

地域の宝を磨く ー農水産品高付加価値化の道しるべー

～「中国地域における農水産品の高付加価値化に向けた取組み推進方策検討調査」より～

2026年3月

公益財団法人 中国地域創造研究センター



公益財団法人

中国地域創造研究センター

はじめに

- ✓ 農業・漁業従事者の減少や高齢化が進行するなか、食料の安定供給の観点からも、農漁村の活性化は重要な課題となっています。
中山間地域が多く小規模事業者が中心の中国地域では、生産性の低さや流通面の不利から、関係者が連携して農水産業の収益性を高める、農水産品の高付加価値化の仕組みづくりが必要となります。
- ✓ 本調査では、高齢化が進み、中山間地域の割合が高く、大消費地へのアクセスが良くないなど、厳しい環境にある中国地域で農水産業の高付加価値化を進めるためには、ステークホルダーの連携が不可欠であるという認識を得て調査を進め、4つの方策実施手法を提示させていただきました。
- ✓ 本書で提示した方策はあくまで一例であり、各地域の特性や資源等に応じて、地域に即した取組みが進められることが望まれるものですが、これらの方向性や方策が、中国地域の自治体や企業等にとって今後の取組みの参考となり、農水産品の高付加価値化の推進、ひいては地域社会の持続的な活性化につながることを期待しております。



【目次】

1. 調査の概要

(1) 調査の背景

(2) 調査の目的

2. 中国地域における農水産業の現状

(1) 農水産業を取り巻く環境

(2) 消費者ニーズの変化

(3) 中国地域の現状

(4) 中国地域の特徴

3. 調査結果を踏まえた農水産品高付加価値化の方向性

〔高付加価値化に有効な取組みと検討の方向性〕

(1) 経済的価値

(2) 消費者価値

(3) 社会的価値

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

〔高付加価値化の方向性と具体的な方策の整理〕

(1) 消費者ニーズを重視した商品開発と適切な価格設定

(事例①/事例②/事例③/事例④/事例⑤)

(2) 多様な主体との連携による販路確保及び物流体制構築 (事例⑥/事例⑦)

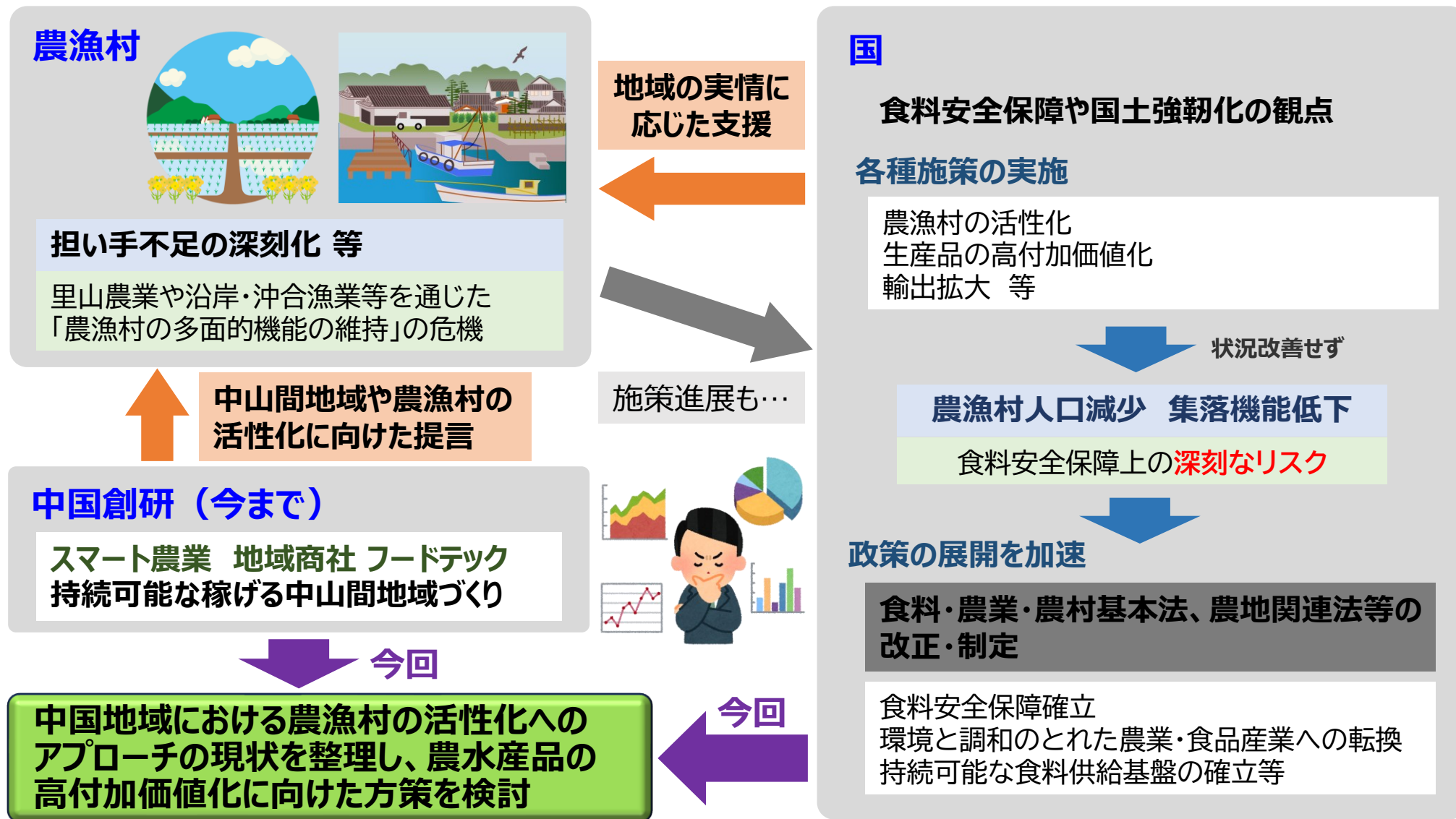
(3) 中山間地域等にも適応したスマート農業・水産業の導入 (事例⑧)

(4) 農水産品高付加価値化の土台となる地域コミュニティ維持 (事例⑨)



