



**第2次
果樹王国ひがしね6次産業化推進戦略**



channel

果樹王国ひがしね6次産業化推進協議会

I 戦略の概要

1 戦略策定の趣旨

人口減少などを背景とした市場規模の縮小や高齢化による農業の担い手不足、耕作放棄地の増加、貿易自由化による競争の激化など、本市の農業を取り巻く環境は厳しさを増している中、農産物及び農業の潜在的な可能性を引き出し発展させていくため、加工・販売・流通などを一体的に取り組む6次産業化を推進し、東根産農産物の魅力を最大限引き出す新たな価値の創出が求められています。

その実現には、意欲的に取り組もうとする農業者や、各分野において「食産業」に関わる関係者が互いに連携・協力し、既存の枠組みを超え地域資源を活かした取り組みが必要であることから、これら取り組みを戦略的に推進し、本市農業及び関連産業の更なる発展に資していくための指針として、平成28年10月に本戦略を策定し、6次産業化を通じた地域活性化や食産業の振興に取り組んできました。

これまでの取り組みにより、農産物の加工・販売に取り組む生産者や、協議会会員同士のマッチングによる商品開発の連携事例なども現れ始め、また、地理的表示（GI）保護制度の登録によりGI「東根さくらんぼ」は年々評価が高まっており、「高品質なさくらんぼ＝東根市」のイメージ向上が図られているものと考えられます。

その一方で、ライフスタイルの変化に伴う消費者ニーズの多様化や新型コロナウイルス感染症の感染拡大を契機とした社会経済の変容の中で、本市農産物の高付加価値化を実現していくには、コロナ禍でも実現可能なeコマース（※1）などの新たな手法を取り入れることも必要になります。

このような状況を踏まえ、農業者や食産業に関わる関係者が連携・協力する6次産業化の取り組みを継続的に推進し、本市農業及び関連産業の更なる発展に資していくために「第2次果樹王国ひがしね6次産業化推進戦略」を策定するものです。

※1「eコマース」

商品の受発注がインターネットなどコンピュータネットワークシステム上で行われる電子商取引を表す。

2 6次産業化の定義

6次産業化とは地域資源を活用し、農業者（1次）がこれまでの原材料供給者としてだけでなく、パッケージ開発や加工（2次）、販売・サービス（3次）に主体的に取り組む、農産物に新たな価値を加えて商品化し、収入の増加を目指す取り組みのことで、なおその範囲は、農業者自らがすべてを行う取り組みに加え、商工業者などが通常の商取引を超えて協力し、双方が売り上げや利益の増加を目指す取り組みや、観光やサービスなど地域資源を活かし連携する取り組みなどを含めます。

3 戦略の計画期間

この戦略の計画期間は令和3年度から令和7年度までの5か年とし、適宜見直しを行います。

4 戦略の検証

この戦略に掲げる成果指標については、「果樹王国ひがしね6次産業化推進協議会」において、その達成状況を把握し、必要に応じ内容等の見直し改善を行います。

5 本戦略の特徴

【幅広い分野からの意見を包括】

農業者のみならず、2次産業、3次産業など幅広い関係機関・団体が意見交換や議論を行い、地域連携による6次産業化に向けあるべき姿を構築するための戦略です。

【食と農を中心とした視点】

「食と農」を中心とした視点から検討を進め、農業者による6次産業化をはじめ、異業種による連携、企業の参入、観光・サービス産業と食のつながりなど、地域に根ざした産業を幅広く対象とした戦略です。

【意欲ある人を支援】

地域連携による6次産業化に意欲をもって取り組む人、または取り組もうとする人を、関係する機関・団体などが連携し様々な形で支援していくための戦略です。

II これまでの取り組みの結果と課題

前戦略では、6次産業化推進のための目指す方向の実現に向けて、本協議会をはじめ、関係機関や団体などが一体的に連携し牽引する5つの事業をリーディングプロジェクトと位置付け、戦略の核となる取り組みとして推進してきました。主な取り組み結果は以下の通りです。

(1) 果樹王国ひがしねブランド化プロジェクト

○ブランディング調査委託プロジェクト

- ① 農家の実態や経営課題、収益向上策の分析（市内さくらんぼ農家・質問紙方式・回収200件）
- ② 生産者にとって魅力的な購入層、求められる商品などの分析（国内消費者・Web方式・回収3,000件）と、調査結果に基づくマーケティング骨子の提言
- ③ 「果樹王国ひがしね農産物販売推進フォーラム」にて（H30.11.30開催）、調査結果を会員に報告

○「東根さくらんぼ」GI認証取得プロジェクト

- ① 農林水産省へ申請（H28.10.20・登録申請番号 第93号）
- ② 登録・登録証の交付（H29.4.21・登録番号 第30号）
- ③ 東根さくらんぼ管理委員会の設置（H29.4.24）
使用登録者の審査、品質管理手法の決定、現地調査手法の決定・実施、生産者研修会の内容決定など
- ④ ポスター、リーフレット（シリアルナンバー付）、大判タペストリー、のぼり旗などの作成
- ⑤ GI専用箱作成によるブランドイメージの確立に向けた取り組み
- ⑥ 国の補助事業を活用し、GI相互保護に向けて協力関係にあるタイにおける登録申請
- ⑦ 懸賞品付き記念キャンペーンの実施などによる出荷量拡大に向けた取り組み



