

2019 年社会構築論系
地域・都市論ゼミ2 ゼミ論文

農山村における6次産業化の可能性を考える

主査 浦野正樹教授

早稲田大学 文化構想学部
社会構築論系 4年

浦野ゼミナール所属
1T150240-1 小野優華

目次

序章

序-1 研究動機	4
序-2 問題意識	4
序-3 研究方法	5
序-4 論文構成	5

1章 農山村について

1-1 農山村とはどのような地域か	6
1-2 経済発展と農山村の変化	7
1-3 農山村地域の現状	
1-3-1 全国の農山村地域の現状	8
1-3-2 対象地域の現状	10

第2章 6次産業に関する先行研究

2-1 6次産業とは何か	16
2-2 6次産業の現状と支援体制	17
2-3 6次産業の分類	
2-3-1 6次産業のタイプ分け	22
2-3-2 6次産業化のタイプ分けと代表事例	24
2-4 考察	26

第3章 愛媛県今治市「さいさいきて屋」の取り組み

3-1 さいさいきて屋ができるまで	
3-1-1 JAおちいまばりについて	28
3-1-2 さいさいきて屋の開設	28
3-2 さいさいきて屋の取り組み	
3-2-1 さいさいきて屋について	30
3-2-2 さいさいきて屋の取り組み	30
3-3 取り組みの成果	34
3-3 さいさいきて屋の特徴	36

第4章 広島県世羅町「6次産業ネットワーク」の取り組み

4-1 6次産業ネットワークができるまで	39
4-2 6次産業ネットワークの取り組み	
4-2-1 6次産業ネットワークの全体像	40
4-2-2 6次産業ネットワークの取り組み	41
4-3 取り組みの成果	43
4-4 世羅町農業の展開にみる特徴	45

第5章 6次産業化の可能性

5-1 新たな地域コミュニティの創出	
5-1-1 集落とその機能	47
5-1-2 6次産業化の取り組みによる新たな地域コミュニティの創出	48
5-2 地域内経済の循環	50
5-3 農山村における地域住民主体の6次産業化の取り組み	54

終章

終-1 本論文のまとめ	57
終-2 本論文の図式化	58
終-3 謝辞	59
参考文献／URL	60

序章

序-1 研究動機

筆者は祖父母が地方に住んでおり小さい頃から毎年行っていたが、行く度に商店街の店が減っていたり、財政難により路線バスが廃止されるなど地域が衰退していく様子を肌で感じていた。また祖父母からは「若い人がみんな出ていってしまい、周りはみんな高齢者ばかりでまちに元気もなくなってしまった」という話をよく聞いていたため、地方をこれ以上衰退させないそして地域に活気を取り戻すためにはどうすればいいのだろうかと思い始め、様々な文献を読んで見た。

その中でたまたま目にしたのが6次産業化の取り組みだった。ネットで調べてみると農林水産省のサイトには様々な成功事例があり、さらに6次産業化がいかに地方の産業、経済そして社会の活性化に有効かが書かれており筆者は6次産業化が地域活性化の一助になり得るのではないかと期待を持った。そこで成功事例として載っていた農山村に行ってみたのだが、実際に行ってみて感じたのは6次産業化の取り組みは地域には確実に好影響をもたらしているものの、サイトに載っている程の効果はないということであった。

とは言っても地方といっても一括りには言えずまた6次産業化の取り組み方も様々な方法があるため地域の特徴や6次化への取り組み方によって影響の差があるのは当然のことである。そこで筆者は国内で特に過疎化が進んでいる「農山村」に焦点を当てて、6次産業化の取り組みが地域にどのような影響をもたらすかについて研究したいと考えた。

序-2 問題意識

農林水産省の「農林業センサス(2015)」によると1995(平成7)年には414万人いた日本の農業就業人口は2015(平成27)年には209万人まで減少している。2010(平成22)年は260万人であったため、この5年間に51万人減少している。農業就業人口の平均年齢を見ても1995(平成7)年には59.1歳であったが2015(平成27)年には66.4歳にまで高齢化が進み、2010(平成22)年の65.8歳と比較しても0.5歳ほど高齢化が進んでいる。さらに耕作放棄地の推移を見ると1995(平成7)年に24.4万haであった耕作放棄地は2015(平成27)年には42.3万haまで増加しており、2010(平成22)年の39.6万haから比較してもこの5年間で2.8万ha増加している。

ここから日本の農業は生産者の高齢化が進み、農作業が困難となり、耕作放棄地が増える、という悪循環に陥っているということが分かる。こうした厳しい環境の中で<農業>が地域の基幹産業である農山村では経済活動が停滞し、安定的な所得を確保できる就業機会が著しく限定されつつある。

このような中、6次産業の取り組みが農山村の厳しい現状を改善する方策になるのではないかと注目されている。6次産業化とは、農林水産物の生産(1次)のみに従事していた農林漁業者が加工(2次)、販売(3次)に取り組むことである。農林漁業者が6次産業化に取り組むことで、農林漁業が「儲からない産業」から「魅力的な産業」へと変わり、ひいては農山村地域の活性化繋がっていくことが期待されている。

本論文では、農山村における6次産業化の取り組みはいかにして可能になるか、そして地域にどのような影響をもたらすのかについて考察していきたい。

序-3 研究方法

本論文の目的は、農山村における6次産業化の取り組みが地域にどのような影響をもたらすかについて考察していくことである。主に過去に発行された雑誌や書籍などの文献を利用する。さらに6次産業の形成の過程と成功要因を分析し、他の地域が6次産業化に取り組む際の一助となることを目指す。

本論文では、地域の多様な主体が6次産業化に取り組む拠点として機能している愛媛県今治市「さいさいきて屋」、地域内にネットワークを形成して6次産業化に取り組んでいる広島県世羅町「6次産業ネットワーク」の事例を研究対象とする。

序-4 論文構成

第1章では農山村とはどのような地域であるかを定義した上で、農山村が直面している現状について見ていく。その上で6次産業化の取り組みが地域農業の課題解決のみならず、地域コミュニティの再生、さらに地域産業および地域経済の活性化等にも繋がっていき、地域が抱える厳しい現状を改善する可能性を持っていることを確認する。

第2章では6次産業化の概念や体制、そして現在の国内での取り組み状況について記述する。次に6次産業化の取り組みの類型化を行い、どのタイプの取り組み方が最も有効であるかを考察する。

第3章、第4章では具体的事例を見ていく。第3章では愛媛県今治市「さいさいきて屋」、第4章では広島県世羅町「6次産業ネットワーク」の事例を取り上げる。まずそれぞれの地域特性と6次産業化に到るまでの経緯を確認したのち、各事例の取り組みの内容と成功要因について分析する。

第5章では第3章、第4章の事例を参考にしながら農山村における6次産業化の取り組みはいかにして可能になるか、そして地域にどのような影響をもたらすのかについて考察していく。

第1章 農山村の歴史と現状

本章では農山村とはどのような場所なのか、日本ではどのような位置づけにある地域なのかを確認した上で国内の戦後の歴史を振り返りつつ、農山村における変化と現状について考察していく。

1-1 農山村とはどのような地域か

農山村とはどのような地域か『大辞林』で引いてみると、「農村と山村」と説明されている。そこで辞書で両者の意味を調べてみると「農村」は「農業が大部分を占める村落」そして「山村」は「山間の村」と記されている。したがって『大辞林』を参考にすると、①農林業従事者の割合が高い、②山林が多い、という2点の特徴を持った地域が「農山村」とであると定義付けることができる。

しかしこの定義づけでは不明瞭であるため本稿では農林統計上、農山村を示す「中山間地域」を参考にしたい。

中山間地域とは、1990(平成2)年に農林統計上で導入された「農業地域類型区分」という概念の都市的地域、平地農業地域、中間農業地域、山間農業地域という4つの区分のうち中間農業地域と山間農業地域を合わせて、通称された地域を指す(図1)。

「中間農業地域」とは林野率が概ね50~80%で、耕地は傾斜地が多い地域であり「山間農業地域」とは林野率が高く、耕地率が低い地域である。本稿では農山村を<中間農業地域と山間農業地域を合わせて、通称された地域>と定義づけて、論理を展開していく。

農業地域類型	基準指標
都市的地域	○可住地に占める DID 面積が 5%以上で、人口密度 500 人/km ² 以上、または DID 人口 2 万人以上の市町村および旧市区町村 ○可住地に占める宅地等率が 60%以上で、人口密度 500 人/km ² 以上の市区町村および旧市区町村。ただし林野率 80%以上のものは除く
平地農業地域	○耕地率 20%以上かつ林野率 50%未満の市区町村および旧市区町村。ただし傾斜 20 分の 1 以上の田と傾斜 8 度以上の畑との合計面積が 90%以上のものを除く ○耕地率 20%以上かつ林野率 50%以上で、傾斜 20 分の 1 以上の田と傾斜 8 度以上の畑の合計面積の割合が 10%未満の市区町村および旧市町村
中間農業地域	○耕地率が 20%未満で「都市的地域」および「山間農業地域」以外の市区町村および旧市区町村 ○耕地率が 20%以上で「都市的地域」および「平地農業地域」以外の市区町村および旧市区町村
山間農業地域	○林野率 80%以上かつ耕地率 10%未満の市区町村および旧市区町村

図1：農業地域類型区分

出典：農林水産省「農業地域類型について」

1-2 経済発展と農山村の変化

日本は高度経済成長で、重化学工業を中心とする経済構造の高度化を進めた。都市の企業では先進技術の導入などによって製品の品質を向上させ、さらに終身雇用・年功序列賃金の日本的経営によって価格の抑制を行うことで国際競争力を高めていった。

こうした工業化の進展には多くの労働者を必要とし集団就職などに見られるように農山村から都市へと大規模な人口移動をもたらした。結果、1960年代後半には大都市の「過密」と農山村の「過疎」が社会問題として顕在化することとなった。都市部では急激な都市化・工業化による環境問題に加えて、住宅難や交通難といった社会資本の混雑現象が大きな問題となった。一方で農山村は人口の著しい減少によって消防員が減ったり、学校の維持が難しくなるなど防災、教育、保健等の地域社会の〈基礎的な条件〉を満たすことが困難となっていった。農山村ではこのような厳しい状況下で、今後どのように一定の生活水準を維持していくかが課題となった。

さらに、農山村では都市部への食料の安定供給のために田植え機やコンバイン等の農業機械を導入したり、化学肥料や農薬を活用するなどの生産力向上を重視した政策が行われ、以前のような労働力を必要としなくなっていった。この状況が農山村の若年層の〈都市部への流出〉を加速させ、地域の第1次産業の従事者数は年々減少すると共に担い手の高齢化も進んでいった。

こうした経済発展による日本社会の変化はデータに顕著に現れている。図2は日本全体の産業別の就業者人口の推移を示したものである。下図を見ると、第1次産業就業人口の割合は低下を続けているが特に減少のスピードが激しいのは1960年以降の高度経済成長期に重なっている。

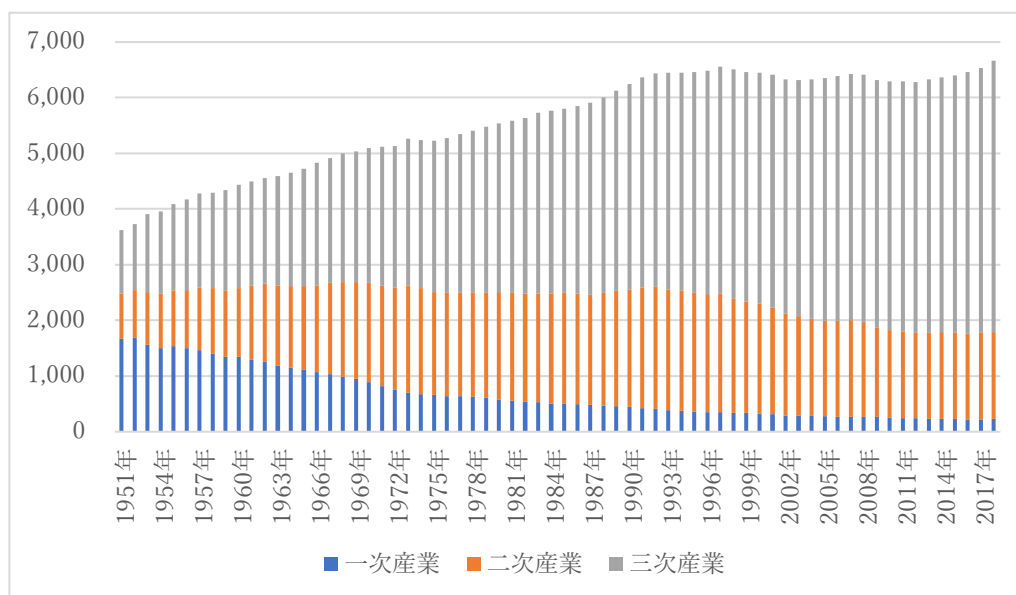


図2：産業別就業者数の推移 第1次～第3次産業 1951年～2017年 年平均
出典：総務省「労働力調査」を基に作成

1-3 農山村地域の現状

1-3-1 全国の農山村地域の現状

1-2 では高度経済成長期以降の日本社会の変化に伴って、都市と農山村がどのように変わっていったかを述べた。本項では農山村の(1)人口構成、(2)地域産業の現状について見ていく。

(1)農山村地域の人口構成

まず農山村における年齢別の人口構成を見ていく。平成 2010(平成 22)年における年齢別の人口構成を農業地域類型別にみると、中間農業地域・山間農業地域はともに 5 年の間に 65 歳未満の割合は減少する一方で 65 歳以上の割合は増加している。特に山間農業地域における 65 歳以上の人口割合(高齢化率)は 35%と高く、他の農業地域に比べて高齢化が顕著に進んでいることが分かる(図 3)。

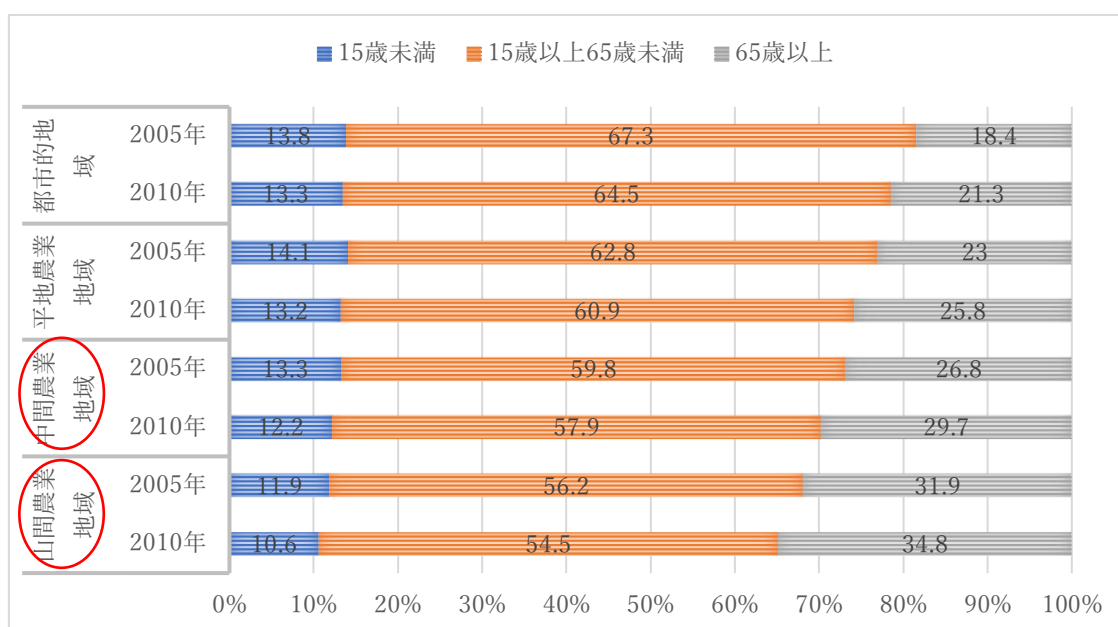


図 3：農業地域類型別に見た総人口の推移

出典:総務省「国勢調査(2010)」を基に作成

(2)農山村地域の産業

次に農山村の地域住民が従事している仕事について見ていきたい。下図を参照すると、中間農業地域、山間農業地域において就業者が多い産業区分は「サービス業」「製造業」「農林漁業」「卸売業・小売業」の順となっている。特に、農林漁業、製造業、建設業は、都市的地域に比べて農村地域における就業者の割合が高く、これらの産業は農村地域の経済や雇用において重要な位置にあることが分かる(図4)。

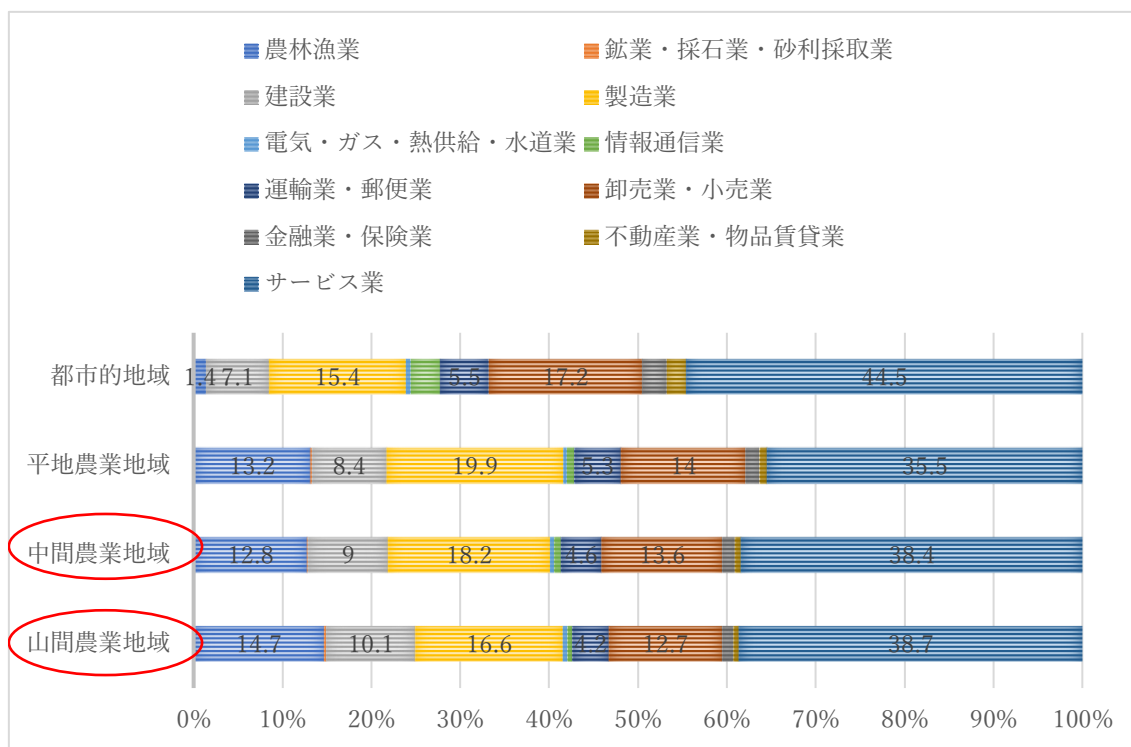


図4:農業地域類型別の就業者数の割合
出典：総務省「国勢調査(2010)」を基に作成

1-3-2 対象地域の現状

1-3-1 で農山村地域の現状について整理したが、ここでは本稿で扱う愛媛県今治市、広島県世羅町の現状について考察していく。

愛媛県今治市

<土地利用> 2017年

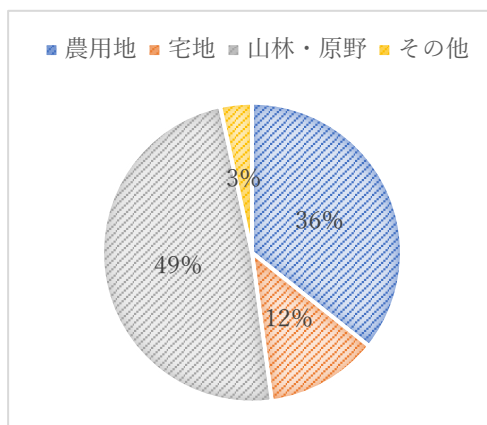


図 5:土地利用

林野率 49%、耕地率 12%であることから「中間農業地域」に該当する。

<人口及び世帯数の推移> 1980年～2015年

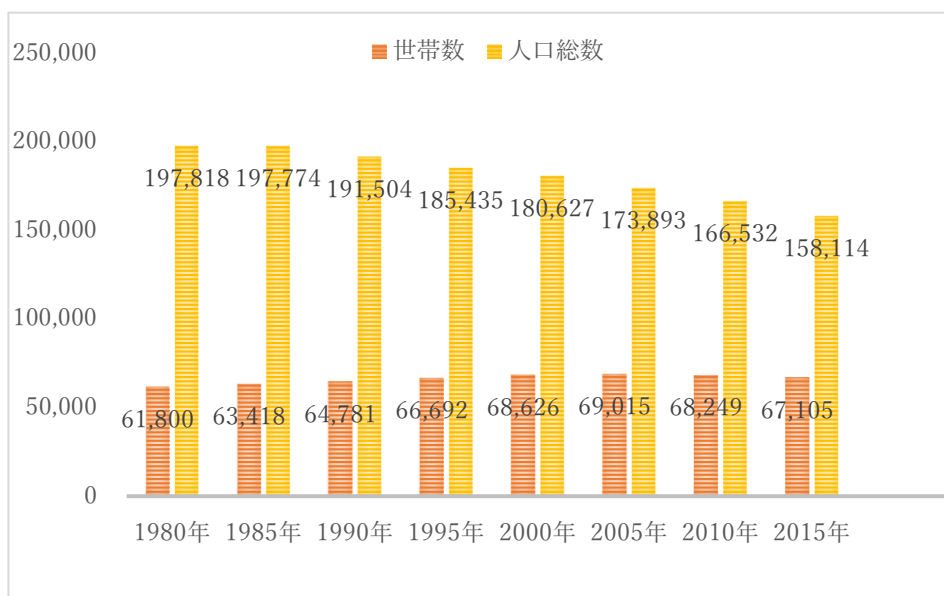


図 6:人口及び世帯数の推移

1980(昭和 55)年から 2015(平成 27)年までの人口及び世帯数の推移を参照すると、世帯数は 2005 年をピークに減少傾向にある。また人口総数は 1980 年以降減少し続けている。

