

第1次

さがえ市6次産業化戦略

(令和3年度～令和7年度)



寒河江市イメージキャラクター
チェリン

令和3年2月

寒河江市

寒河江ブランド・魅力発信協議会

目次

【第1章】第1次さがえ市6次産業化戦略の策定にあたって————— 1

- 1 概要
 - ・ 6次産業化の定義と構想の趣旨
 - ・ 位置付け
 - ・ 期間
 - ・ 推進管理方法

【第2章】6次産業化をとりまく環境————— 2

- 1 6次産業化をとりまく環境
 - ・ 国内の情勢
 - ・ 山形県の情勢
 - ・ 寒河江市の概要
 - ・ 6次産業化についてのアンケート結果

【第3章】寒河江市における6次産業化の現状と課題—————13

- 1 推進体制
- 2 人材育成・マッチング
- 3 商品開発・販路拡大
- 4 「新しい生活様式」に対応した特産品販売システムの再構築

【第4章】6次産業化推進のための戦略と成果目標—————15

- 1 基本方針
- 2 6次産業化の定義
- 3 戦略の目標
- 4 重点項目
- 5 体系図
- 6 ポイント毎の施策と指標

【第5章】寒河江市が描く6次産業化における将来像—————19

- 1 6次産業化の推進で目指す社会

【第6章】国・県・市における6次産業化関連事業—————21

附 録

- ・ 寒河江市における6次産業化への取組
- ・ 寒河江ブランド・魅力発信協議会規則
- ・ 会員名簿

第1章

第1次さがえ市6次産業化戦略 の策定にあたって

1 概要

(1) 6次産業化の定義と構想の趣旨

農林水産業の6次産業化とは、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等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、農山漁村の豊かな地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組です。これにより農山漁村地域の所得の向上や雇用の確保を目指します。

本市は山形県のほぼ中央に位置し、出羽三山で有名な月山や朝日連峰、奥羽山脈など流麗な山々に囲まれた山形盆地の西方に位置しています。山形県の「母なる川最上川」と「清流寒河江川」が、市街地を包むように流れ、その肥沃な土壌と盆地性の気候により、米・野菜・果樹などあらゆる農林水産物の品質は、市内外から高い評価を受けています。

しかし、少子高齢化や人口減少が進展する中、社会的環境変化による消費者ニーズの変動への対応など、農林水産業に関連する方々の喫緊に求められる課題が多く存在しています。

このような課題解決に向け、寒河江市では「第1次さがえ市6次産業化戦略」（以下、戦略という）を策定し、地域の特性を活かして、各業種の連携を深める6次産業化の取組を支援し、それぞれの所得向上及び雇用促進を図るとともに、若者の定着につながる魅力的な産業を創りあげていく社会を創造していきます。

(2) 位置付け

本戦略は、「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」（平成22年法律第67号、以下「6次産業化・地産地消費」という。）第35条の規定に基づき策定するものであり、「第6次寒河江市振興計画」及び「さがえ未来創成戦略2020」に示されている6次産業化に関する分野の施策を具現化するものとして位置づけるものです。

(3) 期間

本戦略の計画期間は、令和3年度から令和7年度までの5か年とし、目標年度は令和7年度とします。また、最終年度には成果の検証を行うとともに、次期戦略の内容を検討します。

(4) 推進管理方法

本戦略に掲げる数値目標に関しては、「寒河江ブランド・魅力発信協議会」において毎年度達成状況をPDCAサイクルに従い把握・評価し、必要に応じて見直しを行うものとします。

第2章 6次産業化をとりまく環境

1 6次産業化をとりまく環境

(1) 国内の情勢

少子高齢化が進む中で、農業就業者数や農地面積が減少し続けるなど、農業現場は全国的に厳しい状況に直面しています。

今後、経営資源や農業技術が継承されない場合、生産基盤の脆弱化や中山間地域を中心とした農村人口減少による地域コミュニティ弱体化への懸念、FTA や TPP など国際流通の活発化による関税削減等の懸念が生じます。さらに、近年は頻発する自然災害や CSF（豚熱）等の家畜疾病の発生、新型コロナウイルス感染拡大や地球温暖化の進行等、環境面での問題も増加しています。

こうした中で、多様化する国内外の需要に対応しつつ、創意工夫により良質な農産物を安定的に供給するとともに、急速に進展するデジタル技術の食料・農業分野への応用、SDGs への関心の高まりを持続可能な生産・消費・投資の機会創出につなげるなど、国内外の社会・経済の変化に的確に対応することで、生産性の向上を図り、食料・農業・農村の未来を切り拓いていくことが求められます。

さらに、農村を維持し、次の世代に継承していくために、所得と就農機会の確保や、農村に住み続けるための条件整備、農村における新たな活力の創出といった視点から、幅広い関係者と連携した「地域政策の総合化」による施策を講じ、農村の持続性を高め、農業・農村の有する多面的機能を適切かつ十分に発揮していくことも必要となっています。

(出典：食料・農業・農村基本計画)

(2) 山形県の情勢

①国内の食料需要と食の外部化の進展

人口減少の進行による1人あたりの食料消費量の減少や本格的な人口減少社会の到来等から国内の食料需要は縮小傾向にある一方、女性の社会進出や単身世帯の増加などの生活スタイルの多様化等を背景に「食の外部化」が進んでいます。

②多様化する消費者ニーズ

食の志向の推移をみると、健康や経済性を重視する傾向が続いているほか、簡便化と手作りの割合もそれぞれ高まっており、複雑化・多様化している消費者ニーズの動きが見られます。

③小売業態の変化

飲食料品小売業の売上高は増加傾向にあり、スーパーマーケットの利用に加えて、コンビニエンスストアの利用割合も増加しています。また、インターネット通販などが充実し、消費者ニーズの多様化とともに小売業態も変化しています。

④海外需要の獲得

和食のユネスコ無形文化遺産への登録など、日本の食に対する国際的な注目が高まっており、「和食」をキーワードにした輸出や外国人観光客の誘客の拡大など、海外需要獲得への対応が一層求められています。

(出典：第2次やまがた6次産業化戦略推進ビジョン)

(3) 寒河江市の概要

①地勢、位置、人口

本市は、山形県のほぼ中央、村山盆地の西端に位置し、市域は、東は天童市・村山市・河北町に接し、西は大江町・西川町、北は出羽丘陵に連なる葉山を境にして大蔵村に接し、南は最上川により中山町に接しています。南北に 21.8 km、東西に 6.5 km のほぼ長方形を形どり、総面積は 139.03 ㎢となっています。

本市は昭和 29 年に 2 町 5 村が合併し、現在の寒河江市となりました。合併後、人口の都市流出により人口減少が続き、昭和 45 年にはマイナスのピークとなりました。その後は年々増加傾向にありましたが、近年は、再び減少状況にあります。

[人口、世帯数]

平成 31 年 3 月末現在

人 口 (人)			世 帯 数 (戸)	一世帯当たりの 人 口 (人)
総 数	男	女		
41,135	20,057	21,078	14,129	2.91

(市民生活課資料)

ア、気象

本市は、県のほぼ中心に位置する盆地であることから内陸型気候の特徴を示し、平成 30 年の平均気温は 12.3℃、最高気温が 37.2℃、最低気温が -11.7℃と年間の気温較差は大きいです。年間降水量は約 1,365 mm で、7～8 月と冬期間に多いです。積雪は、近年減少傾向にあり、市街地では 30cm 程度ですが、市北西部の中山間地域では 1 m を越える個所もあります。

イ、社会的条件

本市は、西村山地方の中核都市としての都市機能が集積されてきています。交通条件としては、県都山形市と日本海側の庄内地方を結ぶ国道 112 号が市内を貫通し、長井市と山形空港のある東根市を結ぶ国道 287 号が本市西部を走り、国道 112 号と交差しています。また、本県初の高速自動車道である東北横断自動車道酒田線が、一部高速道路に並行する一般国道の自動車専用道路として村田 JCT から酒田まで開通し、交通の要衝として高速交通時代に対応した農産物等の流通拠点となっています。

鉄道は J R 左沢線が山形市・大江町に連絡しており、近隣市町村への通勤・通学及び首都圏等と繋がる広域的な公共輸送機関として重要な役割を果たしています。県道は主要地方道 4 路線、一般県道 11 路線が市内の主要な集落を結び、産業及び日常生活の幹線道路として重要な役割を担っています。こうした立地条件により企業進出が進み、寒河江中央工業団地は約 175ha に及ぶ県内有数の工業団地を形成しています。

また、周囲を月山、葉山、蔵王など秀麗な山々に囲まれた風光明媚な地で、平成 26 年 10 月に国史跡指定となった西暦 746 年の開基と伝えられる名刹慈恩寺などの歴史文化遺産にも恵まれ、四季折々の観光資源を活用したイベント開催とともに、さくらんぼ狩りを始めとする年間を通じた農業体験を兼ねた観光客が増加し、都市との交流が拡大しています。このように、本市は山形県の産業・観光分野でも大きな役割を果たしており、県内陸部の中核都市となっています。

②農業の状況

本市の農業は、農家一戸当たりの経営耕地面積が 157.6a と小規模ですが、水稻と果樹の組み合わせを基本に、野菜・花き・畜産等を加えた複合経営が主体となっています。特に、米の生産調整を契機として、果樹・花き・野菜など収益性の高い園芸作物の導入とこれらの施設化が進むとともに、施設農業と観光を組み合わせた『寒河江型農業』も着実な展開を見せています。

しかし、農家総数の減少が続いており、特に販売農家の減少が著しくなっています。これは、10 歳代及び 20 歳代の農業就業人口の落ち込みが見られ、後継者や新規就農者が他産業と比べて少ないのが要因ですが、近年は他産業からの新規参入者や I ターン等の 30 歳代の就農者が増加傾向にあります。

また、60 歳以上の農業就業人口割合が 79.2%と増加しており、農家の高齢化が進んでいるといえます。耕地面積においては、田、畑及び樹園地の全てが減少し、耕地面積は若干減少しているものの、農家数が減少したことにより 1 経営体当たりの耕地面積は増加しています。

ア、総農家数（単位：戸）

	2005 年	2010 年	2015 年	増 減
総農家数	2,499	2,158	1,944	-214 (-9.9%)
販売農家	1,794	1,310	1,215	-95
自給農家	705	848	729	-119

