

6次産業化のさらなる推進に向けて

～高知市土佐山地域のゆずを
活用した取組を事例に～



農林水産省農林水産政策研究所
小林茂典

目 次

1. 6次産業化の基本的なとらえ方

- ・ 特徴
- ・ ねらい
- ・ 主な施策等

2. 6次産業化のさらなる推進に向けて必要な視点

- ・ 流通システムの特徴を踏まえたバリューチェーンのあり方
- ・ プラットフォームの形成による地域ぐるみの取組のあり方

3. わが国の流通システムの特徴を踏まえた対応の必要性

- ・ 「小売主導型流通システム」の特徴
- ・ 「川上主導型バリューチェーン」の形成に向けて
- ・ 「中間流通機能活用型」の6次産業化

6次産業化とは(1)

○「食料・農業・農村政策審議会・企画部会」資料(2014年6月27日)より抜粋

- ・ 「農林漁業者による生産・加工・販売の一体化や、農林水産業と第2次・第3次産業の融合等を通じて、

農山漁村に由来する農林水産物、バイオマスや農山漁村の風景、そこに住む人の経験・知恵に至るあらゆる「地域資源」を活用し、新たな地域ビジネスの展開や新たな業態の創出といった新たな取組を通じて、

付加価値のより多くの部分を農山漁村地域に帰属させ、地域内に雇用と所得を確保すること。」

6次産業化の基本的なねらい

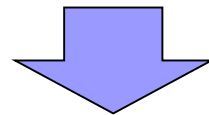
○地域資源を活用した農業と関連産業の統合・連携による産業振興と、これを通ずる地域振興

6次産業化とは(2)

- 「「攻めの農林水産業」の実現に向けた新たな政策の概要」(第2版)、農林水産省、2014年8月
 - ・ 「農林漁業者が、加工や販売にノウハウを持つ2次・3次産業の事業者との連携等を図りながら、生産・加工・流通(販売)を一体化してバリューチェーンを構築する「6次産業化」
- 「文部科学省認定済教科書(高等学校農業科用)農業経営」(実教出版)、平成26年度版より(食料・農業・農村政策審議会企画部会資料(2014年6月27日))
 - ・ 「6次産業化とは、農業を1次産業としてだけでなく、加工などの2次産業、さらにはサービスや販売などの3次産業まで含め、1次から3次まで一体化した産業として農業の可能性を広げようとするものである。」

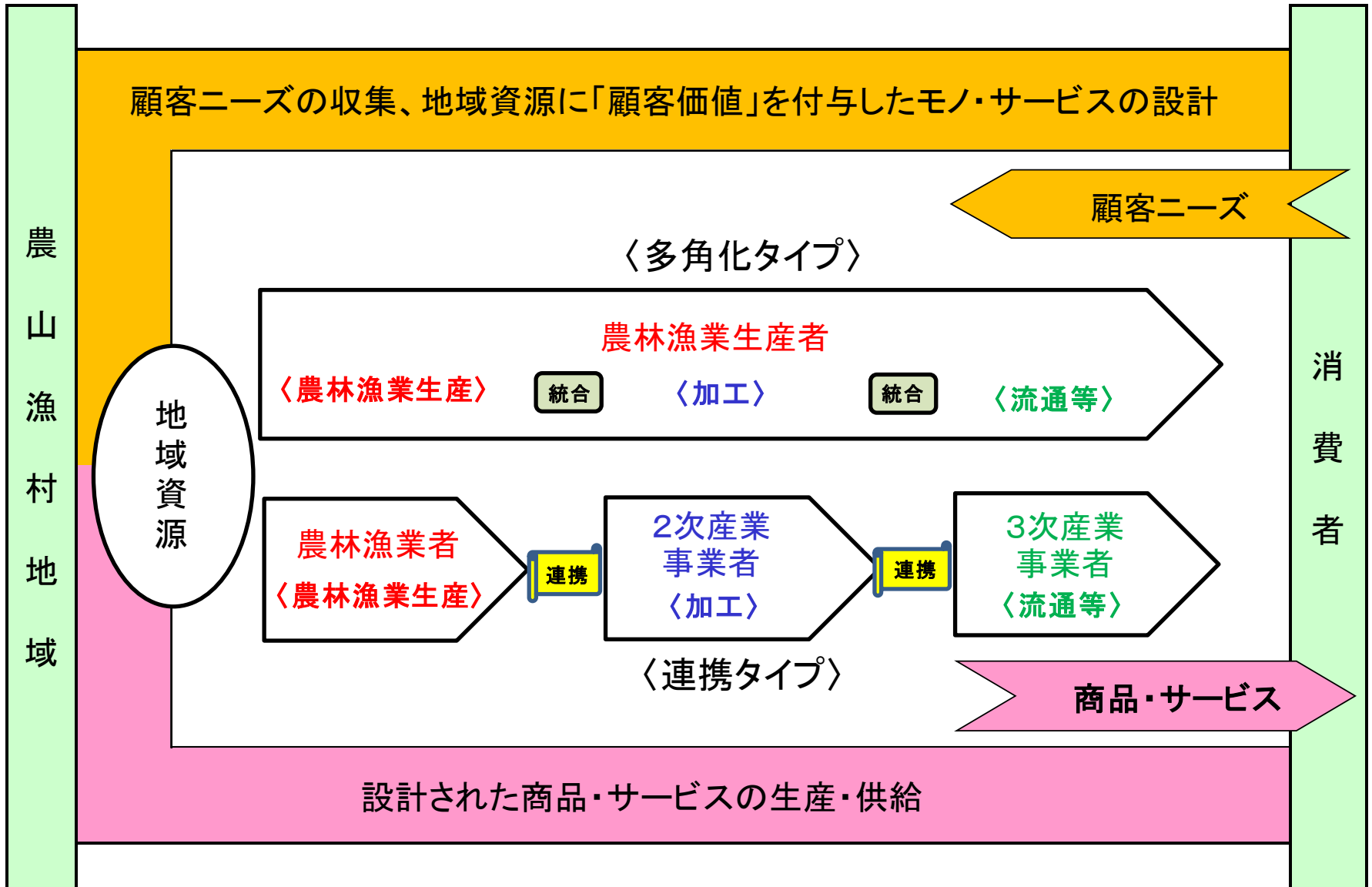
6次産業化とは(3)

