

20130727 東北食農研究会／第3回ミーティング議事録

「最近の注目！ 6次産業化の基礎知識と具体的な取組み事例」

日 時：2013年7月27日（土）17:00－20:00

場 所：宮城県仙台市国分町「韓 hanSALAN」

発表者：片岡修一氏（東北農都共生総合研究所 統括営業部長）

参加者：参加者 6人（発表者除く）

（会社経営者、生産者、会社員、NPO法人理事長、行政書士・司法書士など）

目次：

1. 6次産業化を発表する上での背景
2. 6次産業化の基礎知識
3. 6次産業化の具体的事例
4. これからの6次産業化推進のポイント

発表：

1. 6次産業化を発表する上での背景

- ・人口と食の背景。2050年には地球の人口は約90億人となる
- ・世界の飢餓をめぐる現状。飢餓人口は8.7億人。ただし、農業の成長が飢餓と栄養失調を減少させる
- ・世界各地で農産物の生産条件が悪化。砂漠化が影響している
- ・日本は食料を輸入に頼っている。世界で食料事情の変化が起こると日本に影響を与える。たとえば、穀物価格の高騰、バイオエタノールの普及、輸出規制など。食料をめぐる争奪戦が起きている。食料の確保が重要になる
- ・我が国の食料をめぐる状況。ほとんどを輸入に頼っている。農産物の輸出入の大きなギャップがある
- ・我が国の農業を取り巻く環境。農業従事者の平均年齢は66歳。また今後、さらに減少していく。すべての品目で減少が続く。ただし、効率化により単収は上がっている
- ・農業生産額は現在8兆円。川下の最終消費額は73.6兆円になる。この差は9倍。川上からの付加価値の取組みが課題
- ・TPP 交渉参加という圧力。農林水産省と経済産業省では試算がまったく違う。統計を取る人の前提の違い。社会変化への対応が必要である
- ・TPP 交渉参加の推進派と阻止派それぞれの言い分。どちらにしても改革をしなければ農業の衰退は避けられない。食料への人口減少による影響がある。高くても良いものへとなっている

2. 6次産業化の基礎知識

- ・農業の基本的価値とは何か
 - ①食料の安定的供給

②安全な食料の生産

③自然的環境の保全

④社会的環境の保全（コミュニティ）

農業は多機能である。いろいろな角度から考える必要がある

- ・ 6次産業化とは？ 農業所得は減少傾向にある。これをいかに増やしていくか。それが6次産業化。生産だけでなく、2次産業、3次産業への進出を行う。農都総研では農業の6次産業化ではなく、農山漁村の6次産業化を目指している
- ・ 6次産業化を端的に表すと。1次産品がいかに付加価値を増すか
- ・ 6次産業化論の提唱。今村奈良臣東京大学名誉教授が提唱。これは、農業の6次産業化であった
- ・ 6次産業化論の展開。地域内発型アグリビジネスを斉藤修千葉大学教授が提唱。農商工連携と6次産業化の違いは生産者を基礎に置くかどうか
- ・ 高橋正郎先生のフードシステムの距離拡大論。6次産業化は距離の縮小をはかるものである
- ・ 六次産業化法、平成22年12月施行。総合化事業計画は農林水産大臣の認定を受ける。平成22年度の市場規模は約1兆円。政府は平成32年度に約10兆円規模を目指す

3. 6次産業化の具体的事例

事例1 かに物語

事例2 伊豆沼農産

事例3 あおもり正直村

事例4 十勝ブランド認証機構

事例5 会津富士加工

事例1 かに物語（宮城県気仙沼市）

カネダイ。ナミビア沖にてマルズワイガニ（独自資源）を収獲。加工・販売を行う
大震災後、解雇した従業員のリハビリを目指す
復興屋台村気仙沼横丁の直営店にて販売
フレンチカレーなど商品を拡大している

事例2 伊豆沼農産（宮城県登米市）

コミュニティ型6次産業を推進している
敷地内に加工場、レストランを設ける
発酵生サラミ・生ハム（独自の乳酸菌を活用）を加工・販売している

事例3 あおもり正直村

福島のコンニャクイモを青森県で栽培に成功
スーパーにあおもり正直村コーナーを設ける。商品の集積を行っている

事例4 十勝ブランド認証機構

地域におけるブランド認証制度を設ける。チーズ、パン、スイーツ
現在、地域の30工房、120品目が認証されている
安全、安心、おいしいを担保している

事例5 会津富士加工

富士通の半導体組み立て工場として創業
業績悪化に伴う解雇。そこで、進出したのが農業。クリーンルームを植物工場としてレタスを栽培
当初は、差別化がはかれなかった。利益を上げることができなかった
ターゲットを透析患者、腎臓病患者に絞る。「ドクターベジタブル」のブランドにて低カリウムレタスを生産、販売
農、食を超えて医療に着目した事例となっている

4. これからの6次産業化推進のポイント

①連携と協働

いままでは農家が加工と販売まで行うものと認識。が、これは難しい
流通や発信のプロとの連携。クラスター的な仕組みが必要である。また、分野を超えた連携が必要である

②複合化と集積

温泉施設、体験施設、体験農園などいろいろな事業、ブランドを1カ所に集めることでシナジー効果を生み出す。また地域のブランドともなる

③情報化と情報発信

美味しさは主観的。雰囲気や誰が作ったかなどにも左右される
これからは、安全、安心、美味しさを科学的なデータ、数値として発信していく必要があるのではないか
徹底的なエビダンス化を消費者のメリットとして提供すべきではないか

最後に・・・。

- ・ ソーシャルキャピタル（社会関係資本）とエコシステム（社会生態系）が重要である
- ・ 6次産業化による地域マネジメントシステムの構築が必要である

以上