

(平成 22 年度版)

内子フレッシュパークからり

研修資料

果樂里「果物を楽しむ里」

香樂里「香りを楽しむ」

花樂里「花を楽しむ里」

加樂里「加工することを楽しむ里」

そしてカラリとした晴れ晴れした気分

カラリとしたすがすがしい時間

カラリとした爽やかな出会いを

楽しむという願いを込めています

株式会社内子フレッシュパークからり

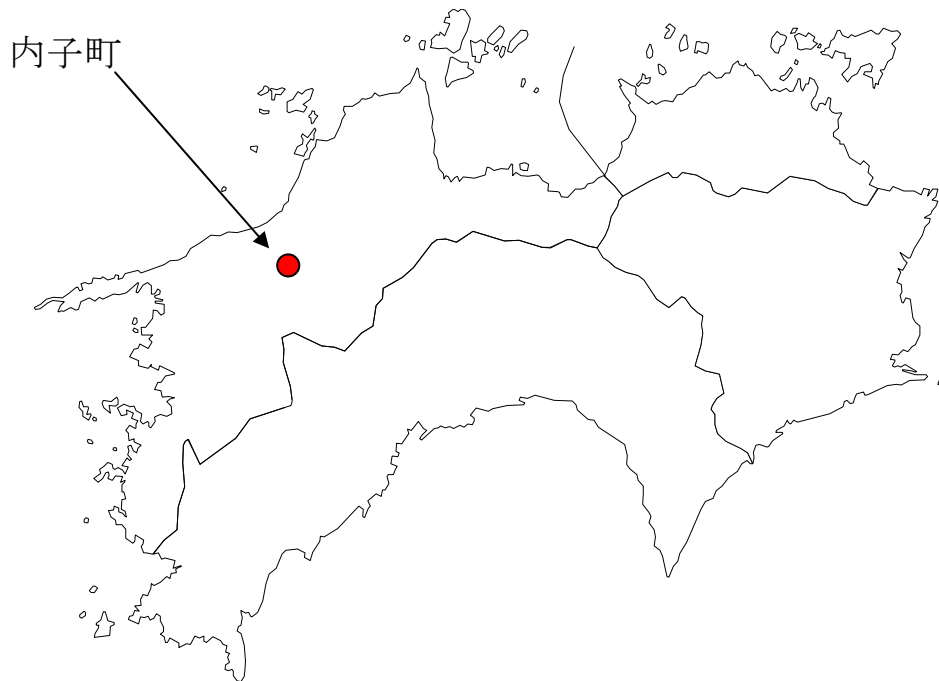
愛媛県喜多郡内子町内子2452番地

Tel 0893-43-1122

Fax 0893-44-5838

URL <http://www.karari.jp>

E-mail karari@cnw.ne.jp



注：平成17年1月に内子町・五十崎町・小田町が合併し、「内子町」が誕生しました。

I 取り組みの経緯

1) 新しい農業の芽生え

内子町では、昭和50年頃から国道沿線で、果樹の露天販売や観光農園に取り組む農家が現れ始めた。そして、町並み保存が全国的に注目を浴び始めた昭和56年頃から、観光と農業振興のあり方が検討され、ぶどう生産者を中心に本格的な観光農業の取り組みが始まった。

内子町の農業にはマイナス要因として中山間地域農業に共通する脆弱な生産基盤と高齢化問題ポスト葉たばこ対策等があり、反面、プラス要因として知名度の高さと落葉果樹に適した生産条件がある。そこ

で、マイナス要因には対抗策をプラス要因には活用策を勘案して農業活性化の方向を考え、農産物のブランド化、農産物の地域内循環、さらには農村女性の自立に中山間地農業の活路を見出そうと「知的農村塾」活動等での新たな模索が始まった。

2) フルーツパーク基本構想

農産物の輸入自由化、担い手の高齢化、農産物価格の低迷など農業が閉塞的な状況に陥る中で、観光農業の成功は、農産物の販路の転換として独自の販路開拓に対する期待を高めた。

そこで、内子町は、平成4年に「フルーツパーク構想・基本計画」を策定し、内子町産農産物のイメージアップ、農家経営の安定、農業関連産業の創出を計画した。基本的には①農業にサービス業的視点を取り入れ、農業の総合産業化を進める。②グリーンツーリズムなど都市と農村の交流を図る。③農業の情報化、農業情報の利活用を図る。の3点が柱となっている。

内子町では、この計画をもとに、それから2年間に渡り、学習会・座談会を開催し、農業者の合意形成と参加意欲の醸成を図っていった。

3) 産直トレーニング施設誕生

平成6年7月、特産物直売所の実験施設として「内の子市場」を開設し、産直のトレーニングを開始した。開設当初は、価格の設定・品揃え・消費者との対応等に戸惑いを見せていた農家も、消費者の反響に支えられ売上げも順調に推移していったが、出荷・引き取り・精算など直売所運営上の様々な課題が生じてきた。主な課題は次のとおりである。

