

いわて6次産業化推進プラン

～県産農林水産物の高付加価値化に向けて～

2019年3月改訂

岩 手 県

目 次

1	はじめに	1
(1)	6次産業化とは	
(2)	プラン策定の趣旨	
(3)	対象期間	
2	本県における6次産業化を取り巻く現状と課題	3
(1)	農林水産業の現状と課題	
(2)	6次産業化の取組の経緯	
(3)	これまでの支援事例	
(4)	主な成果	
(5)	今後の課題	
3	6次産業化の取組方針	11
(1)	基本方向	
(2)	成果目標	
(3)	取組目標	
4	6次産業化に関する具体的な取組内容	13
(1)	次世代の担い手の確保・育成	
(2)	消費者・実需者ニーズに対応した地域ならではのストーリー性や発信力のある特産品開発の推進	
(3)	販路の開拓・拡大とバリューチェーンの構築	
(4)	6次産業化による事業の拡大・成長	
(5)	食の拠点機能の強化等による地域ぐるみの取組の促進	
5	6次産業の取組にあたっての協働と役割分担	17
6	6次産業化に対する支援施策	18
(1)	県の支援施策	
(2)	国の支援施策	
7	参考資料	21
(1)	県内における6次産業化の取組事例	
(2)	6次産業化フォローアップ調査の結果	

1 はじめに

(1) 6次産業化とは

6次産業化は、1次産業としての農林漁業と、2次産業、3次産業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組であり、農林漁業を1次産業としてだけでなく、加工などの2次産業、さらにはサービスや販売などの3次産業まで含め、総合的な産業としての可能性を広げようとするものです。農林漁業者の所得向上や雇用創出等を通じて、農山漁村の活性化につながることを期待されています。

具体的には、農林漁業者等が主体となって、自ら生産した農林水産物を活用した新商品を開発する取組や、直接消費者に販売するなど新たな販路を開拓していく取組等であり、県内でも、農林漁業者が、自らの生産物を活用した加工品の開発・販売や、産地直売所の運営、農家レストランでの地元食材を使った料理の提供を行うなど、多彩な取組が行われています。

一方、農林漁業者だけで加工・販売分野に取り組むことは難しい面があることから、農林漁業者と流通業者・食品事業者等が連携し、それぞれの経営資源を有効に活用した新商品の開発や販路開拓などの取組も行われています。

(2) プラン策定の趣旨

本県の農林水産業を取り巻く環境が大きく変化する中、担い手が減少し、生産額が減少するなどにより、農山漁村が活力を失うことが懸念されます。

こうした中で、本県の農林水産業を発展させ、地域の展望を切り開いていくためには、地域の強みを見つめ直し、創意と工夫を発揮して取り組む6次産業化を拡大していく必要があります。

国においても、2013（平成25）年12月に公表した「農林水産業・地域の活力創造プラン」（2018（平成30）年6月改訂）の中で、6次産業化の市場規模（加工・直売分野のほか、今後成長が見込める関連分野の市場規模の合計）を、2020年度までに10兆円に拡大する目標（2013（平成25）年度：4.7兆円）を掲げています。

このため、本県における6次産業化の基本的な方向性を示すものとして、2016（平成28）年3月に策定した「いわて6次産業化プラン」を改訂し、県関係部局・広域振興局等のもとより、農林漁業者等をはじめ、市町村、関係団体等の理解と参画のもと、戦略的に6次産業化を推進しようとするものです。

なお、国の「食料産業・6次産業化交付金」による事業の実施に際して、6次産業化等を推進するための戦略を定めることが要件とされており、このプランを本県の6次産業化推進戦略として位置付けるものとします。

(3) 対象期間

いわて6次産業化推進プランの対象期間は、2019年度から2022年度までの4年間です。

本県では、県民一人ひとりが互いに支え合いながら、幸福を追求していくことができる地域社会の実現を目指して、いわて県民計画（対象期間：2019年度～2028年度）

を策定したところです。

今後、同計画の実現に向けて、2019年度から2022年度までに重点的・優先的に取り組む政策や目標などを盛り込んだ政策推進プランとの整合性を図りながら、関係者との協働と役割分担により、いわて6次産業化推進プランの実現を目指します。

2 本県における6次産業化を取り巻く現状と課題

(1) 農林水産業の現状と課題

2015（平成27）年の基幹的農業従事者*数は59,162人、林業就業者数は1,924人となっており、2005（平成17）年と比べてそれぞれ約15%、約8%減少しています。また、漁業就業者数は、2013（平成25）年は6,289人となっており、2003（平成15年）と比べて、約40%減少しています。

〔* 農業就業人口（自営農業に主として従事した世帯員）のうち、ふだん仕事として主に農業に従事している者をいう。〕

また、2015（平成27）年の農業産出額は2,494億円、林業産出額は230億円、漁業生産額は384億円となっており、年次による変動はあるものの、2005（平成17）年と比較すると、農林水産業全体としてはほぼ同水準となっています。

一方、農業においては農産物の販売額3,000万円以上の企業的经营体、漁業においては年間販売額1,000万円以上の中核的漁業経営体など、意欲ある経営体の育成が進んでいます。また、年間売上高1億円以上の産直施設数も増加しています。