- ・ 農林漁業者が、自ら、または、2次産業事業者、3次産業事業者と連携して、地域資源に付加価値をつけながら消費者・実需者につながり、その収益部分のより多くを農山漁村地域にもたらして所得と雇用を確保し、活力ある地域社会の構築を図る取組。



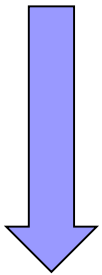
- ・ 多角化タイプ: 農業サイドからの生産・加工・流通等の一体的取組
(農業経営の垂直的多角化)
- ・ 連携タイプ: 農業サイドと商工業者等との連携(農商工連携)

6次産業化の取組(誰が何を行うのか:事業活動の「連結の仕方」)



6次産業化とは(4)

- ・ 農業を単体でとらえるのではなく、製造業や卸・小売業、飲食サービス業、観光業等の事業活動を取り込んだ、**農業をベースとする垂直的な事業活動の「複合体」**として把握



この「複合体」づくりによる付加価値の形成、競争力の向上、所得と雇用の増大等による地域活性化

「連携タイプ」(中間組織の形成)

- ・ 関係者間における課題や目標の共有、内部資源と外部資源の相互活用(共有資源としての活用)、相互交流等の進展による信頼関係・協調関係の強化
→関係者が一定の独立性を維持しつつ相互補完的な関係を強めた、事実上の垂直的な事業活動の「複合体」

6次産業化とは(5)

○「川上主導型バリューチェーン」

「農業をベースとする垂直的な事業活動の「複合体」」



流通システムの観点



農業サイドが主導的ないしその関与度合いを高めながら付加価値を形成し、消費者・実需者につなげていく「川上主導型バリューチェーン」の構築に向けた取組として把握

▪ バリューチェーン:

商品の生産・加工・流通等の連鎖的な事業活動において付加価値(顧客価値)を形成し、それを価値提案しながら最終消費者へつないでいく仕組み

- ⇒ バリューチェーンの構築:「価値創造の循環プロセス」(嶋口充輝(1994))
価値形成(提供すべき顧客価値を背品・サービスに具現化)、価値表示(価格等)、価値伝達(広告・プロモーション等)、価値実現(流通チャネル等)
- ⇒ 一連の価値連鎖の活動から構成される「連鎖型価値の仕組み」

農林水産業・地域の活力創造プランの概要

「攻めの農林水産業」⇒農林水産業の成長産業化による地域経済の活性化

農林水産業・地域の活力
創造本部においてプラン決定
(平成25年12月10日)

【農林水産省・関係府省】

- ・現場の実態を踏まえた着実な改革の推進
(攻めの農林水産業実行元年)

【産業競争力会議】

- ・経営力ある担い手の育成
- ・A-FIVEの活用
- ・畜産・酪農の成長産業化
- ・輸出環境整備、ジャパン・ブランド推進等 など

【規制改革会議】

- ・農業委員会等の見直し
- ・農業生産法人の見直し
- ・農業協同組合の見直し

農林水産業・地域の活力
創造本部においてプラン改訂
(平成26年6月24日)

「強い農林水産業」・「美しく活力ある農山漁村」に向けた4本柱

①需要フロンティアの拡大

- ・食文化・食産業のグローバル展開による輸出促進(オールジャパンの輸出体制整備 等)
- ・国内需要の拡大、新たな国内需要への対応(国産農産物のシェア獲得、地産地消、食育等)
- ・食の安全と消費者の信頼の確保

②バリューチェーンの構築

- ・6次産業化の推進(農林漁業成長産業化ファンド(A-FIVE)の積極的活用、医福食農連携等)
- ・次世代施設園芸等の生産・流通システムの高度化
- ・新品種・新技術の開発・普及等
- ・畜産・酪農分野の更なる強化 等

③生産現場の強化

- ・農地中間管理機構の活用による農業生産コスト削減等
- ・経営所得安定対策・米の生産調整の見直し
- ・農業の成長産業化に向けた農協・農業委員会等に関する改革の推進

④多面的機能の維持・発揮

- ・日本型直接支払制度の創設
- ・人口減少社会における農山漁村の活性化(地域コミュニティ活性化、都市と農山漁村の交流 等)

東日本大震災
からの
復旧・復興

林業の
成長産業化

水産日本の
復活

プランの方向性を踏まえた食料
・農業・農村基本計画の見直し等

農業・農村全体の所得を今後10年間で倍増させることを目指す。

6次産業化に係る主な施策等(1)

○ 「六次産業化・地産地消法」(2011年3月施行)

～ 「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」

■ 総合化事業計画の認定等

～ 農林漁業者等が事業主体となる「多角化タイプ」の取組支援が基本であるが、事業主体の取組を支援する2次・3次産業の事業者も「促進事業者」として計画に位置づけることが可能(「連携タイプ」の取組も支援)

総合化事業計画の認定件数:2,176

		(%)	
加工	20.0	野菜	31.5
直売	2.5	果樹	18.3
輸出	0.4	畜産物	11.9
レストラン	0.3	米	11.8
加工・直売	68.5	水産物	5.6
加工・直売・レストラン	6.6	豆類	4.9
加工・直売・輸出	1.6	林産物	4.2
		その他	11.8

資料:農林水産省資料(2016年11月14日現在の累計値)

