

1:補助事業の具体的取組内容

(1)事業再構築指針との関連性

選択した事業再構築の類型は「業態転換」であり、以下の通り「事業再構築指針」に定める該当要件を満たす。

要件	判定	要件を満たすと考える根拠
製造方法等の新規性要件	①過去に同じ方法で製造等していた実績がないこと	要件を満たす 過去に黒にんにくの生産・加工から販売の一連の製造の実績がないため、要件を満たす。
	②新たな製造方法等に用いる主要な設備を変更すること	要件を満たす 植付けから出荷までの工程を一貫体制の製造システムを園内で構築するため、要件を満たす。
	③定量的に性能又は効能が異なること	要件を満たす 既存事業のレタスの水耕栽培、薔薇の生産と、黒にんにくの生産から販売までの一貫生産とは全く異なる事業であり、比較ができない。
商品等の新規性要件	①過去に製造した実績がないこと	要件を満たす 黒にんにくの販売はこれまで実績がないため、要件を満たします。
	②主要な設備を変更すること	要件を満たす 環境整備として低温真空乾燥機、製品管理倉庫総工などの設備投資を新規事業では必須としており、要件を満たす。
	③定量的に性能又は効能が異なること	要件を満たす 既存事業のレタスの水耕栽培、薔薇の生産と、新事業の黒にんにくでは全く異なる商品であり、比較ができない。
売上高構成比要件	3～5年間の事業計画期間終了後、新たな製造方法等による売上高が、総売上高の10%以上を占める計画を策定すること	要件を満たす 事業計画期間終了時点で、当該事業の売上高が総売上高の10%以上となる計画となっている。

(2)具体的な取組の内容

①現在の事業の状況

農業大学校卒業と同時に個人事業主として切りバラ栽培開始。常に新しい何かを求め、ブルーベリー観光農園開始。協生農法創始者に共感、第二農場貸地。バラ栽培と合わせ水耕レタス栽培を開始、現在に至ります。個人での事業開始以来、着実に売り上げを伸ばし、規模の拡大に成功していましたが、新型コロナウイルスで大きな打撃を受けている飲食業界での需要減少を受け、既存取引企業からの売上が伸び悩んでおります。従来は、メインであるレタス、バラの商材の生産、拡販に注力していましたが、コロナ影響による事業立て直しが必要となるため、ニンニクの取扱い比重を増やしていきたい構想があり、新事業展開を目指しています。

【売上

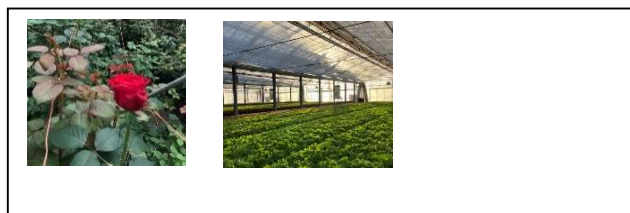
【主要

【従業

【主力製品】

【当社主力製品例】

【園内の様子】



②現在の事業環境

2021年1月期は、2020年1月期と比較し、売上高は11.0%の下落となった。また、直近決算での2021年12

年	

新型コロナウイルス、令和3年の国による緊急事態宣言の影響により、2021年1月の売り上げ減少率は、31.48%と激減した。

③当社の強み・弱み・外部環境・・・(SWOT分析で概説)

事業再構築の検討にあたって、当社の強み・弱みおよび外部の環境について、SWOT分析を実施した。

内部環境	外部環境
強み ■高い安全性と高品質を実現できる生産体制 これまでの農業の経験で得た良品質の生にんにくを実現する栽培手法と耕作地 ■にんにく生産の第一人者である北村氏との繋がり 健康食品として有名となった黒ニンニク生産の第一人者である北村氏に直接指導をうけています 農業を30年以上続けてきた実績が活き、北村氏の他、大手エディオンからの引き合いもいただいています ■先進性に向けた意欲的な取り組み 旧態依然とした業者が多い中で、機械化、新品種への設備投資を積極的に行ってきました	機会 ■健康志向の高まり 健康ブームは高まりを見せており、黒にんにくについても登場以降、需要は底堅く伸びています ■ECサイト販売市場の伸び コロナ禍でネットで購買する文化が広がったことで、ECサイト上の消費は年々増えています
弱み ■労働力の不測 生産規模拡大に向けた労働力が不足している状況 ■生産設備の不足 黒にんにく生産のための設備を自前で有しておらず、現状、北村氏の設備を借用している状況です ■IT部門が弱い 生産物を日本全国にお届けできるようなIT対応の知見が不足しており、有用な成功事例が乏しい点	脅威 ■競合他社との価格競争 黒ニンニクや加工食品の販売業者は大型スーパー、ドラッグストア等に広がっており、価格競争も激しい状況 ■アフターコロナにおけるインバウンド需要の回復が未知数 健康食品・加工食品の購買は海外からの旅行者も多いため、渡航も再開され回復傾向にありますが、どの程度購買力が回復するかは未知数

これまでは特定の販売先にレタス、バラの販売を行い事業拡大を果たしてきましたが、コロナ禍による影響も受けて事業が低迷しています。当該状況を打開すべく、良質な生にんにくの栽培する手法や耕作地の準備、生にんにくを活かした加工食品の販売を構想してきましたが、構想実現に向けて具体的に以下(1)(2)に記載した状況にあることが、特に当社独自の強みと考えています。

(1)北村氏との繋がりと北村流黒ニンニク

黒ニンニクは当県の濱野濱助氏(現:(株)元気 相談役)が90年代末に偶然の産物として開発に成功されました。北村清彦氏は、ほぼ同時期に黒にんにくの開発に着手、独自の製法を編み出し1999年から生産を開始された、黒にんにくの世界ではその功績とともに著名な方です。現在は(株)きたむらにて”元祖 北村式 発酵黒にんにく”の生産、販売をされています。当園は北村氏と数十年もの交流があり、にんにくの植付けから収穫、黒にんにく作りまで、実際に当農園にお越しにいただきながらノウハウをご教授頂いています。

