

【栃木】株式会社ファーマーズ・フォレストの取組と課題

1. 事業概要

農業と食、地域資源を結ぶ総合プロデューサー

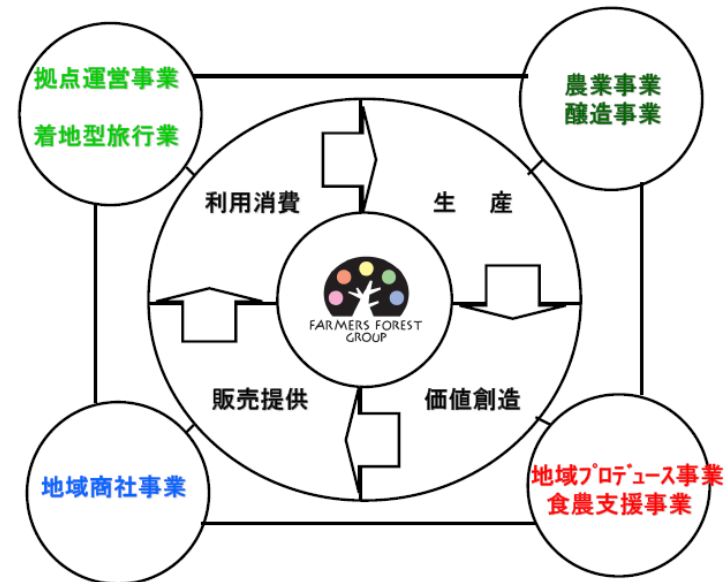
■ 事業戦略4つ視点

- 1 農村空間価値の創造
- 2 六次産業化地域社会の構築
- 3 モノ・コト両面の地域総合商社
- 4 交流拠点を通じた地域経営

■ 主要事業

- ・ 農業事業・ブルワリー事業
- ・ 地域プロデュース事業
- ・ 地域商社事業
- ・ 交流型六次産業化拠点運営事業
- ・ 着地型観光事業（第二種旅行業登録えにシトラベル）

ファーマーズ・フォレストグループ事業戦略概念図



地域バリューチェーンを創造し、当社が中核ハブとなる戦略

弊社が地域活性の原動力の役割りを担う

【栃木】株式会社ファーマーズ・フォレストの取組と課題

2. 経緯（1）地域商社事業へのキッカケと経緯

①地域再生事業からはじまる

H20 農林公園ろまんちっく村(46ha)を三セク運営会社解体後の民間受皿企業として運営開始。（H24より道の駅うつのみやろまんちっく村として供用）

②経産省 農商工等連携事業認定

販路の仕組み構築が先か？戦略商品開発が先か？でPMと衝突。
認定後に、地域プロデューサーネットワークを紹介され覚醒。

③地域商社として活動開始

栃木県産品を県内外に売り込む地域総合商社として創業8年経過で売上高20億円となる。

誰も手を出さない市場へのチャレンジ「ブルーオーシャン」



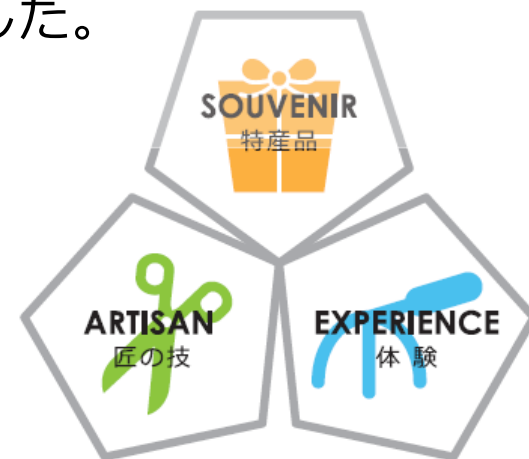
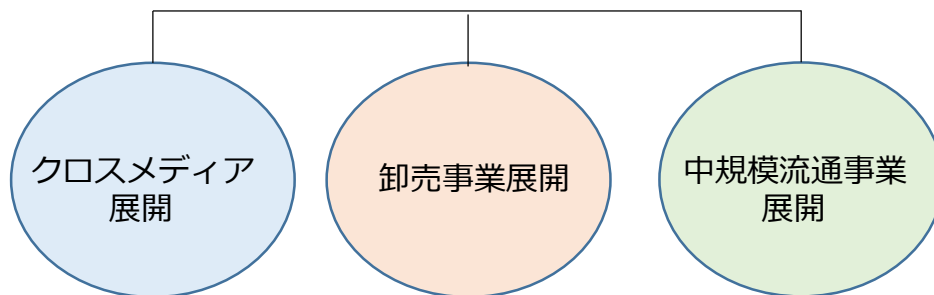
【栃木】株式会社ファーマーズ・フォレストの取組と課題

