

「6次産業化」を 専門家がサポート！

6次産業化中央サポートセンター



お問い合わせ

6次産業化中央サポートセンター事務局 株式会社パソナ農援隊

☎ 03-3548-8333 ✉ info@rokusapo.com

URL <https://rokusapo.com>



6次産業化中央サポートセンターはパソナ農援隊が運営しています

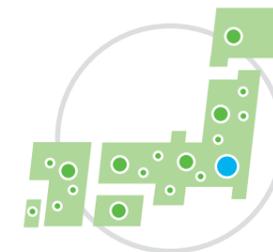


6次産業化中央サポートセンター
URL: <https://rokusapo.com>



6次産業化を目指す農林漁業者に 専門家を派遣・サポートします！

6次産業化中央サポートセンターとは、6次産業化の取り組みを支援する機関です。全国に設置された都道府県サポートセンターと連携し、皆様の抱える6次産業化に関する専門的な課題を解決へと導きます。多様な分野の専門家である「6次産業化プランナー」を派遣し、農林漁業者等のニーズに応じて、加工や販路開拓、衛生管理、経営改善、輸出、異業種との連携など、課題解決のためのアドバイスを無料（原則3回まで）で行います。



6次産業化への挑戦が、 経営を変える。

「何を目的としてどんな事業をおこなうのか」、
「どのような人たちをターゲットにするのか」など
6次産業化を行うためには経営全体を考えることが重要です。
6次産業化中央サポートセンターは、
全国の6次産業化を進める農林漁業者のもとに
高度な知識と経験を持つ専門家の派遣を行い、
チャレンジを支援します。

6次産業化 都道府県
サポートセンター
6次産業化 中央
サポートセンター

の違いとは？

都道府県サポートセンターは、都道府県段階に6次産業化をサポートする相談窓口となる拠点を設置し、関係機関等と連携し、地域に密着した6次産業化の総合的なサポート等を行っています。一方、中央サポートセンターでは、高い専門性が必要な場合や、都道府県域を超える広域的な取組に対して、都道府県サポートセンターと連携し支援を行います。

6次産業化プランナーとは？

6次産業化プランナーとは、6次産業化に取り組む農林漁業者の皆様の相談に応じて、課題の解決に向けて具体的なアドバイスを行うため、6次産業化サポートセンターに登録されている専門家のことです。

こんな分野のプランナーがいます

新商品企画	新商品の商品設計	衛生・品質管理
新商品の販路開拓	新商品企画の情報収集・分析	農林水産物の加工・生産技術
ブランディング	他事業者とのネットワーク	経営管理

OVERVIEW — 数字で見る 6 次産業化中央サポートセンター

プランナーの企画・提案を評価した依頼者の割合

= **97%**

■ 依頼者の満足度は？

経営課題など、依頼者の相談内容にあわせたプランナーを選定し、支援を行います。適切なプランナーを派遣し、専門的な企画・提案を行うことで依頼者のうち97%の方の課題解決に役立っています。

