



もん 大阪産6次産業化 ガイドブック

導入編



1次
産業



地域に活力

6次産業化

2次
産業



3次
産業



目 次

I	6次産業化とは	
1	いまなぜ6次産業化なのか	2
2	6次産業化に関わる各種法律・制度	3
II	6次産業化に取り組もう	
1	6次産業化で所得向上	4
2	6次産業化で新たなマーケットの開拓	5
3	6次産業化を進める上での課題	6
4	6次産業化を成功させるために	7
III	売れる商品を作るために	
1	しっかりとした計画づくり	8
2	6次産業化サポートセンター	9
3	6次産業化プランナー	9
4	新商品開発・販路開拓の実施イメージ	10
5	総合化事業計画認定までの流れ	10
6	支援の対象となる新商品開発	11
7	主な支援の内容(事業者タイプ)	12

I 6次産業化とは

1 いまなぜ6次産業化なのか

現在、農林水産物の販売価格の低迷や生産資材の価格高騰により収益確保が難しくなっていることから、新たな取り組みが求められています。

こうした中、農林漁村に存在する様々な地域資源を素材に農林漁業者が、生産・加工・流通（販売）を一体化し、所得を増大する取組、また農林漁業者が2次産業、3次産業と連携した地域ビジネスなど、儲かる農林水産業を実現しようとする6次産業化が各地で進んでいます。

こうした6次産業化の取組は農林水産業の活性化のみならず、地域における雇用創出、経済活性化についても大いに期待されています。

- 農林漁業者が生産・加工・流通（販売）を一体化し、所得を増大
- 農林漁業者が2次産業（製造業）、3次産業（流通小売飲食）と連携して地域ビジネスの展開や新たな産業を創出



儲かる農林水産業を実現

地域資源を活用した6次産業化の展開

- ◆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が豊富で、今後の経済成長へ向けた希少資源として、我が国最大の強みのひとつ
- ◆農林漁業者と他産業事業者との連携を構築し、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、農林業の成長産業化をめざす



2 6次産業化に関わる各種法律・制度

平成19年6月に、中小企業による農林水産物など地域資源利活用の取組を支援する「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律」(以下「地域資源活用促進法」という)が施行され、平成20年7月には、農林漁業者と中小企業者による農商工連携の取組を促進するため、「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律」(以下「農商工連携等促進法」という)が施行されました。また、平成23年3月には、農林漁業者による加工・販売への進出等の「6次産業化」に関する施策と地域の農林水産物の利用を促進する「地産地消等」に関する施策を総合的に推進し、農林漁業の振興等を図るため、「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及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」(以下「六次産業化法」という)が施行されました。

さらに平成24年12月には、農林漁業者と異業種の事業者が6次産業化を進めるための合併事業を行う、いわば農商工融合の取組を資金面から支援する、「株式会社 農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)」が設立されました。

6次産業化には、農林漁業者が主体となるもの、商工事業者が主体となるもの、商品開発を主とするもの、販路拡大を主とするもの等、事業の主体や取組の内容などについて様々なパターンが存在します。

本ガイドブックではそのうち、農林漁業者が中心的役割を果たす6次産業化の取組導入に向けた準備に役立つ制度等について紹介します。

6次産業化の取組事例

地域ぐるみで取り組む多様なゆず加工品の開発

① 馬路村

農業協同組合

【高知県馬路村】



馬路村の名前を冠した多様なゆず加工品

- 形が悪いために青果出荷が困難なゆずを有効活用するため、加工品を開発して付加価値を向上。
- 村が一丸となって商品の開発やPRに取り組み、馬路村の名前を前面に押し出し、ブランドを構築。
- 高知大学との共同研究により、新たにゆずの種子を活用した化粧品を開発。
- 売上高 約1億円(H1)⇒約31億円(H24)
- 雇用者(職員数) 19人(H1)⇒96人(H25)
- 総合化事業計画認定(平成26年10月)

生産

・市場価格より高い値段で組合員から原料ゆずを全量買取

加工

・種子の有効活用を図るため、大学と連携して機能性商品を開発

販売

・ユニークな商品名パッケージにより、馬路村の魅力も発信し、売上の拡大と村の活性化

女性目線で取り組む伝統野菜の機能性食品の開発

② (株)今帰仁

ざまみファーム

【沖縄県今帰仁村】



沖縄伝統野菜「クワンソウ」の加工品と花摘み体験

- 睡眠改善効果があるといわれる沖縄伝統野菜の機能性に着目して一次加工品を製薬会社へ販売。
- 付加価値の向上を目指し、自社でスイーツ等の加工品を製造・販売。
- 地元観光業者と連携して花摘みバスツアーを事業化し、来園者が増加。
- 売上高 1,500万円(H23)⇒1,800万円(H25)
- 雇用者(パート含む) 3人(H23)⇒5人(H25)
- 総合化事業計画認定(平成24年5月)