(2)量販大手エディオンからの引き合い

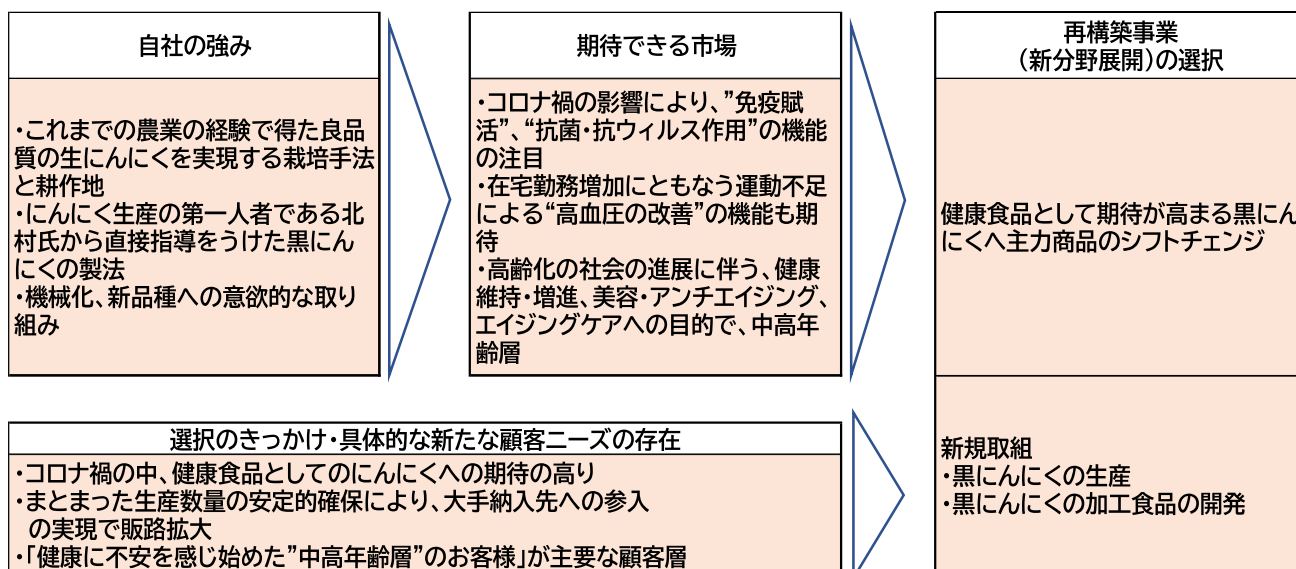
当社は農業を30年以上続けているため、北村氏との繋がりもそうですが、ご縁に恵まれて大手エディオンからもニンニク販売に関する引き合いをいただいています。

具体的には、エディオンは安定供給の確保とネット通販に特化した新商品の製造を前提に、スポンサー企業とのコラボにより、“家庭用黒にんにく製造機” 拡販のため、製造機と生ニンニクをセットにして販売を予定されています。当園にも生にんにくのエディオンへの供給の依頼が来ています。

④事業再構築の必要性

レタスの水耕栽培と薔薇の生産を行ってきた当園ですが、農産物生産だけでは収益の安定性が不足し、その将来性に不安を感じておりました。幸い、数十年もの交流がある北村清彦氏のご指導で、生にんにくの生産方法に関する各種アドバイス、生にんにくから黒にんにくへの加工方法のノウハウなどをご教授いただくことで、生にんにくの生産(1次産業)から高品質黒にんにくの加工(2次産業)まで一貫生産が実現しました。その品質についても北村先生からのお墨付きを得ております。また、開拓が進んでいなかった販路についても、コロナ禍でのECサイトを使った販売の急激な伸長を鑑み、当園としても流通・販売(3次産業)を取り込んだ「6次産業化」の実現化の可能性が見えてきました。

今回の事業再構築では、北村氏からご教授いただくことで培った当園の「強み」と、外部環境の変化に伴う「機会」を最大限に生かすことを前提に、(1) 新たな付加価値商品(黒にんにく)の開発提供、(2) 効率的な販売チャネルの整備と広告宣伝・営業活動、(3) ターゲットを絞ることが重要と考えています。そのため当園が既存事業の体制を維持し、既存の(BtoB)の販路から顧客(消費者)のニーズはあっても商品(生産物)を届けることができない顧客層(BtoC)に対して直接的に商品提供を行うため、まず新規事業のための環境整備として低温真空乾燥機、製品管理倉庫総工などの設備投資を必須とし、同じく必要経費である販促費、宣伝費、web制作などの媒体は外注費やコンサル、委託費として最小限で対処する構想です。



⑤事業再構築(補助事業)の具体的内容

高品質黒にんにくの生産、加工から販売までの一貫生産体制を構築し、販路拡大を行ないます。健康食品としてのにんにくへの期待は高まっており、顧客ニーズは“滋養・強壮・疲労回復”に加え、一昨年からコロナ禍の影響により、“免疫賦活”、“抗菌・抗ウイルス作用”の機能が注目され、“高血圧の改善”の機能も期待されています。また、高齢化の社会の進展に伴う、健康維持・増進、美容・アンチエイジング、エイジングケアへの目的で、中高年齢層の顧客層も獲得も期待できます。