<年齢構成> 2010年・2015年 比較

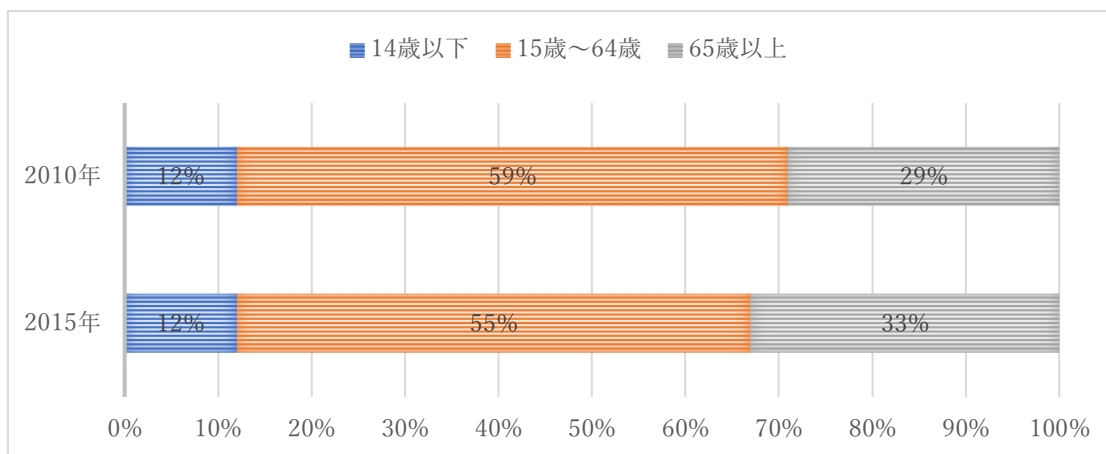


図 7:年齢構成

2010(平成 22)年と 2015(平成 27)年の年齢構成を比較すると、約 5 年間で 14 歳以下の割合に変化はないものの、15～64 歳までは約 4%減少しているのに対して 65 歳以上は約 4%増加している。2015(平成 27)年の 65 歳以上の人口割合(高齢化率)は 33%となっており、これは前項で見た通り、都市的地域や平地農業地域よりも高い割合である。

<産業構成> 1990年～2015年

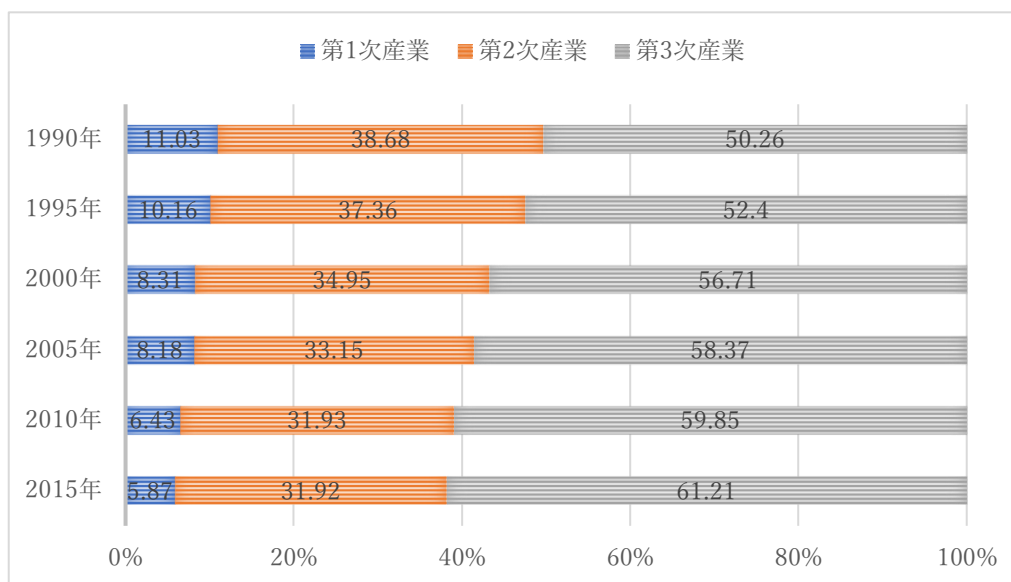


図 8:産業構成

1990(平成 2)年から 2015(平成 27)年までの産業構成の推移を参照すると、第一次産業は減少し続けており 2015(平成 27)年には 5.87%になっている。

<農業従業人口 構成> 2015 年

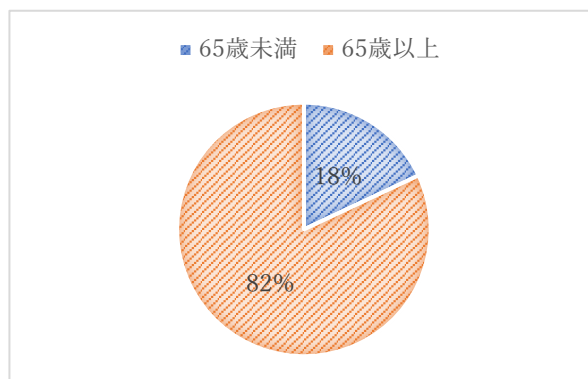


図 9：農業従業人口 構成

2015(平成 27)年の農業従業人口の年齢構成を参照すると、65 歳以上が 82%を占めている。

(図 5～図 9 愛媛県今治市情報政策課「平成 29 年度今治市統計」を基に作成。)

広島県世羅町

<土地利用> 2017 年

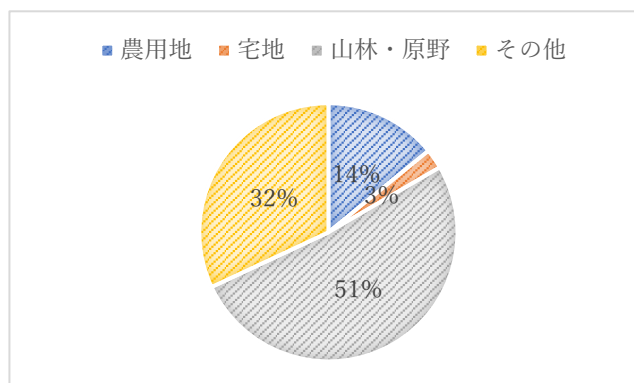


図 10：土地利用

林野率 51%、耕地率 14%であることから「中間農業地域」に該当する。

<人口及び世帯数の推移> 1980年～2015年

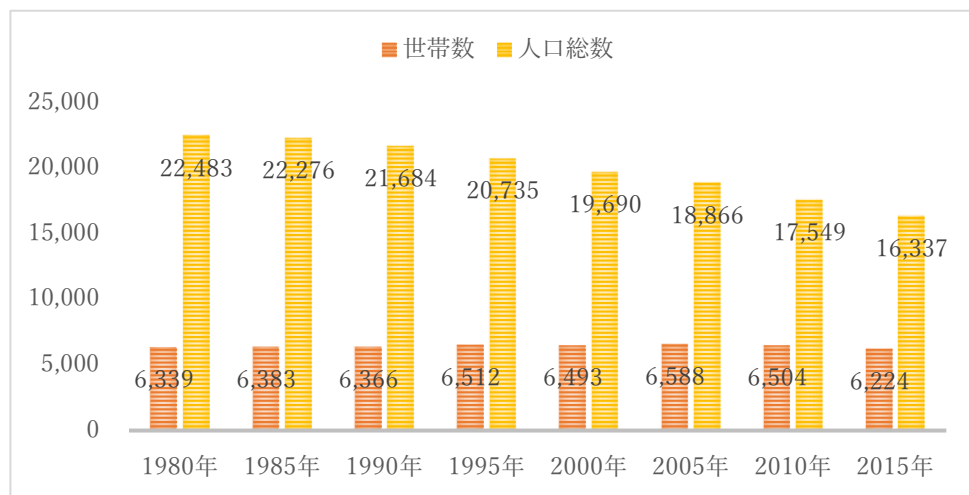


図 11:人口及び世帯数の推移

1980(昭和 55)年から 2015(平成 27)年までの人口及び世帯数の推移を参照すると、世帯数は 2005(平成 17)年をピークに減少傾向にある。また人口総数は 1980 年以降減少し続けている。

<年齢構成> 2010年・2015年 比較

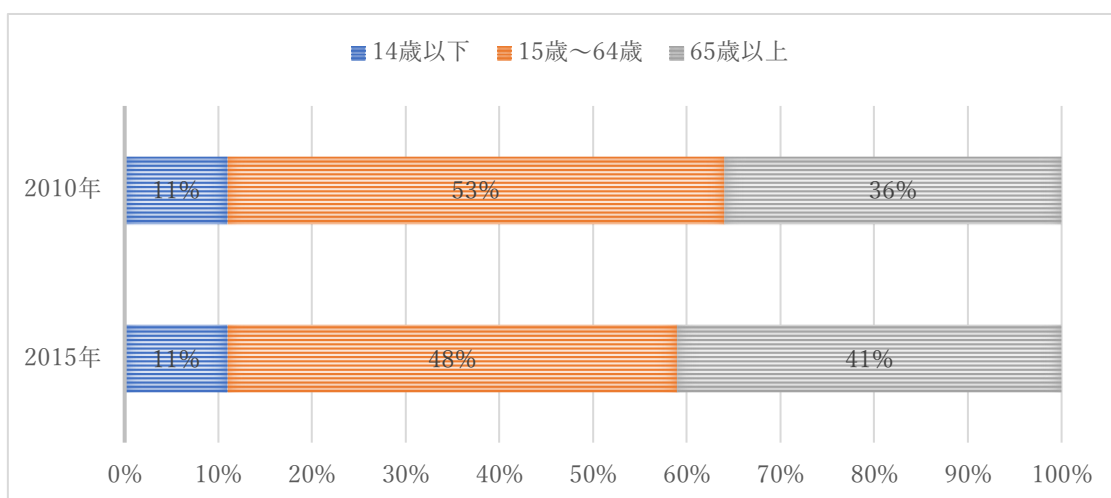


図 12：年齢構成

2010(平成 22)年と 2015(平成 27)年の年齢構成を比較すると、約 5 年間で 14 歳以下の割合には変化はないものの、15～64 歳までは約 5%減少しているのに対して 65 歳以上は約 5%増加している。2015(平成 27)年の 65 歳以上の人口割合(高齢化率)は 41%と非常に高い割合となっている。

<産業構成> 1990年～2015年

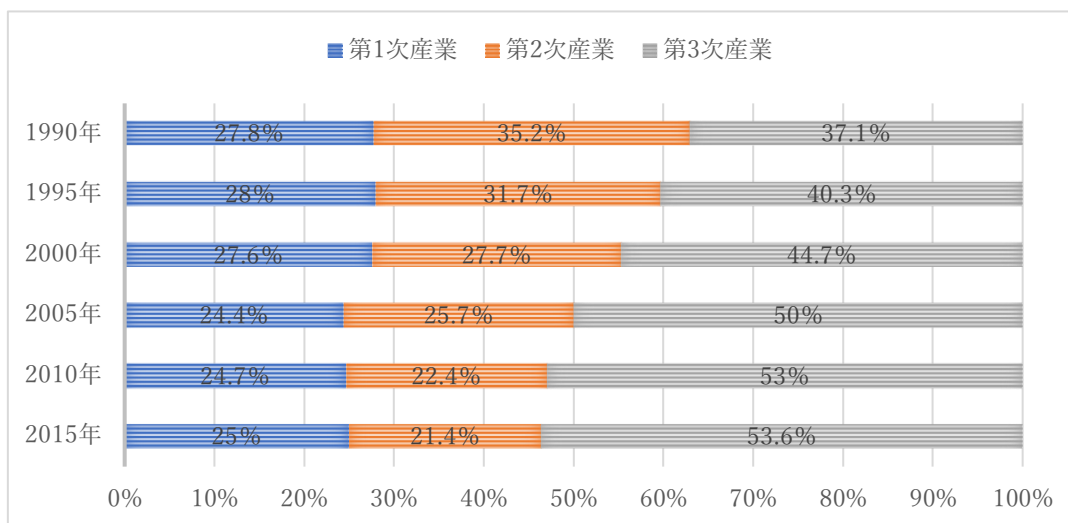


図 13：産業構成

1990(平成 2)年から 2015(平成 27)年までの産業構成の推移を参照すると、第 1 次産業の割合は 1990 年～2000 年と比べて 2005(平成 17)年からは減少し、それ以降はほぼ同程度の割合を占めている。また第 2 次産業は 1990(平成 2)年以降減少し続ける一方で、第 3 次産業は増加し続けている。

<農業従業人口 構成> 2015 年

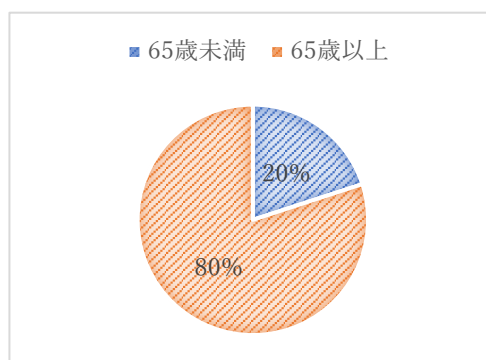


図 14:農業従業人口 構成

2015(平成 27)年の農業従業人口の年齢構成を参照すると、65 歳以上が 80%を占めている。

(図 10～図 14 「平成 30 年度広島県世羅町統計データブック」を基に作成。)

1-3で農山村地域の現状について見てきたが、農山村は人口減少、高齢化、担い手不足等の厳しい状況に置かれていることが分かった。この状況が続けば耕作放棄地の多発、食料自給率の低下、多面的機能の喪失等の問題が起きる可能性がある。さらに地域農業の衰退が加速すれば、農村社会の維持そのものが困難となる恐れもある。

このような厳しい状況の中、6次産業化の取り組みは地域が現状を改善する方策の一つとなり得ると注目されている。本稿では第3章、第4章の事例を参照しながら具体的に6次産業化の取り組みは地域にどのような影響をもたらすのか、そして取り組みが成功するための条件について考察していく。その前に次章で、6次産業化がどのような取り組みであるかを述べた上で、国内での取り組み状況について見ていく。

第2章 6次産業化に関する先行研究

2-1 6次産業化とは何か

6次産業とは、1次産業（農業・漁業）と2次産業（加工・工業）と3次産業（販売・サービス）の1、2、3を足すと6となることから付けられた言葉である。

提唱者の東京大学名誉教授今村奈良臣氏は6次産業を

『農業の6次産業化とは判りやすく言えば、近年の農業は農業生産、食料原料生産のみを担当するようにされてきて、2次産業的な分野である農産物加工や食品加工は、食品製造の企業にとりこまれ、さらに3次産業的な分野である農産物の流通や農業・農村にかかわる情報やサービス、観光なども、そのほとんどは卸・小売業や情報サービス産業、観光業に取り込まれているのであるが、これらを農業の分野にとりもどそうではないかという提案(今村,1998,p.1)』¹と説明している。

また農林水産省の「食料・農業・農村基本計画」（2010年3月）では

『農業者による生産・加工・販売の一体化や、農業と第2次、第3次産業の融合等により、農山漁村に由来する農林水産物、バイオマスや農山漁村の風景、そこに住む人の経験・知恵に至るあらゆる「資源」と、食品産業、観光業、IT産業等の「産業」とを結びつけ地域ビジネスの展開と新たな業態の創出を促す農業・農村の6次産業化を推進する。これらの取り組みにより、新たな付加価値を地域内で創出し、雇用と所得を確保するとともに若者や子供も農山漁村に定住できる地域社会を構築する』

と説明されている。

これらの記述を参照して本稿では6次産業を「農林水産業」という1次産業を基にして2次産業（農産加工、製造業など）と3次産業（農産物直売所、農家レストラン・コミュニティカフェなど）の活動を農山村という同一地域内を中心に展開する取り組みである、と定義する。また6次産業の目的としては、取り組みを通して農業と関連産業を統合し、産業振興そして地域振興へと繋げていくことである、と定義づける。

¹ 今村奈良臣(1998)「地域に活力を生む農業の6次産業化」,p.1より引用

2-2 6次産業化の現状と支援体制

6次産業化は、一般に1992(平成4)年に東京大学名誉教授 今村奈良臣氏が「1次産業+2次産業+3次産業=6次産業」²として提唱したものであるが、生産者が農業生産だけでなく加工・販売等を通じて所得改善を図る取り組みは古くから行われていた。

農業協同組合(以下,JA)は、戦前から農村工業という形で様々な農産物加工を行っていた。戦後も各市町村がそれぞれ1つの特産品を育てることで地域の活性化を図ろう、という「一村一品運動」が全国的に展開された。この「一村一品運動」は6次産業化の先駆的な活動と言われているが、こうした取り組みは点としての有効性はあったかもしれないが、農村経済を質的に変えるほどの広がりにはなかった。6次産業化が国の政策として登場するのは、2009(平成21)年8月の衆議院選挙における民主党マニフェストで「農山漁村を6次産業化(生産・加工・流通までを一体的に担う)し、活性化する」としたのが最初である。

そして2010(平成22)年12月に「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」(以下,6次産業化法)が成立した。この法律の目的は、「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に関する施策及び地域の農林水産物の利用の促進に関する施策を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等を図るとともに、食料自給率の向上などに寄与すること³(農林水産省,online1)」にある。

この6次産業化法の目的を分析すると、前半部分からは「その地域に存在する資源を有効に活用した事業の多角化や高度化、新規事業の創出」という、事業内容そのものに対する目的が示されていることが分かる。後半部分からは「食料自給率の向上による地産地消の推進」という、展開された事業による成果を目的としていることが分かる。

² 今村氏は、「1次産業+2次産業+3次産業=6次産業」という定式化を3年半後に、「1次産業×2次産業×3次産業=6次産業」と改めている。

このように改めたのには、主に三つの目的があった。

第一に、農地や農業がなくなれば、つまり0になれば「 $0 \times 2 \times 3 = 0$ 」となり、6次産業の構想は消え失せてしまうことを表すためであった。

第二に掛け算にすることによって、農業(1次産業)、加工(2次産業)、販売・情報(3次産業)の各部門の連携を強化し、付加価値や所得を増やし、基本である農業部門の所得を一段と増やそうという提案を含むためであった。

第三に、掛け算にすることによって、農業部門はもちろん、加工部門あるいは販売・流通部門さらにはグリーン・ツーリズムなどの観光部門などで新規に就業や雇用の場を拡げ、農村地域における所得の増大を図りつつ、6次産業の拡大再生産の道を切り拓こう、ということを提案するためであった。(ARDEC: world agriculture now:2012.12 p.2-6 参照)

³ 農林水産省(2011)「めざせ、6次産業化 農山漁村の資源の利活用に向けて」,『aff』2011年8月号より引用

<http://www.maff.go.jp/j/pr/aff/1108/spe1_02.html>

6次産業化法のメイン施策といえるのが総合事業計画である。総合事業計画の条件としては

- | |
|---|
| <p>(1) 事業主体が農林漁業者等であること
申請は単独でも共同でも可能。また総合事業計画に協力する民間事業者等を促進事業者として支援対象に加えることもできる。</p> <p>(2) 事業内容としては①これまでに行ったことのない新商品の開発・生産、②これまでに用いたことのない新たな販売方式の導入、③上記の措置を行うために必要な生産等の方式の改善、のいずれかを実施する。</p> <p>(3) 事業による経営改善として①農林水産物等及び新商品の売上が5年間で5%以上増加すること、②事業主体の農林漁業及び関連事業の所得が事業開始時から終了時まで向上し、終了年度は黒字化の必要がある</p> <p>(4) 計画期間の要件は、5年以内（3～5年が望ましい）</p> |
|---|

