

配信元 公益財団法人東北活性化研究センター
〒980-0021 仙台市青葉区中央2丁目9番10号
TEL : 022-222-3394 FAX : 022-222-3395

「6次産業加速化に向けた人材育成のあり方に関する調査」(報告)

～ ～ 本調査のポイント ～ ～

- ・6次産業加速化には、農業と食品工業の双方に通じた人材育成が鍵
- ・農業者に対する情報提供が不足、その対策が急務

報道関係各位

平成28年4月6日

東北（東北6県及び新潟県）における地域・産業活性化を手がける地域シンクタンクの公益財団法人東北活性化研究センター（会長 海輪 誠）は、この度、東北の基幹産業と期待される6次産業の産業振興を図り、付加価値を高めていくための、人材教育や人材育成のあり方に関する調査報告書をまとめました。

当センターで実施した平成26年度食品関連産業集積調査の成果を活用しつつ、現在実施されている六次産業化法の趣旨に近い人材育成カリキュラムや地場食品産業に関する人材教育プログラムを整理し、6次産業の市場動向及びビジネスモデルを考慮した上で、期待される人材像についての検討を行ないました。

本調査報告書では、6次産業加速化には農業と食品工業の双方に通じた人材育成が鍵であり、農業者に対する情報提供の不足に早急に対処すべきであるという認識に至り、①6次産業人材育成プログラムの拡大（農林漁業者への情報提供）、②加工事業者への原料（農業等）に関する情報提供、③農林漁業者－加工事業者が情報交換しうるプラットフォームの構築（クラスター化）が必要であると結論付けました。

自治体、食品産業関連企業等、6次産業関係者の皆様方の勉強会や交流会等において、本調査報告書を活用していただければ幸いです。

報告書の全文は東北活性化研のホームページに掲載しておりますので、併せてご参照ください(<http://www.kasseiken.jp>)。

このプレスリリースに関するお問い合わせ先

公益財団法人東北活性化研究センター 調査研究部長 小杉 雅之 E-mail: kosugi@kasseiken.jp
〒980-0021 仙台市青葉区中央2丁目9番10号 TEL:022-222-3394 FAX:022-222-3395

6次産業加速化に向けた 人財育成のあり方に関する調査

2016年4月6日



公益財団法人 東北活性化研究センター
〒980-0021
仙台市青葉区中央2丁目9番10号セントレ東北9F
TEL 022-222-3394 FAX 022-222-3395



□目次

- I.はじめに
- II.6次産業の定義
- III.6次産業の具体例
- IV.6次産業化人財育成策
- V.市場動向・ビジネスモデルと必要な人財像
- VI.まとめ ～具体的な対策～

I.はじめに

- 平成26年度調査
「東北の食品関連産業集積に関する現状について」
- 平成27年度調査
「6次産業加速化に向けた人財育成のあり方に関する調査」
- 平成28年度調査(予定)
「6次産業化による東日本大震災からの復興加速」