3. 現状（1）地域ブランドのマルチメディア化

一企業に「全県」ブランドの何が出来るんだ？の声に一念発起



H21 地域を伝える総合メディア「トチギフト」発刊
自らメディアを創造することで、栃木ブランドの総合的プラットフォームの構築を目指した。



販路からの仕組み作りを実施
県内産品取扱いシェアトップに

【栃木】株式会社ファーマーズ・フォレストの取組と課題

3. 現状（2）効率的な広域集配システムの構築

県内自社拠点集荷場と農家集荷デポをハブとする自社物流網を整備



弊社の自社運送便

弊社の拠点集荷場



農家の集荷デポ



弊社の直営店舗（例）



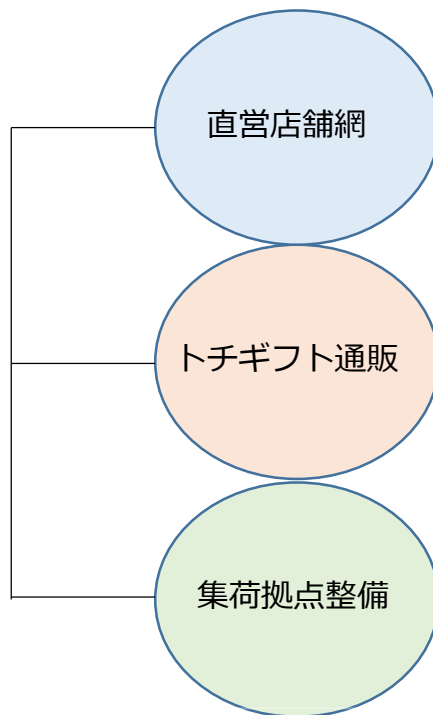
弊社の直営店舗（例）



【栃木】株式会社ファーマーズ・フォレストの取組と課題

3. 現状（3）地域の出口戦略をパッケージ化

生産者の売り先の選択肢を作ることで、安定した地域発出口戦略を



栃木県内外直営店舗へ
(H27現在 10店舗)

数千人の栃木ファンが利用
(主にギフト用途として各年数回購買)

首都圏への直送販路
(H27現在 出荷先約100店舗)

