

記入日 令和 元年 6月 10日

機 関 名	農業試験場		課題コード	H280301		計画事業年度	H28 年度 ~ H30 年度	
						実績事業年度	H28 年度 ~ H30 年度	
課 題 名	内発・外発・創発的6次産業化の展開方策に関する研究							
機関長名	金和裕			担当(班)名	企画経営室経営班			
連絡先	018-881-3313			担当者名	齊藤文信			
政策コード	3	政策名	新時代を勝ち抜く攻めの農林水産戦略					
施策コード	4	施策名	農林水産物の高付加価値化と国内外への展開強化					
指標コード	5	施策の方向性	その他施策関連事業					
種 別	重点(事項名)		加工・流通と連携・融合し、成長する経営体への支援					基盤
	研究		開発	○	試験		調査	その他
	県単	○	国補		共同		受託	その他
評 価 対 象 課 題 の 内 容								
<p>1 研究の目的・概要</p> <p>本県農業における生産基盤の強化と収益性向上のための一方策として、農業・農村の6次産業化政策が推進されている。しかしマーケティング方策の欠如や農業者の受け身の姿勢等が課題として指摘されている。そこで県内外の先進事例のヒアリング調査等により、①今後の直売所の展開方向性とその方策の解明、6次産業化の現状分析と地域産業化に向けたプロセスの解明を行う。②大手食品企業等による農業参入事例分析により、現状と課題、本県への参入誘致方策を明らかにする。③生産者や生産者団体等が異業種との利益共創を図る事例を分析し、農業の付加価値化に向けた方策を明らかにする。</p>								
<p>2 課題設定時の背景(問題の所在、市場・ニーズの状況等)及び研究期間中の状況変化</p> <p>内発的6次産業化である農産物直売所では、販売チャネル拡大や加工部門の新設等に意欲的に取り組む一方で、事業を縮小させる組織も存在し、二極化が進む中で展開方策の提示が必要となっている。</p> <p>外発的6次産業化として位置づける企業の農業参入について、県外では大手企業の参入や共同出資法人設立事例がみられ、一部では耕作放棄地の活用で黒字化を実現する等の成果が見られるが、その実態や参入に際してのニーズ・条件は明らかになっていない。</p> <p>創発的6次産業化は農商工連携を指しているが、買い手主導の下、生産者側は原料供給という受動的役割にとどまるため、農商工それぞれのビジネス要素が相互に作用し新たな価値を創造するような創発性は少なく、今後の展開方向の例示が期待されている。</p>								
<p>3 課題設定時の最終到達目標</p> <p>①研究の最終到達目標</p> <p>【内発的6次産業化】 直売所については本県の現状把握のもと、今後の展開方向性と方策を明らかにしていく。 農産加工などについては、優良事例分析を中心とした現状分析と地域産業化に向けた方策等を明らかにする。</p> <p>【外発的6次産業化】 企業による農業参入の現状と課題を把握し、本県への誘致方策を明らかにする。</p> <p>【創発的6次産業化】 農商工・法人間連携の現状分析を通じて利益の共創に向けた方策を明らかにする。</p> <p>上記分析によって解明された点の迅速な施策への提言、直売所など現地での実証を行う。</p> <p>②研究成果の受益対象(対象者数を含む)及び受益者への貢献度</p> <p>約440か所の農産物直売所・農産加工を中心とした6次産業化に取り組む組織への成果の移転、展開方策の立案に寄与するとともに、6次産業化支援施策への貢献が期待できる。 また、本県への企業による農業参入の推進・参入支援策の立案に貢献できる。</p>								

4 全体計画及び財源（全体計画において **＝** 計画 **＝** 実績）

実施内容	到達目標	年度					達成状況
		28年度	29年度	30年度	年度	年度	
6次産業化・直売所・農商工連携の事例調査	類型化・現状と課題の把握						6次産業化及び直売所の現状と課題を抽出し、直売所については、その結果を基に、3類型に類型化した。
参入企業や自治体へのヒアリング調査等	県外の食品関連企業による農業参入事例の分析						全国の参入事例から参入業態の特徴と参入方法5系統に分類整理した。
6次産業化・直売所・農商工連携の展開方策検討	事例分析に基づき展開方策の例示を行う						直売所3類型それぞれの発展方向を提示するとともに、直売利用者を4つに分類し、それらに対応した経営マネジメントの必要性を指摘した。
参入企業の誘致方策の解明	誘致方策の提示と参入企業のニーズ提示						県として農業参入を推進する先進県の事例調査により、自治体としての推進上の課題が明らかになった。
現地での実証	内・外・創発分析で解明した展開方策の現地での試行						直売出荷者の高齢化により出荷物の減少が懸念されるが、大手宅配業者と連携した出荷システムの構築により、高齢化対策として一定の効果を確認できた。
							合計
計画予算額(千円)		1,000	1,000	1,000			3,000
当初予算額(千円)		964	800	572			2,336
財源内訳	一般財源	964	800	572			2,336
	国費						
	その他						