高品質黒にんにく生産から販売までの「黒にんにく6次産業へ向けた一貫生産と新しい販売方式の確立」



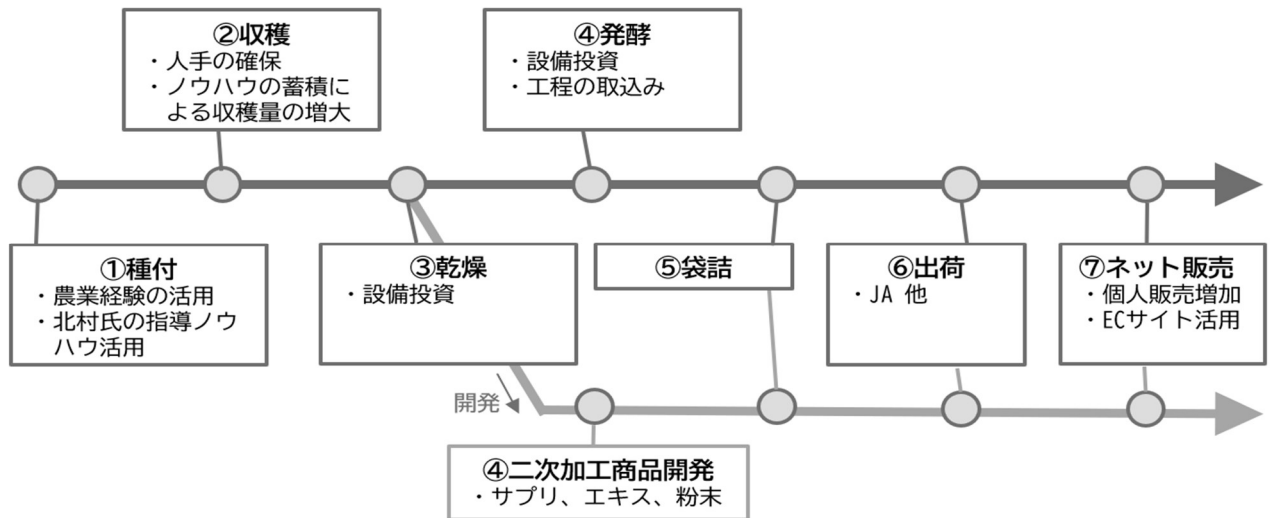
発酵工程以降の工程を当園内に取り込むことで、出荷までの一貫生産体制を構築

自社独自のこだわり商品の開発、販売を実現する



販売は伊勢、鳥羽地区の住民、および観光客が対象に加え、対人接触機会を削減を図りながら営業活動の持続・拡大が図れるネット販売を取入れます。また、にんにくに期待する機能・効果から「健康に不安を感じ始めた”中高年齢層”のお客様」が主要な顧客層となります。

【事業の流れ】



①種付	農業の経験で得た良品質の生にんにくを実現する栽培手法と耕作地を生かした生産、種付けを行う。黒にんにく生産で著名な北村清彦氏の指導の下、にんにくの植付から収穫、黒にんにく作りまで、ご教授頂いたノウハウを生かす。
②収穫	にんにく栽培は植付け、収穫時の限られた期間に多数の人手が必要となります。発酵工程を含めた黒にんにく生産全般を担当する新規採用者数名の方以外については地元のアルバイトの方々で対応する。また、年間を通しての業務があるため作業員数名の常時雇用が可能なり、にんにくの生育条件、黒にんにく生成条件などのノウハウ蓄積が可能となり、より良い品質で収穫量の増大も見込まれる。
③乾燥	新規事業のための環境整備として低温真空乾燥機、製品管理倉庫総工などの設備投資を必須とする。また、黒にんにくの二次加工商品(サプリ・エキス)を開発し、付加価値の取れる商品化をする。
④発酵	発酵機の設備投資をし、発酵以降の工程を当園内に取り込むことで、出荷までの一貫生産体制を構築します。これにより、自社独自のこだわり商品の開発、販売、を実現する。
⑤袋詰	黒にんにく1玉、もしくは小片単位での商品形態の袋詰め。
⑥出荷	当園にて生産した作物はJAへの販売後、卸売市場を通して店頭で販売される。また、JA以外への販売も行っている。
⑦ネット販売	インターネット利用にて個人への販売を増やして行く。これまでの生にんにくの単なる生産者から、黒にんにくの加工と市場への販売までを実現する。ECサイトを使つての「黒にんにく」の直接販売を行う。

【補助事業の選択のプロセス】

農水省の調査によると、日本のにんにく生産量(収穫量)は2019年が20,800トンでした。過去約20

年間で若干生産量は上昇しています。都道府県別では青森、北海道、香川が主要生産地で中でも青森の生産量が67%を占めています。三重県は約60トンとそれほど多くはありません。

一方、海外からの輸入にんにくは特に中国産の加工・冷凍にんにく(剥きにんにく、にんにくの芽等)の供給量が増加しています。しかし、健康志向の高まりや食品の安全に対する関心の高まりから、新鮮で安全な国産野菜を食べたいという消費者のニーズから国産にんにくと輸入にんにくとの2極分化が継続しています。

にんにく健康志向観点からの顧客ニーズは“滋養・強壮・疲労回復“でしたが、一昨年からのコロナ禍の影響により、“免疫賦活”、“抗菌・抗ウイルス作用”の機能が注目され、在宅勤務増加にともなう運動不足による“高血圧の改善”の機能も期待されています。

疲労回復や滋養・強壮といった効果があることから、高齢化の社会の進展に伴う、健康維持・増進、美容・アンチエイジング、エイジングケアへの目的で、中高年齢層の顧客層も益々増えています。健康志向の高まりから、健康・安全・安心のイメージを持つ自然派・オーガニック加工食品の需要は伸びている。“低温真空乾燥”により素材そのものの特性を生かした加工品であれば、より大きな競争力をもちうると考えます。

本補助事業では、高品質黒にんにくの生産から販売までの一貫生産と販路拡大、ECサイトを活用したネット販売への進出、独自製法による“サプリメント”、“エキス”等の新規二次加工品の商品化を行っていき、農産物などの生産物の元々持っている価値をさらに高めることにより農業を活性化させ地域の経済を豊かにするロールモデルの一例になることを目指します。

【事業再構築(本事業)の具体的内容】

本事業で開発する新たな製品	主要製品の説明
<p>黒ニンニク生産のイメージ図⇒ “黒にんにく”は収穫後1カ月間乾燥、さらに1ヶ月専用の発酵機で熟成させることで色が変わるだけでなく、栄養価も上がる</p>	<ul style="list-style-type: none"> ①自社独自の付加価値の高い製品 ②耐疲労効果 ③免疫力アップ ④老化対策・抗酸化作用 ⑤販路拡大 ⑥ネット販売への進出

本事業で開発する新たな製品は、当県が発祥の地と言われ健康食品としても有名な黒にんにくの生産方法を研究し独自の製法を編み出した北村清彦氏による直接の指導により、思い切った事業の業態転換として高品質黒にんにくの加工から販売までの一貫生産と販路拡大を行ないます。また、黒にんにくの二次加工商品(サプリ・エキス)を商品化できれば、他社競合は殆ど無いため付加価値の取れる強力な商品になり得ると考えています。