相談に対する
プランナーの企画・提案内容への評価

満足 **97%**

不満 **3%**

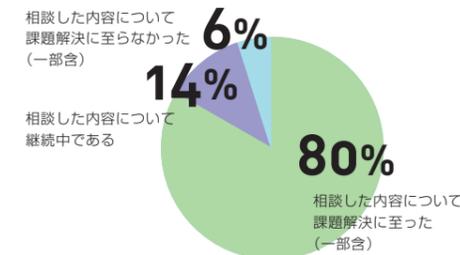
相談した内容の課題解決に至った割合

= **80%**

■ 相談の結果は？

相談の結果、課題解決に至った（一部含む）割合は80%と、皆様の抱えるお悩みに寄り添った支援を行っています。

プランナーとの協業での課題解決率



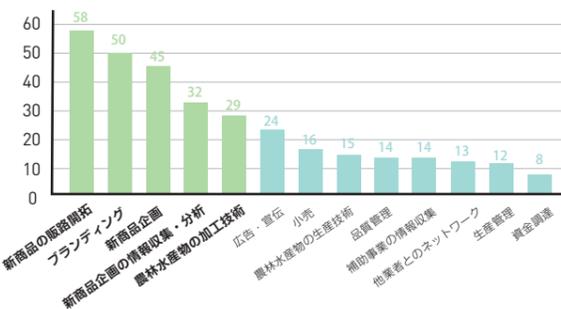
販路拡大を課題と捉えている依頼者

= **58%**

■ どんな相談内容が多いの？

平成30年度において、6次産業化中央サポートセンターにおけるプランナー派遣は、956事業者に対し、計1793回行われています。

相談内容の内訳



こんな分野の相談も！



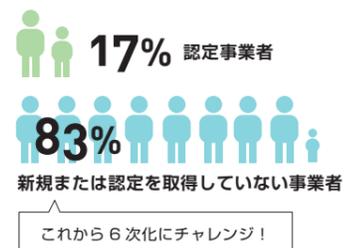
認定事業者の割合

= **17%**

■ どんな人が利用しているの？

6次産業化に取り組みたいと考えている方や、すでに6次産業化に取り組んでいる方が、抱える課題の解決や、新しいチャレンジに向け、6次産業化中央サポートセンターを利用しています。

依頼者のうち認定事業者の割合



◆認定事業者とは…
六次産業化・地産地消法に基づく計画の申請をして農林水産大臣に認定された事業者の事です

■ 利用者の感想

商談会への出展が初めてで不安でしたが、プランナーさんの適切なアドバイスにより、しっかりと準備して臨むことができました。

新商品がやっとできあがり、課題が解決されて、夢が広がりました。ありがとうございます。

これまで教えてくれた先生は誰もが美味しいと言うだけだった中、「今のままでは売るのは難しい」と言われ、この方と一緒に商品と向き合ってみたくと思いました。

プランナーさんは経験豊富で人脈も幅広く、課題について多岐にわたるアドバイスを頂けました。

6 次産業化中央サポートセンターのご利用方法

STEP1 相談・問い合わせ



最寄りの「都道府県6次産業化サポートセンター」または「中央サポートセンター」にお問合せ下さい。

STEP2 ヒアリング



ご相談内容を確認し、課題に応じて専門のプランナーを選定します。
※ご相談内容によっては必要な関係機関にお繋ぎします。

STEP3 プランナー派遣



現地にプランナーが訪問し、支援活動を実施します。
(原則3回まで)

STEP4 フィードバック



満足度調査（アンケート）にお答えいただき、これからにつなげます。

こんな相談に対応できます！

販路開拓

ブランディング・マーケティング

加工技術

食品衛生

観光・体験

飲食店の運営 等

お問い合わせ先

6次産業化中央サポートセンター事務局 株式会社パソナ農援隊

☎ 03-3548-8333

✉ info@rokusapo.com



<https://rokusapo.com>

6サポ 検索!

INTERVIEW 01

株式会社 センリファーム / 代表取締役 勝目 千里 さん

「中央」と「鹿児島」から専門性を活かしたプランナーを派遣、
二方面の連携により、充実した支援を実現。



新規事業へのチャレンジ

鹿児島県曾於市でお茶の生産・加工を営む勝目千里さんは、茶葉の市場価格が下がり始める中、さらなる生産効率化を目指して大麦若葉の生産を始めました。新規の取組の中で困難や挫折を繰り返しながら、それでも規模拡大を続けていく中、さらに青汁の原料である明日葉やケールを生産・加工できないだろうか…と、そんな大きな構想を、勝目さんは描いたのです。しかし、明日葉やケールの茎は太く、製茶工場では加工できない、という壁にぶつかります。どうしても諦めたくなかった勝目さん

は、ここで新たな加工場を持つ、という大きなチャレンジに挑むことになりました。そのチャレンジを支えたのが、6次産業化サポートセンターです。

地元と中央、二方面からのサポート

勝目さんは「鹿児島6次産業化サポートセンター」の企画推進員によるヒアリングを経て、二方面からの支援を受けることになりました。というのも、「鹿児島6次産業化サポートセンター」には工場設計や衛生管理面を支援するプランナーがいなかったため、「6次産業化中央サポートセンター」のプランナー・海

老澤さんに支援してもらうことになったのです。

一方、総合化事業計画書の作成や財務面などは地元の「鹿児島6次産業化サポートセンター」のプランナー・佐伯さんに伴走していただくことで、勝目さんの構想は実現へと動き出しました。

工場設計への多角的な支援

当初の計画より規模が大きくなったものの、二方面のプランナーの支援により実現可能な範囲を見極めることで、最大限の効果が生まれる工場を新設することができました。工場を新設するにあたり勝

目さんが重要視していた衛生管理の面では、双方のプランナーによる支援の相乗効果がうまれました。また、HACCPの認証を受けることも視野に入れて、海老澤プランナーと共に基準を満たす工場の設計を進めました。