生産

・睡眠改善効果の機能性に着目し、加工原材料向けに生産を拡大

加工

・食品製造事業者と連携し、スイーツ等の加工品を開発

販売

・女性ならではの発想力で観光と連携し、来園者数と売上高を拡大

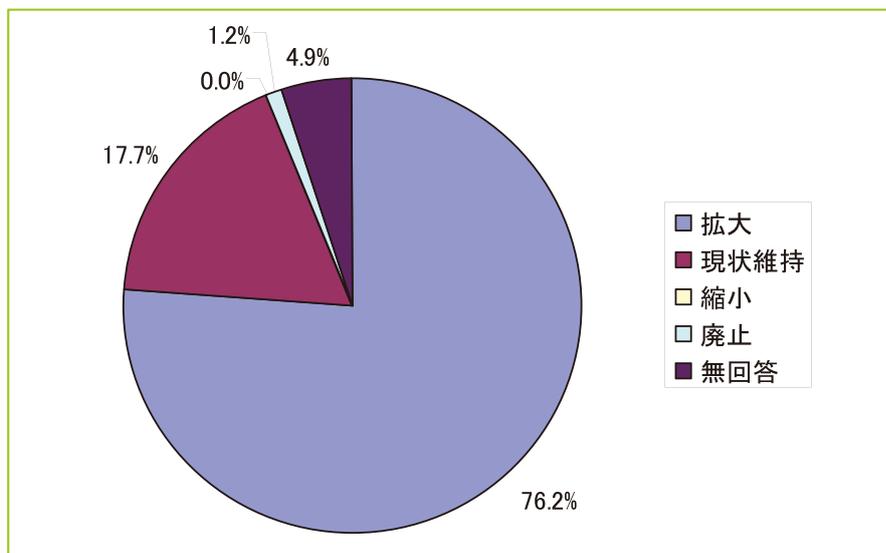
Ⅱ 6次産業化に取り組もう

1 6次産業化で所得向上

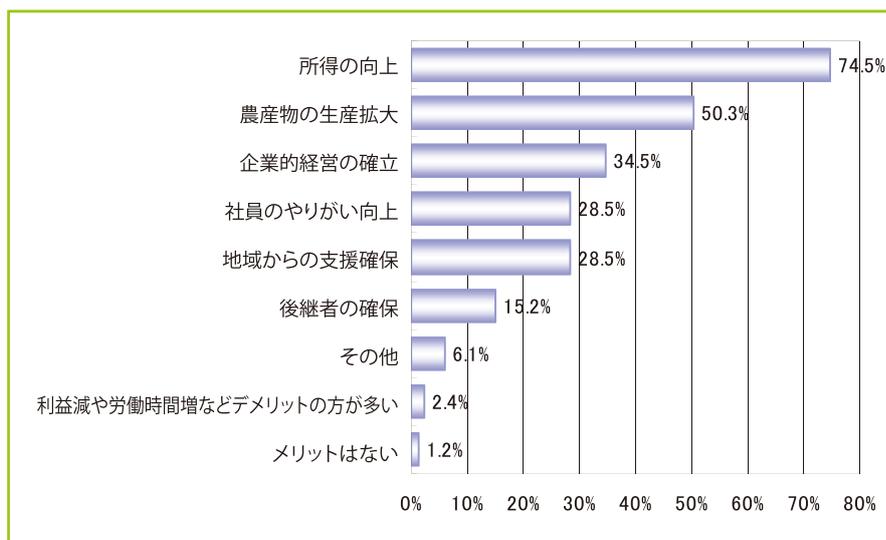
日本政策金融公庫のアンケート調査によると、6次産業化に取り組む農林漁業者の7割以上がメリットとして「所得の向上」を挙げています。また、今後の経営展開についても7割以上が「拡大」を目指しています。