地理的表示(GI)「東根さくらんぼ」

申請者：果樹王国ひがしね6次産業化推進協議会
生産地：東根市及び隣接市町の一部
品 種：「佐藤錦」「紅秀峰」
出荷基準：等級 秀以上（着色面積70%以上）
階級 L以上（サイズ22mm以上）

○果樹王国ひがしね地域ブランド推進プロジェクト

- ① ブランド認証・審査制度専門部会（設置・H27.10.23）における検討
- ② 産地間交流を通じた地域ブランド化先進事例の分析（国主催のGI関連イベントへの参加、「東北・北海道産地交流サミット」の開催など）
東京築地市場・豊洲市場におけるGI「東根さくらんぼ品評会」の開催によるGI「東根さくらんぼ」の発信など
- ③ GI保護制度に次ぐ、地域産品のブランド化に資するための制度である「ふるさと名物応援宣言」（H31.4.19・所管 中小企業庁）の実施

■ G I 「東根さくらんぼ」登録者と出荷量の推移

実施年	登録者	出荷量
平成 29 年	158 個人・団体	69 t
平成 30 年	175 個人・団体	88 t
令和元年	179 個人・団体	97 t
令和 2 年	182 個人・団体	92 t

【評価と課題】

- ・市内農家へのアンケート調査及びブランド調査の調査結果報告会を実施することで、本市さくらんぼ生産の現状や経営課題、6次産業化やブランド化に向けた本市産農産物のブランド構築についての提言を会員と共有することができた。調査結果や提言内容（顧客層や自家消費拡大に向けた取り組みの検討、アンバサダーの活用など）を次期戦略に反映していく。
- ・「さくらんぼにこだわったまちづくり」や「東根さくらんぼ」のG I 登録により「東根市＝さくらんぼ」というイメージは着実に向上していると考えられる。令和2年はコロナ禍による影響が懸念される中、G I 「東根さくらんぼ品評会」のパック詰めの部で最高賞に輝いたさくらんぼが過去最高の60万円で競り落とされるなど、本市のさくらんぼに対する市場の期待と信用の高さを確認することができた。
- ・G I 登録認証（令和3年4月27日登録公表・登録申請日である平成31年1月21日から有効）されたタイ王国（「果樹王国ひがしね輸出推進戦略」に掲げた相手国のひとつ）において、これまで継続的にプロモーション事業を実施してきた成果として、ワチラロンコン国王やシリントーン王女の誕生祝として献上品に選定された。タイ王国におけるG I 認証後の取り組みについて、市農産物海外販路拡大推進協議会と呼応して推進していく。
- ・G I 「東根さくらんぼ」の登録者や出荷量はG I 登録時と比較して増加しているものの、市内の秀・L以上のさくらんぼ取扱量と比較するとまだまだ少量に留まっている。登録生産者の増加、出荷量拡大に向け生産者の理解を深める取り組みを進める。
- ・国主催のG I 関連イベントへの参加や東京築地市場・豊洲市場におけるG I 「東根さくらんぼ品評会」の開催などにより、G I 「東根さくらんぼ」を全国に発信することができた。今後もG I に係る取り組みを推進するとともに、新型コロナの拡大により従来のプロモーション活動が困難となっていることからイベントや対面方式以外のプロモーション活動を活用する必要がある。

（2）東根の「食と農」連携・魅力発信プロジェクト

○東根の「食と農」の魅力発信プロジェクト

- ① 「た〜んとほおバルフェスタ」（所管・商工観光課／市観光物産協会）や「さくらんぼマラソン大会」（所管・ブランド戦略推進課）に出店し、加工品紹介や本協議会の取り組みを発信
- ② G I 「東根さくらんぼ」を市内外に発信するため専用サイト開設やパンフレット作成、コマーシャルを制作（海外へ発信するため、英語版やタイ語版のコマーシャル制作などを実施）

○ふるさと納税活用による東根ファンづくりプロジェクト

- ① 市観光物産協会や市農業協同組合、市内事業所の協力により、返礼品のラインナップを充実（約 200 種類）が図られた。令和 2 年度の寄付額は 1,872 百万円（R1 1,523 百万円・H30 1,353 百万円・H29 1,592 百万円）となった。

【評価と課題】

- ・市主要イベントにおいて、本市農産物加工品の紹介や販売を行うなど、東根の「食と農」の魅力を発信することができた。今後も「食と農」の連携した取り組みによる 6 次加工品の内容充実を推進するとともに、各種イベントと連携した本市農産物及び加工品の P R と販売促進を行っていく必要がある。
- ・新型コロナ拡大に伴う県外への移動自粛により、首都圏を中心とした大都市圏からの流入が減少した。隣接県である宮城県からの集客の重要性が再認識されたところであり、仙台圏へのプロモーションや誘客を強化する必要がある。
- ・G I 「東根さくらんぼ」ホームページの開設や機能追加、SNS などを活用した発信により、東根の「食と農」の魅力発信に努めた。
- ・ふるさと納税を契機として G I 「東根さくらんぼ」を知る消費者も多く、本市の認知度向上及び関係人口拡大に大きく寄与した。今後もふるさと納税などを通じて、若者世代や西日本など幅広い世代と地域に発信することで、新たな東根ファンづくりを推進していく必要がある。
- ・「ふるさと名物応援宣言」に端を発したさくらんぼ長期保存技術を活用した加工品開発など農業者と地元企業が連携する取り組みを支援していく。

