

平成27年度県民協働型評価業務

**農林水産業における  
更なる6次産業化等の取組について**

－調査結果報告－

2016/02/09

特定非営利活動法人 政策21

**報告内容**

1. はじめに
2. 趣旨・手法
3. 調査結果  
(アンケート調査、ヒアリング、WS)
4. 評価・分析  
(ロジックモデル、アンケートヒアリングより)
5. 提言

# 1. はじめに

## 1. 背景

- 農山漁村の再生に向け、地域資源を有効に活用したビジネスの展開、「農林水産業の6次産業化」が必要
- 生産(1次) × 食品加工(2次) × 流通・販売等(3次)
- 国:農商工連携促進法(平成20年7月施行)、「6次産業化法」(平成23年3月1日施行)等
- 岩手県:『いわて県民計画 第2期アクションプラン[政策編]』  
「農林水産物の高付加価値化の推進」
  - \* 地域資源を生かした農林水産物等の加工品製造・販売や農家レストランなどの活動の創出
  - \* 商品開発など食の成長分野におけるモデル的な取組創出
  - \* 6次産業ビジネス創出と継続的なフォローアップ
  - \* 6次産業化の普及啓発と情報交換、事業者間や食品企業等とのマッチング等

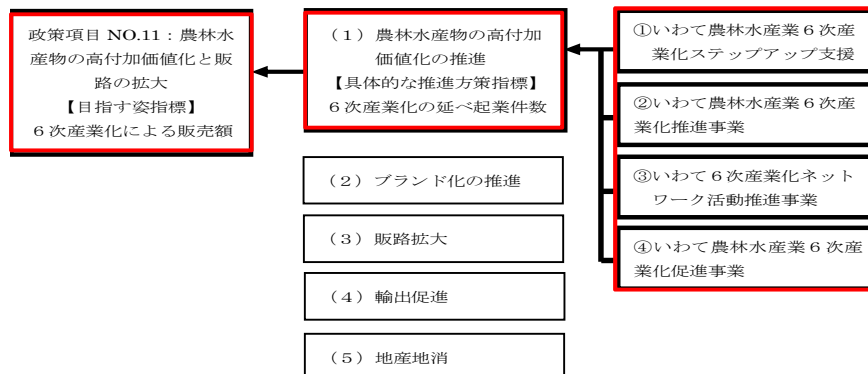
3

## 2. 目的

### 6次産業化支援の実態調査

- \* これまでの取組内容とその効果を検証
- \* 今後に向けた方向性について提言

#### \* 評価の対象



4

## 2. 趣旨・手法

### 1. ねらい

農山漁村の雇用の確保と所得増大に向け、これまで行われてきた岩手県の支援策について、**取組内容と成果の関係を論理的・体系的に整理**。6次産業化の実態調査で成果を評価し、**課題や改善すべき点**を明らかにする。

### 2. 評価手法

- ①担当課を対象とした聞き取り調査
- ②ロジックモデルによる分析
- ③市町村や関連団体等を対象としたアンケート調査
- ④6次産業化事例の聞き取り調査
- ⑤専門家を対象とした聞き取り調査
- ⑥農業者によるワークショップの実施

5

## 3. 調査結果 ①アンケート調査

### 1. 概要

\* 対象：県内の35市町村及び関係団体（7農協・23漁協）

Q. 6次産業化の取り組み概要、事例、支援の課題  
他団体との連携、県や関連機関への要望など

### 2. 結果

- (1) **市町村**／「6次産業化」に直接関与している取組が目立つものの、**生産者が主体的に取り組むには至っていない点**が共通の課題。自ら事業に取り組める”やる気のある事業所”においては、既に実践と実績を積み重ねている状況にあることから、それらにおける次の段階の取組に対して、支援を充実させようとしている。
- (2) **農協**／「加工品開発」の取組がみられ、**一部、6次産業化に踏み出しているもの**、地域の取組としては、人材の発掘や育成が今後の展開方向として示されている。
- (3) **漁協**／**一部ですでに「ブランド化」に取り組まれているもの**、6次産業化に向けた取組は回答の中には見られず、今後期待される状況。

6

## Q. 6次産業化に向けた支援の課題

- ・経営者としての意識
- ・情報及び経験不足
- ・収益性や所得向上
- ・販路の開拓及び確保
- ・小規模経営への支援
- ・関係者間の協議

## Q. 県や関連機関への要望について

- ・情報共有の場づくり
- ・担当者向け勉強会開催
- ・支援の拡充、市県民税の減免など
- ・資金の確保への支援
- ・第三セクターへの支援
- ・アドバイザー派遣制度の維持
- ・6次産業化の普及・啓発