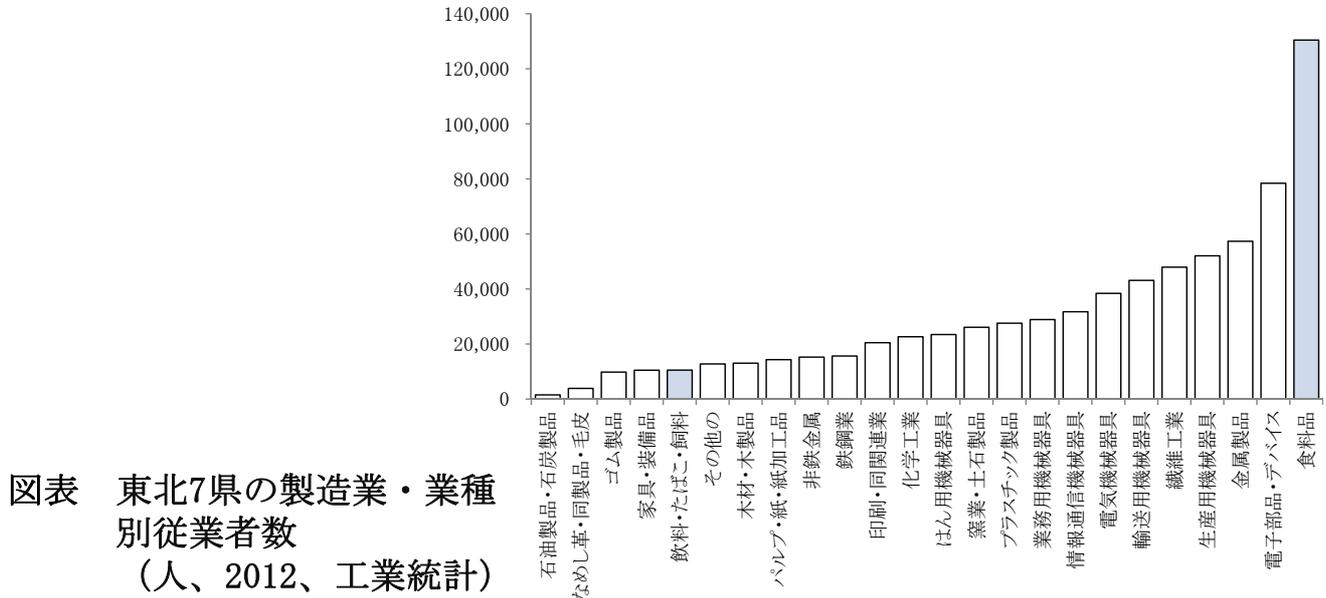


東北活性研は、東北6県に新潟県を含めた
7県を東北と称しています

- 東北における基幹産業は？
→製造業における雇用数トップ業種は、食料品産業
- 東北における低付加価値産業は？
→一人当たり付加価値の低い業種は、食料品産業
- 東北における基幹産業の付加価値を高めるために
何をすべきか？
→食料品産業を核とする高付加価値な6次産業に注目
→6次産業における人材(人財)育成のあり方に注目

(参考1) 東北における基幹産業

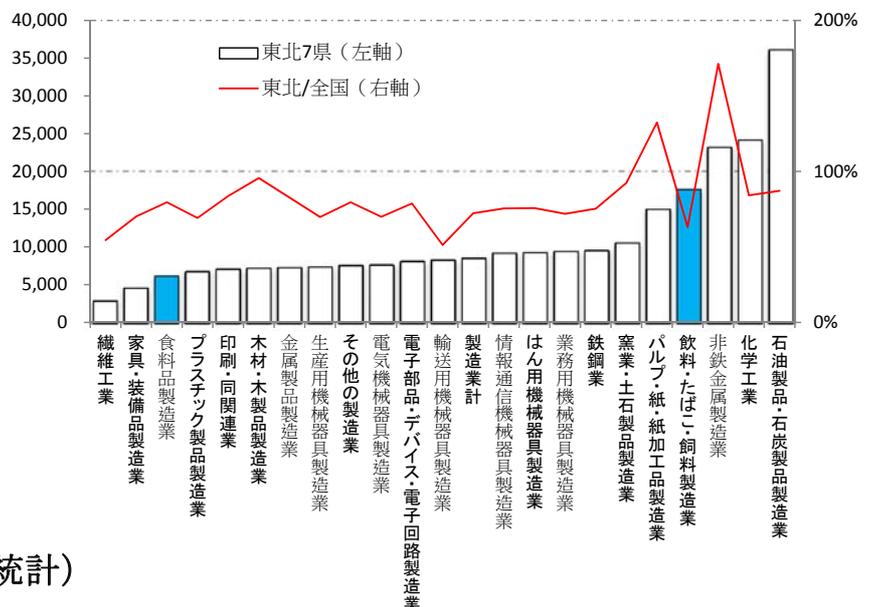
- 東北における製造業業種別従業者数は、食料品製造業が最も多く、重要な雇用の場(シェア2割弱)



図表 東北7県の製造業・業種別従業者数 (人、2012、工業統計)

(参考2) 付加価値の低い産業

- 東北製造業一人当たり付加価値平均は、全国の7割水準
- 東北食料品製造業の一人当たり付加価値は、全国製造業平均の1/2



図表 一人当たり付加価値 (千円、2012、工業統計)

Ⅱ.6次産業の定義

1.六次産業化法における対象者の定義

(目的)

第一条 この法律は、農林漁業の振興を図る上で・(中略)・**農林漁業者等による事業の多角化及び高度化、新たな事業の創出等**・(中略)・、食料自給率の向上及び環境への負荷の少ない社会の構築に寄与することを目的とする

(定義)

第三条 この章において「**農林漁業者等**」とは、農業者、林業者若しくは漁業者又はこれらの者の組織する団体となっている法人(主要部分抜粋)