「いろいろな書類があることも僕らは知らなかったですし、書き方なんて当然分からないですから、本当にありがたかったですね。二人のプランナーさんの支援がなければ、計画そのものが間違った方向へ向かってしまったのではないかと思います。もうくらい本当に感謝しています。」と勝目さんは話してくれました。

Supported by



公益社団法人
鹿児島県農業・農村振興協会
6次産業化推進部 次長
鹿児島6次産業化サポートセンター
6次産業化企画推進員

田丸 保夫 さん

株式会社センリファームさんへの支援は、財務面では「鹿児島6次産業化サポートセンター」が、衛生管理面・設計面では「中央6次産業化サポートセンター」が担うことで、より充実した支援を行うことができました。

また、「鹿児島」と「中央」との連携は、プランナー同士の学びとなり、支援の質の向上へとつながります。現在13名のプランナーがおり、それぞれの専門性を生かした支援が可能。現地ヒアリングを経て、事業者の要望に沿ったプランナーを派遣します。

今後とも、県や市町村などとも協力しながら、よりスムーズな支援・フォローアップを目指します。さらには、商標登録やデザイン等細部にも対応できるように、「よろず支援拠点」など横のつながりを強化して支援の幅を広げていきたいと考えています。

INTERVIEW 02 有限会社 ツムラ本店 / 代表取締役社長 津村 佳彦 さん

— 「ええもん」をみんなで残していきたい —
輸入に押される国産合鴨を、消費者に愛される商品にするためのプロセス。



守り続けてきたもの

昭和 50 年代後半までは合鴨の孵化専門業者であった有限会社ツムラ本店は、今では孵化～飼育～精肉まで一貫した生産販売体制を取る大阪唯一の業者です。平成 3 年、お客様からの「河内鴨を食べるとアトピー、アレルギー反応がでない。徐々に美味しくお肉が食べられた」という声をきっかけに、飼料や環境を整え、より一層こだわりある飼育をはじめました。案内された鶏舎には、孵化して 2 日目という 1500 羽のヒナのかわいらしい鳴き声が響いていました。一般的な飼育日数は 50 日間程度ですが、河内鴨はその 1.5 倍、75 日間をかけ、オリジナルの無農薬飼料でじっくりストレスを与えず飼育しています。餌を手に、「食べてごらん。」と勧めるのは、五代目代表取締役の津村佳彦さん。「成長した鴨を人が食べるわけだから、安全な餌しか与えられないでしょう。」と言われ、なるほど納得。食べてみると、香ばしいシリアルのような食感と風味です。津村さんは、地道に良いものを生産し続ければ分かる人には分かれると信じ、安心・安全・美味しさにこだわった「河内鴨」を守り続けているのです。

新しい市場への進出

大阪産(もん)6次化サポートセンター企画推進員の館さんから紹介されたのは、広告業でも飲食業でも実績のある「6次産業化中央サポートセンター」のプランナー・宮武さん。ご自身で鳥料理のお店を運営されて

いることもあり、宮武プランナーは津村さんを師匠のように慕いつつ、6次産業化においては、津村さんが宮武プランナーのビジネス論に耳を傾けるといような、お互いを信頼し合える関係が築かれていきました。「河内鴨」は最高級部位であるロース(ムネ肉)がメイン商品です。ロースの美味しさにこだわって75日間飼育すると、一方でモモ肉は若干硬くなるという飼育上の難しさがあります。ロースの価値を維持するためにも、そのモモ肉を何か別の形で提供できないか…ずっと考えてきたのでした。宮武プランナーとの話し合いを重ね、「モモ肉の加工」、そして「東京進出」にも挑戦すると決めたのです。東京で河内鴨のモモ肉を味わった人に、「ぜひ最高級部位のロースを味わいに大阪へ」と促すことで、大阪の飲食業が賑わうように、とのねらいです。

さらなる挑戦に向けた商品づくり

また、目前に控えたG20大阪サミットでの夕食会のメニュー選考にも挑戦することを決めたのです。商品化までの道のりは決して簡単なものではありませんでした。既存の商品「河内鴨ロースト(ロース)」、「河内鴨スモーク(ロース)」との差別化を測りつつ、モモ肉の美味しさを引き出せる調理法を巡り検討する日々が続きました。そして調理法が「コンフィ(オイル煮)」に決まると、加工を引き受けてくれる料理人を各地から探し、試作を繰り返しました。そのたびに津村さんと宮武プランナー、シェフを交えて納得いくまで話し合い、ようやく「河内鴨コンフィ」の商品化に辿りついたのです。6次産業化に挑んだ結果、多くの方に「河内鴨」を知っていただく新しい機会を得られたという津村さん。「河内鴨コンフィ」は大手百貨店の通販用ギフト商品として並び、東京のホテルでの取り扱いなど、確実な結果を残しました。