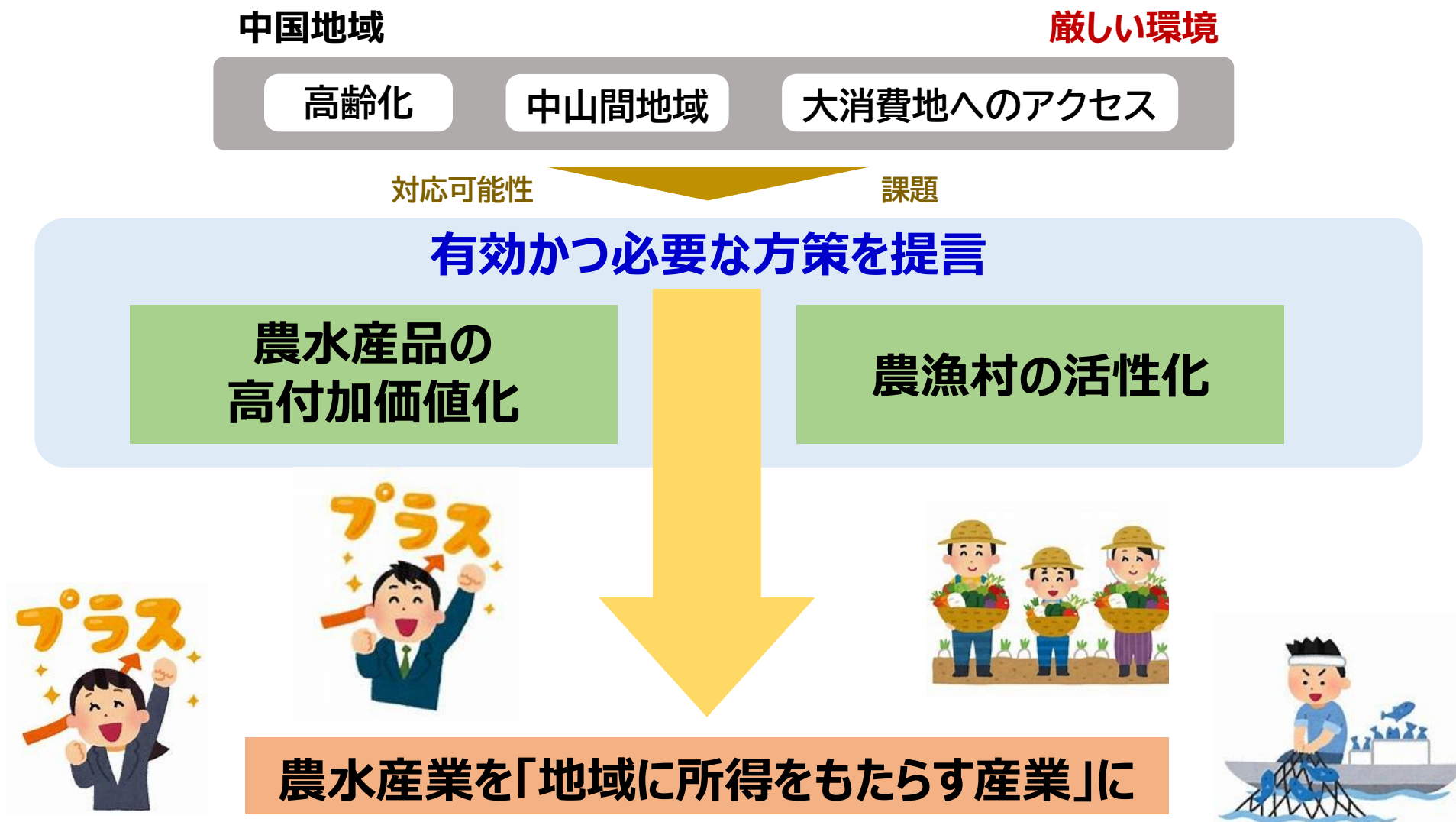
1. 調査の概要

(1) 調査の背景



1. 調査の概要

(2) 調査の目的



2. 中国地域における農水産業の現状

(1) 農水産業を取り巻く環境

国際
情勢

世界の食料需給等をめぐるリスクが拡大(ウクライナ・中東)

気象
条件

気候変動への対応が必要に(生産安定技術・品種の開発・普及)

産業
人口

農漁村の人口減少、従事者減少、高齢化の進展

(2) 消費者ニーズの変化

食の
志向

「経済性志向」「健康志向」
「簡便化志向」

消費
傾向

「トキ消費」「イミ消費」「エモ消費」
「エシカル消費」

重要に

- ▶ 消費者ニーズの変化を的確にとらえるマーケティング
- ▶ 体験価値・環境配慮・ストーリー訴求

など

(3) 中国地域の現状

農業
従事者

40.2%の減少
(2005年→2020年増減率、全国比-1.0%)

平均
年齢

72.5歳
(全国比+3.8歳/2023年基幹的農業従事者)

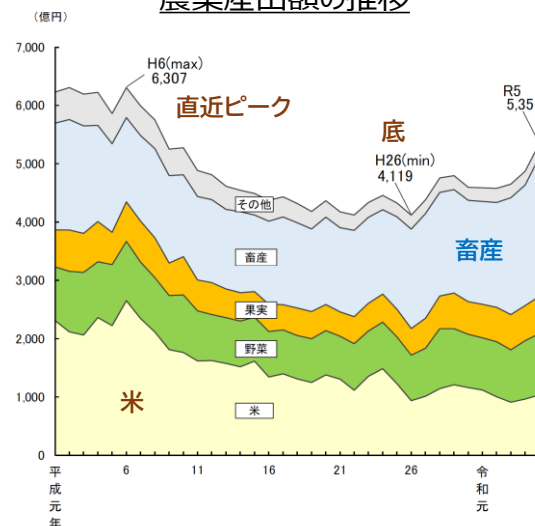
漁業
従事者

50.4%の減少
(2008年→2023年増減率、全国比-5.1%)

農業
算出額

直近ピークの1994年対比85%
(2014年底に回復傾向/コメ大幅減、畜産増)

農業産出額の推移



農業従事者 | 基幹的農業従事者数
(2020年および対2005年増減率)

中国四国農政局
「図表でみる中四国農林水産業の概要」他

漁業従事者 | 漁業就業者数
(2023年および対2008年増減率)

農林水産省「漁業センサス」

(資料) 中国四国農政局「図表でみる中四国農林水産業の概要」



公益財団法人

中国地域創造研究センター

2. 中国地域における農水産業の現状

(4) 中国地域の特徴

中山間地域

- 中国山地により中山間地域が多い
- ✓小規模・小ロット
 - ✓高コスト・低生産性
 - ✓農業集落の縮小



- ✓稼ぐ農水産業で産地を維持
- ✓単価上昇による収益確保
(量の拡大は困難)

産出額上位の産品

- 産出額で全国上位に位置する産品も多い
- ✓ぶどう、もも、日本なし、すいか、みかん 等
 - ✓かき(牡蠣)、まいわし、ベにずわいがに 等



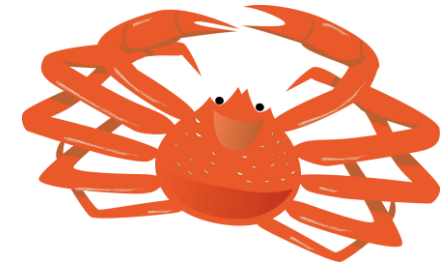
- ✓ブランド化による高付加価値化の可能性

消費地からの距離

- 首都圏や関西圏などの大消費地から離れている
- ✓鮮度、コスト面で不利



- ✓鮮度・コストをカバーする品質の確保
- ✓さらなるコストダウンの必要性



2. 中国地域における農水産業の現状

(4) 中国地域の特徴

各県における主要農畜産物の産出額（2023年）

島根県		
総額：676億円 全国順位：40位		
品目	産出額	順位
1 米	174億円	30位
2 生乳	96億円	14位
3 肉用牛	93億円	23位
4 鶏卵	50億円	33位
5 ぶどう	31億円	12位
6 豚	30億円	33位
7 トマト	17億円	34位
8 プロイラー	13億円	34位
9 ほうれんそう	12億円	21位
10 ねぎ	10億円	35位

鳥取県		
総額：766億円 全国順位：36位		
品目	産出額	順位
1 米	127億円	36位
2 プロイラー	104億円	8位
3 生乳	77億円	19位
4 肉用牛	72億円	28位
5 日本なし	56億円	3位
6 豚	45億円	29位
7 すいか	44億円	4位
8 ねぎ	40億円	13位
9 ブロッコリー	23億円	9位
10 トマト	18億円	33位

岡山県		
総額：1,172億円 全国順位：20位		
品目	産出額	順位
1 鶏卵	433億円	4位
2 米	305億円	18位
3 ぶどう	221億円	3位
4 生乳	144億円	9位
5 肉用牛	110億円	22位
6 プロイラー	108億円	7位
7 もも	55億円	3位
8 豚	36億円	32位
9 トマト	25億円	26位
10 なす	16億円	13位

広島県		
総額：1,448億円 全国順位：24位		
品目	産出額	順位
1 鶏卵	361億円	5位
2 米	247億円	23位
3 豚	146億円	14位
4 肉用牛	77億円	27位
5 生乳	59億円	24位
6 ねぎ	48億円	8位
7 トマト	44億円	16位
8 みかん	40億円	9位
9 ぶどう	39億円	6位
10 ほうれんそう	23億円	10位

山口県		
総額：689億円 全国順位：38位		
品目	産出額	順位
1 米	183億円	29位
2 鶏卵	85億円	27位
3 肉用牛	49億円	33位
4 プロイラー	43億円	18位
5 豚	27億円	34位
6 ねぎ	23億円	23位
7 いちご	23億円	23位
8 生乳	19億円	41位
9 みかん	15億円	18位
10 トマト	15億円	38位

各県の主要魚種における漁業生産量（2023年）

島根県		
生産量：102,795t		
魚種	生産量	全国順位
1 まいわし	36,912t	7位
2 さば類	20,146t	3位
3 うるめいわし	13,741t	2位
4 まあじ	11,298t	2位
5 ぶり類	6,059t	4位
6 ペにずわいかに	2,509t	1位
7 かれい類	1,422t	4位
8 きだい	815t	2位
9 さわら類	693t	4位
10 まだい	485t	8位

山口県		
生産量：24,912t		
魚種	生産量	全国順位
1 かたぐちいわし	4,622t	9位
2 まいわし	2,901t	18位
3 さば類	2,295t	20位
4 まあじ	1,909t	11位
5 ぶり類	1,667t	15位
6 まだい	657t	5位
7 きだい	646t	3位
8 なまこ類	578t	3位
9 かれい類	521t	11位
10 さわら類	482t	7位