2. 本調査における6次産業の定義

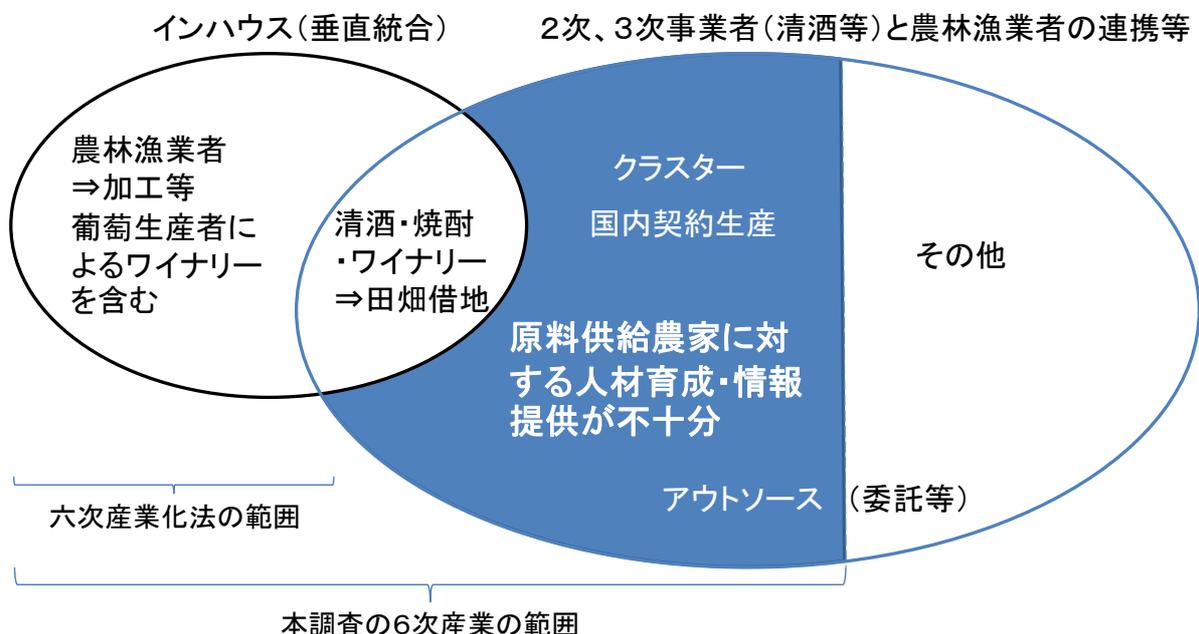
①インハウス(一つの法人が手掛ける)

一つの法人が六次産業を手掛けるケース。もっとも厳密な定義

②アウトソース(加工等を委託する)

加工等を委託するケース。地場食品産業の多くがこのタイプに属するため、本調査では、2次、3次事業者が、農林漁業者と緊密に結びついている場合は、6次産業と考える

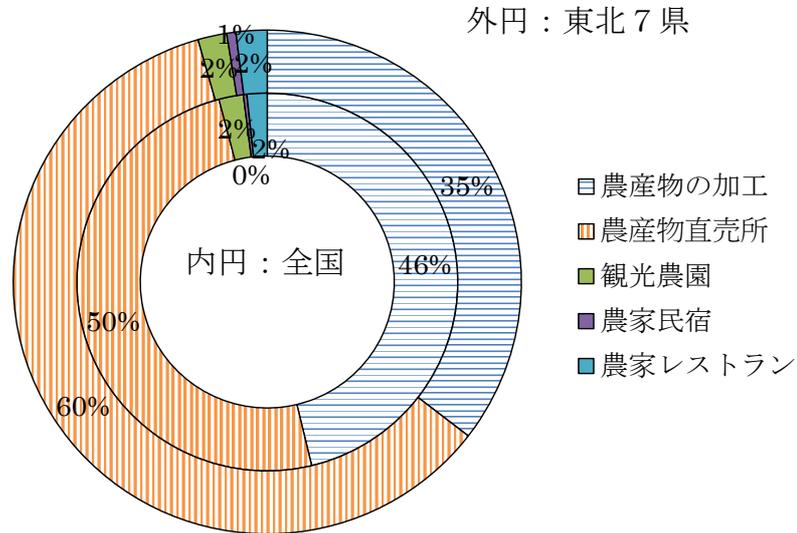
図表 本調査における6次産業の定義(調査対象範囲)



