

Fermenting a Renewable Society

FERMENSTATION Impact Report 2023

FERMENSTATION
Co.,Ltd.

はじめに	3	組織・バリュー	21
パーパス	4	ステークホルダーから見たファーマンステーション	22
特別対談 中川 淳×酒井里奈	5		
01. ファーマンステーションについて		02. 私たちのインパクト創出	
課題解決アプローチ	11	未利用資源アップサイクルのループ	24
取り組む社会課題	13	事業活動のアウトプット	26
事業について	15	数字で見るファーマンステーション	31
循環型システム	17	未利用資源MAP	32
事業性と社会性を追求する企業として	18	今後の課題	34
J-Startup impactについて		2023年のインパクトに関するトピックス	36
B Corp認証について			
コミットメントの宣言	19	編集後記	37

ファームステーションは、「世の中にあふれるゴミがもっと活用できたら面白いのに」「事業性と社会性を両立させたビジネスを創りたい」というふたつの想いから生まれました。今、ファームステーションには、同じ想いを共有する仲間が集まり、技術的にも、事業としてもできることが増えています。

一方、地球環境を取り巻く課題は待ったなしの状態にも関わらず、環境に負荷を与えながら大量生産、大量消費が主流であるのが現状です。

ファームステーションは、環境負荷を低減し、自然環境を維持しながら、もっと循環する社会を創っていきます。

私たちは、事業に取り組む上で、たとえ事業として成立しても、社会にも良い影響がなかったら意味はないと考えています。しかし、事業を成長させながら、地球環境、地域などの社会においてもより良い影響(インパクト)を生み出すことは、実際は多くのチャレンジを伴います。

このレポートでは、私たちが何を目指しているのか、インパクトの創出にどう取り組んでいるのか、課題は何かなど、活動と成果をお伝えします。

私たちのチャレンジは、1社だけでできるものでは到底なく、事業に関わるステークホルダーの皆さま、地域の皆さま、私たちの商品を手にとってくださる方々と一緒に取り組むことで、実現します。

このレポートが多くの方に届きますように、そして、ご意見をいただきながら、次へと進化していきたいと考えています。



株式会社ファームステーション
代表取締役 酒井里奈

Rina Sakai

Fermenting a Renewable Society

未利用資源に価値が見出されて生まれ変わることで、様々なモノやコトが再生・循環する社会が構築されることを目指して、パーパスをFermenting a Renewable Societyと制定しました。

自然環境や社会、そして関係する全てのステークホルダーが、ファームステーションという「駅」を通過することで、より良くなり続ける。そんなあり方を目指しています。

微生物の作用によって、有機物が人間にとって有益なものに変化する現象を指す発酵(Fermentation)は、当社の原点であり、最も得意とする技術です。同時に、ファームステーションという会社のあり方を象徴する現象でもあります。私たちは発酵における微生物のように、社会に対してポジティブに作用する存在でありたいと考えています。Fermentingという現在進行形の言葉を使うことで、やり続ける、動き続けるという意志や想いを込めました。また、私たちは事業や社会が生まれ変わり、より良く変化

することが大切だと考えています。そのためにSustainable(持続可能)ではなく、Renewable(再生可能)という言葉を選びました。「再生」の過程には様々な困難がありますが、それらを乗り越えて新たな価値を生み、社会や事業を更新していくことこそが、ファームステーションの事業の醍醐味です。

さらに、私たちの事業の根幹は、農産物を育てる農家や事業会社の方々、国内外のさまざまなコミュニティの方々との関わりにあります。社会と幅広い接点があることは

ファームステーションの特徴です。社会の担い手としてコミュニティの視点を持ちつづけるという意思を込めてSocietyという言葉を使っています。



代表酒井が創業時に描いた「発酵の駅」のイメージ

特別対談 | 中川 淳 × 酒井里奈

愚直な行動が、 いい会社をつくる

中川 淳 Jun Nakagawa

PARaDE 代表取締役社長 / 中川政七商店 代表取締役会長

酒井里奈 Lina Sakai

ファームステーション 代表取締役

いい会社のいい行いとはどんなことなのか。それをインパクトレポートとして、みなさまにお伝えする意義はどこにあるのか。

「日本の工芸を元気にする」というビジョンでものづくりや企業再生を手がける中川政七商店の代表であり、「これからの時代のいい会社」をテーマに掲げる企業の共同体PARaDEを立ち上げた、中川淳さんと考えます。



特別対談 | 中川 淳 × 酒井里奈

中川 | いい会社とは何かというテーマを掲げていながら、僕にとって、いわゆる“ソーシャルビジネス”は少し遠い存在だったんです。

酒井 | そうなんですか？

中川 | “あなたの会社のCO2の排出量は？”と詰め寄られるのではないかと。そうしたらきっと僕はしゅんとしてしまうんだろうな、などというイメージがあって(笑)それが、ファームステーションという会社や酒井さんとの出会いの中で、少しずつ変わってきました。

酒井 | 私自身が、自分の事業がソーシャルビジネスだと思っていないからでしょうか。社会性というのはどんな事業でも持っていることなのではないか、と思うんですよね。

中川 | 賛成です。ビジネスというのは利益が出る過程で、かならず世の中の役に立っているはず。その意味では、そもそもソーシャルビジネスという呼び方が二重表現なのかもしれません。

“いいこと”の多様性が社会を豊かにする

酒井 | 社会課題と向き合っている企業はたくさんありますが、そのような会社と中川さんがおっしゃるいい会社というのは何が違うんでしょう。

中川 | ひとつには、何を“善”とするかという領域の問題があります。人権や地球環境への配慮など、多くの人が社会課題としての共通認識をもっているトピックがありますよね。こ



れらを僕は、社会共通善と呼んでいます。向き合い方の程度の違いはありますが、ソーシャルビジネスを行っているといわれる企業が向きあっている課題は、おおよそこれに当てはまると思っています。

酒井 | SDGsの17項目のようなイメージでしょうか。

中川 | そうですね。ファームステーションは、未利用資源の活用や循環型の社会を実現する会社ですから、社会共通善を目指しているといえると思います。

酒井 | 確かに循環型社会の実現に対して、“NO”という人は少ないかもしれません。社会

特別対談 | 中川 淳 × 酒井里奈

性と事業性の両立というのは、創業時から変わらずに掲げていることです。

中川 | 近年は、そのような会社が増えてきていますよね。これは非常に歓迎すべきことだと思います。

酒井 | 会社を創ったばかりのころは珍しがられましたから、社会が少しずつ変わってきているのでしょうか。

中川 | その一方で、“いいこと”というのは社会共通善の他にもあるとも思うのです。100人

いれば全員が支持するような社会共通認識としての“善”ではないけれども、追い求めることで確かに社会が良くなることがある。僕はこれを“個別善”と呼んでいて、いい会社の条件のひとつだと思っているんです。

酒井 | 例えば休耕田の活用は個別善かもしれないですが、捉え方によって地域経済の活性や環境保全という社会共通善になる。個別善の抽象度をあげると、社会共通善になるという考え方もできそうに思います。

中川 | そういう考え方もありますよね。中川政七商店は“日本の工芸を元気にする”ということビジョンとして掲げていますが、これは僕の考え方でいうと個別善。今の社会の共通認識としての“いい会社”の定義には当てはまりづらいと思っています。でも、少し抽象度をあげて“地域性の保全”と言い換えると、少し社会共通善寄りになる。

愚直な行動こそが大切

酒井 | こうして“いいこと”の範囲を広げると、あらゆる企業が“いい会社”として説明できてしまうような気がします。

中川 | 何を持って善とするかは、絶対的な線引きができませんし、時代や文化によっても変わります。ただ、いい会社かどうかには、“善”の他にももうひとつ軸があると考えています。それが、掲げた“善”に対してどの程度行動を起こしているか。言い換えると、“ビジョンに対する愚直さ”です。



特別対談 | 中川 淳 × 酒井里奈

酒井 | すごくいい言葉ですね。ただ、社会の認識が変化しているとはいえ、“善”に対するアクションで企業が評価されるのはなかなか大変だというのが私の肌感覚です。社会共通善的にはど真ん中の領域を対象にしている私たちですらそう感じます。

中川 | 社会共通善は問題意識が理解されやすいですから、掲げる企業が多い。でも現実には掲げているだけで実態が伴っていない事業、つまり“ウォッシュ”も多いわけです。

酒井 | だからこそ、見極めが難しいのではないかと感じます。

中川 | 他方の個別善のほうは、ビジョンを実現するための手段や道筋を、ゼロから考えなければいけないというハードルがあります。たとえば環境問題という社会共通善であれば、CO2削減が効果的だという手段が示されている。あとは事業を通じて実現すればいいわけです。でも、個別善にはそのロードマップが用意されていませんから、自分達で考え出さないといけない。

酒井 | 指標を立てるところから始めなければいけない、と。

中川 | いずれにしても、愚直さというのは本質的に外から見えにくい。“これだけやっています！”と言葉にすることはできますが、言ってしまったらおしまい、と言う世界もあります。たとえば中川政七商店は、小売の会社ですが、お店でそんなことを掲げられたらお買い物気分が台無しです(笑)