注 1：総農家数は、2005 年 2010 年及び 2015 年の農林業センサス「総農家」の数値

注 2：農家とは、経営耕地面積 10 アール以上又は 10 アール未満であっても農業生産物の総販売金額 15 万円以上あった世帯

注 3：販売農家とは、経営耕地面積 30 アール以上又は農産物販売額 50 万円以上

注 4：自給農家とは、経営耕地面積 30 アール未満又は農産物販売額 50 万円未満

イ、年齢別農業就業人口（単位：人）

	2005 年	2010 年	2015 年	増減
農業就業人口	3,340	2,449	2,285	-164 (-6.7%)
15～19 歳	64	30	21	-9
20～24 歳	44	22	23	1
25～29 歳	29	30	24	-6
30～34 歳	32	39	43	4
35～39 歳	56	30	39	9
40～44 歳	65	50	36	-14
45～49 歳	111	61	58	-3
50～54 歳	208	108	89	-19
55～59 歳	266	218	142	-76
60～64 歳	399	284	320	36
65～69 歳	657	341	369	28
70～74 歳	657	463	369	-94
75 歳以上	752	773	752	-21

注 1：年齢別農業就業人口は、2005 年、2010 年及び 2015 年の農林業センサスの数値

注 2：就業者数は、販売農家で自営農業に主として従事した世帯員数

ウ、耕地面積（単位：a）

	2005年	2010年	2015年	増減
総耕地面積	233,385	225,541	208,820	-16,721 (-7.4%)
田	142,754	140,009	131,137	-8,872
畑	22,174	21,376	19,658	-1,718
樹園地	68,457	64,156	58,025	-6,131

注：経営耕地の状況は、2005年2010年及び2015年の農林業センサス「農業経営体（総数）」の数値

エ、平均耕地面積（単位：a）

項目	2005年	2010年	2015年	増減
総耕地面積	233,385	225,541	208,820	-16,721 (-7.4%)
総経営体	1,864	1,498	1,339	-159 (-10.6%)
平均耕地面積	125.2	150.6	155.9	5.3 (3.5%)

注：経営耕地の状況は、2005年2010年及び2015年の農林業センサス「農業経営体（総数）」

オ、販売目的で作付けした作物の割合

区分	作付実 経営体数	稲	麦 類	雑穀	いも 類	豆類	工芸農 作物	野菜類	花き類 ・花木	果樹	その他
経営体数	1,317	727	-	8	44	112	7	322	59	1191	15
面積(a)	180,644	101,583	-	371	144	11,307	324	7,819	2,315	56,054	727

注：経営耕地の状況は、2015年の農林業センサスの数値

カ、販売目的で栽培している果樹類

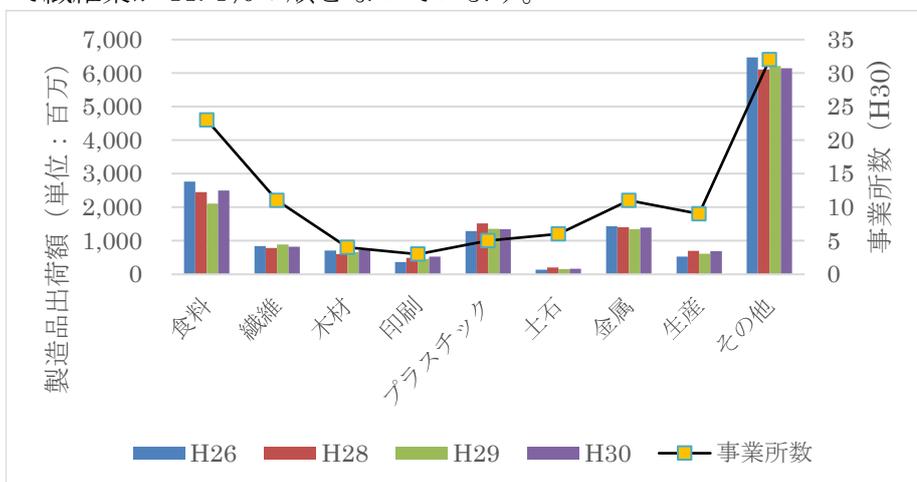
区分	さくらんぼ	りんご	ぶどう	西洋なし	もも
栽培経営体数	1,123	234	133	103	173
露地					
栽培経営体数	1,115	234	122	103	173
栽培面積	33,293	8,465	3,123	2,241	2,729
施設					
栽培経営体数	64	-	23	-	-
栽培面積	1,079	-	773	-	-

注：経営耕地の状況は、2015年の農林業センサスの数値

③工業の状況

本市の工業における平成 28 年の概況は、事業所数 196 件、製造品出荷額等が 132 億 6276 万円となっています。

産業別にみると、平成 30 年時点では食料品製造業が最も多く、全体の 22.8%を占めています。次いで繊維業が 11.4%の順となっています。

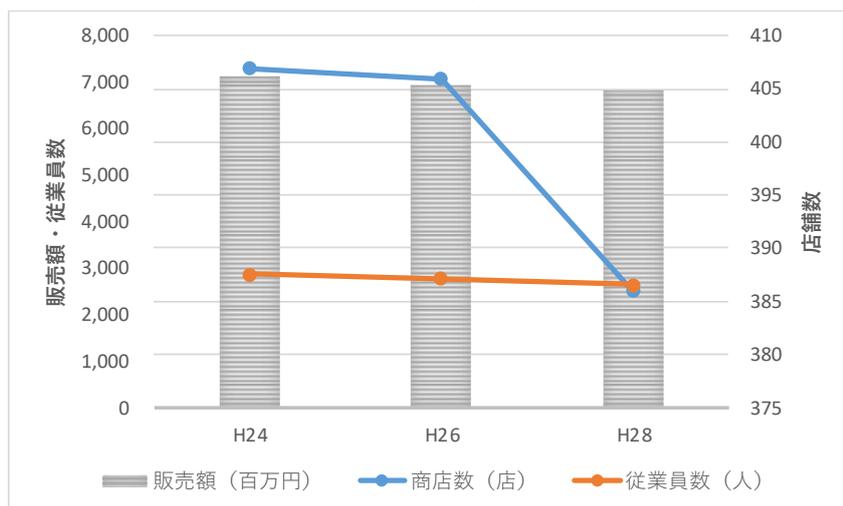


資料：工業統計調査より

④商業の状況

平成 28 年における本市の卸売・小売業の事業所総数は 386 件で、年間商品販売額は 68 億 3393 万円となっています。

産業別にみると、平成 30 年時点では食料品製造業が最も多く、全体の 22.8%を占めています。次いで繊維業が 11.4%の順となっています。

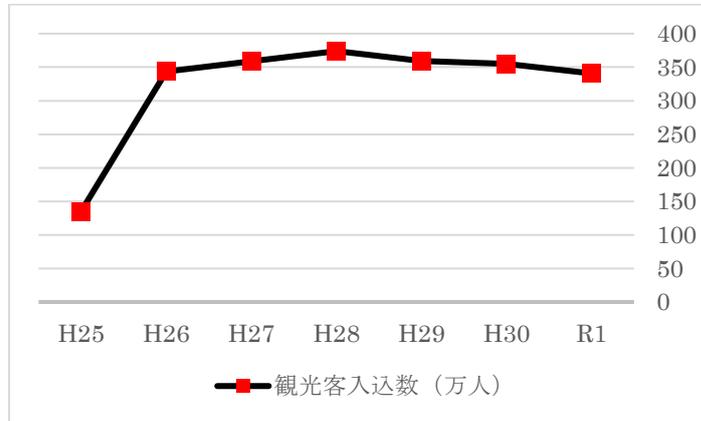


資料：商業統計調査より

⑤観光業の状況

本市の令和元年における観光入込数は約 340.5 万人でした。

本市では年間を通じて四季折々のイベント、体験農業を行うことができ、月別に見るとさくらんぼ狩りが体験できる 6 月と、寒河江まつりが開催される 9 月の入込数が多くなっています。



