

令和元年度 農政環境常任委員会 特定テーマ調査研究報告書

1 調査研究テーマ

6次産業化[※]等による農業・農村ビジネスの展開について

2 調査・研究の内容

(1) 当局の取組内容について

説明者：農政環境部 近藤総合農政課長（令和元年8月26日）

(2) 学識経験者等の意見聴取について

講師：投石マネジメントフォース代表 投石 満雄氏（令和元年12月18日）

(3) 事例調査等

- ① (株)樽正本店 養父工房（管内調査(但丹地区)：令和元年8月2日）
- ② (株)ナチュラルリズム（管内調査(阪神地区)：令和元年9月12日）
- ③ ふくしま農家の夢ワイン(株)（管外調査(福島県)：令和元年10月30日）
- ④ 福島県庁（管外調査(福島県)：令和元年10月30日）
- ⑤ 牡蠣蔵Koo・かねもと（管外調査(宮城県)：令和元年10月31日）
- ⑥ (有)アグリードなるせ（管外調査(宮城県)：令和元年11月1日）
- ⑦ (有)夢前夢工房（管内調査(西播地区)：令和2年2月6日）
- ⑧ (株)香寺ハーブ・ガーデン（管内調査(西播地区)：令和2年2月6日）
- ⑨ 農事組合法人安富ゆず組合（管内調査(西播地区)：令和2年2月6日）

3 今後の方向性に関する検討

(1) 兵庫県における6次産業化等の現状について

(2) 現状分析を踏まえた課題について

(3) 課題解決に向けた今後の方向性について【政策提言】

※6次産業化：農林漁業者が、農林水産物の生産（1次）だけでなく、加工（2次）、流通・販売（3次）との一体化や地域資源を活用した新産業の創出により付加価値の向上を図り、農山漁村の雇用確保と所得の向上を目指す取組

2 調査・研究の内容

(1) 当局の取組内容について

○開催日 令和元年8月26日

○場所 兵庫県庁3号館6階 第5委員会室

○報告者 農政環境部 近藤総合農政課長

○報告内容

①「農」イノベーションひょうごによる兵庫県の取組

② 兵庫県における6次産業化の取組と課題 など

○主な意見等

- ・研究して新しいものを作るという視点も大事だが、地域間連携・異業種連携により、元々廃棄物だったものを商品にするという考え方も必要。
- ・農イノベーションひょうごの機能が大事。より充実させる必要あり。
- ・新しいものを掘り起こすよりも、すでにあるものの強みを伸ばす方がいい など

(2) 学識経験者等の意見聴取について

○開催日 令和元年12月18日

○場所 兵庫県庁3号館6階 第5委員会室

○講師 投石マネジメントフォース代表 投石 満雄 氏

○講義内容

① 成功（失敗）事例を踏まえた6次産業化、異業種交流の取組紹介

② 「儲かる農業」を実現するためのポイント（収益獲得に向けて、「仕組み」と「工夫」の両方が大切）

③ 参画事業者や取扱商品をはじめ、想定される「多様な組み合わせ」のバリエーション（A:販売経路×B:販売対象×C:商圏×D:アピールポイント）から、どの組み合わせがベストなのかを検討

④ 新しい取組を始めるには、日常業務に加え、改革業務も必要であることから、片手間ではできず、入口のところで経営姿勢が問われる など

○主な意見等

- ・兵庫県食材にはたくさんいいものがあるが、生産・加工は可能であっても、販売がネック。情報発信をどのように行うべきか。
- ・「こんな商品を作ってくれたらうちで売るよ」と言った店側からの提案が必要であり、生産者と流通・販売業者のマッチングの場が必要。

(3) 事例調査等

① (株) 樽正本店 養父工房 (但丹地区：令和元年8月2日)

- ・「伝統を今に生かす」という理念による食品づくり。
- ・1次・2次・3次産業が同じマーケティングコンセプトで統合することが大切。商品の性格に合った流通が必要。種まきの段階で販売先まで決めておく。
- ・地元農産物を活用したセレクト商品づくりにより量産工場との差別化を図るため、平成29年9月「養父市6次産業化支援センター」内に工房を整備。

