



第2回6次産業化サミット

2016.2.26

6次産業化のさらなる推進に向けて ー「連結の経済性」とプラットフォームー

農林水産省 農林水産政策研究所

小林茂典

6次産業化とは

○「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、

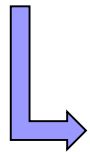
農山漁村に由来する農林水産物、バイオマスや農山漁村の風景、そこに住む人の経験・知恵に至るあらゆる「地域資源」を活用し、新たな地域ビジネスの展開や新たな業態の創出といった新たな取組を通じて、

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次産業化の取組（誰が何を行うか）

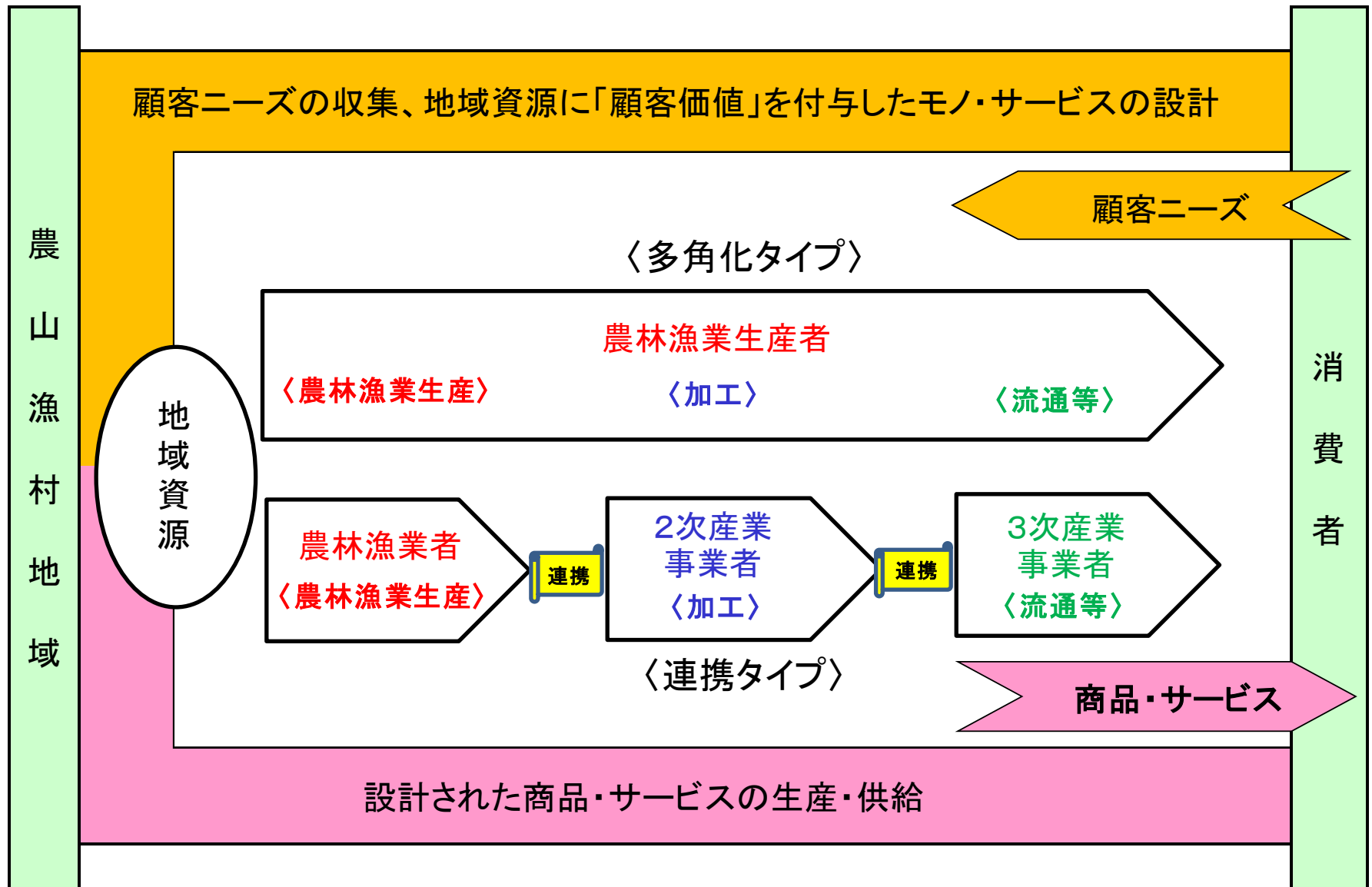
・多角化タイプ：農業者自身による生産・加工・流通等の一体的取組
（農業経営の多角化）