7

## 3. 調査結果 ②ヒアリング調査

### 1. 概要

対象：岩手県流通課、中央農業改良普及センター、いわて6次産業化支援センター、X町及びJ村担当課、L農協担当課、専門家

### 2. 結果

- \* 県といわて6次産業化支援センター（岩手県中小企業団体中央会が受託）が連携して対応
- \* 裾野を広げること（制度、支援センター）、事業規模の拡大
- \* 普及員（技術系～経営系）、高齢者・女性～集落営農組織
- \* X町・J村（地域ぐるみ）の取り組みに対して、広域振興局が支援
- \* 行政窓口の一本化、農林－商工の連携  
（専門家コメント）
- \* 農業経営の多角化の一つとしての「6次化」
- \* 担い手に経営感覚と能力が重要
- \* 流通、加工、飲食・観光、福祉・観光など新しいタイプの検討

8

### 3. 調査結果 ③ワークショップ

#### 1. 概要

JA産直施設の女性農業者4名を対象に、6次産業、農林水産物の高付加価値化の取組、課題や支援ニーズなど意見交換

#### 2. 結果

- ・それぞれ自らの生産物の加工、販売に取組、商品開発や加工の拡大、販路の開拓、そのための情報発信等について模索
  - ・規模拡大、品質向上に向けた加工施設が必要
  - ・6次産業化の展開に向けて、「支援制度などが難しく感じる」「講習会や勉強会の開催時期は農閑期(冬季など)希望」
  - ・「消費ニーズの把握」、「販路拡大や取引店の確保」、「新商品の開発」など、マーケティングに関する支援ニーズが共通
- \* 個々の農業者のニーズに対応した個別相談、マーケティングに関連したセミナーや商談会の機会が必要とされている

9

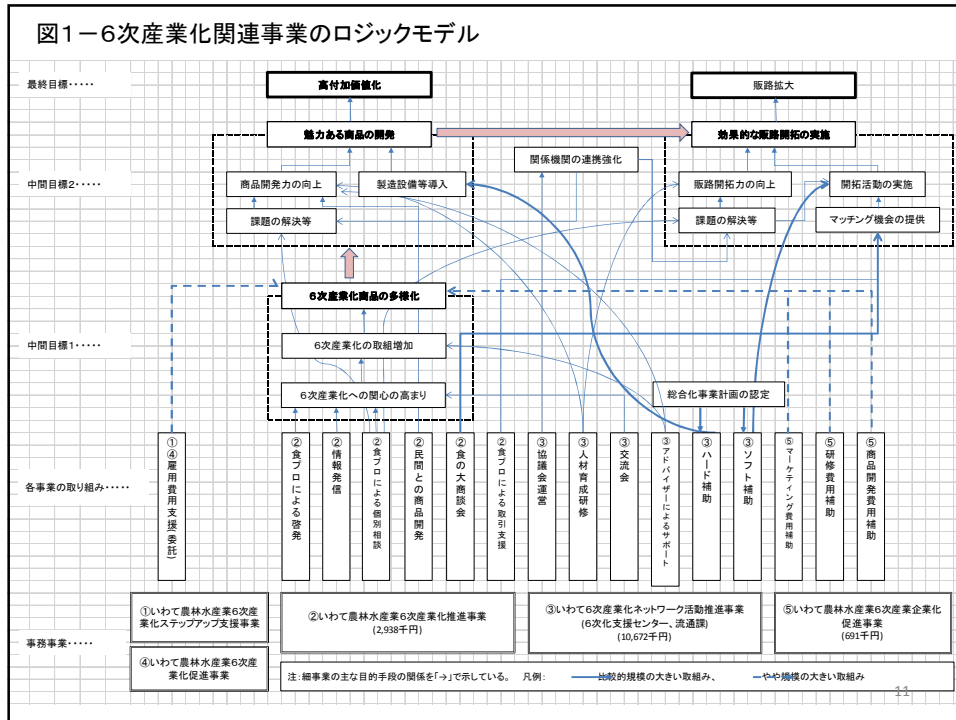
### 4. 評価・分析ー①

#### 1. ロジックモデルによる分析

##### ※ロジックモデル

- ・政策評価・行政評価分野で広く活用。
- ・分析の対象とする政策(本分析では農林水産物の高付加価値化と販路の開拓)を、各事業の「目的→インプット→実施→アウトプット→アウトカム(成果)」、各事業間を「目的・手段」の関係で整理。
- ・目的・手段の関係で事業の相互関係を整理することで、政策の事業構成が適切か、事業の対象が重複していないか、事業のカバー範囲で抜けている部分はないかなどが容易に把握できる手法。

