

目標年度
2025年度

愛知県6次産業化推進戦略

2021年3月

愛 知 県

目次

はじめに	1
1 県戦略策定の主旨	1
2 県戦略の位置づけと期間	1
第1 本県の6次産業化についての現状と課題	2
1 6次産業化総合調査による6次産業化の状況	2
(1) 農業関連の6次産業化の状況	2
(2) 水産業関連の6次産業化の状況	3
(3) 六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定状況	5
(4) 農林漁業成長産業化ファンド等の活用状況	5
2 6次産業化推進の現状と課題	6
(1) 6次産業化を志向する農林漁業者等の育成について	6
(2) 商品開発等について	8
(3) 販路開拓について	11
(4) フォローアップについて	12
(5) 推進体制について	12
第2 めざすべき姿と取組の方向	14
1 本県の6次産業化のめざす姿	14
2 取組の方向	14
第3 取組内容	15
柱1 6次産業化に取り組む農林漁業者等の育成	15
・① 農林漁業者等のレベルに応じた研修の開催	15
・② 経営計画作成に向けた支援の強化	15
・③ 相談・支援窓口等の発信力の強化	15
柱2 事業実施支援策の充実	16
・① 魅力あふれる商品づくり	16
・② 販路開拓への支援	16
・③ 経営改善に向けたフォローアップ	17
柱3 推進体制等の構築	17
・① 市町村の6次産業化地域戦略の策定支援	17
・② 6次産業化ネットワークの構築	17
第4 県戦略の目標指標	18
第5 推進支援体制	18

第6 戦略の効果検証及び見直し	18
-----------------	----

資料編

1 全国における本県の6次産業化の状況	19
2 本県における総合化事業計画の法認定の状況	25

用語の解説	26
-------	----

参考1 愛知県6次産業化推進会議開催要領	29
参考2 愛知県6次産業化推進検討会議運営要領	32

本文中の※印が付されたことばについては、冊子末尾の参考資料で“用語の解説”として五十音順に説明をしています。なお、同一の用語が複数回登場する場合は、最初にのみ※印を付し、2回目以降は付していません。

はじめに

1 県戦略策定の主旨

本県における農林漁業の6次産業化*の推進については、6次産業化の取組方針となる「愛知県6次産業化推進戦略」（以下、「戦略」という）を2016年3月に策定し、この戦略に基づき、さまざまな支援を行ってきました。

戦略策定から5年が経過し、新たに6次産業化に取り組んで順調に売上を伸ばしている事業者がいる一方で、採算がとれずに撤退するなど6次産業化が必ずしも事業者の経営発展につながっていない事例も出てきています。

また、6次産業化をめぐる情勢として、観光農園*や農泊*との連携等による体験（コト）に対するさらなる需要の高まりや、近年はECサイト*などのオンライン活用の増加がみられ、幅広い知識等が求められるようになってきています。

この戦略は、こうした課題等を踏まえ、農林漁業者等の6次産業化への取組をさらに前進させるための指針として策定したものです。

2 県戦略の位置づけと期間

この県戦略は、本県全体の長期計画である「あいちビジョン2030」や本県の食と緑に関する施策の基本的な方針である「食と緑の基本計画2025」の6次産業化に係る個別計画として位置づけ、2021年度から2025年度までの5年間の期間とします。



第1 本県の6次産業化についての現状と課題

1 6次産業化総合調査*による6次産業化の状況

(1) 農業関連の6次産業化の状況

国の6次産業化総合調査によると2018年度時点における本県の農業関連の6次産業化事業（農業経営体*及び農協等による農産物の加工*、農産物直売所*及び農業経営体による観光農園等の各事業）の状況は以下のとおりです。

ア 全国位置等

販売総額は全国第12位の594億円で、事業体数は全国第21位の1,200事業体となっています。

表1 農業生産関連事業計

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	長野県	4,580	1	北海道	154,762
2	北海道	3,470	2	静岡県	111,192
3	千葉県	2,590	3	福岡県	82,578
4	静岡県	2,560	4	愛媛県	81,108
5	福島県	2,110	5	熊本県	77,115
6	福岡県	2,040	6	鹿児島県	73,541
7	山梨県	2,020	7	長野県	73,186
8	群馬県	1,990	8	千葉県	71,223
9	茨城県	1,960	9	宮崎県	68,763
10	和歌山県	1,820	10	群馬県	65,807
21	愛知県	1,200	12	愛知県	59,395

<出典：「農林水産統計 6次産業化総合調査（平成30年度）」>

イ 6次産業化の農林漁業者等の取組傾向

販売総額のうち農産物直売所（以下、「直売所」という）が79.3%（471.8億円：全国第2位）と全国平均の51.3%を大きく上回っており、1事業体あたりの販売額も80百万円と、農業者団体等による大規模な直売所が多くなっています。（全国平均：45百万円）

また、観光農園の販売額の割合も4.3%（25億円：全国4位）と全国平均の1.9%を上回っており、1事業体当たりの販売額は28百万円と、1事業者あたり規模の

大きい観光農園が多くなっています。（全国平均：6 百万円）

一方、加工販売額の割合は 14.7%（87.3 億円）と全国平均の 44.7%を大きく下回っており、1 事業体当たりの販売額は 19 百万円と、比較的小規模となっています。（全国平均：33 百万円）

（２）水産業関連の 6 次産業化の状況

国の 6 次産業化総合調査によると 2018 年度時点における本県の水産業関連の 6 次産業化事業（水産物の加工*を営む海面漁業経営体*及び漁業協同組合等が運営する水産加工場及び水産物直売所*等の各事業）の状況は以下のとおりです。

ア 全国位置等

本県の水産業関係の販売総額は全国第 34 位の 8.2 億円で、事業体数は全国第 24 位の 50 事業体となっています。

表 2 漁業生産関連事業計

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	北海道	380	1	北海道	64,117
2	長崎県	310	2	鹿児島県	17,522
3	福井県	210	3	三重県	15,990
4	静岡県	200	4	青森県	15,341
5	鹿児島県	190	5	宮崎県	11,005
6	沖縄県	160	6	長崎県	9,744
7	神奈川県	150	7	和歌山県	8,685
8	三重県	140	8	広島県	7,683
9	福岡県	130	9	大分県	6,344
10	広島県	120	10	愛媛県	5,768
24	愛知県	50	34	愛知県	828

< 出典：「農林水産統計 6 次産業化総合調査（平成 30 年度）」 >

イ 6次産業化の農林漁業者等の取組傾向

販売総額のうち、本県では直売所での販売はなく加工販売の割合も39.0%（3.2億円）と全国平均の75.5%を大きく下回っており、1事業体あたりの加工販売額は32百万円となっています。（全国平均：116百万円）一方、漁家民泊[※]や漁家レストラン[※]の割合は高くなっています。

