

施策No.7 新たな体制づくりとブランド化の推進

施策の目的

対象	意図
①事業者、市内外住民 ②地域資源	①6次産業化 ¹⁴ 、ブランド化の新たな体制ができる ②地域発の商品・サービスのブランド化が図られる ③良好なイメージを有し、全国に認知される

現状

本市の6次産業化の取組みについて、市内で生産・加工・販売を連動させた活動を行っているグループ、農家、団体の数は18団体で、現在、市民や団体等が共同で鹿肉や地元食材を使った創作料理の開発を行うなど、新たな商品開発の取組みが進みつつあります。また、地元産の農作物を用いた加工品開発についても検討が進められています。

商品等のブランド化については、以前に県が指定基準を示した農産物のブランド化に向けた取組みが行われましたが、生産量や販売高などの基準を満たすことができず、県の指定に至らなかった経緯があります。

市町合併後、地域産品等の付加価値を高め、収益性の高い産業展開をめざし、伊佐市独自の指定ブランド品の確立に向けた取組みが開始されたところであり、市は、平成22年度にブランド化のための担当部署を設置しています。現在、ブランド化にむけた商品（農産物）の選定や認定基準の設定について検討を進めており、平成23年度以降指定を行う予定です。

商品等のブランド化を推進することと合わせて、伊佐の地域全体のイメージを全国に浸透・定着させることも重要です。このことが特産品の購買や観光地等の選択にも貢献することになりますが、現状では他市に誇れる資源はあるものの、トータル的な地域イメージ戦略が十分できているとはいえません。

ブランド化の定着を推進するうえで、地域内における地産地消の取組みは重要な役割を果たしますが、市民意識調査によると、「地元生産品・加工品を知り、消費している」市民の割合は78.2%で、年齢別では、60歳代、70歳代が高い割合を示しています。地元生産品等は、以前から農協や地域の農産物直販所、物産館などで販売されていましたが、最近では大型店舗でも販売されるようになっており、そのことが地産地消の拡大に貢献していると考えられます。

今後の状況変化

- ・地域の生き残りをかけた地域ブランド化は、今後もより多くの地域で取り込まれるようになり、ブランド品などの産地間競争がより一層激化することが予想されます。
- ・消費者からは、今後、商品に関するJAS法¹⁵の遵守（産地偽装の防止、表示ルールの徹底）がより一層求められるようになると予想されます。

課題

- ・6次産業化に取り組む人などが相互に連携できるよう支援を行う必要があります。
- ・6次産業化による付加価値の高い商品の開発を促進する必要があります。
- ・伊佐独自のブランド認証基準を定める必要があります。
- ・ブランド指定品の質の均一化や生産量を確保するための取組みを促進する必要があります。
- ・市内外に向けた伊佐ブランド指定品のPR活動を積極的に展開する必要があります。
- ・伊佐市ならではの魅力を集約し、地域イメージとして全国に普及・定着させる必要があります。

～施策の方針～

収益性の高い事業展開に向けて、生産・加工・販売を地域内で連動させる6次産業化の体制整備を進めます。また、地域資源を活用した農商工連携による新商品開発や付加価値の高い地域ブランド商品の確立、地域イメージ戦略を展開し、地域間競争力の強化を図ります。

目的の達成度をあらわす指標とその目標値

成果指標	平成21年度現状値	平成27年度目標値 ()は成り行き値
A 市内で生産・加工・販売を連動させた活動を行っているグループ、農家、団体数	18団体	20団体 (18団体)
B 伊佐ブランド指定品目数	0品目	5品目 (0品目)
C 伊佐ブランド指定品を取り扱っている事業所数 ※ 指標Bを指定後に設定する	-事業所	-事業所 (-事業所)
D 地元生産品・加工品を知り、消費している市民の割合 【市民意識調査】	78.2%	80.0% (78.2%)
E 地域ブランド市区町村ランキング	-位	-位 (-位)

