

うまい
深谷のUMAIを食卓へ
深谷市6次産業化構想

目 次

1. 本構想策定の背景	1
2. 本構想策定の目的	2
3. 本構想に基づく支援事業の概要	3
4. 支援体制	8
5. 事業目標および成果目標	9

1. 本構想策定の背景

■深谷市の農業の現状と課題

本市は、野菜、切花、鉢物、植木、畜産等の多岐にわたる分野において、生産が非常に盛んな地域です。

収穫量において、ねぎ、ユリ切花が全国1位、ブロッコリー、ほうれん草、きゅうり、チューリップも全国トップ10に入り、その他野菜や畜産においても県内トップの収穫量を誇ります。

一方で、全国の自治体と同様に、農業従事者の高齢化と担い手不足、経営体数の減少、遊休農地の増加等の大きな課題を抱えており、農業立市の存続が危ぶまれる事態となっています。

これらの課題を解決するためには、農業経営の安定化へ向けた効率化や高度化の取組と同時に、農業の魅力や将来性を高め、意欲ある担い手を確保することが求められています。

<2010年（平成22年）と2015年（平成27年）の比較>



■深谷市の6次産業化をめぐる状況と課題

本市における6次産業化の状況については、各農業者が独自に進めており、これまで市全体での取り組みは実施していませんでした。

また、本市農業の特徴として、東京という大消費地の近郊であることを活かした生鮮物出荷が主流となっており、6次産業化という規格外の農産物を直売所や漬物等の加工品用に出荷するケースが最も多く見られる形態です。

しかし、前述の本市農業の抱える課題に加え、FTA等での関税撤廃により農業にも国際的な競争力が求められており、今後農業者自身が農畜産物の付加価値化や生鮮物のお荷に留まらない農業経営の多角化を検討していく必要があります。

また、従来は1次産業者である農業者が2次産業である加工製造、3次産業である販売までをすべて実施することを6次産業化としていましたが、近年は農業者が2次、3次産業者と連携して商品の開発、加工、販売を行うことも6次産業化とされており、全国各地で農商工連携や6次産業化による地域活性化の取組が実施されています。

本市においても、6次産業化の推進により、農業の課題を解決するだけでなく、2次、3次産業者と連携して事業を進めることで、地域全体の産業を活性化させることが期待されます。

一方で、他自治体の事例を見ていくなかで、6次産業化が結果として農家の所得向上に繋がらないケースが多々見られました。

その原因の多くは、消費者ニーズを意識した商品づくりをしていないことと、商品化しても、PR・販売に関する技術や知識がないことと考えられ、農業者に不足する「商品を売る」という意識醸成や販売のための支援が必要とされています。

2. 本構想策定の目的

■本構想策定の目的

本構想は、「深谷市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（以下「総合戦略」）において策定をすることとされており、農商工連携による付加価値の向上と産業の活性化、新商品開発等を通じた新たな価値創出の支援等の事業展開を目的とするよう定められています。しかし、高付加価値の新商品を開発しても、それが消費者に認知されなければ売れず、売れなければ農業を含めた産業の活性化に繋がりません。

そのため、6次産業化の推進においては、商品の高付加価値化だけでなく、PRやマーケット戦略等商品を消費者に認知させ購入させるための事業展開が必要不可欠となります。

また、開発した商品が売れることで、農業者の所得が向上し、さらに農畜産物の生産拡大、担い手の確保等の効果を生み出し、市内農業の課題解決と活性化を推進することとなります。

これらを踏まえ、6次産業化による農業所得の向上が、結果的に地域産業全体の活性化に波及するという観点から、本構想は「儲かる農業（農業者の所得向上）」を目的として設定し、事業を円滑に推進するための方向性を示す指針として策定します。

<市内農業の課題>



<本市6次産業化推進の目的>

6次産業化

<6次産業化の効果>



儲かる農業
(農業者の
所得向上)

■本構想の位置づけ

①期間

本構想は、「総合戦略」に基づき策定することから、対象期間についても総合戦略に基づき平成29年度から平成31年度までとし、以降は「第2次深谷市総合計画（前期基本計画）」（以下「前期基本計画」）に基づき適宜事業の見直しや展開を図っていきます。

