

行政機関における 6次産業化の支援施策と支援機関



令和3年9月26日
農林水産省

東海農政局 経営・事業支援部 地域食品・連携課

農業をとりまく背景

- 農業所得の伸び悩み
※輸入農産物の増加、日本の農業事情
- 食品産業全体における農業生産のシェアの低さ
※食品関連産業(2次・3次)が約106兆円に
対し、1次産業は約12兆円
- 食の外部化の進展
※外食や中食(弁当等の販売)が増加

出典:農林水産省ホームページ統計情報 令和元年 農業・食料関連産業の経済計算(概算)

「6次産業化」って何？

農林漁業者が・・・

- ①自分で栽培したり、採ったりしたものを・・・
- ②加工して付加価値を付けた商品を作り・・・
- ③自ら販売まで行うことを「**6次産業化**」と言います。

1次産業 (生産) × 2次産業 (加工) × 3次産業 (販売)

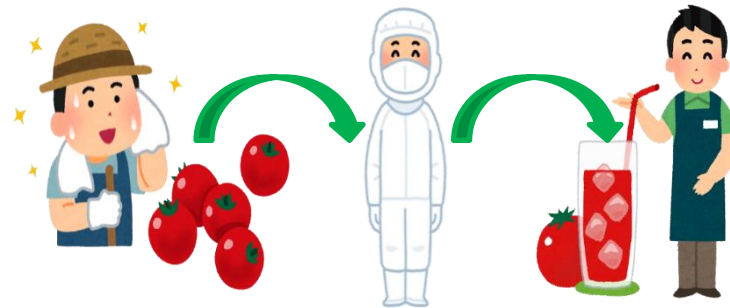
$1 \times 2 \times 3 = 6$ で
6次産業化

例えば・・・

生産

加工

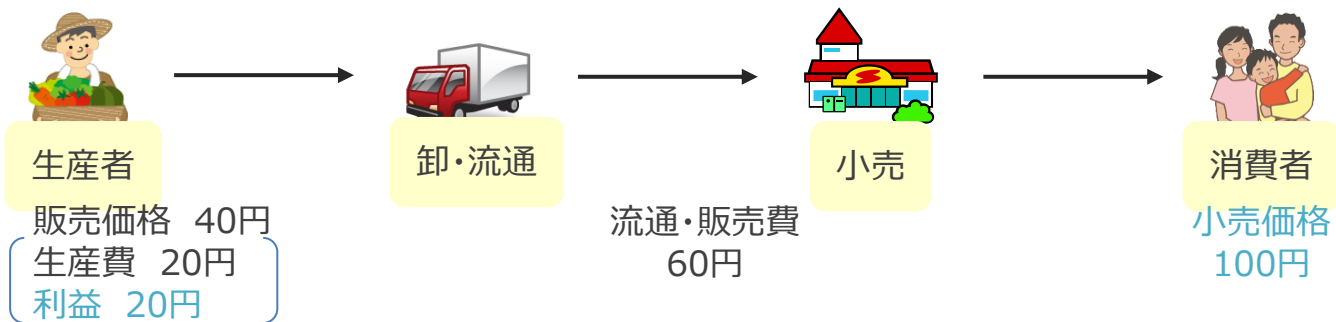
販売



農家が、自ら栽培・収穫した「トマト」を使って自らトマトジュースを作り、販売することを言います。

流通のメリット

市場を通じてだいこんを販売

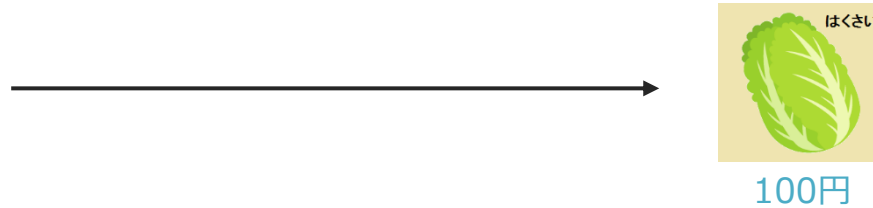


直売所を通じてだいこんを販売



加工・販売のメリット

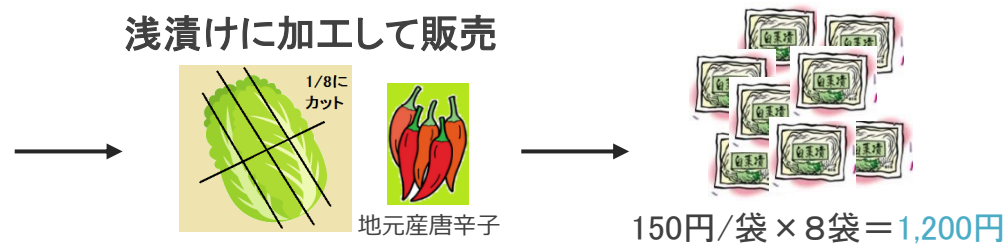
市場を通じてはくさいを販売



カット加工して販売



浅漬けに加工して販売



六次産業化・地産地消法の概要（6次産業化関係）

（法律の公布日：平成22年12月3日、施行日：平成23年3月1日）



- 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を促進するため、農林漁業者及びその組織する団体（これらの者が主たる構成員又は出資者となっている法人を含む。）が主体的に行う新事業の創出等の取組に対して支援を行う法律。
- 農林水産大臣は、農林漁業経営の改善を図るために農林漁業者等が行う総合化事業について、計画の認定を行い、各種法律の特例の対象とすることにより支援。
- このほか、農林漁業者等に対する6次産業化プランナーの派遣や食料産業・6次産業化交付金等により、新商品開発や加工・販売施設等の整備等を支援。

農林漁業者及びその組織する団体

- ・ 総合化事業計画を策定して国の認定を受け、総合化事業を実施
- ・ 農林漁業者等以外の者（促進事業者）による取組を総合化事業計画に位置付けることも可

<総合化事業とは、以下のいずれかに該当するもの>

- ・ 自らの生産に係る農林水産物等をその不可欠な原材料として用いて行う新商品開発、生産又は需要の開拓
- ・ 自らの生産に係る農林水産物等について行う新たな販売の方式の導入又は販売の方式の改善
- ・ これらを行うために必要な生産の方式の改善

総合化事業計画の認定の申請

総合化事業計画の認定

認定要件

次の2つの指標の全てが満たされること

- ア) 農林水産物等及び新商品の売上高が5年間で5%以上増加すること
- イ) 農林漁業及び関連事業の所得が、事業開始時から終了時まで向上し、終了年度は黒字となること

