

南相馬市 6 次産業化・地産地消推進戦略

福島県 南相馬市

目次

第1章 戦略の概要	1
1 戦略策定の趣旨	1
2 戦略位置づけ	1
3 戦略の計画期間	1
第2章 南相馬市農林水産業の概況と6次産業化と地産地消を取り巻く情勢	2
1 南相馬市農林水産業の概況	2
2 南相馬市の6次産業化の現状	3
3 南相馬市の地産地消の現状	3
第3章 戦略の取組方針	4
1 戦略の基本的な考え方	4
2 戦略目標の設定	4
3 具体的な戦略	4
4 取組を加速させる事業	6
参考資料	7
1 6次産業化や地産地消の取組事例（実践者ヒアリング）	7
2 6次産業化や地産地消の取組事例（これからの人材発掘）	9
3 当市における6次産業化商品の紹介（福島県商品カタログより抜粋）	10
4 南相馬市の振興作物	10
5 市内直売所一覧（相馬地方直売所ガイドより）	11
6 国、県、市による6次産業化・地産地消の推進に向けた各種支援策	11
7 6次産業化・地産地消の推進に向けた取組	15
8 6次産業化・地産地消の実行に向けた取組（実行協議会）	16
9 南相馬市6次産業化・地産地消推進協議会員等名簿	17

第1章 戦略の概要

1 戦略策定の趣旨

平成27年度に策定した南相馬市農林水産業再興プラン（以下「再興プラン」という。）では、基本理念である「農林水産業の現場を元気にする」に基づき、「6次産業化型の農業」、「南相馬の地域ブランドを構築する農業」、「観光・交流型の農業」、「高品質・高付加価値化型の漁業」などの将来像を掲げ、南相馬市の地域資源を活用した6次産業化¹や地産地消²を推進することとしている。

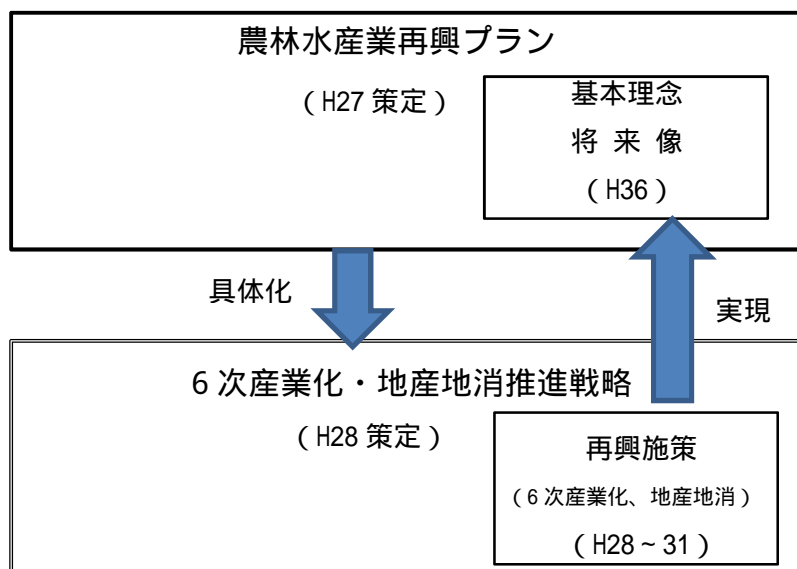
この南相馬市6次産業化・地産地消推進戦略（以下「戦略」という。）は、再興プランを受けて策定するものであり、人材の発掘や消費者ニーズを的確に捉えた商品開発、ブランド化、市内小売店等での農林水産物の販売の拡大等を図るための推進方策を示すものである。

2 戦略の位置づけ

本戦略は、再興プランの再興施策の方向のうち6次産業化及び地産地消に関する部分の個別計画として位置づけるものであり、今後の6次産業化や地産地消の取組の基本となるものである。

3 戦略の計画期間

戦略の計画期間は、再興プランの再興施策の実施期間と連動させて平成28年度から平成31年度までとする。



¹6次産業化：1次産業としての農林水産業と、2次産業としての製造業、3次産業としての小売業などの事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組。本戦略においては、農林漁業者と商工事業者が相互の強みを活かして、新商品・新サービスの開発や、需要開拓を行う「農商工連携」も含む。