中規模流通の確立 生産者の美味しいものをしっかり売る基盤を目指す

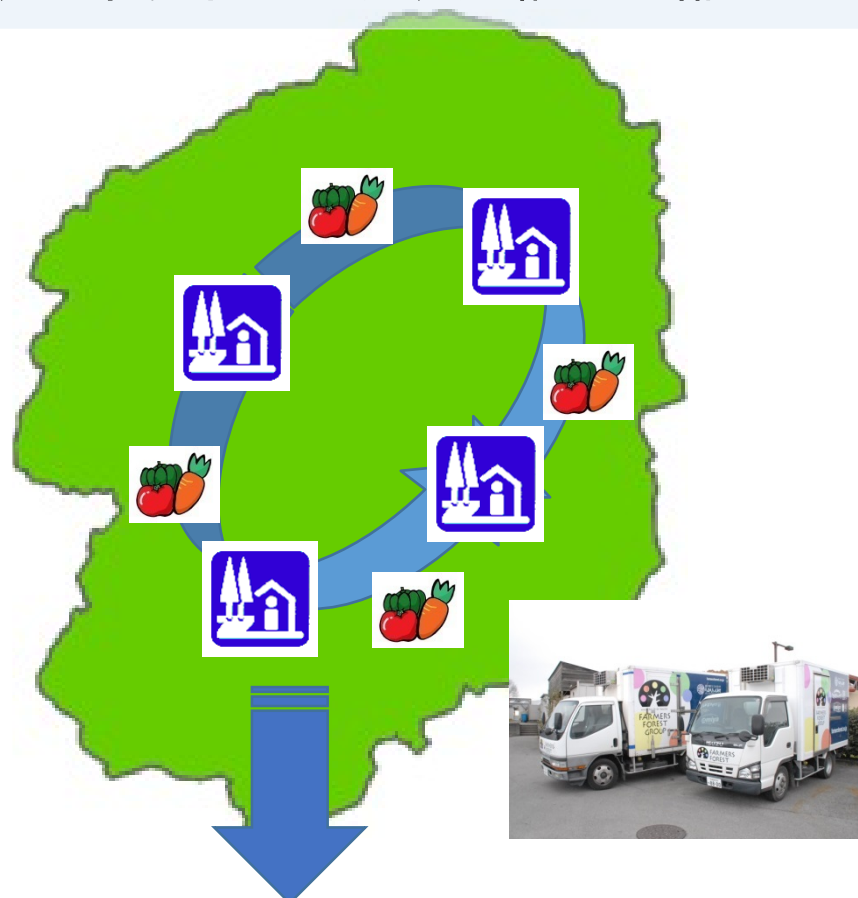


4. 将来構想（1）オール栃木のネットワーク化

県内の道の駅や優良直売所のネットワーク流通網を整備

弊社の地域商社機能を活かして、道の駅・直売所・小さな拠点施設等のネットワーク化を目指す。

各拠点が抱える売れ残りや、供給不足などの相互課題解決とともに、持続する地域好循環を生み出す総合出口戦略プラットフォームを構想。

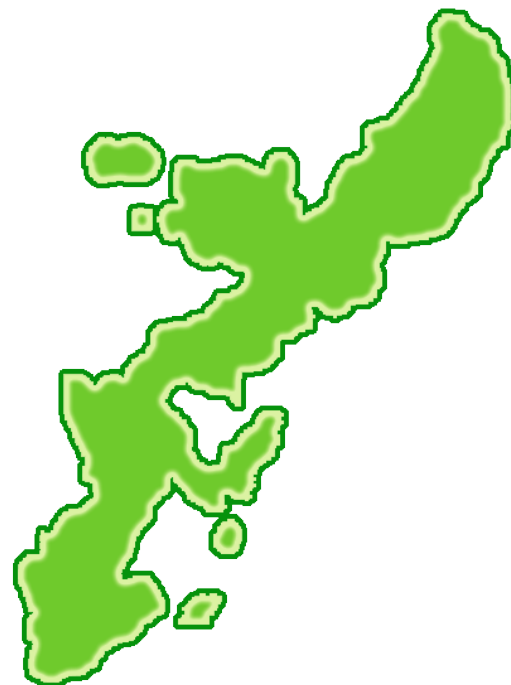


4. 将来構想（2）オールジャパンと海外販路への挑戦

沖縄ハブ空港を活用した、外販ルート確立を目指す

オール栃木から、オールジャパンへ。新たな自社拠点整備とともに、産地間中規模流通の仕組み構築のための全国的な地域商社ネットワーク構築を展望。

そして、沖縄ハブ空港を活用した海外販路も視野に。



5. 課題

課題1 生産者シェアを引き上げ、より多くの生産者に流通の選択肢を提供するためには県内における集荷インフラの充実が必要である。

課題2 県外市場開拓のターゲットは、本来、東京だけでなく全国各地であるべき。産地間中規模流通の実現には、市場が分散するほど高くなる物流コスト対策が課題である。

課題3 オールジャパンの地域商社化を目指すためには、各地域との連携や、拠点ネットワーク構築が必要である。その上で面的に活用できる物流システムや連携体制が課題である。

6. 参考

ヨソ者の奮闘事例

地方創生ビジネスの教科書
(文藝春秋社) の一事例と
して弊社の取組みが掲載

掲載頁P69-P85

○活用困難資源を観光資源に
道の駅型成功モデルとして

