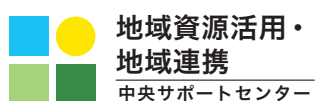


# 「地域資源を活用した付加価値創出」を 専門家がサポート！

地域資源活用・地域連携中央サポートセンター

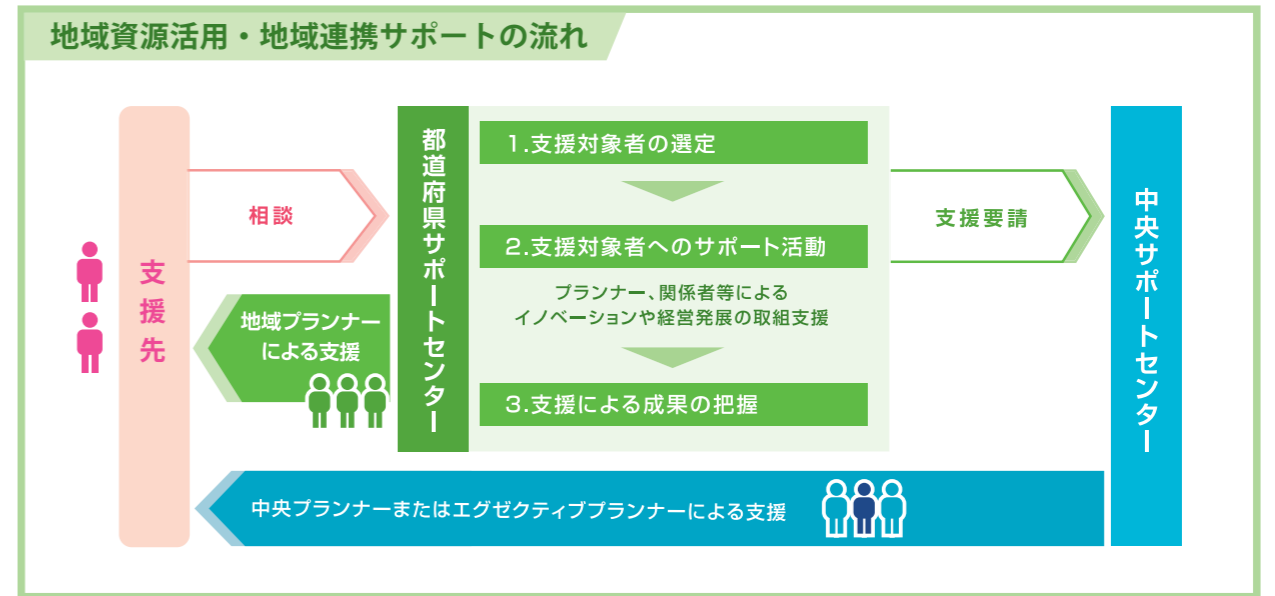
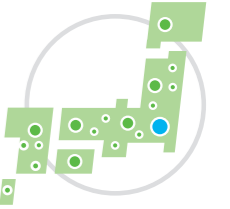


<https://nou-innovation.com/>



## 農山漁村の持つ多様な資源を活用した 付加価値の創出をサポート

地域資源活用・地域連携とは、農山漁村が持つ農林水産物や農林水産業に関わる多様な地域資源を活用し、新事業や付加価値を創出することによって、農山漁村における所得と雇用機会の確保を図る取組のことです。



都道府県  
サポートセンター  
中央  
サポートセンター

の違いとは？

都道府県サポートセンターは都道府県に設置された地域資源活用・地域連携をサポートする相談窓口であり、関係機関等と連携し、地域に密着した伴走型のサポートを行っています。一方、中央サポートセンターでは都道府県サポートセンターに寄せられた相談のうち、特に重点的な支援が必要な場合や、より高い専門性が必要な場合に、その課題に対応可能な専門家を派遣し、事業者の取組を支援します。

## 地域資源をフル活用 農山漁村の付加価値創出へ

農山漁村のあらゆる地域資源を、多様な事業者と連携しながら活用し新分野における事業を創出することで地域の所得向上や雇用拡大が図られます。地域資源活用・地域連携中央サポートセンターは全国にて多様な地域資源や多様な主体の参画や連携を進める事業者（事業体）のもとに高度な知識と経験をもつ専門家を派遣し、新たな付加価値を創出する支援を行います。

プランナーとは？

プランナーとは地域資源活用・地域連携に取り組む事業者の皆様の相談に応じ、取組の発展や付加価値の創出に向けて具体的なアドバイスや伴走支援を行うため、地域資源活用・地域連携サポートセンターに登録されている専門家のことです。

こんな分野のプランナーがいます

マーケティング戦略	情報発信・広報	輸出
関係人口創出	鳥獣害対策	人材育成
サステナブル・SDGs	ウェルビーイング	観光・サービス
商品開発	食品衛生	デザイン
キャンプ・アウトドア	体験・交流	SNS・ウェブ活用

# 未来に向けたビジョンの構築と実現へ — エグゼクティブプランナーの創設



実績を持つ「エグゼクティブプランナー」が、様々な支援関係者と連携して、総合的に支援を行う制度です



中央サポートセンターでは、バリューチェーン、地域活性化、地域・他産業連携など豊富な知識、多くの支援実績、広い人的ネットワーク及び多角的なアイデアを有する専門家を「エグゼクティブプランナー」として登録・配置し、農山漁村発イノベーションによる付加価値創出を図るべく未来に向けたビジョン構築と戦略の実行支援を行います。

エグゼクティブプランナーは様々な支援関係者や地域の機関と連携し支援体制を構築するなど、事業体への支援をひとつのプロジェクトとして総合的にマネジメントします。

この制度では農山漁村にある地域資源をフルに活用し、経済効果や付加価値を生み出し、所得の向上や新たな就労機会の創出を目指すため、中央サポートセンターと都道府県サポートセンターや関係機関がより強固な連携体制を構築し、尽力します。

## エグゼクティブプランナーとは？

バリューチェーン、地域活性化、地域・他産業連携など豊富な知識、多くの支援実績、広い人的ネットワーク及び多角的なアイデアを有する専門家を「エグゼクティブプランナー」として登録。農山漁村発イノベーションによる付加価値創出を図るべく未来に向けたビジョン構築と戦略の実行支援にむけたマネジメントを行います。

