

農林水産省農林水産政策研究所編

6次産業化の論理と展開方向

バリューチェーンの構築と
イノベーションの促進

農林水産省農林水産政策研究所 2015.1. 110p.

1. 本書の主題と構成

本書の背景には、日本の農林水産業・農山漁村は、総じて、農林水産物価格の低迷等による所得の減少、高齢化や過疎化の進展および耕作放棄地の増加により厳しい状況に直面しており、その再生・活性化のカギとして、現在6次産業化が進められていることがある。

本書は、農林水産政策研究所の6次産業化に関する研究成果を一部まとめたものである。特に、6次産業化の取り組みについて、関連する専門分野における先行研究を踏まえながら理論的な検討、概念の整理を行い、実際に日本国内での政策、多様な展開やその動向についても整理、分析を行っている。また、今後の6次産業化のさらなる推進に向けての、地域ぐるみによる取り組みのための「情報・知識の交流・共有・蓄積」等を推進させる仕組みづくりの重要性について指摘している。

2. 本書の目次

「第1章 6次産業化の基本的なとらえ方」

「第2章 6次産業化に関連する主な概念等の整理」

「第3章 6次産業化政策の概要」

「第4章 6次産業化の理論的整理」

「第5章 6次産業化の取組状況とタイプ分けの基本的視点」

「第6章 6次産業化と地域ブランドの構築」

「第7章 6次産業化のさらなる推進に向けて」

3. 各章の主要な内容

本書は7章構成になっており、第1章「6次産業化の基本的なとらえ方」では、本書で用いられる「6次産業化」の定義について整理が行われている。その定義は「農林漁業者が、自ら、または、2次産業事業者、3次産業事業者と連携して、農林水産物・景観・文化等の地域資源に付加価値を付けながら消費者・実益者につながり、その収益部分のより多くを農林漁村地域にもたらし、所得と雇用を確保し、活力ある地域社会の構築を図ろうとする取り組み」であるとしている。

なお、6次産業化のとらえ方に関連して、顧客価値、バリューチェーンおよび「情報・知識の交流・共有・蓄積」についての簡単な補足説明がなされており、本書における基本的な考え方を示す章になっている。

第2章「6次産業化に関連する主な概念等の整理」は、幅広い概念を持つ6次産業化に対して、その用語が生まれる以前からのさまざまな活動や、政策、研究における概念についての整理が行われている。

1980年代後半以降に登場した6次産業化に関連する概念として、「農業の6次産業化（1次産業×2次産業×3次産業＝6次産業）」、「農村複合化」、「農村マーケット化」、「地域内発型アグリビジネス」、「農商工連携」および「食料産業クラスター」を取り上げて、それぞれの主要点や特徴を提示している。

第3章「6次産業化政策の概要」では、農林水産政策における6次産業化政策は「需要と供給をつなぐバリューチェーンの構築」において、

農林水産物・食品の付加価値向上を図るための重要な取り組みとして位置づけられていることを明らかにし、近年の主な施策の概要を説明している。

主な施策として①「六次産業化・地産地消法」の施行と総合化事業計画、②6次産業化プランナー制度、③産業連携ネットワーク、④農林漁業成長産業化ファンドの4つをあげている。

第4章「6次産業化の理論的整理」においては、6次産業化（統合、連携）を考える上に必要とされる垂直的な事業活動（商品の生産、加工、流通、販売等）に関わる一連の事業活動「段階」および企業間の「連結の仕方」の特徴等の要点について、バリューチェーンの形成等に関連させながら、説明を加えている。

また、6次産業化の特徴と農業サイドの所得増加に向けた取り組みの必要性和、イノベーションを誘発しやすい仕組みとしての6次産業化、6次産業化の特徴を踏まえた流通システムとしての「川上主導型バリューチェーン」の必要性和、流通組織化についての検討が行われている。

第5章「6次産業化の取組状況とタイプ分けの基本的視点」においては、農業センサス（2005、2010年）、6次産業化総合調査（2010、2011、2012年度）、農産物地産地消等実態調査（2009年度）、農村女性による企業活動実態調査（1997～2012年）による6次産業化の特徴をあげている。

なお、それぞれの取組状況のタイプを3つの視点で分けることが出来るとしている。1つ目は、「産業・ビジネス志向」か「地域・コミュニティ志向」かという「事業の方向」という視点である。2つ目に消費者・実需者への商品販売・サービス提供の方法、すなわち価値実現の方法

としての「顧客との接点」という視点である。3つ目に「顧客との接点に商品・サービスを供給する仕組み」という視点である。

それぞれのタイプ分けの視点から見た代表的な4つの事例によるケーススタディを行っている。

また、プラットフォーム的な視点から見た代表的な事例として3つをあげてケーススタディを行っている。

第6章「6次産業化と地域ブランドの構築」では、「ブランド」と「地域ブランド」とはどのようなものであるかの説明を行った後に、「地域ブランドの特徴」をあげ、6次産業化における地域ブランドの重要性について言及している。

次に、地域ブランド（産品ブランド）の構築方法のためには、地域性と関連付けたブランド価値の明確化と品質等の特性を伝え、その内容を保証するシステムの構築が必要であるとしている。さらに、地域ブランドを構築していくためには、ブランドの企画段階、流通段階、生産段階等の各段階において様々な取り組みが必要であるとし、確立後も維持・発展のためには継続的なブランドの管理や取組の検証・フィードバック等が必要であると指摘している。

なお、品質管理の一手法としての特定農林水産物等の名称の保護に関する法律の活用を指摘している。

また、地域ブランドの構築だけでなく、地域全体のイメージと個別の地域ブランドは密接に関連しており、地域資源のブランド化から地域全体のブランド化の必要性和とその取組事例の特徴について言及されている。

第7章「6次産業化のさらなる推進に向けて」においては、バリューチェーンの構築とイノベーションの推進のためには、地域ぐるみの取

り組みの促進が必要であるとし、プラットフォームの構築の必要性について言及している。

4. 本書の貢献

本書の最大の貢献は、これまで野放図に使われてきた6次産業化という用語にいての先行研究、理論的検討を加え、その整理を行い、今後の6次産業化の取り組みに対しての方向性を示したことであろう。

しかし、サブタイトルになっている「バリューチェーン」「イノベーション」についてはあまり言及されておらず、それに対する理解が若干曖昧な点が見受けられる。

6次産業化を進めるにあたっては、その取組主体である組織（農家、集落営農法人等）の経営活動や、経営戦略、事業の仕組みの視点からの研究も必要ではないだろうか。

もっとも、6次産業化について学ぶにはとても有効な本であることには間違いはないだろう。

（別府大学国際経営学部専任講師 森 宗一）