- ①生産者名を明らかにしたい
- ②正確・迅速な精算をしたい
- ③残品の情報が欲しい
- ④直売所の販売情報が欲しい

以上の産直実験施設で生じた課題が情報ネットワーク「からりネット」導入の動機となった。

また、人材育成の場として「内の子市場」は、大きな貢献をしている。それは募集して集まった70人余りの農家（半数は女性）の団結力が生まれたことである。直売所は不確定要素の集合で、なかなか思うように売れない。売り方を全員が考え、実践するうちに直売の難しさ、おもしろさを感じるようになった。この内の子市場時代に70数人の連帯感と真面目な取り組みが、現在の会員430人の元になっていった。

4) からり直売所出荷者運営協議会の誕生

実験施設「内の子市場」を開設にあわせあて、平成6年7月23日に「からり直売所出荷者運営協議会」が誕生した。会員からの運営委員を選出し計画的に事業運営を行ったが、当初は営業よりは組織や人材育成を優先した。これは導入期の合意形成に成果を上げ自発的な組織運営の気運を醸成した。

5) からりネットの整備・補完

実験施設「内の子市場」でのPOSによる販売管理や情報ネットワークの必要性から施設整備にあわせて平成7年度、11年度、14年に情報系の事業を導入した。特に、「からりネット」は、専用の農業情報端末（多機能ファックス）から一般のファックスや電話音声、携帯電話に利用幅が拡大し、直売所レジと農家の繋がりや所得の向上に寄与した。

6) 住民が支える「からり」

「内子フレッシュパークからり」は、町内の農家だけでなく町民・消費者からも期待を集める施設に成長している。ここでは、「特産物直売所」、「パン工房・薫製工房・シャーベット工房・アグリ加工場などの農産物加工施設」、「レストランからり・あぐり亭などの飲食施設」の3施設が有機的な連携を図りながら、集客力を高め、内子町農業の3・5次産業化と地域の活性化が実践されている。

これらの施設は、「株式会社内子フレッシュパークからり」が指定管理者として施設運用し経営を行っている。会社の出資割合が内子町50%、残りをと多くの町民が出資している第三セクターである。平成9年4月に資本金2000万円で創立したが、ほとんどの株式会社形式の第三セクターが行政と農林漁

業団体、商工団体等による発起設立が多いなか、内子町では、あえて広く住民に出資を呼びかけ1株ずつ持ってもらい募集設立を行った。その後、平成12年12月には、2000万円を増資したが、内子町には1000万円の出資を、残りの1000万円は第三者割当による新株を発行し、同様の方法で平成16年11月にも1800万円増資を行った。平成19年1月には、第三者割当により1200万円増資を行い現在の資本金は7000万円、株主数は677人となっている。この募集設立や1株ずつの第三者割当増資は、募集、申込、割当、株券発行、総会等の事務量は多くなったが、株主である住民と会社の繋がりを強化する効果がある。株主総会では会社経営について建設的な意見が飛び交い、直売所やレストランの株主利用率が高くなった。「株式会社内子フレッシュパークからり」は経営に住民が関心を持ち、住民が経営を支えているのである。

取り組みの経緯（受賞歴含む）

1986年1月	内子町知的農村塾開講（以後毎年実施）
1992年10月	内子フルーツパーク基本構想策定
1993年11月～	フルーツパーク集落説明会（合意形成）延べ50回
1994年7月	産直実験施設「内の子市場」開設
1996年5月	特産物直売所、情報センターオープン、からりネット始動
1996年9月	第3セクター創立準備研究会発足
1997年2月	株式募集開始（169株募集：申し込み455株）
1997年3月	（株）内子フレッシュパークからり創立総会
1997年4月	（株）内子フレッシュパークからり設立（資本金2,000万円）
1997年6月	レストランオープン
1998年3月	農畜産物処理加工施設完成（パン、薫製等）
1999年12月	（株）内子フレッシュパークからり増資（2,000万円）
2000年3月	農業構造改善地区表彰農林水産大臣賞受賞（交流部門）
2001年7月	農畜産物処理加工施設完成（アグリベンチャー21）
2002年7月	全国農業コンクール名誉賞受賞
2003年3月	情報システム補完整備、からりネット拡充
2004年11月	（株）内子フレッシュパークからり増資（1,800万円）
2004年12月	日経地域情報化大賞地域活性化センター賞受賞
2005年2月	オーライ！ニッポン大賞受賞
2005年3月	トレーサビリティシステム整備
2005年3月	日本農業賞食の架け橋賞審査員特別賞受賞
2005年5月	立ち上がる農山漁村30事例に選定
2005年6月	直売所、パン工房、レストラン模様替え
2006年3月	日本農業賞特別賞受賞（集団組織の部）
2006年7月	（株）内子フレッシュパークからりが指定管理者
2007年1月	（株）内子フレッシュパークからり増資（1,200万円）
2007年2月	創業・ベンチャー国民フォーラム地域貢献賞受賞
2007年4月	愛媛銀行ふるさと振興賞受賞
2007年11月	農林水産物処理加工施設完成（加工工場）
2008年3月	都市農村交流促進施設完成（やすらぎ空間デッキ整備）
2008年7月	「農商工連携88選」認定
2008年9月	農商工等連携支援事業「内子町特別栽培農産物等認証の完熟トマトを活用した加工食品の開発・製造・販売」事業計画認定（愛媛県第1号認定）
2009年2月	「中小企業IT経営実践企業」認定
2009年3月	「ハイ・サービス日本300選」受賞