(3) 6 次産業化ネットワーク・拠点づくりプロジェクト

○よってけポポラ 6 次産業化拠点づくりプロジェクト

- ① 6 次産業化推進戦略・拠点整備専門部会（設置・H27.10.5）における検討
- ② 「東根市道の駅基本構想」の策定（H30.3）（所管・建設課）

○オールひがしね 6 次産業化ネットワーク推進プロジェクト・食関連企業などとの地域連携プロジェクト

- ① * 六本木ヒルズクラブ「百味庵」関係者を市内に招いた試食会・意見交換会（開催・H28.4.14）
* 同所で開催の「山形メニューフェア」における東根産食材の発信（開催・H28.6.20）
* おいしい山形・食材王国みやぎビジネス商談会への参加（開催・H28.10.18）
* 高級仏レストラン「ラ・ロシエル」における本市食材を使ったメニューの試食会・意見交換会（開催・H28.10.25-26）
* 同所で開催（H29.11.1~30）の「山形東根食材フェア」で本市食材を発信するとともに、同 8 日には市長・市農協組合長・協議会会員などが参加し、オール東根による産地の発信の実施。
* シンガポールトップセールスプロジェクトとして、現地有名イタリアンレストラン「Caffé B」

を会場に、本市産の果物や牛肉、麩、ニジマス、きのこ、りんご酢、ジャム、わさびなどを使ったスペシャルメニューを提供する試食会「東根フェア in シンガポール」を開催。また同レストラン齋藤正通シェフに果樹王国ひがしねアンバサダーを委嘱。

【評価と課題】

- ・「道の駅」について、市の基本構想が策定された。今後、具体的方針となる基本計画の策定については令和4年度以降を予定している。仙台圏からの客層も多く、東北でも有数の売り上げを誇る産直施設「よってけポポラ」と連携した「道の駅」の整備計画が望まれることから、市が策定する基本計画に6次産業の機能充実を働きかけていく。
- ・海外における本市食材の発信は始まったばかりであるが、コロナ禍においては現地派遣型の商談会やプロモーション活動は実施が難しい状況にある。果樹王国ひがしねアンバサダーである齋藤シェフなど現地協力者やSNSを用いたプロモーションなどコロナ禍に則した事業を展開する必要がある。
- ・産地間マッチングや生産者間マッチングは短期間では効果が出ない場合も多く、いかに多くの消費者や事業者、企業に本市農産物と出会う機会を創出できるかが課題となる。商談会への参加やプロモーション機会の開催など継続して取り組んでいく。

(4) 6次産業化人材育成・支援プロジェクト

○農業者・商工業者連携促進「6次産業化推進フォーラム」プロジェクト

- ① *果樹王国ひがしね6次産業化推進フォーラム（開催・H29.2.1）
- *農業者・商工業者連携促進 6次産業化推進フォーラム（開催・H29.11.22）
- *果樹王国ひがしね農産物販売推進フォーラム（開催・H30.11.30）
- ・これらを活用した商品の見本市や個別相談会を実施し、参加者の情報発信や連携の促進を図り、6次産業化の取り組みを推進

○「ひがしね6チャンネル・ビジネススクール」プロジェクト

- ① *先進地視察研修（開催・H28.11.17）
- *マーケティングコース（開催・H28.11.17～／3回コース）
- *東根産農産物加工コース～果物を使った新スイーツの考案～（開催・H29.2.6～／3回コース）
- *東根産農産物加工コース～秘伝豆を使った味噌づくり～（開催・H29.2.21～／2回コース）
- *先進地視察研修（開催・H29.11.30）
- *東根産農産物加工コース～ドレッシングづくり～（開催・H30.1.25～／3回コース）
- *東根産農産物加工コース～スイーツづくり～（開催・H30.1.31～／5回コース）
- *先進地視察研修（開催・H30.10.30）
- *東根産農産物加工コース～漬物づくり・和菓子づくり～（開催・H31.2.5～／全6回）
- 開講式・基調講演「小さい農業で稼ぐコツ～命の時代に向けて～」
- *基調講演・ワークショップ

～「選ばれる商品」にするための販売方法やパッケージングの実例紹介～（開催・R1.10.24）

*先進地視察研修（開催・R1.11.15）

*東根産農産物加工コース～果樹加工の基礎と実践～（開催・R1.11.5～／2回コース）

*インターンシップ～果樹園が取り組む6次産業化の経営手法（開催・R2.3.17）

*東根産農産物加工コース～野菜ペースト料理実演及び食品表示等講義～（開催・R3.2.4）

*インターンシップ～6次産業加工品製造作業体験（開催・R3.2.10）

【評価と課題】

- ・6次産業化推進フォーラムやビジネススクールを開催し、6次産業化の実践または新たに取り組もうとする人や支援する人の育成を推進した。これにより、加工品の開発・販売など本市における6次産業化の先進的な取り組みも見られるようになった。
- ・加工、販売、マーケティングなどこれまで多くのビジネススクールを開講しているが、参加者が限られる状況も確認されるため、参加者のニーズに即した実施内容を検討する必要がある。なお、インターンシップは6次産業の実作業体験のほか、6次産業化に取り組む際の課題や悩みを共有できる情報交換の場としても有効な場所となっている。
- ・消費者ニーズに近い感覚をもつ女性の感性を活かした取り組みや、新しい市場の開発に繋がる若者の発想力を活かす取り組みを促進する。また、6次産業化に取り組む際の課題を共有するグループやキープレイヤーの育成を図っていく必要がある。

