

箕面市 6 次産業化及び地産地消推進に関する戦略

国は農林水産業を成長産業とし、6次産業化を進める中で、市場規模を現状の1兆円から平成32年に10兆円にすることとしている。具体的には、生産者が自らの生産物を製造・加工、さらには流通・販売までを総合的、一元的に手がけ、付加価値を高めることで、農林水産業を成長産業とすることを目指している。

箕面市では、国及び大阪府の6次産業化サポート施策と連携し、箕面市、農業委員会、大阪北部農業協同組合、箕面商工会議所、箕面市農業経営者連絡協議会など関係機関・団体が一体となって市レベルの支援推進体制を整備する。

明確な事業戦略の下で6次産業化、農商連携、地産地消を実践する農業経営体の創出を促進するため、事業の発展段階等に応じ、国・大阪府との連携による相談支援などサポート体制の充実及び農林業成長産業化ファンド等の支援施策の活用等により、農業収益の拡大、地域特産品の育成、地域農業の持続性確保、担い手の育成につなげていく。

1 市域内の農林業及び6次産業化についての現状と課題

(1) 現状

① 農業

- ・家族経営・兼業就農型の農業経営が大きなウェイトを占めており、自家消費用の農業生産が大半を占める。出荷農家は、大阪北部JAが運営する箕面中央朝市、箕面駅前朝市や止々呂美ふれあい朝市へ農産物の出荷をしており、新鮮な農産物が市民に評価されている。
- ・止々呂美地域では、江戸時代中期から果樹の栽培が盛んで、特産品として、ゆず、びわ、くり、山椒、梅などが出荷されている。
- ・一方、生産者の高齢化、後継者不足による遊休農地化は課題であるが、小規模零細な農地で大規模集約・集積も困難なことから、企業の農業参入も期待できない。

平成26年2月に、耕作者がいない農地を支える仕組みとして、一般社団法人箕面市農業公社が設立され農地を保全するとともに、生産農家のコメ・野菜を学校給食等の施設給食用の食材として買い取り、朝市とともに「地産地消を基軸にした域内消費販路」を構成している。

② 林業

- ・市域の約6割を占める森林のうち止々呂美地域を中心に約2割が人工林となっている。また、止々呂美地域では、農業経営にシイタケ等の特用林産物を取り入れた農業複合経営も行われている。

③ 6次産業化

- ・都市近郊立地の優位性を生かし、6次産業化の支援制度を活用した取組み以前から、止々呂美女性農業者グループ等が地元農産物を活用した漬物、みそ、ジャム等を製造し朝市などで販売してきた。

- ゆずは、大阪府内で唯一生産されており、実生栽培によって大粒で香り高く、商工会議所、農協、商業者などの関係者、関係団体等と連携し、平成21年「ゆずともみじの里みのお」推進会議を結成し、本市における地域ぐるみの6次産業化の先例となっている。

飲食店など商業者との連携による、ゆず商品開発も広がってきており、加工品を通じて農産物のブランド力の強化につなげている。止々呂美生活改善グループに加え、平成23年に止々呂美ふるさと自然館加工施設の整備を契機に、新たに「止々呂美ゆず生産者協議会」もゆずの加工に取り組みだしている。

- 付加価値を高めた農産物・加工品を、マーケットと確実につなげていくことが重要である。JA大阪北部では、運営する直売所の常設化が検討されており、施設整備による販促環境の更なる向上が実現されれば、マーケットインの発想に基づく6次産業化商品とその流通が一層加速化される。
- 止々呂美地区では、“都市近郊の里地・里山”を地域資源として「観光・レジャーとの連携」による農業経営も実践されているとともに、くり拾い、いも掘り、しいたけ狩りなど個人が運営する観光農園が開設されている。

(2) 課題

- 農業生産において、市場商品価値の低い規格外品が生じる。これらの規格外の商品化により継続的な事業収益につなげることも必要である。
- 農業者自身が6次産業化によって目指す事業イメージ（類似商品の比較分析、販売ルート、顧客ターゲットの設定 等）を明確にできていない場合が多い。
- 個人家族経営体が大半であり、6次産業化の実現には資金面、人材面の負担が大きく、慎重にならざるを得ない。
- 厳しい衛生面の基準をクリアした、商品を加工する場所の確保が困難であり、整備するにも費用がかかる
- 6次産業化により経営の安定を図るには、生産基盤がしっかりしていることが必要である。基盤が不十分なまま、6次産業化に取り組もうとする農業者もいる。
- 6次産業化の実現には多様な事業者の連携が必要となる。農業者自身ができること、委託などにより専門業者に任せべきところを見極めて、多様な事業者と連携した取組みにする必要がある。