また、農林水産省のアンケート調査では、6次産業化に取り組んでいる農林漁業者の5割以上が増収（1割以上）を実現しています。

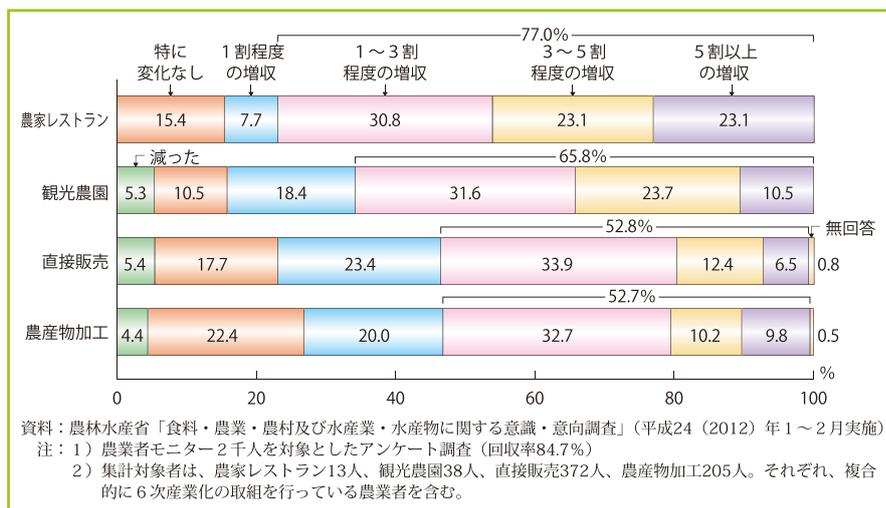
今後の展開に対する考え



6次産業化に取り組んだメリット（最大3つまで回答可）



6次産業化への取組による農業者の収入の変化



2 6次産業化で新たなマーケットの開拓

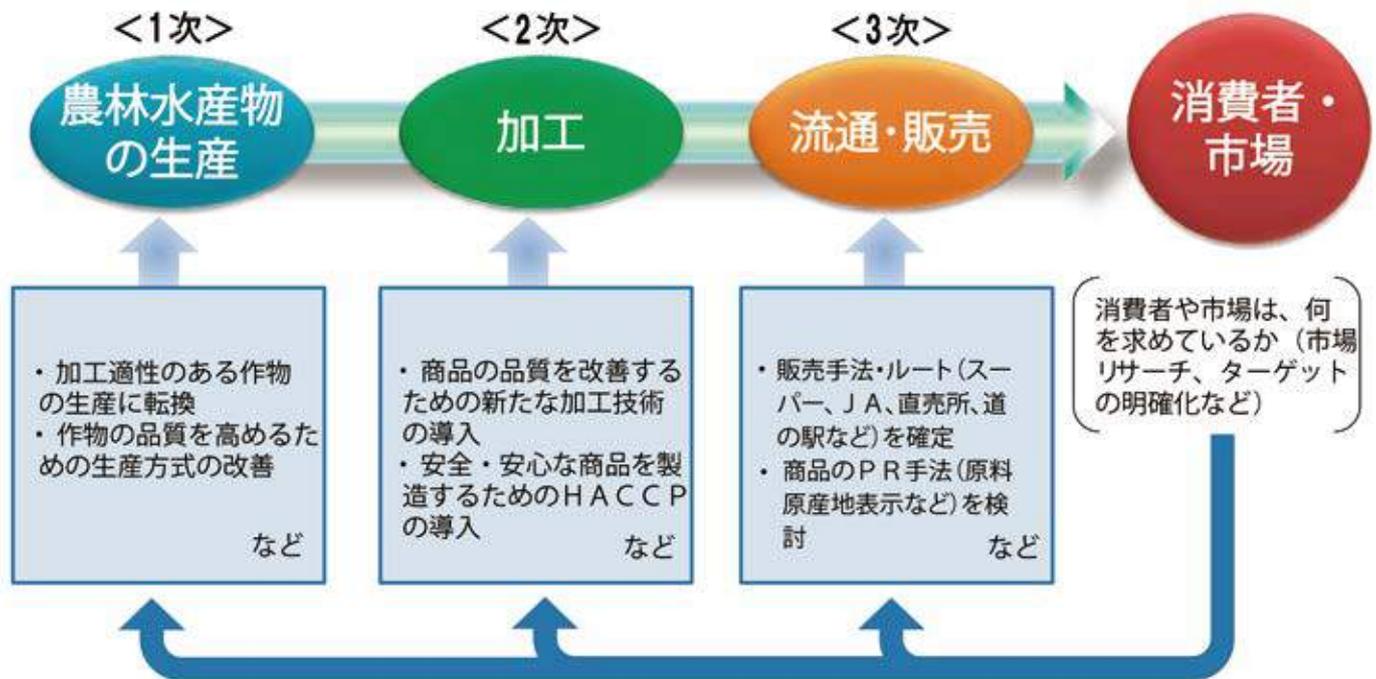
食品産業(流通業、食品製造業、外食・中食産業)は食用農水産物10.6兆円と輸入加工品5.2兆円を食材として、73.6兆円の食品市場を形成しています。

フードシステムともいわれるこの食品市場における一連の流れの中で、15兆円強の食材から4倍近い付加価値を創出しています。

6次産業化は、農林漁業者が自ら農林水産物の加工・販売等に取り組む、あるいは2次産業・3次産業等の事業者と連携し、農山漁村の資源を活用した新商品や新サービスの開発等に取り組むことで、その際には創出した商品価値を継承するバリューチェーンの構築が重要になります。

顧客ニーズを踏まえたバリューチェーンのイメージ

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、消費者や市場ニーズを踏まえる必要があります。その上で流通・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始め、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です。



