

6次産業化の推進

要約

農業の6次産業化に取り組み、販路の拡大を望む農業者に対し、積極的なビジネス展開をはかる手段として展示・商談会への出展を支援した。出展までの経緯において、商品力の向上や、商談会シートの作成により商談に対する農業者の意識啓発を行った。

現状(背景)と課題

- 販路拡大の機会が望まれている。
- 展示・商談会へ積極的に参加する農業者が限られている（現在2件）。
- 販路拡大につながる消費拡大が必要。

目標

- 商談会シートの作成。
- 展示・商談会への新規出展（新たに出展する農業者数2件）。
- レシピ集を作成。

活動内容

- 商談会シートの作成を支援。
- 展示・商談会への出展を支援し、新たなビジネスの展開をはかる。
- レシピ集を作成し、消費者へ食べ方を提案、消費拡大をはかる。

成果

- 商談会シートの作成により、商品の特性、PRポイントを整理。
- 新たに2件の農業者が全国規模の商談会「全国キャラバン食の発掘商談会 in 神戸」に出展（新たに6次産業化に取り組む農業者1件、農村生活研究グループ1件）。
- 出展により農業者自らが市場ニーズを把握、商品や組織の課題を明確化。
- 出展によりバイヤーとのつながりを構築、新たなビジネスへの可能性拡大。



「全国キャラバン食の発掘商談会 in 神戸」出展の様子



食べ方を紹介するレシピ集

「奈良県中南部地域 ごはんのレシピ」

中部農林振興事務所農林普及課
担当：担い手係 木村 岡山

普及活動のポイント

- 商品のラベルデザインの統一により商品力の向上をはかった。
- これまで展示・商談会に出展経験のない農業者、特に長年にわたり農産加工に取り組む女性グループに焦点をあてることで、意識改革をはかり、新たなビジネスへの可能性を提示することができた。後継が期待される。
- レシピ集の作成による消費者への啓発と販路拡大。

対象の変化

- 自らの商品の特徴を再認識し、商談意欲が高まった。
- 様々な販売チャネルへの理解と関心が深まった。
- 他者の取り組みや商品に関心が高まった。

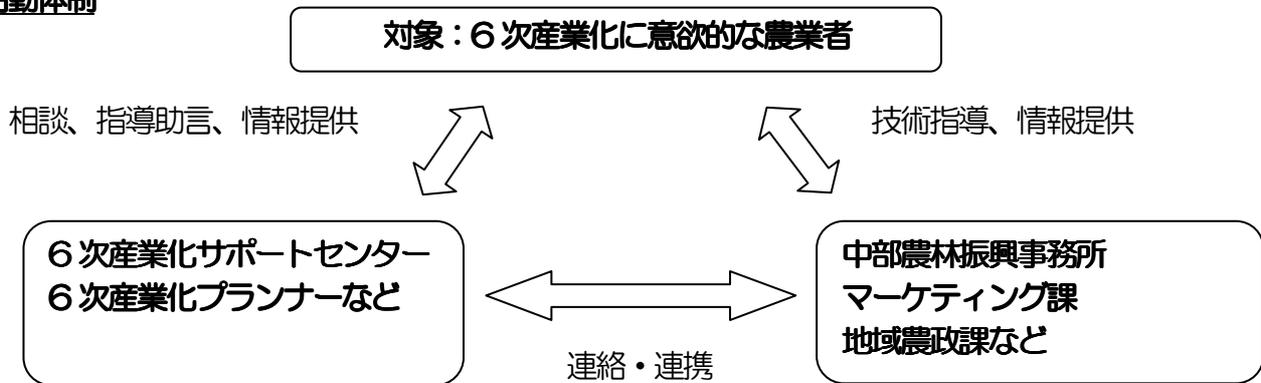
対象からのコメント

- あらゆる分野のバイヤーから意見を得ることができ、商品の長所、短所を改めて把握できた。今後の取り組みや商品の方向性がよくみえてきた。
- 出展すれば直ちに販路拡大とはいかないが、バイヤーとの繋がりができた。これからも挑戦していきたい。

これからの活動ビジョン

- 6次産業化に取り組む農業者のレベルアップを行い、出展への支援を継続。
- 商談の成立に向けた支援（市場ニーズを整理し、商品とのマッチングをはかる）。

活動体制



用語解説

農業の6次産業化

農業生産（1次産業）、農産加工（2次産業）に加え、販売サービス業（3次産業）を農業者が独自で、または他者との連携で取り組むこと。1次×2次×3次=6次という考え。

6次産業化プランナー

農業の6次産業化支援事業において国や地方自治体が開設する6次産業化サポートセンターより派遣されるアドバイザー。

農村生活研究グループ

農村の食をはじめとする伝統や文化などの研究、技術交換を目的とした農村女性の集まり。