肉加工することで、利益に転化することができた。

#### (4) 成功したポイント

- ・加工製造部門に工場長を配置し、製造技術の習得に特化させた。
- ・食肉製品の卸は制限し、高品質商品として販売している。
- ・イベント等には積極的に出展し、幅広いPRを行っている。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・現在、農協での贈答用取扱があるが、更に販路拡大を目指す。
- ・食肉加工製品の飲食スペースの設置を検討していく。



### 3 県等の支援

- ・専門家（宮口巧氏）派遣によるブランドデザインの構築支援（平成 24年度）
- ・ふじのくに新商品セレクション金賞受賞（平成 25年度）

【文責：東部農林事務所 地域振興課（令和2年11月）】



番号	取組概要	形態
13	耕作放棄地を活用したソバの生産・加工飲食展開	加工 飲食店

### 1 経営概要

実施主体	南駿農業協同組合（沼津市）
主な事業	ソバの生産、加工、そば飲食店の運営

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・「耕作放棄地の解消」に向けて景観が良く、寒暖差がある裾野の地に適した作物を検討しソバ栽培を行うこととした。ソバの栽培、そば粉加工、飲食店までを一貫して支援することで、特産品の開発による地域の活性化を目指した。

#### (2) 経緯

- ・平成23年：耕作放棄地解消作物としてJAなんすん1支店1協同活動によるソバ栽培を試行、裾野市農業まつりでそばを無料提供
- ・平成24年：生産農家を募り事業開始。商品名を「あしたか山麓裾野そば」、そば店を「五竜庵」と命名。店舗看板や幟のデザインを県立沼津西高校で製作
- ・平成25年：JAそば部会を設立。そば店「五竜庵」オープン
- ・平成28年：3月に来店者8万人達成（年間概ね2万人）
- ・平成30年：4月に来店者10万人達成

#### (3) 成果

- ・平成23年から地元小学校の児童が播種、収穫、そば打ちを行うなど、食農教育も実施
- ・22ha（令和2年）でソバ栽培を行い、耕作放棄地を解消。富士山を背景にしたソバ畑は、撮影スポットとして人気

#### (4) 成功したポイント

- ・JA産直市の敷地内にそば店「五竜庵」をオープンし、周知や誘客の相乗効果
- ・地元産100%そば粉、隣接するJA産直市の野菜活用など、地元産にこだわった。
- ・県立沼津西高校の生徒が店舗看板や幟のデザインを製作するなど、地域と連携した。
- ・新そばイベント開催、産直市の野菜等を使った天ざるそばの開発等にも取り組む。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・連作障害や鹿による食害、天候不良等による収量減を抑制し安定した収量を目指す。
- ・オープンから7年を迎え、更に来店者及び販売額の増加を目指す。
- ・季節の野菜や大和芋、モロヘイヤなど、地元の特産品を使い旬のメニューを提供



春菜天ぷらそば



秋彩天ざるそば



きのこそば

### 3 県等の支援

- ・中山間地域農業振興整備事業を活用し加工施設等を整備（平成24年度）
- ・6次産業化サポートセンター専門家派遣による販売戦略の支援（平成25年度）
- ・同 専門企画推進員（宮口巧氏）による経営改善指導（平成27年度）

【文責：東部農林事務所 地域振興課（令和2年11月）】

番号	取組概要	形態
14	内浦漁協直営食堂（いけすや）	加工・直売 飲食店

### 1 経営概要

実施主体	内浦漁業協同組合（沼津市）
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

- 既に体験ツアーの受付、バスツアー昼食の受入れ、活あじ祭、養殖アジのわさび葉寿司の商品開発等に取り組んでいたことから、それら事業展開をふまえ、小海地区埋め立て地における新施設の建設を計画した。
- 施設の主目的は養殖魚のPR（知ってもらう、食べてもらう。）

#### (2) 経緯

- ～現在：養殖魚の安全性をPRするための見学会を県漁連を通じて開催
- 平成24年：漁業体験ツアーを一般向けに開始
- 平成25年：内浦漁協の市場で旧食堂を開設
- 平成27年：5月に内浦小海にいけすやを開設

#### (3) 成果

- マスコミの活用で「活あじ」にこだわったメニューが広く知られるようになった。
- 食堂の来店者は、オープン以来、累計30万人を超えた。

#### (4) 成功したポイント

- 目の前の海で養殖した材料を使った料理があること。その場で活けた魚を直ぐに食べられること。
- チームIKS（いけす）を結成。調理場や接客に漁師のお母さん達がおおり、魚を飼う生簀（いけす）からネーミングした。
- デジタル（web、メルマガ、SNS）とアナログ（チラシ、ポスター、カード）を連動させ、プレスリリース、イベント開催、記事・番組が放映されたあとに、デジタル広告を見てもらう流れをあらかじめ用意しておき、個々のPR手法が繋がるようにした。