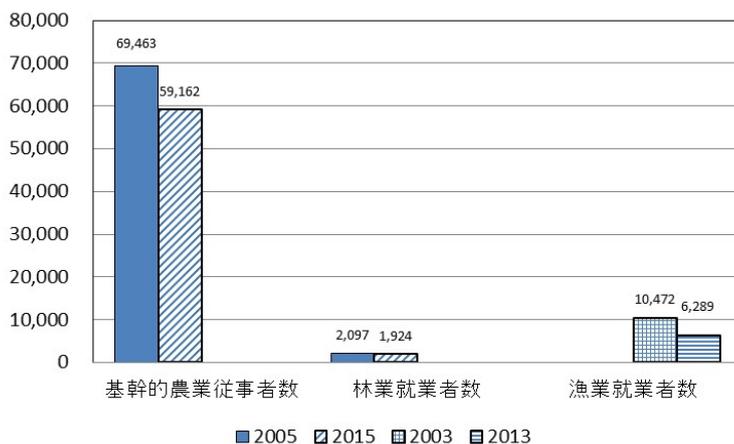


図1 農林漁業者の従事者数又は就業者数〔岩手県〕（単位：人）

出典：農林業センサス、林業労働力実態調査、漁業センサス

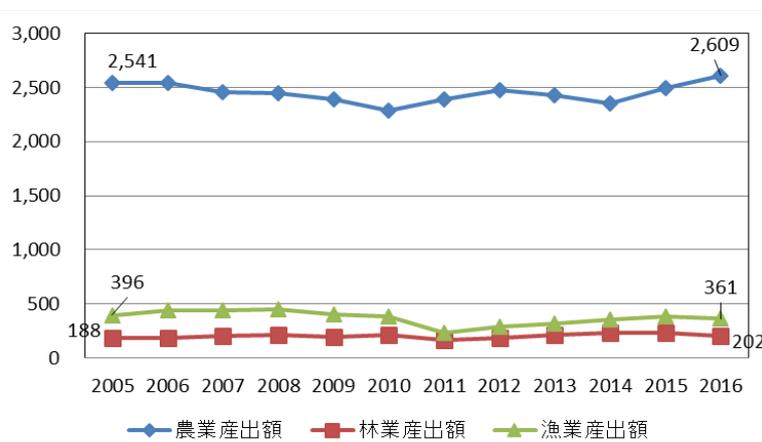


図2 農林水産業の産出額又は生産額〔岩手県〕（単位：億円）

出典：生産農業所得統計、生産林業所得統計、漁業センサス

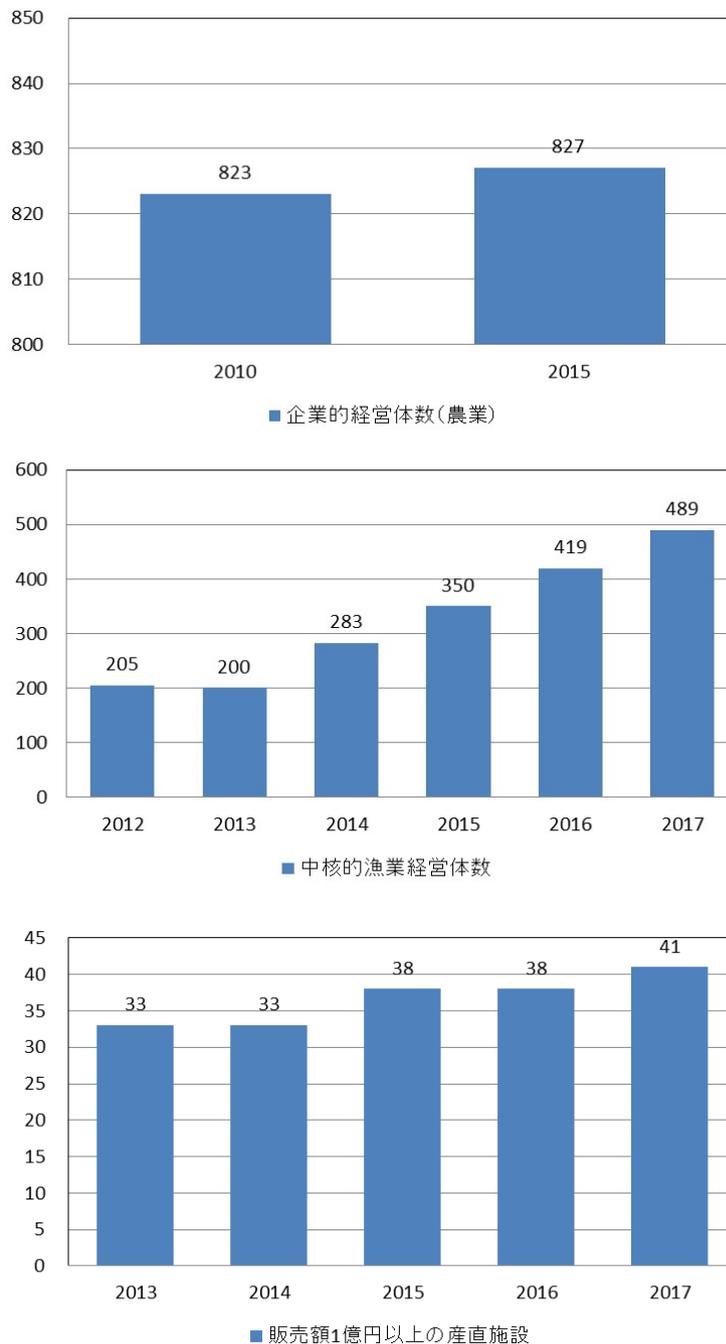


図3 一定額以上の販売額がある経営体数及び販売額1億円以上の産直施設数〔岩手県〕

出典：農林業センサス（企業的经营体）、水産振興課調査（中核的漁業经营体）、産直実態調査（流通課）

注：企業的经营体（農業）は農産物の年間販売額が3千万円以上である经营体を、中核的漁業经营体は年間販売額が1千万円以上の養殖漁業经营体を示す。

農林漁業者の減少は、就業者の高齢化と、後継者となる担い手不足が背景にあります。新たな担い手の参入や定着を進めるためには、自らの創意と工夫を生かし、その成果が所得にも反映され、やりがいを持って働くことができる魅力的な産業として成長していく必要があります。

また、地域ならではの多彩な農林水産物や歴史・伝統・文化など、豊かな資源に恵まれた農山漁村の魅力や、地域の総力で最大限に引き出し、内外に向けて積極的に発信していくことが必要です。

(2) 6次産業化の取組の経緯

本県では、従来から、農村女性が中心となり、県が認定する「食の匠」等による食文化の伝承・発信や、産直施設での農林水産物の直売・加工が活発に行われるなど、農山漁村ならではの取組が行われてきています。

また、地域の特産品開発については、市町村の公社等を中心とした取組が早くから行われ、現在では、農林漁業者や生産法人、協同組合に加え、これら農林漁業者等と流通業者・食品事業者等とが連携した商品開発・販売など、多彩な取組へと裾野が広がっています。

今後、6次産業化に取り組む際には、生産、加工から流通、販売に至る事業者間の関係性を深化させ、消費者や実需者ニーズを踏まえ、流通・加工業者のアイデアやノウハウも活かしながら、農林水産物の生産から加工、流通、販売それぞれの段階において付加価値を高めていくことが重要です。

【取組事例】「食の匠」による伝承活動

本県では、郷土料理等の優れた技術を有し、伝承できる方を「食の匠」として認定しています。先人の知恵と技により育まれ、受け継がれてきた岩手ならではの食文化の発信等を通じて、地域の活性化が図られています。

- ① 西和賀町の左草畑作生産組合では、郷土料理「納豆汁」を多くの方に味わってもらいたいとの思いから、手作り味噌を使った「納豆汁の素」を商品化。地元の道の駅や産直施設、盛岡市や北上市のスーパー等で販売しています。
- ② 道の駅かわさき内にあるレストランでは、食の匠の認定料理「かにばっと」のほか、「もち料理」などの郷土料理を提供しています。



西和賀町の郷土料理「納豆汁」



一関市川崎の郷土料理「かにばっと」

【取組事例】第三セクターによる特産品開発

紫波町、地元JA等が出資して設立された株式会社紫波フルーツパークは、ぶどう産地の特色を生かし、町内の生産者と連携してぶどうの生産とワインの製造を行っています。また、ぶどう、さくらんぼ等の観光農園やピザ作り等の体験工房など、幅広い取組を行っています。



