

# 第3期秋田県6次産業化推進戦略

令和4年3月

秋田県6次産業化推進協議会



# 目次

<b>第1章 戦略の概要</b>	
1 策定の趣旨	1
2 位置づけ	1
3 計画期間	1
<b>第2章 本県の6次産業化を取り巻く現状と課題</b>	
1 社会情勢の変化	2
2 県内の動き	4
3 これまでの主な取組の成果と課題	6
<b>第3章 戦略の目指す方向</b>	
1 戦略の視点と目指す姿	13
2 戦略の体系	14
<b>第4章 戦略の展開方向</b>	
1 農業経営体に取り組む6次産業化の事業発展	15
2 異業種との連携体による6次産業化の事業発展	19
3 多様化するニーズを捉えた販売力の強化	22
4 女性農業者が輝く多彩な起業活動の展開	23
<b>第5章 成果目標</b>	
1 代表指標	24
2 関連指標	24
3 業績指標	24
<b>第6章 戦略の推進体制と各主体の役割</b>	
1 推進体制	25
2 各主体の役割	25
<b>(参考資料)</b>	
秋田県6次産業化推進協議会設置要領	26

# 第1章 戦略の概要

## 1 策定の趣旨

本県は、全国屈指の米産県として、稲作を中心とした農業が展開されてきましたが、国内の米消費量が減り続ける中で、農林水産業を振興し、農業所得の向上を図るためには、生産から加工、流通、販売を通じて県産農林水産物の付加価値を高める6次産業化の取組が重要となっています。

国では、平成23年3月に施行された六次産業化・地産地消法に基づき、6次産業化の取組を推進しており、本県では、平成27年12月に「秋田県6次産業化推進戦略」を、平成30年3月に「第2期秋田県6次産業化推進戦略」を策定し、6次産業化の推進に取り組んできました。

本戦略は、これまでの取組の成果を検証するとともに、社会情勢の変化等を踏まえながら、本県における6次産業化の取組の方向性を示し、農林漁業者や関係団体等が一体となって6次産業化を推進するために策定するものです。

## 2 位置づけ

本戦略は、県政運営の指針である「新秋田元気創造プラン」や「新ふるさと秋田農林水産ビジョン」に基づき、本県の6次産業化の推進に関わる具体的な方向性や施策を定めたものです。

また、国の交付金等の事業実施に当たっても、本戦略を基本に位置付けながら推進するものです。

## 3 計画期間

本戦略の計画期間は、「新秋田元気創造プラン」や「新ふるさと秋田農林水産ビジョン」と連動し、令和4年度から令和7年度までの4年間とします。

ただし、社会情勢の変化など、新たな課題への対応が必要となった場合及び施策の検証等を踏まえ、適宜見直すこととします。

## 第2章 本県の6次産業化を取り巻く現状と課題

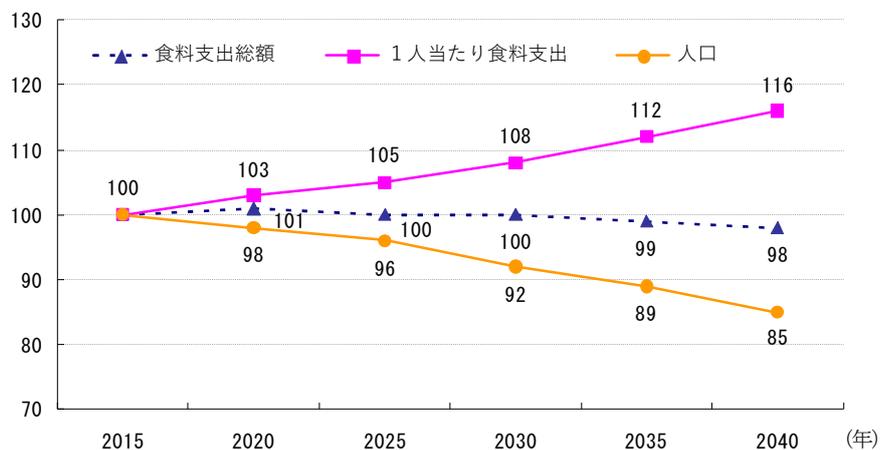
### 1 社会情勢の変化

#### (1) 食の外部化の進展

国内の食料支出総額は、今後、人口減少が進むことにより、当面はほぼ横ばいで推移し、長期的には縮小していく一方、1人当たり食料支出は、拡大することが見込まれています。

1人当たり食料支出の推移を生鮮食品、加工食品、外食の別に見ると、生鮮食品への支出が減少し、加工食品や外食への支出が伸びる見込みとなっており、食の外部化の進展が1人当たり食料支出の伸びにつながっています。

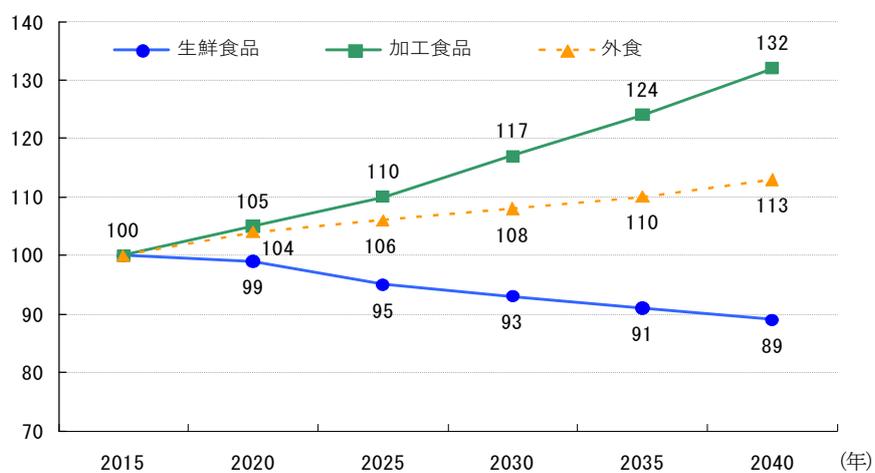
図1 食料支出総額・1人当たり食料支出の将来推計 (2015年を100とする指標)



出典：農林水産政策研究所「我が国の食料消費の将来推計（2019年版）」

図2 生鮮食品、加工食品、外食別の1人当たり食料支出の将来推計

(2015年を100とする指標)



出典：農林水産政策研究所「我が国の食料消費の将来推計（2019年版）」

## (2) 海外需要の拡大

国内の食市場が縮小傾向で推移する一方で、世界の食市場は年々拡大しています。

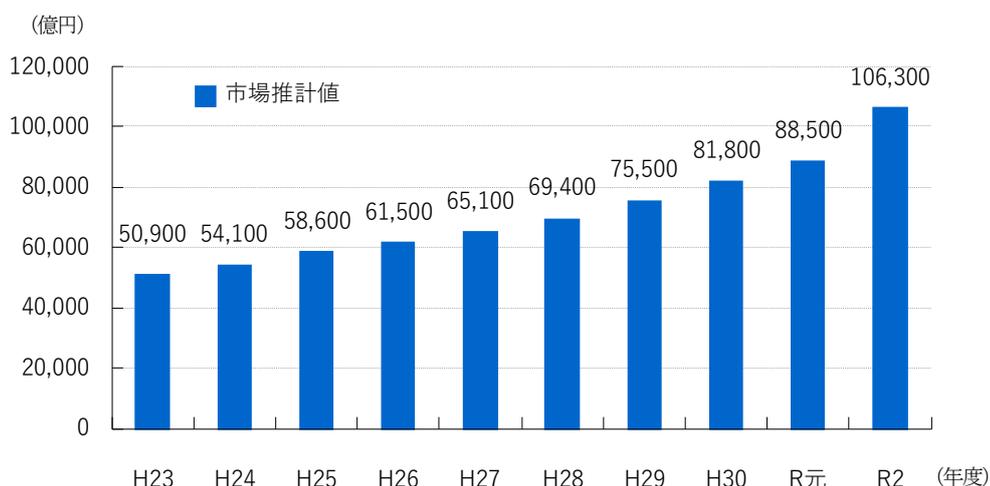
日本産農林水産物は、品質や安全性の面で評価が高く、また、日本食は健康的であるなどのイメージやおいしさ、見た目の美しさ等の理由から注目され、令和2年の農林水産物・食品の輸出額は9,217億円と過去最高額を更新しています。