Supported by

大阪産(もん)6次産業化サポートセンター
企画推進員
館 太加志 さん

ツムラさんへの支援には、畜産・食肉加工に関する知識と経験があり、メディアやレストラン等とのネットワークも広く持つプランナー・宮武さんを派遣いたしました。ツムラ本店の五代目として、こだわりと自負のある津村さんとのマッチ

ングは見事に成功し、「河内鴨コンフィ」の商品化、そして東京進出と着実な成果が生まれました。

サポートセンターには近年ご相談の多い HACCP の認定や福祉関連の知識を持ったプランナーも多く在籍しています。大阪における6次産業化は、他県とは異なる視点が大切だと思います。農業でいえば、都市型農業ゆえに広大な土地での栽培・収量は望めないからこそ、その作物の特徴や歴史など、目立つ部分、強みをどれだけ活かせるか。いい意味で「とんがった」企画や商品作り。それらを実現するために、私たちは全力で伴走しています。



INTERVIEW 03

有限会社 北村きのご園／

代表取締役社長 北村 大司さん
取締役生産部長 北村 美恵子さん

創業から50年、時代の流れを
汲み取ったアイデアを形にしたい。
新規事業への挑戦を、
地域と全国の視点からサポート。

作業効率を改善し、収益向上を目指す

鳥取県の東部、八頭郡で50年にわたりきのこの生産を営む有限会社北村きのご園。こだわりの培地は、2年寝かせた国産針葉樹（杉）のオガクズがベースです。50年の歴史を経て、今では大きな工場と従業員45名を抱えるまでに成長するも、規模の拡大とともに、「経営全体の数字を分析し、収益向上を目指したい」「作業効率を改善し生産性を上げたい」などの課題を抱えていました。

かつて総合化事業計画の認定を受けており、そのフォローを担当していたのが、鳥取6次産業化サポートセンターの企画推進員 澤 香織さんです。澤さんは頻繁に足を運ぶうちに北村きのご園の課題を把握し、解決に向けて6次産業化中央サポートセンターに経営分析と商品管理支援を得意とするプランナー・中村さんの派遣を依頼しました。

支援により生まれた従業員の意識改革

早速、中村プランナーによるヒアリングと、全体の流れのチェックが行われ、仕分け・パッキングの工程にすぐに取り組める改善課題があることなどが明確になりました。しかし、「従業員に対して改善点を一方的に述べるだけで良いのだろうか？」と悩んだ北村部長は、メンバーとともに、「従業員の意識改革をお願いできないか。」と申し出たのです。各部門のリーダーを集めてECRAや7つのムダ、タ・ラ・リの法則、ハインリッヒの法則について、中村プランナーによる勉強会が始まりました。宿題を次回までに必ず仕上げ



てくる従業員の熱意もあり、少ない指導回数でも改革はスムーズに進んでいきました。

従業員の声を引き出しながら問題点を可視化したことで、従業員ひとりひとりのモチベーションが少しずつ、確実に上がっていきました。意識改革の道のりには、従業員同士意見の衝突もあったといいます。本音を出せる環境も徐々に整っていきました。こうして北村さんがポンと背中を押せば、従業員さんたちが自然と走り出せるまでに変化したのです。また、夏場の売り上げを安定させたいという課題にも進展がありました。中村プランナーの提案で「エリンギもぎ取り体験」事業を立ち上げたのです。来年には創業55年を迎える北村きのご園。「従業員の気持ちが一丸となった今、今後はプロジェクトチームをつくって経営計画にも携わるスタッフを育て、皆とともに歩んでいきたいですね。」と、北村さんは笑顔で話します。

Supported by



鳥取6次産業化サポートセンター
企画推進員
澤 香織 さん

6次産業化サポートで大切にしていることは、支援によって事業がより良い方向へ向かい、自走できることです。プランナーによる支援を通じて、従業員の意識改革等、本質的な改善を行ったことで、支援後には社内でも問題を見つけ、解決ができる体制が整いました。もう一つ大切にしているのが、プランナーとの関係性作り。プランナーの方々にお会いして専門技術や個性を理解し、事業者さんご相談にフィットした支援ができるよう努力しています。