酒井 | 私はすぐに言いたくなってしまうので、耳が痛いです。

インパクトレポートは絶好の“土俵”

中川 | その意味では、インパクトレポートというのは“いいことしていますよ！”と堂々といえる場所。その土俵が与えられるというのは、とてもいい仕組みですね。

酒井 | まさに！普段なかなか伝えづらいことを堂々と主張できるので嬉しくなっています。

中川 | このような枠がないと、“おいおい、突然何を言い出した”となってしまいますからね(笑) B Corpのような認証制度も同様だと思います。あれこそ、長年の行動でしか評価してくれませんよね。

酒井 | そうですね。B Corpは中川さんも申請されたそうですね

中川 | はい。まさに今、審査を受けているところです。僕たちは、個別善に対しては愚直に行動してきた自負があるのですが、環境問題をはじめとする社会共通善に対しては、まだ足りていないと



特別対談 | 中川 淳 × 酒井里奈

いう自覚があります。そういった部分と向き合うのにはとてもいい認証だと思います。

酒井 | ファーメンステーションも、来年が更新のタイミングで準備をはじめています。実は初回のスコアがあまりよくなかったので、次は上げていきたいんです。

中川 | インパクトレポートにも同様に言えることですが、進捗が目に見えるというのが大切だと思います。大きな目標ほど、前に進んでいる実感がもちにくい。そうすると、だんだん辛くなってきてしまいますからね。

酒井 | いい会社についてみんなで考え続けながら、一緒に仲間を増やしていきましょう！



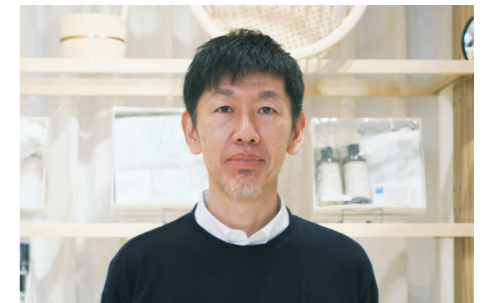
PARADE

「これからの時代のいい会社」を考え実践する
企業の共同体PARaDE

個別善の追求を、ライフスタイルに代わるライフスタンスという概念で定義し、「いい会社とライフスタンスエコノミーをつくる」をビジョンに掲げる企業の共同体として、2021年に発足。勉強会やワークショップ、発信活動などを行っている。

中川 淳

Jun Nakagawa



PARADE株式会社 代表取締役社長。株式会社中川政七商店 代表取締役会長。1974年生まれ。京都大学法学部卒業後、2000年富士通株式会社入社。2002年に株式会社中川政七商店に入社し、2008年に十三代社長に就任、2018年より会長を務める。業界初の工芸をベースにしたSPA業態を確立し、「日本の工芸を元気にする!」というビジョンのもと、業界特化型の経営コンサルティング事業や教育事業を開始。現在は学生経営×地方創生プロジェクト「アナザー・ジャパン」や、「これからの時代のいい会社」を考え実践する企業の共同体「PARaDE」を発足。企業やブランドのビジョン・思想を「ライフスタンス®」と提唱し、新しい経済の形を生み出している。

01.

ファームステーション について



課題解決アプローチ

**私たちの事業の軸は、アップサイクルによるバイオ素材の製造です。
特徴は「発酵技術」と「未利用資源」にあります。**

私たちは「発酵技術」で「未利用資源」を「バイオ素材」にアップサイクルする事業を展開しています。アップサイクルとは、廃棄物や副産物などの、一度使われ、従来の仕組みの中では廃棄されてきた資源を、様々なアイデアや手法で価値の高いプロダクトに転換することです。資源の再活用という意味では、リユース（再利用）やリサイクル（再循環）と同じですが、価値を高めているところに違いがあります。

未利用バイオマスに関する豊富なデータベースや、微生物を含む発酵法に関する知見・開発体制を保有するファーメンステーションでは、未利用資源を高付加価値のバイオ素材に転換する独自のアップサイクルモデルの構築に挑戦しています。

発酵技術とは

発酵の一般的な定義は、「微生物の働きで有機物を分解し、人間にとって有益な特定の物質を生成すること」です。一般的になじみのある漬物やチーズなどの発酵食品や、お酒などの発酵飲料、醤油や味噌などの発酵調味料の製造に加えて、医薬品等の製造や、家畜の糞尿や野菜くず等を活用した堆肥の生成などにも、発酵技術が使われています。

また、近年注目が集まる「バイオものづくり」でも発酵技術は活用されています。バイオものづくりとは、バイオマスなどの生物由来の素材を用いてものづくりを行うこと、さらには微



生物などの生物の能力を活用して有用化合物などを作り出すことですが、発酵技術はそれらのプロセスを実現する主要な技術と位置付けられており、発酵によりバイオ燃料やバイオプラスチック原料が作られています。

ファーメンステーションの発酵技術の特徴は、組成の異なる資源を、高機能のバイオ素材に転換できるノウハウや、技術のプラットフォームにあります。麹・酵母・細菌等の多様な微生物のライブラリーを保有し、様々な有機物に対して適切な技術や条件の組み合わ



せを適用できるノウハウを構築しています。また、有機物ごとに異なる発酵の最適化条件や、発酵による生産物のデザインを最短距離で特定するための技術プラットフォームを保有しています。さらに、自社工場を保有し、事業化まで一気通貫で対応しています。

未利用資源とは

未利用資源とは、有効活用されていなかったり、従来不要とされていた資源を指します。私たちが取り扱うのは、その中でも主に食品にまつわるサプライチェーンを横断して食品廃棄物として排出され、発酵技術が適用可能なものです。

例として、下記のようなものがあります。

- 単糖を含むもの：さとうきび、果物、糖質の多い野菜、糖そのものなど
 - ・ 一次産業の現場で、規格外等で廃棄される果物や野菜
 - ・ 食品・飲料の製造工場での製造副産物（割れた飴など）
- でんぷんを含むもの：穀物（米、麦など）、イモ類、でんぷんそのものなど
 - ・ 休耕田を再生して栽培したお米
 - ・ 規格外で食用にならない穀物やイモ類
 - ・ 食品工場や飲食の現場で出る余剰品（ごはんなど）
- 繊維質（セルロース）を含むもの：木、紙、繊維質の多い野菜など
 - ・ 食品・飲料の製造工場での製造副産物（果汁の搾りかす、ワインの搾りかすなど）
 - ・ 有効に活用されていない伐採木・剪定枝
 - ・ 有効に活用されていない古紙やパルプ

バイオ素材とは

バイオ素材とは、バイオマスなどを用いて開発される、生物由来の素材です。いまだに多くが石油などの化石資源に依存する素材を置き換えるために、産業を横断して注目を集めている領域です。私たちが発酵技術を使ってつくる素材は、エタノール、化粧品向け発酵エキス、食品向け香料（フレーバー）代替素材など多岐に渡りますが、これらはすべてバイオ素材にあたります。

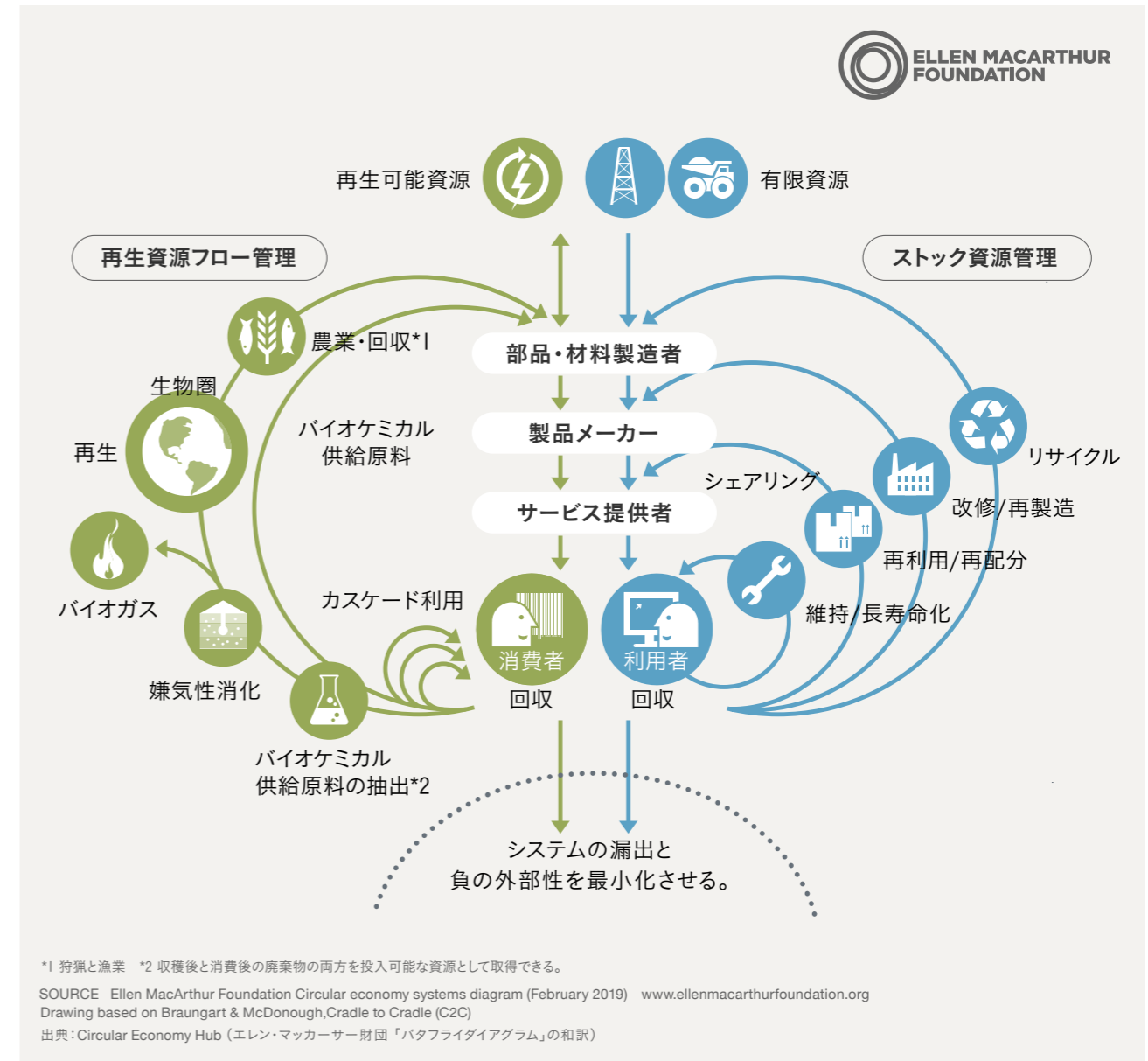
循環社会の実現が解決できる社会課題は多岐にわたります。私たちが今、特に力を入れているのは「廃棄」「石油依存」そして「資源不足」の3つです。

