

戦略策定の趣旨

本県の「復興・創生」を牽引する魅力あふれる地域産業6次化を目指すため、今までの成果・課題を踏まえ、これまでの内容を核にして、より取組内容を深めていく視点で戦略を策定し、実践者個人の取組を地域へ波及させ、6次化産業をより活性化させる。

《これまでの成果》

\*農林水産省・6次産業化総合調査  
H22(第1期)とH29(現在)の比較

しごとづくり：年間販売金額増加（328億円→465億円）  
ひとづくり：従事者数の増加（14,700人→15,600人）  
きずなづくり：地域で支える体制の構築（6次化ネットワーク）  
売れる商品づくり：「ふくしま満天堂」による商品の磨き上げ 等

本戦略の特徴

■ 現場からの出発 ■ 関連分野と手広く連携 ■ 新たな加入・交流・連携を重視  
■ 頑張る地域を応援 ■ 売れる商品(サービス)の加速化

本戦略の期間

令和2年度～令和6年度（5年間）

《本戦略における「地域産業6次化」の考え方》

本県の豊かな農林水産資源を基盤として、1次・2次・3次の各産業分野において、多様な主体が自らの強みを生かして他産業にも分野を拡大し、または相互に連携・融合しながら付加価値を向上・創造する取組。

農林水産物の加工や、観光との連携による新サービスの創出、海外販路開拓の取組など、農林水産資源に新しい付加価値を付ける取組を幅広く含む。

第2章 地域産業6次化をめぐる情勢

《社会情勢の変化》

◎ 農林水産業や「食」をめぐる情勢

- ・ 担い手の減少、農産物価格の低迷
- ・ 食の外部化
- ・ 安全・安心に対する意識の高まり
- ・ ネット販売等による流通構造の変化
- ・ 健康をキーワードとする食への関心の高まり
- ・ 食のグローバル化
- ・ 新食品表示制度への移行
- ・ 地域産業6次化をめぐる制度的環境
- ・ 国立大学法人福島大学食農学類の開設
- ・ 被災地における営農再開

◎ 商工・観光業をめぐる情勢

- ・ 厳しさを増す企業の経営環境
- ・ 産業分野におけるイノベーションの加速
- ・ 観光ニーズの多様化
- ・ インバウンド需要の増加

◎ 社会環境をめぐる情勢

- ・ 少子高齢化の進展
- ・ 人口の減少

《本県農林水産業・商工業の特徴》

◎ 特色ある地域資源、大消費地に隣接する地理的条件

- ・ 多彩な農林水産物
- ・ 特色ある観光資源
- ・ 大消費地に隣接する地理的条件

◎ 地域を支える食品産業と販路の広がり

- ・ 地域を支える食品産業
- ・ 地場産品の販売機会の拡大
- ・ 被災地を応援する動きの拡大

第3章 実践者等の意見交換から明らかになった課題

《人材の確保と加工技術の発展》

◎ 地域で活躍する人材の確保・育成

- ・ 実践者の高齢化、人手不足が進行
- ・ 収益を上げる仕組み作りなど、人材確保に向けた取り組みが必要
- ・ 加工から販売まで一元的に相談できるアドバイザーや窓口が必要

◎ 社会情勢の変遷に対応した加工技術の発展

- ・ HACCP認証取得や栄養成分表示の義務化により、安全管理の面で懸念がある
- ・ 伝統的な加工技術の継承とICT活用等の新技術導入の検討が必要

《地域資源を活用した産業の活性化と販路拡大》

◎ マーケットインの視点による商品づくりと販路拡大

- ・ 小売、流通業と連携し、マーケットインの視点による商品開発が必要
- ・ 商品を開発したとしても、PRが不十分で販路を拡大できていない

◎ 地域資源の有効活用と加工体制の整備

- ・ 県外への加工委託が多く、儲かる仕組みではない
- ・ 大手企業商品との差別化（素材の強み等）が必要

◎ 観光との連携

- ・ 周辺宿泊施設や観光施設等との更なる連携が必要

◎ 農福連携・関連分野との連携

- ・ 農福連携など多様な主体等との連携が必要

《地域のネットワーク力強化と地域づくり》

◎ 情報の共有化とマッチング機会の創出

- ・ 協力者を探すためのマッチングの機会が少ない
- ・ 生産者と小売、流通事業者をつなぐ調整役が必要

◎ 地域で支え合う絆づくりの推進

- ・ 地域内で経済を循環できる連携体制が必要
- ・ 消費者が愛着をもって商品を応援する機運が必要

◎ 地域の特色を活かした伝統食等の継承

- ・ 外食、中食の進展等により、伝統料理の伝承、昔の味の再現が求められている
- ・ 郷土愛を醸成するための、食育の推進が必要

## 第4章 推進のための戦略

《目指す方向》

# ふくしまの元気 (地域)

魅力あふれる地域産業6次化



《キャッチコピー》

ふくしまの元気を創る地域産業6次化戦略  
～本気・熱気・活気 ふくしまの元気!～



### 《基本コンセプト》

福島県の豊かな農林水産資源を基盤とし、様々な地域の力(人・技術、資源、伝統・文化)を活用して、担い手の本気、商品化の熱気、ネットワークの活気を生み出す取組を地域ぐるみで活性化することにより、元気あふれる「ふくしま(地域)」づくりを目指します。