農林水産大臣

- ・ 総合化事業計画を認定し、各種の支援を実施

<主な支援策>

○ 各種法律の特例措置

- ・ 農業改良金融通法等の特例（償還期限及び据置期間の延長等）
- ・ 野菜生産出荷安定法の特例（指定野菜のリレー出荷による契約販売に対する交付金の交付）等

○ 6次産業化サポートセンター事業

- ・ 中央・都道府県段階に6次産業化サポートセンターを設置し、6次産業化に取り組む農林漁業者等の相談に対する助言や経営改善の取組への支援を実施

○ 食料産業・6次産業化交付金

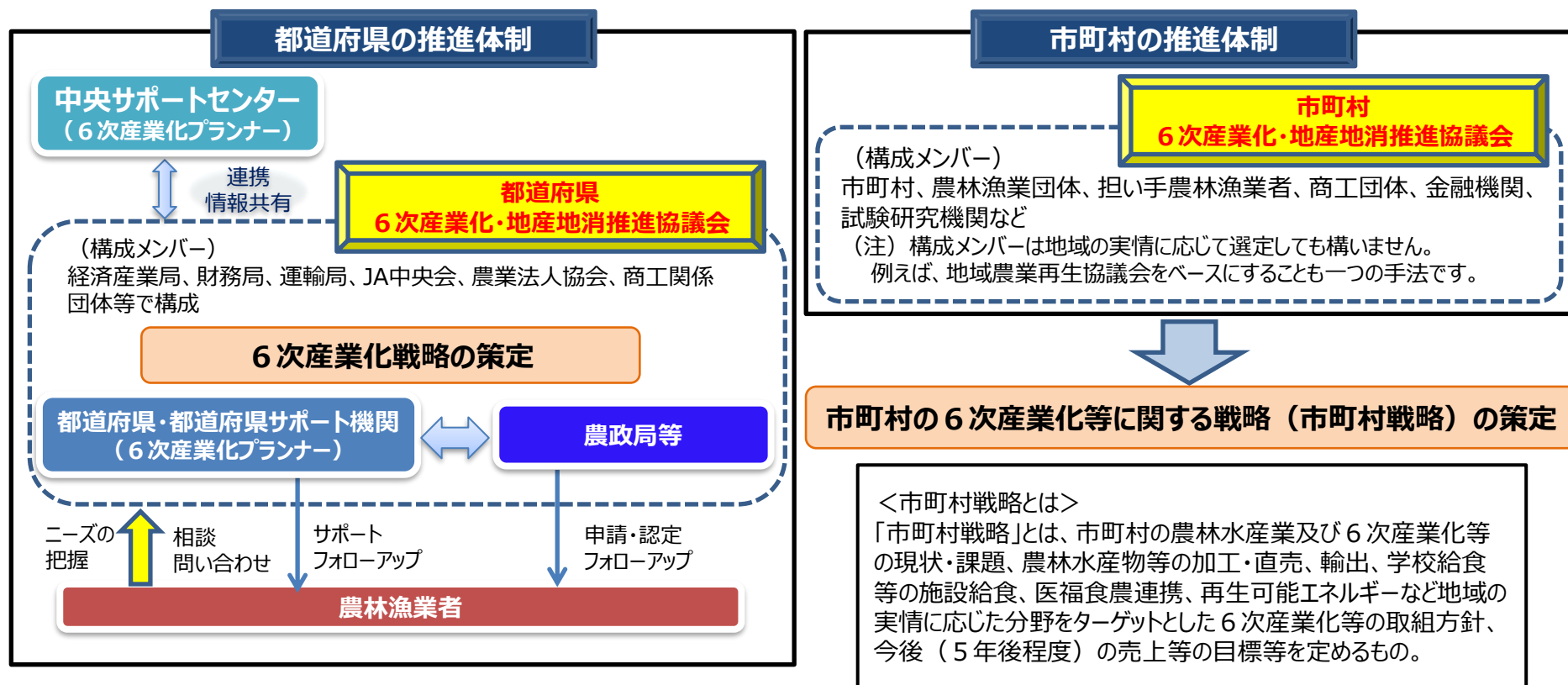
- ・ 新商品開発、販路開拓等に対する補助
- ・ 新たな加工・販売等へ取り組む場合に必要な施設整備に対する補助

支援

地域における6次産業化の推進体制



- 6次産業化の取組を関係機関が連携して推進できるようにするため、都道府県段階に都道府県、都道府県サポート機関、財務局、運輸局、農林漁業団体、農業法人協会、商工関係団体、普及組織などを構成員とする「6次産業化・地産地消推進協議会」を設置。
- 推進協議会の中で、都道府県の農林水産業及び6次産業化等の現状・課題、6次産業化等の取組方針、今後（5年後程度）の売上等の目標等を内容とした都道府県の6次産業化等に関する戦略を策定し、関係機関が連携して推進。
- 市町村段階にも同様の推進協議会を設置し、市町村の6次産業化等に関する戦略（市町村戦略）を策定し、地域ぐるみの6次産業化の取組を推進。



6次産業化サポート事業

- 6次産業化サポートセンターによる農林漁業者等への支援活動、外食・中食等における国産食材の活用を支援するとともに、6次産業化の優良事例の表彰等を通じた普及啓発を行います。

<事業の内容>

1. 6次産業化サポートセンター事業

① 都道府県サポートセンター事業

- 6次産業化に取り組む事業者の経営改善に資するサポートを重点的かつ戦略的に実施するため、都道府県サポートセンターの事業内容を見直し、中央サポートセンターと連携した質の高いサポートの実施を支援します。

② 中央サポートセンター事業

- 都道府県段階では不足している専門分野の人材をカバーするとともに、経営やサプライチェーン全体を見渡せるエグゼクティブプランナーを選定・派遣し、支援を受けた事業者を地域の優良事業者に育成する取組を重点的に支援します。