## (3) 「巣ごもり需要」の増加

新型コロナウイルス感染症の感染拡大による影響で、外出を控えて自宅で過ごす時間が増えたことにより、いわゆる「巣ごもり需要」が増加しています。

(公社)日本通信販売協会が公表した「2020年度通販市場売上高調査」によると、令和2(2020)年度の通販の売上高は、前年比20.1%増の10兆6,300億円となり、家電系や家具、食品系など、在宅時間を充実させる目的の商品が好調で、通販が購入手段として拡大しています。

図3 通信販売市場の売上高の推移



出典：(公社)日本通信販売協会「2020年度通販市場売上高調査」

## (4) 食の安全・安心に対する意識の高まり

食を取り巻く環境の変化や国際化等に対応して、食品の安全を確保することが求められています。

令和3年6月に施行された改正食品衛生法により、食品等事業者にHACCP\*に沿った衛生管理が求められるとともに、営業許可制度の見直しなどが行われています。

※HACCP：原材料の受入から最終製品の工程毎に、微生物汚染や金属混入等の潜在的な危害要因を分析した上で、発生防止につながる特に重要な工程を定め、継続的に監視・記録する衛生管理の手法。

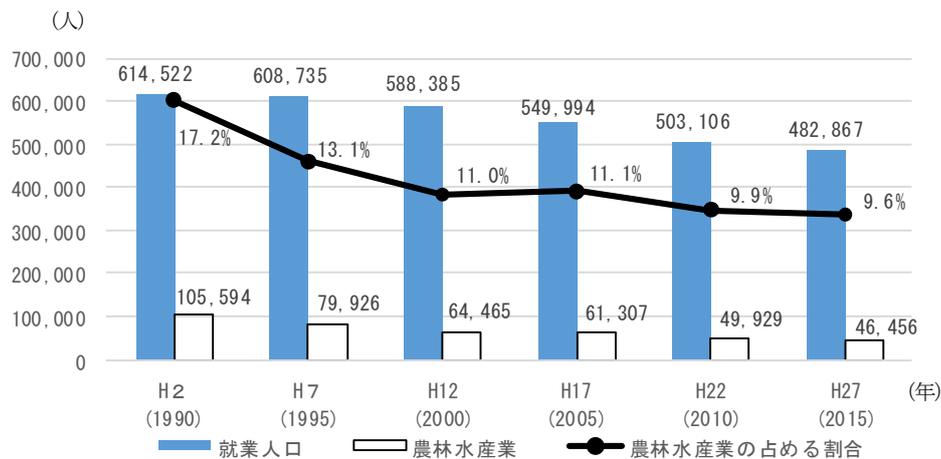
## 2 県内の動き

### (1) 就業人口の推移

本県の農林水産部門の就業人口は、平成2年から平成27年にかけて59,138人減少し、平成27年は46,456人となっています。また、総就業人口に占める農林水産部門の割合は、7.6ポイント減の9.6%となっています。

県全体の人口減少や高齢化に伴い、労働力の減少が急速に進行すると見込まれています。

図4 就業人口の推移



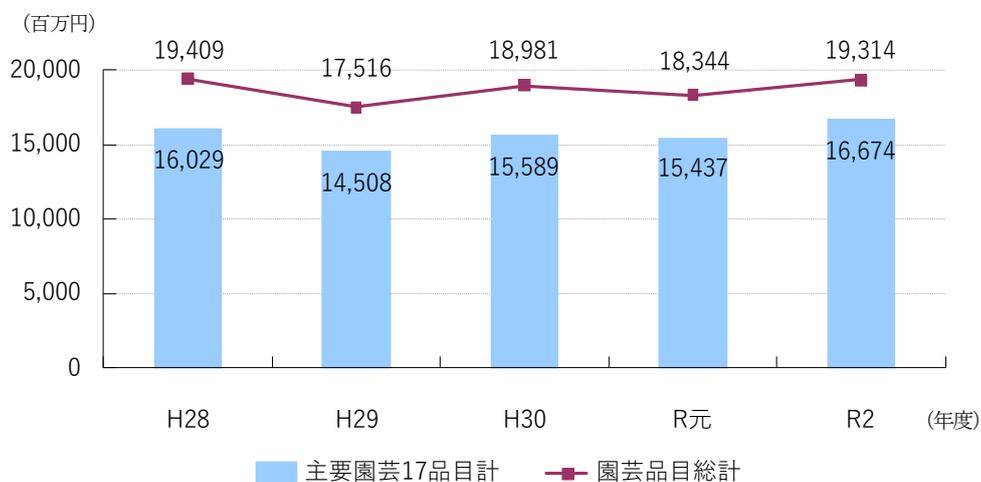
出典：総務省「国勢調査」

### (2) 園芸メガ団地の形成

園芸メガ団地は令和3年度までに50団地で整備され、米以外の農業産出額を押し上げる大規模園芸拠点が全県に展開し、複合型生産構造への転換が加速しています。

園芸メガ団地の整備等により、ねぎ、しいたけ、キク類等の生産が拡大し、園芸品目全体の販売額を下支えしています。

図5 園芸品目全体のJA系統販売額

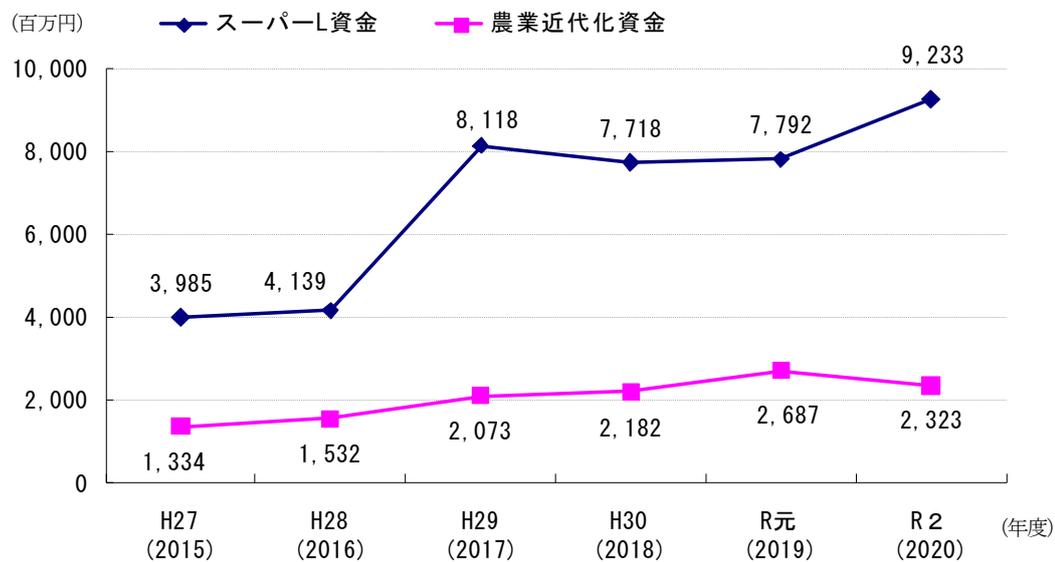


出典：JA全農あきた「秋田県JA青果物生産・販売実績」を基に県園芸振興課集計

### (3) 旺盛な農家の投資意欲

制度資金の主力である農業近代化資金及びスーパーL資金の県内の融資実績は、担い手農家への農地集積や大規模法人化の進展などに伴う農業者の投資意欲の高まりにより、ここ数年高い水準で推移しています。