広島県		
生産量：111,088t		
魚種	生産量	全国順位
1 かき類(養殖)	89,192t	1位
2 かたぐちいわし	14,810t	2位
3 くろのり(養殖)	2,629t	11位
4 しらす	1,441t	10位
5 まだい	437t	11位
6 ぶり類	184t	31位
7 たこ類	150t	16位
8 わかめ類(養殖)	146t	10位
9 くろだい	119t	6位
10 すずき類	83t	20位

鳥取県		
生産量：102,302t		
魚種	生産量	全国順位
1 まいわし	60,550t	3位
2 さば類	10,550t	9位
3 かつお	8,893t	10位
4 まあじ	2,616t	8位
5 かれい類	2,583t	2位
6 ペにずわいかに	2,190t	2位
7 きはだ	2,145t	11位
8 うるめいわし	2,116t	9位
9 ぶり類	1,825t	13位
10 むろあじ類	1,104t	6位

岡山県		
生産量：19,804t		
魚種	生産量	全国順位
1 かき類(養殖)	11,557t	3位
2 くろのり(養殖)	4,983t	8位
3 しらす	991t	12位
4 まだい	385t	13位
5 くろだい	180t	4位
6 たこ類	118t	19位
7 いかなぎ	116t	4位
8 なまこ類	76t	17位
9 ばらのり(養殖)	75t	9位
10 かれい類	60t	28位

(資料)中国四国農政局「図表でみる中四国農林水産業の概要」に基づき作成

(資料)中国四国農政局「図表でみる中四国農林水産業の概要」に基づき作成

3. 調査結果を踏まえた農水産品高付加価値化の方向性

〔高付加価値化に有効な取組みと検討の方向性〕



3. 調査結果を踏まえた農水産品高付加価値化の方向性

(1) 経済的価値 ▶ 地域の強みの活用と連携を通じた稼ぐ力の向上

調査結果から得られた高付加価値化に関する視点

- ▶ 地域が一体となり商品開発とブランド化を行う
- ▶ 商品価値を消費者に適切に伝え、利益を確保できる適切な価格を提案する
- ▶ 消費者への直接販売のほか、多様な販路を確保し、売上向上を図る
- ▶ 物流業者との連携により、鮮度維持・コスト削減を図る
- ▶ 中山間地域に適応したスマート農業・水産業を導入し、省力化・コスト削減を図る

高付加価値化により実現される利益と実現方法 等

- ▶ 生産者の手取収入の増加
- ▶ 事業規模拡大・新規事業創出による雇用の創出と地域経済の活性化
- ▶ 収入(売上)を増やす/支出(コスト)を減らす
- ▶ 持続的に価値を享受できることが重要

価値向上に向けた主な取組み

- ▶ ブランド化等を通じて単価を引き上げる
- ▶ 販路拡大等を通じて販売数量を増加させる
- ▶ 新商品開発・規格外品活用等により収益源を創出する
- ▶ 生産・流通等のコストダウンを図る

3. 調査結果を踏まえた農水産品高付加価値化の方向性

(2) 消費者価値 ▶ 消費者に刺さる中国地域の価値創造と発信

調査結果から得られた高付加価値化に関する視点

- ▶ 中国地域ならではの農水産品を産地のストーリーと併せてアピールする
- ▶ 安全性や健康を重視して生産および商品開発を行う
- ▶ 「トキ消費」「イミ消費」「エモ消費」「エシカル消費」などの消費者ニーズを踏まえたストーリー性のある商品開発により、消費者の満足度を向上させる

高付加価値化により実現される利益と実現方法 等

- ▶ 消費者の生活満足度を高めるという視点での高付加価値化
- ▶ 健康、安全性、利便性、嗜好、ライフスタイル等の消費者ニーズに応える
(イミ・エモ・トキ・エシカルといった消費行動も踏まえる)
- ▶ プロダクトそのものだけでなく、生産者の想い等に関するストーリーを通じて価値を提供することも重要

価値向上に向けた主な取組み

- ▶ マーケティング活動強化等を通じて消費者ニーズを把握する
- ▶ 消費者ニーズを踏まえた新品种や加工品を開発する
- ▶ 環境配慮など生産面での工夫を行う
- ▶ 消費者に響くストーリーを作る
- ▶ 各種媒体を通じた情報発信を行う

3. 調査結果を踏まえた農水産品高付加価値化の方向性

(3) 社会的価値 ▶ 農業の多面的機能の発揮と持続可能な地域づくり

調査結果から得られた高付加価値化に関する視点

- ▶ 地域の活性化により地域コミュニティを維持し、農水産業の多面的機能※を發揮する
- ▶ 多様な地域の関係者が連携し、地域課題を解決する
- ▶ 収益性の高い事業を創出し、中山間地域における農業の担い手の確保・増加、雇用の創出、地域活性化を図る

※国土保全、景観維持等の機能

高付加価値化により実現される利益と実現方法 等

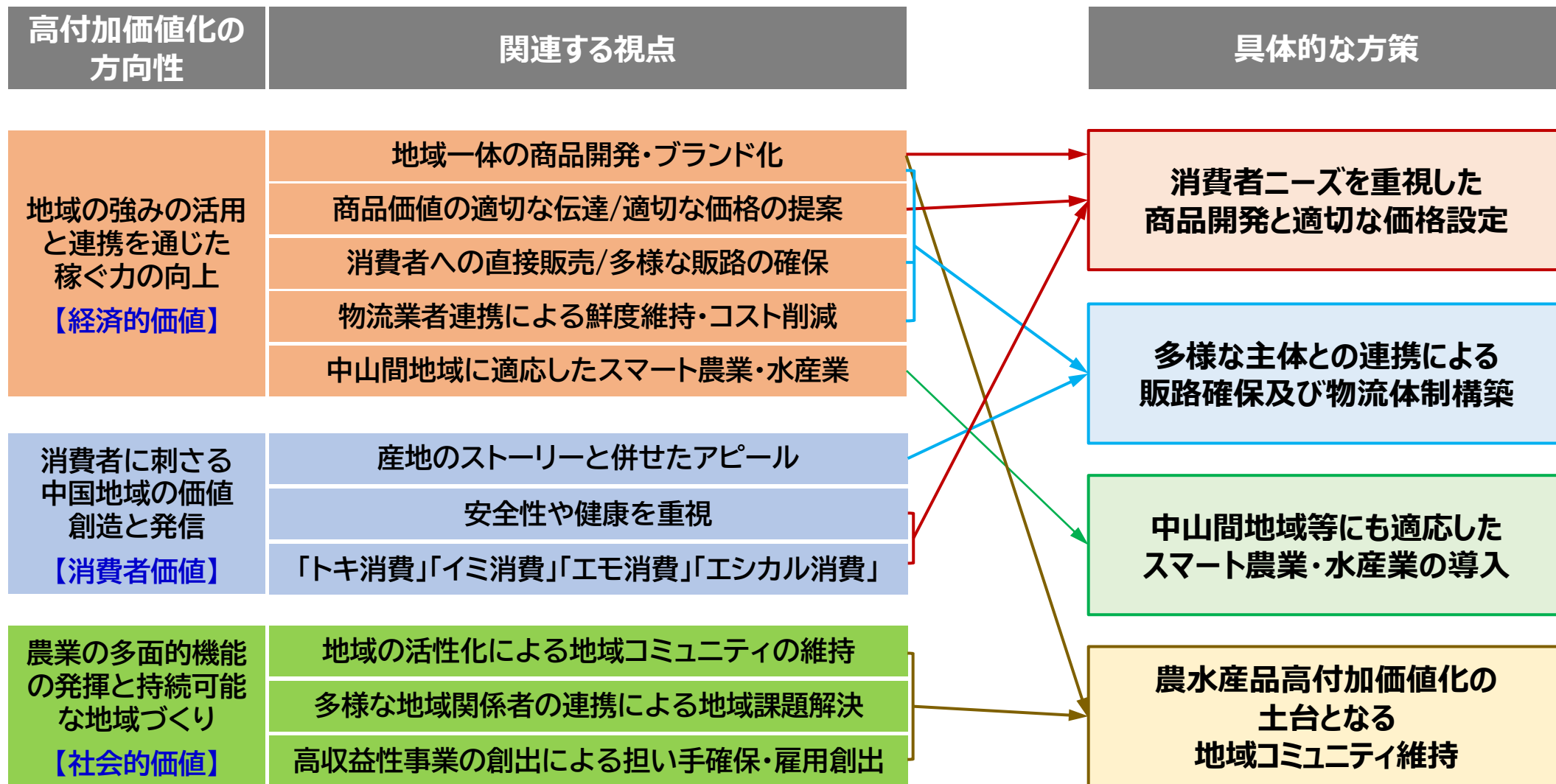
- ▶ 社会全体への波及(社会的インパクト)という視点での高付加価値化
- ▶ 景観や地域資源の保全、地域の賑わいの創出、地域に対する愛着や誇りの醸成、地域コミュニティの維持、次世代の担い手の確保などの実現
- ▶ 農林水産省が策定した農山漁村の社会的・環境的な効果の可視化ガイダンス(「農山漁村」インパクト可視化ガイダンス)の活用と官民共創による取組み
- ▶ 想定されるインパクトは地域経済活性化、持続可能な生活環境維持 等