#### (5) 課題・今後の方向

- 売店の販売促進
- 店舗入り口から売店までの動線の改良
- 食堂メニューのリニューアル

### 3 県等の支援

- 水産業共同施設整備事業（平成26、29年）
- 水産新ビジネスチャレンジ支援事業（平成25年）
- 6次産業化サポートセンター専門家派遣（平成27～28年）
- しずおか食セレクション申請支援（平成29年）



写真：漁協一押しメニュー  
二食感活あじ丼

【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
15	畜産農家「武井牧場」直売店舗の開業	加工・直売

### 1 経営概要

実施主体	株式会社武井牧場（沼津市）
URL	www.uchidakenoaji-takeifarm.com
主な事業	乳肉複合経営、牛乳の直売、牛乳製品の加工・販売

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・自分たちが丹精込めて育て上げた乳牛から搾った自家生産の牛乳を直接消費者に届けたいという思いから、牛乳の個人販売や加工品の開発・販売を始めた。また、自家生産の牛乳を利用したソフトクリームの販売を目的とした店舗の開業に取り組んだ。

#### (2) 経緯

- ・平成 25 年：自家生産の牛乳「うちだけの味 武井牧場牛乳」の個人販売を開始
- ・平成 26 年：加工品の開発及び販売を開始
- ・平成 28 年：ソフトクリーム販売を目的とした直売店舗を開業  
直売店舗を活用し、様々な加工品の対面販売を開始
- ・平成 29 年：法人化し、「株式会社武井牧場」を設立

#### (3) 成果

- ・6次産業化により収益性の向上が図られたとともに、「うちだけの味」のこだわりの牛乳やそれを使用した加工品を直接消費者にPRできるようになった。
- ・平成 28 年度ふじのくに新商品セレクションにおいて、「うちだけの味 ジャージーミルク ジャム」が金賞を受賞した。
- ・令和 2 年：「ふじのくに未来を開く農林漁業奨励賞」を受賞

#### (4) 成功したポイント

- ・沼津市内で数少ない畜産農家が生産した、こだわりの自家生産の牛乳やそれを使用した加工品を直接消費者に販売することで、消費者の心をつかむことができた。
- ・イベント等への積極的な出展や地域との連携により、認知度の向上を図った。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・自社にミルクプラントを整備し、「1頭ごとに生乳を管理できる」強みを活かした牛乳の製造・販売を検討する。
- ・現在、加工委託している加工品を自社で生産できるよう、加工所の整備を検討する。



### 3 県等の支援

- ・しずおか農林水産物認証取得（平成 25 年度）
- ・6次産業化サポートセンター専門家派遣（平成 25～29、31 年度）
- ・新商品ブラッシュアップの会、商品評価会への出品（平成 26、27 年度）
- ・ふじのくに新商品セレクション金賞受賞（平成 28 年度）

【文責：東部農林事務所 地域振興課（令和 2 年 11 月）】

番号	取組概要	形態
16	沼津茶の販売拡大につながる商品「素六」の開発	加工

### 1 経営概要

実施主体	南駿農業協同組合（沼津市）
主な事業	農畜産物及び加工品の販売

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- 茶価の低迷やリーフ茶需要の減少による茶業界全体の低迷を受け、地元特産品の「沼津茶」を再興するために、高級・本物志向の高品質茶のブランド化に取り組んだ。その中で、沼津茶の祖である「江原素六」翁の名前を冠した「素六」を開発した。

#### (2) 経緯

- 平成 28 年：高級・本物志向の高品質沼津茶のイメージやコンセプトを検討  
沼津茶の祖である「江原素六」翁に着目した商品開発を開始
- 平成 29 年：「素六」プレミアム沼津茶（リーフ）、ドリップ、水出しの販売を開始

#### (3) 成果

- 茶葉は4月中に採れるやわらかいミル芽を使用し、「T-GAP」を取得した5工場で生産することにより、厳選された「プレミアムな商品」を開発することができた。
- 沼津茶にゆかりのある「江原素六」翁にちなんだ商品とすることで、沼津茶の歴史的背景を伝えるきっかけとすることができた。
- 新たなブランド化により、生産者の生産意欲を高めることに繋がった。

#### (4) 成功したポイント

- ブランド化にあたり、JAが主体となった地域一体の取組や沼津茶にゆかりのある「江原素六」翁にちなんだ商品とすることで話題性を得ることができた。
- 専門家のアドバイスにより、ターゲット別のシリーズ商品においても統一感があるパッケージデザインとなった。