資料：山形県観光者数調査より

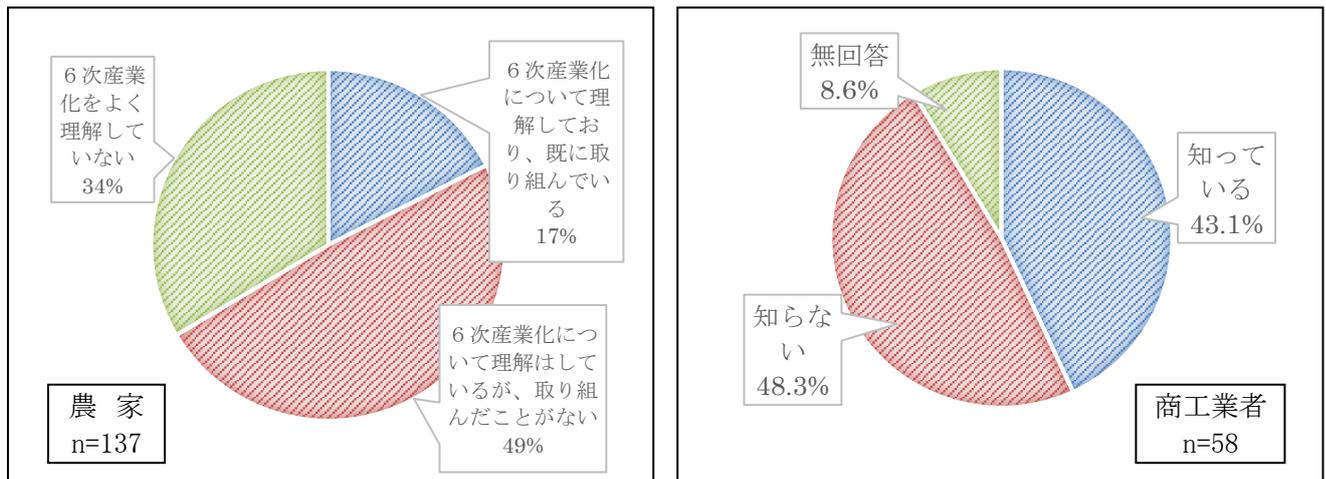
(4) 6次産業化についてのアンケート結果

寒河江市における6次産業に対する意識、取り組み状況等を把握するため、市内農家、商工会登録事業所に6次産業化に関するアンケートを実施しました。

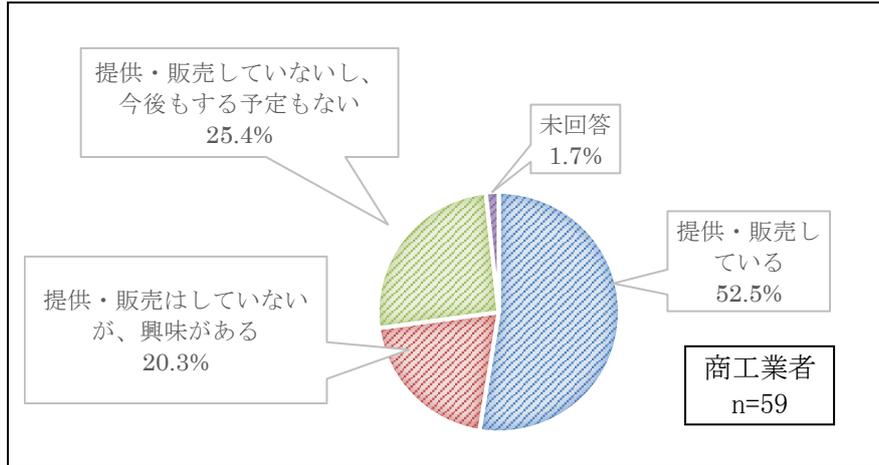
①6次産業化に関する認識

6次産業化については、全体で58%以上の事業者が知っていると回答しています。また、商工業者において、地元農産物を活用している業者は52.5%で、興味がある方を含めると約7割に上っています。6次産業の認知度は比較的高いといえます。ただ、農業者自ら取り組んでいる方は17%と、少数にとどまっています。

・設問 6次産業化の認識について



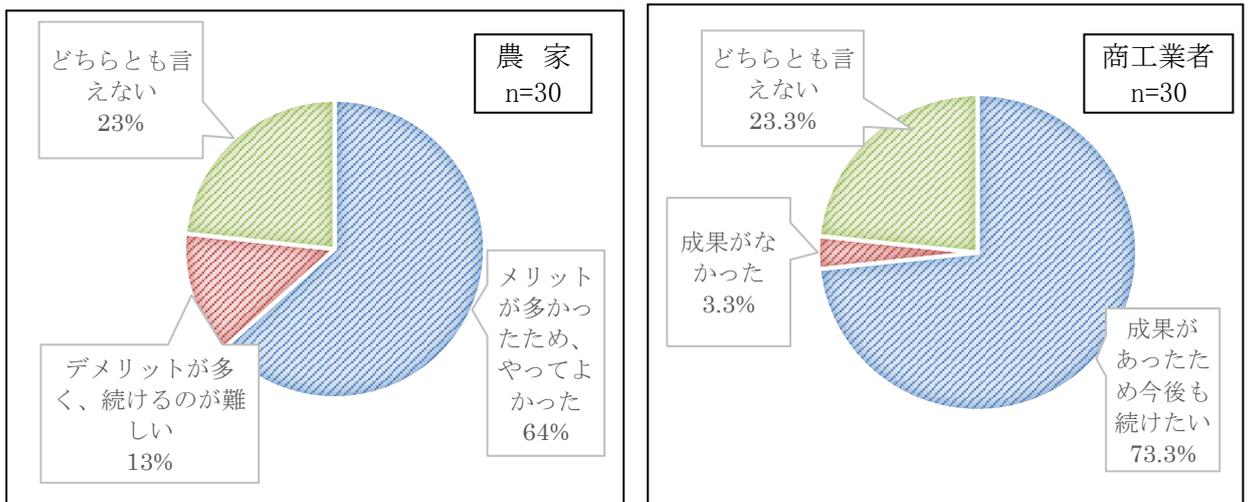
・設問 寒河江市産の農林水産物を利用した加工品や商品の提供、販売について



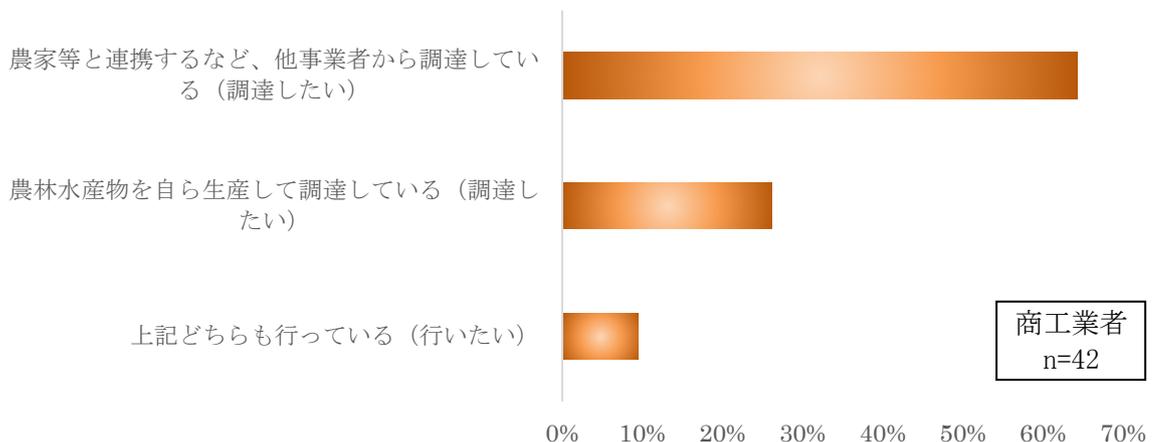
② 6次産業化に関する取組の現状

すでに6次産業に取り組んだことがある方は成果を実感している割合が高いです。そのメリットは販路確保が主流ですが、ブランド価値の向上による所得向上という回答も多くありました。ただ、人件費を中心とした経費や労力が必要で大変だったという声もあり、様々な課題が存在しています。

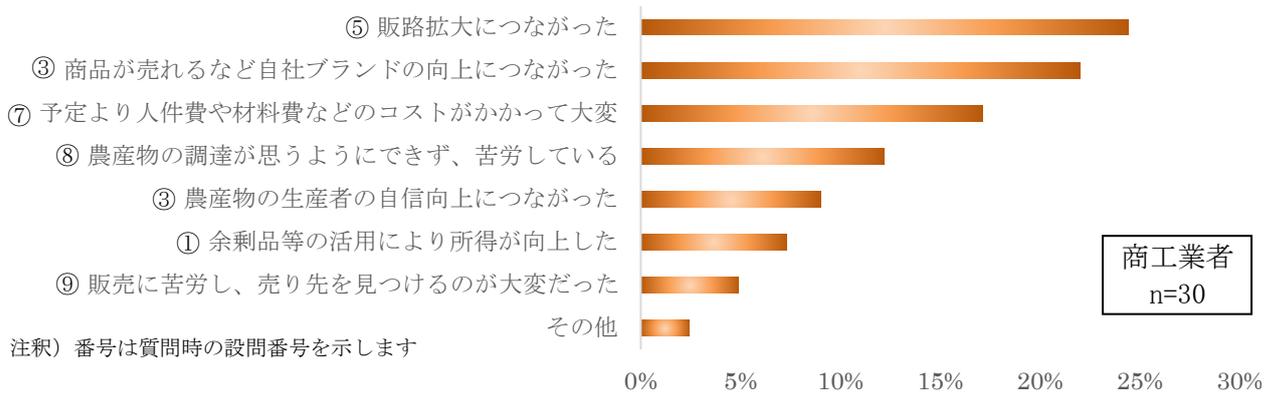
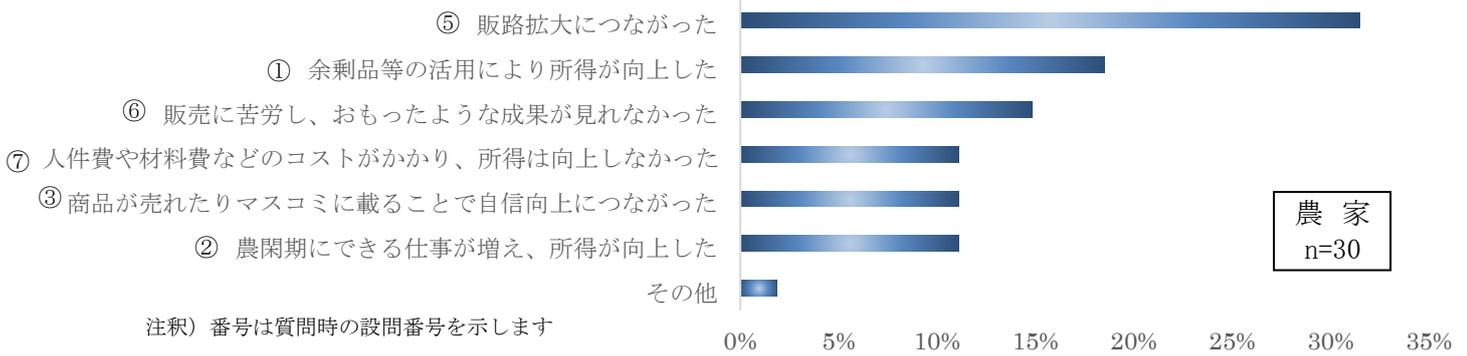
・設問 6次産業化の取組の効果について



