

第4期 ふくしま地域産業6次化戦略

令和7年3月

福島県

第4期 ふくしま地域産業6次化戦略

戦略策定の趣旨

本県では、第1期戦略（平成22～26年度）、第2期戦略（平成27～令和元年度）、第3期戦略（令和2～6年度）を策定。
本県の豊かな農林水産資源を活用し、地域の多様な主体がそれぞれの強みを生かして取り組む地域産業6次化をより一層推進するため、第4期戦略を策定する。

本戦略の期間

上位計画である『福島県農林水産業振興計画』と同様に、令和7年度から令和12年度の6年間

めざす姿

地域産業6次化をより一層推進し、農林漁業者の安定的な所得と雇用機会の確保、農山漁村の活性化を目指す。

- 6次化実践者については、次の姿を目指す。
- 明確なビジョンに基づいて事業を展開
 - マーケットインの視点による売れる商品を開発
 - 多様な関係者と連携しながら、ストーリー性のある商品を創出し、地域全体が活性化するような取組を実践

成果目標

項目	現状→目標
農産物の加工や直売等の年間販売金額	442(R4)→570億円(R12)
農山漁村地域を大切にしたいと思う県民の割合	84.1(R5)→95%(R12)

地域産業6次化の核となる「ひとづくり」、具体的な売上につながる「商品（もの）づくり」とともに、既存の地方ネットワークのみならず、多様な関係者が関わる地域産業6次化を起点とした取組が地域全体の活性化に資するよう「地域づくり」の3つを柱とし、4つの推進方策に取り組む

ひとづくり

1 6次化実践者の定着・成長の推進

- (1) 戦略的な事業展開の促進
- 経営管理のスキルアップ支援
 - 目標の達成に向けた方針や計画策定の支援
- (2) 事業発展のための支援
- 事業発展に関する情報発信
 - 6次産業化支援機関による支援
 - 地域の核となるキーパーソンの養成

2 新たな6次化実践者の確保・育成の推進

- (1) 新たな6次化実践者の確保
- 6次化の起業に向けた基礎的な知識・技術等の習得支援
- (2) 取組初期からの支援
- 6次化における取組課題に対する専門家による支援
 - 農林漁業者の企業的な経営感覚の養成
- (3) 食の安全性の確保のための支援
- 適正な食品表示の普及啓発
 - 衛生管理手法の導入促進

商品（もの）づくり

3 「もうかる」「誇れる」商品開発の推進

- (1) マーケットインの視点と戦略的なブランディングによる商品開発支援
- マーケットインの視点に基づく商品開発の促進
 - 強みを生かしたブランディングの促進
- (2) 商品の安定的な生産・製造のための支援
- 持続的な商品開発等への支援
 - 1次産業と2次産業のマッチング
- (3) 販路拡大支援
- 県オリジナル共通ブランドによる取組や、展示会出展・EC等による販売拡大に向けた支援
 - 商業圏に向けた6次化商品のPR強化
 - 海外販路開拓の支援

地域づくり

4 地域全体で盛り上げる地域産業6次化の推進

- (1) 地域産業6次化を起点とした地域の活性化
- 福島ならではの地域資源を活用した新しい商品開発の促進
 - 地域の多様な関係者が連携した取組の促進
- (2) 6次化ネットワークの活性化
- 多様な事業者が集う交流の場の創出
 - 6次化ネットワークの活動強化
 - 消費者への地域産業6次化のPR

推進組織

ふくしま地域産業6次化推進連絡会議

関係機関・団体で組織する連絡会議を設置し、事業推進上の課題解決に向けた意見交換を行う。

6次化連携支援会議

実務担当者等で構成する会議を設置し、推進に向けた実務レベルの検討を行う。

ふくしま地域産業6次化ネットワーク

県内6地方にネットワーク組織を設置し、研修会や情報交換による人的交流を活性化。

目次

第1章 戦略の概要

1	第4期ふくしま地域産業6次化戦略策定の趣旨	1
2	本戦略の位置づけ	1
3	本戦略の期間	1

第2章 ふくしま地域産業6次化の現状と課題

1	第3期戦略までの成果	2
	担い手の本気	2
	商品化の熱気	4
	ネットワークの活気	6
2	地域産業6次化をめぐる情勢	7
	(1) 農業生産関連事業の年間販売金額	
	(2) 農業生産関連事業の従事者数	
	(3) 農村・都市部の人口と高齢化率(全国)	
	(4) 福島県観光客入込状況推移	
	(5) 福島県産品(加工品)の輸出実績	
	(6) 福島県産食品の輸入規制の状況	
	(7) 食の安全に関する状況	
	(8) 国の動き	
3	ふくしま地域産業6次化の課題	11
	ひとに関すること	11
	ものに関すること	14
	地域での連携に関すること	17

第3章 推進のための戦略

I	目指す姿	19
II	本戦略の方向性	19
III	実現するための推進方策	20
	<ひとづくり>	
1	6次化実践者の定着・成長の推進	20
	(1) 戦略的な事業展開の促進	
	(2) 事業発展のための支援	
2	新たな6次化実践者の確保・育成の推進	20
	(1) 新たな6次化実践者の確保	
	(2) 取組初期からの支援	

(3) 食の安全性の確保のための支援

<商品(もの)づくり>

3 「もうかる」「誇れる」商品開発の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 1

(1) マーケットインの視点と戦略的なブランディングによる商品開発支援

(2) 商品の安定的な生産・製造のための支援

(3) 販路拡大支援

<地域づくり>

4 地域全体で盛り上げる地域産業6次化の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 2

(1) 地域産業6次化を起点とした地域の活性化

(2) 6次化ネットワークの活性化

IV 成果目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 3

V 推進方策の効果検証及び見直し・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 3

第4章 推進組織体制

1 ふくしま地域産業6次化推進連絡会議・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 4

2 6次化連携支援会議・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 4

3 ふくしま地域産業6次化ネットワーク・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2 4

(参考) 6次化実践者のアンケート結果

第1章 戦略の概要

1 第4期ふくしま地域産業6次化戦略策定の趣旨

農林漁業者の所得向上等に寄与する地域活性化策である「地域産業6次化」を戦略的に推進するため、本県では国の六次産業化・地産地消法（地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律、平成22年12月公布）に先駆けて、平成22年3月に第1期戦略（平成22年度～平成26年度）を策定しました。