2 1の現状と課題を踏まえた6次産業化の取組み方針

(1) 6次産業化に取り組むための支援策の強化（6次産業化の準備・着手）

- 生産規模にあった明確な目標を設定し、事業に必要な加工の知識や販売のノウハウを持って事業計画を作成する必要がある、そのためには**企画段階から時間をかけ、専門知識に基づいた支援が不可欠**である。

行政、農業、商工、金融等の関係機関で構成する「**箕面市6次産業化・地産地消推進協議会**」を設置し、6次産業化戦略のもと、明確な事業戦略の下で6次産業化、農商工連携、地産地消を実践する農業経営体を育成していく。

- 6次産業化の支援拠点となる「**大阪産(もん)6次産業化サポートセンター**」(以下、サポートセンター)には、専門知識を持った**企画推進員が配置**されている。サポートセンターを活用し、JA大阪北部との連携のもと、農業者からの相談にワンストップで対応し、6次産業化プランナーの派遣依頼、事業の進行管理、フォローアップなど、事業の発展段階に応じた支援をしていく。
- 農業者が、6次産業化の事業イメージを明確にできるように**6次産業化プランナーの支援のもと、総合化事業計画の作成**を誘導していく。
- **サポートセンターによる人材育成研修**を活用し、食品衛生、法律等の知識や、資金計画、商品の魅力発信等、6次産業化に取り組む上で必要となる知識習得を支援していく。
- 消費者ニーズに合致した魅力ある商品を開発するために、「**6次産業化ネットワーク活動交付金事業**」等を活用して、消費者評価等を十分に実施した上での商品化を進めれるように支援していく。また、(地独)大阪府立環境農林水産総合研究所などの研究機関の支援により、品質の高い加工品を製造するためのサポートを行う。
- 農業者の所得向上、安定経営を図るためには、**生産コストの削減、経営の法人化**などを進めつつ、加工・直売等の6次産業化の取組が有効である。6次産業化に関連して**経営の法人化**など総合的な安定経営に向けた支援を行っていく。

(2) 6次産業化を実施するための支援策の強化（事業展開）

- 農業者と地域内の2次、3次事業者、市、商工会議所等によるネットワーク構築を支援し、**地域で6次産業化を進める**ことで、地域の活性化につなげる。
- **学校給食、病院・福祉施設等における地場食材の利用拡大**に向けて、それぞれ施設給食のニーズを踏まえたメニュー・加工品の開発を行っていく。
- 林産品(キノコ類)についても、現在干しシイタケ加工などの事例があるが、今後佃煮の加工など、幅広く展開していく

- ・大阪には大企業から中小企業まで多くの食品事業者が存在しており、加工技術やノウハウの蓄積がある。また、飲食事業者の層も厚い。サポートセンターの取組みの中で、商工担当部局とも連携しながら、これらの食品関連事業者と農業者とのマッチングを積極的に行い、両者の信頼・協力関係の構築を推進することで、本市の地の利を生かした生産振興、食品産業の活性化につなげる。

(3) 販路拡大に向けた支援策の強化

- ・直売所等既存の販路を積極的に活用するとともに、量販店、百貨店やホテル等のバイヤー向け商談会に出展することを推進することで、商品の販路拡大につなげる。

3 今後（５年後程度）の６次産業化推進の成果目標（売上、６次産業化事業体数等）

第５次箕面市総合計画及び「箕面市まち・ひと・しごと創生総合戦略」等との整合性をもたせた成果目標として次を掲げる。

①農業者が作成する総合化事業計画の認定数：

１件（平成２７年まで）→３件（平成３１年）

②新たに６次産業化に取り組む農業者など事業体数：５事業体

③特産品ゆずの収穫量：（H25:H26）6.5 トン→（H30:H31）7.2 トン

④中学校給食の地場野菜の使用率：（H27）28% → 35%（平成３１年）

⑤朝市売上額：（H26）74,892 千円 → 100,000 千円（平成３２年）

4 地域の特性を生かして６次産業化に取り組む上で重点的に活用を図るべき農林産物又はそれを原材料として開発し、及び生産する新商品の種類、当該新商品を生産する際に用いる加工の技術、当該新商品の販路開拓等の方向性

- ・別表のとおり

5 育成を図る6次産業化事業体の将来像

大消費地であり産業の集積する大阪で6次産業化を推進し、箕面産（一次産品）を活用したさらなる農林業を成長させるため、次の3つの将来像を目指す。

（1）全国ブランド商品の創出と流通展開が可能な事業体

食品製造事業者との連携により、一次産品から加工品まで一体的なブランドでの商品製造を可能とした上で、全国流通も視野に取り組むことにより、箕面産（一次産品）の価値も向上する。

（2）全国をリードする都市型農林業におけるモデル事業体

異業種間のネットワーク構築により、消費者ニーズに対応した魅力ある商品開発が可能となっている。都市近郊の立地を生かして、近隣の消費者、実需者へと販路が広がり、商品が順調に売れることで、箕面産（一次産品）等の販路も拡大している。