II 取り組みの現状

1) 「作るだけの農業」からの脱皮

町並み保存運動の成果から町並み保存の町としてのイメージと高品質に裏打ちされた観光農業は、消費者の需要を掘り起こし、新しいマーケットとして、今でも成長を続けている。観光農業の成功は、農業者に「作るだけの農業」から、「作り・売り・サービスする農業」の重要性を認識させた。これは「からり」の基本理念に反映され、都市農村交流と情報利用による高次元農業の推進を展開している。

2) 実績が元気の裏づけ

直売所での出荷者の平成20年度販売総額は、4億4397万円で内子町の農業総生産額（34億円）の13%を占めている。直売所での品目別販売額は、果樹が32.1%、加工品は26.6%で内子町の農産物のブランド化にも貢献するようになった。販売額別農家数は、年間売上が700万円以上の出荷者が6人と高額売上農家が増加している。販売額が1千万円を越す農家もあり、単作経営から直売所出荷型の少量多品目栽培や有機農業・自然農業を指向する農家も増えてきた。

出荷者1人当たりの平均販売額は110万円となり、300万円以上の出荷者がからり全体の約一割以上を占めている。直売所開設当初は、女性や高齢者が中心であったが、専業農家や若者の出荷者も増加しており内子町の農家の経営を支える場となっている。

表4. からり直売所販売額の推移 単位：千円

年度	販売額合計	出荷者数	1戸販売額
H 6年度	41,768	100	417
H 7年度	70,801	147	481
H 8年度	92,283	176	524
H 9年度	144,085	194	742
H 11年度	252,160	257	981
H 13年度	339,600	334	1,016
H 15年度	413,875	360	1,150
H 17年度	454,569	424	1,072
H 18年度	463,136	410	1,130
H 19年度	454,394	412	1,103
H 20年度	459,944	413	1,103
H 21年度	443,978	417	1,065

3) 消費者との交流

からり直売所出荷者運営協議会内にイベント企画委員会を組織し、毎月の農産物の旬をテーマにしたイベント、規模の大きな「からり記念祭」「からり収穫祭」を企画実行している。イベントには生産農家が全面的に関わることで都市の消費者との交流が図られている。また、農作業体験やそば打ち、うどん打ち、餅つき・かまど炊き等の体験メニューを設け、農家が指導者となり体験を通じて交流を深めている。

平成17年7月からポイントカード会員の「からりフレンド会員」を募集し、現在7500人が登録しており、優良顧客の確保と顧客本位の直売所づくりに反映している。

表5. 品目別販売額 単位：千円

品目	本年販売額	割合	昨年販売額	対前年比
果樹計	142,719	32.1%	132,874	107.4%
ぶどう	35,075	7.9%	39,745	88.3%
柿	21,931	4.9%	21,689	101.1%
梨	24,672	5.6%	22,654	108.9%
桃	16,978	3.8%	15,569	109.1%
他果樹	44,063	9.9%	33,217	132.7%
加工品計	118,121	26.6%	124,474	94.9%
菓子類	55,479	12.5%	59,078	93.9%
弁当類	40,699	9.2%	30,391	133.9%
他加工品	21,943	4.9%	35,005	62.7%
野菜類	92,990	20.9%	109,141	85.2%
花・花木	27,341	6.2%	29,937	91.3%
椎茸・山菜	39,635	8.9%	40,701	97.4%
その他	23,172	5.2%	22,817	101.6%
合計	443,978	100.0%	459,944	96.5%

4) 「食」と「農」の体験活動を展開

全国で農産物直売所が急増した要因としては、耕作放棄地対策、農業所得の補完、農村女性の自立対策、高齢者の生きがい対策など過疎化・高齢化・兼業化対策などが挙げられる。また農業の多面的機能が見直される中で、農産物直売所は都市と農村の交流拠点、農業体験など子供達の情

操教育の場としても評価されている。

からり農産物直売所は、高次元農業推進拠点として年間74万人を超える利用者がある。直売所では交流事業を積極的に実施しており定期的な交流イベントやうどん・そば打ち・パン教室・ソーセージ作り等体験教室等も継続して開催している。

小・中学生は授業の一環として、各会員が生徒を受入れ、農業体験学習を進めており、高校生や大学生には、職場体験や農業・農村体験をさせ農業・農村への認識を深めてもらっている。これら交流事業を実施することで相互理解が深まり新たな信頼関係が醸成しつつある。

表6 販売額別農家数

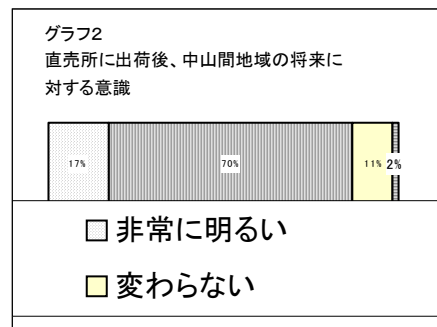
販売額	H 8	H10	H12	H14	H16	H18	H19	H20	H21
～ 10 万円	55	47	75	77	89	67	67	67	77
～ 50 万円	75	78	96	97	129	137	141	143	140
～100 万円	24	41	54	65	68	77	80	71	68
～200 万円	10	28	37	46	62	63	61	62	64
～300 万円	6	16	13	24	24	25	21	28	28
～500 万円	5	9	17	21	21	23	28	24	27
～700 万円	1	4	9	7	7	8	7	12	7
700 万円以上		3	4	7	10	9	7	6	6