²地産地消：地域の農林水産物の利用を促進することにより、地域の農林水産物の消費を拡大する取組。

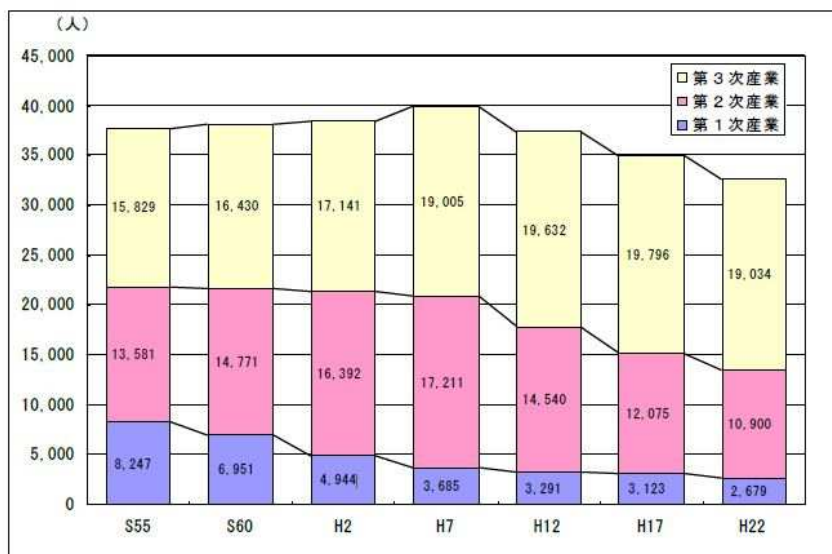
1 南相馬市農林水産業の概況

南相馬市は、福島県浜通りの北部に位置し、太平洋に面した海洋性気候であり、夏は比較的涼しく、冬は降雪が少ない穏やかな北関東型の気候である。

本市の産業構造としては、第3次産業を中心とし、第2次、第1次と続き、平成22年国勢調査では、第1次産業への就業人口は全体の8%(2,679人)である。(図1)また、市の総面積398.5km²のうち、山林が約5割(170km²)、田畑が約2割(96km²)を占めている。(図2)

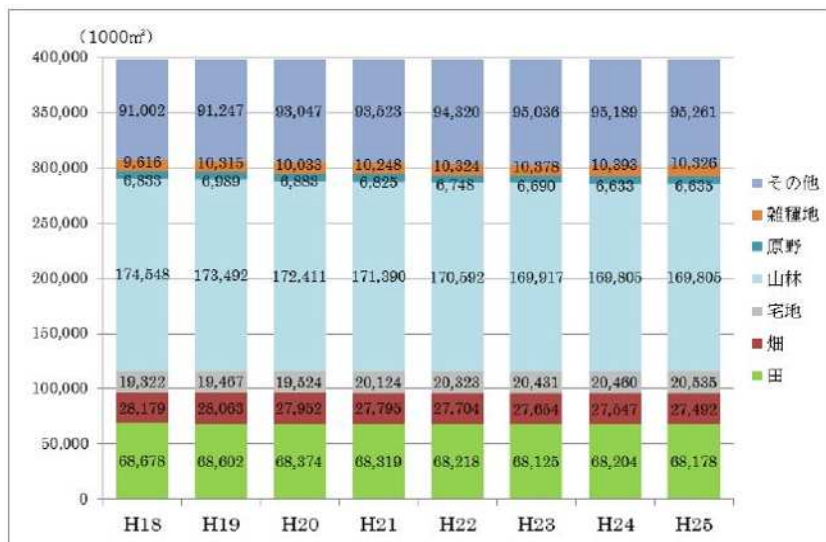
地域資源としては、トマト、ブロッコリー、梨などの農産物、ヒラメ、ホッキ貝、カレイなどの水産物、味噌、醤油といった加工品、相馬野馬追をはじめとする歴史的な文化財などが挙げられる。

