

山口県の農商工等連携の現状と課題

(社)山口県中小企業診断協会
中小企業診断士 谷口 修

1. 農商工連携の仕組み



農商工連携とは

「農林漁業者と商工業者等が**通常の商取引関係を超えて**協力し、お互いの**強みを活かして**売れる**新商品・新サービスの開発、生産等**を行い、**需要の開拓**を行うこと」です。

すなわち、これまで農林漁業者だけ、商工業等を営む中小企業者だけでは開発・生産することが難しかった商品・サービスを両者が協力し合うことで創り出し、市場で販売していくことで、**売上げや利益の増加**を目指そうとする取り組みのことです。



1. 農商工連携の仕組み

山口県の認定状況

2010年9月30日認定

- ④ 山口県のオリジナル柑橘である「長門ゆずぎち」を活用した商品開発及び販路開拓



2009年12月17日認定

- ④ 新品種「源生林あしたば」を使ったパウダー商品の開発と販路開拓



2009年2月26日認定

- ④ 萩産多獲性・低利用度魚類を原料とした新規商材開発と販路開拓【萩の地魚もったいないPJ】



2008年12月25日認定

- ④ 柳井産の自然薯や米粉を活用した「自然薯麺」「自然薯スナック菓子」等の開発および販路拡大



2008年11月10日認定

- ④ 「山口県産黒ごま」を原料として、昔ながらの製法で製造したこだわりの「国産黒ごま油」及び「国産黒ごま関連商品」の開発・製造・販路拡大事業



1. 農商工連携の仕組み

山口県のオリジナル柑橘である「長門ゆずきち」を活用した商品開発及び販路開拓
従来は廃棄していた「長門ゆずきち」の黄化した果実等を活用して、加工商品を開発し販路開拓を行う。

連携体	
農林漁業者	JA長門大津(協同組合) 転作作物として、加工食品に適したハトムギの生産に取り組むとともに、安定供給を行う。
中小企業者	(有)たけなか(食料品製造業) 「長門ゆずきち」の黄化した果実等を主原料に、加工商品の開発を行い、自社の持つ販路を活用するなどして販路開拓を図る。
連携参加者	山口県長門農林事務所(地方公務) 山口県のオリジナル柑橘である「長門ゆずきち」の栽培指導を行う。
サポート機関等	山口県中小企業団体中央会、(独)中小企業基盤整備機構中国支部

連携の経緯

萩市で柑橘類の加工を手がける(有)たけなかは、「長門ゆずきち」の商品開発を進める中で、原料の仕入れ先として、山口県中小企業団体中央会から「長門ゆずきちの会」の紹介を受けた。「長門ゆずきち」は従来生産量の1/3程度を廃棄しており、この廃棄していた果実を活用すれば生産農家の経営改善にも繋がるとの考えから、「長門ゆずきちの会」を傘下にもつJA長門大津との連携に至った。



1. 農商工連携の仕組み

連携に当たっての課題や工夫等

「長門ゆずぎち」は、これまで青い果実を商品として出荷・加工していたが、本事業では熟成し黄化した果実(従来は廃棄)を活用し、特徴である果汁が多い、酸味がまろやか、果皮が柔らかい、種がほとんどないこと等を活かして商品化を行う。



連携による効果

農林漁業者	<p>5年で220万円の売上高増加、ブランド力向上</p> <p>従来は廃棄していた黄化果実等の活用による農業者の収入向上と、ブランドの確立・向上が図られると期待される。</p>
中小企業者	<p>5年で2,111万円の売上高増加、商品力の強化</p> <p>既存の夏みかん等事業に加え、「長門ゆずぎち」を活用した新商品の開発により、新たな事業の展開が期待される。</p>