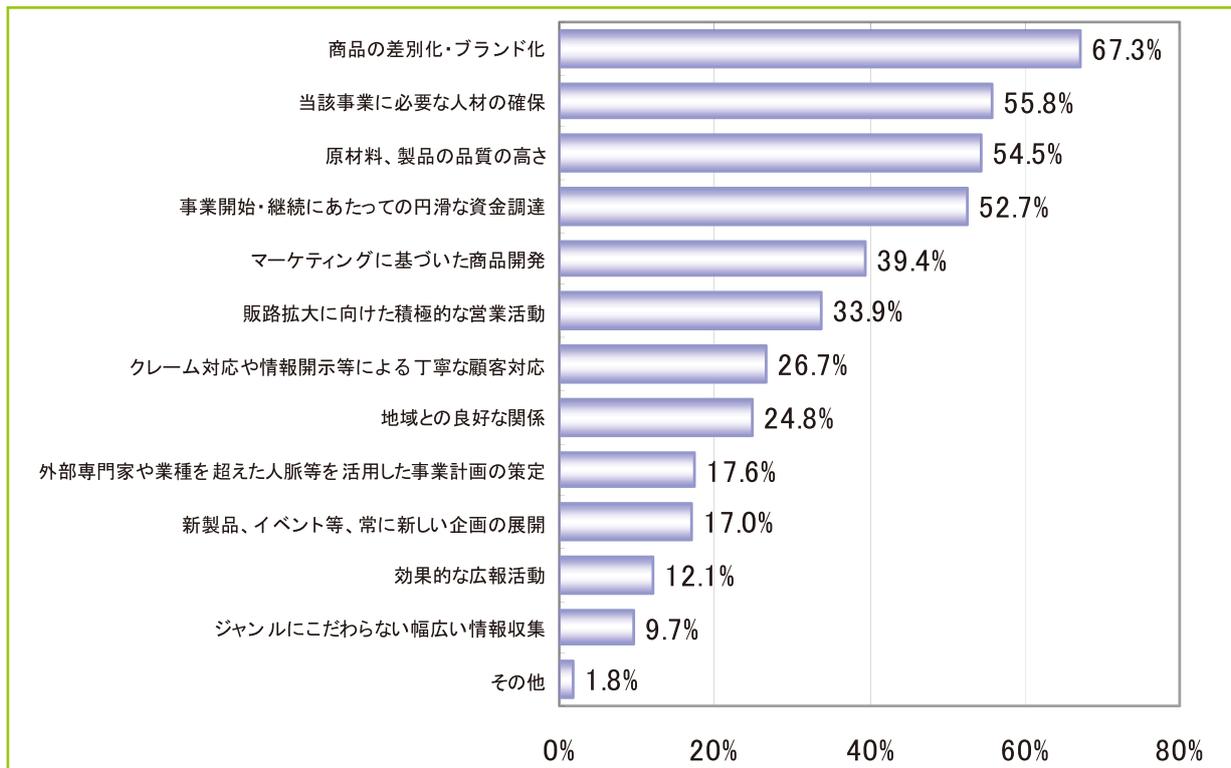
Ⅱ 6次産業に取り組もう

3 6次産業化を進める上での課題

日本政策金融公庫のアンケート調査によると、今後の取組課題で重要と考えるものは「商品の差別化」「人材確保」「品質」「資金調達」「マーケティングに基づいた商品開発」などが挙げられています。

また、事業を軌道に乗せ、黒字化するためには、平均で3～5年の期間が必要となります。

6次産業化に取り組むにあたって重要と考えるもの



6次産業化における黒字化までの取組年数

(経営部門別)		(単位：年)			(業態別)		(単位：年)		
部門	平均 操業年数	黒字化年数			部門	平均 操業年数	黒字化年数		
		平均	最短	最長			平均	最短	最長
全体	13.5	4.1	0	25	全体	13.5	4.1	0	25
稲作	8.4	4.4	1	15	直接販売	12.8	3.5	0	25
野菜	10.8	2.2	0	9	農産物加工	13.4	4.3	0	25
養豚	16.2	8.8	2	25	農家レストラン	14.5	3.1	0	10
酪農	16.7	1.8	0	3					
果樹	18.9	4.5	0	15					

資料：(株)日本政策金融公庫「農業の6次産業化に関するアンケート調査結果」(平成23(2011)年12月公表)

注：図3-10の注釈参照

4 6次産業化を成功させるために

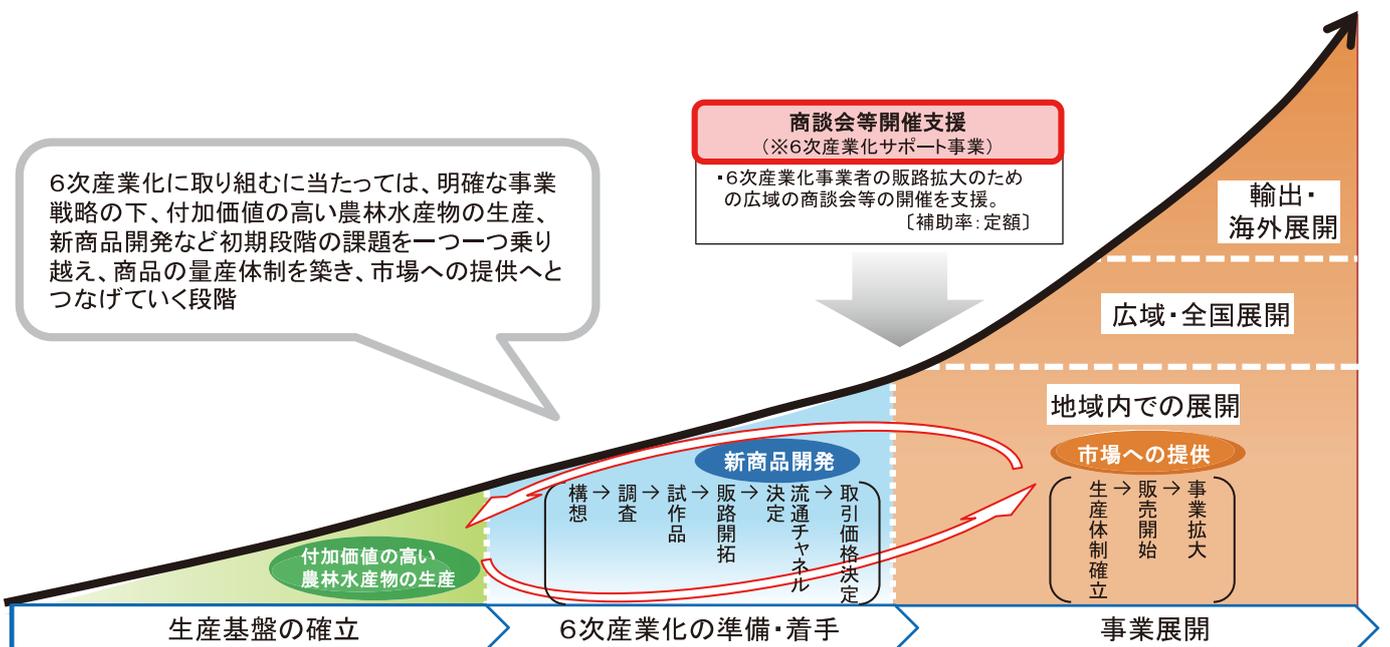
事業計画を策定し、6次産業化に取り組んでいる農林漁業者の9割近くが「加工・販売」を行っています。「加工・販売」には、これまで経験している生産活動とは違うさまざまなスキル（技能）が必要となります。