・連携タイプ：農業者と商工業者等とが連携した取組
（農商工連携的な取組）



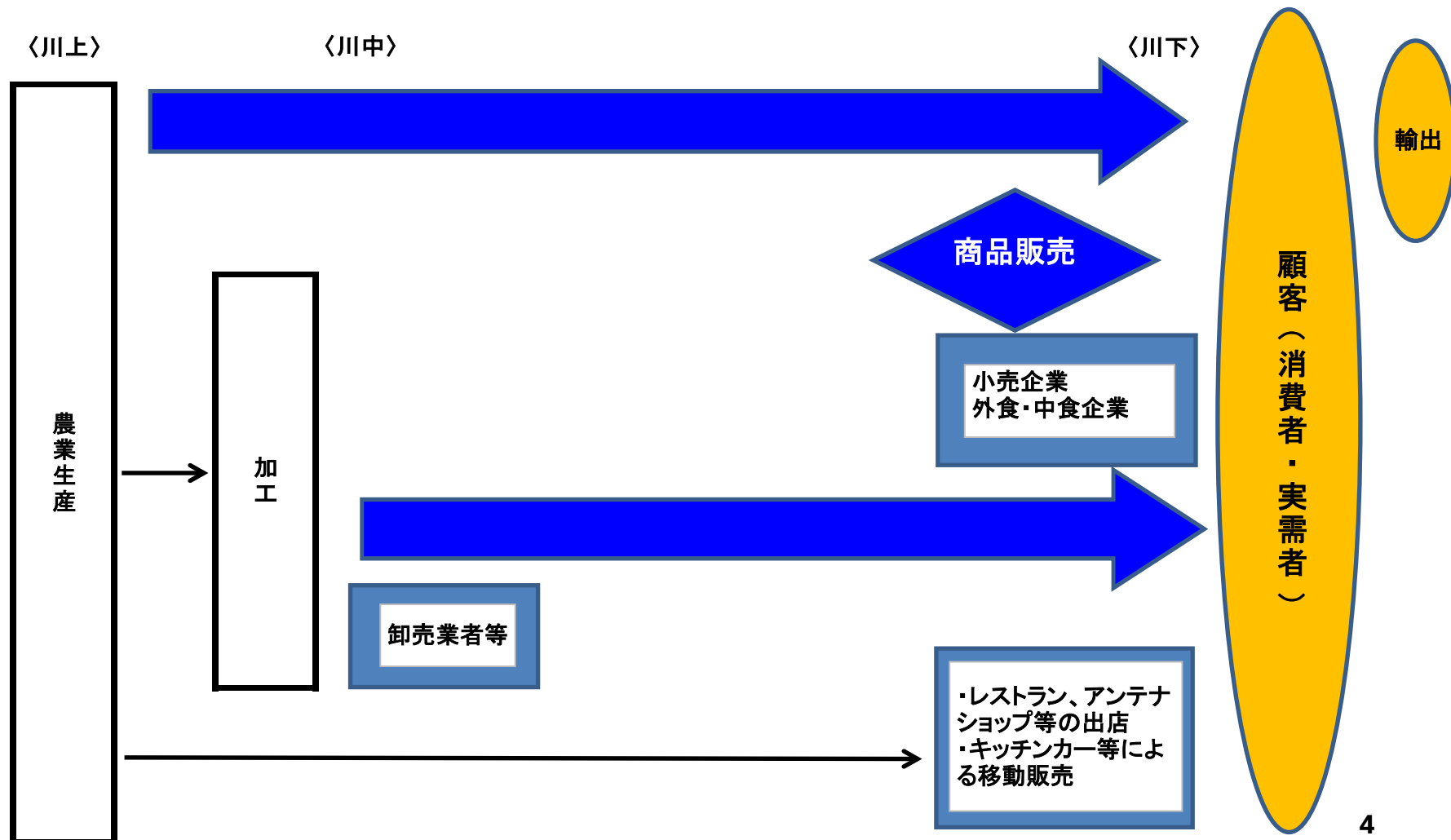
「ネットワークタイプ」：連携する主体の数が多く、
より広域的な広がりをもつもの