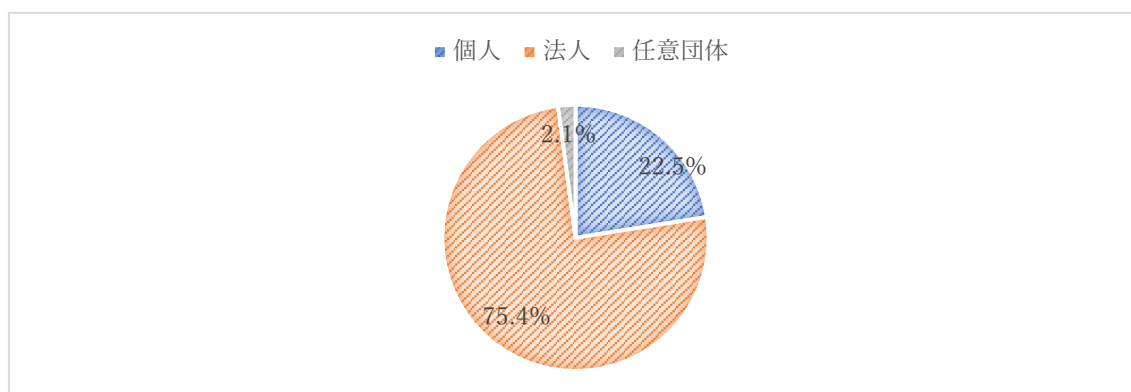
が挙げられている。

農業者等が上記の要件を満たした総合化事業計画を申請し、各農政局の審査会を経て農林水産大臣が認定を行う手順となっている。同計画が認定されると、農業改良資金の償還期間が延長されたり、新商品開発・販路開拓等に対する補助率の嵩上げ等のソフト支援を受けることもできる。さらに別途審査を通過すれば、施設整備に対する補助事業の機会も与えられる。

総合化事業計画の事業内容では、現状では「加工・直売」が圧倒的な割合を占め、次いで「加工」「加工直売・レストラン」「直売」が入っており、ほとんどの計画で直売または加工事業が組み込まれている（図15）。

経営区分

経営区分	事業者数	比率
個人	350	22.5%
法人	1173	75.4%
任意団体	33	2.1%



事業内容

事業内容	事業者数	比率
加工	190	12.2%
直売	56	3.6%
輸出	5	0.3%
レストラン	6	0.4%
加工・直売	1170	75.2%
加工・直売・輸出	107	6.9%
加工・直売・レストラン	22	1.4%

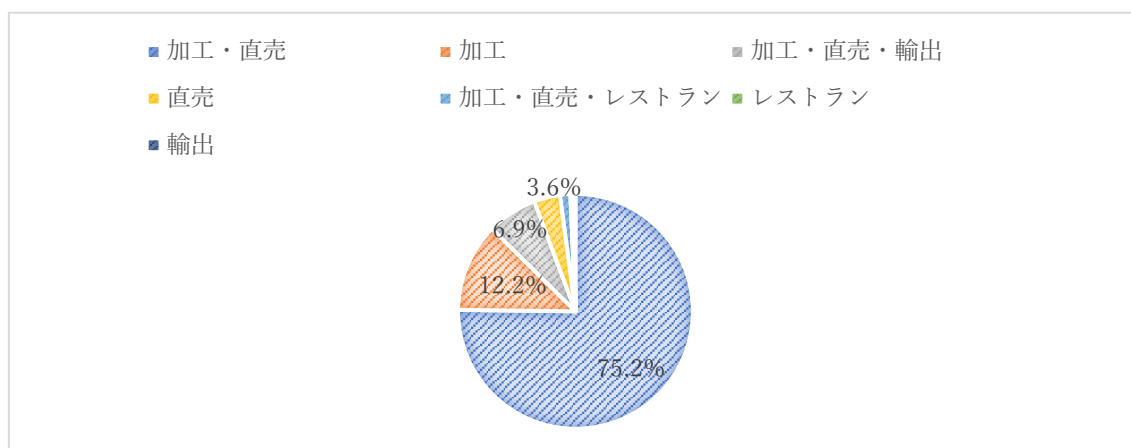


図 15：6次産業の取り組みの現状

出典：農林水産省 「6次産業化・地産地消法に基づく認定事業者に対するフォローアップ調査(2016)」,p.2

区分	農業生産関連事業			漁業生産関連事業		
	年間総販売 金額	農産物 加工	農産物直 売所	年間総販売 金額	水産物 加工	水産物 直売所
2010	1,654,372	778,332	817,586			
2011	1,635,989	780,118	792,734	161,521	133,912	27,609
2012	1,739,418	823,730	844,818	185,361	154,250	31,112
2013	1,817,468	840,670	902,555	203,191	171,916	31,275
2014	1,867,233	857,678	935,630	205,593	172,388	33,204
2015	1,968,047	892,291	997,394	233,639	184,710	36,486
2016	2,027,512	914,086	1,032,367	230,012	178,271	37,315

図 16: 6次産業の年間総販売額の推移

出典：農林水産省統計部「6次産業化総合調査報告 累年データ」調査結果の概要,p.3

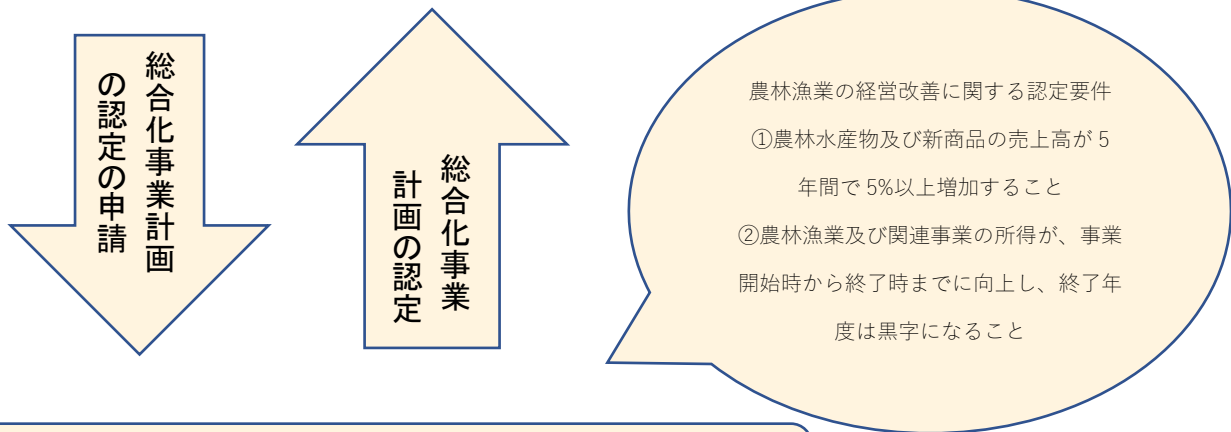
6次産業化の支援体制としては、ノウハウなどのソフト事業のサポートを行う6次産業化サポートセンターが2011(平成23)年、全都道府県に設置された。また各サポートセンターの下には、事業計画の構想から認定後の事業実施までトータルにフォローする総合アドバイザーとして、プランナーが配置されその選定や評価を各農政局が対応していた。

こうした6次産業化の支援体制は、政策スタートから3年目に大きく修正された。実施主体が各都道府県となり地域の視点で多様な事業者とのネットワークを構築し、案件発掘から販路開拓までトータルな支援を担う事となった。一方で各農政局、地域センターは主に認定を受けた事業者へのサポートを行う体制へと変わった。

この制度変更に伴い、国が都道府県に対して交付金を交付し都道府県がこの資金でサポートセンターを直接運営するかまたは外部委託をする形となり、合わせてプランナーも都道府県が選定・任命することとなった。またプランナー制度では都道府県レベルとは別に、全国的な視点で専門性の高いプランナーを派遣する「6次産業化中央サポート事業」が導入された。

農林漁業者及びその組織する団体

- ・総合化事業計画を策定して国の認定を受け、総合化事業を実施
- ・農林漁業者以外の者(促進事業者)による総合化事業計画に位置付けることも可能



農林水産大臣

総合事業計画を認定し、各種の支援を実施

主な支援策

各種法律の特例措置

- ・ 農業改良貸金通法等の特例（償還期間および据置期間の延長等）
- ・ 野菜生産出荷安定法の特例（指定野菜のリレー出荷による契約販売に対する交付金の交付）

○6次産業化プランナーの派遣

- ・ 中央、都道府県段階に6次産業化プランナーを配置し、6次産業化に取り組む農林漁業者等に対して新商品の販路開拓や加工技術の習得等に関するアドバイスを実施

○食料産業・6次産業化交付金

- ・ 新商品開発、販路拡大等に対する補助
- ・ 新たな加工、販売等へ取り組む場合に必要施設設備に対する補助

○農林漁業成長産業化ファンド

農林漁業者等が主体となって、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、出資等を実施

図 17：6次産業化の支援体制

出典：農林水産省食料産業局「農林漁業成長産業化ファンドの概要」,p.9

さらに6次産業化を促進するための長期資金の供給を目的に、国と民間企業の共同出資による株式会社 農林漁業成長産業化支援機構（以下,A-FIVE）が2013(平成25)年1月23日に設立され、翌月2日から運営が開始された。

A-FIVE が運営する農林漁業成長産業化ファンド（以下,6次化ファンド）は、農林漁業者と2次、3次産業事業者（6次化パートナー企業）の双方が出資して設立される合弁事業体に対し、その成長に必要な資金の出資や経営支援を一体的に行うことで、生産地と消費地をつなぐバリューチェーンの構築を進めていく仕組みである。

ただし、通常は6次化ファンドが合弁事業体に直接出資するのではなく、A-FIVE と地域金融機関およびJA等がそれぞれ出資・設立するサブファンドがこれを行う。サブファンドは、2018（平成30）年11月1日時点で43設立されており、官民合計で資金規模は639億8000万円である（うちA-FIVEは319億9000万円）。

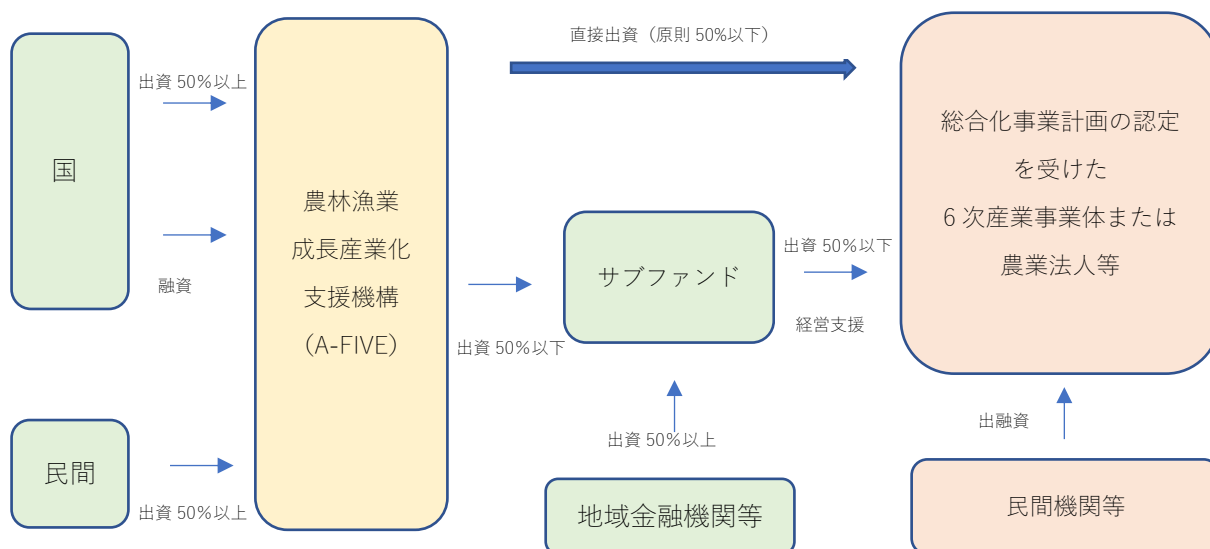


図 18：農林漁業成長産業化ファンドの仕組み

出典：農林水産省食料産業局「農林漁業成長産業化ファンドの概要」,p.10

2-3 6次産業化事業の分類

2-3-1 6次産業化事業のタイプ分け

小林（2012,p.6）によれば6次産業化については(1)商品・サービスを提供する仕組み、(2)顧客との接点、という2つの視点でタイプ分けを行うことができるという。以下では、小林(2012,p.8-12)を参考にしてそれぞれの取り組み方の特徴を見ていく。

(1) 商品・サービスを供給する仕組み

「誰と（生産者間、商工業者等）、何を（生産・加工・流通等の事業活動）、どのように（分業、委託、直営等）連携するか」すなわち何を自分で行い、何を他者に任せるかなど「分業のあり方」に関係するもので<多角化タイプ>と<連携タイプ>に分けられる。

<多角化タイプ>

農業サイドからの生産・加工・販売等の一体的な取り組み（経営の多角化）

<連携タイプ>

農業サイドと商工業者といった川上・川中・川下の垂直的な各段階における経営体の連携や融合による取り組み(農商工「連携」的取り組み)

(2) 顧客との接点

「誰に(顧客)、何を(価値)、どのように(場、工夫) 提供するのか」、すなわち顧客への商品販売・サービス提供の方法であり、<流通チャネル活用タイプ>と<交流タイプ>に分けることができる。

<流通チャネル活用タイプ>

顧客に対して、通信販売、移動販売など顧客のニーズに対応した多様な「流通チャネル」を活用して、地域の農林水産物やそれを原材料とする加工品などを供給する。また、顧客として最終消費者だけでなく、外食・中食企業等の多様な実需者を含んでいる。

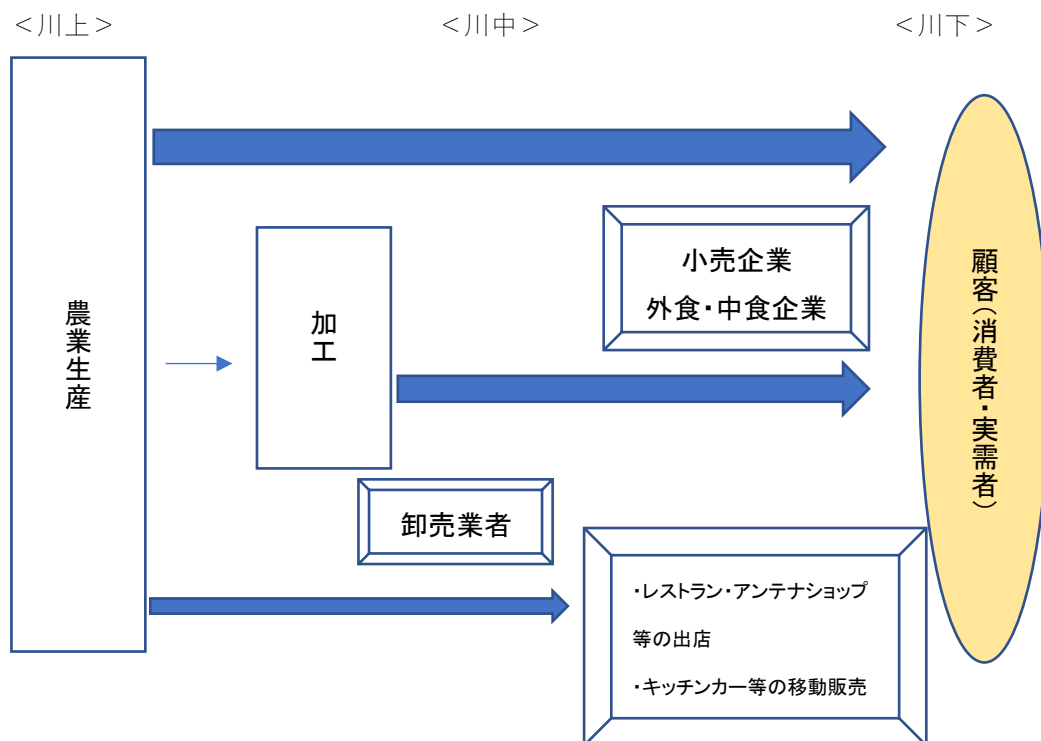


図 19:流通チャネル活用タイプ

出典：小林茂典(2012)「6次産業化の類型化とビジネスモデル」,p.14

〈交流タイプ〉

地域の多様な施設（直売所、農家レストラン、観光農園、ファームパーク等）を訪れた消費者との交流を通して、地域の農林水産物やその加工品・調理メニュー、サービス、各種体験メニューなどを提供する。

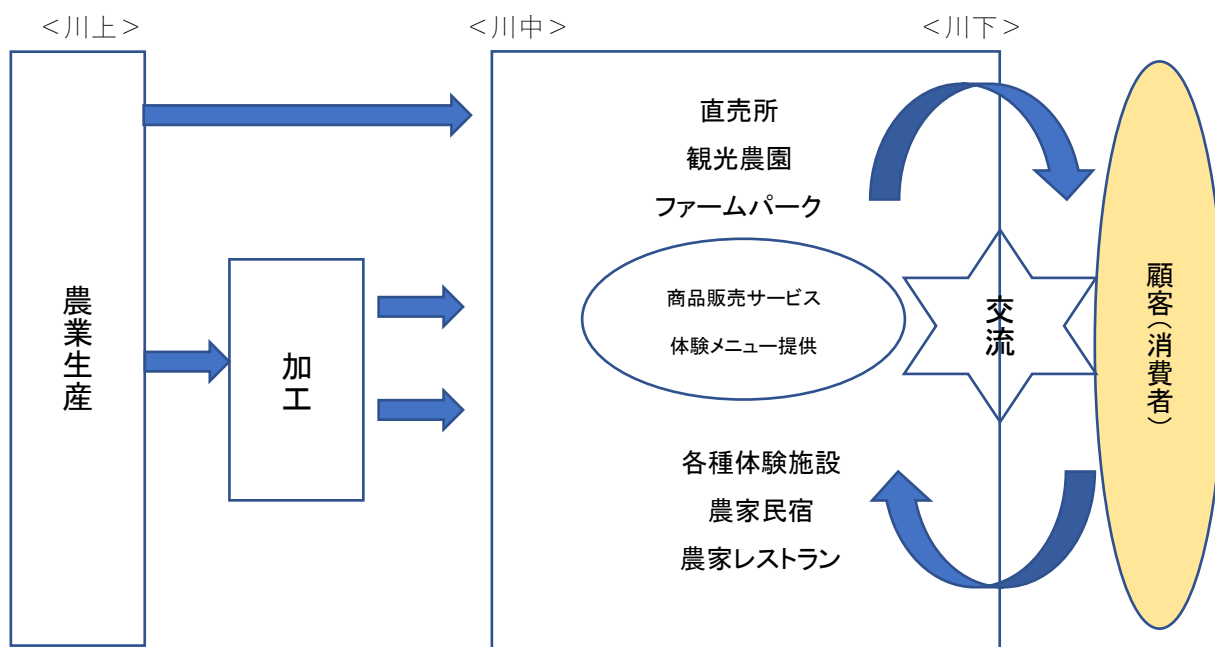


図 20:交流タイプ

出典：小林茂典(2012)「6次産業化の類型化とビジネスモデル」,p.15

2-3-2 6次産業化のタイプ分けと代表事例

2-3-1で6次産業化のタイプ分けを行なったが、本項では農林水産政策研究所(2015 p.64-75)を参考にしながら、このタイプ分けの視点からみた4つの代表的な事例を見ていく。

		商品・サービスを提供する仕組み	
		多角化タイプ	連携タイプ
顧客との接点	流通チャネル活用タイプ	こと京都（京都府）	茨城中央園芸農協（茨城県）
	交流タイプ	伊賀の里モクモク手づくりファーム（三重県）	道の駅とみうら枇杷倶楽部（千葉県）

図 21:6次産業化のタイプ分けと代表事例

出典：農林水産政策研究所「6次産業化の論理と展開方向ーバリューチェーンの構築とイノベーションの促進ー」,p.64

●こと京都 <流通チャネル活用タイプ>×<多角化タイプ>

こと京都では、九条ネギを核として顧客が必要とする形態でラーメン店等の外食産業との取引を積極的に行っている。ネギは顧客の要望に応じ、原体やカットなど様々な形態で提供をしている。取引先の開拓にあたっては「京野菜」という地域ブランドを生かして物語性を付与しながら、白ネギ中心の関東に向けて九条ネギ（青ネギ）を新たな食材として提案することで販路を拡大したという（農林水産政策研究所,2015,p.65）。

2009年には京野菜の生産農家と共に「京都農人倶楽部」を結成して、直売所を設置し京野菜の販売を開始した。その際にはプロのシェフと連携して京野菜おやき等の開発にチャレンジするなど加工事業に進出した。翌年には本社工場を新設してネギの乾燥、パウダー、ペーストなどの加工に取り組み、事業の拡大を図った。

●茨城中央園芸農業協同組合 <流通チャネル活用タイプ>×<連携タイプ>

茨城中央園芸農業協同組合は茨城県東茨城郡茨城町にある園芸専門農協である。1981年、同農協は農林水産省等の支援を受けて農協本所敷地内に冷凍加工施設を設置した。この施設を利用して農協組合員が生産したハウレンソウを農協が自ら冷凍加工し、その製品を業務用需要者に契約販売する加工事業を開始した。その後も管内の野菜を使用した加工事業を続けた結果、加工品の販売額は2億円にも上り同農協の販売額の約7割を占めている（藤島,2013,p.235）。

同農協では、上記の冷凍野菜の生産・販売に加えて生鮮野菜でも契約取引先の開拓を積極的に行うことで、業務用需要者との取引を強化した。さらに居酒屋等の外食産業への販売力を有する冷凍惣菜販売の<加工食品メーカー Y>と連携して、同農協の冷凍加工施設を利用した冷凍調理食品の製造および外食企業への供給を行なっている。