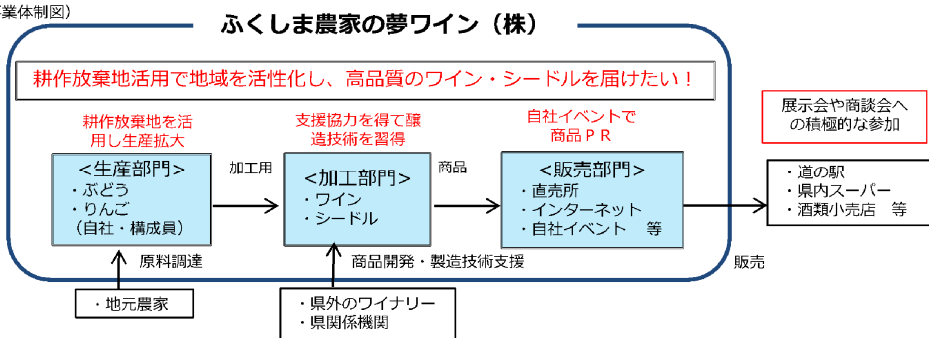
② (株) ナチュラルリズム (阪神地区：令和元年9月12日)

- ・6次産業化、CSA (コミュニティ・サポーターズ・アグリカルチャー：消費者が前もって野菜代金を農家に支払い、農家はそれで種や苗を買う仕組み) の取組、有機農業の取組を推進。

③ ふくしま農家の夢ワイン(株) (管外調査(福島県)：令和元年10月30日)

- ・農家自らが原料生産から醸造、販売までを手がけ、付加価値を高める農業の6次産業化を実践 (地元産のぶどうやりんごを使用し、オリジナルのワイン・シードルを製造・販売)。

(事業体制図)



④ 福島県庁 (管外調査(福島県)：令和元年10月30日)

- ・「しごとづくり」「ひとづくり」「きずなづくり」を進め、「福島ならではの」のオンリーワン商品開発や6次化による元気な地域づくり等を促進。
- ・「ふくしま満天堂」ブランドの認定・表彰や、「ご飯のおとも」「ビールのおとも」といった「おとも」シリーズの強化により、6次化商品を育てる仕組みづくりを推進。

ふくしま満天堂

福島の6次化商品には、あまり知られていない「おいしい原石」がまだまだ埋もれており、その魅力をピカピカに磨き、たくさんの人に長く愛されるようなスター商品に育てていくという思いが込められている。

- ・商品開発や販路拡大に関する研修会
- ・商品改良・販路拡大支援
- ・県内テストマーケティング (7~10月)
- ・表彰 (「満天堂プレミアム」「満天堂グランプリ」)
- ・首都圏テストマーケティング (9~3月)
- ・「おとも」シリーズの強化 (「ご飯のおとも」「ビールのおとも」)



©ふくしま満天堂

⑤ 牡蠣蔵Koo・かねもと（管外調査(宮城県)：令和元年10月31日)

- ・牡蠣養殖業者が石巻市6次産業化・地産地消推進センターの助言・支援を受けつつ、生産した牡蠣を直接販売するため、牡蠣蔵Kooと直売所を2017年に開設。漁業の6次産業化の一例として石巻牡蠣のPRの場となっている。
- ・かねもとは、家族経営で養殖・生産した牡蠣を、加工・販売まで一貫して実施。

⑥ (有)アグリードなるせ（管外調査(宮城県)：令和元年11月1日)

- ・地域農業の受け皿として雇用の安定化を図るため、自社栽培小麦の製粉や菓子（バウムクーヘン：のびるバウム）を製造・販売。
- ・農産物処理加工施設や直売所の整備のほか、地名（野蒜（のびる））に擬えたのびるバウムやのびる米、豆菓子や「東松島の・ビール」の開発など、様々な取組を展開。



自社栽培・自社製粉小麦
使用の「のびるバウム」



加工施設 NOBICO(ノビコ)

⑦ (有)夢前夢工房（管内調査(西播地区)：令和2年2月6日)