6次産業化の取組（誰が何を行うか）



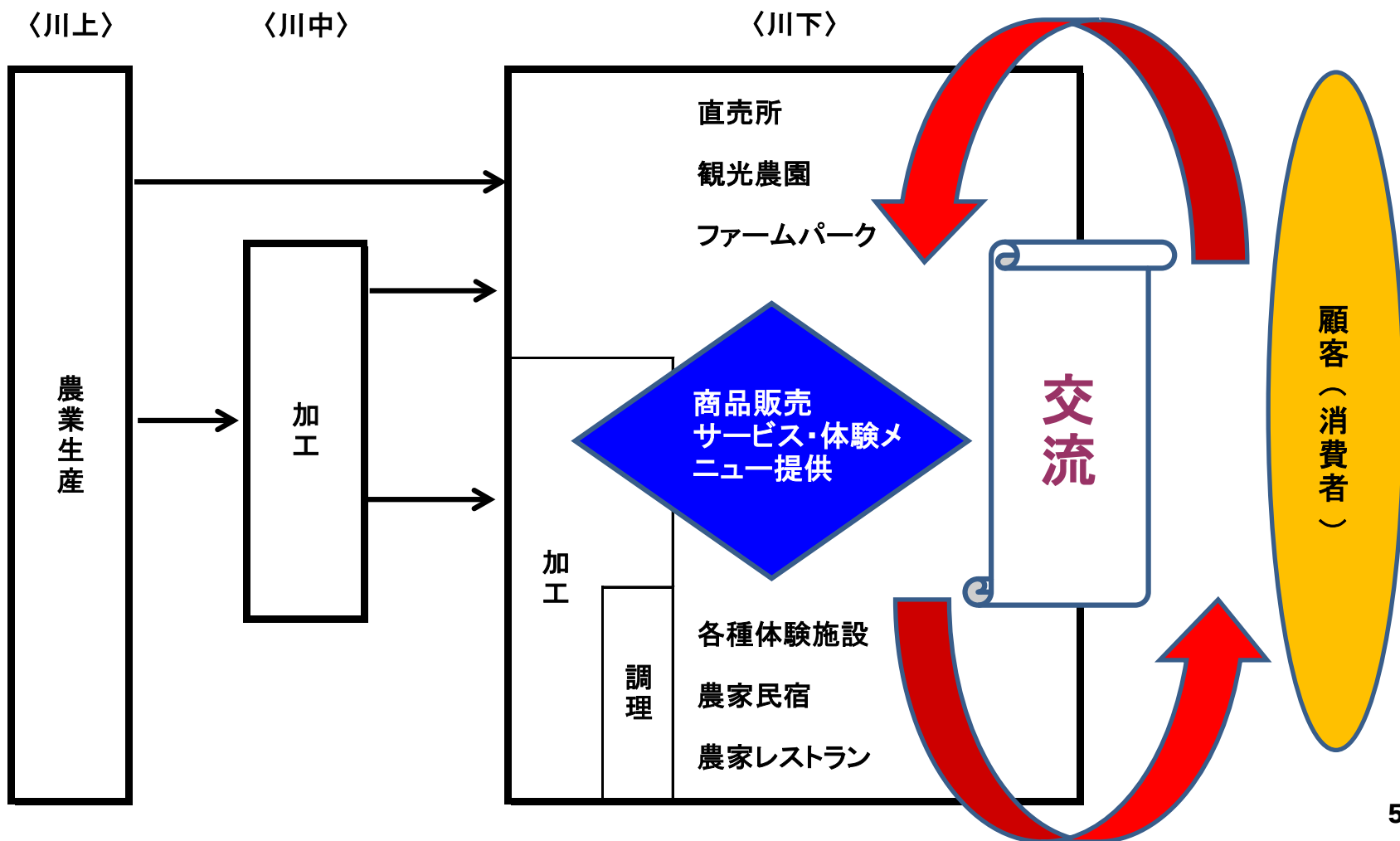
6次産業化の取組(どのように売るか(消費者との接点)) ～消費者に「商品を送り届ける」タイプ～

