


# 農業の 6 次産業化



平成 2 1 年 1 1 月

農林水産省

# 目 次

農業・農村の6次産業化とその農業生産サイドにおける取組	2
1. 生産・加工・流通(販売)の一体化	
産地による農産物の付加価値の増大	3
農業者の経営の多角化に向けた支援	5
消費者等のニーズに即した販売の推進	7
農業者と異業種・異分野との連携	8
2. 農業の生産性向上等	
販売価値の向上、加工・業務用需要への対応	9
輸出の増大	10
農業資材費の縮減	11
消費者ニーズに応えた食品流通の効率化・合理化	12
生産性向上等に向けた多様な支援策	13
農業の6次産業化の目指すもの	14

# 農業・農村の6次産業化とその農業生産サイドにおける取組(農業の6次産業化)

農業、農村の再生・発展のためには、意欲ある農業者が生産物の質的向上や差別化、加工・販売の一体化に取り組めるようにするとともに、農業と2次産業・3次産業との融合等を通じて新たな産業や需要(市場)を創出することが重要。  
これにより、新たな付加価値を地域内で創出する中で、農業者が中心となってその果実を手にすることができるよう、所得の増大を後押しするための施策を戦略的に展開。

## 農業・農村の6次産業化

### 農業生産サイドにおける取組

- ・生産・加工・流通(販売)の一体化
- ・生産の質的転換による農業の体質強化

### 2次・3次産業との融合

- ・バイオマス等の地域資源を用いた地域イノベーションの誘発
- ・都市と農村の新たな交流と農村地域での定住の促進

### 「農」を中心とする多様な連携軸の構築と絆の強化

- ・連携軸の構築を担うコーディネーター等の人材の育成・確保や関係者への支援
- ・食と農の現状や魅力を発信する活動の支援

「農業の6次産業化」のイメージ

### 生産・加工・流通(販売)の一体化による付加価値の拡大

- ・産地ぐるみでの取組(複数チャネルの確保や販売ロットの拡大等)
- ・農業者による取組(多角化、複合化、消費者等のニーズに即した販売の推進等)
- ・農業者と異業種・異分野との連携による取組(農商工連携等)

### 農業の生産性向上等

- ・販売価値の向上: 需要を起点とした生産ブランド化の推進 等
- ・販売量の増大: 加工・業務用需要への対応 輸出増大 等
- ・コストの縮減: 農業資材費の縮減 消費者ニーズに応えた食品流通の効率化・合理化

### 多様な農業経営体・農地の確保

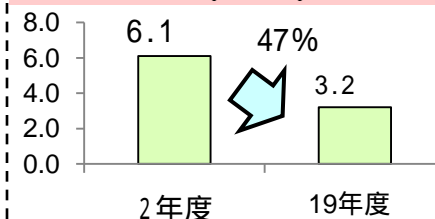
### 環境に調和する農業生産の推進

### 技術の革新的な向上

## 農業者の所得の増大

新たな付加価値を地域内で創出し、雇用と所得を確保するとともに、若者や子供も集落に定住できる地域社会を構築

農業純生産(所得)の減少



今回の資料に含まれる事項

農業地域においては、個々の農業者が共通の作物を栽培するなどにより産地が形成されてきたが、近年の需要構造の変化に対応しきれず、栽培面積の減少や高齢化が進展し維持が困難となる産地が出現。

こうした産地単位の問題に対応するためには、産地自ら実践する生産・販売力の強化に対して総合的に支援することが不可欠であり、これを通じて農産物の付加価値の増大を図る。

## 【農業生産・販売における「産地」の役割】

各農家が同一作物を栽培すること等により、大ロットで安定した品質の農産物供給の実現  
ブランドの確立等による価格交渉力の強化  
集荷・調製等の工程を共同で行うことによるコストの縮減

## 【需要構造の変化】

消費者ニーズの変化（加工食品や外食の利用など食の外部化、低価格志向、「顔の見える農産物」へのニーズ）  
流通・小売業者の大規模化等による相対的な価格決定力の低下等

## 【維持が困難な産地が増加】

産地の中には、需要構造の変化に対応しきれず、価格低迷等により新たな投資意欲も減退し、高コスト構造が改善されない結果、栽培面積や共販率の低下等により維持が困難となりつつあるものも増加