図1 産業別就業人口の推移



出典：国勢調査

図2 年度別土地地目別の推移



出典：福島県市町村財政課「固定資産概要調査(土地)」
※池沼、牧場、鉱泉地を除く

2 南相馬市の6次産業化の現状

本市においては、東日本大震災前（H22）に39経営体が農産物の加工に取り組んでいたが、震災後（H27）には5経営体に減少しており、営農再開等の遅れなどから、取組が縮小している（表1）。

このような中、南相馬市復興大学で6次産業化への取組が行われ、「セデッテかしま」や道の駅「南相馬」等の直売施設において、地元で生産・加工されたおこわや漬物、うどん等が販売されている。さらに、市内の農業高校及び商業高校では、地元産の農産物を活用した商品開発が行われるなど、加工による農林水産物の高付加価値化に向けた取組への機運が高まっている。

表1 農業生産関連事業を行っている経営体の事業種類別経営体数

単位：経営体

調査年	農業生産関連事業を行っていない経営体数	農業生産関連事業を行っている実経営体数	事業種類別							
			農産物の加工	消費者に直接販売	貸農園・体験農園等	観光農園	農家民宿	農家レストラン	海外への輸出	その他
H22	2,579	507	39	480	6	1	7	1	1	7
H27	1,571	70	5	68	-	-	1	-	-	-

出典：農林業センサス

3 南相馬市の地産地消の現状

東日本大震災及び原発事故の影響により、本市の農林水産物については、野菜等の出荷・摂取制限を受け、放射性物質に対する不安から、消費者は福島県産品の購入を避ける傾向が強かった。

現在は、市内8カ所の直売所を中心に地元農産物や加工品が取り扱われ、地元産品に対する風評の払拭に向けて、消費者の不安軽減を図るため、市内イベントでの安全性のPR活動が実施されていることもあり、市内直売所では、売上高は震災前の約20%増加し、地元消費者等で賑わっている。（表2）

なお、学校給食では、放射性物質検査により、安全性が確認されたものであれば、産地に関わらず活用することとしている。

表2 市内直売所の軒数及び販売額の推移

年	軒数（軒）	販売額（千円）
H22	3	225,382
H27	5	382,278

福島県農産物流通課提供資料より

第3章 戦略の取組方針

1 戦略の基本的な考え方

本戦略では、南相馬市6次産業化・地産地消推進協議会を立ち上げ、地域ぐるみの取組を推進するための気運を醸成するとともに具体的な方向性を示すこととしている。

また、策定した戦略を踏まえ実施される民間事業者（農業者、加工業者、流通販売業者等）の商品開発や地元農林水産物の利用促進等を図る取組については、市復興アドバイザーや6次産業化プランナー等の専門的知識を有する者から重点的にアドバイスを受けることができるものとする。

2 戦略目標の設定

戦略における目標を以下のとおり設定する。

指標	現状（H27）	目標（H31）
商品開発に取り組む事業者数（件）	新たに10件増加	
地元農林水産物を原料とした加工品数（件）	新たに10件増加	
南相馬ブランド ³ の農林水産物または加工品数（件）	新たに5件増加	
農産物直売所数（軒）	8	10
（参考）6次産業化商品数（件）	10	14

6次産業化商品数は、南相馬市農林水産業再興プランにおける目標値（参考値）

3 具体的な戦略

人材の発掘

- ・再興プランや本戦略、各種支援策を若手農業者や女性農業者、認定農業者、農業法人等に周知するとともに、取組の意向を聞き取る。
- ・6次産業化の情報提供やブランド化、マーケティング研修、加工技術の習得や衛生面管理やラベル表示方法等の研修機会を創出する。

商品づくり・ブランド化の推進

- ・チャレンジ作物や産地交付金等の支援策を農業者へ周知し、市場性の高い農産物の生産を振興する。

³ 南相馬ブランドとは、本市農林水産業の再興に資するものであり、本地域の特色を活かして他地域と差別化を図れる生産物や加工品のこと。（南相馬市で生産されたもの（加工品の場合は、主たる原材料南相馬市産であり、その旨が表示されているもの） 名称が固有名詞であるもの、「南相馬」と明記されたもの、 市内外で一般的に販売又は認識されているものであること。）