それらを踏まえて6次産業化を進める上で以下のようなことがポイントとなります。

- ・商品の差別化、ブランド化（例えば、地域の歴史背景や伝統文化に根差した商品づくり）
- ・原材料・製品の質の高さ（おいしい、安全は当たり前。それ以上の付加価値）
- ・マーケティングに基づいた商品開発（作り手の独りよがりではなく消費者ニーズへの対応）
- ・販路拡大に向けた積極的な営業活動（商談会出席、セールス活動、SNSでのPRなど）
- ・期間（軌道に乗せ、黒字化するまでに要する3～5年）

食の分野において6次産業化を進めることは、売れる商品づくりへの挑戦です。世間にあまたある食品産業と互角に戦って、自社製品のファンを増やし、売り上げを確保するのはそれほど簡単なことではありません。

6次産業化を成功させるためには、立ち上げから事業を軌道に乗せるまでの重要な時期に何をするかしっかりとした計画に取りまとめ、着実に事業を進めることが必要となります。



Ⅲ 売れる商品を作るために

1 しっかりとした計画づくり

6次産業化の取組は、生産中心に事業を行ってきた農林漁業者にとって大きなチャレンジとなります。様々な関係者と調整し、協力を得ながら事業を進めていくためにはしっかりとした事業計画を作ることが大切です。

「何をやりたいのか」を明確にする。

- ・何を原料に使い、どういう商品を作りたいのか、イメージを固めましょう。
- ・いつ、どこで、誰が、何（原材料）を使って、どんな新商品（品質、価格）を、どんな製法で、どのくらいの量を、どれくらいの経費（開発経費、製造経費）で作るのか。また、どこで、どんな方式で販売するのか。などです。

作りたい商品のイメージが明確になったら

- ・実現するために必要なヒト、モノ、カネなどを整理して事業計画に落とし込むことで、「実行可能な計画」を作り上げます。
- ・やりたいことを資料化することで、行政や金融機関、連携先からの協力が得やすくなります。
- ・6次産業化の支援を受ける際に必要な申請書づくりに役立ちます。

農林漁業者が新商品のイメージの具体化などをしようとする場合、あるいは、農林漁業者が事業計画を策定しようとする場合、専門家（中小企業診断士など6次産業化プランナー）の支援を無料で受けることができます。

国（農林水産省）に計画を認定してもらおうと

- ・6次産業化の取組に関する事業計画（総合化事業計画）を地方農政局に提出し、認定してもらうことにより、補助事業の活用など様々なメリットを受けることができます。

総合化事業計画の認定状況

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	林産物関係	水産物関係
北海道	124	116	4	4
東北	336	304	12	20
関東	364	329	17	18
北陸	107	102	1	4
東海	186	161	13	12
近畿	363	331	11	21
中国四国	254	203	12	39
九州	377	308	26	43
沖縄	54	50	1	3
合計	2,165	1,904	97	164