産地の機能強化が重要

## 付加価値の増大に必要なとされる産地の戦略的な取組

### 産地の生産・販売戦略づくり

- ・産地内の合意形成
- ・市場動向、地域資源等の分析
- ・商品選定と販売先の選定

### 生産段階

- ・消費者ニーズに適った新品種・生産技術の導入
- ・生産管理の徹底（品質、生産量の平準化）
- ・効率的集荷体制の構築
- ・取引先ニーズを踏まえた規格・ロット・荷姿等による調製・出荷

### 加工段階

- ・加工技術の導入
- ・「売れる商品」の開発
- ・適切な製造工程管理の実施

### 販売段階

- ・販売先の開拓、拡大
- ・他産地との連携（リレー出荷）
- ・販売管理（出荷管理、代金回収等）

総合的な支援を強化

# 産地による農産物の付加価値の増大

1. 生産・加工・流通（販売）の一体化

産地による農産物の付加価値の増大に向けた取組については、生産・販売戦略に基づく取組への重点的な支援を基本に、産地機能の中核をなす基幹施設の整備や機動的な機械・設備の導入、人材育成、技術導入、販売企画力の強化に向けた取組、産地間連携の促進や地域ブランドの確立に対する支援を強化。

このような支援により、販売力が強く持続的な産地を全国展開。

## 産地の戦略的な取組全体への総合的な支援を強化

### 生産・販売戦略の策定・実施への人的支援

生産現場の知識が豊富なコーディネーター（普及指導員等）を核として、新技術、経営、販売、加工方法等についての外部専門家と連携した人的な支援体制を構築。

#### 試験研究機関

・新品種、栽培技術等の助言

#### 税理士・ 会計士等

・税務相談  
・経営診断

#### 生産現場のコーディネーター （普及指導員等）

・地域の関係者のコーディネート  
・外部専門家と地域とのコーディネート  
・技術・経営指導  
・地域資源の調査・戦略策定支援  
・リーダー育成

#### マーケティング専門家 （広告会社等）

・イベント開催の助言  
・PR手法の助言

#### 民間企業 （食品産業等）

・加工方法等の助言  
・新品種、機械等の助言

### 生産基盤の整備

高収益作物の導入や品質・収量の向上等に資する暗渠排水、地下かんがい、畑地かんがい等の機動的整備を支援。

### 産地基幹施設の整備

集出荷施設、加工施設等の産地の基幹的施設について、再編整備・機能強化を支援。

### 機動的な機械・設備導入

機械・設備のリースやレンタルの導入・活用を支援。

### 産地間連携の促進

産地間リレー出荷体制の構築を支援。

### 地域ブランドの育成

地域ブランドの確立に向けた取組や地域団体商標の利用の促進を支援。

### 産地ソフト面での能力の向上

生産・販売戦略に基づいた

- ・人材育成（技術伝承、経営能力の向上）
- ・技術導入（高度技術、新品種の導入）
- ・販売企画力強化（商品開発、販路開拓）

の取組を一体的に支援。



平成27年までに全国で500程度の産地が生産・販売戦略に基づく取組を推進  
平成27年までに事業実施産地の農業生産額を5%以上増加

売れるものを作って儲けることのできる  
産地を全国的に展開

農業者の所得の向上を図るためには、農業者が原材料供給者としてだけでなく、自ら又は連携して加工・販売等に取り組む経営の多角化を進め、そこから生じる付加価値を農業経営の中に取り込むことが重要。

こうした経営の多角化の取組は、個々の農業経営の所得向上はもとより、地域における雇用の創出等を通じ、地域全体の所得増大や地域の活性化につながることを期待。

## 経営の多角化への取組

### 自らの経営の多角化

- ・加工・販売・観光等への事業拡大

#### 経営を多角化した例(宮城県)

##### 主要事業

加工(食肉加工、総菜)、飲食(地域料理の店)、販売(直売所)