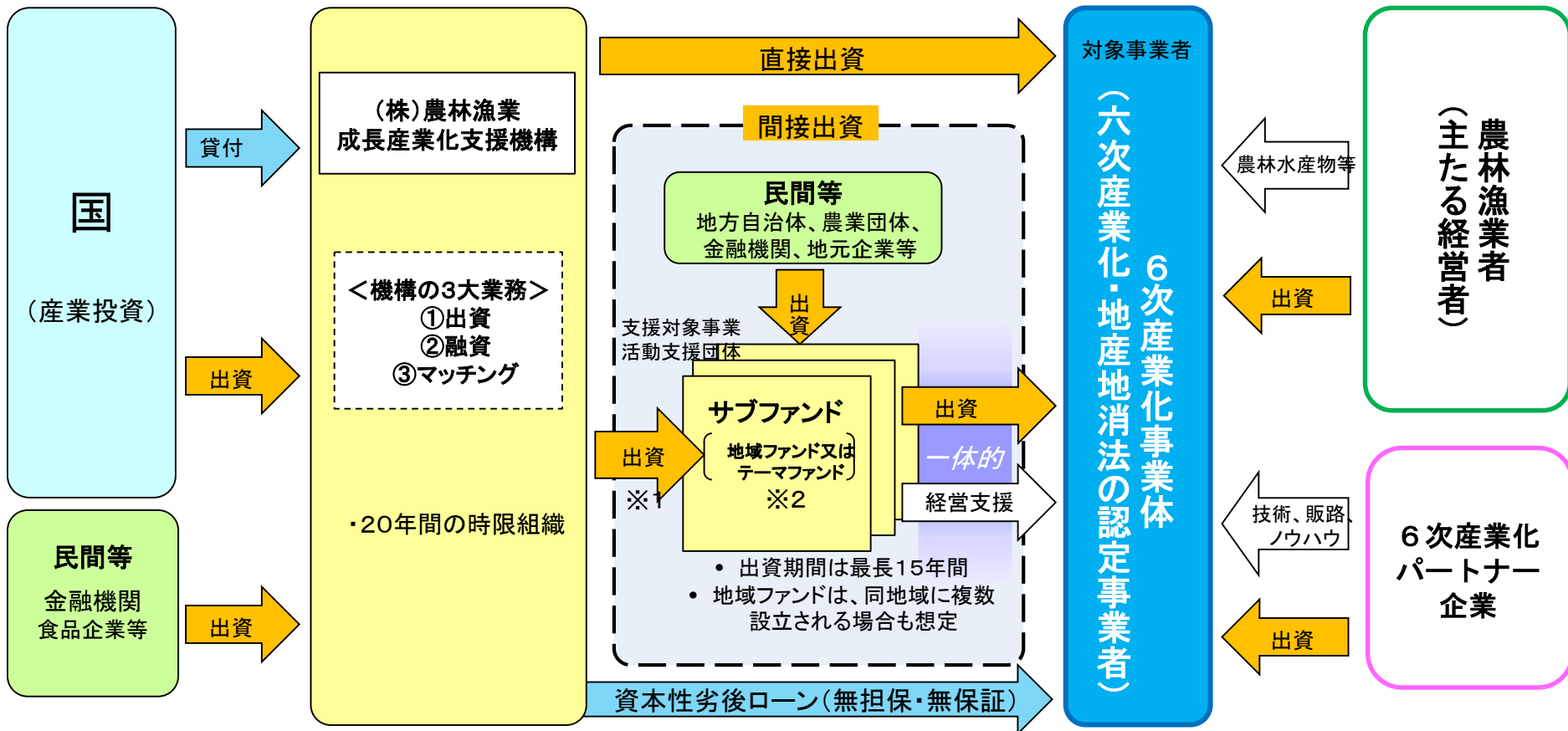
6次産業化に係る主な施策等(2)

○ 取組の発展段階等に対応した多様な支援策の展開

- 施設整備等のハード事業、新商品開発等のソフト事業をはじめ、6次産業化の推進に向けた取組の発展段階等に対応した多様な支援策
 - 6次産業化プランナー等によるサポート
 - 市町村等(地域ぐるみ)の取組
 - 農林漁業成長産業化ファンドの創設
 - ~(株)農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)(2013年2月開業)を通じて運用
 - ~農林漁業者と2次・3次産業の事業者(パートナー企業)双方が出資して設立した合併事業体(6次産業化事業体)への出資・支援
- ⇒「連携タイプ」の取組支援

農林漁業成長産業化ファンドによる資金供給の流れ

- ・ 国と民間の共同出資によって、(株)農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)を設立(2013年1月)。
- ・ 農林漁業者と他産業の事業者が連携し、共同出資する会社等が支援対象(資本と経営の両面から支援)。
- ・ 2013年2月:業務開始



「多角化タイプ」の取組状況

－農業生産関連事業－

○「連結の仕方」(主体間関係)

- ・「多角化タイプ」: 農業サイドからの生産・加工・販売等の一体的取組(経営の多角化)
- ・「連携タイプ」: 農業サイドと商工業者等との連携による取組(農商工連携)

単位: 経営体、%

全国	計	農業生産 関連事業を 行っている 実経営体	事業の種類							
			農産物 の加工	消費者に 直接販売	貸農園・ 体験農園等	観光農園	農家民宿	農家 レストラン	海外への 輸出	その他
2005年	2,009,380	353,381	23,913	331,347	4,023	7,579	1,492	826	-	12,329
2010年	1,679,084	351,494	34,172	329,122	5,840	8,768	2,006	1,248	445	3,215
2015年	1,377,266	251,073	25,068	236,655	3,723	6,597	1,750	1,304	576	1,836
2005年	100.0%	17.6%	6.8%	93.8%	1.1%	2.1%	0.4%	0.2%	-	3.5%
2010年	100.0%	20.9%	9.7%	93.6%	1.7%	2.5%	0.6%	0.4%	0.1%	0.9%
2015年	100.0%	18.2%	10.0%	94.3%	1.5%	2.6%	0.7%	0.5%	0.2%	0.7%