本事例ではまず契約生産によって生鮮野菜の安定供給を行うと共に冷凍加工に取り組み、さらに加工食品メーカーと連携して冷凍調理食品を製造する、といったように段階的に加工度を高めることで付加価値を高めながら商品の幅を増やして販路の拡大を図ってきたことがあげられる（農林水産政策研究所,2015,p.68）。

●伊賀の里モクモク手づくりファーム <交流タイプ>×<多角化タイプ>

本事例の取り組みは、三重県経済農業協同組合連合会の職員3名と地元養豚農家16名で設立した「伊賀銘柄豚振興組合」を母体に行われている。当時、豚肉の輸入が自由化されたことにより産地間競争が激化しており、その中で生き残っていくにはブランド化を図り付加価値の高い豚肉を生産することが急務であった。このような状況を打開するために、ブランド豚肉の育成・販売やハム等の加工品の製造・販売に着手したが売れ行きは芳しくなかった。

同組合でどうすれば売れるのかを考えた結果、1989(平成元)年に「手づくりウインナー教室」を開催したところ、これが非常に盛況となった。さらにメディアで紹介されたり、体験教室の参加者の口コミで評判が広がったことで利用者がさらに増加していった。

上記の事業展開を踏まえ、1995(平成7)年に「モクモク手づくりファーム」(以下、農業公園)を開設した。農業公園には野菜直売所、ビール工房、焼き豚・ウインナーの加工所などを新設

し、体験教室も追加した。さらに1998（平成10）年には学習農場、温浴施設、産直販売等も始め、多角的に事業が展開された。

2005（平成17）年からは、食農教育に着手し滞在型食農宿泊施設「OKAERI(おかえり)ビレッジ」を設立した。2007(平成19)年には、団塊の世代等を対象に会員制の市民農園事業「農学舎」を開校した。本事例の特徴は、農業公園を拠点として生産、加工、販売に加え様々な交流・体験・学習等を積極的に位置付け、多様な層の消費者の関心を高めて集客を行っている点であるという（農林水産政策研究所,2015,p.70）。

●道の駅とみうら枇杷倶楽部 <交流タイプ>×<連携タイプ>

道の駅とみうら枇杷倶楽部(以下,枇杷倶楽部)は1993（平成5）年に開設された千葉県南房総市富浦地域にある道の駅である。富浦は日本一のビワ産地であるが市場出荷には規格外品が25～30%ほど発生し、かつてはそのほとんどが廃棄処分されていた。枇杷倶楽部はこうした規格外のビワを利用した様々な加工品の開発に取り組んだ。今では、販売するオリジナル商品は50種類程度あり、特にビワソフトとビワのピューレを使用したビワカレーが一番人気である。その他にも、ビワのジュース、お茶、キャンディ、ボディ・ケア商品等がある。原材料のビワは規格外品を農協の部会組織を通じて、生産者から購入している。加工については、用途に応じて委託加工と自社加工を使い分けている。自社ではジャム、シロップ漬け、ピューレ、ビワ葉茶の原料といった基本的な加工のみを行い、高度な技術や設備を要するものは域外の専門メーカーに委託している。

枇杷倶楽部の取り組みは、3次産業にも進出している。室屋（2014,p.144-145）は、枇杷倶楽部の観光面での取り組みについて以下のようにまとめている。富浦地域は有名な集客施設はないもののユニークな観光資源が周囲に散在しており、枇杷倶楽部はこうした資源を束ねて観光業者に対してのプロモーションや問い合わせ・クレーム等への対応を行う「一括受発注システム」を整えることで、地域への集客力アップに大きな実績をあげている。具体的には、枇杷倶楽部の方で「年間ツアーガイド」という業者向けのパンフレットを作成している。パンフレットには食事、宿泊、各種花摘み・収穫体験、定置網漁見学・岬体験ツアー・房州うちわ作り等の体験見学ツアーが掲載されている。観光業者はこの中からアラカルト方式で発注し、旅行プランを顧客向けに作成している。一方、枇杷倶楽部は業者のオーダーに応じ滞在・利用施設を手配し、また清算事務やクレーム対応等の処理を行っている。発注窓口が一本化されているため、観光業者は代金清算を含めた事務作業がスムーズに行えるメリットがあるという。また地域にとっても観光客に一カ所だけでなく地域を周遊してもらえなど、大きな効果が双方に生まれているようだ。さらに観光客に枇杷倶楽部に立ち寄ってもらいオリジナル商品を買ってもらうことで収益をあげている。

2-4 考察

2-3で6次産業化の取り組みの類型化を行ったが、本項では農山村で6次産業化に取り組む場合にどのタイプが最も有効であるかについて分析していきたい。

まず(1)商品・サービスを提供する仕組みについて検討する。6次産業化の取り組みの中で最もよく見られるのが、加工事業である。芝崎(2013,p.30-31)は、加工事業の取り組みにおける課題を次のように説明している。

加工事業の場合は「加工製造」という機能開発が必要であり、ここに2つの大きな課題が発生する。1つ目は、加工品の製造機械・装置の調達についてである。具体的には製造機械・装置の調達を市場に出回っている中古品で行うか、それとも新規の機械・装置を調達するかということである。一般的には新たな機械・装置による加工品製造の方が見栄えは良いが経営面から捉えた場合、新規機械・装置のコストは高くなり経営リスクは大きくなる、と指摘している。

2つ目は、加工品の製造を自らの作業場で行うか委託製造にするかについてである。自らの生産品を素材として使用するため、本来であれば自らの作業場で製造することが望ましい。しかしそのための生産管理・品質管理が大きな問題であり、特に製造面でトラブルが発生した場合、経営の致命傷となる可能性も高い、と指摘している。

次に飲食店・レストラン、旅館・民宿・観光等の3次産業への進出する場合について検討していく。芝崎によると(2013,p.32)3次産業に取り組む場合、全ての食材・資材を自己調達することは難しいため、事業にマッチした食材・資材を調達しなければならないという。

したがって<多角化タイプ>の場合、これらの課題を農業サイドで全て解決しなければならない。今まで「生産」だけに特化してきた農業サイドがいきなり2次・3次分野に飛び込むのはあまりにも課題が多く、競争となる2次・3次事業者と比較した時に、マーケティング力・資金力の観点からもリスクが高い。ここから(2)商品・サービスを提供する仕組みとしては<多角化タイプ>より<連携タイプ>が効果的であると考えられる。

続いて(2)顧客との接点について検討する。地域で6次産業化に取り組む際には、農林水産物、自然、景観、風土、歴史、文化、地域住民の知恵・技術など地域が持つ多様な資源を見つめ直して地域独自の価値を創出していくことが不可欠である。しかし地域に暮らす人々が「内からの視点」で地域の価値を発見していくのは限界があり、地域外の人たちが地域を訪れて感じる「外からの視点」というのも必要である。「内からの視点」と「外からの視点」という2つの視点を意識して地域における多様な活動につなげて、循環させることによって人の輪や活動の幅が広がり、地域の活性化に結びついていくのである(全国町村会,2018,p.17)。

前述の通り、本稿では6次産業化の目的を「取り組みを通して農業と関連産業を統合し、産業振興そして地域振興へと繋げていく」ことであると定義づけた。したがって(3)顧客との接点としては、地域に人を呼び込み地域外の消費者との交流を通して商品やサービスを提供する<交流タイプ>の方が<流通チャネル活用タイプ>よりも一層、地域の活性化に結びつけていける可能性が高い。

以上より筆者は、<交流タイプ>かつ<連携タイプ>が6次産業を実現する上では最も有効である、と考える。

3章 愛媛県今治市「さいさいきて屋」の取り組み

さいさいきて屋は、愛媛県今治市にある越智今治農業協同組合（以下、JA おちいまばり）の運営する直売所を中心とした複合施設である。施設への年間来客数は120万人、売上総額は25億円以上にも及び国内屈指の実績を誇る。さらに新事業・新商品開発でも常に話題を提供しており、全国各地の直売所が頻繁に視察・研修に訪れそのノウハウを学びとろうとしている。

3-1 さいさいきて屋ができるまで

3-1-1 JA おちいまばりについて

越智今治農業協同組合（以下、JA おちいまばり）は本州と四国を結ぶ「しまなみ海道」が走る風光明媚な島嶼部地域と四国の玄関口として造船やタオルで有名な愛媛県今治市を管内に持つ。島嶼部および陸地部の山間部では、同JA 農畜産物販売高の大半を占める柑橘類が栽培されており、光センサー選果機を導入した共同販売を行なっている。陸地部の平坦地では、米麦や施設園芸作物の栽培が中心である。管内の農家は兼業農家率が高く、1戸あたりの耕作面積が小さいのが特徴である。

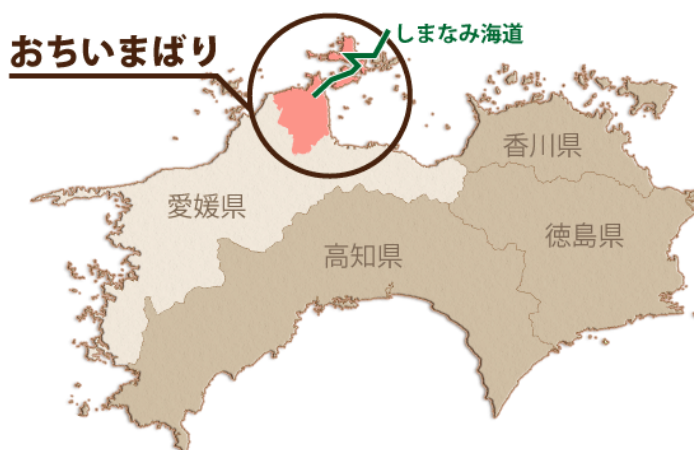


図 22:愛媛県今治市 JA おちいまばりの立地（JA おちいまばり ホームページより引用）

<農業産出額内訳> JA おちいまばり 管内 2015(平成 27)年

合計	米・麦	雑穀・豆・芋類	野菜	果実	花き	その他作物
910	177	12	179	452	58	32

図 23:農業産出額内訳

出典：農林水産省「平成 29 年度市町村別農業産出額」を基に作成

3-1-2 さいさいきて屋の開設

1990 年代後半、JA おちいまばりは島嶼部を中心に高齢化が進み生産量が減少した。また農産物価格低迷から農業後継者もなかなか確保できないという状況に陥り、JA への農産物の集荷量も減少傾向になっていた。

この状況に地域農業の危機を感じた職員数人が、地域社会の文化や伝統を守り育ててきた農業をなんとかして守りたいと奮起し、プロジェクトチームを立ち上げた。彼らは縮小する営農事業を反転させるためには、地域農業の活性化策が必要であると考えた。模索した結果、管内は中山間地域・島嶼部を抱え平野が少なく大規模化・産地化は難しいため地域農業を守るには兼業、高齢者、女性など小規模農家に潜在力を発揮してもらうことが必要であるとの結論に至った。

そこで小規模農家が少量からでも販売できるようにするには、＜直売所事業＞しかないと考え直売所開設を計画した。既存の施設を有効利用しコストを抑え、資本金 1500 万円で 2000（平成 12）年、JA 内遊休施設で 30 坪あまりの小規模な直売所を開設した。直売所のスタッフは、直売所の計画・企画を中心となって行った JA 職員西坂文秀氏とパート 3 人の 4 人のみであった。出荷組合員の募集は、新聞の折り込みやチラシ、JA の広報誌等を利用した。集まった出荷組合員はそのほとんどが JA の共販・共選に関わっていない兼業、女性、高齢者といった小規模農家であった。こうして出荷者 94 人、スタッフ 4 人で直売所はスタートした。

直売所は 3 年で 1 億円を売り上げる計画でスタートしたが、実際に開設すると地元消費者には非常に好評で、売上は初年度で 2 億 1000 万円を突破した。その後も益々売上、出荷農家は増え続けわずか 5 年で出荷者 800 人、売り上げ 8 億円にまで達した。

直売所が急成長した一因として西坂は「POS システムとそれに対応するソフトの開発を行ったこと（西坂,2014,p.27）」を挙げている。西坂（2014,p.27）は、POS システムの効果について以下のように説明している。どのような顧客がどのような商品を購入し、どの商品がよく売れたかを把握すれば自然と力を入れる分野が決まり、少ない資力・労力を集中することができる。したがって POS システムを導入することで、わずかな人員と店舗でも基礎データを集め、売れるものを的確に仕入れて販売することが可能になる。具体的には同 JA では 30 分ごとに売上管理と売上データを各農家へメールで送信され農家が売上情報をリアルタイムで確認することができるようにした。このシステムを導入したことで、農家は品物の動きをリアルに感じることができ売る楽しさ、生きがい、やりがいに繋がり大きな刺激となったそうだ。

こうした状況の中次第に施設が手狭になり農家に出荷制限を呼びかけるような事態になってしまったこと、さらに JA にとってもこの事業の将来性を考え更なる拡大を目指すこととなった。JA 内で、「地域の食と農」に関してすべきことをリストアップすると共にその実現のために必要な施設を計画に落とし込んでいた。

そして 2004（平成 16）年 10 月に計画案が経営管理委員会に承認され、2007（平成 19）年 4 月に果樹実証園・栽培試験田・学童農園・貸農園を併設した大型の直売所「さいさいきて屋」、SAISAI CAFE・彩菜食堂が誕生した。「さいさい」とは「何度も、度々」という意味で店名には「たびたび来てください」という方言での呼びかけが込められている。

3-2 さいさいきて屋の取り組み

3-2-1 さいさいきて屋について

施設の直売所への出荷数の大半は、兼業、女性、高齢者などそれまでJAに出荷していなかった小規模農家である。JA おちいまばりではこうした農家に対して、手厚い支援を行なっている。施設内には営農指導員が常駐し、個々の出荷者の農業生産技術の向上に努めている。出荷者は農産物を届ける際、営農指導者に気軽に指導を仰ぐことができ、営農指導者も出荷者の農場に積極的に出向いて相談に乗っている。

また島嶼部の小規模農家も出荷できるようにしまなみ街道にある最も遠い大三島に職員を採用し、出勤時にトラックで3つの島の5箇所の集荷場所を回って集めて直売所に陳列するシステムをとっている。さらに2014（平成26）年4月からはこのシステムを離島への配送システムとして利用し、ネット通販による宅配事業も開始した。

さいさいきて屋では直売所の他にも、今治産の食材を使ったレストラン・カフェ、食農食育推進を目的としたクッキングスタジオ、生産技術の実証や指導のための農園、体験型市民農園、子供達に自然や環境・食・農業をテーマにした農業講座を行う学童農園の「キッズ倶楽部」などが完備されている。

3-2-2 さいさいきて屋の取り組み

(1)農産物の直売

直売所として国内トップの面積を誇る562坪の売り場には、野菜や果物、肉や魚などの生鮮食品をはじめ、加工食品、パンやスイーツ、惣菜など日々の食事に必要な全てが揃っておりその数は約18,000点に及ぶ。

直売所の園芸商品は80%以上を同JAの管内産でしめている。さらに出荷者は農産物を1個からでも出荷をすることができるため、市場にはあまり出回らない珍しい野菜が生産者の自作レシピとともに陳列されていることもある。さらに鮮魚は愛媛県漁連、精肉はJAえひめと連携して販売しており徹底的に地元今治産にこだわって、安心・安全な農畜産物を提供している。

加工食品は今治産の農畜産物を扱うことを原則としている。特に目につくのが地元農家や食堂、食品加工会社と連携して製造されたオリジナル商品で、これらの商品には「彩菜」と記されたロゴマークが貼られている。

(2)農産物の加工、販売

直売店で扱う旬の食材を活かした食堂・レストラン事業も展開している。一つは130席の広いフロアを持つ「彩菜食堂」である。食堂では地元産の素材にこだわった料理をセルフサービスのカジュアルなスタイルで提供している。

彩菜食堂とならんで人気なのが洋風の落ち着いた雰囲気、食堂とは少し違った空間を演出している「SAISAI CAFE」である。カフェで提供される、果実をふんだんに使ったケ

ーキやタルト、ジェラードなどのスイーツは女性を中心にたくさんのリピーターを獲得している。

直売所に出荷する農家にとっては、売れ残ることが一番気になる。そこで食堂とカフェが、夕方に残っている直売所の品物から、使える食材を購入する。この方法を取ることで、売れ残っても農家が持ち帰るものを限りなくゼロに近づけることができるのだ。食堂・カフェで店頭に残った食材を使用することで、売れ残った商品を少なくすることができるが、これはあくまでも生鮮での利用に限られていた。そこで一層の消費循環を考え、野菜・果物のペーストやジャムなどに加工する機器の導入や野菜・果物を乾燥しパウダー化する機器を導入した。ペーストやジャムはジュースに加工して冷凍貯蔵したものを必要なときに解凍して使い、パウダーもパンや焼き菓子に混ぜるなど小麦粉など粉を原料とする商品(そば、うどんなど)へと製品化を行っている。

(3)営農指導や農業体験

さいさいきて屋の店舗の後ろには、各種農園が広がり今治農業の強化・普及・提案のために地域住民に営農指導や農業体験を行っている。

○新技術・新品種実証農園

新しい生産技術の実証と新作物、新品種の生産技術の展示・公開をしている。合わせて買い物に来た消費者に対して安全・安心な生産技術を見せ、農業理解の促進にもつなげている。また直売所の生産者に対して新しい技術と品種の栽培について指導し、品揃えの確保と出荷者の育成、掘り起こしを行う。

○貸し農園

貸し農園には直売所営農アドバイザー、営農指導員、県農政普及課山地育成室を配属して、農業経験のない組合員への貸出、女性・高齢者・担い手の育成に努めている。

農園では、初級者・中級者・上級者コースに別れている。初級者コースは、定年退職や家庭菜園をしてみたい人で、農地を解放し野菜栽培を実体験しながら、農業の大切さ、大変さ、食料としての農業、環境保全を考え理解してもらおう。初級者コースでは、1区画5m×4mで34区画に分けた菜園に、野菜を植える。また月に1回栽培講習会を開き、栽培技術の向上を目指し、中級・上級コースへのステップアップを目指してもらおう。

中級者・上級者コースは、栽培面積を大きくし、品目別定植本数を増やし、本格的な農業を目指してもらおう。またハウス栽培で1~2品目を作り専業農家レベルへのステップアップに向かってもらい、地域の中核農家として育ててもらおう。

○実証水田

管内で生産している米の栽培技術の向上と新品種や奨励品種の試験研究水田として、米生産農家への栽培実証指導ができる水田として活用している。新品種、新技術、肥料、農薬に至る各種データを収集し、次期の栽培の参考資料として営農会議や部会などで活用している。

○果樹実証園

柑橘を定植し、管内の品種の紹介、果樹営農指導員の研究や、組合員や彩菜会員の研修場として活用している。定植品種は、極早生から中晩柑類の新品種や従来品種を5~10本定植し、試験実証園としている。

○体験型市民農園

直売所を隣接させることで消費者に対して単に買い物をするだけでなく、農業体験をして農業理解を深めてもらったり、小学生にも貸し出し「食農教育農園」としても機能させていく。

○学農園

行事は6月開講式・田植え・イモ植え・ポテトサラダ作り、7月田んぼや川の生き物調査・スイカ割り、ソーメン流し、8月稲の生育調査、夏野菜を利用してカレー作り、竹でご飯たき、10月稲刈り、サツマイモ掘り、11月みかん山へ行こう、12月収穫した米でもちつき、販売体験、1月住む町の水分を調べ、節分を学ぶ、2月今治の畜産を学ぶ、3月卒業式いちごのタルトづくりなどを行っている。

○学童水田

お米作りを体験できる水田として、地域の小学生の勉強の場として提供し、収穫そして直売所と連携して販売までの体験を行う。市内小学生に募集をかけ、田植え・稲刈り・販売などを行う。

(4)その他の6次産業化の取り組み

2010(平成22)年からは農園で今治特別支援学校・今治南高校の生徒・地域住民が協力して綿栽培を始め、栽培した綿を玉ねぎの皮・柑橘の皮・野菜の葉などで染めた。そしてこの綿を今治の会社でタオルを織ってもらい、さいさいきて屋で売るという取り組みを始めた。

これは今治ならではの「農工商連携」である。「地域連携による6次産業化」を実現し、高校生や支援学校の生徒たちと現場で農業体験をすることで、農業を軸とした「地域と人の絆」を深めていくことにもつながっている。

(5)子供たちへの食育

食農食育を目的に島嶼部を含めて今治市内全域の44学校・20箇所の給食調理場で1万4000食余りの食材提供を行なっている。島嶼部に対しては島嶼部から来る便で農産物の集荷を行い、帰る便で食材と給食の配送を行なっている。さいさいきて屋では小さな子供たちにとって手作りで本物の美味しい給食を食べることは、「食農・食育」の原点となると考えている。また給食事業に参入することで、今治の食を守るとともに、施設に対する地域住民からの信頼を築くことも目指している。

食育のもう1つの柱は、施設内に設けられたクッキングスタジオである。クッキングスタジオでは1年間のカリキュラムを組み、小学生コース・中学生コースが設けられている。クッキングスタジオは、食によるコミュニケーションや遊び、楽しみ場の場、地元農畜産物のおいしい

