



だいきち

大吉商店株式会社  
大吉畜産株式会社  
大吉牧場  
代表取締役社長 永谷武久

## ご挨拶

肉牛



### ■大吉商店株式会社 永谷武久／代表取締役

1896年創業、125年以上の伝統を誇る近江牛一筋の専門店・「大吉商店」4代目。

曾祖父が目指していた近江牛をお届けしたいと生産から加工・販売・レストランにいたるまで一貫した体制で近江牛をお届けしています。

大吉商店は高島市に本店を含め3店舗、大津市に1店舗、京都市に2店舗を持ち、精肉および飲食業を行っている会社で、畜産業も営み、スタッフは50名前後になります。

業務としては主に、精肉の小売販売や全国の百貨店等に販売することを主力に、更には近江牛加工品を製造・販売しています。

### ■近江牛とは

日本三大和牛が松坂牛・神戸牛・近江牛。

その中で最も歴史が古く、滋賀の豊かな自然と恵まれた風土のなかで生まれ、受け継がれてきたのが近江牛です。

近江牛の特徴はなんといっても、きめ細かい“かのこ”（霜降り）と、そこから表現される肉質の柔らかさです。ツヤのある上質な霜降りは熱を加えたとろけ出し、なんともいえない特有の香りと甘さを醸し出し、とろけるような旨味と食感をつくりだします。

### ■だいきちの近江牛とは

大吉では伝統の味「近江牛」を今も大切に受け継いでいます。

日本一の琵琶湖に1/3の水源を豊富に供給する地元の高島市の牧場は、里山の豊かな自然の中に囲まれて育てています。

血統にこだわり、天然素材を用いた飼料や、牧草、わらを、成長に応じて与えることで、健康的に育ちよく、近江牛の生産を実現しています。

## 経営理念・行動指針

---

### 1. 経営理念

全従業員の物心両面の幸せの追求と同時に、事業を通じて、社会に貢献する

### 2. 行動指針 社是

人に、味に誠を尽くす

「致良知」

# だいきち

## 近江牛を育てた人々がいた。



図1 創業者大吉と明治期店舗

### 「一枚の写真からの物語り」

一枚の写真が古い店舗の奥棚から見つかりました。昔のお店の写真で、創業者永谷大吉の写真でした。この写真は今の全ての大吉商店の「形」が凝縮された一枚でした。順にご紹介します。

大吉商店は、永谷大吉（通称だいきちじいさん）が牛馬商として明治29年創業して以来、一貫して近江牛に携わってきました。

当時の仕入れ簿（図3）には、但馬まで牛の買い付けに行ったことが記されています。当然、昔のことですから、徒歩による牛の移送は大変だったと思われます。当時の牛は通常農作業のパートナーとして農家の人々が育てていました。

当時の通行証札（図4）や化粧回し（図2）などが今も残されています。

左の写真（図1）は明治時代の店舗前での永谷大吉と但馬の血統牛が写っています。店舗には「めん肉」の看板が置いてあり、昔から雌牛にこだわり、但馬牛の血統にこだわっていたことがよくわかります。

昔は牛肉の価格が、決められた価格で売っていました。今のような100g表示ではなく、貫目表示（3.75kg）でした。ロースも一等、二等といった区別で販売しておりました。（図5）

ハカリ（図7）も下のようなハカリを使用し、冷蔵庫（図8）も氷で冷やすものでした。

下の店舗（図6）は大正期の店舗です。



図3 仕入簿



図4 昔の牛肉行商札



図5 昔の価格表



図2 化粧回し



図7 錘で量っていた昔のハカリ



図8 氷を入れて冷やした昔の冷蔵庫



図6 大正期店舗



## 6次化経営

### 3つのグループカンパニーでの6次化経営

近江牛

6次化産業

1 マーケットに直結した部門 「大吉商店」

2 農業とのコラボ部門 「農業生産法人 大吉畜産株式会社」

3 畜産業 「大吉牧場」

#### 1次産業

第1次産業は、農業・林業・水産業など、自然から資源を採取する産業のことを指す。

#### 2次産業

第2次産業は、1次産業が自然から採取した資源を、加工・生産すること。鉱工業や製造業、建設業などが属しており、それらに従事する工場労働者の多くが青い作業服を着ていたことから、ブルーカラーとも呼ばれる。

#### 3次産業

第3次産業は、流通・販売など目に見えないサービスや情報の生産を行う産業。金融、保険、卸売り、小売、サービス業、情報通信業などが属する。第3次産業の労働者はシャツとスーツを着用しているため、ブルーカラーに対してホワイトカラーと呼ばれている。

6次産業とは、1次から3次までの各産業の一体化を図ること。「6」という数字は、「1次産業×2次産業×3次産業」というかけ算が由来になっている。農林漁業者が、採取した生産物を自ら加工し、販売まで手がけることで、豊かな資源にさらなる付加価値を生み出しているという取り組みである。