- ・原材料の生産者である一次産業者と加工・販売を行う二次、三次産業者を結びつけることで、互いの強みを活かした新商品の開発を支援する。また、既存商品については、6次産業化プランナー等のアドバイスにより、食味やパッケージデザイン等の改善を図る。
- ・商品開発や販売活動の展開に当たっては、各事業ごとに、市場構造の把握とともに、目的（到達点）を設定し、誰に何をどのように売るのかを明確にする。
- ・商品（農林水産物や加工品）のブランド化とともにブランドの維持のため、現状の把握と課題の抽出を行い改善を図る。

人と物の地域ネットワーク化

- ・地元農林水産物の市内外への流通を拡大するため、一次産業者同士の横のつながりを深め、複数の農家等による共同の出荷や加工品の原材料の生産量の確保を図る。

地場産品の活用

- ・販路を求める農林水産業者と、地元農林水産物を求める加工業者や小売業者、飲食業者を結びつけ、農産物としての利用や加工品としての活用を図る。

販路の拡大と消費者との交流

- ・市内外での観光イベントと連携して、農産物や加工品の販売やPR活動を行い、生産者と消費者のお互いの顔が見える関係を構築する。
- ・地元流通も含め、独自販路を開拓したい農林水産業者に対し、ホームページ等での情報提供やバイヤーとの商談の機会を創出する。
- ・都市消費者との観光・交流を推進するため、農家民宿の開業や提供する食事メニューの開発等のサービス向上を図る。

農林水産業者へのサポート体制

- ・一次、二次、三次産業者による異業種交流や、地元農林水産物の流通に係る取組を推進するため、各事業者がつながれる環境を整備する。
- ・南相馬市6次産業化・地産地消実行協議会（以下「実行協議会」という。）により商品開発や地元農林水産物の利用促進等を図るため、市復興アドバイザーや6次産業化プランナー等の専門的知識を有する者からアドバイスを受けるサポート体制の整備を図る。

4 取組を加速させる事業

具体的な戦略の柱である6つの推進方策への取組を加速させ、戦略目標である商品開発や南相馬ブランドの構築等を実現させるため、以下の5つの項目の推進に努める。

新商品開発（試作品づくり）への支援

新商品開発のため実行協議会に相談し、情報共有しながらアドバイスを受けた事業者グループ（農業者のみを含む）に対し、試作品製作（原材料費含む。）にかかる経費の一部を補助する。

地元食材料理コンテストの実施

南相馬市を応援してくれる一流料理人を招聘し、地元食材を活用した料理コンテストを開催し、地産地消の推進と南相馬産食材の魅力を全国へPRする。

6次産業化商品コンテストの実施

既存商品の掘り起しや改良、新たに商品を開発する事業者の取り組みを促進するため、商品コンテストを開催し、商品の魅力や付加価値を高め、ブランド化を推進する。

交流自治体等と連携した商品づくり

南相馬市と交流のある市町村等と連携して、互いの地元食材等を活用した商品開発及び販売活動を行う。

販路開拓・拡大への支援

開発した商品の販路開拓や既存商品の販路拡大を図るため、実行協議会に相談し、情報共有しながらアドバイスを受けた事業者グループ（農業者のみを含む）に対し、首都圏等で開催されるバイヤーとの商談会等にかかる経費の一部を補助する。

参考資料

1 6次産業化や地産地消の取組事例（実践者ヒアリング）

ほっきめしおにぎり

佐藤高子

【取組に至った経緯】

最初は焼きおにぎりを作って小さな直売所へ卸していた。（馬場、太田、江井など）ホッキおにぎりは、子供の頃食べた昔の味を思い出し、作ってみようと始めたのがきっかけ。



【取組み際に生じた課題と対応方法】

手作業がおにぎりを握っていたが、需要に対する供給が間に合わず、握る機械を導入し、生産量を拡大させた。

【今後の目標】

ホッキおにぎりが売れているうちに新たな商品の開発をしたい。

例：ホッキごはん（パック）

お客様のニーズがある。

パッケージデザインの改良

手にとってもらえるパッケージに。

【地産地消の取組み】

米、海苔は地元南相馬市産

地元での原料調達に心掛けている。

まいたけおこわ

松月堂

【取組に至った経緯】

平成9年に地元の物を使った商品が作れないかと思い、まいたけと米を使ったまいたけおこわを開発。最初は鹿島区の直売所で販売していたが、現在は店頭とセデッテかしまで販売。



