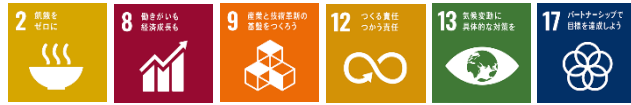


# SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



## 第 2 期郡山市 6 次産業化推進計画

(令和 4 年度～ 7 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」の考え方	4
第2章	6次産業化をめぐる情勢	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)	農業所得の低迷	6
(3)	安全・安心に対する意識の高まり	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」と「簡便」を求める消費者ニーズ	7
(3)	多様化する観光ニーズ	7
3	郡山地域産業の現状	8
(1)	1次産業（農業・漁業）	8
ア	農家数の減少	8
イ	出荷価格の未回復	10
ウ	農産物直売所	10
(2)	2次産業（食料品製造）	12
ア	事業所数・従業者数・製造品出荷額の推移	12
(3)	3次産業（商業・観光）	12
ア	商業（卸売業・小売業）の事業所数・従業者数・年間商品販売額の推移	12
イ	観光客入込数	13
ウ	グリーンツーリズム・農家民泊	14
(4)	農林水産物の輸出	14
4	郡山市6次産業化トピックス	15
(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～	15
ア	郡山産米「あさか舞」	15
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	16
(2)	本市農業を取り巻く新たな動き	17
ア	果樹農業6次産業化プロジェクト	17
イ	新・農産物直売施設「あぐりあ」	18
ウ	学術連携	18
(3)	東日本大震災からの復興に向けた対応	19
ア	風評払しょくに向けた取り組み	19
イ	生産者の姿を伝える「フロンティアファーマーズ」	20

第3章 基本方針と目指す方向性 .....	21
1 基本方針.....	21
2 目指す方向性.....	22
3 戦略品目.....	22
第4章 推進方策.....	24
1 マーケットメイキング.....	25
2 モノづくり.....	31
3 人づくり.....	37
第5章 計画推進のために .....	42
1 推進体制.....	42
2 計画の進行管理.....	43
資料編 .....	44
第2期郡山市6次産業化計画策定にかかる懇談会.....	45

# 第1章 はじめに

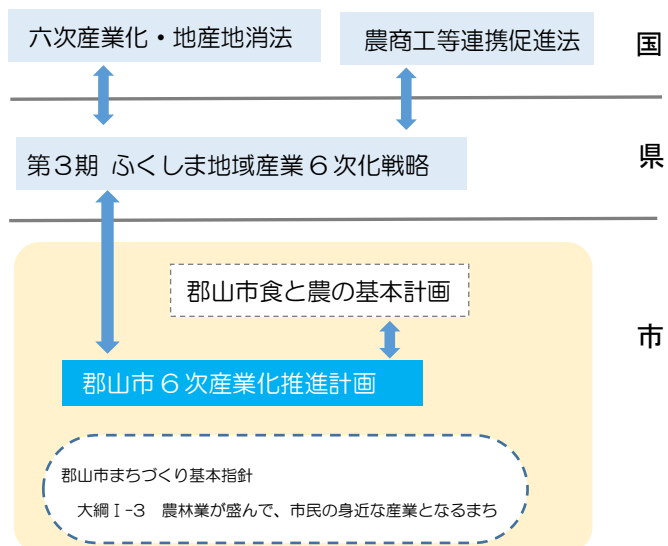
## 1 計画策定の目的

本計画は、本市の農林水産業の更なる振興に向けて、農林漁業（1次産業）と異業種（2次、3次産業）との相互参入を促進する指針として策定するものです。

地域農林水産物に新たな付加価値を生み出し、農林水産事業者の所得向上と経営安定を図り、雇用機会の創出を目指す、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、「六次産業化・地産地消費」や「農工商等連携促進法」、福島県が策定した「第3期 ふくしま地域産業6次化戦略」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「郡山市食と農の基本計画」の基本目標3「活力にあふれた豊かな農業・農村」の方針に基づき策定するとともに、「郡山市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

本推進計画期間は、事業の推進による成果が見込まれる期間として、2022（令和4）年度から2025（令和7）年度の4か年間とします。

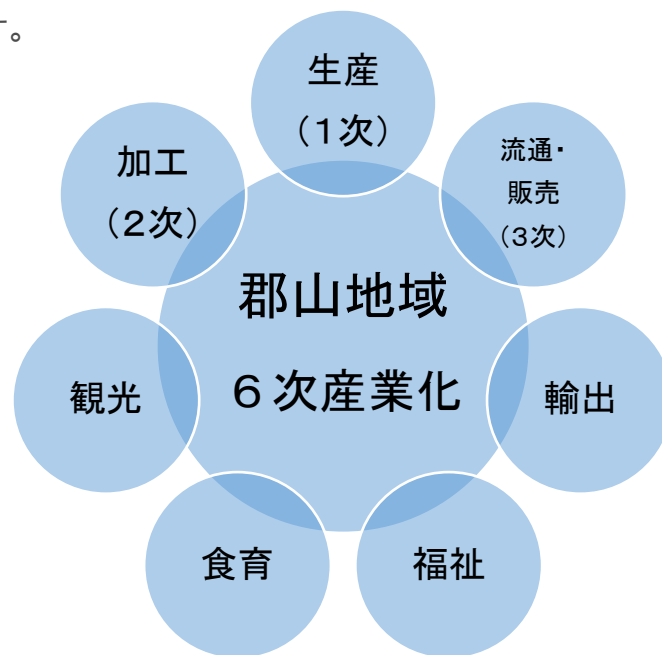
## 4 本計画における「6次産業化」の考え方

### 【農福商工連携や観光を含めた裾野の広い6次産業化】

本市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・創造する取り組みとします。

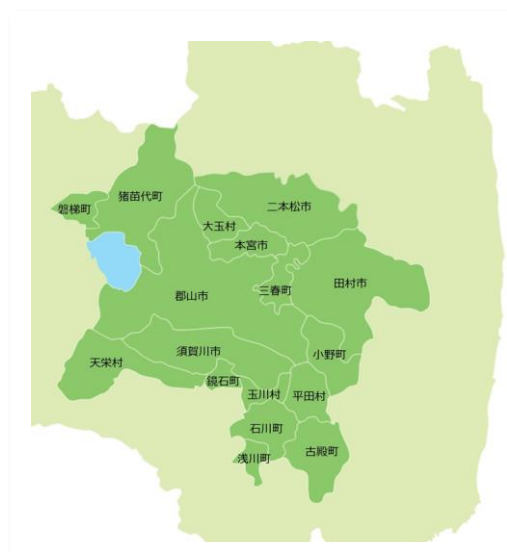
農林水産物の加工や、観光との連携による新サービスの創出、海外販路開拓の取組など、農林水産資源に新しい価値を付ける取組を幅広く含みます。

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

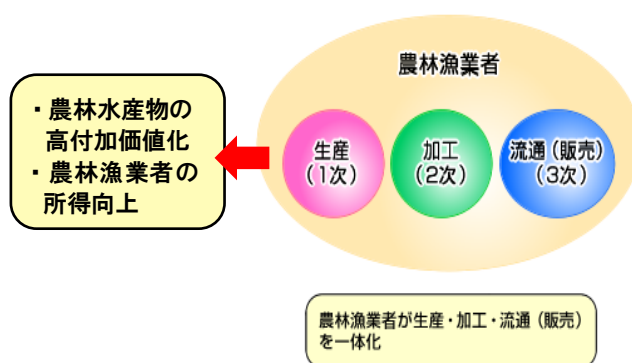
人口減少・少子高齢社会において、圏域全体の経済をけん引し圏域の住民全体の暮らしを支えるという観点から、「圏域全体の経済成長のけん引」、「高次の都市機能の集積・強化」、「圏域全体の生活関連機能サービスの向上」の3つの役割を、中心市と近隣の市町村がそれぞれ保有する資源や財産の利活用を促進し、ネットワーク化することによって、中心市と近隣の市町村がお互いにそのメリットを享受できるように連携していきます。



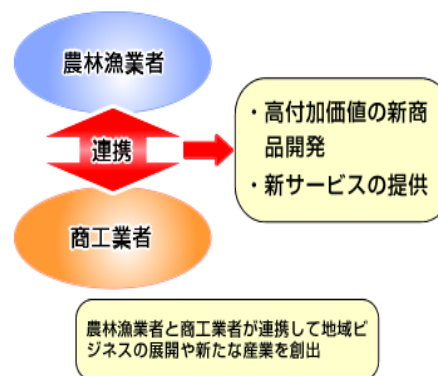
農商工連携事業は、中小企業政策の一つで、中小商工業者が農林水産業者との連携により新規事業の開発を行うことを支援する事業です。農林漁業者が主体となる6次産業化とは、法律や支援措置も異なりますが、本計画においては、「裾野の広い6次産業化」として、相互に連携・融合しながら取り組んでいきます。

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)農業改良資金融通法の特例 (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(リレ一出荷支援)等	農林漁業者等 & 中小企業者の支援 (1)(株)日本政策金融公庫による低利融資 (2)中小企業信用保険法の特例(保証限度額の拡大等) (3)農業改良資金融通法の特例 等

### 【6次産業化】



### 【農商工等連携】

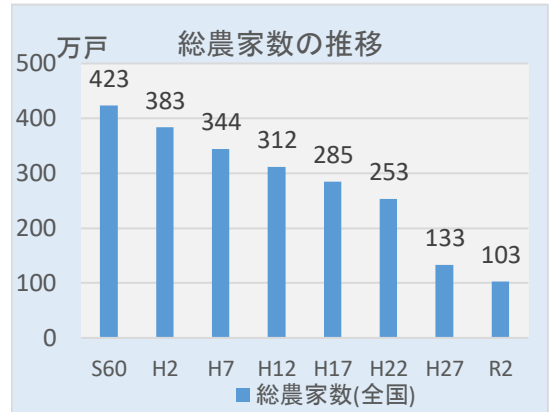


## 第2章 6次産業化をめぐる情勢

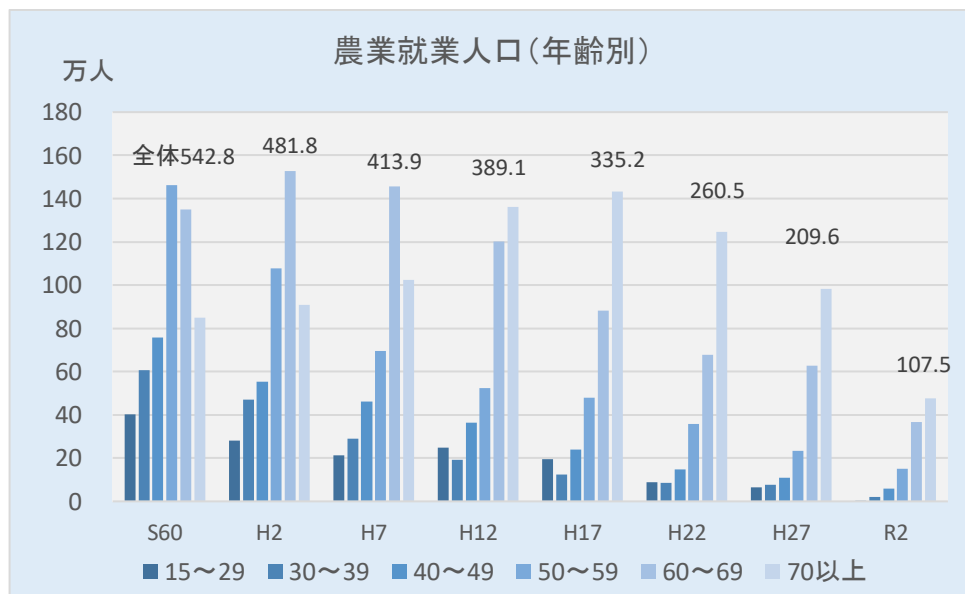
### 1 農林水産業をめぐる情勢

#### (1) 農業労働力の減少

我が国は人口減少社会に入るなか、労働力人口は1998(平成10)年の6,793万人をピークに減少局面を迎え、2030(令和12)年には6,180万人になるとの試算も示されています。農業分野では、現在、農業労働力の主力となる基幹的農業従事者が65歳以上で6割となっており、近い将来、我が国農業を支えた高齢者の多くが引退することが見込まれ、農業労働力のぜい弱化が進行しています。