## 6次化経営化計画

### 3つのグループカンパニーでの6次化経営計画

#### 6次化進化論

田舎の産業を拡大していくには、横に広がり規模を拡大→「横進化」

歴史・文化を掘り下げての展開・拡大を物語化→「縦進化」

縦進化と横進化を両方を合体して行う拡大→「立体進化」

近江牛

6次化産業

1 マーケットに直結した部門「大吉商店」

2 農業とのコラボ部門「農業生産法人 大吉畜産株式会社」

3 畜産業「大吉牧場」

6次化進化論のポイント 「売上=取引先×単価」

コンセプトづくり → 未来の組織を考える

商品化計画 → プレミア化による単価あげる動き

販売計画 → 場所・取引先 → 点数を増やす戦略

経営のしくみ図

①組織と役割

◆グループの組織

部	課	グループ	組織コード	
営業統括部	営業課	チャンネル別販売	25A110	
			25A130	
	小売課	本店	25A141	
		平和堂安曇川店	25A142	
		大津店	25A144	
		京都高島屋店	25A145	
	飲食課	大津店	25A151	
		京都 祇園 だいきち店	25A152	
	製造部	生産管理課	カフェ大津店	25A210
		第1製造課		25A220
第2製造課			25A230	
経営管理課	経営管理課		25A310	
	品質管理課		25A320	
畜産部	畜産課	大吉畜産	25K100	
		大吉牧場	25K200	

## 1次産業 大吉牧場





## 2018近江牛グランプリ枝肉共進会 グランプリ獲得！

バラの厚さやロース芯の面積、肉や脂肪の色のきめ細やかさ、重量などが審査項目となっており、表彰式に続いて行われた競りでは、同じ最高級のA5ランクの枝肉が2,209～3,371円/kgで落札される中、よしひめの枝肉は5,969円/kgで競り落とされた。





The image shows a screenshot of a Yahoo! News article. At the top, the Yahoo! Japan logo and user information are visible. The article title is "昼食は明石ダイや近江牛 G7首脳ら京都老舗料亭の味堪能" (Lunch with Akashi Daidai and Niigata Wagyu, G7 leaders enjoy the taste of a Kyoto old restaurant). The article text describes a lunch event for G7 leaders at a restaurant in Kyoto, highlighting the use of local ingredients like Akashi Daidai and Niigata Wagyu. A photo of the lunch menu is included. The article is attributed to KYODO and dated May 20th.

YAHOO! ニュース JAPAN dai\*\*\*\*\* 新規登録 最大半額クーポンが属しています

キーワードを入力 | Q

トップ 速報 ライブ 朝刊 オリジナル みんなの意見 ランキング

主要 国内 国際 経済 エンタメ スポーツ IT 科学 ライフ 地域

### 昼食は明石ダイや近江牛 G7首脳ら京都老舗料亭の味堪能

5/20(土) 19:08 配信 7

**KYODO**

外務省は20日、先進7カ国首脳会議（G7広島サミット）2日目となる同日の昼食会で各国首脳らに振る舞われたメニューを発表した。エビやアナゴなどを使った色鮮やかな八寸から始まり、明石ダイの昆布締めや長崎県産のアマダイを使ったわん物、近江牛の焼き物や愛らしい手まりずしなど和食のコースだった。

20日の昼食会で各国首脳らに振る舞われた、日本各地の食材を使った和食のコース

京都市の料亭「菊乃井」主人の村田吉弘さんが広島市の主会場のホテルに出向き、料理人を務めた。首脳らは日本各地の食材を使った老舗の味を堪能した。

広島県産の梅酒や日本酒のほか、山梨県甲州市の白百合醸造のワインも提供された。

伝統の味「近江牛」を今に受け継ぐ「だいきち」

# 広島G7サミットにて

# だいきちの近江牛が

# 供されました。

5月に開催された先進7カ国首脳会議の  
ワーキング・ランチで「だいきちの近江牛」を  
各国首脳が堪能。

## 2次産業 ブッチャー(肉屋)としての歩み 3次産業 レストラン

現在大吉商店では、精肉店3店舗、レストラン2店舗を運営しており、エリアは滋賀と京都に店舗を構えております。  
また、近江牛の生産牧場が地元高島に2つございます。



だいきち本店



平和堂あどがわ店



京都祇園店



大津店



京都高島屋店





近江牛ローストビーフ



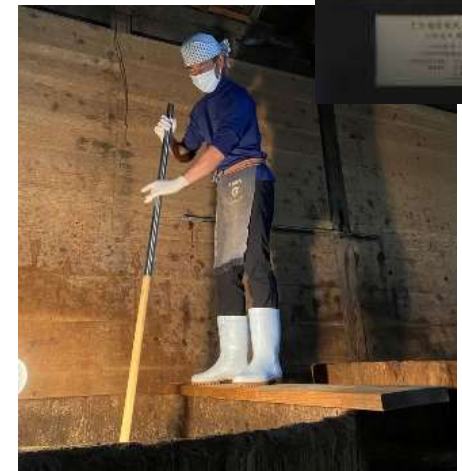
モンドセレクション 7年連続最高金賞受賞  
Monde selection  
Received the Grand Gold Award for 7  
consecutive years



天然醤油漬け込み&焼き上げ  
Marinated in natural soy sauce & grilled



iTi(国際味研究所)  
最高三ツ星受賞  
iTi (International Taste Institute)  
Best three-star award