##### 取組の特徴

自社ブランドの豚を開発し、食肉加工への進出、販路開拓等を実施。また、外食業や直売所に進出し、売り上げを増加。

### 他の農業者・他産業等との連携

- ・地域の農業者と共同して直売所等への出荷
- ・加工業者、流通業者、小売業者等と連携し、付加価値向上、販路拡大、販売の安定化

#### 他産業と連携した例(愛媛県)

##### 主要事業

米麦の生産、他府県の農業者・商社・ファミリーレストランとの連携

##### 取組の特徴

他の都道府県で様々な品目を生産する農業者と連携して事業協同組合を設立し、野菜等の安定供給体制を構築。また、商社と連携して販路を開拓。

農業者の所得向上

## 経営の多角化に向けた課題

### 経営能力の向上

- ・自らの経営能力の向上
- ・外部からノウハウを有する者の招聘

販路の確保

これらの課題を乗り越えるための支援

資金調達

雇用労働力の確保

設備投資



# 農業者の経営の多角化に向けた支援

加工・販売等経営の多角化の取組を促進し、農業者の経営の発展、所得の向上を図るため 経営の多角化の取組の初期投資の負担の軽減等、 経営の多角化に必要な人材確保、 円滑な資金調達等、 専門家による指導・助言のサポートを実施。

## 初期投資の負担の軽減等への支援

支援対象

農業者

連携等

相手方

（農業者  
加工業者  
流通業者  
消費者  
研究機関等）

所得向上のための取組

販路開拓等

販売量拡大のための取組

新商品開発・ブランド化等

付加価値（販売単価）向上のための取組

補助対象

- ・アンテナショップの整備・運営
- ・直売所の整備・運営
- ・農家レストランの整備・運営
- ・加工・流通業者との商談・提携
- ・マーケティング調査費
- ・専門家によるコンサルティング
- ・新規作物の試験栽培経費
- ・新商品のデザイン料
- ・見本市等への出展料
- ・農畜産物処理加工施設導入
- ・地域認証・産地化
- ・販売促進活動の経費

等

初期投資負担の軽減

## 人材確保への支援

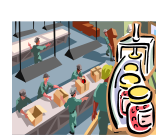
- ・ 経営の多角化に取り組む経営者を養成するため、人材育成プログラムの作成や育成スクールの開催、また連携活動を推進するノウハウ等を有する人材の確保などの取組等

農場のマネジメント能力

経営・労務管理能力

マーケティング・渉外能力

商品開発・管理能力



- ・ 「農の雇用事業」による新規就業者の雇用促進に加え、新たな事業分野（加工、流通、販売）を開拓する農業法人が新規雇用者に対して必要な技術・知識を習得させるために実施する研修を支援