5) 品質チェック体制による自己規制

直売所には、会員が順番で売場の整理と接客を行っている。会員が当番として売場に立つことは、直売所を支える自覚と利用者の動向を直観することを目的としている。「からり直売所出荷者運営協議会」では、会員から品質監査委員を選任し、品質的に疑義のある農産物は事前にチェックし販売しないよう指導する体制を置くとともに出荷停止処分等に厳しい自己規制を行っている。直売所には多くの利用者が来訪するようになったが、個々の出荷者が品質管理を怠らないよう注意を喚起するとともにチェック体制による品質管理を会員自らの手で行っている。

6) 第3セクターによる地域活性化

「株式会社内子フレッシュパークからり」は、創立から13年が経過し56人の社員を雇用するまでに事業は拡大してきた。農産物を中心に地域資源を活用し、町民の資本で就業の場が確保され地域活性化の一翼を担うまで成長してきたのである。地域の活性化を目的として設立された第3セクターが全国各地で倒産や自治体の財政を圧迫する中で、「株式会社内子フレッシュパークからり」は、地域活性化のモデルとして全国的な注目を浴びています。年間の利用者は、74万人を越え、消費者の安全・新鮮・安価・手作り・品揃えなど様々な要求に対応できる施設へと発展している。



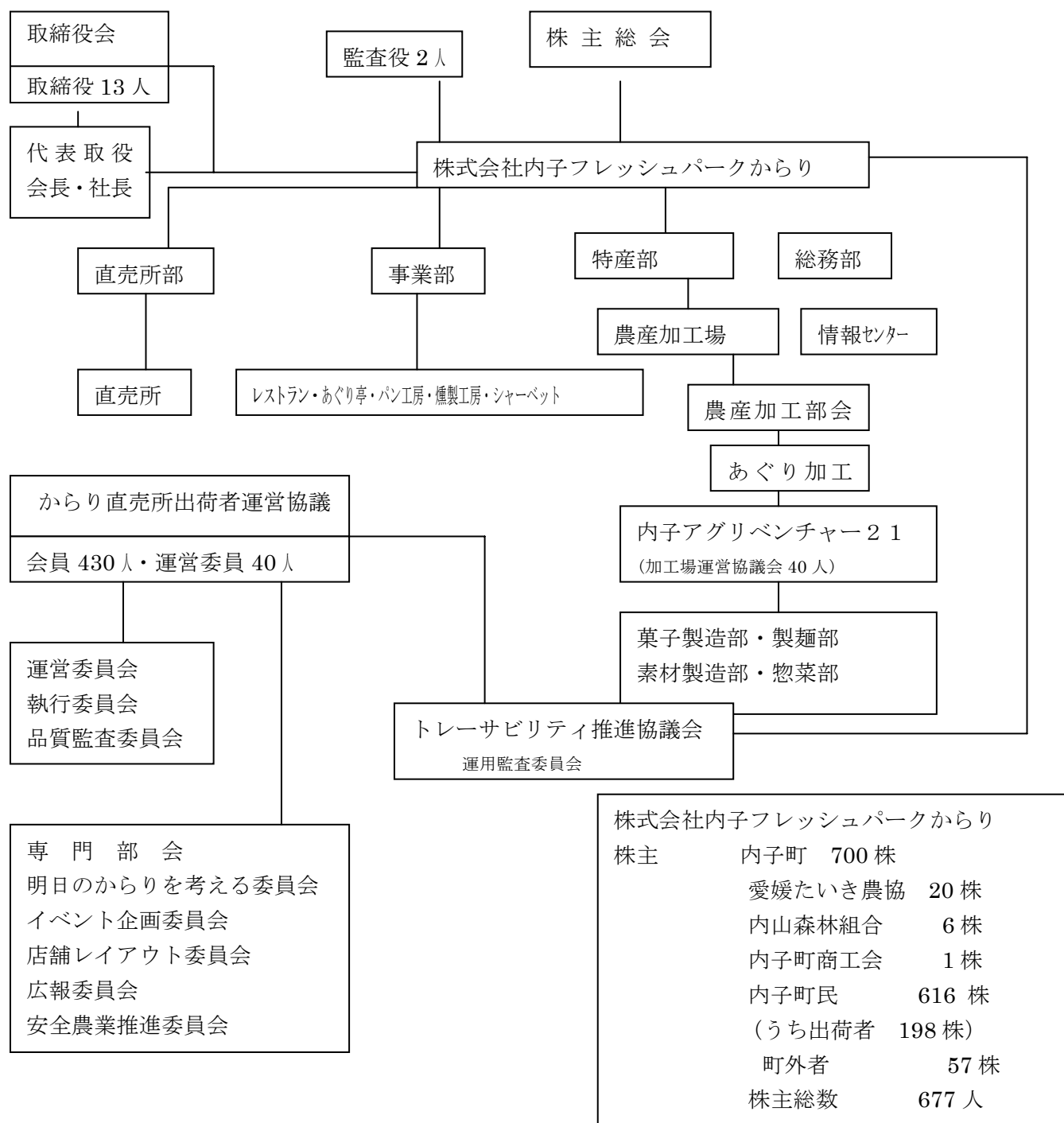
7) 都市と農村の交流

平成16年に発足した「うちこグリーンツーリズム協会」では、18会員が農家民宿や農業体験施設で宿泊や体験を提供している。各施設ではそれぞれの特徴を活かして農家の仕事や生活・食事などの体験や地域の自然とのふれあいが楽しめる。最近では県外の農業高等学校が修学旅行の拠点としてまた、小学校の食育グループが農家民泊で農作業の体験、自然とのふれあいなどからりではうどん・そば打ち・パン教室・ソーセージ作り等体験教室等などの交流を行っている。

また、「からり」ではグリーンツーリズム協会やオーベルジュ内子と協定を結び、各施を利用されたお客様には買い物代金の10%を割り引くサービスを行っている。

さらに、「都市農村交流促進事業」によって、からりでは休憩ゾーンとして小田川沿いに「デッキ」を整備し、来場者に憩いの場を提供している。

株式会社内子フレッシュパークからり組織図



III 取り組みの成果

(1) 高次元農業の展開－単純作業から頭を使う農業へ－

「からり」を中心とした活動によって、内子町の農業は、単なる肉体労働に終始する農業から頭を使って生産し、消費者と交流することで心をときめきさせることのできる農業へと変化した。これは、生産条件の不利な中山間地で、何とか農業に活気を取り戻そうと、運営協議会が中心となって農産物直売所を開設し、その後（平成9年4月1日）会社設立により運営してきた成果である。開設当初は、農産物を店頭で並べれば売上があがると誤解していた農家が、実際に店頭で接客することで消費者の嗜好を理解し販売額を伸ばすようになった。