（5）ひがしね6チャンネル連携支援プロジェクト

○ひがしね6チャンネル連携支援プロジェクト

- ① *東根産野菜を使用したメニュー開発に向けた勉強会・試食会（開催・H29.2.10）

ドレッシングづくり、オイッティマルシャン×ポポラ・野菜栽培実習研修生

*デラウェアのワインづくり、市農協×市農協果樹協議会

*東根市6次産業化支援事業費補助金の創設、紹介・活用の促進

【実績】平成30年度…1件：178,000円

令和元年度…2件：400,000円

令和2年度…3件：600,000円

○国・県・市等支援施策推進プロジェクト

- ① 国、県、市等の各種支援施策を広く紹介し、農業者自らが行う6次産業化や農商工連携、起業化支援などの積極的な活用を推進及び手続きに係る支援を行った。

【実績】山形県6次産業化ネットワーク活動推進交付金（1件）・H27～29

山形県元気な6次産業化ステップアップ支援事業（2件）・H29, H30

山形県食料産業・6次産業化交付金（1件）・H30～R2

【評価と課題】

- ・東根産野菜を使用したメニュー開発に向けた勉強会・試食会の開催により、農産物の加工・販売に取り組む生産者や、協議会会員同士のマッチングによる商品開発などの連携事例なども現れ始め、農業者の所得向上や雇用確保に寄与していると考えられる。
- ・平成 30 年度に事業化された本補助金交付事業については、6 次産業化にチャレンジする意欲のある農業者の初期投資費用などへの支援策として有効に活用されており、少しずつ交付実績も伸びている状況にあるため、市に対して補助事業継続の働きかけを行っていく。また、コロナ禍において拡大している巣ごもり需要に対応していく必要がある。
- ・国、県、市などの各種支援施策を紹介し、6 次産業化に取り組む事業者を支援していく。

◎推進戦略に掲げた成果指標

項 目	現在値 (H26)	目標値 (R2)	最終値 (R2)
果樹王国ひがしね 6 次産業化推進協議会賛同会員（2 号委員）	27 個人・団体	50 個人・団体	248 個人・団体
総合化事業計画認定者数	2 件	5 件	2 件
東根産農産物を活用した新商品開発	—	25 件	34 件
新規就農者	—	15 人	16 人
学校給食食材への地場産品の活用	32.9%	40%以上	36.5%
農産物の海外販路拡大	4 カ国	5 カ国以上	4 カ国
市内さくらんぼ観光果樹園の来客数	183,000 人	200,000 人	172,300 人 (※) R1 数値

※令和 2 年度、市内さくらんぼ観光果樹園は新型コロナウイルス感染拡大防止のため開園自粛

Ⅲ 6次産業化推進のための戦略

1 基本コンセプト

元気、魅力いっぱいの東根の「食と農」をつくる 「果樹王国ひがしね」 未来応援プロジェクト

本市農業の特徴として、主力である果樹の生食を中心とする生産が行われ、その販売に注力する生産者が多いことがあります。もちろん、美味しく安全な農産物を育て収穫し、消費者へ届けることは、生産者の最大の喜びであり、使命とも言えます。東根の「食と農」に関わる全ての方々が、東根の魅力と価値を理解し、同じ意識を持って消費者に伝えることができれば、「東根ブランド」は確立したことを意味します。「東根さくらんぼ」のG I保護制度登録により、主力果物である「さくらんぼ」の出荷基準や栽培基準が明確化され、ブランド力を高めるための市、関係団体、個々の農業者の取り組みも一定の成果を得ています。また、これまでの6次産業化の取り組みにより、農産物の加工・流通・販売に幅広く取り組む生産者や、協議会会員同士のマッチングによる商品開発などの連携事例も現れ始めています。

しかし、これらの取り組みはまだまだ発展途上の段階であり、継続して支援していく必要があります。また、一人ひとりの価値観の多様化や生活環境の変化、ウィズコロナ・アフターコロナ時代の新しい取り組みを推進していく必要もあります。

そこで、第2次戦略では、東根の「食と農」を支える生産者をはじめ加工業者・流通業者・販売者などに加え、市民の方々や消費者など多くの関係者が結びつき、共通認識のもと、6次産業化に取り組む「積極的な農業」を推進するとともに、本市の豊かな地域資源を活かした「東根ブランド」のさらなる向上を目指します。

2 6次産業化を支える東根市の強み

本市には、6次産業化を推進する上で他地域にはない強みがあります。そうした強みを活かした取り組みが、大きな推進力となり強みになります。

(1) 年間を通して販売できる複数の農産物を生産

さくらんぼをはじめ、もも、ぶどう、ラ・フランス、りんごなど複数の果物が四季折々に生産・販売されており、「果樹王国ひがしね」としての所以となっています。加えて、米や畜産、花きなど多様な品目も生産・販売されています。

(2) 県内で最も勢いと元気のあるまち

急速な少子高齢化の進行と人口減少社会が進む中、本市は雇用環境の充実のほか、農工一体のまちづく

りや土地区画整理事業、子育て支援の充実、教育によるまちづくりなど、様々な施策を展開することにより、近年でも人口は概ね横ばいとなっています。また、各種統計数値や民間による都市ランキングなども常に上位に位置しているため、県内で「最も勢いと元気のあるまち」と評価されており、大きな強みと言えます。