北村きのご園さんの問題解決にはこの方！と思い浮かんだのが、中央サポートセンターのプランナー・中村さんでした。最善のマッチングができるよう、中央サポートセンターとの連携も柔軟に行いながら、これからも鳥取県の事業者さんを支援してまいります。

INTERVIEW 04 株式会社 七久里農園 / 伊藤 友子 さん

全国展開を視野に入れた商品開発を、地元の強みに精通した県プランナーと全国にネットワークのある中央プランナーが連携支援。



規格外品を商品として生かしたい！

長野県飯田市にある株式会社七久里農園の伊藤友子さんは、2005年に愛知県から移り住み、新規就農。極力農薬は使わず、自然の力を生かした「安全な土作り」にこだわり、「トマト好きの夫婦のこだわりのトマト」を作っています。伊藤さんが育てるトマトは生食用。形が悪いものなどは出荷できず、自家消費しかありませんでした。そこで、余計なものを混ぜない「トマトだけで作るジュース」を商品として加工・販売することを目指し始め、「トマトジュース」と「トマトピューレ」を小ロットなが

ら委託加工で作れるようになります。

販路作りへのサポート

製造した商品を知り合いに販売してみたところ反応が良く、伊藤さんは販売規模を広げたいと考えました。いくつかアポイントメントを取ろうとしましたが、中々商談が決まるまではいかず、地域担当の信州6次産業化推進協議会の小島さんに相談したところ、6次産業化中央サポートセンターのプランナー・園田さんを紹介されました。園田プランナーは、販路の拡大を始めコンサルティングを得意としており、価格帯や

ターゲットの再考を行うことができました。実際、園田プランナーと一緒に商談に行くと、今までなかなか決まらなかった商談が決まるなどの結果に繋がりました。そして2018年、「無塩無添加トマトジュース」が年に一度開催される欧州最大の食品品評会 ITQi 国際味覚品評会にて、優秀味覚賞を受賞という結果を残します。

商品の顔、パッケージのプロが参画

その後、県の勉強会にて、ラベルを変えてもいいのではないかと話が出ました。そこでは地域の商品に詳しくデザインが

得意な、県のプランナーであるプランナー・鷹野さんを紹介してもらいました。鷹野プランナーの働きかけにより、贈答用を視野に入れた黒を基調とした高級感あるラベルを作成。商品の顔であるラベルが変わったことにより、高価格帯の商品を取り扱うお店にも興味を持ってもらえることを実感しました。

今後はトマトジュースの本数を増やすことで、力を入れている農福連携の部分もさらに進めることや、地域を盛り上げていくことなど、全体的なコンセプトをブラッシュアップしていきたいと考えています。

Supported by



信州6次産業化推進協議会
企画推進員

新家 幹夫 さん
小島 朋子 さん

稼ぐ6次産業化ビジネスの展開を進めるため、農業者や市町村、JA、食品事業者、金融機関等が参画した地域ぐるみの6次産業化の取組を支援しています。6次産業化に取組む農業者等を総合的にサポートするため、農林業及び商工関連団体や

金融機関等により組織する信州6次産業化推進協議会（平成25年9月）を設立しました。信州6次産業化推進協議会では、6次産業化事業者の課題解決に資する専門的な知識や経験を有する専門職員を配置し、総合化事業計画の策定に取組む事業者への支援や認定事業者へのフォローアップを行っています。

株式会社七久里農園の支援事例については、自社農園で生産した「トマトピューレ」の商品ラベルデザインの見直しを中央プランナーと連携して支援すると共に、県外商談会への出展による食品バイヤーへの訴求を実施しました。

PLANNER'S VOICE — 6次産業化プランナーの視点

6次産業化中央プランナー
宮武 裕右 さん(株式会社トリ風土研究所)

支援先: INTERVIEW 02
津村 佳彦 さん(有限会社 ツムラ本店)



『伝える』を『伝える』へ変える

6次産業化サポートセンターの企画推進員、事業者の方々両者から厚い信頼を寄せられている、プランナーの宮武裕右さん。宮武さんは広告代理店に勤めたのちに独立し、広告業のほか、飲食業も展開され、その手腕を6次産業化中央プランナーとしてふるわられています。プランナーとして、実際にどんな形で支援されているのかお聞きすると、「ブランディング、戦略を練る、認知度を高める、といったところですね。自分の役割は『伝える』から『伝える』に変えることなんです。」とおっしゃられました。多くの事業者さんが商品の魅力を一生懸命伝えているのに消費者に伝わっていない。伝えたいことが伝わるように戦略を練り、自走できるように導くのです。