### こんな分野のプロフェッショナルです

地域資源の活用・地域や多産業の連携の取組及び事業者に対する俯瞰的且つ高度な指導能力と専門知識がある

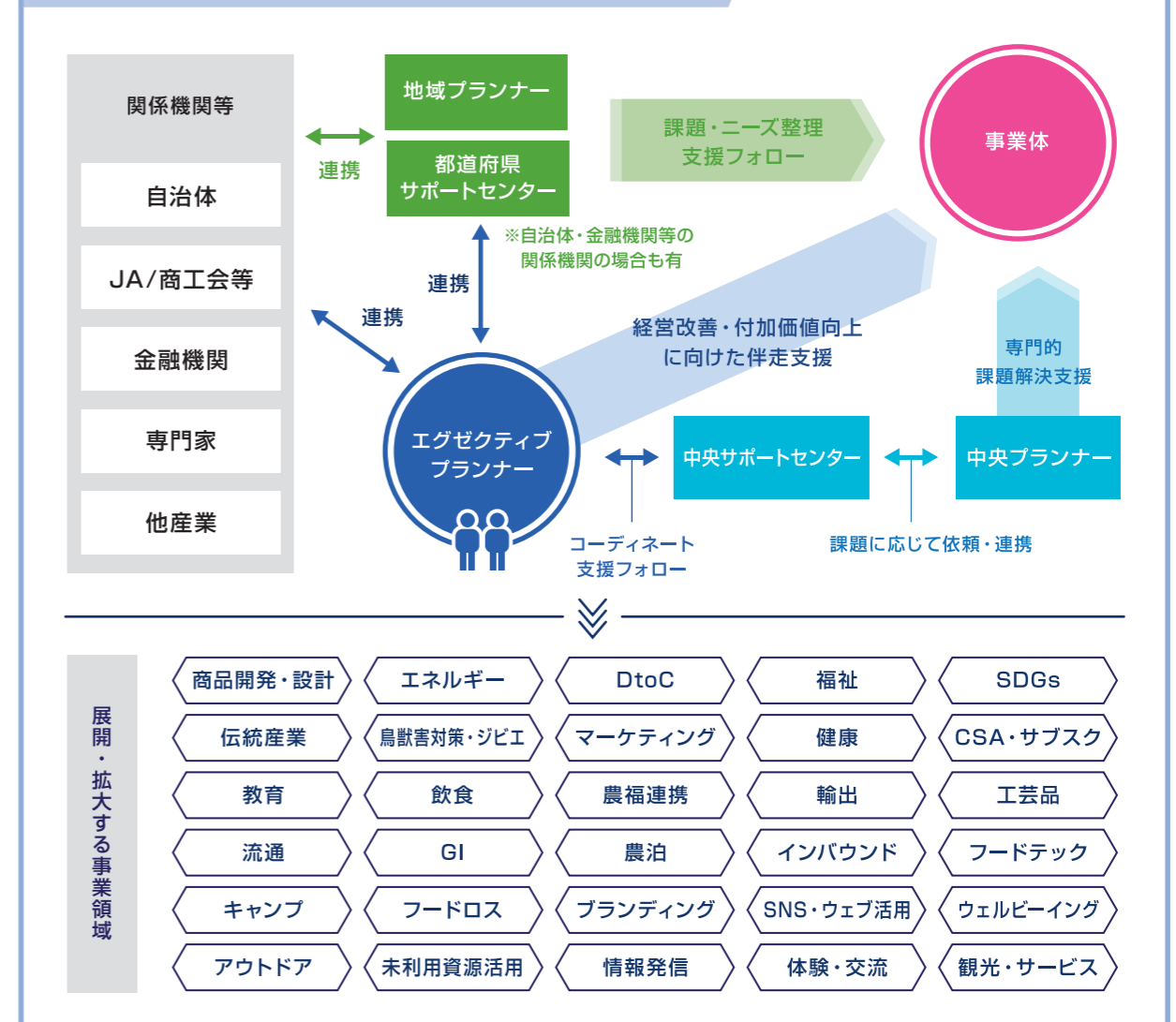
バリューチェーン、地域活性化、地域連携・他産業連携及び戦略立案能力、デザイン思考といった知識を基盤に実践的経験をもつ

優れたネットワーク及び情報収集力、政策・施策の動向分析力、企画・調整力をもっている

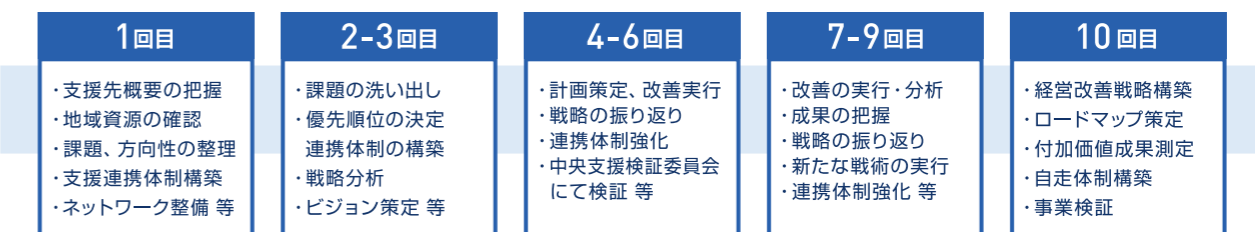
## エグゼクティブプランナー派遣概要

エグゼクティブプランナー（EXPL）は都道府県サポートセンターの支援対象や関係機関からの相談案件の中から、経営改善や事業の発展に向け特に重点的に支援する必要がある案件（重点支援案件）に対し、高度な指導能力と豊富な知識に基づき、関係機関等と連携しながら、多角的なアイデアと様々な人的ネットワークを活用し、事業体の経営全体の付加価値向上にむけた戦略構築を行います。そして中央プランナー等とともに、地域波及効果や事業発展をもたらすための実行を支援します。さらには、支援を通じ事業者自らの自発的行動を促進するための人材育成を行い、支援後の自立・自走を実現して参ります。

### エグゼクティブプランナーによるサポートの流れ



## エグゼクティブプランナー支援イメージ（例）



## 沖縄の地域資源「海ぶどう」を世界の食材へ

株式会社日本バイオテック  
代表取締役 山城 由希さん

## 海ぶどうに可能性を見出し養殖業で創業

沖縄本島最南端の糸満市にある「海ぶどう農園 海ん道」。海ぶどうの養殖・販売に始まり、「海ぶどうソフト」などのオリジナル商品の販売や飲食店の運営、海ぶどう摘み取り体験、さらにはキャンプ場の運営まで幅広い事業を展開し、多くの観光客を惹きつけています。海ん道を経営するのは、現在代表を務める山城由希さんのお父様が立ち上げた「株式会社日本バイオテック」。18槽の海ぶどう養殖で創業しましたが、山城さんが「まだあまり知られていない、でも魅力的なこの食材を世の中に広めたい」と2002年に事業に参画。以降、「海ぶどうを世界の食材へ」という想いで事業を拡大させていきました。

## 市場開拓と生産量拡大で経営基盤を強固に

山城さんが参画した当初は赤字経営で、経営基盤の構築が当面の課題でした。当時東京に住んでいた山城さんは、首都圏の飲食店などへ体当たりで営業をかけて販路を拡大させていきました。持ち前の挑戦心で順調に市場は開拓できたものの、次は、生産が追いつかないという課題に直面します。台風で養殖場が損壊したり海ぶどうが海水に溶けたりと、農産物ならではの困難もありました。たびたび沖縄を訪れ、県内の生産者を回り仕入れを強化してはいたものの、需要に応えるには自社の生産能力拡大が急務でした。しかし、その実現には、生産現場で働く従業員のモチベーション向上が不可欠です。

「現場の近くで経営しなければ、従業員はついてきてくれない」と考えた山城さんは、2009年に沖縄への移住を決断。自ら生産に携わる中で従業員と信頼関係を築きながら、養殖槽を増設して生産量を拡大し、事業の安定化と拡大を図っていきました。

## BtoCへのシフトで海ぶどうの価値を再認識

生産拡大と同時に山城さんが注力したのが商品開発です。県の工業技術センターに相談しながら自ら試行錯誤を繰り返して、海ぶどうの粉末やエキスといったオリジナル商品を生み出しました。また、個人向けに単価の高い小分け商品を作り、ロゴやパッケージデザインでブランド化して価値を高めていきました。

さらに成長を加速させるため、2019年には6次産業化の認定を取得します。その補助金を活用して、台風でも損壊しない頑強な生産施設を整備し養殖槽を100槽にまで増設。安定生産が可能になり、生産高も大幅に向上しました。

ところがその後、新型コロナウイルスの流行で観光収入や飲食店向けの売上が激減します。生産を止められない中で事業をどう継続させるか。考えて出した答えがBtoCへのシフトです。「私が海ぶどうを通じてどんな価値を届けたいのかを一般のお客様に向けて言語化し、オンラインショップやクラウドファンディングなどで発信しました」。

これが沖縄ファンの心を掴みます。売上高がさらに拡大しただけでなく、お客様からの応援メッセージも届くようになりました。「多くの人の愛情を受けて喜んでもらえていることを実感し、海ぶどうの価値を再認識しました。そして、これからはもっと自分たちから価値を発信していこうと決めました」。キャンプ場や海ぶどう摘み取り体験など観光客に向けたコンテンツを充実させ、2023年には観光事業部を新設して人材を採用。これまで生産を担う食材事業部が兼務してきたお客様への「おもてなし」を強化しました。

## 多くの仲間とともに沖縄の価値を広めていく

生産、出荷、接客、管理と各部門に人材を配置し、海ん道の運営体制はより強固になりました。しかしさらなる事業成長を遂げるには、これまでのようなトップ主導型ではなく、従業員が自ら考えて力を発揮し、一つの目標に向かってともに価値を作る組織へと成長する必要があります。山城さんは、エグゼクティブプランナーである庄司さんの力を借り、2023年から2年かけてチームビルディングに取り組みました。目指すのは、共通のビジョンのもとで動く「キャンプファイヤー型組織」です。そこで庄司さんは、従業員全員が「どんな海ん道にしたいか」を考え意見を出し合うプロセスを重視しました。