その後、東日本大震災及び東京電力福島第一原子力発電所事故の発生等の社会情勢の変化を踏まえ、第2期戦略（平成27年度～令和元年度）、第3期戦略（令和2年度～令和6年度）を策定しました。

これまでの取組の成果・課題や、近年の社会経済情勢を踏まえつつ、この度、福島県の豊かな農林水産資源を活用し、地域の多様な主体がそれぞれの強みを生かして取り組む地域産業6次化をより一層推進し、農林漁業者の安定的な所得と雇用機会の確保、農山漁村の活性化を図るため、第4期戦略を策定します。

2 本戦略の位置づけ

本県の農林水産業・農山漁村の振興に向けた施策の基本方向を示す『福島県農林水産業振興計画』（令和4年度～令和12年度）に掲げる地域産業6次化の推進に係る個別計画として位置づけられます。

3 本戦略の期間

上位計画である『福島県農林水産業振興計画』の終期に合せ、令和7年度～令和12年度の6年間とします。

第2章 ふくしま地域産業6次化の現状と課題

1 第3期戦略までの成果

第3期戦略（令和2年度～令和6年度）の3つの方策「担い手の本気」、「商品化の熱気」、「ネットワークの活気」に基づく取組成果は以下のとおりです。

「担い手の本気」

◎多様な担い手の育成・確保

- ・地域産業6次化に取り組もうとする実践者や、地域の核となるキーパーソンを養成するため、6次化創業塾を開催し、143名（平成22年度から令和5年度までに述べ689名）が卒塾しました。
- ・多様な担い手の確保・育成のため、6次産業化支援機関（ふくしま地域産業6次化サポートセンターⁱ）の機能強化を図り、実践者の相談に対してワンストップで対応する支援体制を充実させてきました。

◎信頼・効率化重視の加工技術の発展

- ・6次化創業塾等での食品加工技術研修の実施や、食品表示の普及啓発、衛生管理手法の導入促進を図ったほか、福島県県産品加工支援センターⁱⁱを始めとした県の試験研究機関との連携を強化し、加工技術の発展を支援してきました。

ふくしま6次化人材育成事業(6次化創業塾)卒塾生数

	R2	R3	R4	R5	合計
創業コース	6名	16名	29名	30名	81名
支援コース	8名	20名	19名	15名	62名
計	14名	36名	48名	45名	143名



グループワーク



先進事例視察



ビジネスプラン発表

ⁱ ふくしま地域産業6次化サポートセンター：6次化実践者からの相談対応と専門家による助言、新商品開発等の支援、関係機関の連携を図るための総合窓口として、県内4方に設置。
ⁱⁱ 福島県県産品加工支援センター：福島県の農林水産資源を基盤とした新たな「食」産業創造を図るため、県の試験研究機関であるハイテクプラザと農業総合センターが連携・協力し、食品加工や流通に関する技術相談や技術支援を実施。

ふくしま地域産業6次化サポートセンター事業 企画推進員支援件数

	R2	R3	R4	R5	合計
支援件数	520 件	1,321 件	1,745 件	2,000 件	5,586 件

県産品加工支援センター相談件数

	R3	R4	R5	合計
6次化相談件数	134 件	135 件	201 件	470 件
重点支援件数	7 件	10 件	16 件	33 件

「商品化の熱気」

◎魅力あふれる商品（サービス）づくりの推進

- ・マーケットインの視点による商品開発を支援し、ストーリー性やネーミング、パッケージデザインを含め、魅力あふれる商品（サービス）づくりを促進しました。
- ・6次化共通ブランド「ふくしま満天堂ⁱ」のブランド力強化、販路拡大を図るとともに、「ふくしま満天堂グランプリ」による表彰制度により、高い品質の6次化商品づくりを後押ししました。

◎「農」と「食」の連携による新規需要の発掘

- ・道の駅や宿泊施設等において「ふくしま満天堂」の売場を設置し、6次化商品の販売を促進するとともに、ブランドの認知向上を図りました。

ふくしま地域産業6次化サポートセンター事業 イノベーター(専門家)派遣

	R2	R3	R4	R5	合計
派遣回数	95回	77回	101回	151回	424回

地域産業6次化ステップアップ強化事業(ハード)補助金

	R2	R3	R4	R5	合計
採択件数	14件	12件	10件	5件	41件

地域産業6次化ステップアップ強化事業(ソフト)補助金

	R2	R3	R4	R5	合計
採択件数	8件	18件	19件	17件	62件

(再掲)ふくしま6次化人材育成事業(6次化創業塾)卒業生数

	R2	R3	R4	R5	合計
創業コース	6名	16名	29名	30名	81名
支援コース	8名	20名	19名	15名	62名
計	14名	36名	48名	45名	143名