キーワードは、「自己の探求」

プランナーとして極めて重要なのが「ヒアリング力」です。思いの外、本当の問題点に気づいていない事業者さんも多いのだとか。事業についてはもちろん、プ

ライベートについてもとことん話すうちに、本音を引き出せるのだそう。そしてもう一つ重要なのが「企画力」です。0から1を生むオリジナルで勝負するのではなく、すでにある何かを掛け合わせることで無駄なくより良いモノが生まれる。そのためにも事業者さんを徹底して知る、やはりヒアリングが重要なのです。「事業をより良い方向へ導くには、競合と比べるとなく、『自己の探求』なんです。過去・現在・未来を見つめることがもっとも大切。」という宮武さん。事業者さんと共に「過去」を振り返ることで、ご自身では気づいていないけれど大切にしてきたモノ・コトがわかります。そして、「現在」の立ち位置をしっかりと確認し、おぼろげでもいいので「未来」についても聞き出していきます。そして、「現在」と「未来」の間にあるギャップこそが、事業者さんの本当の悩み・問題点であり、そのギャップを埋めるサポートをする役割を果たしています。

的確なゴール設定が導く成功

有限会社ツムラ本店さんへの支援では、モモ肉を使った商品開発とともに、「河内鴨」の東京進出、そして「河内鴨」がG20大阪サミットの夕食会に並ぶことを目指しました。どれだけ良い商品もこの大きな門をくぐるには、行政関係のネットワークづくりが不可欠です。そこでもまた、宮武さんのプランナーとしての腕が鳴りました。的確なゴール設定をし、常に緊張感をもって挑むことで、ひとつひとつが見事に実現したのです。



6次産業化中央プランナー
園田 祐喜子 さん

支援先: INTERVIEW 04
伊藤 友子 さん(株式会社 七久里農園)

一歩引いた視点からの発見

「その人や商品の良さは、自分自身ではわかりにくいものです。それを私が一歩引いた目線で、アドバイスしています。」— そう話してくれたのは、6次産業化中央プランナーの園田祐喜子さん。

元々は大手外食産業で品質管理組織体制の確立、広報、企画、ウエディング事業に携わり、2003年から飲食業や旅館、食品工場をはじめとした食品関連企業のコンサルタントとして活動されています。

一時、農業から離れていた時期もありましたが、農業に関する展示会で、やはり「食」に密着している農業に携わりたいという気持ちが湧いてきたといいます。その会場で、「6次産業化プランナー」という言葉を見つけ、すぐに検索して申し込みをしたそうです。農業への熱い想いと、今までに広げてきた豊富な販路を強みに、6次産業化プランナーとして活動されています。

常に意識する3つのポイント

園田さんは、プランナーとして常に3つのことを意識しているそうです。

1つ目は、「事業者の得意な分野・苦手な分野を把握した上で、将来・性格・会社の体力に合わせて販路の規模の設定・販路の紹介・アピールの仕方などをトータルで考えてお手伝いすること」。

一足飛びに成果を出したい人、少しずつコツコツ進みたい人、男性なのか、女性なのか、年齢層によってもアドバイスはそれぞれ変わるといいます。



2つ目は、「エンドユーザーである消費者の方の視線を忘れずに考えること」。事業者を一歩引いた目線で客観的に見るのと同じで、消費者の方のことも俯瞰で見ること、商品と人を結びつけることができるのです。

3つ目は、「事業者が無理をせずに頑張れる方法」を大事にすること。収穫量や生産量を増やす事は会社の体力が必要です。無理に目標を高くしてもその事業者の為にはなりません。持続可能な経営をする為にも、その人の「将来・性格・会社の体力」に合わせて、アドバイスをされています。

事業者に寄り添うプランナーとして

七久里農園の伊藤さんの事例ですと、「商品単価が高いトマトジュースの販路先をどうするか?」という課題がありました。そこで園田さんは、まずギフト商品としての展開を薦め、セット組の内容や値段をアドバイスしました。次にその商品の販路となる企業を紹介し、アポを取って一緒に商談に行くなど、伊藤さんにノウハウを伝えています。

経験のある方が一緒に行ってくれるというのがとても心強かったと、七久里農園の伊藤さんはおっしゃっていました。

一歩引いた目線で全体を見ながらも、事業者に寄り添う形で、幅広い販路や経験という強みを生かして、6次産業化プランナーとして各地で活動されています。