図6 制度資金の融資実績の推移



出典：県農業経済課調べ

### 3 これまでの主な取組の成果と課題

#### (1) 成果目標の達成状況

##### ①代表指標

###### ■6次産業化事業体販売額

(単位：百万円)

	基準値 (H27)	H30	R1	R2	R3
目標値	—	15,800	17,200	18,600	20,000
実績値	14,258	17,422	20,800	—	—

出典：6次産業化総合調査（農林水産省）

代表指標である「6次産業化事業体販売額」は、商品開発や機械・施設の導入支援により、平成27年度から令和元年度にかけて大きく増加しています。

##### ②関連指標

###### ■食関連ビジネスに取り組む農業法人数

(単位：法人)

	基準値 (H28)	H30	R1	R2	R3
目標値	—	320	335	350	365
実績値	294	331	316	313	—

出典：県農林政策課調べ

「食関連ビジネスに取り組む農業法人数」は、新たに加工品開発などの取組を始める農業法人がある一方、新たな設備投資や加工技術・販売ノウハウの習得などの負担が大きく、近年は減少傾向にあります。

###### ■女性起業1組織（販売額500万円以上の直売組織）当たりの販売額

(単位：万円)

	基準値 (H28)	H30	R1	R2	R3
目標値	—	6,400	6,720	7,050	7,400
実績値	6,078	6,409	6,421	6,532	—

出典：県農業経済課調べ

販売額が2億円以上の大型の直売所では販売額を伸ばしている一方、1千万円未満の中小規模の直売所では誘客につながる工夫が少なく、販売額が減少傾向にあり、「女性起業1組織（販売額500万円以上の直売組織）当たりの販売額」は微増にとどまっています。

## (2) 主な取組と成果

### ① 6次産業化サポート体制の充実・強化

#### ア 6次産業化支援機関の連携・機能強化

- ・ 6次産業化推進協議会を開催し、6次産業化に係る情報を共有しました。
- ・ 秋田県6次産業化サポートセンターに登録された経営コンサルタントなどの6次産業化プランナーを農林漁業者等に派遣し、経営改善方策の策定とその実行等を支援しました（H30～R2：延べ249回）。

#### イ 6次産業化に係る人材の育成

- ・ 6次産業化の取組を支援する行政、農業団体、金融機関等の職員を対象に、相談業務の実施に必要な支援スキルを習得するため、6次産業化支援者養成研修会を平成30年度に開催しました（開催回数：5回、参加者数：延べ134人）。

#### ◆ 6次産業化プランナーの派遣実績

年 度	H30	R1	R2
派遣回数	119	112	18

出典：県農業経済課調べ

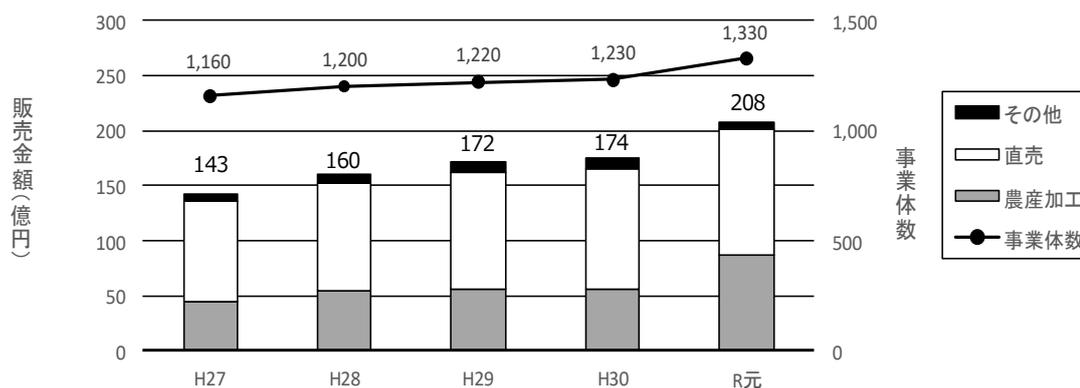
※R2 から派遣の対象が重点支援対象者に限定されたため、派遣実績が減少

#### ◆ 食関連ビジネスに取り組む農業法人数

年 度	H30	R1	R2
目標値	320	335	350
実績値	331	316	313

出典：県農林政策課調べ

#### ◆ 6次産業化販売金額と事業体数の推移



出典：6次産業化総合調査（農林水産省）

## ②地域一体となった6次産業化の展開

### ア JA等が主体となった6次産業化の促進

- ・農産加工の新規取組や製造規模拡大を行う農業経営体及び、農業経営体と連携する食品製造事業者に対して、取組に必要な機械・設備の導入整備のほか、商品開発や販路開拓を支援しました。

#### ◆機械・設備の導入整備に対する支援実績

年 度	H30	R1	R2
補助件数	3件	5件	7件
主な事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・いぶり大根漬けの製造規模拡大 (真空包装機、漬け込み用ボックス)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・いぶり大根漬けの製造規模拡大 (低温貯蔵庫、大根洗浄機等)</li> <li>・そば粉の製造規模拡大 (石臼製粉機)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・にんにく加工品の製造開始 (にんにく皮むき機)</li> <li>・惣菜の製造開始 (ガスコンロ作業台、アイスストッカー等)</li> </ul>

出典：県農業経済課調べ

### イ メガ団地等と連携した加工原料の安定確保

- ・メガ団地の全県展開に伴う園芸品目の生産拡大により、生産された農産物の一部は加工原料として活用されました。

#### 【JAあきた北の冷凍むき豆とペースト】

- ・JAあきた北の農産物流通加工センターでは、えだまめの規格外品を生産者から買い取り、冷凍むき豆とペーストを製造。
- ・商品形態はむき豆とペーストで、いずれも1kg入りで、県内外の学校給食や菓子製造事業者等に販売。



### ウ ニーズ対応型産地づくりの推進

- ・実需者と結びついている加工・業務用野菜として、にんにく、ねぎなどの生産拡大に必要な機械・設備等の導入を支援しました。

### ③異業種連携によるキラリと光る6次産業化の推進

#### ア 異業種企業等との連携促進

- ・異業種交流会を開催し、農林漁業者が食品製造事業者や流通・販売事業者などと連携する取組を促進しました。
- ・首都圏のセレクトショップや食品卸のバイヤーと共同で、首都圏での定番商品を7事業者が9商品開発しました（「白神あわび茸と比内地鶏のごはんのお供」、「いぶりがっこ in スモークチーズ」等）。
- ・産地化が進んでいる「にんにく」、「たまねぎ」、「しいたけ」を対象に、農業経営体、食品製造事業者、金融機関等で構成するクラスター協議会が一次加工品を商品開発しました。



(異業種交流会)

#### 【クラスター協議会と一次加工品】

- ・にんにく協議会（県北）：ムキにんにく、おろしにんにく等
- ・たまねぎ協議会（県央）：スライスカット、ダイスカット
- ・しいたけ協議会（県南）：スライス水煮

#### イ 食品製造業者の支援強化

- ・マーケティングや製造管理手法等に関する人材育成講座を開催しました。
- ・改善活動に取り組む事業者に対する支援を実施しました。



(人材育成講座)