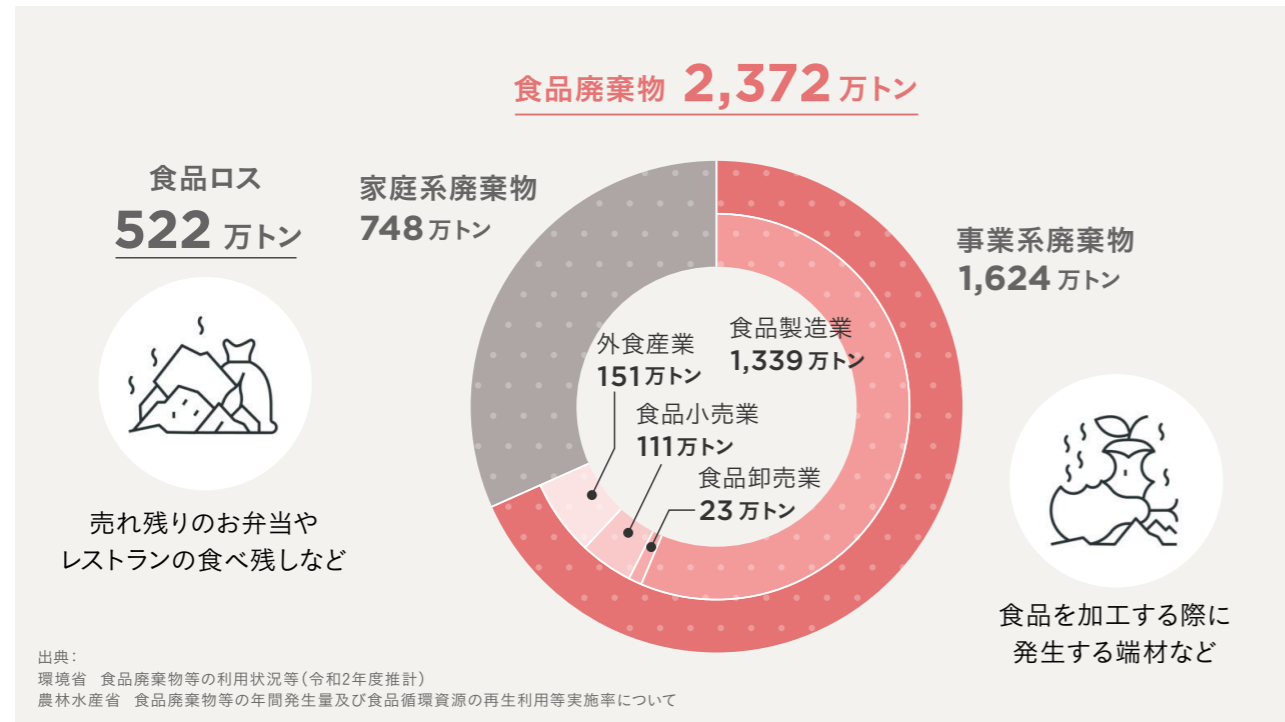
パーパスの章でご紹介した通り、私たちはFermenting a Renewable Societyの実現に向けて、未利用資源に新たな価値を見出し、再生・循環する社会を構築することを目指しています。

このアプローチの結果として、解決される社会課題は多岐に渡ります。特定の社会課題のみの解決を目指すのではなく、マルチなインパクトを生むことは、ファーメンステーションの事業の特徴です。ここでは、中でも代表的な課題である「廃棄」「石油依存」「資源不足」の3つについて紹介します。

まず「廃棄」の問題です。大量生産、大量廃棄が前提の現在の社会では、資源として活用できるはずの多くの未利用資源が、産業廃棄物や家庭ごみとして焼却や埋め立て処理をされています。その結果、二酸化炭素の排出や土壌の劣化など、環境課題につながる要因を作り出しています。そんな中、一部は肥料や家畜の飼料として活用が試みられるなど、未利用資源を廃棄せずに利活用するための動きが生まれており、その加速が喫緊の課題となっています。

中でもファーメンステーションが力を入れて取り組んでいる分野に、食品廃棄があります。食品にまつわるサプライチェーンを横断して、さまざまな未利用資源が食品廃棄物という形で捨てられているのです。例としては、農業などの一次産業の現場での生育不良による





廃棄、食品の流通過程において規格から外れたり、消費期限切れなどにより発生する廃棄、製造過程における製造副産物の廃棄、そして家庭内や外食などの消費の過程における、消費期限切れや調理時の廃棄などです。

環境省の試算(※1)によれば、日本国内で一年間に発生している食品廃棄物は、約2,372万トンにのびます。世界では食品の約1/3が廃棄されているという試算もあり、食品廃棄はグローバル共通の課題であるということが出来ます。また、UNEP(国際環境計画)による推計によれば、世界で排出される温室効果ガスのうち、食品廃棄などによるも

のは8%から10%を占めると言われています。

また、当社は食品以外の廃棄物の活用にも取り組んでいます。森林などの剪定・伐採後に発生する木材や、畑の剪定・収穫後にでる茎や葉、穀物の脱穀時に発生する籾殻、バイオマスなどの一次産業の製造の過程ででる産業廃棄物や、工業製品の製造現場における製造副産物などです。

次に「石油依存」の問題です。現在、注目が高まっている「バイオものづくり」は、石油などの化石資源を生物由来の素材に置き換え、さらには微生物など生物の能力を活用して有用化合物などを作り出す、持続可能な製造プロセスを取るものづくりです。OECD(※2)によれば、この分野の市場規模は2030年にグローバルで約200兆円に達すると推計されます。石油に依存していた素材の代替としてバイオマスを活用することで、石油の使用を減らすことができ、脱炭素へ貢献することができます。

三つ目が「資源不足」の問題です。上記にあげたバイオものづくりへの関心が高まる中、バイオマスの生産に限りがある日本では、資源調達の課題を抱えています。また、総量が不足しているだけではなく、原材料の透明性が十分でないという側面もあります。バイオものづくりが主流となる社会へ転換するためにも、食品廃棄物等の未利用資源を活用することは、有効なチャレンジだと考えています。

これらの課題を解決した先に見据えているのは「サーキュラーエコノミー」の実現です。資源を使い、捨てるという一方通行型に変わる新たな経済システムを構築することを目指しています。

ファーメンステーションでは、発酵技術を用いた未利用資源のアップサイクルという手法を使い、4つの事業を展開しています。

原料事業

未利用資源由来のバイオエタノールや発酵エキスを、主に化粧品原料用途で製造・販売しています。環境に配慮した製法で資源をアップサイクルしているため、サステナブルであると同時に、発酵由来の高い機能性を備えた原料です。オリジナル原料の他、化粧品メーカーなどと共同研究開発を通じた原料開発なども行います。

共創事業

未利用資源のアップサイクルに事業として取り組むことに意欲的な企業と共同で、事業や商品の開発をしています。「未利用資源 再生・循環パートナーシップ」のもと、食品・飲料メーカーや流通企業の事業の過程で出る規格外や製造副産物をアップサイクルし、バイオ素材や商品の共同開発及び事業などに取り組んでいます。

OEM事業

未利用資源を活用することでストーリーと機能性にこだわりながら、環境に配慮したブランドづくりに伴走します。衛生用品・化粧品・日用品の商品開発をコラボレーション型で

受託し、ナチュラル・オーガニック処方 of 化粧品ブランドの立ち上げ、サステナブルなライフスタイル雑貨の立ち上げなどを行っています。

自社ブランド事業

未利用資源由来のアップサイクル原料の価値を自ら一般消費者に伝える手段として、自社ブランドを展開しています。現時点では、主にオーガニック米由来のエタノールや発酵原料(米もろみ粕)を使った化粧品の展開を行っています。