■天然2年醸造醤油  
■Natural two-year brewed soy sauce

## 近江牛の輸出

和牛は日本固有の品種で、わが国の財産です。霜降りとおいしさが世界中の方々に評価されています。大吉商店では、10年前より香港などのアジア圏を中心に「近江牛」の輸出事業を行っております。

「和牛が世界に通用する」

## レストランフェア



## 百貨店フェア



# 3次産業 飲食店 和牛会席について



# No.2 Presentation

## 近江牛とだいきちのこだわり

日本三大和牛「近江牛」  
日本最古のブランド「近江牛」





## 近江牛をめぐる歴史

江戸時代	1590年	天正18年	豊臣秀吉の小田原攻略の折、高山右近が牛肉を蒲生氏郷と細川忠興に振る舞う
	1687年	元禄年間	彦根藩で牛肉の味噌漬けを考案 <b>「反本丸（へんぽんがん）」</b> と称する
	1771年	安永年間	彦根牛肉を諸侯に振る舞う
	1781年	天明年間	彦根藩で牛肉の味噌漬けを將軍家者に献上する
	1788年	寛正年間	彦根藩で <b>乾燥牛肉製法</b> を始め、將軍家者に献上する
	1848年	嘉永年間	蒲生郡内において、尾州藩士の指導で牛の肥育がはじまる
	1853年	安政年間	彦根魚屋町の勘治が、彦根牛の看板をあげ江戸で開業する 井伊直弼は殺生禁断のため水戸斉昭に恒例の牛肉献上を中止する
1866年	慶応年間	江州彦根産の牛肉が薬用として売られ <b>「牛鍋屋」</b> が開業される	

明治時代	1869年	明治2年	県内から <b>陸路</b> で17~18日間を要し横浜まで牛を追い、外国人との直接取引が始まる
	1877年	明治10年	逢坂、武佐、大町、豊郷、今津と場で日々50頭のと畜が行われる
	1879年	明治12年	竹中久次が東京に進出し、牛肉卸売小売業「米久」を開業。 江州産を中心に1日40頭と畜される
	1882年	明治15年	神戸港から <b>海運</b> により牛を東京に出荷する
	1884年	明治17年	四日市港から海運により牛を東京に出荷する
	1887年	明治20年	と殺条例が制定。東京府下のと畜数は2万頭（産地別内訳は近江33%、摂津32%、播州11%、伊勢7%）
	1890年	明治23年	前年の <b>東海道本線開通</b> により、八幡駅より牛の輸送が始まる
	1892年	明治25年	朝鮮半島より牛疫が伝播し、生牛の輸送が禁止される
	1907年	明治40年	近江牛育ての親の西居庄蔵翁が蒲生郡牛馬商組合を設立する
	1910年	明治43年	家畜市場法の制定交付により県内家畜市場改組、草津、八日市、貴生川の市場整備される
1911年	明治44年	常設家畜市場開設される（草津・貴生川・湖東・八日市・瀬田・野洲・西押立・木之本）	

大正・昭和・平成時代	1906年	大正3年	東京上野公園で全国家畜博覧会開催、蒲生郡の牛が優等1位となる
	1932年	<b>昭和6年</b>	県立種畜場が野洲町市三宅に設置される
	1935年	昭和10年	東京芝浦家畜市場の共進会で蒲生郡の牛が優等3位となる
	1942年	昭和17年	役肉用種牝牛貸付規定により、和牛飼育を奨励する
	1948年	昭和23年	滋賀県に畜産課が新設される
	1951年	昭和26年	近江肉牛協会が設置される
	1952年	昭和27年	近畿東海北陸連合肉牛共進会（第1回）が開催される
	1954年	昭和29年	日本橋・白木屋で近江牛の <b>大宣伝会</b> が開催される
	1959年	昭和34年	和牛生産団地育成事業、肉畜団地設置事業等により肉用牛の生産を図る
	1962年	昭和37年	滋賀県家畜商業協同組合が設立される
1966年	昭和41年	株式会社「滋賀食肉地方卸売市場」が設立される	
1991年	平成3年	牛肉が輸入自由化となる	



### 近江牛のブランドは400年前かに伝わる

近江牛のブランドは400年前より伝わるブランド、日本最古のブランドになります。

### 近江牛の伝統料理

#### 味噌漬け返本丸

牛肉を味噌につけ、焼き上げたものを薬喰いとして將軍家に献上していた

### 「寒」の干牛肉

江戸時代、彦根藩では牛肉を乾燥させていたという記録が残っています。「寒」干牛肉として薬用に食されていたそうです







## 牛について

### 近江牛のセリ(宮崎県・小林市場編)



### 近江牛のセリ(兵庫県・但馬市場編)



## 近江だいきち牛



エサ



藁



一日で食べる  
藁の量  
発酵飼料(炊き餌)



