



6次産業化の展開方向と課題

農林水産政策研究所
小林 茂典



報告内容

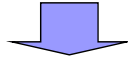
1. なぜ6次産業化か
2. 6次産業化の取組状況－「多角化タイプ」－
3. 6次産業化の代表的先進事例
4. 「一工夫」から始まる6次産業化
5. 6次産業化の取組に向けてのポイント

1. なぜ6次産業化か

○ 農林水産業・農山漁村の6次産業化

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、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

⇒東北地域においては農林水産業の比重が高く、地域特性を活かした6次産業化の取組は被災地域の復興の観点からもきわめて重要



- ①農業サイドからの生産・加工・販売等の一体的な多角化の取組(経営の「**多角化タイプ**」)
- ②農業サイドと商工業者といった川上・川中・川下の垂直的な各段階における経営体の連携・融合による取組(農商工「**連携タイプ**」)

※地域資源には、農林水産物のほか、自然・景観・歴史・文化(食文化)等を含む。

2-1. 6次産業化の取組状況－「多角化タイプ」 －農業生産関連事業の実施状況－

単位:経営体、%

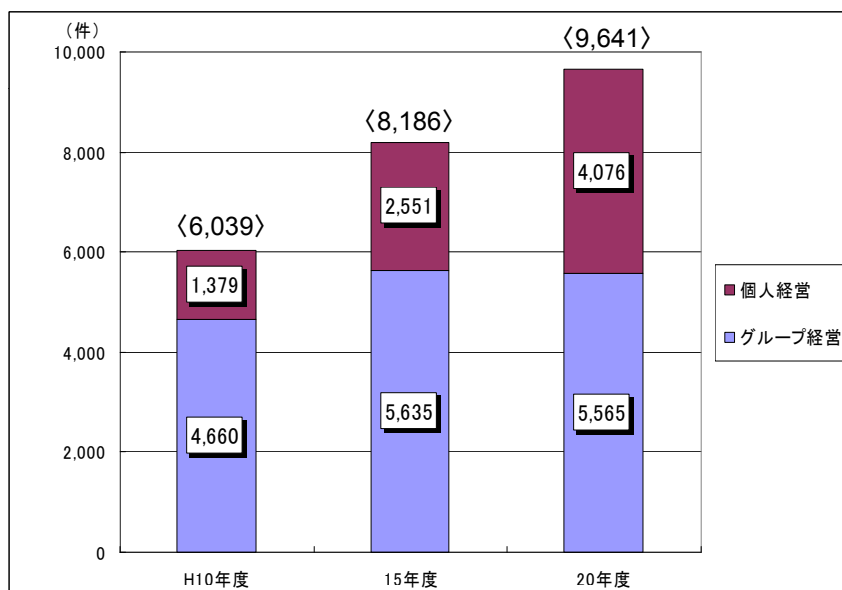
全国	計	農業生産 関連事業を 行っている 実経営体数	事業の種類							
			農産物 の加工	消費者に 直接販売	貸農園・ 体験農園 等	観光農園	農家民宿	農家 レストラン	海外へ の輸出	その他
2005年	2,009,380	353,381	23,913	331,347	4,023	7,579	1,492	826	—	12,329
2010年	1,679,084	351,494	34,172	329,122	5,840	8,768	2,006	1,248	445	3,215
2005年	100.0	17.6	6.8	93.8	1.1	2.1	0.4	0.2	—	3.5
2010年	100.0	20.9	9.7	93.6	1.7	2.5	0.6	0.4	0.1	0.9

出所:2010年世界農林業センサス

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2010年の数字は接続しないものもある。

注2:「事業の種類」の構成割合は、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%にならない。

2-2. 6次産業化の取組状況－「多角化タイプ」 －農村女性起業の活動状況－



資料: 農林水産省「農村女性による起業活動実態調査」(2010年9月)

・個人経営の割合

H10(23%)→H20(42%)

・活動内容の内訳(H20)

- ①食品加工(75%)
- ②直売所(41%)
- ③農家レストラン(5%)

・県別の女性起業数(H20)

- ①秋田県(424件)
- ②宮城県(417件)
- ③岩手県(401件)
- ～
- ⑨福島県(361件)
- ⑩山形県(349件)
- ⑪青森県(347件)

3. 6次産業化の代表的先進事例

○ 伊賀の里モクモク手づくりファーム(三重県)