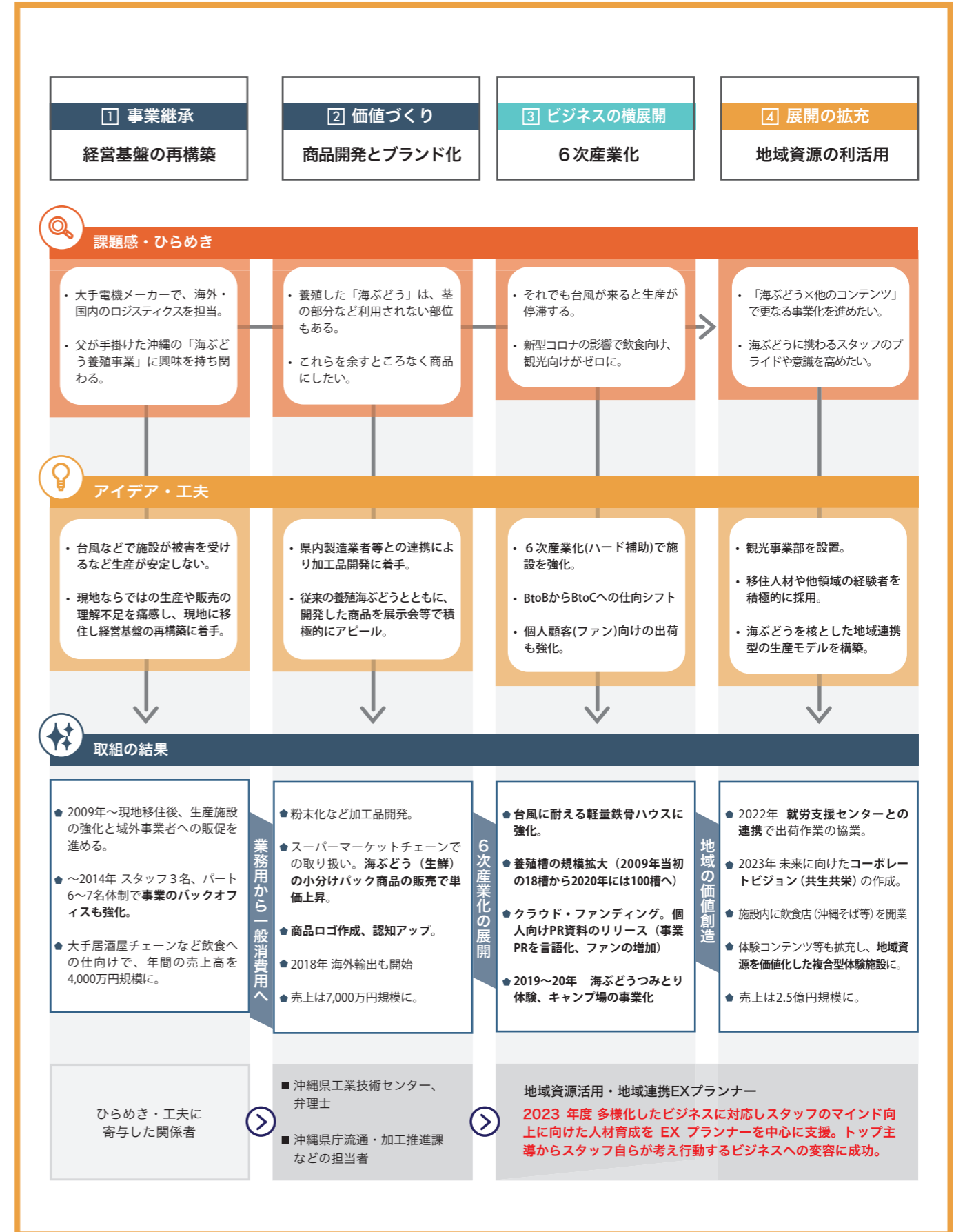
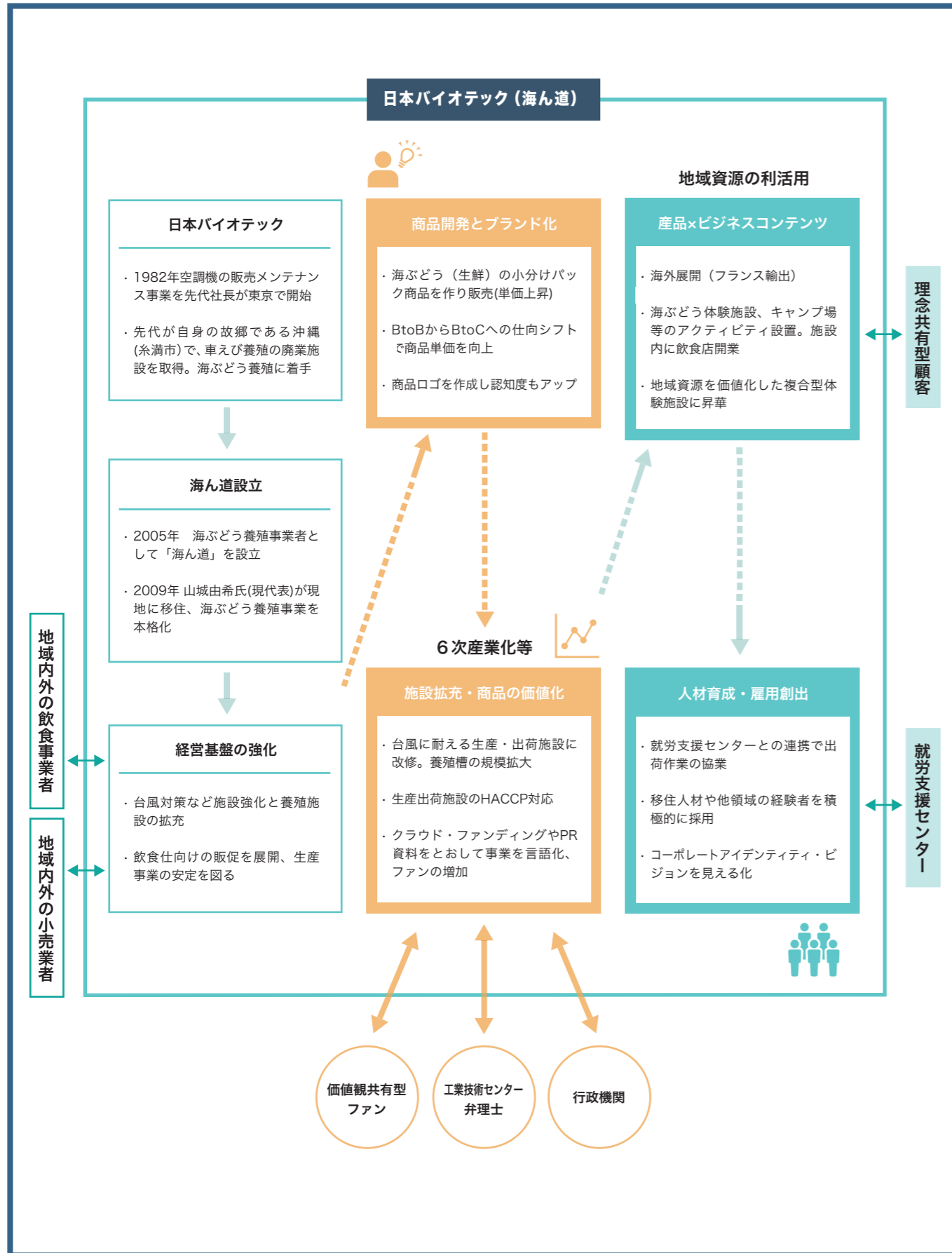
議論を重ねるうちに、当初は消極的だった従業員が主体的に意見を発するようになり、それらの意見から「海ん道スピリット」が誕生。多

様な人材が団結して一つのゴールを目指す礎が築かれました。また、目的と目標、個々の役割を明確にしたことで、従業員一人ひとりがスキルを最大限に発揮できるようになりました。