資料: 農林業センサス

注1: 「事業の種類」の「消費者に直接販売」について、2005年は「店や消費者に直接販売」となっている。このため、2005年と10年、15年の数値は接続しない。

注2: 「事業の種類」の構成割合は、農業生産関連事業を行っている経営体数に対する割合。複数の事業を行っているケースがあるため、その合計は100%にはならない。

「多角化タイプ」の取組状況

— 農業生産関連事業の年間販売金額の推移 —

単位：億円、%

	年間総販売金額	農産物の加工			農産物直売所			観光農園	農家レストラン等
		計	農業経営体	農協等	計	農業経営体	農協等		
2010年度	16,552 (100.0)	7,783 (47.0)	2,693 (16.3)	5,091 (30.8)	8,176 (49.4)	1,064 (6.4)	7,112 (43.0)	352 (2.1)	241 (1.5)
2014年度	18,672 (100.0)	8,577 (45.9)	3,105 (16.6)	5,471 (29.3)	9,356 (50.1)	1,315 (7.0)	8,042 (43.1)	364 (1.9)	375 (2.0)
対10年度比	112.8%	110.2%	115.3%	107.5%	114.4%	123.6%	113.1%	103.4%	155.6%

資料：農林水産省「6次産業化総合調査」

注1：（ ）は年間総販売額に占める割合。

注2：農家レストラン等には農家民宿等が含まれる。

「多角化タイプ」の取組状況

— 農業生産関連事業の総従業員数の推移 —

単位：100人、%

	総従業員数	農産物の加工			農産物直売所			観光農園	農家レストラン等
		計	農業経営体	農協等	計	農業経営体	農協等		
2010年度	3,995 (100.0)	1,419 (35.5)	1,128 (28.2)	291 (7.3)	1,816 (45.5)	481 (12.0)	1,335 (33.4)	617 (15.4)	143 (3.6)
2014年度	4,415 (100.0)	1,675 (37.9)	1,325 (30.0)	350 (7.9)	2,075 (47.0)	785 (17.8)	1,290 (29.2)	457 (10.4)	208 (4.7)
対10年度比	110.5%	118.0%	117.5%	120.3%	114.3%	163.2%	96.6%	74.1%	145.5%

資料：農林水産省「6次産業化総合調査」

注1：()は総従業員数に占める割合。

注2：農家レストラン等には農家民宿等が含まれる。

「多角化タイプ」の取組状況

一 農業生産関連事業の販売金額規模別事業体数割合一 (2014年度)

単位: 億円、万円、事業体、%

	年間販売金額		事業体数	販売金額規模別事業体数割合						
	総額	1事業体当たり		計	100万円未満	100～500	500～1,000	1,000～5,000	5,000万～1億	1億円以上
農業生産関連事業計	18,672	3,091	60,400	100.0	31.8	30.5	12.3	17.0	2.8	5.4
農産物の加工	8,577	3,217	26,660	100.0	43.4	29.5	8.8	13.9	1.5	2.9
農産物直売所	9,356	3,946	23,710	100.0	15.9	29.6	16.7	22.6	5.0	10.2
観光農園	364	544	6,690	100.0	36.2	41.7	10.4	10.4	0.6	0.7
農家民宿	54	286	1,890	100.0	65.1	19.4	7.8	7.2	0.4	0.1
農家レストラン	321	2,222	1,440	100.0	14.7	28.0	20.3	26.7	5.6	4.6

資料: 農林水産省「6次産業化総合調査」

6次産業化のさらなる推進に向けて必要な視点

(1) 流通システムの特徴を踏まえたバリューチェーンのあり方

～価値実現と市場規模の拡大に関連

～農業をベースとする垂直的な事業活動の「複合体」づくりによる産業振興

(2) プラットフォームの形成による地域ぐるみの取組のあり方

～(1)の「複合体」づくりの「点から面」への広がりはもとより、活用する地域資源の種類の豊富化、それに付加価値を付ける事業活動や参加する主体の増加に関連

～地域全体での所得と雇用の確保・拡大による地域振興(地域活性化)

(3) (2)の取組により、多様な地域資源のさまざまな組み合わせによる「顧客価値」(付加価値)の一層の向上(その地域ならではの地域資源の組み合わせ)と価値提案(価値訴求)の強化

⇒ プラットフォームの形成を媒介とした、(1)の「複合体」の内容の豊富化、産業規模の拡大、産業競争力の強化



産業振興と地域振興の相互連関(相互促進的、相互補完的關係)

～プラットフォームを「フードチェーンと地域再生の結節」として位置づけ

(齋藤修・佐藤和憲(2014))

(参考) プラットフォームの形成

○ プラットフォーム:

「人・情報・知識・技術等の相互交流や多様な主体の協働等を促進させる仕組みや場」

～多様なネットワークの形成、地域ぐるみの取組の推進、食料産業クラスターの構築、イノベーションの促進 等

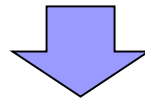
〈斎藤修氏によるプラットフォームの役割(『フードチェーンと地域再生』)〉

- ・「地域の自治体やJA、食品事業者、生産者、研究機関等が相互にネットワークをつくり、知識の共有化から地域の価値を創造するために戦略をつくる場」として把握。
- ・「知識の蓄積と共有化」をベースに価値提案や事業戦略の組み立て等へと連動させていく役割のほか、地方自治体等の参画を踏まえることによって「地域マネジメント」機能の担い手としての役割も期待。