価値向上に向けた主な取組み

- ▶ 農山漁村と都市住民との交流を進める
- ▶ 道の駅を中心とした地域拠点を形成する
- ▶ 農地保全・生物多様性保全を進める

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

〔高付加価値化の方向性と具体的な方策の整理〕



4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

(1) 消費者ニーズを重視した商品開発と適切な価格設定

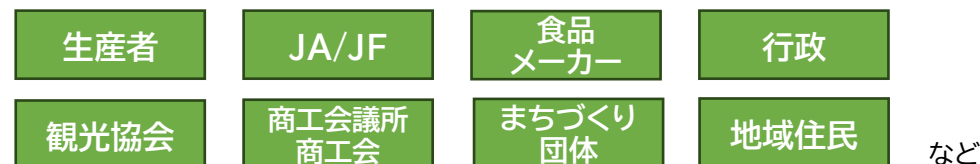
人材・ノウハウ等の面で生産者単独での対応が難しい

食品メーカー、行政、各種団体など地域の関係者が連携して専門的なプロジェクトチームを組成する

開発した商品の地域ブランド化を図ることで、

- ・農林漁業者の手取収入の増加
- ・地域全体の活性化

につなげる

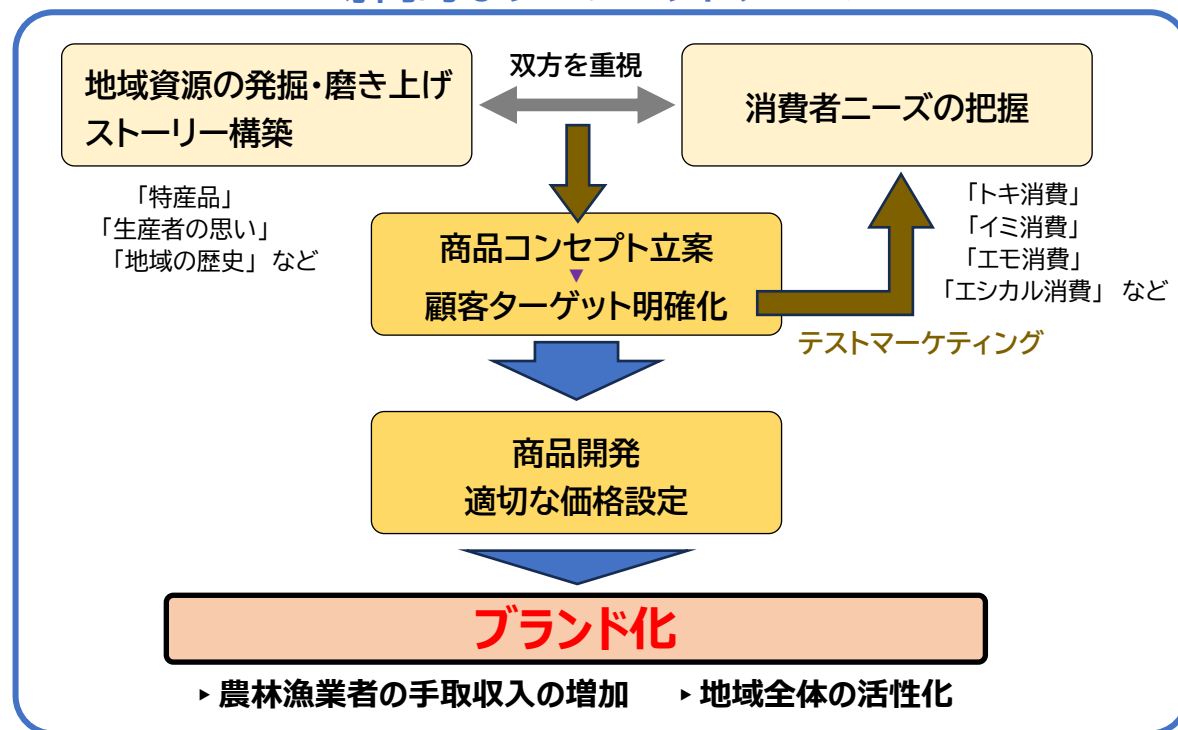


地域ぐるみの連携

組成

(注) JA:農業協同組合
JF:漁業協同組合

専門的なプロジェクトチーム



4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

(1) 消費者ニーズを重視した商品開発と適切な価格設定

① 消費者ニーズを踏まえたストーリー構築

- ・地域資源の発掘・磨き上げ、ストーリー構築を行う
- ・「トキ消費」「イミ消費」「エモ消費」「エシカル消費」などの消費者ニーズを踏まえたストーリー構築が重要であり、規格外品・未利用品の活用も含めた検討が必要となる

② テストマーケティングによる顧客ターゲットの明確化

- ・テストマーケティングを実施し、顧客ターゲットを明確化した上で商品開発を行う
- ・生鮮品としての販売、加工品製造・販売のほか、飲食店等で料理として提供することも検討に含まれる

③ 商品価値を反映した適切な価格設定

- ・安全性、鮮度、品質、希少性などの商品価値を明確化した上で、その価値を反映した適切な価格を設定する

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

【事例①】 株式会社伊賀の里モクモク手づくりファーム (三重県伊賀市)

6次産業化を実践する農業公園

単なる農産物販売に留まらず、加工(ハム・ウインナー・地ビール・パン・お菓子など)、宿泊、温泉、体験教室を組み合わせた「滞在型・参加型」の農業公園です。

「体験を含めた価値づくり」

商品の価格は単なる「モノ」の対価ではなく、製造工程へのこだわりや、体験を通じて得られる感動を含めたものとして設定されています。作り手の努力や情熱を直接伝える工夫、そして「自社チャネル限定販売」を徹底することで、価格競争に巻き込まれないブランド価値を維持しています。



地元産豚肉を使用したハム製造からスタート
(1987年手づくりハム工房モクモク設立)
当初は販売に苦戦する

初期：試行錯誤

生産者さん
事業者さんへの
メッセージ

ファーム運営部
チーフ
浜辺 佳子さん

一番大切なことは「生産者と消費者の垣根をなくす」ことです。それは「交流」と「共感」この二つです。生産者の現状や思いを消費者に伝え、消費者はそれを理解し共感することにより生み出されるよりよい「食」ということに仲間として応援してくれる方々が増えていきます。支えてくれる応援者＝仲間を増やすことが重要だと思います。これからも同じ思いで頑張る方々と日本の農水産物を元気にしていきたいと思っています。

農林水産省の補助金を活用し、体験工房を
拡充した「モクモク手づくりファーム」を開設

1995年：ファームオープン

転機：手づくりウインナー教室

近隣主婦の要望で開始した「教室」が口コミで
評判となり、人気コンテンツへ成長

年間35万人(コロナ前は
50万人)の来訪

現在

飛躍：ネイチャークラブ設立

会員制クラブと通信販売事業を開始
来場型に加え、継続的な顧客接点を構築

6次産業化の構造

【農業生産】

・米、椎茸、いちご、ブルーベリー、ジャージー牛(35頭)
等の生産、地域農家との契約栽培も実施

【加工・製造】

・ハム、パン、地ビール、菓子等10ヶ所の工房を自社運営

【販売・サービス】

・直営レストラン、通販事業、体験教室、宿泊、温泉



公益財団法人

中国地域創造研究センター

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

【事例③】 株式会社まごやさい（広島県安芸高田市）

小規模農家を繋ぐネットショップによる野菜のダイレクト販売

中山間地域の小規模農家が生産する「自家用」等の希少な野菜を集約し、ITシステムを活用して飲食店へダイレクトに届ける仕組みを構築。農家の収入拡大と地域活性化を同時に実現しています。

「流通していない農家の自家用野菜」の価値

飲食店経営を通じて、市場には出回らないが品質の高い「農家の自家用野菜」が豊富に存在すること、そしてそれらを求める飲食店が多数存在することに気付いたことが、現在の流通事業へ専念する最大の契機となりました。