#### ウ 本県の強みや食品の機能性を生かした商品開発

- ・ジュンサイやエゴマ油が有する機能性を明らかにし、機能性食品等の商品化を促進しました。

#### エ 食農医連携によるスマイルケア食の推進

- ・産学官連携により「あきたスマイルケア食研究会」（事務局：秋田県総合食品研究センター）が平成29年に設立され、スマイルケア食「青マーク」許諾商品の開発を支援し、11事業者が52商品を開発しました（商品数で全国1位）。

#### ④首都圏等のニーズに応じた流通・販売力の強化

##### ア 首都圏等における販路拡大・販売促進

- ・直接取引による販路拡大に取り組む農業者等と取引先とのマッチングを支援し、マーケットインの視点による流通・販売を促進しました。

##### ◆商談件数と商談成約件数

年 度	H30	R1	R2	計
商 談 件 数	595	841	934	2,983
うち成約件数	386	425	400	1,591

出典：県販売戦略室調べ

##### イ 民間企業との連携による流通対策の推進

- ・県産食材マッチング商談会を開催し、県内外のバイヤーを招へいして、販路拡大を支援しました。
- ・アンテナショップ「あきた美彩館」における、県産食品のネット販売を強化しました。



(県産食材マッチング商談会)

##### ウ 秋田の加工食品の戦略的な輸出の促進

- ・現地コーディネーターを活用し、対象国での販路拡大を進めるとともに、オンライン商談の実施など、県内企業による輸出の拡大を支援しました。
- ・県内中小企業における輸出のハードルを下げるため、コンテナ混載等の取組を支援しました。



(台湾の百貨店での秋田フェア)

## ⑤女性農業者等の起業拡大と地産地消の推進

### ア 次代を担う女性起業者の確保・育成

- ・起業ビジネス塾（H28～R2）の受講生 35 名のうち、15 名が商品を開発し、販売を開始しました（「恋いもころん」、「あきたほのかの豆ごはん」、「トマト糍だれ」等）。
- ・起業ビジネス塾の卒業生を中心に「あきたアグリヴィーナスネットワーク」を令和元年7月に設立し、会員同士の情報交換やイベント出展による共同での販売活動を実施しました（R2 年度末：会員数 31 名、応援団企業 35 社）。



（あきたアグリヴィーナスネットワーク会員の加工品PR販売）

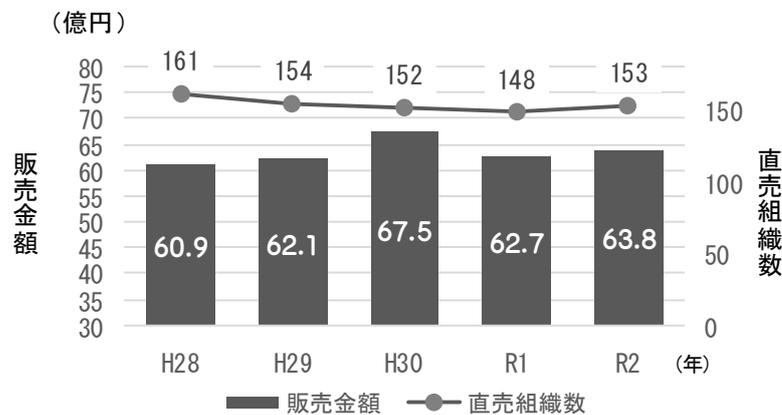
### イ 直売施設の機能強化による地域交流・情報発信拠点化

- ・女性起業者等 16 事業者の商品開発や販路開拓、機械・設備の導入を支援し、いぶり大根漬けやクラフトビールなど 6 商品を開発しました。
- ・直売所会員、JA、女性農業者等を対象に、全国の集荷事例等の研修会を開催しました。



（女性グループが開発したクラフトビール）

### ◆直売所の販売金額と組織数の推移



出典：県農業経済課調べ

### ウ 地産地消の県民意識の醸成

- ・毎月第3日曜日とその前の金・土曜日を「あきた産デー」に定め、秋田駅前で開催された「あきた産デーフェア」において、地産地消の普及啓発活動を実施しました。

### (3) 6次産業化推進に向けた主な課題

#### ①農業経営体の収益力の向上

- ・ 新たに加工品開発などの取組を始める農業法人がある一方で、取組をやめる農業法人もあり、食関連ビジネスに取り組む農業法人数は減少傾向にあることから、取組の促進や事業継続に向けた支援が必要です。
- ・ 商品開発は行われているものの、農産物等の有効活用に着想した商品が多く、消費者ニーズを捉えた商品の開発力が総じて弱いという課題があります。また、資本力も脆弱なため、新たな分野への事業展開が難しい状況にあります。
- ・ 農業経営体が6次産業化に取り組むためには、施設等整備に係る初期投資や加工技術、販売に関するノウハウの習得等が負担になることから、取組の発展段階に応じた支援が必要です。

#### ②異業種連携による付加価値向上

- ・ 一経営体当たりの農産加工の販売金額(R元)は、10,915千円(全国36位)と事業規模が小さく、6次産業化の取組をさらに推進するためには、異業種と連携した取組が必要です。
- ・ 本県で生産された農産物は、県外で加工されることが多いことから、県内で加工し、県内外に販売していく取組が必要です。
- ・ 農業経営体に取り組む小規模な農産加工の場合は、加工業者への委託が効果的であることから、食品製造事業者等異業種と連携した事業展開が必要です。

#### ③首都圏等における販売力の更なる強化

- ・ 実需者のニーズに対応できる商談スキルを持った農業経営体が未だ少なく、事業の継続や拡大が進展しづらいという課題があります。
- ・ 販路拡大による経営発展に向け、輸出も含めた販路の多角化に対する理解を深め、意識の醸成を図ることが必要です。
- ・ 食の外部化・簡便化志向の拡大により業務用需要が増加していることから、実需者のニーズを把握し、県産農産物とのマッチングを強化することが必要です。

#### ④女性起業活動の強化

- ・ 女性による起業活動数は減少傾向にあり、また、販売額300万円未満の小規模な取組が多く、活動の継続性や収益性の確保が課題となっています。
- ・ 女性起業活動の大宗を占める直売所は、近年、販売額を伸ばす大規模店舗と、伸び悩む中小規模店舗の二極化が進んでおり、販売額を増加させるため、誘客につながる工夫が必要です。