わが国の流通システムの特徴と6次産業化(1)

▪ 現代の流通システムの基本的特徴

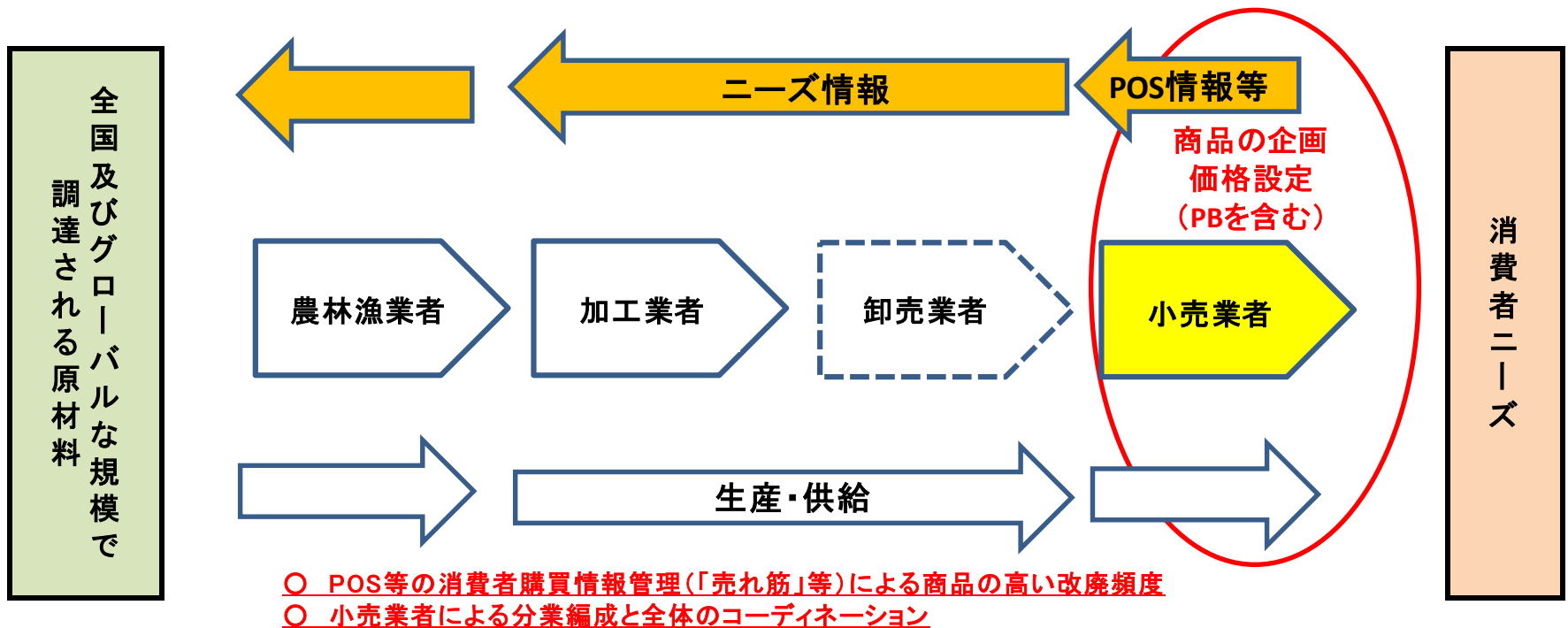
- ~戦後の高度経済成長を背景として大量生産・大量流通を推進する「メーカー主導型流通システム」から「小売主導型流通システム」への移行
- ~その背景として、チェーンオペレーション等の業態革新を伴う小売業の大型化、POSデータ等顧客情報管理システムの高度化等



▪ 「小売主導型流通システム」

- ~大型小売業がチャネルリーダーとして商品の企画・価格設定や分業編成の全体をコーディネートしながらシステムを形成していく「川下主導型バリューチェーン」

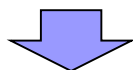
「小売主導型流通システム」の概念図



わが国の流通システムの特徴と6次産業化(2)

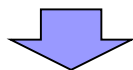
- 6次産業化は、当該地域の自然条件、歴史、文化等に規定された農業・農村の地域資源(シーズ)を活用した事業展開

⇒①資源が容易に代替できないこと、②資源量に制約があること等の特性



「小売主導型流通システム」にみられるような高い頻度の商品の入れ替えには適合しにくい

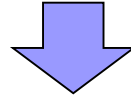
- 「小売主導型流通システム」においては、商品の企画・価格設定が小売主導で実施



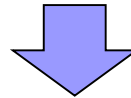
バリューチェーンの中で創出された付加価値の配分が農業・農村サイドの所得増大につながらない可能性(単なる原料供給者としての役割の場合)

6次産業化と「川上主導型バリューチェーン」

- ・農業・農村サイドの所得増大につながる6次産業化の取組



・農業サイドが主導的ないしその関与度合いを高めながら、「ニーズ志向」と「シーズ志向」のバランスのとれた商品開発や価格設定を行う「川上主導型バリューチェーン」の構築が重要



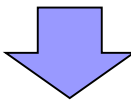
① 農業者が生産・加工・販売を一体的に行う「多角化タイプ」

→ 農業サイド主導で取り組みやすい

② 中小食品加工企業等との連携による「(農商工)連携タイプ」

→ 商品の共同開発等を行う中で、農業サイドの関与度合いを比較的高くできる

(※「農工連携」による取組が多く、「商」を含めた連携関係は少ないことが指摘)



消費者ニーズの収集力、商品販売力等が課題

加工食品卸売業との連携（「中間流通機能活用型」の6次産業化）

○ 流通の川中に位置する加工食品卸売業者の機能・役割に注目

(1) 川中に位置していることにより:

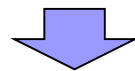
- ①「ニーズ志向」と「シーズ志向」のバランスのとれた商品の企画・開発を行いやすい
- ②小売業の品揃えよりも豊富で、新たな需要喚起の可能性を有する多様な商品供給を行える 等

→ 従来型の機能（需給結合、情報・ロジスティクス機能等）

(2) 加工食品卸売業者自らが、

- ① 自社で加工施設や技術スタッフを擁し、加工品を開発・生産し、自らの物流網・販売網で販売する取組
- ② 生産支援（産地育成等）や小売支援機能（売り場提案、カテゴリーマネジメント等）等の垂直的な機能

→ 「中間流通機能」（従来型の卸売機能と区別する必要）、「製造卸」機能



6次産業化における農業サイドの連携先として、商品開発力はもとより、消費者ニーズの収集力や商品販売力等も保持し、これらの機能を一体的に有する加工食品卸売業に注目

⇒ 「中間流通機能活用型」の6次産業化

加工食品卸売業者の概況

	計	売上高（2014年度）				
		1兆円以上	5,000億～1兆円	1,000～5,000億円	500～1,000億円	100～500億円
企業数(100億円以上)	64	3	3	16	13	29
本社が3大都市 以外のもの	36	0	1	9	4	22

注: 主な取扱商品が「総合食品」で、100億円以上の売上高であることが明確なもの。

資料: 『日経MJトレンド情報源(2016年版)』等より作成

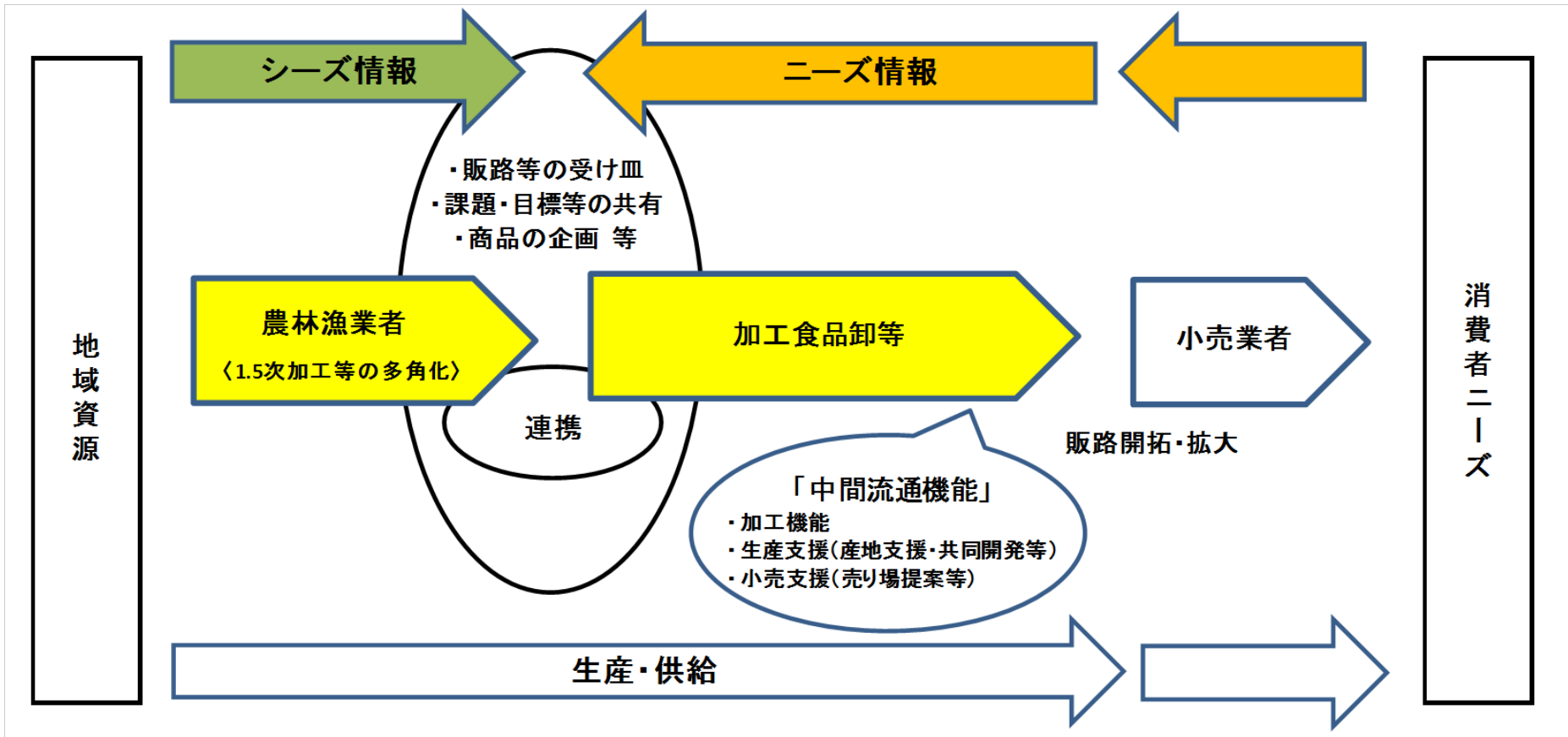


大手総合食品卸7社

社名	売上高(10億円)
三菱食品	2,337
日本アクセス	1,784
国分	1,603
加藤産業	772
三井食品	754
伊藤忠食品	618
トモシアホールディングス ※	618
※旭食品(388)、カナカン(147)、丸大堀内(83)	

※ 2013年1月: 旭食品、カナカン、丸大堀内の3社が経営統合し、(株)トモシアホールディングス発足

「中間流通機能活用型」の6次産業化の概念図



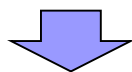
高知市土佐山地域における6次産業化(1)

○ 高知市土佐山地域:

- ・ 2005年1月:旧土佐郡土佐山村が高知市と合併して誕生(高知市の北部に位置)。総面積の約9割が林野。
- ・ 高知県は日本で最もゆずの生産量が多く、高知市土佐山地域は県内有数のゆずの栽培産地の一つ。ゆず栽培は1960年代初頭から開始。

○ ゆずを活用した6次産業化

- ・ 1989年:加工食品卸の旭食品とゆず果汁の取引を開始。
- ・ 産地側(土佐山ゆず生産組合)が、ゆずの生産と搾汁(1.5次産業的な加工による多角化)を行い、そのゆず果汁等を旭食品(窓口は子会社の旭フレッシュ)が買い取って、産地にこだわった「ポン酢」等のゆず加工品を製造し、同社の物流網、販売網で流通。



「中間流通機能」(産地支援、小売支援等)を有する加工食品卸との連携により、産地側の多角化の事業活動を補完し、より付加価値の高い商品の生産・供給とバリューチェーンの構築へつなげていく、「中間流通機能活用型」の6次産業化

高知市土佐山地域における6次産業化(2)

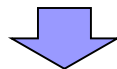
○ パートナーズ協定に基づく生産振興と生産基盤の強化(1)

- ・ 土佐山ゆず生産組合、旭食品、高知市の3者間で「パートナーズ協定」を締結
～「『ゆず香る中山間地域の創造』パートナーズ協定」(2008年3月)

〈背景〉～ 土佐山地域のゆずの生産振興・安定化を必要とする、3者の共通認識の醸成・課題の共有

- ・ 生産者: 地域特産物のゆずの安定生産が所得向上を図る上で不可欠
- ・ 旭食品: 2006年、07年の2年連続の不作でゆず果汁が大幅に不足
- ・ 高知市: 2005年の旧土佐山村等との合併で、市北部の中山間地域振興が急務

- ⇒ ①ゆずの生産増加とその安定化が関係者共通の課題
②その対応においては、一過性のものでなく、優良な苗木を利用した新植・改植をはじめとする中長期的な視点に立った生産基盤の強化に向けた取組が重要
③こうした取組を推進するためには3者の連携強化が不可欠



旭食品が高知市のゆず産地支援のため協賛金(毎年100万円)を提供し、市はこれをもとに、ゆず産地・中山間地域振興を図るための事業を実施

(第1期:2008年4月～13年3月、第2期:2013年4月～18年3月)

⇒ 苗木の新植・改植、技術指導、作業道の整備 等

- ・ 育苗対策事業: 財団法人夢産地とさやま開発公社がカラタチ台木に接ぎ木した苗の受託生産を行い、同公社が2年かけて育成した「接木ゆず」の苗木を一般的な価格よりも安価に生産者に供給。生産者に提供された苗木が生長し結実し始めるまでに約5年。

→ 2010年から供給され、現在、その苗木から生長したゆずの木から実がなり始めているところ。

高知市土佐山地域における6次産業化(3)

○ パートナーズ協定に基づく生産振興と生産基盤の強化(2)

- ・ 生産者が中長期的な視点に立って、安心して農業生産に取り組むことができる環境づくりが、6次産業化を推進する際の原点



- ・ 卸売業者(加工食品卸)の産地支援機能(「中間流通機能」)を産地形成力の強化に活用。



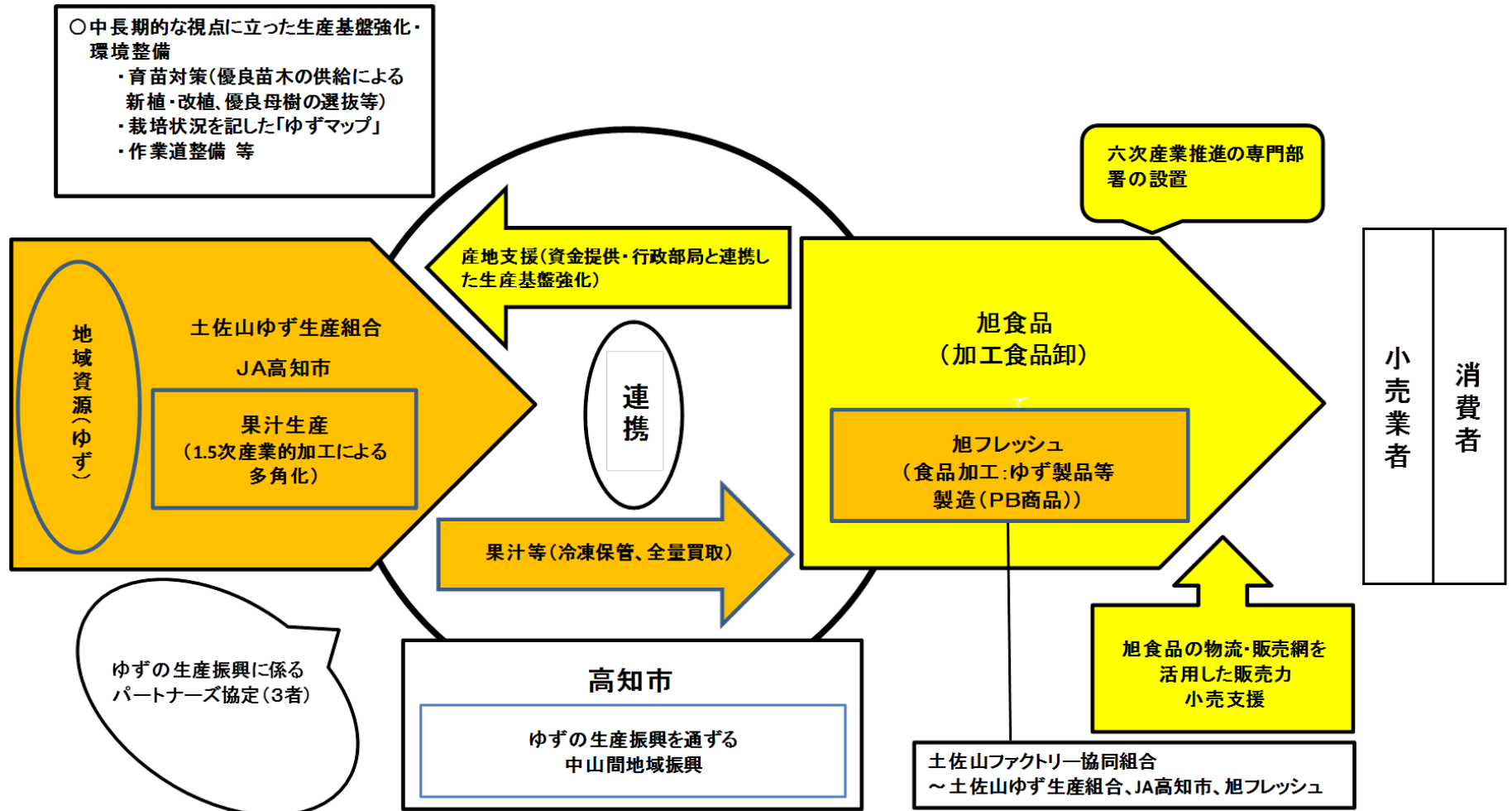
- ・ 「連携の環」に行政部局が加わることにより、この産地支援機能を、生産・地域振興に係る施策・事業に結びつけ、中長期的な視点に立った生産基盤の強化を図るものへその機能を拡充

