

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ます。

① 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します。

② 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します。

③ 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、ブランド化を推進します。

④ 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います。

⑤ 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します。

南相馬市経済部農政課

〒975-8686 福島県南相馬市原町区本町二丁目27番地
電話 0244-24-5261

南相馬市6次産業化・地産地消推進戦略 【概要版】

第1章 戦略の概要

戦略策定の趣旨

この戦略は、南相馬市の地域資源を活用した6次産業化(1次、2次、3次産業が一体となり、新たな付加価値を生み出す取組)や地産地消(地域の農林水産物の消費を拡大させる取組)を推進し、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す。

戦略の位置づけ

本戦略は、南相馬市農林水産業再興プランのうち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す。

戦略の計画期間

平成28年度～平成31年度(4年間)

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

南相馬市農林水産業の概況

本市の第1次産業への就業人口は全体の8%(2,679人)であり、市の総面積398.5km²のうち、田畑が約2割(96km²)を占めています。

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などが挙げられます。

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経営体に減少しています。

南相馬農業復興チャレンジ塾や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気運が高まっています。

南相馬市の地産地消の現状

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、地元消費者等で賑わっています。また、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ます。

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にしています。

第3章 戦略の取組方針

戦略の基本的な考え方

本戦略では、地域ぐるみの取組を推進するための具体的な方向性を示しています。本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します。

戦略目標の設定

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）

具体的な戦略

① 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。

② 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。
- ◎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。

③ 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。

④ 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。

⑤ 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。

⑥ 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、各事業者が繋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。