

3類型	農林水産物	通巻番号	3-21-126
地域資源名	はくさい、ごぼう、ねぎ、だいこん等	認定日	平成22年2月10日
地域	茨城県つくば市	所管省庁	農林水産省、経済産業省

## 事業名：『旬の野菜スープ』開発をとおした、 野菜の需要創出と就農者育成・農家経営安定化の仕組みづくり

会社名：株式会社ベルファーム

所在地：茨城県つくば市高崎2277-34

連絡先：TEL：029-876-7731

H P：http://www.bellfarm.co.jp/

FAX：029-876-5880

### 事業概要(新たな活用の視点)

農業後継者不足と遊休農地増加といった課題の解決に向けて、『旬の野菜スープ』を商品化することにより、

- ①農作物の需要を創出し、加工品としての付加価値を付け生産者の収益向上を図る。
- ②就農者育成と安定的な農業経営を目指し、『就農者育成・農家経営安定化の仕組みづくり』を構築し、農業担い手の確保・遊休農地問題の確保に向けて国・県等の公的機関と連携を図る。



【スープの原料】  
ベルファーム農場・新鮮な旬の野菜

### 売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

#### ◆競争力

『旬の野菜スープ』では、量よりも質に重点を置いた原料から商品製造まで一貫生産体制にこだわり、生産・製造過程等、作り手を「見せる化」することで量産品との差別化を図る。量産品との違いは、栄養価を第一に考えたスープを作ることである。その為、医師・料理研究家・デザイナーの方々とプロジェクトを組み商品化にあたることによって、他に類をみないスープにすることが可能だと考える。

『就農者育成・農家経営安定化の仕組みづくり』に関しては、農作物栽培だけでなく、食品加工、営業・販売、流通、顧客サービス等サプライチェーンのノウハウを吸収することが可能で、広く「農」に係る人材を育成することができる。

#### ◆市場性

野菜不足の解消法として、手軽に広く野菜を摂取する方法となることから、食に関する意識の高い消費者の需要が見込めると考える。

#### ◆販路

当社の強みともなっている、既存取引先のカatalogハウスや百貨店に加えて健康志向によりメニューの差別化を図っている飲食店や、品揃えにテーマを持った小売店へと拡大していく。



【スープ試作品】  
エキススープ  
ミックススープA・B

### 地域資源における関係事業者との連携

就農支援機構である地域農業改良普及センターとの連携をとりながら新規就農者育成と確保、また地元賛同農家とも協力して農家経営の安定化を図り、地域の農業基盤の維持・拡大を目指し、地域活性化に貢献していく。