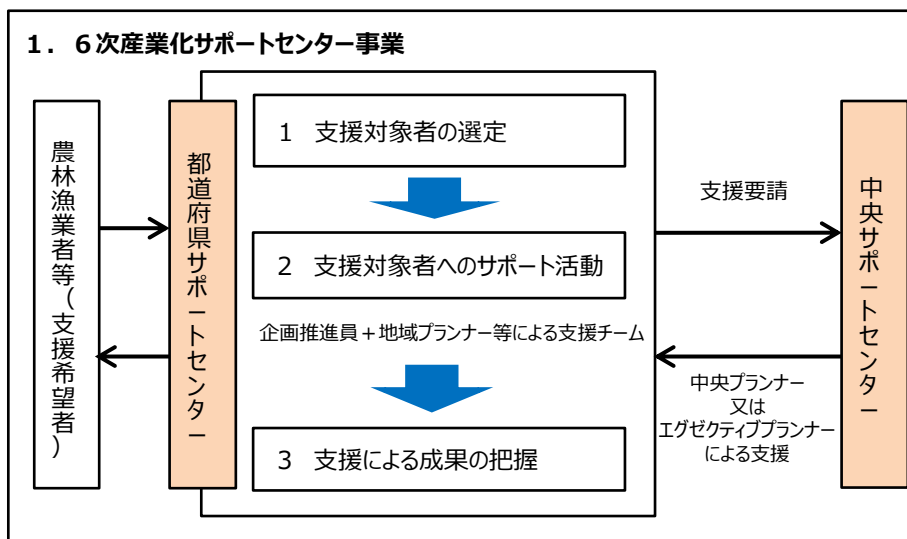
2. 外食・中食等における国産食材の活用促進

- 外食・中食関連事業者等が実施する農林漁業者と外食・中食事業者のマッチングやジビエ内の商談会、情報共有体制を構築する取組を支援します。

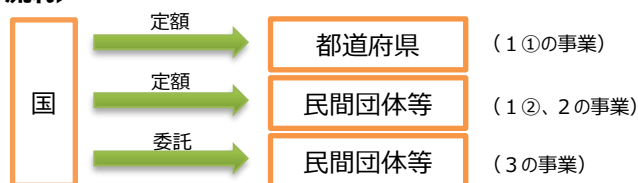
3. 6次産業化普及啓発委託事業

- 6次産業化に関する優良事例の表彰等を通じた普及啓発を行います。

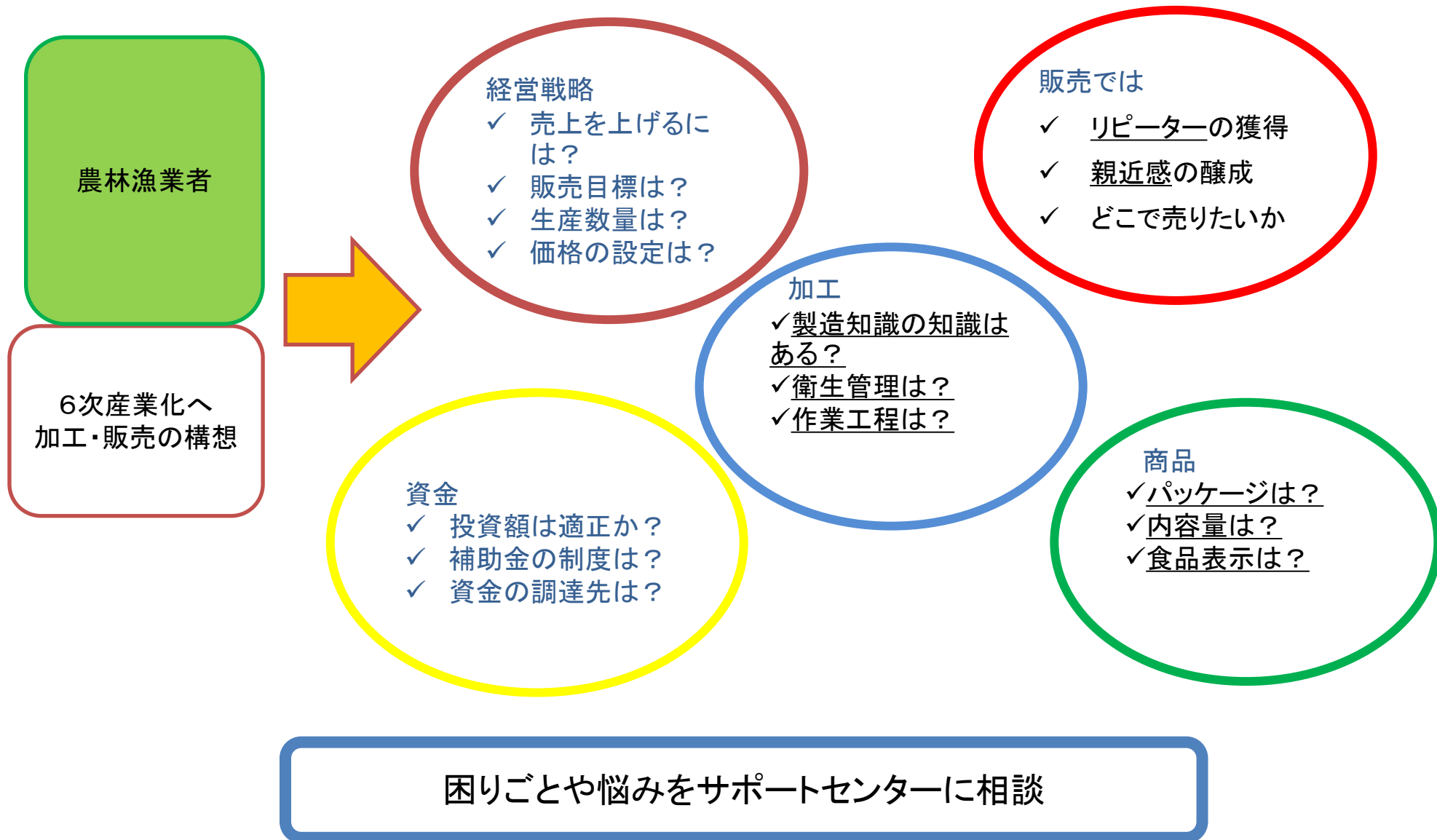
<事業イメージ>



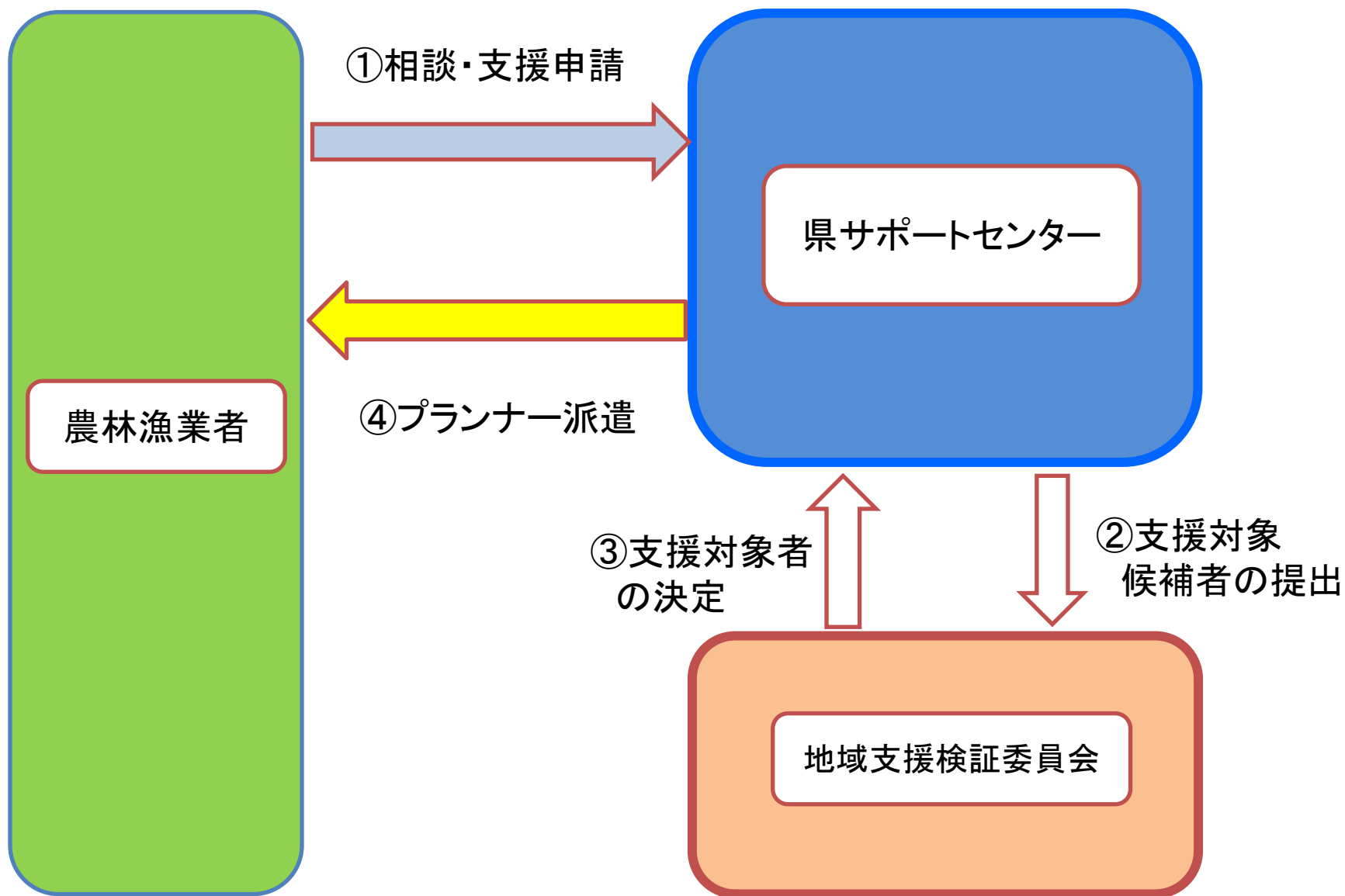
<事業の流れ>



6次産業化を相談するには

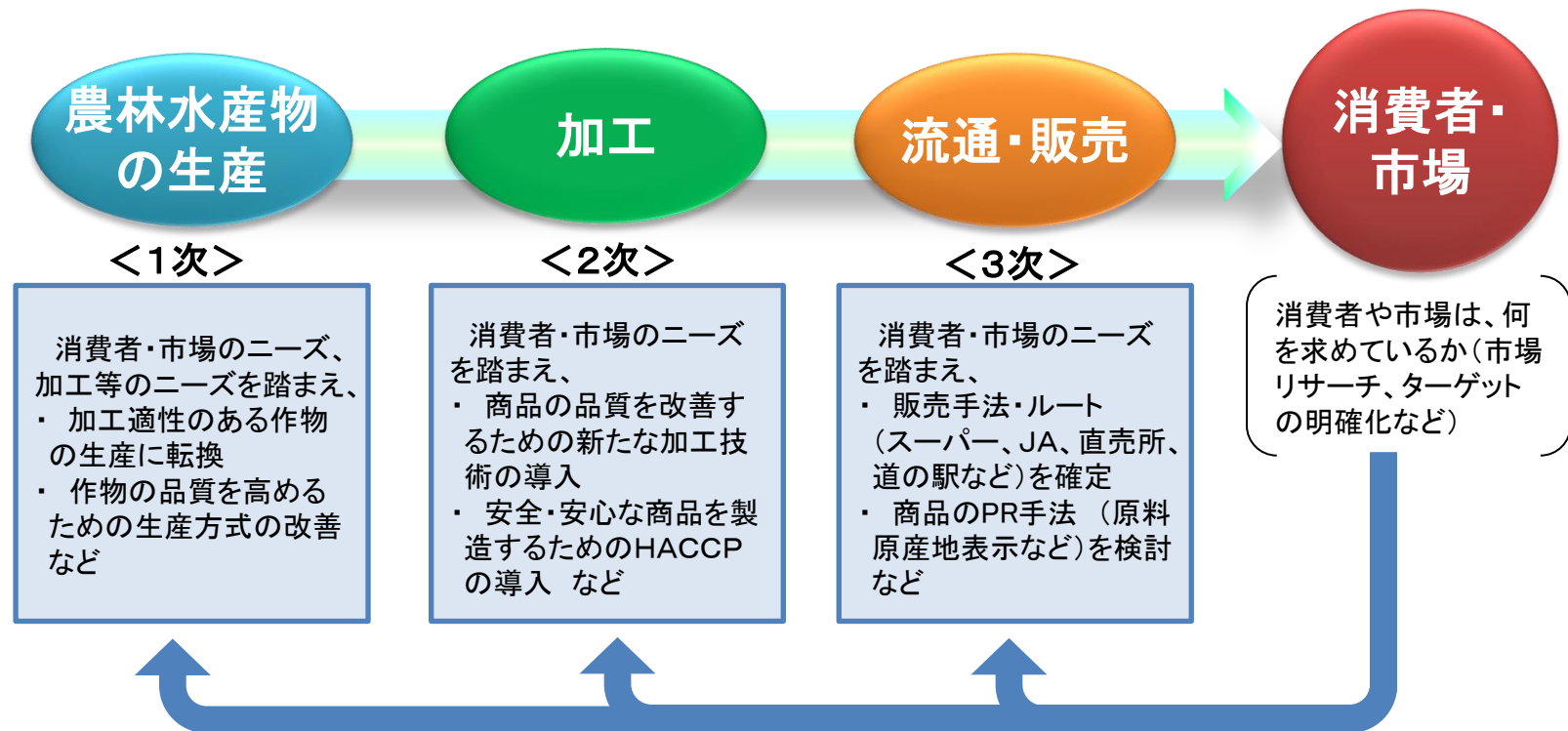


相談の流れ



顧客ニーズを踏まえたバリューチェーンの構築

○ 6次産業化に取り組む際には、生産、加工から流通・販売に至るまでのバリューチェーンを構築し、消費者や市場のニーズを踏まえつつ、流通・加工業者等のアイデア・ノウハウも活かしながら、農林水産物の生産をはじめ、加工、流通・販売のそれぞれの段階において、付加価値を高める工夫をすることが重要。



コンセプト表を作成し、製造から販売までのプランを具体化することが重要です

○トマトゼリー（自ら生産する農林水産物等：トマト（高糖度））

コンセプト	マーケットインの発想に立って、トマトの糖度を活かした砂糖不使用の商品を開発・製造・販売する						
	いつまでに	どこで（どのようなシーンで）	誰が	誰に対して	何を（どんなことを）	どのように（どうするのか）	備考
ターゲット		主に病院		病院内で食事制限をしている方を対象	砂糖を使わずに製造した商品	病院の給食用として販売する	
マーケット調査	○年○月までに試作品を完成させる	主に病院	調査会社に依頼	病院の管理栄養士	味や食感を5段階に分けた試作品	試食会を開催して、どの試作品が病院で提供しやすいかを評価してもらう 今後、病院給食以外への販路拡大のために、 ○○直売所で試験販売を行い消費者にアンケートを行う	
商品開発	○年○月から○年○月までに	自社	自社の商品開発部門		試食会で実需者が求めているゼリー	試作品の評価を参考に、製造コストと販売価格を計算しながら開発する	製造原価計算書作成する
商品製造	○年○月から○年○月までに	市内	有限会社丸の内食品		開発した商品	自社加工場の整備が完了するまで製造を委託する	原料の一部は近隣のトマト（高糖度）農家から集める
	○年○月から○年○月までに	自社	自社の製造部門	有限会社丸の内食品にアドバイスを依頼。	開発した商品	○年○月までに加工場の製造ラインを増やして自社生産を行う。	6次産業化交付金を活用予定
販売先の確保	○年○月から○年○月までに	主に病院	自社の営業部門	試食会を開催した病院を中心に地域の病院を中心に	開発した商品	職員にサンプルの試食をしてもらうとともに、機能性をPRして理解してもらうことで、病院食としての有効性の周知に努める	