目標設定の考え方

- A：市内で生産・加工・販売を連動させた活動を行っているグループ、農家、団体数は、過去3年間増減はなく、平成27年度における成り行き値は、平成21年度水準で推移すると見込みます。目標値は、2団体増加させ、20団体をめざします。
- B：伊佐市ブランド指定品目数は、過去において指定した品目はなく、平成27年度における成り行き値は、0品目を見込みます。目標値は、1年に1品目、5年間で5品目をめざします。
- C：伊佐市ブランド指定品を取り扱っている事業所数の平成27年度における成り行き値・目標値については、成果指標Bのブランド品目の認定後に設定を行います。
- D：地元生産品・加工品を知り、消費している市民の割合は、現状が既に高い水準であると考えられるため、今後も維持されると予想し、平成27年度における成り行き値は、平成21年度水準で推移すると見込みます。目標値は、現状も高い水準ですが、さらに2%程度増加させ、80.0%をめざします。
- E：地域ブランド市区町村ランキングの平成27年度における成り行き値・目標値については、現在のランキング順位の把握後に設定を行います。

目標達成に向けた基本的な取組

- 生産・加工・販売に関わる人や団体が連携して、付加価値の高い加工品の開発・販売を行う6次産業化に向けた体制づくりを推進します。
- 農業主体の本市の産業構造の特徴を活かした食品加工関連の事業創出をめざし、農家や関係団体等との連携した取組みを促進します。
- 伊佐市製品のブランド化に向けて、「安全・安心」を基本とした認証基準を策定し、農業、商業、工業、観光などの生産、加工、販売等の分野で、伊佐ブランドを指定します。
- 新商品開発に向けた情報提供や市場ニーズ、販路確保に係る情報収集・提供を行うとともに、広くPRを行い、製品開発と販路拡大を進めます。
- ブランド指定品の定着化を図るために、市内における販売体制の確保や地産地消の取組みを推進します。
- ブランド指定品の生産者が相互に連携し、良質で一定の品質のものを一定量、生産する体制整備を行います。
- 伊佐市の自然、歴史、文化、産業、教育、食、生活などあらゆる分野で、全国に誇れる伊佐の魅力を洗い出し、地域イメージとしてわかりやすいキャッチフレーズを活用するなど戦略的に発信します。

協働による市民と行政の役割分担

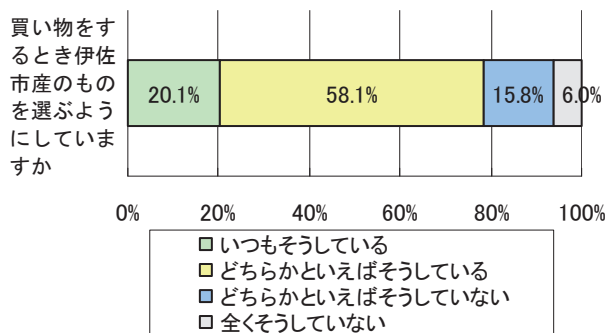
市民（住民、事業所、地域、団体等）の役割

- 市民は、地産地消の取組みについて理解し、地元産品の積極的な購入に努めます。
- 事業所・団体等は、ブランド認証基準に即した商品の開発生産を行います。また、より優れた商品開発に向けた技術開発を行います。
- 販路拡大に向けたセールス・市場調査（消費者ニーズの動向）を行います。
- 異業種間（農業、加工業、販売業）における連携に取り組みます。
- 市民、事業所、団体等は、伊佐市の魅力を広めます。

行政の役割

- 6次産業化へ向けた支援を行います。
- 加工品開発のための施設整備を促進します。
- 関係機関と連携して、ブランド認証の基準作成、認定作業を行います。
- 伊佐ブランド指定品の製品開発と販路拡大を支援します。
- 伊佐ブランド指定品のPRを行います。
- 伊佐市の魅力を、全国に発信します。

【地元産品・加工品を知り、消費している市民の割合】



資料：伊佐市（市民意識調査（2010年度実施））



ふるさと回帰センター（ブース）



新たな商品開発

¹⁴ 6次産業化：6次産業とは、農畜産物、水産物の生産（第1次産業）だけでなく、加工（第2次産業）、流通、販売（第3次産業）にも農業者が主体的かつ総合的に関わることによって、加工賃や流通マージンなど第2次、第3次産業が得ていた付加価値を農業者自身が得ることによって農業を活性化させようという、第1次産業の1、第2次産業の2、第3次産業の3を足し算すると「6」になることから名付けられた造語のことです。

¹⁵ JAS法（日本農林規格）：食品や農産物、建材などの林産物などについて、品質に関する基準を定めた企画。製品の品質を審査し、基準を満たす製品に対して、JASマークを付与します。また、食品に対して原材料名や消費期限などの期限表示を表に表示するよう義務付けています。