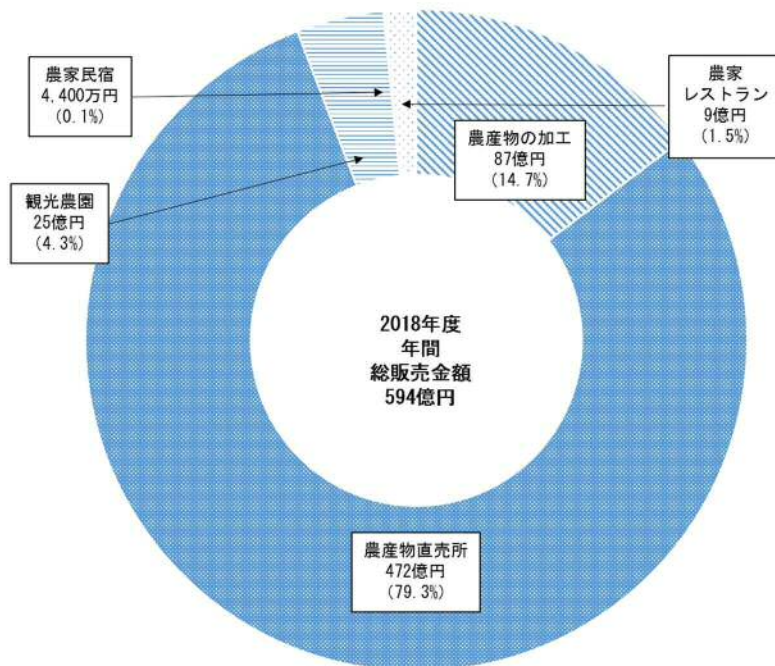


図1 農業生産関連事業の年間総販売金額（愛知県）

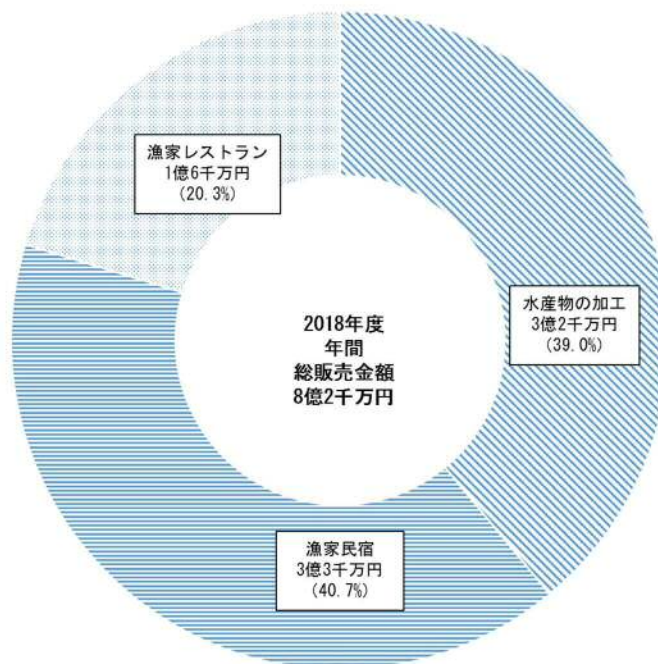


図2 漁業生産関連事業の年間総販売金額（愛知県）

(3) 六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定状況

県内において、総合化事業計画の法認定を受け6次産業化の取組を進めている件数は、2021年2月末時点で82件であり、これは全国第7位の状況となっています。

表3 全国の認定状況 (2021年2月26日現在)

順位	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	全国計
都道府県	北海道	兵庫県	宮崎県	長野県	熊本県	岡山県	愛知県 宮城県	
認定件数	163	119	113	98	92	89	82	2,585

(4) 農林漁業成長産業化ファンド等の活用状況

6次産業化の本格的展開等を支援するために、株式会社農林漁業成長産業化支援機構*（農林漁業成長産業化ファンド。以下、「A-FIVE」という）の出資及び地元金融機関等の出資により2014年3月に設立された「あいち・じもと農林漁業成長応援ファンド」では、これまでに2事業者が活用しました。



6次産業化ロゴマーク

2 6次産業化推進の現状と課題

(1) 6次産業化を志向する農林漁業者等の育成について

ア 6次産業化の知識や技術の習得支援

6次産業化に取り組む意向のあるまたは取り組んでいる農林漁業者等を対象として、経営やマーケティング等の研修会を開催し、6次産業化を実践する人材の育成を図ってきました。

表4 人材育成研修会 年度別開催実績

年 度	2015	2016	2017	2018	2019	2020
回 数	1	8	23	22	21	22
会場数	1	5	5	7	10	8
延べ参加人数	51	83	348	309	406	338

*2017年からは、地域の要望別に開催

しかしながら研修会に参加する農林漁業者等は、6次産業化に対する知識や経験のレベルがさまざまであり、これから6次産業化に取り組む農林漁業者等には、基礎知識の習得から始める必要がある一方、すでに6次産業化に取り組んでいる農林漁業者等にも、6次産業化に関する専門的な知識や経験、技術が不足している例も見受けられることから、農林漁業者等の6次産業化への取組段階に応じて、十分な知識や技術を習得し、経験を積むことが出来るよう支援する必要があります。

イ 経営視点を持った事業計画の作成支援

6次産業化サポートセンター*を2011年から設置し、6次産業化に取り組む農林漁業者等からの要請に基づき、6次産業化プランナーを派遣して総合化事業計画の法認定等に向けた支援を実施してきました。

総合化事業計画の法認定の拡大に向けては、研修会や6次産業化プランナーの派遣により計画作成意向を把握するとともに、計画作成に向けての意欲向上を図りました。また、計画作成に当たっては、6次産業化プランナーが中心となり、国、県、市町村が一堂に会して、関係機関が情報を共有し、支援を行いました。

その結果、総合化事業計画の法認定件数が全国第7位の82件（2021年2月末時点）となるなど、一定の成果を挙げてきました。

しかしながら、総合化事業計画を策定して、6次産業化に取り組んだものの、消費者ニーズや販路の把握が不十分なまま過大な販売目標になったり、想定外の経費がかさむなど思うように経営改善につながっていない事例も見受けられます。

このため、農林漁業者等においては6次産業化に取り組むことによるリスクとリターンを十分に想定し、経営全体を見渡した的確な収支計画を作成できるよう経営能力の向上を図る必要があります。

※6次産業化プランナー…農林水産物の生産や加工品の流通、マーケティング、経営管理についての知見を持ち、国要領に基づき設置する選定委員会で認定した者（中小企業診断士等）

表5 6次産業化サポートセンター 年度別相談件数（のべ）

年度	2015	2016	2017	2018	2019	2020
件数	195	264	272	248	226	102
うち認定者	76	145	132	108	34	7

ウ 相談・支援窓口等の情報発信

6次産業化サポートセンターにおける相談業務や補助事業の概要等の6次産業化に係る支援策について、Webに掲載するとともにチラシを作成して、市町村や農業協同組合及び県農林水産事務所等をとおして周知を図ってきました。