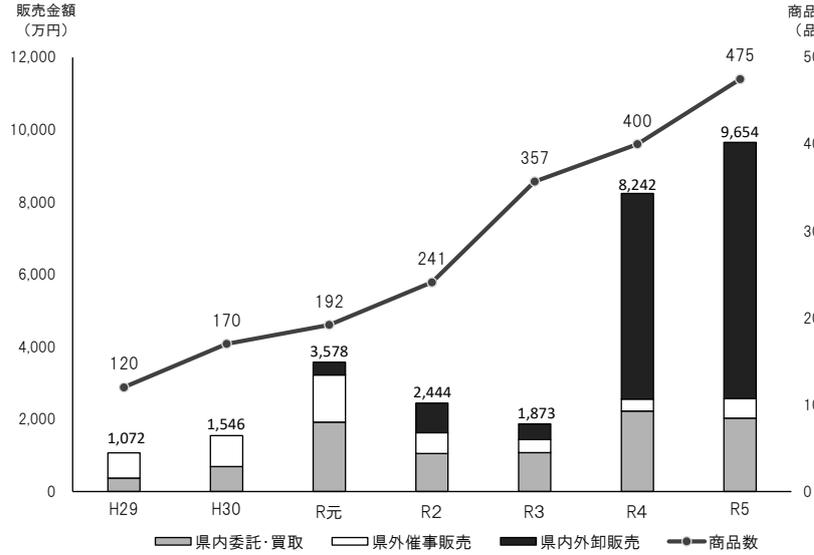
ふくしま満天堂ブランド確立推進事業 個別相談

	R2	R3	R4	R5	合計
実施回数	60回	66回	101回	108回	335回
商品数(累計)	241点	357点	400点	475点	—

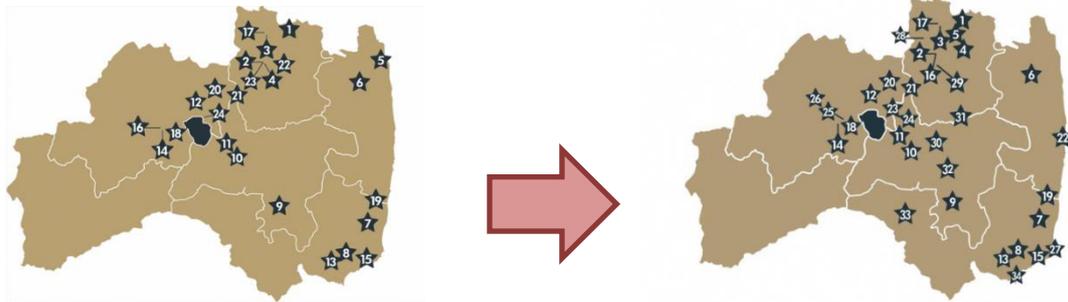
ⁱ ふくしま満天堂：本県6次化商品の販路拡大を目的に設立した6次化商品共通ブランドであり、テストマーケティングや商品改良・販路開拓等を一体的に支援し、売れ続ける商品づくりを支援する。

ふくしま満天堂登録商品数・売上*推移

* 満天堂事務局を通じて取引したもの



ふくしま満天堂商品取り扱い店舗



R2年度当初 24店舗

R6年度現在 34店舗

ふくしま満天堂グランプリ商品

2021



2022



2023



ふくしま満天堂グランプリ表彰式



表彰式の様子



表彰式の様子



ふくしま満天堂プレミアム

「ネットワークの活気」

◎地域全体で取り組む地域産業6次化

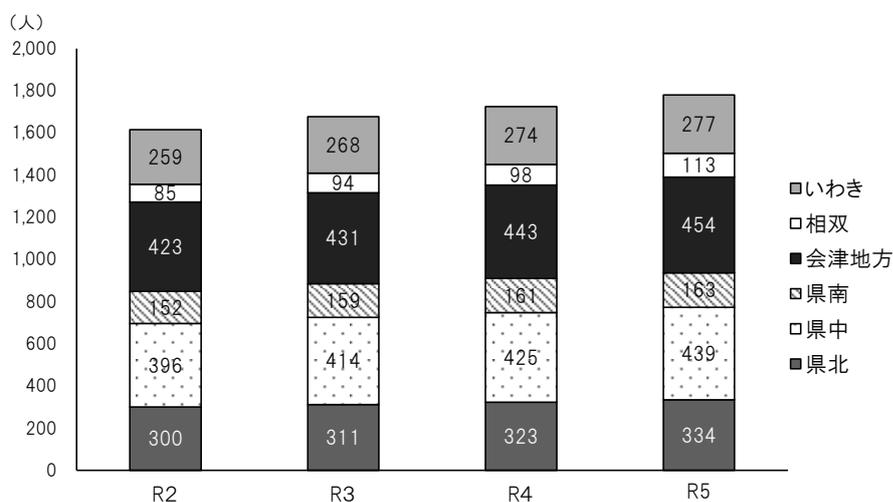
- ・県内6地方に設置している6次化ネットワーク会員数が1,700人を超え、着実に地域産業6次化の取組が広がっています。
- ・地域の多様な事業者が連携し、地域の農林水産物等を活かした新たな商品又はサービスを開発する取組の推進を図りました。

◎地域の食文化の継承や地産地消による6次化の推進

- ・食品加工、パッケージデザイン、流通・販売企画等、多様な分野の専門家とのマッチング強化を図りました。

6次化ネットワーク 会員数

	R2	R3	R4	R5
県北	300名	311名	323名	334名
県中	396名	414名	425名	439名
県南	152名	159名	161名	163名
会津・南会津	423名	431名	443名	454名
相双	85名	94名	98名	113名
いわき	259名	268名	274名	277名
計	1,615名	1,677名	1,724名	1,780名



