



企業と農家の新たな形、農作物を通じて地域活性化
農家の加工商品開発をゼロから支援
未活用の“摘果ミカン”で“ミカン100%のお酢”完成

ウエディングプロデュース・レストラン運営の(株)ノバレーゼ(本社:東京都中央区、浅田剛治社長、東証一部、資本金:6億円)は、2009年から静岡県の農業者有志13人が所属する農事組合法人「おもす」と農商工連携プロジェクトを進めています。

この度、農事組合法人と地元のソースメーカー「鳥居食品」と当社の3者共同で、ミカン栽培の過程で出る、これまで活用されていなかった“摘果ミカン”を有効利用した“100%ミカンのお酢”の新商品開発を行いました。

当社は、ミカンの摘果・搾汁作業から商品の企画開発、加工業者との協力体制の構築、商品パッケージなどのブランディングまで、商品づくりをゼロから支援しています。

商品名はミカンの産地である重須地方で作られた“想いを込めたお酢”から「想酢(おもす)」とし、950本を作り一瓶500円(税込・200ml)で、2011年4月23日(土)から静岡県のミカン直売所など5カ所で販売します。

お酢は、当社が運営する東京・銀座のロール寿司をメインとしたレストラン「SHARI THE TOKYO SUSHI BAR」でも調味料として使用します。

ノバレーゼでは、静岡県のほか新潟県や青森県でも同様の取り組みを進めており、今後は社員が収穫した農作物を使用した商品開発を予定しています。



取り組み・商品の特徴

- ・第一次、二次、三次産業が連携して農作物の付加価値を上げる6次産業化支援である点
- ・加工食品の新商品開発を農家単独で行うのではなく、当社サービス業のノウハウを提供し、かつ加工業者の協力体制を得ることで地域活性化につながっている点
- ・ミカン栽培の過程で出る、これまで未活用だった“摘果ミカン”を有効活用している点
- ・当社社員が農業に取り組むCSR活動の一環として支援している点
- ・“ミカン酢”に摘果ミカンの搾り汁を加えるという手法で、お酢づくりのアルコール発酵過程で通常は失われるミカンの爽やかな香りを残すことに成功した、今までにない商品が完成した点



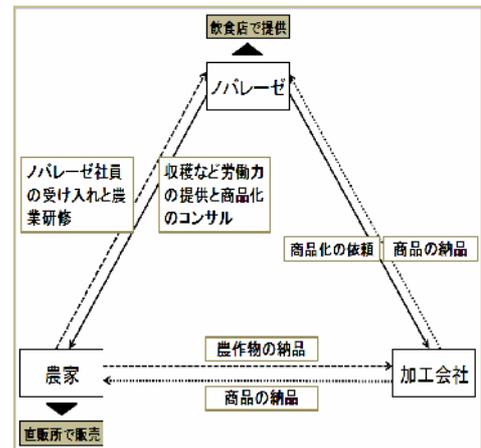
商品概要

商品名	想酢	発売日	2011年4月23日	税込価格	500円
製造元	鳥居食品(株)	販売元	農事組合法人おもす	プロデュース	(株)ノバレーゼ
原材料	内浦重須産 青島ミカン(摘果・完熟)		賞味期限	2012年3月31日(冷暗所にて保管願います)	
販売場所	「OH!MOS」(ミカン直売所) ¹ : 静岡県沼津市内浦重須 14-10 「金岡産直市」: 静岡県沼津市東熊堂 600-1(金岡支店駐車場) 「ふるさと産直市」: 静岡県沼津市下香貫字上障子 415-1(JA なんすん本店横) 「長泉産直市」: 静岡県駿東郡長泉町下土狩 1029-1(東部センター駐車場) 「沼津みなと新鮮館」: 静岡県沼津市千本港町 128-1 1: 「OH!MOS」では送料別途で電話でのご注文も承ります。電話:055-943-2136				