(3) 県内外トップクラス企業や駐屯地の存在

大森工業団地をはじめ臨空工業団地、大森西工業団地、縄目工業団地には、電機、機械、医薬品製造など県内トップレベルの企業が立地しているほか、陸上自衛隊神町駐屯地にも市内外から多くの人々が働いており、東根の「食と農」の魅力を知る消費者として期待が寄せられています。

(4) 空港、新幹線、高速道路のあるまち

山形空港が所在する本市は、国内の主要都市と山形県を結ぶ「空の玄関口」として役割を果たすとともに、JR山形新幹線停車駅「さくらんぼ東根駅」を開業し「陸の玄関口」としての機能も有しています。また、平成14年に東北中央自動車道東根インターチェンジが完成し、東京とも高速道路で結ばれたことに加えて、令和4年には東根北インターチェンジ・大石田村山インターチェンジ間が開通を予定しています。本市は高速交通網の要衝として、首都圏をはじめとする全国と結ばれているという交通アクセスの優位性を有しています。

(5) 東北最大の都市 仙台市と隣接

東北最大の都市である仙台市と隣接し、車で約1時間という圏内で結ばれており、観光や経済などの交流が盛んです。

3 目指す6次産業化の方向性

本市の豊かな農産物と魅力ある地域資源を活かし、人・物・地域が有機的に繋がり連携することで、新たな価値を創出・増幅させ、農業者の所得向上、地域全体の所得・付加価値向上、雇用機会の創出、地域活性化を図り、「東根ブランド」を向上させることが東根市の目指す6次産業化の方向性です。

(1) 6次産業化をはじめとした高付加価値化の推進

日本一の生産量を誇るさくらんぼをはじめ、もも、ぶどう、ラ・フランス、りんごなど果樹王国を標榜する本市農産物の付加価値を高めるとともに、農業者自らが行う加工や販売、サービスなど新たな付加価値を創出する6次産業化の取り組みを推進します。

また、「さくらんぼにこだわったまちづくり」やGI「東根さくらんぼ」の活用など「果樹王国ひがしね」ブランドの向上を図る取り組みをさらに推進します。

(2) 農商工連携による6次産業化の促進・支援

農業者と商工業者が連携し、両者の通常の商取引を超えて協力し、栽培技術やビジネスノウハウなどお互いの強みを持ち寄って、新たな商品開発や販路開拓を行うことにより、農業者と商工業者双方が売り上げや利益の増加など、互いにメリットが生まれる6次産業化の促進・支援に取り組みます。

本市の果物をはじめとする食材や独自の食文化には、農業が必ず結び付いており、「食と農」の深化こそが6次産業化の推進につながると言えます。そうした東根の「食と農」の連携を促進し、その魅力を県内外に発信するため、グルメイベントとの連携やふるさと納税の活用に取り組みます。

(3) 地域力を活かした6次産業化の促進

本市の6次産業化の取り組みを拡大していくためには、農業及び農産物が持つ魅力や栽培・生産技術のほかに、地域固有の食文化や地域文化、歴史、観光資源、自然景観などを活用し、消費者が求める商品やサービスの開発することが付加価値を高め、地域資源そのものにも新たな魅力を生み出すような6次産業化の取り組みを推進します。

農業者と地域の様々な事業者などが結びつきを強め、ネットワークを形成するとともに、生産から販売までを戦略的に結び、加工や販売だけでない観光や体験など新たな付加価値を構築するための拠点づくりに取り組みます。

(4) 6次産業化の担い手の育成

農業者をはじめ商工業者など6次産業化の実践または取り組もうとする人やコーディネーターやマッチングなど支援する人の育成を行うため、ビジネススクールを開催し、6次産業化をビジネスとして継続的に取り組む人材の輩出に努めます。

(5) 地域ネットワークの形成と促進

農業者自らが行う6次産業化や農商工連携、起業化や農業の多角経営などソフト・ハード両面での支援を行うとともに、農業者を起点とする商工業者との連携を促進し、6次産業化の取り組みを支援するための補助制度の活用を推進します。

4 実施プロジェクト

上記の目指す方向の実現に向けて、本協議会をはじめ、市、関係機関や団体などが一体的に連携し牽引する事業を5つのプロジェクトとして位置づけ、本戦略の核となる取り組みとして推進していきます。

(1) 「果樹王国ひがしねブランド向上プロジェクト」

○果樹王国ひがしねブランドの推進

G I 「東根さくらんぼ」を軸にした「果樹王国ひがしね」の認知度のさらなる向上を目指し、国内外

での果樹のトップセールスや品評会の開催、さくらんぼマラソン大会をはじめとする各種イベントを通し「果樹王国ひがしね」ブランドを広く発信します。さくらんぼ以外の本市の高品質の農産物についてもブランド力の強化に努め、海外における販路拡大やインバウンドなど誘客拡大に向けた取り組みやウィズコロナ・アフターコロナ時代に対応するため、これまでの対面型の販路開拓・拡大の取り組みに加え、eコマースなどによる新たな販売手法の導入に積極的に取り組みます。