食べ方の普及啓発の場、そして子供達の料理体験や女子大学などで活用する食育の場となっている。こうした食育の場を提供することで「今治の食・環境・自然・食文化」を子供に伝えることを目的としている。

(6)農産物の安全性の追求

農業の技術向上・意識向上の点から実施されているのが技術農薬検査である。さいさいきて屋では「残留農薬分析室」を設置し、お客様や会員農家の目の前で検査を実施している。

これには大きく2つの目的がある。第一の目的は消費者に対して、店頭で販売する農産物の安全性を証明することである。第二の目的は会員農家自身の農薬使用や環境汚染についての関心を高め、環境保全型農業に移行する意欲を高めるきっかけとなることである。

(7)高齢者への支援

JA管内の島嶼部はほとんどの島が65歳以上50%以上をしめるいわゆる限界集落で多くの生活店舗が閉店しているのが現状であり、交通弱者・買い物難民化している。そのため先述したネット通販による宅配事業は、島内で交通の便が悪い地域に住む住民へのいわゆる買い物難民対策にもなっているのだ。

宅配事業に着手する上で、JAおちいまばりはタブレット端末でさいさいきて屋の商品を買い物・注文できるアプリを開発した。アプリには「お手紙」機能もあり画面に直接手書きしたものが送られる仕組みで、高齢者でも容易にメールの送受信ができコミュニケーションをとることができる。さらに「植物に水をあげる」という簡単なゲームがあり、その操作の有無で安否確認ができるようになっている。買い物もしない、花に水をやらない、と両方しなかった場合に安否確認の電話をし、電話確認もできない場合は行政へ自動的に連絡されるという仕組みとなっている。

3-3 取り組みの成果

図 24 は、さいさいきて屋の販売構成を示した図である。「委託販売」とは農協組合員が生産したものを販売する部分である。その内、「会員販売」は直売所の会員が生産した野菜類、果実類、きのこ・豆・卵類、花卉・園芸類、加工品類等生産物であり、全体の 26.7%を占める。一方の「農協共販」は、農協共販として出荷された農産物の一部を直売所で販売している部分で、米・麦類と贈答用柑橘類が中心であり、15.4%を占めている。また「連携販売」は、地元加工業者が生産した味噌や豆腐、調味料等を中心とした「加工品类等」(全体の 14.2%)と鮮魚・食肉(同 20.7%)からなる。さらに、さいさいきて屋では食堂(全体の 6.4%)、カフェ(同 7.4%)の併設施設の販売と給食(同 9.3%)の販売がある。給食の食材は、組合員農家との契約による生産となっている。

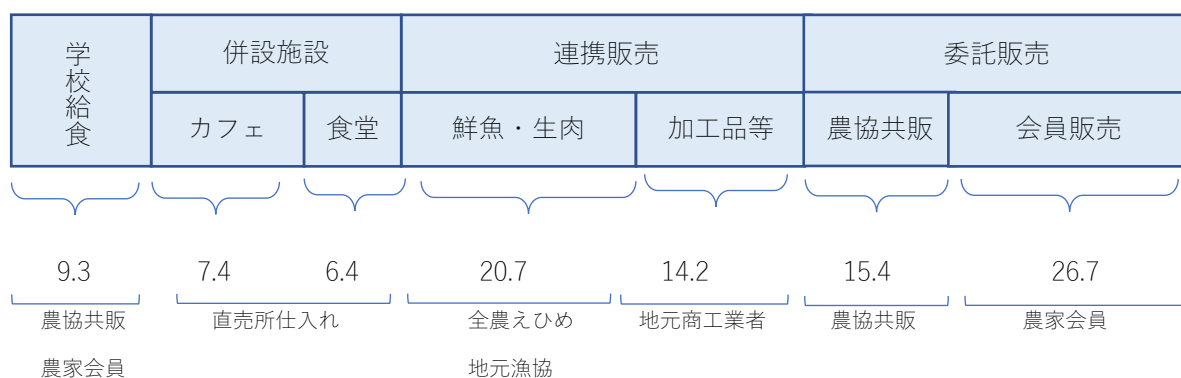


図 24:さいさいきて屋の売上実態

出典：『愛媛大学社会共創学部紀要』(2018)第 2 巻第 1 号,p.11

直売所の出荷農家は高齢者や兼業・小生産者が中心である。会員販売のほとんどが 70 歳以上の高齢者であり、そのほとんどが農協共販の規格に対応できず直売所以外に出荷先のない農家である。このことは直売所が、発足以降農協共販の対応が困難な高齢者や兼業・小規模生産者の販路として機能することで、これら生産者の確保と維持に貢献していることを示している。

図 25 は、2009 年度から 2013 年度までの販売額別出荷者数の推移を示した図である。出荷者は 2009 年度から 2012 年度まで増加傾向にある。販売額別に見ると年間 50 万円未満の生産者が過半数を超えており、とくに年間 10 万円未満の生産者が全体の 3 割弱を占めている。ここから直売所の存在は、生産者支援と地域農業の活性化に繋がっていると言えるだろう。

年度	10万円未満	10～49万円	50～99万円	100～199万円	200～299万円	300～399万円	400万円以上	合計
2009	301	364	209	128	46	17	37	1,112
2010	316	373	194	139	47	21	35	1,125
2011	322	403	189	146	48	16	43	1,167
2012	326	401	218	143	50	22	39	1,199
2013	333	388	202	147	60	20	39	1,189

単位：人

図 25:販売額別出荷者数の推移

出典：『愛媛大学社会共創学部紀要』（2018）第 2 巻第 1 号,p.11

またさいさいきて屋では、給食の提供やクッキングスタジオでの料理教室などを通して「食育の場」を子供たちに提供することで、今治の食・環境・自然・食文化を伝承している。さらに JA 管内の島嶼部は 65 歳以上の住民が 50%以上をしめるいわゆる限界集落であり、生活店舗等も農協を含め閉店しているのが現状である。そうした離島の住民に対してネット通販による宅配事業を行うことで、交通弱者・買い物難民対策にも取り組んでいる。このように「さいさいきて屋」では、地域に密着して営農指導、販売、物流、外食・加工等の 6 次産業化、食農指導など「食と農」をテーマにありとあらゆる取り組みを行うことで、地域農業の活性化に貢献している。

3-4 さいさいきて屋の特徴

前項でさいさいきて屋の取り組みについて見てきたが、本項ではさいさいきて屋の成功要因について取り組みの過程を整理して分析することで考察していきたい。

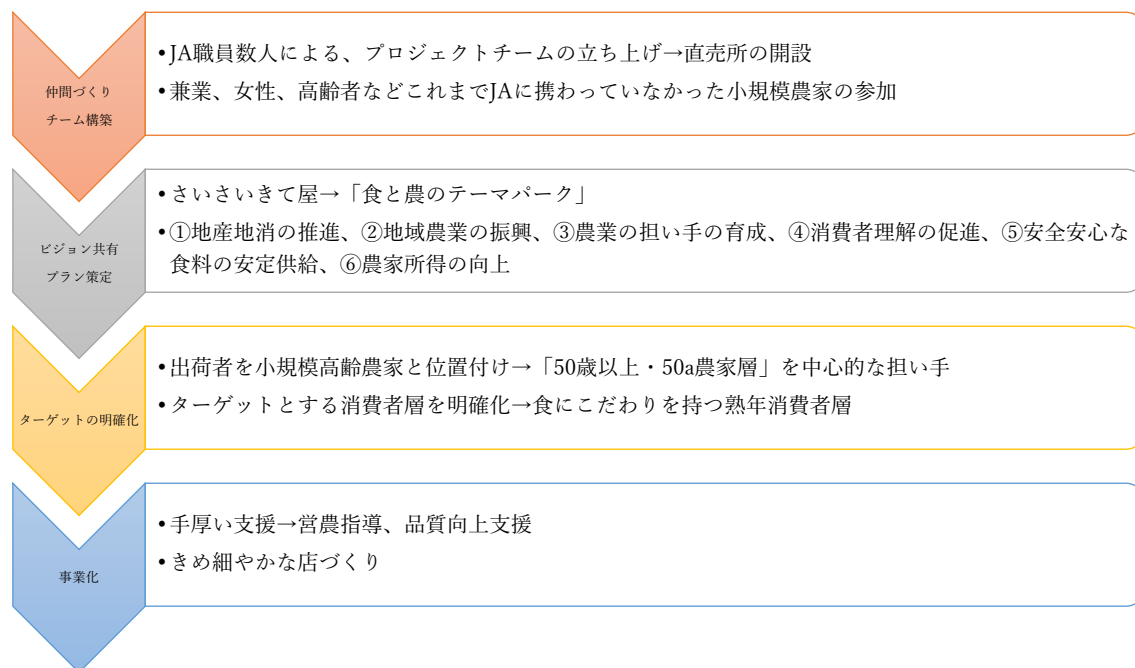


図 26: 6次産業化の過程(筆者作成)

本事例ではまず、【仲間づくり・チーム構築】を行った。地域農業の現状に危機を感じたJA職員数人が、農業を守るためにプロジェクトチームを立ち上げて直売所を開設した。直売所の出荷者の大半がこれまでJAに関わっていなかった兼業、女性、高齢者といった小規模農家であった。ここで地域農業の活性化に向けた動きに、住民を巻き込むことができた。

その後、直売所は非常に人気となって施設が手狭になったことから更なる拡大を目指すこととなり、JAの職員が地域住民と共に【ビジョン共有・プラン策定】を行った。彼らは「地域の食と農」に関してすべきことをリストアップすると共にその実現のために必要な施設を計画に落とし込んでいた。具体的には新しい施設を「食と農のテーマパーク」として、①地産地消の推進、②地域農業の振興、③農業の担い手の育成、④消費者理解の促進、⑤安全安心な食料の安定供給、⑥農家所得の向上の役割を担うことを目標とした。

次に、施設の【ターゲットの明確化】を行った。まず主要な出荷者を小規模高齢農家と位置付けた。少量多品目の産地であるという特徴を活かして、「50歳以上・50a農家層」を中心的な担い手とした。

さらにターゲットとする消費者層を、「食にこだわりを持つ熟年消費者層」と位置付け、JAの「直売事業」と「共販事業」の重層的な販売事業体制を確立した。具体的には選別・包装・出荷労働を軽減しつつ生産量を拡大させたい中規模販売農家や認定農業者などの出荷の受け皿は「共販」であり、小規模でも選別・包装にこだわって自ら価格をつけ自身の生産意欲向上に

繋げたい自給的農家や退職專業農家などの出荷の受け皿は「さいさいきて屋の直売所」とした。このような販売事業体制を確立することで、スーパーをよく利用する子育て世代・独身者からファーマーズマーケットをよく利用する食にこだわりを持つ熟年消費者層までの幅広い需要をカバーすることができている（細野,2018,p.16-17）。

最後に「さいさいきて屋」の運営上の特徴を見ていきたい。第一に手厚い支援を行っていることである。設内には営農指導員が常駐し、個々の出荷者の農業生産技術の向上に努めている。このことが営農指導者と出荷者の関係構築につながり出荷者の出荷農産物の品質向上だけでなく、新規作物の導入や幅広い農産物の品揃えを可能にして直売所の魅力を高めることにつながっている。

第二にきめ細やかな店づくりをしていることである。さいさいきて屋では、フロア担当者が常に店内を回って商品の整理と並び替えを行っており、さらに顧客や出荷者の質問にも答えられるような体制をとっている。こうして、こだわりのある消費者層や生産意欲の高い出荷者のニーズに応えられるようにしている（細野,2018,p.17）。

4章 広島県世羅町「6次産業ネットワーク」の取り組み

広島県世羅郡世羅町は旧世羅町、旧甲山町、旧世羅西町の3町が2004（平成16）年10月に合併して生まれた。世羅町は兼業化が進んだ地域であり、地域農業は兼業農家による零細規模稲作とその組織化、そして開拓地における果樹を中心とする観光農園の併進に特徴がある。

世羅町では衰退しつつある地域農業の活性化を目指し、地域の特性を生かした農業の6次産業化に町と地域が一体となって取り組んでいる。地域の多様な主体が参加する「世羅高原6次産業ネットワーク」を組織することで、地域農業を見事に復活させ魅力ある地域づくりを実践・成功させている。



図 27:広島県世羅町の立地(地域人口関連統計図表より引用)

<農業産出額内訳> 広島県世羅町

合計	米・麦	雑穀・豆・芋類	野菜	果実	花き	その他作物
584	209	6	179	100	86	4

図 28:農業産出額内訳

出典：農林水産省「平成29年度市町村別農業産出額」を基に作成

4-1 6次産業ネットワークができるまで

世羅地域では1977(昭和52)年、県の食料基地としての広島中部大地国営開発事業が始まった。山の開発による農業振興が行われ、1997(平成9)年までの21年間に357haを開拓、19団地38農園の開発団地農園が造成された。しかし、技術・環境・販売などの問題から農園経営が行き詰まり、ほとんど全ての法人が倒産に追い込まれてしまう。潰れていく開発団地の中で農園は、花観光農園やフルーツ観光農園として生き残りを図ったが、道やトイレが汚いなどグレード感に欠け、十分な観光客を集めることができなかった。一方、世羅台地の下に広がっている、水田を中心とした旧来からの農業も高齢化や兼業化、担い手不足により衰退し、農地の荒廃が懸念されつつあった。

台地の上と下のそれぞれで地域経済の根本となる農業が衰退しこのままでは地域農業が壊滅してしまうという危機的状況の中、1997(平成9)年に広島県が実施した「農村地域6次産業推進事業」を契機として、世羅地域における「農業の6次産業化」という新しい農業振興の検討が始まった。

「農村地域6次産業推進事業」の名の下に、加工グループはふるさと1品運動で、地元ならではの加工品をいくつか開発してみたが、売る場所がなかった。観光農園で売ってもらえばいいとの声もあったが、「そういう所に出して手数料まで払いたくない」という声もあり、観光農園の方も「お土産用に作られたものが良いお土産、素人が作ったお土産で手数料もたいしてもらえないような物は売りたい」というような関係で、なかなかうまくいかなかった(小川,2010,p.8)。小川によると(2010,p.8)この時点の世羅高原は、1次産業、2次産業、3次産業それぞれの活動を始めたものの、個別に行っているだけの状態であった。

つまり、お互いの結びつきや連携がなされていなければ、6次産業化としての十分な結果は得られないという問題点が浮き彫りになった。この状況に危機感を覚えた県の開発担当や生活普及員たちは、町やJAなど関係機関の連携を強め効果的に6次産業化を進めることを目的とした協議会を立ち上げることを提案した。

こうして1998(平成10)年1月、世羅地域の3町、JA尾道市、普及センターによる「世羅高原6次産業推進協議会(以下、6次産業推進協議会)」が設立された。協力によって地域のグレード感や消費者の満足度もアップさせられる、PRを世羅郡一体で行うことでより効果的なPRができる、観光農園の売り場に地元産の様々な産品を取り入れる良い体制ができる、人材・資源・環境・既存の施設を有効活用できる、といった色々な利点が考えられた。

6次産業推進協議会では、「100万人のお客様と一緒に作る人間優先せら高原」をスローガンに掲げ(1)啓発活動、(2)ふさわしい事業の導入と推進、(3)ビジョンの策定、(4)研修会の開催、(5)ネットワークの育成の5つの活動を柱にして、6次産業化の効果的な推進を実施した。

6次産業推進協議会で、世羅高原における6次産業化の具体的なスローガンを掲げ、6次産業化全体を結ぶ縦軸を作ったものの、密接な協力体制を整えるためには生産者同士が横のつながりが不可欠であり横軸を構築することが課題であった。

そこで1999（平成11）年7月に「世羅高原6次産業ネットワーク（以下、6次産業ネットワーク）」が結成された。6次産業ネットワークでは女性を中心に地域の事業主にネットワークの加入を勧めてまわってネットワークの活動の幅を広げていき、6次産業ネットワークは「6次産業化」という共通の目標に向かって地域全体を牽引する基軸へと成長した。

4-2 6次産業ネットワークの取り組み

4-2-1 6次産業ネットワークの全体像

6次産業ネットワークの会員には、生産農家をはじめ、加工・販売グループ、花観光農園、観光果樹園、農家レストラン、また駅伝で全国的にも名を知られている県立世羅高校など、世羅高原に散在する農業経営体などが名を連ねている。結成当初は32団体であったが、現在では73団体が登録し会員数は延べ1400人にのぼる。

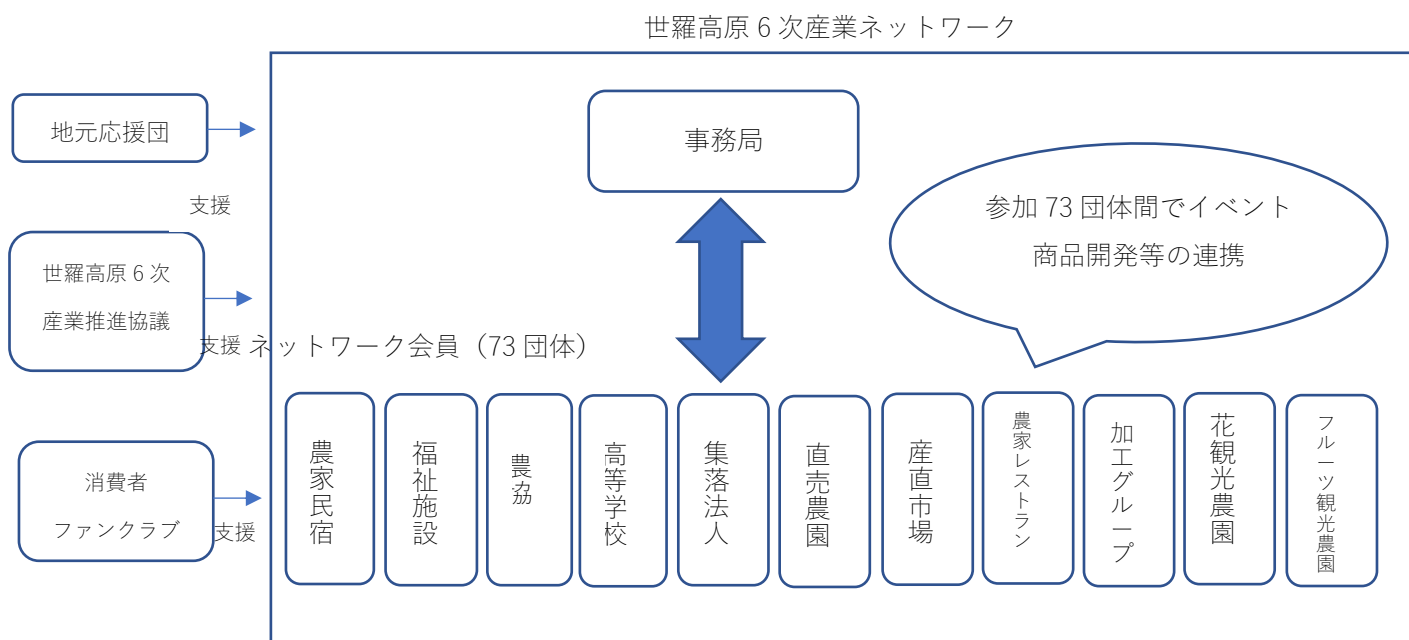


図 29：6次産業ネットワークの構造

出典：世羅高原 6次産業ネットワーク資料を基に作成

ネットワークには「元気を売ります せら夢高原 元気を買いに せら夢高原」というキャッチフレーズがある。元気な生産者が元気になれる商品を作っているのだから、元気を買いに世羅へきてくださいという意味が込められている。

ネットワークでは当初、推進協議会の方で担当者がある程度計画してネットワークの会員が実行するという体制をとっていたが、会員が次第に増えていくことで他人事となってしまい都合の良い時だけ出てくる人たちがでてきたことから、この体制のままでは自立を阻んでしまうと考える6つの部会を設けた。

部会は、①体験交流部会、②郷土料理部会、③イベント部会、④販売促進部会、⑤生産商品開発部会、⑥研修情報部会の6つでありネットワーク会員は必ずどこかに所属しなければならない。

体験交流部会では、広島大学の学生に毎年1週間インターンシップで農業体験に来てもらうという活動に取り組んでいる。またイベントの時に体験教室を開いたり、時にはバスツアーで来る人々の対応を行なっている。

郷土料理部会では、スローフードフェスタを開催している。これは地域のお母さんたちが作った加工品や料理を、1000円のチケットを買ってもらった200の方に食べて評価してもらい、評判が良かったものは町内の産直市場に並べてもらう、というものだ。

イベント部会では、「フルーツ夢まつり」を2001(平成13)年から行っている。このイベントはワイナリーの施設を使って行っており、ただ物を売るだけでなく、地元の方々との協力やミニイベントも開催している。

販売促進部会では、ひろしま夢プラザで「世羅高原フェア」を開いている。

生産商品開発部会では、加工品の開発を行う。当初は家で食べているものに付加価値をつけた商品化に取り組んでいたが、次第に業者とも連携して開発を行うようになった。さらに「部会でこだわりの農産物を作ろう」と研究会も立ち上げた。研究会では広島県にある5000種の原種を保存している農業ジーンバンクという機関から世羅の気候に合う種を提供してもらい、健康に良いもの、珍しいもの、美味しいものなどこだわりの農産物を展示園で作っている。