地元野菜の流通事業に専念するため、現在の会社を設立

2014年（大きな転機）

システム構築

独自の一元管理システム「MAGO-NET」を約1年かけて開発

代表・有政雄一氏が東京よりUターン
体験農園や野菜宅配事業を開始

2009年

飲食店経営時代

自社・近隣農家の野菜を提供する飲食店を経営
他店からの需要も増加

事業の特徴

【圧倒的な鮮度管理】

- ・収穫から25～26時間で納品。半径10km圏内に集荷範囲を絞り、独自のコールドチェーン（保冷車直接配送）を確立
- 【独自システム MAGO-NET】
- ・入荷・注文・支払・請求を一元管理、少量多品種を効率的に扱うためのビジネスモデルの核となっている。

生産者さん
事業者さんへの
メッセージ

代表取締役社長
有政 雄一 さん

付加される価値を明確にし、それが顧客にとって嬉しいこと、それだけの対価を払いたいことである必要があると思います。
加えて、その価値を顧客にわかりやすく伝えることが重要になると思います。
そして、その価値を担保し続けられる仕組みがきちんとしていることが肝要です。



4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

【事例◎】 JA全農ひろしま（広島県広島市）

耕畜連携・資源循環ブランド「3-R」の取組み

地産地消が一般化する中で、さらなる価値創造を目指し、品目横断的な「耕畜連携・資源循環」の取組みをスタート。地域の環境保全と農業の持続可能性を両立させる新たな付加価値を構築しました。

「3Rの取組み」

畜産業で発生した堆肥を「肥料資源(Resource)」として地域内で「再利用(Recycle)」して環境負荷を低減する取組みを「繰り返し(Repeat)」することで、地域の環境保全と持続可能な農業を目指しています。

循環の仕組み

- ・養鶏場の鶏糞から堆肥を生産
- ・堆肥を肥料に野菜・米・飼料を生産
- ・飼料を再び養鶏場で活用する地域循環

付加価値の訴求

- ・産直市でのテストマーケティング
- ・実需者（バイヤー）向け勉強会の実施
- ・SNS・TV CMによる情報発信



2023年

生協ひろしま7店舗で導入開始
現在では全店舗での取り扱いへと拡大

環境意識の高い消費者層（無印良品や生協等の利用者）からの強い支持を背景に、販路が拡大

2022年（事業の転機）

無印良品 広島アルパーク店にて取り扱い開始

環境意識の高い消費者層からの支持を受ける

広島大学との共同研究開始（鶏糞堆肥の適正性・温室効果ガス排出量調査）

Eビデンス（温室効果ガス削減効果等）に基づいたより信頼性の高いブランドへ

ブランド立ち上げ
JA産直市「とれたて元気市広島店」に専用コーナーを開設

2019年

「3-R」ブランドの基本
コンセプトを策定

2018年

生産者さん
事業者さんへの
メッセージ

改革推進部
改革推進課 課長
狩谷 伸午さん

私たちが取り組んでいる耕畜連携・資源循環ブランド「3-R」は、持続可能な耕種農業と畜産農業の実現を目指しています。耕畜連携による資源循環型農業は、地域の魅力を未来へつなぐ力になります。「3-R」ブランドを通じて、地産地消の取組みに新たな価値を創造し、地域農業の魅力が次世代へ届ける大切な一歩です。生産者にとっては5年後、10年後も安心して農業生産を行うことができ、消費者は地元の安全で安心な農畜産物を食べることができる、そんな仕組みを構築していきたいと考えています。



公益財団法人

中国地域創造研究センター

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

【事例⑩】 株式会社早和果樹園（和歌山県有田市）

みかん農業の6次産業化

有田みかんの栽培から加工・販売までを自社で完結させる「6次産業化」を実践。100%ストレートジュース、ジャム、ポン酢など、高品質な有田みかんにこだわった多角的な商品開発を展開しています。

生産・加工・販売における特徴

生産（1次）

【マルドリ方式】

- マルチ栽培とドリップ灌水を併用した高品質生産

【DX活用】

- 光センサーデータやアグリノートによる園地別採算管理

【高付加価値化】

- 味を重視、高品質・高単価なみかんを生産

加工（2次）

【独自搾汁法】

- 外皮を剥いて絞るチョッパー・パルパー方式で雑味を除去

【糖度選別】

- 糖度で3種のジュースに選別

【ゼロエミッション】

- 外皮を陳皮、薄皮をスムージーへ加工

販売（3次）

【ターゲット選定】

- 観光土産店を重視（SAや観光地での試飲販売が好調だった）

【ブランディング】

- ロゴ・パッケージの統一によるブランド認知向上

【海外展開】

- 香港・台湾・EU等約20カ国



地域農家との共生

- 生食用みかんは自社栽培と周辺農家購入が半々
- 加工用みかんは9割以上を周辺農家から購入
- 地域最高値での購入を継続

7戸のみかん専業農家で「早和共同撰果場組合」を創業

1979年

生産者さん
事業者さんへの
メッセージ

代表取締役社長
秋竹 俊伸さん

味が美味しいはもちろんのことで、ストーリーや販売方法（マーケティング）が重要です。どの場所で、どんな人に、どのような価格で販売するか。その商品は相手（お客様）が欲しがる商品なのか。相手をしっかりと見極めて、商品開発することが高付加価値商品化への一番の近道だと思います。生産者側、購入者側、どちらも納得できる商品の開発を目指してみてください。

2000年：法人化（最大の転機）

有限会社早和果樹園を設立、加工業への参入を本格化
先代社長（現会長）の秋竹新吾氏が社長に就任

2004年

加工事業に正式参入
当初は外注搾汁を活用した瓶詰め工場からスタート



2015年

自社搾汁工場を建設（約1.8億円）
「栽培からの一貫生産」体制が完成
総務省の補助金（5,000万円）を活用

2026年

新搾汁工場完成予定（約28億円）
生産能力の大幅拡大



公益財団法人

中国地域創造研究センター

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

【事例⑤】 JAひろしま三原地域営農経済センターせとだ柑橘事務所（広島県尾道市）

「せとだエコレモン」ブランド化の推進

「せとだエコレモン」として、化学農薬と化学肥料を通常の5割以下に抑えた特別栽培技術を確認。単なる農産物の販売に留まらず、調味料、飲料、菓子などの多彩な加工商品を開発することで販売単価の向上と安定的な販路確保を実現しました。

「地域一体の連携体制」

JA、行政、商工会、観光協会が「レモン」を核に集結。組織の枠を越え、地域全体が「レモンの島」として一体化したことが成功の最大要因です。

「高付加価値化戦略」

「皮まで食べられる」安全性を武器に、生果だけでなく加工用需要を掘り起こし、ブランド力を背景に販売単価を向上させました。

安定供給とロスの軽減について

- ・鮮度保持フィルムと低温保管による「周年供給」を確立
- ・規格外品を加工用（レモネード、ポン酢等）に活用
- ・市場機能を活用しつつ、特定の安定取引先との関係を強化

環境保全型農業推進コンクールで優秀賞を受賞

2003年

生産者さん
事業者さんへの
メッセージ

副所長
片山 武志 さん



2012年（事業の転機）

広島レモン振興協議会を設立

広島県、JA、市町が連携。ポスター、CM、大手食品メーカーとのタイアップを集中実施し、県産レモン全体の認知度が飛躍的に向上。

広島県の特別栽培農産物認証を取得
「せとだエコレモン」として本格的な販売を開始

高付加価値化を進める上で、農業者だけでなく、加工、流通、販売、そして消費までをつなぐ多様な団体との連携が重要です。JA職員として関わる中で、商品の価値は品質だけでなく、そこに至るまでの歴史や人とのつながりによって深まっていくと感じています。生産者と地域を結び、協力体制を築くことで、守ってきた歴史の上に、新たな魅力や価値観がプラスされます。互いに強みを生かせる取り組みが、農水産業と地域の未来を支えていくと思います。