②上位計画との関係

本構想は、「深谷市総合振興計画（後期基本計画）」、「前期基本計画」および「深谷市産業振興計画」を上位計画とし、これらとの整合性を図ります。

3. 本構想に基づく支援事業の概要

■ 支援事業推進のキーワードと売れる商品を創り出すためのステップ

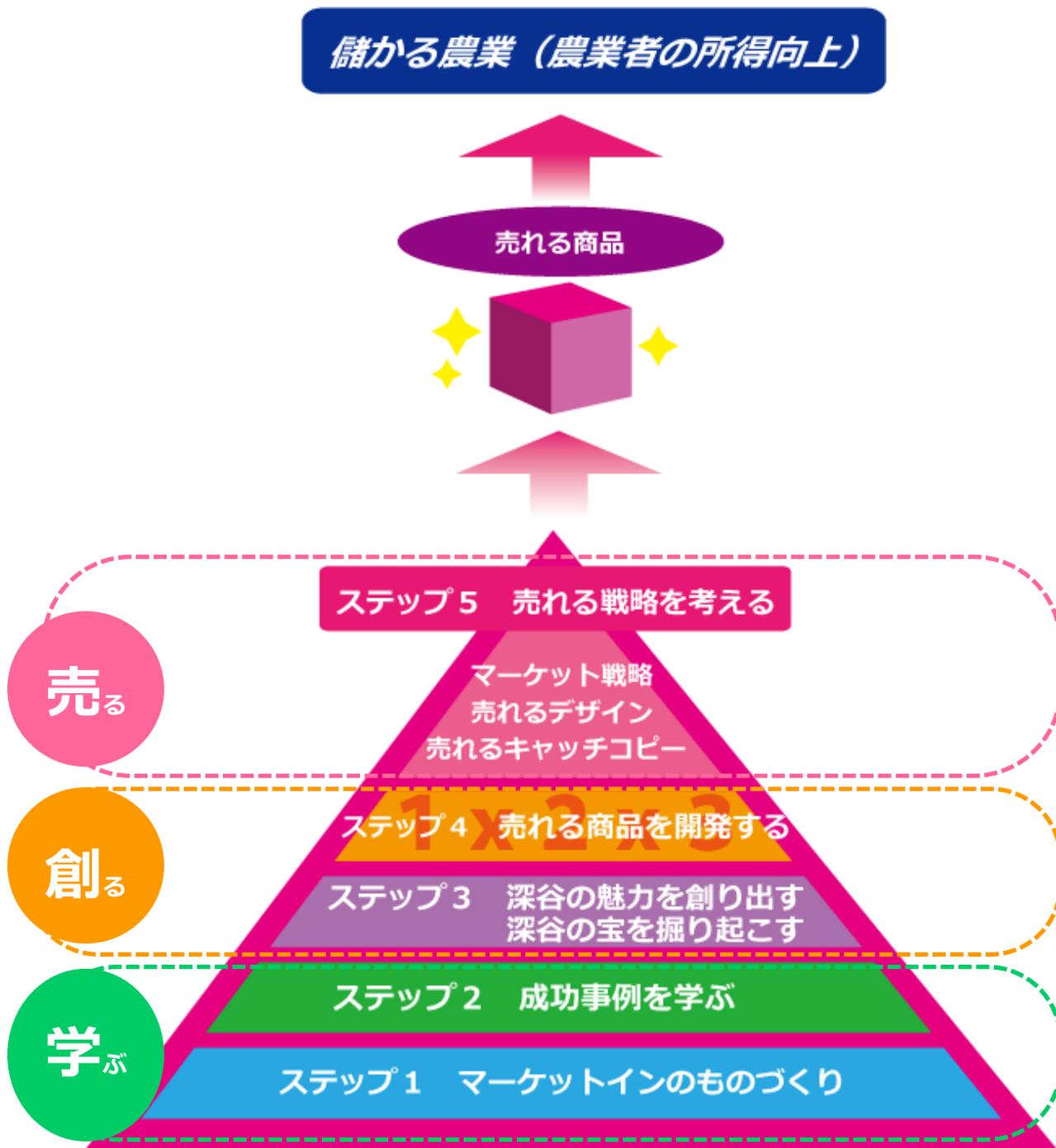
本構想策定の目的に基づく支援事業推進にあたり、「高付加価値の商品開発」と「消費者認知向上のためのPR・販売戦略」を効果的に実践するために3つのキーワードを設定し、このキーワードを柱とした事業展開を図ります。

また、このキーワードに沿って消費者ニーズの把握、他業種との連携、商品化から販売・PRに至るまでの一体的な支援といった、本市6次産業化推進のための支援事業を、売れる商品を創り出すためのステップとして定義し、段階的に事業を進めていきます。

(P. 4の図を参照)



<参考> 目的・キーワード・ステップの体系図



【既存事業との連携】

PRトラック「ふっカーゴ」を活用し、市内外のイベント等において、試作品のモニタリング、完成品の販売・PR等を展開します。



6次産業化への意欲喚起と売れる商品創りの素地形成

学ぶ

農業者に不足する「モノを売る」という観点から、6次産業化への意識を醸成し、売れる商品開発のための素地を形成します。

ステップ1 マーケットインのものづくり

農業者が作りたい商品をつくる（プロダクトアウト）ではなく、消費者が求めている商品をつくる（マーケットイン）ことを前提に、消費者ニーズを知るための取組を実施します。