【就業1年目】

基礎的な農業技術・知識の習得

【就業2、3年目】

・加工に関する技術・知識の習得  
・高度な加工技術、衛生管理、販売等に関する知識の習得

部門責任者等として経営を支える中核的な人材

## 円滑な資金調達等

- ・ スーパーL資金等の金利負担を軽減
- ・ 無利子の農業改良資金の貸付プロセスを改善
- ・ 融資保険の対象の拡充

農業者による加工・販売の取組を全国展開

## 専門家による指導・助言

専門的かつ広範にわたる経営課題の解決や経営発展に向けた経営相談や専門家による指導・助言の実施

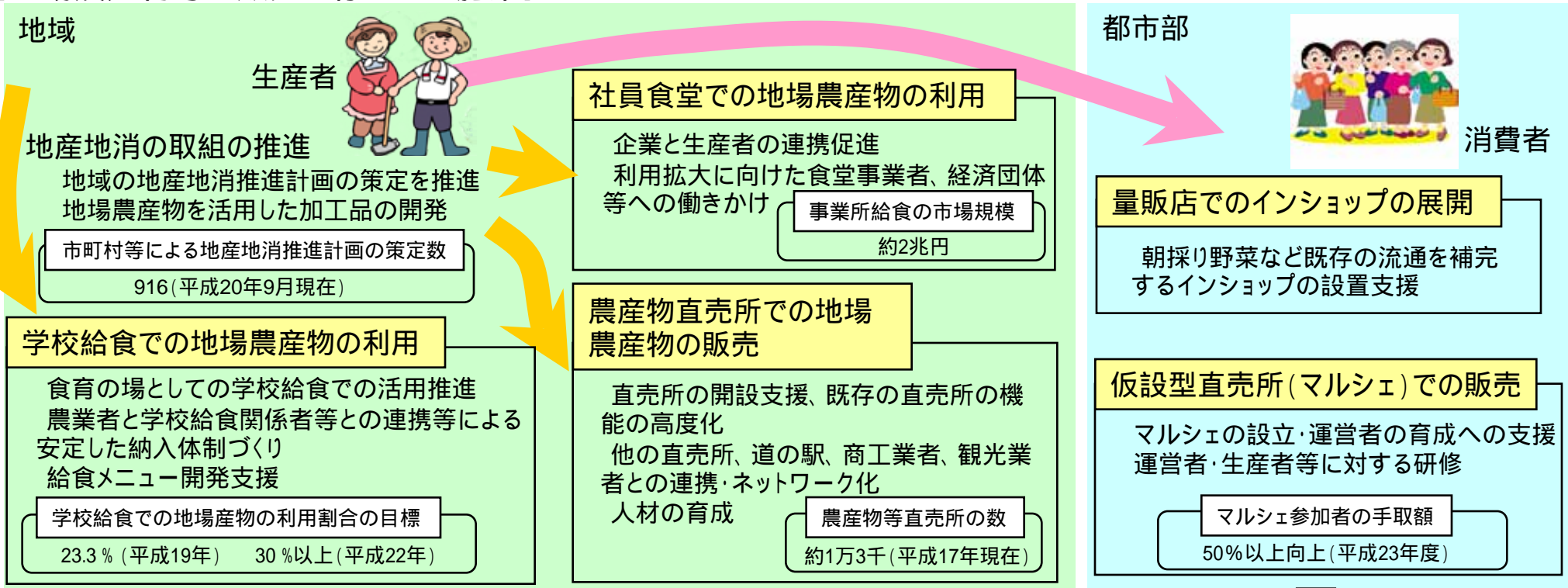
# 消費者等のニーズに即した販売の推進

生産と販売の一体化の一環として、直売所での地場農産物の販売等により「地産地消」の取組や都市部における産直販売の取組を支援することが必要。

直売所については、既に全国で1万3千を超える店舗が設置されている現状を踏まえ、周年的な品揃えの充実、直売所間の連携・ネットワーク化、POS (Point of sale) システムの活用等を通じた運営・販売力の強化のための取組を支援。

全国の大都市における仮設型直売所(マルシェ)の普及・定着を進めるため、その運営に取り組むNPO法人や市民グループの育成、生産者を含めた研修等の取組を支援。

## 【地場農産物等の販売に係る主な施策】



## 【更なる施策の展開方向】

取扱品目の増加や安定的な品揃え、販売力の強化等に向けた運営上の改善や人材の育成  
中食・外食企業における地場農産物の一層の活用とその需要に対応するための出荷体制の強化  
国産農産物の生産拡大につながるよう、社会貢献の面からも直売所等での消費を喚起



# 農業者と異業種・異分野との連携(農商工連携の例)

1. 生産・加工・流通(販売)の一体化

農村における雇用の確保と所得の向上、国産農産物の需要拡大等を図るため、農業者と商工業者が連携し、相互のノウハウ、技術等を活用して行う新商品の開発、販路開拓等の取組を推進。

農業者サイドにおける様々な課題に対応し、農業者へのサポート体制を充実させること等により、更に取り組を拡大。

## 現 状

### 背景

我が国経済の低迷  
分けても農山漁村は著しく  
疲弊

農林水産業、農山漁村  
に潜在する様々な資源

農商工等連携促進法の制定  
(平成20年5月)

これまでに292件の農商工  
連携事業計画を認定

(平成21年11月末見込み)

## 農業サイドから 見た課題

加工・販売業者との点的な  
連携にとどまり、観光などの  
様々な異業種も含めた地域  
全体に広がりのある取組が  
少ない

個々の農業者では探すこと  
が難しい商工業者との出会  
いの機会が少なく、  
サポート体制も不十分であ  
り、更なる普及には壁

連携の相手先に中小零細な  
事業者が多く、リスクの高い  
新商品の本格的な事業化が  
難しい

## 施策の方向

食品産業のみならず、観光産業、IT産業  
など様々な異業種と農業との連携による  
新商品開発等の取組を推進

農業者のニーズに対応できるコーディネーターによる専門的・総合的なサポート体制を構築し、様々な異業種とのマッチング、販路拡大機会の創出、売れる商品開発を推進

地域の農産物を活用した商品の事業化に必要な食品加工・販売施設や農業機械施設の整備を推進

5年で500件の優良事例を創出

農山漁村の資源を活用し、農山漁村に利益を還元する新たなビジネスを展開・創出

## 【販売価値の向上】

需要を起点とした生産を促進することにより、農産物の高付加価値化に取り組むことが必要。例えば、飼料用米を利用した「白い卵」等の特色ある畜産物生産により、消費者の多様な志向に対応できる畜産物のブランド化を推進。