【設備投資の内容】

本補助事業は発酵工程以降を取り込むことで、出荷までの一貫生産体制を構築します。これにより、自社独自のこだわり商品の開発、販売、を実現する。また、黒にんにくの二次加工商品(サプリ・エキス)化に向け、低温真空乾燥機を設備導入します。低温真空乾燥機は、素材本来の良さを生かした固液分離が可能。この機械を用いて黒にんにくサプリメント、黒にんにくエキスを商品化できれば、付加価値の取れる、また他社競合は殆ど無いため強力な商品になり得ると考えます。

新規事業のための環境整備として低温真空乾燥機、製品管理倉庫総工などの設備投資をするのが主な補助対象事業となります。

必要な設備投資			
設備名	低温真空セパレータ設備	製品管理倉庫新設	ECサイト、ウェブ関連構築
写真等	<p>「FECの真空乾燥システム」により、真空乾燥システムは、高速水流が作り出す真空状態によって沸点を低下させ、低温での蒸発を可能にし、固体と液体を蒸発分離(固液分離)する装置です。</p>		

用途	低温真空乾燥機は、素材本来の良さを生かした固液分離が可能で、真空下で40℃前後の低温で抽出するため、酸化も無く、熱に弱い成分を自然に近い状態で抽出できます。溶剤、水蒸気などを一切使用しないので、100%原料由来の芳香物質抽出が可能であり、乾燥機として製品化されている技術の応用器であり、比較的安価で操作も簡単です。	加工工場から最も近い既存の倉庫空きスペースまで、車で一定の時間がかかり、輸送費と移動ロスが発生し、補助事業の採算がとれない為、製品管理倉庫の新設が必要です。また既存のハウスの構造と生産物の特性上、増築により新事業のためのスペースを確保する事は現実的に困難。このため、既存の事業所に隣接する場所に倉庫を新築することが最も経済的効率的です。	対人接触機会の削減を図りながら営業活動の持続・拡大が図れるネット販売の市場が大幅に伸びています。顧客との円滑な連携を最優先として考慮する必要があるため、ECサイトへ問い合わせ機能からのSNSの連携、操作性に特化した仕様、またはツールを構築し、今後も引き続き伸びることの予想される市場に適正な条件で参入する予定です。
----	---	--	---

【補助事業取組による既存事業とのシナジー効果】

補助事業取組により、新事業は年間を通しての業務があるため作業員数名の常時雇用が可能となります。これにより、にんにくの生育条件、黒にんにく生成条件などのノウハウ蓄積が可能となり、より良い品質で収穫量の増大も見込まれることから十分なシナジー効果が見込めると考えています。

具体的なシナジー効果

- ・ 良品の黒にんにくを安定的に市場に投入することで、伸長するにんにく加工食品市場に比例した売上増大が期待できる。
- ・ 新たな人的リソースの雇用、投入が可能。
- ・ 直接市場への販売を行うことで得られる消費者の生の声を元に、黒にんにくの一連の生産工程へのフィードバックを行うことで、さらなるリソース最適化、シナジー効果が見込まれます。

⑦本事業の全体の費用


本事業にかかる全体の投資内容とその総額は以下の通りである。

費用の内容	詳細	数量等	金額(税抜)	補助対象
建物費				
機械装置・システム構築費				
機械装置・システム構築費				
外注費				
広告宣伝・販売促進費				

⑧補助事業による「他者、既存事業との差別化」の実現について・・・ここまでの記載内容の取りまとめ

本事業計画書における、ここまでの記載内容を総括し、本事業がどのような他者、既存事業との差別化をもたらすかについて考察した。

補助事業による「他者、既存事業との差別化」の実現について

競合他社との差別化ポイント	<p>三重県でにんにくを自社で栽培を行い黒にんにく製造も行っているのは北村氏経営の「(株)きたむら」と製油会社が主体の「辻製油」の機能性食品研究の2社のみ。当園は、植付けの段階から手掛けており他社との差別化ポイントである。</p> <p>主に黒ニンニクの主な効能は【・アリシン:疲労回復や滋養強壮・カロテン:皮膚や粘膜の健康をサポート・リン:健康な歯や骨を作る働き・葉酸:貧血予防・胎児の発育をサポートする・ビタミンB6:タンパク質をエネルギーに変換する】とされ、含有量が多い程、品質としては上位に位置づけられる。低温真空乾燥機では40℃の熱で成分を固定分離し抽出可能なため、ドライエキスとして抽出できる上記の成分において、従前のサプリ精製時より1固あたり抽出できる量が約2.5倍となる実証実験が証明されている。</p> <p>そのため、総じて他社商品と比較し原価率の引き下げにより同ロットでもより安価な価格設定且つ高品質な商品の提供が可能となる。</p>	 <p>私たちが洗濯や食器などを洗う時には、冷たい水よりぬるま湯で洗った方が汚れが落ちやすいことを実感していただいています。</p> <p>これは20℃の水で洗うよりは、60℃のお湯で洗った方が、水の表面張力が低い（エネルギーが低い）ため、汚れが落ちやすくなります。</p> <p>下の写真では、左側の水の表面が盛り上がり、右側の水の表面は盛り上がりません。この表面張力の差が、汚れが落ちやすくなる原因です。右側の表面張力が低い状態になります。</p> <p>植物の生体水の中でもハマナスの表面張力は特に低く20℃で43～48 dyne/cmでした。これは100℃の水よりエネルギーが低いということになります。</p> <p>植物生体水の表面張力</p> <ul style="list-style-type: none"> *ハマナス生体水 43～45[dyne/cm] *オクラ生体水 46～49[dyne/cm] *モクレン生体水 49～50[dyne/cm] *春ワカメ生体水 53～54[dyne/cm] *100℃の水 58.85[dyne/cm] <p>下記の写真はハマナスの生体水で、表面張力は20℃で44.6 dyne/cm</p>
既存事業との差別化ポイントまたは期待できるシナジー効果	<p>既存事業では繁忙期と閑散期の差が大きく作業員を常時雇用することの難しさがありましたが、新事業実施により年間を通しての業務があるため作業員数名の常時雇用が可能となります。これにより、にんにくの生育条件、黒にんにく生成条件などのノウハウ蓄積ができ、より良い品質で収穫量の増大も見込まれることから十分なシナジー効果が見込める。安定的な確保が軌道に乗れば販路拡大も実現可能。</p>	

