

世の中で話題になっているニュース等について知り、考えるためのヒントを得られるような資料情報をご紹介します。

6次産業化

最近の新聞記事から

「漁業6次化で価値創造 徳島、市場2割拡大」(日本経済新聞 2021年11月6日) 朝刊 1面

「(数字は語る) 2万3650カ所 全国の農産物直売所 売る・食べる・届ける、増す役割」

(朝日新聞 2022年2月22日) 朝刊 東京B 20面

もともとは農業経済学者の今村奈良臣氏が提唱した「6次産業化」。農林水産業(第1次産業)を営む主体が、食品加工(第2次産業)や流通・販売(第3次産業)まで手掛けることで、これまで第2次・第3次産業の事業者が得ていた付加価値を第1次産業従業者が得ることができ、農林水産業及び農山漁村の活性化を図ることで。現在では、より広義に第1次産業と第2次産業・第3次産業との積極的な連携による事業展開を指します。

平成22年には「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」(六次産業化・地産地消法)が公布され、各地で様々な取組が行われています。

書名・記事名	出版情報・サイト情報等
農林漁業の6次産業化	農林水産省 https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika.html Web情報
農山漁村の所得の向上や雇用の確保を目的とする、農林漁業の6次産業化についての事例や制度等に関する情報を掲載する農林水産省のページ。「六次産業化・地産地消法」と関連する法情報や支援などの政策についての情報、6次産業化の取組事例集や商品化事例集、6次産業化フリーペーパーも掲載している。	
6次産業化総合調査報告 令和元年度	農林水産省大臣官房統計部 2021 中央: 61177/3/19 図書 Web情報
農業者、漁業者による農水産物の生産関連事業による所得の増大をもたらす取組を総合的に調査し、これらの取組に伴う所得の向上、雇用確保の状況等を明らかにすることを目的とした調査報告。農業、漁業共に盛んな千葉県では、この統計で直売所数を見ると農産物直売所数は全国トップであるが、水産物直売所数はそれほど多くないことなどがうかがえる。ウェブ上でも農林水産省ホームページで 閲覧可能 。	
農林漁業の6次産業化に関する政策の現状と課題 農林漁業の6次産業化の推進に関する政策評価を踏まえて	上原啓一『立法と調査』(No.416 2019.10) p108-119 中央 雑誌 Web情報
「農林漁業の6次産業化の推進に関する政策評価」(総務省 2019)を踏まえつつ、関連政策の現状と課題について述べている。政府目標としている市場規模の達成が困難であることや、事業内容の多様性の乏しさなどの課題を挙げる。ウェブ上でも参議院ホームページで 閲覧可能 (PDF 1,307KB)。	

<p>「結農」論 小さな農家が集まって70億の企業ができた</p>	<p>木内博一著 亜紀書房 2016 中央：CA61/3 東部：C6116/5 図書</p>	
<p>千葉県香取市の農事組合法人「和郷園」を立ち上げた著者が自らの経験から6次産業化について語る。都市農村交流事業やリサイクル事業、培ったノウハウを提供するナレッジ事業までを展開する。農家は、ただ作物を生産するだけでなく、消費者のニーズを知り、分析するマーケット・インの考え方を持つことの必要性を説き、経営という視点を持つことが大事であると語る。</p>		
<p>農の6次産業化と地域振興</p>	<p>熊倉功夫監修 春風社 2015 東部：61177/5 図書</p>	
<p>文化財として、あるいは経済学・経営学及び心理学的視点から、農の6次産業化について考察していく。第3章では、静岡県での地域振興に資する具体例として、総菜屋による農業参入、福祉事業所による6次産業参入、獣害をもたらしていたシカの肉を活用した6次産業参入、養豚業者によるNPO法人の立ち上げと6次産業への取組などを紹介する。</p>		
<p>農業への企業参入 新たな挑戦 農業ビジネスの先進事例と技術革新</p>	<p>石田一喜ほか著 ミネルヴァ書房 2015 東部：6117/157 図書</p>	
<p>規制緩和と技術革新により急速に加速する企業による農業参入。株式会社ローソンは取り扱う生鮮野菜の品質と安定供給のために、千葉県にローソンファームの第1号を展開した。他に、カルビー株式会社やカゴメ株式会社の事例を取り上げ、マーケティングのノウハウや加工・販売チャネルを持つ企業の農業への参入事例を紹介する。</p>		
<p>農と食と地域をデザインする 旗を立てる生産者たちの声</p>	<p>長岡淳一・阿部岳著 新泉社 2019 西部：61177/3 図書</p>	
<p>6次産業化におけるデザインは、商品パッケージによる消費者への訴求効果のみならず、ロゴマークなどによるブランド化で、生産者のモチベーションをも向上させるとする。1次産業をデザインから支援することを使命に掲げ、「なぜ農と食と地域にデザインが必要なのか」というテーマについて生産者や加工業者12人へのインタビューを収録している。</p>		
<p>漁業の6次産業化と連携の経済性</p>	<p>『フードシステム研究』(第24巻4号 2018) p340-361 https://www.jstage.jst.go.jp/browse/jfsr/24/4/_contents/-char/ja Web情報</p>	
<p>農畜産業に比べて、6次産業化が遅れている漁業。表記テーマで開催された2016年度フードシステム学会秋季研究会から、「漁業の6次産業化と連携の経済的諸原理」「漁業の6次産業化とビジネスモデル」「漁業の6次産業化と域内連携」の3つの報告を収録し、連携というキーワードから漁業の6次産業化を取り巻く課題などを考察する。</p>		