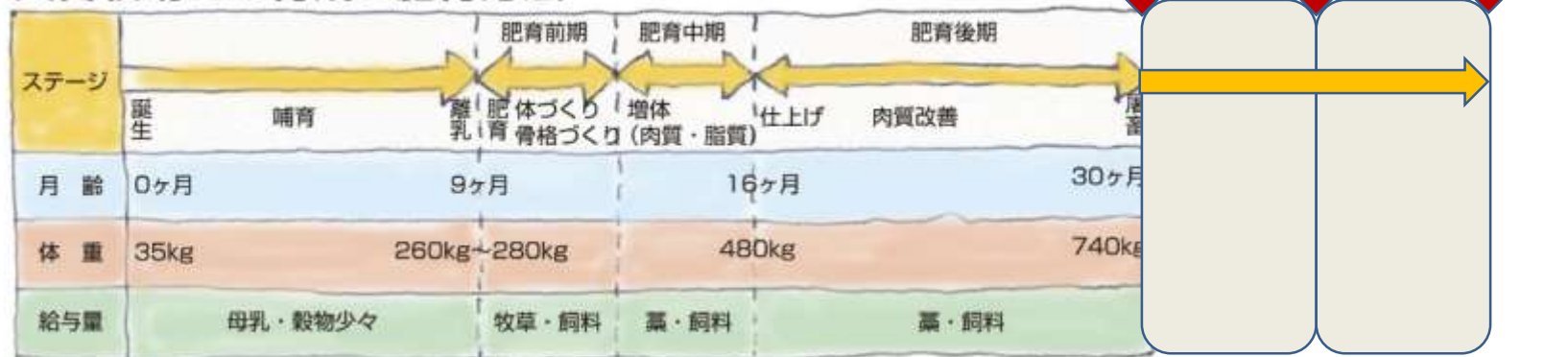
地下水



反芻



### 大吉牧場での育成と肥育方法



## 近江だいきち牛



大吉前期スペシャル



大吉後期スペシャル



大麦



大豆皮



とうもろこし



ふすま



大豆カス



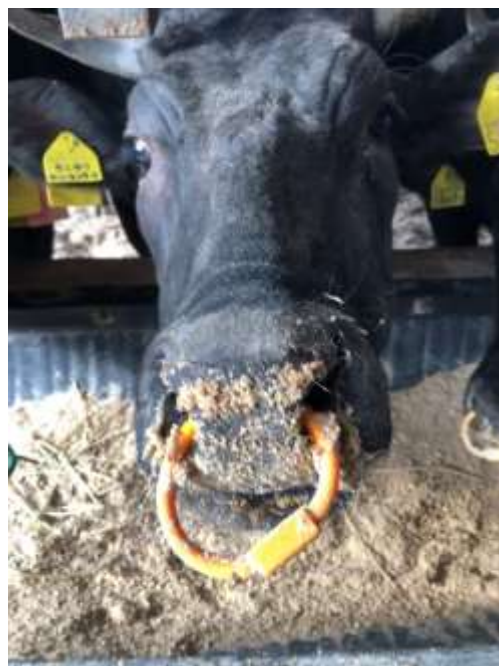
『近江の水』  
牧場のふもとにある  
熊野神社。自然に囲  
まれた境内横には、  
安曇川の支流らしき  
清らかな小川があり  
ます。その上に位置  
する大吉牧場。地下  
70mから汲み上げる  
天然地下水を牛さん  
は毎日飲んでいます。



『秋葉の水』  
高島のわき水は昔から地  
区の生活用水として大切  
に使われてきました。

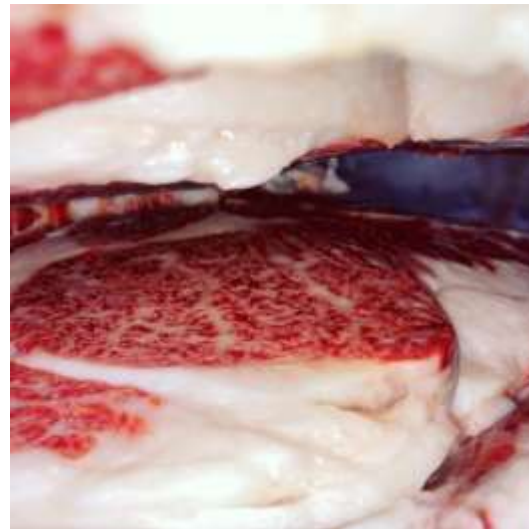


近江牛の餌(炊きエサ)





# 大吉の近江牛



## 融点



	但馬産の子牛 近江牛	宮崎産但馬の子牛 近江牛	熊本産の子牛 近江牛	去勢 近江牛	去勢 黒毛和種
性別	メス	メス	メス	去勢	去勢
月齢	40ヶ月	30～33ヵ月	28～30ヶ月	28～29ヶ月	28～29ヶ月
融点温度	9.5℃	14.6℃	17.1℃	22℃	25℃