(再掲)ふくしま地域産業6次化サポートセンター事業 イノベーター(専門家)派遣

	R2	R3	R4	R5	合計
派遣回数	95回	77回	101回	151回	424回

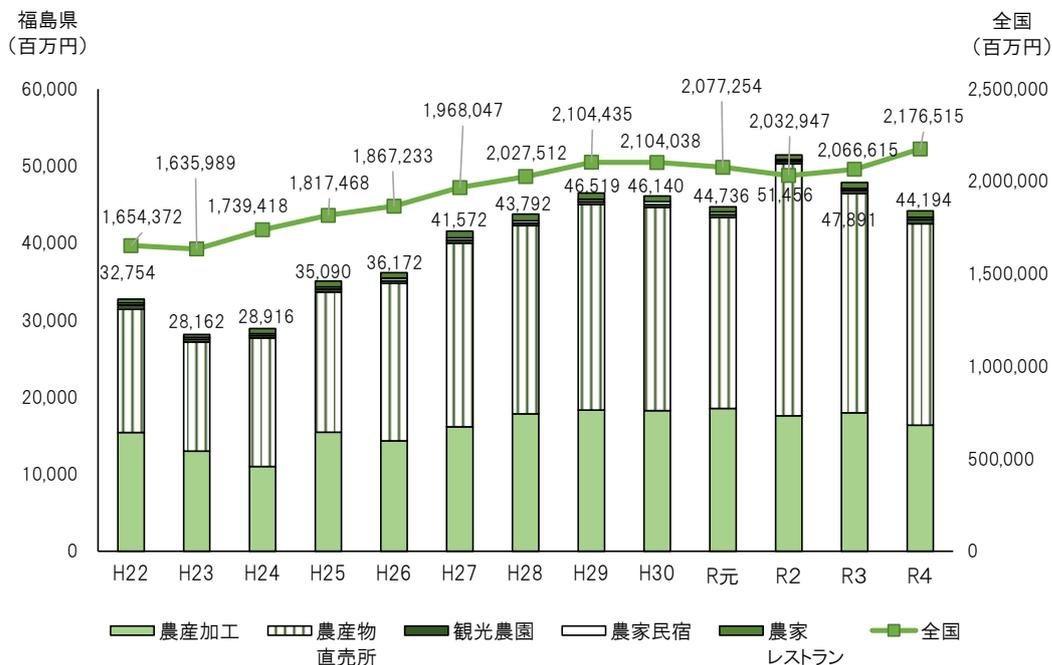
地域産業6次化ビジネスモデル推進事業

	R2	R3	R4	R5	計
採択件数	4件	3件	2件	2件	11件

2 地域産業6次化をめぐる情勢

(1) 農業生産関連事業の年間販売金額

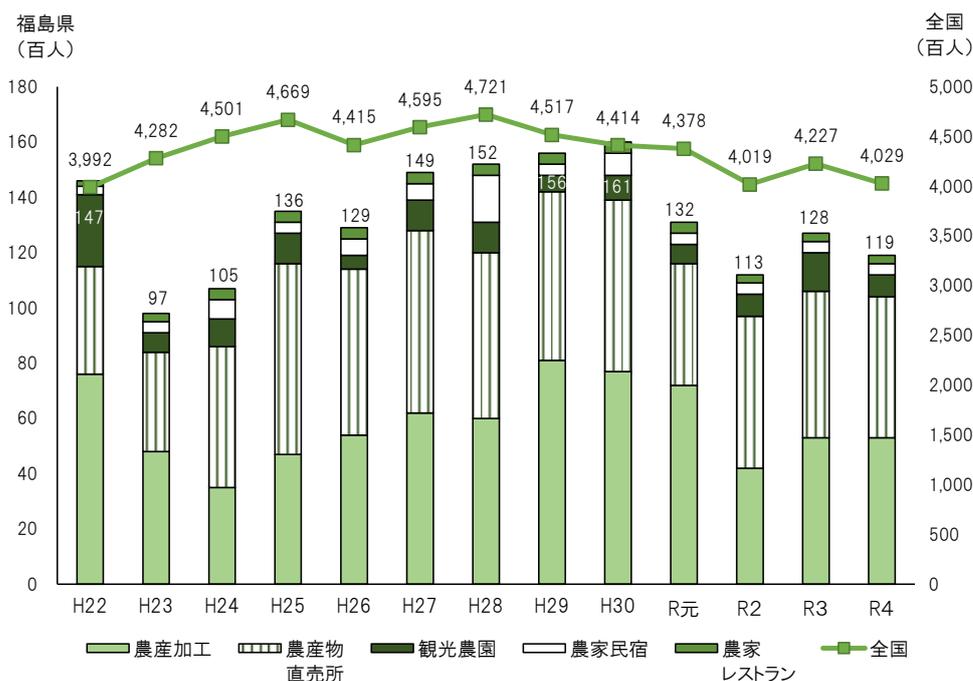
震災前の金額を上回ったものの、その後一定幅の中で増減を繰り返しています。令和2年度以降は減少傾向にあり、全国の動きとは異なる推移となっています。



(出典：農林水産省『6次産業化総合調査』)

(2) 農業生産関連事業の従事者数

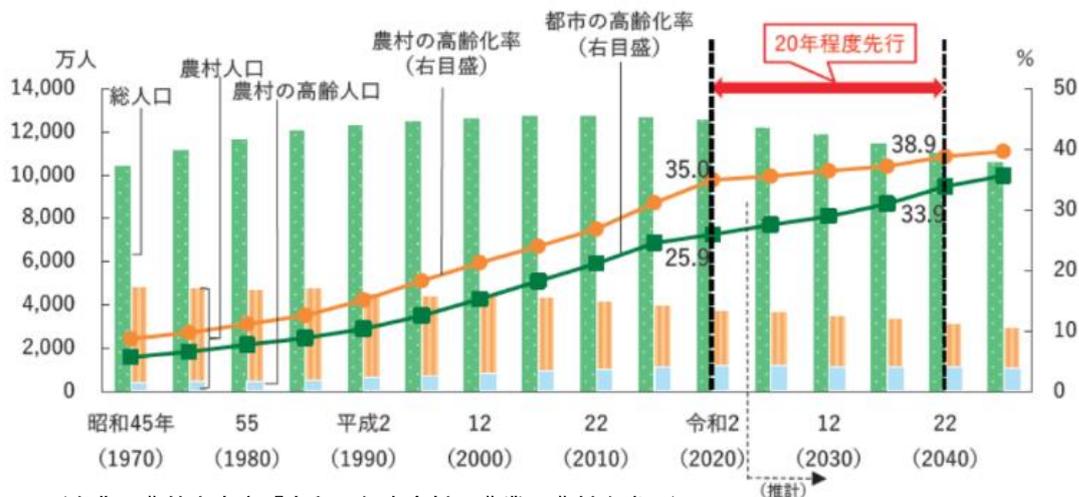
農業生産関連事業の従事者数については、震災前の水準に回復したものの、令和元年度以降は減少に転じ、伸び悩みが見られます。



(出典：農林水産省『6次産業化総合調査』)