◆6次産業化商品の動向調査

現在市内外で流通する6次産業化商品について調査を行い、売れ筋商品の特徴や流通経路等を探ることで、市場の動向を把握します。

◆消費者ニーズの把握

市民アンケートやマーケティング調査を通じて、消費者が求める商品像を探るとともに、農業者にその情報をフィードバックしながらマーケットインの発想を培います。

ステップ2 成功事例を学ぶ

市内農業者が実際に6次産業化の成功事例に触れ、成功の理由を研究することで、6次産業化に対する意欲を高め、「儲かる農業」への意識改革を促します。

◆成功事例セミナー

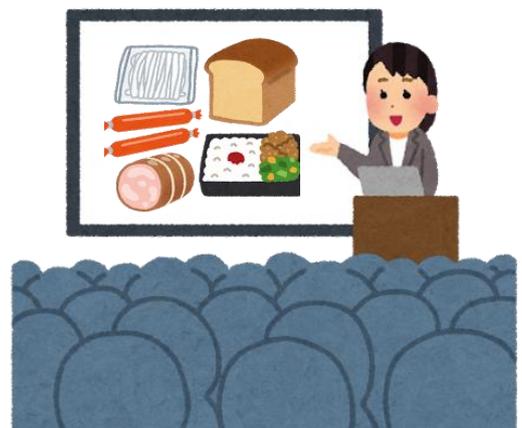
実際に6次産業化で成功している事業者から直接話を聞き現場を見学することで、成功のヒントを探ります。

◆商談会・展示会見学ツアー

6次産業化商品の商談会や展示会を見学し、出展商品のデザインやPR手法について研究します。

◆6次産業化商品取扱店舗等の見学

実際に店頭で並んでいる商品の加工内容、パッケージ等を見ることで、消費者ニーズを意識した商品の特徴等を研究します。



創る

意欲ある農業者や商工業者等によるネットワークを構築し、消費者や市場のニーズを捉えつつ、豊かな農業地帯であるという本市の強みを生かした商品開発に取り組めます。

ステップ3 深谷の魅力を創り出す・深谷の宝を掘り起こす

既存の地域資源の魅力や付加価値を見直すとともに、新たな地域資源を発掘することで、売れる商品のアイデアを模索します。

◆有識者を交えた勉強会

農業者の「当たり前」が「付加価値」になり得るといった価値観の転換や、元々その農作物が持つ魅力を商品に生かす方法等を学びます。

◆他業種事業者との交流会

商品化の技術を持ち、消費者のニーズを知る2次、3次事業者と知り合う機会を作ることで、アイデアの精度を高めるとともに、商品化の実現に向けて連携を図ります。



ステップ4 売れる商品を開発する

実際に商品化へ向けて事業化します。

◆農業者と他業種事業者の連携

商品化に必要な技術や、PR手法、販路をもつ事業者と連携して商品化に着手します。

◆市場調査の機会提供

消費者モニター、市内イベントでの試食提供等により、消費者の声をフィードバックすることで商品の精度を上げます。



売る

開発した商品を消費者に認知させ、販路を確保するための事業を一体的な戦略として展開します。

ステップ5 売れる戦略を考える

完成した商品を広く周知し、売っていくための戦略を立てます。

◆売れるデザイン・キャッチコピー

開発した商品のデザインやパッケージ、PRの際のキャッチコピー等の販売戦略を専門家に相談する機会を設けます。

◆商品を認知させるための情報発信

ホームページ、SNS等を活用して商品のPRや情報拡散を行いつつ、メディア、流通バイヤー等を招待した商品発表会、情報拡散力の高い人物による情報発信等により、より広範囲の消費者に商品を認知させるための取組を行います。



◆販路拡大支援

深谷テラス、市内道の駅でのPR、販売や市内スーパーでの販売交渉支援を行い、市内での販路確保を行いつつ、商談会・展示会への参加や百貨店等の物産展への出展を支援します。