## 第3章 戦略の目指す方向

### 1 戦略の視点と目指す姿

本戦略では、社会情勢の変化や課題等を踏まえ、次の3つの視点を重視して目指す姿を設定し、施策を展開します。

#### 【重視する視点】

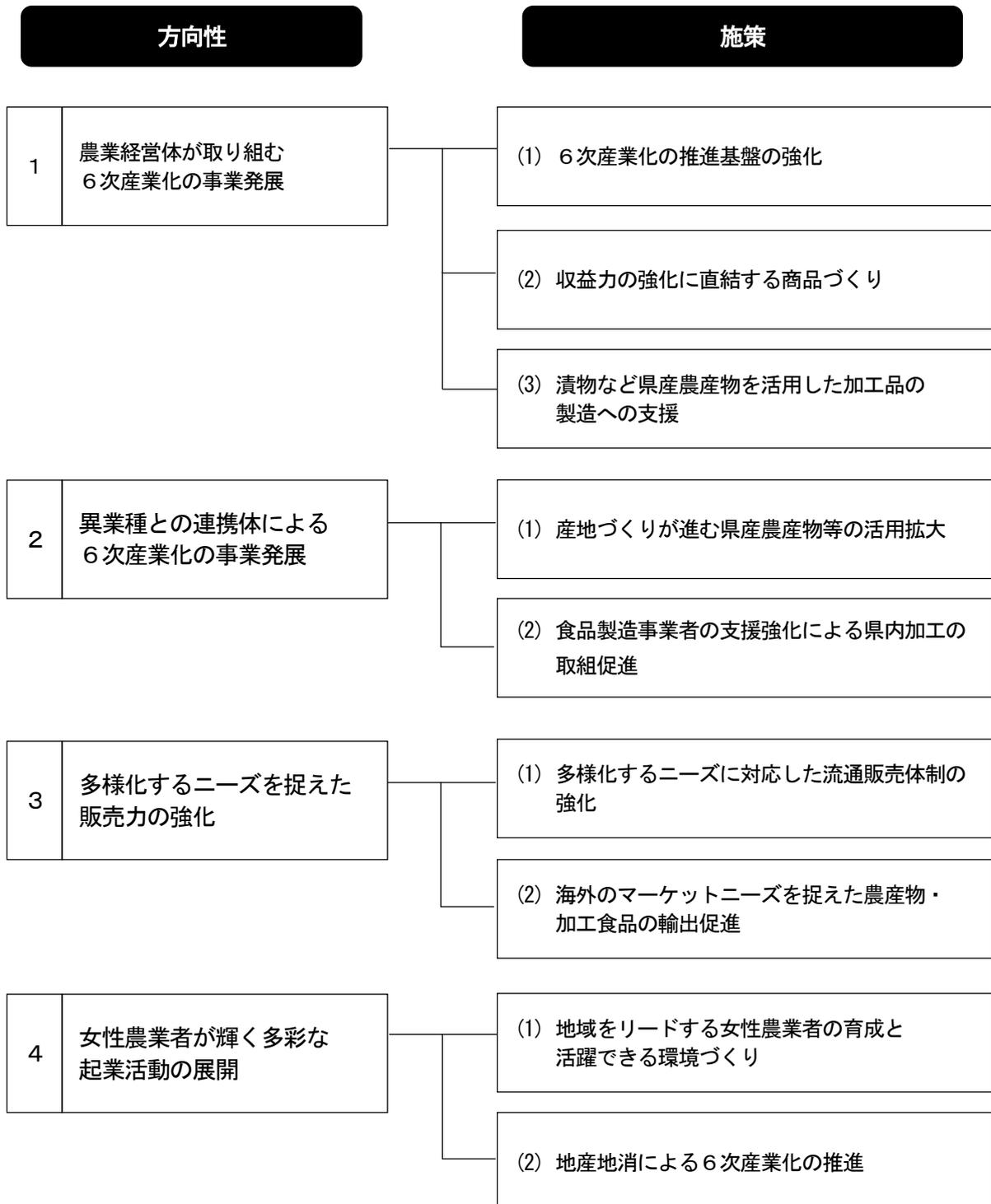
- 6次産業化による収益力の向上
- 6次産業化商品のブランド力・販売力の強化
- 女性活躍の推進

#### 【目指す姿】

- 農業経営体、食品事業者、流通・販売事業者等の連携によるサプライチェーンの構築
  - 県内において県産農産物等を加工し付加価値を高めるフードサプライチェーンが構築され、農産加工品が県内外へ販売されることで、地域内での経済循環が活発化しています。
- 首都圏や海外の消費者ニーズを捉えた魅力ある商品の生産・供給
  - 多様化する国内外のニーズに対応できる商品・産地づくりや流通体制が整備され、農業経営体等が積極的に販路拡大に取り組んでいます。
- 女性農業者による多彩な6次化事業の展開
  - これまで農村女性が培ってきたノウハウを継承しつつ、時代の変化に対応しながら、女性農業者の個性を生かした農産加工や直売等の起業活動が展開されています。

## 2 戦略の体系

本戦略で重視する視点と目指す姿に基づいて、戦略の目指す方向性を次の4つとし、その方向性に基づいた施策を実施することにより、本県における6次産業化の一層の推進を図ります。



## 第4章 戦略の展開方向

### 1 農業経営体が取り組む6次産業化の事業発展

農業経営体が自身の経営発展のために6次産業化に取り組めるよう、支援機関による相談活動の充実を図ります。

また、経営改善や食品加工、販路開拓等に関する助言や、農産加工施設の整備など、ソフトとハードの両面から総合的に支援します。

#### (1) 6次産業化の推進基盤の強化

##### ① サポートセンターによる支援の充実

「秋田県農山漁村発イノベーション（6次産業化）サポートセンター」において、6次産業化に係る支援施策の紹介や助言を行い、6次産業化による農業経営の改善や農業所得の増加等に向けて経営改善方策等の策定及び実行を支援します。



(秋田県6次産業化サポートセンター Web サイト)

##### ② 「秋田県よろず支援拠点」との連携

「秋田県農山漁村発イノベーション（6次産業化）サポートセンター」と県内の中小企業等の経営相談所である「秋田県よろず支援拠点」が情報共有を図り、それぞれの機能やノウハウを補完しながら、農業経営体の売上拡大や経営改善等に向けた支援を行います。

##### ③ 産地づくりと連動した加工原料の安定確保

近年、ニーズが高まっている加工原料の安定供給及び加工業務用野菜の安定生産体制を確立するため、機械化一貫体系と輪作体系のモデル実証を通じて産地づくりを支援します。

#### 【輪作実証イメージ】



## (2) 収益力の強化に直結する商品づくり

### ①地域プランナーによるサポート

6次産業化に取り組んでいる農業経営体の所得向上に向け、「秋田県農山漁村発イノベーション（6次産業化）サポートセンター」に登録された地域プランナーを派遣し、経営改善方策の作成と併せて、マーケットの分析や商品コンセプト、販売ターゲットの検討などを専門的な知見の基にサポートします。



(地域プランナーによる支援)

### ②総合食品研究センターによる技術支援

県産農林水産物を素材とする加工品開発を進めるため、県内事業者の技術相談に積極的に対応するとともに商品開発のスキルアップを高める研修等を実施します。

また、県産品の付加価値を高めるため、未利用部分を活用した商品化についての研究を進めるとともに、機能性成分を探索し、機能性表示食品等の開発を行う県内企業を支援します。

さらには、本県の強みである発酵分野において、オリジナル酵母や麹菌等の開発を行い、それらを活用する6次産業化商品の開発を支援します。

## トピックス

### 県産農産物の持つ機能性を研究した成果を活用した商品づくり

#### 【じゅんさい】

総合食品研究センターでは、じゅんさい葉に豊富に含まれるポリフェノールを高含有した機能性素材「ジュンサイエキス」を、大手食品素材メーカーと共同開発しました。

「ジュンサイエキス」は、県内企業と開発した「潤彩小町」をはじめ、県内企業の様々な商品（健康食品・化粧品）に使われています。



「潤彩小町」

### (3) 漬物など県産農産物を活用した加工品の製造への支援

#### ① 漬物等加工品の食品衛生法改正への対応

いぶりがっこなどの漬物は、本県の食文化を代表する食品であり、各家庭の味が直売所等で販売され、生産者の重要な収入源になっているほか、地域の観光や物産振興の面でも大きな役割を果たしています。

令和3年6月に施行された改正食品衛生法により、漬物製造を行うためには、一定の衛生基準に基づいた施設の整備が必要となる一方、商機の拡大も期待されることから、ビジネスとして成り立つ規模での個別農家の施設整備に加え、若手と高齢者の共同での取組を促進するなど、市町村と連携しながら、事業の継続・発展を支援します。