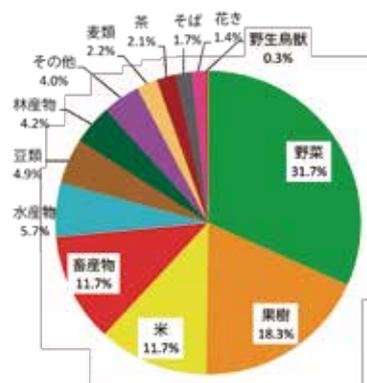
総合化事業計画の認定件数の多かった都道府県（件数）

北海道	124
兵庫県	100
長野県	92
宮崎県	84
熊本県	77

総合化事業計画の事業内容の割合（%）

加工	20.0
直売	2.6
輸出	0.3
レストラン	0.3
加工・直売	68.6
加工・直売・レストラン	6.5
加工・直売・輸出	1.6

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。

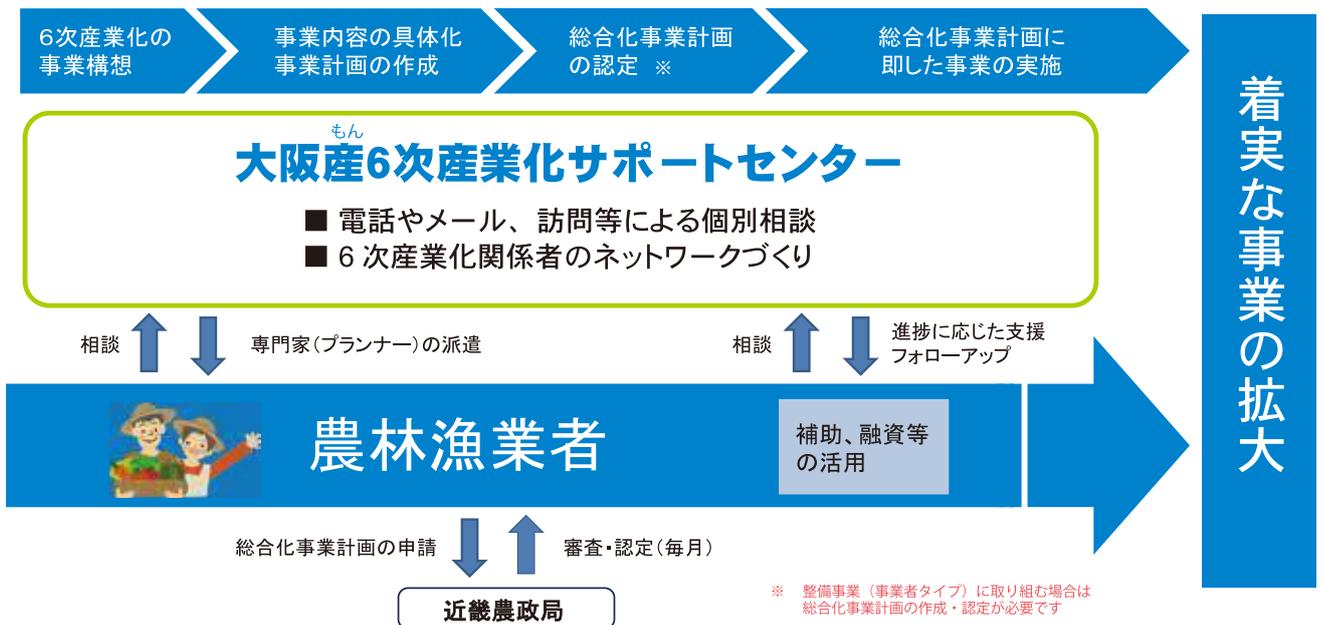
参考）年度ごとの認定件数（累計）の推移

平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度
709	1,321	1,811	2,061

2 6次産業化サポートセンター

6次産業化サポートセンターは、6次産業化に取り組む農林漁業者を支援するために各都道府県に設置されています。6次産業化に取り組もうとしている農林漁業者からの相談対応や6次化に関する各種情報のほか、要請により専門家（6次産業化プランナー）の派遣などを行っています。

6次産業化を着実に進めるために



3 6次産業化プランナー

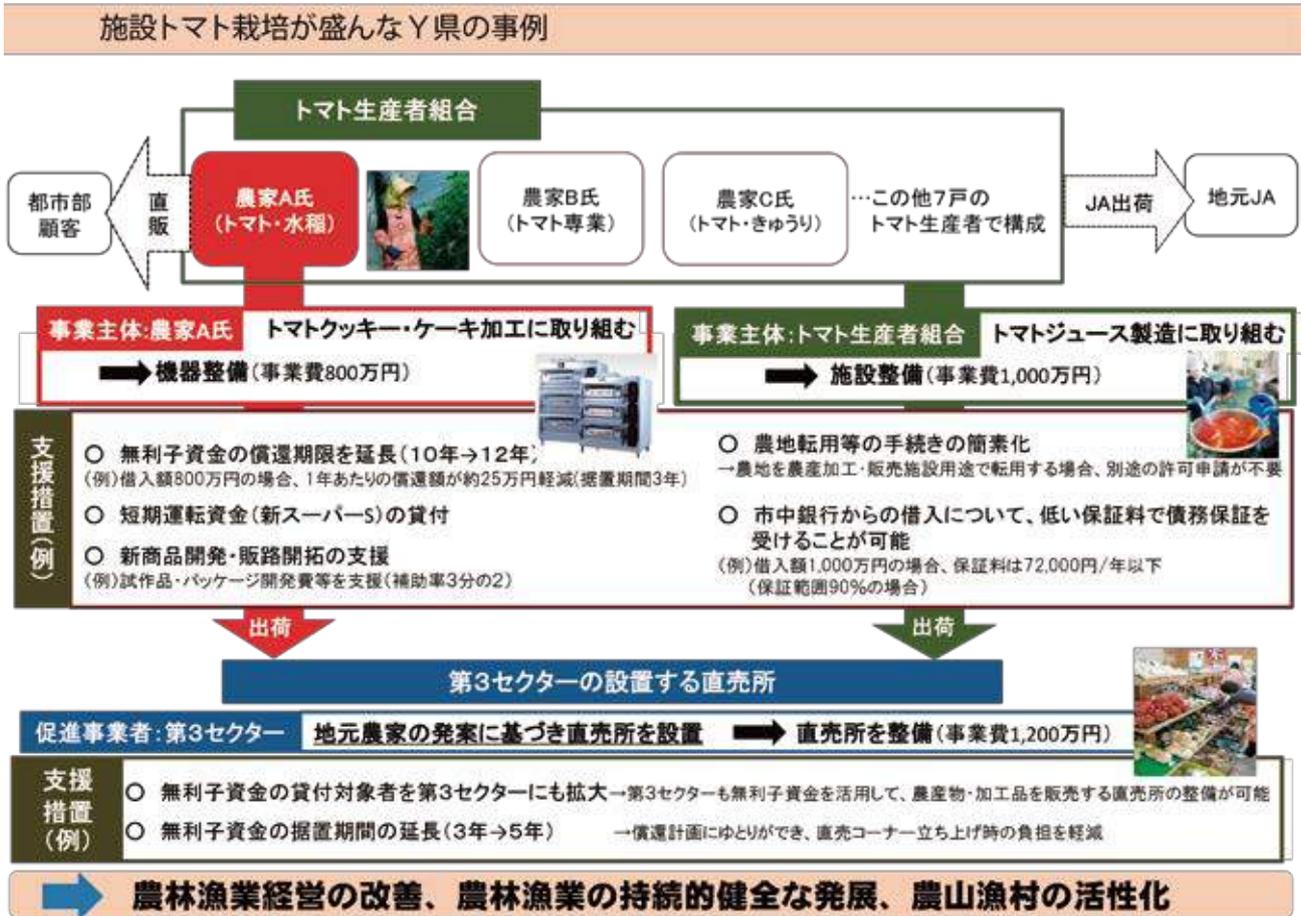
6次産業化プランナーは、6次産業化に取り組もうとする農林漁業者の皆様の、さまざまな課題に対応できる専門家です。六次産業化法に基づき大阪府が認定し、6次産業化に取り組もうとする農林漁業者の皆様の要請に応じて6次産業化サポートセンターが派遣します。