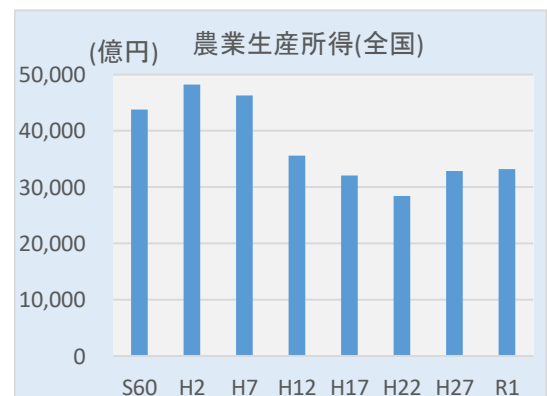
出典：農林業センサス



出典：農林業センサス

#### (2) 農業所得の低迷

農産物の価格低迷や生産資材価格の上昇等により、農業所得が減少する中、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、農山漁村に由来する様々な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

### (3) 安全・安心に対する意識の高まり

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、食の安全に対する意識が一層高まっており、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）<sup>1</sup>による信頼確保と農業生産工程管理（GAP）<sup>2</sup>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

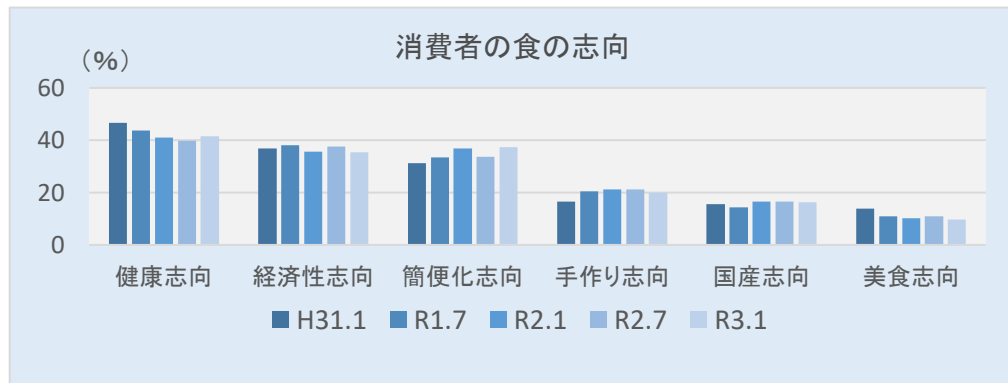
### (1) 食をめぐる国際的な情勢

新興国の経済成長に伴う需要増大などにより、食料供給は安定性を失いつつあります。また、輸入食品の増加が見込まれ、地域経済への影響が懸念されています。このことから、地産地消や食育の推進など、農山漁村を地域全体で守り、食文化の継承と食料を安定的に確保する取り組みの拡大が求められています。

2015年に国連サミットにおいて全会一致で採択されたSDGs（持続可能な開発目標）においても持続可能な農業を促進することが目標に掲げられています。

### (2) 「健康」と「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」と「簡便」を求める傾向にあることから、マーケットイン<sup>3</sup>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) 多様化する観光ニーズ

団体旅行から個人・少人数グループ主体の旅行が増え、物見遊山型から体験・滞在型観光が増加するなど、ニーズが多様化しています。これらを背景に、地域が主体となり、食や文化に対する理解を深め、観光素材として情報を発信する域型観光<sup>4</sup>の推進が求められています。

<sup>1</sup> 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

<sup>2</sup> 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。

<sup>3</sup> 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

<sup>4</sup> 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

本市では、東京電力福島第一原子力発電所の原発事故以来、農産物のモニタリング検査等を実施し、安全・安心な農産物を提供してきました。

しかし、震災から10年が経過してもなお震災前の価格水準に回復できていないなど、風評の影響は根強く、引き続き風評の払しょくと福島ブランドの回復・向上が求められています。

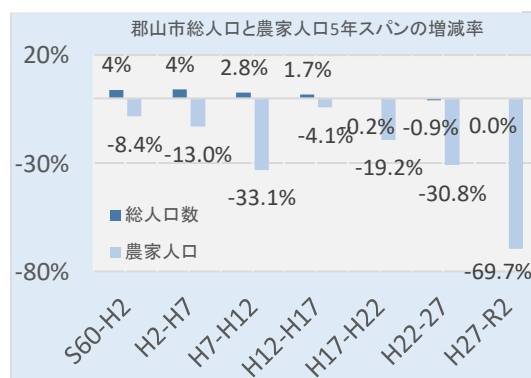
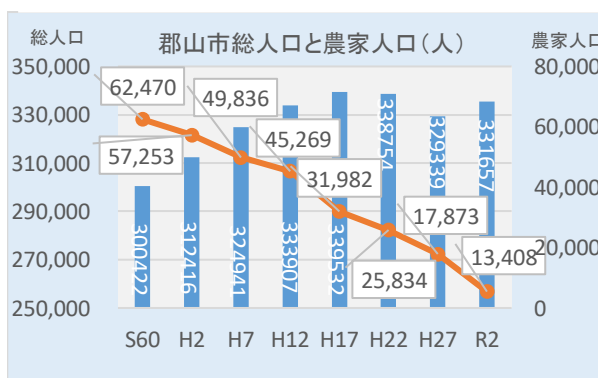
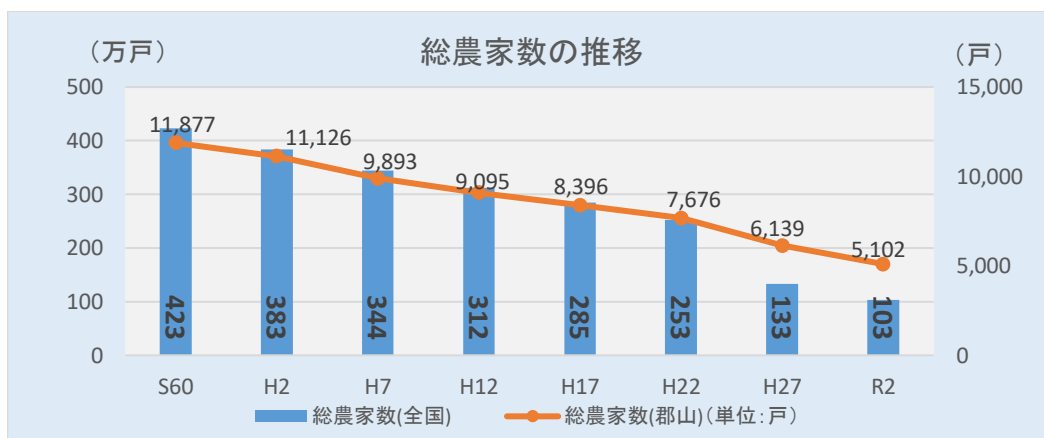
また、同様に本県への観光客は大幅に減少しました。その後、回復基調にあるものの、教育旅行やグリーンツーリズム<sup>5</sup>など、自然を生かした農村交流等の利用者が減少しており、科学的根拠に基づいた風評払しょくなどの取り組みが求められています。

#### (1) 1次産業（農業・漁業）

##### ア 農家数の減少

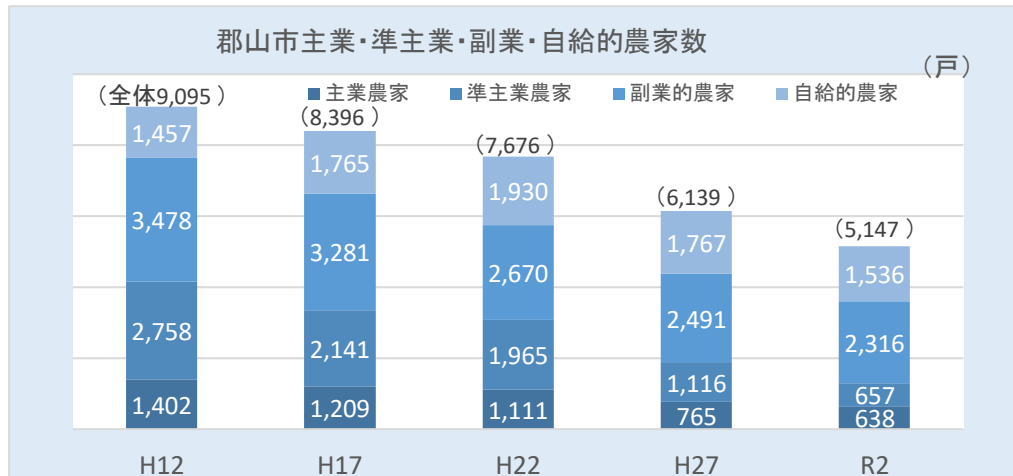
本市の農家数は減少しており、35年間で半数に減少しました。専業・兼業別の割合を見ると、専業農家はほぼ横ばいで推移し、農業所得を主とする第1種兼業農家が大きく減少、農業所得の依存度が低い第2種兼業農家の占める割合は増加しています。

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。



本ページ出典：農林業センサス

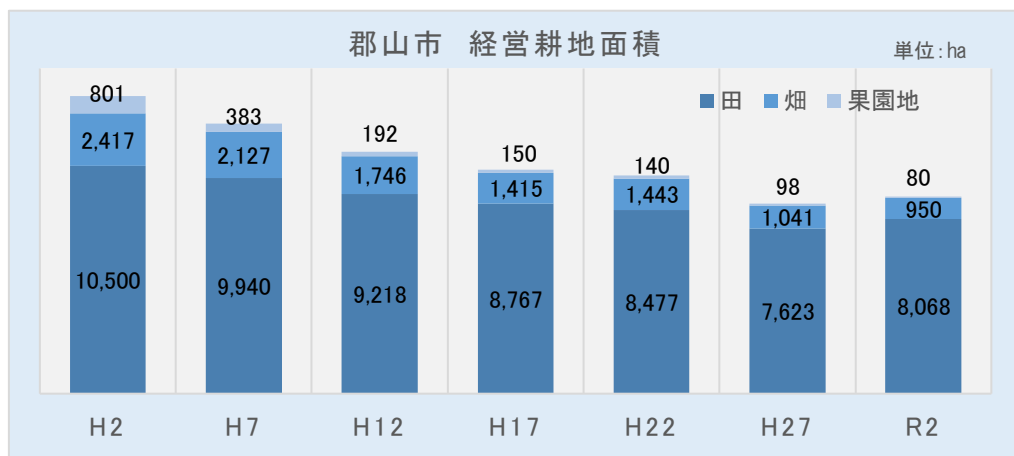
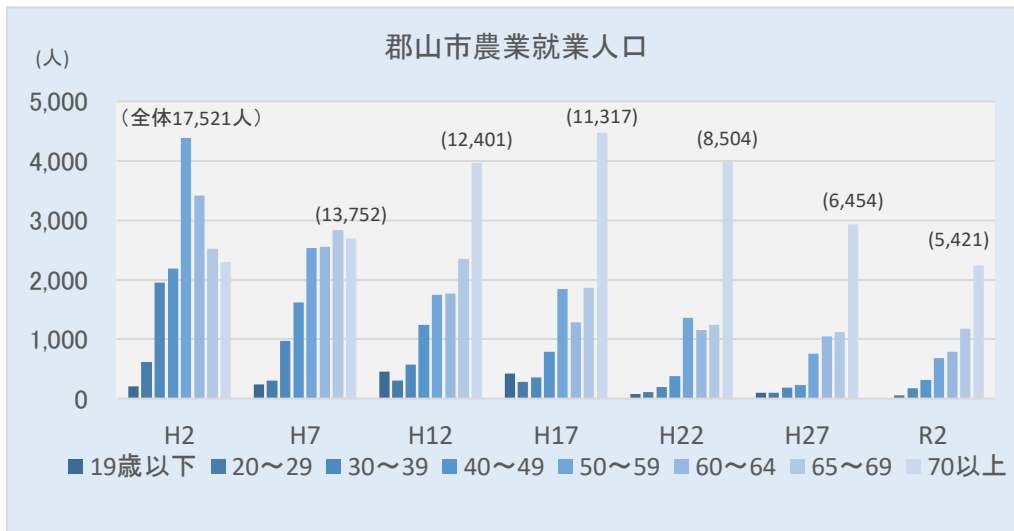
<sup>5</sup> 農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動