「今では、従業員の皆さんが主体となって『海ん道スピリットに基づく行動ができていくか』という振り返りの場を設け、自律的に議論をしています。その様子を見ると、行動が“集団”から“組織”に変容したと感じます」と庄司さん。山城さんも、「この2年で主語が従業員自身に変わりました」と確かな変化を実感しています

2024年には飲食店を開業し、複合型体験施設へと昇華した海ん道。次の目標は、海外輸出で価値をさらに高めると同時に、地域との連携でコンテンツを拡充することです。さらには、離島など沖縄の他地域にも同様の事業モデルを展開し、地域の人が活躍できる産業を作っていきたいという山城さん。

「海ぶどうは、沖縄の地だからこそ育つ地域資源です。商材としての価値が高く、さらに雇用も生み出し続けることができるという産業としての価値もあり、魅力が尽きません。海ん道もまだスタート段階で、これからも無数の展開が考えられます。ただ、それは私たちだけでは実現できません。地域の方や県外の方とつながりながら、『海ぶどうを世界の食材へ』と育てていきたいと思っています」



株式会社テーブルカンパニー  
代表取締役 片山 裕介さん

## 吉野の森林資源を活かした「発酵温浴 nifu」で山の再生を



## 美容と健康を追求してたどり着いた発酵温浴

発酵させたヒノキパウダーで身体をあたためる女性専用の「発酵温浴 nifu」。元美容師の片山裕介さんが代表を務める「株式会社テーブルカンパニー」が2014年に新宿で直営店の運営を開始し、都市部の女性の人気を得て、現在は関東を中心に10店舗を展開しています。20代の頃にオーストラリアのスパで働いていた片山さんは、現地でも心身を深くからほぐす温浴事業に着目していました。その後、知人から聞いた発酵温浴事業に可能性を見出した片山さんは、このビジネスモデルをブラッシュアップさせ、日本の森林資源を活用したnifuを自ら立ち上げました。

同業他社と比較すると高価格のnifuですが、それでも多くの女性に選ばれている理由は、プロダクト自体の品質の高さに加えて、ヒノキパウダーの原料となる「おが粉」の生産と調達の背景に、奈良県吉野郡吉野町の「再生」というストーリーがあることです。

## 地域課題を解決できる事業にこそ価値がある

高品質なおが粉を調達するために初めて吉野を訪れた時、片山さんは、かつて林業で栄えた地域の衰退を目の当たりにします。住民に話を聞くと、多くの課題が浮かび上がりました。人口減少による林業従事者の不足、間伐されず荒れてしまった山、潰れていく製材所。間伐されたとしても、流通に適さない木は搬出コストがかかるため

にその場に放置され、森林がさらに荒廃するという悪循環も起きていました。

以前から美容や健康の本質的価値を追求してきた片山さんは、この課題解決の一端を担うことにこそ事業としての価値があり、やる意味があると感じました。「プロダクトだけでなく、素材の調達過程にも人が幸せになるプロセスがあればお客様の満足度はより高まるはず」と、nifuを通じて吉野の課題に向き合うことを決心。東京から吉野に足繁く通い、現地の課題に耳を傾けながら、地域の林業従事者と共に枝打ちや間伐、林地残材の搬出や加工に汗を流してきました。

活動を進める中で明らかになったのが、吉野で美容素材に適したおが粉を安定的に入手することは困難だということです。吉野ヒノキの出材量の減少および、そのヒノキを加工する専門の製材所の減少が顕著なためです。持続可能な供給体制を築くため、片山さんは2022年に古い製材所を取得し、東京と吉野の二拠点生活をスタート。自社事業として間伐材や林地残材からおが粉の生産・加工を始めました。さらに、サロンで使用済みのおが粉は、農家や畜産業者との連携によって堆肥や敷料として再利用する仕組みも整えました。

## 未利用資源を活かした商品開発を加速

温浴事業の順調なスタートを受けて、BtoCの横展開も始まりました。現在は吉野に現地法人「株式会社ニフ」を設立し、木材以外の地域の未利用資源の利活用にも挑戦しています。例えば、地元の酒造メーカー

や農家と協業し、吉野の耕作放棄地を活用して生産・収穫した酒米で甘酒を開発しました。nifuで販売したところ好調に売り上げを伸ばし、酒造メーカーで専属の人材が採用されるほどの効果を生んでいます。他にも未利用資源を活かした商品を開発し、ふるさと納税の返礼品として展開中です。新商品開発や新事業にはリスクも伴いますが、地域と共に挑戦することで信頼関係は深まり、協力者も増えていきました。地域の人々だけでなく、nifuの店舗スタッフにも当事者意識を持ってもらうため、吉野の山での仕事体験や商品開発に関わる機会を設けています。お客様の声を聞き、吉野のストーリーを伝えるスタッフは、都市部と吉野をつなぐ重要な存在。実際、nifuで吉野のストーリーを聞いたお客様やSNSでの発信で興味を持った若者が吉野を訪れてくれたこともあります。

こうして仲間が増えた今、製材所は地域の林業従事者や地域活性に取り組む住民、都市部から吉野に惹かれて活動を手伝ってくれる仲間たちが集まる共創の場としても機能し始めています。