Ⅲ.6次産業の具体例

1. 農林水産省の6次産業総合調査

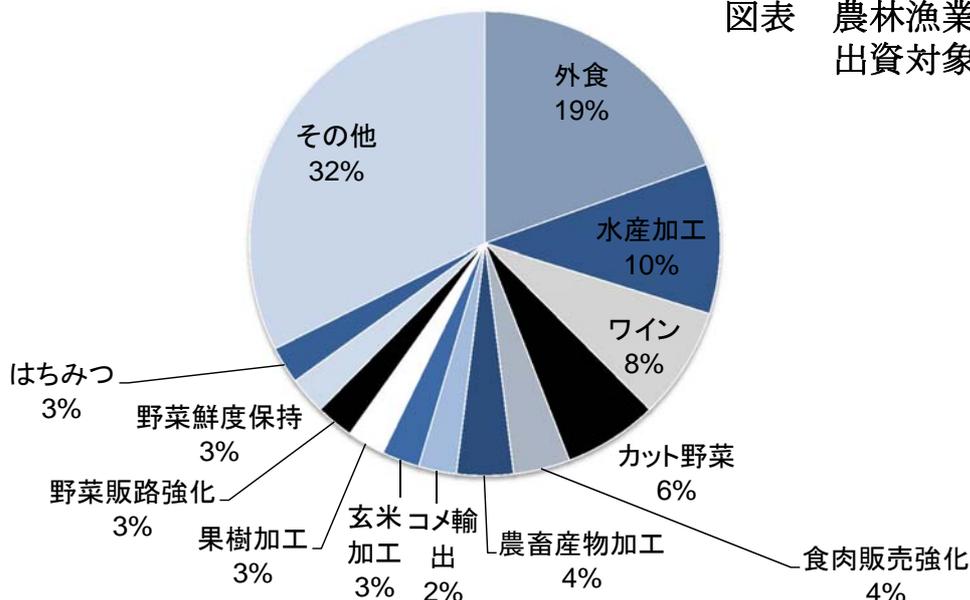
図表 6次産業総合調査における販売金額構成比



(出所) 農林水産省「平成25年度6次産業総合調査」

2. (株)農林漁業成長産業化支援機構 (A-FIVE) の支援対象プロジェクト

図表 農林漁業成長産業化支援機構の出資対象 (件数ベース)



(出所) 農林漁業成長産業化支援機構

IV. 6次産業化人財育成策

1. 六次産業化法の趣旨に近い人財育成

- ① やまがた6次産業ビジネススクール（やまがた食産業クラスター協議会）→6次産業に関する講義を実施
- ② 食の6次産業化プロデューサー（内閣府）
→6次産業化に関する研修、プロデューサー検定を実施
- ③ いわてアグリフロンティアスクール（岩手大学）
→若手農業経営者・農業後継者対象
- ④ 農業ビジネス起業人育成コース（静岡大学）
→農業進出や輸出を目指す企業からの派遣が主

11

2. 大学による産業人教育

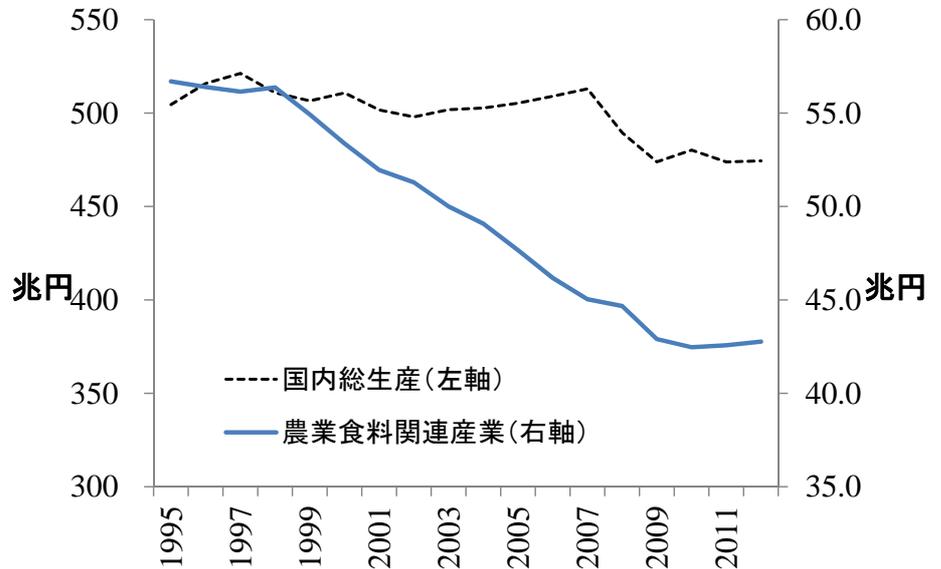
- ① 東京農業大学応用生物科学部醸造科学科（清酒、味噌、醤油）
→日本酒蔵元のうち、約1/2が東京農業大学の関係者
→OBのノウハウ蓄積あり
- ② 山梨大学ワイン科学特別コース（ワイン）
→果実酒を専門に研究するわが国唯一の研究機関
- ③ 鹿児島大学焼酎・発酵学教育研究センター（焼酎）
→地場焼酎企業からの出資により設立
→地場焼酎企業を支える人材を輩出