**第1種兼業農家.** 農業所得の方が兼業所得よりも多い兼業農家.

**第2種兼業農家.** 兼業所得の方が農業所得よりも多い兼業農家

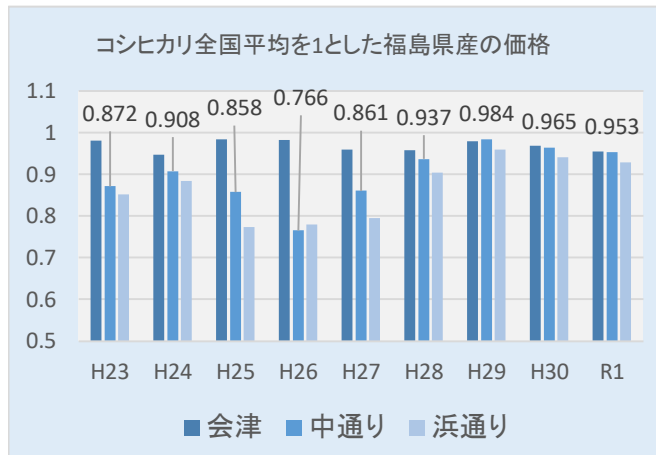
**自給的農家.** 経営耕地面積が30a未満かつ農産物販売金額が年間50万円未満



本ページ出典：農林業センサス

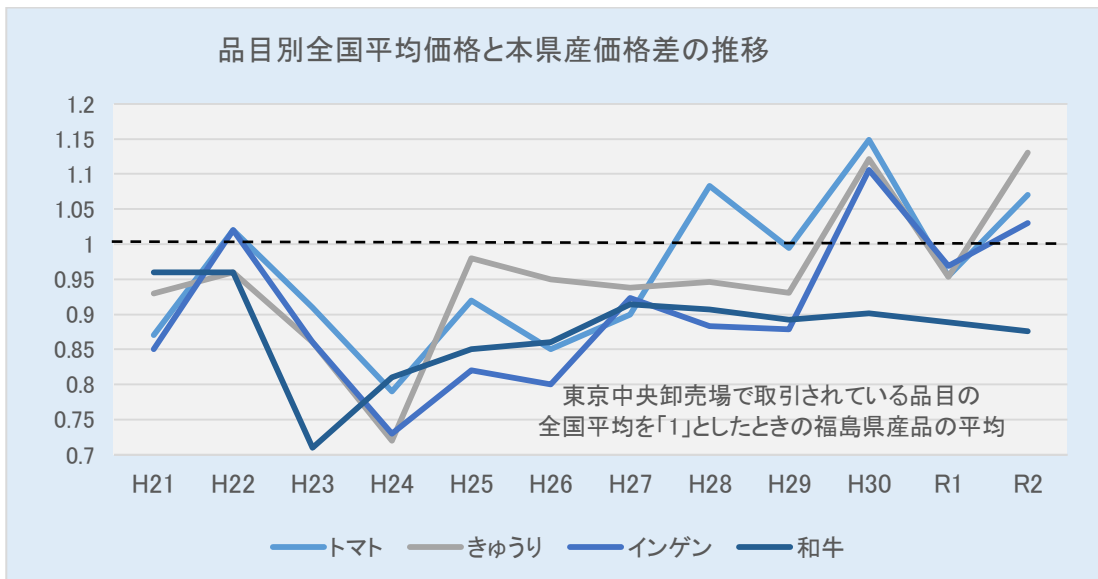
## イ 出荷価格の未回復

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。近年、消費者の米離れによって米価が下落している中、本市産米も含む福島県中通り産米の価格は、東京電力福島第一原子力発電所事故による放射性物質汚染及びその風評の影響により、下落幅が大きくなり、全国平均との差が広がってきています。



出典：農林水産省 HP

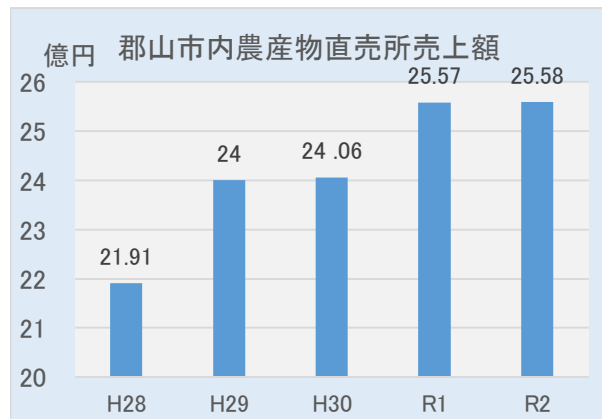
また、野菜や畜産物の出荷価格に関しても、野菜は東日本大震災後の落ち込みから回復傾向にあるものの、和牛は依然として震災前の水準に回復していません。



出典：東京中央卸売市場 HP

## ウ 農産物直売所

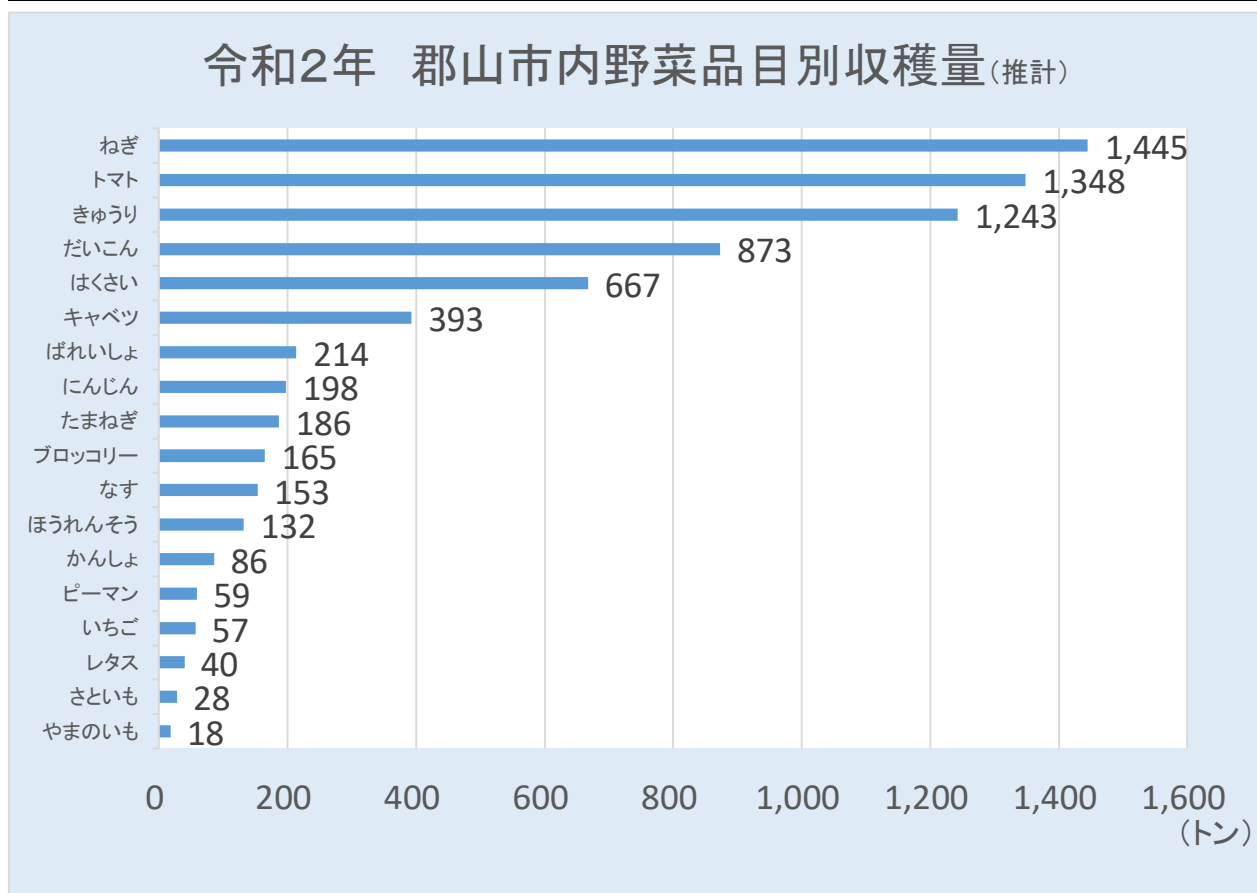
農産物直売所は、安全・安心で新鮮な農産物等を購入することが出来るため、消費者のニーズが高まり、売上高が増加しています。また、生産者側も自らの農産物を自らの意志で価格を決定することができるため、出荷量も増加しています。



出典：福島県農産物流通課

郡山市内の農産物直売所（令和3年1月現在）

No.	直売所名	開設場所
1	おはよう市場	郡山市開成 1-24-1(郡山総合体育館 西側駐車場)
2	西田町夕焼け市	郡山市西田町三丁目仁王ヶ作 39-1(セブンイレブン郡山西田町店 駐車場)
3	郡山東部ニュータウン朝市	郡山市緑ヶ丘東 3-2-1(郡山市東部地域子育て支援センター駐車場)
4	花・野・果パレット市	郡山市安積町荒井方八丁 33-1(ヤマダ電機 NEW 郡山南店 駐車場)
5	J A 福島さくら 富田ふれあい朝市	郡山市富田町字愛宕前 46
6	J A 全農福島農産物直売所 愛情館	郡山市朝日二丁目 3-35
7	影山農園	郡山市片平町字福内 29
8	鈴木農場	郡山市大槻町字北寺 18
9	ポケットファームおおせ	郡山市逢瀬町多田野字下町屋 101
10	湖南四季の里	郡山市湖南町字家の北 9
11	農産物直売所 ベレッシュ	郡山市喜久田町字四十坦 6-47
12	中田町生産物直売所	郡山市中田町下枝字久保 210(旧中田行政センター跡地)
13	J A 福島さくら農産物直売施設 あぐりあ	郡山市安積町成田一丁目 20-1
14	J A 福島さくら農産物直売所 旬の庭	郡山市大槻町字殿町 64-1
15	郡山市磐梯熱海観光物産館	郡山市熱海二丁目 15-1 ほっとあたま内
16	ニッケイファーム	郡山市大槻町原田 5-4



出典：郡山市園芸畜産振興課調べ

## (2) 2次産業（食料品製造）

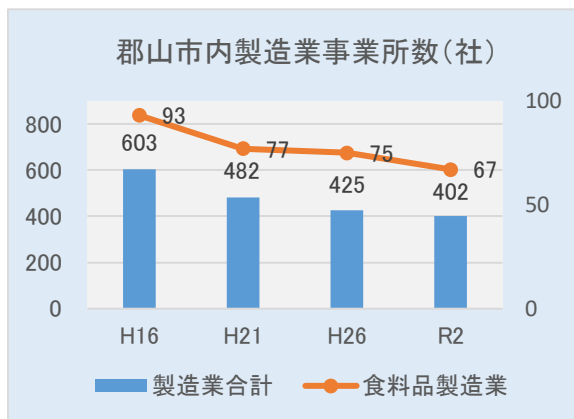
### ア 事業所数・従業者数・製造品出荷額の推移

工業統計調査における本市の製造業の事業所合計数は、2020（令和2）年が402事業所であり、15年前の2004（平成16）年と比較すると201事業所（33.3%）の減少でした。