ぶどうの栽培園地

(3) これまでの支援事例

県では、これまで、県内における6次産業化の推進に向け、国の緊急雇用創出事業等を活用したモデル事業体の育成支援（2009（平成21）年度～）や、「いわて6次産業化支援センター」（2011（平成23）年度～）による相談対応、事業計画作成支援※、研修会・交流会の開催等を行ってきました。

また、6次産業化に意欲的な農林漁業者に対しては、商品開発や販路開拓の専門家（食のプロフェッショナルチームアドバイザー等）の派遣や、県内外における「食の商談会」への参加の機会を提供してきました。

※ 「六次産業化・地産地消費」に基づく総合化事業計画の認定件数は51件（2019（平成31）年3月末現在）

【取組事例】 専門家派遣による事業者支援

県では、新商品開発や販路開拓等の6次産業化の専門家「食のプロフェッショナルチームアドバイザー」及び「6次産業化プランナー」を派遣し、事業者の支援を行っています。

食のプロフェッショナルチームアドバイザー9名、6次産業化プランナー7名を登録しており（平成31年3月現在）、年間約160件の相談依頼に対応しています。



産直研修会

(4) 主な成果

こうした農林漁業者や地域の関係者の活動により、加工分野を中心に6次産業化の取組が進展しています。

また、産直施設の2016（平成28）年の農業関連事業の年間販売額は、2013（平成25）年と比較して約53億円増加するなど、近年、増加傾向にあり、6次産業化による販売額の約6割を占めています。



図4 6次産業化による販売額・事業者数の推移〔岩手県〕（単位：百万円）

出典：農林水産省「6次産業化総合調査」

表1 6次産業化による販売額等〔岩手県〕

(単位：百万円・事業体)

年 度		2013 (H25)	2014 (H26)	2015 (H27)	2016 (H28)	
年間販売金額	農業生産 関連事業	農産物の加工	7,214	7,255	8,122	7,644
		農産物直売所	14,051	16,773	17,694	19,319
		観光農園	420	399	411	541
		農家民宿	170	234	201	188
		農家レストラン	535	507	574	532
		小 計	22,391	25,168	27,003	28,223
	漁業生産 関連事業	水産物の加工	1,537	1,851	2,664	1,912
		水産物直売所	x	x	x	x
		小 計	1,537	1,851	2,853	2,087
	合 計		23,928	27,019	29,856	30,310
事業体数	農業生産 関連事業	農産物の加工	810	680	680	680
		農産物直売所	490	480	480	470
		観光農園	70	60	60	60
		農家民宿	50	60	60	60
		農家レストラン	60	50	50	50
		小 計	1,480	1,330	1,320	1,320
	漁業生産 関連事業	水産物の加工	10	10	10	10
		水産物直売所	x	x	x	x
		小 計	10	10	10	30
	合 計		1,490	1,340	1,350	1,350

注：表中に用いた記号は、「x」は個人等に関する秘密を保護するため統計数値が公表されていないもの（調査対象数が2以下）を示す。

出典：農林水産省「6次産業化総合調査」

表2 「六次産業化・地産地消費」に基づく総合化事業計画の認定件数〔岩手県〕(単位：件)

年 度	2011 (H23)	2012 (H24)	2013 (H25)	2014 (H26)	2015 (H27)	2016 (H28)	2017 (H29)	合計
事業計画認定件数	14	20	9	4	0	3	1	51

※平成31年3月末現在

(5) 今後の課題

今後、県内における6次産業化の取組を拡大していくためには、これまでの6次産業化による販売額の推移や、県による産直施設の実態調査・事業者のフォローアップ調査^{※1}の結果等を踏まえ、以下の課題を解決していくことが求められます。

6次産業化は、生産者が加工から販売まで一貫して取り組むものではありませんが、農林漁業者個々の取組では限界があることから、6次産業化の取組に当たっては、地域ぐるみで関係者が一体となって、6次産業化を支援する必要があります。

※1 各調査の結果（抜粋）は、次ページのとおり。

※2 新商品の開発等に係る事業計画を国が認定するもの。

ア 6次産業化を担う人材の確保・育成

6次産業化の取組が成功するかどうかは、その担い手自身の意欲や能力によるところが大きく、事業者のフォローアップ調査でも、6次産業化の取組を成功させる

ポイントは「事業・経営を行う人材の確保・育成」であると最も多くの事業者が回答するなど、人材の育成は重要な課題です。これまで6次産業化を推進してきた担い手の減少や高齢化が進行しており、次世代の担い手として、新規参入や若者、女性の活躍が期待されていることから、こうした取組を促進することが必要です。

イ 魅力ある商品開発や加工・販売のスキル・ノウハウの向上

事業者のフォローアップ調査によると、6次産業化の取組を成功させるポイントとして、「商品開発・加工・販売等のノウハウ」の必要性を挙げた事業者が多く見られています。このため、引き続き、地域の農林水産物を生かした魅力的な商品の開発や加工技術等のスキルに加え、接客やサービスのノウハウを習得し、その向上に努めることが不可欠です。

また、消費者や実需者から評価される商品を開発するためには、消費者や量販店、外食産業関係者等のニーズの収集・把握に努めるとともに、地域の生産者と商工業者等の連携等による地域ぐるみの取組の促進が重要です。

ウ 販路の開拓・確保と安定した取引

事業者のフォローアップ調査によると、6次産業化に取り組んでうまくいかなかった点として「販路の確保が困難」だったこと、また、成功のポイントも「販路の開拓・確保」であると多くの事業者が回答しています。引き続き、商品の特性に応じて県内外の小売店・レストランなど多様な販売先との商談機会を設けていくことが必要です。

また、安定した取引を実現するためには、生産から加工、流通、消費に至る各段階の付加価値を繋ぎ合わせるバリューチェーン[※]を構築し、競争優位性を高めることが求められます。