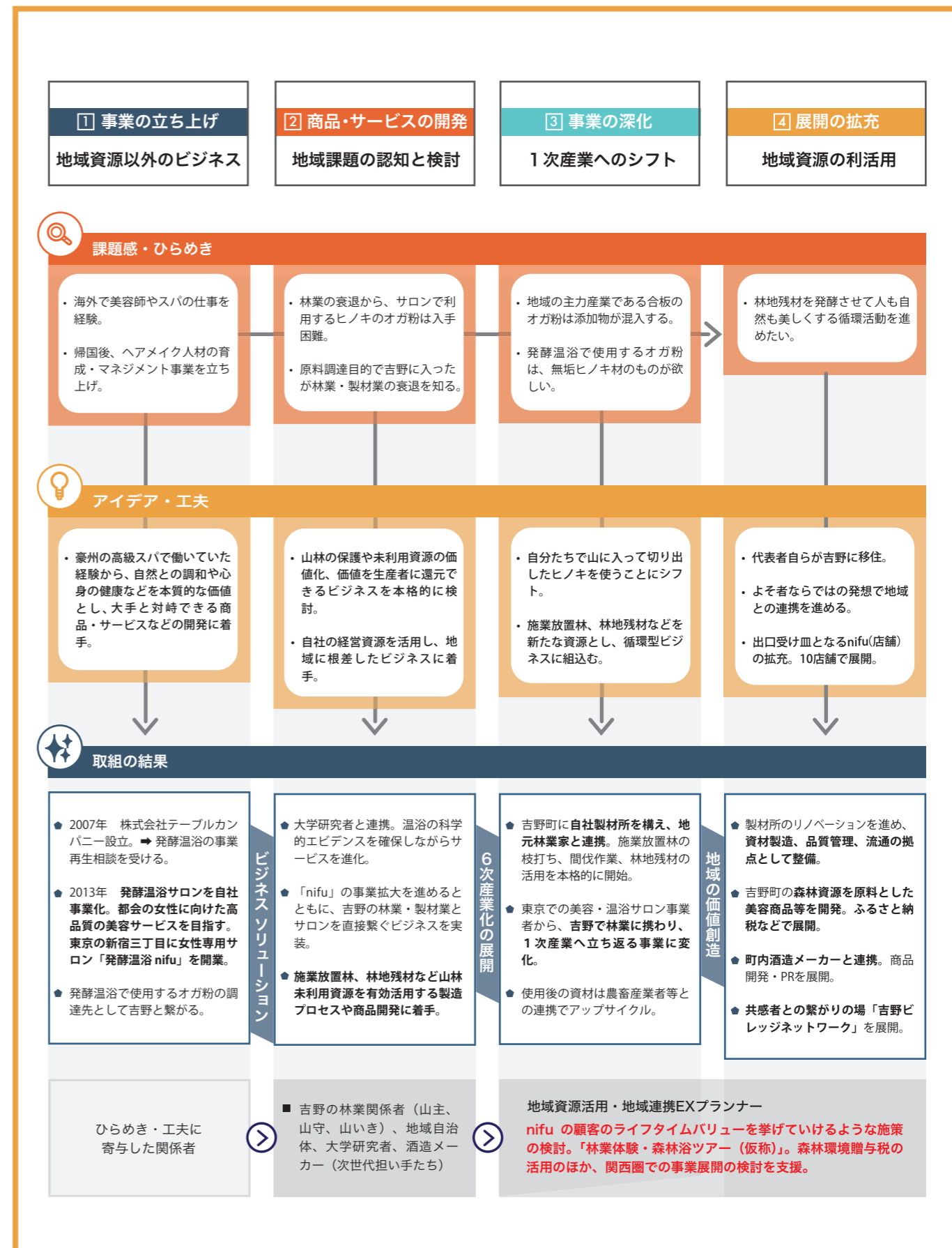
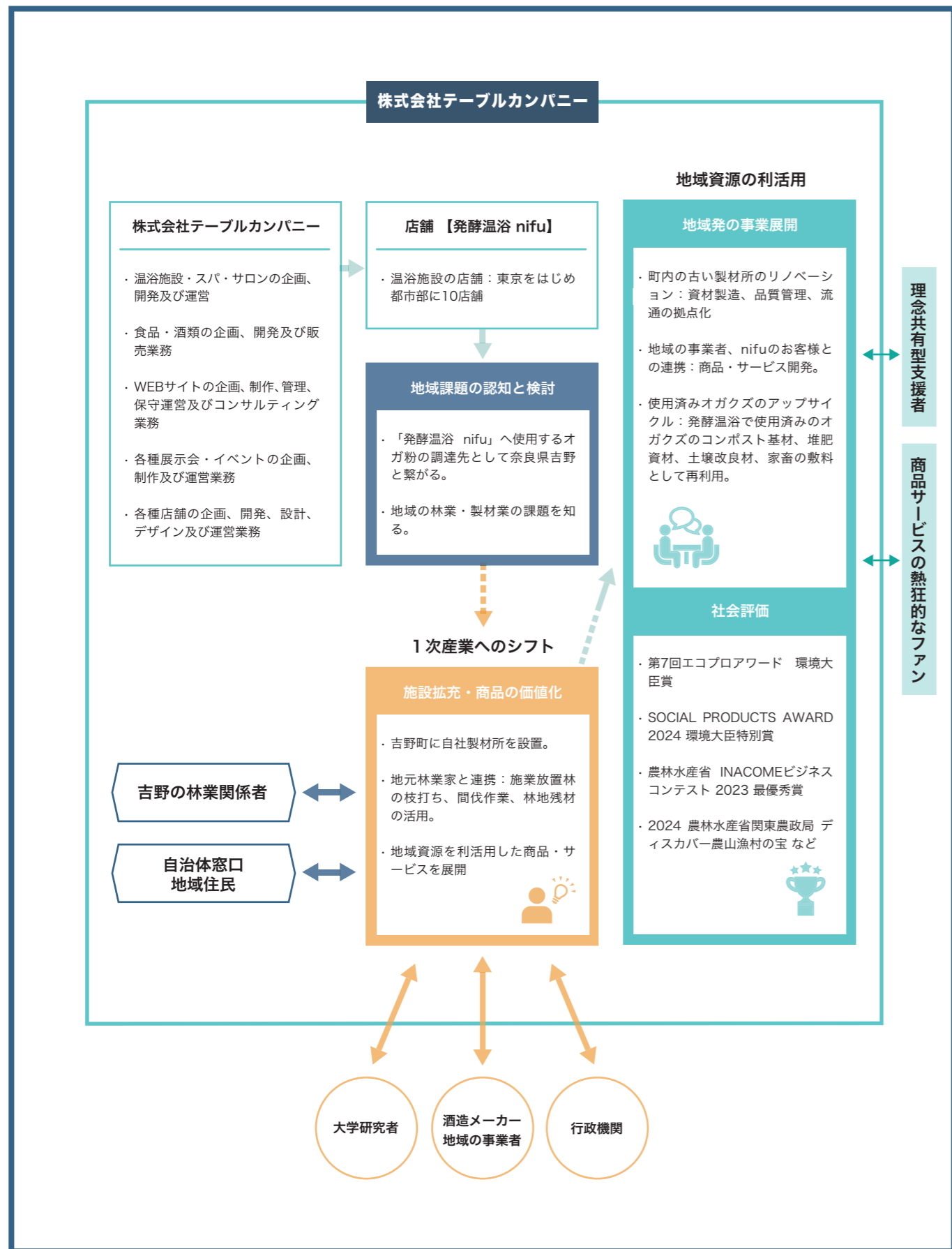
## 事業の持続可能性を高め、活動を次世代へつなぐ

「nifuの売上を地域や山に還元するという循環を目指したい」と片山さん。その実現には、事業のスケールアップが不可欠です。そこでnifuをフランチャイズ化させ、理念に共感する人との繋がりの拡大、そして店舗数の拡大を目指しています。また、次に展開するサービスを開発するために、エグゼクティブプランナーの片桐さんにアドバイ

スを求めました。さまざまな地方での商品企画経験を持つ片桐さんと議論を深める中で方向性が明確になり、nifuを吉野で総合的に体験できるツアーの展開など新たな施策の検討も進んでいます。

2023年と2024年には地域循環や環境保全に関連するアワードに挑戦し、数々の賞を獲得しました。社会的な評価を得られ、認知拡大に繋がっただけでなく、片山さん自身が「事業が単なるエゴではなく、地域の資源循環に真に貢献できている」と再確認でき、姿勢を正す機会になったといいます。

高齢化が急速に進む吉野では、地域特有のしがらみや世代間ギャップなど中に入り込むほど見えてくる問題も多く、課題解決に向けた取り組みは一筋縄ではいきません。しかし、「やがて世代交代が進み、町は再生していくものだと感じます。その時に備え、私たちの後に続くプレーヤーを増やしていきたい」と前を向く片山さん。その理念に共鳴する人との繋がりの場として設立した「Yoshino Village Network」では、メンバーが竹林整備や宿泊体験の企画・運営などを通じて吉野に関わってくれています。この多くの仲間と共に、テーブルカンパニーは何十年も先の未来を見据え、事業を通じて人も自然も美しくする循環に挑戦し続けています。



## 俵山の資源を連携させ、まち全体で挑む地域ビジネス



津田農園

代表 津田 浩利さん

たわらやまの旅と未来会議  
事務局長株式会社SD-WORLD  
代表取締役 藤永 義彦さん

### 長門市俵山地区の活性化を目指して

古くから米や栗の産地として知られる山口県長門市俵山地区で、栗やブルーベリーなど果樹の生産・加工を営む津田農園の3代目代表、津田浩利さん。ジェラートの製造・販売や直売所・カフェの運営なども手がけ、地域内外から多くのお客さん呼び込んでいます。俵山は湯治湯「俵山温泉」や歴史的な寺社仏閣でも知られています。津田さんは、観光協会としての位置付けにある団体「たわらやまの旅と未来会議」の副会長として地域活性化に向けた活動にも参画し、会長である藤永義彦さんと共に、豊富な地域資源を最大限に活かしてビジネスという観点からまちづくりを一歩ずつ進めています。

### 加工品販売やカフェ運営が収益の第二の柱に成長

農学部卒業後、JICA 海外協力隊や酒造会社での研究職を経て、大学院でブルーベリーを中心とする果樹研究に勤しんだ津田さん。学位取得後は「研究よりも現場で生産に携わりたい」と考え、2015年に地元で就農して家業を継ぐことを決意します。その背景には、過疎化が進む俵山の現状や藤永さんたちの活動を見聞きする中で高まっていた地域貢献への思いもありました。

就農当時の津田農園では、津田さんのお父様がナシを中心にクリ、ブドウの生産を手がけ、栗弁当の製造・販売など6次産業化にもすでに取り組んでいました。津田さんはそこに研究者としての知見を

活かし、ブルーベリーやブラックベリーの栽培を始め、ジャムやワインなどの加工品の製造にも着手します。一方、収益の柱だった栗弁当は、製造に時間と手間を要することから継続が困難な状況にありました。そこで津田さんは、エグゼクティブプランナーの宮崎秀和さんに相談し新たな収益の柱づくりに乗り出します。