直売は不確定要素の集合体であり、販売額を伸ばすには消費者ニーズを把握し売れる商品を開発しなければならぬ。この売れる商品づくりのために、同種の商品を出荷する農家が部会を組織し試作検討し、技術を平準化することでドライフラワーのような人気商品が開発できた。

個々の出荷者も単純作業から頭を使う農業へ関心を持って意欲的に取り組むようになり、それが、小規模、高齢、兼業など中山間地農業のハンディを多様性という魅力に変え、農業に誇りと自信を取り戻すことに大きく寄与した。

(2) 農村女性の経済的・社会的自立

中山間地域農業の従事者として女性の担う役割は大きい、女性に経営的な意志決定まで委ねている世帯は稀である。直売所に関わるまでは多くの女性は、世帯主（男性）の陰に隠れて従属的な役割であったが、直売所に出荷するようになり徐々に経済的・社会的に自立する女性が増加した。出荷会員の7割を女性が占めるようになり、女性らしいきめ細かい対応と意欲的な商品開発により販売額を伸ばしている。当初、あまり協力的でなかった家族も女性たちの熱心さを理解し、支援してくれるようになった。また、あわせて女性の起業化マインドの高まりから農家女性組織による農家レストランの営業や農産加工場での加工品開発等熱心な取り組みによりやる気を持った女性が増えている。また、家族経営協定の締結数も93件を超えるまでになり、このような形で経済的・社会的な自立が醸成されている。

(3) 情報の効率的な利用

直売所開業当初より直売所と農家を結ぶ「からりネット」を整備し、売上や残品の確認、追加出荷の判断に使用している。この「からりネット」は、直売所の販売管理（POS）情報を携帯電話、電話音声、ファックス等に自動配信するシステムであり、効率的に運用することで販売額を伸ばしている農家が増えている。また、販売額を伸ばしている農家は日々の販売情報を蓄積・分析し、効率的な出荷計画や作付計画を独自にたてるようになった。「からりネット」の導入は、品物に生産者名・電話番号を付けた販売ができる「顔の見える関係」から出荷者の創意工夫と道具としての情報媒体を利用することで販売額を増やすことが実証されたため、取り組む出荷農家が増えている。このことから農家から農業経営者へ成長しているといえる。

このような農家と当社を結ぶ「からりネット」というITを活用した取り組みを評価していただき、サービス産業生産性協議会より第5回「ハイ・サービス日本300選」を受賞した。

(4) 農産物の地域内循環運動（地産地消）を展開。

直売所に出荷された農産物は、全て内子町産であり町内の消費者へ供給することで地域内循環が進んでいるが、あわせて施設内のレストラン、工房、加工場でも積極的に使用している。

平成12年から町内の病院・学校給食センター等5施設へ農産物食材を供給し地域内循環の輪が広がっている。学校給食では生産農家を児童生徒に紹介しており「食」を通して地元農産物への理解が深まった。