	○年○月から○年○月までに	自社	自社の営業部門	全国の食事制限をしている方を対象	開発した商品	ホームページを開設して、インターネット販売に取り組む	
	○年○月から○年○月までに	県域の商談会に交付金を活用して出展する	自社の営業部門	健康食品を扱うバイヤー	開発した商品	健康食品をテーマにした商談会に出展する FCPシートを活用して、当社や商品の強みをアピールする	交付金の申請を県と相談中
その他	○年○月から○年○月までに		自社の営業部門	ヘルスケア雑誌の読者	商品のPRポイントを宣伝する	年○回広告を掲載して、健康意識が高いと思われる読者に商品を宣伝していく	

食料産業・6次産業化交付金による支援

- 6次産業化の市場規模拡大に向けて、農林漁業者と多様な事業者が連携して行う地域資源を活用した新商品開発や販路開拓等の取組、加工・販売施設等の整備及び新たな高付加価値商品等の創出・事業化に必要な技術実証、マーケティング等を支援します。

< 事業の内容 >

1. 食料産業・6次産業化推進交付金

① 6次産業化の推進

ア 業務用需要に対応したBtoB（事業者向けビジネス）の取組の推進、「農泊」と連携した観光消費の促進、農福連携の発展に資する新商品開発や販路開拓等の取組を重点的に支援します。

イ 都道府県及び市町村段階に、行政、農林漁業、商工、金融等の関係機関で構成される6次産業化・地産地消推進協議会を設置し、6次産業化等に関する戦略の策定（更新）や6次産業化に取り組む人材を育成する取組を支援します。

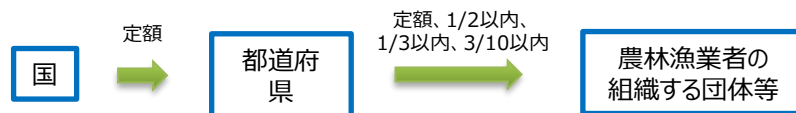
② 研究開発・成果利用の促進

○ 新技術を活用した新たな高付加価値商品等の創出・事業化に必要な技術実証、マーケティング等を支援します。

2. 食料産業・6次産業化整備交付金のうち「6次産業化施設整備」

○ 農林漁業者等が多様な事業者とネットワークを構築し、制度資金等の融資又は出資を活用して6次産業化に取り組む場合に必要となる、加工・販売施設等の整備に対して支援します（業務用需要に対応したBtoBの取組の推進、「農泊」と連携した観光消費の促進、農福連携の発展に資するものを重点的に支援）。

< 事業の流れ >



< 事業イメージ >

○ 「6次産業化の推進」「6次産業化施設整備」の重点支援分野

業務用需要に対応したBtoBの取組の推進



高い品質管理下での業務用一次加工品等の製造・供給

「農泊」と連携した観光消費の促進



加工・販売の事業と一体的に行う加工・収穫体験等の提供

農福連携の発展



障害者との協働による商品化

※重点支援分野に該当しない新商品開発（地場産農林水産物を活用した施設給食メニューや介護食品の開発を含む）や販路開拓の取組、直売所の売上向上に向けた多様な取組、6次産業化の取組に必要な加工・販売施設等の整備も支援の対象となります。