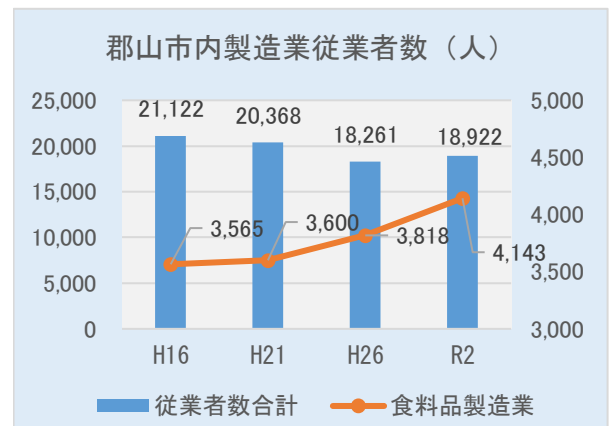
うち、食料品製造業は、26事業所（28.0%）の減少となっています。

従業者数の製造業事業所合計は、2,200人（10.4%）の減少となっていますが、食料品製造業は、578人（16.2%）の増加でした。

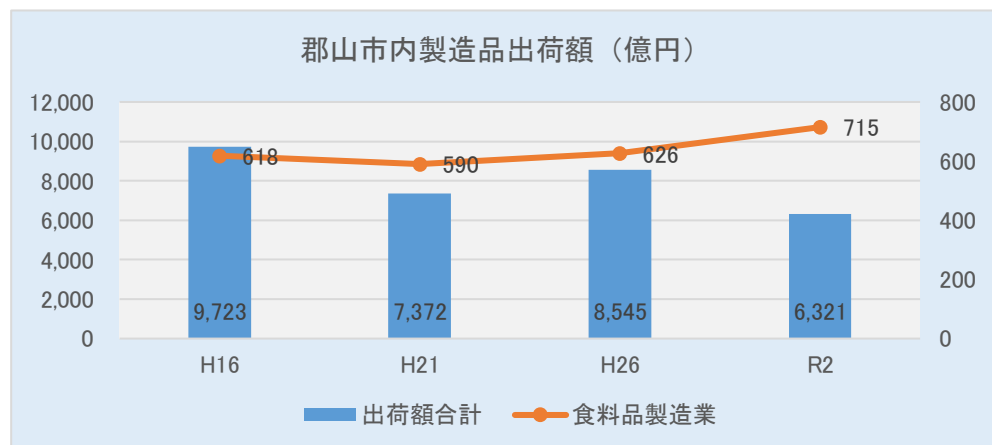
製造品出荷額の合計額は、3,402億円（35.0%）の減少でしたが、食料品製造業は、97億円（15.7%）の増加でした。



出典：郡山市統計書



出典：郡山市統計書



出典：郡山市統計書

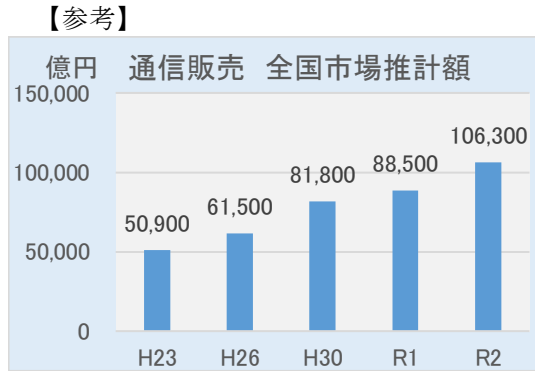
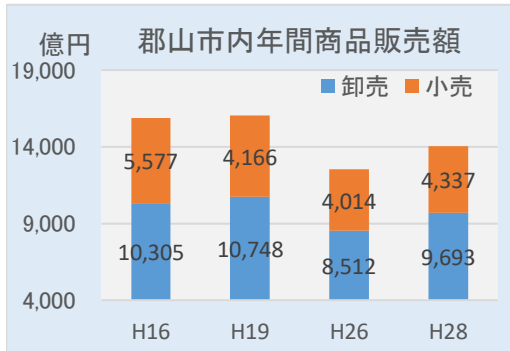
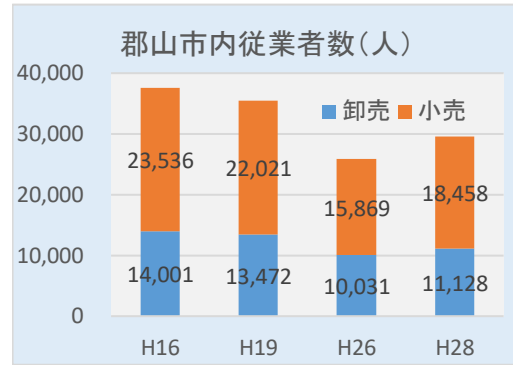
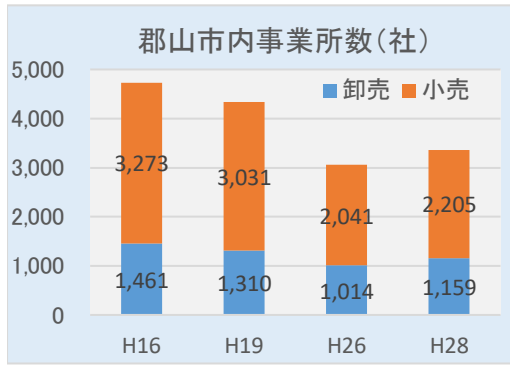
## (3) 3次産業（商業・観光）

### ア 商業(卸売業・小売業)の事業所数・従業者数・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、2016（平成28）年が3,364事業所であり、12年前の2004（平成16）年と比較すると1,370事業所（28.9%）の減少でした。

従業者数合計は、7,951人（21.2%）の減少となっています。

年間商品販売額は、1,852億円（11.7%）の減少となっています。



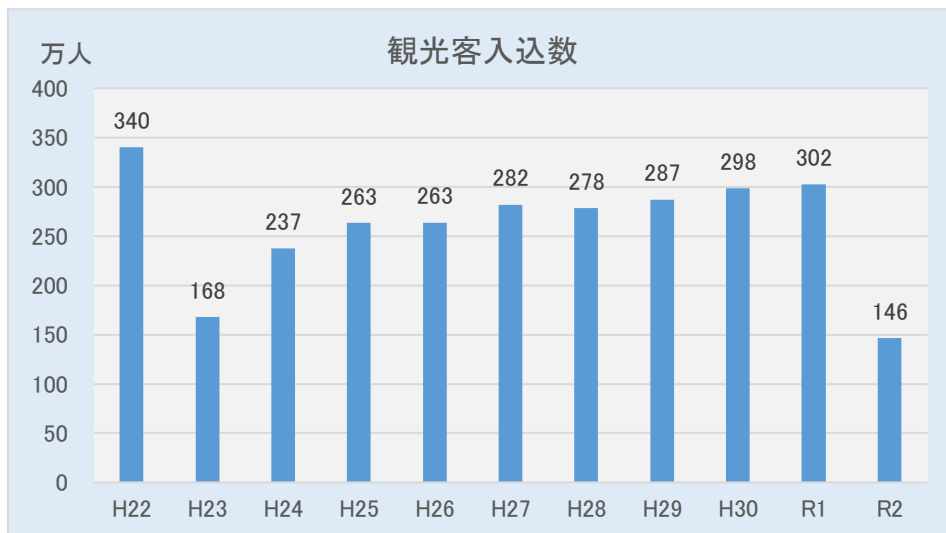
出典：郡山市統計書

出典：公益社団法人日本通信販売協会

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 108.8%増加しています。

## イ 観光客入込数

本市の観光客入込数は、東京電力福島第一原子力発電所の事故により大幅に減少し、その後回復傾向にありましたが、新型コロナウイルス感染症の影響により、再び大幅に減少しています。



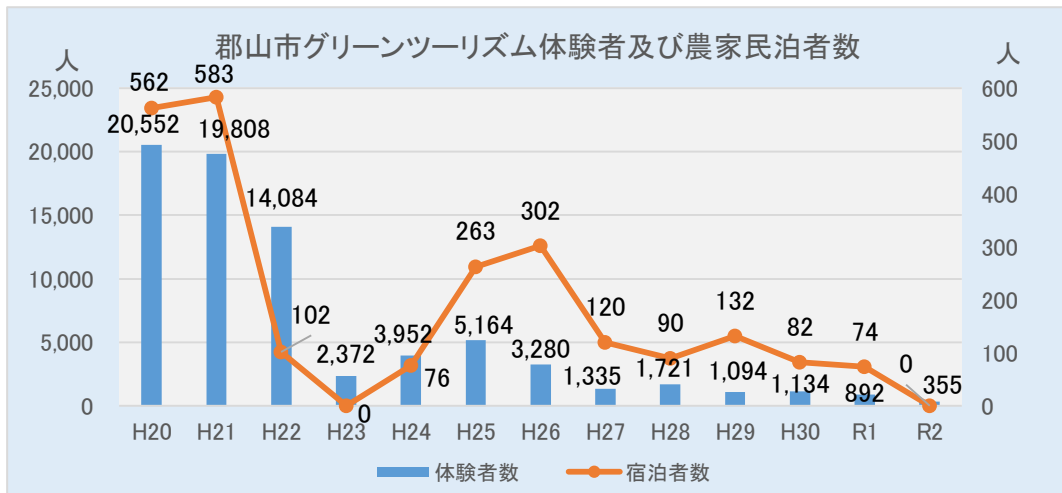
※イベント集客は除外しているため、県報告とは異なる

※集計項目 カルチャーパーク、石筵ふれあい牧場、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

## 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、体験者及び宿泊者数は震災以降が大きく落ち込んでおり、現在も新型コロナウイルス感染症の影響を受け回復に至っていません。

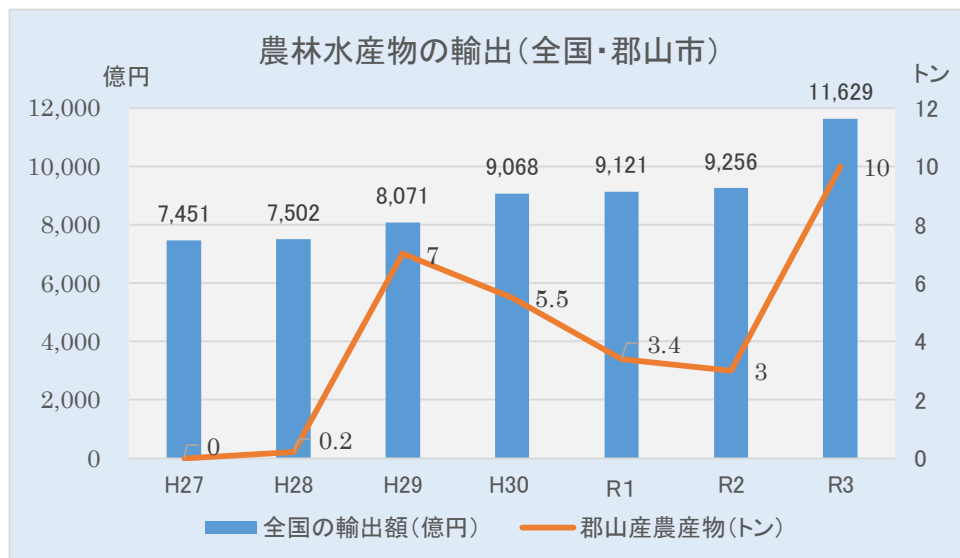


出典：郡山市農業政策課

## (4) 農林水産物の輸出

国においてはグローバルマーケットの戦略的な開拓により、高品質な農林水産物・食品の輸出拡大を目指しており、輸出額も年々増加しています。

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～

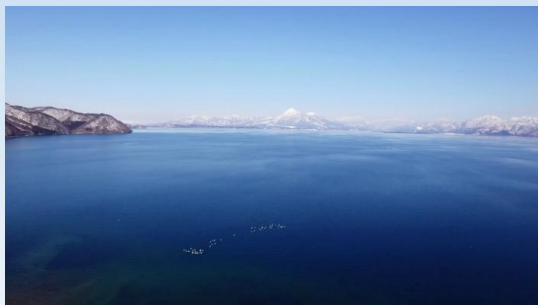
#### 未来を拓いた「一本の水路」

##### ～大久保利通“最期の夢”と開拓者の軌跡 郡山・猪苗代～

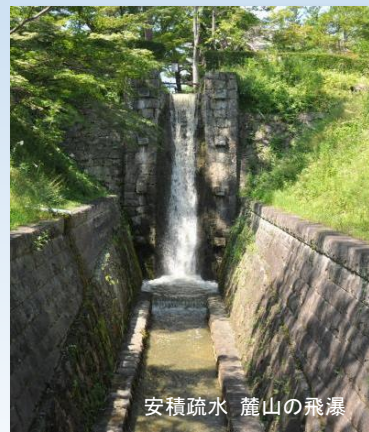
明治維新後、武士の救済と、新産業による近代化を進めるため、安積地方の開拓に並々ならぬ想いを抱いていた大久保利通。夢半ばで倒れた彼の想いは、郡山から西の天空にある猪苗代湖より水を引く「安積開拓・安積疏水開さく事業」で実現した。