これら4つの事業を支えるのは、東京本社での研究開発と岩手県奥州市にある工場における製造です。東京の研究開発拠点では、最先端のバイオものづくりをはじめ、新しい技術の開発や素材の試作・試験などを進めています。奥州市の製造拠点では、これらの研究と連携し、スケールアップや商品化などを行っています。

素材開発にとどまらず、衛生用品・化粧品・日用品にまで仕立てることを事業の一部としているのは、一般消費者に届く形でのアップサイクルを実現したいと考えるためです。工業原料であるバイオ素材のままでは一般消費者が価値を理解しづらく、循環型社会を実現するための消費行動の変容が起きにくいと考えています。

製造の過程もサーキュラーであるために、さまざまなステークホルダーと協業しています。

ファーメンステーションが目指すのは、サーキュラーエコノミー（循環型経済）の実現です。未利用資源を活用し、削減するだけでなく、製造や商品開発においても資源や価値の循環を実現することを大切にしています。

私たちは、自社の製造工程で作られる副産物などもすべて、価値あるものとして活用することを徹底しています。目指しているのは、「ごみゼロ」でのものづくりです。

例えば、一般的には産業廃棄物として処理されることも多い、エタノールの蒸留後に残る「蒸留粕」からは、機能性のある化粧品原料を生産しています。また、家畜の飼料としても活用することで、農作物に付加価値を与え、最終的には土壌に還すというエコシステムの構築にも取り組んでいます。

私たちが扱う未利用資源の種類は多く、副産物も多様です。それらを最適な形で余すことなく活用すべく、地域のステークホルダーとの関係性の構築に取り組んでいます。

● ファーメンステーションの循環図一例 岩手県奥州市のラボでお米からエタノールを作っています。

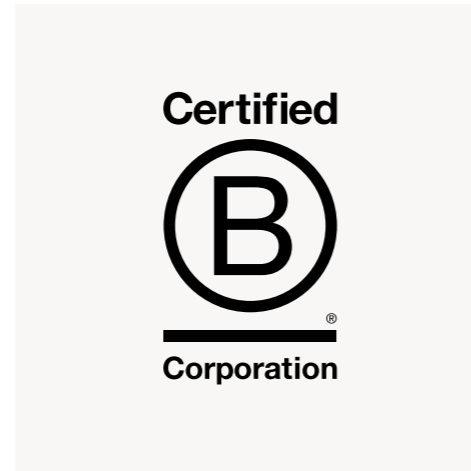


J-Startup impact について



経済産業省が、潜在力の高いインパクトスタートアップに支援を行う「J-Startup Impact」プログラムがスタート、ロールモデルとなることが期待される30社の1社としてファーメンステーションが選定されました。インパクトスタートアップは、「社会的・環境的課題の解決や新たなビジョンの実現と、持続的な経済成長をともに目指す企業」として注目されています。

B Corp 認証について



B Corp 認証とは、環境や働き手、顧客、そしてコミュニティなどのステークホルダーに、ポジティブなインパクトをもたらす企業に与えられる、米国発の国際認証制度です。事業性と社会性の両面の成果や取り組みに対して「スコア」という形で客観的な指標を提供。また、3年ごとの再審査を通じて、定点的なチェックや再評価の機会が与えられます。ファーメンステーションは2022年の3月に、国内のスタートアップとしてはじめて認証を取得し、2025年に更新のタイミングを迎えます。取得して終わるのではなく、進化し続けるためにも、企業同士がコミュニティを形成し、社会への良いインパクトという共通の目標に向かって互いに助け合える仕組みが、国内でも模索されています。また、業界ごとのコミュニティ活動も盛んで、当社は各国のビューティー業界の企業で形成するB Beauty Coalitionのメンバーとしても活動しています。

日本で活動するB Corpが集まる初めてのフェア「Meet the B」開催

「いい会社とは何か」というテーマを掲げ、日本のB Corpが主体となった参加型フェア「Meet The B」が2023年3月に開催され、ファーメンステーションもB Corp企業として参加しまし



た。圧倒されるような熱気からは、コミュニティの盛り上がりや期待度の高さが伝わり、日本におけるムーブメントの兆しを感じ取られるイベントでした。当日はトークショーをはじめとしたさまざまなコンテンツが用意されており、それぞれが非常に学びの多いものでしたが、なによりもこのイベントの印象を決定づけていたのは、さまざまなところから滲み出る「B Corpらしさ」。良いビジネスを通じた、良い社会をみんなで作っていこう。そのために、理想論を語るだけではなくて、地に足のついた取り組みをしていこう。そして、あくまで実践者であろう。このような強い意思が、非常に軽やかに体現されていたイベントでした。

コミットメントの宣言

ファーメンステーションは、世の中にどのようなインパクトを生みたいのか。それを言語化することは、私たちの覚悟の表れでもあります。

ファーメンステーションは事業性と社会性を両立させることをステークホルダーの皆様に対して宣言しています。2022年1月にはその意思表示として、インパクトの分野を5つの項目に分類し、「コミットメント」として改めて宣言しました。

項目の一つ目は、「環境」です。ファーメンステーションの活動の核は未利用資源の再生と循環ですから、自然環境へポジティブなインパクトをもたらすことは、事業の手段であり、目的でもあります。お客様に届ける最終製品としてのプロダクトだけではなく、製造過程や業務におけるあらゆる活動において、できるだけ環境負荷を下げる方法を選択すること。そしてその結果を可視化し、改善し続けることを宣言しています。

ただ、当社が掲げる循環は「モノ」ととどまりません。未利用資源の活用を通じて、地域の経済や人のつながりも循環させ、社会を豊かにすることを目指しています。そこで、項目の

<p>01 環境 — ENVIRONMENTAL COMMITMENT</p>	<p>02 社会 — SOCIAL COMMITMENT</p>	<p>03 ガバナンス — GOVERNANCE COMMITMENT</p>	<p>04 事業性 — BUSINESS COMMITMENT</p>	<p>05 プロダクト — PRODUCT COMMITMENT</p>
----------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------



二つ目は、「社会」としています。地域社会の一員として、そこに存在する課題と向き合い、ステークホルダーの皆様と協力しながら解決を目指すこと。それを、事業を通じて行うことを約束しています。

三つ目は、「ガバナンス」です。コンプライアンスや法令遵守などに加えて、透明性の高いコミュニケーションを通じて、積極的な情報開示を実践しています。

また、社会的なインパクトを持続的に出し続けるためには、収益性が十分にあり、ビジネス

コミットメントの宣言

モデルとして優れていることが大切だと考えています。そのため、四つ目の項目は「事業性」としています。あらゆる場面において、社会性と事業性の両立を前提に判断すること。そのために、コミットメントやパーパスへの共感を前提にビジネスを行います。

最後の項目は「プロダクト」です。ファーメンステーションはものづくりの会社ですから、最終的には製品を通じて社会に価値を提供する必要があります。原料を含めたトレーサビリティや、環境負荷の低いパッケージの選択など、私たちの製品を選択していただくというアクションそのものが、社会やユーザーの生活を豊かにすることにつながるよう配慮しています。

※詳細はファーメンステーションのウェブサイトをご覧ください

<https://fermenstation.co.jp/commitment/>

ステークホルダーズ・ミューチュアル・コミットメント・レターを発行

私たちは2022年に、すべてのビジネスパートナーに宛てたレターを発行しました。同年に制定した「コミットメント」をベースに項目を再整理し、ビジネスパートナーの方々に賛同のお願いをするものです。

これらの項目はあくまでファーメンステーションの「約束」であり、取引先の皆様に強要するものではありません。また、約束と言っても現時点で当社が全ての項目を達成している

わけではなく、改善にむけて試行錯誤しているという状態です。そんな中でこのレターを出すことの意義は、日頃取引のある方々に対してファーメンステーションの姿勢を改めてご紹介すると同時に、ビジネスだけではなく、社会的なインパクトを起こす取り組みにおいても協働できないか、というお誘いをするにありとを考えています。そのため、レターのタイトルはStakeholder's Mutual Commitment(ステークホルダーズ・ミューチュアル・コミットメント)、和文名を「ビジネスパートナーの皆様と協働させていただきたい取り組み」としています。

取引先に対して倫理規定への同意を求めるということは、ビジネスの世界では一般的に行われていることです。しかしそれらの多くは、サプライヤーに対して一方的に通告されるもので、スタンスとしてはサインを「させる」に近いのが現実です。今回のレターで実現したのは、そういったネガティブチェックやリスクヘッジのための同意の強要とは真逆の、ビジネスや社会的取り組みの可能性を広げ、お互いに高めあう関係性です。そのため、サプライヤーだけではなく、クライアントを含めた全ての取引先を対象にしています。これは、ビジネスは一方的な関係性で成立するものではなく、全方位が重要なステークホルダーだという当社の創業時以来のポリシーの表れでもあります。

