

(案)



郡山市 6次産業化・農商工等連携推進計画

(令和8年度～11年度)



郡山市

目次

第1章 はじめに	3
1 計画策定の目的	3
2 計画の位置づけ	3
3 計画期間	3
4 本計画における「6次産業化・農商工等連携」の考え方	4
第2章 6次産業化・農商工をめぐる情勢	6
1 農林水産業をめぐる情勢	6
(1) 農業労働力の減少	6
(2) 農業所得の減少	6
(3) 安全・安心に対する意識の定着	7
2 社会環境をめぐる情勢	7
(1) 食をめぐる国際的な情勢	7
(2) 「健康」「経済」「簡便」を求める消費者ニーズ	7
(3) インバウンドの回復と食ツーリズム	7
(4) 国の動き	8
3 郡山地域産業の現状	9
(1) 1次産業（農業・漁業）	9
(2) 2次産業（食料品製造）	12
(3) 3次産業（商業・観光）	13
(4) 農林水産物の輸出	15
4 郡山市6次産業化・農商工等連携トピックス	16
(1) 日本遺産認定 ～一本の水路「安積疏水」がもたらした本市の農産品～	16
(2) 本市を取り巻く動き	19
第3章 基本方針と目指す方向性	23
1 基本方針	23
2 目指す方向性	23
(1) 人・連携づくり	23
(2) モノづくり	23
(3) 販路拡大	23
郡山市6次産業化・農商工等連携推進計画 概要	24
第4章 推進方策	25
1 人・連携づくり	25
(1) 前計画の検証 ～人づくり～	25
(2) 課題	26
(3) 推進方策	26
2 モノづくり	30
(1) 前計画の検証 ～モノづくり～	30

(2) 課題	31
(3) 推進方策	32
3 販路拡大	34
(1) 前計画の検証 ～マーケットメイキング（市場づくり）～	34
(2) 課題	35
(3) 推進方策	35
第5章 計画推進のために	39
1 推進体制	39
2 計画の進行管理	40
資料編	41

第1章 はじめに

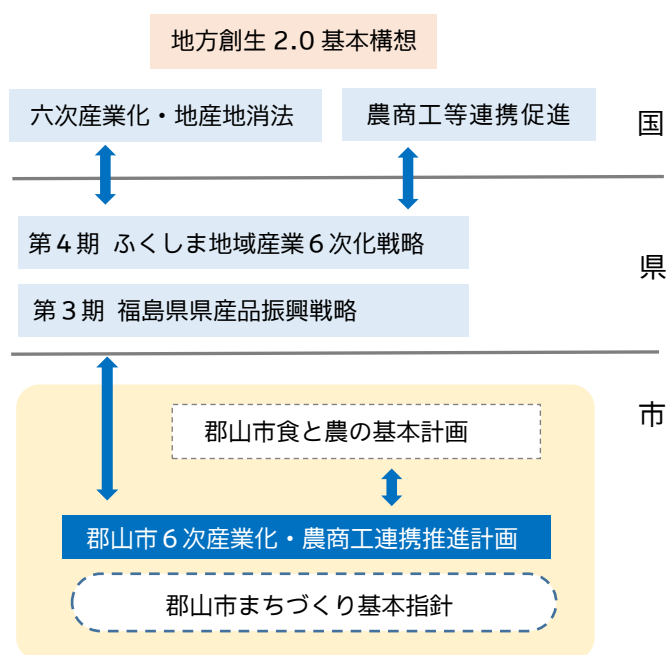
1 計画策定の目的

本計画は、本市の地域資源を生かし、新たな付加価値を生み出す本市の目指すべき6次産業化及び中小企業者と農林漁業者とが有機的に連携した郡山市産品の振興と販路拡大を図り、それぞれの経営向上に向けた有効な施策の指針として策定するものです。

多様な「食」、農林水産物等の地域のポテンシャルを最大限に生かし、多様な「新結合¹」で新たな付加価値を生み出す新しい地方経済を目指すとともに、「外から稼ぐ力」、「連携して稼ぐ力」を高め、新たな人を呼び込み、活力と魅力ある地域をつくるための戦略とします。

2 計画の位置づけ

本計画は、国の示す「地方創生2.0基本構想」をはじめ、「六次産業化・地産地消法」や「農工商連携促進法」、福島県が策定した「第4期 ふくしま地域産業6次化戦略」、「第3期 福島県県産品振興戦略」等関連する各種法令や指針等との整合性や連携を図り、本市農林水産分野の基本計画である「食と農の基本計画」の方針に基づき策定するとともに、「まちづくり基本指針（あすまちこおりやま）」との整合性を図ります。



3 計画期間

本計画の実施期間は、事業の推進による成果が見込まれる期間として、2026（令和8）年度から2029（令和11）年度の4か年間とします。

¹ 「新結合」とは、異なる分野や領域に属する要素同士（施策・人材・技術等）を従来にはなかった形で組み合わせることにより、想像を超えた新たな価値を創出する取組であり、地域の課題解決につながる可能性を秘めているものです。

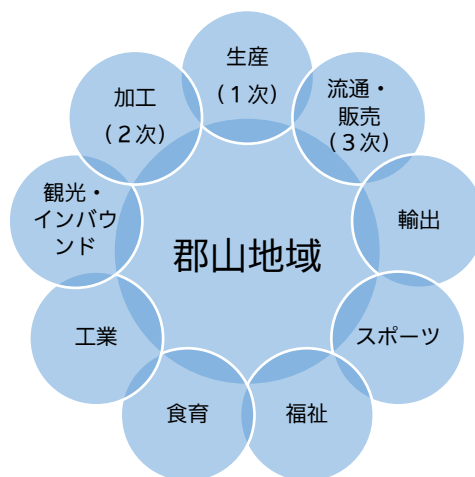
4 本計画における「6次産業化・農商工等連携」の考え方

【稼ぐ力を高め、付加価値創出型の新しい地方経済を目指した6次産業化】

本市の豊かな農林水産資源を分野を超えて組み合わせることで、そのポテンシャルを最大限に引き出し、新たな付加価値を創造する取組により、自立的かつ継続的に「稼げる」地域経済を目指します。

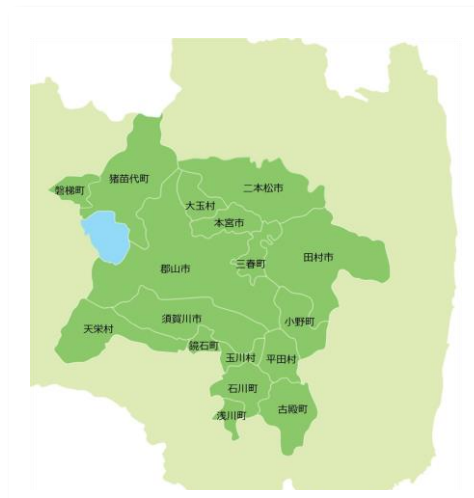
観光事業者との連携による観光・インバウンドの誘客の促進を通じた高付加価値化、近年増加傾向にある農林水産物・食品の輸出拡大など、農林水産資源の高付加価値化に取り組みます。

また、本市を含め近隣17市町村で構成する「こおりやま広域連携中枢都市圏（こおりやま広域圏）」の中心市として都市間連携を図り、「圏域全体の経済成長」を目指します。



連携中枢都市圏の考え方

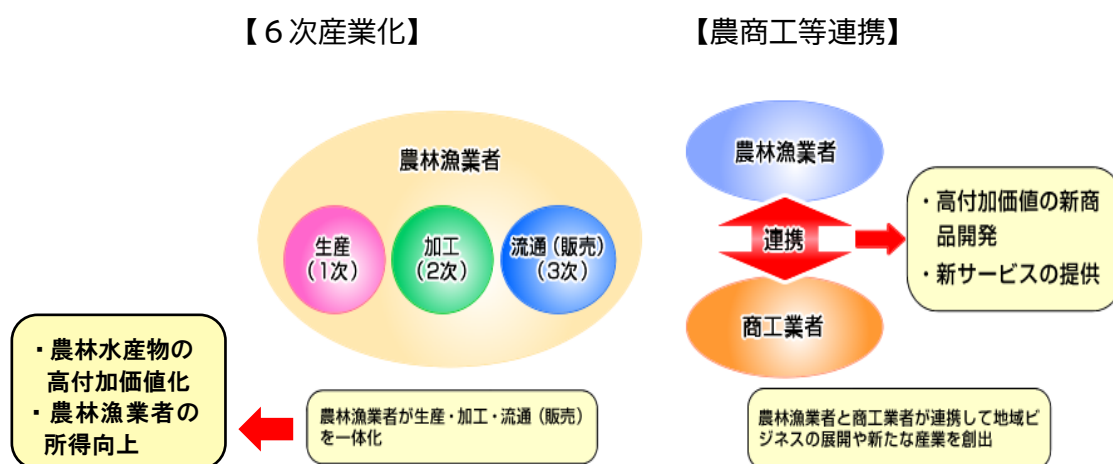
人口減少・少子高齢社会において、圏域全体の経済をけん引し圏域の住民全体の暮らしを支えるという観点から、「圏域全体の経済成長のけん引」、「高次の都市機能の集積・強化」、「圏域全体の生活関連機能サービスの向上」の3つの役割を、中心市と近隣の市町村がそれぞれ保有する資源や財産の利活用を促進し、ネットワーク化することによって、中心市と近隣の市町村がお互いにそのメリットを享受できるように連携していきます。



農商工連携事業は、中小企業政策の一つで、中小商工業者が農林水産業者との連携により新規事業の開発を行うことを推進する事業です。農林漁業者が主体となる6次産業化とは、法律や支援措置も異なりますが、本計画においては、相互に連携・融合しながら取り組んでいきます。

法律名	「六次産業化・地産地消法」	「農商工等連携促進法」
目的	農林漁業等の振興 農山漁村等の地域活性化 食料自給率の向上等への寄与 ※1次産業の強化がテーマ	中小企業者と農林漁業者とが有機的に連携 中小企業と農林漁業双方の経営改善 ※経済発展がテーマ
主体	【総合化事業計画】 農林漁業者等(※農業者だけでも○) (加工・流通業者等の協力者を「促進事業者」として位置づける)	【農商工等連携事業計画】 中小企業者と農林漁業者が連携 (※農業者だけでは×)
主な支援措置	農業者等が加工・販売を行う取組支援 (1)農業改良金融通法等の特例 (償還期間延長等) (2)農地法の特例 (農地転用手続きの簡素化) (3)野菜生産出荷安定法の特例 等	農林漁業者等 & 中小企業者の支援 (1)中小企業信用保険法の特例 (保証限度額の拡大等) (2)農業改良金融通法等の特例 (償還期間延長等) 等

※ 農林水産物加工、販売施設等の整備を行う場合、上限1億円、1/2以内の国の支援制度があります。(令和7年度)

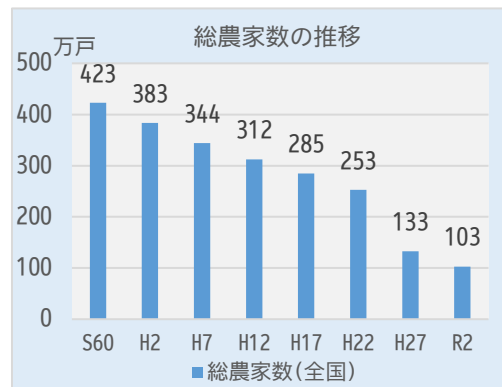


第2章 6次産業化・農商工をめぐる情勢

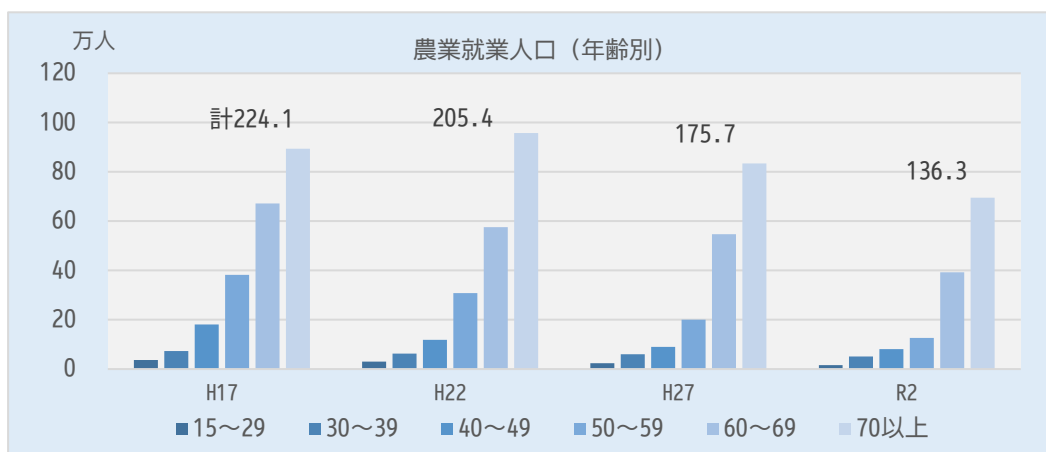
1 農林水産業をめぐる情勢

(1) 農業労働力の減少

我が国は人口減少社会に入るなか、総農家数は、1985（昭和60）年の423万戸から2020（令和2）年には103万戸、農業就業人口は2005（平成17）年の224.1万人から2020（令和2）年には136.3万人まで減少しています。また、農業従事者のうち60歳以上が全体の約7割を占めており、我が国農業を支えている高齢者の引退により、農業労働力のせい弱化が進行しています。