・設問 農林水産物の調達方法について



・設問 実際に取り組んで実感したこと【最大3つまで】

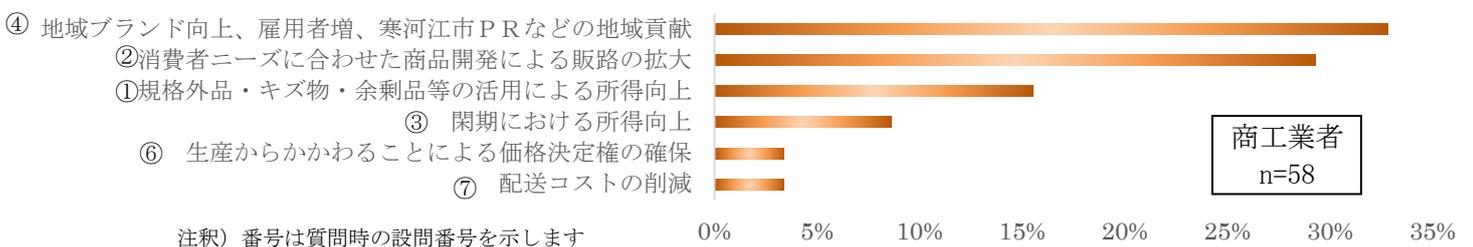
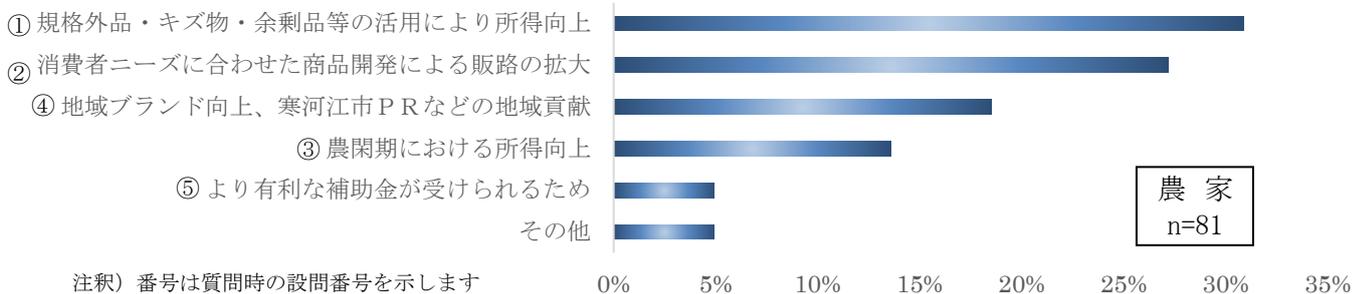


③ 6次産業化に関する取組の今後に期待すること

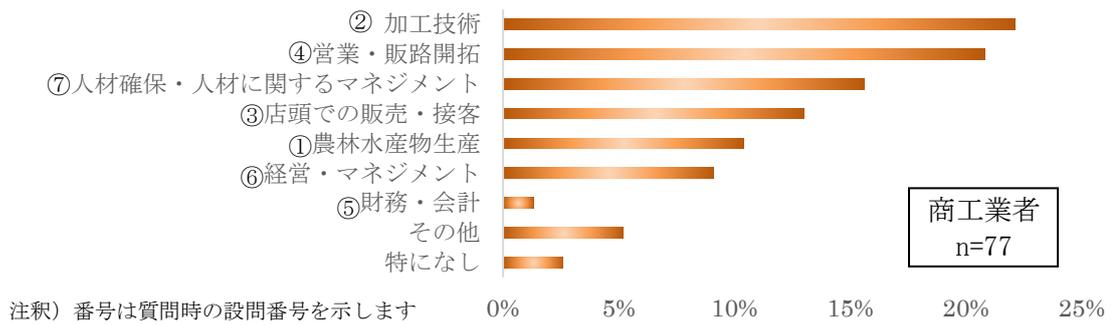
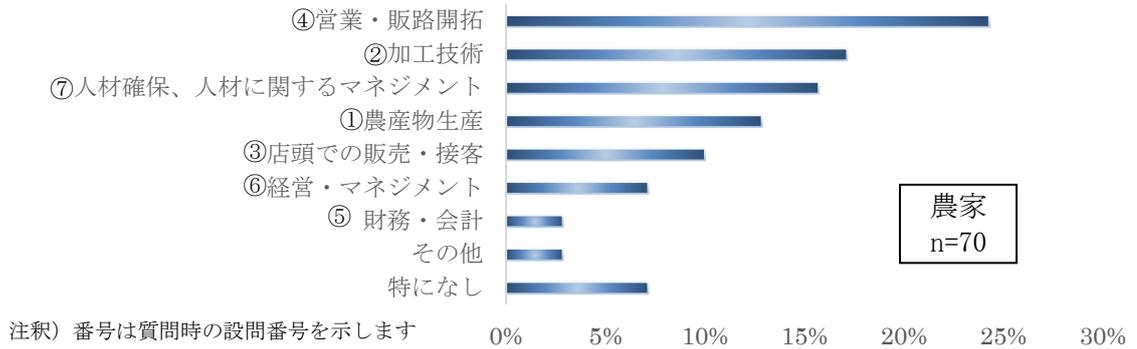
今後の取組について、意欲的な事業者が多く、余剰品を活用した新たな商品開発や、販路拡大の意向が高くなっています。

ただし、このような取組を行う際に人手・ノウハウ不足が懸念されるため、他業種との連携を推進するマッチング交流会の開催やスキル向上に向けた講習会の開催等の取組が今後必要と考えられます。

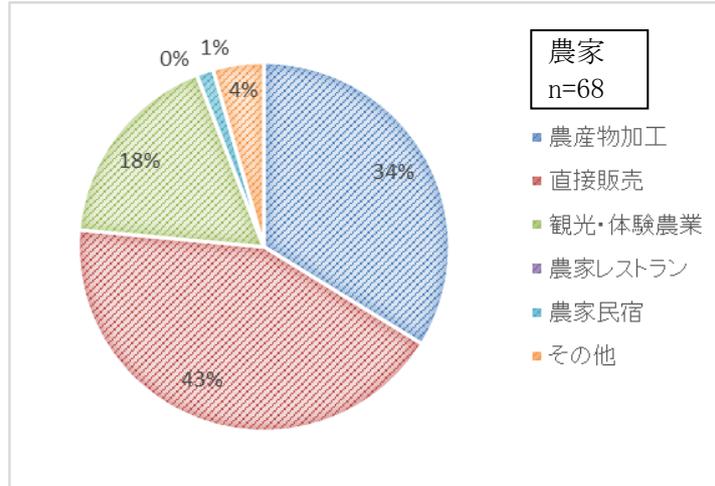
・設問 6次産業化に取り組んでみたい理由



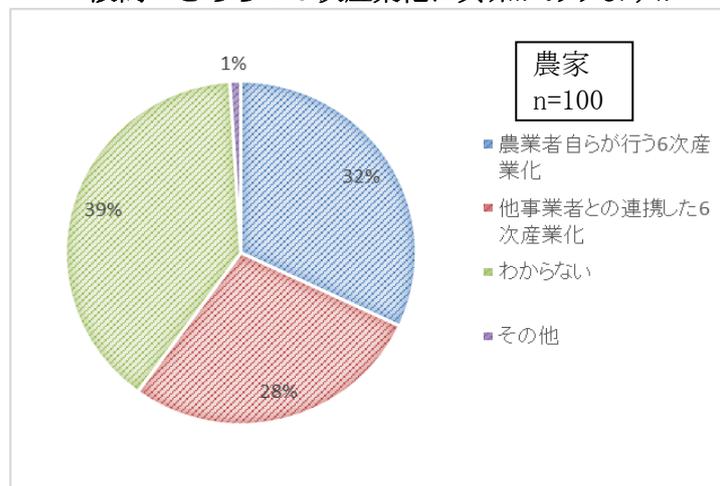
・設問 上記の取組を行う上で今後必要と感じるスキル・ノウハウについて【最大3つまで】