■ 補助事業実施により期待できる効果→リソースの最適化、相乗効果等

補助事業による成果		【成 果】
1	リソースの最適化	【生産設備の導入と人材の最適配置】真空真空乾燥機や製品管理倉庫の導入により、生産効率の向上が見込めます。この向上効果を活かし、従来製造工程に従事していた従業員を補助事業の取り組みや拡大（生産工法の確立や拡販活動）に従事させることで、事業規模拡大に向けたリソース最適化を図ることができます。 【新規雇用】年間を通して業務が発生する見込みであるため作業員数名を常時雇用します
2	強みの活用とシナジー効果	【強みの活用】設備導入による生産性拡大とBtoC市場への進出を行うことで、これまで培った「北村氏からの黒ニンニク製法」や「大手エディオンとの拡販取り組み」をはじめとした社外ネットワークの強みをフルに活かすことができます。 【シナジー効果】強みの拡大により、コロナ禍で伸長するにんにく加工食品市場に比例した売上増大を期待できます。これにより新たな人的リソースの雇用、投入を行うことができます。また、BtoC販売を行うことで得られる消費者の生の声を元に、黒にんにくの一連の生産工程へのフィードバックを行うことで、さらなるリソース最適化、シナジー効果が見込めます。
3	デジタル化による差別化	【差別化要素】農業従事者によるインターネットを活用したBtoC販売はまだまだ割合として少ないのが現状です。補助事業を展開するに当たり、外部のIT専門企業とも連携し、強みとなる新商材案内と技術力のアピールのためのホームページを構築します。自社でランディングページを開設し、非対面型の販路を整備、情報の更新が簡便となるとともにPR活動と連動するように、ホームページは SNS と連動した構成とします。
4	地域のイノベーション	【地域への貢献】障害者、就労困難者への就業、自立支援・雇用促進を行うことにより地域経済の活性化を図ります。来期以降、社員10名ほどの採用見込んでおり、事務、営業社員の募集も随時行う予定の為、伊勢市内で新たな雇用創出、地域活性化の発展に寄与。経済の活性化により、地域への人材流入が継続化することで、地域のイノベーションにも貢献します。

⑨補助事業の実施体制

補助事業の社内の体制は以下の様に構築する

補助事業実施のための社内の体制

社内体制	氏名	部署/役職	役割・内容
プロジェクト責任者			
機器装置運搬・管理			
人材育成			
生産補助			
ネット販売及び管理			

本件は業務体制の整備には十分配慮しており、提携企業と円滑な連携をとるため、部門毎に適切な業務分担を振り分け、窓口となる責任者を配置します。専門分野に関しては実績のある企業に外注し、社内で専任メンバーを選出、ホームページ設置後の運営も担当させる予定です。掲載する内容についても、顧客に有益な情報となるよう検討を行い、生産性向上を目指します。

また、既に新規事業の構築に必要な技術を要した企業のコンタクト、人脈、及び協業の内定があります。地域商工会との良好な関係を築いており、必要に応じて事業実施に必要な他企業の紹介も見込めます。求人や労務面のカバーも事前に考慮しており、IT分野のコンテンツ開発と事業拡大による労働面での人的確保においても懸念はありません。

経営課題であった「限定的な労働力」に対しては、高性能の設備導入により必要となる追加的的人的リソースを最小化することで対応します。また、既存スタッフの育成とともに、新規採用を行うことで、持続的な経営・成長を可能にするとともに、地域の人的資源を最大限に活かします。

社外の連携体制は次のように構築します。

社外連携		事務作業	関する(理)を
			ンディ
			をWEB
			パート企

⑩補助事業実施期間中の具体的なスケジュール

補助事業実施内容とスケジュールは以下の通り、補助事業期間内に補助事業が完了し、事業化に向けスケジュールと体制を構築。

		設備投資関連	業務・総務		マーケティングその他	
補助事業実施期間	2023年1月					
	2023年2月	設計				
	2023年3月	▽	建屋・設備発注	人員募集		Web 制作
	2023年4月	設計完了	▽	▽	▽	
	2023年5月		▽	▽	▽	黒にんにく生産開始
	2023年6月		▽	▽	▽	▽
	2023年7月		設備導入	▽	研修開始	▽
	2023年8月		▽	採用完了	▽	▽
	2023年9月		▽		▽	制作完了
	2023年10月		設置完了		研修完了	
	2023年11月					▽

⑪補助事業の資金計画

以下の通り、補助金受給前は金融機関からの資金調達が必要だが、メインバンクの百五銀行新道支店からは、融資について積極的な支援を検討する旨、回答を得ており、資金計画に問題はありません。

	補助事業費用の内訳	摘要
①事業全体の費用		
②補助対象費用		
③補助金		
自己資金		
資金調達		
③補助金		
合計		

⑫ マーケティング戦略

【マーケティング戦略】

補助事業を進めていくにあたり、以下の様にマーケティング戦略を行い既存事業及び競合他社との差別化を図っていく。

	当社の既存事業	当社の補助事業	競合他社(株式会社むら(黒にんにく)、DHC(黒にんにくサプリ))
ターゲット層 (誰に)	・東急ストア ・イオン ・ぎゅうとら	・健康に不安を感じ始めた”中高年齢層”のお客様が主要な顧客層	・伊勢市内 ・ネット活用する中高年齢顧客層
提供する商品 (何を)	・レタス ・薔薇	・黒にんにく ・黒にんにくを使用したサプリメント	・黒にんにく(単品・ほぐし) ・黒にんにくサプリメント(DHC 熟成黒ニンニク)
提供方法等 (どのように)	・JAへ販売後、卸売市場を通して店頭販売	・店舗販売 ・ネット販売	・市内販売所 ・大手ECサイト ・地域特産品限定ECサイト