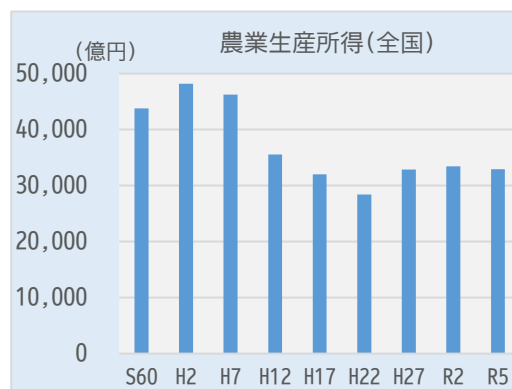
出典：農林業センサス



出典：農林水産省

(2) 農業所得の減少

農業生産所得の減少は、農業従事者の減少や、国内における消費人口の減少、多様な食文化の広がりによる農産物の価格低迷など様々な要因が考えられますが、農業所得の増大を通じた農業の持続的発展を図るためには、農産物の生産、販売や生産コストの低減のみならず、マーケットイン²の視点により地域資源を生かしつつ、1次産業、2次産業及び3次産業を総合的かつ一体的に融合させた事業展開を図ることが求められています。



出典：農林業センサス

² 商品の企画開発や生産において消費者のニーズを重視する方法

(3) 安全・安心に対する意識の定着

東京電力福島第一原子力発電所事故に伴う放射性物質の拡散や産地偽装表示、食品製造過程における衛生管理問題の発生など、食の安全に対する高い意識が定着し、安全が確保された生産物の供給体制強化が求められています。これに伴い、生産履歴情報（トレーサビリティ）³による信頼確保と農業生産工程管理（GAP）⁴の普及など、安全・安心な農産物の生産が求められています。

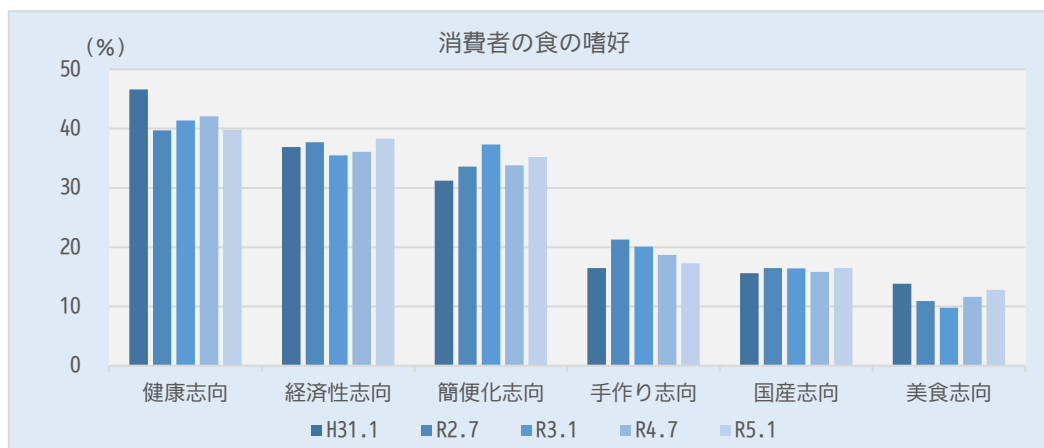
2 社会環境をめぐる情勢

(1) 食をめぐる国際的な情勢

食をめぐる国際的な情勢は、近年、大きく変化しています。気候変動、人口増加、食料需要の増加、資源の枯渇、紛争などにより、食料システム全体の安定性に大きな影響を与えています。食料の安定供給や環境と調和のとれた食料システムの確立や生産性の向上・付加価値の向上による農業の持続的な発展を図っていくことが求められています。

(2) 「健康」「経済」「簡便」を求める消費者ニーズ

少子高齢化などを背景に国内の食料需要は縮小傾向にある一方、消費者のニーズは、「健康」「経済」「簡便」を求める傾向にあることから、マーケットインの発想に基づく商品開発を進めていく必要があります。



出典：日本政策金融公庫「食の志向調査」

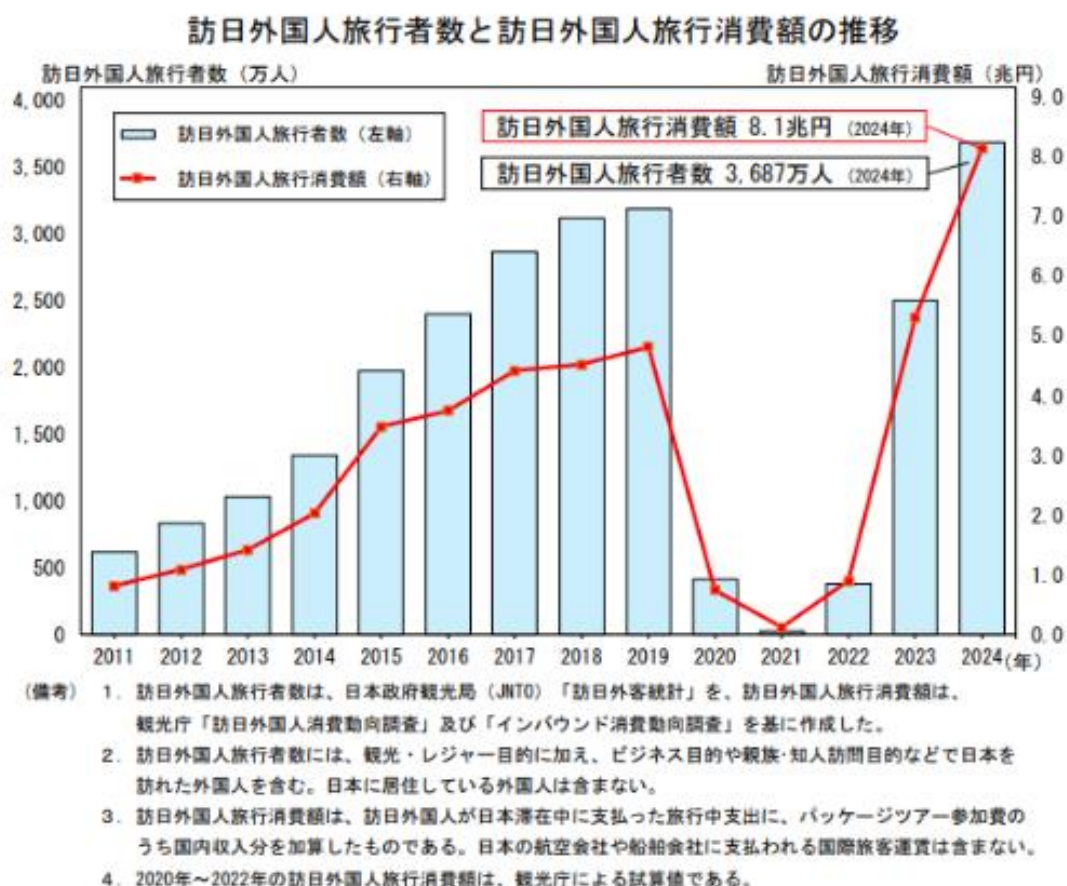
(3) インバウンドの回復と食ツーリズム

地域の食をはじめとする地域資源に対する海外からの評価は高まっており、地方を訪れる外国人旅行者が増えています。インバウンドはコロナ禍の落ち込みから大きく回復し、2024（令和6）年には訪日外国人旅行者数、訪日外国人旅行消費額ともに過去最高となるなど、地域経済の活性化や雇用創出が期待される分

³ 生産・処理・加工・流通・販売等の段階で仕入先、販売先などを記録・保管し、その流通経路と所在情報を追跡・遡及できるシステム

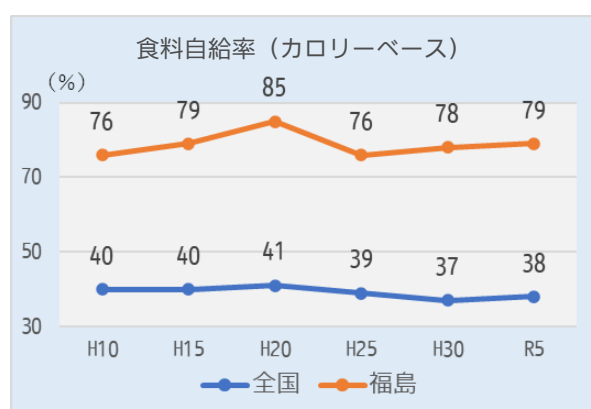
⁴ Good Agricultural Practice の略。農業生産活動を行う上で必要な関係法令等の内容に則して定められる点検項目に沿って、農業生産活動の各工程の正確な実施、記録、点検及び評価を行うことによる持続的な改善活動のこと。

野となっています。買い物から体験へ、「モノ」から「コト」へ訪日客の関心が移りつつある中、地域が主体となり、食や文化に対する理解を深め、観光資源として情報を発信する域型観光⁵の推進が求められています。



(4) 国の動き

「食料・農業・農村基本法」の改正により、食料の安定供給や環境と調和のとれた食料システムの確立、生産性の向上・付加価値の向上による農業の持続的な発展が図られることとなり、「経済財政運営と改革の基本方針 2024」においても、食料安全保障の強化に向けた農林水産業・食品産業の生産基盤の強化が盛り込まれています。



出典：農林水産省

⁵ 観光客の受け入れ先が地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合、現地解散する新しい観光の形態。

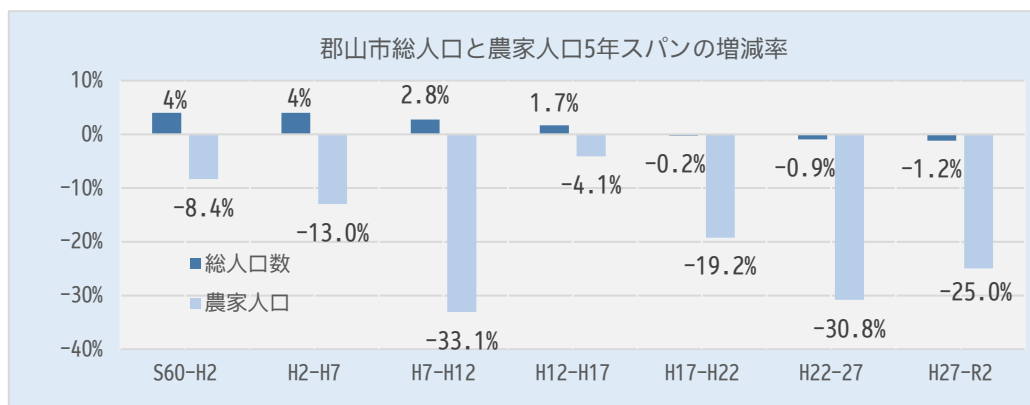
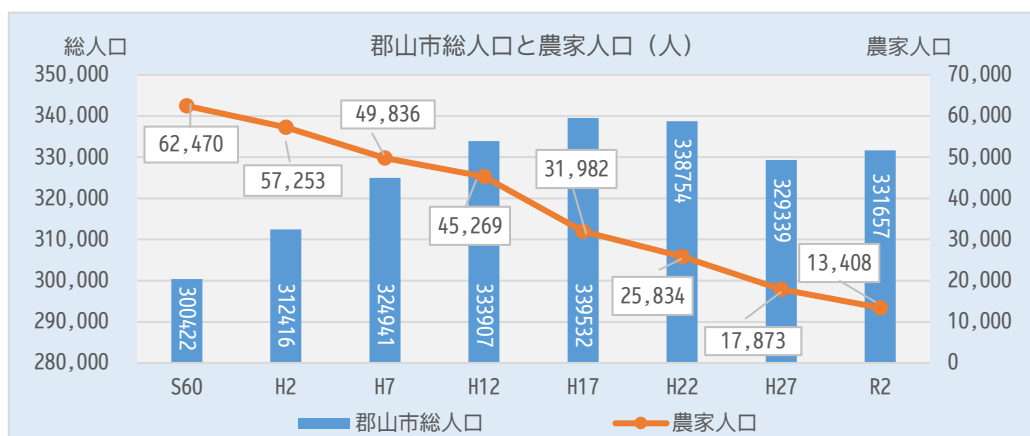
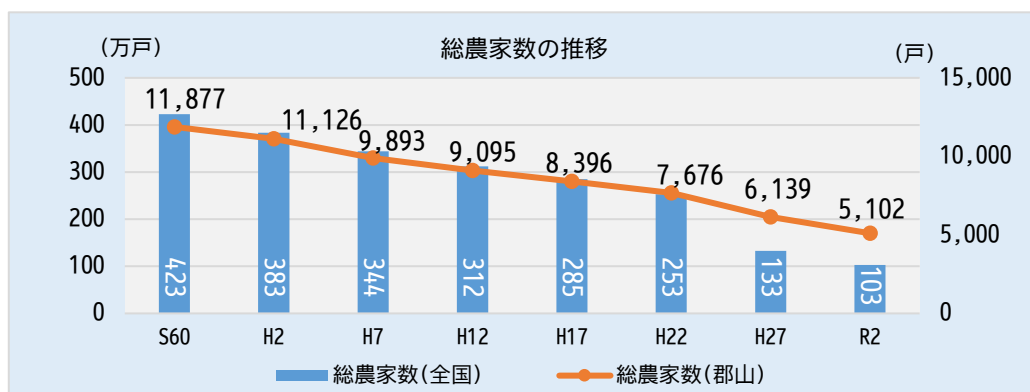
3 郡山地域産業の現状