しかしながら、6次産業化に関する相談先が分からないとの声や県Webページは農林漁業者等が6次産業化に取り組む上で必要な情報が十分整理されておらず、内容も不足しているとの指摘があり、利用者視点に立った構成と、利用者が求める情報の充実により、発信力を強化していく必要があります。



6次産業化人材育成研修会の様子

(2) 商品開発等について

ア マーケットイン*の視点に立った商品開発等

新商品の開発については、6次産業化プランナーを派遣し、加工品の製造手法やパッケージデザインについて助言する等の支援を行ってきました。

しかしながら、消費者等のニーズとのかい離や販路の確保が十分でなく、売上が思うように伸びない商品もあり、事前のマーケット分析による消費者等の意見を取り入れた商品づくりが重要となっています。

一方で、近年は、農林水産物を利用した加工食品等（モノ）にとどまらず、観光農園や農泊との連携等による体験（コト）に対する需要の高まり、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を契機としたテイクアウトなど中食*需要の高まりが見られるほか、外国産から国産品への加工原料の切り替え等の需要も生まれており、こうした新たなニーズの取り込みも必要になっています。

○新商品開発の成功事例



高糖度ミニトマトを使用したジュース



ブランド卵を使用したプリン

高糖度ミニトマトを使用したジュース：カツオ、コンブ、米ぬか等を主体とした有機質肥料を使用するなど、栽培にこだわったミニトマトから生まれたジュース。海外への輸出も行っている。

ブランド卵を使用したプリン：大豆を中心に海藻・とうもろこしなどの植物性の原料を使用した飼料を食べて生まれた栄養満点の卵を使ったプリン。商品を求めて連日行列ができるなど好評を博している。

イ 関係機関との連携

6次産業化に係る商品開発のヒントになるよう、県の育成品種や開発技術等について試験研究機関を始めとする県関係機関から農林漁業者等へ周知してきました。

しかしながら、農林漁業者等へこれら品種や技術に関する情報が十分に行き届いておらず、また農林漁業者等からの新品種や新技術に関する要望を受けとる機会も限られるため県育成品種や開発技術を活用して開発された新商品は少数に留まっています。また、県関係機関と大学、高校等の連携による地場農林水産物を活用した商品開発等についても、徐々に進みつつありますが事例は少数に留まっています。

このため、県関係機関等と農林漁業者等との連携を一層強化していく必要があります。

○県育成品種を活用した商品開発例



小麦「きぬあかり」を使用したうどん

「夢吟香」を使った日本酒

小麦「きぬあかり」：生地物性を強める4種のグルテニン遺伝子を集積しており、日本めんに適した生地の強さとめんのかしを持つよう県農業総合試験場で開発した品種。収量性が非常に高く、また湿害にも強いなど、愛知県での栽培に適している。県内の製麺業者や菓子製造業者により、きぬあかりを使用したうどんや菓子などが製造・販売されている。

酒米「夢吟香」：高度精白が可能な吟醸酒に向く酒米として、県農業総合試験場とあいち産業科学技術総合センター食品工業技術センターが共同で開発した。縞葉枯病抵抗性を持ち、稈が強く倒れにくい性質のため栽培しやすい。ふくよかで、香り豊かな酒ができるとして、県内の各酒蔵で「夢吟香」を使用した日本酒が販売されている。

ウ 適正な食品表示・衛生管理の推進

6次産業化に取り組んでいる農林漁業者等や直売所等に対して、食品表示研修会の開催等による適正な食品表示の普及啓発や食品表示の遵守状況の確認等を実施するなど、関係機関と連携して適正な食品表示を推進してきました。（2016年度:11回、2017年度:14回、2018年度:14回、2019年度:20回、2020年度:25回）

食品表示については、2020年4月に食品表示法の一部改正に伴う経過措置期間が終了し、新たな食品表示制度に切り替わり、全ての一般用加工食品等に、原則、栄養成分表示が義務付けられるとともに、個別の原材料や添加物に、原則、アレルギーの表示が必要になりました。

また、食品衛生法の一部改正に基づき、HACCP※に沿った衛生管理が制度化され、2021年6月からは原則、すべての食品等事業者に「HACCPに沿った衛生管理」が求められることとなりました。

このため、6次産業化に取り組んでいる農林漁業者等や直売所等においても、法令改正に基づく適正な食品表示や衛生管理にしっかりと取り組んでいく必要があります。

エ 生産体制の強化

6次産業化に取り組んでいる農林漁業者等の資金調達に向けては、食料産業・6次産業化交付金等の国の補助事業の活用を支援してきました。

一方、資金調達の一手段であったA-FIVEについては、県内では2事業者が活用しましたが、新規投資を停止し、資金回収のみを行うこととされました。

6次産業化に取り組んでいる農林漁業者等は、施設・機械の調達資金が十分でないケースも多く、また、経費の増加による運転資金不足から撤退を余儀なくされる事例も見受けられます。

このため、6次産業化を円滑に進めるためには資金調達も重要な課題です。



食品表示研修会の様子

(3) 販路開拓について

販路開拓の支援として、いいともあいちネットワーク※の活用、県 Web ページや SNS による 6 次産業化で開発された商品の紹介、「愛知のふるさと食品コンテスト」への出品等による商品 PR のほか、「あいちの農林水産フェア」、「いいともあいち交流会」等の販促イベントの開催や、販路開拓に向けて「あいち・じもと農林漁業成長応援「食」と「農」の大商談会」の開催、海外輸出に向けた「国際食品・飲料展（FOODEX JAPAN）」への出展など販売商談機会を提供してきました。

また、これまでは、消費者へ向けた B to C の販路開拓が主でしたが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を契機とした、新しい生活様式※の浸透による中食や巣ごもり需要の増加により、B to B で販売される原材料や半製品等の需要も高まっています。

さらに、販路として、EC サイトでの購買需要の拡大や宣伝媒体として SNS の活用も増えています。

しかしながら、6 次産業化に取り組んでいる農林漁業者等の中には、B to B で販売される商品等の販路開拓ノウハウやインターネットに関する知識が少ない場合も見受けられるため、これらを習得していく必要があります。

これからは、他の農林漁業者等との連携はもちろんのこと商工業者、流通業者、観光業者、福祉事業者、教育機関等の他事業者間との連携やインターネットの活用などを積極的に進め、自ら販路を開拓する努力が求められます。

※BtoB (Business to Business) …企業対企業の取引を意味し、完成品だけでなく、原材料や半製品を取り扱うことも多い。また、1 件あたりの取引金額が高額になることが多い。

※BtoC (Business to Consumer) …企業対個人の取引を意味し、企業が個人に対して商品・サービスを直接販売すること。



県産農林水産物等の輸出に向けた
生産者と流通事業者の商談

(4) フォローアップについて

6次産業化プランナーを派遣した農林漁業者等に対し取組状況調査を行い、必要に応じて6次産業化プランナーによる追加支援や、国が実施している総合化事業計画のモニタリング調査結果を共有し、市町村等の関係機関と連携して支援を行いフォローアップの充実を図ってきました。