ネットによる通販の方法については楽天市場への出店と、自社ECサイト設置を想定しています。理由としては、**楽天市場商品は揭示表記が右図のようにフリーフォーマットで見やすくアレンジ可能で、成分表記等、価格が視認しやすい表示におこなうことが可能。成分表記と低価格の表示、アピールの視認性に優れ、他社製品との優位性の対比が一目ででき、非常に注目を浴びやすいと推測する。**また、競合の価格調査を行ったところ**ニンニクサプリの平均相場価格は1ロット2,000~3,000円であるが本事業では1000円前後と格安、且つ高品質な商品提供で差別化を行います。**



2: 将来の展望(事業化に向けて想定している市場及び期待される効果)

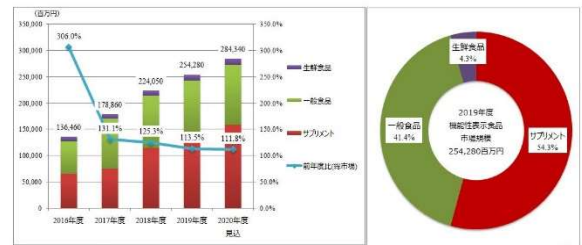
(1) 補助事業の成果が寄与する具体的なユーザー・マーケット

① 事業の成果がターゲットとする市場規模

NPO 法人黒にんにく国際会議での報告によると、日本における黒にんにくの市場規模は、2016 年で 2,000t: 140 億円を超える大きな市場になっています。矢野経済研究所の調査によると、健康食品の需要比率はサプリメントが最も多い比重を占めており、黒にんにくのチャンネル別販売構成比では「通信販売」が 80%近くと非常に大きな販売チャンネル比率を占めています。

健康食品・自然食品通信販売の利用は、東日本大震災以降、健康や食品に対する消費者の意識の高まりもあって増加が著しい。

以下では、健康食品・自然食品通信販売についての消費者の利用状況や利用意向を、アンケート調査結果を元に現在の利用状況を見ると、「よく利用している」と「たまに利用している」を合わせた「利用率」は、全体で 32%、男性 22%、女性 43%であり、女性の方が、利用率が高い(表 1、図 1)。年代・性別に見ると、男女共に年代が高いほど利用率は高く、「よく利用している」の比率においても、同様の傾向が見られる。利用率が最も高いのは、60 代女性(56%)であり、次いで 50 代女性(48%)、40 代女性(46%)、30 代女性(37%)などの順に高くなっている。



	全体	20代 男性	20代 女性	30代 男性	30代 女性	40代 男性	40代 女性	50代 男性	50代 女性	60代 男性	60代 女性	男性 計	女性 計
全体	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
よく利用している	11%	5%	9%	5%	10%	5%	11%	7%	18%	9%	25%	6%	15%
たまに利用している	22%	10%	19%	13%	27%	17%	36%	20%	30%	18%	31%	16%	28%
利用経験があるが、現在利用していない	20%	13%	22%	24%	26%	22%	19%	18%	22%	18%	15%	19%	21%
利用したことがない	48%	72%	49%	59%	37%	55%	35%	55%	31%	55%	29%	59%	30%
利用率 (よく利用している + たまに利用している)	32%	15%	28%	17%	37%	23%	46%	27%	48%	27%	56%	22%	43%

【出展】J-Net21

調査期間:2022年6月2日~6月29日 調査対象:国内在住の20~60代男女(有効回答数:1,084人)

② 市場ニーズの有無の検証

にんにく市場について

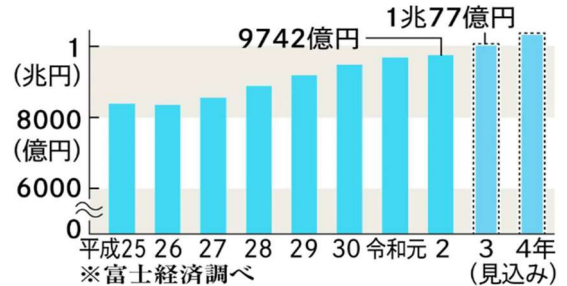
にんにくの健康志向食品市場について調査を行った「健康関連食品の現状と将来展望 2015-2017」によ

ると、にんにく健康志向食品市場規模は、2015年の240億円から2017年の270億円まで毎年およそ105%の順調な伸びになっており、単独商品としても大きな市場です。2015年時点で滋養・強壮・疲労回復を目的としていた商品が72%と大きなシェアを占めており他の目的に大きな差をつけました。

にんにくに関する市場規模は2017年当時でも270億円を超えていること、また前述のようにコロナ禍での、「免疫賦活」、「抗菌・抗ウイルス作用」、運動不足を起因とする「高血圧の改善」と従来とは別の観点で摂取する消費者が増加していることから、今後にんにくの健康志向食品としての市場規模は300億円程度まで拡大していくと予想されています。

サプリメント市場について

日本のサプリメント市場は約1兆円の市場規模であり、年2%ほどの成長を続けています。健康維持には、「食事・栄養・運動」の3要素が必要とされますが、コロナ禍で外出機会が減ってからは、食事・栄養の2点の重要度が増えています。生ニンニクを利用した食事としての黒ニンニク、栄養摂取からのサプリメント開発は、時流に沿っており、市場ニーズは高いものと考えています。



出所：富士経済「H・B フーズマーケティング便覧 2021 No.2 健康志向食品編」

③ 本補助事業の成果が寄与する具体的なユーザーの動向

三重県内や伊勢市には、黒にんにくを用いたサプリメントを自社製品として製造している企業がないため、市場優位性が高いと言えます。

家電量販大手(エディオン)が某スポンサー企業とのコラボにより、「家庭用黒にんにく製造機」を拡販するため、製造機と生にんにくをセットにしての販売を予定しています。そのため、エディオン様より当農園に、生ニンニクの供給のご依頼がきています。

■ 第1段階

(1) 当農園における(北村流)黒にんにくの一貫生産・加工・製品販売 (2) 販路拡大(現在納入予定先のヴィソンや道の駅、地元スーパーから大手への参入)

■ 第2段階

(1) ECサイトを利用したネット販売への進出、全国規模での商品展開ルートを開拓

(2) 周辺企業と協力して黒にんにくの二次加工品の開発、独自製法による黒にんにくを原料とした「黒にんにくサプリメント」「黒にんにくエキス」など、より健康に特化した商品を開発し、販売を行います。