- ・スマート農業や6次産業化、特産品づくりをはじめ、直売所経営、観光いちご園等、農の新たな経営モデルを構築。
- ・代表者が強いリーダーシップを発揮され、新規就農者の育成にも貢献。



自動運転トラクタ

⑧ (株)香寺ハーブ・ガーデン（管内調査(西播地区)：令和2年2月6日)

- ・ヨーロッパの規格に適合した生産方法で栽培したハーブを活用し、食品や化粧品等を製造・販売。
- ・農・医・食の融合による「屋根のないホスピス（ヒポクラテス構想）」の展開。
- ・自動車メーカーや商社、化粧品原料メーカー等と連携した産業形成により、地域の雇用創出を目指す。
- ・廃園となった幼稚園を改装し、地産地消と健康にこだわった農家レストランを経営

⑨ 農事組合法人安富ゆず組合（管内調査(西播地区)：令和2年2月6日)

- ・地元特産のゆずの青果販売、加工品の製造・販売。
- ・平成17年に農事組合法人を設立。総務・企画営業・生産・加工の4部門で構成。
- ・平成19年に加工施設、平成20年に直売所「安富ゆず工房」を整備。

3 今後の方向性に関する検討

農山漁村には、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にある。この地域資源を活かすとともに、農林漁業者と他産業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農業・農村ビジネス（アグリビジネス）の展開等により、農林水産業を基幹産業化することが求められている。

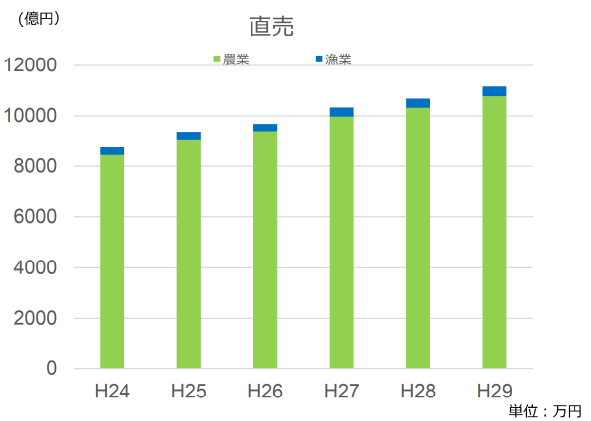
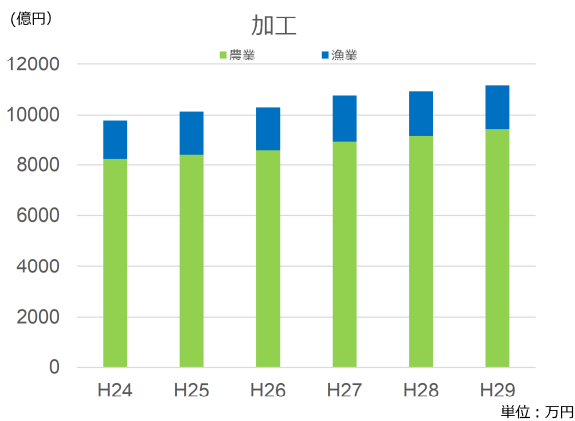
ここでは、兵庫県における6次産業化等の現状を分析し、課題を整理した上で、今後の方向性について検討を行う。

(1) 兵庫県における6次産業化等の現状について

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行政が支援する制度も充実してきている。

① 農林漁業者による加工・直売に関する市場規模の現状

- ・ 6次産業化の市場規模（農林漁業者による加工・直売分野の年間売上額）は緩やかに拡大中。
- ・ 農林水産省が実施した平成29年度6次産業化総合調査によれば、平成29年度の加工・直売の売上は約2.2兆円（農業関連約2.0兆円、漁業関連約0.2兆円）。



1事業者 当たり平均 売上高	H24	H25	H26	H27	H28	H29
農業	2,711	2,726	3,217	3,306	3,307	3,372
漁業	9,920	11,515	11,546	12,096	11,591	11,449

1事業者 当たり平均 売上高	H24	H25	H26	H27	H28	H29
農業	3,587	3,807	3,946	4,229	4,405	4,507
漁業	5,084	5,127	5,229	5,503	5,512	5,485