## 小さし編

### 小ザシの数値化、始めました

#### 小ザシの肉は美味しい？

小ザシの方が、粗脂肪が少なく、粗タンパクが多いことが分かっています（図1）。

粗タンパク含量が多いと、「うま味」に関与するアミノ酸が増えるため、小ザシの牛肉を目指すことは、**美味しい牛肉の生産**につながります。



表 A及びBにおける脂肪酸並びに牛肉中の主な成分

	オレイン酸	粗脂肪	粗タンパク	水分
A (小ザシ)	55.8	35.3	15.3	48.6
B (粗ザシ)	54.9	64.0	7.3	28.4

図1 小ザシと粗ザシの成分比較

出典：新たな和牛肉の価値観の構築へ  
(社団法人全国肉用牛振興基金協会)

#### ロース部の小ザシを数値化！

枝肉の断面を撮影することで、ロース部の小ザシを数値化します。

同じ脂肪交雑（BMS）12の牛でも、**脂肪の形状によって、小ザシの指標である、新細かさ指数（NFI）が大きく異なります**（図2）。

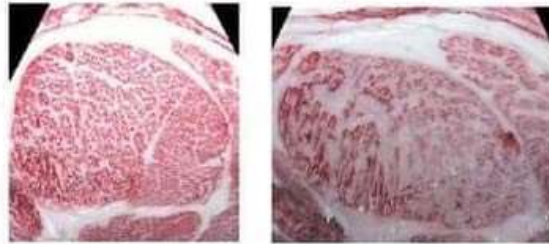


図2 BMS12の枝肉のNFI比較

BMS12の平均NFIは107で、この数字を上回ると小ザシであると言えます（表1）。

#### 今後の予定

令和6年度は、下記研究会・共励会でNFIを測定し、公表する予定です。今後のNFIの活用については、関係団体等と協議していきます。

- 7月5日 いわちく枝肉研究会（本日）
- 11月9日 県共進会肉牛の部
- 1月21日 いわて牛枝肉共励会

表1 BMSごとのNFIの平均及び最大最小値

BMS	データ数	平均NFI	最大値	最小値
8	128	89.9	125.0	49.7
9	141	95.6	132.6	45.3
10	113	99.0	138.6	60.0
11	98	102.5	140.6	58.4
12	172	107.0	154.4	59.9

【担当】 岩手県農林水産部畜産課 熊谷 (019-629-5721)  
岩手県農業研究センター畜産研究所 山形 (019-688-7315)

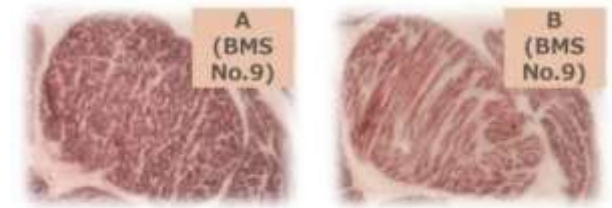


表 A及びBにおける脂肪酸並びに牛肉中の主な成分

	オレイン酸	粗脂肪	粗タンパク	水分
A (小ザシ)	55.8	35.3	15.3	48.6
B (粗ザシ)	54.9	64.0	7.3	28.4

- いいね!
- コメントする
- 送信
- シェア

### 小ザシの数値化、始めました

#### 小ザシの肉は美味しい？

小ザシの方が、粗脂肪が少なく、粗タンパクが多いことが分かっています（図1）。

#### ロース部の小ザシを数値化！

枝肉の断面を撮影することで、ロース部の小ザシを数値化します。

#### 今後の予定

令和6年度は、下記研究会・共励会でNFIを測定し、公表する予定です。今後のNFIの活用については、関係団体等と協議していきます。

- 7月5日 いわちく枝肉研究会（本日）
- 11月9日 県共進会肉牛の部
- 1月21日 いわて牛枝肉共励会

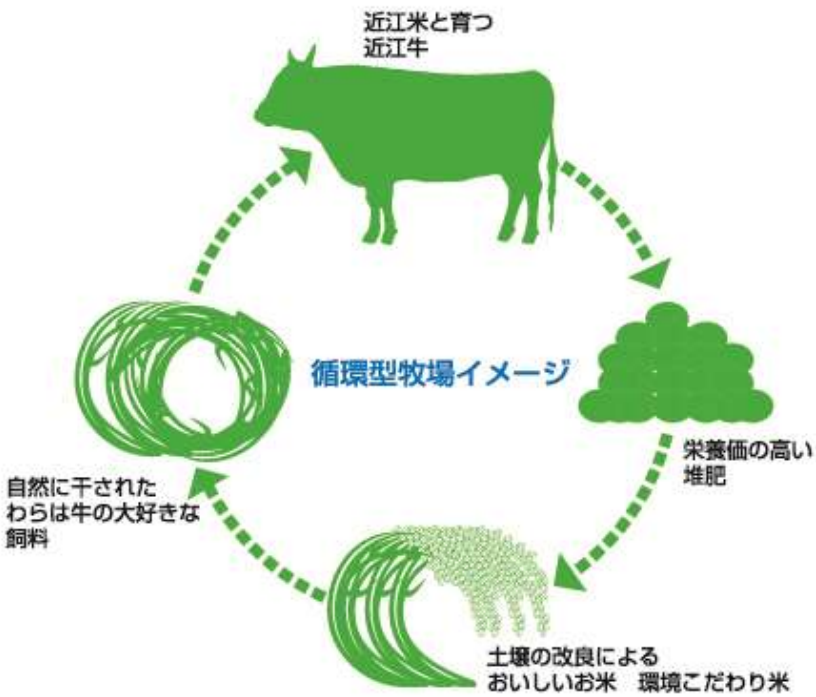


表1 BMSごとのNFIの平均及び最大最小値

BMS	データ数	平均NFI	最大値	最小値
8	128	89.9	125.0	49.7
9	141	95.6	132.6	45.3
10	113	99.0	138.6	60.0
11	98	102.5	140.6	58.4
12	172	107.0	154.4	59.9