(5) 安全な安心な農産物の供給

内子町は「エコロジータウン内子」をキャッチフレーズに環境保全型農業を進めており、その中心となっているのが「からり農産物直売所」である。直売所は、徹底して内子産農産物にこだわり内子産のものしか販売しておらず、直売所利用者は7割がリピーターでありその多くが所在が明確な農産物を求めている。そこで、平成17年1月から全ての出荷青果物は栽培履歴記帳を義務づけた。

7月からは円滑な入力とチェックの迅速化を図るためトレーサビリティシステムを導入し、全ての会員が取り組んでいる。栽培履歴情報は店頭端末とインターネットで開示しており消費者は安心して青果物を購入でき、生産者は履歴記帳により適正な肥料農薬使用を再確認でき過度の使用を制限することでコスト低減が図れた。

また、内子町では、国の特別栽培農産物に係る表示ガイドラインに基づき、内子町栽培基準から化学合成農薬及び化学肥料を5割以上または3割以上削減し、安全性の高い内子町独自の農産物を認証する「内

子町特別栽培農産物等認証制度（エコうちこ認証制度）」を創設し、認証マークを貼付した農産物が直売所に並ぶようになった。

(6) 高付加価値農業への展開

内子町起業による農林水産省処理加工場施設（元気な地域づくり交付金事業）の完成とともに「内子町特別栽培農産物」の販路の拡大を進め、新規農産物による商品開発をおこなうとともに高付加価値を付け、内子町の新たな「からりブランド」を全国に発信している。

○履歴登録開示の流れ

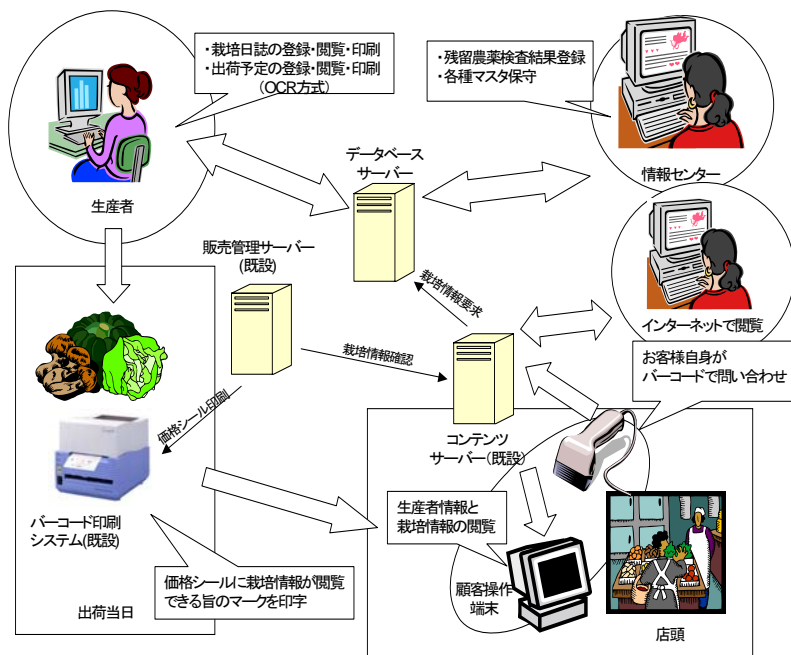
- ①出荷者が作物ごとに記入用紙（OCR用紙）と記入コード一覧表を印刷し持ち帰る。
- ②記入したOCR用紙を読み込む。
- ③クライアントPCで読み込んだデータのチェック
- ④用法等の疑義あれば出荷者に確認
- ⑤出荷開始予定日以降にバーコードシールを作成するとバーコードシールに【履歴】と印字される。
- ⑥【履歴】マークのある農産物は、店頭で端末で履歴が閲覧できる。
- ⑦からのホームページの閲覧ページにJANコード（13桁の数字）を入力すると同様に履歴が閲覧できる。

○提供情報

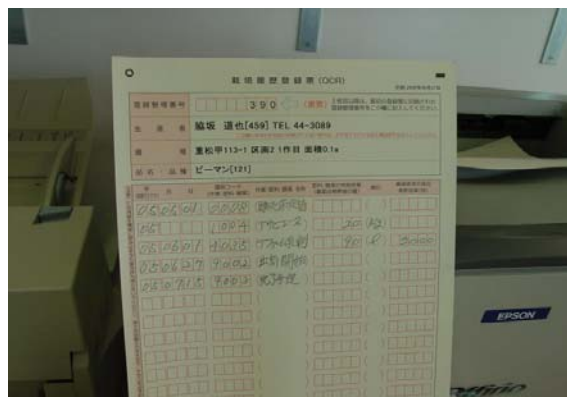
生産者情報（生産者氏名、農家画像）栽培情報（作物名、品種、圃場、作業内容、農薬（名称・使用量・使用日）、肥料（名称・使用量・使用日）愛媛県肥料農薬使用基準

○チェック体制

内子フレッシュパークからりトレーサビリティシステム導入基準書により運用方法を規定しており、取り組む農家は誓約書を提出し誠実な記載の担保としている。また、運用監査委員による定期的なチェックを行っている。なお、内子町が定期的に出荷した農産物の残留農薬検査（200点/年）を実施している。