また、消費者の食の安全・安心への関心も高まっていることから、生産管理向上の取り組みや適正な食品表示・衛生管理の促進を図ります。

■東根産農産物の付加価値向上に向けた取り組み

- ・ G I 「東根さくらんぼ」を軸にした農産物の価値を高めるためのブランド戦略の推進
- ・ 品評会や目揃会の開催、キャンペーンの実施など、G I 「東根さくらんぼ」の認知度向上及び品質確保、登録生産者の意欲向上と出荷量拡大に向けた取り組みの推進
- ・ G I 「東根さくらんぼ」が登録認証（令和3年4月27日登録公表・登録申請日である平成31年1月21日から有効）されたタイ王国（「果樹王国ひがしね輸出推進戦略」に掲げた相手国のひとつ）におけるプロモーション活動の推進及び他国におけるG I 認証申請の検討
- ・ 国内外の販路拡大に向けた「果樹王国ひがしね」ブランドのさらなる発信と新たなマーケティングの検討
- ・ 加工に適した品目・規格等を取り入れた栽培
- ・ 国際目標であるSDGs（※2）に対する対応やグローバルGAP（※3）、HACCP（※4）など生産管理や衛生管理を高める取り組みの促進
- ・ インターネットによる情報発信の更なる強化及び新たな価値創造から生まれるブランディングの推進

■農業者による加工・販売などの取り組み

- ・ 戦略的マーケティングに基づく売れる商品づくり
- ・ 市農協をはじめ農業関係団体における6次産業化に係る営農指導の充実
- ・ 加工・販売など新分野におけるコンプライアンスの推進
- ・ 販促に向けた展示会や見本市、キャンペーン、イベントへの参加



G I 「東根さくらんぼ品評会」

（東京都豊洲市場）

■農業者による新たなビジネスモデルの創出

- ・ 地域の農業者が連携し取り組む6次産業化の推進
- ・ 販路拡大に向けた輸出や契約取引の推進
- ・ 農家レストランや農家民宿、農業体験など新たなサービスの推進
- ・ eコマースなどインターネット環境を活用した販路拡大の推進



「さくらんぼマラソン大会」への出店

※2「SDGs」

SDGs : Sustainable Development Goals とは、「持続可能な開発目標」を意味し、2015年9月の国連サミットで193の加盟国が全会一致で採択した2016年から2030年までの国際目標をいう。地球上の「誰一人取り残さない」ことを誓い、貧困、教育、気候変動、医療、産業やジェンダーなど17のゴールと169のターゲットから構成される。発展途上国だけでなく先進国を含めた全ての国が関わって解決していく目標である。

※3「グローバルGAP」(GAP認証)

Good Agricultural Practices (GAP) は、「良い農業の実践」を意味し、一般的には「農業生産管理工程管理」を意味する。農業において環境的、経済的及び社会的な持続に向けた取り組みに向け、実施すべき手法や手順などをまとめた規範、またはそれが適正に運用されていることを審査・認証する仕組みのこと。当初、ヨーロッパ中心の取り組みだったが、参加会員が世界に広がり、グローバルGAPとなった。

※4「HACCP」

原材料受入から最終製品までの工程ごとに、微生物汚染や金属混入等の潜在的な危害要因を分析・予測 (Hazard Analysis : 危害要因分析) した上で、発生防止につながる特に重要な工程 (Critical Control Point : 重要管理点) を定め、継続的に監視・記録する、衛生管理の手法。

(2)「東根の「食と農」連携・魅力発信プロジェクト」

○東根の「食と農」の魅力発信

東根の食の魅力発信に大きく寄与している「た〜んとほおバルフェスタ」と連携し、本市農産物及び加工品の利用と販売の促進を行うとともに、新たなメニューや商品開発など、東根の「食と農」の連携を推進し、魅力発信に取り組みます。

またホームページやSNS、リーフレットなどを活用し、東根の「食と農」の魅力発信に努めます。

■ビジネスマッチングによる農商工連携

- ・ グルメイベントと連携した魅力発信
- ・ 農商工業者それぞれの強みを活かした商品開発や販路拡大
- ・ 情報交換や連携を促進するためコーディネート機能の充実
- ・ 観光、教育、福祉、金融など多様な産業や機関などとの連携の推進
- ・ 東根産農産物の食味や機能性などを活かした商品開発
- ・ 「東根の食」の魅力発信に向けた地元飲食店、旅館などによる地産地消運動の推進
- ・ 「ふるさと名物応援宣言」に端を発したさくらんぼ長期保存技術を活用した加工品開発など農業者と地元企業が連携する取り組みの促進
- ・ 航空路線などを活用した大都市圏での加工品販売に向けた取り組みの推進

■農林水産業への他分野からの参入

- ・ U I J ターンや転職希望者など他分野からの新規就農の推進
- ・ 経営の多角化や雇用の確保などに取り組む企業の農林水産業への参入の推進

○地域を超えた東根ファンづくり

関係人口（※5）の拡大に資する取り組みとして、地域を超えた東根ファンづくりを推進します。近年は、ふるさと納税制度のように、本市に来訪しなくとも地域支援に関わるなど、人と人、地域と地域の関わり方は多様化しています。

本市におけるふるさと納税による寄付額は令和2年度、約1,872百万円にのぼり、そのうち返礼品として農産物ほか加工品を希望された寄付者は8割以上にのぼり、寄付額にして約1,591百万円と、東根の「食と農」の発信に大きく寄与するとともに、新たなビジネスモデルとして期待されています。このようにふるさと納税を活用した東根の「食と農」ファンづくりを推進するため、農業者や事業者などによる商品開発や販路拡大の取り組みを推進します。