(1) 1次産業（農業・漁業）

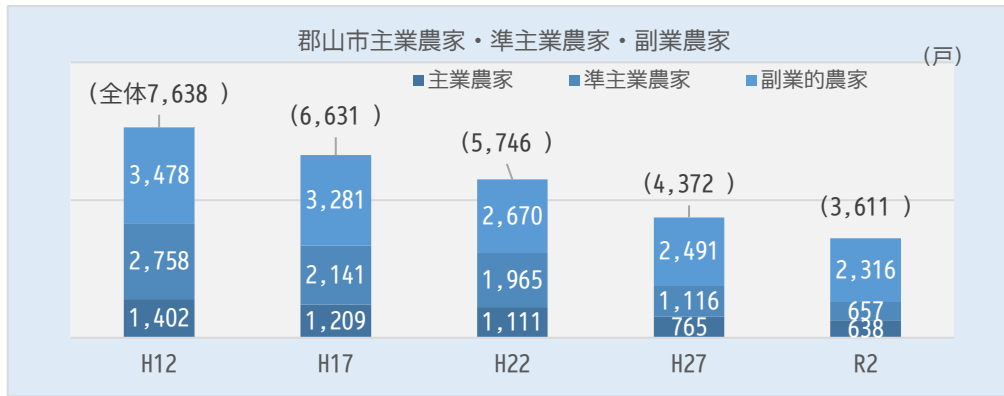
ア 農家数の減少

本市の農家数は減少しており、35年間で半数に減少しました。農業就業人口も減少する中、高齢化が進行し、2020（令和2）年では約63%が65歳以上となっており、新規就農者の育成・参入促進などが求められています。

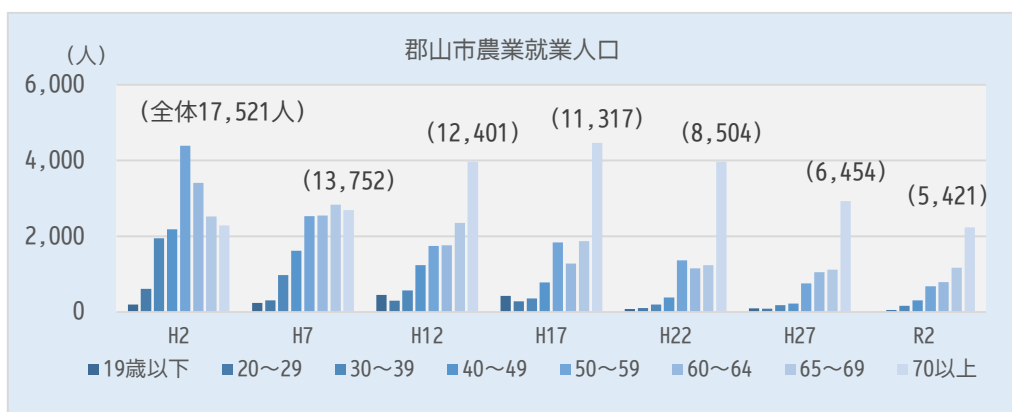
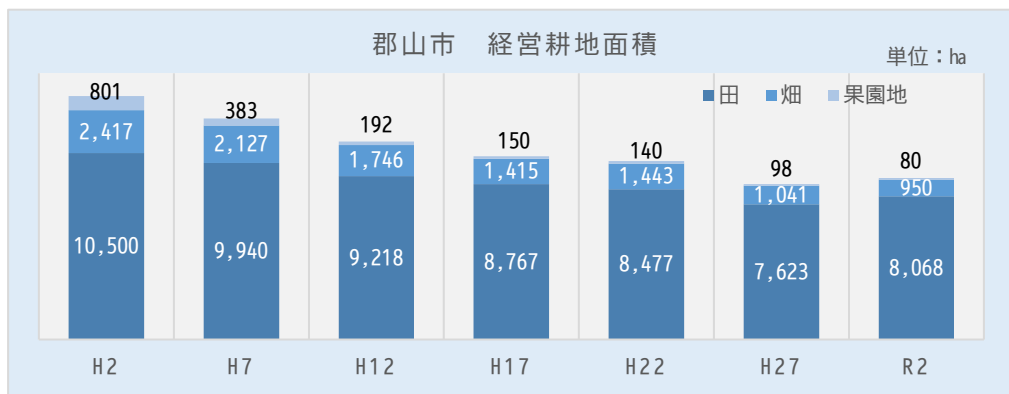
また、主業農家数は20年間で2,865戸（68%）の大幅に減少し、副業的農家の割合が増加しています。



本ページ出典：農林業センサス



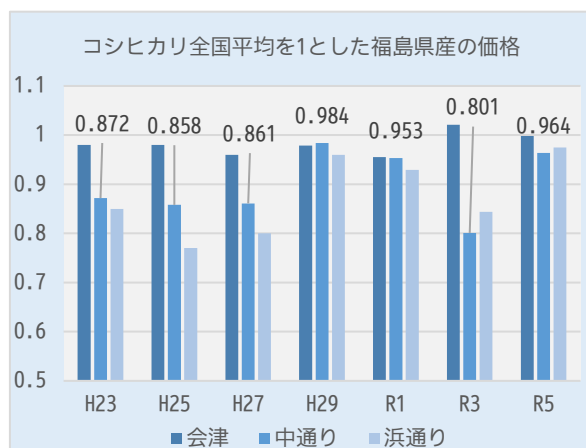
※ H12 (2000) ～H25 (2015) は販売農家の集計、R2 (2020) は農業経営体（個人）の集計
 主業農家：農業所得が主（農家所得の50%以上が農業所得）で、1年間に60日以上自営農業に従事している65歳未満の世帯員がいる農家
 準主業農家：農外所得が主（農家所得の50%以上が農業所得）で、1年間に60日以上自営農業に従事している65歳未満の世帯員がいる農家
 副業農家：1年間に60日以上自営農業に従事している65歳未満の世帯員がいない農家（主業農家及び準主業農家以外の農家）



本ページ出典：農林業センサス

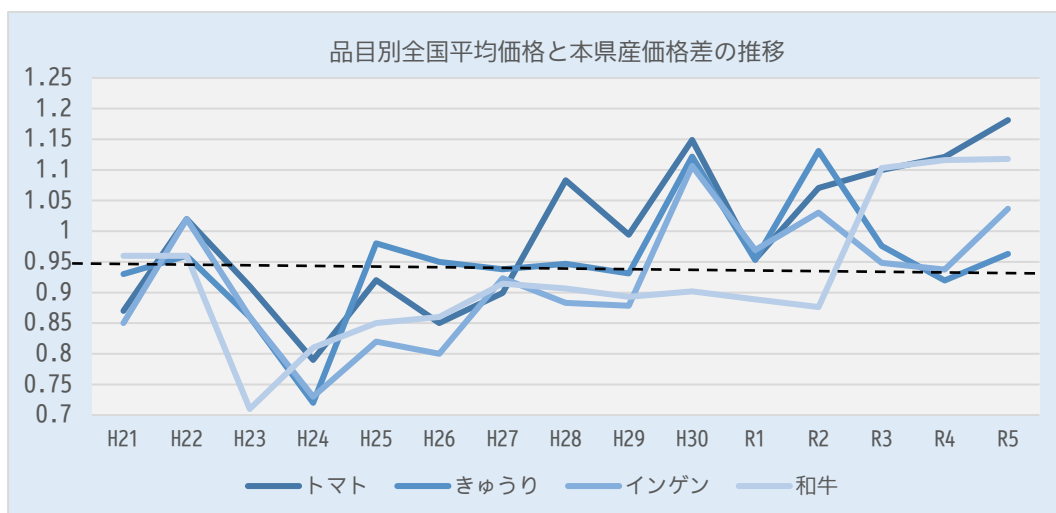
イ 出荷価格

本市の経営耕地面積は 9,346ha であり、その 84%が稲作であり、県内第一位の生産量を誇る米どころです。本市産米を含む福島県中通り産米の価格は、東日本大震災及び新型コロナウイルス感染症の影響により、大きく下落しましたが、その後回復の傾向がみられます。



出典：農林水産省 HP

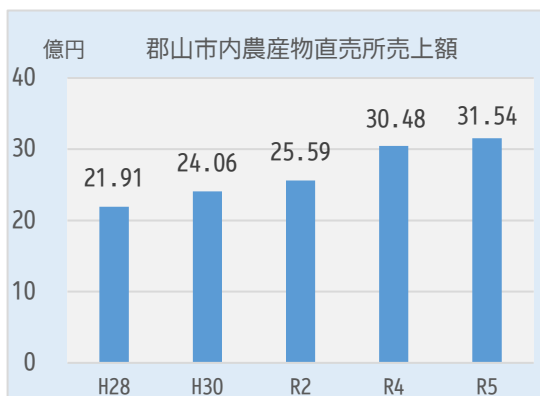
また、野菜や畜産物の出荷価格に関しても、東日本大震災及後に大きく下落しましたが、その後回復の傾向がみられます。



出典：東京中央卸売市場 HP

ウ 農産物直売所

農産物直売所は、安全・安心で新鮮な農産物等を購入することができるため、消費者のニーズが高まり、売上高が増加しています。また、生産者側も自らの農産物を自らの意志で価格を決定することができるため、出荷量も増加しています。



出典：郡山市

郡山市内の農産物直売所（令和 7 年 4 月現在）

No.	直売所名	開設場所
1	おはよう市場	郡山市開成 1 丁目 5（開成山公園フロンティア広場）
2	郡山東部ニュータウン朝市	緑ヶ丘東 3-2-1（東部地域子育て支援センター駐車場）
3	花・野・果パレット市	安積町荒井方八丁 33-1（ヤマダ電機 NEW 郡山南店 駐車場）
4	J A 福島さくら 富田ふれあい朝市	富田町字愛宕前 46
5	J A 全農福島農産物直売所 愛情館	朝日二丁目 3-35
6	ポケットファームおおせ	逢瀬町多田野字念仏担 19-64
7	湖南四季の里	湖南町福良字家の北 9
8	農産物直売所 ベレッシュ	八山田西一丁目 160
9	中田町農産物直売所	中田町下枝字久保 210（旧中田行政センター跡地）
10	J A 福島さくら農産物直売施設 あぐりあ	安積町成田一丁目 20-1
11	J A 福島さくら農産物直売所 旬の庭	大槻町字殿町 64-1
12	磐梯熱海観光物産館	熱海二丁目 15-1 ほっとあたま内

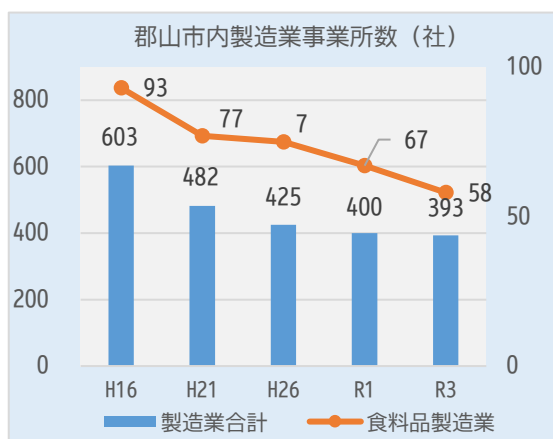
（２）２次産業（食料品製造）

工業統計調査における本市の製造業の事業所合計数は、2021（令和 3）年が 393 事業所であり、17 年前の 2004（平成 16）年と比較すると 210 事業所（34.8%）の減少でした。

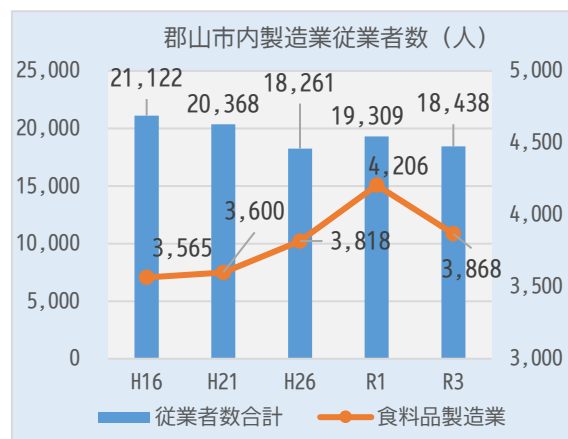
うち、食料品製造業は、35 事業所（37.6%）の減少となっています。

従業者数の製造業事業所合計は、2,684 人（12.7%）の減少となっていますが、食料品製造業は、303 人（8.4%）の増加でした。

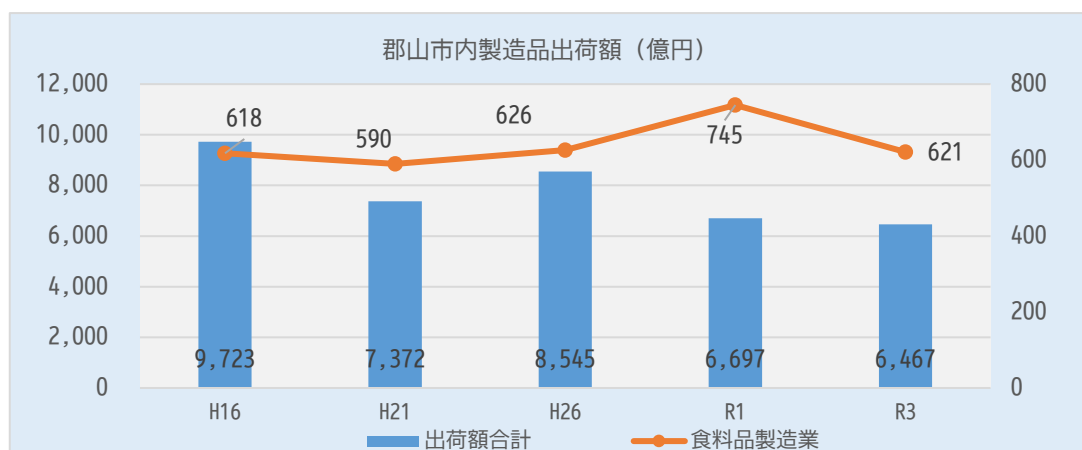
製造品出荷額の合計額は、3,256 億円（33.4%）の減少でしたが、食料品製造業は、3 億円（0.4%）の増加でした。