しかしながら、6次産業化に取り組んでいる農林漁業者等の中には、事業計画を見直し、経営改善にどのように取り込むのか分からない事例も見受けられます。

そこで、農林漁業者等が6次産業化に取り組む意義や必要性を改めて確認し、正しい経営判断のもと、自らがPDCAサイクル*を繰り返し、農林漁業者等が自ら考えて課題解決していけるように促すなど経営改善を行っていけるようにする必要があります。

(5) 推進体制について

地域における6次産業化を推進するため、県内7農林水産事務所を中心に市町村、生産者団体等の関係機関を構成員とした地域連絡会議を開催し、市町村6次産業化推進協議会*の設立や6次産業化市町村戦略の策定を支援してきました。

※市町村6次産業化推進協議会…地域の中の6次産業化の取組について、行政、生産者団体等が繋がりを持って多面的に支援する組織。

表6 市町村戦略策定状況

年度	2015	2016	2017	2018	2019
市町村	弥富市	一宮市 愛西市	豊田市 美浜町	日進市、新城市 豊橋市、大府市	岡崎市 田原市

この支援体制は、情報交換の場として機能しており、引き続き実施していく必要があります。

一方、農林漁業者等に対しては、個々の取組に対する支援に留まっているため6次産業化が大規模な雇用創出等の地域への波及までには至っていない状況となっています。

今後、6次産業化による農林漁業者等の所得向上と併せて地域の雇用拡大など地域の活性化を図るには、6次産業化を魅力のある産業として持続的に発展させていくことが求められます。これに向けて農林漁業者等が単独で行っている取組から、

関係者が連携して地域の特性に合わせた6次産業化の取組へと発展させていくことが重要であり、6次産業化に取り組んでいる農林漁業者等と他事業者との連携を強化し、6次産業化の取組を「点」から「線」へと進展させる必要があります。



第2 めざすべき姿と取組の方向

1 本県の6次産業化のめざす姿

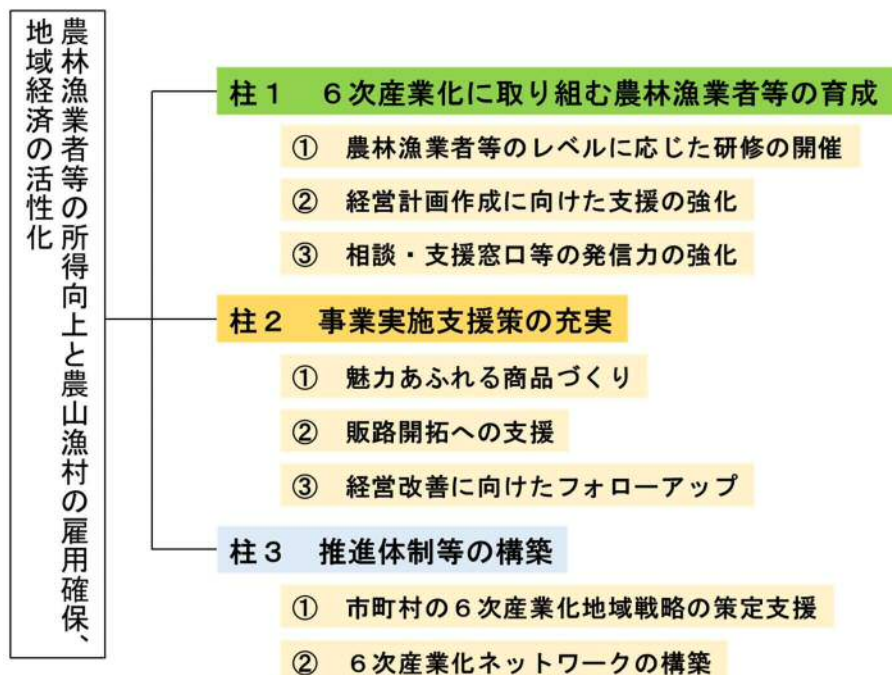
- ① 6次産業化の取組を進める中で、経営者として自立し、自ら行動できる農林漁業者等を育成する。
- ② 本県の豊かな農林水産資源を基盤として、食品製造業の持つ技術や観光資源等をはじめとする地域の力を積極的に活用し、他の産業に波及する6次産業化を推進する。

これにより、6次産業化による農林漁業者等の所得向上と農山漁村の雇用確保、地域経済の活性化をめざします。

2 取組の方向

本県のこれまでの6次産業化の支援*を強化するとともに、6次産業化の地域的な広がりや関係者の連携の効果が限定的となっている現状を踏まえ、6次産業化に取り組む農林漁業者等と他事業者とのネットワークを構築して、観光や地域産業との連携などの取組を強化し、以下の3つの柱に基づいた取組を実施して、本県農林水産業の6次産業化の一層の推進を図ります。

* 6次産業化サポートセンターを中心とした、6次産業化に取り組む意欲のある農林漁業者等に対する新商品開発等の個別支援が中心



第3 取組内容

柱1 6次産業化に取り組む農林漁業者等の育成

① 農林漁業者等のレベルに応じた研修の開催

6次産業化を実践する人材の育成を図るため、これから6次産業化に取り組む農林漁業者等を対象とした、取組に向けた意欲を高め基礎知識を身につける研修から、すでに6次産業化に取り組んでいる農林漁業者等には、必要な知識や技術を習得し、経験を積むことができるよう農林漁業者等の求めるレベルに合わせた研修会を開催します。

② 経営計画作成に向けた支援の強化

6次産業化に取り組んでいる農林漁業者等の経営能力向上を図るため、6次産業化プランナーの派遣等により、農林漁業者等の経営改善戦略の策定に向けた取組を重点的に支援します。

また、総合化事業計画の法認定についても農林漁業者等が経営の向上を図る上で、国の施策の活用等が必要な場合は、引き続き作成を支援します。

※経営改善戦略…6次産業化の取組を含む経営全体の付加価値額を増加するための経営や収支計画、組織運営の改善方策等を示したもの。

③ 相談・支援窓口等の発信力の強化

6次産業化に係る支援内容等については、研修会や6次産業化サポート事業、Webページ等をとおして引き続き、農林漁業者等に対してより一層の周知を図ります。

また、利用者に分かりやすく活用しやすいWebページとするため、相談・支援窓口や支援メニュー、取組事例等の内容を充実させるとともに、情報を体系的に整理し、6次産業化を目指す上での参考となるよう成功事例を事例集として取りまとめ掲載していきます。

柱2 事業実施支援策の充実

① 魅力あふれる商品づくり

地域資源*等の活用やマーケットインの視点に立った商品開発を支援するため、6次産業化プランナーの派遣等による市場調査やマーケット分析手法等のアドバイスを行います。

また、農林漁業者等が、食品製造業などの2次産業、観光産業などの3次産業と情報交換できる場を設置するなど、異業種とも連携して新たなニーズを把握し、販路の確保や商品開発のヒントを得るための機会の創出に取り組みます。