○ 6次産業化等に関する戦略の策定



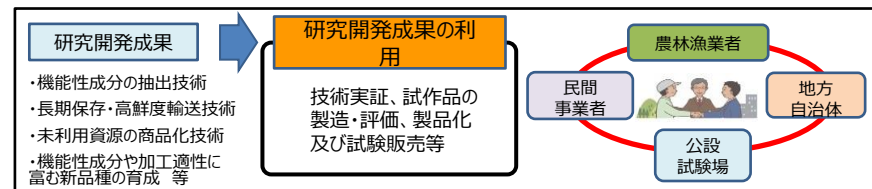
・6次産業化等に関する戦略の策定（更新）
・戦略に関する交流会の開催

○ 6次産業化に取り組む人材の育成



・経営感覚を持って6次産業化に取り組む人材の育成のための研修会の開催等

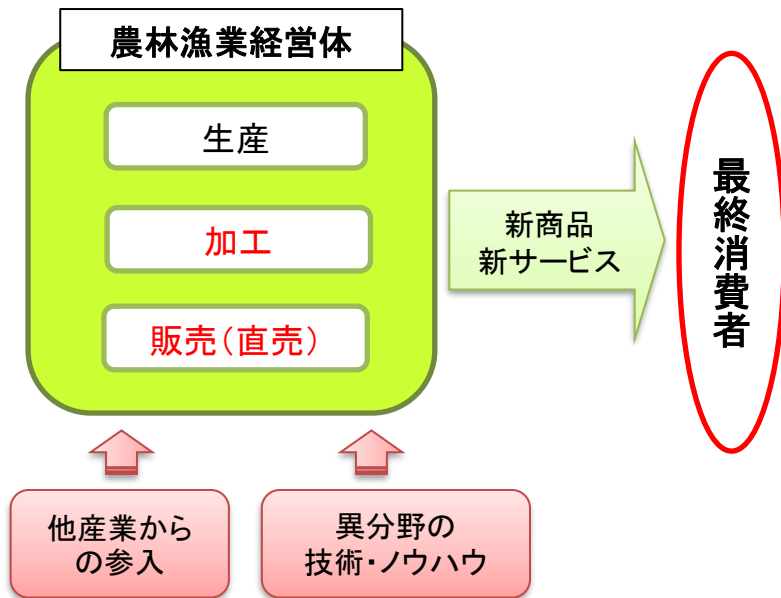
○ 研究開発・成果利用の促進



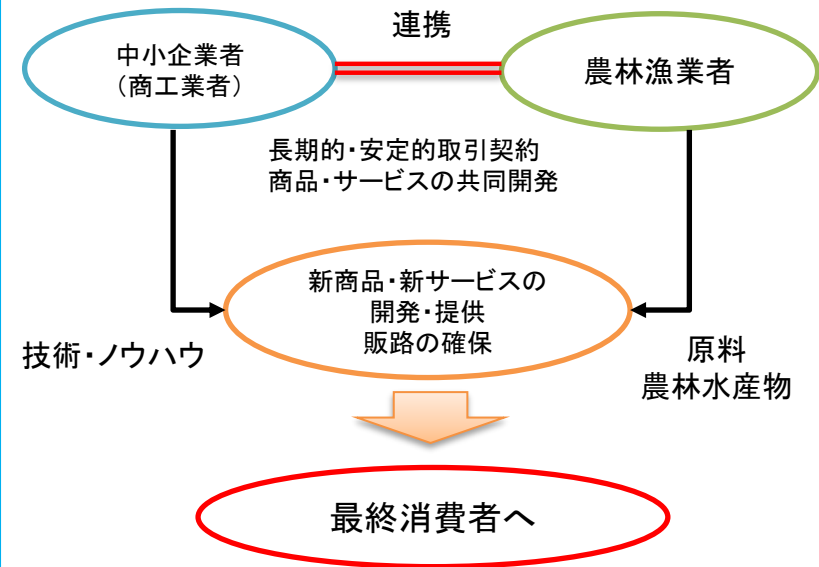
6次産業化と農商工連携

- 6次産業化は、農林水産物の付加価値向上を目指した、農林漁業者による生産と加工・販売の一体化等に向けた取組。
- 農商工連携は、農林漁業者と中小企業者が新商品や新サービスの開発・販路拡大等のため連携する取組。

農林漁業の6次産業化のイメージ (1次・2次・3次部門の一体化)



農商工連携のイメージ (地域の農林水産物と新技術・ノウハウの融合)



総合化事業計画の認定状況（令和3年5月31日現在）



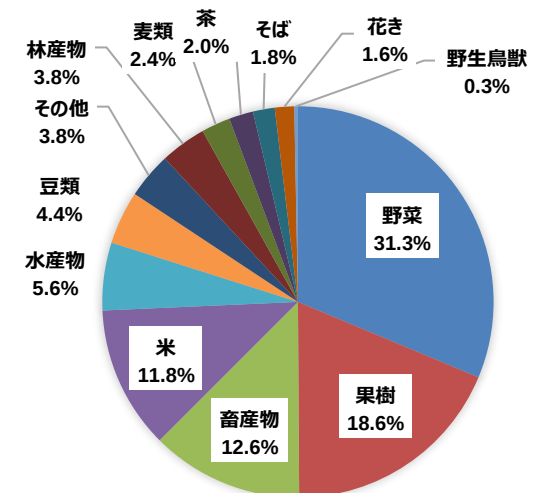
- 平成23年5月の第1回認定以降、総合化事業計画の認定件数は累増し、令和3年7月30日現在で約2,600件。

（1）地域別の認定件数

地域	総合化事業計画	うち 農畜産物関係	うち 林産物関係	うち 水産物関係
北海道	163	154	3	6
東北	379	343	12	24
関東	447	407	18	22
北陸	127	121	2	4
東海	243	208	14	21
近畿	389	353	13	23
中国四国	323	268	13	42
九州	465	391	28	46
沖縄	60	54	1	5
合計	2,596	2,299	104	193

地域	総合化事業計画	うち 農畜産物関係	うち 林産物関係	うち 水産物関係
岐阜県	80	71	4	5
愛知県	82	76	3	3
三重県	81	61	7	13
合計	243	208	14	21

（2）総合化事業計画の対象農林水産物の割合



※複数の農林水産物を対象としている総合化事業計画については全てをカウント。

（3）総合化事業計画の認定件数の多い都道府県（件数）

北海道	163
兵庫県	118
宮崎県	113
長野県	100
熊本県	92

事例 1

中山間地域活性化の起爆剤として 「ぎふジビエ」のブランドを確立する

総合化事業計画の認定

平成28年 6月

株式会社キサラエファールカンパニーズ

<事業者の概要>

- ・所在地 : 岐阜県揖斐郡揖斐川町
- ・代表者 : 代表取締役 所干加
- ・取組内容 : 鳥獣害対策として捕獲したジビエをロースト肉やソーセージに加工して販売する事業モデル(特徴)を確立し、「ぎふジビエ」のブランド化による新しい価値の創造に取り組む。
- ・売上高 : 1億3,000万円(Ｒ1)
- ・雇用者数: 29名(Ｒ1)(パート含む)
- ・URL : <http://www.satoyama-kisara.jp/>
<https://www.facebook.com/kisara.gifugibier/>

【取り組みに至った経緯】

- 増加傾向にある鳥獣害の対策で捕獲したイノシシやシカの肉を有効利用するため、手軽に家庭で味わえる加工品の開発・販売を通じて、ジビエの認知度向上に貢献したいと考えた。
- 「第4の食肉」として定着させ、町内の観光地である西国第三十三満願霊場「谷汲山華嚴寺」へ参拝に訪れる観光客を取り込み「ぎふジビエ」の名でブランド化を図りたいと考え、取組を始めた。

【活用した支援施策】

- (内閣府) 地方創生推進交付金(H31)

【取り組みの特徴と強み】

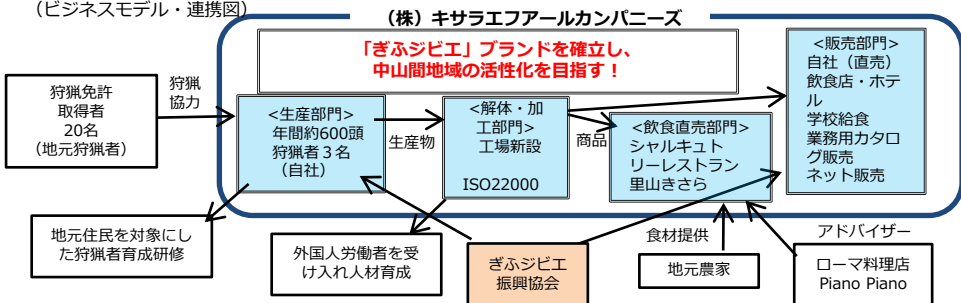
○バリューチェーン(付加価値・差別化)