出典：郡山市統計書



出典：郡山市統計書



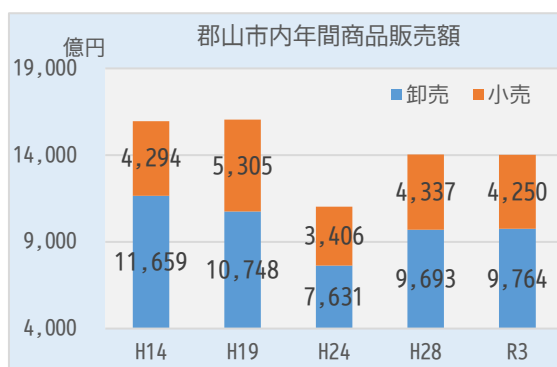
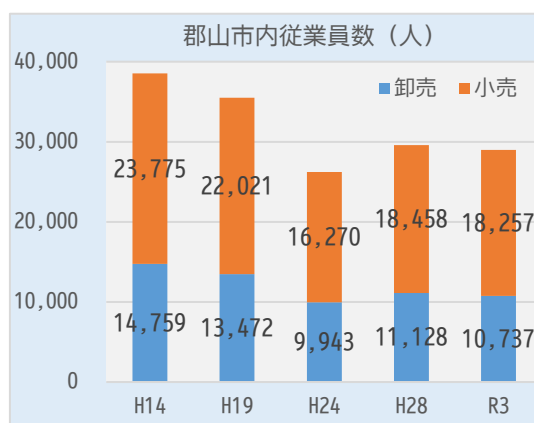
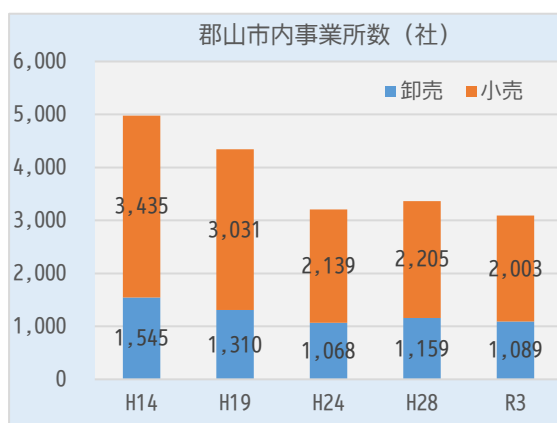
(3) 3次産業（商業・観光）

ア 商業(卸売業・小売業)の事業所数・従事者数・年間商品販売額の推移

商業統計調査における本市の商業事業所合計数は、2021（令和3）年が3,092事業所であり、19年前の2002（平成14）年と比較すると1,888事業所（37.9%）の減少でした。

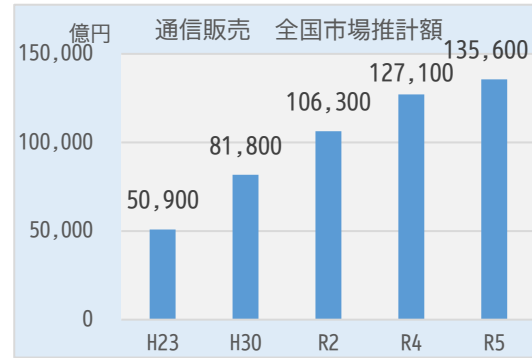
従業者数合計は、9,540人（24.7%）の減少となっています。

年間商品販売額は、1,939億円（12.1%）の減少となっています。



本ページ出典：郡山市統計書

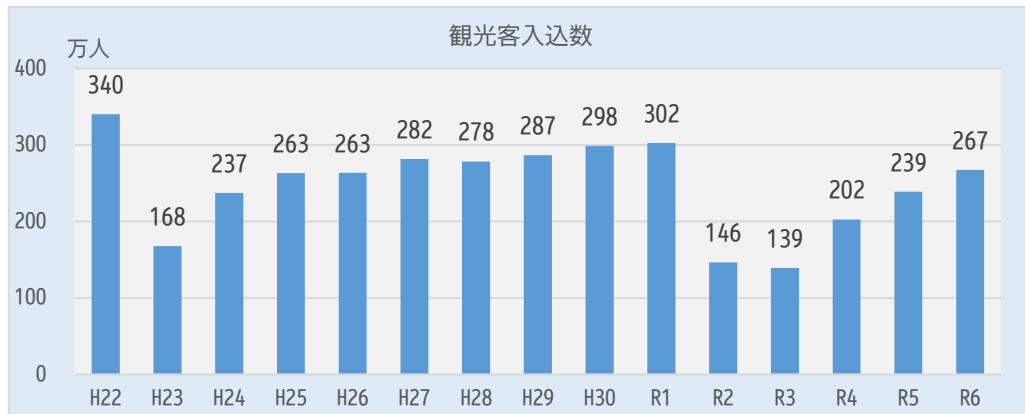
最近の商取引ではインターネット取引などの普及が急速に進み、国内の通信販売市場規模は、2011（平成 23）年比で 266.4%と大幅に増加しています。



出典：公益社団法人日本通信販売協会

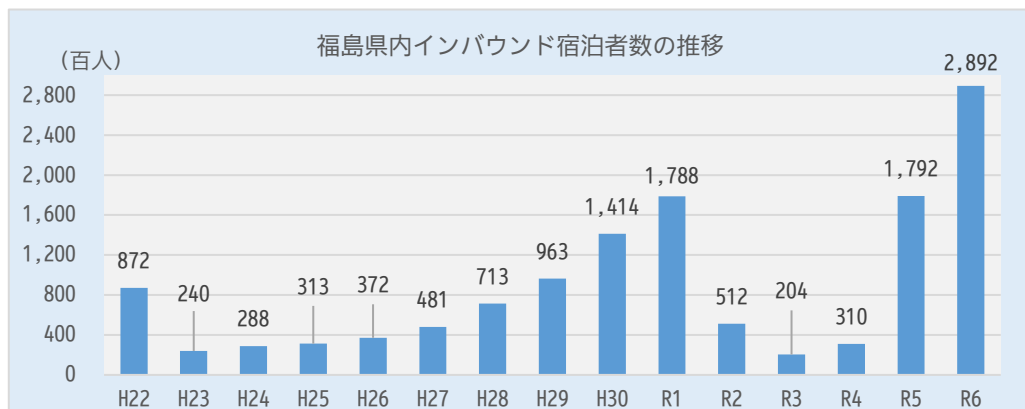
イ 観光客入込数

本市の観光客入込数は、長期にわたるコロナ禍により大幅に減少しましたが、落ち着きを取り戻してからは順調に回復し、コロナ禍前の水準に近付きつつあります。



※イベント集客は除外しているため、県報告とは異なる

※集計項目 カルチャーパーク、石筴ふれあい牧場、ビッグパレットふくしま、磐梯熱海温泉、湖南七浜、郡山布引風の高原、ふれあい科学館



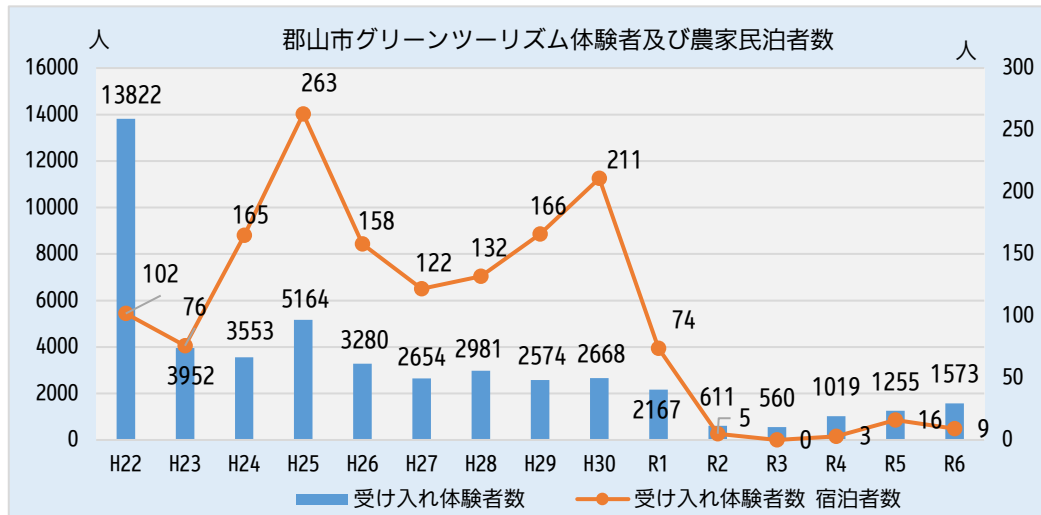
出典：福島県 HP

ウ グリーンツーリズム・農家民泊

本市では、都市住民が農家などにホームステイして農作業を体験したり、その地域の歴史や自然に親しんだりする余暇活動により、都市と農村を繋ぐグリーンツーリズムや農家民泊に取り組む団体等を支援しています。体験活動は、地元農家等と交流しながら、そば打ち、炭焼き、野菜収穫、工芸品製作など、

多種多様なメニューが体験できます。

なお、体験者数は震災以降に大きく落ち込み、新型コロナウイルス感染症の影響によりさらに減少しましたが、現在は微増傾向が続いています。また、農家民宿に取り組む農家の高齢化が進んでいた状況に新型コロナウイルス感染症が大きく影響し、宿泊者数は減少したまま、横ばいとなっています。

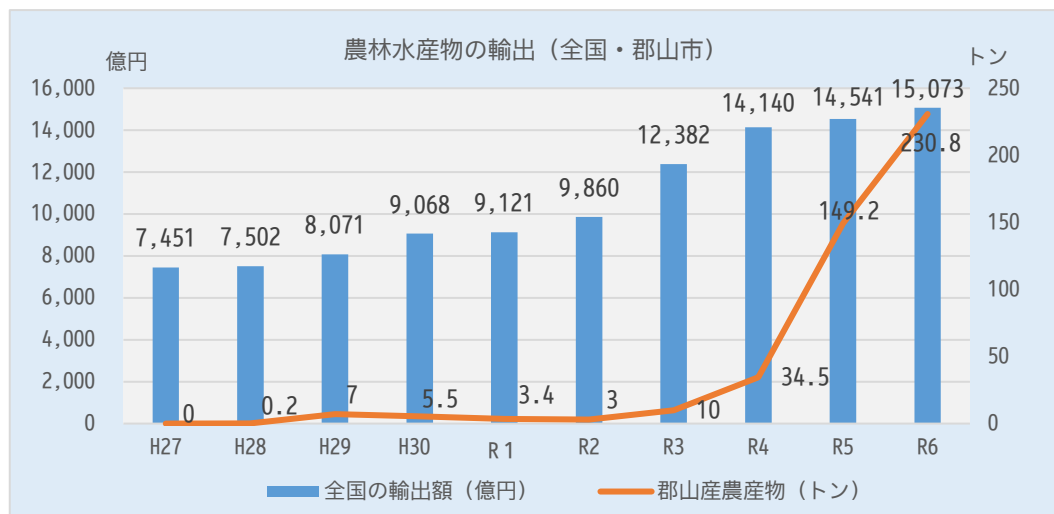


出典：郡山市農業政策課

(4) 農林水産物の輸出

近年増加傾向にある農林水産物・食品の輸出やインバウンドに係る食品関連消費額のさらなる拡大を目指し、観光事業者等とも連携した、地域資源のポテンシャルを最大限活用した輸出拡大の加速化が求められています。

本市においては、震災以降一時途絶えていた輸出の取り組みを 2016（平成 28）年に再開、2017（平成 29）年にはベトナムに日本ナシが初めて輸出され、現在は健康食品の分野でタイをターゲットとして各種プロモーションを実施するなど、輸出の取り組みが進んでいます。



出典：農林水産省及び郡山市園芸畜産振興課

4 郡山市6次産業化・農商工等連携トピックス

(1) 日本遺産認定 ～一本の水路「安積疏水」がもたらした本市の農産品～

未来を拓いた「一本の水路」

～大久保利通“最期の夢”と開拓者の軌跡 郡山・猪苗代～

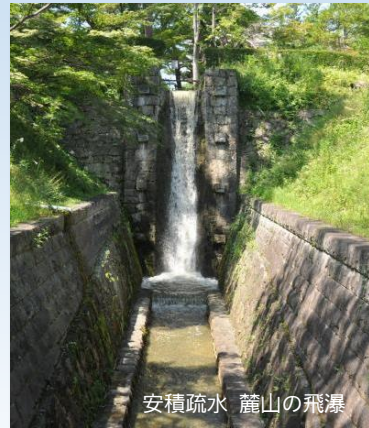
明治維新後、武士の救済と、新産業による近代化を進めるため、安積地方の開拓に並々ならぬ想いを抱いていた大久保利通。夢半ばで倒れた彼の想いは、郡山から西の天空にある猪苗代湖より水を引く「安積開拓・安積疏水開さく事業」で実現した。

奥羽山脈を突き抜ける「一本の水路」は、外国の最新技術の導入、そして、この地域と全国から人、モノ、技を結集し、苦難を乗り越え完成した。この事業は、猪苗代湖の水を治め、米や鯉など食文化を一層豊かにし、さらには水力発電による紡績等の新たな産業の発展をもたらした。