2023年

「せとだエコレモン」が登録商標を受ける
農林水産祭にて「天皇杯」を受賞。



公益財団法人

中国地域創造研究センター

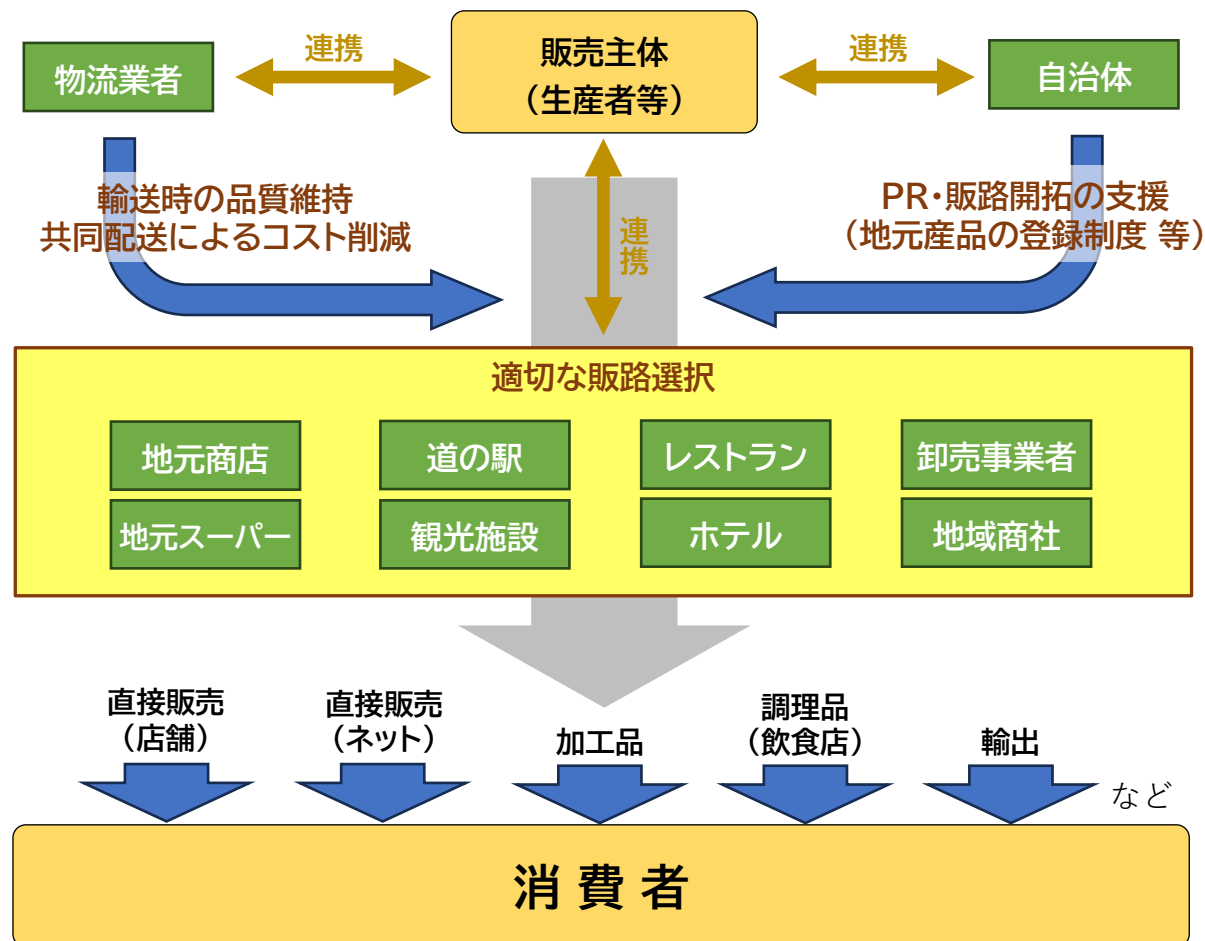
4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

(2) 多様な主体との連携による販路確保及び物流体制構築

生産者等が販売主体として自前に対応できない部分

小売業者など多様な主体と連携することにより、

- ・農水産品の販路を確保する
- ・品質維持・コスト削減に向けた物流体制を構築する



4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

(2) 多様な主体との連携による販路確保及び物流体制構築

① 販路の検討

- ・農水産品の特性や販売コンセプト等を踏まえて、適切な販路を設定する（拡大のみならず限定することによる効果も想定する）

② 連携を通じた販路確保

- ・自らの販売ルート以外に販路を広げる際には、地元の商店、スーパー、道の駅、観光施設、レストラン、ホテル、卸売事業者等との連携を図る

③ 物流事業者との連携による品質維持・コスト削減

- ・物流業者との連携により鮮度維持につながる保管・輸送を行うとともに、同業者との共同配送等を通じてコスト削減を図る

④ 自治体による支援

- ・地元産品の登録制度や、中国地域5県の産品を支援するサイトの設置等により、PR・販路開拓を支援する

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

【事例⑤】株式会社角屋食品（鳥取県境港市）

地元産の魚を活用した高付加価値商品の開発とブランド戦略

鳥取県境港で水揚げされる新鮮なアジに特化。刺身級の鮮度を活かした究極のクラフトアジフライ「**鯨王**」のブランド化を推進し、従来の冷凍食品の概念を覆す高級路線を展開しています。

「地元サプライチェーン」

地元仲買や同グループ問屋との密な連携により、原料調達から販売までを一体化。鮮度の高い原料を安定確保する体制を確立しています。

「ブランド価値の保護」

高級ブランド「鯨王」の価値を維持するため、販路を自社サイトと百貨店に限定。安売り競争に巻き込まれない仕組みを構築しています。



先代社長により創業
消費者ニーズに合わせ100種類以上の製品を製造する多品種展開を行う

2006年：会社設立

生産者さん
事業者さんへの
メッセージ

経営戦略部
部長
木村 貴志 さん

私たちはあえて100種類の製品を捨て、アジ一筋に絞り込むことで、独自の活路を見出しました。機械化に頼らない『手作業』のぬくもりこそが、大手には真似できない究極の差別化と信頼を生む原動力となります。安売り競争から脱却するには、販路を厳選し、商品の背景にある『物語』を正しく届ける勇気を持たねばなりません。単なる食材を『地域の誇りを込めた作品』へと昇華させ、適正な対価を得る仕組みを共に築いていきましょう。一次産業の可能性を信じ、地域との絆を軸に一步踏み出すことが、日本の食の未来を切り拓くと確信しています。



2016年：事業継承

角谷直樹氏が代表に就任
次世代へのバトンタッチが行われる

角谷氏は農学博士かつMBA保持者
マーケティングの専門知識を活かし、客観的なデータと戦略に基づいた「選ばれる理由」を構築



2017年：経営転換

「アジフライカンパニー」を宣言
冷凍アジフライへ注力する経営体制
へ劇的なシフトを遂げる

機械化による大量生産をあえて選ばず、**手作業による丁寧な加工**を貫くことで、ワンランク上の品質と食感を追求

「鯨王」は材料にもこだわり

- ・刺身用鮮度のアジのみ
- ・粗目の特注生パン粉
- ・国産小麦の特注バター粉

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

【事例⑥】 株式会社島ごころ（広島県尾道市）

瀬戸田産レモンによる地域一体型ビジネスモデル

瀬戸田産「せとだエコレモン」等を使用したレモンケーキ「島ごころ」の製造・販売。個別農家ではなくJAと取引することで、地域経済全体への貢献と安定調達を両立させています。

「JAとの連携による地域共生」

単なる「仕入れ」に留まらず、地域に次のような価値を創出しています。

安定性：供給網の安定化による大規模生産を実現

地域還元：個別農家ではなくJAを通すことで、地域農業全体へ利益を分配

ブランディング：「せとだエコレモン」という地域ブランドの価値向上に寄与



現在：業績拡大

年間170万個のレモンケーキを生産し、広島県内6店舗、東京銀座1店舗で販売
レモン仕入量は創業期の500kgから40トンへ拡大

2011年頃：JAとの連携開始

販売急増に伴い安定調達を模索
JA職員との出会いを通じ、地域を盛り上げる
パートナーシップを構築

2009年：事業方針の転換

観光客をメインターゲットに据える
法事・お供え需要にも着目
地域名産のレモンを使った「島ごころ」を販売開始

「流行への追随」から「地域の強みを生かす」方針へ

- ・自家製ジャムを20%練りこむ独自製法
- ・手作業で皮と実を分ける
- ・ケーキに使わない部位も果汁・オイル・パウダーとして徹底活用

当初「都会で流行の菓子を地元から発信」
するコンセプトだったが、業績不振に直面

2008年： 洋菓子店を創業

生産者さん
事業者さんへの
メッセージ

代表取締役社長
奥本 隆三 さん

レモンも以前は料理の隅っこにある、あってもなくてもいいようなもの、という認識でしたが、レモンが主役のレモンケーキを十数年かけてコツコツPRすることで、今や全国区の知名度まで成長しました。身近にある農水産品が加工の仕方、見せ方でどれもが輝くスターになれる可能性があることを信じて、粘り強く取組んで頂ければと思います。