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が中心に栽培され、その生産量は県内第一位です。味も一般財団法人日本穀物検定協会の食味試験で最高級ランクの評価を受けるなど、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、近年は、「どこよりも安全で美味しい最高級品の米とその生産者の誇りを届ける」ことをテーマに、2019（平成30）年から厳格な7つの基準をクリアした最上級米である「ASAKAMAI 887」の生産・販売を実施し、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

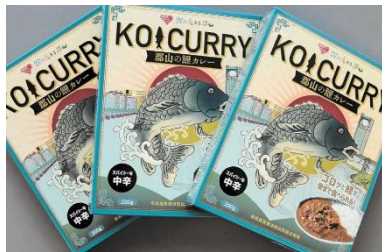
郡山の鯉の養殖は、江戸時代からため池を利用して行われていましたが、安積疏水の通水によって発電された電気を活用する紡績工場ができ、そこで使用する生糸を取る繭（まゆ）から出た蛹（さなぎ）を餌として利用する機会に恵まれて盛んになりました。



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、現在では全国市町村別で日本一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（熊田純幸組合長）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。



#### 鯉動画「どっ鯉ソング ～ソスイでSweetなこいのうた～」

鯉にあまり馴染みのない若年層を中心にウェブサイトやYouTube等のSNSを通じて視聴することで、鯉に親しみを持ち、関心を持つきっかけにしてもらうことを狙いとしています。



#### 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。

## (2) 本市農業を取り巻く新たな動き

### ア 果樹農業6次産業化プロジェクト



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「Vin de Ollage(ヴァン デ オラージュ)」が完成、販売されました。

将来的には福島県産の果実酒やワインがブランドとなり、観光や海外輸出を含めた地場産業の振興につながるものと期待されています。

#### 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、市民の皆様へ「郡山産ワイン」の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 新・農産物直売施設「あぐりあ」

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



農産物直売施設 あぐりあ

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、楡葉町、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。

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や、地域に根ざした取り組みが期待されます。

## 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。

過去には地域農業のリーダー育成を目的として本市農業関係者を福島大学大学院へ派遣、2013（平成25）年度から公開授業を開催、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、市内小学生を対象とした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、2019(令和元)年度からは旧根木屋小学校に植物工場等の出張研究室の開設を行っているところです。さらに2022(令和4)年度からは、地域の課題を解決するため共同研究事業を創設し連携事業の拡充を図っているところです。



2021年サイエンススクール(郡山市立西田学園)

### (3) 東日本大震災からの復興に向けた対応

#### ア 風評払しょくに向けた取り組み

東京電力福島第一原子力発電所事故に伴い、安全であるにも関わらず、安心できない消費者が福島県産品を遠ざける風評が続き、価格の低下や取引の減少などにより、生産者を苦しめています。

このため市では、首都圏のメディアやインフルエンサーを本市へ招へいし、農業や食に携わるヒト・モノ・コトを直接見て聞いて触れて、各メディアやSNS等で発信することにより、広く全国へ本市農産物の安全性や魅力をPRしています。

さらに、県外で開催される各種イベント等へ積極的に出展し、消費者との対話を重ねています。



首都圏メディアが生産現場取材



首都圏のイベントで生産者が消費者と対話

## イ 生産者の姿を伝える「フロンティアファーマーズ」

東京電力福島第一原子力発電所事故の風評により、本市農産物の取引価格が低迷するなど、農産物のブランド価値は低下しました。

そのため、「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、PRカード制作など多彩な関連事業を展開し、消費者と生産者を結ぶ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。郡山市三郷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。

記事をウェブ上に公開



ライターとカメラマンが生産者を取材



写真展を開催

## 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

*innovation*

イノベーション こおりやま  
～ みんなでつなぐ6次化商品 ～



農林水産物等の付加価値向上や農林漁業者の経営向上及び地域の雇用拡大などを目指し、農業をはじめとするあらゆる業界の垣根を飛び越え、6次産業化によるイノベーションが起きよう、こおりやま広域圏の市町村が一体となって、「SDGs のゴール 2 及びターゲット 2.3 をはじめとする目標達成に資するため」取り組みます。

本計画における6次産業化及びエリアの考え方

- 農福商工連携や観光を含めた裾野の広い6次産業化

本市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・創造する取組とします。

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価値を付ける取組を幅広く含んでいます。

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

## 2 目指す方向性

### ○マーケットメイキング（市場づくり）

#### 「出口（販売）を見据え、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャネルの活用」

福島県等と連携し、農林漁業者と小売・流通業者等が交流する機会を創出するとともに、「食」をテーマとした着地型観光や教育・福祉・医療分野等との連携を深めるなど、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャネルを活用して出口を広げます。

### ○モノづくり

#### 「魅力的な地域資源の掘り起こしと地域産業の連携による売れる商品づくり」

農林水産物そのものの力を生かし、視点を変えた発想によって地域資源を掘り起こし、生産・加工・流通・販売に携わる人々の連携により、新たな付加価値をつけて魅力的な商品を作り上げます。

### ○人づくり

#### 「産・学・官・金・福・士のネットワークによる担い手の育成支援と6次産業化の意識啓発」

県内の6次産業化に関わる産学金官の人材で組織されている「ふくしま・地域産業6次化ネットワーク」による連携を強化することにより、必要な人材や地域リーダーを含めた人材育成の機会を創出します。また、食を通し、6次産業化に対する市民の理解を深めます。

## 3 戦略品目

### ●生産される農林水産物のすべてを戦略品目とする

こおりやま広域圏内には、品質が高く魅力ある農林水産物や豊かな食文化のほか、高い生産技術を持つ農林漁業者など、多くの資源があり、こうした有形・無形の資源は、すべて6次産業化に活用できる可能性を秘めています。

このため、6次産業化の推進にあたっては、広域圏内で生産されるすべての農林水産物を6次産業化の推進に最大限活用するものとし、そのすべてを戦略品目とします。

# 郡山市6次産業化推進計画 概要

## 基本方針

*innovation*  
イノベーション こおりやま  
～ みんなでつなぐ6次化商品 ～

農林水産物等の付加価値向上や農林漁業者の経営向上及び地域の雇用拡大などを旨し、農業をはじめとするあらゆる業界の垣根を飛び越え、6次産業化によるイノベーションが起きよう、こおりやま広域圏の市町村が一丸となって、「SDGsのゴール2及びターゲット2.3をはじめとする目標達成に資するため」取り組みます。



## 目指す方向性

### 1 マーケットメイキング（市場づくり）

出口（販売）を見据え、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャネルの活用

福島県等と連携し、農林漁業者と小売・流通業者等が交流する機会を創出するとともに、「食」をテーマとした着地型観光や教育・福祉・医療分野等との連携をマッチングするなど、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャネルを活用して出口を広げます。

### 2 モノづくり

魅力的な地域資源の掘り起こしと地域産業の連携による売れる商品づくり

農林水産物そのものの力を生かし、視点を変えた発想によって地域資源を掘り起こし、生産・加工・流通・販売に携わる人々の連携により、新たな付加価値をつけて魅力的な商品を作り上げます。

### 3 人づくり

産・学・官・金・福・士のネットワークによる人材の育成支援と6次産業化の意識啓発

県内の6次産業化に関わる産学官の人材で組織されている「ふくしま・地域産業6次化ネットワーク」による連携を強化することにより、必要な人材や地域リーダーを含めた人材育成の機会を創出します。また、食を通し、6次産業化に対する市民の理解を深めます。

## 推進方策

（マーケットメイキング） （ネットワークづくり） （DX） （輸出） （法人化） （食育） （農福連携）

#### 1-1 販路拡大対策の強化

- (1) 販路拡大に向けた商談機会の充実
- (2) DX、ウェブやSNSを有効に活用した販路の拡大
- (3) 食の安全・安心の対応及び啓発
- (4) 貿易関係機関と連携した輸出サポートと掘り起こし
- (5) マーケットメイキング視点の市場開拓

#### 1-2 地域内利用の推進

- (1) 地元産食材の利用促進
- (2) 対面販売の推進と直売所等への支援
- (3) 地産地消の機運醸成

#### 1-3 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) グリーンツーリズム等の推進
- (4) 旅館・ホテル、飲食施設等地域の農林水産物の活用
- (5) 関連分野との連携による新たな価値の創出促進

#### 2-1 地域資源の掘り起こし

- (1) 魅力ある商品開発に向けた原材料供給体制の強化
- (2) 地域自らが考える機会の創出
- (3) 脱炭素化等に向けた有機農業の推進
- (4) 米粉の普及推進

#### 2-2 市場競争力を有する商品づくりの推進

- (1) 市場ニーズを捉え、事業規模等に応じた農業の6次化の推進
- (2) 生産・加工の地域内完結による高付加価値化の推進
- (3) マーケットインの視点による売れる商品の開発
- (4) 機能性表示食品制度を活用した商品開発
- (5) DXによる省力化・品質向上
- (6) 輸出を視野に入れた商品開発

#### 2-3 ブランド力の強化

- (1) 優良商品の情報共有
- (2) 「発酵食品」のブランド力強化

#### 3-1 人材の育成と法人化の推進

- (1) 6次産業化を担う実践者の養成
- (2) 高い経営ノウハウを備えた事業体の育成と法人化の推進
- (3) 異業種からの農業参入の促進
- (4) 地域の核となるキーパーソンの養成
- (5) 農福連携の推進

#### 3-2 食を通じた意識啓発

- (1) 家庭・地域・学校等による食育の推進
- (2) 若者等の取り組みに対する支援

#### 3-3 情報の共有化

- (1) 各種支援事業の情報提供
- (2) 産・学・官・金・福・士の連携情報の把握と発信

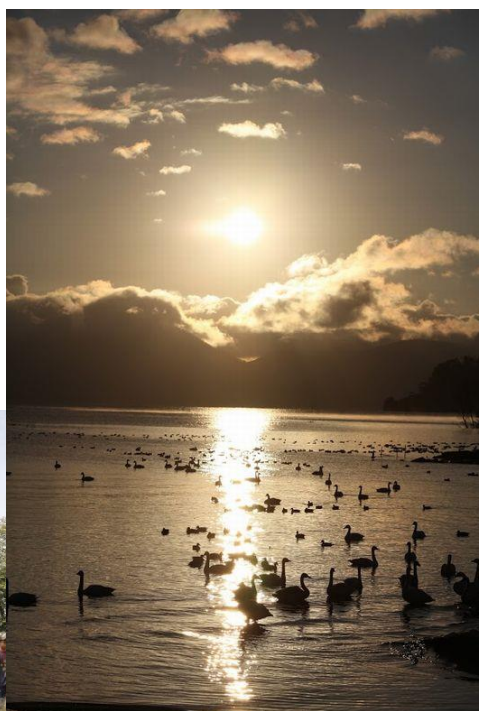
## 推進体制

こおりやま食のブランド推進協議会や関係機関と連携しながら、6次産業化にチャレンジする人・団体を応援します



## 第4章 推進方策

マーケットメイキング  
モノづくり  
人づくり



# 1 マーケットメイキング

福島県等と連携し、農林漁業者と小売・流通業者等が交流する機会を創出するとともに、「食」をテーマとした着地型観光や教育・福祉・医療分野等との連携をマッチングするなど、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャネルを活用して出口を広げます。