(3) 農村・都市部の人口と高齢化率（全国）

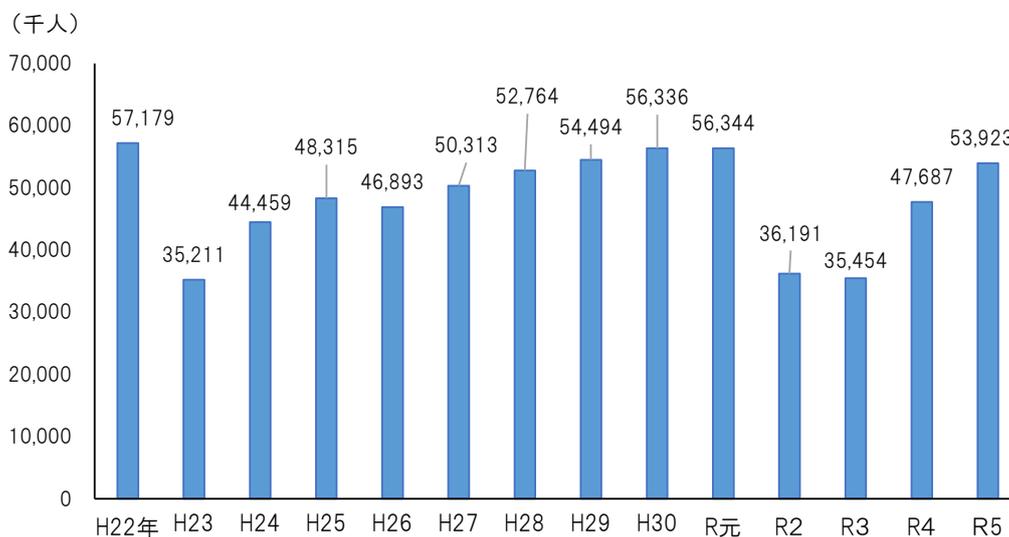
農村の高齢化・人口減少が都市に先駆けて進行しており、農村における高齢化・人口減少は進行する見込みです。



(出典：農林水産省『令和3年度食料・農業・農村白書』)

(4) 福島県観光客入込状況推移

6次化商品の主要な販売先である令和5年度の観光客数については、震災前の平成22年対比では、94.3%の水準ですが、新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んだ観光需要は回復してきています。

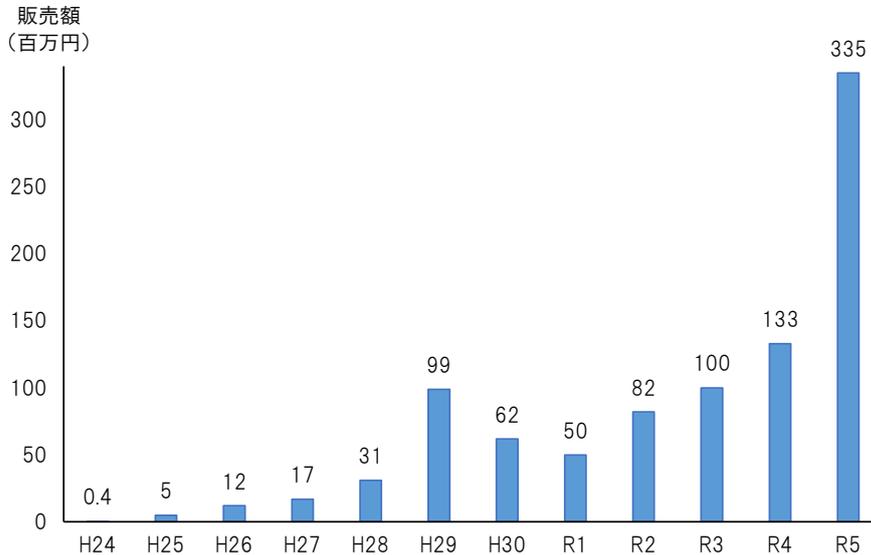


(出典：観光交流課『福島県観光客入込状況』)

(5) 福島県産品(加工品)の輸出実績

輸出金額は約 335 百万円となり、過去最高となっています。主な輸出先はアメリカで、次いで台湾、ドイツの順となっています。

主な輸出品目は「乾麺」などの麺類や「味噌」などの調味料、水産加工品となっています。

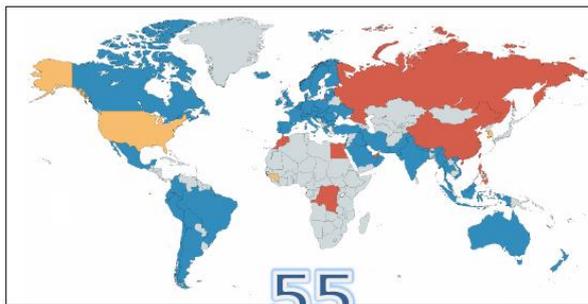


(出典：県産品振興戦略課調べ)

(6) 福島県産食品の輸入規制の状況

輸入規制を実施している国と地域は、震災後の 55 から 6 の国と地域までに減少しています。(2024 年 9 月 25 日現在)

輸入規制を行っている国・地域の数



(2024年9月25日現在)

■	福島県産食品の広い品目で輸入停止している国・地域 (12→3)	中国、香港、マカオ
■	福島県産食品の一部を輸入停止している国・地域 (4→2)	韓国、ロシア
■	検査証明書の添付等により食品の輸入を認めている国・地域 (39→1)	台湾

(7) 食の安全に関する状況

食品表示基準等の改正を踏まえた食品表示の見直しや、食中毒等のリスクに対する HACCP（ハサップ）に沿った衛生管理の制度化など、事業者による食品の安全を確保する対応が求められています。

(8) 国の動き

「食料・農業・農村基本法」の改正により、食料の安定供給や環境と調和のとれた食料システムの確立、生産性の向上・付加価値の向上による農業の持続的な発展が図られることとなり、「経済財政運営と改革の基本方針 2024」においても、食料安全保障の強化に向けた農林水産業・食品産業の生産基盤の強化が盛り込まれています。

