

6次産業化を目指す農業者の育成

西部農業改良普及所

1. 取組の背景

管内ではJA鳥取西部農産物直売所の発展や、脱サラ等農外からの新規就農者の増加に伴い、農業生産だけではなく6次産業化や農商工連携による所得向上を目指す農業者が増えつつある。そこで、普及所では6次産業化を目指す農業者のスキルアップ支援を「とっとり農商工こらぼネット現地支援チーム」の活動として位置づけ、県各部署及び関係機関と連携しながら、農業者の所得向上に向け支援を行っている。

2. 活動内容

(1) 6次産業化農業者全体への支援

ア スキルアップ研修会の開催

既に6次産業化・農商工連携に取り組んでいる農業者及び今後取り組もうとしている農業者等を対象に広く声をかけ研修会を開催。

表1 研修会開催内容

年度	開催日	内 容
平成23年度	H23. 11. 17	講義1「顧客に届く！販売戦略」 講義2「知らなきゃ怖い衛生・品質管理」
平成24年度	H24. 12. 12	～食の安全を極める～食品衛生&品質表示実践講座
	H25. 2. 26	講演「お客様が求める商品づくりとマーケティング」 事例発表「6次産業化によるたまご屋ブランドづくり」
	H25. 3. 7	ワークショップ&交流会「奥谷京子起業塾」
平成25年度	H25. 11. 27	講義「お客様の心をグッと掴む『売れる！商品づくりセミナー』」 ワークショップ「商品企画ゲーム」
	H25. 12. 4	講義「経営者自らが動くトップセールスの基本」 講義&演習「商談会を成功に導く！」

イ 販路開拓支援

販路拡大を望む農業者等に対し、販売店舗や消費者等への商品PRを支援。

表2 販路開拓支援内容

年度	開催日	内 容
平成25年度	H26. 1. 15～20	米子高島屋うまいもんまつりへの出店体制づくり (9事業者40商品が出店販売)
	H26. 3. 13	西部 de こらぼ商談会 (20事業者、バイヤー21業者・40名が参加)

ウ 掘り起こし活動

平成 24 年度から、J A 鳥取西部アスパル出荷会員連絡協議会総会及び加工食品部会定例会にて、県及び普及所の支援体制及び支援制度を紹介している。

(2) 重点対象農業者への個別支援

事業規模が大きい農業者や支援要望のある農業者を重点対象農業者に設定し、まずは加工事業開始前に営農を含めた事業計画の作成支援を行っている。この時には、特に加工品の価格設定のための原価計算をしてもらい、利益率を考え製造販売できるよう支援している。

また、複式簿記の推進と、できるだけ営農部門と加工部門とを分けた記帳推進、出荷台帳の作成等しっかりとした経営管理の必要性を啓発しているが、なかなか出来ないのが実情である。

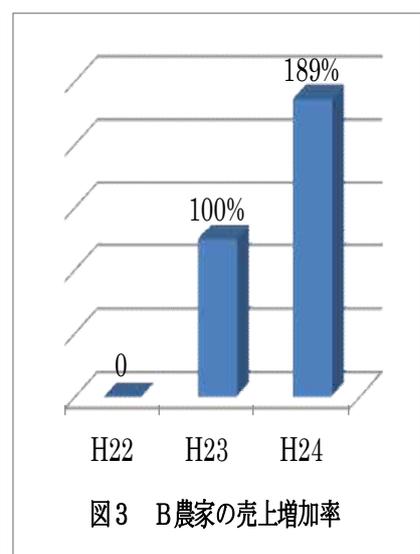
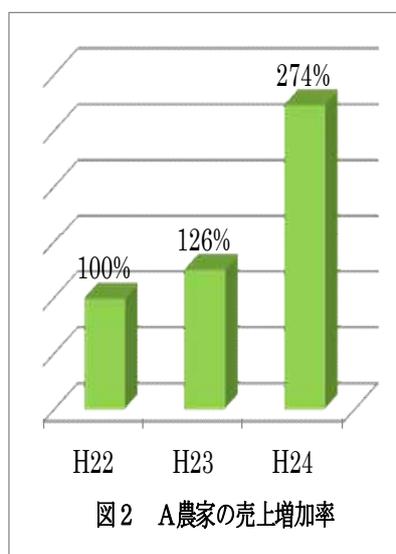
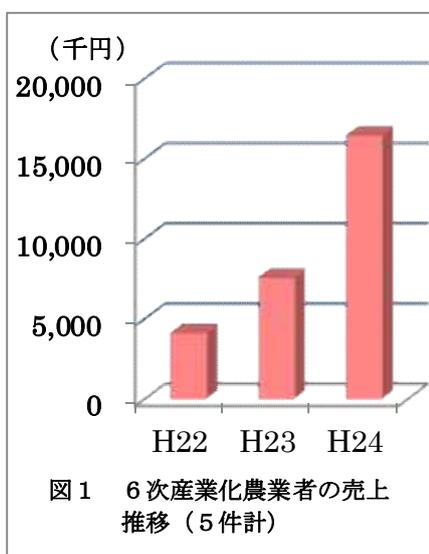
その他、新商品開発に当たっての加工技術支援、作業員・施設・設備の衛生管理講習会を事業者ごとに行っている。また、他団体が開催する商談会、イベントの紹介や、マスコミを利用した情報発信を行うなど、個々の農業者ごとに必要に応じた支援を実施している。

3. 具体的な成果

(1) 6次産業化商品売り上げの増加

新たに加工事業を始めた農業者、既存の加工事業を拡大してきた農業者の単県補助事業を活用した取り組みの売上高合計は、図 1 のとおり増加した。

また、5 件のうち特に伸び率の高い A 農家及び B 農家の 3 年間の売上推移は図 2 及び 3 のとおりである。



(2) 新商品の登場

地元農産物を活用した様々な加工品が次々と商品化され、農産物直売所の定番商品として定着してきた。(補助事業活用者 6 件の開発商品合計数：平成 23 年～25 年の 3 年間で 30 商品以上)



写真 1 人参の粕漬け

写真 2 いちご大福

写真 3 ヤギ乳プリン

(3) 6次産業化の芽生え

掘り起こしの成果として新たに 6 次産業化取り組もうとする農業者、企業からの相談案件も出てきており(平成 24 年：9 件、平成 25 年：6 件)、今後 6 次産業化事業者として発展していく可能性がある。

4. 農家等からの評価・コメント(米子市〇氏)

6 次産業化は農家の所得向上と地域活性化にとって大切な取り組みであり、今後更に注目される分野だと思うので、更なる幅広い PR 活動、掘り起こしを行って欲しい。また、実際に所得が上がっているのかどうか経営計画と照らし合わせながら、経営状況の把握と改善に更に力を入れて欲しい。

5. 現状・今後の展開等

(1) 農業所得向上に向けた支援

加工品の売上額は増加したものの、それが所得向上につながっているかどうかを個別に確認し、つながっていない場合はその原因と改善策を一緒に考えて行く。

(2) 販路開拓支援

農産物直売所の売上も横ばい傾向になってきており、また、こだわりのお店や百貨店等で販売する方が好ましいような品質や価格帯の商品も出てきているため、県他部署や関係機関と連携しながら、販路開拓の更なる支援方法について具体的に検討、実施して行く。

(執筆者：藤井晶子)