6次産業化の取組につながる案件の発掘と6次産業化に取り組むための準備や計画策定支援、総合化事業計画の申請のお手伝いから、事業化や発展に向けての総合的なサポートを行います。



Ⅲ 売れる商品を作るために

4 新商品開発・販路開拓の実施イメージ

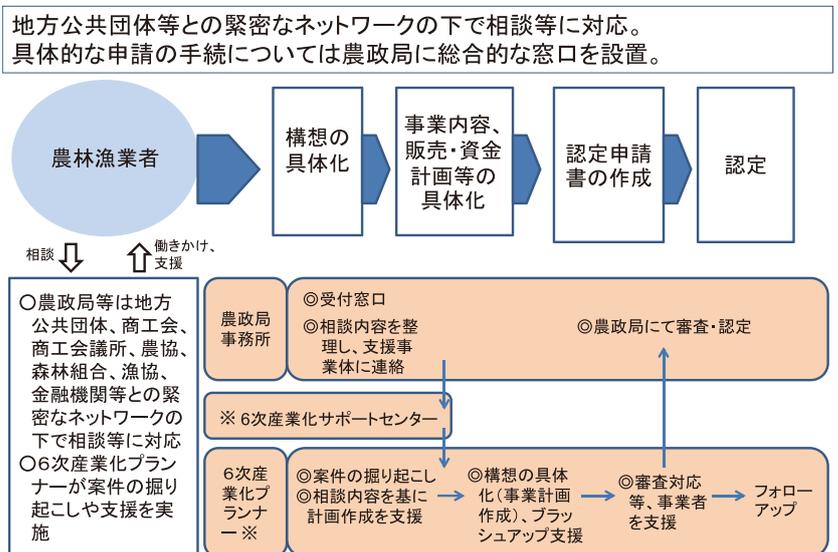


5 総合化事業計画認定までの流れ

六次産業化法に基づく総合化事業計画の認定に向けて、各都道府県に6次産業化サポートセンターが、農政局、都道府県との連携のもと、農林漁業者等による6次産業化の取組を総合化事業計画の策定から事業実施、フォローアップまで一貫して支援しています。

総合化事業計画の認定申請は地方農政局において通年で受付しています。

六次産業化法の事業計画の認定までのフロー



※ 6次産業化サポートセンター、6次産業化プランナーは全都道府県に設置

6 支援の対象となる新商品開発

農林漁業者がこれまでに行っていない以下の取組による商品づくりがその支援対象になります。

開 発

農林水産物の特性を生かして、品質・機能・効用等に優れた商品の企画開発を行うこと

生 産

農林水産物を活用した新商品の生産を行うこと

需要の開拓

新商品のマーケティング、商品企画、新たな販路の開拓を行い、その販売を実現すること

新商品の判断基準



①既存の商品より優位性があるか

②新たな付加価値があるか

③製造方法が工夫されているか

新商品開発のいろいろな事例

支援の可否	取り組み事例
○	<ul style="list-style-type: none"> ●野菜のフキを販売していたJAが、自社ブランドのOEMでフキの水煮を製造する。 ●ぶどうを販売していた農家が、ぶどうジュースを製造する。 ●イチゴジャムを製造していた農家女性グループが、菓子製造業者とのOEMにより自社ブランドのイチゴタルトを製造する。 ●デラウェアのワインを製造していたワイナリーが、シャインマスカットを原料としたワインを製造する。 ●農家の味噌加工グループが自社製の樽入味噌(10kg)を小分けして、消費者に買いやすい500gパック味噌を新たに製造する。 ●ブドウを市場出荷していた農家が、新たにネット通販に取り組む。
×	<ul style="list-style-type: none"> ●たけのこの水煮を製造販売していた加工部会が、既存商品の増産に取り組む。(単なる増産) ●ミカンを市場出荷している農家が、新たにレモンを市場出荷する。(加工も販売も行っていない)

対象となる「新商品」とは、認定を受けようとする農林漁業者等がこれまでが開発、生産、また需要開拓を行ったことのない商品となります。また、既存の商品も工夫次第で付加価値や優位性を持たせることができます。事業者の思いやアイデアをもとに、事業化のプロである6次産業化プランナーが具体化のお手伝いをします。