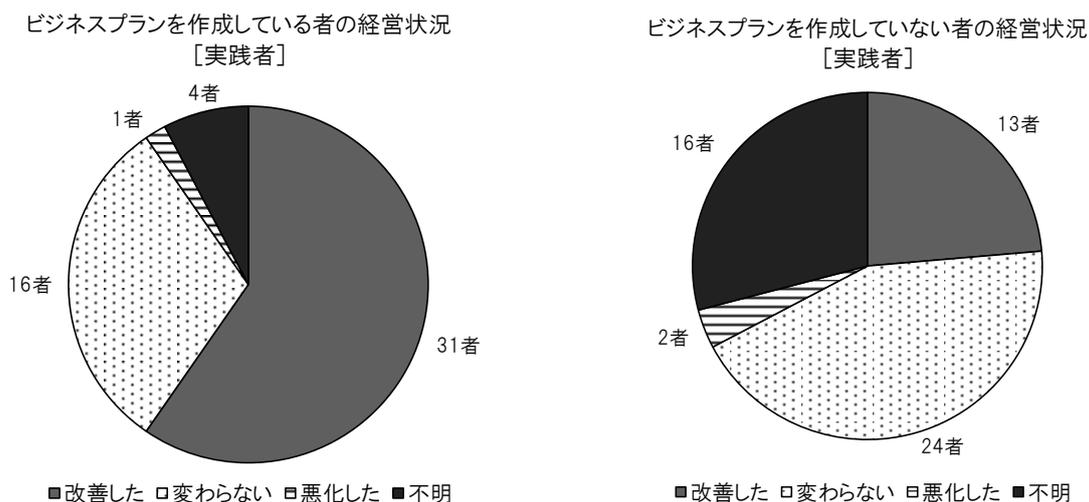
3 ふくしま地域産業6次化の課題

第3期戦略までの成果や、地域産業6次化をめぐる情勢を踏まえるとともに、6次化実践者や支援者、販売事業者等へのアンケートを行った結果、地域産業6次化を更に進める上で、次のような課題が明らかになりました。

ひとに関すること

(1) 6次化の取組発展に関すること

- 人手不足や物価高騰などによる事業継続が困難な実践者がいる中、ICTの活用による省力化や、将来を見据えたビジネスプランⁱの策定など、包括的な支援の強化が求められています。
- 6次化導入による経営状況の変化に関して、ビジネスプランを作成している者は、6割が改善したと回答しているのに対し、作成していない者は、2割にとどまっており、計画性のある事業展開が、実践者の経営状況の改善により資するものと考えられます。また、6次化支援者ⁱⁱからは、事業化における戦略的な視点が不足しているとの意見が多数挙がっています。



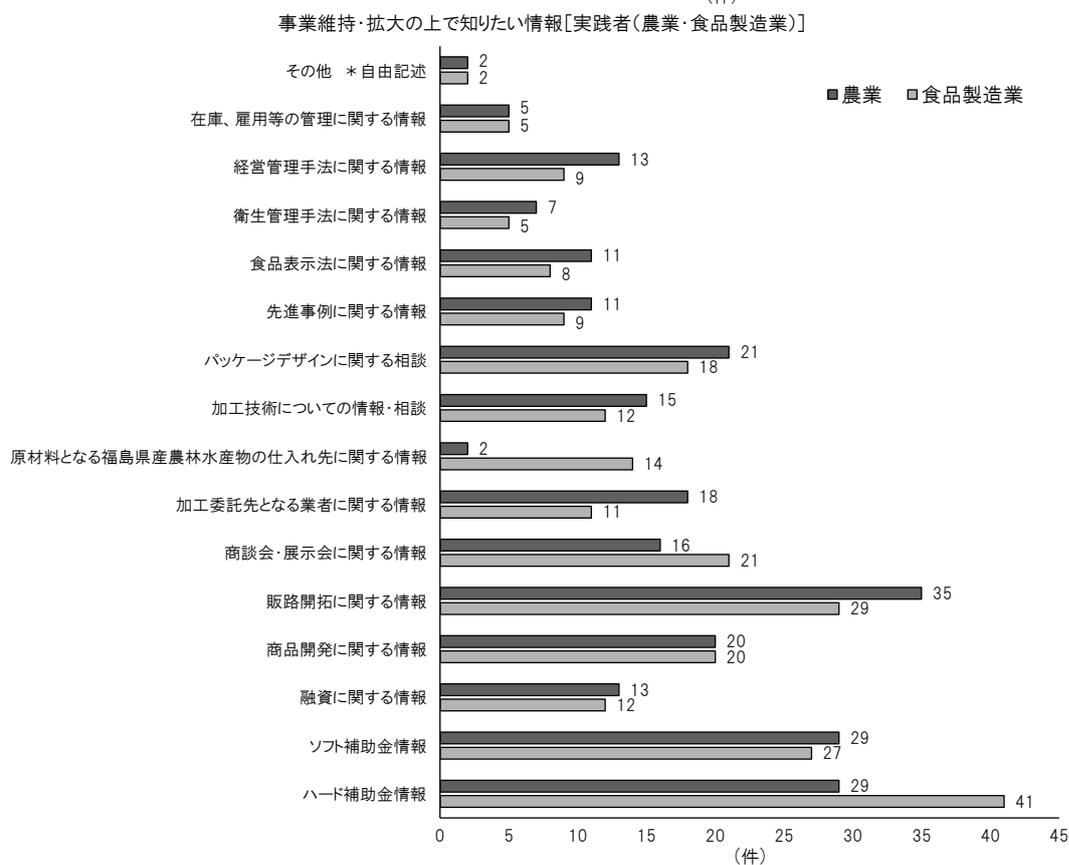
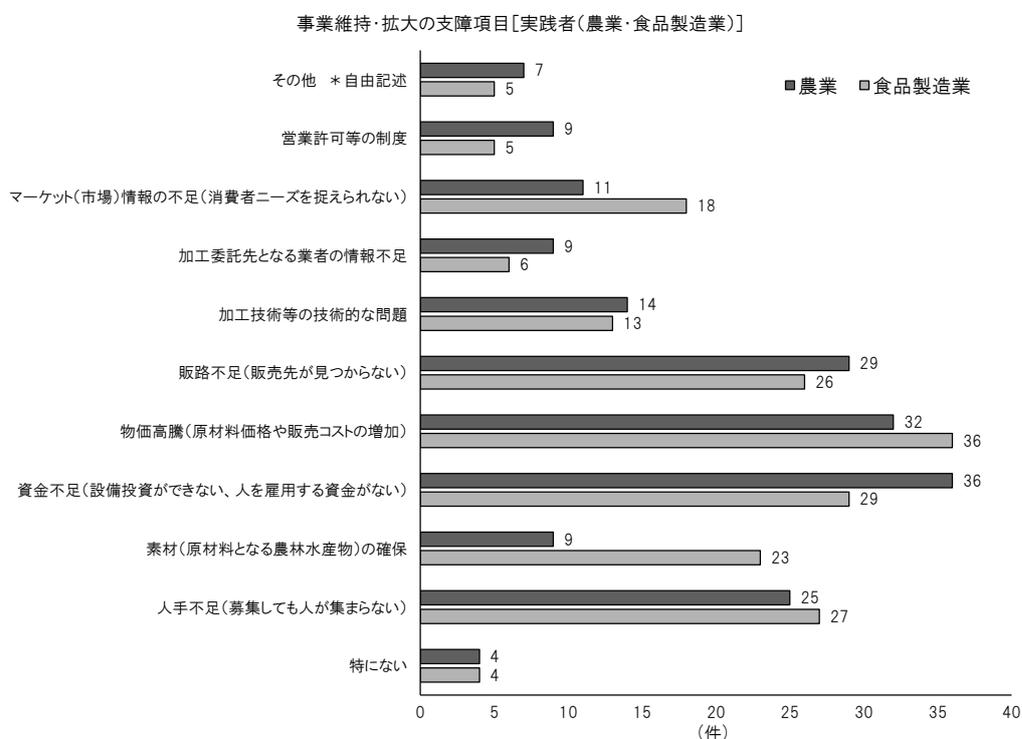
⇒戦略的な視点での経営方針や事業計画の策定に対して支援が必要。