12

V.市場動向・ビジネスモデルと必要な人財像

1.市場動向

- ・ 農業・食料関連産業のGDPは、長らく下落を続けてきたが、2010年をボトムに反転上昇に転じた



図表
農業・食料関連産業
のGDP推移 (日本)

(出所) 農水省：平成26年度 食料・農業・農村の動向

- ・ ワイン等の海外先進事例
当初大衆品に特化していた欧米諸国が、産業の発展に伴い高級品に特化、大衆品を新興国が担当する分業構造へ進化
- ・ イタリアワインの高度化には、レーティングの適正化が寄与

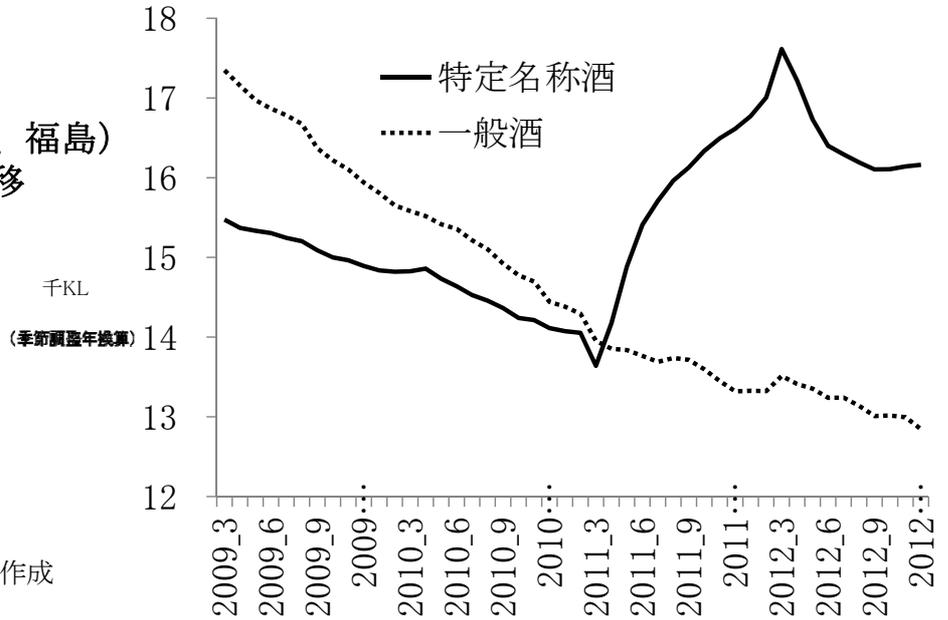
図表 イタリア・酒類産業の高度化

| | ワイン | ビール | 他の食品 |
|-------|---------------------|------------------|----------------|
| ~80年代 | テーブル(国内) バルク(輸出) | — | — |
| 80年代 | ランキング・高級化 開始 | — | 高級志向 スローフード |
| 90年代 | 高級ワイン(輸出) | 輸入ビール ⇒地ビール代替 | |

(出所) 日本経済研究所

- 東日本大震災後の清酒市場において、高級品の反転成長と大衆品の低迷

図表 被災3県
(岩手、宮城、福島)
の清酒出荷推移



(備考) 清酒造組合中央会
まとめの概数より作成

図表 高級酒向け酒米の需要増

6次産業型: 高級酒向け酒米の需要増

全国山田錦作付

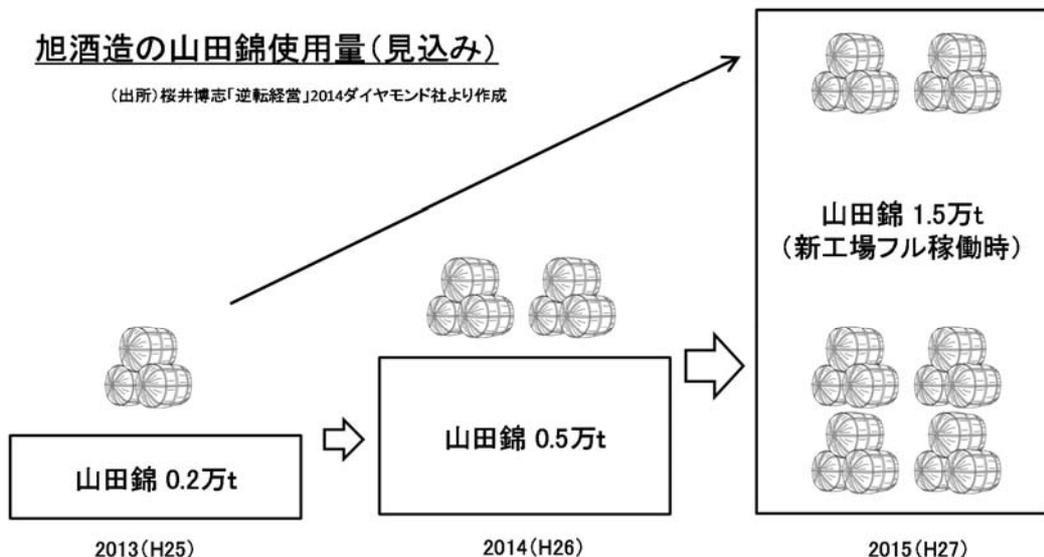
2.3万t(2013)