事業計画を作る

①商品のコンセプト

- ・同種の商品と比べて差別化が図られていますか？
市場性はありますか？

②販売価格

- ・類似商品と比べて魅力ある価格となっていますか？
- ・販売方法、販売先は確保できそうですか？
- ・所要のコストを賄える価格設定になっていますか？

③生産量は適正ですか

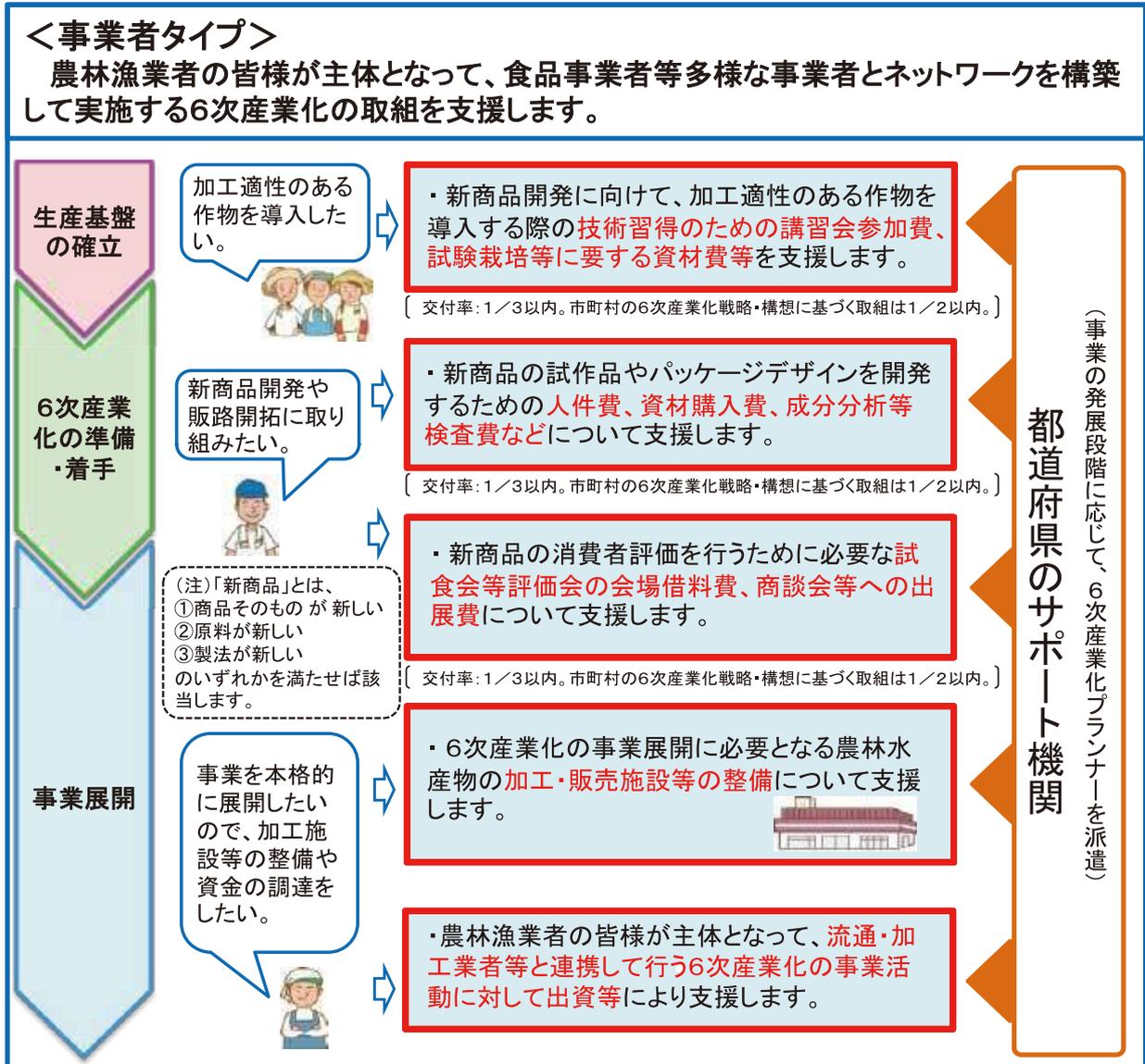
- ・農産物の生産能力や確保できる加工能力に比して妥当なものですか？

④投資額及び資金調達

- ・補助金利用の可否、借入の見込等資金調達のめどは立っていますか？

7 主な支援の内容(事業者タイプ)

平成28年度



<事業者タイプにおける加工・販売施設等の整備の支援>

平成28年度

六次産業化・地産地消法又は農商工等連携促進法の認定を受けた農林漁業者等が、制度資金等の融資を活用して行う取り組みが対象です。



※事業実施主体が農林漁業者の場合で、加工施設等と併せて整備する6次産業化の取組に必要な生産施設(ハウス、収穫機等の農業用機械・施設、育苗施設、養殖施設等)も支援対象です。

交付金の算定方法

交付率: 3/10以内、交付金上限額: 1億円
※交付金額については以下1~3の一番低い額の範囲内とします。
① 事業費×3/10
② 融資額
③ 事業費-融資額-地方公共団体等による助成額

「算定例」

1億円の加工施設を、2,000万円の融資、1,000万円の地方公共団体等からの助成を受けて整備する場合、
①が3,000万円(1億円(事業費)×3/10)
②が2,000万円(融資額)
③が7,000万円(1億円(事業費)-2,000万円(融資額)-1,000万円(助成額))
となりますので、一番低い額の2,000万円が交付金の額となります。



お問い合わせ

もん 大阪産6次産業化サポートセンター

〒583-0862 羽曳野市尺度442

地方独立行政法人大阪府立環境農林水産総合研究所

電話 072-958-6545 FAX 072-956-9790

お問い合わせフォーム <https://www.kannousuiken-osaka.or.jp/contact/12/>



地方独立行政法人
大阪府立
環境農林水産総合研究所