さらに、県の育成品種や開発技術を活用した6次産業化に係る商品開発を望む農林漁業者等の声に応えるため、農林漁業者等と試験研究機関を始めとする県関係機関等が研修会等の場において農林漁業者等へ必要な情報を提供するなど、農林漁業者等と県関係機関の連携を推進します。地場農林水産物を活用した商品開発等に向けて、研修会の開催や6次産業化に取り組む農林漁業者等とのマッチングなど、大学や高校等との連携を推進します。

加えて、6次産業化に取り組んでいる農林漁業者等や直売所等に対し、研修会の開催等による適正な食品表示の普及啓発やHACCPに沿った衛生管理の取組推進を行うとともに、食品表示の遵守状況の確認等を実施するなど、関係機関と連携して適正な食品表示、衛生管理を推進します。

資金調達の支援としては、クラウドファンディング*や制度融資*の活用促進に向けた研修会の実施や専門家によるクラウドファンディング活用方法等の助言を行うとともに、引き続き、食料産業・6次産業化交付金等を活用した施設整備への補助を行います。

② 販路開拓への支援

6次産業化により開発された商品の販路開拓を支援するため、商談会等による農林漁業者等と流通、販売関係者等とのマッチングを推進します。

また、6次産業化により開発された商品の海外への販路開拓を推進するため、国内外で開催される展示会や商談会への出展者支援や、輸出関連の情報提供、国・JETRO*などの関係者が参加する輸出促進の会議を通じた連携強化等を図ります。

さらに、愛知県版地産地消の取組である「いいともあいち運動*」と連携し、6次産業化により開発された商品及び産直施設や体験農園等の魅力を各種イベント等を

通じて消費者へ向けて発信していきます。

加えて、6次産業化プランナーの派遣や研修会等を通じてB to Bで販売される商品等の販路開拓手法等や通販サイト等のWebやSNSを活用した販売宣伝手法についてのアドバイスや、活用できる補助事業等を紹介するとともに、農林漁業者等と商工業者、流通業者、観光業者、福祉事業者、教育機関等の他事業者との交流会等を開催し、連携を進めます。

③ 経営改善に向けたフォローアップ

農林漁業者等自らがPDCAサイクルを繰り返し、継続的に経営改善を行っていけるよう、6次産業化サポートセンターを中心とした関係者の連携のもと、農林漁業者等の経営改善状況を検証するための会議を実施し、事例分析を活用することで経営改善戦略の遂行や総合化事業計画の状況報告に対するフォローアップの強化を図ります。

柱3 推進体制等の構築

① 市町村の6次産業化地域戦略の策定支援

6次産業化に向けた支援策や各地域での取組状況等について情報を共有し、効果的かつ効果的な支援を行うため、引き続き地域連絡会議や市町村6次産業化推進協議会等をとおして、関係機関との連携を図るとともに、6次産業化市町村戦略の策定についても引き続き支援していきます。

② 6次産業化ネットワークの構築

これまでの6次産業化への取組をさらに発展させ、地域の雇用拡大と地域の6次産業化への波及を目指し、農林漁業者等と商工業者、流通業者、観光業者、福祉事業者、教育機関等の他事業者間のネットワーク（以下、「6次産業化ネットワーク」という）を構築します。そして6次産業化への想いを同じくする事業者同士が連携して6次産業化に取り組み、県や市町村等の6次産業化推進機関とが連携して支援を行うことで、地域の特性に合わせた6次産業化の取組へと発展できるよう支援します。

第4 県戦略の目標指標

県戦略の取組の目標指標は次のとおりです。

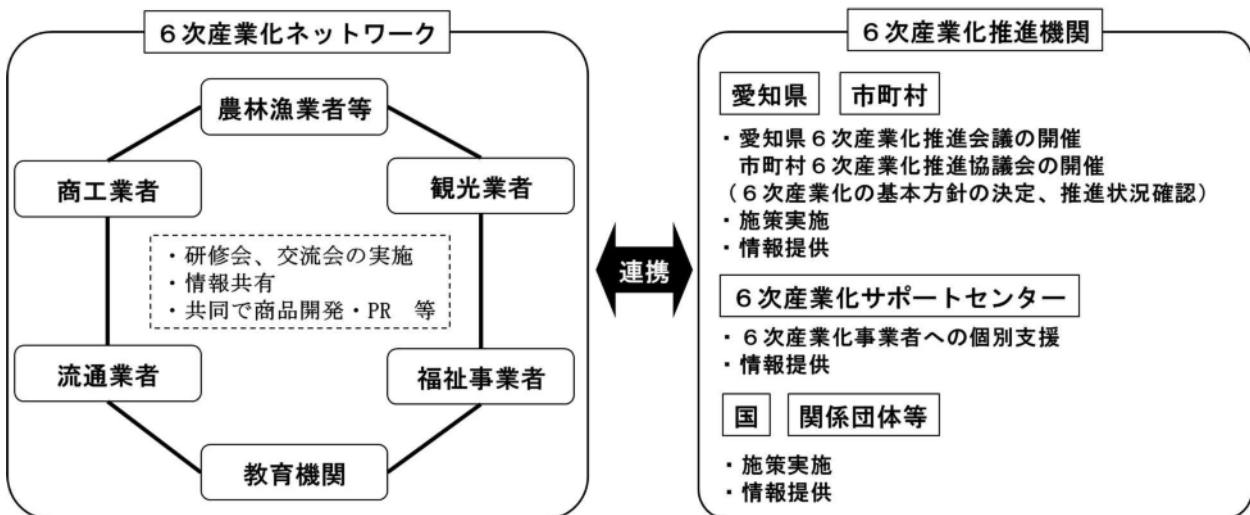
項目	目標数値
目標①：6次産業化事業体数の割合※1	2018年度 3.8% ⇒ 2025年度 6.0%
目標②：経営改善戦略の策定数※2	2020年度 29件 ⇒ 2025年度 125件
目標③：6次産業化ネットワーク会員数※3	2020年度 0事業者 ⇒ 2025年度 200事業者

- ※1 6次産業化総合調査結果による。農業経営体に対する6次産業化事業体数の割合
 ※2 6次産業化サポートセンターの支援により、経営改善戦略を策定した農林漁業者等
 ※3 総合化事業計画認定者、経営改善戦略策定者、商工業者などの関連事業者等

第5 推進支援体制

農林漁業者等が行う6次産業化への助言・指導については「6次産業化サポートセンター」が中心となって行い、県及び市町村は6次産業化推進会議を組織し、その基本方針等に基づき、国や関係団体との連携のもと必要な支援策を実施します。

また、6次産業化の地域への波及に向け構築した6次産業化ネットワークへは、県及び市町村協議会や6次産業化サポートセンター、国等が連携して、この活動を支援していきます。