- ・ジビエは牛肉や豚肉と比較して高タンパク・低カロリーでありヘルシー食材として注目されているが、国内の流通量は少なく、希少性が高いことから、健康的な高級食材として差別化を図る。
- ・加工度の高いロースト肉やソーセージを開発対象とすることにより、高付加価値を創出。

○イノベーション(他者との新結合)

- ・ぎふジビエ振興協会に参加し、揖斐川町で狩猟免許を持つ狩猟者の協力の下、安定した原料調達を図る。
- ・上記の協会及び地元農家・専門料理店等との連携を基に、「ぎふジビエ」のブランドを確立する。
- ・新たな狩猟免許取得者の育成と加工作業における外国人労働者の受入を行った。

(ビジネスモデル・連携図)



製造・販売する商品(ジビエ加工品)



自社レストラン 里山きさら



レストランで提供するメニュー

【成長へのターニングポイント】

○販路の拡大と確立

- 沖縄県の商談会への参加をきっかけに、大手企業のバイヤーと連携し、ジビエ商品の販路を確立した。
- 業務用カタログ販売により、ジビエ商品の普及を実現した。

○品質管理の向上による信頼確保

- 岐阜県が定める「ぎふジビエ衛生ガイドライン」に沿った解体処理を行うことで衛生管理を徹底し、ジビエのイメージアップを図っている。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・工場を新設し、商品の製造能力が向上したことにより、安定供給体制が実現した。
- ・レシピを付けて新しい調理方法を提案することにより、需要の掘り起こしを図った。
- ・弁当の製造・販売・配達という新たな販路を開拓したことにより、経営改善に貢献。
- ・揖斐川町教育委員会へ働きかけたことにより、学校給食にジビエを使用してもらえようになり、確実な販路を確保するとともに、家庭におけるジビエの理解向上に繋がった。

○経費節減の工夫

- ・廃棄部分(くず肉等)を原料とするペットフードを開発・販売し、コストを削減した。

【今後の展望】

- 今後も商談会等に積極的に参加し、販路拡大を目指す。
- 品質衛生管理を徹底するためISO22000(食品安全の国際規格)の令和3年度取得を目指す。
- 「第4の食肉」として定着させるため、学校給食への提供拡大に取り組む。また、イベント等でジビエのおいしさをPRする。

【取組の効果】

- 売上高
9.6千万円(H28)→1億3千万円(Ｒ1)
- 雇用者数(パート含む)
15名(H28)→29名(Ｒ1)
- 捕獲量
約300頭(H28)→約600頭(Ｒ1)

新たな米の消費スタイルを提案！
粉末化した米と野菜で作る米粉製品と
独自製法による玄米塩の製造・販売

有限会社レイク・ルーズ

- ・所在地 : 岐阜県海津市
- ・代表者 : 代表取締役 堀田 茂樹
- ・取組内容 : ①黒米及びうるち米の米粉と飛騨地域の野菜の乾燥粉末を原料とする、新たな米粉製品の製造・販売。
②独自製法で作る発芽玄米を焙煎、粉碎した玄米塩の製造・販売。
- ・売上高 : 7,623万円 (R1)
- ・雇用者数: 18名 (R1) (パート含む)
- ・URL : <http://www.agri-meister.com/>

○平成24年より、単なる「米粉麺」では差別化が不十分と考え、野菜の乾燥粉末を混合した麺や、米粉と野菜粉末のミックス粉等、新たな米粉製品を製造・販売することで付加価値を向上させ、農業経営の安定化を目指した。

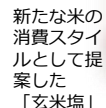
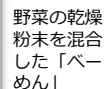
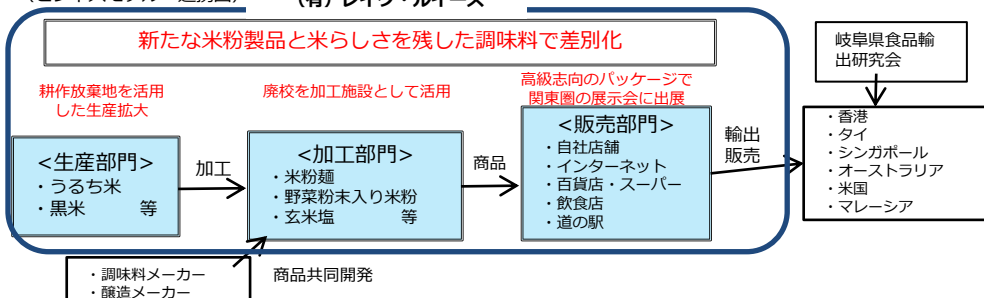
○平成30年より、多様化する米粉製品の中で一層の差別化を図るため、2回目の総合化事業計画の認定を受け、米調味料「玄米塩」を製造・販売し、新たな米の消費スタイルとして提案することにより、売上げの向上を目指すこととした。

○農山漁村 6 次産業
化対策事業助成金
(H24)

- ・JETRO（（独）日本貿易振興機構（ジェトロ））を活用し、海外の販路を確立。
- ・食品安全の国際規格ISO22000の認証取得（2021年7月）を目指す。

- ・耕作放棄地（岐阜県海津市・岐阜県大野郡白川村）を活用した生産拡大。
- ・白川村からの企業誘致に応え、廃校（小学校）を改装し、加工施設として活用。

(有)レイク・ルイズ”



→ 認定を受けたことで大手商社と取引が始まり、そのバイヤー等から商品開発や販売方法等のアドバイスを受けることで利益率が向上した。

→ 国内のみならず、海外の展示会・商談会へも積極的に参加し、商品評価や市場調査を実施。その際、バイヤー及び輸出先食品事業者との人脈を形成し、販売ルートを開拓した。

- ・販路拡大の取組により知り得た情報を基に、マーケット・インの発想で農家から商社へ転向。商談会等において、商社バイヤーへ自社商品の売込みを積極的に行った。
- ・家族構成の変化（後継者となった身内の結婚に伴う構成員の増加）により、分業が可能となり、作業効率が大幅にアップした。

・イベント販売を中止したことで生まれた時間を展示会・商談会等での販促に充てることにより、販売ロス（売残り）や移動コストに要する経費の節減を図った。

○ドイツ向けの輸出を始める。

- 食品安全の国際認証FSSC22000を取得し、米国及びEUへの進出を目指す。
- 玄米塩の商品バリエーションを拡充し、ギフト向け商品を開発する。

- 売上高
6,397万円 (H23) → 7,623万円 (R1)
- 雇用者数 (パート含む)
12名 (H23) → 18名 (R1)
- 主な原材料生産面積 (米)
70a (H23) → 11.5ha (R1)
- 海外展開の状況
＜輸出先＞ 香港、タイ、シンガポール、
オーストラリア、米国、
ポーランド、マレーシア

事例3

自社の資源、オリジナルブランド卵 「旬たまご」等を有効活用して経営の安定化を図る

総合化事業計画の認定

平成26年2月

有限会社 高橋養鶏

<事業者の概要>

- ・所在地 : 愛知県豊橋市
- ・代表者 : 代表取締役 高橋 賢次
- ・取組内容 : 自社オリジナルブランド卵を使用した商品開発、及び直売店やキッチンカーによる販路開拓
- ・(特徴) : 行うことで、認知度の向上及び経営の安定化を図るもの
- ・売上高 : 2億9,300万円 (R1)
- ・雇用者数 : 17名 (R1) (パート含む)
- ・URL : <http://www.syun-tamago.com/>
<https://m.facebook.com/TakahashiYKtamago/>
<https://www.instagram.com/tamago8723/>

【取組に至った経緯】

○飼料価格の高騰と、不安定な卵価相場により、経営環境が悪化していたため、同社のオリジナルブランド卵の特徴に高い価値を求め、その特徴を前面に出した卵の販売、及びその加工品の開発・販売に活路を見出す必要があった。

【活用した支援施策】

○豊橋市6次産業化商品開発事業 (H28)

【取組の特徴と強み】

○バリューチェーン (付加価値・差別化)

