



### 農林漁業の6次産業化

6次産業化とは、農山漁村の「地域資源」(農林水産物、バイオマス、自然エネルギー、風景・伝統文化など)を有効に活用しつつ、製造・加工(2次産業)や流通・販売(3次産業)と融合・連携し、いわば、“1次産業(農林漁業)×2次産業(製造・加工)×3次産業(卸・小売・観光)=6次産業”の掛け算により、農山漁村の雇用確保や所得の向上を目指すことである。

融合の具体例としては、こと京都株式会社(京都府)の九条ねぎがある。社長の山田氏が、京都の実家の農業を継ぐため、アパレル業界から転身したのは、1995年の32歳のときである。野菜を限定したほうが利益になるのではと考え、九条ねぎだけの栽培に切り替え、その後カットして販売する新規事業を始めたことが飛躍のスプリングボードとなった。販売エリアは日本全国で、販売先はラーメン店、外食レストラン、スーパーなどである。九条ネギを中心とする年間売上は10億円で、さらに年商15億円を目指し6次産業化ビジネスはとどまる所を知らない。

こうした成功例があるものの、実際には販売経験や営業実務・知識に乏しい農山漁村の従事者が、自らの手で2次、3次の領域まで事業を拡大し、ビジネスとして成立させることは必ずしも容易ではない。事業成功の確実度を上げ、早期に軌道に乗せるためには、事業者間の連携もより重要となってくる。

連携の具体例として、株式会社大麦工房ロア(栃木県)を見てみたい。母の経営する洋菓子店に入社した浅沼社長は、栃木県が生産高日本一である二条大麦に着目し、1997年に日持ちして土産などに使いやすい菓子「大麦ダクワーズ」を開発した。ただ、しばらくは原材料調達に苦労したため、大麦生産者や食品メーカーを中心に「栃木の大麦食品を広める会」を設立し、原材料の安定調達を図った。さらには、宇都宮大学との産学連携により、大麦のぬかを利用した飼料で育てたにわとりの卵を用いたカステラやプリンを開発し、その卵の殻は契約農場の大麦畑の肥料にする仕組みも構築した。現在では、全国に約60万人の顧客を有する規模まで拡大している。

6次産業化の推進を目的とする6次産業化法の認定を受けた農林漁業者は、①無利子融資資金の償還期限・据置期間の特例、②政府が各都道府県に配置する6次産業化プランナーからの事業アドバイス、③試作品開発や販路開拓に伴う補助率アップ等の措置を受けられる。6次産業化と類似した考え方に農商工連携がある。農商工連携も6次産業化と同様に金融面を含む公的支援がなされる。6次産業化、農商工連携とも中小企業にとってのビジネスチャンスとなり得る可能性がある。検討に値すると言えよう。

(執筆者 EMC(協) 中小企業診断士 倉持俊雄)

※JRS経営情報の中から、次のコンテンツを参考にしてください。

- 農林漁業の6次産業化・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・(2016-0539)
  - 果樹栽培の6次産業化への取り組み・・・・・・・・・・・・(2014-0499)
  - ブランド戦略で成功した具体的な事例③・・・・・・・・・・・・(2014-0538)
  - 一次農産品に高付加価値化と地域活性化・・・・・・・・・・・・(2014-0500)
- ( )内は情報番号です

なお、お客様にコンテンツを提供される場合には、最初のページに「サンプル」と表示してください。またお探しの情報が不明な場合はご連絡ください。(☎0120-89-0240)