5 研究成果の概要

- ・成果の分類
- | | | |
|---|------------------------------|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 解析データ、指針、マニュアル等 | <input type="checkbox"/> 新技術 | <input type="checkbox"/> 新品種 |
| <input type="checkbox"/> ステップアップ研究における中間成果 | <input type="checkbox"/> 新製品 | <input checked="" type="checkbox"/> その他 |

・最終到達目標の達成度・成果の具体的な内容

【内発的6次産業化】
 ・県内直売所を対象としたアンケート調査により、販売面での課題を抽出し、課題解決の一方策となる店舗外販売活動の現状と課題を明らかにした。さらに、経営マネジメント診断により経営マネジメントの停滞が明らかになり、診断結果をもとに「女性起業・従来型」「企業の発展型」「交流接点型の」3タイプに分類し、それぞれの経営発展方向性を提示した。
 ・県内の6次産業化事例では、当初の目的である収益改善をメリットとして指摘する比率は高くなく、加工の外部委託を行うメリットとデメリットを明らかにした。さらに、米の主産地であるにもかかわらず、包装米飯工場が立地していない本県で、今後益々需要の伸びが見込まれる包装米飯工場の導入可能性を検証したが、「多額の設備投資」「豊富な水資源確保」「後発の不利」「近年の参入成功は大企業」などの理由から6次産業化としての導入可能性は低いと判断した。

【外発的6次産業化】
 ・企業の農業参入では、農業と関係のある食品関連企業を対象に、参入方法の類型化と農業部門担当者の確保方法を事例分析により明らかにした。
 ・県をあげて農業参入を推進する先進県の事例調査により、自治体として作付誘導したい地域推進品目と、参入側がビジネスとして生産したい品目が一致しないなどの基本的なギャップの存在が明らかになった。また、自治体の異動サイクルと参入企業の事業スピードが一致せず、スムーズな情報共有ができないなど基本的な課題も確認した。

【創発的6次産業化】
 ・直売出荷者の高齢化により出荷物の減少が懸念されているが、大手宅配業者と連携した出荷システム（生産者近隣に集荷拠点を設ける）を構築することで、新たな費用負担にはなるものの、加齢によってニーズが高まり、直売所側でも品揃えの充実につながる可能性を示した。

・成果の波及効果

各種研修会、報告会、関係会議等において研究成果の発信、情報交換を行いながら、現状と課題、今後の方向性について関係者間で情報共有が図られた。

課題名「内発・外発・創発的6次産業化の展開方策に関する研究（H28～30）」

農業試験場 企画経営室 経営班

課題の背景

社会経済的背景

- ・農地法改正（農業参加が容易に）
- ・小売、消費環境の変化
- ・直売、加工の取組みの増加
- ・コメ消費量の減少
- ・生産調整見直し

農業経営的背景

- ・直売・加工の積極的取組み
- ・稲作依存からの脱却
- ・多角化、農商工連携のニーズ
- ・大手企業による農業参加

経営研究への要望

【直売所・6次産業化に関する課題】

- ・直売所の発展方向、その方策
- ・6次産業→地域産業への発展過程先進事例分析

【県外大手企業の農業参加に関する課題】

- ・大手企業の農業参加の現状分析
- ・参加企業のニーズ分析

今なぜ6次産業化か

6次産業化事例は増加→農産加工から次なるステップへの発展プロセスは未解明

これまでの研究（既往研究の整理）

- ・6次産業化既往研究：6次産業化の事例として「いぶり漬け」に着目し、主要組織の現状と原料大根に関する現状を明らかにした（秋田農試・2014年度）
- ・直売所既往研究：農産物直売所における店頭マーケティング支援方策の検討として、調査対象とした直売所では非計画購買が約7割を占めることを明らかにし、店頭マーケティングの必要性を指摘（秋田農試・2014年度）
- ・企業の農業参加既往研究：企業による農業参加方式を整理し、参加企業の現状と課題を指摘（東京農大・渋谷・2012年度）

実施すべき経営研究とその概要（研究期間：H28～H30年）

【内発的6次産業化分析】

- 「直売所の発展方向性の解明」
- 「6次産業から地域産業化過程の解明」
- 6次産業化優良事例分析
- 県内外の直売所事例分析

【外発的6次産業化分析】

- 「参加可能性・地域・参加条件の解明」
- 大手企業の農業参加事例の現状分析
- 参加企業のニーズ分析

【創発的6次産業化分析】

- 「農商工連携等の展開方向解明」
- ネットワーク型組織の事例分析
- 農商工連携の現状分析

【担い手（人材）育成】

成果の活用

【直売所・6次産業化支援施策への貢献】

- ・直売所運営改善、直売所支援策立案への貢献
- ・6次産業化支援策立案への活用

【参加企業誘致・支援策立案での活用】

- ・参加企業支援策立案時に活用
- ・農業参加条件の把握、支援策の例示

【農商工連携・ネットワーク型組織への貢献】

- ・農商工連携の展開方向の提示、支援施策への貢献
- ・ネットワーク型協働方策の提示

【人材育成での活用】

- ・ビジネス塾等人材育成現場での活用

最終年から成果の活用を図る（迅速な活用）

※ここでいう創発とは：

要素同士が関係することによって、今までにな
い“何か”が出現すること。（妹尾 堅一郎・産学連携
推進機構理事・一橋大学大学院客員教授）