未来を拓いた「一本の水路」は、多様性と調和し共生する風土と、開拓者の未来を想う心、その想いが込められた桜とともに、今なおこの地に受け継がれている。



猪苗代湖



安積疏水 麓山の飛瀑

ア 郡山産米「あさか舞」

本市の米は、コシヒカリやひとめぼれを中心に栽培され、その生産量は県内第一位であり、本市農業産出額の約半数を占めています。味も一般財団法人日本穀物検定協会の食味試験で高い評価を受けるなど、質・量ともに兼ね備えた自他共に認める「米どころ」です。

本市で生産されたコシヒカリ及びひとめぼれの一等米のみを「あさか舞」としてブランド化し、市内はもとより県内外へ販売しています。

さらに、2019（平成30）年からはあさか舞のブランド力向上を図る目的で厳格な7つの基準を満たす最上級米「ASAKAMAI 887」を開発し、また ASAKAMAI 887 の生産で培ったノウハウを生かし、特別栽培米でふるい目 2.0 の基準を満たす「ASAKAMAI 2.0」のブランド化を図り、郡山産米「あさか舞」全体の品質向上と販路拡大につなげています。

イ 「鯉に恋する郡山プロジェクト」 郷土料理復活と新たな食文化の創造



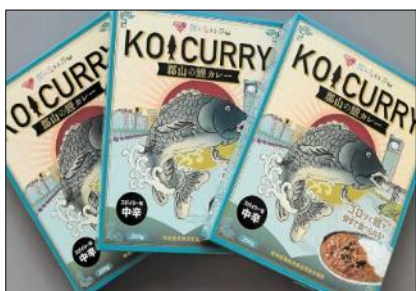
鯉に恋する郡山

郡山の鯉の養殖は、江戸時代からため池を利用して行われていましたが、安積疏水の通水によって発電された電気を活用する紡績工場ができ、そこで使用する生糸を取る繭（まゆ）から出た蛹（さなぎ）を餌として利用する機会に恵まれて盛んになりました。

安積疏水を通じて運ばれた、ミネラル豊富で綺麗な猪苗代湖の水を使用することにより、その品質が高く評価され、現在では全国でもトップクラスの生産量を誇る鯉の産地となりました。

しかし、食文化の変化や震災に伴う東京電力福島第一原子力発電所事故の風評により、生産量が減少しています。このため、地元特産品である「鯉」の郷土料理復活及び新たな食文化の創造を図ることを目的に県南鯉養殖漁業協同組合（現：南東北内水面養殖漁業協同組合）と本市が、「鯉に恋する郡山プロジェクト」を2015（平成27）年にスタートさせました。

鯉6次産業化プロジェクト「鯉に恋する郡山プロジェクト」これまでの主な取り組み



鯉のレトルトカレー

一般社団法人ご当地レトルトカレー協会と有限会社廣瀬養鯉場がタッグを組み制作。地域食材を活用したご当地レトルトカレーを通し、老若男女問わず郡山の鯉の魅力をPRします。



鯉食キャンペーン

郡山産鯉の消費拡大と、鯉を通じた地域活性化を図るとともに、鯉料理を郡山市の郷土料理として定着させることを目的として、「鯉食キャンペーン」を開催しています。



鯉給食の提供

地元特産品である「鯉」を学校給食に取り入れることで、将来の鯉食文化を担う子どもたちに郷土の伝統的な食文化に親しむ機会を創出しています。

ウ 生産者の姿を伝える「フロンティアファーマーズ」

「生産者がどのような想いを持って農業に取り組んでいるのか。」その姿を伝えることで広く市内外の消費者の共感を呼び、もって本市農産物のブランド価値の向上、風評の払しょくや地産地消の推進を図る取り組みとして、ウェブコンテンツ「フロンティアファーマーズ」を2018（平成30）年度に立ち上げました。

本コンテンツでは、市内の生産者等へプロのライターとカメラマンを派遣し取材した記事を掲載。記事や写真、動画をウェブサイトやSNSで公開し、生産者や農産物の魅力を分かりやすく伝えています。

ウェブコンテンツ以外にも、写真展の開催、ポップアップストア、ECサイトでの販売、バイヤーとの商談会など多彩な関連事業を展開し、消費者と生産者を結び、消費拡大に向けた取り組みを続けています。



#29 「お父さん、うちの野菜おいしいよね」 一娘の言葉で目覚めた後継者の意識

フロンティアファーマーズ | 生産者のストーリー
2021年8月30日 09:09

きゅうり農家
松井弘信さん

まだ夜が明けきらぬ7月のとある日の午前5時。郡山市三穂田町のきゅうり農家、松井弘信さんの納屋を訪ねると、山積みされた獲れたてのきゅうりを箱詰めする松井さんの姿がありました。

「一番早い時期には夜中の2時から箱詰め作業をしています。」

手を休めることなく一本ずつ丁寧にきゅうりを箱に運びながら、松井さんがそう教えてくれました。最盛期には1日に2度収穫し、睡眠時間は3時間ほどしか取れない日もあるといいます。松井さんを始めとする多くのきゅうり農家のみなさんのこの努力のおかげで、スーパーには毎日新鮮なきゅうりが並び、わたしたちの食卓へと届きます。



ライターとカメラマンが生産者を取材



フロンティアファーマーズマルシェ開催

(2) 本市を取り巻く動き

ア 果樹農業6次産業化プロジェクト



ふくしま逢瀬ワイナリー



ワイナリー内醸造施設



公益財団法人三菱商事復興支援財団（以下「復興財団」という）と郡山市は、東日本大震災以降、急激に減速した本市を含む福島県果樹農業の復興に向け、果実の生産から加工、販売を一連のものとして運営する新たな事業モデルの構築を目指し、2015（平成27）年2月に連携協定を締結しました。

この協定に基づき復興財団は、同年10月に市内逢瀬町に「ふくしま逢瀬ワイナリー」を建設し、市内・県内の桃・梨・りんごを使ったリキュール類のほか、ワインの製造に取り組み、2016（平成28）年3月に初出荷されました。

市では、これまでほとんど栽培されていなかったワイン用ブドウの産地形成を進めており、このプロジェクトに賛同した市内の生産者の皆さんが「郡山地域果実醸造研究会」を結成し、2019（平成31）年3月には郡山産ブドウだけで醸造した郡山産ワイン「Vinde Ollage（ヴァン デ オラージュ）」が完成、販売されました。

2025（令和7）年4月からは新たな運営事業者へ継承され、福島県産の果実酒やワインがブランドとなり、地場産業の振興につながるとともに、観光の拠点として交流人口の増加による地域活性化も期待されています。

ふくしまワイナリーフェスの開催



イベントの様子

ふくしま逢瀬ワイナリーにおいて地域が一体となったイベントを開催することで、市内外へふくしま逢瀬ワイナリーをPRし、認知度やイメージの向上を図っています。また、市民の皆様に「郡山産ワイン」をPRし、果樹農業6次産業化の推進を図ります。ふくしま逢瀬ワイナリーと地元逢瀬町を中心とした地域との連携・協力関係を構築することも目的の一つです。

イ 農産物直売施設

2021（令和3）年3月、ＪＡ福島さくらの農産物直売施設「あぐりあ」が、市内安積町にオープンしました。「あぐりあ」という名称は、農産物（アグリカルチャープロダクト）とのめぐりあい、地名の安積（あさか）から名付けられたもので、「農産物直売所とレストラン、ドライブインを通して農業と地域の活性化を図る」施設を目指しています。ＪＡ福島さくらがカバーするエリア内3市8町2村（郡山市、田村市、いわき市、三春町、小野町、浪江町、大熊町、双葉町、富岡町、楮葉町、広野町、川内村、葛尾村）を中心とした地元の野菜や果物、総菜、米、鮮魚、精肉等を取り扱う農産物直売所とともに、地元食材を使った料理が楽しめるレストランや、休憩や交流の場として使用できるコミュニティスペースを併設し、大型バス専用駐車場も完備しています。



この他にも現在、郡山市内には「愛情館」や「ベレッシュ」など12の朝市・直売所が運営されており、消費者と生産者を結ぶ拠点として、地域の食文化や新鮮な情報を発信すると共に、農業者の所得向上へ販売力の強化等、大きな役割を担っています。

ウ 学術連携

（ア）国立大学法人福島大学

福島大学と本市は、2013（平成25）年11月に福島大学経済経営学類・大学院経済学研究科と連携協定を、2019（平成31）年4月に福島大学食農学類と連携協力に関する覚書を締結しました。

2013（平成25）年度から主に農業者を対象とした公開授業を継続的に開催し、大学が持つ研究知見を学ぶ機会を提供、2019（平成31）年度からは学生と教員により地域農業の課題解決を目指す農学実践型教育プログラムを実施し、本市における農業、食品産業等の発展及び振興を目指しています。



農学実践型教育プログラム

(イ) 国立大学法人東京農工大学

東京農工大学大学院農学研究院と本市は、本市の農林水産業の振興や環境に配慮した地域活性化を目指し、同校が本市の農林水産資源及び教育施設を活用した研究を通し、人材の育成などに寄与する連携協定を 2017（平成 29）年 1 月に締結しました。

2017（平成 29）年度から、市内小学生のスーパーアグリサイエンススクールの開催や東南アジア等の留学生に冬のこおりやまで雪遊びやもちつきを体験しながら農家民宿に宿泊し、地域住民との交流を図る事業を実施してきました。

また、2022（令和 4）年度からは、サイエンススクール NOKO に名称を改め、対象を中学生と高校生に拡大しました。さらに、地域のさまざまな課題を解決するため、特定課題研究事業を実施し、地域社会の発展と人材育成を図っています。



2025 年サイエンススクール NOKO
（旧根木屋小学校）

エ こおりやま産業博

こおりやま産業博は、2015（平成 27）年から開催している郡山の商業・工業・農業・観光・福祉・文化が一堂に会する総合展示会です。産学金官のさらなる連携強化を目指すとともに、出展事業者の販路拡大や新規事業開拓を支援する様々なプログラムを実施しています。



第 10 回目の開催となった 2025（令和 7）年度のこおりやま産業博は 150 を超える出展者、2 日間で 20,000 人を超える来場者がありました。

オ 農福商工連携推進事業

こおりやま広域圏内の農業・福祉・商業・工業等の事業者情報を掲載した、「こおりやま広域圏農福商工連携企業・団体ガイドウェブサイト」は、各事業者のシーズやニーズを掲載し、産業の垣根を超えた事業者間連携や新たな販路開拓、新結合による高付加価値化、地域経済の活性化を目指しています。

また、2025（令和7）年度からは新たに農福商工連携イノベーション推進補助金を創設し、掲載事業者間のマッチングによる新商品やサービスの開発と販路開拓を支援しています。



企業・団体ガイドウェブサイト
はこちらからご覧ください。



× Link-F

2025（令和7）年度採択の安田農園×リンクエフ株式会社
：地下水を有効活用したいちご最適栽培設備

第3章 基本方針と目指す方向性

本市を取り巻く社会情勢や生産者等との意見交換から明らかになった課題等を踏まえ、計画推進のための基本方針を下記のとおりとして、目指す方向性を実現するために関係する機関・団体が一体となって施策を推進します。

1 基本方針

「新結合」により稼ぐ力を高め
付加価値創造型の地方経済の創出
～ 農商工等連携の強化 ～



本市の豊かな農林水産資源を農商工の分野を超えて組み合わせること
で、そのポテンシャルを最大限に引き出し、新たな付加価値を創造する取
り組みにより、自立的かつ継続的に「稼げる」地域経済を目指します。

2 目指す方向性

(1) 人・連携づくり

農商工業者間の交流機会の創出、福島県と連携した人づくり

J A福島さくらと商工会議所・地区商工会間の情報共有、交流をはじめとした市内農
商工業者の情報共有、交流機会の確保に努めます。また、県の事業を積極的に活用しマ
ーケットインの視点を備えた人材育成を図ります。

(2) モノづくり

マーケットインの視点と郡山の強みを生かした商品づくり

農林水産物そのものの力を生かすとともに、マーケットイン視点のもと販売先を見据
え、市場ニーズへの感度の高い流通・販売事業者と生産・加工に携わる人々の連携によ
り、新たな付加価値をつけて安定的に魅力的な商品を生産します。

(3) 販路拡大

地域内利用推進、「連携して稼ぐ力」、「外から稼ぐ力」の強化

直売所や地元スーパー等における地産地消の拡大を図るとともに、支援機関の連携の
下、国内の販路開拓、輸出・海外展開の重層的な支援を行い、地産外商に取り組みます。
さらには、インバウンドと連動した特産品や地元農林水産物の消費拡大を図ります。

郡山市6次産業化・農商工等連携推進計画 概要

基本方針

「新結合」により稼ぐ力を高め
付加価値創造型の地方経済の創出
～ 農商工等連携の強化 ～

本市の豊かな農林水産資源を農商工の分野を超えて組み合わせることで、そのポテンシャルを最大限に引き出し、新たな付加価値を創造する取り組みにより、自立のかつ継続的に「稼げる」地域経済を目指します。



目指す方向性

1 人・連携づくり

JA福島さくらや商工会議所・地区商工会をはじめとした農商工業者間の交流機会の創出、福島県と連携した人づくり

JA福島さくらと商工会議所・地区商工会の情報共有、交流をはじめとした市内農商工業者の情報共有、交流機会の確保に努めます。また、県の事業を積極的に活用しマーケットインの視点を備えた人材育成を図ります。

2 モノづくり

マーケットインの視点と郡山の強み生かした商品づくり

農林水産物そのものの力を生かすとともに、マーケットイン視点のもと販売先を見据え、市場ニーズへの感度の高い流通・販売事業者と生産・加工に携わる人々の連携により、新たな付加価値をつけて安定的に魅力的な商品を生産します。