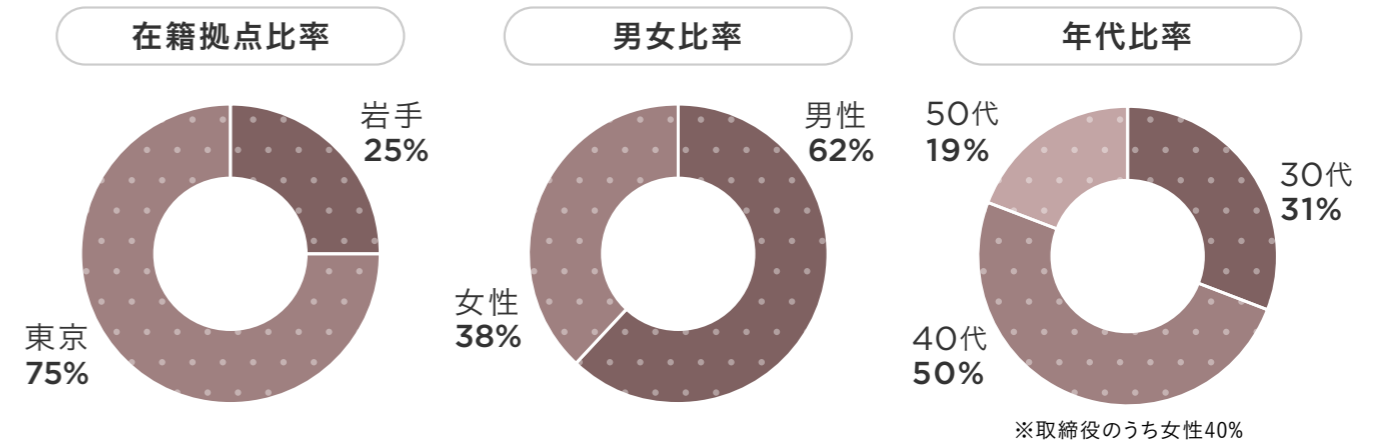
新しい価値を作り、世の中に届け続けるためには、多様で柔軟な組織が必要だと考えています。

ファーメンステーションは多様なバックグラウンドを持った16名(2023年末時点)のメンバーで事業を展開しています。多様性を尊重し、新しい常識を作るために進化を続ける組織であるために、さまざまな社内制度を作っています。一定の学びに対して補助を提供する「学び制度」がその一例です。

プロダクトの製造および研究開発は、岩手県奥州市と東京にある2つの拠点にて行い、それぞれの地域のステークホルダーとの関係を大切に活動しています。



● ファーメンステーションの組織を表す数字



出身業界・
職種(一部)

- ・ 飲料メーカー(R&D)
- ・ コンサルティング
- ・ 地方自治体
- ・ 金融
- ・ 食品メーカー(R&D)
- ・ 監査法人(会計士)
- ・ 化粧品ブランド(企画)
- ・ スタートアップ(事業開発)

● 4つのバリュー

- 01 多様性を尊重します**
OPEN AND INCLUSIVE

02 常に考え、学び、動き続けます
THINK, LEARN, NEVER STOP

03 自分たちにしかできないことに挑戦し、次の常識を作ります
CHALLENGE AND CREATE NEW STANDARDS

04 自分の行動のインパクトを常に考え、日々を過ごします
KNOW YOUR IMPACT

ステークホルダーから見たファーマンステーション

ファーマンステーションの事業や活動は、さまざまなステークホルダーの方々との対話を繰り返しながら進化を続けています。

ここでは、日々関わりのある方々からいただいた応援のコメントや、当社へのフィードバックをご紹介します。



マイムマイム奥州代表 | 及川久仁江様

ファーマンステーションに出会えなかったら、お米からエタノールプロジェクトは消えたでしょう。そしてマイムマイム奥州も存在しません。50代の時、酒井さんたちとの出会いで色々な夢が叶い「もういつ死んでもいい」と思ったけど、60代になってファーマンステーションが変えていく未来を見たくくなりました。



株式会社脱炭素化支援機構 取締役 専務執行役員(CIO) | 上田嘉紀様

地域と連携しながら、未利用バイオマス資源を独自の発酵技術で付加価値の高いバイオ素材に変えていくファーマンステーションの取組みは、温室効果ガスの抑制にも資するものであり、環境と経済の好循環のモデルになると期待しています。日本から新たな成功事例を生みだし、世界にも羽ばたいていって欲しいと思います。



オールバーズ日本代表 | 菱輪光浩様

ファーマンステーションは地球の未来です。イノベーションは小さなラボや地域から始まり、世界を席巻するのが常です。コミュニティと結合し、自然と仲間が増殖していく。まさに発酵プロセスと等しいことを、企業活動としても実行されてます。同じB Corpの仲間として、地球にも社会にも、より良い世界を目指していければと思います。



株式会社ごみの学校代表 | 寺井正幸様

これまで、食品廃棄物は、堆肥や飼料などには活用されていたものの、「素材として高付加価値を生む」ことが非常に難しいものでした。ファーマンステーションさんの技術は、食品廃棄物から高付加価値の原料をつくる、常識を覆す可能性がある技術だと考えています。より多くのごみが価値ある原料として、生まれ変わることを期待しています！



カンロ株式会社 新規事業本部 ヒトツブ事業部長 | 金澤理恵様

ファーマンステーションと協業することで、規格外で販売できないカンロ飴をウェットティッシュにアップサイクル、キャンディという枠を超えた日用品展開を開始し、キャンディから始まるサーキュラーエコノミーを目指す「フューチャーデザイン事業」の第一歩を踏み出すことが出来ました。弊社のサステナブルへの考え方を<商品>として見える化する事で、ステークホルダーへの理解促進につながっています。

02

私たちのインパクト創出



未利用資源アップサイクルのループ

未利用資源を活用することが世の中の「常識」になるための、好循環をめざしています。

ファームステーションの事業の軸は、発酵技術で未利用資源をアップサイクルすることです。このことを通じて、資源がアップサイクルされ続けるだけでなく、さまざまなステークホルダーがアップサイクルの意義を理解し、積極的に未利用資源を活用していくという好循環を生み出したいと考えています。

「未利用資源のアップサイクルループを通じたマルチインパクトモデル」の図のように、ステークホルダーの皆さんと連携し、製造、事業開発、商品企画、販売やマーケティングなどの事業上のアクションを通じて、好循環を実現します。

まず、私たちは地域や事業者の皆さまと共に工場や田畑などの様々な現場で未利用資源の探索を行い、どのような技術が最適かを検討した上で、未利用資源を原料としてアップサイクルさせます。

次に、それらのアップサイクル原料を原料事業で販売、自社商品やOEM事業で連携する企業の商品に活用する方法を検討し、商品開発を行います。

さらに、これらの商品を一般消費者に認知していただき、購買行動へつなげるために、広報・マーケティング・販売を行います。

未利用資源の市場ができることで、現場側での未利用資源の活用が促進され、利用可能

な未利用資源が拡大した結果として、未利用資源の削減につながるというアップサイクルのループを、一連の活動を通じて実現したいと考えています。

私たちが考えるインパクト創出のモデル

「社会課題」の章でも触れたように、私たちの事業には複数のインパクトを追求しているという特徴があります。当社の事業に関係するステークホルダーは多岐に渡り、また未利用資源のアップサイクルを通じて生まれる好影響は多面的であることが、その理由です。