- ・売上高(2010年度): 約45億円
- ・従業員数: 正職員・パート職員ともに、約130名ずつ
- ・年間集客数: 約50万人
- ・消費者会員数: 約4万世帯
- ・畜産事業(精肉のブランド化)から食肉加工品の製造・販売へ多角化
 - 「手づくりウイナー教室」をはじめとする交流・体験・学習等を積極的に位置づけ、消費者を組織化し、消費者の声に耳を傾けそれを具体的な形にしながら、段階的に農産物・産品カテゴリーの範囲を拡大させた事業展開
 - ファームパーク(農業公園)事業、レストラン事業、通信販売事業を柱とした各事業の連携
- ・1次産業(農業生産部門)単体ではなく、2次産業(加工)、3次産業(直売、レストラン、各種体験事業等)と一体化・融合させた6次産業化による産業競争力・体質の強化
 - 所得と雇用の確保、地域活性化
- ・2次・3次産業で収益を上げ、その利益を1次産業部門等に再配分

4-1. 「一工夫」から始まる6次産業化

○ 消費者・実需者ニーズに対応した多様な付加価値(例)

①消費者・実需者が求める「利便性」に対応した取組

○ 「一工夫」、「一次加工」による「利便性」のある商品供給

・カット野菜、冷凍野菜

↓

・蒸気過熱済み野菜等の「半調理野菜」(＝利用者の調理時間の短縮等)

・「キット食材」

～一般消費者や、外食・中食企業、学校給食等の多様な実需者による利用
(共働き世帯や高齢者世帯に向けた中食等の多様な「宅配ビジネス」等を含む)

②消費者が求める「機能性」に対応した取組

○ 「機能性」を有する未利用資源の商品化

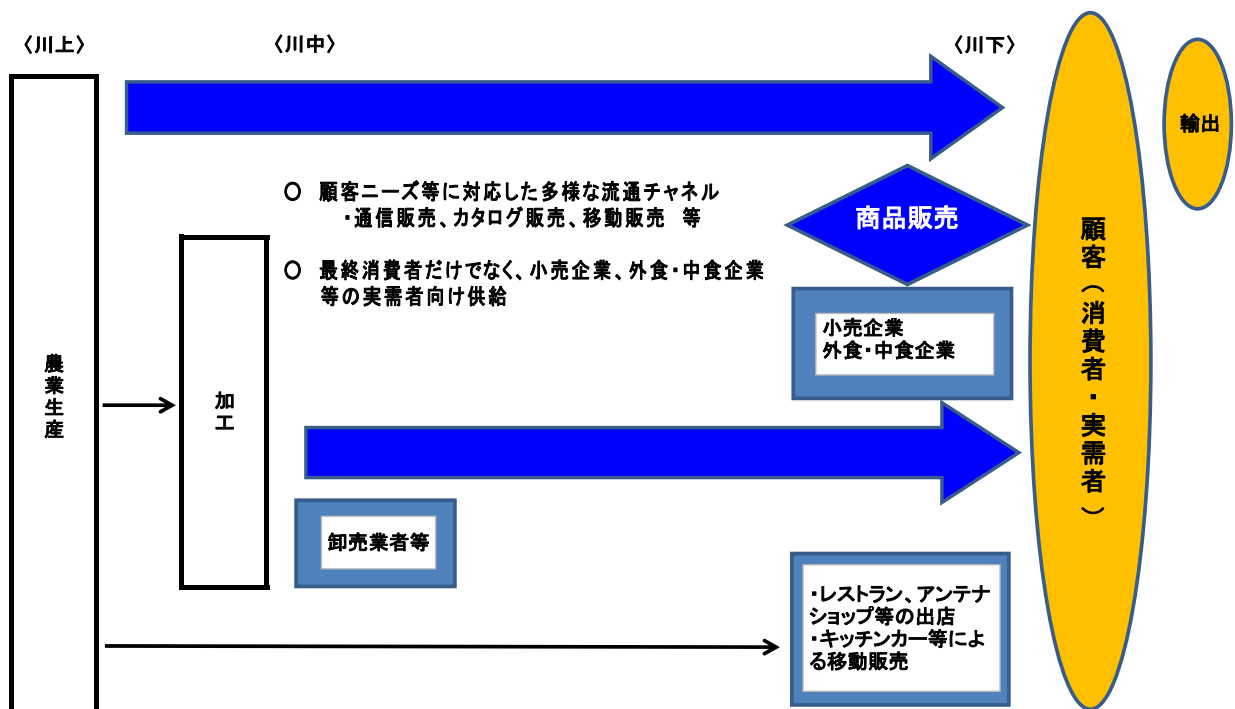
・それまで摘果され廃棄されてきた「青みかん」の有効成分(機能性)に着目し、その果汁や皮を粉末にしたものを利用して、ジュース、飴、石けん等の製造・販売