出典：農林水産省ホームページ

② 本県農林水産業を取り巻く環境

多彩な農林水産物を育む生産県でありながらも、県内・周辺府県に多くの大消費地があり、流通、販売面で大きなアドバンテージを有している。

また、多くの食品関連産業が集積しており、例えば食品製造業では、平成30年度の工業統計によると製造品出荷額(1兆6,627億円)が全国3位、事業所数(1,093)が全国4位となっている。農林水産業がこのような食品関連産業と連携することにより、付加価値の高い農林水産物の生産が拡大し、生産者の所得向上や経営安定化につなげていくことが重要である。



出典：総務省他各自治体発表(H30.10.1推計人口)

③ 本県における6次産業化等の取組

ア 『農』イノベーションひょうご

本県では、農林漁業者と商工業、医療、福祉、観光など様々な分野の事業者、研究機関等との異業種連携によって、多様なマーケットニーズに応える県産農林水産物の生産や新たな加工品、サービスの開発等を支援し、県産農林水産物の新たな価値創造を支援する枠組みとして、『農』イノベーションひょうごの取組を推進している。

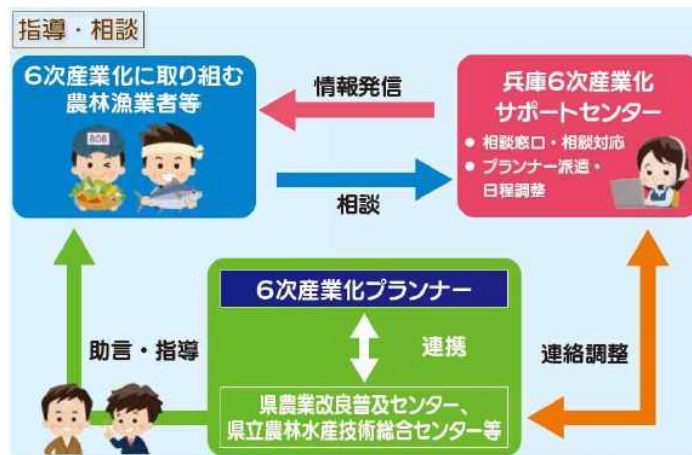


『農』イノベーションひょうごによる新たな価値創造までのプロセス
(兵庫県総合農政課資料より抜粋)