3 販路拡大

地域内利用推進、「連携して稼ぐ力」、「外から稼ぐ力」の強化

直売所や地元スーパー等における地産地消の拡大を図るとともに、支援機関の連携の下、国内の販路開拓、輸出・海外展開の重層的な支援を行い、地産外商に取り組みます。さらには、インバウンドと連動した特産品や地元農林水産物の消費拡大を図ります。

具体的施策

1-1 人材の育成（県事業の積極的活用）

- (1) 6次産業化・農商工等連携を担う実践者の養成（6次化創業塾）
- (2) 戦略的事業展開の推進（専門家派遣等）
- (3) 成功事例の創出

1-2 連携づくり

- 重点** (1) JA福島さくらと商工会議所・地区商工会の情報共有、交流をはじめとした農商工間の交流促進
- (2) 福島県地域産業6次化ネットワークの活用
- (3) 情報交換・共有するプラットフォーム形成
- 重点** (4) 多様な「新結合」の創出による経済活性化（農福商工連携イノベーション推進補助金）

1-3 情報の共有化

- (1) 各種支援事業の情報提供
- (2) こおりやま広域圏連携の推進（農福商工連携企業・団体ガイド）
- (3) 資金調達等の支援

2-1 安定的生産

- (1) 魅力ある商品開発に向けた原材料供給および生産体制の強化

2-2 市場競争力を有する商品づくりの推進

- 重点** (1) 市場ニーズへの感度の高い流通・販売事業者の意見を重視したマーケットインの視点による売れる商品の開発支援
- (2) 生産・加工の地域内完結による高付加価値化の推進
- (3) 外貨を稼ぐ力を高める商品開発支援
- (4) コト消費（体験消費）による農林水産物の価値の創出

2-3 ブランド力の強化

- (1) 優良商品の情報共有
- (2) 商品等知財の活用

3-1 地域内利用の推進

- (1) 地元産食材の利用促進
- (2) 直売所における地産地消の促進

3-2 販路拡大対策の強化

- 重点** (1) 販路拡大に向けた商談機会の充実（こおりやま産業博・こおりやま広域圏農産物等輸出創出事業・海外交流販路開拓支援事業等）
- (2) ウェブやSNS他メディアを有効に活用した販路拡大支援
- (3) 食の安全・安心の対応及び啓発
- (4) JETRO 等と連携した輸出・海外展開の一体的な支援（郡山市輸出・マーケティング戦略研究会（仮称）等）

3-3 飲食業や観光等関連分野との連携強化

- (1) 「食」をテーマとした着地型観光の推進
- (2) 観光資源を活用した特産品の販売促進
- (3) 旅館・ホテル、飲食施設等地域の農林水産物の活用推進
- (4) 関連分野との連携による新たな価値の創出促進

推進体制

JA福島さくらや商工会議所・地区商工会の関係団体や県をはじめとした関係機関と連携しながら、6次産業化・農商工等連携を強力に推進します。

第4章 推進方策

1 人・連携づくり

農商工業者間の交流機会の創出、福島県と連携した人づくり

J A 福島さくらと商工会議所・地区商工会の情報共有、交流をはじめとした市内農商工業者の情報共有、交流機会の確保に努めます。また、県や学術機関と連携しマーケットインの視点を備えた人材育成を図ります。

(1) 前計画の検証 ～人づくり～

大学連携講座受講人数については、ほぼ計画どおりの受講者数となりましたが、今後も、農業、食品産業等の発展及び振興のため福島大学との連携による人材育成を図るとともに、市民ニーズに合わせたカリキュラム作りを行う必要があります。

6次産業化活動者数については、会員数は増加しており、継続して会員を増加させるとともに、成功事例の周知や農商工等事業者間の情報交換・交流の促進による、6次産業化の活性化が必要となります。

【第2期郡山市6次産業化推進計画の評価と検証（一覧）】

指標	計画時 2020年度	目標 2025年度	現況 2024年度	進捗 状況	評価	課題
大学連携講座受講人数 (1講座当たり)	0人	70人	65人	B	ほぼ計画どおり実施し、農業理解を図った。	市民ニーズに合わせたカリキュラム作りを行う必要がある。
6次産業化活動者数	412者	500者	439者 (2023年度)	A	6次化ネットワーク会員数は微増している。	活動者数の増加のため、成功事例の周知や農商工等事業者間の情報交換・交流の促進による、6次産業化の活性化が必要である。
農産加工センター指導者 認定者数	212人	240人	232人	A	本事業は2024年度に終了。	—

※進捗状況

凡例 S：目標達成（達成率100%以上） A：8割以上達成（達成率80～99%以上）
B：5割以上達成（達成率50～79%） C：5割未満達成（～49%）

(2) 課題

ア 人材育成

- 農業は儲からないというイメージから脱却する必要があります。
- 農家人口の減少は避けられない状況にあり、魅力ある産業として認識されるよう、地域の特性を生かした効率的・安定的な農業経営を確立するため、人材の確保や就労の継続に必要な収益の安定と向上に向けた取り組みが必要です。
- 県の「ふくしま地域産業6次化戦略」によれば、6次産業化・農商工等連携の実践には、計画性のある事業展開が必要であり、戦略的な視点を持った経営体の育成が必要です。

イ 事業パートナーとの連携

- 福島県などを中心に、6次産業化・農商工等連携に取り組む農林漁業者等のネットワーク化や交流会の開催など、事業者間のマッチングを促進する環境整備が進んでいますが、6次化実践者向けに県が実施したアンケート結果によると、地域における連携したい業種・事業者の情報や交流が不足しているとの回答が多く見られます。
- 地域の農林水産資源、加工所等の情報を集約したデータベースの充実や、地域段階、全県段階で実施されている事業者交流会に加え、6次産業化・農商工連携に関するプラットフォームの充実が求められています。

ウ 支援体制

- 国・県・市等による6次産業化・農商工等連携に対する各種補助メニューがありますが、情報周知不足の点があり、広く情報発信する必要があります。

(3) 推進方策

ア 人材の育成（県事業の積極的活用）

（ア）6次産業化・農商工等連携を担う実践者の養成（6次化創業塾）

6次産業化・農商工等連携に取り組もうとする農林漁業者や製造・流通業者等に対して、経営戦略等を体系的に学ぶことができる「ふくしま6次化創業塾」を積極的に活用しながら、6次産業化を担う実践者のマーケットイン戦略等の知識・技術の高度化を図ります。

（イ）戦略的事業展開の推進（専門家派遣等）

個々の具体的な課題に応じた専門家派遣を活用し、経営管理等事業のスキルアップを図るなど、伴走型にて実践支援します。

(ウ) 成功事例の創出

中小企業と農林漁業者の双方が有する経営資源を相互に補完し合うことで、単独の取組では実現することができない新商品や新役務の開発等を成功させ、双方の成長・発展に有効となるモデル事業の創出を支援します。



福豆屋「海苔のり弁 887」

福豆屋の看板駅弁「海苔のりべん」に、郡山産最高級ブランド米「ASAKAMAI 887」をコラボレーションした駅弁。

イ 連携づくり

(ア) J A福島さくらと商工会議所・地区商工会の情報共有、交流をはじめとした農商工間の交流促進

農商工間の交流促進のため、J A福島さくらと商工会議所・地区商工会、販売事業者等の意見交換・要望のマッチングを推進します。

(イ) 福島県地域産業6次化ネットワークの活用

多種多様な事業者が交流し、実践的な活動の機能を有する福島県地域産業6次化ネットワークを積極的に活用します。

(ウ) 情報交換・共有するプラットフォーム形成

6次化商品開発のために、飲食店や小売店、農家、加工事業者などの関係者が気軽に意見交換・情報共有できるプラットフォームを形成していきます。

「ふくしまフードフェス」では、飲食店と酒蔵と農家が意見交換するプラットフォームとなっており、新メニュー開発、ビジネスマッチングの場になるなど好循環が生まれています。

また、郡山の多様な産業、商業、工業、農業、観光、福祉、文化などが一堂に会する総合展示会である「こおりやま産業博」を、6次化商品開発のためのプラットフォームとしても活用し、多様なプレーヤー間の連携強化や新たな事業創造を推進します。

加えて、福島県が運営する「ふくしまフードラボ」との連携も視野に入れ、効果的な展開を模索します。



ふくしまフードフェス



こおりやま産業博

(エ) 多様な「新結合」の創出による経済活性化（農福商工連携イノベーション推進補助金）

こおりやま広域圏における事業者間のマッチングによるイノベーションの創出を目指し、2025（令和7）年度に農福商工連携イノベーション推進補助金を創設しました。市が運営する「こおりやま広域圏農福商工連携企業・団体ガイド」の掲載事業者間のマッチングと新商品・サービスの開発を目指すとともに、広域圏内での多様な産業の「新結合」を促進し、地域経済の活性化を図ります

ウ 情報の共有化

(ア) 各種支援事業の情報提供

国や県等の6次産業化等に関する各種支援制度を生産者等へ情報提供するほか、金融機関等とも連携し、事業が円滑に実施できるよう金融支援の活用を図るとともに、情報を提供します。

(イ) こおりやま広域圏連携の推進（農福商工連携企業・団体ガイド）

地方公共団体と事業者、大学、研究機関等の多様な主体が広域的に連携し、新たな商品・サービスの開発と販路拡大等を目指します。市が運営する「こおりやま広域圏農福商工連携企業・団体ガイド」により、農業、福祉、商業、そして工業といった産業の垣根を超えた連携を促進します。



(ウ) 資金調達等の支援

挑戦される生産者に対し、金融機関、商工団体等と連携して、資金調達を支援するほか、クラウドファンディング（※取組活動をインターネット等で掲載、告知し、活動への想いに共感する方々から支援を集める方法）等の取組に対する広報周知をサポートします。

【数値目標】

No.	指標	現況（年度）	目標	目標年度
1	大学連携講座受講人数 （1 講座当たり）	65 人 （2024 年度）	70 人	2029 年度
	[解説] 地域の核となるキーパーソンを養成するため、福島大学や東京農工大学等連携協定学術機関のプログラムを活用した講座を開催し、生産者や消費者等に学ぶ機会を提供します。			
2	6 次産業化活動者数	170 者 （2025 年 7 月）	200 者	2029 年度
	[解説] 6 次産業化に取り組もうとする人を応援する「県中地方・地域産業 6 次化ネットワーク」の会員のうち、本市の会員数を指標とします。同ネットワークは地域産業の 6 次化に関心と意欲のある方はどなたでも会員になることができ、会員数を増加させることで、人材の育成につながると考えます。			

2 モノづくり

マーケットインの視点と郡山の強みを生かした商品づくり

農林水産物そのものの力を生かすとともに、マーケットイン視点のもと、販売先を見据え、市場ニーズへの感度の高い流通・販売事業者と生産・加工に携わる人々の連携により、新たな付加価値をつけて安定的に魅力的な商品を生産します。

(1) 前計画の検証 ～モノづくり～

六次産業化・地産地消法の総合化事業計画は、農林漁業者が農林水産物等の生産及びその加工又は販売を一体的に行う事業活動計画を農林水産大臣に申請し、認定されることで各種支援が受けられることから、計画策定にあたり事業者への支援に併せて、事業の周知や成功事例紹介等による啓発活動の強化が必要です。

農商工連携により創出された商品については、こおりやま食のブランド推進協議会を中心に商品が創出され、累計数としては17品となりましたが、製造中止になった商品もあることから、マーケットインの視点による商品開発が必要です。

【第2期郡山市6次産業化推進計画の評価と検証（一覧）】

指標	計画時 2020年度	目標 2025年度	現況 2024年度	進捗 状況	評価	課題
六次産業化・地産地消法の総合化事業計画の認定数（累計）	2事業	3事業	2事業	B	6次産業化による経営改善等の計画作成に至らなかった。	事業周知や成功事例紹介等による啓発やモデル事業が必要である。
農商工連携により創出された商品数（累計）	10品	13品	17品	S	こおりやま食のブランド推進協議会を中心に商品が創出された。	製造中止になった商品が多々あり、マーケットインの視点での商品開発が必要である。

※進捗状況

凡例 S：目標達成（達成率100%以上） A：8割以上達成（達成率80～99%以上）
B：5割以上達成（達成率50～79%） C：5割未満達成（～49%）

(2) 課題

ア 原材料の生産・提供

- 本市産の農林水産物は、特産品としての活用が十分ではない状況が見られます。
- 加工業者や販売業者からは、安定的な生産量を求められており、特定の目的を持った加工用農産物の栽培などに取り組むことも必要です。
- 果樹農業6次産業化で取り組むワイン用ブドウの生産は、市内の広範囲に広がっており、気象条件が異なることから、品質の均一化や効率的な管理が求められています。

イ 加工・販売体制

- 県の「ふくしま地域産業6次化戦略」によれば、6次化商品の生産・製造について、県外での加工に頼らざるを得ない場合もあることから、加工業者とのマッチング強化等による県内での生産体制の強化が必要とされています。
- HACCP義務化の法令に基づき、生産者だけでなく、販売・流通事業者にとっても6次化商品の製造工程における安全管理の徹底に対する取り組みが求められています。
- 農業の課題である人手不足の解消や商品品質の安定化を目指すため、DXを活用した新技術導入の検討が必要です。
- これまで本市で取り組んできた、農商工連携により創出された商品も製造中止となったものが多く、マーケットインの視点を持った商品開発が求められています。