## 【販売量の増大】

食の外部化が進む中、販売量を拡大するためには、加工・業務用需要への対応が不可欠。このため、実需者ニーズに対応した低コスト生産のための技術導入や施設整備への支援、安定供給のための流通体制の構築などを推進。

### 生産物の価値を高める取組の推進（畜産物の例）

#### 従来の付加価値向上の取組

- ・ 地域名を冠するなど、イメージ重視のブランド化
- ・ 霜降りの追求など、質に着目したブランド化

#### 最近の付加価値向上の取組

特別な飼いや、製法など、様々な価値観に着目したブランド化、差別化

飼料用米、稲発酵粗飼料等、耕畜連携を通じた国産飼料の利用  
エコフィード利用など「環境に優しい」飼いや  
放牧など、「自然に近い」飼いや  
SPF豚の生産、HACCP手法の導入等「衛生水準の高い」飼いや  
ブラウンスイス種のような特色のある生乳を用いた  
国産チーズの生産

これらの取組を支援することにより、農産物等の付加価値の向上、消費者の選択肢の拡大に寄与。



「玄米玉子」  
(青森県)



エコフィード  
「香味旨豚」

#### 【飼料用米】

17年度 45ha  
20年度見込 1,611ha

#### 【エコフィード】

15年度 8万TDNト  
20年度 23万TDNト

### 加工・業務用需要への対応

今後の生産拡大は、加工・業務用市場の特徴を踏まえた取組が不可欠。

#### <加工・業務用需要の特徴>

- ・ 外観品質よりも、加工に適したサイズ・形状
- ・ 大ロットの周年安定供給
- ・ 安定した低価格
- ・ 個別包装は必要なし

#### <加工業務用への取組例>

- ・ 高収量の加工向け品種の導入
- ・ リレー出荷による周年供給
- ・ 一次加工対応や調製工程の簡素化
- ・ ばら出荷や通い容器の導入  
低価格大量出荷で所得を確保する生産体制の確立

目指す市場を明確化し、そのニーズに合わせて生産体制の質的転換を図る取組を支援。

生産者・産地と実需者をつなぐ中間事業者の育成、新品種・技術導入の支援、集出荷・加工施設等の整備、野菜等のリレー出荷のための広域連携体制構築を推進

需要拡大が見込まれるチーズ等について国産原材料使用を促進

### 【販売量の増大】

農産物の輸出増大は、販路拡大や生産量の増加等を通じて農業者の所得増大や経営の発展に資するものであり、輸出促進は重要な取組。

このため、農林漁業者や事業者が輸出しやすい環境整備、品目、国・地域別の戦略的な輸出対策、意欲ある農林漁業者や事業者に対するきめ細かな支援活動、新規海外市場・需要の開拓など、農林漁業者等が取り組む輸出に向けた活動を積極的に支援。

### 施策のポイント

### 具体的な施策

#### 輸出環境の整備

【農林漁業者等がより一層輸出しやすい環境の整備】  
国として相手国・地域に対する検疫等のルールの改善等を要請

検疫協議の加速化による検疫問題の解決や輸出検査の体制の強化  
輸出に係る証明書の円滑な発行  
有機JAS規格の同等性認証の要請  
輸出の拡大が期待される品目の関税撤廃・削減  
加工施設等におけるHACCP手法の導入  
生産段階におけるGAPの導入

#### 品目、国・地域別の戦略的な輸出対策

【特定重点品目と特定重点地域の設定】  
既存の重点品目・地域に加え、新たに支援事業をさらに集中的に実施する品目・地域を設定

特定重点品目と特定重点地域の設定（東アジア向け米・野菜・果実・木材、  
東南アジア向け食肉・水産物、北米向け食肉・茶・水産物、中東向け加工食品）  
品目別の工程表の策定  
知的財産戦略・ブランド戦略の推進、供給基盤の強化への支援  
技術開発の推進