■ふるさと納税などの活用による東根ファンづくり

- ・ふるさと納税を活用した東根ファン（関係人口）の拡大

■地域を超えた東根ファンづくり

- ・仙台圏、首都圏などに向けた東根の「食と農」の魅力発信
- ・ファンマーケティング（※6）など新たなマーケティング手法に取り組む農業者などへの支援



※5「関係人口」

移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域や地域の人々と多様にかかわる人々のこと。各地域において、どのような人にどのように関わってもらえるのかを考えた結果として、地域の実情に応じて導き出されるものとされている。

※6「ファンマーケティング」

ブランドや商品のファンに着目し、ファンと密接にコミュニケーションをとることで、中長期的な売り上げ増加やブランド力の向上を図るマーケティング方法。ブランドや商品への興味関心や購入意欲が長く続く可能性が高く、周囲への発信も積極的に行うため、新たな顧客を獲得する機会が多いという特徴がある。

(3)「オールひがしね6次産業化ネットワークづくりプロジェクト」

○「よってけポポラ」及び「道の駅」情報発信拠点づくり

仙台圏を中心に誘客が進む「よってけポポラ」には、6次産業化を推進する拠点として多くの期待が寄せられています。同じく、大森山周辺に整備を予定している「道の駅」についても、地域資源を活用した交流及び情報発信拠点として、「よってけポポラ」のほか周辺施設と連携した整備が望まれていることから、市が策定する基本計画に機能充実を働きかけていきます。

○6次産業化ネットワーク・地域連携推進

東根の農産物や加工品など東根の「食と農」を理解し、生産者から消費者まで届け繋がることは、東根の「食と農」に新たな価値を生み出します。生産者と消費者をつなぐ取り組みや、生産者自ら出向いての販売プロモーション、同じ悩みを持つ生産者同士の交流など、「東根の食」を支える人々が紡ぐネ

ットワークの構築に向けた取り組みを推進します。

また、東根の「食と農」の魅力を継続的・安定的に発信し、本市の農産物や加工品などの魅力を多くの方に理解いただくためには、行政や生産者団体の取り組みだけでは限界があり、企業や民間事業者など食関連企業との連携は欠かすことができないことから、商品開発や販路拡大に加え、観光振興、食文化の振興など幅広い分野における食関連企業との連携を推進します。

■新たな商品・サービス開発に向けた地域資源の掘り起こし

- ・農産物自体の魅力の調査、研究や栽培・生産技術、地域固有の食文化、地域文化、歴史、観光資源、自然景観など地域資源の掘り起こし
- ・地域資源の活用による消費者が求める商品やサービス開発

■農村風景や伝統文化などを活かしたグリーンツーリズム等への展開

- ・農家レストランや農家民宿、観光農園、直売所などの開設の推進
- ・地域資源を活かした体験型観光商品の開発

■企業や民間事業者など食関連企業との連携

- ・果樹王国ひがしねアンバサダー制度やeコマースを活用したウィズコロナ・アフターコロナ時代に即した新たな発信方法の検討、実施
- ・企業との連携や商談会、プロモーション機会の推進
- ・料理人や料理研究家、芸能人などとの連携による魅力発信
- ・食品関連企業の商品開発力や販売力を活かし地域の生産者と連携する取り組みの推進



海外における「東根食材フェア」の開催

(4) 「6次産業化人材育成・支援プロジェクト」

○「ひがしね6チャンネル・ビジネススクール」

消費者ニーズに近い感覚をもつ女性の感性を活かした取り組みや新しい市場の開発につながる若者の発想力を活かす取り組み、他分野から参入した新規就農者の経験を活かす取り組みなど新たな6次産業化の取り組みを支援、促進するため、「ひがしね6チャンネル・ビジネススクール」を開催し、加工や販売、交流・観光などを総合的に取り組む人材の育成に努めます。また、同じ取り組みを実践する生産者同士の交流や情報交換の場としても有効なことから、課題を共有するグループやキープレイヤーの育成を図っていきます。

■6次産業化を目指すプレイヤーへの支援

- ・今後の「果樹王国ひがしね」の基盤となる若手生産者グループほか既存団体との連携強化を図るとともに、生産者のニーズに即したひがしね6チャンネル・ビジネススクールの開催

- ・やまがた6次産業ビジネス・スクールをはじめ、国、県、民間を含めた人材育成事業の積極的活用や教育・研究機関との連携による人材の育成
- ・課題を共有するグループやキープレイヤーの育成
- ・各種支援機関と連携した相談、支援機能の充実

(5)「ひがしね6チャンネル連携支援プロジェクト」

○ひがしね6チャンネル連携支援

本協議会が地域ネットワークの核となり新たな産業創出に向けたプラットフォームとなるため組織づくりを推進し、人や資源、用法などが有機的に結びつき地域の活性化が図れるための6次産業化の促進・支援に取り組みます。

また、農業者を起点に、地域の食品製造業者や流通・小売業者、観光事業者、包装資材等製造業者、小売業者などが連携し本市農産物や加工品などに新たな価値を創出しようとする取り組みを支援する「東根市6次産業化支援事業費補助金」制度の活用を推進します。補助事業継続及びウィズコロナ・アフターコロナにおける巣ごもり需要に対応したインターネット販売の整備に対する支援など補助内容の充実について、市に対して働きかけを行っていきます。

■地域が支える6次産業化の取り組み

- ・農業者を起点とする商工業者との連携促進及び市6次産業化支援補助制度の活用推進
- ・食育や地産地消など地元消費者と生産者との結びつきを深める取り組みの推進
- ・学校給食、企業、病院などによる地元食材の利用促進
- ・本協議会を核とした産学官金の連携によるネットワークの構築と支援体制の充実