トレーサビリティ情報を専用パソコンで入力する。



OCRにCD一覧表に沿って、栽培履歴を手書きする。

会員CD、商品CD、圃場番号、区画数、作付

回数を入力するとOCR用紙と作物別農作業・農薬肥料CD一覧表が印刷される。

1 【履歴】



スキャナーでOCR用紙を読み込む。
出荷会員はOCR用紙のコピーを持ち帰る

出荷予定日以降にバーコードシールを作成
すると、【履歴】マークが印字される。



【履歴】マークがある商品を、店頭にある端末
のバーコードスキャナーで読み込むと出荷会員
の写真と栽培履歴が表示される。

栽培履歴は、店頭の端末以外に、内子フレッシュ
パークからりのホームページでバーコードシー
ルの番号を入力すると閲覧できる。

URL <http://www.karari.jp>

食の安全・安心を内子から!!

内子町特別栽培農産物等認証制度
(エコうちこ認証制度)

「エコうちこ」認証マーク

特別栽培農産物

エコうちこ
特別栽培農産物

内子町認証

内子町基準と比べて
5割以上削減した農産物の
認証マークです。

町認証農産物

エコうちこ

内子町認証

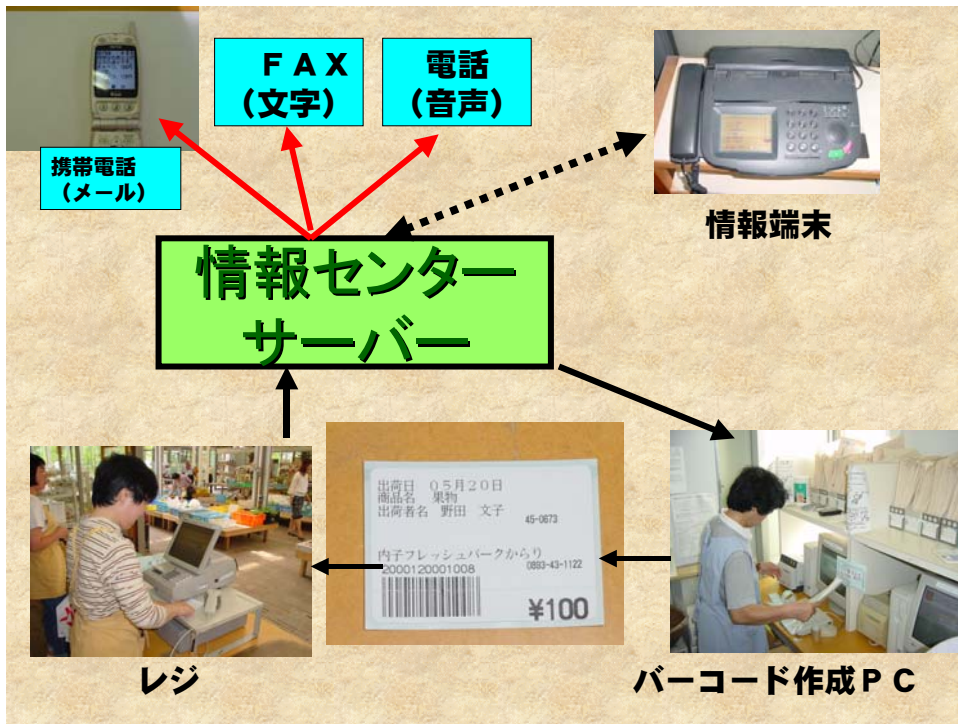
内子町基準と比べて
3割以上削減した農産物の
認証マークです。

内子町では、国の特別栽培農産物に係る表示ガイドラインに基づき、内子町栽培基準から化学合成農薬及び化学肥料を5割以上又は3割以上削減し、安全性の高い内子町独自の農産物を認証する制度をつくりました。

内子町特別栽培農産物等認証制度で認証された農産物には、「エコうちこ」認証マークがついています。

栽培履歴公開画面

栽培履歴情報		日付	作業/肥料/農薬	実施容量	希釈(倍)
生産者	大程 久寿男 [66] (登録整理番号: 2363)	2004年12月25日	作業 基肥		
圃場	大瀬北 89 他 1 作目 面積 170.00(a)	2004年12月25日	肥料 堆肥	2000Kg	
品目・品種	特 [209]	2005年03月25日	農薬 ホーマイコート	300L	50
		2005年04月18日	農薬 アブロード水和剤	300L	1000
		2005年04月26日	農薬 エムダイファー水和剤	300L	500
<p>出荷開始(予) 2005年09月16日</p> <p>出荷完了(予) 2006年03月10日</p> <p>出荷完了(実)</p>		2005年04月26日	農薬 トクテオン水和剤	300L	800
		2005年05月21日	農薬 モスビラン水和剤	300L	2000
<p>この生産者の登録されている他の栽培履歴</p> <p>葉 [262] (登録整理番号: 2468)</p>		2005年05月21日	農薬 ベンコゼブ水和剤	300L	500
		2005年05月21日	農薬 イオウフロアブル	300L	500
<p>からり安全農業推進委員会 農薬・肥料使用基準に合格しています。</p>		2005年06月06日	農薬 フルピカフロアブル	300L	2000
		2005年09月08日	農薬 スコア水和剤 10	300L	3000
<p>※紙面の都合上使用農薬履歴を一部割愛しています。</p>		2005年09月08日	農薬 アクタラ顆粒水溶剤	300L	2000
		2005年09月16日	システム 出荷開始予定日		
		2006年03月10日	システム 出荷完了予定日		