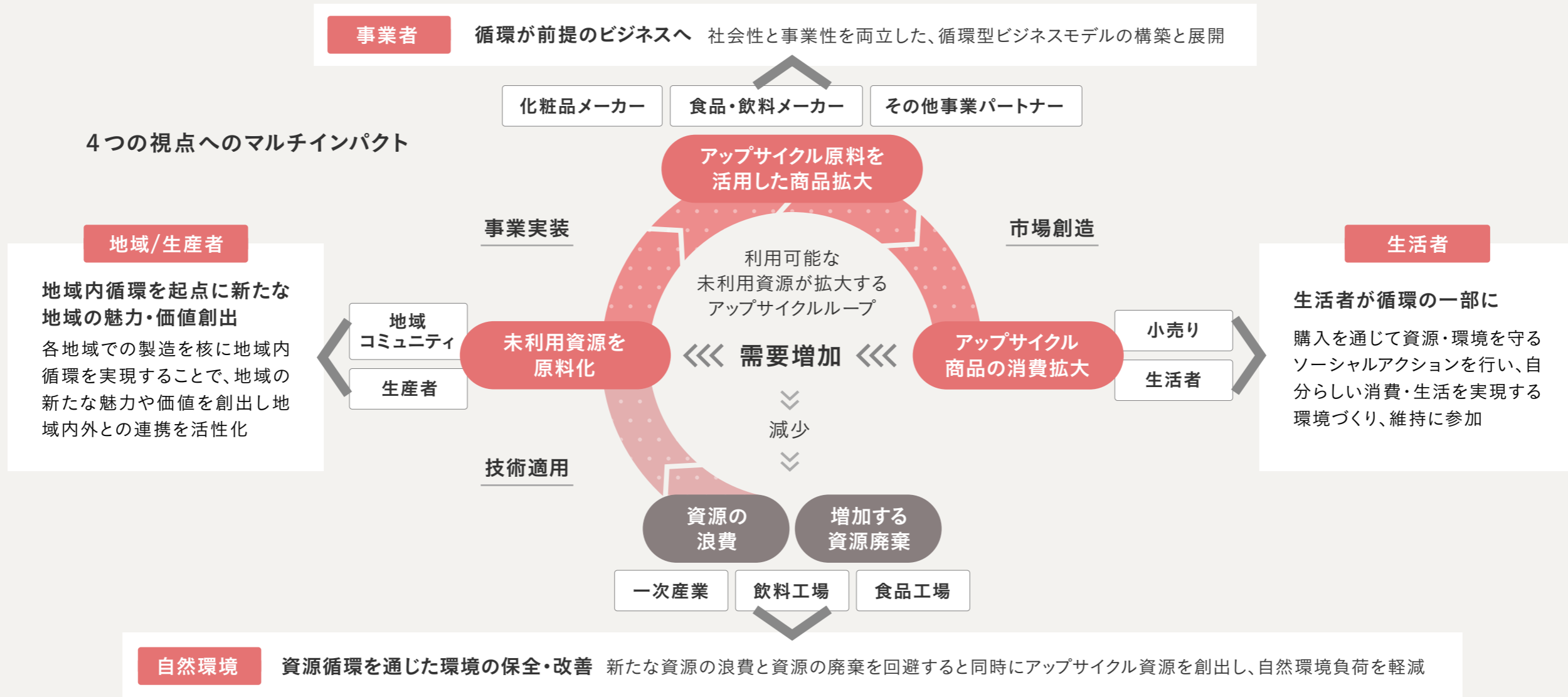
私たちは、それらを「自然環境」「地域/生産者」「事業者」「生活者」4つの視点として捉え、インパクトを創出したいと考えています。そして、これらのマルチインパクトが集約された結果として「循環する社会への転換」を目指したいと考えています。この目標はパーパスの実現を果たした際の最終的な着地点であり、私たちだけではなく社会そのものの転換の実現という意味で「スーパーゴール」と呼んでいます。

未利用資源アップサイクルのループ

● 未利用資源のアップサイクルループを通じたマルチインパクトモデル

スーパーゴール

循環する社会への転換 ステークホルダーをつなぎ、1人(1社)では実現不可能な“循環する社会モデル”への転換を目指しています



スーパーゴール：

循環する社会への転換

4つの視点と機能別のアウトプット：

	自然環境	地域／生産者	事業者	生活者
事業	未利用資源のソーシングとデータベース化／低環境負荷の資材及び天然由来成分の活用	地域内での販売を通じた地域内循環の促進／自社原料で使用する米のオーガニック栽培によるリジェネラティブ農業の促進	共創を通じた未利用資源活用と循環型事業の創出（共創パートナーのソーシャルインパクトへの貢献）	商品販売や広報活動を通じたソーシャルインパクトの普及・啓発（アウトリーチ）
開発	多岐に渡る未利用資源を複数の価値ある素材へアップサイクルする技術の開発 バイオマス由来の脱石油原料の開発（バイオマスものづくり）	地域産業から出る未利用資源を活用した地域事業者とのコラボレーション商品開発	共創における技術提供を通じたアップサイクル原料開発／商品開発における福祉施設との作業連携	アップサイクル原料を活用した良質な商品の開発（購入していただくことでアップサイクルを加速）
製造	エネルギー・水の消費を抑制し、製造で生じるごみを最小化する製造	飼料化や堆肥化をはじめとした製造副産物の地域内活用の強化	顧客保有素材の受け入れ・アップサイクルによる原料製造	商品購入者や地域住民（学生等）の製造拠点視察の実施を通じた啓発

事業活動のアウトプット

自然環境 × 開発

多岐に渡る未利用資源を複数の価値ある素材へアップサイクルする技術の開発

意義・取り組み経緯

技術開発は、「質」（いかに価値あるアップサイクル素材を開発できるか）および「量」（いかに多種・多量な未利用資源をアップサイクルできるか）の両面で、事業の根幹を支える活動です。創業時から取り組むアルコール発酵（バイオマスを糖化・発酵しエタノールを生成する技術）をはじめ、未利用資源の特性や目的に適した微生物を探索し、最適な発酵法を継続して開発をしています。

2023年の活動ハイライト

アルコール発酵の技術では、バイオマスのなかでも難易度が高いと言われている木質（桜の木）由来のエタノールの製造を、商用ベースで実現しました。その他にも、りんご搾汁残渣、柑橘搾汁残渣、規格外さつまいも、パン耳、余剰炊飯ご飯等、多岐にわたる食品廃棄物の発酵に取り組みました。また、アルコール発酵以外の技術開発にも力を入れ、乳酸菌発酵による化粧品原料の開発、食品向けの発酵フレーバーの開発、アルコール発酵性ではない野生酵母を活用した素材開発等を実施し、アップサイクルの可能性の拡大につなげました。

今後への課題

①取り扱い可能な未利用資源の幅の拡大、②発酵法で生成可能なターゲット物質の拡大、③商用ベースの展開を可能とする生産性の実現、に向けた技術開発に継続して取り組みます。



事業活動のアウトプット

地域／生産者 × 製造

飼料化や堆肥化をはじめとした製造副産物の地域内活用の強化

意義・取り組み経緯

当社の製造プロセスにおいて発生する発酵粕等の製造副産物は、資源として有効活用しています。これまでも製造拠点のある岩手県奥州市の農家さん等との連携を通じた資源循環に取り組み、可能な限りゴミとして廃棄しない活動を重視してきました。

2023年の活動ハイライト

これまでも私たちの製造工程で発生する副産物は、特定の農家さんとの連携により家畜の飼料として活用することが中心でしたが、取り扱う未利用資源の種類増加や生産物の種類増加に伴い、他の用途や利用先の開拓の検討が必要になっていました。特に、製造副産物の種類を問わず活用可能な方法の検討に力を入れ、地域内で堆肥化する方法の探索と具体化の目途をつけました。また、従来の飼料としての活用においても、機能性を明確にし、飼料としての付加価値をつけることで利用先の拡大につながるよう県内大学との共同研究をスタートしています。

今後への課題

検討を進めている堆肥利用の運用の開始や、飼料としての機能性の評価を確立させることで、取り扱う未利用資源の質や量を増やしながらも、可能な限りゴミを排出しない製造システムを確立することに注力していきます。



事業活動のアウトプット

事業者 × 事業

未利用資源の活用と循環事業の創出による、共創パートナーのソーシャルインパクトへの貢献

意義・取り組み経緯

未利用資源のアップサイクルや資源循環は、単独事業者で完結できるものは少なく、未利用資源を出す事業者、アップサイクルをする技術を持つ事業者、アップサイクルした素材や商品を利用・販売する事業者などとのパートナーシップがあって実現するケースがほとんどです。これまでも当社は食品・飲料メーカー、化粧品メーカー、小売企業等とのパートナーシップを通じて事業開発を行い、パートナー企業の事業や商品が資源循環型となるための技術的な貢献をしてきました。

2023年の活動ハイライト

2023年も多くの企業との共創パートナーシップを実現しました(具体的な数字はP.31「数字で見るファームステーション」参照)。一般消費者の目に届く商品へのアップサイクルとしては、社食運営企業やコンビニ向け食品製造企業、ドラッグストアチェーンなどとの協業を展開しました。また、アップサイクル素材の開発という観点では、乳業メーカーや酒類メーカー大手、飲料メーカー、加工食品メーカーなどの食品関連企業や、複数の化粧品メーカーとの共同研究開発を実施し、新たな素材開発を進めています。

今後への課題

アップサイクルや資源循環を事業に取り入れたいと考える企業とのパートナーシップを拡大し、様々な業界において資源循環型の事業が当たり前になる社会の実現に取り組みます。また、より多くの未利用資源の活用につながる枠組みを実現するため、未利用資源が出ている事業者と利用したい事業者をつなげるような、事業開発にも取り組んでいきます。



事業活動のアウトプット

生活者 × 事業

商品販売や広報活動を通じたソーシャルインパクトの普及・啓発

意義・取り組み経緯

当社は技術をベースに事業展開する研究開発型の企業です。しかし、資源循環型の事業を拡大させるためには、技術力を伝えるだけにとどまらず、一般の消費者に背景にある課題を認識してもらうような仕組みを作る必要があります。アップサイクルの結果生まれる商品やサービスが、消費者自身だけではなく、社会にとってどう良いのか、意味があるのかを理解できることが重要と考え、自社商品の販売や考え方のコミュニケーションを通じてアウトリーチに努めてきました。

2023年の活動ハイライト

従来の自社ブランド事業を通じた商品の販売によって、アップサイクルの意義や魅力を伝える活動を継続すると同時に、クラウドファンディングに挑戦し、りんごジュース製造時の搾り粕をアップサイクルして開発したサニタイザー (<https://www.makuake.com/project/ringo-sanitizer/>) を製造販売しました。また、商品の背景にある思想や、社会課題を伝えるメディア (<https://medium.com/pukupota-journal>) も立ち上げました。さらに、2022年にB Corp認証を取得したインパクトスタートアップとして、B Corpコミュニティやスタートアップコミュニティなどの様々な場で、登壇・講演・取材等を通じて弊社の考えや社会課題の背景等を積極的に発信しました。

