

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※ ¹ 、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

本市においては、平成26年度の組織再編において、新たに「伊佐PR課」を設置し、伊佐ブランドの確立に向けた取組みを進めています。

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団体です。市では、6次産業化の推進のために独自の補助制度を創設しており、この制度を活用して商品開発に取り組んでいる事業所もあります。

平成24年度から伊佐ブランド認証制度を開始し、「米」が認証品目となっており、15事業所で取り扱われています。

商品等のブランド化や認証制度を推進するとともに、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。このことが地域産品の購買や観光地等への誘客にもつながると考えられますが、地域の産業・文化・観光などによる総合的なイメージ戦略が明確に決まっていない状況にあります。一方、県内一の生産量と品質を誇る「伊佐米」は、トップブランドとしての信頼を得てきています。

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「地元産品・加工品を知り、消費している」と答えた市民は78.2%と高い割合になっています。地元産品は、以前からJAや地域の農産物直売所、物産館などで販売されていることがこの要因でもあり、地産地消にも貢献していると考えられます。

今後の状況変化

- ・ 地域ブランド化を進めている地域は多く、今後、産地間競争の激化が進み、強烈な特徴を出さないと生き残れない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※²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推測されます。

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。
- ・ 新たなブランド認証品や認証基準の設定を検討する必要があります。
- ・ 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や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年度実績値	平成26年度現状値	平成32年度目標値 ()は成り行き値
	平成27年度目標値		
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	20団体 (18団体)
B 伊佐ブランド指定品目数	0品目 5品目	1品目	5品目 (1品目)
C 伊佐ブランド指定品を取り扱っている事業所数	-	15事業所	22事業所 (15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%	80.0% (78.2%)

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、過去の推移を勘案し、平成32年度における成り行き値は18団体と見込みます。目標値は、前期基本計画で設定した目標値に達していないことから、引き続き、20団体をめざします。
- B：伊佐ブランド指定品目数は、現在、平成24年度に指定した伊佐米の1品目のみであり、今後も現状で推移すると予想し、平成32年度における成り行き値は、1品目と見込みます。目標値は、前期基本計画で設定した目標値に達していないことから、引き続き、5品目をめざします。
- C：伊佐ブランド指定品を取り扱っている事業所数は、現在の15事業所で推移すると予想し、平成32年度における成り行き値は、15事業所と見込みます。目標値は、新たなブランド指定品の開発により取扱事業所を増加させ、22事業所をめざします。
- D：地元生産品・加工品を知り、消費している市民の割合は、現状が高い水準であり、横ばいで推移していることから、平成32年度における成り行き値は78.2%を見込みます。目標値は、前期基本計画で設定した目標値に達していないことから、引き続き、80.0%をめざします。

目標達成に向けた基本的な取組み

- ・ 6次産業化の構築に向け、伊佐市産の農作物を活用した加工品など付加価値の高いブランド商品の開発に努めます。
- ・ 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。
- ・ 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。
- ・ ブランド指定品の質の均一化や生産量を確保するために、生産者間の連携体制を構築します。
- ・ 市民が伊佐ブランドを認識するため、学校給食における地産地消の取組みなど、周知活動に努めます。

第2章 基本計画 政策2：伊佐の特性を活かす地域産業づくり

- 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	行政の役割
<ul style="list-style-type: none"> 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。 事業者・団体等は、ブランド認証基準に即した商品の開發生産を行います。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。 	<ul style="list-style-type: none"> 6次産業化へ向けた支援を行います。 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するとともに、伊佐ブランドのPRを行います。 伊佐市の魅力を全国に発信します。



伊佐牧場オープニングイベント



伊佐牧場オープニングイベント

¹ 6次産業化：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るもの。

² JAS法：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マークを付与する。