○国・県・市など支援施策推進

国、県、市などの各種支援施策を広く紹介し、農業者自らが行う6次産業化や農商工連携、起業化支援などの積極的な活用を推進します。

IV 推進組織体制

本戦略の推進に当たっては、農業者や農業関係団体だけでなく、商工団体、教育機関、金融機関、その他関係団体が連携し一体となり取り組むため、次の組織体制により本市の6次産業化を推進します。

1 果樹王国ひがしね6次産業化推進協議会

本市の象徴である「果樹王国ひがしね」を掲げ、農林水産業を含む「食産業」や関連産業全体の振興を図ることを目的として、地域の活性化につながる6次産業化を推進します。

2 アドバイザー

専門的な立場から適宜、助言・提言を得ることを目的としてアドバイザーを委嘱します。

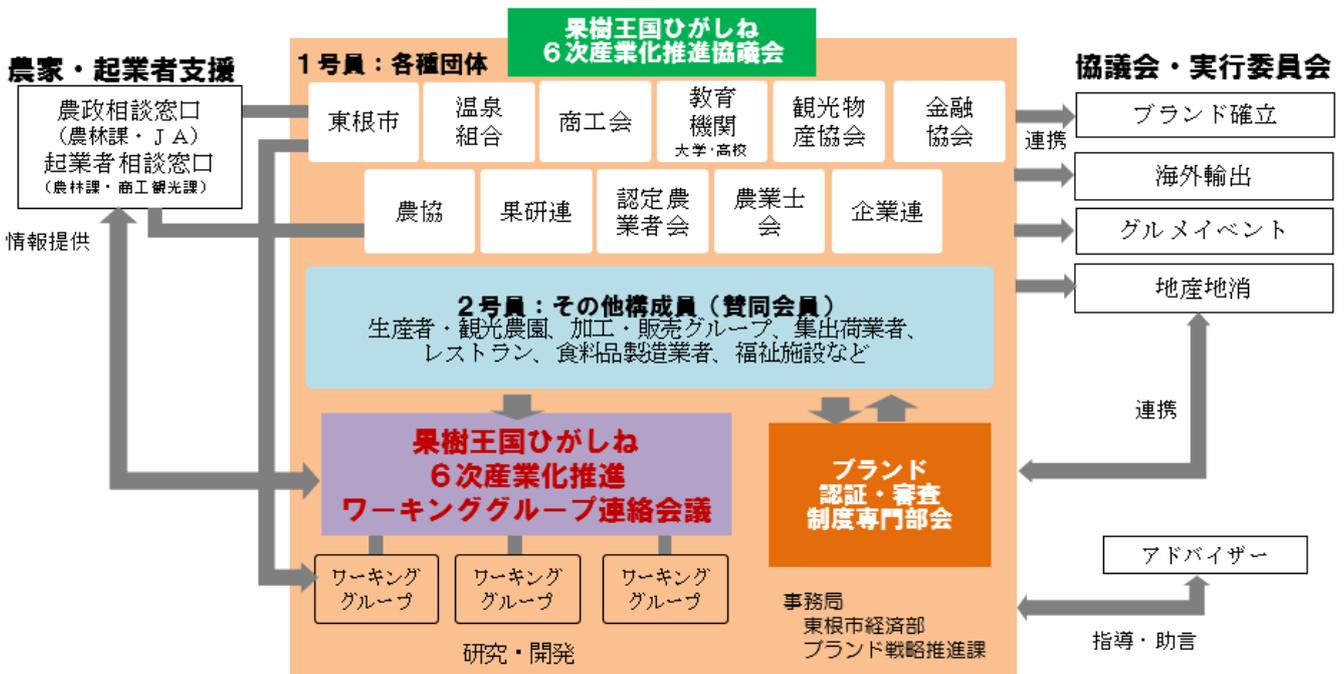
3 専門部会

果樹王国ひがしね6次産業化推進協議会の構成団体の実務者などをメンバーとして、6次産業化を推進するため具体的かつ重要なテーマに関して専門部会を設置します。

4 ワーキンググループ及びワーキンググループ連絡会議

農業者や事業者が新たな商品開発や研究を行う際に、案件ごとにワーキンググループを設置し、情報交換や課題調整を図ります。ワーキンググループを統括し、相互の情報交換や交流を促進するためワーキンググループ連絡会議を設置します。

果樹王国ひがしね6次産業化推進協議会



V 成果指標

項目	現在値 (R2)	目標値 (R7)
果樹王国ひがしね6次産業化推進協議会賛同会員（2号委員）	248 個人・団体	260 個人・団体
G I 「東根さくらんぼ」登録者	182 個人・団体	200 個人・団体
G I 「東根さくらんぼ」出荷量	92 t	100 t
東根産農産物を活用した新商品開発	34 件	40 件
学校給食における市産食材利用回数	3 回	4 回
新規就農者	16 人	20 人
農産物の海外販路拡大	4 カ国	5 カ国
市内さくらんぼ観光果樹園の来客数	172,300 人 (※) R1 数値	200,000 人
市農協「よってけポポラ」の来客数	460,300 人	増加を目指す

※令和2年度、市内さくらんぼ観光果樹園は新型コロナウイルス感染拡大防止のため開園自粛