## 先進事例

### 食大学「開成マルシェ」

震災後、県の食の復興のため、消費者が個性的で独自性の高い優れた生産者と交流しながら農産物等を購入できる空間として、「開成マルシェ」が立ち上がった。県内各地から農産物をはじめ様々なジャンルの食が集まり、福島の食の魅力を発信している。



### 福豆屋「海苔のり弁 887」

JR 東日本が開催する「駅弁味の陣」で2018年の駅弁代将軍(グランプリ)に選ばれた福豆屋の看板駅弁「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新作駅弁「海苔のり弁 887」(2021年発売)。白い掛け紙に金文字で887と箔押しされ、高級感あふれるパッケージも特徴。米どころ郡山のPRに繋がっている。



### 孫の手トラベル「Food Camp」

福島の食、人、自然を丸ごと味わうアウトドアレストランツアー「Food Camp」。畑や酒蔵などの生産者を訪ね、その場に設えた青空レストランでシェフによるフルコースを味わえる本ツアーは県外からのお客様も多く、農と食が持つ魅力を存分に活かした観光コンテンツとなっている。2019年には環境省が主催するグッドライフアワードで環境大臣賞を受賞。



### ベジタブルレストラン Blue Bee

市内逢瀬町で米や野菜を育てる小野寺淳氏は、「農産物は作って出荷するまでではなく、お客様の口に入るまでが農業」と考え、2018年11月にベジタブルレストラン「Blue Bee」を須賀川市内にオープン。自分が育てた野菜を中心とした料理を提供している。人参100%のコールドプレスジュースも店の看板メニューとなっている。



## 「出口(販売)を見据え、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャネルの活用」

### 検 証

～第一次計画の検証～

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、直売所の開設や増設も続いていることから、今後も増加が見込まれます。

自治体特選ストア郡山については、2011年東日本大震災復興支援事業として福島県が開設したオンラインストア「ふくしま市場」へ県産品の取り扱いを統一するため、発展的に解消しました。また、ふるさと納税制度の返礼品への注目が高まっていることから、今後は返礼品を活用した特産品等のブランド化が求められています。

#### 第一次計画の評価と検証（一覧）

指標	計画時 2016年	目標 2021年	現況 2020年	進捗 状況	評価	課題・今後の 対応
郡山市内農産物直売所売上額（累計）	20億円 (2015年)	30億円	25億円	B	目標達成に至らなかったが、引き続き事業の推進を図る必要がある。	直売所が乱立する中、直売所ごとの特色を持たせる必要がある。
自治体特選ストア郡山農林水産物等出品数（累計）	32品	60品	—	—	本事業は代替となる事業へ移行したため評価不可	事業が終了しているため、新たな指標が必要となる。

#### ※進捗状況

凡例 A:目標達成(達成率100%以上) B:5割以上達成(達成率50~99%)

C:5割未満達成(1~49%)

## 1 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、生産者が在庫を抱える状況が見受けられるため、商談機会の充実や特に地元で効果的に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。

## 2 観光との連携

- 新型コロナウイルス感染症により観光客や飲食店利用者が減少しており、アフターコロナを見据えた、観光客等への利用促進策の検討が必要です。
- 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品揃えの店舗が少なく、観光客や来訪者の購買要求を満たしていない状況にあり、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。

## 3 健康・安全・安心

- 原発事故による風評の影響もあり、売上が計画どおりに伸びない例が見られます。
- 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、授業、給食などを通じた食育を進める必要があります。

## 1 販路拡大対策の強化

### (1) 販路拡大に向けた商談機会の充実

新たに開発された商品等の情報を集約し、小売・流通業者・卸売市場等に紹介する取組や商談会の情報提供や各種イベントの開催などにより取引の拡大を支援します。

また、農産品等の知名度向上及び販路拡大のため、首都圏等消費者や大口取引先である料理人等を招へいし、生産現場を訪問し生産者と直接意見交換する場を設けるなど、マッチングの機会の充実に努めます。



首都圏のシェフが生産者を訪問

### (2) DX、ウェブやSNSを有効に活用した販路の拡大

本市では、DXを活用し生産者等と消費者を直接結び、さらにウェブやSNSを積極的に活用して生産者や農産物の情報を発信し、オンライン販売を活用するなど、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<sup>6</sup>」による返礼品として活用していきます。

### (3) 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、HACCP<sup>7</sup>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。

### (4) 貿易関係機関と連携した輸出サポートと掘り起こし

JETRO<sup>8</sup>等、貿易に関する機関と連携し、輸出に取り組む生産者等を支援するとともに、輸出にチャレンジする生産者等の掘り起こしに努めます。



ベトナムへの輸出創出に向け、バイヤー等を招いた試食・商談会を現地で開催(2019年)

<sup>6</sup> 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、個人が自治体に寄附を行った場合に、住民税額等から一定限度額を控除する制度

<sup>7</sup> 食品を製造する際に工程上の危害を起す要因を分析し、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

<sup>8</sup> 独立行政法人日本貿易振興機構（JETRO）。対日投資の促進、農林水産物・食品の輸出や中堅・中小企業等の海外展開支援に取り組むとともに、調査や研究を通じわが国の企業活動や通商政策を進めている。本市に福島事務所が所在する。

## (5) マーケットメイキング視点の市場開拓

マーケットメイキング（市場づくり）の視点に立ち、既存の市場だけではなく新たな市場の開拓に努めます。

## 2 地域内利用の推進

### (1) 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、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。

### (2) 対面販売の推進と直売所等への支援

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・消費拡大を図るため、新型コロナウイルス感染症対策を行いながら、対面販売を推進します。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。



【2021年版】郡山のマルシェ・朝市開催情報

♡ 11

フロンティアファーマーズ | 生産者のストーリー

2021年9月11日 14:53



本市で定期的に行われるマルシェ、朝市等の情報をまとめたウェブページ

### (3) 地産地消の機運醸成

6次産業化で生み出された商品と、その背景にある農産物の美味しさ、生産者の想いや努力、美しい景観等のストーリーを地元消費者へ発信する取組みを推進し、地産地消の機運を醸成します。

また、郡山市産米の消費拡大の推進に関する条例に基づき、毎月8日の『こおりやま「お米の日」』を活用しながら、事業者や市民の皆様と一体となり、米粉の普及も含めた地元産米の消費拡大を推進します。

## 3 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

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」の魅力を重点的に掘り起こすなど、新たな観光需要の創出を図ります。

### (2) 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て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。

### (3) グリーンツーリズム等の推進

農村を活用した多彩で独自性のある体験プログラムの充実や、多様な客層の受け入れに必要な人材育成など、受入体制の強化を支援し、交流人口の拡大を図ります。

### (4) 旅館・ホテル、飲食施設における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、郡山ブランド認証産品などの活用や、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。



「恋づくし」コースなど、郡山特産の鯉を使った料理を提供する正月荘には県外から訪れるお客様も多い。

### (5) 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	25 億円 (2020 年度)	30 億円	2025 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(単年度)	4,465 千円 (2020 年度)	5,000 千円	2025 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	輸出品目数	5品目 (2020 年度)	9品目	2025 年度
	[解説] 郡山産及びこおりやま広域圏内で生産された農産物等で輸出されている品目の数です。日本梨、日本酒、ウイスキー、ワイン、甘酒の5品目			
4	輸出国数	3か国 (2020 年度)	6か国	2025 年度
	[解説] 郡山産及びこおりやま広域圏内で生産された農産物等の輸出先の国又は地域の数です。ベトナム、マレーシア、シンガポールの3か国			

## 2 モノづくり

農林水産物そのものの力を生かし、視点を変えた発想によって地域資源を掘り起こし、生産・加工・流通・販売に携わる人々の連携により、新たな付加価値をつけて魅力的な商品を作り上げます。

### 先進事例

#### 郡山ブランド野菜協議会

郡山ならではの野菜を育む組織として発足。伝統野菜ではなく、美味しさ・栄養価・個性・郡山の土地との相性を見極め、新しいブランドになりうる品種を毎年1つずつ選定し、「郡山ブランド野菜」として育成している。これまでに14品目を選定。2016年にはキリン絆プロジェクトの支援を受け、ロゴマーク等デザインの統一も図られた。



Photo by Kentaro Kumon

#### 旬鮮直 食材しのだ

2021年に開店。地産地消の居酒屋も営むオーナーが福島県内の農家に足を運び、その美味しさを認めた農産物が並ぶ、地元こだわった食材店。加工所を併設し、季節の野菜や果物を使ったお惣菜やスイーツも販売している。また、野菜や果物をピューレ状に加工してアイスとして販売するなど、農産物の活用の可能性を広げている。



#### 仁井田本家

1711年創業。自社田及び契約農家で栽培した農薬・化学肥料を使用しない自然米のみで酒を仕込む。2021年には自社山から切り出した杉材による木桶を製作し、よりサステナブルな酒造りに取り組んでいる。また、米糶から作った「こうじチョコ」や、酒粕を使った「ならづけ」など、健康に良い発酵食品づくりも進めている。



#### 宝来屋本店

1906年創業。100年以上に渡り伝承されている糶製法を守り、あま酒、味噌、三五八漬けの素などを製造。海外の販路開拓にも力を注いでいる。2021年、市内のスペシャルティコーヒー専門店「富久栄珈琲」と共同開発し、郡山産米を100%使用した米糶とカカオを組み合わせた発酵飲料「ライズカカオ」を発売するなど、地元産米を活用した商品づくりも進めている。





## 「魅力的な地域資源の掘り起こしと地域産業の連携による売れる商品づくり」

### 検 証

～第一次計画の検証～

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が必要です。

自治体特選ストア郡山については、2011(平成23)年東日本大震災復興支援事業として福島県が開設したオンラインストア「ふくしま市場」へ県産品の取り扱いを統一するため、発展的に解消しました。また、ふるさと納税制度の返礼品への注目が高まっていることから、今後は返礼品を活用した特産品等のブランド化が求められています。

地域産業資源活用事業の促進に関する地域資源の数については2019年3月26日時点で52品となり当初の目標を達成しました。なお、2020(令和2)年10月1日に「中小企業の事業継承の促進のための中小企業における経営の継承の円滑化に関する法律等の一部を改正する法律(中小企業成長促進法)」が施行されたことによって「地域産業資源活用計画」は廃止され、「地域資源活用」の新規認定の受付は終了しています。

#### 第一次計画の評価と検証(一覧)

指標	計画時 2016年	目標 2021年	現況 2020年	進捗 状況	評価	課題・今後の 対応
六次産業化・地産地消法の総合化事業計画の認定数(累計)	1事業	3事業	2事業	B	目標達成に至らなかったが、引き続き事業の推進を図る必要がある。	計画策定にあたり、事業者への支援が今後必要である。
自治体特選ストア郡山農林水産物等出品数(累計)	32品	60品	—	—	本事業は代替となる事業へ移行したため評価不可	事業が終了しているため、新たな指標が必要となる。
地域産業資源活用事業の促進に関する地域資源内容の指定数(累計)	29品	40品	52品	A	2019年3月で目標は達成された。	新規受付が終了しているため、新たな指標が必要となる。