#### (5) 課題・今後の方向

- フレーバーティー等の開発により、茶消費者のすそ野を広げる。
- 沼津茶の最高級品として「素六」をPRし、沼津茶全体の再興及び茶価の回復を目指す。



### 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 28 年度）
- アグリビジネス実践スクール受講（平成 28 年度）

【文責：東部農林事務所 地域振興課（令和2年11月）】

番号	取組概要	形態
17	「ごてんば農家民宿村」～地域を巻き込んだ挑戦～	農家民宿 飲食店

### 1 経営概要

実施主体	御殿場市農家民宿推進協議会（御殿場市）
主な事業	農家民宿、農村体験プログラム、「みくりや御膳」の提供

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・富士山を借景にした素晴らしい農村風景を有する御殿場市において、国内外からの誘客を図るために、「農家民宿」を核とした地域全体での「おもてなし」を提供するために、地域が一体となって「ごてんば農家民宿村」を立ち上げた。

#### (2) 経緯

- ・平成 28 年：地域ぐるみでの農家民宿開業を目指し、勉強会の開催、視察研修を実施
- ・平成 29 年：推進母体となる「御殿場市農家民宿推進協議会」を設立  
農家民宿開業、農村体験プログラムの造成、地域食材を使った「みくりや御膳」の開発等に向けた勉強会・ワークショップを開催  
メディア向けコンセプト発表や農泊体験ができるモニターツアーを実施
- ・平成 30～：農家民宿 7 軒が開業  
令和元年 御殿場ママ活情報局とのコラボ、台湾学生によるモニターツアーの実施  
パンフレット等の作成、外国人旅行者向け体験プログラムサイトへの登録

#### (3) 成果

- ・地域のファミリー層を受け入れ、地域の中で活用され愛される農家民宿を目指し、御殿場ママ活情報局と連携し、50 人規模の体験イベントを定期的に開催している。
- ・「ごてんば農家民宿村」が周知され、令和元年度は、当初目標の宿泊者数 260 人（年間）を上回る 519 人の宿泊実績をあげている。

#### (4) 成功したポイント

- ・農家民宿開業希望者や体験プログラムの提供者、飲食店、その他グリーン・ツーリズムに関係する方々が集い、意識を共有した上で、地域ぐるみで農家民宿開業に向けて取り組んだ。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・オリンピックやパラリンピックを機に増加が期待されるインバウンドに対するプロモーション活動と受入体制の充実が必要である。
- ・団体客を受け入れられる体制を整えるため、農家民宿数の増加に向けた支援を行う。

### 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 28、29 年度）
- ・農家民宿開業支援（平成 29～令和元年度）
- ・農泊地域づくりアドバイザーの派遣（令和 2 年度）



農家民宿「松の葉」



茅でほうき作り体験

【文責：東部農林事務所 地域振興課（令和 2 年 10 月）】

番号	取組概要	形態
18	富士山しらす街道・食堂と観光バス誘客による地域活性化	直売 飲食店

### 1 経営概要

実施主体	田子の浦漁業協同組合（富士市）
URL	<a href="http://tagonoura-gyokyo.jp/">http://tagonoura-gyokyo.jp/</a>
主な事業	指導事業、購買事業、共済事業、製氷冷凍事業、受託販売事業（しらす市場）、食堂、直売所の運営

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・富士山しらす街道を立ち上げたが、各店舗の立地がまばらだったため、観光客からのイメージが良くなかった。しらす祭りで提供していた生しらす丼が人気だったこともあり、集客の核として、漁協直営の食堂に取り組むことにした。

#### (2) 経緯

- ・平成22年：富士山しらす街道の取り組みが発端で食堂開設、バスツアー開始
- ・平成25年：売店開設。しずおか食セレクションに認定される。
- ・平成27年：漁船によるイベント時以外の体験乗船・遊覧船を試験
- ・平成28年：漁協間の連携を模索。富士養鱒漁協のブランド虹鱒、『紅富士（あかふじ）』を使用したメニュー『益マス丼（ますますどん）』を追加
- ・平成29年：紅富士に続き、ニジマス卵を使用した『レインボーキャビアの日の丸丼』をメニューに追加。同年、田子の浦しらすが日本地理的表示（GI）に登録  
富士市・三島市・JA三島函南と協同で田子の浦しらすと三島馬鈴薯のコラボレーションコロッケを販売開始
- ・平成30年：不漁時の対策として釜揚げしらすの委託加工を開始。大漁時に年間使用分を確保している。同時に、しらすの水揚げ港である事をPRするため、マイワシを使用した『親丼』を開始

#### (3) 成果

- ・関東一円からの観光客の誘致に成功（令和元年度実績6万人）
- ・田子の浦産しらすの知名度向上、日本地理的表示（GI）登録

#### (4) 成功したポイント

- ・（一社）富士山観光交流ビューローが積極的に関わって力になってくれた。
- ・富士山と漁港を同時に見ながら食事ができるロケーションの素晴らしさ。
- ・青壮年部やしずおか食の仕事人、地域の店舗との協力関係