第6 戦略の効果検証及び見直し

戦略の効果検証及び見直しに関する取組については、愛知県6次産業化推進会議において実施するものとします。

資料編

1 全国における本県の6次産業化の状況

< 出典：「農林水産統計 6次産業化総合調査（平成30年度）」 >

(1) 農業関連の6次産業化の状況

表1 農業生産関連事業計

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	長野県	4,580	1	北海道	154,762
2	北海道	3,470	2	静岡県	111,192
3	千葉県	2,590	3	福岡県	82,578
4	静岡県	2,560	4	愛媛県	81,108
5	福島県	2,110	5	熊本県	77,115
6	福岡県	2,040	6	鹿児島県	73,541
7	山梨県	2,020	7	長野県	73,186
8	群馬県	1,990	8	千葉県	71,223
9	茨城県	1,960	9	宮崎県	68,763
10	和歌山県	1,820	10	群馬県	65,807
21	愛知県	1,200	12	愛知県	59,395

表2 農産物直売所

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	千葉県	1,490	1	福岡県	47,425
2	北海道	1,320	2	愛知県	47,184
3	長野県	1,040	3	埼玉県	46,246
4	静岡県	1,030	4	千葉県	45,918
5	群馬県	1,010	5	静岡県	42,929
6	神奈川県	920	6	長野県	40,140
7	山梨県	910	7	熊本県	37,132
8	埼玉県	890	8	茨城県	36,201
9	山形県	710	9	群馬県	31,995
10	福岡県	680	10	愛媛県	30,797
17	愛知県	590	-	-	-

表3 農産物の加工

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	長野県	2,630	1	北海道	119,129
2	和歌山県	1,440	2	静岡県	65,537
3	北海道	1,350	3	愛媛県	49,557
4	静岡県	1,260	4	宮崎県	47,135
5	福島県	1,110	5	鹿児島県	43,603
6	福岡県	1,010	6	東京都	43,259
7	茨城県	1,000	7	熊本県	37,836
8	熊本県	910	8	山梨県	36,544
9	山形県	740	9	福岡県	33,042
10	岩手県	680	10	山口県	31,916
25	愛知県	470	33	愛知県	8,734

表4 観光農園

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	山梨県	630	1	山梨県	3,337
2	長野県	590	2	長野県	2,824
3	北海道	370	3	北海道	2,545
3	千葉県	370	4	愛知県	2,529
5	群馬県	340	5	千葉県	2,341
6	福岡県	290	6	群馬県	2,113
7	埼玉県	280	7	静岡県	1,903
7	神奈川県	280	8	埼玉県	1,673
9	山形県	260	9	三重県	1,591
9	茨城県	260	10	茨城県	1,559
21	愛知県	90	-	-	-

表5 農家レストラン

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	北海道	130	1	三重県	2,617
2	長野県	80	2	北海道	2,464
3	福島県	60	3	長野県	2,021
3	熊本県	60	4	宮崎県	1,771
5	岩手県	70	5	東京都	1,758
6	宮城県	60	6	熊本県	1,657
7	山形県	50	7	鹿児島県	1,545
7	千葉県	50	8	群馬県	1,274
7	兵庫県	50	9	福岡県	1,244
7	福岡県	50	10	佐賀県	1,216
7	鹿児島県	50	14	愛知県	905
17	愛知県	30			

(2) 水産業関連の6次産業化の状況

表6 漁業生産関連事業計

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	北海道	380	1	北海道	64,117
2	長崎県	310	2	鹿児島県	17,522
3	福井県	210	3	三重県	15,990
4	静岡県	200	4	青森県	15,341
5	鹿児島県	190	5	宮崎県	11,005
6	沖縄県	160	6	長崎県	9,744
7	神奈川県	150	7	和歌山県	8,685
8	三重県	140	8	広島県	7,683
9	福岡県	130	9	大分県	6,344
10	広島県	120	10	愛媛県	5,768
24	愛知県	50	34	愛知県	828

表7 水産物直売所

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	北海道	100	1	北海道	8,140
2	広島県	60	2	和歌山県	5,472
3	福岡県	50	3	鹿児島県	2,925
4	宮城県	40	4	長崎県	1,815
4	神奈川県	40	5	静岡県	1,642
4	静岡県	40	6	兵庫県	1,545
4	兵庫県	40	7	沖縄県	1,532
4	長崎県	40	8	千葉県	1,368
4	鹿児島県	40	9	福岡県	1,357
4	沖縄県	40	10	青森県	1,243
-	愛知県	-	-	愛知県	-

*愛知県は数値無し

表 8 水産物の加工

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	北海道	230	1	北海道	54,716
2	長崎県	200	2	三重県	14,209
3	鹿児島県	90	3	青森県	13,772
4	神奈川県	70	4	鹿児島県	13,630
5	愛媛県	60	5	宮崎県	9,016
6	静岡県	50	6	長崎県	7,567
6	三重県	50	7	広島県	6,359
6	山口県	50	8	大分県	5,440
6	熊本県	50	9	香川県	5,057
6	沖縄県	50	10	愛媛県	4,950
29	愛知県	10	33	愛知県	323

表 9 漁家民宿

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	福井県	150	1	福井県	1,929
2	静岡県	70	2	三重県	494
3	長崎県	60	3	北海道	431
4	新潟県	50	4	静岡県	385
4	三重県	50	5	愛知県	337
6	北海道	40	6	宮城県	317
6	京都府	40	6	京都府	317
8	宮城県	30	8	兵庫県	268
8	東京都	30	9	長崎県	257
8	愛知県	30	10	東京都	236
8	鹿児島県	30	-	-	-
8	沖縄県	30			

表 10 漁家レストラン

順位	都道府県	事業体数	順位	都道府県	販売額 (百万円)
1	静岡県	40	1	宮崎県	1,326
1	福岡県	40	2	沖縄県	868
1	沖縄県	40	3	北海道	829
4	神奈川県	30	4	鹿児島県	788
4	三重県	30	5	神奈川県	786
4	鹿児島県	30	6	静岡県	660
7	北海道	20	7	和歌山県	607
7	石川県	20	8	千葉県	601
7	広島県	20	9	熊本県	541
7	愛媛県	20	10	福岡県	446
11	愛知県	10	17	愛知県	168



図 1 農業生産関連事業及び漁業生産関連事業の年間総販売金額の推移 (愛知県)

2 本県における総合化事業計画の法認定の状況

認定状況（2021年2月26日現在）

表 11 年度別認定等件数

年 度	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	合計
認 定	26	16	22	8	7	5	5	2	1	2	94
取 消	0	0	0	2	1	4	3	1	0	1	12
合 計	26	16	22	6	6	1	2	1	1	1	82