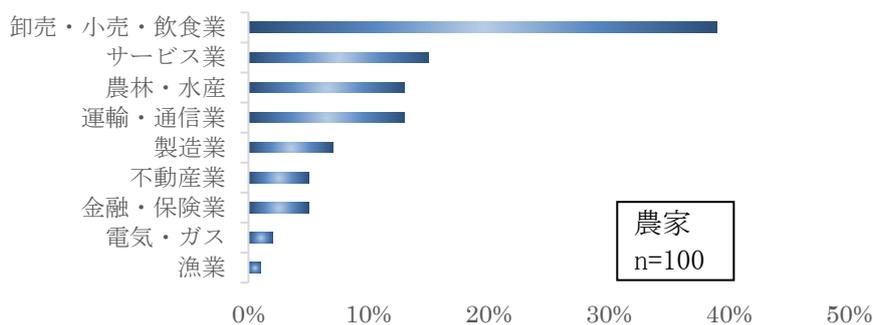
・設問 取り組んでみたい6次産業化の形態（複数回答可）



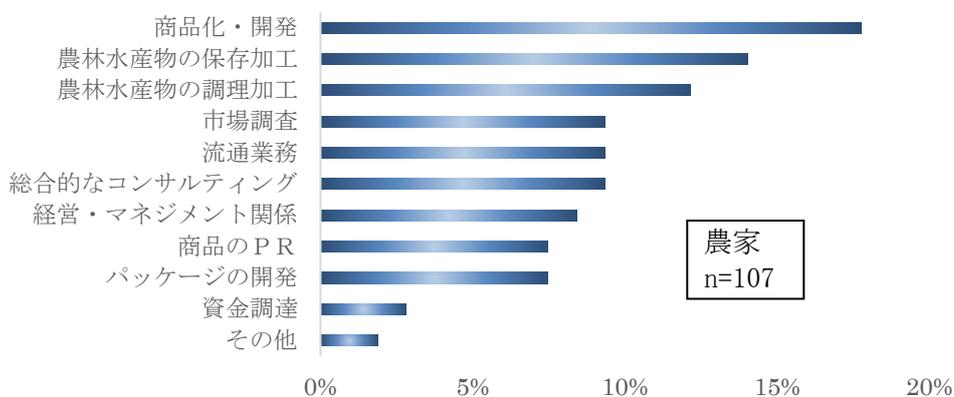
・設問 どちらの6次産業化に興味がありますか



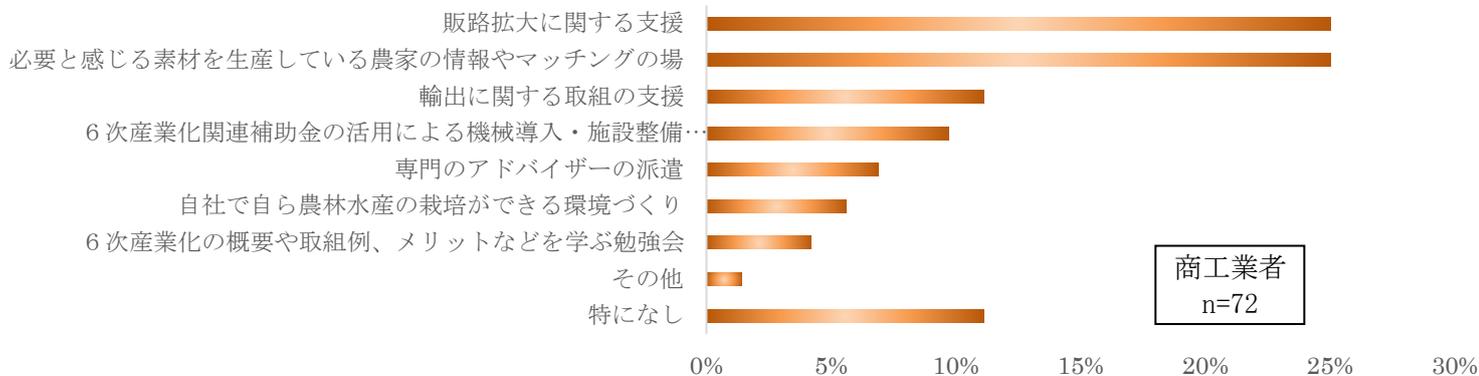
・設問 今後連携を望む業種（最大3つ）



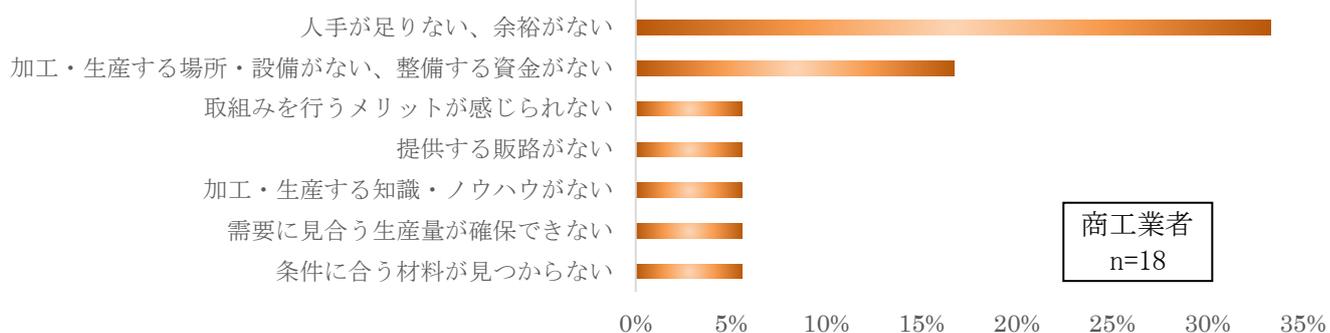
・設問 他事業者と連携したい目的（最大3つまで）



・設問 今後「6次産業化」を推進するにあたり、必要であると感じる取組



・設問 取組をためらう理由について



アンケート調査概要

【アンケートの実施期間】

- ・認定農業者…令和2年2月5日から2月28日
- ・寒河江市商工会登録者…令和2年2月13日から2月28日

【目的】

第1次さがえ市6次産業化戦略（仮称）を策定する際に寒河江市の6次産業化の現状について把握・分析を行うため、寒河江市内の農家や商工業者を対象にアンケートを行いました。

【アンケート対象者】

- ・寒河江市認定農業者 250名
- ・寒河江市商工会登録者（飲食店経営店舗等） 217名 計467名

【アンケート回収率】

合計198名から回答があり、回収率は42.3%

第3章 寒河江市における6次産業化の現状と課題

1 推進体制

本市の農林水産業においても、少子高齢化・人口減少が進み、農林水産業者の高齢化や担い手不足による就業者数や農地面積が減少し続けております。さらに近年は集中豪雨や長雨による日照不足が発生する一方、反対に日照りが続き降雨量が不足するなど気象の極端化による作物の生育不良が多発しています。その上、令和2年度は新型コロナウイルス感染症拡大に伴う飲食店営業自粛等の影響による消費量の減少等、従来の取組のみでは農林水産業所得を得ることが非常に厳しい状況に直面しています。

そこで、これからの農林水産業振興はこの「新しい生活様式」に対応しつつ、生産性の向上や労働力の確保、農地集積等による農作業の効率化の取組はもちろん、農林水産物自体のブランド力を高めるための6次産業化を促進することによる販路拡大や、これまで見出すことが出来なかった付加価値の創造による農林水産業所得の拡大を目指していく必要があります。これらが達成されることで農林水産業者自身が自信をもって農林水産業を行うことができ、寒河江市の農林水産業の魅力が向上することで新たな就農者の創出を目指すことができます。

このような未来を描くには、農林水産業者と、農林水産物を加工、調理する飲食店業者や商工業者とのマッチングを図り、対等な利益を得ながらそれぞれが持つ理想やノウハウを共有し、協働する体制を創造することが魅力ある6次産業化の取組を推進していくことにつながっていきます。

2 人材育成・マッチング

第2章1(4)のアンケート調査結果から、本市において6次産業化に関する取組を商工業者の半数以上が既に実施しており、未実施ながらも興味がある農林水産業者や事業者も多く存在することが読み取れます。しかしながら、現在行っている事業のほかに新たな取組を行う労力や、実行するためのノウハウや情報が不足しているため、実行へのためらいが生じています。

6次産業化の取組を実施するには、実施主体の活動の土台となる事業をしっかりと行った上で意欲と覚悟を持ち、収益計算や販路の確保等、ビジネスとして継続して取り組める人材を育成することが必要です。また、より効率的に6次産業化の取組を実施するため、他者と連携することによる労力の平準化を目指すマッチング交流会を実施するなど、農林漁業者や商工業者が6次産業化の取組を実施しやすい環境づくりが6次産業化の推進に繋がります。

3 商品開発・販路拡大

「2 人材育成・マッチング」の項目で述べたように、6次産業化の取組を行うことで「儲かる」ということが想像できないことには積極的に挑戦する意欲を持つまでには至りません。

実施主体が創造意欲を持ち、積極的な取組を推進するため、新たな商品の開発・販売への支援が有効となります。

人々の生活様式が目まぐるしく変化している近代社会において「売れる」商品を開発し、販売し続けることは非常に困難です。

取組を行う主体者の経営方針に見合った事業計画に基づき、消費者ニーズの把握やマーケティング等、様々な視点から商品開発や販路の確保を行い、開発を行った商品が満足度の高い状態で消費者の手元に届くことで人々の心の豊かさにつながり、消費者からの評価がさらに生産意欲を向上させるようなサイクルを形成する社会を目指した支援が今後必要となります。

4 「新しい生活様式」に対応した特産品の販売システムの再構築

近年、首都圏を中心とした県外に拠点を置く飲食店において、経営者やシェフ等のスタッフが農林水産物を購入する際、市場を介さず、全国各地の生産者との直接取引を求めるケースが見られます。

この状況は寒河江市の農林水産業者に対してもアプローチがあり、「地域で伝統的に種を引き継いで栽培」していることや、「出荷量は少なく、小規模ながらこだわりをもって農林水産物を栽培」している等、県外の方が使いたいと思うようなストーリーをもって栽培を行う農林水産業者が、飲食店の経営者やシェフ等から評価を受けています。

また、首都圏を中心とした県外の地域の飲食店においては、栽培にこだわり、良質である農林水産物のストーリーとともに農林水産業者の人となりを紹介するスタイルで食事を提供することが消費者から好評を得ているようです。

これは消費者が「安全・安心・美味しい」食品を求める姿勢が反映されたものであり、料理に使用された素材の生産者の顔が見える仕掛けや、生産地を紹介するような取組に対し、都市に居住する方が安全・安心を感じるとともに、心の中で「ふるさと」を想像し、深い興味をもつものであると推測されます。

本市においてもこのような農産物の販売に関する要望や問い合わせが増えていることを踏まえ、従来の市場出荷や店舗販売型だけでなく ICT を活用した販売促進等の取組を推進しながら、現代の都市消費者のニーズや「新しい生活様式」に対応した体制の構築を目指す必要があります。

第4章 6次産業化推進のための戦略と成果目標

1 基本方針

6次産業化の推進により、調理や加工を通じて寒河江市の農林水産物の魅力と農業所得の向上を図り、地域ぐるみで農林水産物のブランド化を目指し、観光産業と連携した地域経済の向上に寄与します。

あわせて、関係する産業において、UターンIターン等を含めた新規就農者数の増加につなげ、活力ある地域づくりに貢献します。

2 6次産業化の定義

第3章での考察のとおり、「6次産業化」という言葉で一般的にイメージされる「農林漁業者自らが生産だけでなく、製造・加工、流通・販売産業までの経営を多角化すること」に加え、「農林漁業者と他産業者が、お互いの強みを活かして連携し、新たな付加価値を創造する」取組みが農林漁業者や市内事業者等から必要とされます。

そこで、本戦略における「6次産業化」の取組とは、「農林漁業者が主体」及び「農林水産業者と他事業者が連携」し、農林水産物の付加価値創造に向けた取組と定義し推進します。