【担当】 岩手県農林水産部畜産課 熊谷 (019-629-5721)  
岩手県農業研究センター畜産研究所 山形 (019-688-7315)

## 近江だいきち牛



大吉牧場の堆肥



堆肥まき



稲の成長



稲の収穫



No.2 Presentation  
近江牛とだいきちのこだわりと  
ストーリーテラーになる夢

## 進化論とは

### 1次産業

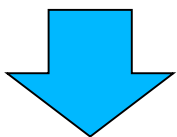
第1次産業は、農業・林業・水産業など、自然から資源を採取する産業のことを指す。

### 2次産業

第2次産業は、1次産業が自然から採取した資源を、加工・生産すること。鉱工業や製造業、建設業などが属しており、それらに従事する工場労働者の多くが青い作業服を着ていたことから、ブルーカラーとも呼ばれる。

### 3次産業

第3次産業は、流通・販売など目に見えないサービスや情報の生産を行う産業。金融、保険、卸売り、小売、サービス業、情報通信業などが属する。第3次産業の労働者はシャツとスーツを着用しているため、ブルーカラーに対してホワイトカラーと呼ばれている。



## 6次化進化論

田舎の産業を拡大していくには、横に広がり規模を拡大→「横進化」

歴史・文化を掘り下げたの展開・拡大を物語化→「縦進化」

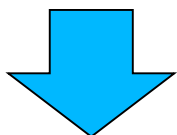
縦進化と横進化を両方を合体して行う拡大→「立体進化」

6次化進化論のポイント 「売上=取引先×単価」

コンセプトづくり → 未来の組織を考える

商品化計画 → プレミア化による単価あげる動き

販売計画 → 場所・取引先 → 点数を増やす戦略



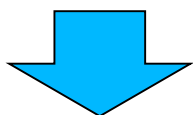
## ストーリーテラーになる

# 第1弾 ローストビーフ

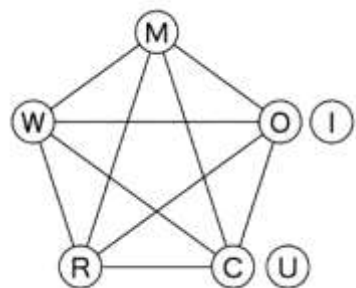


モンドセレクション 7年連続最高金賞受賞  
Monde selection  
Received the Grand Gold Award for 7 consecutive years

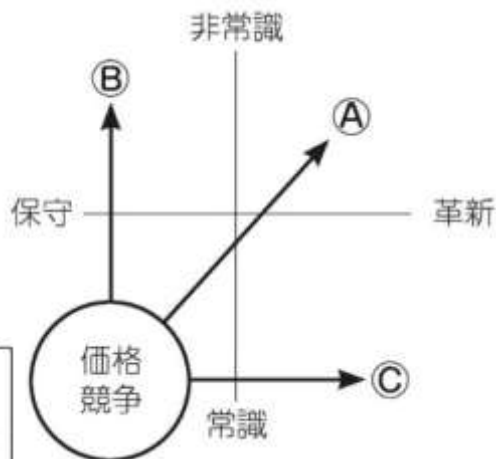
父の作ったクリスマスだけの商品



文化、歴史から学ぶ  
深掘りの「縦進化」



- 顧客分類
- M：メーカー
  - W：ホールセラー（卸売）
  - R：リテラー（小売）
  - C：カスタマー
  - U：ユーザー
  - O：オピニオンリーダー
  - I：影響者

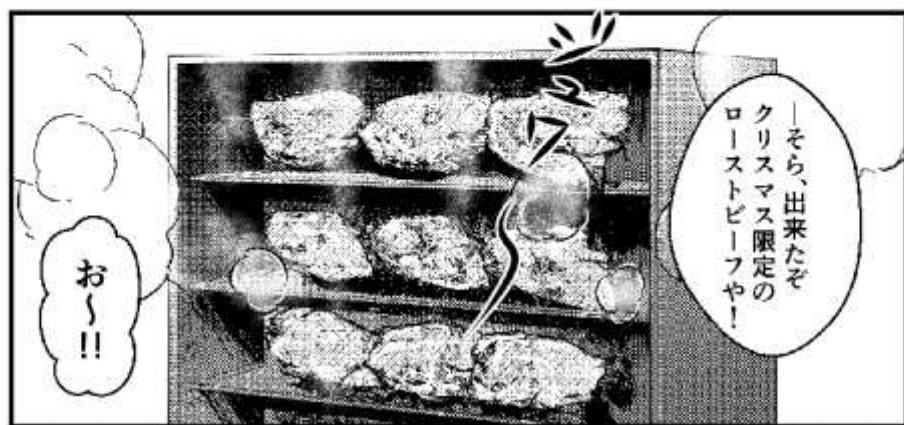


iTi (国際味研究所)  
最高三ツ星受賞  
iTi (International Taste Institute)  
Best three-star award