【取り組み際に生じた課題と対応方法】

パッケージデザインに「南相馬市鹿島区産」と表記して販売したところ、風評の影響で売上げが3割減。

パッケージへの表示をなくした。

今後の販路拡大を視野に入れ、首都圏等に向けたパッケージデザインの変更を考えていきたい。

市内流通だけでは販売量が限られてくる。

【地産地消の取組み】

まいたけは生産規模に合う生産者がいないため、県外産を使用。米は今年から地元南相馬市産に変更。

出来れば全て地元原料で製造したい。

【今後の目標】

市内の農産物（トマトなど）を利用したお菓子作りを計画。

ターゲットは高齢者（健康食品として）

2 6次産業化や地産地消の取組事例（これからの人材発掘）

（1）南相馬農業復興チャレンジ塾

平成27年度より、将来の南相馬農業を担う農業経営者の確保を図るため、「南相馬農業復興チャレンジ塾」を開催し、6次産業化や販売戦略、他地域の成功事例等を学んでいる。平成28年度からは、塾生が自ら目標や学習したい内容を話し合うグループワークを実施し、塾生たちが考案した生乳を使ったジェラートの試食やトマトを加工したトマトジュースの試験販売を開始した。



（2）相馬農業高校（農業クラブ）

南相馬市の災害協定都市である北海道名寄市や東京都杉並区でのイベントに参加し、自分たちで加工したジャムやトマトジュースなどの販売に取り組んでいる。



（3）小高商業高校

平成19年に開発され、今では地元の人気商品である「小高だいこんかりんとう」をはじめ、今年9月には地元産かぼちゃを使ったマドレーヌ風の「かぼちゃのあしあと」やスイートポテトのカボチャ版「リトルシンデレラ」を地元菓子店のアドバイスを受けながら商品化した。



3 当市における6次産業化商品の紹介（福島県新商品カタログより抜粋）

- (1) 油菜ちゃん P.12
- (2) ガーデンハックルベリーコンフィチュール P.22
- (3) 成すジャム P.22
- (4) 放牧豚の角煮 P.29
- (5) あん肝のみそ漬 P.38
- (6) 幸せの黄色いハート P.61
- (7) 天のつぶ（せんべい）P.74

詳細情報 URL：<http://www.6jika.com/catalog>

4 南相馬市の振興作物

(1) チャレンジ作物（南相馬市農林水産業再興プランで位置づけ）

タマネギ、ブロッコリー、ネギ、トマト、ミニトマト、きゅうり、ニラ、シュンギク、コマツナ、イチゴ、アスパラガス、コギク、カスミソウ

関連事業：チャレンジ作物支援事業補助金

農産物の産地化を図るため、対象作物の種苗費の一部を助成

(2) 産地交付金対象作物（水田フル活用ビジョンで位置づけ）

- ・ 稲、麦、大豆、なたね
- ・ 振興作物（野菜）
 - トマト、ブロッコリー、ネギ、ばれいしょ、タマネギ、さといも、かぼちゃ、ウド、だいこん
- ・ その他重点項目作物
 - 果樹類
 - 日本なし、もも、うめ、かき、くり、いちじく、キウイフルーツ、りんご
 - 野菜類
 - なす、キャベツ、はくさい、レタス、にんじん、コマツナ
 - ほうれんそう、いちご、アスパラガス、しゅんぎく、きゅうり

関連事業：産地交付金

水田における麦、大豆等の生産性向上等の取組、地域振興作物等の生産の取組に対し、交付金を交付。

5 市内直売所一覧（相馬地方直売所ガイドより）

NO.	直売所名
1	かしま観光物産館 四季彩
2	まちなかひろば
3	JA そうま農産物直売所 大地
4	道の駅 南相馬
5	JA そうま農産物直売所 旬のひろば
6	3年6組
7	セドッテかしま
8	いととんぼ