#### トピックス

##### 若手女性農業者の漬物製造の取組

若手女性農業者（仙北市）が、地域の人にも気軽に使える、食品衛生法の基準を満たした「シェア加工所」を令和2年度に整備しました。

「シェア加工所」は、クラウドファンディングを活用して整備したもので、現在は地域の女性農業者4名が利用し、自らの漬物づくりを継続しています。

「シェア加工所」で製造された漬物は、地域の女性農業者が製造した分も若手女性農業者が販売を行い、主に首都圏百貨店の催事やインターネットで販売されています。



#### (参考)

##### 食品衛生法等の一部を改正する法律（平成30年法律第46号）の概要

###### 【法改正の経緯等】

- 平成30年6月13日：食品衛生法の一部を改正する法律の公布
- 令和3年6月1日：改正法施行（R6.5.31まで営業許可の申請が必要）
- 令和6年6月1日：本格的に食品営業許可制度がスタート

###### 【漬物製造に係る営業許可制度の概要】

令和3年6月1日から、食品衛生法の規定に基づき、漬物を製造する全ての個人・法人は、営業許可申請が必要となりました。

- 許可申請期間  
令和3年6月1日～令和6年5月31日までの3年間
- 許可を取得するための主な施設基準
  - ・製造施設は、住居や食品を扱わない部屋や場所と区画されていること。
  - ・床面、内壁、天井は清掃が容易にできる材料で作られ、清掃が容易にできること。
  - ・給水設備を有すること。
  - ・従事者の手指を洗浄消毒する装置を備えた流水式手洗い設備を設けること。

## ②食品製造における衛生管理の向上

食品の安全性の向上と品質管理の徹底に向け、食品を製造・加工し、販売する農業経営体がHACCPに沿った衛生管理を行うよう、県内の各保健所と連携しながら個別相談に対応するとともに情報提供を行い、商品の品質向上と事業発展を支援します。

### (参考) HACCPへの対応

#### 【概要】

平成30年6月の食品衛生法の改正により、令和3年6月1日から、全ての食品等事業者を対象に、HACCPの認証又はHACCPの考え方を取り入れた衛生管理の実施が必要となりました。

#### 【対象】

農林水産物の生産者以外の全ての食品に関わる事業者

- (1) 食品の加工や販売に従事する従業員が50人以上の場合（一般事業者）  
コーデックス委員会が定める7原則12手順（管理基準の設定、記録と保存方法の設定など）を踏まえたHACCP認証が必要（秋田県HACCP認証制度が該当）。
- (2) 食品の加工や販売に従事する従業員が50人未満の場合（小規模事業者）  
HACCPの考え方を取り入れた衛生管理が必要。  
衛生管理計画の作成、衛生管理の実施、実施したことを確認・記録。



(HACCP研修会)

## ③地域資源の付加価値向上につながる機械導入・設備整備の支援

農業経営体が主体的に行う6次産業化や地域資源の付加価値向上、直売所や農家レストランで地域食材を提供するといった取組を進めるため、農林畜産物の加工・流通・販売等に要する機械の導入や施設整備を支援します。



(製造機械)

## 2 異業種との連携体による6次産業化の事業発展

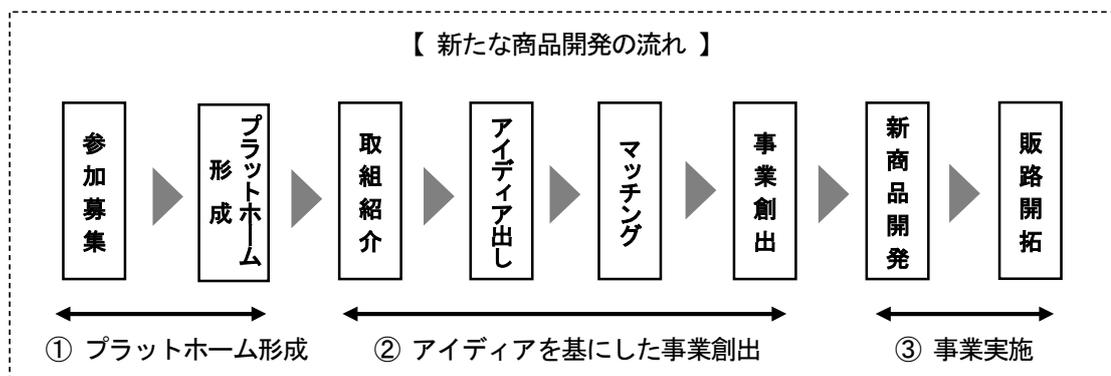
農業経営体と食品製造事業者や流通販売事業者等の異業種が連携し、新たな発想で事業を発展させることにより、県産農産物の付加価値の向上を図ります。

また、講座等の開催による人材育成や、生産性向上に向けた事業者間連携・先進技術導入等により、食品製造事業者の事業基盤と競争力強化を図り、県内加工の取組を促進します。

### (1) 産地づくりが進む県産農産物等の活用拡大

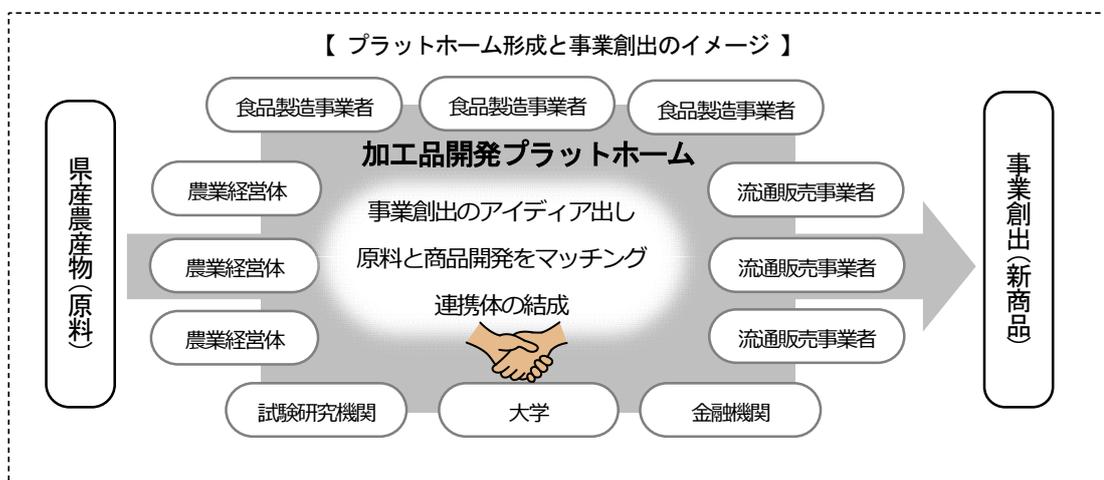
近年、園芸メガ団地等が整備され、大規模園芸拠点が全県展開されたことにより、野菜等の生産量が増加し、原料が安定的に確保されつつあります。

こうした中、加工適性の高い野菜や果樹の付加価値向上を図るため、農業経営体と食品製造事業者、流通販売事業者等の異業種によるプラットフォームを形成し、新たな発想で県産農産物の商品開発を推進します。



#### ① プラットホームの形成

加工適性の高い野菜や果樹を活用した加工品の開発をテーマとして、関心のある農業経営体や食品製造事業者、流通販売事業者、金融機関を募集し、新たな事業創出に向けたプラットフォームを形成します。