さらに、他産地と競争優位性を確保するためには、迅速・コスト低減な物流システムの構築が必要です。

[※] バリューチェーン：企業活動における業務の流れを機能単位に分割してとらえ、業務の効率化や競争力強化を目指す経営手法

エ 6次産業化による多様なビジネス展開や事業の拡大

6次産業化の取組が農林漁業者の所得向上等に結び付くには、将来のビジョンを明確化し、生産体制や資金計画などの事業計画の立案と着実な取組が不可欠です。

また、地域資源を活用した多様なビジネス展開や、農商工連携の促進による事業の拡大や成長に向けた取組が求められます。

オ 産直施設を核とした地域ぐるみの取組

産直施設の販売額は、6次産業化による販売額の約6割を占め、近年、上昇傾向にあることから、地域の流通拠点として、引き続き、販売額の拡大に向けた取組が求められます。

また、産直施設においては、食を中心とする地域の交流・活動拠点としての機能を強化し、観光との連携による食や農山漁業体験の取組の拡大が求められます。

地域の資源を活用し、関係者一丸となった特産品の開発や飲食メニューの提供などが課題となっています。

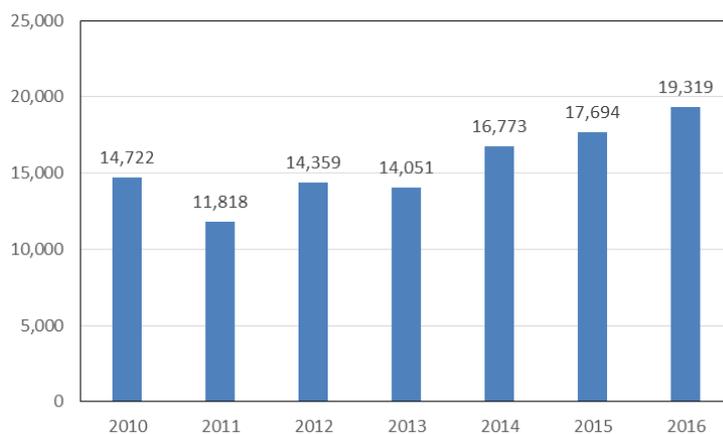


図5 産直施設の販売額の推移〔岩手県〕（単位：百万円）

出典：農林水産省「6次産業化総合調査」

表3 岩手県「6次産業化フォローアップ調査」(2018(平成30)年11月調査)
◎6次産業化の取組を成功させるためのポイント(複数回答あり)

回答	回答者数					
	認定事業者		委託事業者		全体	
事業ビジョン・事業計画等の明確化	12	48.0%	10	30.3%	22	37.9%
生産体制の構築(設備投資、商品の安定供給等)	8	32.0%	11	33.3%	19	32.8%
商品開発・加工・販売等のノウハウ	9	36.0%	11	33.3%	20	34.5%
加工・販売事業者等とのネットワーク	3	12.0%	4	12.1%	7	12.1%
販路の開拓・確保	10	40.0%	17	51.5%	27	46.6%
事業・経営を行う人材の確保・育成	15	60.0%	18	54.5%	33	56.9%
事業資金の調達	6	24.0%	10	30.3%	16	27.6%
その他	0	0%	3	9.1%	3	5.2%
	63	—	84	—	147	—

※1 認定事業者とは平成30年11月末時点の総合化事業計画認定事業者をいい、委託事業者とは平成21年度から平成29年度までに県の委託事業を受託した事業者です。(以下同様)

※2 認定事業者かつ委託事業者である者は、認定事業者として計上しています。(以下同様)

※3 6次産業化の取組を成功させるポイントとして、事業・経営を行う人材の確保・育成、販路の開拓・確保、事業ビジョン・事業計画等の明確化等を挙げています。

表4 岩手県「農林水産物等直売施設実態調査」(2019(平成31)年1月調査)

◎地産地消の取組状況

区分	イベント等の開催		同一地域内産直との交流・連携		地域内配食サービスの実施	
	施設数	割合	施設数	割合	施設数	割合
既に取り組んでいる	164	72.6%	107	47.3%	28	12.4%
今年度から取組み予定	1	0.4%	5	2.2%	1	0.4%
近い将来に取り組みたい	12	5.3%	28	12.4%	8	3.5%
取組予定なし	39	17.3%	77	34.1%	172	76.1%
未回答	10	4.4%	9	4.0%	17	7.5%
合計	226	100.0%	226	100.0%	226	100.0%

区分	学校・保育所・病院給食等への食材供給		ホテル等の観光施設への食材供給		食品加工業者への食材供給	
	施設数	割合	施設数	割合	施設数	割合
既に取り組んでいる	70	31.0%	39	17.3%	19	8.4%
今年度から取組む予定	3	1.3%	3	1.3%	0	0.0%
近い将来に取り組みたい	14	6.2%	20	8.8%	21	9.3%
取組予定なし	127	56.2%	152	67.3%	168	74.3%
未回答	12	5.3%	12	5.3%	18	8.0%
合計	226	100.0%	226	100.0%	226	100.0%

※ 県内の産直施設は、地域との関わりとして、イベント開催等の取組が多く、また、配食サービスの実施や学校・観光・食産業等への食材供給に既に取り組んでいる、または将来取り組むみたいとの意向も一定程度あります。

3 6次産業化の取組方針

(1) 基本方向

県・市町村・関係団体の協働により、地域ぐるみで6次産業化を推進するため、地域の生産者や商工業者等の一体的な動きを活発化させ、地域の多彩な農林水産物を活用した生産者の思いやこだわりを積極的にPRするなど、販路拡大と地域のブランド価値の向上に取り組めます。

【地域ぐるみで取り組む6次産業化が目指す姿】

- ・ 農林漁業者だけでなく、多くの地域関係者が協働して企画・開発に取り組み、地域の特色ある農林水産物を生かし、魅力的な商品や料理・サービスが次々に生み出されている。
- ・ これらの商品等が、産直施設をはじめ、小売店、飲食店、宿泊施設など、地域のあらゆる場で販売・提供され、楽しいイベントも開催されている。
- ・ こうした取組が地域の内外に反響を呼び、多くの来客につながり、地域に暮らす若者等は、自らの地域を誇りに感じ、次代の新たな担い手になろうと励んでいる。

(2) 成果目標

6次産業化による販売額について、加工・販売分野へ進出する6次産業化の支援により、2014（H26）年から2016（H28）年までの3年間の農業分野における全国の伸び率の平均3.8%を踏まえ、概ね年5%の販売額の増加を目指します。

表5 6次産業化推進の成果目標

指標	現状値 2018（H30）	年度目標値			計画目標値 2022
		2019	2020	2021	
6次産業化による販売額	⑯303億円	⑱334億円	⑲351億円	⑳368億円	㉑385億円

注1：6次産業化による販売額の出典：「6次産業化総合調査」（農林水産省調査）

注2：丸囲みの数値（例：⑯）は、基準年度以外の年度（例：2017）の実績値を指標として用いることを示す（以下同じ）。

(3) 取組目標

県産農林水産物の6次産業化及び地域のブランド化、生産者と消費者の結び付きを深めた地産地消の推進等に関して、成果目標の達成に向けて取り組めます。

表 6 6次産業化推進の取組目標

指標	現状値	年度目標値			計画目標値
	2018 (H30)	2019	2020	2021	2022
商品開発等の支援による6次産業化件数(累計)	⑰12件	⑱12件	⑲24件	⑳36件	㉑48件
年間売上高1億円以上の産直数	⑰40施設	42施設	43施設	44施設	45施設
地産地消促進計画策定市町村数	⑰26市町村	29市町村	31市町村	32市町村	33市町村

注1：商品開発等の支援による6次産業化件数(累計)：県の事業等による支援件数

※ 目標値は2019年を初年とする累計

2：年間売上高1億円以上の産直数：「農林水産物等直売施設実態調査」(岩手県流通課調査)