3 戦略の目標

本戦略による具体的な取組目標は次のとおりとします。

指 標	策定時 (令和2年度)	目標 (令和7年度)
6次産業化に取り組む事例 ※本戦略に基づき新規に取組を行った件数	0件	15件

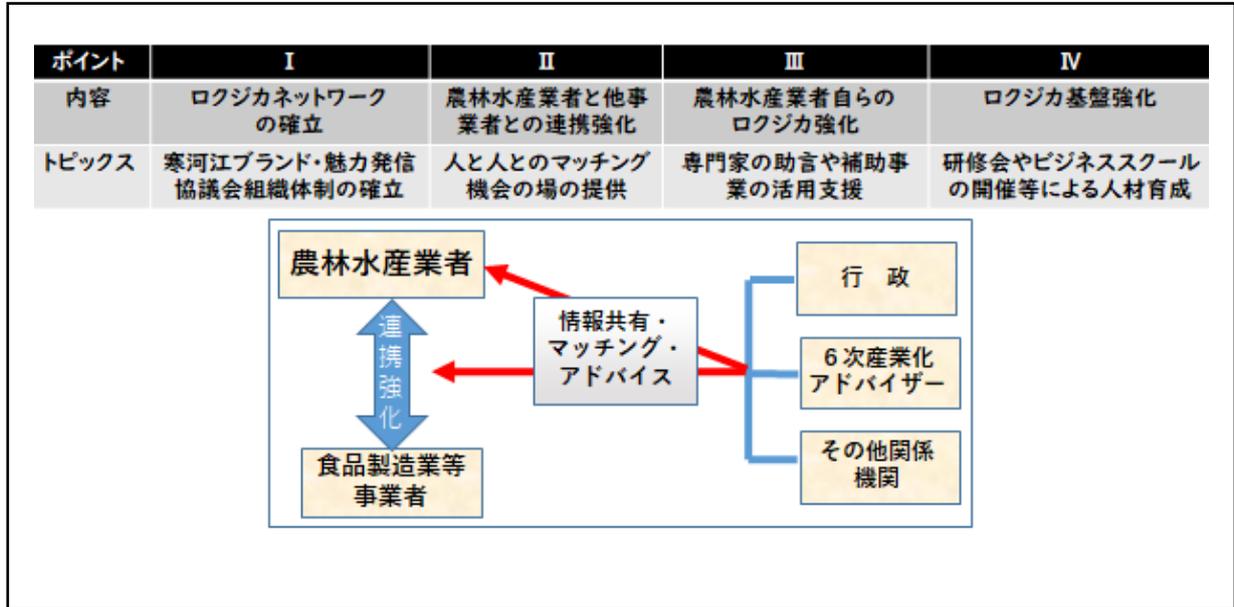
4 重点項目

戦略の目標を達成するため、以下の4つの取組を重点項目と定めます。

- I 6次産業化推進体制の構築
- II 地域企業等と連携した6次産業化
- III 農林水産業者自らの6次産業化
- IV 地域の6次産業化

5 体系図

目標達成を円滑に行うため、次のような体制で取組を進めます。



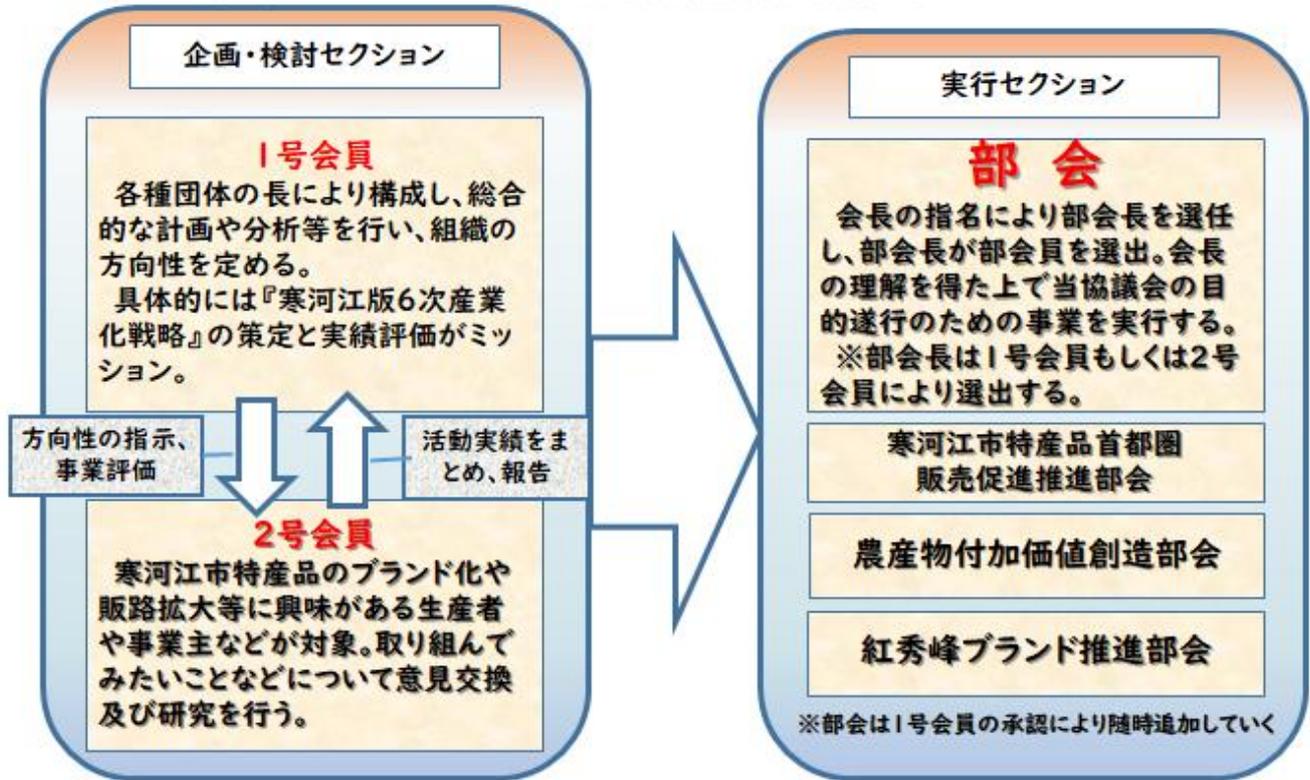
6 ポイント毎の施策と指標

I 6次産業化推進体制の構築

本戦略を実行するにあたり、各施策の方針を決定し、6次産業化の取組を推進するため、行政機関や商工会、各産業の関係組織、金融機関等と連携した組織「寒河江ブランド・魅力発信協議会」を令和元年10月に設立しました。

今後、本戦略に基づき本市農産物を活用した6次産業化に関する取組の支援を行い、毎年度、実施事業の取組内容や施策の進捗状況を点検・評価をすることで以降の事業内容に反映していきます。

寒河江ブランド・魅力発信協議会構成イメージ



事例紹介① 新商品開発支援（冷凍フルーツ商品化の取組）

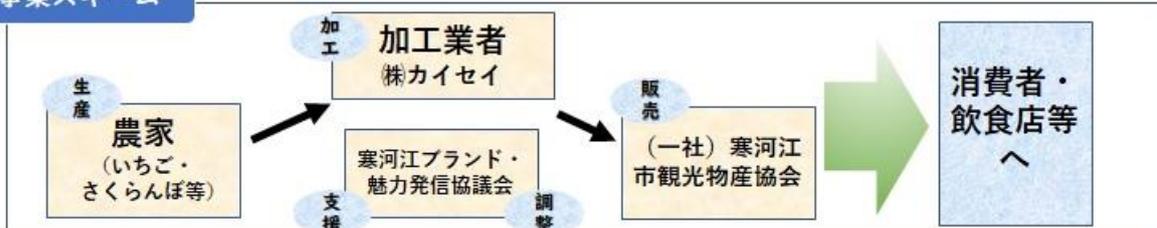
新型コロナウイルス感染症の影響により、市場単価の減少や、出荷ができないと見込まれる寒河江市の農産物を冷凍加工した商品の販売について、実証実験を令和2年度に行った。

市内障がい者就労支援施設の株式会社カイセイにてさくらんぼやいちご、ぶどう等の瞬間冷凍加工を行い、一般社団法人寒河江市観光物産協会のインターネットショップ等にてモニター販売を実施。

農福連携を図りながら6次産業化を推進事例として、令和3年度以降の本格的な販売を目指す。



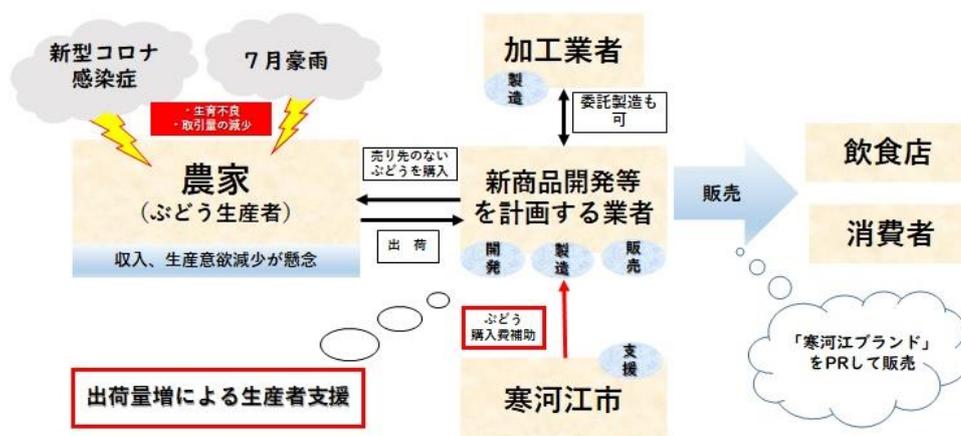
事業スキーム



事例紹介② 加工用ぶどう支援事業

寒河江市はぶどうの生育期である夏場に降水量が少なく日照量が多いことや、最低気温が低いことなど、ぶどうの栽培に恵まれた土地を活かし、良質なぶどうが栽培されているが、令和2年度は7月下旬の豪雨災害の影響でぶどうにキズや亀裂が入り、加工用として出荷するか、廃棄せざるを得ない事態に。さらにコロナ禍で飲食店が営業自粛した影響でワイン需要が減少し、加工用のぶどうの中に行き先を失ってしまったものが出てきたため、行き場を失ったぶどうをワイン加工用に購入する際の購入費支援を寒河江市にて実施。

今後はこの取組で生産された寒河江産ぶどうを活用したワインのブランド化を当協議会にて支援していく。



II 地域企業等と連携した6次産業化

農林水産物の付加価値向上を目指すには、農林水産業者と食品製造業者等との連携を強化し、お互いのノウハウや把握するニーズを捉えた商品開発や全国への販路開拓が重要となります。

そのため、両者間のマッチングの支援を重点化し、農林水産物の付加価値創造を目指し、地域経済の向上に寄与します。

【指標・目標】

指標	策定時 (令和2年度)	目標 (令和7年度)
協議会にて開催するマッチング講習会の開催	0件	6件
協議会を通じて県外で取扱を開始した農林水産物の件数	7件	20件

Ⅲ 農林水産業者自らの6次産業化

農林水産業者自らが6次産業化に取り組むには、加工作業はもちろんのこと、販路確保や消費者ニーズの把握、分析等、農林水産物の栽培の他に時間や労力が必要となるため意欲と覚悟を持って取り組む必要があります。

そうした挑戦を後押しするため、商品・販売力の向上、規模や対象に応じた6次産業化施設の導入まで、国・県等の補助金も活用し、ソフト・ハード両面から総合的に支援します。