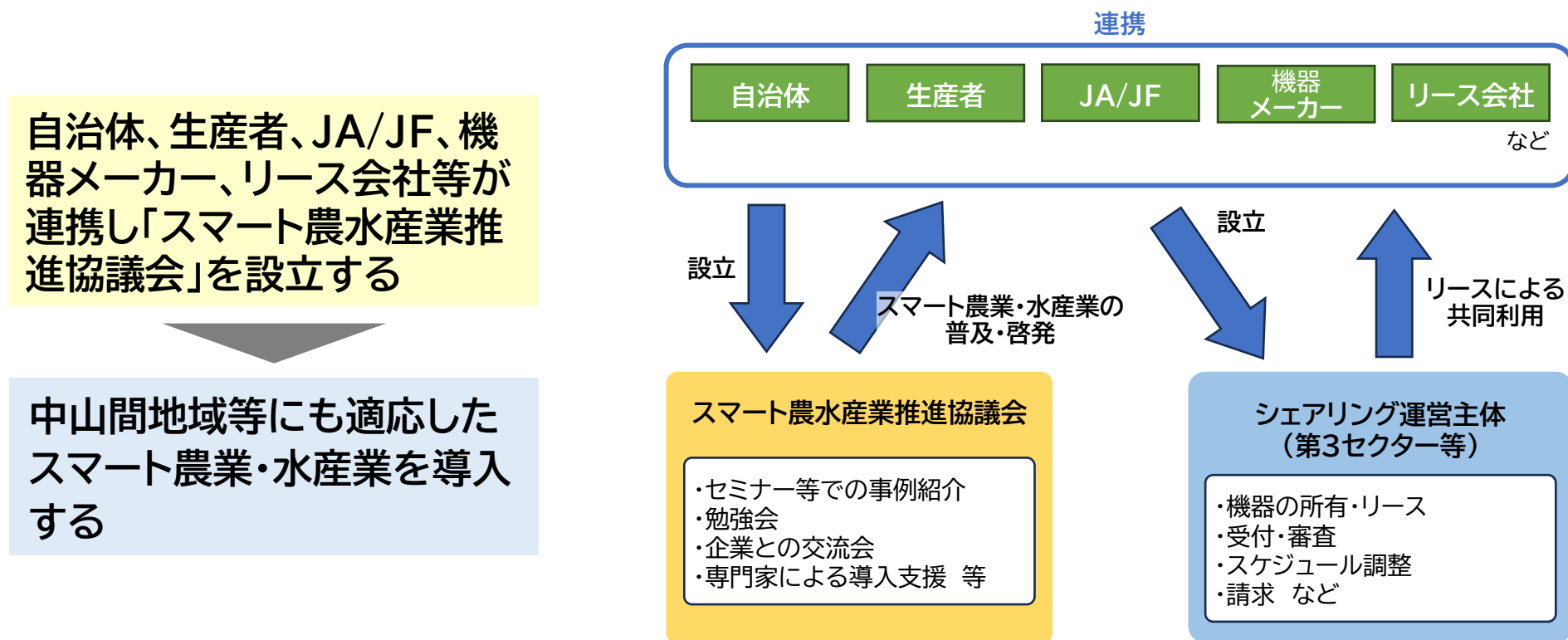


公益財団法人

中国地域創造研究センター

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

(3) 中山間地域等にも適応したスマート農業・水産業の導入



4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

(3) 中山間地域等にも適応したスマート農業・水産業の導入

① 地域特性に応じた導入方法の検討

- ・中山間地域、都市近郊などの地域特性に応じたスマート農業・水産業の導入手法を検討する

② セミナー等による普及・啓発

- ・セミナー等でスマート農業・水産業の事例紹介を行うとともに、勉強会、企業との交流会、専門家による導入支援等を実施し、スマート農業・水産業の普及・啓発を図る

③ シェアリングに係る対応

- ・スマート農業・水産業の導入にあたっては、資金面が大きなネックとなることから、対応策として機器のシェアリングを進める
- ・その際には、協議会とは別に、シェアリングの運営主体(第3セクター等)を設立することも想定される
- ・運営主体は機器を所有し、中立的な立場で使用希望の受付・審査、スケジュール調整などを行い、機器をリースする
- ・特に、スケジュール調整については、生産者が機械を必要とする時期が重なる可能性が高い点に留意する

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

【事例⑧】 ひろしまスマート農業推進協議会（広島県）

ひろしま型スマート農業推進事業 (ひろしまseedbox)

県内農業者の所得向上を目指し、中山間地域におけるスマート農業を推進することで「稼げる農業」の実現を加速させる取組みです。

主な活動内容

普及・啓発: セミナー等の開催
 マッチング: 農業者と企業の橋渡し
 課題解決支援: 勉強会・交流会の実施

重要ターゲット

特に大型機械の導入が困難な小規模農家および中山間地域の特性に最適化した技術実装を目指しています。

プロジェクトの進捗状況

令和3年度～7年度の5年間で9つのプロジェクトを実施
 中山間地に適した技術の確立を図る
 各プロジェクトの実施期間は3年間

開始年度	プロジェクト数	ステータス	フェーズ
令和3・4年度	6件	完了	普及段階へ移行
令和5年度	3件	最終年度	経営モデル構築中

中山間地域に適応したスマート農業技術の事例

- ぶどうAI粒数推定「粒羅」 … カメラによる粒数確認
- アザミウマ総数推定 … AI画像判定による害虫調査
- 水稻ドローン施肥 … 自動飛行による肥料散布
- アスパラガス収穫ロボ … 全自動収穫に向け実証中
- 果樹防霜ファン制御 … 気象データを活用したなし・りんごの防霜
- 畜産データ基盤 … AI乳量予測や環境自動調整（ファン・ミスト）



中山間地域特有の課題と解決アプローチ

「コストの圧縮」

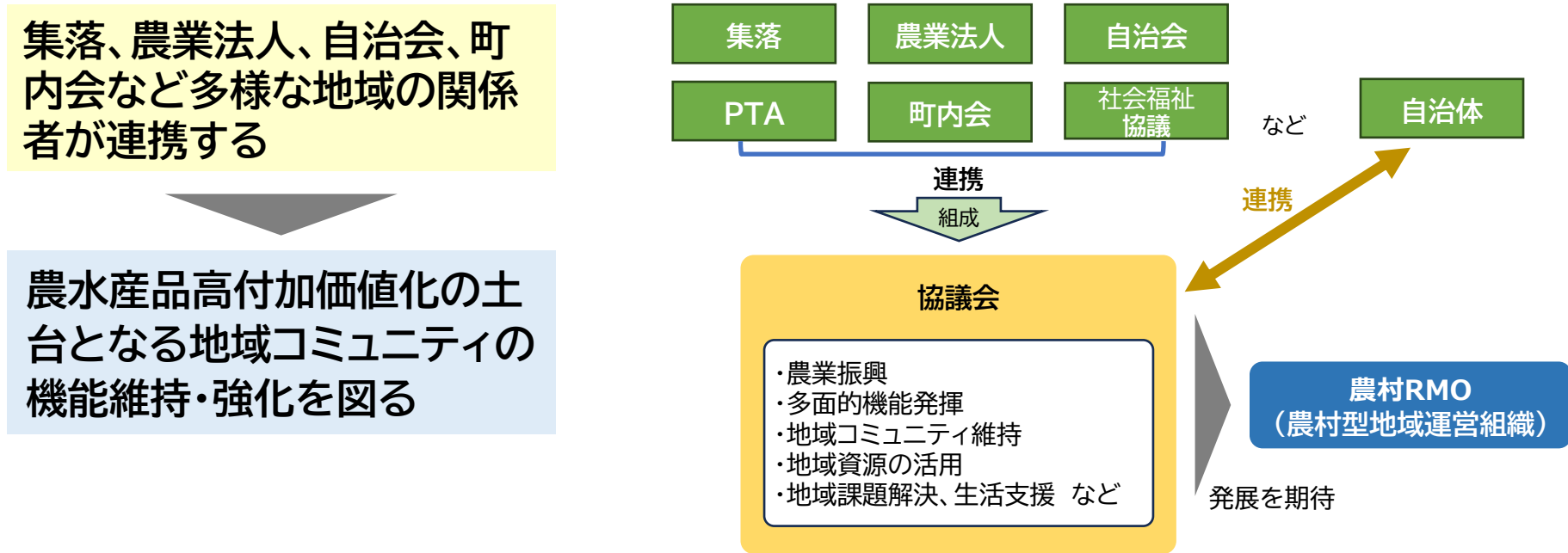
高額機械の導入を避け、ソフトウェア活用や機能を最小限に絞った安価なモデルを開発・改良。段階的な導入を支援しています。