3：地産地消促進計画策定市町村数：県に対する市町村からの報告により把握した数値

※ 目標値は2019年を初年とする累計

4 6次産業化に関する具体的な取組内容

(1) 次世代の担い手の確保・育成

- ・ 「総合化事業計画」認定の動きが伸び悩みの状況にある一方、商品開発や販売等に意欲的な若手・女性グループなどが出てきており、具体的な商品開発等を通じて活動の活性化を促進します。
- ・ 意欲ある生産者による6次産業化の取組拡大に向け、「いわて6次産業化支援センター」のプランナー等を活用しながら、若手・女性グループなど、担い手の掘り起こしや育成を進め、生産者と商工・観光業者等の交流機会を提供しながら、活動の活性化を支援する。また、地方に移住し、地域づくりの新たな担い手として地域協力活動を行う地域おこし協力隊*など、多様な主体との連携を支援します。
- ・ マーケティングに関するセミナーの開催や商談会への参加誘導等を通じ、経営者等のスキルアップを支援します。
- ・ 岩手大学等と連携し、経営感覚や企業家マインドをもって経営革新や地域農業の確立に取り組むことができる、本県の農業をけん引する先進的な経営体を育成するため、財務・労務管理やマーケティング等を総合的に研修する「いわてアグリフロンティアスクール」を開設するなど、マーケティング能力の向上と販売チャネルの拡大等を支援します。

※ 地域おこし協力隊：人口減少や高齢化等の進行が著しい地方において、地域外の人材を積極的に受け入れ、地域協力活動を行ってもらい、その定住・定着を図ることで、意欲ある都市住民のニーズに応えながら、地域力の維持・強化を図っていくことを目的とした制度

【取組事例】漁協女性部による加工品開発

釜石湾漁業協同組合白浜浦女性部では、ワカメの中芯を利用した佃煮商品の「わかめの芯ちゃん」を開発しました。また、規格外のホタテガイを使った焼きつくねやライスコロッケなども地元の産業まつりなどで販売し、好評価を得ています。



わかめの芯ちゃん

(2) 地域ならではのストーリー性や発信力のある特産品開発の推進

- ・ 販売額が伸びている加工分野の取組を重点的に推進するためには、個々の農林漁業者による取組を超えて、地域を挙げて農林水産物を生かし、消費者や実需者のニーズに対応した、ストーリー性や発信力のある商品開発等を支援します。
- ・ 県・市町村・関係団体の協働により、地域の生産者や商工業者等の一体的な動きを興し、安全・安心で、品質やおいしさに優れた農林水産物を活用した特産品開発や料理メニューの提供を行うなど、多様な取組を支援します。
- ・ 新商品の開発に当たっては、多彩な農林水産物の品目ごとの特性を生かすため、伝統的な技術や新たな技術の伝承・開発、生産者による技術習得や新技術等の実用化を支援します。

- ・ 売れる商品を作る手段として、商品パッケージ等の改良や、チラシ、POP※、パンフレット等の商品販促物の作成など、商品力が向上する商品デザインの取組を支援します。
- ・ 東日本大震災津波で被災した産地の再生を進めるため、ワカメ等の養殖業の生産性向上やサケ等の資源回復、原木しいたけの生産回復などに取り組むこととしており、商品開発・販路開拓を併せて支援します。
- ・ 農山漁村に受け継がれてきた食文化の伝承や発信、都市・地域住民との交流活動を通じた地域活性化は重要な課題であり、若者や女性の感性・能力を生かした農山漁村ビジネスの創出に向けた取組を支援します。

※ POP : Point of purchase advertising の頭文字を取った略語で、主に商店などに用いられる販売促進のための広告媒体

【取組事例】被災事業者支援事業を活用した塩蔵ワカメのパッケージデザイン

大槌町吉里吉里のワカメ養殖業者が、NPO 法人遠野まごころネットの「絆・デザイン魅力創造事業」を活用し、直売用塩蔵ワカメのパッケージをリニューアルデザインしました。このパッケージによる塩蔵ワカメは、JAの産直などで販売されています。



(3) 販路の開拓・拡大とバリューチェーンの構築

- ・ 6次産業化を推進するためには、県産農林水産物を活用した発信力ある特産品開発や料理メニューの提供を促進するとともに、農商工連携を深化させ、付加価値を高めながら消費までつないでいくバリューチェーンの構築に向けた取組を促進します。
- ・ こうした取組と併せて、生産者の思いやこだわりを直接PRする機会として、バイヤー等を招へいた産地見学会や県内外での商談会を拡充するなど、国内外を視野に入れた販路開拓を支援します。また、食の重要な流通拠点の一つである産直施設等の誘客力と販売力の強化に向けて、商品開発や販路開拓等の専門家の派遣や首都圏飲食店との交流、商談の機会等の提供を通じて、宿泊施設や飲食店等への食材供給、通信販売・宅配サービス、レストランや体験農園等の多角的な取組を支援します。
- ・ 商品が地域のブランドとなるよう、ホームページやSNS※、情報誌等を活用した訴求力の高い情報発信を支援するとともに、地域の「食」や特産品にかかるストーリーの発信や体験の受入れ、生産者・事業者との交流を図る仕組を創出します。

※ SNS : Social Networking Service (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) の略。インターネットを介して人間関係を構築できるスマートフォン・パソコン用の Web サービスの総称

【取組事例】ホームページを活用した「食」の情報発信
 岩手県産食材の利活用を促進するため、岩手県の食に関する情報を総合的に受発信する食の総合ポータルサイト「いわて食財倶楽部」を開設しています。

各種イベント情報や6次産業化の取組や商品の紹介など、県産農林水産物・加工品等の安全・安心を効果的にPRしています。

(<https://www.iwate-syokuzaiclub.com/>)



(4) 6次産業化による事業の拡大・成長

- 6次産業化のビジョンに基づく経営の展開に向けて、事業計画の作成をはじめとする相談への対応など、引き続き、きめ細かな支援を行います。
- いわて6次産業化支援センターのプランナー等を活用しながら、事業計画の作成や各種制度等を活用した経営の実践など、経営の発展段階に応じた支援を行い、6次産業化の裾野の拡大を図ります。
- 契約栽培の促進や地域商社の活用など新たな流通の仕組みづくりを支援します。
- 復興道路等を活用し仙台圏や首都圏への物流網の構築や、宅配事業者が複数の産地を回って集荷等を行う「共同配送システム」の拡充、県内と首都圏を結ぶ高速路線バス等を活用した「貨客混載物流システム」の本格実施等により、低コスト物流の構築を促進します。

【取組事例】いわて6次産業化支援センター

本県農林水産物の6次産業化を推進するため、「いわて6次産業化支援センター」を設置し、6次産業化に係る計画・創業・経営までのサービスを提供するなど、農林漁業者等の6次産業化の取組を総合的に支援します。