6 国、県、市による6次産業化・地産地消の推進に向けた各種支援策

（1）市単独事業

チャレンジ作物支援事業補助金

農産物の産地化を図るため、対象作物の種苗費の一部を助成。

- ・対象作物 キュウリ・トマトほか12品目
- ・補助率 種苗費の1/2
- ・対象者 農業者・農業法人・任意農業組織・JA

農業チャレンジマッチング事業

加工技術研修等の支援や6次産業化プランナー等の派遣。

セドッテかしま活用PR事業

交流人口の拡大、地域の活性化を図るため、地域の食や産品、伝統文化等の情報発信やPR活動を実施。

交流人口拡大支援事業

市外での交流イベントや災害時相互援助協定を締結した自治体との相互交流事業。

経営改善支援事業

専任相談員3名による農業経営改善などへの支援及び販路開拓への支援。

農家民宿支援事業

農家民宿の新規開業及び再開や事業継続の際に必要な経費、提供する商

品の開発経費を助成。

- ・事業内容 家屋改修、手数料（旅館業営業許可申請等）、商品開発
- ・補助率 1 / 2 または 2 / 3（事業内容によって異なる。）

田舎暮らし体験支援事業

農家民宿で提供する体験プログラム経費の一部を助成。

南相馬市産農林水産物 P R 事業

南相馬市産農産物の風評被害を払拭するための PR イベントの実施。

- ・イベント実施場所 市外：杉並区役所、J R 新宿駅
市内：スーパー 2 店舗
- ・主な農産物 米、トマト、キュウリ、梨

地域ブランド品開発・地域活性化推進事業

地域資源を活用して、他地域と差別化が図れる農林水産物や加工品を開発し、地域の活性化を推進する。（28 年度事業：地酒の開発、製造）

（2）国・県事業

6 次産業化ネットワーク活動交付金（国）

農林漁業者と地域の様々な事業者等が、ネットワークを形成する取組を支援するとともに、そのネットワークを活用した新商品開発や販路開拓の取組及びその取組に必要な機械又は施設の整備を支援する。

- ・事業内容 加工適性のある作物導入、新商品開発、販路開拓、加工施設の整備
- ・補助率 事業者タイプ ソフト支援 1 / 3 以内
（戦略に基づく取組は 1 / 2 以内）
ハード支援 3 / 10 以内 上限 1 億円
地域タイプ ソフト支援 1 / 2 以内
ハード支援 1 / 2 以内 上限 3 千万円
- ・対象者 農林漁業者、商工業者の組織する団体、民間事業者等

ふくしま地域産業 6 次化イノベーターバンク活用事業（県）

地域産業 6 次化に取り組む農林漁業者等が抱える課題等に対して助言、指導を行う専門家「ふくしま地域産業 6 次化イノベーター」を派遣する。

ふくしま地域産業 6 次化復興ファンド（県）

福島復興を牽引する将来性のある事業を応援する。

地域産業6次化復興支援事業（県）

農林漁業者等の6次化創業支援や新商品の開発・販売などの支援を行う。

- ・事業内容 技術習得や資格取得、新商品開発、販路開拓、機械・施設の整備等
- ・補助額 10万円以上200万円以内
100万以上300万円以内（機械・施設整備）
- ・補助率 補助対象経費の2/3
- ・対象者 農林漁業者、商工業者の組織する団体、民間事業者等

ふくしま産業応援ファンド事業（県）

地域資源を生かした新たな技術開発や事業可能調査、販路開拓等を行う中小企業者等に対して助成する。

ふくしま農商工連携ファンド事業（県）

農林漁業者と中小企業者等との連携体がそれぞれの強みを活かしながら新商品の開発や販路開拓等に取り組む事業に対して助成する。

県産品加工支援センター（県）

新たな県産品の開発等を技術的に支援する。

ふくしま6次化創業塾（県）

地域産業の6次化事業による創業を目指す意欲ある農林漁業者や中小企業者等を対象に実践的な研修を実施する。

ふくしま・地域産業6次化ネットワーク（県）

地域産業6次化に取り組もうとする人を応援する会員制の組織。相談対応、研修会、事業者交流会、試作品のブラッシュアップ、会員情報のデータベース化等を実施し、新たな商品づくりを支援する。