今後への課題

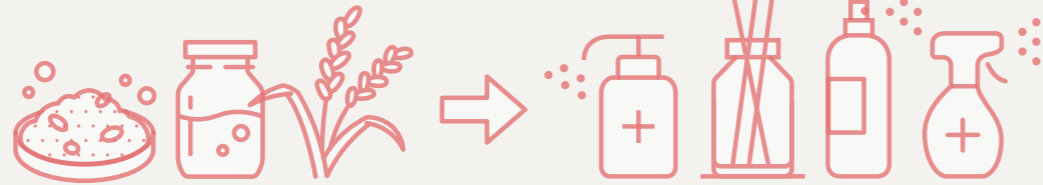
地道なコミュニケーションを続けることに加え、やみくもに広めるのではなく本質を深めることに重点を置きながら、気候変動、生物多様性等のより大きなグローバルアジェンダについて発信。自分たち自身も理解を深めながら、広く多角的な視野を持ち、さまざまな課題を接続してアウトリーチの拡大に取り組めます。



数字で見るファームステーション

アップサイクルした粗原料の種類

パンの耳、余ったご飯、果物の搾り粕はもちろん、難易度の高い桜の木の端材も、独自の発酵技術で活用。食品向けフレーバーなどの機能性素材や、コスメなどの最終製品へと生まれ変わらせました。



17

アップサイクルを一緒にしたパートナー数

2023年、共創、原料、OEM事業でアップサイクルを一緒にした企業は45社。大企業、ライフスタイルやアパレルブランド、農水産物の一次生産者などの多様なセグメントのステークホルダーと、発酵を通じて協業しました。

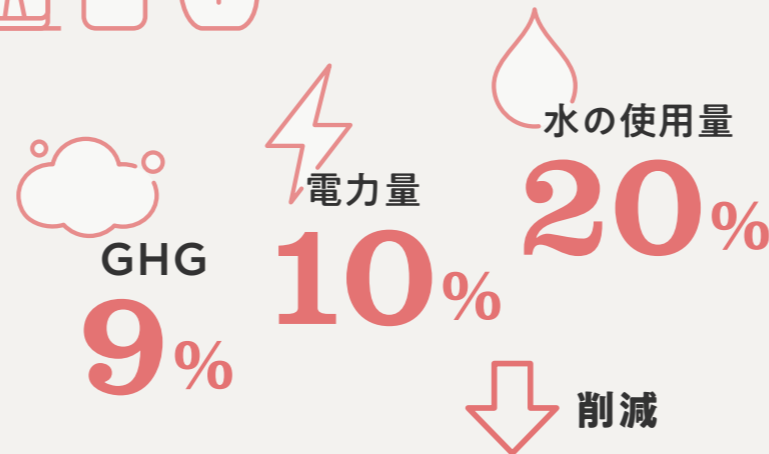


45

バイオマステータシート掲載の未利用資源数

100種類の未利用資源について、技術適用可能性や難易度に関するデータシートを販売。ファームステーションのオリジナル酵素レシピを用いた糖化分解の実験結果を掲載したデータを公開しました。

100



アップサイクル原料製造の温室効果ガス・エネルギー削減率

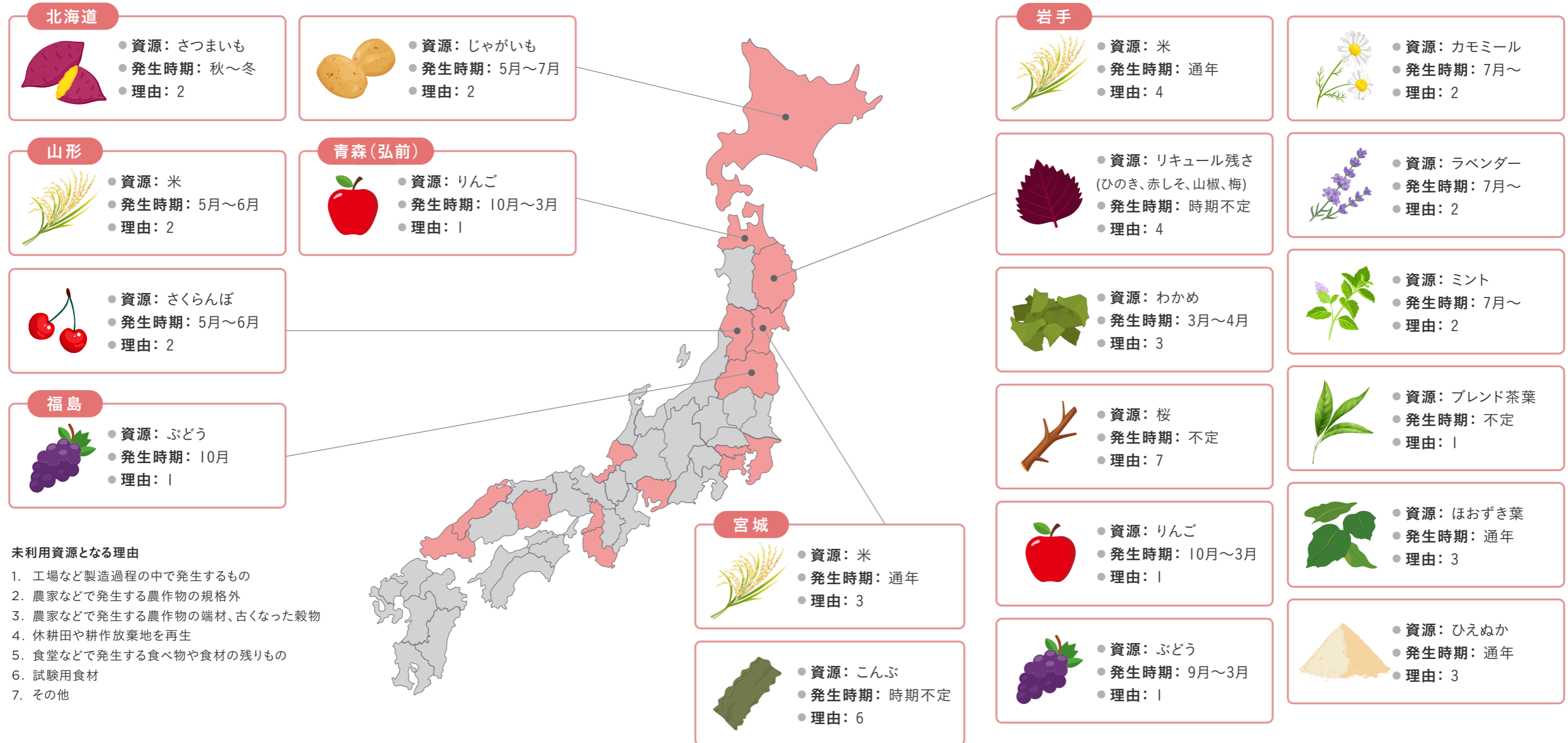
奥州ラボで製造されるアップサイクル原料。発酵や蒸留の効率を上げるなど、エネルギー削減にも科学的知見や微生物の力をフル活用しています。