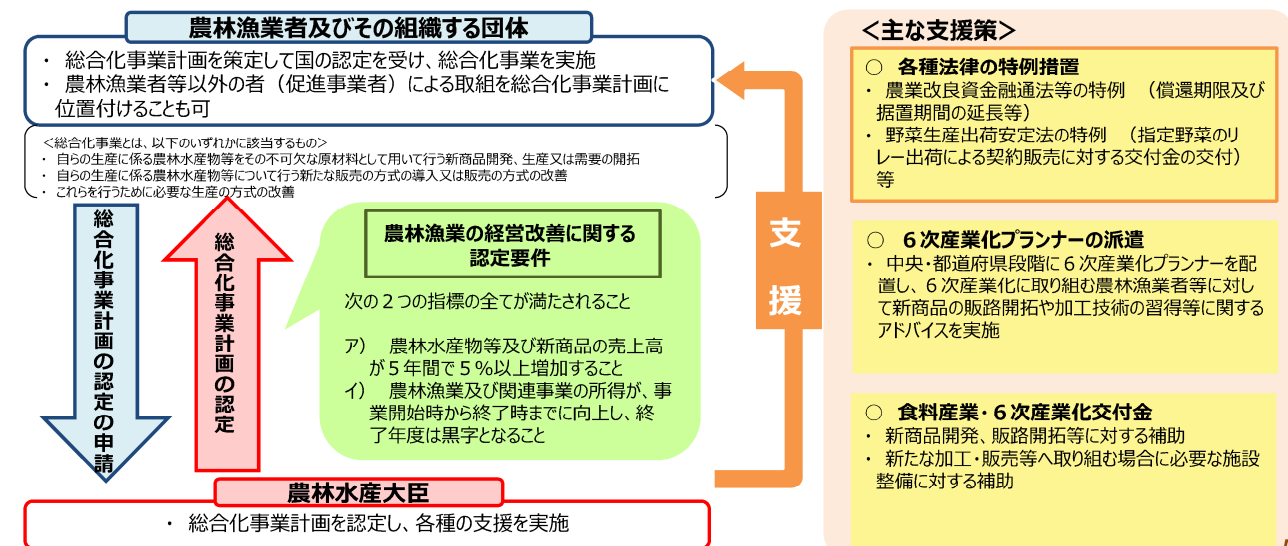
イ 6次産業化

本県では、『農』イノベーションひょうごのプラットフォームを活用して「6次産業化サポートセンター」を運営しており、6次産業化にかかる相談対応や6次産業化プランナーの派遣による助言・指導（令和元年度：192件）、総合化事業計画*の策定支援等を行っている。

農林漁業者自らが加工、販売等に取り組む6次産業化の取組は拡大しており、六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定件数は119件（全国で2,557件（令和2年3月末時点））であり、全国2位となっている。



※ 農林漁業者等が、農林水産物及び副産物の生産及びその加工又は販売を一体的に行う事業活動に関する計画を策定し、農林水産大臣が認定する制度



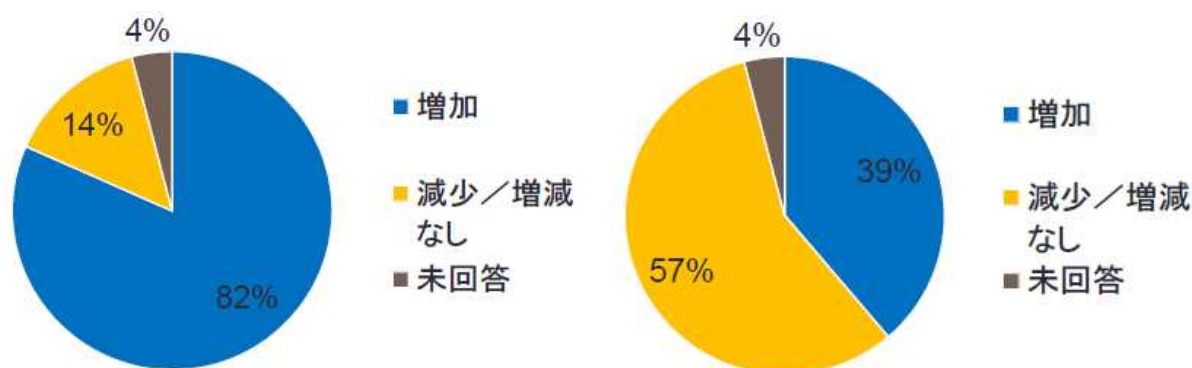
6次産業化に対する支援スキーム（農水省HPより）

(2) 現状分析を踏まえた課題について

近畿農政局が実施した調査によると、総合化事業計画の認定事業者のうち、約8割で売上が増加しているものの、実際に所得向上しているのは約4割に留まっている。所得向上に至っていない主な理由として、

- ① 農林水産物の安定生産ができていない【生産（1次）】
- ② 販路が確保できていない【流通・販売（3次）】
- ③ 設備投資や機械導入、雇用によって経費が増大【加工（2次）、経営能力】

などが挙げられる。



総合化事業計画認定事業者の売上高の増減

総合化事業計画認定事業者の所得の増減

出典：近畿農政局兵庫拠点実施 平成29年度実施状況調査

所得向上に至っていない主な理由を踏まえ、6次産業化等を進めるにあたっては、生産（1次）、加工（2次）、流通・販売（3次）の各々の分野における課題のほか、これらを有機的に繋げ、動かすための土台となる経営能力が重要な課題であると考えられる。

