

# 6次産業化情報

## 全国キャラバン! 食の発掘 in 東京 商談会

JTB西日本主催 『全国キャラバン 食の発掘商談会in東京』取材報告

プロダクトアウトではモノは売れない。  
マーケットインの発想を持つことが大切。



商品開発者、バイヤー、プロデューサーなどによるパネルディスカッション。



5時30分から始まった試食会は、バイヤーとサプライヤーの真剣勝負。様々な商品が集まり、フードショーのような賑わい。



個別商談会の様子。

バイヤーは、消費者の代理で目利きをしている。

まずバイヤーが見るのはパッケージだろう。消費者に訴える形、デザインが施されているか…。「まず味をみてください」と、よくサプライヤーは言う。しかし、順序が逆なのだ。殆どの商品の場合、消費者は店内で味見はできないし、それほど時間もない。

プロダクトアウトとは、消費者ニーズを考えず、「作ったから買ってください」という発想だ。モノが無い時代はそれで売れた。しかし、消費が成熟した現在ではマーケットインの発想が必要だ。消費者が何を望んでいるのかからプランを考え、製品を作り、デザインを施し、商品に育て上げる。その上で販売戦略を如何にバイヤーに上手く伝えるか。サプライヤーの共通の課題はそんなところにあるのだろう。

ヒントは、6次産業化にあるかもしれない。6次産業化の良いところは基本的に加工業者が原材料を作っている（もしくは現場を知っている）というところにある。つまり、原材料のトレーサビリティが担保できているという安心と信頼を有するのだ。見た目だけで評価する気持ちも分るが、6次産業化事業者と一緒に商品を育てる気持ちになれば、もっと素晴らしい商品が生まれるのではないかと、そう感じたイベントだった。

### Watch! 会場で見つけた6次産業化商品



埼玉県の小松菜産地からは小松菜ラーメンやヨーグルト。小松菜の風味が新しい



能登半島から出品した「海のじゅんじょ」山芋に勝るとも劣らぬネバネバの味を堪能

## 6次産業化ガイド

目標を定め、6次産業化に向けて事業を進めたい。そんな決意をしたら、まず様々な情報を集めたい。ここで、制度や考え方のおさらいをしよう!

### ■6次産業化が目指すもの

農山漁村に由来する様々な地域資源

#### ○農林水産物



- バイオマス  
・食品廃棄物 ・未利用間伐材
- 自然エネルギー
- 風景
- 伝統文化

農山漁村の地域資源を利用し新たな事業に取り組みとうとする産業

食品産業、観光産業、IT産業、化粧品・医薬製造業、エネルギー産業

### 地域資源の有効活用

マーケットの拡大を図りつつ農山漁村を6次産業化

生産・加工・流通(販売)の一体化による付加価値の拡大  
農林漁業者による加工・販売分野の取り組み(多角化・複合化等)、農林水産物や食品の輸出

2次・3次産業による農林漁業の活用

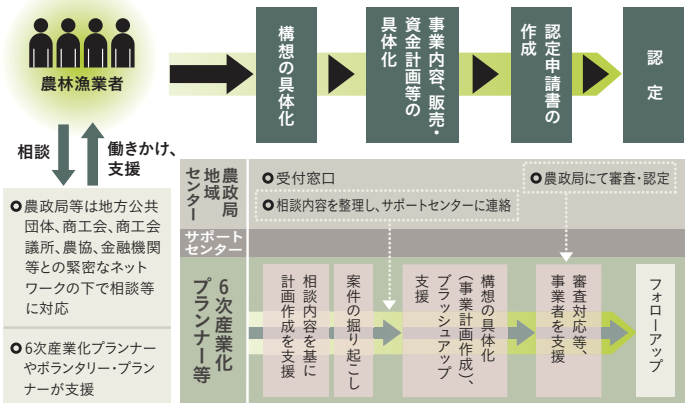
農林漁業と2次・3次産業との連携・融合による地域ビジネスの展開や新たな産業の創出

バイオマス等地域資源を活用した新事業の創出、農商工連携の推進、再生可能エネルギー利用の推進

新たな付加価値を創出

雇用の確保と所得の向上による農山漁村地域の再生・活性化

### ●6次産業化法の認定までの流れ



詳細は、下記の農林水産省ホームページをご覧ください。

農林水産省ホームページ ▶ <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika.html>

6次産業創出総合対策予算等について ▶ <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika/yosan/index.html>

6次産業化の推進について(6次産業化全国推進会議資料) ▶ <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika/suishinkaigi/pdf/suisin.pdf>