※進捗状況

凡例 A:目標達成(達成率100%以上) B:5割以上達成(達成率50~99%)

C:5割未満達成(1~49%)

## 1 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。
- 生産者には、原料の高品質化からブランド化を図る意志が見られますが、加工業者からは、安価で高品質な原料が求められています。
- 果樹農業6次産業化プロジェクト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。
- 本市基幹作物の米は、年々消費量が減少しており、生産者の持続可能な安定経営に向けて、特定の目的を持った加工用農産物の栽培などにも取り組むことが求められています。

## 2 加工体制

- 地域内で農林水産物を加工し、提供する体制が構築されておらず、地場産として付加価値を高めることが難しい状況にあります。また、少量加工を引き受ける事業者が市内・県内に見つからず、輸送費をかけ県外で加工する例が見られ、高コストの要因となり、儲かる仕組みとなっていません。
- 農林漁業者が直接加工するよりも、加工のプロである業者に委託するほうが、高品質で付加価値が高くなるとの意見もあります。
- 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。

## 3 ブランディング

- 売れる商品の開発に向け、マーケットインの考え方にに基づき、消費者のニーズを的確に捉えるとともに、加工・販売に関するストーリー性を重視し、生産者の顔が見える販売体制の構築、また本市ならではの特色ある農林水産物の活用と商品開発の強化が必要です。
- 首都圏等県外における販売促進の際は、大手企業商品といかに差別化を図るかが課題であり、県のPRポイントと本市農林水産物の特徴を結びつけ、効果的なブランド戦略を実施する必要があります。
- 口コミ、SNS、マスメディア等様々な媒体があり、それぞれの特徴を考慮しながら効果的な広報戦略を立てる必要があります。

## 1 地域資源の掘り起こし

### (1) 魅力ある商品開発に向けた原材料供給体制の強化

地理的表示（GI）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、日本一の生産量を誇る鯉など、健康への機能が確認されている食材等、特色ある農林水産物の生産を振興するとともに、県をはじめとする各種団体と連携して、1次加工などにより年間を通して農林水産資源を加工品等の原料として使用できる体制を強化します。



郡山ブランド野菜の一つ「御前人参」

### (2) 地域自らが考える機会の創出

市内及び県内の農商工観光等地域産業が連携した産業ネットワーク体制を構築しながら、新たな地域産業の創出を目指すとともに、地域自ら考案する機会を設けます。

### (3) 脱炭素化等に向けた有機農業の推進

脱炭素化と食糧安全保障の両面で、環境保全型農業への転換が求められています。化石燃料を原料とする化学肥料・農薬を使わずに、自然な土づくりで農産物を作る「有機農業」は、環境にやさしい持続的な農業である一方、栽培には手間がかかり、収穫量や品質が安定しないことから、世界に比べ日本では有機農業への転換が進んでいません。このため、消費者が環境に配慮した有機食品を求める風潮を高めることで、有機農業の推進を図ります。

### (4) 米粉の普及推進

輸入依存度の高い小麦の価格が急騰し世界的な食糧危機が懸念される中において、小麦粉の代替となる米粉の普及を推進することにより、本市の基幹作物である米の消費拡大と食糧自給率の改善を推進します。

## 2 市場競争力を有する商品づくりの推進

### (1) 市場ニーズを捉え、事業規模等に応じた農業の6次化の推進

果樹農業6次産業化プロジェクトによるワイン用ブドウの生産をはじめとする加工用農産物に取り組むなど、市場ニーズを的確に捉えた現代版農業を推進します。

また、個人や農業法人など、生産者の事業規模や、生産される農林水産物の特色に応じた適切な6次化を推進します。

#### (2) 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加工することは、付加価値が高まるとともに、輸送コスト等の削減にもつながることも見込まれることから、生産・加工・販売等の各方面から「ふくしま・地域産業6次化ネットワーク」のほか、金融機関からの情報を十分に活用し、生産・加工の地域内完結を推進します。

#### (3) マーケットインの視点による売れる商品の開発

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をつくるため、県で展開している「ふくしま地域産業6次化サポートセンター」への相談や新商品開発への支援事業等を活用しながら、消費者がモノづくりに関わる機会を設けるなど、市場や顧客ニーズを重視する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。

#### (4) 機能性表示食品制度を活用した商品開発

他産地の商品との違いを鮮明にし、商品の独自性・訴求力向上を図るため、消費者の健康志向等の市場ニーズに対して効果的なPRやブランディングが可能な機能性表示食品制度を活用した商品の開発を支援します。

#### (5) DXによる省力化・品質向上

生産・加工現場における省力化や品質向上を図るため、DX化を支援します。

#### (6) 輸出を視野に入れた商品開発

輸出を視野に入れ、海外で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。

### 3 ブランド力の強化

#### (1) 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次産業化全体のレベルアップを図ります。

## (2) 「発酵食品」のブランド力強化

日本酒、ワイン、ウイスキー、甘酒、味噌等の「発酵食品」は県や本市の強みとなっていることから、商品の品質の高さやおいしさ、機能性など、商品の魅力を打ち出しながら、県と連携した効果的なPRによりブランド力の強化を進めます。

### 【数値目標】

No.	指標	現況（年度）	目標	目標年度
1	六次産業化・地産地消法の総合化事業計画の認定数（累計）	2事業 （2020年度）	3事業	2025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㈱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	農商工観連携により創出された商品数（累計）	10品 （2020年度）	13品	2025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 人づくり

県内の6次産業化に関わる産学金官の人材で組織されている「ふくしま・地域産業6次化ネットワーク」による連携を強化することにより、必要な人材や地域リーダーを含めた人材育成の機会を創出します。また、食を通し、6次産業化に対する市民の理解を深めます。

## 先進事例

### JA 福島さくら・郡山開成学園

両者は 2016 年に農業振興や人材育成を推進するため、包括的連携協定を締結した。具体的には、同学園の郡山女子大学、同大短期大学部、同附属高校などの学生・生徒らが、6次化商品開発、農作業、販売体験に取り組む。また、人材育成として学生などがJAでインターンシップを行い、JA職員が大学で研究に取り組むことも想定している。



### 鈴木農場

年間350種類もの野菜を育てる鈴木農場では、東京農業大学の学生や地元の飲食店関係者をはじめ、農業体験を積極的に受け入れている。新規就農希望者がここで修業した後に独立し、郡山ブランド野菜の生産の担い手となる事例もあり、郡山ブランド野菜を代表する農家の一つでありつつ、その人材育成においても大きな役割を果たしている。



### 日本調理技術専門学校

多くの料理人・パティシエを輩出している同校は、そのカリキュラムに地元農家への農業体験や農場見学を取り入れ、また、開成マルシェや行政が関わる食のイベント等に学生を派遣することで、学生の地元農産物への理解促進に努めている。



**検 証**

～第一次計画の検証～

大学連携講座受講人数については、2017(平成 29)年に受講者数が最大となりましたが、2020(令和 2)年は新型コロナウイルス感染症の影響により講座の開催が中止となっています。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が必要です。

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会員間の連携が必要となります。

農産加工センター指導者認定者数については増加しており、継続して農産加工センター指導者の育成を行います。

第一次計画の評価と検証 (一覧)

指標	計画時 2016 年	目標 2021 年	現況 2020 年	進捗 状況	評価	課題・今後の 対応
大学連携講座受講人数 (累計)	380 人 (2015 年)	450 人	0 人 (参考 2017 年 490 人)	C	2020 年は新型コロナウイルスの影響により講座の開催が中止となった。	今後も事業継続するが、講座開催回数の減少に伴い、指標の見直しが必要となる。
6次産業化活動者数	123 者	150 者	412 者	A	会員数が増加している。	今後も継続して会員間の連携を図る。
農産加工センター指導者認定者数	185 人 (2015 年)	210 人	212 人	A	指導者認定数が増加している。	今後も継続して農産加工センター指導者の育成を図る。

※進捗状況

凡例 A: 目標達成(達成率 100%以上) B: 5割以上達成(達成率 50~99%)

C: 5割未満達成(1~49%)

## 1 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。
- 高い経営能力を備えた経営体の育成が急務です。
- 会社を定年退職し“第2の人生”を謳歌する人や、若者の力を生かすなど、多様な人材の参入を促す取り組みが必要です。

## 2 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、事業内容によっては連携先が見つけれない例が見られます。
- 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次産業化に関する研修会の受講生同士の交流を促進するなど、マッチング機会の更なる充実が求められています。

## 3 支援体制

- 国・県・市等による6次産業化に対する各種補助メニューがありますが、その多くは設備投資に対するものであり、商品開発に対する支援の要望があります。
- 補助金を活用することで過剰な設備を導入する例があり、将来性や採算性を踏まえた経営支援が求められています。



## 1 人材の育成と法人化の推進

### (1) 6次産業化を担う実践者の養成

6次産業化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、事業目的に応じた実践的な研修をより身近で受講できる環境を整えるなど、園芸振興センターを活用しながら、6次産業化を担う実践者の知識・技術の高度化を図ります。

### (2) 高い経営ノウハウを備えた事業体の育成と法人化の推進

持続可能な農業を経営面から実現するため、税理士、公認会計士等コンサルタントと連携して経営状況の把握や経営改善を図る機会を設けるなど、高い経営ノウハウを備えた事業体を育成と法人化を推進します。

### (3) 異業種からの農業参入の促進

2009(平成 21)年の農地法改正により企業が農地をリース方式で借りる要件が大幅に緩和されたことから、農地中間管理機構の活用により、適正な農地の利活用を進めるとともに、異業種からの農業参入を促進し、雇用の創出に努めます。

### (4) 地域の核となるキーパーソンの養成

農林漁業者、商工業者などの人的資源や、地域に伝わる加工技術・食文化などの多様な地域資源をコーディネートするための研修機会等をマッチングするなど、6次産業化においてキーパーソンとなる人材の発掘、養成を図ります。

### (5) 農福連携の推進

6次産業化における人手不足解消と、障がい者等の活躍の場を創出するとともに、農福連携の特色を生かした商品の付加価値向上を図ります。

## 2 食を通じた意識啓発

### (1) 家庭・地域・学校等による食育の推進

食べ物の成り立ち、作る手順、作り手の思い、健康など、幼少期から学ぶ機会を設け、地域で育まれた食文化や農産物の魅力がふるさとの愛着となって継承されるよう、家庭・地域・学校等が一体となった食育を推進します。

### (2) 若者等の取り組みに対する支援

近年、市内高校や大学等が本市農産物等を活用した6次産業化への取り組み

が進められており、地域の魅力の発見や、人材の育成につながることから、これらを積極的に支援します。また、首都圏等他地域の若者が本市で就農する取り組みなどを捉え、各種支援制度等の活用にかかる相談体制を整えます。

### 3 情報の共有化

#### (1) 6次産業化に関する各種支援事業の情報提供

総合化事業計画をはじめとする国や県等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。

#### (2) 産・学・官・金・福・士の連携情報の把握と発信

福島県が組織する「ふくしま・地域産業6次化ネットワーク」を活用し、農林漁業者、観光を含めた商工業者、大学や行政等、6次産業化に取り組む各団体等の情報を把握するとともに、本市の生産物や6次産業化、農商工連携事例等に関する情報を積極的に提供します。