## ② アイディアを基にした事業創出

プラットフォームに参画した事業者等が、原料や加工技術、販路を持ち寄り、新たな商品開発に向けたアイデア出しを行い、事業化します。

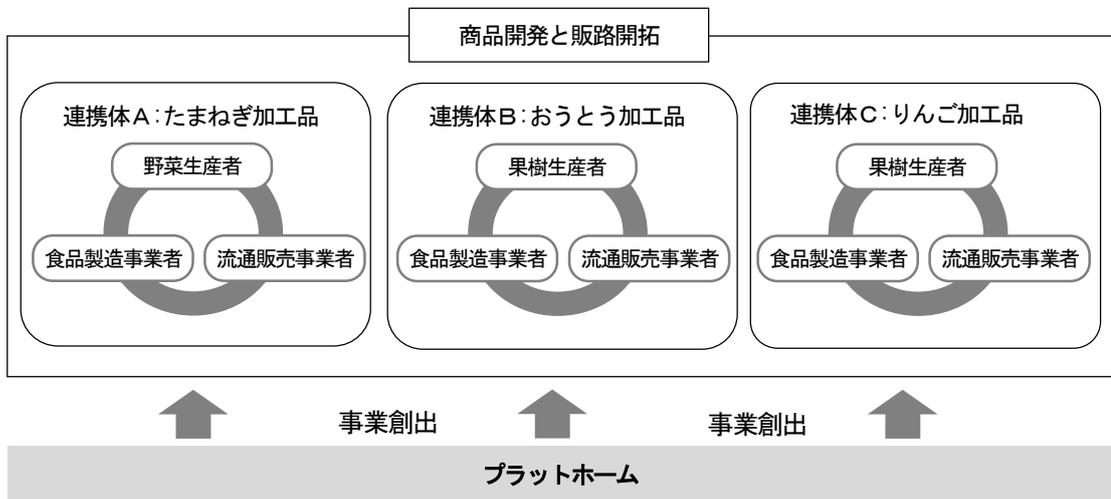
農業経営体と食品製造事業者等とのマッチングに当たっては、あきた食品振興プラザなどの機関の協力を得ながら支援します。

## ③ 連携体による商品開発と販路開拓の実施

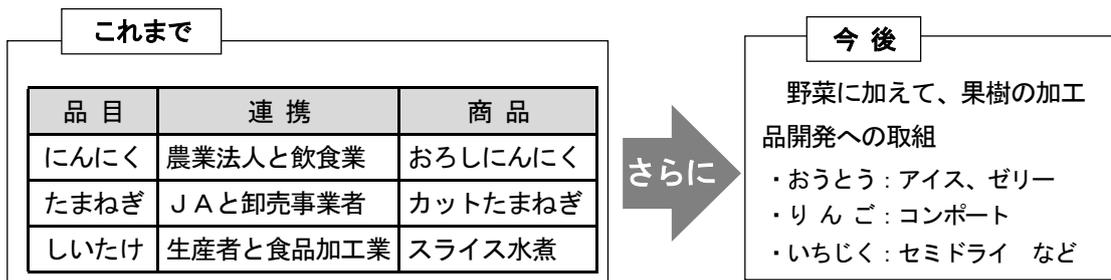
事業化に当たっては、テーマごとに実施主体となる連携体を結成し、連携体による商品開発と販路開拓を集中的に支援します。

さらに、商品開発では、標的市場の分析や販売ターゲットの絞り込み、商品コンセプトの設定など、販売戦略を検討した上で実施できるよう支援します。

### 【プラットフォームから創出される連携体による取組のイメージ】



### 【異業種連携の取組とスケジュールイメージ】



	R 4	R 5	R 6	R 7
たまねぎ	販路開拓			
おうとう	商品開発	販路開拓		
りんご		商品開発	販路開拓	
いちじく			商品開発	販路開拓

## (2) 食品製造事業者の支援強化による県内加工の取組促進

### ①事業活動の中核を担う人材の育成

事業の中核を担う従業員や管理職及び経営者を対象としたマーケティングノウハウや、製造管理手法、事業者間連携に関する講座等を開催することにより、事業活動の中核を担う人材の育成を支援します。



(あきた食品事業マネジメント力講座)

### ②事業者間連携や先進技術導入等による生産性向上の促進

異業種を含めた事業者間連携及び先進技術の導入や現場の改善活動に取り組む事業者を支援することにより、食品製造事業者の生産性向上の取組を促進します。



(食品製造業における改善活動)

## トピックス

### にんにくクラスター協議会による一次加工品の商品開発

にんにく生産者と食品製造事業者により、にんにくクラスター協議会（北秋田市・大館市）が組織化され、令和元年度から2年度にかけて、一次加工品の商品開発に取り組みました。

その結果、食品製造事業者が加工品の製造能力と衛生管理を強化するため、加工施設を新たに整備し、ムキにんにく、おろしなどの一次加工品を商品化しました。

県内外に販路開拓を進め、県産にんにくの加工品が食品市場に定着することを目指し、取組を進めています。



### 3 多様化するニーズを捉えた販売力の強化

多様化する需者ニーズの把握や個別マッチング活動を強化し、販売力を向上させる取組を支援するとともに、オンライン等デジタル技術を活用した販売拡大を促進します。

また、輸出ルートの多角化や県産農産物のブランド力・県産品の商品力を高める取組を行い、海外への流通促進を図ります。

#### (1) 多様化するニーズに対応した流通販売体制の強化

##### ①実需者の多様なニーズに対応した県産農産物のマッチングの強化

多様化する実需ニーズに対応した産地づくりや販路の多角化を推進するため、首都圏企業への訪問等によるニーズの把握とマッチングを強化し、生産者やJA等の販路開拓をサポートします。



(バイヤーとの実践商談)

##### ②販路の多角化に向けた農業者の販売力向上支援

農業者等の販路の多角化に対する理解を深め、販路拡大への意識醸成を図るとともに、自ら販路開拓活動に取り組む農業者等を支援します。

##### ③オンライン等デジタル技術を活用した県産品の販売拡大

アフターコロナを見据え、ネット販売など県産品の新たな需要を取り込むためEC等による取組を推進するほか、国内需要喚起に向け、オンラインイベント等を活用した情報発信を行います。

また、県産食材マッチング商談会等を開催するとともに、県外で実施される各種展示会への出展により、県産食品の販路拡大を図ります。

#### (2) 海外のマーケットニーズを捉えた農産物・加工食品の輸出促進

##### ①輸出企業と連携したルートの多角化による県産農産物の輸出促進

県産品の輸出拡大に向け、企業との連携を一層強め、アジア圏の需要獲得に向けた売り込みを強化するとともに、持続的な輸出につながる生産販売体制の構築を推進します。

##### ②インバウンド需要の多い沖縄を拠点とした県産農産物のブランド化と流通の促進

海外消費者の需要獲得及びアジア向け輸出につながる流通網の構築に向け、沖縄県内での県産品のブランド化と流通促進を図ります。

##### ③対象国のニーズに対応した商品の開発と商談会の実施等への支援

対象国の食習慣や生活様式に対応した商品開発への技術指導や、現地展示会への出展、オンラインを活用した商談会の実施などにより、輸出に取り組む事業者を支援します。

## 4 女性農業者が輝く多彩な起業活動の展開

女性農業者の起業活動を更に推進するとともに、起業活動の場となっている直売所の販売額増加に向けた経営改善を支援します。

また、地産地消の取組により県産農林水産物や6次産業化商品の消費意欲を喚起し、購入を促進します。

### (1) 地域をリードする女性農業者の育成と活躍できる環境づくり

#### ①女性起業活動の次世代への継承

これまで農村女性が培ってきた加工技術を次世代に継承し、若手女性農業者の起業や事業発展を支援するため、農産加工に関する研修を実施します。

また、既に実践し活躍している女性起業者の交流を促進するため、女性起業者のネットワーク活動を支援します。



(先輩女性起業者の視察研修)