○内子フレッシュパーカーからり施設整備の概要

(単位:千円)

事業名	事業種目	事業内容及び整備目的	事業費	補助率	国県補助金	市町村費	備考
H7	農村資源活用農構	産地形成促進施設 2棟 250㎡ ○内子町の農産物や加工品を一室に集中し、展示・販売する施設。 (シャベット・7/27/カーン製造販売施設名併設) 496㎡	60,978	50	30,489	30,489	
	農村資源活用農構	地域資源総合管理施設 農業情報センター1棟 496㎡ ○内子町の農業、農村、観光資源などの総合管理施設。 農業農村情報連絡施設 ホスト高1式農業情報端末140 ○農業情報の収集、分析、提供と都市住民に向けての農業・農村情報の発信施設	228,348	50	114,174	114,174	
	農業農村活性化農構	ふれあい広場 1式 2000㎡	39,655	50	19,828	19,828	
	内子町単独事業	用地買収費 4753㎡	25,750	40	10,300	15,450	
	平成7年度小計		228,865		174,791	408,805	内起債額 396,000
	経営基盤確立農構	地域農村供給施設 1棟 410㎡ 120席 ○内子町で生産される農産物を食材として提供する施設	201,000	50	100,500	100,500	
	内子町単独事業	用地買収費 3318㎡	163,200			163,200	
	新・美しいむらづくりモデル事業	連絡道(橋)、農村体験施設1棟 95㎡ 農村公園	206,500	40~70	120,000	86,500	
	内子町単独事業	用地買収費 6367㎡	25,575			25,575	
	内子町単独事業	第3セクター出資金	10,000			10,000	
平成8年度小計		623,075		220,500	402,575	内起債額 376,900	
H9	農業農村活性化農構	農産物処理加工施設 1棟 140㎡ ○農産物の付加価値化と供給期間の延長を図るための農産物加工施設	62,128	50	31,063	31,065	
	農業農村活性化農構	ふれあい広場 3000㎡ 1式	63,882	40	24,587	39,295	
	内子町単独事業	用地取得費 フルーツパーク用地取得	8,000			8,000	
	内子町単独事業	補助対象外備品購入費、生ゴミ処理施設整備	11,500			11,500	
	平成9年度小計		145,510		55,650	89,860	内起債額 65,000
	フードシステム高度化対策事業	推進事業費、機材設備導入費、新製品試作費、報告書作成費費 1式	6,900	50	3,450	3,450	
	内子町単独事業	用地取得費(駐車場用地)	30,000			30,000	
	平成10年度小計		36,900		3,450	33,450	
	地域農業気象情報施設整備事業	推進事業費、気象観測ロボット3基、地域データ解析 コンピュータ一式、観測データ受信装置80台	43,000	50	21,500	21,500	内起債額 21,000
	平成11年度小計		43,000		21,500	21,500	
H12	アグリベンチャー支援事業	農産物処理加工施設 1棟 1511㎡ ○複合アグリビジネスを支援する農産物加工施設	190,000	50	95,000	95,000	
	内子町単独事業	駐車場舗装	2,205			2,205	
	平成12年度小計		192,205		95,000	97,205	内起債額 95,000
	内子町単独事業	直売所増築 デッキ整備 一式	8,494	50		4,240	
	平成13年度小計		8,494			4,240	会社負担 4,254
	高度情報化拠点施設整備事業	高度情報化拠点施設システム機器 一式	12,000	50	6,000	6,000	
	内子町単独事業	直売所増築 一式	6,300			2,700	会社負担 3,600
	平成14年度小計		18,300		6,000	8,700	
	内子町単独事業	音声伝導メールサーバー4台、加工品用BCシールPC トレーサビリティ情報蓄積用PC等機器 トレーサビリティ情報開示用PC等機器	2,540			2,540	
	平成15年度小計		7,350	33~50	3,210	4,140	内起債額 2,900
H13	総合食料対策事業	直売所増築 113㎡、レストラン増築 26㎡ パン工房増築 57㎡	31,252			31,252	内起債額 29,700
	内子町単独事業(合併特別債)	農林水産物処理加工施設 2棟 ○農産物の付加価値化と地産地消を図るための農産物加工 施設	243,816	50	120,000	123,816	
	元気な地域づくり交付金	都市農村交流促進施設 2箇所 97.9㎡	8,263	50	4,131	4,132	
	平成19年度小計		252,079		124,131	127,948	内起債額 97,000
	経済産業省	内子町特別栽培農産物等認証の完熟トマトを活用した加工食品の 開発・製造・販売	2,252	67	1,429		会社負担 823 内起債額1,083,500
	事業費合計		1,946,553		705,661	1,232,215	一般財源 148,715 会社負担 8,677