打開策となったのは、朝採れフルーツを使ったジェラートの製造・販売です。2022年には、自社施設内に加工場とカフェを新設しました。リピーターを中心に売上は順調に伸び、現在では、主に土日祝の営業で生産部門と並ぶ収益を上げるまでに成長しています。「ジェラートをきっかけにフルーツのおいしさを知ってもらい、果物の購入にもつなげたい」と津田さんは話します。今後は、原点であるクリの生産にも注力する計画です。猛暑や病害虫など自然との戦いは厳しいものの、防除に力を入れて生産量を回復させたいという津田さん。クリの産地である俵山の誇りを取り戻すべく、近隣農家との連携による俵山ブランドの加工品製造・販売計画を宮崎さんと進めています。

### 地域一体となって目指す俵山温泉の再生

農園の変革に先立ち、地域では俵山温泉の再生に向けた取り組みが進められていました。1970年代には年間70万人の入湯客で賑わった俵山温泉ですが、現在は約10万人にまで減少し、高齢化と過疎化に

よって空き旅館や空き店舗が目立っています。こうした状況に2000年代から危機感を抱いていたのが、当時長門市役所の観光課長だった藤永さんです。2009年には温泉街との連携による地域活性化を目指しNPO法人を設立。しかし、拠点が温泉街から離れていたこともあり、地域との足並みはなかなか揃いませんでした。

そこで2020年、温泉街の空き店舗を拠点に「株式会社SD-WORLD」を発足させます。これは、地域づくりから「地域経営」というビジネスへの昇華を目指す山口県の政策とも連動する動きです。代表を務める藤永さんの、行政や地域とのネットワーク、そして「自分が地域を活性化させる」という強い意志が推進力となりました。募集株式方式で地域に出資を募ったところ、想定を上回る資金が集まり、温泉街の再興を願う地域住民の期待も目に見える形で表れました。2022年には、地域資源の最大活用を目指し「たわらやまの旅と未来会議」を設立しました。活動資金の一部には、宮崎さんの紹介でつながった森林ベンチャー「シシガミカンパニー」の山林レンタル事業による収益を充て、持続可能な運営体制を整えています。

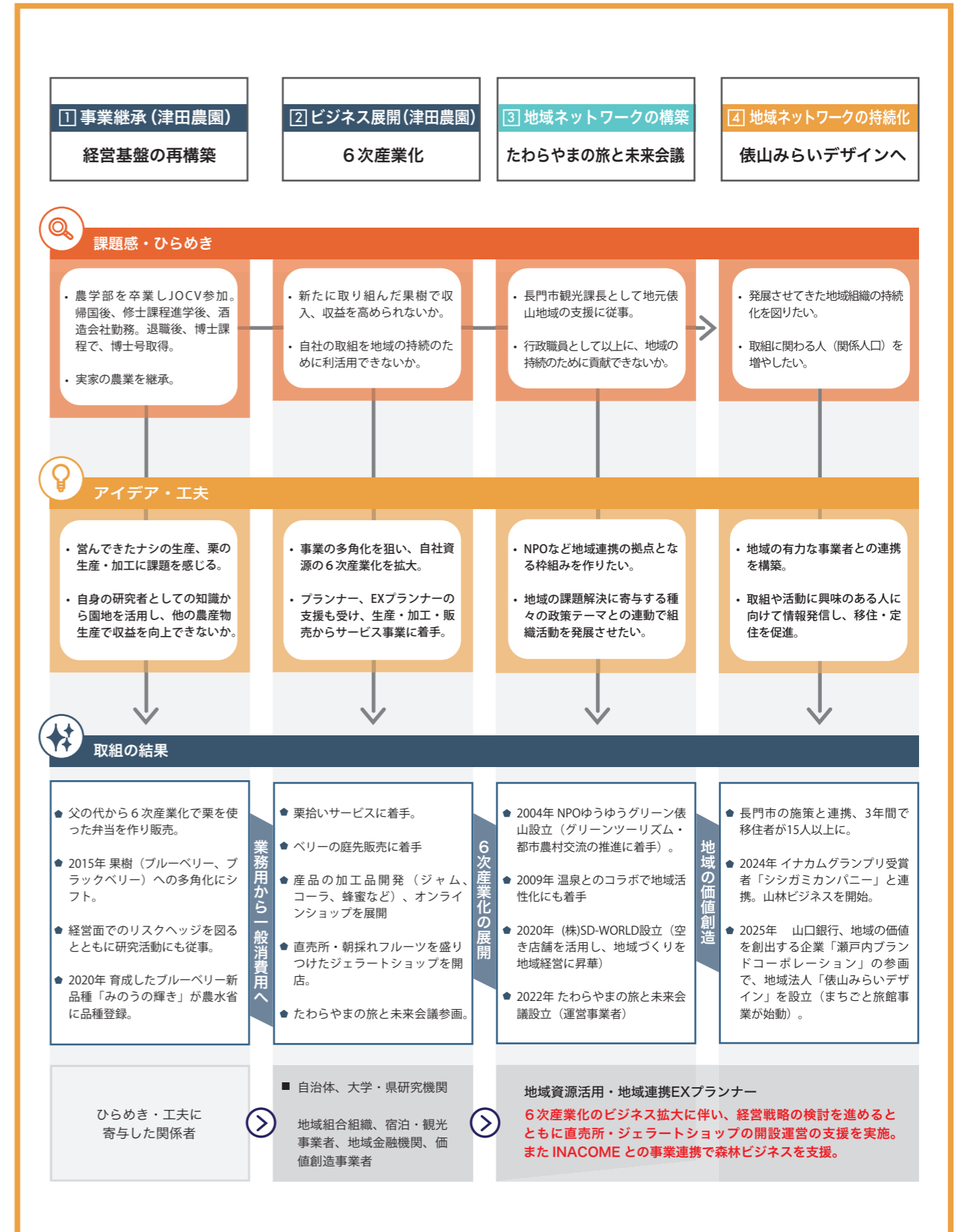
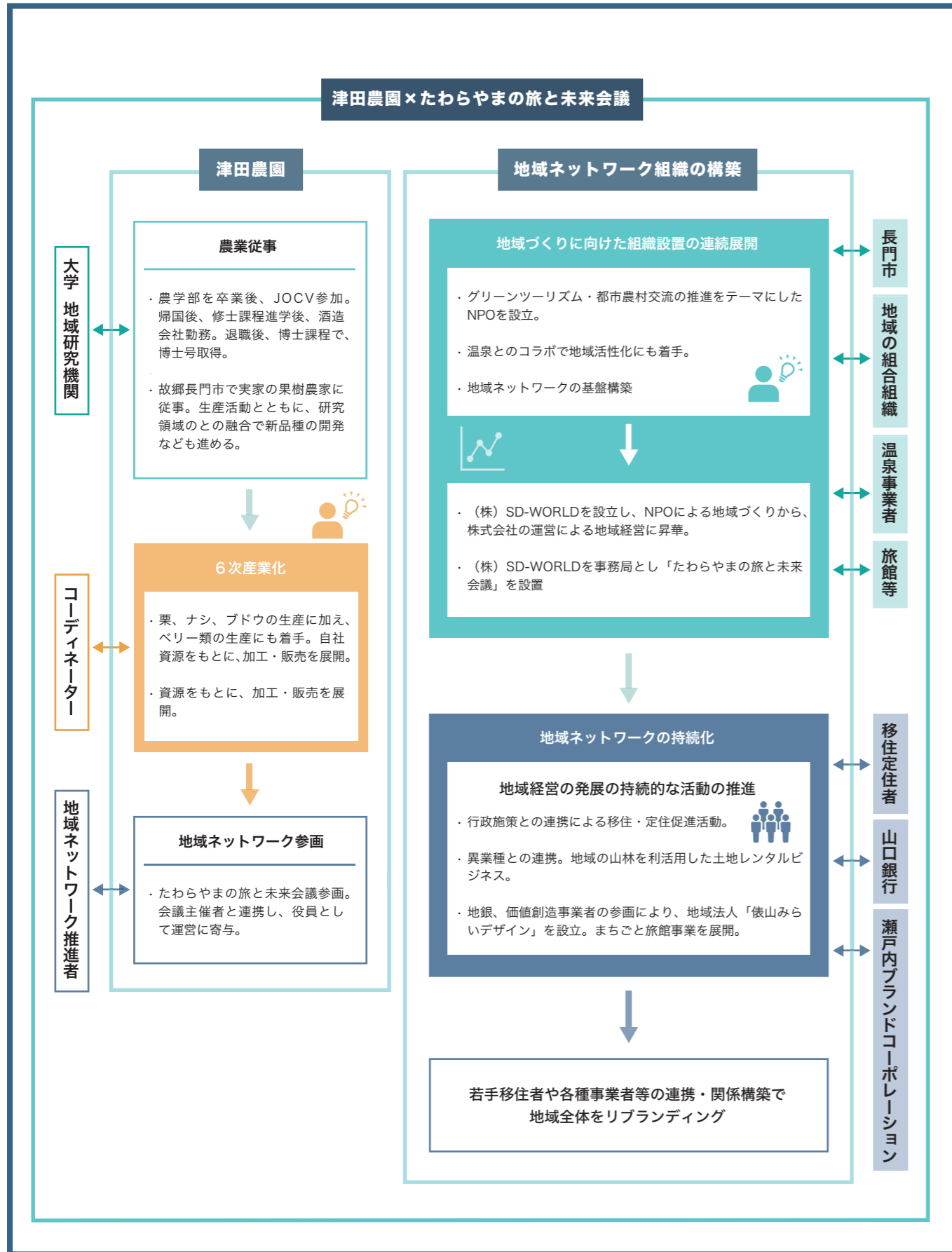
### 温泉街全体で描く「まちごと旅館事業」が始動