2.9万t

3.8万t

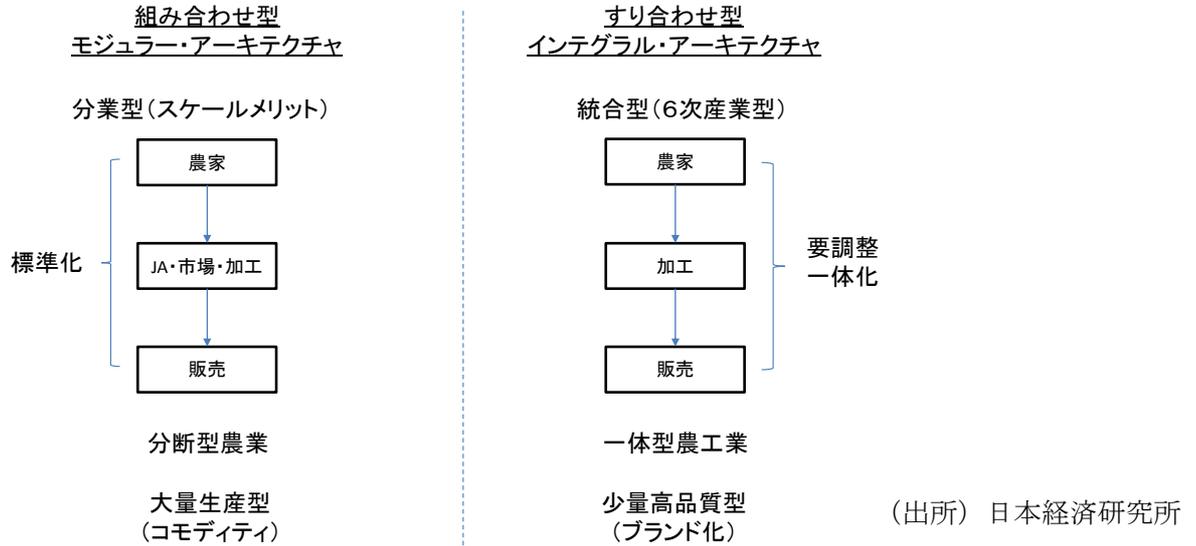
旭酒造の山田錦使用量(見込み)

(出所)桜井博志「逆転経営」2014ダイヤモンド社より作成



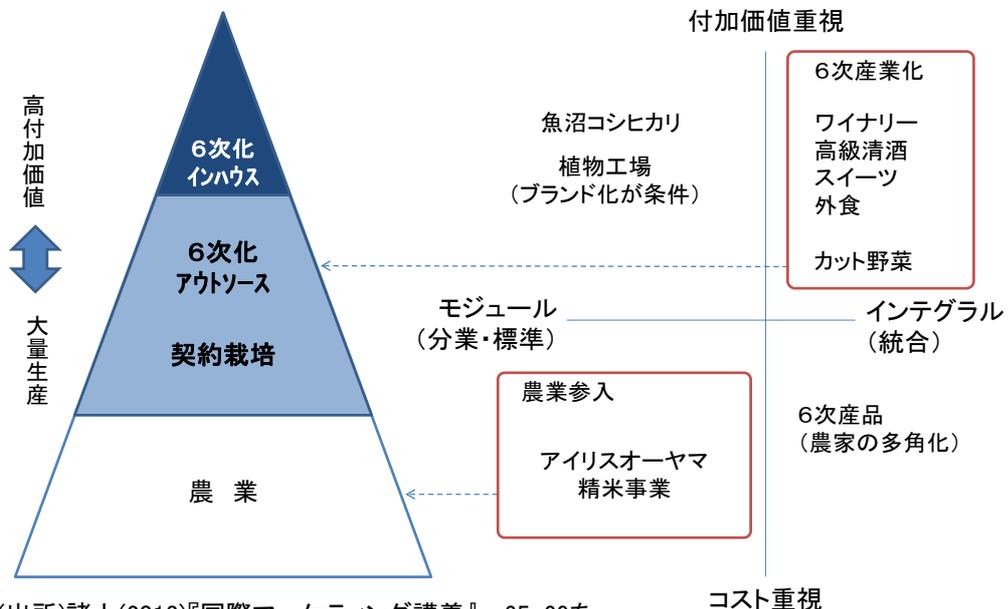
2. ビジネスモデル

図表 産業のタイプ分け
6次産業のビジネスモデル



図表 産業のタイプと対応市場

6次産業と農業



(出所) 諸上(2013)『国際マーケティング講義』pp65-69を参考 to 日本経済研究所作成

図表 各国「食と農輸出額」比較 (2012: 百万\$)