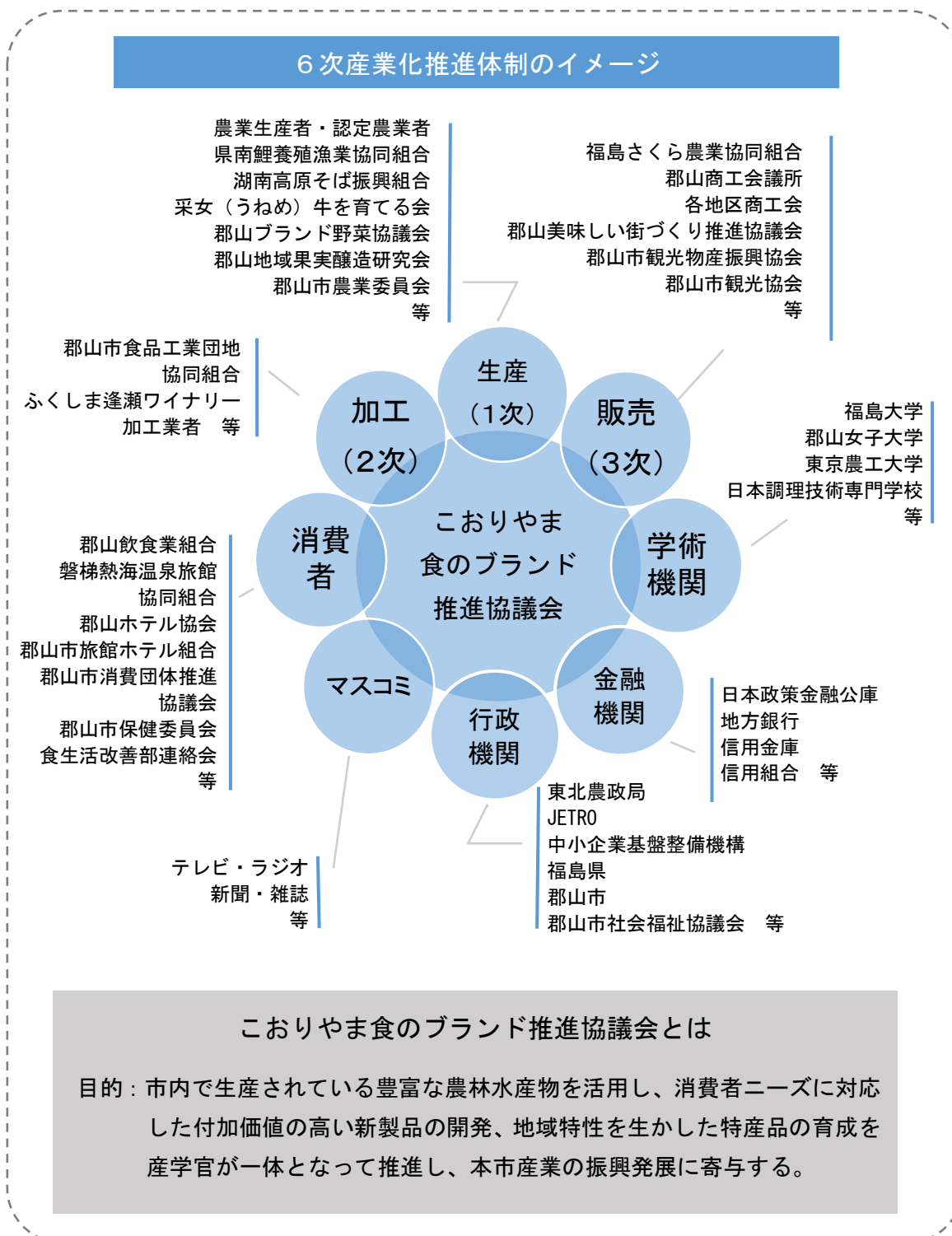
#### 【数値目標】

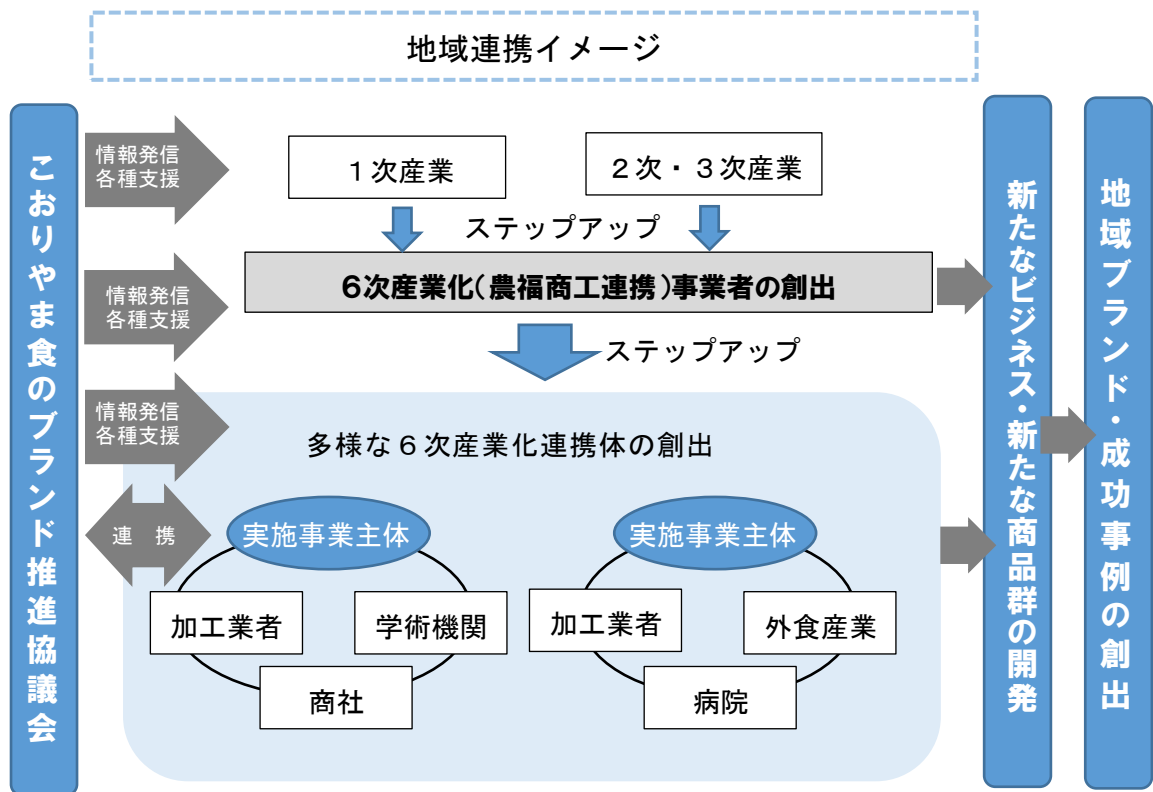
No.	指標	現況（年度）	目標	目標年度
1	大学連携講座受講人数 （1講座当たり）	0人 （2020年度）	70人	2025年度
	[解説] 地域の核となるキーパーソンを養成するため、福島大学や東京農工大学等連携協定学術機関のプログラムを活用した講座を開催し、生産者や消費者等に学ぶ機会を提供します。			
2	6次産業化活動者数	412者 （2020年度）	500者	2025年度
	[解説] 6次産業化に取り組もうとする人を応援する「県中地方・地域産業6次化ネットワーク」の会員のうち、本市が所在登録としている会員数を指標します。同ネットワークは地域産業の6次化に関心と意欲のある方はどなたで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。			
3	農産加工センター 指導者認定者数	212人 （2020年度）	240人	2025年度
	[解説] 逢瀬町にある農産加工センターは、6次産業化に取り組むための研修施設です。農業者がジュース、ピューレ、味噌等の製造加工技術が学べます。専門的機械であるため、講習を受け、認定を受けた方のみが使用出来ます。			

## 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、2018(平成30)年に設立した「こおりやま食のブランド推進協議会」が、市・県等の行政機関をはじめ、1次、2次及び3次産業の関係組織・団体、学術機関及び消費者等との連携により、各種施策を推進しています。



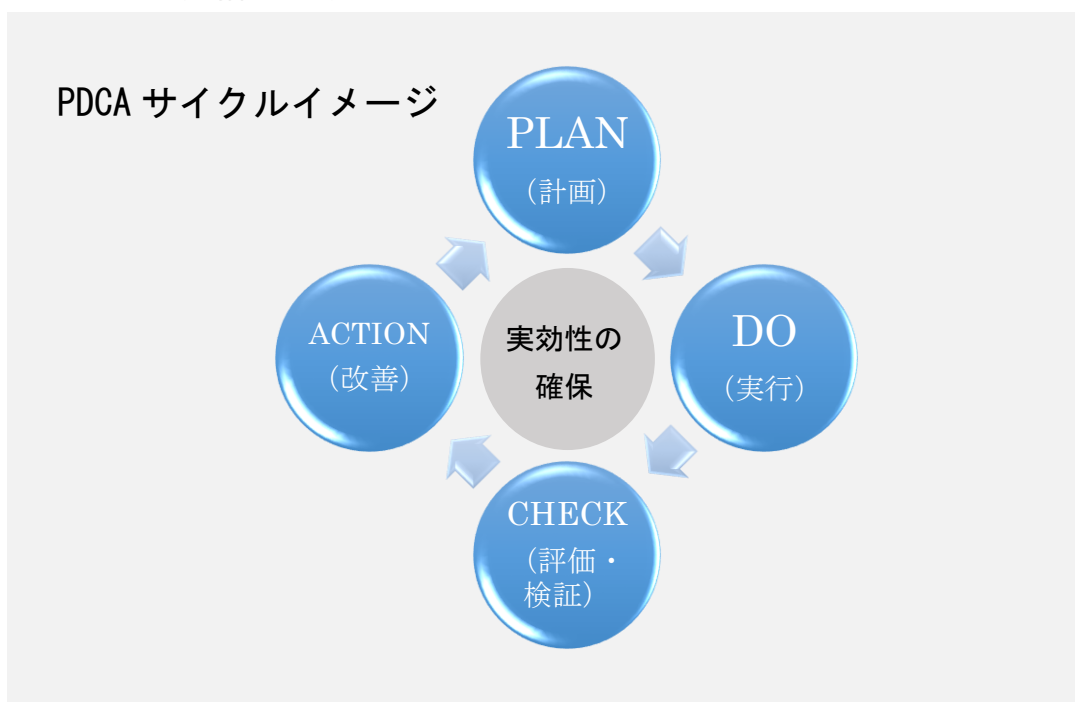


## 2 計画の進行管理

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

### 第2期郡山市6次産業化計画策定にかかる懇談会

#### 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	鹿野 正道	日本調理技術専門学校 学校長	
3	山田 賢一	福島さくら農業協同組合 郡山地区本部 営農経済部長	
4	橋本 壽一	郡山地域果実醸造研究会 会長	
5	小野寺 淳	株式会社 agrity 代表取締役	
6	百目鬼 綾子	有限会社あぶくま 代表取締役	
7	熊田 純幸	県南鯉養殖漁業協同組合 組合長	
8	小林 文紀	株式会社福豆屋 専務取締役	
9	石原 優子	株式会社 JTB 福島支店 グループリーダー	
10	藤丸 大輔	株式会社日本政策金融公庫 福島支店 農林水産事業 融資第二課長	
11	河内 恒樹	一般社団法人ふくしま逢瀬ワイナリー 代表理事	
12	吉田 悠吾	日本貿易振興機構 福島貿易情報センター (ジェトロ福島) 所長	
13	鈴木 朱美	福島リビング新聞社 郡山支社 総括編集長	
14	荻野 憲一	福島県県中農林事務所 企画部長	
15	安齋 真弘	株式会社南東北クボタ 郡山営業所 所長	
16	荒木 英幸	福島民報社 郡山本社 常務取締役 代表	

※敬称略。所属・役職は2022年3月1日現在

## 2 設置要綱

第2期郡山市6次産業化推進計画策定に係る有識者懇談会開催要綱

令和3年5月10日制定

[農林部園芸畜産振興課]

(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次産業化の有効な施策を展開する指針となる第2期郡山市6次産業化推進計画(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、第2期郡山市6次産業化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) 加工技術及び食文化の継承に関すること。
- (5) その他6次産業化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、16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) 商工業及び観光業関係者
- (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、農林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3年5月10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。



## 第2期郡山市6次産業化推進計画

(2023年(令和5年)3月)

■発行 郡山市

■編集 郡山市農林部園芸畜産振興課

〒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