2025年10月には、温泉街を一つの旅館に見立てる「まちごと旅館事業」が始動しました。これは、経営者の高齢化などにより運用しきれなくなった旅館の空き部屋を有効活用し、新たな宿泊客を受け入れ

る取り組みで、地域の銀行や企業が参画して設立した「株式会社俵山クリエイト」が事業運営を担います。

しかし、課題は少なくありません。人件費や燃料費の高騰に伴い、週に3～4日程度の営業にとどまる旅館が増え、今後さらに経営が圧迫されれば、営業時間の短縮や料金の値上げも余儀なくされます。こうした状況下で「まちごと旅館」を実現するには、経営者である地域の人々との合意形成が不可欠です。そこで、その調整役を2025年に発足した一般社団法人「たわらやま未来デザイン」が担い、「たわらやまの旅と未来会議」の活動を引き継ぐ体制を整えました。宿泊だけではなく空き旅館を活用した飲食店やカフェ、体験コンテンツなど、温泉街全体を舞台にした多様な構想を描いています。

俵山の豊富な地域資源や近年の活性化に惹かれ、Uターン移住者や地域おこし協力隊に参加した若者など、この数年で約30人がこの地に移り住みました。地域には新たなコミュニティが生まれ、古民家を再生したシェアハウスやカフェの運営といった活動も活発化し、移住者が俵山を支える重要な担い手として活躍しています。温泉旅館や津田農園の直売所・カフェ、そしてシェアハウス。多様な地域資源を連携させ、俵山というまち全体をビジネスに活用するこの挑戦は、本格的なスタートを切ったばかりです。



## 大阪発「夢シルク」で実現する新たな都市型農業



株式会社オオサカポテト  
代表取締役 渡邊 浩史さん



### 就農4年で栽培面積10倍を実現

「大阪をさつまいもの産地へ」というスローガンを掲げ、大阪府八尾市で独自ブランドのさつまいも「夢シルク」の生産・加工・販売を手がけるオオサカポテト。スーパーへの卸売に加え、バターや焼酎といった独自商品の開発、収穫体験やファーマーズマーケットの開催、企業とのコラボレーションなど多角的なプロモーションを通じて着実に歩みを進めています。

2021年に40aだった栽培面積は、現在では10倍となる400aにまで拡大しました。この目覚ましい成長の背景には、同社の夢に共感する「ファン」を増やし次々と巻き込んでいく代表・渡邊浩史さんの強い想い、そしてそれを実現するビジネスモデルがあります。

### 都市型農業の課題とニーズからビジネスを創造

2020年、広告代理店に勤務していた渡邊さんは、花農家から40aの畑を借り、大学時代から挑戦したかった週末農業を趣味で始めました。作物を育て収穫する喜びや、それを売る商いの面白さを見出し、一気にのめり込んでいきます。同時にSNSでのライブ配信も始め、農業の楽しさを共有するコミュニティを広げていきました。

しかし、週末だけの作業では出荷や販売に割ける時間に限界があり、収益も思うように上がりません。そこで、さつまいも収穫を

中心とした体験農園を新たにスタートさせました。自身が初めて土に触れた時の胸の高まりを思い出し、農業に触れる体験そのものが価値になると考えたのです。

体験農園の運営を通じて、都市型農業の課題やチャンスも見えてきました。高齢化が進むにつれ、地域には耕作放棄地が増え続けています。一方で、体験農園には「農業をしてみたい」「子どもに芋掘りを体験させたい」というお客さんが毎週たくさん訪れます。仕事終わりに農業をボランティアで手伝ってくれる仲間も増えていきました。

都市型農業への確かなニーズを実感した渡邊さんは、2022年に会社を退職。広告代理店時代に培ったイベント運営のノウハウを活かし、体験農園を中心に農家としての道を歩み始めました。この時の根幹にあった想いが、「子どもたちに自然豊かな未来を届ける」「畑と生活者をつなげる」「耕作放棄地を減らす」というオオサカポテトのビジョンの原点となっています。

### 設備投資と6次産業化を進め、規模拡大へ

2022年に40aの畑から収穫したさつまいもは、約6トンに達しました。しかし、当時は保管倉庫もなければ出荷作業もすべて手作業で、ボランティアにも疲労の色が見え始めました。2023年に生産担当のメンバーが事業に加わったこともあり、渡邊さんは、収益拡大に向けた生産体制の整備を決断します。保管庫や洗浄機、

農機といった設備投資や卸先の開拓を進めた結果、作付面積は40aから150aへ、さらに2024年には230aへと急拡大を遂げ、商業的な農業経営の骨格を築くことができました。

また、収穫量の約30%を占める規格外品の活用も大きな課題でした。これを価値に変えるべく、渡邊さんは加工会社と連携して6次産業化に着手し、ペースト加工やバターなどの商品開発を進めていきました。