#### ②来店自体を目的とする直売所の運営スタイル構築

直売所の販売額増加や活性化を図るため、直売所が主体的に行う商品開発や品揃え対策等を促進し、魅力ある運営スタイルの構築を支援します。

また、売上データを経営マネジメントに効果的に生かすための分析手法の習得と活用を図ります。

### (2) 地産地消による6次産業化の推進

#### ①「I Love 秋田産応援フェスタ」の開催

県産農林水産物や6次産業化商品を広くPRする「I Love 秋田産応援フェスタ」を開催し、地産地消を推進するとともに、県産品の消費意欲を喚起します。



(I Love 秋田産応援フェスタ)

#### ②県民参加型のイベント実施

民間事業者との協働による6次産業化商品・地産品PRイベントの開催により、6次産業化商品の認知度を向上させ、地産地消による6次産業化商品の購入を一層進めます。

## 第5章 成果目標

### 1 代表指標

6次産業化の取組を進めることにより生み出される価値を総合的に表す「6次産業化事業体販売額（農産物加工や直売所、観光農園、農家民宿等の販売額の合計）」を代表指標とします。

(単位：百万円)

指標名	現在値 (R1)	年度目標値			
		R4	R5	R6	R7
6次産業化事業体販売額（年間）	20,800	22,000	23,000	24,000	25,000

出典：6次産業化総合調査（農林水産省）

### 2 関連指標

直売所の販売額増加は、農業者の所得向上に繋がることから、県内の直売所全体の販売額を関連指標とします。

(単位：億円)

指標名	現在値 (R2)	年度目標値			
		R4	R5	R6	R7
農産物直売所販売額	63.8	65.4	66.3	67.2	68.0

出典：県農業経済課調べ

### 3 業績指標

本戦略の計画期間において、農業経営体と食品製造事業者、流通販売事業者等の異業種によるプラットフォームを形成し、品目ごとに連携体を結成して実施する商品開発と販路開拓を支援していくことから、連携体を取り組む品目数を業績指標とします。

(単位：件)

指標名	現在値 (R3)	年度目標値			
		R4	R5	R6	R7
連携体を取り組む品目数（累積）	1	2	3	4	4

出典：県農業経済課調べ

## 第6章 戦略の推進体制と各主体の役割

### 1 推進体制

#### 【秋田県6次産業化推進協議会】

農業団体や商工団体、金融機関、大学、民間企業、行政等で構成する「秋田県6次産業化推進協議会」において、本県の6次産業化に関する情報の共有を図るとともに、各々の役割を果たしながら相互に連携して、6次産業化を推進します。

### 2 各主体の役割

#### 【農林漁業者・農業法人】

農林水産物の付加価値を高めるため、生産活動だけでなく、加工や流通・販売活動までを行う6次産業化にできるところから取り組み、6次産業化を推進していくことが期待されます。

#### 【JA等】

農林漁業者にとって最も身近な存在として、営農指導や加工用野菜の産地化、農産加工施設や産地直売所の整備・運営、商品開発などを地域一体となって推進していくことが期待されます。

#### 【経済団体、商工事業者】

県産農林水産物を最大限に活用し、消費者ニーズを捉えた加工処理や商品開発に努めるとともに、県産農林水産物や6次産業化商品の販路開拓・拡大に取り組んでいくことが期待されます。

#### 【金融機関】

関係企業との多様な情報ネットワークを活用し、新商品開発や販路の開拓、海外展開や加工・販売施設等の整備など、農業経営体の6次産業化の取組を支援していくことが期待されます。

#### 【県民】

県内の農業経営体や食品製造事業者等が作る農林水産物や加工品の良さを理解し、積極的に消費・購入するとともに、県外の方々にもその良さを情報発信することが期待されます。

#### 【行政等（国、県、市町村、県農業公社）】

農業経営体による生産から加工・販売までの一貫した6次産業化の取組を支援するとともに、異業種との連携の機会を創出するなど、関係機関等と一体となって、6次産業化を推進します。

## 秋田県6次産業化推進協議会設置要領

### (目的)

第1条 本県農林水産業の6次産業化を促進するためには、産業横断的な関係機関・団体等の6次産業化に関する情報の共有化と指導支援の連携強化が不可欠である。

このため、6次産業化に関係する機関・団体等が一堂に会し、6次産業化に関する多様な情報の共有化を図るとともに、本県の6次産業化を推進するための戦略を策定及び推進するため、秋田県6次産業化推進協議会（以下、「推進協議会」という。）を設置する。

### (所掌事項)

第2条 推進協議会の所掌事項は、次に掲げる事項とする。

- (1) 県内外の6次産業化に関する情報の共有
- (2) 本県の6次産業化を推進するための戦略の策定及び推進
- (3) その他、本県農林水産業の6次産業化等の推進に関する事項

### (推進協議会の構成)

第3条 推進協議会は、行政機関、農業関係団体、中小企業支援団体、経済関係団体、金融機関、商品企画・販売等を行う民間事業者、大学、農林漁業成長産業化ファンド等で構成する。

- 2 推進協議会への出席は、各機関・団体においては実務責任者とし、代理出席も可とする。
- 3 推進協議会には、必要に応じて構成機関・団体以外の者の参画を求めることができるものとする。

### (座長)

第4条 推進協議会は、座長が必要に応じて召集し、その進行は座長が行うものとする。

- 2 座長は秋田県農林水産部長をもって充てる。

### (ワーキンググループ)

第5条 推進協議会に、各機関・団体等の実務担当者で構成するワーキンググループを設置することができる。

- 2 ワーキンググループは、座長が必要と判断した事項についての調査・検討を行うものとし、組織運営については、別に定める。

### (事務局)

第6条 推進協議会の事務局は、秋田県農林水産部農業経済課に置く。

### (その他)

第7条 この要領に定めるほか、推進協議会の運営について必要な事項は別に定める。

附則 この要領は平成25年 7月24日から施行する。

附則 この要領は平成27年 6月15日から施行する。

附則 この要領は平成29年 5月12日から施行する。

附則 この要領は平成30年10月23日から施行する。

秋田県6次産業化推進協議会構成機関・団体等

区 分	構成機関・団体等	
農業関係団体	秋田県農業協同組合中央会 全国農業協同組合連合会秋田県本部 公益社団法人秋田県農業公社 秋田県農業法人協会	
経済関係団体	秋田県商工会連合会 秋田県商工会議所連合会	
中小企業支援団体	秋田県中小企業団体中央会 公益財団法人あきた企業活性化センター	
食品製造業団体	あきた食品振興プラザ	
金融機関	株式会社秋田銀行 株式会社北都銀行 株式会社日本政策金融公庫秋田支店農林水産事業 農林中央金庫秋田支店 秋田県信用組合	
民間事業者	ノリット・ジャポン株式会社（商品企画・販売・サービス） 秋田活性化株式会社（飲食・販売・サービス）	
大 学	国立大学法人秋田大学 公立大学法人秋田県立大学	
農林漁業成長産業化 ファンド	東北6次産業化サポート投資事業有限責任組合（株式会社秋田銀行） とうほくのみらい応援ファンド投資事業有限責任組合（株式会社北都銀行） 農林水産業投資事業有限責任組合（農林中央金庫秋田支店）	
行政 機 関	国	農林水産省東北農政局（秋田県拠点）
	県	農林水産部（農林政策課、農業経済課、農業経済課販売戦略室、 園芸振興課、農業試験場） 観光文化スポーツ部（秋田うまいもの販売課、総合食品研究センター） 産業労働部（食品産業振興統括監、産業政策課、地域産業振興課、 産業集積課）
	市町村 (代表市町村)	秋田市 横手市





秋田県 6 次産業化推進戦略（第 3 期）

【お問合せ先】

秋田県農林水産部農業経済課

TEL:018-860-1763

FAX:018-860-3806

E-mail:noukei@pref.akita.lg.jp