研修情報部会は、6次産業化の実践に必要な知識やノウハウを学ぶ研修会を開催している。部会では、3次産業部門を中心に多くの研修を実施している。具体的には、経営戦略の立て方や接客の仕方、消費者ニーズやPOPの書き方、店の陳列の仕方、イベントの企画のやり方、JAS法や食品衛生法などの研修を行っている。

4-2-2 6次産業ネットワークの取り組み

6次産業ネットワークでは、広島県内各地の特産品を販売する「ひろしま夢ぶらざ」に年に2回、2週間限定で世羅高原の店舗を開設している。また、毎年9月には6次産業ネットワーク主催で「フルーツ王国せら高原夢まつり」という大型イベントを開催している。産品販売テント村、屋台食べ歩き街道、特産品を使ったクッキング体験、フルーツオリンピックなど、来場者に世羅高原の魅力を存分に知ってもらえるようメンバー総出で工夫をこらしている。同イベントには毎年2万~3万人の入場者が会場を訪れており、PR活動の格好の場となっている。

6次産業ネットワークではオリジナルの加工品も開発している。中でも名産の梨を材料にした「世羅とした梨ランニングウォーター」は、生産商品開発部会と県立世羅高等学校の生徒たちとの共同開発により生まれたスポーツ飲料で、2010(平成22)年の発売から半年で約10万本を売り上げるヒット商品となった。

6次産業ネットワークの活動が活発化する中、農地開発予定地でこれまでに販売できなかった100haの土地を利用して県民公園と町営の農業公園を合わせた「せら夢公園」の構想が上がる。

った。構想が具体化していく段階で、ワイナリーとレストラン、ワインショップに加えて、施設の一部を産直市場にするので6次産業ネットワークがここに入らないかという話が持ち上がった。

そこで会員で2年間かけて図面や運営方法等を話し合い具体化していき、2006（平成18）年に念願の活動拠点施設「夢高原市場」が誕生した。「夢高原市場」では6次産業ネットワーク会員の多くが出資者となり、組合員数41団体の事業協同組合を設立して運営している。組合員資格を満たせなかった6次産業ネットワークの会員も出荷会員として商品を出荷・販売している。6次産業ネットワークの事務局も夢高原市場内に設置され、実質的に6次産業ネットワークとはほぼ一体的に運営されている。店舗では生産者による対面販売、特産加工のブース販売、郷土食の伝承、農業・農村体験、ネットワーク会員の情報発信、ふるさと小包の発送、レストランの食材提供等の活動を行なっている。

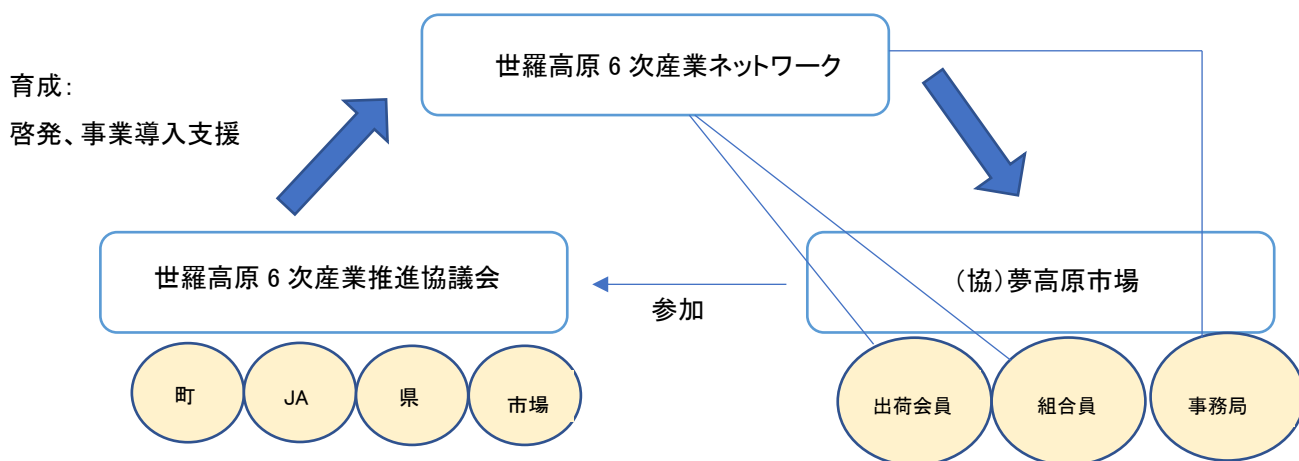


図 30:世羅町における6次産業化の推進体制

出典：農林水産政策研究所「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―」,p.83

こうして地域ぐるみの6次産業化が成熟していく中ネットワークは「日本一大きく美しく豊かな農村公園をめざして」という新たなビジョンを策定し2009（平成21）年に世羅町長に提案書を提出した。

ビジョンの策定に際しては、6次産業ネットワークの各部会を中心に1年がかりでワークショップを重ね、現状の課題抽出とその解決策の検討を行った。課題としては長期滞在型の施設が不足している、町内の観光情報が統一されていない、地産地消に取り組む店が少ない、などの点が指摘された。これを踏まえて今後取り組むことにした事業は、民泊体験や農業体験の実施、春と秋の大型イベントの開催、体験ツアーの充実、関係機関と連携したPR活動の充実、環境美化の推進体制づくり、夢公園を体力づくりの場に活用すること、わかりやすい案内看板の整備、夢高原市場施設の改善、地産地消の推進、特産品開発のための技術の支援と整備、農

畜産物のブランド化推進、6次産業大学の開設と研修施設の改善、6次産業推進の担い手育成である⁴。

4-3 取り組みの成果

世羅町の6次産業化の成果は、まず何よりも地域の中に6次産業ネットワークが構築されたことであろう。会員は、各部会を通して産地ブランド化やイベント企画、アンテナショップの開設、研修の開催などといった6次産業ネットワークとしての活動を行い、それを自らの事業にリンクさせる。ネットワークの会員はそれぞれの特徴を生かしつつ、6次産業化の相乗効果を高め合いメリットを享受しあっているのだ。

さらに会員相互のネットワークを形成することで、夢高原市場以外でも様々な協働が生まれている。具体的には先述した、会員と高等学校の生徒が協働して特産の梨を使った飲料の開発を行った「世羅っとした梨ランニングウォーター」の例がある。その他にも観光農園で加工グループの商品を取り扱うようになったり、加工品の原料に他の会員の生産した農産物を利用するなど、会員同士での取引も広がりつつある。

以上のように6次産業化ネットワークは6次産業化に取り組む主体の協働の場そのものであり、同時に主体間の新たな協働の取り組みを生み出して世羅町における6次産業化の取り組みを進展させている。

6次産業推進協議会設立前の1997（平成9）年には売上は8億5000万円程度、入り込み客数は60万人に満たなかった。図31の2003（平成15）年～2013（平成25）年の世羅町における6次産業関係の売り上げ及び来客数の推移を見てみると、2013（平成25）年には約23億円に到達している。同じく入り込み客数は、2013（平成25）年には115万人にまで増加している。

⁴町村の全域を農村公園にしよう－世羅高原6次産業ネットワークの提言と構想－『JA総研レポート』2010年9月、p.106-107 参照

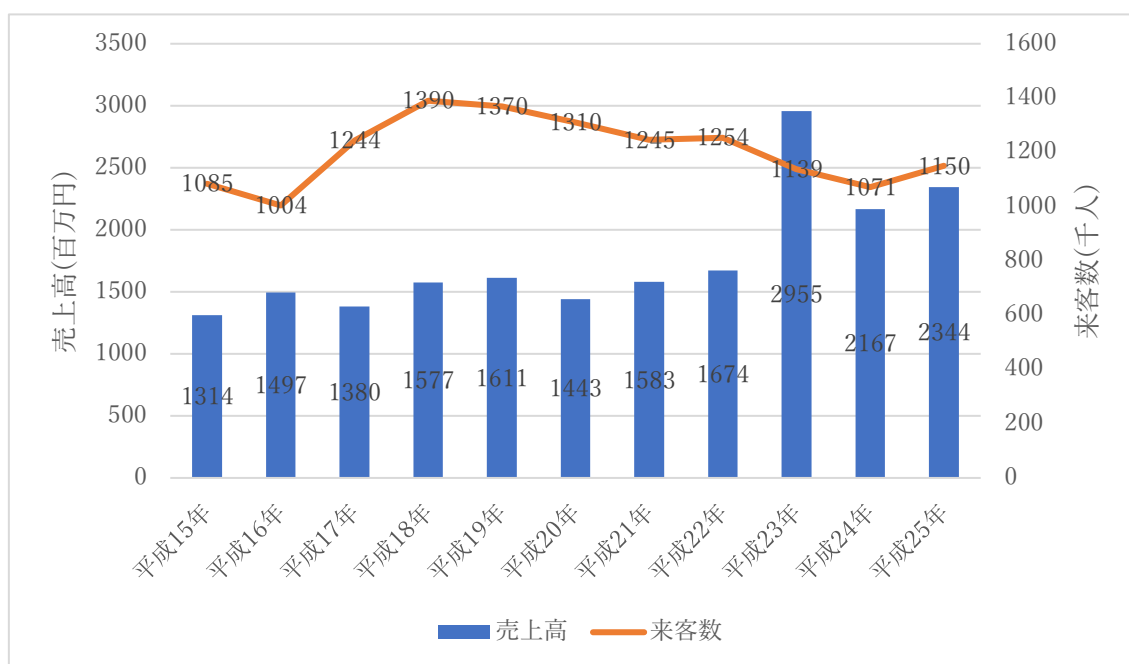


図 31：世羅町における 6 次産業関係の売り上げ及び来客数の推移
 出典：世羅町産業振興課「6 次産業の取り組み実績(2014)」

図 32 の農業産出額の推移を見てみると、2005（平成 17）年には農業生産額が 100 億円を突破し、2006(平成 18)年には 2004(平成 16)年対比 21%増の 105 億円（県内第 4 位・シェア 10%）までに増加する結果となった。さらに 2017（平成 29）年の農業生産額は 137 億 5000 万円にまで達しており、これは広島県の農生産額がほぼ横ばい状況にあるなかで突出した状況である。

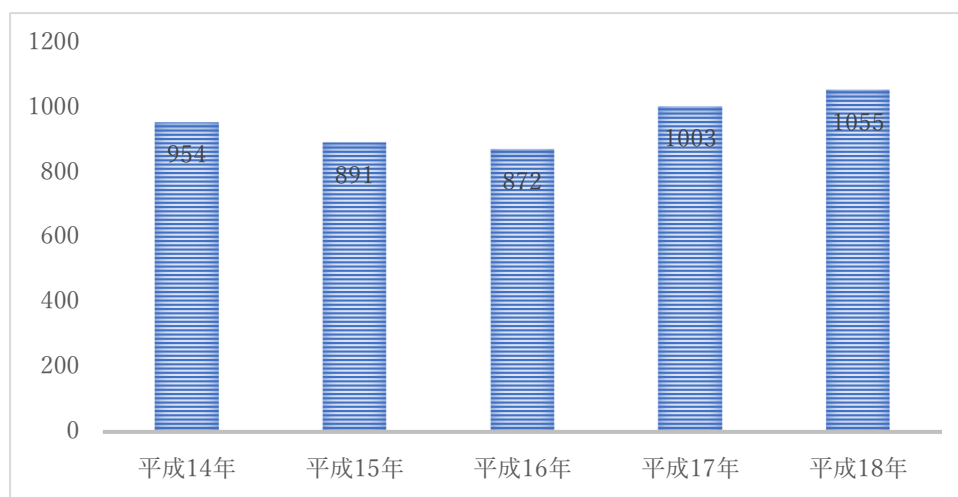


図 32：農業産出額の推移（平成 14 年～平成 18 年）

出典：広島県世羅町「平成 30 年度広島県世羅町統計データブック（2018 年 9 月）」、p.20

このことから6次産業ネットワークを軸にした6次産業化の取り組みは、地域コミュニティの強化や異業種間の連携の促進そして地域経済の活性化等に大きく貢献していることが分かる。

6次産業化の取り組みの具体的な成果として、世羅高原6次産業コーディネーターの後由美子氏は主に(1)今までぼんやりしていた世羅高原のイメージが「フルーツとフラワーの町」として強くなったこと、(2)地域特産物品の売り上げが増加したこと、(3)入り込み客が増加したこと、(4)今まで話したこともない人たちと6次産業を通じた仲間づくりや連携ができるようになったこと、(5)ネットワーク活動を通してそれぞれの6次産業団体のメンバーが自ら消費者交流活動を強化するようになったこと、(6)若者が就農し後継者が残るまたは戻ってくるようになり老若男女が交流できるようになったこと、(7)I ターンの農業者と従来の農業者とが交流できるようになったこと、(8)新しい町づくりへ展開しようという最初に掲げたビジョンが達成できたため次の新たなビジョンを作ろうということで「日本一大きくて美しい豊かな農村公園プラン」が策定されたこと、の8点を挙げている(後,2011,p.14)。

4-4 世羅町農業の展開にみる特徴

前項で6次産業ネットワークの取り組みについて見てきたが、本項では世羅町の成功要因について取り組みの過程を整理して分析することで考察していきたい。

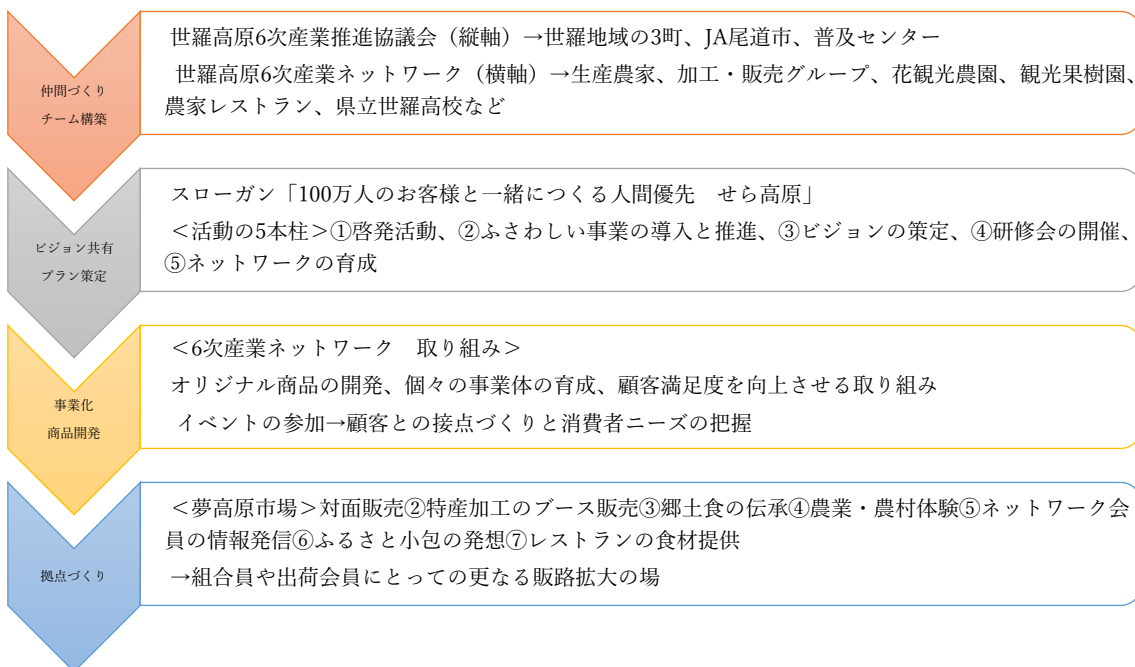


図 33:6次産業化の過程(筆者作成)

本事例では始めに【仲間づくり・チーム構築】を行った。1997年、地域農業の衰退が顕著となっていた世羅地域では「農業の6次産業化」という新しい農業振興の検討が始まった。まず町やJAなど関係機関の連携を強め効果的に6次産業化を進めることを目的に、世羅地域の3

町、JA尾道市、普及センターによる「世羅高原6次産業推進協議会」が設立された。広域連携を実現させ、街の垣根を超えて世羅高原全域での協力体制を作ることで、インパクトのある活動に繋がった。ここで6次産業化全体を結ぶ縦軸を作ったものの、密接な協力体制を整えるためには生産者同士が横のつながりが不可欠であり横軸を構築することが課題であった。

そこで翌年「世羅高原6次産業ネットワーク」が結成された。ネットワークには生産農家、加工・販売グループ、花観光農園、観光果樹園、農家レストラン、県立世羅高校など地域の多様な主体が参加している。ネットワーク化によって、(1)連携によって互いに他の施設や資材が利用できる、(2)協力して大型イベントができる、(3)互いに情報交換ができる、(4)世羅高原のイメージが強化されるなど様々な効果があった。

次に【ビジョン共有・プラン策定】を行った。6次産業推進協議会が中心となって「100万人のお客様と一緒に作る人間優先 せら高原」というスローガンを掲げた。そして、①啓発活動、②ふさわしい事業の導入と推進、③ビジョンの策定、④研修会の開催、⑤ネットワークの育成、という5つの活動を柱にして、6次産業化の効果的な推進を行っていくことを決定した。

6次産業ネットワークでは体験交流部会、郷土料理部会、イベント部会、販売促進部会、生産商品開発部会、研修情報部会という6部会のいずれかに所属することとなっており、各部会で多様な取り組みを行っている。取り組みは大きく分けて2つある。1つ目はオリジナル商品の開発、6次産業化の本格化に向けた個々の事業体の育成や顧客満足度を向上させる取り組みである（農林水産政策研究所,2015,p.82）。2つ目は様々なイベントの参加することで顧客との接点づくりをすると共に、消費者ニーズの把握を行っていくという取り組みである（同書,p.82）。

こうして6次産業ネットワークの活動が活発化する中、ついに念願の活動拠点施設「夢高原市場」が誕生する。6次産業ネットワークの事務局も夢高原市場内に設置され、実質的に6次産業ネットワークとほぼ一体的に運営されている。店内には、世羅高原の旬な情報がタイムリーに分かる<情報コーナー>、多彩な世羅高原の商品をふんだんに集めた<産品市場>、ふるさと小包の直送を行う<通信販売コーナー>、生産者が採れたての野菜や果物、加工品を直接販売する<新鮮産品ワゴン販売>、世羅高原ならではのおやつや飲み物を提供する<おやつ庵>、郷土料理やクラフトなどネットワーク会員が指導してくれる<体験コーナー>があり、組合員や出荷会員にとっての更なる販路拡大の場となっている。

第5章 6次産業化の可能性と今後の展望

5-1 新たな地域コミュニティの創出

5-1-1 集落とその機能

農山村には、古くからそれぞれの生業に必要な共同労働や生活上の共同作業のため集住した家族の集まりがある。これを「集落」という。集落は、一般的に以下の3つの機能を持つと言われている（図34）。

①生産補完機能	農林漁業等、地域の生産活動を地域住民が相互扶助によって補完しあいながら、生産活動の維持・向上を図る機能（例:草刈り、道普請等）
②生活扶助機能	社会的統一性を持った共同体の中での生活・コミュニティが円滑に行われるために地域住民どうしが相互に補完し合いながら生活の維持・向上を図る機能（例:冠婚葬祭等）
③資源管理機能	農林地や地域固有の景観、文化等の地域資源を維持・管理する機能

図34:集落の3つの機能

出典：国土交通省「集落の衰退による地域の社会基盤等への影響に関する調査報告書(平成13年)」を基に作成

上記以外にも、図35のように集落単位での住民の様々な活動があり「コミュニティ」としての機能を有している。

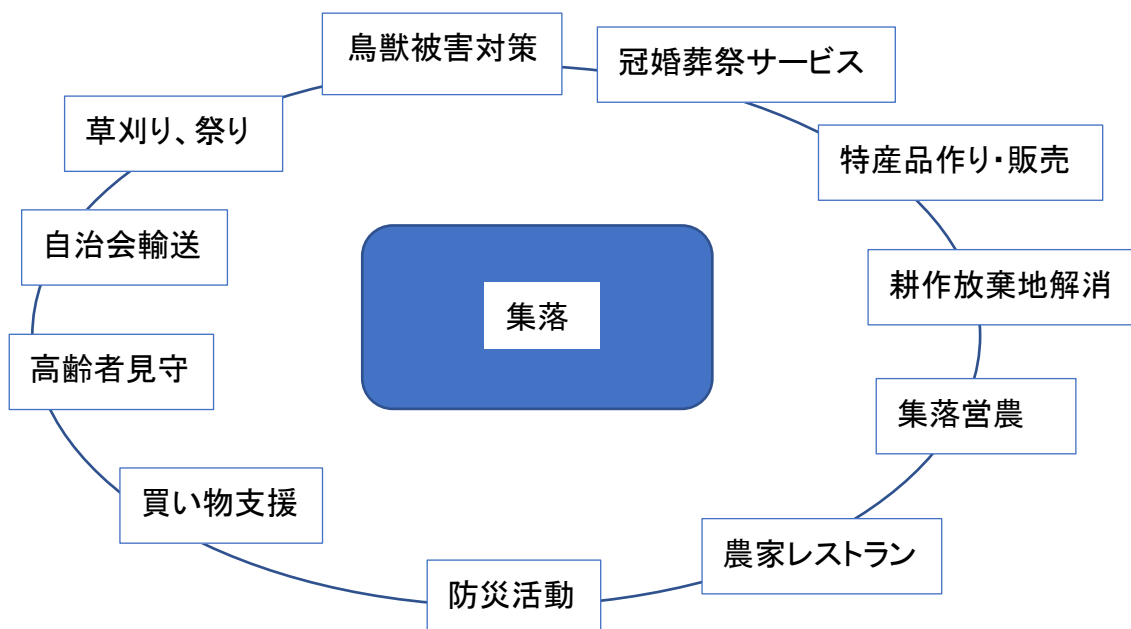


図35：集落のコミュニティとしての諸機能（筆者作成）

しかし現在、農山村では集落活動の担い手の減少や高齢化によりこの「コミュニティ」としての機能が失われつつある。これによって、それまでコミュニティで担っていた様々な機能（地域資源の管理・地域の文化の継承など）が保持できなくなるという問題が発生している。実際に多くの集落で発生している問題や現象についてみると（図 36）、住民生活・地域文化の衰退、生活基盤・産業基盤の弱体化、自然景観の崩壊など様々な問題に直面していることが分かる。