○ 「機能性」情報を付加した販売

・各野菜の機能性情報(抗酸化力、免疫力、解毒力等)

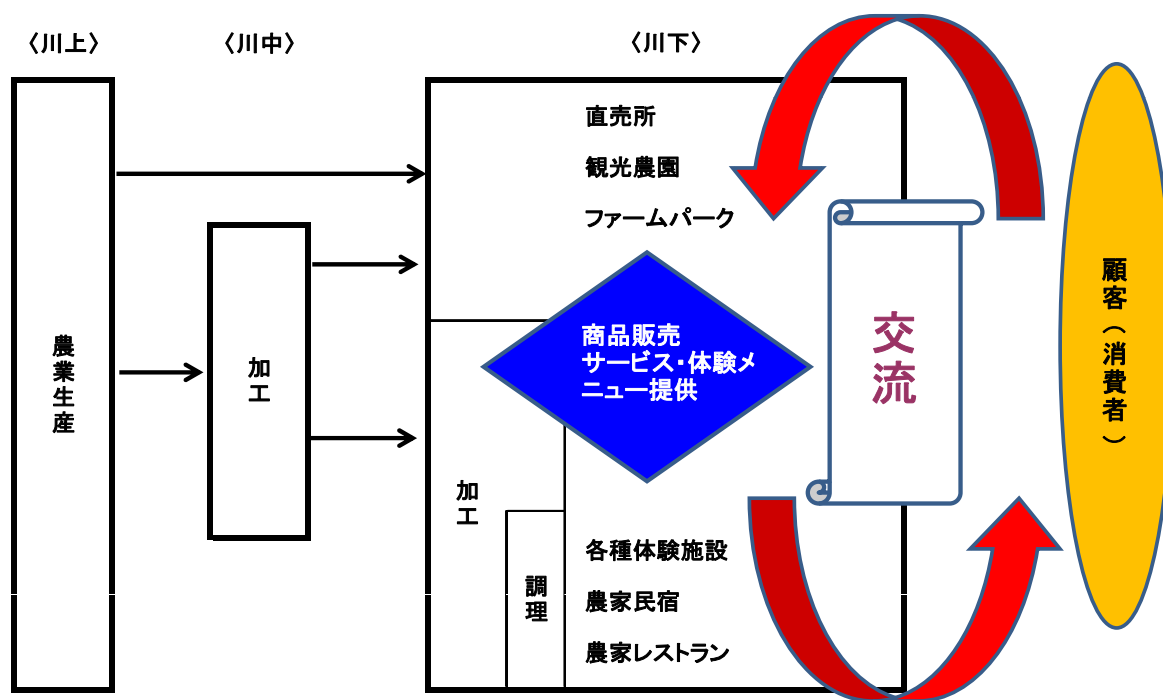
4-2. 流通チャネルを活用した6次産業化のイメージ

- ・顧客ニーズ等に対応した、通信販売、移動販売等を含む多様な流通チャネルの活用
- ・顧客として、最終消費者だけでなく、小売企業、外食・中食企業等の多様な実需者



4-3. 交流(体験)事業を活用した6次産業化のイメージ

・地域の多様な施設(直売所、農家レストラン、観光農園、ファームパーク、各種体験施設、農家民宿等)を訪れた消費者との交流を通して、商品・サービス・各種体験メニュー等を提供



5. 6次産業化の取組に向けてのポイント

1. 段階的な取組

- ・「一工夫」から始まる6次産業化
→消費者・実需者が必要とする付加価値のつけ方は多様
→先進事例から学ぶべきは、その到達点ではなくプロセス

2. 消費者・実需者との関係づくり

- ・販路(出口、受け皿)を確保してからの取組
→オーナー制度、消費者の組織化
→交流(体験)事業

3. 多様な連携

- ・商工業者、観光業者等との連携

※ 各種の政策的支援策(ファンド、6次産業化プランナー、ソフト・ハード事業等)の活用