表 12 事業内容別件数

加 工	直 売	加工・直売	加工・直売・レストラン	合 計
11	1	60	10	82

表 13 経営分類別件数

米・小麦	野菜	果樹	豆・工業	花	その他	畜産	林業	水産	合計
11	31	10	4	3	5	13	2	3	82

表 14 地域別件数

名古屋	尾 張	海 部	知 多	西三河	豊田加茂	新城設楽	東三河	合計
5	13	5	21	7	14	5	12	82

表 15 全国の認定状況（2021年2月26日現在）

順 位	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	全国計
都道府県	北海道	兵庫県	宮崎県	長野県	熊本県	岡山県	愛知県 宮城県	
認定件数	163	119	113	98	92	89	82	2,585

《用語の解説》

【あ行】

新しい生活様式

新型コロナウイルスの感染拡大を防ぐために、飛沫感染や接触感染などへの対策として国が実践を呼び掛けている行動のこと。身体的距離の確保、マスクの着用、手洗いや「3密」の回避などが実践例として示されている。

いいともあいち運動

愛知県の農林水産業の振興や農山漁村の活性化を通じて県民全体の暮らしの向上を図るため、多くの県民に「愛知県農林水産業の応援団」になってもらい、消費者と生産者が一緒になって愛知県の農林水産業を支えていこうという「運動」をいう。また、県民に愛知県産農林水産物をもっと食べていただきたい（利用していただきたい）という、「愛知県版地産地消の取組」でもある。

いいともあいちネットワーク

「いいともあいち運動」に取り組む県内外の様々な機関・団体・業界等が相互の情報交換・交流や取組の連携を図る“緩やかな連帯”のこと。

いいともあいち運動の趣旨に賛同する事業者・団体等であれば誰でも会員登録できる。

【か行】

株式会社農林漁業成長産業化支援機構（A-FIVE）

農林漁業者の所得を確保し、農山漁村において雇用機会を創出することができる成長産業とすることを目的として、農林漁業者が主体となって新たな事業分野を開拓する事業活動等に対し、農林漁業成長産業化ファンドを通じて出融資や経営支援を実施するために、国等が出資して平成25年2月1日に開業した。なお、令和元年末から新規案件の受付を行っていない。

観光農園

農業経営体が観光客等の第三者に、ほ場において自ら生産した農産物の収穫等一部の農作業を体験又はほ場を観光させ、料金を得る事業をいう。

漁家民泊

漁業経営体が旅館業法に基づく旅館業法（昭和23年法律第138号）の許可を得て、観光客等の第三者を宿泊させ、自ら生産した水産動植物や地域の食材をその使用割合の多寡にかかわらず用いた料理を提供し料金を得る事業をいう。

漁家レストラン

漁業経営体又は漁業協同組合等が食品衛生法（昭和22年法律第233号）に基づく飲食店営業又は喫茶店営業の許可を得て、不特定の者に自ら又は構成員（組合員）の生産した水産動植物をその使用割合の多寡にかかわらず用いた料理を提供し料金を得る事業をいう。

漁業経営体

利潤又は生活の資を得るために、生産物を販売することを目的として、海面において水産動植物の採捕又は養殖の事業を営む者をいう。

クラウドファンディング

不特定多数の人が通常インターネット経由で他の人々や組織に財源の提供や協力などを行うこと。

【さ行】

産地直売施設

地域の農家や農業協同組合などが設置した市場産の農林水産物等を販売する施設のこと。

市町村6次産業化推進協議会

地域の中の6次産業化の取組について、行政、生産者団体等が繋がりを持って多面的に支援する市町村単位の組織。

制度融資

法律や条令に基づいて、その政策目的を遂行するために、国や地方公共団体が財政から資金を融通したり、民間金融機関の融資に対して利子の補給を行うことにより、有利な条件で融資を行う制度のこと。

水産加工

漁業経営体又は漁業協同組合等が販売を目的として、自ら又は構成員（組合員）の漁業生産によって得られた生産物を用いて、加工製造するための作業場又は工場と認められるものを有し、その製造活動に専従の常時従業者を使用し水産加工品を製造することをいう。

水産物直売所

食品衛生法に基づく魚介類販売業の許可を得て、生鮮魚介類、水産加工品等を定期的に消費者と直接対面で販売するための施設（冷蔵設備を有し、鉄骨造、鉄筋コンクリート造、木造等十分な耐久性を有する構造であつて、給水、汚物処理設備等を有する施設）を有し、その販売活動に専従の常時従事者を使用して、漁業経営体又は漁業協同組合等が自ら又は構成員（組合員）の漁業生産によって得られた生産物又はその水産加工品を販売している事業所をいう。

【た行】

地域資源

自然資源のほか、特定の地域に存在する特徴的なものを資源として活用可能な物と捉え、人的・人文的な資源をも含む広義の総称。

【な行】

中食（なかしょく）

レストラン等へ出かけて食事をする外食と、家庭内で手作り料理を食べる「内食（ないしょく）」の中間にあつて、市販の弁当やそう菜等、家庭外で調理・加工された食品を家庭や職場・学校・屋外等で、そのまま食べることや、そのまま（調理加熱することなく）食事として食べられる状態に調理された日持ちのしない食品の総称。

農家民泊（農泊）

農業経営体が旅館業法に基づく旅館業の許可を得て、観光客等の第三者を宿泊させ、自ら生産した農産物や地域の食材をその使用割合の多寡にかかわらず用いた料理を提供して料金を得る事業をいう。

農家レストラン

農業経営体又は農業協同組合等が食品衛生法に基づく飲食店営業又は喫茶店営業の許可を得て、不特定の者に自ら又は構成員（組合員）が生産した農産物や地域の食材をその使用割合の多寡にかかわらず用いた料理を提供し、料金を得る事業をいう。

農業経営体

農産物の生産を行うか又は委託を受けて農作業を行い、生産又は作業に係わる面積・頭数が、次の規定のいずれかに該当する事業を行う者

ア 経営耕地面積が 30 a 以上の規模の農業

イ 農作物の作付面積又は栽培面積、家畜の飼養頭羽数又は出荷羽数、その他の事業の規模が次の農林業経営体の外形基準以上の規模の農業

- ① 露地野菜作付面積 15 a
- ② 施設野菜栽培面積 350 m²
- ③ 果樹栽培面積 10 a
- ④ 露地花き栽培面積 10 a
- ⑤ 施設花き栽培面積 250 m²
- ⑥ 搾乳牛飼養頭数 1 頭
- ⑦ 肥育牛飼養頭数 1 頭
- ⑧ 豚飼養頭数 15 頭
- ⑨ 採卵鶏飼養羽数 150 羽
- ⑩ プロイラー年間出荷羽数 1,000 羽
- ⑪ その他 調査期日前 1 年間における農業生産物の総販売額 50 万円に相当する事業の規模
- ウ 農作業の受託の事業

なお、2000 年世界農林業センサスでは、販売農家、農家以外の農業事業体及び農業サービス事業体を合わせた者となる。

農産加工

農業経営体又は農業協同組合等が販売を目的として、自ら又は構成員（組合員）が生産した農産物をその使用割合の多寡にかかわらず用いて加工（非食品の製造も含む。）することをいう。