6次産業化等の課題について

生産（1次）

農林水産物（加工品原材料を含む）をいかに安定的に確保するか 等

加工（2次）

加工に関する技術・ノウハウをいかに習得するか 等

流通・販売（3次）

新たな販路をいかに開拓・確保するか 等

経営能力

- ・ 経営管理能力：事業計画の策定、資金調達、コスト管理
- ・ 人材の育成、後継者の確保、事業承継
- ・ 外部人材の登用・活用 等

(3) 課題解決に向けた今後の方向性について【政策提言】

先に述べた課題を解決し、農業・農村ビジネス（アグリビジネス）の展開等により、農林水産業の基幹産業化、ひいては農林漁業者の所得向上につながるよう、以下の取組を強化すべきと考える。

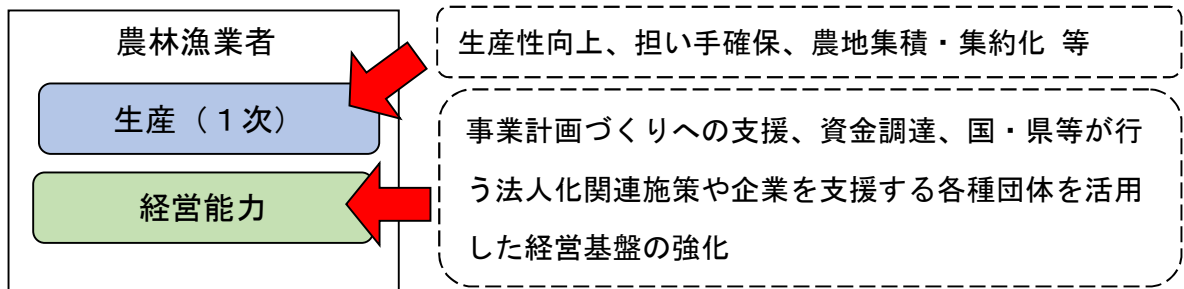
【方向性1】実効性のある事業計画づくりと実施体制の強化

①実効性のある事業計画づくり

- ・綿密な経営計画・資金計画の作成に関する支援

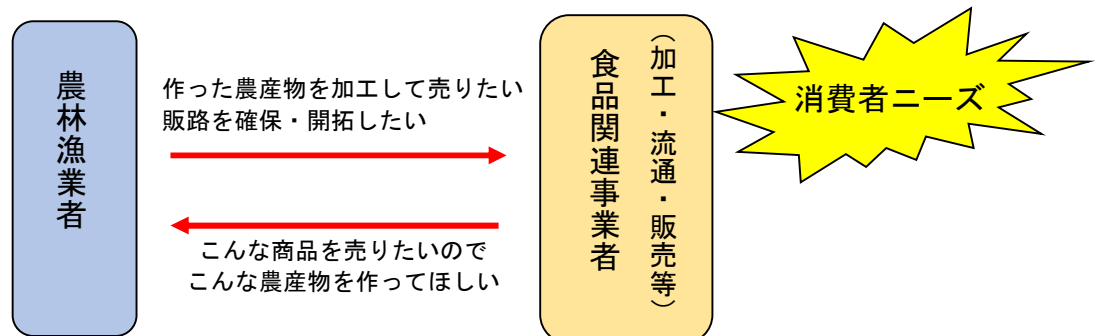
②実施体制（組織）の強化

- ・食品関連事業者のニーズを踏まえた農林漁業者の安定的な生産体制構築を支援
- ・農業経営者サポート事業等の法人化関連施策の充実・活用による経営基盤の強化
- ・(独)中小企業基盤整備機構や(公財)ひょうご産業活性化センター等を活用した経営基盤の強化

