

株式会社白亜ダイシン

北海道岩見沢市

生産性向上

需要獲得

担い手確保

ものづくり

サービス

ポイント

「North Farm Stock」ブランド構築を通じた首都圏等への販路拡大と製造プロセス改善による生産性向上

- 農商工連携を通じたブランディングの成功による高付加価値商品の展開による売上拡大の達成
- 地域農家の確実な売先として機能し、首都圏等への販路開拓により地域ブランドの確立・普及に貢献
- 事業承継後に調理器具の卸・小売業から農産加工品の製造・販売への業態転換を成功させ事業が伸長

企業基本情報

所在地	北海道岩見沢市志文町 292-4
電話/FAX	0126-22-6540/0126-22-5009
URL	http://www.hakua-d.co.jp
代表者	代表取締役 早坂 亮二
設立	1964年
資本金	1,000万円
従業員数	61人 (パートを含む)



会社概要

同社は1964年に創業し、調理器具類の卸・小売を行ってきたが、現社長が経営を引き継いだ2003年に農産加工品の製造・販売へと業態を転換した。それ以降、「North Farm Stock（ノースファームストック）」の名称で北海道産農産物にこだわった商品づくりを進めてきた。主として女性をターゲットとし、農産加工品にデザイン性を付加して高付加価値商品を開発・製造し、現在では100種類近くの商品を販売している。



本工場・直営店（増床・改築後）

革新的な製品開発や創造的なサービスの提供に関する取組の内容

農商工連携による北海道のピュアな美味しさを伝えるブランド作り

「良質な素材が持つ味をそのままに、健康で良い物を提供したい」との理念の下、地元の意欲ある農家と連携し、「北海道」「素材」「手づくり」をキーワードに四季折々の良質な食材に独自のアレンジを加え、北海道ならではのピュアな美味しさが伝わる商品を展開。良質な素材が持つ味そのままに、ナチュラルブランドとして、素材の良さやトレンドに敏感な20代～40代女性をメインターゲットに、デザイン性のある高付加価値ブランドとしての展開を図っている。



NORTH FARM STOCK

デザイン性の高いブランドロゴ

地元農家との連携による付加価値をつけた農産加工品の販売を確立

同社は、農産物の売先確保に課題を抱える地元農家と連携することで、味や品質にこだわった農産物を確保し、質の高い農産加工品を製造している。加えてデザイン性にもこだわることで、首都圏などでの販路を確実なものにでき、当該地域ブランドの確立・普及にもつながっている。農商工等連携事業の取り組みでは、農家にとって同社が確実な売先となると共に、農家の取引リスクを低減することを進めてきたことで、地域農産物の生産拡大にも寄与する結果となっている。



当社商品例

事業承継後の業態転換成功による販路拡大と売上伸張の達成

同社は先代から事業を承継から約5年経過後の2003年に調理器具・金物の卸売・小売業から農産加工品の製造・販売業へと業態転換を図った。業態転換当初から北海道産の優良な農産物を使った高品質な商品を展開し、併せて高いデザイン性も追求してきた。業態転換直後は首都圏への販路開拓に苦労したものの、地道な新商品開発と営業活動の成果により、現在の首都圏セレクトショップ、百貨店等への販路構築に至り、直近3カ年でも大幅な売上の伸びを達成している。



以前の本社・工場と社長夫妻