10



• 一つの取組が複数の中間目標に関連、一つの中間目標に複数の取組が関与。



• この場合、事業や個々の取組の目標が不明確になりがちなので、各取組についても目標の明確化・目標の設定など、きめ細かいプロジェクトマネジメントが必要。

図2-6次化の発展段階における各事業の範囲

	魅力ある商品の開発			効果的な販路開拓			認定支援・普及啓発、その他
	製造設備等の導入	商品開発力の向上	商品開発の実施	販路開拓力の向上	販路開拓の実施	マッチング機会の提供	
6次化拡大層	③ハード補助 ④ソフト補助 ⑤マーケティング支援補助	②長短との商品開発 ③マーケティング支援補助 ④人財育成研修 ⑤販路開拓支援補助 ⑥品質向上補助 ⑦商品開発支援補助	③ソフト補助	③ソフト補助 ④アドバイザーによるサポート ⑤人財育成研修 ⑥販路開拓支援補助	④ソフト補助 ⑤マーケティング支援補助 ⑥マーケティング支援補助	②販路開拓の支援 ③販路開拓の支援 ④販路開拓の支援	②販路開拓の支援 ③販路開拓の支援 ④販路開拓の支援
6次化初期層	③ハード補助 ④ソフト補助 ⑤マーケティング支援補助	②長短との商品開発 ③マーケティング支援補助 ④人財育成研修 ⑤販路開拓支援補助 ⑥品質向上補助 ⑦商品開発支援補助	③ソフト補助	③ソフト補助 ④アドバイザーによるサポート ⑤人財育成研修 ⑥販路開拓支援補助	④ソフト補助 ⑤マーケティング支援補助 ⑥マーケティング支援補助	②販路開拓の支援 ③販路開拓の支援 ④販路開拓の支援	②販路開拓の支援 ③販路開拓の支援 ④販路開拓の支援
6次化未着手層	③ハード補助 ④ソフト補助 ⑤マーケティング支援補助	②長短との商品開発 ③マーケティング支援補助 ④人財育成研修 ⑤販路開拓支援補助 ⑥品質向上補助 ⑦商品開発支援補助	③ソフト補助	③ソフト補助 ④アドバイザーによるサポート ⑤人財育成研修 ⑥販路開拓支援補助	④ソフト補助 ⑤マーケティング支援補助 ⑥マーケティング支援補助	②販路開拓の支援 ③販路開拓の支援 ④販路開拓の支援	②販路開拓の支援 ③販路開拓の支援 ④販路開拓の支援

① 農林水産業6次産業化推進事業

② 農林水産業6次産業化推進事業

③ 6次産業化ネットワーク活動推進事業の次化支援センター、次連携

④ 農林水産業6次産業化促進事業

⑤ 農林水産業6次産業化促進事業

**事業者の成長3段階**

- 6次化拡大層……広く地域外(県内・県外)への販売等を目指している
- 6次化初期層……着手したが販売等は地域内に留まっている
- 6次化未着手層……関心はあるがまだ着手にいたっていない

13

成長段階	対応状況
6次化未着手層	啓発が中心。情報発信、交流会等で、充分カバーされている
6次化初期層	ネットワーク事業を中心に手厚くカバーされている
6次化拡大層	個別相談、人材育成研修など、主に課題解決支援と費用の補助。ただし、事業費が少額で全県対応は困難



**今後の取り組み**

6次化初期層への費用補助は、販売ターゲットが地域内で、市町村中心に実施が適切。市町村がフロントライン(県はサポート役)に立てるように市町村への補助が、より望ましい。

14

## 4. 評価・分析－②

### 2. アンケート調査・ヒアリング調査結果を踏まえた分析

事業主体	支援内容
いわて6次産業支援センター(県事業)	国の制度の利用、制度や事業概要に関するセミナー開催など
県	商談会などのネットワーク形成、アドバイザー派遣
市町村や各広域振興局	独自の補助事業等を活用したより現場に密着した各種支援事業の展開

15

## 5. 提言

### 1. 6次産業化に向けた主な課題の整理

- ①6次産業化に向けた普及啓発
- ②小規模事業者向けの支援や新規就農者への対応
- ③関連業者との連携による商品開発
- ④多様な販路確保に向けた取組
- ⑤市町村や関連団体との連携

16



## 5. 提言

### 2. 今後に向けた提言

#### ①生産者等に向けた普及啓発の強化

さらに裾野を広げるためには、制度や支援の事業内容など、興味がある県内生産者等に対して知らせていくことが重要

#### ②小規模グループや新規就農者への支援

規模の小さな取組や新規就農者の意向に合わせ、一定期間の集中的な支援とフォローアップを行うことも、裾野を広げるためには重要

17

#### ③地域ぐるみの取組を支える関連業種との交流

特産品開発・地域ブランド構築には、加工業や流通、観光業など多様な業種との交流や連携が重要。地域ぐるみの話題づくりや情報発信で、農林水産物の高付加価値化が重要。

#### ④多様な販路開拓に向けた場の設定

新たな販路の開拓に向けて、卸売業者や量販店、百貨店との取引、学校給食や飲食店など業務用需要など、多様な販路開拓、商談会などの機会を設けることが有効。

#### ⑤市町村や関係団体の取組との連携

市町村、農協、漁協が、地域内・県内から県外・海外に向けた販路拡大の場合、県や支援センター関係機関が一体となった取組を行うことが有効。

18