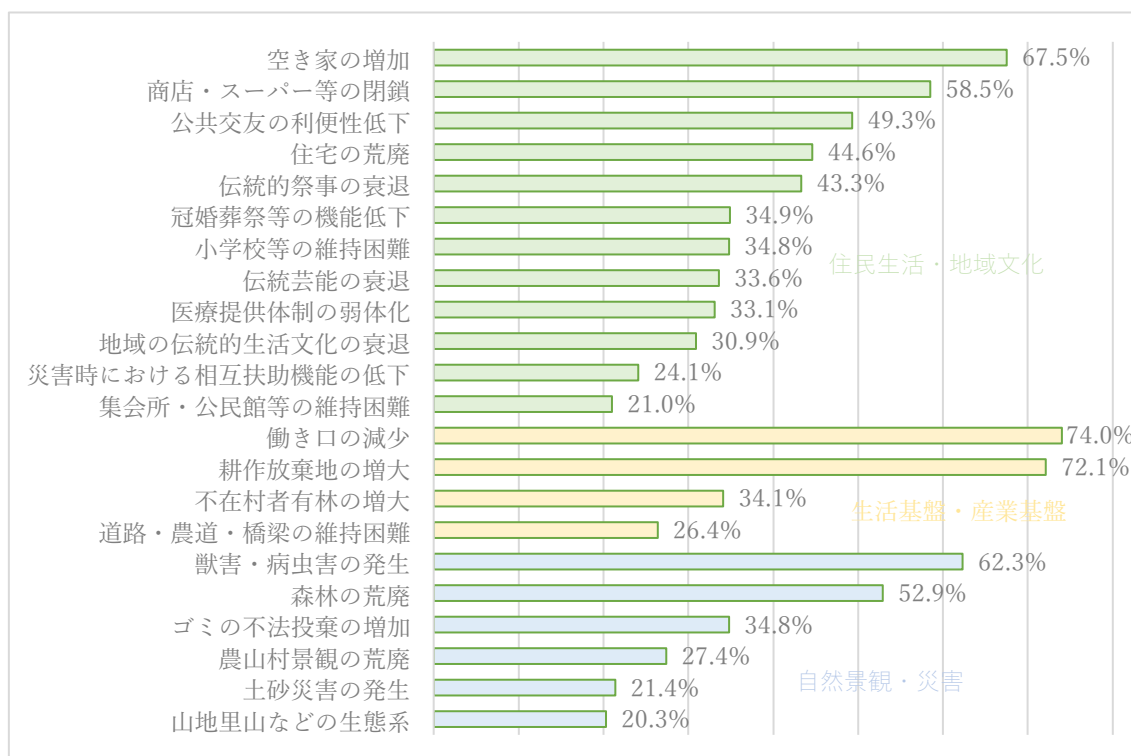


図 36： 条件不利地域における集落の現況把握調査

出典：農林水産省「平成 24 年度食料・農業・農村白書 第 1 部 食料・農業・農村の動向 第 4 章 地域資源を活かした農村の振興・活性化 第 1 節 農村の現状と農村を取り巻く課題 (1)農村の現状」

5-1-2 6次産業化の取り組みによる新たな地域コミュニティの創出

前項で見た通り現在、農山村では多くの地域でコミュニティの機能が失われつつあり様々な問題を抱えている。このような状況の中、6次産業化の取り組みを実践することで地域に「新たなコミュニティ」を創出し、地域課題の解決に貢献することが期待されている。

6次産業を推進する上では女性・若者・高齢者・障害者等地域の多様な担い手が参加して、地域の産業、技術、人材等の資源を活用しながら地域の実情に応じた取り組みをすることが重要である。この過程において地域住民一人ひとりが自身が地域社会を支え、さらに地域社会から恩恵を受けているという意識を持つことが期待できる。こうした「地域社会の構成員」としての当事者意識を持った地域住民が一体となることで、地域社会が抱えている多様な課題に対し

でも取り組むこと「新たなコミュニティ」が創造されることが期待できるだろう（国土交通省,2018,p.17）。

実際に3章であげたさいさいきて屋の例を見てみると、直売所には女性や高齢者、新規就農者など多様な人々が出荷を行なっている。さらに食堂とカフェは地域の女性が調理を担当し、綿の栽培や加工品の製造には高校生や福祉施設の生徒、クッキングスタジオや学童農園では地域の子どもたちが参加している。すなわちさいさいきて屋を通して幅広い年齢層の地域住民が交流しているのだ。こうした交流は単なる商品交換関係に止まらず、生産者と消費者の「顔が見える」相互承認を経た豊かな関係性を育んでいくことができる。

さいさいきて屋の運営の中心はJAおちいまばりであるが、現在同施設で働いているJA職員はわずか5人であとはパートやアルバイトで100人以上を占めている。アルバイトで働いてらっしゃる方にお話を伺ったところ「何でも挑戦させてくれるので、新しく思いついた試みはどんどんやってみることができる。」と語っていた。ここから運営にはJAの職員に任せきりせず地元住民も積極的に携わっているということが分かった。つまり今治地域では、さいさいきて屋を介して地域住民が新たなコミュニティを創造しており、地域農業の活性化に向けてそれぞれができる範囲で関わっている、と言えるだろう。

次に4章であげた「世羅町の6次産業ネットワーク」の例をみると、6次産業ネットワークには生産農家、加工・販売グループだけでなく花観光農園、観光果樹園、農家レストラン、福祉施設、高校など地域の様々な主体が携わっている。6次産業ネットワークに参加している団体は事業規模や種類、会員の年齢や性別などは様々であるが、会員たちはこういった条件に関係なく6次産業ネットワークにそれぞれの距離感で関わり、自らの事業と6次産業ネットワークをうまくリンクさせながら自家経済の向上を図っている。

さらに6次産業ネットワークでは2009(平成21)年、1年がかりでワークショップを行い「日本一大きく美しく豊かな農村公園をめざして」を策定して行政に提案するなど地域住民が中心となって世羅町のさらなる発展に取り組んでいる。

5-2 地域内経済の循環

人口減少社会に対応した農村整備研究会（2015,p.29-31）は、6次産業化の取り組みが「経済面」にもたらす影響を次のように説明している。

第一に地域外から物やサービスを購入する事でこれまで域外に流出していた資金を域内で生産し消費するシステムに転換できることが挙げられる。

地域に豊富に存在する資源を最大限に活かして、農家レストランや農産物直売所、食品加工、学校給食などの場で原材料を地場から調達して地元の消費を地元の産業で賄い、地産地消を進めることにより、域内からの調達率を向上させることができる。これらの取り組みにより、域内で多くの資金を循環させることが可能となるだろう。

第二に地域の基幹産業の生産性と付加価値を高め、地域の資源を活かした新たな価値を創出することなどにより、域外からの資金を獲得できることが挙げられる。

農業は、都市などの域外から資金を獲得する産業構造を有しているが、農業の生産性を高めるとともに、食の安全・安心や健康志向、高品質など消費者のニーズを的確に捉え、生産だけでなく、加工、流通、サービスなどへの展開を図り、付加価値を高めることで、高収益性を確保していくことができるだろう。

こうした地域内で循環する仕組みは、地域の発展には不可欠である。「地域経済の持続的な発展を実現しようというのであれば、その地域において、地域内で繰り返し再投資する力＝地域内再投資力をいかに作り出すかが決定的に重要（岡田,2005,p.138-139）」だからである。

さらに、地域の豊かな地域資源を活かして自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型余暇活動であるグリーン・ツーリズムや、子供の農業・農村体験に取り組み、都市と農村の共生・対流を積極的に推進することにより、地域の活性化とコミュニティの再生を図り、農村における所得や雇用を増やすことも期待できる。

ここまで6次産業化によって期待される経済効果について見てきたが、私たちはまた農山村の経済規模についても考慮すべきである。厳しい農山村経済ではあるが、農山村住民のアンケート調査によれば「あとどのぐらいの月額収入が必要か」という問いに対する住民の回答は、実は大きな金額ではない。

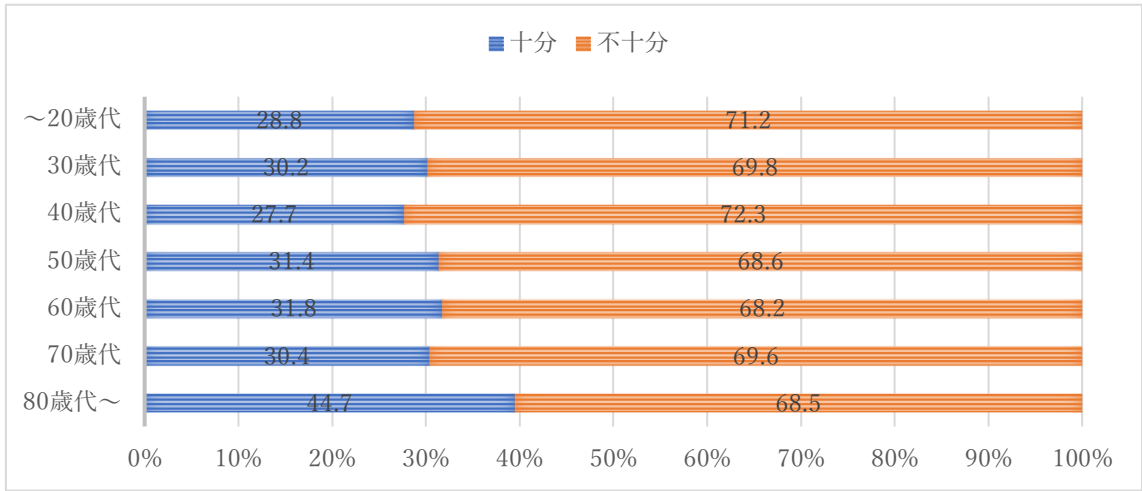


図 37:経済的水準は十分か(男)

出典：山口県地域振興部「中山間地域づくりビジョンアンケート(2005 年 6~7 月実施) 」

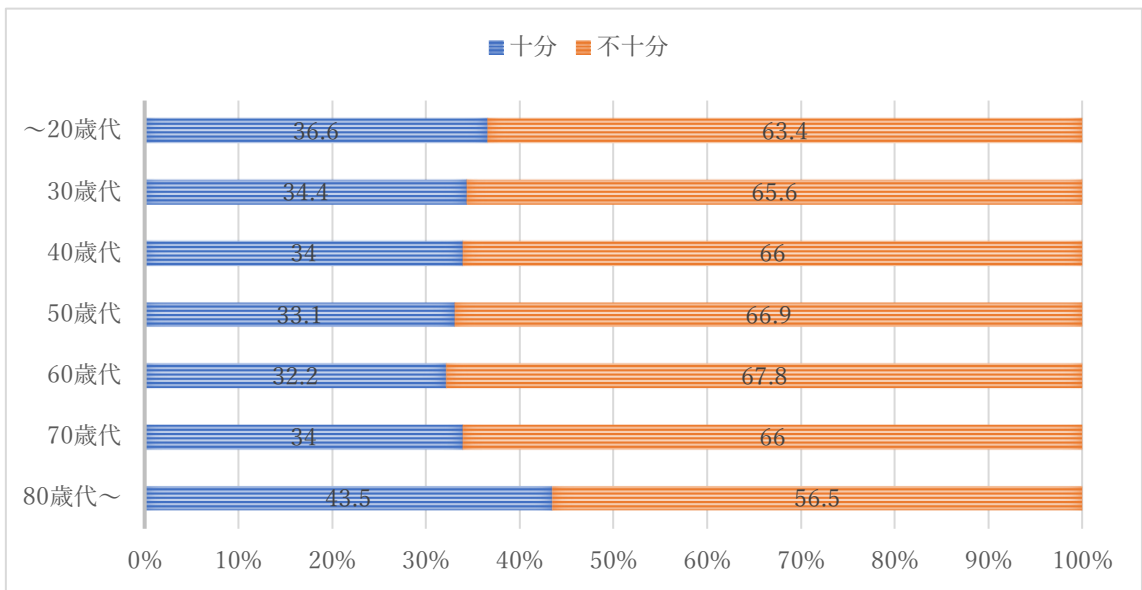


図 38:経済的水準は十分か(女)

出典：山口県地域振興部「中山間地域づくりビジョンアンケート(2005 年 6~7 月実施) 」

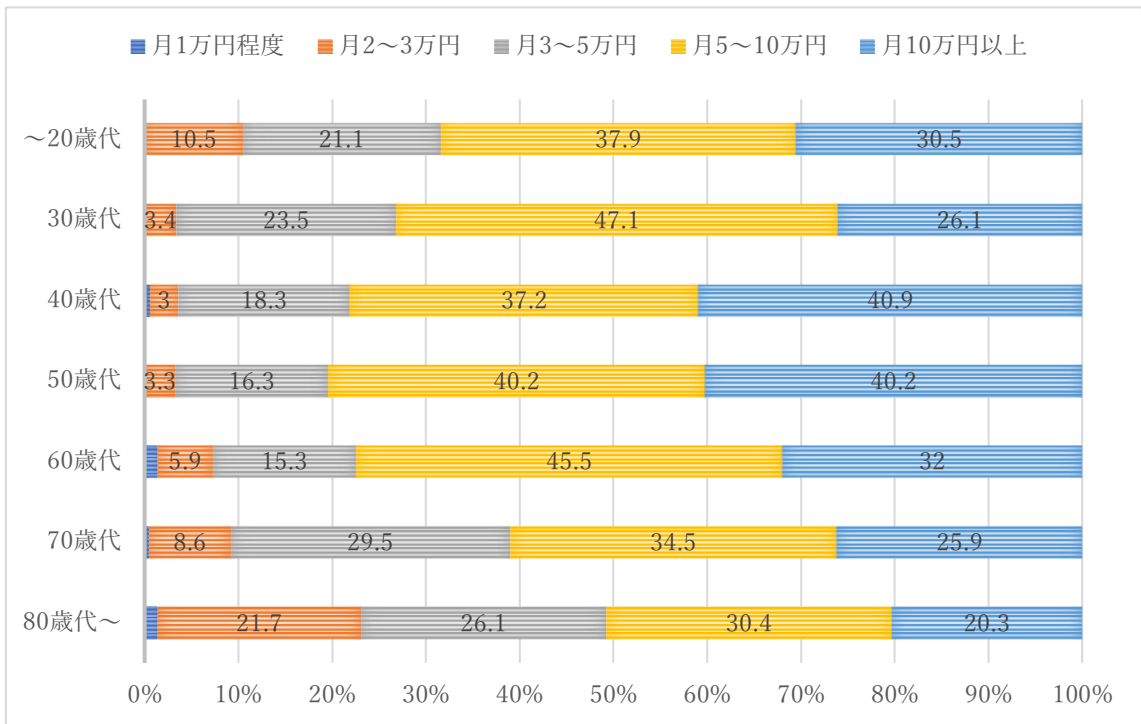


図 39:あとどのくらい月額収入が必要か(男)

出典：山口県地域振興部「中山間地域づくりビジョンアンケート(2005年6~7月実施)」

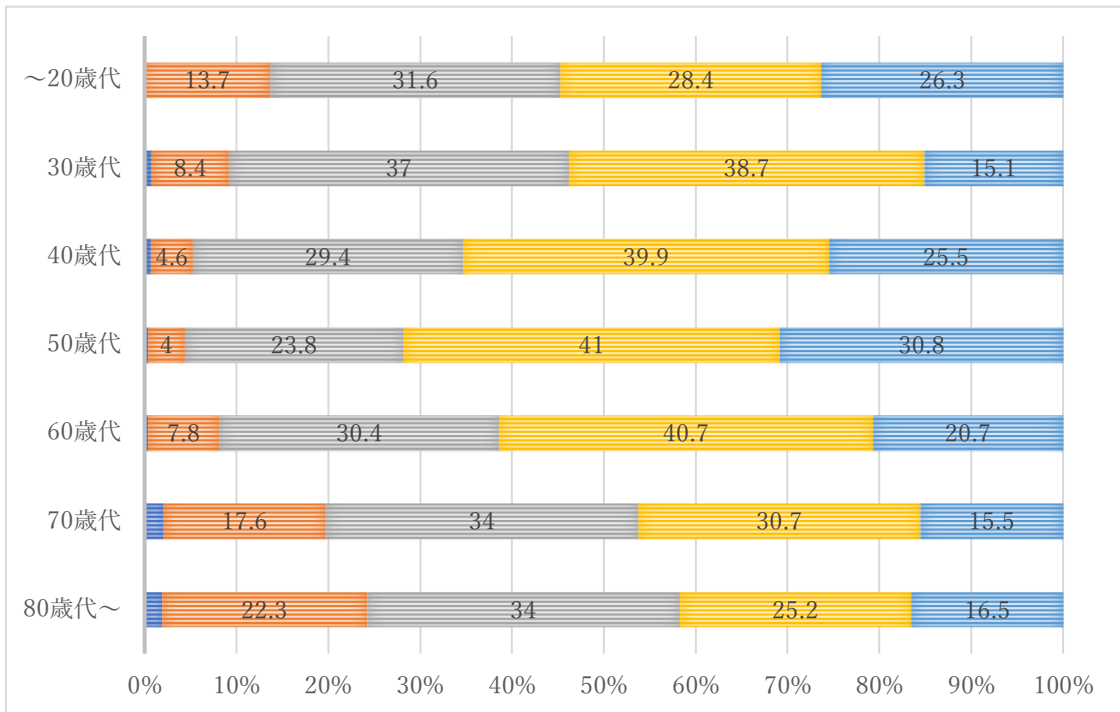


図 40:あとどのくらい月額収入が必要か(女)

出典：山口県地域振興部「中山間地域づくりビジョンアンケート(2005年6~7月実施)」

図 37、38 では「経済的水準は十分か」と尋ねているが、その結果は性別年齢を問わず 6~7 割が「不十分」としている。農山村地域では、確かに「所得問題」が全般的に発生していることが分かる。

一方で、このアンケート結果では同時に、経済的水準が不十分な場合「あといくらぐらいの月額収入が必要か」という質問がある。この問いに対しては図 39、40 の通り必ずしも大きな金額が示されていない。さらに年齢別に見ると、高齢者では月 5 万円以下の増収を希望する割合が多くなっている。これを年収に換算すると、約 60 万円を追加所得として実現する農業があれば、先に述べた所得問題の一部には、対応できることを示している。そうであれば、この水準の所得形成機会、すなわち小さな経済をまず確実に地域内に作り出していくことが住民の高齢者割合の大きい農山村では求められている（小田切,2009,p.6）。

この約 60 万円の追加所得（年間）は農産物直売所、農産加工、農家レストラン、農家民宿の経営等の 6 次産業化の取り組みによって得られる追加的所得水準に相当する。農山村の 6 次産業化の取り組みにおいてはまず「小さな経済」を作り出すこと、そして「小さな経済」の積み重ねによって新しい産業や雇用を作り出すことを期待したい。

5-3 農山村における地域住民主体の6次産業化の取り組み

図 41、42 は、本稿で扱った愛媛県今治市「さいさいきて屋」そして広島県世羅町「6次産業ネットワーク」の取り組み方を図式化したものである。両者は2章で述べた<交流タイプ>かつ<連携タイプ>に当てはまる。