【指標・目標】

指標	策定時 (令和2年度)	目標 (令和7年度)
協議会を通じて新たに農林水産業者自らが6次産業化に取り組んだ件数	0件	5件

Ⅳ 地域の6次産業化

6次産業化の個々の取組をつなぎ、地域全体で価値を創出し、増幅させ、循環を図るためには、地域内において多様な主体が連携・協同する体制づくりが必要です。

そのため、多様な主体が交流する機会を創出・推進し、地域内で交流・販売ができる6次産業化拠点施設づくりを支援します。

【指標・目標】

指標	策定時 (令和2年度)	目標 (令和7年度)
地域の6次産業化を推進するための拠点施設整備や機械導入等に関する支援数	0件	5件
市内農林水産物のGI取得等のブランドに向けた研修会開催回数	0件	5件

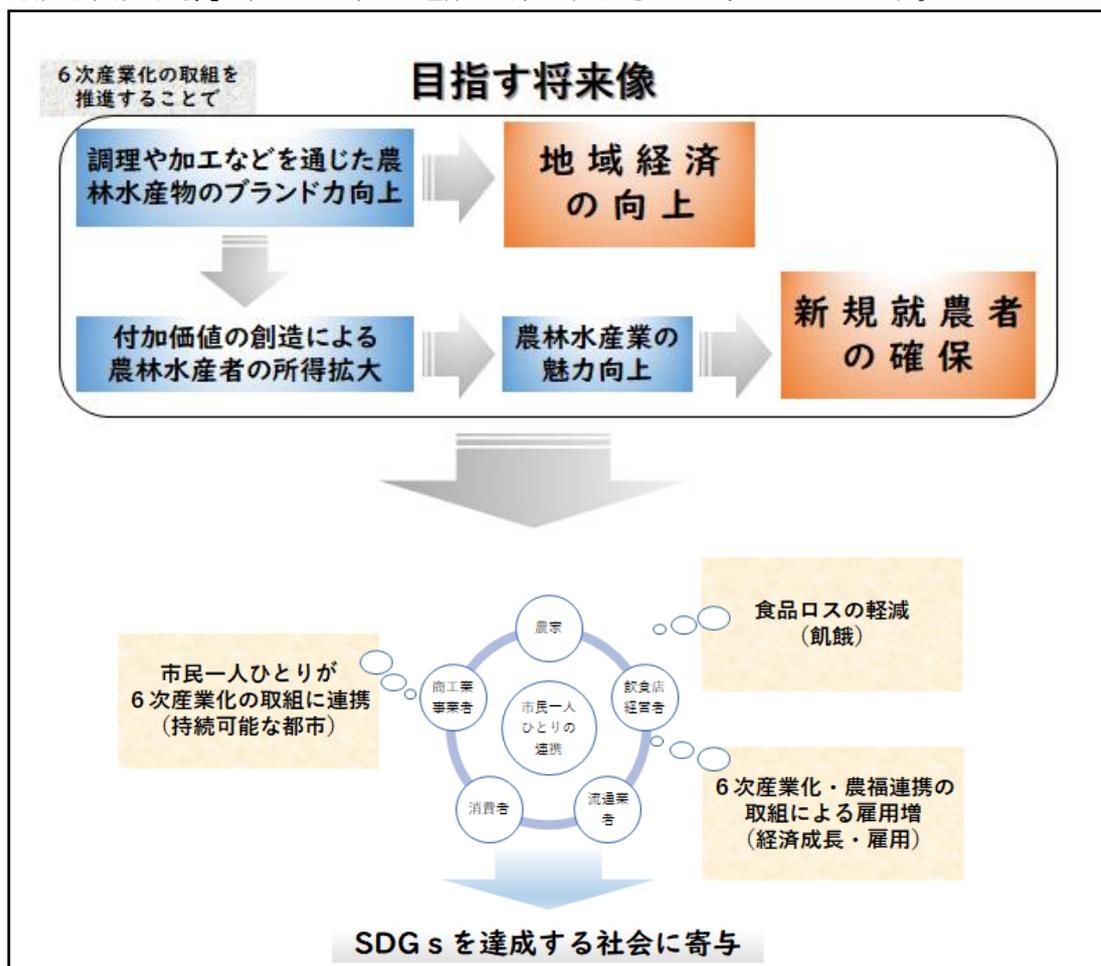
第5章 寒河江市が描く6次産業化における将来像

1 6次産業化の推進で目指す社会

第4章で述べた重点項目の目標を達成するため、寒河江ブランド・魅力発信協議会の事業として毎年度、具体的な取組を検討していきます。

6次産業化の推進を行うことで調理や加工などを通じた農林水産物自体のブランド力を高め、地域経済の向上に寄与します。あわせて付加価値の創造による農林水産業者の所得を拡大し、本市の農林水産業の魅力を向上することによる農林水産業者の確保を目指します。

加えて、新型コロナウイルス感染症拡大防止に向けた「新しい生活様式」への対応や、市民一人ひとりがそれぞれの立場で6次産業化の取組に連携し、食品ロスの軽減や6次産業化・農福連携の取組による雇用増を目指すことで、世界的に取り組まれている「持続可能な開発目標」(SDGs※)の達成に寄与するものと考えております。



※SDGsとは（総務省 HP より）

持続可能な開発目標 (SDGs) とは、2001 年に策定された「ミレニアム開発目標 (MDGs)」の後継として、2015 年 9 月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」にて記載された 2016 年から 2030 年までの国際目標です。持続可能な世界を実現するための 17 のゴール・169 のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さない (leave no one behind) ことを誓っています。SDGs は発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル (普遍的) なものであり、日本としても積極的に取り組んでいます。

(図) 持続可能な世界を実施するための 17 のゴール

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



第6章 国・県・市における6次産業化関連事業

農水産業者の事業内容に合わせ、山形県等と連携しながら、以下の施策の実施や活用により、6次産業化に取り組む農林水産業者を支援します。

【令和2年度実施事業（実施予定・中止事業等含む）】

No	名称	実施主体
6次産業化に関連する農業支援に関する補助事業（ハード事業支援）		
1	食料産業・6次産業化交付金（加工・直売施設整備事業）	国
2	強い農業・担い手づくり総合支援交付金（融資主体型）	国
3	産地パワーアップ事業費補助金	国
4	園芸大国やまがた産地育成支援事業費補助金	県
5	元気な農業経営による所得1.3倍プロジェクト事業費補助金 （トップランナー育成支援事業）	県
6	山形のうまいもの創造支援事業費補助金	県
6次産業化に関連する農業支援に関する補助事業（ソフト事業支援）		
7	食料産業・6次産業化交付金（加工・直売施設整備事業）	国
8	山形のうまいもの創造支援事業費補助金	国
9	デザインを活用した農林水産業魅力アップ支援事業	県
10	販路拡大支援事業補助金	市
11	事業承継補助金	市
6次産業化に関連するイベント		
12	寒河江市マッチング交流会	寒河江ブランド・魅力発信協議会
13	寒河江市伝統野菜料理コンテスト	寒河江ブランド・魅力発信協議会
14	さがえ秋のうまいもの市	うまいもの市実行委員会
15	さくらんぼマラソン大会	さくらんぼマラソン大会実行委員会
16	トライアスロンフェスティバル	トライアスロンフェスティバル実行委員会
17	ストライダーエンジョイカップ	市スポーツツーリズム推進協議会
18	スポーツフェスティバル	教育委員会

寒河江市計画における 6 次産業化への取組

【第 6 次寒河江市振興計画(抜粋)】

魅力と希望のある農業振興

■現状と課題

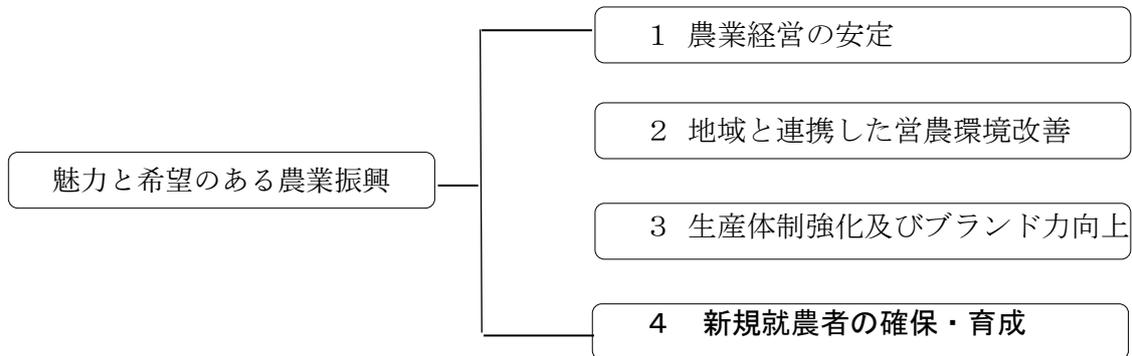
農業従事者の高齢化や減少に伴い、中山間地域を中心に生産性の低下や耕作放棄地の増加が進み、これに加え、近年毎年のように発生する大雨などの自然災害、イノシシなどによる鳥獣被害の影響など、農業を取り巻く環境はこれまでに増して厳しい状況です。農業生産の維持や所得の向上による農業経営の安定化を図るため、担い手への農地の集積などを進めるとともに、基盤整備などにより農業環境を整え、農業経営の法人化や新規就農者の確保・育成を進めることが必要です。

本市の主力農作物であるさくらんぼについても、農業従事者の高齢化や収穫時期の短期的な労働力不足により栽培面積と生産者の減少が続いており、持続可能な栽培体系の確立による産地の維持を図っていくことが急務となっています。市場からのニーズが高い「紅秀峰」や令和 5 年に本格販売を開始する「やまがた紅王」については、これから需要が見込まれる品種であり、引き続き「佐藤錦」からの転換による収穫作業の平準化とブランド力の向上に努め、栽培面積の増加による安定供給を行うことが必要です。また、本市の水田農業においては、ふるさと納税の返礼品として好調な「はえぬき」や、ブランド化を進めてきた「つや姫」など高い評価を得ています。全国的な食生活の変化から米の需要が減少する中、米価安定を図るため需要に応じた米生産に取り組みつつ、消費者に選ばれる米づくりを継続する必要があります。その他の農作物においても、農業所得の向上に向けた 6 次産業化の推進や地域伝統野菜の安定生産と知名度向上による販路拡大などの取組が求められています。

■政策の取組方向

担い手への農地の集積などによる生産性の向上、安心して農業が継続できる環境の整備、「紅秀峰」や「つや姫」を始めとした魅力ある農産物のブランド化による販路拡大、新規就農者の確保・育成により、現在ある農産物、農地、そして農村集落をより良くしながら将来へつなげていきます。