ふくしまおいしい大賞（県）

テストマーケティング、キャラバン「マルシェふくしま号」の県内各地の巡回と拠点店の活用により、6次化新商品等の普及・販売促進に加え県産食品の安全性の発信を行い、本県産品に対する風評の払拭を図る。

県産品振興施策（県）

ブランド認証、首都圏販路開拓等の支援を行う。

農林漁業成長産業化支援機構（A-FIVE）（国）

多様な地域資源の活用や新たな市場の開拓等に向けた事業者に対して出資を行う。

ふるさと名物応援事業補助金（国）

試作品開発、展示会出展等に係る費用の一部を補助する。

ふくしまふるさとメニュー応援事業（県）

ア 学校給食の食材購入費の補助

地域の特産物を活用したメニューや伝統料理等「食」と「地域」の結びつきを伝えることができる給食を提供するための食材購入費を補助する。

イ 学校が児童・生徒に対して行う食育活動費の補助

ふくしまふるさとメニューの提供に合わせて、学校が実施する食育活動費を補助する。

学校給食地産地消推進モデル事業（県）

学校給食における地産地消を推進するため、生産者自らが行う地域の生産・流通体制の整備や給食向け加工品（6次化商品）開発の取組を支援する。

7 6次産業化・地産地消の推進に向けた取組

6次産業化・地産地消の推進に向けた取組

Stage I : 仕組み作り

- 推進協議会を立ち上げ、地域ぐるみの取組を推進するための気運の醸成及び具体的な方向性を示す戦略の策定を行う。
- 戦略策定により、6次産業化ネットワーク活動交付金事業の補助率嵩上げや活用できるメニューの拡大を図る。



Stage II : 商品作り～販売

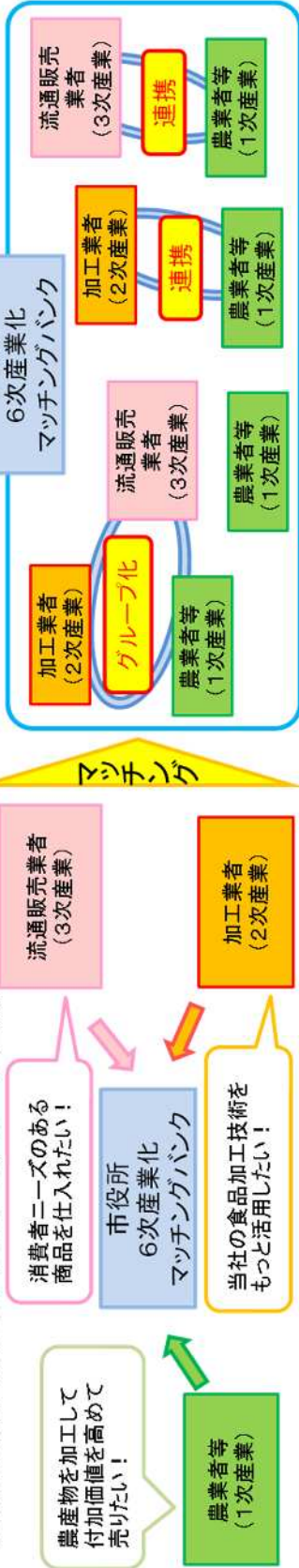
- 戦略を踏まえ、民間事業者(農業者、加工業者、流通販売業者等)が6次産業化や地産地消に向けた各種事業を展開。
- 事業実施にあたっては、市復興アドバイザーや6次産業化プランナー(推進協議会における外部講師)等から構成される南相馬市6次産業化・地産地消実行協議会(仮称)からのアドバイス等を受ける。
- 必要に応じて、6次産業化ネットワーク活動交付金事業を活用。



6次産業化・地産地消の実行に向けた取組(実行協議会)