農家・企業、双方に有益な取り組みに

これまで農家にとって経験が少なかった加工商品の開発を、企業が支援することで、今回の取り組みが農家の新たな収益源確保のきっかけづくりとなりました。

当社としても、社員が農業に携わることで、食に対する社員の意識向上が図れるとともに、収穫から商品開発まで手掛けることで、お客様にトレーサビリティ(生産履歴の追跡)が可能な食品が提供でき、顧客満足度の向上につながると考えています。



こうした事例をつくりノウハウ化させることで、新規出店における他社との差別化もはかります。

CSR 活動を通じた新たな6次産業化支援、これまでの取り組み

2009年	9月	「未来の食」プロジェクトをNPO法人の協力のもと素案づくり開始
	11月	教育研修部・施設長・料理長など5人が農家での収穫・研修を実施
	12月	社員21人が農家での収穫・共同選果場の見学・勉強会を実施 当社の一部レストランでミカンを使ったフランス料理を提供
2010年	4月	農家との2010年の取り組みの打ち合わせで“摘果ミカン”に着目
	8月	社員33人が摘果ミカンの収穫と搾汁作業を実施 料理長が摘果ミカンを使った子ども向け料理教室を開催
	12月	社員16人がミカンの収穫作業や商品名や、 パッケージ物のデザインに関する会議を実施
2011年	2月	完熟ミカンの搾汁作業を鳥居食品にて実施
	3月	商品名や価格・販売戦略、商品パッケージの最終会議を実施

当社は、社員が農業に取り組むCSR活動「未来の食」プロジェクト²を、食農連携コーディネーターの協力を得て2009年12月から始動、レストランや婚礼施設で料理を提供する企業として、食農に対する社員の意識向上を図っています。

その第一弾として始まったのが、静岡県沼津市内浦地区のミカン農家の方々との取り組みです。これまでに社員約80人が全国から集まり、収穫や共同選果場の見学、勉強



会などを農家の協力体制のもと行いました。

農家の方と交流を深める中、サービス業の視点で力になれることはないかと考え、今まで活用されていなかった“摘果ミカン”に着目しました。

翌2010年には当社から地元企業に協力をお願いし、3者協同で取り組む6次産業化まで発展させ、今回の新商品開発に至りました。

商品化に先駆け2010年8月、農家と共同で当社の社員33人が全国から集まりミカンの摘果と搾汁作業を行いました。

また、12月には当社16人の社員が農業研修として2泊3日でミカンを収穫するとともに、農家と商品名やパッケージ物のデザインに関する会議を行いました。

会議では社員が事前に収集した、各地の物産展や量販店での売れ筋商品の種類やネーミング、パッケージなどの情報やトレンドの傾向を農家の方と共有しました。会議で摺り合わせた内容を商品戦略に活かしました。

8月に搾汁した果汁と12月に収穫したミカンを合わせて、老舗ソースメーカー・鳥居食品がお酢に加工しました。ラベルや商品箱の最終的なデザインは、当社クリエイティブディビジョンのデザイナーが手掛けています。

2「未来の食」プロジェクト 当社コンセプト

当社は結婚式を通じて、「未来への希望」「食することの喜び」「共有する時間の意義」をお客様と分かち合う企業として、「食と農」の大切さをより深く理解できればと考えています。

社員一人一人が、食材とそれを生産する人々と繋がり、一つ一つの食材にかけられた時間と想いを学ぶことで、「企業」「食」「農業」の持続可能な関係を見出し、地域文化・日本の未来の醸成を担う活動を行っていきます。

企業と農業という異業種間ですが、双方の専門性を活かした取り組みにすることで、ノバレーゼの文化醸成に繋がる機会が生まれ、農家の方にとっては地域活性化への機会創出に繋がっていく、そのような活動を目指しています。

今後は、「各施設近隣の遊休農地を借り入れ畑の確保を行う」や「婚礼料理の廃棄食材を堆肥化した土壌づくり」「成約者とともに育て収穫した野菜を披露宴当日に振る舞う」など、提供する「料理」を起点に当社が農業で出来る取り組みを各種検討しています。

共同栽培・収穫した以外の食材提携も視野に、全国の農家の方との関係づくりを構築し、地産地消のメニューづくりをさらに強化していく所存です。