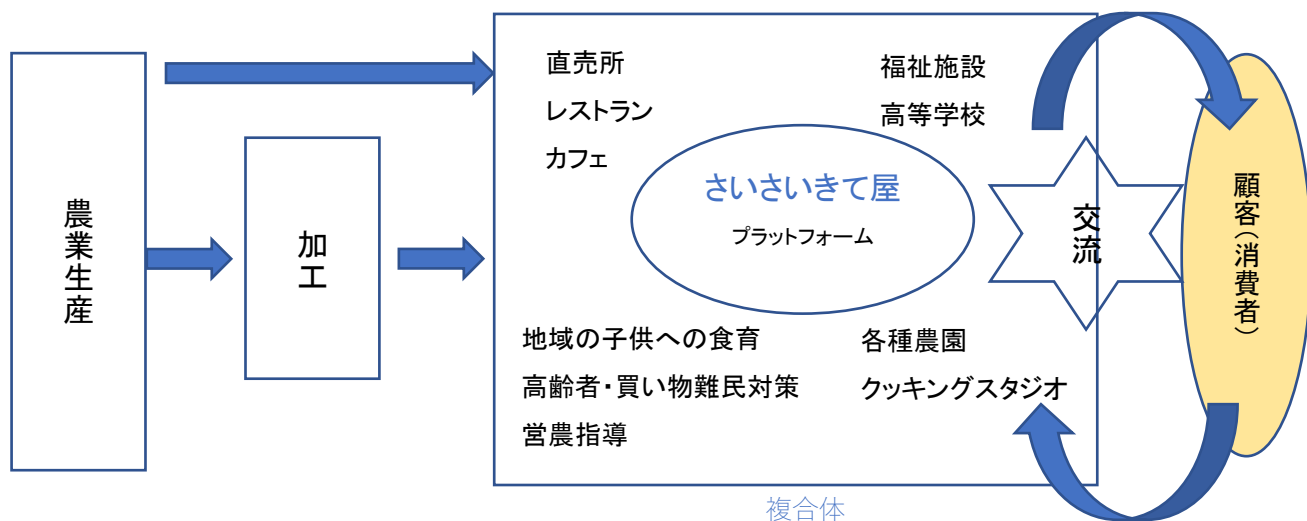


図 41：愛媛県今治市「さいさいきて屋」（筆者作成）

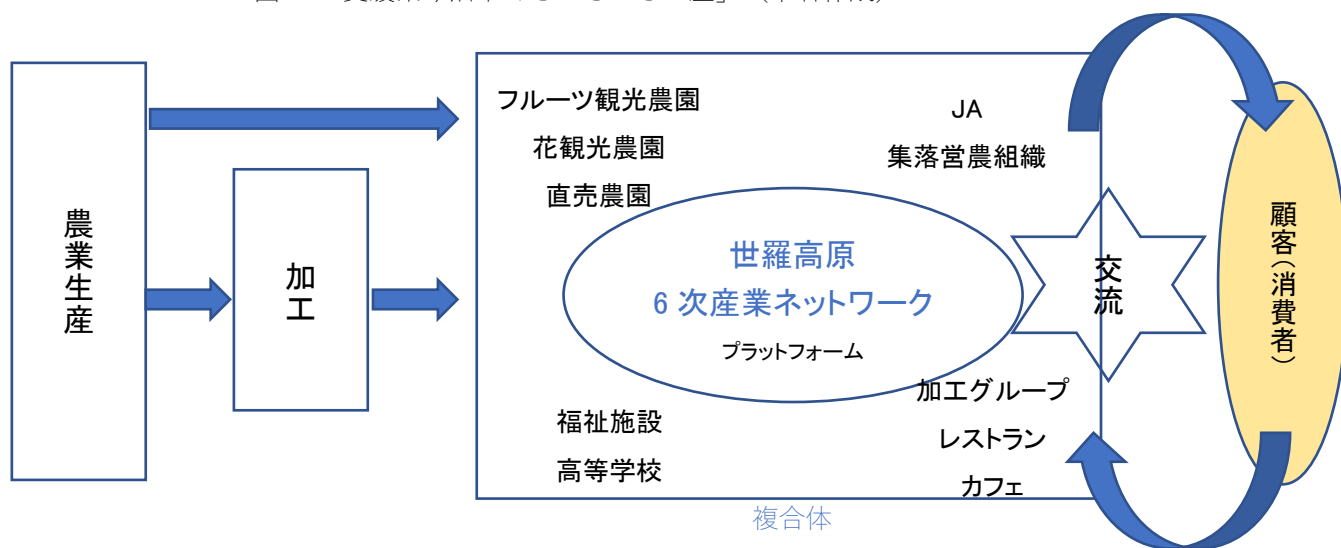


図 42：広島県世羅町「6次産業ネットワーク」（筆者作成）

本稿で扱った事例を参照すると、どちらも製造業や卸・小売業、飲食サービス業、観光業等の事業活動を取り込んだ、農業をベースとする垂直的な事業活動の「複合体」を地域内に形成していることが分かる。

小林 (2016,p.10) は、複合体を形成することのメリットとして以下のように説明している。第一に農業生産者、加工業者、流通業者、観光業者、行政部局、地域住民等との「主体の連携」ができることである。第二に農業生産、加工、流通等の「事業活動の統合・連携」ができることである。第三に多様な地域資源の組み合わせが可能になることである。地域資源とは具体的には農

林水産物、自然、景観、風土、歴史、文化(食文化)、地域住民の知恵・技術等であり、これらを組み合わせることで地域独自の価値(付加価値)を形成することができる。

また6次産業化の推進を図るためには、6次産業化の取り組みについて点的な個々の事業体の取り組みにとどまるのではなく、「点から面」へという取り組みの地域的な広がりを進めていく必要があり、そのためにもやはり「複合体」の形成は不可欠である。

こうした多様な主体が参加している「複合体」が活動を行うにあたっては、相互交流による信頼関係の強化、複合体内部での課題・目標の共有が必要である⁵。この際、重要になるのがコーディネーターとプラットフォームの存在である。

まずコーディネーターについて見ていく。コーディネーターの役割は地域の多様な主体を巻き込みその合意形成や関係形成を図ること、さらに地域資源の発掘や地域の状況分析をサポートして共同関係を促進していくことである(中小企業基盤整備機構,2013,p.304)。

本稿の事例でも、こうした地域組織化機能やファシリテート機能を果たすコーディネーターが存在している。第3章の事例ではさいさいきて屋の代表、西坂文秀氏である。彼はJAおちいまばりの職員で直売所の立ち上げやさいさいきて屋の提案・開設・運営に携わったほか、多様な消費者との交流活動の中心的な役割を担った。また世羅町の事例では6次産業化を推進した、後由美子氏である。彼女は広島県の元生活改良普及員で世羅高原における6次産業化の取り組み当初から、当事業のコーディネーター役として6次産業推進協議会の立ち上げや6次産業ネットワークの設立など世羅高原6次産業化の全てに携わり、活動の下支えをしてきた。

コーディネーターの役割として、後氏は「地域の人々が何を求めているかを見つけ、共有の目標を設定し、それを成功に導くために、彼らの潜在能力を引き出すこと」そして「活動のプロセスの中で、成功した、面白い、という成功体験が感覚として蓄積されれば、それは次のモチベーションに繋がる。そう仕向けるのもコーディネーターの大切な仕事」であると語っている(小川,2010,p.13-14)。

次にプラットフォームについて見ていく。プラットフォームとは「人・情報・知識・技術等の相互交流や多様な主体の協働等を促進させる仕組みや場」のことである(農林水産政策研究所,2015,p.109)。

2つの事例ではさいさいきて屋・世羅高原6次産業ネットワークを、「プラットフォーム」として位置づけることができる(図43、44)。ここからプラットフォームは6次産業化に取り組む主体の協働の場そのものであり、同時に主体間の新たな協働の取り組みを生み出し6次産業化の取り組みを進展させている、と考えることができる。

⁵ 農林水産政策研究所「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—(平成27年1月)」,p.82 参照

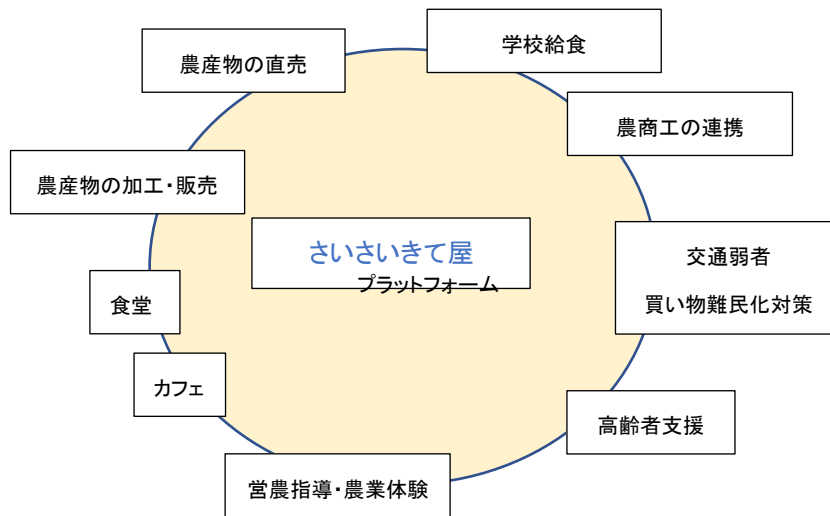


図 43: プラットフォームとしてのさいさいきて屋 (筆者作成)

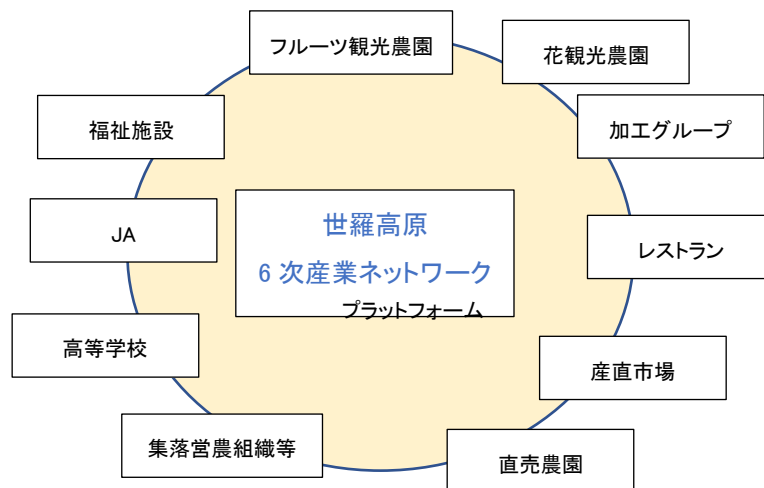


図 44: プラットフォームとしての6次産業ネットワーク

出典：農林水産政策研究所「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―」, p.82

終章

終-1 総括

ここで本論文の流れを再確認して総括としたい。本論文では農山村における6次産業化の取り組みはいかにして可能になるか、そして地域にどのような影響をもたらすのかについて考察を行った。序章では筆者の問題意識を述べ、研究目的、研究対象と論文構成を記述した。

第1章では農山村とはどのような地域であるかを定義した上で、農山村が直面している現状に概観した。農山村地域は人口減少、高齢化、担い手不足等の厳しい状況に置かれていることが分かった。この状況が続けば①耕作放棄地の多発、②多面的機能の喪失、③食料自給率の低下等の問題が起きる可能性がある。さらに中山間農業の衰退が加速し、農村社会の維持そのものが困難となる恐れもある。こうした厳しい状況の中で「6次産業化の取り組み」が、地域農業の課題解決のみならず、地域コミュニティの再生、ひいては地域産業および地域経済の活性化等にも繋がっていき現状を改善する可能性をもつのではないかという筆者の考えを確認した。

第2章では、6次産業化の概念や体制、そして現在の国内での取り組み状況について記述した。さらに6次産業化の取り組みの類型化を行い、どのタイプの取り組みが最も有効であるかを考察した。そして<交流タイプ>かつ<連携タイプ>の取り組み方が6次産業化を実現する可能性が最も高い、と仮定するに至った。

第3章、第4章では愛媛県今治市「さいさいきて屋」、広島県世羅郡世羅町「6次産業ネットワーク」の事例研究を行った。まずそれぞれの地域特性と6次産業化に至るまでの経緯を確認したのち、取り組みの内容とその成果について述べた。

第5章では第3章、第4章の事例を参考にして農山村における6次産業化の取り組みがどのような可能性を持っているのか、そして6次産業化を成功させるための条件について考察した。双方の事例で農業をベースとする垂直的な事業活動の「複合体」の形成、そして複合体に携わっている多様な主体の協働を促進させるための、コーディネーターとプラットフォームの存在が地域内での取り組みのさらなる推進に繋がっており、農山村において地域住民が主体となって6次産業化を実践する上では必要な条件であると言える。

地域内で多様な主体が参加できる仕組みを整備し、各々の「強み」を活かしながら一体となって取り組むことが6次産業化を推進する上で必要である、と考える。

終-2 本論文の図式化

【序章】 <問題意識>

農山村における6次産業化の取り組み→いかにして可能になるか

→地域にどのような影響をもたらすのか

1章【農山村について】

・人口減少、高齢化、担い手不足等の厳しい現状

→耕作放棄地の多発、多面的機能の喪失、食料自給率の低下等の問題が起きる可能性

さらに地域農業の衰退が加速し、農村社会の維持そのものが困難となる恐れも

6次産業化の取り組みは、農山村の厳しい現状を改善する可能性をもつのではないか

第2章【6次産業に関する先行研究】

6次産業化の取り組みの類型化

(1)事業の方向 <産業・ビジネス志向> <地域・コミュニティ志向>

(2)顧客との接点 <流通チャネル活用タイプ> <交流タイプ>

(3)商品・サービスを提供する仕組み <多角化タイプ> <連携タイプ>

<交流タイプ>かつ<連携タイプ>の取り組み方が農山村において6次産業化を実行する上で最も有効であると考え

第3章【愛媛県今治市「さいさいきて屋」】

直売所、レストラン・カフェ、クッキングスタジオ、生産技術の実証や指導のための農園が完備

→直売所の出荷農家は高齢者や兼業・小生産者が中心であり生産者支援に繋がっている

買い物難民対策・食育支援など様々な社会的な取り組みも行っている

第4章【広島県世羅町「6次産業ネットワーク」】

生産農家、加工・販売グループだけでなく花観光農園、観光果樹園、農家レストラン、福祉施設、高校など地域の様々な主体が連携

→自らの事業と6次産業ネットワークをうまくリンクさせながら自家経済の向上を図り、その結果が世羅高原地域全体の経済を上昇させる効果となって表れている

第5章【6次産業化の可能性】

6次産業化の取り組みが地域にもたらすもの

●新たなコミュニティの創出 ●地域内経済の循環

6次産業化の推進に向けて

農業をベースとする垂直的な事業活動の「複合体」の形成

→複合体に携わっている多様な主体の協働を促進させるための「プラットフォーム」の構築

終-3 謝辞

論文執筆にあたりお話を聞かせて頂きました皆様に感謝致します。お話を伺う中で、「地域をより良い場所にしたい」という熱意を感じました。地域が活性化していくためには、そこに住む人の「想い」というものが不可欠であると改めて実感しました。また研究を通してさらに6次産業化について興味がわき、私自身も今後何らかの形で携わっていきたいと考えるようになりました。

また浦野ゼミ同期の皆、そして後輩の皆様、ゼミの時間に私の発表を聞いてくれて、質問やたくさんのアドバイスをくれてありがとうございました。皆の意見を聞くことで、自分の論文の不足している点や補足した方が良い点に気が付くことができ卒論に活かすことができました。

最後に、浦野ゼミに私を入れて下さった浦野先生。私は半年間休学していたので、ゼミの活動についていけるかとても不安だったのですが、先生がいつも暖かく見守って下さったお陰で同期のゼミ生と共に貴重な時間を過ごすことができました。本当にありがとうございました。また4年次からは、私の拙い論文を何度も読んでくださって的確にご指導頂きました。この場を借りまして、深く感謝申し上げます。

[参考文献]

- 今村奈良臣(1998)「地域に活力を生む、農業の6次産業化」21世紀村づくり塾
- 後由美子(2011)「世羅高原6次産業ネットワークの歩み」『近畿中国四国農研農業経営研究』,第22号
- 岡田知弘(2005)「地域づくりの経済学入門—地域内再投資力論」現代自治選書
- 小川理恵(2010)「6次産業化をキーワードに豊かな地域づくりを実現」『JA総研レポート』,第16号
- 小田切徳美(2009)『農山村再生「限界集落」問題を越えて』岩波ブックレット
- 今村奈良臣(2012)「農業の6次産業化の理論と実践の課題」,『ARDEC: world agriculture now:』2012年12月号、2-6
- 西坂文秀(2014)「地域の食と農の循環と農業振興を目指した取り組み」『調査研究情報誌』
- 藤島廣二(2013)「専門農協を軸にした野菜の六次産業化—茨城中央園芸農協の野菜加工事業を事例に一」,高橋信正編『農の付加価値を高める 六次産業化の実践』,筑波書房,235-244
- 細野賢治(2018)「ファーマーズマーケットを核とした営農経済事業の構築」『月刊JA』1月号
- 室屋有宏(2014)「地域からの6次産業化 つながり創る食と農の地域保証」創森社
- 中小企業基盤整備機構(2013)「地域の美味しいものづくり」同友館
- 「直売所が持つ真の実力 JA おちいまばり(愛媛)のさいさいきて屋」『月刊食糧ジャーナル』p.107-113
- 全国町村会(2018)「これからの地域づくりと農村価値創生 —観光・交流を手掛かりとして—」
- 「町村の全域を農村公園にしよう—世羅高原6次産業ネットワークの提言と構想—」『JA総研レポート』2010年9月
- 『愛媛大学社会共創学部紀要』第2巻第1号 2018年
- 松村明編(2006)『大辞林』第二版,三省堂
- 世羅町産業振興課「6次産業の取り組み実績(2014)」
- 山口県地域振興部「中山間地域づくりビジョンアンケート(2005年6~7月実施)」
- 総務省「労働力調査」
- 総務省「国勢調査(2010)」
- 農林水産省「食料・農業・農村基本計画(2010)」
- 農林水産省「農林業センサス(2015)」
- 農林水産省統計部「6次産業化総合調査報告 累年データ」
- 国土交通省「集落の衰退による地域の社会基盤等への影響に関する調査報告書(2001)」

[参考 URL] 以下：2019年7月30日最終閲覧

愛媛県今治市情報政策課（2017）「平成 29 年度今治市統計」
<<https://www.city.imabari.ehime.jp/jouhou/tokei/h29/>>

国土交通省（2018）「共助による地域づくりの国土計画上の位置づけ」
<<http://www.mlit.go.jp/common/001220365.pdf#search=%27>>

小林茂典(2012)「6次産業化の類型化とビジネスモデル」
<http://www.maff.go.jp/primaff/koho/seminar/2012/attach/pdf/121129_02.pdf#search=%276>

JA おちいまばり ホームページ<<https://www.ja-ochiima.or.jp/group/>>

芝崎希美夫(2013)「6次産業化戦略と経営管理の課題 ー多様化戦略から事業化戦略への転換ー」, 食品需給研究センター『6次産業化財務動向調査報告書』, pp.30-32
<http://www.fmic.or.jp/6jika_support/bizmodel/33_s1_koutikunokadai.pdf#search=%276>

人口減少社会に対応した農村整備研究会(2015年10月)「人口減少社会における農村整備の手引きー魅力ある農村を未来に継承するためにー」
<http://www.maff.go.jp/j/nousin/seibi/sogo/s_seibi/pdf/jinkou_tebiki.pdf#search=%276>

地域人口関連統計図表の収納庫<<http://pop-obay.sakura.ne.jp/index.html>>

日本政策金融金庫(2012)「農業の6次産業化等に関する調査」
<https://www.jfc.go.jp/n/release/pdf/topics_130321b.pdf#search=%27>

農林水産省「農業地域類型について」
<http://www.maff.go.jp/j/tokei/chiiki_ruikei/setsumei.html>

農林水産省「世羅町まるごと6次産業化~町全体を農村公園化~ 世羅高原6次産業ネットワーク」, 『6次産業化の取り組み事例集』, p.128
<http://www.maff.go.jp/j/g_biki/jirei/04/10/pdf/0128.pdf#search=%27>

農林水産省(2009)「平成21年度食料・農業・農村白書 第1部 食料・農業・農村の動向 第4章 農村地域の活性化に向けて(1)地域社会・農村地域の現状と課題」
<http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h21_h/trend/part1/chap4/c4_02.html>

農林水産省（2011）「めざせ、6次産業化 農山漁村の資源の利活用に向けて」, 『aff』2011年8月号 <http://www.maff.go.jp/j/pr/aff/1108/spe1_02.html>

農林水産省(2012)「平成24年度食料・農業・農村白書 第1部 食料・農業・農村の動向 第4章 地域資源を活かした農村の振興・活性化 第1節 農村の現状と農村を取り巻く課題(1)農村の現状」<http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h24_h/trend/part1/chap4/c4_1_01.html>

農林水産省(2016)「6次産業化・地産地消法に基づく認定事業者に対するフォローアップ調査」
<<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/other/attach/pdf/index-3.pdf#search=%27>>

農林水産省(2017)「平成29年度市町村別農業産出額」
<http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sityoson_sansyutu/>

農林水産省食料産業局（2018）「農林漁業成長産業化ファンドの概要」
<<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/fund/attach/pdf/fund-113.pdf>>

農林水産省統計部(2016)「6次産業化総合調査報告」

<<http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/rokujika/>>

農林水産政策研究所(2015)「6次産業化の論理と展開方向ーバリューチェーンの構築とイノベーションの促進ー」

<http://www.maff.go.jp/primaff/kanko/project/attach/pdf/150120_26rokuzi2.pdf>

農林水産政策研究所(2016)「6次産業化のさらなる推進に向けてー一連結の経済性とプラットフォームー」

<http://www.maff.go.jp/primaff/koho/seminar/2015/attach/pdf/160226_01.pdf#search=%276>

広島県世羅町(2018年9月)「平成30年度広島県世羅町統計データブック」

<<http://www.town.sera.hiroshima.jp/data/open/cnt/3/241/1/h30databook.pdf#search=%27>>