「狭隘地への対応」

大型機械が進入できない狭い作業通路に対応するため、小型ロボットやコンパクトなスマート機器を優先的に導入しています。

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

(4) 農水産品高付加価値化の土台となる地域コミュニティ維持



4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

(4) 農水産品高付加価値化の土台となる地域コミュニティ維持

① 協議会の設立

- ・集落、農業法人、自治会、町内会など多様な地域の関係者が連携し、地域の課題等に関する対応策を検討する協議会を設立する

② 各種取組みの実施

- ・農水産品の高付加価値化等の経済活動のみならず、景観や地域資源の保全等の農業の多面的機能を重視する
- ・地域の賑わいの創出、地域に対する愛着や誇りの醸成、地域コミュニティの維持、次世代の担い手の確保などの社会的価値の創出を図る

③ 農村RMOへの発展

- ・協議会が経験やノウハウを活かし、地域の将来ビジョンの策定や農地保全、地域資源の活用、生活支援等の事業を実施するなど、農村型地域運営組織(農村RMO)へと発展していくことが期待される

4. 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

【事例①】 株式会社秋津野（和歌山県田辺市）

都市と農村の交流による地域活性化

上秋津小学校の旧校舎をそのまま使用した、都市と農村の交流を楽しむための体験型グリーンツーリズム施設「秋津野ガルデン」を運営しています。農泊、農家レストラン、修学旅行や研修の受入れなどにより、都市と農村の交流を通じた農産物の販売拡大、地域活性化他に取組み、年間約4,000人が宿泊しています。



秋津野ガルデンの取組み

食・宿の提供

【農家レストラン「みかん畑」】

- ・地域の野菜を活かした家庭料理を提供
- ・地産地消と地域女性の雇用を創出
- ・木造校舎の教室での食事という「唯一無二」の体験価値を提供

【農泊受入れ】

- ・宿泊施設を完備、農家の負担軽減と宿泊キャパシティの向上を両立

【体験工房「バレンシア畑」】

- ・スイーツ・パン作り体験等により滞在時間を延長

新たな価値創造

【6次産業化】

- ・地元柑橘を用いたジャムやジュースの製造
- ・加工によりキロ単価を劇的に改善

【ICTグリーンオフィス】

- ・木造校舎にコワーキングスペースを整備し、企業誘致を促進

【農業支援】

- ・農機レンタルやワーキングホリデーの受入れ窓口として農家をサポート

2022年：
秋津野地域づくり協議会 発足

農村RMOとして組織間連携を強化

2008年：
秋津野ガルデンオープン

旧校舎を活用した交流拠点

2004年：最大の転機

上秋津小学校校舎の買い取り議決
1億円の投資を決断

1999年：
直売所「きてら」開設

住民出資による6次産業化のスタート

1994年：秋津野塾 発足

全団体参加の地域づくり協議会/1996年に天皇杯受賞

自主財源による地域づくり
の土台が完成

1957年：
上秋津愛郷会 設立

生産者さん・事業者さん
へのメッセージ

代表取締役社長
木村 則夫 さん

6次産業化はどれくらいの規模感で事業を行うのか？出来上がった商品の販売先はどうするのか？販売するために地域物語(全国的に似たような商品が生まれ出されている)が付加できるのかなどもポイントかと思えます。さらに事業を継続するために原材料の供給体制は大丈夫のかなども大事かと思えます。加工品以外でも生果での直接販売(直売所や産地直送は関係人口を得やすい)もやはり地域物語が必要かと思えます。いずれにしても地域づくりの中で長期の視点で事業を行う計画づくりと事業開始後でも社会情勢に合わせた柔軟な対応が必要かと思えます。



公益財団法人

中国地域創造研究センター

おわりに

- ✓ 当センターでは賛助会員や自治体の皆さまなどから、今後の中国地域の産業・地域振興に関わる調査希望テーマを毎年募集し、テーマごとに学識経験者や企業の実務者などで構成するプロジェクト調査委員会を立ち上げ、アンケート、個別ヒアリング、先進地域事例調査などを通じ、課題を深掘りし、地域に必要とされる方策を提言し、広く発信しています。
- ✓ 2025年度調査に関する本冊子につきましては、調査委員の皆さまの「行政や中間支援組織だけでなく、生産者など幅広い層の方にも参考にしていただくべき」とのご意見もあり、事例を中心としたダイジェストとしてまとめております。より詳しい内容の本編および概要版は当センターホームページにて閲覧可能となっておりますので、ご参照いただけますと幸いです。
- ✓ また、当センターでは、過年度に実施したプロジェクト調査における提言の実現化に取り組む団体等に対し、事業・活動を立上げる際の費用を助成する「立上げ助成事業」も実施しています。こちらの応募要領も当センターホームページに掲載いたしておりますので、ご活用をお願いします。

https://crirc.jp/jigyonaiyou/research/jishu/project_y.php



公益財団法人

中国地域創造研究センター

【参考】 調査委員会名簿 (1/3)

区分	組織名	所属・役職	氏名
委員長	広島大学	大学院 統合生命科学研究科 教授	細野 賢治
副委員長	国立研究開発法人水産研究・教育機構 水産大学校	水産流通経営学科 教授	大谷 誠
委員	株式会社IHI	中国支社 支社長	岡原 義人
委員	一般財団法人岡山経済研究所	主任研究員	千代 明弘
委員	株式会社奥村組	広島支店 執行役員 支店長	三村 仁士
委員	株式会社山陰合同銀行	地域振興部 産業調査グループ 企画役	田立 善人
委員	住友商事株式会社	中国支社 支社長代理	森野 泰仁
委員	株式会社ソルコム	みらいビジネス営業本部 みらいビジネス推進部 担当部長	斉藤 佳久
委員	中国経済産業局	産業部 経営支援課 課長補佐	柿本 剛
委員	一般社団法人中国経済連合会	常務理事	宮地 宏
委員	中国四国農政局広島県拠点	総括農政推進官	森永 文雄
委員	一般社団法人中国地域ニュービジネス協議会	専務理事	横山 利幸



公益財団法人

中国地域創造研究センター

【参考】調査委員会名簿（2/3）

区分	組織名	所属・役職	氏名
委員	中国地方整備局	企画部 企画調整官	大場 慎治
委員	中国電力株式会社	地域共創本部 総括・地域経済グループ	南 涼子
委員	株式会社中国放送	経営企画室 財務部 部次長	加登 良輔
委員	東広島市	産業部 次長 兼 農林水産課長	松島 玉奈
委員	株式会社ひろぎんホールディングス	経済産業調査部 経済産業調査グループ	稲田 睦子
委員	広島ガス株式会社	技術研究所 研究員	島尾 晶裕
委員	広島県	地域政策局 地域振興担当部長	三島 史雄
委員	広島県農業協同組合中央会	営農組織支援部 担当部長	能美 優子
委員	丸紅株式会社	中国支社 支社長代理	菊池 聡
委員	山口県	農林水産部 ぶちうまやまぐち推進課 主幹	山本 美佐
委員	山口大学	地域未来創生センター 大学研究推進機構 産学公連携・研究推進センター 准教授	林 里織
オブザーバー	一般社団法人中国経済連合会	地域づくり委員会 部長	小迫 義満



公益財団法人

中国地域創造研究センター

【参考】 調査委員会名簿 (3/3)

区分	組織名	所属・役職	氏名
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	専務理事	大井 博文
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	理事 事務局長	福澄 博道
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	調査・研究部 調査企画グループ長	浅野 拓治
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	調査・研究部 調査企画グループ 主任研究員	小出 修司
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	調査・研究部 調査企画グループ 研究員	河野 彰徳
シクタンク	一般財団法人ちいき未来研究所	副理事長	品川 智宏
シクタンク	一般財団法人ちいき未来研究所	調査研究部 部長	能野 昌剛
シクタンク	一般財団法人ちいき未来研究所	調査研究部 副部長	林 一夫
シクタンク	一般財団法人ちいき未来研究所	調査研究部 主任研究員	安岡 和政



地域の宝を磨く

－農水産品高付加価値化の道しるべ－

～「中国地域における農水産品の高付加価値化に向けた取組み
推進方策検討調査」より～

発行月：2026年3月

発行所：公益財団法人 中国地域創造研究センター

住 所：〒730-0041

広島市中区小町4-33 中電ビル3号館5階

電 話：082-245-7900

U R L：https://crirc.jp

本書の一部または全部の無断転載、複写などを禁止します。