ⁱ ビジネスプラン：事業概要や商品内容、市場分析、戦略、資金計画など、事業の目標を実現するための具体的な計画。

ⁱⁱ 6次化支援者：6次化実践者の経営管理や商品開発、マーケティング分析、ブランディング、販路拡大等を支援する専門家。

(2) 事業発展のための支援に関すること

- 実践者の事業維持・拡大に支障となる項目として、物価高騰、資金不足、販路不足、人手不足が多数挙げられました。また、事業の維持・拡大で知りたい情報として、ハード・ソフト補助金の情報が求められています。



⇒事業維持・拡大時に求められる資金調達や補助制度等に関する情報の発信が必要。

(3) 実践者の広がりに関すること

- 農業生産関連事業の従事者数が減少傾向にあることから、継続して担い手の確保・育成が必要です。
- 社会全体として少子高齢化が進む中、人材・人手不足や後継者不足の状況もあり、地域産業6次化に取り組む実践者の確保が必要です。
- 地域産業6次化を促進するにあたり、多様な事業者との連携について熱意をもって実践するキーパーソンが求められています。

⇒6次化に取り組む実践者を今後も確保・育成していくことが必要。

(4) 地域産業6次化の取組の初期からの支援に関すること

- 地域ごとにイノベーターⁱ派遣の活用の差が見られるなど、地域や実践者で求める支援が異なることから、実情に合わせたきめ細かな支援の継続が必要です。
- 特に食品産業者と比較した際に農林漁業者においては、経営管理の方法に関して情報を求めている傾向にあるとともに、6次化支援者からは農林漁業者の経営管理不足について課題が挙げられていることから、経営全体を俯瞰する視点の養成が求められています。
- 6次化支援者に寄せられる相談事項は多岐にわたるとともに、実践者の業種や経営規模、6次化実践経験により求められる支援も異なることから、実践者の実情に合わせた支援が求められています。

⇒6次化の初期段階から取組への支援が必要。

(5) 食の安全性確保に関すること

- HACCPの義務化や、食品表示基準等の改正、賞味期限の改ざん問題などを受け、食の安全性の確保と適正な表示が強く求められていることから、引き続き法令遵守や、安全に関する普及啓発が必要です。
- 販売店舗における販売商品の決定には、安全が重視されています。

⇒食の安全性を確保する普及啓発は今後も必要。

ⁱ イノベーター：6次実践者が抱える課題等に対し、助言、指導を行う専門家であり、事業計画や販売戦略の構築、パッケージデザイン、オンライン販売等を支援する。

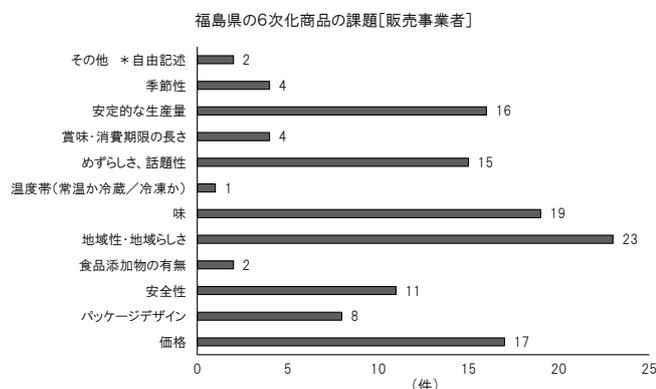
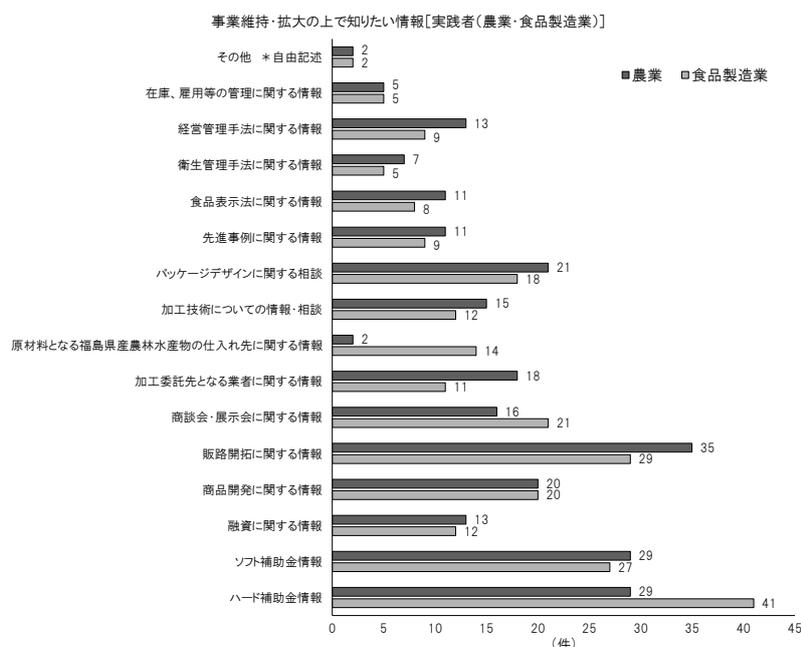
ものに関すること