#### (5) 課題・今後の方向

- ・田子の浦で獲れる魚で、あまり知られていないものも活用していきたい。
- ・漁獲量の安定・年間を通して販売し続けられる漁獲物の確保
- ・現在、県・市と一緒に、港整備のビジョンを検討している。



新メニューの親丼



食堂の様子

### 3 県等の支援

- ・しずおか食セレクション認定（平成25年）
- ・生しらすの踊り揚げがふじのくに新商品セレクション金賞受賞（平成27年）

【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
19	富士の鶏のブランド化と商品開発	加工・直売

### 1 経営概要

実施主体	株式会社チキンハウス青木養鶏場（富士宮市）
URL	http://www.aokiyoukei.com
主な事業	養鶏業、食肉卸売業、卵・食肉小売業、冷凍肉製造業、

### 2 6次産業化の取組内容

#### (1) きっかけ

- ・傷みやすい鶏肉を迅速に処理・加工し、新鮮で安全安心な状態で消費者への直接販売を行ってきたが、多様化する消費者の嗜好への対応や新たな販路開拓、一層の付加価値向上のため新商品開発を行った。

#### (2) 経緯

- ・平成 20 年：食肉加工販売部門を分離し、(株) チキンハウス青木養鶏場を設立
- ・平成 24 年：「さわやか富士の鶏」しずおか食セレクション認定
- ・平成 25 年：自社飼育の「炙りチキン」ふじのくに新商品セレクション金賞受賞
- ・平成 28 年：富士の鶏のハーブハム「ブランナチュール」ふじのくに新商品セレクション金賞受賞

#### (3) 成果

- ・富士の鶏を原料とした「焼き鳥」、「ローストチキン」、「炙りチキン」などの加工品を製造し、精肉以外の多様な品揃により、消費者の嗜好に対応した。

#### (4) 成功したポイント

- ・加工施設を所有することにより、焼き鳥の串の刺し方など、お客様の要望に対する細やかな対応が可能となった。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・鶏肉の質の向上を図るとともに、国産飼料自給率をあげていく。
- ・一般消費者だけではなく、ふじのくに食の都づくり仕事人等との連携を強化し、富士の鶏のファンを広く獲得する。



加工施設：脱毛機・湯漬機



店舗：チキンハウス



加工品：焼き鳥セット



加工品：参鶏湯（サムゲタン）

### 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 23 年度）
- ・しずおか食セレクション認定（平成 24 年度）
- ・ふじのくに新商品セレクション金賞受賞（平成 25、28 年度）
- ・JGAP取得支援（令和元年度）

【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
20	いちごスイーツの開発と移動販売車の導入	加工・直売 飲食店

### 1 経営概要

実施主体	富丘佐野農園株式会社（富士宮市）
URL	http://www.red-pearl.jp
主な事業	いちごの生産、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

- ・樹上完熟した本当に美味しい紅ほっぺをお客様に提供するため、直売を始めた。

#### (2) 経緯

- ・平成 20 年：農協系統出荷から直売への切り替え、直売所「れっどぱーる」の設立
- ・平成 24 年：カフェの開設
- ・平成 25 年：移動販売車の導入
- ・平成 26 年：移動販売車（2号車）の導入
- ・平成 27 年：法人化

#### (3) 成果

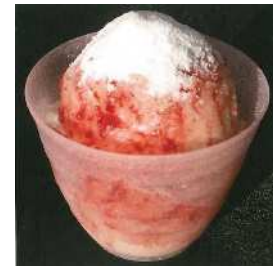
- ・15 種類以上の完熟紅ほっぺを使ったスイーツを、試行錯誤して独自に開発した。
- ・新東名 S A や各地のイベントで移動販売を実施することで、収益の増加や“れっどぱーる”ブランドの知名度上昇に繋がった。
- ・乱形果（大果）を限定商品“でかほっぺ”として売り出し、新たな価値を創造した。

#### (4) 成功したポイント

- ・独自の製法でいちごを冷凍保存し、店舗及び移動販売の周年営業が可能となった。
- ・店舗やカフェは奥様が女性のセンスを生かしてデザインした。

#### (5) 課題・今後の方向

- ・ホテル、商社を通じた海外輸出など、新たな販路を開拓する。
- ・直売所や移動販売を通じ、富士宮地域を活性化する。



富士山をテーマにした「雪解け苺」



直売所「れっどぱーる」店舗



カフェスペース



移動販売車による販売

### 3 県等の支援

- ・農業トライアル事業等の緊急雇用事業の活用（平成 22～25 年度）
- ・経営支援セミナーの受講及び経営改革計画の作成支援（平成 24 年度）

【文責：富士農林事務所 生産振興課（令和 2 年 7 月）】