## ～担い手の本気～

◎人材の確保と加工技術の発展

- ・地域のキーパーソンとして若い世代等の積極的な関与
- ・食品の安全管理に対する意識の醸成
- ・ICT活用等による生産性向上・高付加価値化による商品づくりの基盤強化等

施策

### 1. 多様な担い手の育成・確保

- (1) 担い手となる人材の育成
  - ◇6次化を担う実践者の養成
  - ◇地域の核となるキーパーソンの養成
- (2) 多様な担い手の定着促進
  - ◇多様な担い手が新たに起業する際の支援体制の構築
- (3) 農福連携の推進
  - ◇農福連携体制強化事業の推進
- (4) 6次産業化支援機関の機能強化
  - ◇生産から販売まで一元的に相談できるアドバイザー、窓口の充実

### 2. 信頼・効率化重視の加工技術の発展

- (1) 安心・安全な商品提供のための支援
  - ◇適正な食品表示の普及啓発
  - ◇衛生管理手法の導入促進
  - ◇研修等の充実
- (2) ICT活用など新技術導入への支援
  - ◇ICT、省力技術等による品質の安定化や規模拡大、伝統技能の継承を支援
- (3) 試験研究機関との連携強化
  - ◇農業総合センター・ハイテクプラザと連携した開発支援

## ～商品化の熱気～

◎地域産業の連携強化と販路拡大

- ・マーケットインの視点に基づく商品(サービス)開発、販路拡大、ブランド力強化
- ・地域内で生産・加工・販売まで取り組める連携体制の強化
- ・観光、福祉、教育等関連分野との連携による新需要発掘等

施策

### 3. 魅力あふれる商品(サービス)づくりの推進

- (1) マーケットインの視点による商品開発の推進
  - ◇マーケットリサーチへの支援
  - ◇売り先を見据えた売れる商品づくりの推進
  - ◇機能性表示食品制度を活用した商品開発の支援
- (2) 県内の生産体制強化
  - ◇地域の加工所等整備への支援
  - ◇空き店舗・廃校等の利活用
- (3) 販路拡大とブランド力強化
  - ◇展示会・商談会出展への支援
  - ◇共通ブランドによる販路拡大
  - ◇輸入規制解除に向けた取組強化・輸出サポート体制の充実
  - ◇多様な主体との連携による商品(サービス)の情報発信強化

### 4. 「農」と「食」の連携による新規需要の発掘

- (1) 交流拡大につながる商品開発の支援
  - ◇輸出も視野に入れた商品開発支援
- (2) 観光と連携した受入体制の整備
  - ◇旅館・飲食施設等での地元食材の活用促進及び情報発信強化
  - ◇農山漁村を活用したグリーン・ツーリズム等の展開
- (3) 福祉・教育分野との連携
  - ◇学校や施設における地域食材・6次化商品提供の促進

## ～ネットワークの活気～

◎「しごと」と「ひと」、「地域」を結びつけるプラットフォームの形成

- ・多様な世代・職種を交えた新たなマッチング機会の創出
- ・地域ぐるみでの郷土食・伝統食等の食材を活かした商品(サービス)開発等

施策

### 5. 地域全体で取り組む地域産業6次化

- (1) ネットワーク活性化の支援
  - ◇実践者単独の取組を地域ぐるみの取組へ広げる活動への支援
  - ◇異業種間連携に取り組む団体等への支援
  - ◇包括連携協定企業等との6次化商品に関する取組強化
- (2) 地域内外でのマッチング強化
  - ◇コーディネーターによるマッチング強化
  - ◇産学官民連携のネットワーク強化
  - ◇消費者・小売業者・地元料理人等を交えた交流の場の創出

### 6. 地域の食文化の継承や地産地消による6次化の推進

- (1) 伝統野菜・伝統料理の伝承をテーマとした商品開発支援
  - ◇本県ならではの食文化をベースとした商品開発支援
- (2) 地元消費者の機運醸成
  - ◇地元消費者へ商品開発背景等の効果的な情報発信
  - ◇伝統野菜・伝統料理を活用したレシピコンテスト

## 第5章 推進組織体制

- ◎ ふくしま地域産業6次化推進協議会 県内関係機関で組織する協議会を設置し、6次化の推進方策の検討等を行う
- ◎ 地域産業6次化戦略会議 推進協議会の実務者クラスを中心とし、6次化推進に向けた課題調整等を行う
- ◎ ふくしま地域産業6次化ネットワーク 県内6地方に6次化に取り組む実践者等による組織を設置し、異業種間交流の促進等を行う