2. 農商工連携の課題

(1) 農業者と商工業者の意識のギャップ

- ◆ 立場や環境の違い
- ◆ 連携に取り組む目的

(2) 農畜産物の産出量・品質・価格が安定しない

- ◆ 自然相手なので産出量・品質・価格が変わるのは当たり前
- ◆ そう言われても、こちらにも都合が……

(3) 農商工連携商品が売れない

- ◆ 市場に商品はあふれている
- ◆ できることはやってきた……

お互いの強みを活かした売れる商品作り



3. コーディネータの役割

コーディネータに必要なものは「構想力」、「提案力」、「突破力」

(1) 構想力

お互いの強みを活かすためには、誰と誰をマッチングさせ、何を市場に提供していくのか。

① 支援情報収集

- ◆メルマガ: 中小企業ネットマガジン: 編集&発行=e-中小企業庁&ネットワーク推進協議会
- ◆ホームページ: 中小企業基盤整備機構: 支援情報ヘッドライン(日々更新)

② 事業者情報収集

- ◆立場や意識の違いを克服できるか。相性はどうか。
- ◆事業者の基礎情報収集: 事業所名、代表者役職・氏名、創業年月、所在地、事業内容および主要取扱商品、年商／従業員数、資本金／決算期、連絡先、連絡先(窓口)担当者役職・氏名
- ◆事業者ニーズの収集: 対象品名、品物や素材が持つ特徴や機能性、知的財産権、顧客、販売経路・販売方法、出荷価格／小売価格、これまでの取り組み経過、売上状況及び今後の見込み、シェア、強みや弱み、機会・脅威

③ できあがりのイメージ

マッチング→合意→市場調査→商品開発→試作品評価→ブラッシュアップ→市場投入売れた!

3. コーディネータの役割

(2) 提案力

参加に伴うメリットとデメリット(負担)を明らかにし、農商工連携体を組成する。

① 企画・提案内容の整理

- ◆ 農商工連携体の概要及び参加に伴うメリットとデメリット(人的・金銭的負担)
- ◆ 開発する新商品の特徴(品質や機能、価格面における差別化要因)
- ◆ 新商品の販路・販促(どこで、どのような販売形態で販売するか)
- ◆ 新商品の売上見込み(単価×数量)
- ◆ 経費明細(何にいくら必要か、それをどのように負担するのか)



② 連携体の運営

- ◆ 連携体個々の役割を組織図にまとめ、人的・金銭的負担を明確にした覚書をかわす
→曖昧にしておくと、どこかで破綻する。
- ◆ 全体会議のほか小委員会を設け、定期的に会合を開く
- ◆ 連携体相互の情報共有化を進めるため、メールやグループウェアを活用する
- ◆ あまり連携体を広げない。(少数精鋭)

3. コーディネータの役割

(3) 突破力

売上を上げ、農商工連携を維持するに、1も2も行動あるのみ。

① 選択と集中

- ◆悪いパターン: 次から次へと商品開発に手を出す。
- ◆良いパターン: 市場ニーズにそった品質や機能、値頃感のある商品開発に選択と集中する
販売者と一緒に商品開発する



② 地産地消から始める

- ◆身近で売れる物から商品化する
→売れて評判が良ければ元気が出る
- ◆商品のブラッシュアップ
→地産都消、地産全消、地産世消

③ 連携体維持のためには文句も言う



3. コーディネータの役割

マネジメントの基本と原則

マネジメントには基本と原則があり、それぞれの企業や組織の状況に応じて適用していかなければならない。また、基本と原則に反するものは、例外なく時を経ずして破綻する。そして、企業の目的は顧客の創造である。

コーディネータの役割

- ◆第一の役割は、部分の輪よりも大きな全体、すなわち投入した資源の総和よりも大きなものを生み出す生産体を創造することである。それはオーケストラの指揮者に似ている。
- ◆第二の役割は、そのあらゆる決定と行動において、ただちに必要とされているものと遠い将来に必要とされるものを融和させていくことである。いずれを犠牲にしても組織は危険にさらされる。



山口県の農商工連携の現状と課題

ご静聴ありがとうございました。

山口県活性化に向け、がんばりましょう。

(社)山口県中小企業診断協会
中小企業診断士 谷口 修