ウ ブランディング

- 県の「ふくしま地域産業6次化戦略」によれば、6次産業化・農商工等連携実践者の商品開発に当たって、マーケティング調査やブランディング、コンセプト設計、出口戦略の検討不足が課題として挙げられており、販売店舗からは地域の特徴やストーリー性のある商品が求められていることから、売れる商品の開発に向け、マーケットインの考え方に基づき、消費者のニーズを的確に捉えるとともに、本市ならではのストーリー性や話題性のある商品開発の強化が必要です。
- 今後もインバウンド消費が増えることが想定されることから、高まるインバウンド需要の機会を捉えた商品開発や効果的な広報戦略を立てる必要があります。

(3) 推進方策

ア 安定的生産

(ア) 魅力ある商品開発に向けた原材料供給および生産体制の強化

地理的表示（G I）保護制度の対象となった「阿久津曲がりねぎ」や、「御前人参」をはじめとした郡山ブランド野菜、日本有数の生産量を誇る鯉、郡山の梨、布引大根など、本市には素材自体においてブランド価値の高い農林水産物があり、直売所や地元スーパーの需要に応えられるよう、安定生産体制を強化します。



阿久津曲がりねぎ

イ 市場競争力を有する商品づくりの推進

(ア) 市場ニーズへの感度の高い流通・販売事業者の意見を重視したマーケットインの視点による売れる商品の開発支援

商品自体の品質はもとより、ストーリー性やネーミング、パッケージデザインを含め、購買層のニーズを意識した売れる商品づくりのため、市場ニーズへの感度の高い流通・販売事業者の意見を重視し、県の事業である「ふくしま地域産業6次化サポートセンター」や新商品開発への支援事業等を活用しながら、テストマーケティングを行いマーケットインの視点を大切にした売れる商品の開発を支援します。

(イ) 生産・加工の地域内完結による高付加価値化の推進

農林水産物を市内や県内で生産・加工し地域内完結することは、輸送コスト等の削減をはじめ、付加価値が高まることも見込まれることから、「ふくしま・地域産業6次化ネットワーク」や金融機関の情報を活用し、生産・加工の地域内完結を推進するとともに、一次加工品にも注目し、生産者や加工業者を含めた連携により高付加価値化を目指します。

(ウ) 外貨を稼ぐ力を高める商品開発支援

輸出及びインバウンド消費を視野に入れ、外国人に売れるパッケージ開発や現地の嗜好、賞味期限の延長等、既存商品のブラッシュアップも含めた商品づくりを支援します。

(エ) コト消費（体験消費）による農林水産物の価値の創出

農村の持つ自然や食文化を活用した体験プログラムであるグリーンツーリズムをはじめ、酒蔵、発酵ツーリズムなど農業や食の魅力体験により農林水産物の価値の創出を図ります。インバウンドに関しては、どの地域をターゲットにするかによって求められる体験が大きく変わることから、ターゲット国に応じた体験の整備PRを図ります。

ウ ブランド力の強化

(ア) 優良商品の情報共有

県オリジナルの共通ブランド「ふくしま満天堂」の商品をはじめ、優れた品質やデザイン、ストーリー性等を持つ優良商品の事例について、6次産業化・農商工等連携へ取り組む事業者へ情報提供し共有化を図ることで、本市6次産業化・農商工等連携全体のレベルアップを図ります。

(イ) 商品等知財の活用

福島県発明協会をはじめとした専門家の方々と連携しながら、商品のロゴ・ネーミングなどを考案し、商標権や意匠権等の知的財産の取得を支援するほか、ブランドを活用した販売戦略をサポートします。



アルファ電子(株)「うみめん UMAIMEN」
福島県産米を原料とした無添加でグルテンフリーの米粉麺。
商品化において「うみめん UMAIMEN」の商標登録を取得したり、
大学等と連携し成分分析やレシピ開発などを行った。

【数値目標】

No.	指標	現況（年度）	目標	目標年度
1	六次産業化・地産地消費の総合化事業計画の認定数（累計）	2 事業 (2024 年度)	3 事業	2029 年度
	[解説] 「総合化事業計画」とは、農林漁業者が農林水産物等の生産及びその加工又は販売を一体的に行う事業活動計画を農林水産大臣に申請し、認定されることで各種支援が受けられます。本市では、2012 年に(株)エコファームジャパンが、2020 年にベリーズパークがそれぞれ認定を受けています。			
2	農商工連携により創出された商品数（累計）	17 品 (2024 年度)	21 品	2029 年度
	[解説] 農業と地域の食品関連業界等との連携により創出された新商品。例としてこれまで、ライズカカオや海苔のり弁 887 等が創出されています。			

3 販路拡大

地域内利用推進、「連携して稼ぐ力」、「外から稼ぐ力」の強化

直売所や地元スーパー等における地産地消の拡大を図るとともに、支援機関の連携の下、国内の販路開拓、輸出・海外展開の重層的な支援を行い、地産外商に取り組みます。さらには、インバウンドと連動した特産品や地元農林水産物の消費拡大を図ります。

(1) 前計画の検証 ～マーケットメイキング（市場づくり）～

郡山市内農産物直売所売上額は、新鮮さや生産者の顔が見える農産物への関心が高まる中、年々増加しており、今後も増加が見込まれます。一方で、大型の施設以外の直売所については、販売額が横ばいとなっており、会員の減少も課題となっています。

ふるさと納税制度の返礼品寄付額について、注目度が高まっており、年々増加しております。

輸出品目数はバイヤー向け展示会での出品も含め 11 品目と目標を大きく超える結果となりましたが、輸出国はベトナム、アメリカ、イギリス、シンガポールの 4 か国に留まりました。今後は輸出国を増加させるため、新たな輸出国のマーケット調査が必要となります。

指標	計画時 2020 年度	目標 2025 年度	現況 2024 年度	進捗 状況	評価	課題
郡山市内農産物直売所 売上額	25 億円	30 億円	33.7 億円	S	農産物直売所に対する需要が高く、売上額は年々増加している。	会員の減少等により閉鎖する朝市（直売所）等もみられる。
ふるさと納税郡山産農産物使用返礼品寄附額	4,465 千円	5,000 千円	23,398 千円 （農産加工品に限る）	S	ふるさと納税制度の返礼品寄附額は、注目度が高まり、年々増加している。	本市ふるさと納税額の増加が期待されている。
輸出品目数 輸出国数	5 品目 3 か国	9 品目 6 か国	11 品目 4 か国	S B	バイヤー向け展示会での出品も含め 11 品目となった。また、輸出国は 4 か国に留まった。	輸出国数を増加させるため、新たな輸出国のマーケット調査が必要である。

【第 2 期郡山市 6 次産業化推進計画の評価と検証（一覧）】

※進捗状況

凡例 S：目標達成（達成率 100%以上） A：8割以上達成（達成率 80～99%以上）

B：5割以上達成（達成率 50～79%） C：5割未満達成（～49%）

（2）課題

ア 出口戦略

- これまでの6次産業化商品の開発は、出口（販売先）がないまま製造し、製造中止となる状況が見受けられるため、商談機会の充実や効果的にPRできる取り組みが必要です。
- 商品開発の時から消費者や小売業との連携を強化し、マーケットインの視点を大切にしながら品質を高める必要があります。

イ 観光等との連携

- インバウンド観光客を対象とした、お土産等を買いたいニーズに対応した郡山産品を中心とする購入機会の十分な提供が必要です。
- 地域性豊かな食材を使用した郷土料理の提供や、伝統文化を活用した体験サービスの開発など、食資源を活用した観光地としての魅力の向上が求められています。
- グリーンツーリズムや農家民宿などの取り組みが進められていますが、原発事故による風評や受入れ施設の減少などにより、受入人数の落ち込みが見られます。
- 地域における伝統や技術を受け継ぐため、地域づくりと連携した研修会などの機会が必要です。
- 磐梯熱海温泉等、観光地との連携を強める必要があります。

ウ 健康・安全・安心

- 震災からの時間経過を踏まえ、福島県産品の安全・安心に対する取り組みの情報発信を工夫する必要があります。
- 次世代の消費者（子どもたち）に対して、「食」に関する知識と、バランスの良い「食」を選択する力を身に付けさせるため、地産地消の理解を深めるため、授業、給食などを通じた食育を進める必要があります。

（3）推進方策

ア 地域内利用の推進

（ア）地元産食材の利用促進

地域において関係者が連携し、地域自給力向上及び食の安全保障の視点に立って、学校給食や社員食堂等における加工品も含めた地元産食材の活用を促進するとともに、市民への理解を図ります。併せて、地元スーパー等における地域産品取扱いの拡大に向けた契約栽培等による郡山産食材の定期的な販路のマッチングに努めます。



フロンティアファーマーズ
「こおりやま広域圏産地視察ツアー」

(イ) 直売所における地産地消の促進

生産者と消費者の顔の見える信頼関係を築き、地元農産物の生産・消費拡大を図ります。また、そのサービスを提供する場として農産物直売所の設置・拡充支援及びマルシェ、朝市等の周知・広報に努めます。



郡山市フェイスブック
マルシェ情報発信

イ 販路拡大対策の強化

(ア) 販路拡大に向けた商談機会の充実

(こおりやま産業博・こおりやま広域圏農産物等輸出創出事業・海外交流販路開拓支援事業等)

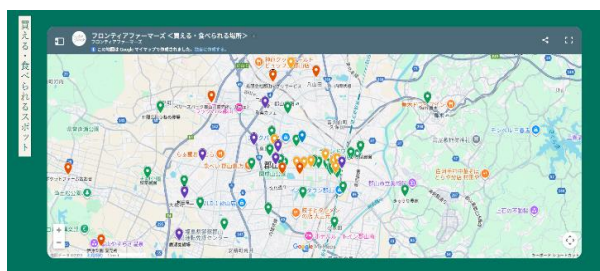
郡山の多様な産業、商業、工業、農業、観光、福祉、文化などが一堂に会する総合展示会である「こおりやま産業博」における出展支援プログラム等による商談機会の充実を図るとともに、こおりやま広域圏農産物等輸出創出事業や海外交流販路開拓支援事業における海外バイヤーの招聘や国内外展示会への出展等多様な商談機会の充実に努めます。



“日本の食品” 輸出 EXPO への出展

(イ) ウェブやSNS他メディアを有効に活用した販路拡大支援

ウェブやSNSを積極的に活用して生産者や農産物、取扱店の情報を発信し、地産地消の取組のプラットフォーム化を図ります。さらに、オンライン販売を促進するなど、さらなる販路の確保と拡大を推進します。また、農産物や6次化商品等を「ふるさと納税⁶」による返礼品として活用していきます。



ウェブサイト「こおりやまの農と食」
フロンティアファーマーズ
買える・食べられるスポット

(ウ) 食の安全・安心の対応及び啓発

食の安全・安心に対する消費者ニーズに対応するため、HACCP⁷や農業生産工程管理（GAP）、生産履歴情報（トレーサビリティ）の導入・普及を推進します。

⁶ ふるさとから離れて暮らす方のふるさとへの思いを生かすことなどを目的として、個人が自治体に寄付を行った場合に、住民税額等から一定限度額を控除する制度

⁷ 食品を製造する際に工程上の危害を起こす要因を分析し、それを最も効率よく管理できる部分を連続的に管理して安全を確保する管理手法

(エ) JETRO 等と連携した輸出・海外展開の一体的な支援

(郡山市輸出・マーケティング戦略研究会(仮称)等)

2026(令和8)年からJETRO福島をはじめ、JA福島さくら、商工会議所、商工会、生産者、食品製造業者等の有識者による郡山市輸出・マーケティング戦略研究会(仮称)を新たに設置し、農産物・食品を含めた郡山産品の輸出促進と戦略的なマーケティングに取り組みます。

また、こおりやま広域圏農産物等輸出創出事業や海外交流販路開拓支援事業の枠組みの中で、参加事業者に対し、支援機関と連携した一体的な伴走支援を行います。

ウ 飲食業や観光等関連分野との連携強化

(ア)「食」をテーマとした着地型観光の推進

地元ならではの観光素材を発掘・発信する着地型観光を推進し、地域の特産物や食文化等、農山漁村の「食」の魅力を掘り起こすとともにPRを行い、新たな観光需要の創出を図ります。

(イ) 観光資源を活用した特産品の販売促進

本市の気候・風土により生み出される本市ならではの特産品を地域の観光資源と組み合わせることでPRすることにより、特産品の販売促進や観光地としての魅力の向上を図ります。また、観光地を訪れる外国人観光客に対してもPRを図ります。

(ウ) 旅館・ホテル、飲食施設等地域の農林水産物の活用

旅館・ホテル、飲食施設等において、食文化等を含めた地域の農林水産物の活用を促進し、農林水産業と観光との連携による相乗効果を高めます。



鯉に恋する郡山プロジェクト
「鯉食キャンペーン 2025」

(エ) 関連分野との連携による新たな価値の創出促進

農林漁業体験や食文化の継承などを通じた教育分野との連携や、健康食品の開発等の福祉・医療分野との連携など、他分野との結びつきにより新たな価値を創出する取組を促進します。