#### 意欲ある農林漁業者等に対する支援

【きめ細かな事業者支援活動】  
新規に意欲をもって輸出に取り組む者だけでなく、既に開拓されてきた販路も重視して支援

国内外バイヤーとの商談機会の提供  
丁寧な相談体制等の充実  
意欲ある農林漁業者等の海外における事業活動に対する支援  
セミナー等を通じた市場動向等の提供  
農商工連携を通じた新商品の開発、生産、販売の促進

#### 日本食・日本食材等の海外における需要開拓

【国際ニッポン食品フロンティア構想の推進】  
現地商流ネットワークの構築により海外のさらなる需要開拓を図る

海外の日本食レストラン等による日本産食材の利用拡大  
日本食材を活用する人材の育成  
広報内容の充実及び戦略的な広報の実施  
人的つながりの構築によるマッチング支援活動の展開  
「WASHOKU-Try Japan's Good Food」事業等の実施

### 【コストの縮減】

農業機械については、規模拡大を基本としつつ農作業受委託や機械の汎用利用を進めることで、利用効率の向上を図るとともに、低価格農業機械の普及等を推進。また、農業機械の効率的利用に向けた新たな取組として農業機械レンタルサービスを行う事業者の育成を推進。

肥料については、土壌診断に基づく適正施肥、局所施肥等の効率的施肥技術の導入、地域有機資源の活用等により化学肥料の施用量を抑制する取組を推進。

農薬については、発生予察に基づく適期防除やIPM(総合的病虫害・雑草管理)の導入等による化学農薬の使用量抑制とともに、安価な大型包装農薬やジェネリック農薬等の普及を推進。

#### 資材の効率的利用とコストの縮減（農業機械）

##### < 農業機械の利用効率向上 >

優良事例の紹介やコスト縮減効果の周知により、営農規模の拡大、農作業受委託の推進、品種の組み合わせや新技術の導入による作業期間の拡大等の取組による機械の効率利用を推進。

##### < 農業機械価格の抑制 >

生産者団体等における機能を絞り込むことにより価格を抑制した農業機械の取扱いの拡大を推進。

また、初期投資抑制に効果の高い中古農機の活用を推進

##### < 新たな取組（農業機械のレンタル） >

機械の稼働期間が拡大する広域でのレンタルなどモデルとなる事業者の育成を支援

レンタルに使用する農業機械の導入支援

農業者への意向調査、情報提供、レンタルに転換する農業者が所有する余剰機械の処分等の支援

#### 資材の効率的利用とコストの縮減（肥料）

土壌診断に基づく施肥設計の見直し、効率的施肥技術の導入や地域有機資源の活用等による化学肥料抑制に向けた施肥体系への転換の取組を支援。

地域の未利用・低利用資源の有効活用に向けた資源調査や肥料利用の推進に係る取組を支援。

#### 資材の効率的利用とコストの縮減（農薬）

地域生産物毎に病虫害の発生状況を把握し、適期の防除により効果的・効率的な防除を推進することにより、化学農薬の使用量を抑制する。

生産者団体等との連携により、農薬価格の抑制に資する大型包装農薬やジェネリック農薬等の導入を推進。



## 【コストの縮減】

食品流通の効率化・高度化を通じ、農業者の所得向上や、高品質な農産物の適正価格での消費者への提供を図るため、生産から消費に至るフードチェーンの各段階の関係者が連携した取組を推進。

卸売市場は、我が国の生鮮品流通の大宗を担っており、食品流通の効率化・高度化を図る上で重要な位置付け。このため、卸売市場の将来方向等について検討を行うに当たっては、少子高齢化等の状況変化や、高品質な農産物を適正価格で求める実需や国民のニーズを踏まえ実施。

### 流通の効率化・高度化

フードチェーンに関わる1次・2次・3次産業の関係者が一体となった取組への支援

生産から消費までの各段階の関係者が連携して行う食品流通の効率化・高度化の取組等を支援。

・新技術を活用したビジネスモデルの構築(電子タグ)