欧州との比較

イタリア・フランスは加工食品(ワイン・チーズ等)が輸出の主体である。オランダは施設園芸トマトが著名だが輸出は少なく、ビールを下回り、チーズはトマトの倍輸出されているなど、実は仏伊に近い

各国「食と農輸出額」比較(2012: 百万\$) 出典: FAO

| 2020 輸出目標 | 日本 | イタリア | フランス | オランダ |
|-----------|----------------------|---------------|--------------|----------------------|
| 1 | その他食料 (レトルト、調味料) 747 | ワイン 5,991 | ワイン 10,053 | 動植物性原材料 (花卉等) 11,389 |
| 2 | 動植物性原材料 (植木等) 353 | チーズ 2,519 | 小麦 5,041 | チーズ 3,493 |
| 3 | たばこ 301 | その他食料 2,417 | 蒸留酒 4,733 | その他食料 3,410 |
| 800億円 ← | 4 菓子 198 | マカロニ 2,097 | チーズ 3,327 | たばこ 3,045 |
| | 5 ソフトドリンク 151 | チョコレート 1,606 | トウモロコシ 2,392 | 食品廃棄物 2,306 |
| 600億円 ← | 6 清酒 112 | オリーブオイル 1,547 | その他食料 2,243 | 鶏肉 2,242 |
| | 7 蒸留酒 84 | 生鮮食料 1,494 | 牛 1,834 | 大豆粕 2,089 |
| | 8 食品廃棄物 79 | ペーストリー 1,380 | 砂糖菓子 1,701 | 牛肉 2,032 |
| | 9 小麦粉 74 | コーヒー 1,260 | ペーストリー 1,678 | ビール 1,963 |
| | 10 茶 64 | 加工トマト 1,000 | チョコレート 1,516 | トマト 1,716 |
| | その他 1,124 | | | |
| | 「食と農」輸出合計 3,287 | | | |

3. 必要な人材

・ 6次産業はすり合わせ型 (インテグラルアーキテクチャ)

→ 農業と食品加工を調整できる人材が必要

「農業、食品加工業、それぞれの相手の業界のことを理解している人材」が必要

→ 具体的には、

① 原料供給先の食品加工業の商品特性や業界事情に明るい農家人材

② 原料である農産物の栽培方法や特性に明るい食品加工業の人材

・ 6次産業化を推進するには人材育成が必須

VI.まとめ ～具体的な対策～

①6次産業人材育成プログラムの拡大

(農林漁業者への情報提供)

～食品工業に関する業界事情や商品特性及び求められる原料特性に関するプログラム追加～

②加工事業者への原料（農業等）情報提供

～加工事業者に対する原料に関する情報提供が不十分～

③農林漁業者－加工事業者が情報交換しうる

プラットフォームの構築（クラスター化）

～農業界と産業界の相互理解が進み、恒常的に情報交換が行なわれる事を期待～

・具体的な動き（ご紹介）

①宮城県「みやぎの食材マッチングフェア」

～毎年、農業系試験研究機関が開発・普及に取り組む食材を、試食等を交えて紹介する展示コーナーを設置・紹介する試験研究セミナーを開催、ネットワーク構築の取り組みを強化～

②秋田県「NEXT5」、宮城県「DATE7」

～現場に存する独自ノウハウの情報交換と共有によって、各自の製品レベルを上げて成功したケース。オープンイノベーションの一種で、信頼できる仲間内に限定されているという点が特色～