④ 補助事業の成果がどのような優位性につながるかについて

事業の成果を発揮し業化を進めていくにあたり競合他社とどの様に差別化を図るのか以下に記載する。

差別化ポイント	当社の補助事業	競合他社(一般的な業者)の動向	競合他社(大手)の動向
品質面	◎ 食物本来の成分、メリットを余すことなく抽出できる技術でエッセンスの抽出、製品の加工という工程で優れている	○ 効果、効能に特化した商品も数多く増えている	○ 効果、効能に特化した商品も数多く増えている
価格・コスト面	◎ 北村氏の生産法・ノウハウを活用、効率的な生産によるコストカットで低価格化を実現 ■黒ニンニク:400~500円/個 ■サプリ、エキス:1000円前後(通販サイト基準)	○ 価格競争に優位な商品商品も数多く増えている ■サプリ、エキス:2000円前後(通販サイト基準)	△ 品質の向上と原材料の高騰により価格面は比較的高価である ■サプリ、エキス:3000円前後(通販サイト基準)
納期面	◎ 自社での作業内製化、一貫生産により従来半分の期間へ納期短縮	△ 自社内製化により一貫生産が可能な企業は少なく、総じて納期は遅い	○ 自社一貫生産により期間へ納期は比較的早い
革新性・新規性面	◎ 本計画の生産方式と雇用創出に関しての親和性が高く、地域の雇用促進に寄与	× 飽和状態であり 類似商品の差別化に乏しい	△ 飽和状態であり 類似商品の差別化に乏しいが一部で新しいアイディア商品が見受けられる

補助事業により、第一段階にて当園の強みである良品質の自社栽培のにんにくを使って、北村氏直伝の製法をベースにした黒にんにくの一貫生産と販売、そしてネット販売を実現します。

成長ステージとなる次の第二段階にて、より高付加価値な商品(サプリメント等)の生産・販売を実現します。

⑤ 本事業の成果に係る課題・リスクおよびその解決方法、対策について

補助事業を進めるあたり、その課題とリスクとその解決方法を以下の通り明確にした。

<p style="text-align: center;">補助事業の課題</p>	<p>課題①:生産性の低さによる機会損失の発生 現在は受注に生産が追い付いておらず、納入まで約3~4カ月を要しており、機会損失が発生しています。具体的には、にんにく生産には以下の工程で進みますが、労働力不足、技術者の採用及び育成が途上であるため生産性の低さに繋がっています。 ・にんにく栽培は植付け、収穫時の限られた期間に多数の人手が必要 ・人手不足やノウハウ不足もあり、発酵工程以降の工程を(株)きたむらに生産委託しており、改善のボトルネックになっている</p> <p>課題②:黒にんにく生産と販売に向けた知識・ノウハウ不足 補助事業を行うにあたり、生産工程や装置の使い方、生産商品の販売チャネル確立が必要ですが、現状では当該知識・ノウハウが不足している状況です。販路開拓を行うためにもまずはまとまった生産数量を安定的に確保できるようになる必要があり、生産数量を武器にしたネット販売や大手販売店への販売可能性が開けてきます。</p>
<p style="text-align: center;">課題解決方法</p>	<p>解決方法① :生産工程の見直しと雇用促進による生産効率の向上施策 現在外部委託している生産工程を自社に取り込み、一貫生産・出荷体制を実現することで生産性を向上します。そのために、発酵工程以降の生産を任せられる従業員を新規採用すると共に、農作業効率化のための設備導入を行い、生産性の向上を図る予定です。新規雇用は、基本的に高齢者・障害者の方を含めたアルバイトの方々での対応予定です。働きやすく離職率の低い職場とするため、母子手当、育休、に代表される福利厚生を充実させる予定です。</p> <p>解決方法②:黒にんにく生産の確立と販路拡大施策 解決方法①に記載した生産体制の見直しを行うために、補助事業活用による倉庫の改修と、設備導入を行います。これにより安定した品質を十分に生産できる体制を整えます。また、低温真空セパレーター技術を活用してサプリメント開発を行い、商品ラインナップを増やすことで会社の魅力度を高め、販路拡大を行います。ネット販売のノウハウを外部企業の協力も得ながら確立することはもちろんですが、エディオンをはじめとした大手含む販売店との繋がりを活かせる点が強みであり、課題解決の実現を図っていきます。</p>

3:本事業で取得する主な資産

建物の事業用途又は機械装置等の名称・型番	建物又は製品等分類	取得予定価格	建設又は設置等を行う事業実施場所
真	製	電	給

4:収益計画

(1) 本事業の実施体制

本件は業務体制の整備には十分配慮しており、提携企業と円滑な連携をとるため、部門毎に適切な業務分担を振り分け、窓口となる責任者を配置します。専門分野に関しては実績のある企業に外注し、社内で専任メンバーを選出、ホームページ設置後の運営も担当させる予定です。

① 社内事業体制(技術的能力・事務処理能力などの現状)

以下に、従事者の役割とそれぞれの担当分野における経験年数を示す。

事業化を進める際の社外連携体制



・事
・開
・経
を有

②
◆林
◆林
◆林
◆林
◆林
上は
を有している。

外体制

(2) 本事業のスケジュール

補助事業を活用して実施する事業の具体的な遂行方法は次の通りとする。

	テーマ	取組内容
1年後	販路拡大 売上目標	ECサイトへの出品とSNSの活用で売上増 10千万円増達成
2年後	収穫量増加	耕作面積拡大を2,400坪から、3,000坪へ拡大
3年後	事業拡大 売上目標	真空乾燥機によるサプリメント開発。発酵機増設 18千万円増達成
4年後	収穫量増加 新商品販売	耕作面積拡大を3,000坪から、4,800坪へ拡大 サプリメント販売開始
5年後	事業拡大 売上目標	発酵機増設 24千万円増達成

【プロモーション戦略について】

以下の広告媒体等の活用により顧客への認知度向上を促進していく。

【プロモーション戦略】

マーケティング・ミックスを以下の様に行い、ターゲット層への認知度向上を図っていく。

【認知方法】	使用媒体	プロモーション手法	プロモーションの目的・目標
広告	・チラシ作成、DM ・ホームページ	・自社サービスの認知度向上 ・発信力の強化	・新規顧客獲得
ダイレクトマーケティング	・オンライン対応	・物理的接触を減じる	・ウィズコロナの時代の要求に対応
SNS等	・SNS	・ECサイトからの問い合わせ機能からの連携、操作性向上	・機械ロス防止