・自社オリジナルブランド卵 (旬たまご※) 自体の高付加価値化戦略、及び当卵を加工品の原料に使用することで更なる付加価値を付けて、競合品との差別化を図る。※210日から350日齢の鶏が生んだ卵。

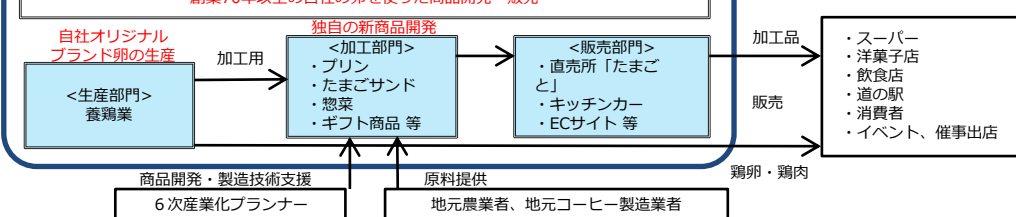
○イノベーション (他者との新結合)

- ・地元の農業者やコーヒー製造業者等の協力の下、プリンでバリエーション (プレーン、サツマイモ、トマト、コーヒー) を展開することにより、競合品との差別化を図り、固定客の拡大に寄与。
- ・平19年から、パティシエ辻口博啓氏の洋菓子店 (フォルテシモアッシュ・名古屋市) に、「旬たまご」を原料卵として供給。
- ・平28年から、地元プロバスケットボールチームが出場する試合会場にキッチンカーで参加し、若年世代に訴求。

(事業体制図)

(有) 高橋養鶏

創業70年以上の自社の卵を使った商品開発・販売



(タマゴサンド)



(まるっとたまごプリン)



(キッチンカーでの販売の様子)

【成長へのターニングポイント】

○直売所「たまごと」を開設

→「旬たまご」、プリン、サンドイッチ及び惣菜 (からあげ等) を取り扱う直売所「たまごと」を開設したことで、固定客を確保し、経営が安定。

○クラウドファンディング

→プリンや卵のパッケージ等の市場調査のために、クラウドファンディングを実施した結果、都市部 (東京・大阪・名古屋等) の30~40代男性客が増加。

○販路の開拓と認知度の向上

→道の駅への積極的な営業により、3ヶ所 (道の駅とよはし、道の駅にしお岡ノ山、道の駅もつくる新城) での販売を実現。
キッチンカーによる移動販売、百貨店等の催事及び各種イベントへの出店で認知度が向上し、固定客の拡大に寄与。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

・安売りを行わず、販売価格に見合った商品を開発することで、消費者が価値を評価。

○経費節減の工夫

- ・販売実績に基づく計画生産による廃棄ロスの削減。
- ・プリンの構成を卵白と卵黄の2層構造とし、卵白の有効活用と視覚的な魅力向上を実現。

【今後の展望】

- 実需サイドから要望のある付加価値の高い新商品 (地場産ほうじ茶を使ったプリン等) を開発し、B to B取引を拡大する。
- 新規顧客獲得に向け、キッチンカーによる移動販売や百貨店等の催事への出店等、攻めの販売に注力する。

【取組の効果】

- 売上高
2億7,900万円 (H24)
→ 2億9,300万円 (R1)
- 雇用者数 (パート含む)
16名 (H24) → 17名 (R1)
- 飼養羽数 (時期により変動あり) (採卵鶏)
15万羽 (H24) → 12万羽 (R1)
(肉用コーチン)
5千羽 (H24) → 8千羽 (R1)

事例4

鈴鹿山麓で栽培・製造した日本茶を伊勢一ノ宮
「椿大神社」参道沿いのカフェで提供・販売

株式会社椿茶園

＜事業者の概要＞

- ・所在地 : 三重県鈴鹿市
- ・代表者 : 代表取締役 市川晃
- ・取組内容 : 椿大神社参道沿いに構えたカフェにて、プロが面前で淹れる本格的な日本茶を提供すること
(特徴) による感性の刺激で、顧客の定着と開拓を図る。
- ・売上高 : 4,584万円 (R1)
- ・雇用者数 : 5名 (R2) (パート含む)
- ・U R L : <https://tsubakisaen.co.jp/>
<https://www.facebook.com/tsubakisaenowner/>

【取組に至った経緯】

- 日本茶葉の消費量及び市場価格が低迷し収益が減少したため、付加価値のある商品を開発し、顧客へ訴求することが急務であった。
- ペットボトルではなく、急須で淹れる日本茶がいかにも料理やお菓子を引き立てる名脇役であるかに気付いてもらうことにより、その需要回復を図ることができると考えた。

【活用した支援施策】

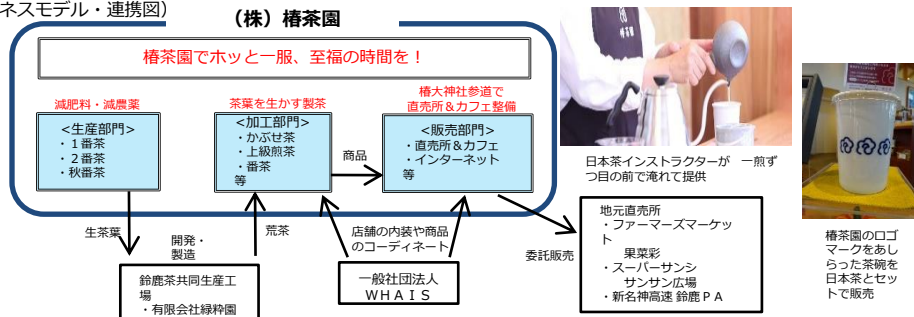
- 6次産業化ネットワーク活動交付金
(加工場・直売所) 1,290万円 (H28)

【取組の特徴と強み】

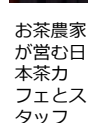
- バリューチェーン（付加価値・差別化）
 - ・日本茶インストラクターや三重県手もみ茶の技術・知識を活用して、オリジナル茶葉を開発・製造し、カフェと併設した直売所を整備した。
 - ・店主（日本茶インストラクター）がおいしい日本茶の淹れ方の実演しながら提供。これにより、茶葉の売上も向上した。
- イノベーション（他者との新結合）
 - ・インテリアデザインのプロジェクトチーム「一般社団法人 WHA I S（ワイズ）」に店舗のレイアウト、ロゴマークのデザイン及び商品パッケージを依頼し、SNS（フェイスブック）で発信することにより幅広い年齢層の顧客を確保。

(ビジネスモデル・連携図)

(株) 椿茶園



地元名産
のお菓子
を販売



鈴鹿の山々を仰ぐ茶



自社の茶葉を販売



WHAISがコーディネートした
商品陳列

【成長へのターニングポイント】

○バリューチェーンの好循環

- SNS（フェイスブック）を利用し、椿大神社の参拝客とSNS上で繋がることにより、参道にある椿茶園という日本茶専門のカフェの存在をアピール。
- カフェで地元名産のお菓子とその味が引き立つ日本茶をセットで提供し、その菓子和茶葉を店内直売所で販売することにより売上が向上し、地元名産の認知度向上にも貢献する。

【経営改善に向けた取組】

○売上高向上のポイント

- ・日本茶専門カフェの強みを活かすため、自社製造の日本茶（５種類）を使った飲み比べや、正統な淹れ方を実演により紹介しつつ、茶葉を店内で購入できるようにしたことด้วย売上が向上。
- ・日本茶と茶碗（椿茶園のロゴ入り）をセットで販売し、再来店時に当茶碗（マイ茶碗）を持参した来客には、割引対応することによりリピーターを確保。現在、マイ茶碗専用の巾着袋の製造・販売を計画中。