フードチェーンに関わる各段階の関係者が連携した電子タグの活用による食品流通の効率化の優良モデルの構築を支援。

・通い容器の普及



通い容器の普及に向けて、卸売市場を中心とした関係者が一体となった通い容器回収管理体制構築の取組を支援。

・次世代の流通情報インフラの導入



食品産業が次世代の流通情報インフラを導入するにあたってのニーズや技術の検討に係る調査・検討を支援。

・集出荷・配送の共同化や情報化による在庫管理の適正化



フードチェーンに関わる各段階の関係者が一体となって、集出荷・配送の共同化、情報化による在庫管理の適正化により、食品流通の効率化の優良モデルの構築を支援。

・一貫したコールドチェーン体制の整備などの品質管理の高度化



生産から消費に至るまでの一貫したコールドチェーン体制の整備などの品質管理の高度化に必要な設備等の導入を支援。

### 卸売市場の将来方向に関する検討

・次期(第9次)卸売市場整備基本方針の策定に向けて、「卸売市場の将来方向に関する研究会」を開催し、卸売市場の機能・役割について評価・検証の上、卸売市場の役割と将来方向、施策のあり方等について、総合的に検討。

・平成22年3月を目途に報告を取りまとめ。

### 卸売市場の機能・役割の検証・評価

卸売市場の機能・役割が現在も適確に発揮されているのか、状況の変化も踏まえつつ検証・評価

#### 主な機能

品揃え、集分荷  
価格形成  
代金決済  
情報受発信

#### 主な役割

消費者へ安全な食品を安定的に供給  
生産者へ安定的な販路を提供  
小売業者へ安定的・効率的な  
仕入れ先を提供

### 卸売市場の将来方向の検討

卸売市場の基本的方向性や個別の施策のあり方について検討

(例)

品質管理の高度化

取引の合理化

環境問題への対応

市場の再編



各地域の資源や経営体の経営展開に応じた多様な経営改善の取組を支援するため、加工・販売との一体化、販売価値の向上、販売量の増加、コストの縮減に係る多様な施策を展開。

分野	主な支援の内容
多様な経営改善の取組に対する支援体制の構築	<p>新技術の導入、マーケティング、農産加工、経営管理の高度化等に取り組む農業者を支援するため、普及指導員を中心に外部専門家とも連携した普及事業の実施体制を構築。</p>
高品質農作物品種の開発、新たな需要につながる加工・流通技術等の開発	<p>生産、流通、販売を支える基盤として、消費者ニーズに対応した高付加価値化・高品質な農作物の開発、新たな需要を創出する加工・流通技術、生産性の向上・生産コストの縮減技術の研究開発を推進。</p> <p>&lt; 課題例 &gt; 平成26年度までに、輸入小麦に匹敵する品質のパン・中華麺用小麦品種を開発 平成22年度までに、米粉用途に適した米粉加工技術や広域流通に向けた品質劣化防止技術を開発</p>
非食用・高収益マーケットの拡大	<p>収益性向上の観点から、非食用作物も振興。例えば、花きについて、需要拡大に向けた取組に対して支援するとともに、国産花きの強みを生かした生産・販売の仕組みを構築。</p> <p>農産物が有する様々な機能性を活かした新たな産業創出に向けて、農産物の開発・発掘、産地と企業のマッチング、商品開発等を総合的に支援。</p>
農業の知的財産の保護・活用	<p>国内で開発された新技術、新品種などの知的財産の権利取得を推進。また、地域の特徴ある農産物や料理等のブランド化に向けた取組を促進するため、専門家の招へい、地域団体商標の取得等を支援。</p> <p>篤農家の経験や勘に基づくノウハウ等（暗黙知）を、情報科学の手法を用いて一般農業者にも活用可能な形に置き換え蓄積するAI（アグリインフォマティクス）システムを開発し提供。</p> <p>海外で我が国育成の植物新品種が栽培される事案や、我が国地名等が商標出願される等の問題への対応。</p>

# 農業の6次産業化の目指すもの

これまでの議論において、農業の6次産業化の推進により農業者の所得を増大させていくことが重要との指摘や、政策の目標やゴールを明確化して国民に対する発信力を高めるべきとの指摘がなされたところ。

以上を踏まえ、農業の6次産業化の指標として、農業者の所得の増大目標のあり方について検討してはどうか。