〈パートナーズ協定〉

※ 第1期:2008年4月~13年3月、第2期:2013年4月~18年3月

	2008年	2015年	
生産組合員数(人)	126	201	
作付面積(ha)	52	58	(目標(2018年) 61)

高知市土佐山地域における柚子を活用した6次産業化の概念図



「連結の経済性」の視点

○ 「連結の経済性」の視点

～ 複数の経営資源等の組み合わせが生み出す相乗効果等

① 資源の連結

多様な地域資源の組み合わせ

→ これによる地域独自の価値(付加価値)の形成

※ 地域資源: 農林水産物、自然、景観、風土、歴史、文化(食文化)、
地域住民の知恵・技術 等

② 活動の連結

農業生産、加工、流通等の事業活動の統合・連携(事業活動の連結)

1次産業、2次産業、3次産業の統合・連携(産業の連結)

③ 主体の連結

農業生産者、加工業者、流通業者、観光業者、行政部局、地域住民等との連携

6次産業化のさらなる推進に向けて(1)

○ 6次産業化:

「地域資源を活用した、農業をベースとする関連産業の統合・連携による産業振興とこれを通ずる地域振興(地域活性化)を図る取組」

- 〈流通システムの観点〉
- ・「川上主導型バリューチェーン」の形成
～農業をベースとする垂直的な事業活動の「複合体」づくり
 - ・販路(出口、受け皿)を確保してからの取組(出口戦略)の重要性

⇒ 農業をベースとする垂直的な事業活動の「複合体」づくりとその産業化の一層の推進を図るためには、消費者・実需者への効果的な価値伝達・価値訴求を踏まえた価値実現の機能を担う流通の役割が重要

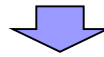
⇒ 6次産業化が目指す「川上主導型バリューチェーン」の構築において、加工・直売等の「多角化タイプ」における小売機能の内部化に加え、「連携タイプ」における商業部門との連携とその機能活用が重要。特に、「中間流通機能」を有する主体との連携はその選択肢の一つ。

⇒ 「川上主導型バリューチェーン」の競争力の向上と市場規模の拡大

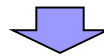
6次産業化のさらなる推進に向けて(2)

○ 6次産業化の取組による産地・農業者サイドに期待される効果 ～ 産業振興(産業化)を通ずる地域振興(地域活性化)

- ・所得の増大
- ・雇用の確保・拡大
- ・交流人口の増加
- ・耕作放棄地の減少・解消
- ・中長期的な視点に立った生産基盤の強化 等



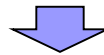
これらについて、「多角化タイプ」はもとより、「連携タイプ」の6次産業化の取組において、産地・農業者サイドに利益をもたらす仕組みづくりが重要



農業をベースとする垂直的な事業活動の「複合体」の形成




多様な主体との連携によって、農業生産基盤の強化を図りながら、産地・中山間地域等を支える図る仕組みづくり



生産者が中長期的な視点に立って、安心して農業生産に取り組むことができる環境づくり

〈引用・参考文献〉

- ・青木幸弘・恩蔵直人編『製品・ブランド戦略』有斐閣、2004年
- ・今泉文男・上原征彦・菊池宏之『中間流通のダイナミクス』創風社、2010年
- ・加藤司『日本的流通システムの動態』千倉書房、2006年
- ・木立真直「小売主導型流通システムの進化と展開方向」(木立真直・辰馬信男編著『流通の理論・歴史・現状分析』中央大学出版部、2006年)
- ・小林茂典「六次産業化のタイプ分け」(高橋信正編著『「農」の付加価値を高める六次産業化の実践』筑波書房、2013年)
- ・小林茂典「6次産業化の取り組みの特徴と課題」(斎藤修・佐藤和憲編『フードチェーンと地域再生』農林統計出版、2014年)
- ・崔相鐵・石井淳蔵編『流通チャネルの再編』中央経済社、2009年
- ・斉藤修『農商工連携の戦略』農山漁村文化協会、2011年
- ・斎藤修・佐藤和憲編『フードチェーンと地域再生』農林統計出版、2014年
- ・嶋口充輝『顧客満足型マーケティングの構図』有斐閣、1994年



ご清聴ありがとうございました。