(<http://www.pref.iwate.jp/nourinsuisan/6ji/068334.html>)



(5) 食の拠点機能の強化等による地域ぐるみの取組の促進

- 6次産業化による販売額の約6割を占める産直施設の活性化については、新たな取組の実践に対して重点的に支援します。
- 食の重要な流通拠点の一つである産直施設等の誘客力と販売力の強化に向けて、宿泊施設や飲食店等への食材供給、通信販売・宅配サービス、レストランや体験農園等の多角的な取組を支援します。
- 生産者と消費者の結び付きを深めるため、地域の特徴ある「食」を核とした特産

品の開発や、多様な歴史や文化等と融合した地域ならではの食や文化を楽しむフードツーリズム※の取組を推進します。

- ・ 地域経済の好循環を創出するため、産直施設から学校給食や医療・福祉施設への食材供給などによる農林水産物の地域内消費拡大に取り組めます。

※ フードツーリズム：地域ならではの食・食文化を楽しむことを目的とした旅

【取組事例】地域特産品による新商品開発とブランド化の促進

普代村、洋野町、軽米町ではそれぞれの地域特産品（こんぶ、ほうれんそう、えごま）を使った乾麺を「いわて県北三大麺」として商品化しました。

新商品の開発を契機に、3町村の魅力を広く発信し、地域食材のブランド化に取り組んでいます。

県北3町村がタッグを組んだ

いわて県北 三大麺



【取組事例】異業種連携による地場産野菜を使用した商品開発と魅力発信

花巻市農村青年クラブと市内の温泉旅館5軒等が連携した『はなまき朝ごはんプロジェクト』では、毎月花巻産野菜の一つを共通食材に設定して各旅館で朝食を提供するほか、土産品としてパプリカのピクルスを地元食品加工業者と共同開発し、農産物を含めた魅力を発信しています。



パプリカのピクルス

「てるけんのまるごとパプリカ」

5 6次産業の取組にあたっての協働と役割分担

6次産業化を推進するため、県、市町村、関係団体とが適切に協働し、各々の役割を果たしながら、人材の育成や販路の開拓・拡大等に取り組んでいきます。

(1) 県の役割

- ア 市町村等との協働による地域ぐるみでの6次産業化の推進
- イ 6次産業化の取組拡大に向けた専門家の派遣や、交流・商談機会の提供及び拡充
- ウ 地産地消の推進・普及啓発
- エ 県産農林水産物の国内外への販路開拓等の支援
- オ 専門家の活用による経営者等のスキルアップの支援

(2) 市町村の役割

- ア 生産者等との協働による地域ぐるみでの6次産業化の推進
- イ 6次産業化の実践支援、交流・商談会等への参加支援
- ウ 地産地消の推進・普及啓発
- エ 県産農林水産物の販路開拓等の支援

(3) 生産者・団体・企業等への期待

- ア 6次産業化の実践・連携・協力、交流・商談会等への参加
- イ 地産地消の推進
- ウ 県産農林水産物の販路開拓等

6 6次産業化に対する支援施策

このプランの策定時点における国・県等の主な支援施策（2019年度予定）は、以下のとおりです。事業の詳細や活用方法等については、いわて6次産業化支援センター※などにご相談ください。

※ いわて6次産業化支援センターは、6次産業化に取り組む生産者等から寄せられる多岐にわたる相談に、ワンストップでサポートすることを目的に、岩手県中小企業団体中央会と県（流通課）が共同で、2011（平成23）年6月から設置（2018（平成30）年6月から県（流通課）が単独で設置）しているもの。

(1) 県等の支援施策

事業名	支援内容
① いわて地域ぐるみ6次産業化支援事業	○6次産業化支援チームと専門家による支援 <ul style="list-style-type: none"> 県の関係機関で構成するチームを地域ごとに立ち上げ、地域関係者と連携して商品開発等を支援 食のプロフェッショナルチームアドバイザーの登録・派遣により、アドバイスを実施
	○多様な事業者等との交流・商談機会の提供等の支援 <ul style="list-style-type: none"> 生産者と多様な事業者等との連携に向け、交流機会の提供によりマッチングを促進 県内の産地に首都圏のシェフやバイヤー等を招へいし、産地見学による理解醸成や生産者との商談を展開
② いわて6次産業化ネットワーク活動推進事業	○いわて6次産業化支援センターによる支援 （国庫事業：6次産業化地域サポート事業） <ul style="list-style-type: none"> 6次産業化の支援を目的として同センターを流通課に設置 6次産業化プランナー（計画立案や事業実施等の専門家）の登録・派遣等により、きめ細かな相談対応等を実施 ○新商品開発・販路開拓の支援 （国庫事業：食料産業・6次産業化交付金のうち「加工・直売」） <ul style="list-style-type: none"> 多様な事業者がネットワークを構築して取り組む加工・直売の取組を支援
③ いわての食財ゲートウェイ構築展開事業	○県産食材の認知度や評価を高め、首都圏飲食店等との関係を強化し、食材供給の新たな仕組みづくりを推進 <ul style="list-style-type: none"> 消費者ニーズ等に対応できる生産・販売の仕組みの検討や整備に向けた、セミナーや商談会等を実施 量販店の参画による“売れる”商品開発の仕組みの波及に向けた、新たな食材（生産者）による商品開発を実施
④ いわて希望応援ファンド地域活性化支援事業	○公益財団法人いわて産業振興センターによる支援 <ul style="list-style-type: none"> 中小企業者、特定非営利活動法人、農事組合法人等が行う、創業・起業や新商品、新技術、新役務の開発または事業化、販路開拓、及びそれに伴う市場調査・動向調査、人材養成等に対して助成（補助率や助成限度額は申請枠に応じて異なる）

⑤ いわて地域農業マスタープラン実践支援事業	<p>○ 6次産業化に必要な機械・施設の整備等を支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業実施主体自ら生産した農畜産物等を活用した食品の加工、流通、販売を一体的に取り組む場合に必要な機械、施設の整備等を支援 <p>交付率：1/2（県 1/3、市町村 1/6）、助成上限額：2,000万円</p>							
⑥ さんりく基金県北沿岸地域新商品・新サービス開発事業	<p>○ 公益財団法人さんりく基金による支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 県北沿岸地域に主たる事務所を置く事業者が行う、新商品の企画開発、既存商品の改良、販路開拓の取組に対して助成 <p>補助率：4/5以内、助成上限額：500千円</p>							
⑦ 幸せ創る女性農林漁業者育成事業	<p>○ 女性農林漁業者の視点を生かしたグループ活動を支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 女性グループによる経営力向上や高付加価値化、新たなビジネスモデルの展開等の取組に対して助成 <table border="1" data-bbox="523 775 1359 1066"> <thead> <tr> <th data-bbox="529 779 762 824">活動区分</th> <th data-bbox="762 779 1353 824">補助額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="529 824 762 972" rowspan="2">経営力向上、高付加価値化</td> <td data-bbox="762 824 1353 875">新規グループの場合、定額(200千円上限)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="762 875 1353 972">既存グループの場合、補助率 1/2 (150千円上限)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="529 972 762 1061">新たなビジネスモデル</td> <td data-bbox="762 972 1353 1061">定額 (300千円上限)</td> </tr> </tbody> </table>	活動区分	補助額	経営力向上、高付加価値化	新規グループの場合、定額(200千円上限)	既存グループの場合、補助率 1/2 (150千円上限)	新たなビジネスモデル	定額 (300千円上限)
活動区分	補助額							
経営力向上、高付加価値化	新規グループの場合、定額(200千円上限)							
	既存グループの場合、補助率 1/2 (150千円上限)							
新たなビジネスモデル	定額 (300千円上限)							