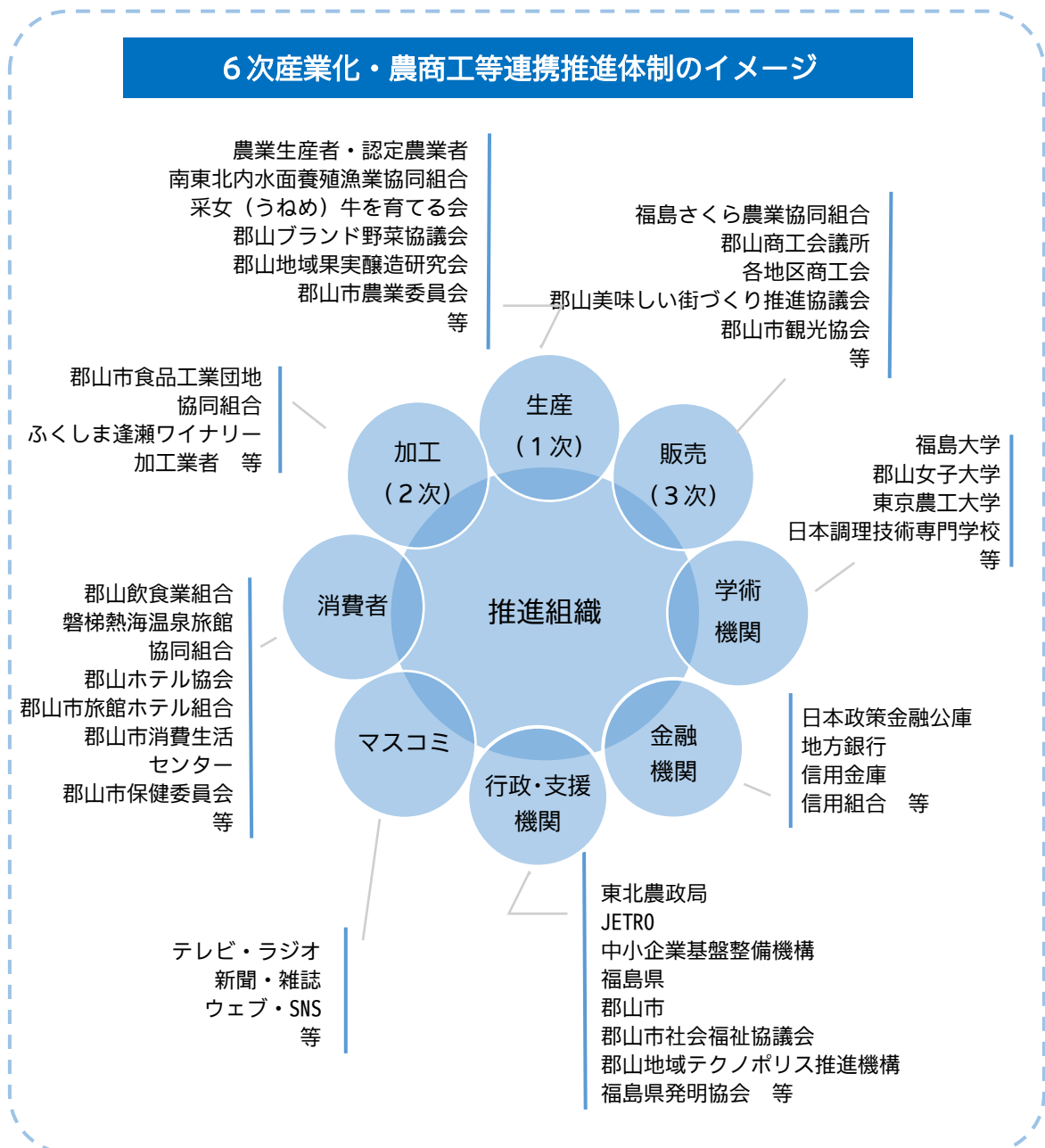
【数値目標】

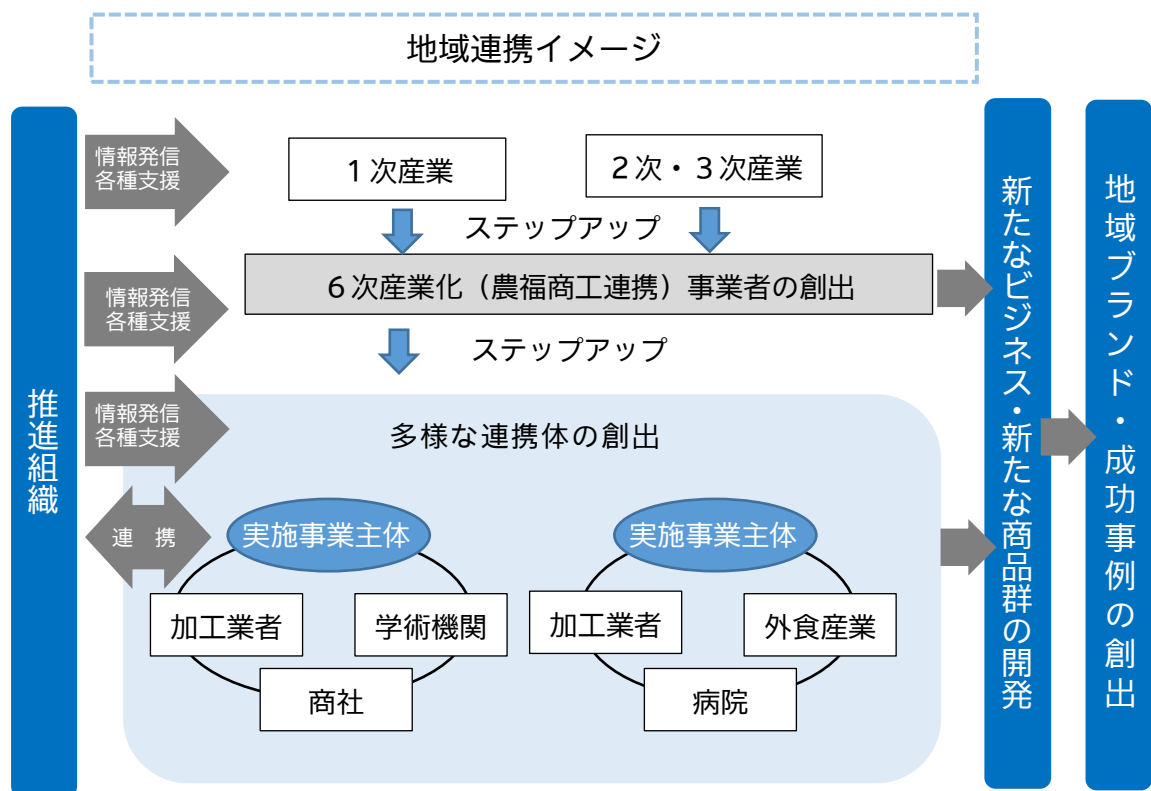
No.	指標	現況（年度）	目標	目標年度
1	郡山市内農産物直売所 売上額	33.7 億円 (2024 年度)	40 億円	2029 年度
	【解説】 農産物直売所等に出品されている農産物等の多くは、生産者の名前などが明記されており、自らのこだわりを価格に反映することができます。生産者が主体となった販売形態の拡大が販売促進につながるものと考えられます。			
2	ふるさと納税郡山産 農産物使用返礼品 寄附額	23,398 千円 (2024 年度)	28,000 千円	2029 年度
	【解説】 ふるさと納税制度において、返礼品として郡山産農産物を選択した方の寄附額の合計（単年度分）です。品目としては米、野菜、果物、肉、農産加工品など。			
3	輸出に取り組む 事業者数	約 20 社・団体 (2024 年度)	30 社・団体	2029 年度
	【解説】 輸出支援を行っているこおりやま広域圏内の輸出に取り組む事業者数。			
4	輸出成約につながった 事業者数	約 10 社・団体 (2024 年度)	15 社・団体	2029 年度
	【解説】 輸出成約につながったこおりやま広域圏内の事業者数。			

第5章 計画推進のために

1 推進体制

本計画を着実に推進していくため、J A福島さくらや商工会議所・地区商工会の関係団体や県をはじめとした関係機関と連携しながら、6次産業化・農商工等連携を強力に推進します。



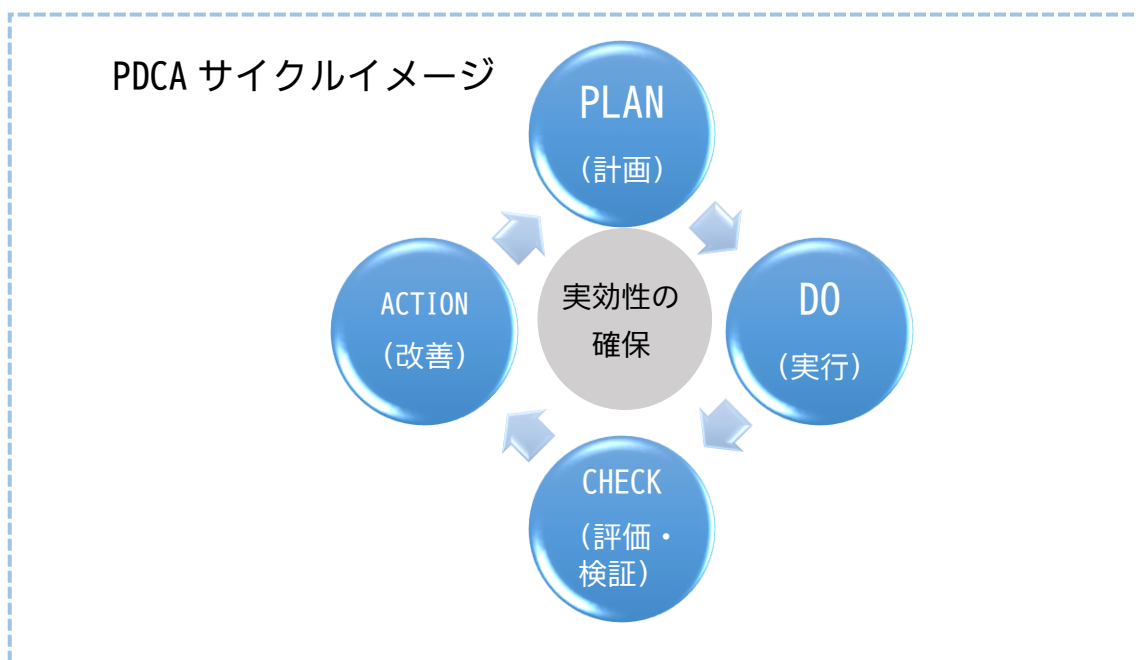


2 計画の進行管理

本計画のフォローアップは、次の方針により適切に管理するとともに、確実な実施を図ります。

【目標指標の進捗管理（PDCA サイクルの導入）】

本計画の確実な実施を図るため、年度ごとに各指標の実施状況を把握し、評価し、必要な改善措置を実施します。



資料編

郡山市 6 次産業化・農商工等連携計画策定に係る有識者懇談会

1 委員名簿

No.	氏名	所属・役職	備考
1	則藤 孝志	福島大学 食農学類 准教授	座長
2	柳田 博克	福島さくら農業協同組合 郡山統括センター 営農課 課長	
3	佐藤 綾	郡山商工会議所 中小企業相談所経営支援課 課長	
4	高原 一司	株式会社日本政策金融公庫 福島支店 農林水産事業統轄	
5	辻本 朋美	日本貿易振興機構福島貿易情報センター 所長代理	
6	大竹 秀世	有限会社ニッケイファーム 代表取締役	
7	鹿野 正道	日本調理技術専門学校 学校長	
8	小美野 直之	株式会社ヨークベニマル 青果部 マーチャンダイザー	
9	前田 慶明	アグリコネクト株式会社 取締役副社長	

※敬称略。所属・役職は 2025 年 8 月 13 日現在

2 設置要綱

郡山市 6 次産業化・農商工等連携推進計画策定に係る有識者懇談会開催要綱

令和 7 年 8 月 13 日制定

[農商工部園芸畜産振興課]

(趣旨)

第 1 条 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）第41条第 1 項及び中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律（平成20年法律第38号）第16条第 1 項の規定に基づき、本市の地域資源を活かし新たな付加価値を生み出す本市の目指すべき 6 次産業化及び中小企業者と農林漁業者とが有機的に連携し、それぞれの経営向上に向けた有効な施策の指針となる 6 次産業化・農商工等連携推進計画（以下「推進計画」という。）を策定するに当たり、有識者等から意見を聴くために開催する、6 次産業化・農商工等連携推進計画に係る有識者懇談会（以下「懇談会」という。）について必要な事項を定めるものとする。

(懇談会の役割)

第 2 条 懇談会は、次に掲げる事項について意見交換を行う。

- (1) 推進計画の策定に関すること。
- (2) 地域の農林水産物を活用した魅力ある商品及びサービスに関すること。
- (3) 新たな地域産業に関すること。
- (4) その他 6 次産業化・農商工等連携の推進に関すること。

(懇談会の構成)

第 3 条 懇談会の委員は、10人以内とし、次に掲げる者のうちから市長が依頼する。

- (1) 学識経験を有する者
 - (2) 農林水産業関係者
 - (3) 商工業関係者
 - (4) 関係行政機関の職員
 - (5) その他市長が必要と認める者
- 2 懇談会に座長を置き、委員の中から互選により選出する。
- 3 委員への依頼期間は、推進計画を策定するまでとする。

(会議)

第 4 条 懇談会の会議は、市長が招集する。

- 2 会議は、座長が進行する。
- 3 座長に事故があるとき又は座長が欠けたときは、座長があらかじめ指名する委員が会議を進行する。
- 4 市長は、必要があると認めるときは、会議に委員以外の者の出席を求め、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第 5 条 懇談会の庶務は、農商工部園芸畜産振興課において処理する。

(委任)

第 6 条 この要綱に定めるもののほか、懇談会の開催に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この要綱は、令和 7 年 8 月 13 日から施行し、推進計画を策定したときは、その効力を失う。

郡山市 6 次産業化・農商工等連携推進計画
(2026 年（令和 8 年）1 月)

■発行 郡山市

■編集 郡山市農商工部園芸畜産振興課

〒963-8601 福島県郡山市朝日一丁目 23 番 7 号

TEL：024-924-3761 FAX：024-938-3150

E-mail：engeichikusan@city.koriyama.lg.jp