農商工連携

農林水産業者と商工業者がそれぞれの経営資源を持ち寄り、新商品や新サービスの開発などに取り組むこと。2008 年には農商工等連携促進

法（中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律（2008 年法律第 38 号））が施行され、取組を支援する法的な枠組みが整備された。

【は行】

なし

【ま行】

マーケット・イン

市場や購買者という買い手の立場に立って、買い手が必要とするものを提供していこうとする考え方。逆に提供側からの発想で物やサービスを生産・販売することを「プロダクト・アウト」と言う。

【や行】

なし

【ら行】

6 次産業化

農林水産物や農山漁村に存在する土地、水などの資源を有効に活用して、農林漁業（一次産業）と、製造業（二次産業）、小売業等（三次産業）との総合的かつ一体的な推進を図り、農山漁村の豊かな地域資源を活用して新たな付加価値を生み出す取組のこと。

6 次産業化サポートセンター

6 次産業化に取り組む農林漁業者等の経営改善戦略の策定・実施のためにサポートセンターに所属するプランナーを派遣し、個別相談により支援する機関。2011 年に国が設置した後、2013 年から県が設置している。

6 次産業化総合調査

農業者、漁業者等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向上、雇用確保の状況等を明らかにし、6 次産業化の施策推進に必要な資料を整備することを目的とした、国による調査。

「農業生産関連事業（農産加工、農産物直売所、

観光農園、農家民宿、農家レストラン）」及び「漁業生産関連事業（水産加工、水産物直売所、漁家民宿、漁家レストラン）」を対象としているが、林業関係は調査していない。

6 次産業化ネットワーク

農林漁業者等と商工業者、流通業者、観光業者、福祉事業者、教育機関等の他業種間のネットワーク。

【A～Z】

EC (electronic commerce) サイト

自社の商品（広義では他社の商品）やサービスを、インターネット上に置いた独自運営のウェブサイトで販売するサイトのこと。インターネットによる通販サイト等が該当する。

HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)

食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去又は低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法のこと。

JETRO (独立行政法人日本貿易振興機構)

日本の貿易の振興に関する事業、開発途上国・地域に関する研究を幅広く実施している機関。

PDCA サイクル

Plan（計画）→ Do（実行）→ Check（評価）→ Act（改善）の 4 段階を繰り返すことによって業務を継続的に改善すること。

参考 1

愛知県 6 次産業化推進会議開催要領

(目的)

第 1 本県において、農林漁業者等が地域資源を活用し、製造業者や小売業者等から協力を得て、又はこれらの事業者と共同して、新たな付加価値を生み出す 6 次産業化の取組を促進するため、農林漁業者等の取組支援を協議する「愛知県 6 次産業化推進会議」（以下、「推進会議」という。）を開催する。

(協議事項)

第 2 推進会議は、次の各号に掲げる事項について協議する。

- (1) 農林漁業者等による 6 次産業化の取組支援に関すること
- (2) その他農林漁業者等の取組の促進に必要な事項

(構成員)

第 3 推進会議は、別表に掲げる者をもって構成する。

- 2 構成員は、やむを得ない事情により推進会議に出席できないときは、代理者を出席させることができる。

(会議運営)

第 4 推進会議は、農業水産局長が招集する。

- 2 推進会議に座長を置き、農業水産局技監をもって充てる。
- 3 座長に事故があるときは、予め座長の指名した者が、その職務を代行する。
- 4 座長は、必要があると認めたときは、構成員以外の者の出席を求めることができる。

(事務局)

第 5 推進会議の事務局は、農業水産局農政部食育消費流通課内に置く。

(その他)

第 6 この要領に定めるもののほか、推進会議の運営に関して必要な事項は、別に定める。

附 則

この要領は、平成 26 年 1 月 14 日から施行する。

この要領は、平成 27 年 3 月 6 日から施行する。

この要領は、平成 28 年 2 月 8 日から施行する。

この要領は、令和元年8月30日から施行する。
この要領は、令和2年8月21日から施行する。

別表

愛知県6次産業化推進会議構成員名簿

区 分	所 属	職 名
有識者	名古屋大学	名誉教授
	地域ビジネス研究所	所長
6次産業化・ 農商工連携支援機関	6次産業化サポートセンター	統括企画推進員
	(公財)あいち産業振興機構 新事業支援部	部長
生産者団体	愛知県農業協同組合中央会 営農・くらし支援部	部長
	愛知県経済農業協同組合連合会 販売企画室	室長
商工団体	愛知県商工会議所連合会	豊橋商工会議所 副会頭
	愛知県商工会連合会	事務局長
観光団体	(一社)愛知県観光協会	専務理事
流通関係	一宮生活協同組合	理事
金融機関	(株)日本政策金融公庫 名古屋支店 農業食品第二課	課長
	愛知県信用農業協同組合連合会 食農法人営業部	部長
	あいち・じもと農林漁業成長応援ファンド投資事業有限責任組合(無限責任組合員株式会社名古屋キャピタルパートナーズ)	副部長
国	中部経済産業局 産業部 経営支援課	課長
	東海農政局 経営・事業支援部 地域食品・連携課	課長
県	農業水産局	技監

参考2

愛知県6次産業化推進検討会議運営要領

(目的)

第1 本県における「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」に基づく6次産業化を円滑に推進するため、6次産業化推進検討会議（以下「会議」という。）を開催する。

(検討事項)

第2 会議は次の各号に掲げる事項について検討する。

- (1) 6次産業化推進戦略（案）の作成に関する事
- (2) 6次産業化推進戦略に基づく施策の推進及び調整に関する事
- (3) (2)に掲げる施策の進行管理に関する事
- (4) その他検討会議の目的を達成するために必要な事項

(構成)

第3 会議は、別表に掲げる所属の担当職員（以下「構成員」という。）をもって構成し、必要に応じて、構成員以外の関係者の参加を求めることができる。

(会議)

第4 会議は、食育消費流通課長が招集する。

- 2 会議の座長は、食育消費流通課担当課長（需要拡大・六次産業化）をもってあてる。
- 3 座長が会議に出席できないときは、あらかじめ座長の指名した者がその職務を代行する。

(事務局)

第5 会議の事務局は、農業水産局農政部食育消費流通課輸出促進・六次産業化グループに置く。

(その他)

第6 この要領に定めるもののほか、会議の運営に必要な事項は、会議に諮って座長が定める。

附 則

この要領は、平成25年8月30日から施行する。
この要領は、平成27年5月13日から施行する。
この要領は、令和2年6月17日から施行する。

別表

農業水産局	農政課 食育消費流通課 農業振興課 農業経営課 園芸農産課 畜産課 水産課 農業総合試験場
農林基盤局	林務課
経済産業局	産業政策課 産業振興課
観光コンベンション局	観光振興課



愛知県農業水産局農政部食育消費流通課

〒460-8501 名古屋市中区三の丸三丁目1番2号

電話：052-954-6719（ダイヤルイン）

E-mail: shokuiku@pref.aichi.lg.jp