（3）地域の農林業者が市町村等と連携し、地域活性化を推進する事業体

J A、市等が連携し、組織的な6次産業化の取組みを進め、原材料の集約による量産化の実現、人材・資金・技術での課題が解消され、市内をはじめ全国展開できる商品開発体制が構築されている。地域での体験型・滞在型観光にまで取組みが広がり、観光客を誘致することで地域活性化に貢献している。

6 事業実施主体が6次産業化に取り組む農林業者等を支援するために行う施策

(1) 個別相談と事業化に向けたサポート

6次産業化に取り組む農業者等に対する個別相談に応じ、府サポートセンターはじめ関係機関・団体と連携した支援をしていく。

(2) 地域ぐるみの6次産業化の取組支援

学校給食、病院・福祉施設等における地場食材の利用拡大

- (a) 地場食材の生産量や需要量等の調査、研修会の開催
- (b) メニュー・加工品の開発
- (c) 学校給食における新メニューの導入実証
- (d) スマイルケア食の開発・普及のための調査等

(3) 農商工連携による新商品開発や販路の開拓等

農業者と食品産業等の商工業者による新事業の展開を支援するとともに、6次産業化の取組により開発された新商品の販売先を探している農業者等と市内流通業者等とのマッチングの機会を設けていく。

7 国等の支援施策の活用方策

農林業者等の事業内容により国・大阪府が準備している以下の支援施策等を活用する。

(1) 6次産業化サポート事業（国）

国は、次の事業を実施する民間団体等の事業実施主体へ補助することにより、6次産業化の全国的な推進に向け、広域で6次産業化に取り組む農林業者等に対する支援体制の整備、6次産業化ネットワーク活動の全国的な推進に向けた優良事例の収集・提供及び啓発セミナーの開催等の支援を行う。

①6次産業化中央サポート事業（国）

広域で6次産業化に取り組む農業者等の各種相談に対応するとともに、専門性の高いアドバイスを行うため、6次産業化中央サポートセンターによる6次産業化プランナーの選定・派遣、必要となる人材育成研修会の開催等について支援を行う。

②6次産業化ネットワーク活動全国推進事業（国）

地域のモデルとなる6次産業化ネットワーク活動を全国的に展開していくため、情報交換会の開催や優良事例の収集・分析、事例発表会の開催、実践モデルの作成とこれを活用した啓発セミナーの開催等について支援を行う。

③6次産業化・新産業創出促進事業（国）

農業者と異業種の事業者間の連携により、市場ニーズに即した新商品や新たなサービスを創出するための事業化可能性調査の実施について支援を行う。

(2) 農林漁業成長産業化ファンド（機構）

株式会社農林漁業成長産業化支援機構は、農林漁業成長産業化ファンドを通じて、農業者が主体となって流通・加工業者等と連携して取り組む6次産業化の事業活動に対し、出資等による支援を実施する。

(3) 大阪版認定農業者支援事業（大阪府）

「大阪府都市農業の推進及び農空間の保全と活用に関する条例」の独自制度の一つである「大阪版認定農業者制度」を推進するため、安定的な農産物供給を行う農業者、大阪の地産地消に貢献する農業者、援農ボランティア組織などが共同利用する機械・施設の整備を支援する。

(4) 農と緑の総合事務所、家畜保健衛生所による支援（大阪府）

大阪府北部農と緑の総合事務所、家畜保健衛生所において、農業経営改善支援の一環として、サポートセンターと連携し、農業者が取り組む6次産業化の支援を行う。

- 8 1 から 7 までに掲げるもののほか6次産業化を推進するために必要な事項
特になし

別表

農林産物名	新商品の種類	加工技術等	販路開拓
<p>箕面産（一次産品）全般</p> <p>※箕面産（一次産品）とは、箕面市域で栽培・生産される農産物及び林産物の総称である。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・漬物 ・ジャム ・菓子類 ・そうざい、佃煮 ・めん類 ・スープ ・調味料 ・飲料 ・農林産物の水煮、乾燥、燻製、塩蔵品、糖蔵品、冷凍品、粉末、ペースト、果汁等 	<p>農林産物の特徴を生かせる加工技術を商品ごとに選択する。</p> <p>例)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・加熱 ・冷却・凍結 ・乾燥 ・粉碎 ・混捏 ・播漬 ・剥皮 ・搗精 ・抽出 ・濃縮 ・混合 ・成型 ・加圧 ・乳化 ・ゲル化 ・燻煙 ・塩蔵 ・糖蔵 ・発酵 <p style="text-align: right;">等</p>	<p>直売・学校給食などの施設給食に加え、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・量販店 ・百貨店 ・ホテル <p>等で取り扱ってもらえるよう、商談会等に積極的に出展する。</p> <p>その他、インターネットによる販売など、全国流通を目指した販路開拓に取り組む。</p>