(2) 国の支援施策

ア 食料産業・6次産業化交付金のうち「加工・直売」に係るもの

(県事業：いわて6次産業化ネットワーク活動推進事業)

事業名	支援内容
加工・直売の支援体制整備事業	<p>○ 市町村等における推進体制整備・戦略策定</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 市町村等による6次産業化等に関する戦略の策定や、戦略に関する交流会の開催等を支援 <p>交付率：定額</p>
加工・直売の推進支援事業	<p>○ 加工適性のある作物導入、新商品開発・販路開拓の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 農林漁業者等が行う、新商品の開発に向けた作物導入、試作品やパッケージデザインの開発、消費者評価や商談を支援 <p>交付率：1/3以内（市町村戦略に基づく取組は1/2以内）</p>
加工・直売施設整備事業	<p>○ 加工・流通・販売に用いる施設整備の支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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融資を活用して行う、施設整備を支援 <p>交付率：3/10以内、助成上限額：1億円（中山間地農業ルネッサンス事業の地域別農業振興計画に掲載された事業及び市町村戦略に基づく事業は1/2以内）</p>

イ 6次産業化サポート事業

(県事業：いわて6次産業化ネットワーク活動推進事業)

事業名	支援内容
6次産業化中央サポート事業	○6次産業化中央サポートセンターの設置 ・6次産業化に取り組む農林漁業者等の取組の広域化や高度・専門的な課題に対応するため6次産業化プランナーを選定・派遣
	○6次産業化普及啓発委託事業 ・6次産業化の優良事例の収集・表彰、情報誌・インターネット等による情報発信、消費者と農林漁業者の交流機会の創出等を通じた普及啓発を実施

ウ 農林漁業成長産業化ファンドによる出資等の支援

農林漁業者等が主体となり、流通・加工業者等と連携して取り組む6次産業化の事業活動に対し、(株)農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)を通じて、出資等による支援を実施

- ・対象者：六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画認定事業者
- ・出資等の期間：最長15年間
- ・出資金の用途：経営に必要な用途全般(設備投資、運転資金等)

【ファンド活用のメリット】

(株)農林漁業成長産業化支援機構(A-FIVE)は、官民ファンドとして、6次産業化事業体に対し、サブファンドを経由した間接出資や、A-FIVEによる直接出資・融資など、資本の提供と経営支援を一体的に実施

- ・出資等の期間は、比較的長期間
- ・経営に必要な用途であれば、自由に使用が可能
- ・自己資本の充実により、更なる民間融資等の活用が可能

エ 国内・海外販路開拓強化支援事業費補助金(地域産業資源活用事業)

地域の優れた資源(農林水産物など)を活用した新商品・新サービスの開発や販路開拓に取り組む中小企業者に対し、市場調査、研究開発に係る調査分析、新商品・新役務の開発(試作、研究開発、評価等を含む)、展示会等の開催または展示会等への出展、知的財産に係る調査等の事業に係る経費の一部を補助

交付対象：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に基づく地域産業資源活用事業計画(開発・生産型)の認定を受けた中小企業者

補助率：1/2以内、補助上限額：500万円

7 参考資料

(1) 国庫交付金を活用した6次産業化の取組事例

取組事例	取組の経緯	商品の特徴	販売の工夫
株式会社岩手 ファーマーズ ミート (奥州市)	ブランド牛の生産・加工・販売一貫体制の構築（ハンバーグ、ソーセージ、味付焼肉等）	高鮮度維持急速冷凍技術による肉の凍結及び解凍技術を確立し、ブランド牛をベストな方法で提供	焼肉用、ステーキ用、すき焼き用など様々な商品を直販、小売等で販売。オリジナルの小分けパック商品を開発し、ギフト商品として販売
遠野市六次産業化・地産地消協議会 (遠野市)	わさびを活用した新商品の開発と、遠野の特産品と観光資源を組み合わせた販路開拓	市特産のわさびを使用したディップソースを開発。本商品に続き、わさびを使用したウインナー、コロケ、ジェラートなどの商品を開発	協議会構成員である遠野ふるさと公社が運営する観光施設を中心に販売。外食産業への商品提案を継続するため、チラシを作成
有限会社ゲーム (久慈市)	米粉、リンゴジュースの搾りかすを活用した新しいペットフードの開発に向けた農業者と和菓子業者とのネットワークを形成	無肥料、無農薬のリンゴや米を使用した無添加のドッグフードを開発。数種の犬による試食を行い形状、硬さ等を改良	健康・食意識の高い飼い主をターゲットに、ネットショップ、ペットショップ及び一部の書店で販売

注：平成27年度以降に国庫交付金を活用した取組事例である。

(2) 県内における6次産業化の取組事例

県内の取組事例では、①無理な投資をしない生産体制の整備及び拡大、②地域の伝統・文化や消費者等のニーズを生かした商品づくり、③生産者の思いやこだわりを共有できる取引先との関係構築などが、共通する成功のポイントとして挙げられます。

【取組事例】地域内での6次産業化の取組

- ① 農事組合法人おきたま農産では、同法人で生産した大豆を使用し、同法人内の加工部会（工房あらたま）で味噌、麴の製造販売を行っています。工業技術センターや6次産業化支援センターのプランナーを有効に活用し、技術の向上を図り、年間約3tの味噌を地域内外で販売しています。
- ② 農事組合法人アグリ平泉では、小麦の生産を行い、直営パン屋で手作りパンの製造販売や自社ワイナリーでのワイン醸造に取組むとともに、ライス・アート等のイベントを定期的で開催するなど、地域活性化に貢献しています。

【取組事例】地域が一丸となった6次産業化

金ヶ崎町西根和光地区で設立されたグラスヒル和光は、加工・販売施設「牧草の丘」を同地区内に整備し、和光産生乳100%で自家生産したジェラートの加工・販売を行っています。和光の生乳は「7日目のミルク（牛が分娩してから7日目の朝に絞ったもので、濃厚でコクがある）」を売りにしています。施設のスタッフとして地元住民の雇用や地区としてのブランド確立も視野に入れており、地域住民が一体となって活躍できる組織を目指します。