■天然2年醸造醤油  
■Natural two-year brewed soy sauce

# 近江牛一筋 だいきちものがたり

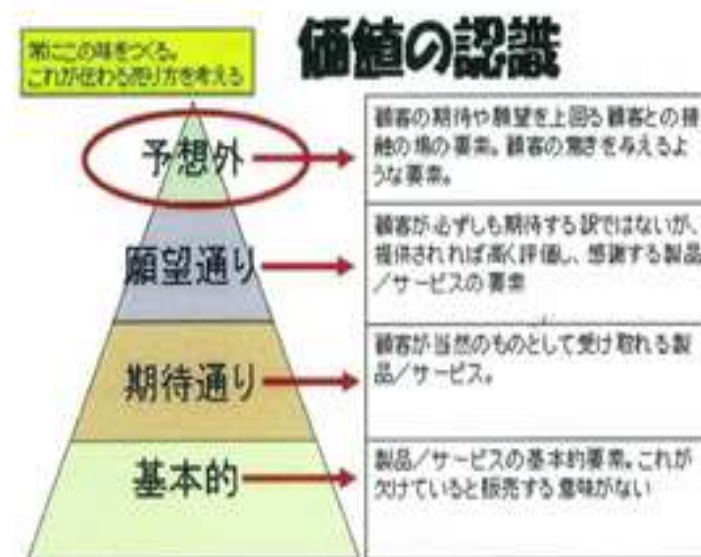




## 商品化計画

「人生・仕事の結果＝考え方×熱意×能力」

プレミアム品質化計画 「感動を生み出す」「専門性の追求」「品質の追求」



### ■成熟消費社会への突破口として「プレミアム」というキーワード

- ・大量消費・大量生産という思想を根本から覆すまったく異なった展開としての「プレミアム」の存在
- ・使い捨て・安売り・投げ売りといった未熟な生産・消費社会から、本当の良いものを選び、大切に消費しながら、真の豊かさを提供できる

# 世界一の常識とは

## 世界一のステーキ

### 『世界No.1のステーキとの出会い スペインのホセ・ゴードン氏』

#### ステーキ・レボリューション

ステーキ・レボリューション監督: [フランク・リビエラ氏](#)

世界で一番美味しいステーキを探すために、全世界20カ国、200を超えるステーキハウスをめぐって旅したステーキ・ドキュメンタリー映画『ステーキ・レボリューション』は、美食の街サン・セバスチャンで行われた第62回サン・セバスチャン国際映画祭(2014)キュリナリー部門(食・ガストロミーをテーマとした作品)に正式出品され、世界中の美食家の話題をさらった、まさに究極の肉メンタリー！まるで映画と一緒に世界旅行しているかのような気分を味わうことができる、ステーキをおいしく食べるための食前ムービーです！



フランク氏と inフランス



ホセ氏と inスペイン



## 世界一から見る景色とは



ホセゴードン氏お奨めのメニュー。

愛情を持って長年育てた肉を美味しく熟成させて、いろいろと少しずつ。

10年育てた肉は100日熟成で、また180日熟成の肉もあり。

1. Cecina Premium elaborada con diferentes músculos.  
(牛の生ハム 数種 = 様々な筋肉)
2. Carpaccio de entrecot madurado 180 días.  
(180日の熟成肉のカルパッチョ)
3. Morcilla de buey. (牛のブラッドソーセージ)
4. Lengua curada de buey. (牛タン塩漬)
5. Steak tartar. (タルタルステーキ)
6. Intentaremos disponer de productos de temporada para que puedan servir de guarnición así como diferentes en saladas. (季節の付け合わせかサラダ)
7. Le podemos ofrecer una degustación de diferentes razas de buey Premium con diferentes maduraciones y también vaca para que puedan comparar.  
(様々な牛の様々な熟成度のお肉)
8. Postres hechos en casa. Si quiere tenerlo cerrado y que no tengan que elegir aquí nos dice. (自家製デザート)

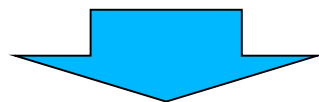


1番を知ること、スピードを持って近づく事ができる「進化」

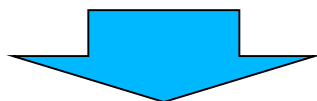


進化とは

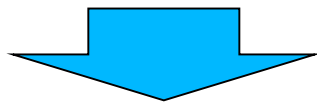
輸出事業にて世界を知る！



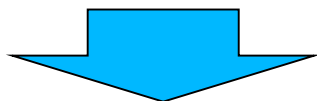
香港・シンガポール・タイ・マレーシア・台湾・フィリピン・  
オーストラリア・チェコ・イタリア・フランスの10か国