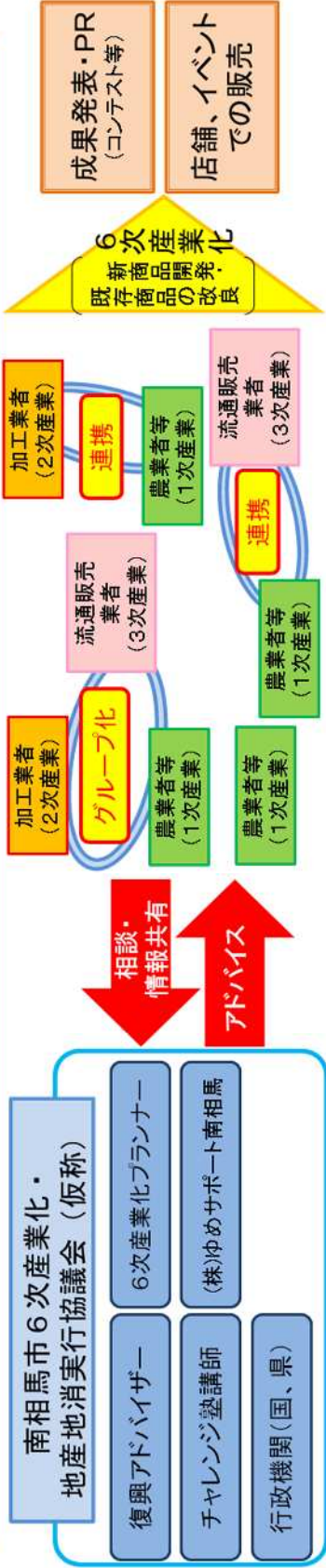
○6次産業化による新商品の開発及び既存商品の競争力強化を図るため、6次産業化マッチングシステムにより、市内一次産業者と市内外の二次、三次産業者との連携を促進する。

【6次産業化マッチングシステム(イメージ図)】



フォローアップ

○マッチングシステムによりマッチングが成立した事業者グループが成立した事業者グループは、商品開発等における課題の明確化及び解決並びにスケジュール管理のため、実行協議会へ取組の相談や情報共有を行い、協議会の各委員からアドバイザーを選出し、新商品の開発及び既存商品の競争力強化を図るため、主担当アドバイザーは継続的に随時アドバイザーを行う。



8 南相馬市6次産業化・地産地消推進協議会員等名簿

No.	区 分	所 属	役 職	氏 名
1	農林水産業者 (一次産業)	かやのきファーム	代表	只 野 孝 一
2		原町区認定農業者 (農業復興チャレンジ塾)	-	柚 原 友 加 津
3		農家民宿 塔前の家 (かあちゃん菓子工房)	代表	佐 藤 ひ ろ 子
4		小高区認定農業者 (農業復興チャレンジ塾)	-	泉 景 子
5		相馬双葉漁業協同組合女性部鹿島支部	部長	桑 折 澄 子
6	食 品 事 業 者 (二次産業)	松永牛乳(株)	代表取締役 役社長	井 上 禄 也
7		みそ漬処 香の蔵	店長	岩 井 哲 也
8		(株)ドリームゲート (農業復興チャレンジ塾)	専務 取締役	澤 田 竜 一
9		(有)福相食品工業	専務 取締役	末 永 義 人
10	商工業関係者 (三次産業)	(株)野馬追の里 (セデッテかしま)	店長	佐 藤 孝 征
11	ふくしま 未来農協	ふくしま未来農協そうま地区直販課	課長	米 津 友 市
12	金融機関	農林中央金庫福島支店農林水産環境事業班	総括主任	鈴 木 敬 二 郎
13	関係行政 機関の職員	相双農林事務所企画部地域農林企画課	主事	佐 藤 照 智
14		南相馬市役所経済部	部長	渡 邊 昌 徳

アドバイザー

No.	所 属	役 職	氏 名
1	ふくしま地域産業6次化サポートセンター	イノベーター	板 垣 義 昭

オブザーバー

No.	所 属	役 職	氏 名
1	東北農政局福島支局	総括農政業務 管理官	後 藤 聡

外部講師

No.	所 属	役 職	氏 名
1	(一社)ヤマトグループ総合研究所 (農林水産省 前食料産業局長)	イグゼクティブ アナリスト	櫻 庭 英 悦
2	大分ブランドクリエイト(株)	代表取締役 社長	但 野 智 尚