■政策・施策体系



■施策3 生産体制強化及びブランド力向上

○寒河江ブランド魅力発信協議会を中心とした農・商・工業者の連携を強化し、伝統野菜などの市産農産物のブランド化による販路拡大及び6次産業化の推進を図ります。

【主な取組】

- ・ 伝統野菜等の地理的表示（G I）保護制度登録に向けた体制整備
- ・ 市産農産物を活用した加工品開発等の6次産業化推進

【さがえ未来創成戦略 2020(抜粋)】

<基本目標1>

魅力ある「しごと」の機会を創出し、社会動態の改善を目指す

■政策パッケージ

①農業支援

寒河江市のブランドを代表する紅秀峰をはじめとしたさくらんぼの生産を維持・拡大するため、労働力の確保や生産性の向上及び後継者への円滑な経営移譲などの支援を行うとともに、紅秀峰の輸出拡大を図る。さらに、つや姫の生産体制の拡大を図りブランド強化に向けた取り組みを積極的に行う。また、さくらんぼ、米に続く主力農産物の育成の観点から、付加価値の高い地域伝統野菜及び枝豆などの生産強化を行う。そして、基幹産業である農業を持続的な産業とするため、法人経営体の新規設立支援及び育成並びに就農者の研修受入れ農家の支援などを通じて、農業の新たな担い手としての法人経営体や新規就農者を増やす。

【具体的な取組（事業）】

- ・ 6次産業化に向けた組織設立や地域内流通等（地産地消）を強化する取組

寒河江ブランド・魅力発信協議会規約

(名 称)

第1条 この組織は「寒河江ブランド・魅力発信協議会」(以下、「協議会」という。)と称する。

(目 的)

第2条 この協議会は、寒河江市内の農産物等の地域資源(「以下、「地域資源」という。)を活用した所得向上、雇用促進を図るため、寒河江市内に所在する1次産業、2次産業又は3次産業を営む事業者(以下、「事業者等」という。)とその支援機関等が、連携強化による情報や技術の共有を推進することで、魅力的な商品開発及び販路の確保拡大に向けた情報収集等の事業活動を円滑に実施することを目的とする。

(事 業)

第3条 協議会は、第2条の目的を達成するため、次の事業を行う。

- (1) 地域資源の活用に関する関係機関・事業者等の連携促進事業
- (2) 地域資源活用に関する調査事業
- (3) 地域資源の活用に関する事業者等の育成・支援事業
- (4) その他地域資源の活用に必要な事業

(構成会員)

第4条 協議会の組織は、以下の者(以下、「会員」という)をもって組織する。

- (1) 別表1に掲げる者。これらは総会において議決権を有する。
- (2) 地域資源の活用に意欲ある事業者等であり、協議会の会議の同意を得た者。

(総 会)

第5条 協議会の総会は、通常総会及び臨時総会とし、会長が招集の上、会長が議長となり次の事項を審議する。なお、会長は必要に応じて議決権を持たない会員も招集することができる。

- (1) 事業計画及び収支予算に関する事項
- (2) 事業報告及び収支決算に関する事項
- (3) 役員を選任及び解任
- (4) 会員の入退会に関する事項
- (5) その他協議会の運営に関する重要な事項

2 総会は、過半数(委任状も含む)の出席をもって成立する。

3 やむを得ない理由により出席できない場合は、他の会員に書面をもって委任することができる。ただし、出席者一人につき、委任を受けることができる人数は一人までとする。

4 総会の議決は、出席者の過半数の賛成で成立し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(総会の決議の省略)

第6条 会員が総会の目的事項について提案した場合において、当該提案につき議決権を有する会員の半数以上が書面により同意の意思表示をしたときは、その提案に可決す旨の総会の決議があったものとみなす。

(役員)

第7条 協議会には次の役員を置き、総会において議決権を有するものから選任する。

- (1) 会長1名、副会長3名、監事1名
- (2) 役員は、互選により選出する。
- (3) 任期は3年とし、再任は妨げない。
- (4) 任期の途中で選任された役員の任期は、前任者の残任期間とする。

(役員の仕事)

第8条 役員の仕事は次のとおりとする。

- (1) 会長は、協議会活動を総括し運営する。
- (2) 副会長は、会長を補佐し、会長に事故ある時又は会長が欠けた時はその職務を代行する。
- (3) 監事は協議会の業務を監査し、その結果を総会において報告する。

(事務局)

第9条 事務局は、寒河江市役所内に置き、事務局員は別表2に掲げる者とする。

- 2 事務局長は寒河江市農林課長をもって充てる。
- 3 事務局は、協議会の事務及び経理を掌る。
- 4 事務局の運営にあたり必要な事項は会長が別に定める。

(推進部会)

第10条 会長は、第2条に掲げる目的の達成と総会で決定した事業計画等に基づく事業を円滑に実施するため、会員及び事務局員で構成する推進部会を設けることができる。

- 2 推進部会の部会長は、会長が指名する会員とし、総会で決定した事業計画等に基づく事業実施を総括する。
- 3 推進部会の構成員は、会長と推進部会の部会長が協議し指名する。
- 4 推進部会の部会長は、総会で決定した事業計画等に基づく事業を実施するため、必要に応じて推進部会の会議を開催する。
- 5 推進部会の部会長は、開催した推進部会の会議における決定事項等を速やかに会長に報告し了承を得なければならない。
- 6 その他、推進部会の運営事務等に必要な事項については各部会の運営要領で定める。

(外部アドバイザー)

第11条 会長は、協議内容に関して専門的な立場から助言を得るため、総会での議決の上、調査、提言、又は助言を行うアドバイザーを設置することができる。

(業務の執行)

第12条 協議会の業務の執行の方法については、この規約で定めるもののほか、必要な事項は別に定める。

(経 費)

第 1 3 条 協議会の運営費は補助金及び負担金、その他の収入をもって充てる。

(事業年度)

第 1 4 条 協議会の事業年度は毎年 4 月 1 日より翌年の 3 月 3 1 日までとする。

(その他)

第 1 5 条 この規約に定めるもののほか、必要な事項は総会において決議して決める。

附 則

1 この規約は、令和 元年 1 0 月 2 日より施行する。

別表 1

議決権を有する会員

所 属	役 職 名
寒河江市商工会	会 長
寒河江市	副 市 長
さがえ西村山農業協同組合	組 合 長
一般社団法人 寒河江市観光物産協会	会 長
寒河江市認定農業者協議会	会 長
寒河江市技術振興協会	会 長
寒河江市金融団	団 長
山形県村山総合支庁 西村山農業技術普及課	課 長
山形新聞社 寒河江支社	支 社 長
寒河江市農業委員会	会 長

別表 2

事務局

所 属	役 職 名
寒河江市	農林課長
寒河江市	商工推進課長
寒河江市	企画創成課さがえブランド戦略室長
寒河江市	さくらんぼ観光課長
寒河江市商工会	事務局長
さがえ西村山農業協同組合 寒河江営農生活センター	寒河江営農生活センター長

NO	役職等	所属	所属先役職	名前
1	会長	寒河江市商工会	会長	安藤博章
2	副会長	寒河江市	副市長	菅野英行
3	副会長	さがえ西村山農業協同組合	組合長	安孫子常哉
4	副会長	一般社団法人 寒河江市観光物産協会	会長	佐藤正樹
5	1号会員	寒河江市認定農業者協会	会長	新田好勝
6	1号会員	寒河江市技術振興協議会	会長	高井作
7	1号会員	山形新聞寒河江支社	支社長	黒田良太
8	1号会員	寒河江市金融団	団長	室井良晃
9	1号会員	山形県村山総合支庁 西村山農業技術普及課	課長	長岡正三
10	監事	寒河江市農業委員会	会長	木村三紀
11	2号会員	千代寿虎屋株式会社	代表取締役	大沼寿洋
12	2号会員	古澤酒造株式会社	代表取締役	古澤康太郎
13	2号会員	月山酒造株式会社	代表取締役社長	鈴木和香子
14	2号会員	寒河江市子姫芋組合	組合長	黒田祐一
15	2号会員	寒河江市食用菊部会	部会長	辻一浩
16	2号会員	谷沢梅組合	組合長	佐藤光雄
17	2号会員	株式会社 住吉屋食品	代表取締役社長	住吉克久
18	2号会員	株式会社 山形ミートランド	代表取締役	大沼幸仁
19	2号会員	寒河江市製麺組合	組合長	皿谷太郎兵衛
20	2号会員	鈴木食品製造株式会社	代表取締役	柴田剛
21	2号会員	担い手の会	会長	佐藤道幸
22	2号会員	料理飲食業組合	組合長	齋藤実
23	2号会員	寒河江温泉組合	理事長	安孫子浩智
24	2号会員	北陵果樹研究会	会長	伊藤喜久男
25	2号会員	寒河江第6次産業研究委員会	委員長	高井作
26	2号会員	CoffeeRoaster&Café culmino		後藤剛
27	2号会員	NPO法人スペース・アンド・タイム・クリエーション		佐藤政人
28	2号会員	蕎と旬さがゑもん(株)comme-nt		後藤広晴
29	2号会員	秋場ファーマーズ		秋場徳俊
30	2号会員	株式会社 東門		石山達也
31	2号会員	フルーツサトー		佐藤耕治
32	2号会員	寒河江市果樹振興協会	会長	秋場尚弘
33	2号会員	寒河江市野菜振興協会	会長	安達由一
34	2号会員	さがえ紅秀峰ルビーの会	会長	土田繁春
36	アドバイザー	山形大学農学部	食料生命環境学科 准教授	藤科智海
37	アドバイザー	山形県村山総合支庁産業経済部	地域産業経済課長	内海順一
38	アドバイザー	東北農政局山形県拠点	総括農政推進官	中里剛
39	アドバイザー	公益財団法人やまがた農業支援センター	参事	豊嶋克彦
40	事務局長	寒河江市農林課	課長	門口隆太
41	事務局	寒河江市商工推進課	課長	後藤芳和
42	事務局	寒河江市企画創成課 さがえブランド戦略室	室長	石橋慶幸
43	事務局	寒河江市さくらんぼ観光課	課長	猪倉秀行
44	事務局	寒河江市商工会	事務局長	土屋恒一
45	事務局	さがえ西村山農業協同組合 寒河江営農生活センター	寒河江営農生活 センター長	軽部明彦