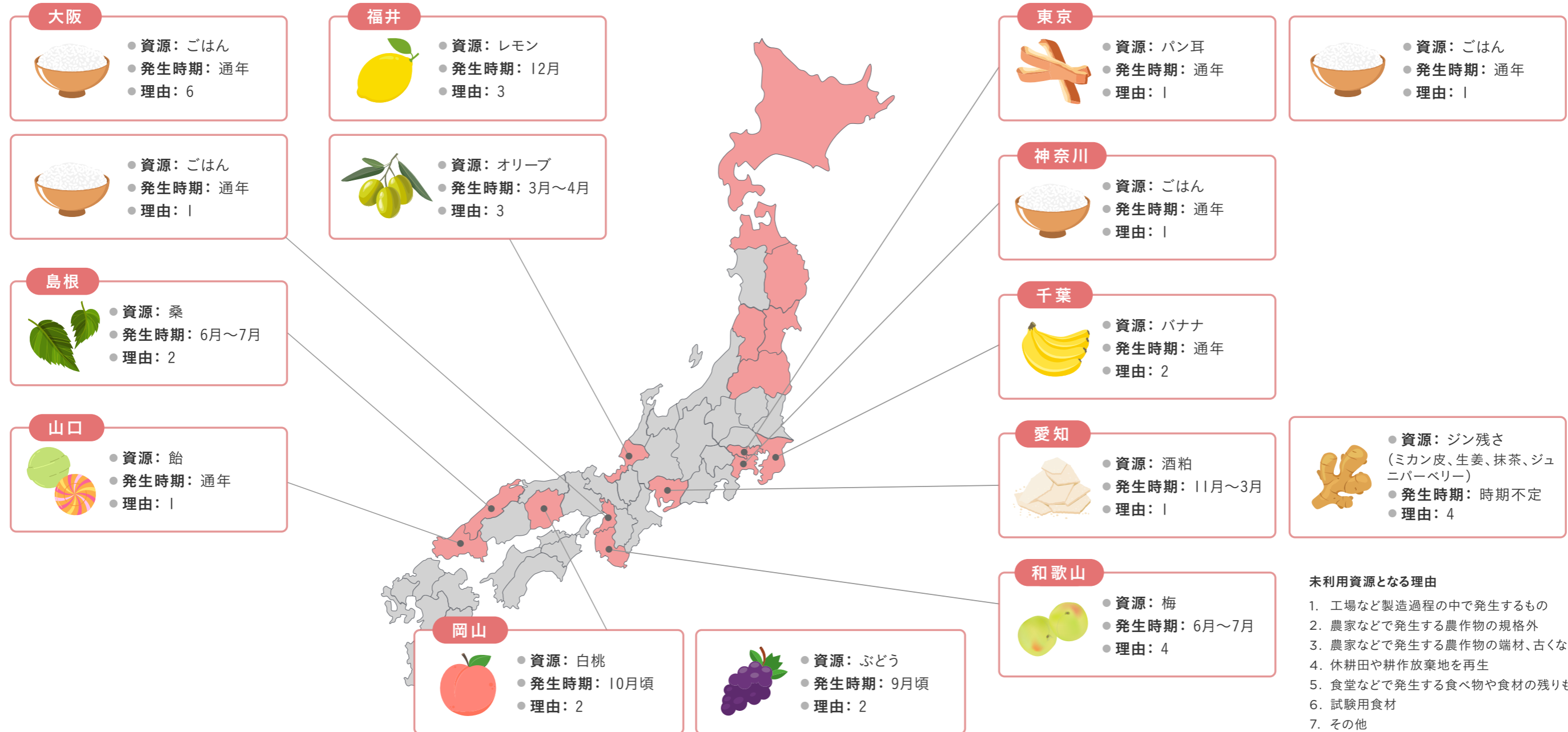
ソーシャルインパクト社内勉強会実施回数

自分たちにとって身近でないと感じる社会課題やインパクトも実は密接につながっている。それらについて学ぶことは、ファームステーションのメンバーにとってエッセンシャルであり、事業活動を振り返り前進させる糸口でもあります。2023年は、気候変動に関する情報、人権、リジェネラティブ・オーガニック、B Corpについて外部講師を招いて勉強会を実施しました。

4







- 未利用資源となる理由**
- 工場など製造過程の中で発生するもの
 - 農家などで発生する農作物の規格外
 - 農家などで発生する農作物の端材、古くなった穀物
 - 休耕田や耕作放棄地を再生
 - 食堂などで発生する食べ物や食材の残りもの
 - 試験用食材
 - その他

今後の課題

事業性やインパクト創出において、着実に成長した一年。会社として目指す姿のブラッシュアップも検証中です。

ファーマンステーションのインパクト創出の取り組みは途上であり、そのインパクトの大きさも限定的です。また、既に世の中にある事業とは異なり、正解が用意されているわけではありません。そのため日々の活動を着実に積み上げると同時に、現時点で考えていることが「仮説」であることを自覚しながら、目指すゴールやアプローチの検証を常に怠らずに学び、進化することが大切だと考えています。

2023年に公開した第一弾のインパクトレポートにおいては、下記を今後の主な課題として取り上げ、継続的に検討と実践を進めることを表明しました。中期的に取り組むべき課題として引き続き取り組みを進めていきますが、現時点の状況と考えをお伝えします。

● スーパーゴールとインパクトモデルのブラッシュアップ

【 前回記載内容要約 】

私たちは事業が時々刻々と変化し進化するスタートアップであることから、現時点で掲げているスーパーゴールとインパクトモデル体が陳腐化することも念頭に、中長期でインパクトをもたらさう最適なゴール設定やインパクトモデルの検討を継続します。

【 現時点の状況 】

現時点でモデルの根本的な修正などは行っていませんが、2024年に短期・中期の事業方針を踏まえた上でモデルのブラッシュアップを進める予定です。

● ゴールの定量化とKPIの設定

【 前回記載内容要約 】

現時点では、スーパーゴールやそこから逆算で設定しうる各活動のKPI(成果を測る指標)を定量的に設定していません。ゴールを定量化することの効用は自明である一方で、進化途上のスタートアップとして、どのような定量ゴールを設定することが、中長期的に誤った方向性に向かわない適切なゴール設定になるか慎重に丁寧に検討を継続したいと考えています。

【 現時点の状況 】

現時点で定量的なKPI等は設定していません。インパクト創出のためにやるべきことは山積しているため、定量的な到達点がなくとも活動が緩むことはありません。しかし同時に、現場の視点や短期的には社会や事業にプラスに働くように見えても、会社として長期的に実現すべきインパクトに本当につながるものなのかどうか確証が持てず、関連性が不明確なことも多いのが事実です。前項で記載したモデルの再考に合わせる形で、2024年度にゴールの定量化とKPIの設定の是非を検討する予定です。

● 事業性と社会性の両立

【 前回記載内容要約 】

インパクトに関わる取り組みにおいて、私たちがもっとも大事にしていることが事業性と社会性の両立です。事業が成長することで社会性が棄損することは避けなくてはなりませんし、社会性を言い訳に事業が成長しないといったことがあってはなりません。事業性と社会性の両立がその段階で高いレベルで達成できているかをどのような形で確認し、さらに高いレベルに向かえるのか、常に自己点検を怠らず日々の活動に向き合います。

【 現時点の状況 】

社会性(≡インパクト)については本レポートで開示した通りですが、事業性においても2023年は、バイオものづくり市場における事業開発・技術開発が進み、着実に成長を遂げることができた一年となりました。2024年1月末にリリースをしている通り、新たに資金調達も実施し、事業性においても第三者からも評価をいただける進捗を実現できたと考えています。事業性と社会性の高いレベルでの両立は永遠の課題ですが、引き続き社をあげて取り組んでいきます。

2023年のインパクトに関するトピックス

1月 January

自社ブランド商品が、サステナブルコスメアワード2022 SILVER賞受賞(MOTHER EARTH主催)

2月 February

Social Impact Day 2023登壇(主催:一般財団法人社会的インパクト・マネジメント・イニシアチブ(SIMI)、共催:一般財団法人社会変革推進財団(SIIF))

3月 March

Meet the B 参加(主催:岩手県奥州市と連携協定締結) B Corp Month JAPAN実行委員会

4月 April

インパクトレポート公開

5月 May

社内インパクト勉強会開催
テーマ「B Corp」

7月 July

社会福祉法人「奥州いさわ会」(岩手県奥州市)と商品製作等で連携開始、商品の一部寄付

インパクトスタートアップ協会会員として岩手県知事表敬訪問

インパクトIPOワーキンググループ(主催:GSG国内諮問委員会)に委員として参加

8月 August

奥州市の小学1年生に自社商品を寄付

9月 September

日経SDGsフォーラム シンポジウム登壇(主催:日本経済新聞社 日経BP)

Xtrepneur AWARD 2023(主催:Forbes JAPAN) サーキュラーエコノミー部門受賞

10月 October

社内インパクト勉強会開催
テーマ「気候変動とメディア」

経済産業省が運営するインパクトスタートアップ育成支援プログラム「J-Startup Impact」に選定

「リンゴだったサニタイザー」が2023年度グッドデザイン賞 グッドデザイン・ベスト100を受賞(主催:公益財団法人日本デザイン振興会)

11月 November

社内インパクト勉強会開催
テーマ「人権とサプライチェーン」

Beyond Sustainability2023(主催:Business Insider Japan) 「環境部門」を受賞

Forbes JAPAN 日本発「ネイチャーポジティブ」に資する50社に選定

12月 December

社内インパクト勉強会開催
テーマ「リジェネラティブ」

ここまで読んでいただき、ありがとうございました。

昨年、初めてのレポートを発行、多くの方に手に取っていただき、インパクトをテーマに前向きな会話をするのができたのは予想外の喜びでした。

この1年で私たちを取り巻く環境にも変化があり、「インパクトスタートアップ」への認知や期待の高まり、国内外でのB Corp取得企業の増加など、多様な社会課題にビジネスで向き合う仲間やサポーターが増えたと感じます。その中で、インパクトレポートを公開する企業も増加しており、私たちが今回、参考にさせていただきながら、2回目のレポート作成に取り組みました。

また、継続して作成することで、自社の成長や課題を振り返る機会にもなりました。インパクトモデルの検討や、具体的なゴール設定などまだ不十分な課題もありますが、来年にむけて、アクションをすでにスタートしています。

循環する社会への転換に向けた試行錯誤は続きます。そのプロセスも含めて、私たちの進化を見ていただき、そして是非一緒に取り組んでいただけたら嬉しいです。

最後に、このレポートを作成するにあたりサポートいただいた皆さま、アドバイスをくださった専門家の方々、ソーシャルインパクトを追求する仲間の皆さま、そしていつも一緒に事業に取り組む社内外の仲間にお礼を申し上げます。ありがとうございました。

FERMENSTATION[◊]
Co.,Ltd.

株式会社ファームステーション www.fermenstation.co.jp

本レポートに関するお問い合わせ先 info@fermenstation.jp

©Fermenstation Co., Ltd.

本誌掲載の記事、写真、図等の無断転載、無断複写、無断掲載を禁じます。