【今後の展望】

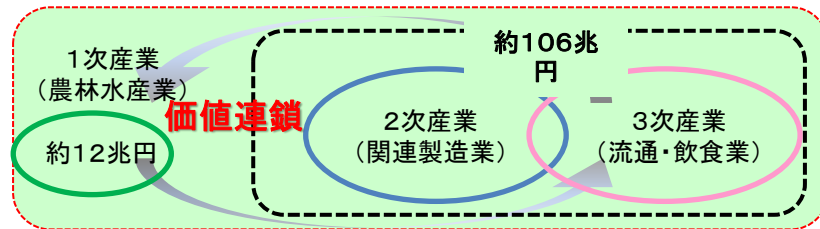
- 国内の茶販売店舗内の一角で、日本茶の提供を行う販売方法を普及する。具体的にはコンビニの珈琲販売のように、紙コップ等の簡易容器で、その茶販売店の産地の茶葉で淹れた日本茶を提供する。淹れたての日本茶のおいしさを再認識してもらい、物販に繋げることで、全国的な茶業界の不況からの脱却を図る。
- 官公庁を皮切りに、会議で出すお茶の「脱ペットボトル運動」を提案し、SDGsの実現に向け取り組む。

【取組の効果】

- 売上高
1,195万円 (H26)
→4,584万円 (R1、6次化4年目)
- 雇用者数 (パート含む)
0名 (H26) →5名 (R2)
- 主な原材料生産面積 (茶葉)
4ha (H26) →4.3ha (R2)

6次産業化の考え方（まとめ）

- 6次産業化とは、農山漁村に豊富に存在する地域資源をフル活用し、1次産業としての農林漁業と、2次産業としての製造業、3次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、新たな付加価値を生み出す取組
(1次×2次×3次=6次産業)
- 6次産業化により、我が国の農業・食料関連産業全体の規模を拡大し、農林漁業・農山漁村サイドに取り込むことを通じ、農林漁業者の所得の向上や農山漁村地域の活性化を実現



- 価値連鎖（バリューチェーン）による付加価値の創出・拡大
- 他産業との連携・融合による地域資源のフル活用



2次・3次産業の技術・知見を取り入れ

新たな付加価値を創出し、農山漁村が取り込み

生産・加工・流通(販売)の一体化による農林水産物の付加価値の拡大

- 農林漁業者による加工・販売分野の取組
- 学校給食、病院食等における地産地消の取組
- 農林水産物・食品の輸出の取組

農林漁業と2次・3次産業との連携・融合によるアグリビジネスの展開

- 農林漁業者と2次・3次産業が連携した業務用カット野菜の製造・販売
- 薬草等を活用した健康食品の製造
- 介護食品や化粧品等の開発 等

農山漁村の地域資源を活用した新事業の創出

- バイオマスを活用した燃料製造
- 再生可能エネルギーを活用した発電事業
- 景観や文化を活用した観光事業 等

農山漁村地域の活性化

農林漁業・農山漁村から日本を元気に

- 農山漁村は、農林水産物をはじめバイオマス、土地、水など様々な地域資源を豊富に有し、今後の経済成長へ向けた希少資源として、わが国の最大の強みのひとつ。
- しかし、1次産業と2次・3次産業の価値連鎖を結合する仕組みの弱さゆえ、そのポテンシャルが活かされていない状況。
- 農林漁業者と他産業との新たな連携を構築し、生産・加工・販売・観光等が一体化したアグリビジネスの展開や、先端技術を活用した新産業の育成、再生可能エネルギーの導入等により、農山漁村にイノベーションを起こし、農林漁業を成長産業化する必要。これにより、日本を元気にする。



東海農政局ホームページ

東海農政局HP

東海農政局

English キッズサイト サイトマップ 文字サイズ 標準 大きく

キーワードから探す Google 提供

検索

報道・広報

政策情報

統計情報

申請・お問い合わせ

東海農政局について

ホーム > 政策情報 > 食料産業・食文化 > 農山漁村の6次産業化

農山漁村の6次産業化

東海農政局では、雇用と所得を確保し、若者や子どもも集落に定住できる社会を構築するため、農林漁業生産と加工・販売の一体化や、地域資源を活用した新たな産業の創出を促進するなど、農山漁村の6次産業化を推進しています。
このページでは、6次産業化に取り組みたいと考える皆様、また6次産業化に取り組んでいる皆様に必要な情報を掲載しています。



パンフレット等



[6次産業化取組・商品事例集 \(東海農政局分 抜粋\)](#)



[6次産業化取組事例集 \(農林水産省ヘリンク\)](#)



[6次産業化商品事例集 \(農林水産省ヘリンク\)](#)

報道・広報

政策情報

統計情報

申請・お問い合わせ

東海農政局

ホーム > 政策情報 > 食料産業・食文化 > 農山漁村の6次産業化 > 6サポメッセ > 6サポメッセ (卸・小売事業者様向け)

6サポメッセ (卸・小売事業者様向け)

東海地域の総合化事業計画認定事業者と卸・小売事業者との情報交換をサポートするため、認定事業者の販売中の商品を紹介しています。

商品名をクリックすると詳細情報を見ることができます。

商品分類

野菜



畜産物



そば



果樹



ジビエ



花き



米



林産物



その他



麦類



水産物



豆類



茶



東海農政局ホームページURL

<https://www.maff.go.jp/tokai/index.html>



東海農政局ホームページ

果樹

岐阜県

事業者名	商品画像	商品名	商品内容	認定
有限会社かゆりファーム 外部リンク		かゆり柿8枚入 (PDF: 670KB) 	岐阜県産実用柿を独自製法で仕上げた、風味豊かな柿ドライフルーツ 「飛騨・美濃すくれもの」認定	
		かゆり柿50g (PDF: 747KB) 	岐阜県産実用柿を独自製法で仕上げた、風味豊かな柿ドライフルーツ 「飛騨・美濃すくれもの」認定	
				

農林水産省ホームページ

農林水産省HP

農林水産省

English キッズサイト サイトマップ 文字サイズ 標準 大きく

逆引き事典から探す 組織別から探す キーワードから探す Google 検索

会見・報道・広報 政策情報 統計情報 申請・お問い合わせ 農林水産省について

ホーム > 新事業・食品産業 > 農林漁業の6次産業化

農林漁業の6次産業化

貢献するSDGs

Web特集記事

6次産業化サポートセンター
事例紹介

農林水産省 資料提供

農林水産省HP農林漁業の6次産業化URL
<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika.html>



パンフレット

～6次産業化の取組を検討している皆様へ～
(PDF: 1,487KB)

6次産業化支援対策のご案内
～特に輸出に取り組む皆様へ～
(PDF: 152KB)

～市町村の皆様へ～
6次産業化等の取組を進めるための、市町村の戦略を策定しましょう！
(PDF: 758KB)

～「農」や「食」の事業者の皆様へ～
農林漁業成長産業化ファンドの創設
(PDF: 754KB)

6次産業化の推進について

6次産業化の推進に関する基本的な情報を掲載しています。

6次産業化・地産地消法に基づく事業計画の申請等について

6次産業化・地産地消法に基づく「総合事業計画」及び「研究開発・成果利用事業計画」の申請を受け付けています。

産業連携ネットワークについて

多様な産業分野の連携により農林漁業の成長産業化を支援するプラットフォームである産業連携ネットワークの情報を掲載しています。

6次産業化プランナーについて

6次産業化の取組をサポートする6次産業化プランナーの情報を掲載しています。

農商工連携について

農商工連携に関する情報を掲載しています。

地産地消について

地産地消に関する施策等について掲載しています。

6次産業化に関する予算等について

6次産業化を支援する予算の概要や6次産業化支援策活用ガイド等を掲載しています。

その他

6次産業化のロゴマークや農林水産省が実施した行事、6次産業化に関する事業及び調査の結果等を掲載しています。

相談窓口

都道府県名	相談窓口	相談窓口の 電話番号	メールアドレス	サポートセンターのホームページ (URL)
岐阜県	岐阜県 6 次産業化サポートセンター (株式会社OKB総研)	0584-74-2620	info@okb-kr.jp	https://www.okb-kri.jp/agribusiness/aff/
愛知県	愛知県 6 次産業化サポートセンター (株式会社アルファポイント)	052-253-8323	info@kokomirai.com	https://www.kokomirai.com/works/6jika
三重県	三重県 6 次産業化サポートセンター (株式会社三十三総研)	059-354-7159	33ir@miebank.co.jp	https://www.33bank.co.jp/33ir/profession al/rokujisangyo.html