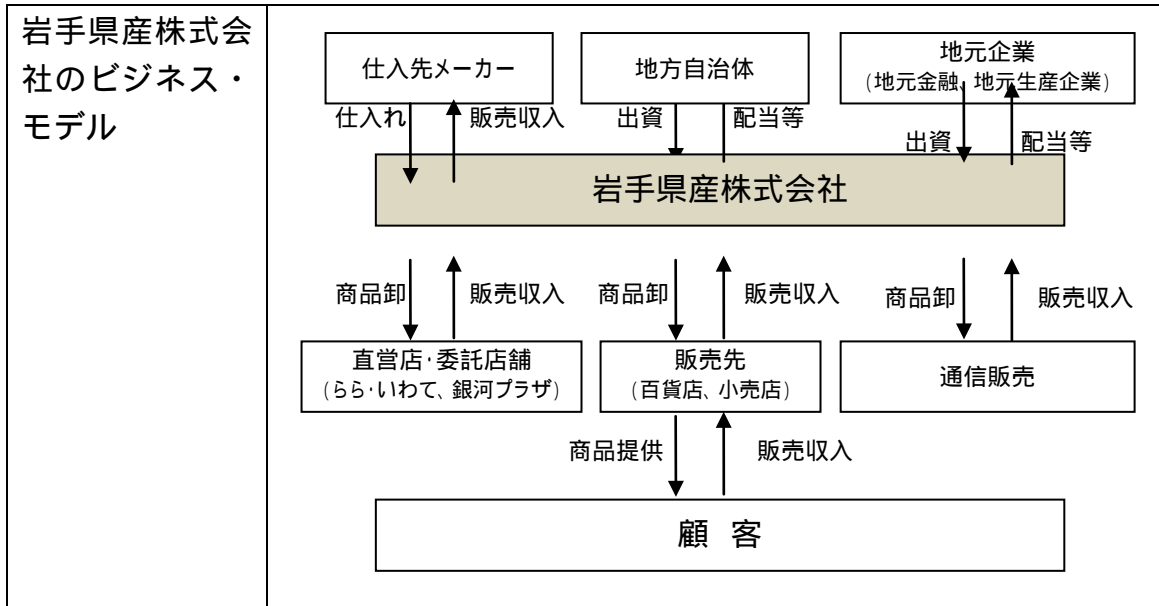


農業六次化政策と PPP



地方創生等の取組みにおいて、農林水産業の六次化は常に意識されるテーマとなっている。周知の通り、六次化とは一次産業の「1」×二次産業の「2」×三次産業の「3」は「6」を意味している。単に、生産から消費までが結び付くことではなく、一体として融合することを意味する。具体的な事例として、「岩手県産株式会社」がある。2014年12月で創業50周年を迎える歴史を重ねて来た六次体制と言える。全国に先駆けて設立された第三セクター型（株主総数128名。株主構成は、岩手県、市（6.2%）、町村（3.3%）、銀行・信用金庫（16.3%）、協同組合等（10.3%）、会社・個人（18.1%））の枠組みを持ち、岩手県唯一の産地問屋として位置している。岩手県内で生産される県産品の販路拡大を通して地域振興に大きな役割を果たしている。具体的な事業として、食品の全国各地への卸売、主要百貨店で開催する物産展、直営店による販売、カタログやオンラインショップによる通信販売などを多面的に運営展開している。主な取引先は仕入れ先約700社、主要販売先約600社に達している。日本各地の主要都市や海外における物産展を通じて、岩手の伝統と文化や県内の観光地も紹介している。類似の取り組みを持続的で地域単位の活性化や地方創生を具体化する発想のヒントとして、

地域の基準（生産基準・活動基準等）に合わせた取引ルールの形成を目指すこと、

生産者・商工業者・住民等を含めた地域の出資構造、株式化、利益配分ルールの明確化を図ること、
事業展開を常に住民等の交流の場として形成し地域と一体化を図ること、

生産・流通・販売に関わる者が相互の役割に相互参加する仕組みを形成し、相互理解の向上と持続性確保を図ること、

地域の文化を商品化すること、

地元住民向け商品・サービス開発へ特化すること、

宣伝、販売の統一ルール化に努力し、地域を訪れないと得られない価値の提供を実現すること、

地域住民の連続的参加のネットワーク形成を図ること、

地域金融機関等を活用したマッチング機能の充実を図ること、

商品やサービスのストーリー性を向上させること、等が挙げられる。