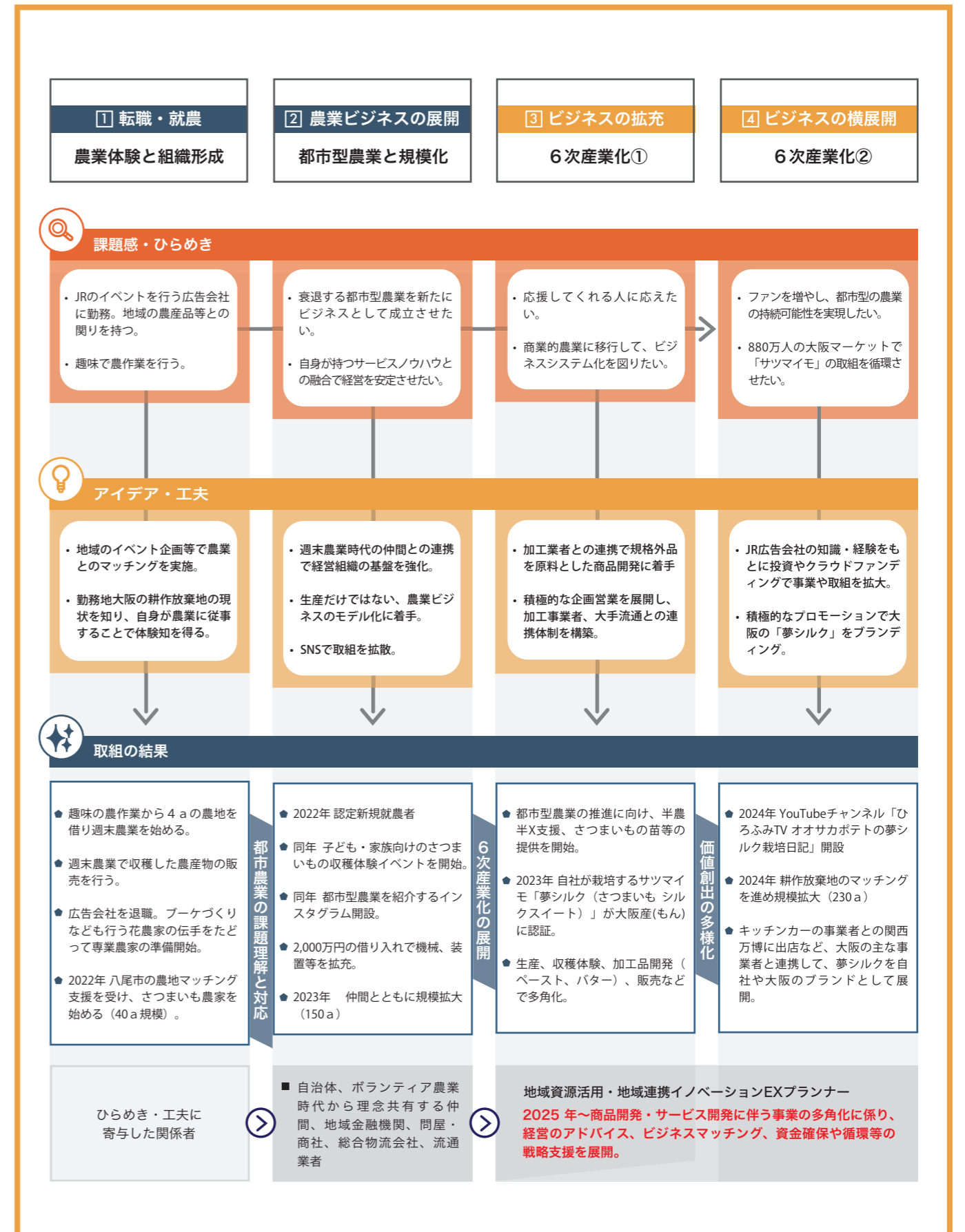
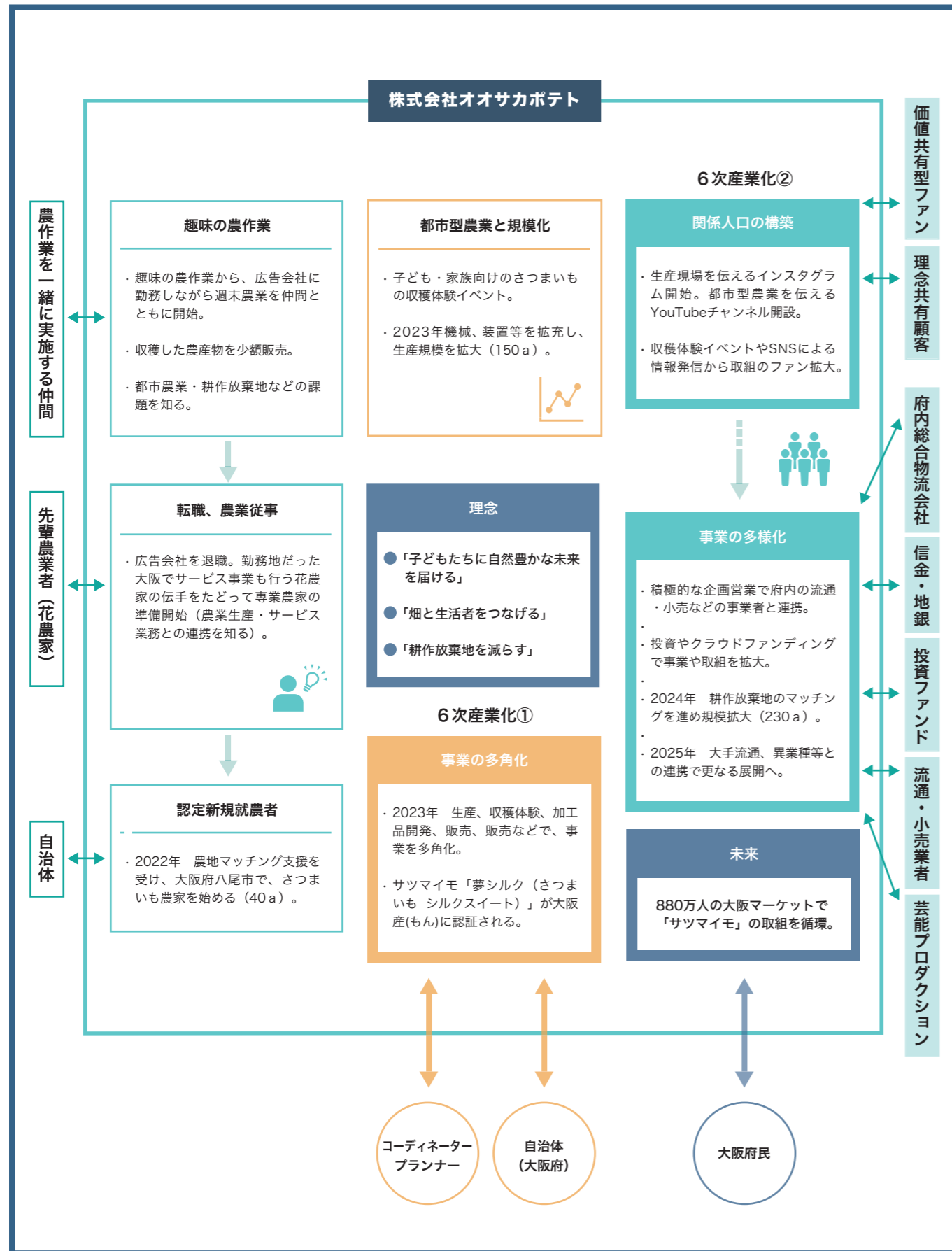
一方で収穫体験は規模を縮小し、ターゲットを企業などの団体向けにシフトさせます。現在は、収穫体験を通じて加工品の販促や口コミによる認知拡大につなげるためのプロモーション活動として戦略的に継続しています。

### パートナーの力を借り、夢の実現に前進

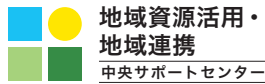
「ここまでアクセル全開で進んでこれたのは、応援してくれる人たちがいたからです。だからこそ、持続可能なビジネスモデルを構築しなければ」と渡邊さん。2025年にはエグゼクティブプランナーの仲野さんのサポートを得て、経営戦略の強化を図りました。支援の1年目は渡邊さんの「やりたいこと」を整理しながら、資金調達方法やパートナーとの協力体制を具体化し、これを事業計画に落とし込みました。2年目はその実行フェーズとして、各施策のプロジェクト化、ファン拡大やブランドの認知拡大に向けた企業とのコラボレーションやイベント開催などを進めています。

現在は、資金調達はスタートアップ支援に注力する銀行から、農地集約は自治体やJAの協力で、生産は業務委託メンバーが、さらに出荷作業は農副連携、加工は協力会社と、さまざまなパートナーがオオサカポテトのビジネスを支えています。この強固なパートナーシップは、渡邊さん自らが想いを伝えてアプローチし、そのビジネスに賭けてくれた人や企業とのつながりで成り立っています。仲野さんも、「消費地に近い都市型農業の利点に加え、渡邊さんの巻き込み力があれば成功すると確信しています」と期待を寄せます。

オオサカポテトの農業を支えてきたボランティアの中には、農家として独立した人もいます。かつての自分がそうだったように、やりたかった農業を始め、それを収益につなげる仲間の姿を見ることに大きなやりがいを感じるという渡邊さん。今目標とするのは、集約した耕作放棄地を活用して多くの担い手にさつまいも生産を担ってもらい、オオサカポテトが仕入れと販売を一手に担うビジネスモデルの実現です。「少しずつでも、大勢が生産すればさつまいもは大阪の特産品になり、同時に休耕地問題を解決でき、すべての子どもたちに芋掘りを体験させてあげられます。大阪880万人のマーケットを満たす農業で、それを実現させたい」と渡邊さん。都市型農業の新たなモデル確立に挑んでいます。







## お問い合わせ

---

株式会社パソナ農援隊

 03-6734-1260

 [info@nou-innovation.com](mailto:info@nou-innovation.com)

---



令和7年度地域資源活用・地域連携中央サポートセンター事業は株式会社パソナ農援隊が運営しています