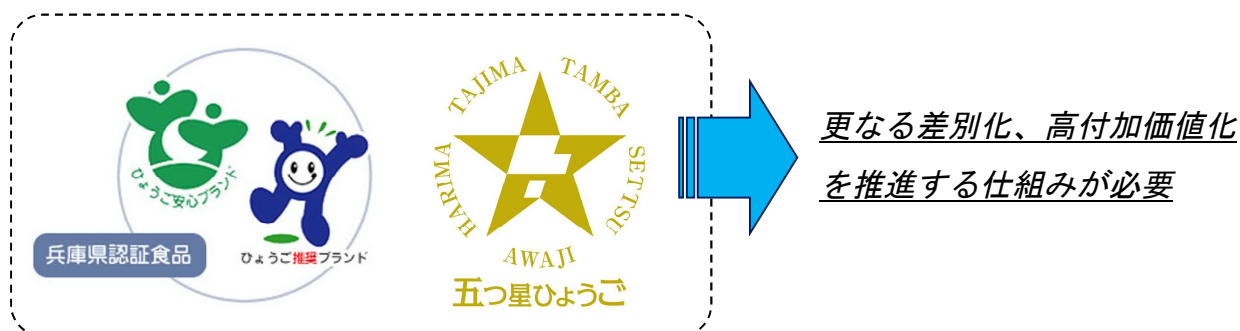


【方向性2】販売先を見据えた商品づくり・販路開拓

- ・流通・販売企業とコンセプトが合うことが大切。商品の性格に合った流通が必要。種まきの段階で販売先まで決めておく。
- ・質の高いマッチングの実現や食品関連事業者のニーズの把握・掘り起こしに重点を置き、県内に多数存在している食品産業と連携することで、投資リスク軽減と販路確保を図る（農林漁業者・食品関連事業者がWIN-WINになる関係の構築が必要）。



- ・新規就農者が6次産業化に取り組む場合、特に販売をフォローする農協の役割も重要となることから、農協との連携による販路開拓や適正な手数料の統一等、農協の取組と連動した施策の展開。
 - ・兵庫県認証食品制度、五つ星ひょうごなど、食品や加工品を個別に認証する既存制度は存在しているものの、両制度の棲み分けや優位性が県民に伝わりにくく、他府県産・海外の商品との差別化も十分に図られていない状況にある。
- ⇒ 更なる差別化、高付加価値化を推進する仕組みづくりを！



ひょうご推奨ブランド

環境や健康に配慮した生産方法・優れた食感や品質・地域性のある素材など個性・特長があり、かつ法令の遵守・生産管理体制などが整備された商品

ひょうご安心ブランド

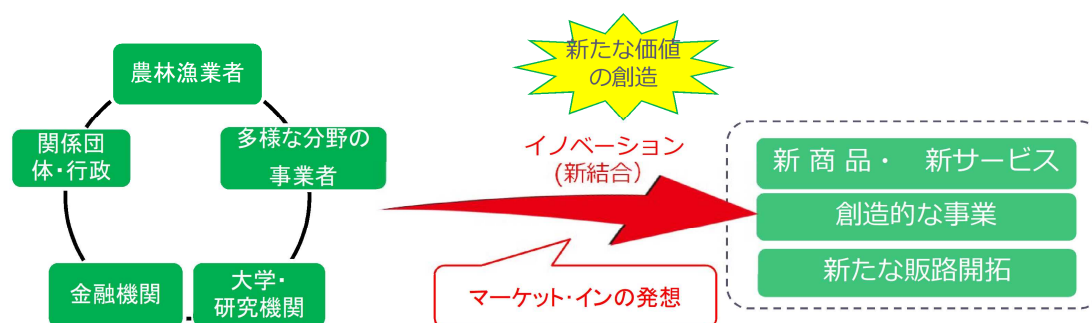
ひょうご推奨ブランドの審査基準に加えて、化学肥料・農薬の使用を5割以上減らし、残留農薬・抗生物質等が国の基準の1/10以下とするなど安全性が高く、出荷記録による管理を徹底した安心感のある食品

五つ星ひょうご

ひょうご五国（摂津・播磨・但馬・丹波・淡路）の豊かな自然や歴史・文化を生かした産品の中から、ひょうごの良さをアピールする「地域らしさ」と、これまでにない「新しさ」を兼ね備えた商品

【方向性3】地域間連携・異業種連携の更なる強化

- ・自社の経営資源が乏しい傾向で、他社との連携を想定することで他社の経営資源の活用や、新たなアイデアを見い出す可能性が高まる。
 - ・元々廃棄物だったものを商品化するなど、地域内循環を念頭にした地域間及び異業種との連携を強化
- ⇒ 「農」イノベーションひょうごの取組を更に充実・強化！



「農」イノベーションひょうごの取組イメージ（兵庫県総合農政課資料より抜粋）