

「6次産業化とは」

私が6次産業化プランナーになって三年がたちます。これまでに数多くの事業計画の作成や商品化、販売促進をサポートしてきました。

6次化は1次、2次、3次の各産業を掛け合わせた造語。つまり農林漁業（1次）にとどまらず、加工（2次）、販売（3次）までを一貫して行う取り組みを指します。私は「畑や海や山で大切に育てたものを自分たちで加工・販売し、食卓に届けること」と伝えていきます。

ただ長年、加工や流通に取り組んできたプロの事業者と同じ土俵で戦っても、そう簡単に成功しないことはすぐに分かります。だからこそプランナーの役割の一つは、6次化に取り組む農林漁業者と食品関連企業、消費者の、懸け橋になることだと考えています。

私がサポートした事例を一つ紹介します。ブランド和牛・千屋牛を生産する牧場は、こだわりの飼料で育てた牛の肉を熟成加工し、自社販売したいと考えていました。そこで飲食店とのマッチングを

コーディネート。牧場は手塩にかけた牛肉の価値を伝えた上で納得のいく価格で販売でき、飲食店は通常の流通ルートより安く仕入れることができ、消費者は顔が見える千屋牛肉を手ごろな価格で楽しむことができるようになりました。

地酒やB級グルメが注目を集めるように、「食」というコンテンツは地域活性化につながる重要な要素の一つです。価値のあるものを掘り起こし、時には創造し、6次化を「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」のビジネスに導く。それがプランナーとしての私の目標です。