【取組事例】学生による農水産物を使った加工品等の開発について

宮古地域の農林水産物の更なる認知度向上を図ることを目的に、高校生と大学生が宮古地域の特徴的な農産物と水産物を使った加工品開発に取り組んでいます。

学生が様々な加工品の案を出し合い、試作・検討の結果、「さば缶（りんご、しそ、わさび、しいたけ味）」の4種類と「ほおずきプリン」を考案しました。

さば缶については、イベント等で試食アンケートを実施。一番好評価であった山田町の原木しいたけを使った「さばしいたけ缶」を岩手県水産加工品コンクール等に出品しました。また、岩泉町の食用ほおずきを使った「ほおずきプリン」は、(株)砂田屋と(有)早野商店の協力により、期間限定で販売しました。



さばの缶詰



ほおずきプリン

(商品名：ほおずきんちゃんぷりん)

【取組事例】各種イベント開催を契機とした取組

沿岸地域においては、三陸沿岸道路等の開通や宮古～室蘭間のフェリー定期便就航に加えて、三陸鉄道の久慈～盛間の一貫運行が予定されるなど、広域交通ネットワークの整備が着実に進んでいます。

こうした中、平成 31 年度には、三陸防災復興プロジェクト 2019 やラグビーワールドカップ 2019TM 釜石開催により、国内外から多くの来訪者が見込まれています。

この好機を捉え、道の駅や産直施設を「おもてなし拠点」及び「復興の情報発信基地」として位置づけるとともに、各店舗自慢の逸品づくりを支援し、誘客力の強化による販売拡大とお客様の満足度向上を目指しています。平成 30 年度は、広域振興事業「いわて三陸輝く食の街道づくり推進事業」により、既存商品のブラッシュアップや新商品の提案を行う料理講習会を管内 3 地域で開催しました。

参加した 7 店舗のうち「たのはた食堂」（「道の駅たのはた」内にある「産直プラザ思惟大橋」に隣接）では、「きらずだんち」の改良版を発売したほか、他の店舗も新年度からの販売を目指し、商品化の準備を進めています。



●きらずだんち（改良版）

おから（＝きらず）と小麦粉を混ぜて作った団子（「だんち」）を串に刺し、みそダレを付けて焼いたもの

(3) 6次産業化フォローアップ調査の結果（2018（平成30）年11月調査）

ア 調査対象

平成30年11月末時点の総合化事業計画認定事業者（以下「認定事業者」という。）、平成21～29年度に県委託事業を受託した事業者（以下「委託事業者」という。）

イ 回答者数

108事業者のうち58事業者（回答率：53.7%）

ウ 主な調査結果

○ 6次産業化に取り組んだ感想

「うまくいった」または「ある程度うまくいった」が67.2%、「あまりうまくいかなかった」または「うまくいかなかった」が27.6%となっている。

回答	回答者数					
	認定事業者		委託事業者		全体	
うまくいった	3	12.0%	5	15.2%	8	13.8%
ある程度うまくいった	15	60.0%	16	48.5%	31	53.4%
あまりうまくいかなかった	2	8.0%	6	18.2%	8	13.8%
うまくいかなかった	2	8.0%	6	18.2%	8	13.8%
どちらとも言えない	3	12.0%	0	0.0%	3	5.2%
	25	100.0%	33	100.0%	58	100.0%

※ 認定事業者かつ委託事業者である者は、認定事業者として計上（以下同じ）

○ 6次産業化に取り組んで良かったと思う点（複数回答可）

「商品開発や販路拡大につながった」が最も高く48.3%、「新たに様々な事業者等とネットワークができた」が39.7%、「経営への意識・意欲向上につながった」が32.8%などとなっている。

回答	回答者数					
	認定事業者		委託事業者		全体	
売上が増え、経営の安定につながった	9	36.0%	8	24.2%	17	29.3%
商品開発や販路拡大につながった	14	56.0%	14	42.4%	28	48.3%
新たに様々な事業者等とネットワークができた	11	44.0%	12	36.4%	23	39.7%
雇用の拡大につながった	5	20.0%	8	24.2%	13	22.4%
経営への意識・意欲の向上につながった	9	36.0%	10	30.3%	19	32.8%
その他	1	4.0%	1	3.0%	2	3.4%
	49	—	53	—	102	—

○ 6次産業化に取り組んでうまくいかなかった点（複数回答可）

「事業に取り組む人材が確保できなかった」が最も高く 43.1%、「販路の確保が難しかった」が 36.2%、「設備投資などへの資金が調達できなかった」が 25.9% などとなっている。

回答	回答者数					
	認定事業者		委託事業者		全体	
本業（生産）に手が回らなくなった	4	16.0%	8	24.2%	12	20.7%
加工技術・ノウハウが足りなかった	5	20.0%	4	12.1%	9	15.5%
販路の確保が難しかった	8	32.0%	13	39.4%	21	36.2%
事業に取り組む人材が確保できなかった	10	40.0%	15	45.5%	25	43.1%
設備投資などへの資金が調達できなかった	5	20.0%	10	30.3%	15	25.9%
その他	5	20.0%	2	6.1%	7	12.1%
	37	—	52	—	89	—

○ 6次産業化の取組を成功させるためのポイント（複数回答可）

「事業・経営を行う人材の確保・育成」が最も高く 37.9%、「販路の開拓・確保」が 46.6%、「事業ビジョン・事業計画等の明確化」が 37.9% などとなっている。

回答	回答者数					
	認定事業者		委託事業者		全体	
事業ビジョン・事業計画等の明確化	12	48.0%	10	30.3%	22	37.9%
生産体制の構築（設備投資、商品の安定供給等）	8	32.0%	11	33.3%	19	32.8%
商品開発・加工・販売等のノウハウ	9	36.0%	11	33.3%	20	34.5%
加工・販売事業者等とのネットワーク	3	12.0%	4	12.1%	7	12.1%
販路の開拓・確保	10	51.5%	17	51.5%	27	46.6%
事業・経営を行う人材の確保・育成	15	54.5%	18	54.5%	33	56.9%
事業資金の調達	6	30.3%	10	30.3%	16	27.6%
その他	0	9.1%	3	9.1%	3	5.2%
	63	—	84	—	147	—

○ 6次産業化の取組の今後の展開

「拡大したい」が最も多く43.1%、「現状維持」が36.2%、「事業の中止・廃止」が、17.2%、「事業縮小」が3.4%となっている。

回答	回答者数					
	認定事業者		委託事業者		全体	
拡大したい	13	52.0%	11	35.5%	25	43.1%
現状維持	9	36.0%	13	41.9%	21	36.2%
事業の縮小	1	4.0%	1	3.2%	2	3.4%
事業の中止・廃止	2	8.0%	6	19.4%	10	17.2%
	25	100.0%	31	100.0%	58	100.0%