◆ふかやブランド戦略、ふるさと納税等との連携

本市で展開される深谷ブランド戦略やふるさと納税のお礼品およびeコマース事業を活用することで、開発した商品の認知度や付加価値の向上と販路拡大を図ります。



4. 支援体制

■ オール深谷の支援体制

① 6次産業化を推進するための協議会の設置

市、農業団体、商工団体、小売業者、金融機関、教育機関等、市内の関係機関で構成する協議会を設置し、有機的な連携による支援体制を構築します。

② 6次産業化推進ネットワークの構築

6次産業化に興味・意欲のある農業者や、農業者との連携を希望する商工業者等によるネットワークを構築し、資源発掘やマッチングを促進します。

③ コーディネーターの配置

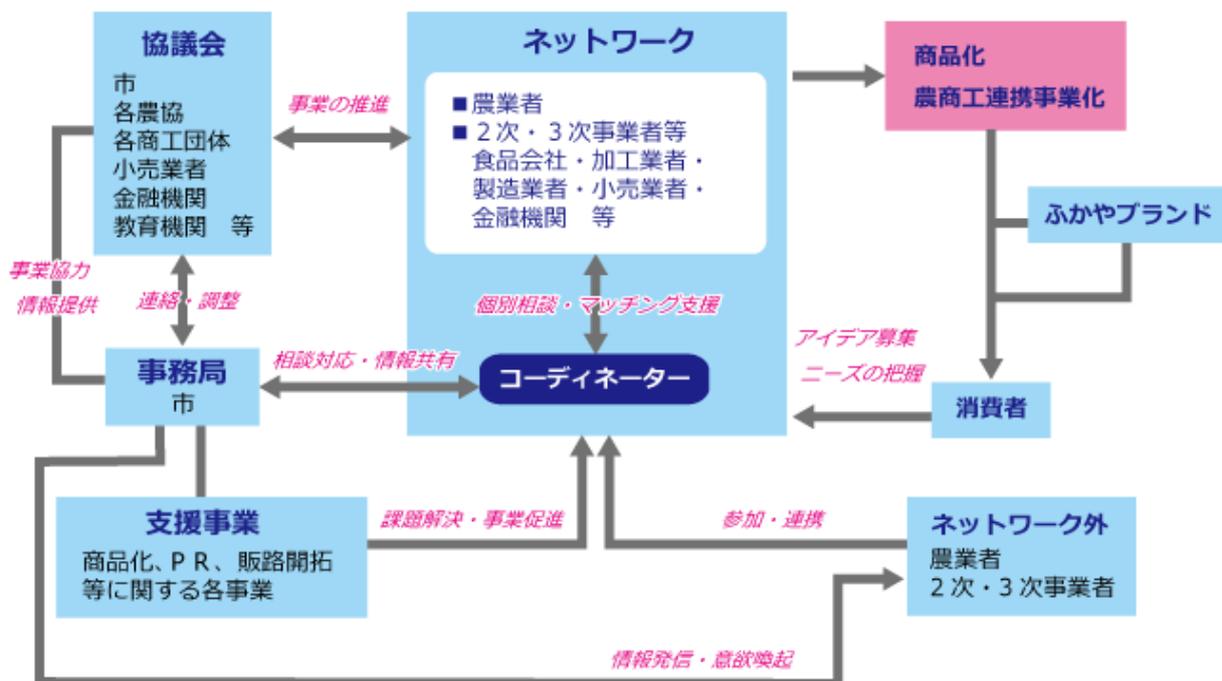
農業者等からの相談を受けて、他業種とのマッチングや専門家の紹介等必要な支援を一体的に継続して行うコーディネーターを配置します。

【業務内容】

- ・ 農業者と他業種事業者との交流会の企画立案・実施および連携の支援
- ・ 商品開発からデザイン、P R、販売までを継続的に支援
- ・ 売れる戦略を考えるための情報収集や関係機関との連携
- ・ 6次産業化に関するセミナー等事業推進のための企画立案・実施

【人材】

- ・ 農業者の利益となるように事業を進められる人
- ・ 他業種連携の実績がある人
- ・ 市内外の事業者情報を持ち、各所にパイプのある人



5. 事業計画および成果目標

■事業計画

平成29年度は事業初年度として体制整備と市内6次産業化商品の実態把握を実施します。

平成30年度以降は、前述のステップに従い順次事業を実施し、農業者が無理なく事業に参加していけるような事業展開を目指します。

また、事業の進捗状況により、必要に応じて事業や計画の見直しを行っていきます。

年度	事業目標
平成29年度	支援体制の整備 市内6次産業化商品の実態把握
平成30年度	売れる商品開発の素地形成 商品開発のための情報収集 農業者と他業種事業者の連携強化
平成31年度	商品開発・販売 販売戦略・PR戦略の検討

■成果目標

「深谷市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の重点事業として位置づけられており、評価指標が設定されていることから、この指標を当面の成果目標として設定します。

【平成31年度までの評価指標（KPI）】

- ・6次産業化事業支援数（累計） 3件
- ・説明会参加者数（事業所、団体含む）（累計） 150人
- ・新商品開発数 3件