(資料編) 政府による6次産業化ファンド

図表 農林漁業成長産業化支援機構出資案件
(東北分のみ抜粋、2015年12月11日現在、出資金額単位：百万円)

| 区分 | 決定時期 | 主体 | 所在 | 名称 | 出資金額 | 事業内容 |
|--------|----------|-----------------|------------|---------------------------|------|---|
| 水産加工 | 2014年1月 | 株式会社あおもり海山 | 青森県西津軽郡深浦町 | とうほくのみらい応援ファンド投資事業有限責任組合 | 100 | 青森県深浦町にて夏期に漁獲されるクロマグロを、柵加工・冷凍加工して需要期に新たな販路拡大を推進する事業 |
| りんご加工 | 2014年9月 | 株式会社ヒロサキ | 青森県弘前市 | 東北6次産業化サポート投資事業有限責任組合 | 32 | 青森県の農業者が、地元で生産したりんごを使用し、カットりんごを始めとした新商品の開発や新たな販路開拓を行うことで、原料りんごの付加価値向上を目指す事業 |
| 食肉冷凍 | 2015年2月 | 株式会社岩手ファーマーズミート | 岩手県奥州市 | きたぎん六次産業化支援ファンド投資事業有限責任組合 | 50 | 岩手県の和牛肥育農家が連携して、地域循環型畜産に取り組み、県内産黒毛和牛ブランドの底上げを図るとともに、高鮮度冷凍技術の導入による高鮮度での通年供給を実現することで、消費者ニーズに応えた販路拡大を目指す事業 |
| 生菓子加工 | 2014年3月 | 株式会社おおのミルク工房 | 岩手県九戸郡洋野町 | とうほくのみらい応援ファンド投資事業有限責任組合 | 13 | 地元酪農家が主導し、地域の生乳を原材料とした高温保持殺菌牛乳等に加え、地域特産品を活用したヨーグルト・ソフトクリームミックス等新商品の開発及び販路拡大を目指す事業 |
| 野菜販路強化 | 2015年11月 | 株式会社エヌ・ケー・エフ | 宮城県名取市 | とうほくのみらい応援ファンド投資事業有限責任組合 | 10 | 東日本大震災で被災した宮城県の農業者が、周辺農業者と連携し、パートナーのネットワークを活用して需要に応じた野菜の集荷・販売事業を展開することにより、宮城県産野菜の付加価値向上を目指す事業 |

23

| 区分 | 決定時期 | 主体 | 所在 | 名称 | 出資金額 | 事業内容 |
|--------|---------|----------------|------------|-----------------------------|------|---|
| 果樹販路拡大 | 2014年8月 | 株式会社アグリゲート東北 | 山形県西村山郡河北町 | 東北6次産業化ブリッジ投資事業有限責任組合 | 7 | 山形県の果樹農家が、食品流通・加工・外食事業の実績のあるパートナーの販路・ノウハウを活用し、ギフトマーケットや輸出等、果物の販路拡大を推進することで、新たなバリューチェーンを形成し、原材料の付加価値向上を目指す事業 |
| 外食 | 2014年5月 | 株式会社ワンダーファーム | 福島県いわき市 | ふくしま地域産業6次化復興ファンド投資事業有限責任組合 | 240 | 福島県の農業者がパートナーの加工ノウハウ・販路を活かして、トマト加工品の製造販売、直売所運営、レストラン運営事業に進出し、被災地の復興を目指す事業 |
| 野菜育苗 | 2015年3月 | ベルグ福島株式会社 | 福島県伊達郡川俣町 | 農林水産業投資事業有限責任組合 | 125 | 野菜苗の生産者が、需要者のニーズを踏まえ、福島県に、ワクチン接種や接ぎ木型の野菜苗の生産・加工を行う太陽光・人工光併設型の育苗工場を設立し、生産者団体であるパートナーの販路を活用して新たな販路開拓を行うとともに原材料の付加価値向上を目指す事業 |
| 外食 | 2015年9月 | 株式会社藤田牧場 | 新潟県新潟市 | ほくえつ六次産業化応援ファンド投資事業有限責任組合 | 20 | 新潟県新潟市の肉牛肥育農家が、地元産肉牛をはじめとした近隣農畜産物を用いた料理を提供するステーキレストラン及び焼肉店を展開することで、農畜産物の付加価値向上を目指す事業 |
| コメ輸出 | 2015年4月 | 株式会社新潟農商 | 新潟県新潟市 | だいし食品産業活性化ファンド投資事業有限責任組合 | 100 | 新潟県の米生産者が、地域生産者と連携し、先進営農機械化システム・直播技術等を活用して生産した新潟産の米を、近年需要が拡大傾向にあるアジア諸国を中心に輸出し、現地精米をすることで、販路拡大を目指す事業 |
| ワイン | 2014年6月 | 株式会社いがたワインビレッジ | 新潟県新潟市 | だいし食品産業活性化ファンド投資事業有限責任組合 | 50 | ぶどう生産者がワイン醸造・販売等を行う事業者と連携、新たな顧客層向けワインの企画生産や、周辺農業者等から供給を受けた農畜産物と併せて販売・飲食事業を展開していく事業 |

24