(3) 本事業の収益性

① 本事業による会社全体の収益性の向上

本事業による、会社全体の収益性の向上については、1年後には、売上が228,000,000千円、営業利益が

と十分

会社	
① 売上	5
② 営業	5
③ 経常	1
④ 人件	5
⑤ 減価	5
付加価値	5
伸び率	5
従業員数	5
従業員数	5
伸び率	2
当収益	
補助事業	9
上記①	1

本事業の付加価値額は、5年後に55.1%向上するため付加価値額の年率平均5.0%以上の向上の要件を満たす。

② 生産性の向上について

「限定的な労働力」に課題があった点、環境整備として低温真空乾燥機、製品管理倉庫総工などの設備投資機器に対して設備投資を実施する予定です。これにより、追加的な人的リソースを最小化しつつ、生産性の向上を図ります。生産性が向上することを鑑み、給与支給総額は毎年10%以上増加させ、利益を社員の所得に還元する予定です。

一方で、営業部門の強化を視野に入れており、新卒採用を含め年間2人以上の新規雇用を計画しています。年間2名、平均年収4百万円を想定です。

③ 補助事業単体の収益性について

補助事業単体で見た場合、売上は5年後に238,009,159千円となり、営業利益が99,963,847千円となる。補助事業には十分な収益性が見込めます。

「補助事業の収益計画:B」

(円/単位)

補助事業の収益計画	(基準年度) 2023年12月	1年後 2024年12月	2年後 2025年12月	3年後 2026年12月	4年後 2027年12月	5年後 2028年12月
売上高(販売単価×販売個数)	10					
売上原価	4					
売上原価率						
売上総利益	5					
販売費及び一般管理費						
補助事業の営業利益①	5					
補助事業の経常利益						
人件費(法定福利費含)②						
減価償却費③						
補助事業の付加価値額①+②+③						

(補助事業の従業員数)

上記の計画数値の根拠等

売上高・・・営業日数、収益単価、日販数の見込みに基づき算出しています(詳細は下図)。

- 2022年 耕作面積 2,400 坪
 - にんにく生産個数 16万個/2,400 坪
 - 黒にんにく個数 9.6 万個(保守的に歩留まり 60%(16 万個×60%=9.6 万個)と仮定。通常は歩留まり 9 割以上)
 - 売上 420 円/個×9.6 万個=4,032 万円
- 生産に慣れてくれば歩留りの改善が想定され、年間7,000 万円以上の売上増加が可能です。
黒にんにくの原価率は 42%程度なので、利益確保は十分可能と考えています。

【新規事業で付加される売上見込みの内訳】

	ネット販売 【黒ニンニク】	ネット販売 【サプリ・エキス】	定期販売	店舗販売	合計
集計済みの 実値から想定した 単価	¥420/1個	¥500、1,000/1パック	¥250、000/販売1個	¥420/1個	
想定顧客					
新規事業による コンテンツ					
具体的に講じる 販路拡大の施策 (プロモーション 方法)					
実施後の事業として の 月間売上見込み					
計画実施終了年度					3
実施後1年目					3
実施後3年目					3
実施後5年目					3
実施後4年目					3
実施後5年目					9

販売数を確保するために、従来 BtoB のみであった販路を BtoC にもネットを活用することで広げる予定です。具体的には、EC サイトへの出品、SNS活用により認知を拡大し、販売チャネル開拓と販売促進を同時に実施いたします。

売上原価……42.0%を見込む

減価償却費…設備導入は 2023 年 3 月を見込んでおり、低温真空セパレーター設備、他機器を、定率法（10：年食品製造業用設備）で償却していく。

販売費及び一般管理費……既述の通り、生産性の向上による売上・利益の増加が見込めることから、給与支給総額を毎年 10%以上増加させる見込です。新規雇用も予定しており、本補助事業による業容拡大のための新規店舗開設、製造人員及び販売員の雇用増により人件費及び給与支給額の増加を見込む、また車両整備部門の強化も視野に入れており新卒採用を含め年間 3 人以上の新規雇用を計画しています。販売費は、売上高欄に記載した通りネット販売チャネル構築のための Web 制作や広告費用を見込んでいます。

④ 補助事業としての費用対効果について

事業の実現性については、補助事業により構築する生産工程が、市場での新規性が高く、価格的にも競争力を有すること、高度な専門性のある開発工程を踏まなくてはいけないという競合他社が追随できない新規性あるビジネスモデルであること、かつ価格的にも訴求力があること等から十分に実現可能な事業であると判断している。また、以下のとおり、補助事業単体でみた際の投資の回収可能性も、初年度で回収出来、全く問題のない設備投資と考えます。

これらの計画数値は当事業計画に記載している通り補助事業の品質面、価格面の競争力と既存事業の人材や設備等の経営資源を活かせる取り組みでもあることから、収益性は高く事業の実現性は高いと言えます。

(円/単位)

補助事業の投資回収期間	補助(新規)事業					
	基準年度	1年後	2年後	3年後	4年後	5年後
①付加						5
②減価						5
簡便的						0
■簡便						7
④						3

基準年度で回収

⑤-(1)の累計額がマイナスとなれば回収

最後に(新事業に対する決意)

農家の長男として生まれ、農業以外経験無く、あがき続けた二十代。三十代遅ればせながら、農業の素晴らしさに気づき生き方を変える。ふと気づけば、世界的に有名な方々とのご縁も賜り、地球人類の未来を語り合う日々。あらためて、農業の持つ力を実感する毎日。人は時に、外に答えを求めがち。生まれた環境の内に答えを求める事こそが、人生の意味を知る最短コースだと、五十代にして今思う。

2011 年、共感を覚え貸地した協生農法は、今やアフリカの砂漠化を唯一食い止め、緑化させている。自然から学ぶ事はたくさんある。農業はその最先端のフィールド。植物の持つ、今まで見た事も無い力を発見発信する事が私達の使命。地球人類の未来のため、必ずこの事業成功させます。