- ・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、外食・中食企業等の多様な実需者

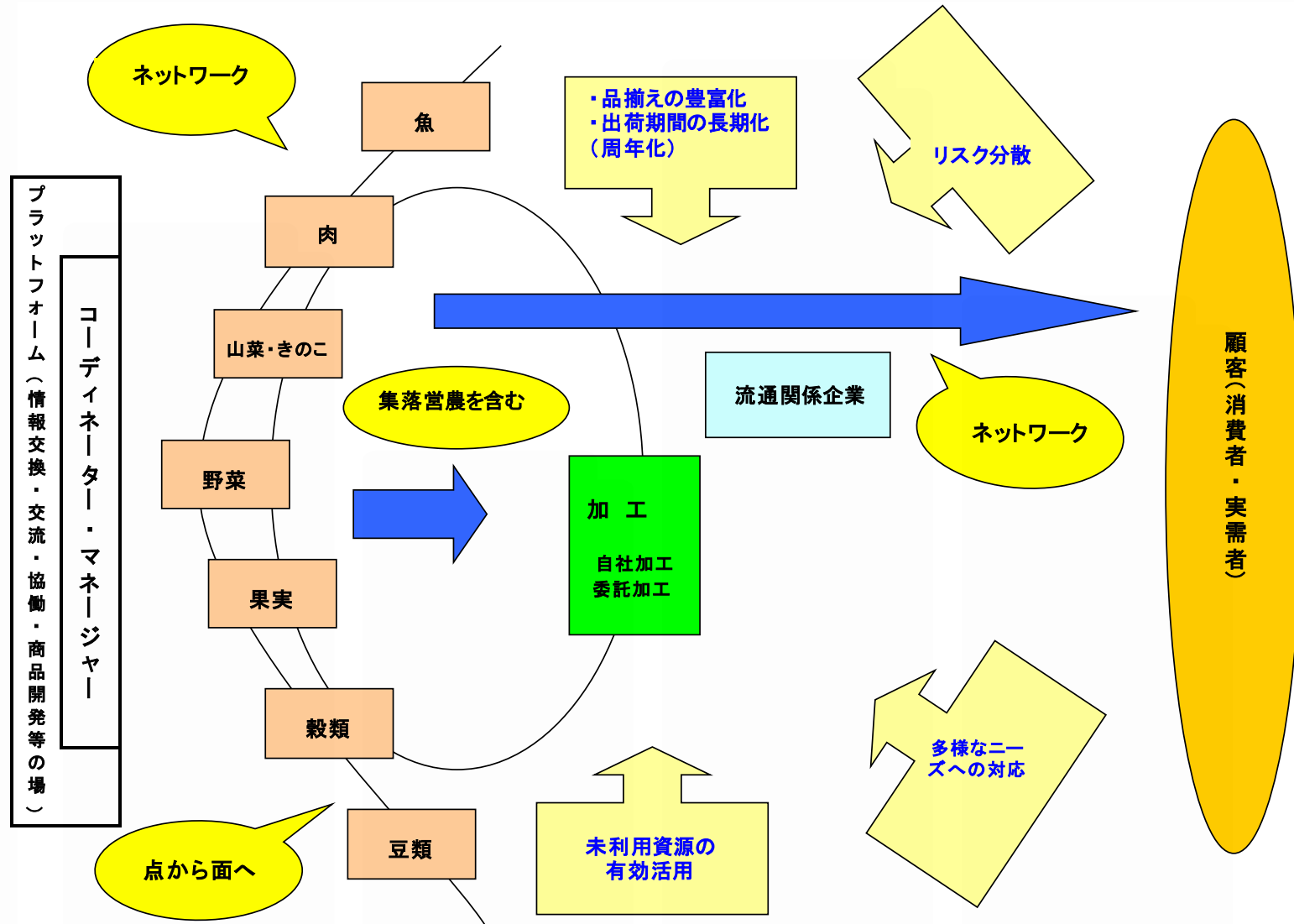


6次産業化の取組(どのように売るか(消費者との接点)) ～消費者を「招き入れる(呼び込む)」タイプ～

・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

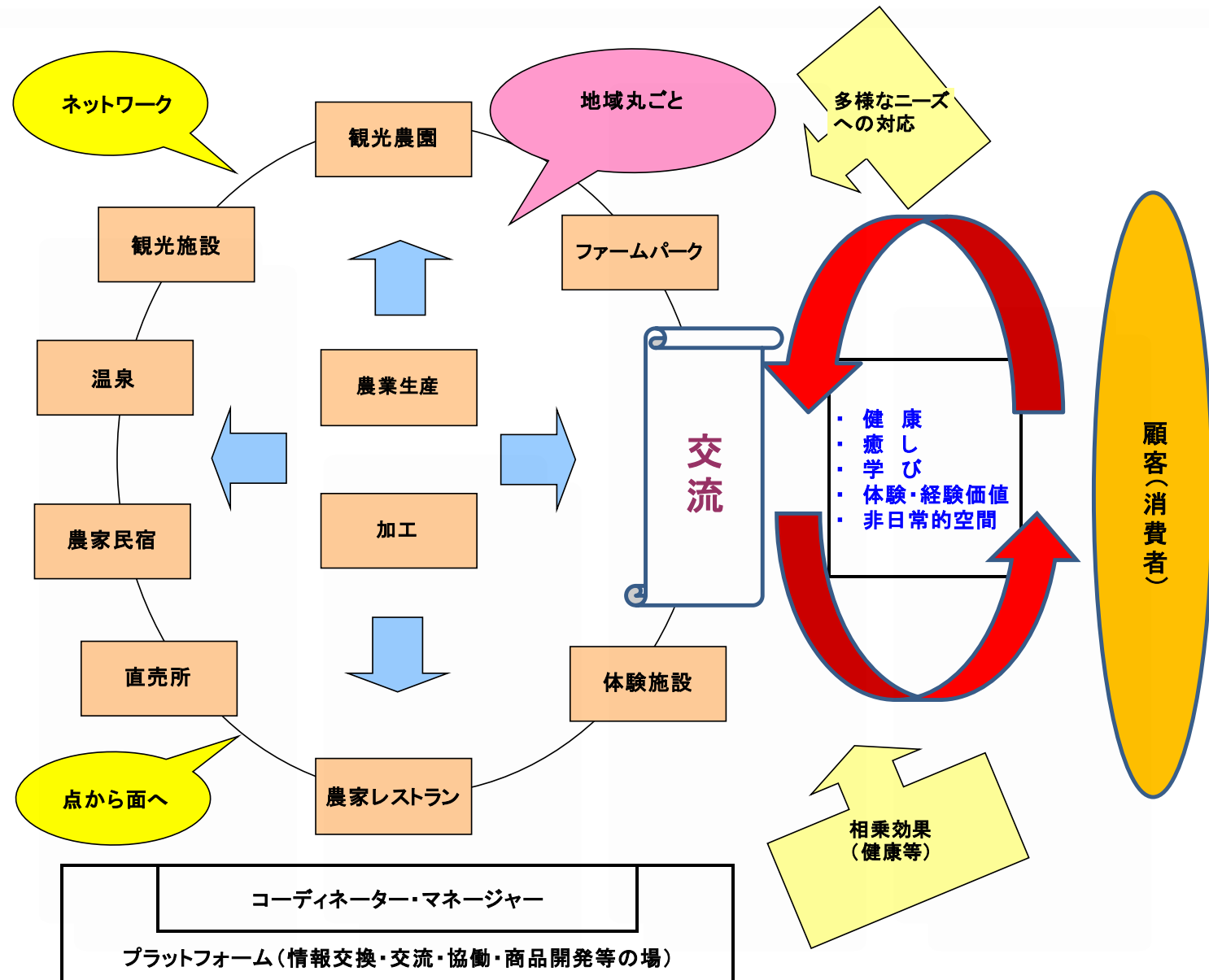


ネットワーク(商品を送り届けるタイプ)のイメージ



※ 農民生産・加工等の6次産業化の取組を行っている経営体間のネットワークを含む。

ネットワーク(消費者を招き入れるタイプ)のイメージ



6次産業化のタイプ分けの視点

	多角化タイプ	連携タイプ	
			ネットワーク
送り届けるタイプ 商品			
招き入れるタイプ 消費者			

6次産業化の特徴を踏まえた農業サイドの所得増に向けた取組

(1)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
⇒「規模の経済性」の追求だけでなく、統合・連携による高付加価値型農業
(6次産業化)が重要

(2)生産・加工・流通等における付加価値形成とその関係者間における価値配分



「連携タイプ」の取組の中で、農業・農村サイドの所得向上を図るためには、地域資源の競争優位性を高める必要

⇒「地域ブランド」の形成はその有力な手法の一つ

6次産業化のさらなる推進に向けて(1)

(1)「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



これらの連結を促進させる仕組みや場(プラットフォーム)が必要

6次産業化のさらなる推進に向けて(2)

(2)プラットフォームの構築

～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～

- 6次産業化のさらなる推進を図るためには、個々の事業体の取組に加え、
「連結の経済性」の視点に立ち、「点から面」へ、取組の地域的な広が
り(地域ぐるみの取組)を進めることが重要
(地域全体で取り組むことによる相乗効果等の発揮)