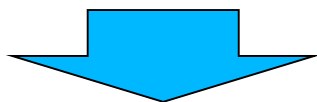
日本の常識！



違いを知る！



世界の中で何が正しいのかを考え直す！

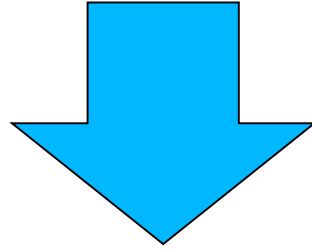


領域により考え方は進化する！

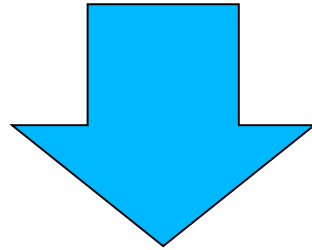
シンガポール② ~大吉の近江牛は世界に通用するのか~



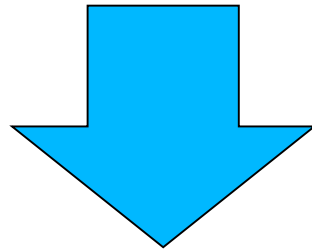
何を語るか！ 何を証明するか！



常識を壊してくれる「**出会いに感謝**」



生まれるものの偶然と必然の「**楽しさ！**」、「**味わい！**」



**【実現の喜び】**

自分のストーリーを語る

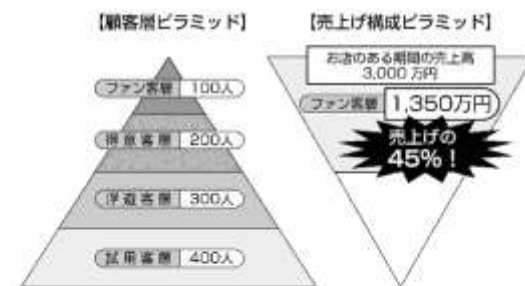
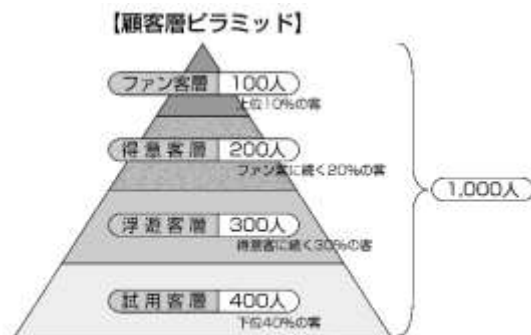
経営フィロソフィ

「常に創造的な仕事をする」

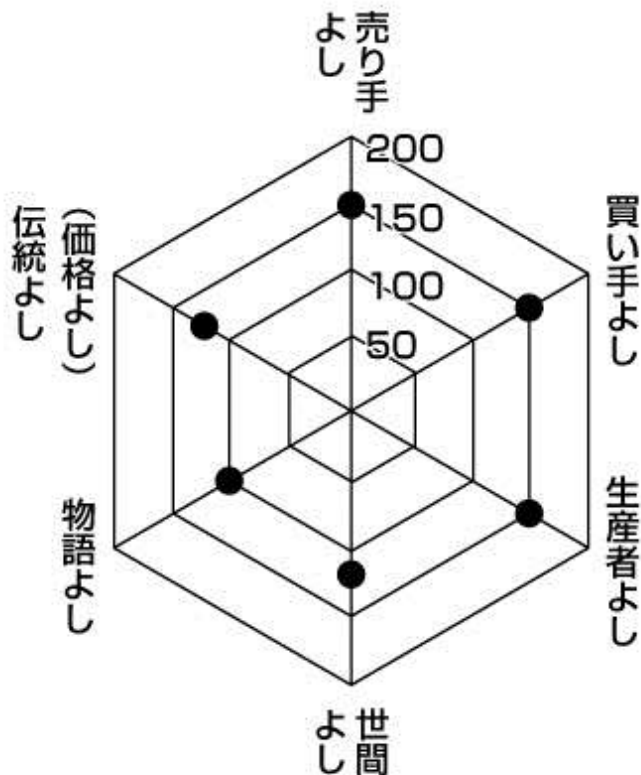
キーワード 今日よりは明日、明日よりは明後日と、常に改良改善を絶え間なく続ける。創意工夫を重ねるプレミアを生み出す。売り方をニッチ市場に。市場を掘り当てる、続けていく。

市場をつくる、需要をつくる

市場の創造、需要の創造、商品の創造、技術の創造の4つの創造を繰り返してきた。



新六方よし



売り手よし  
買い手よし

地域の風土（テロワール）を活かした近江牛の生産から海外販売を自社で行い「地産外商」に成功している。

生産者よし  
物語よし

JGAP・生産段階を3つの工程に分けブランディングし、農業によるSDGsを行い持続可能な事業にして、未来につないでいるが、まだ伝えられていない。

世間よし  
伝統よし  
(価格よし)

ファンづくりを行いながら独自のマーケットをつくり、地域の課題を解決しながら事業を発展させている。

わずか10%のファン客層で売上げの約半分を占めている！





ご清聴ありがとうございました。