(6) 6次化商品の開発に関すること

- 全国的に農業生産関連事業の販売金額が上昇している中、本県は下降傾向にあることから、商品の付加価値を高め、販路拡大につなげるため、マーケットインの視点での商品（サービス）開発や、観光業等他業種と連携した取組を引き続き支援するとともに、展示会等を活用した積極的な販路開拓、PRの推進が必要です。
- 6次化支援者に多く寄せられる相談内容の一つが商品開発についてであり、さらに、プロダクトアウトの視点での商品開発の問題点や、商品開発段階でのマーケティング調査やブランディング、コンセプト設計、出口戦略の検討不足が課題として多く挙げられています。

販売店舗からは、地域の特徴やストーリー性のある商品が求められる一方、本県6次化商品の課題として、価格設計やマーケティングの検討不足、コンセプトのわかりにくさが課題として挙げられています。

実践者のうち特に食品産業者からは、マーケット情報の不足が課題項目として挙げられています。

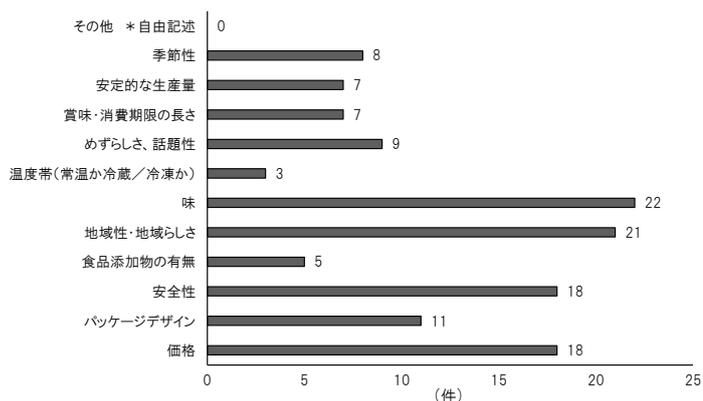


⇒マーケットインの視点による商品開発と、自身の強みを活かした戦略的なブランディングへの支援が必要。

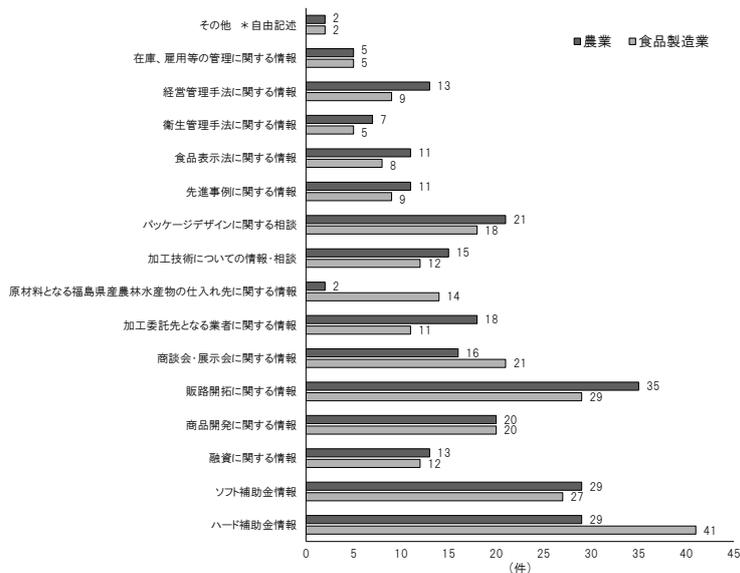
(7) 6次化商品の生産・製造に関すること

- 県外での加工に頼らざるを得ない場合もあることから、加工事業者とのマッチング強化等による県内での生産体制の強化が必要です。
- 販売店舗からは本県6次化商品の課題として、不安定な生産量が挙げられています。
- 実践者からは事業の維持・拡大で知りたい情報として、ハード・ソフト補助金に加え、農業者は特に加工委託先となる業者の情報を、食品製造業者は原材料の仕入れ先の情報を挙げており、さらに連携事業者の情報不足が課題項目となっています。

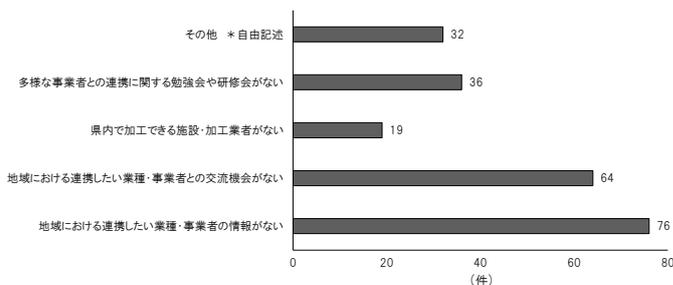
販売商品の重視するポイント[販売事業者]



事業維持・拡大の上で知りたい情報[実践者(農業・食品製造業)]



事業者との連携における課題[実践者]

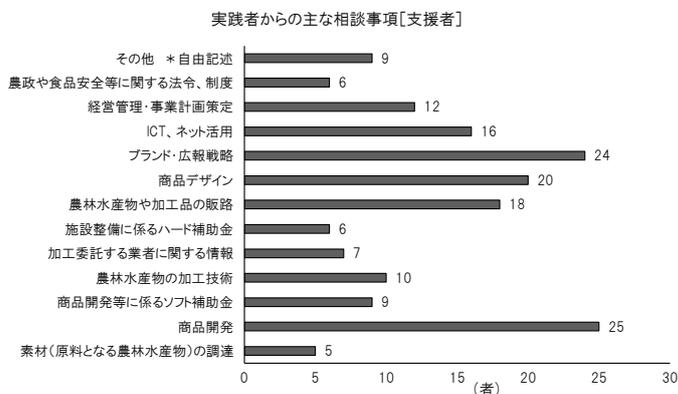
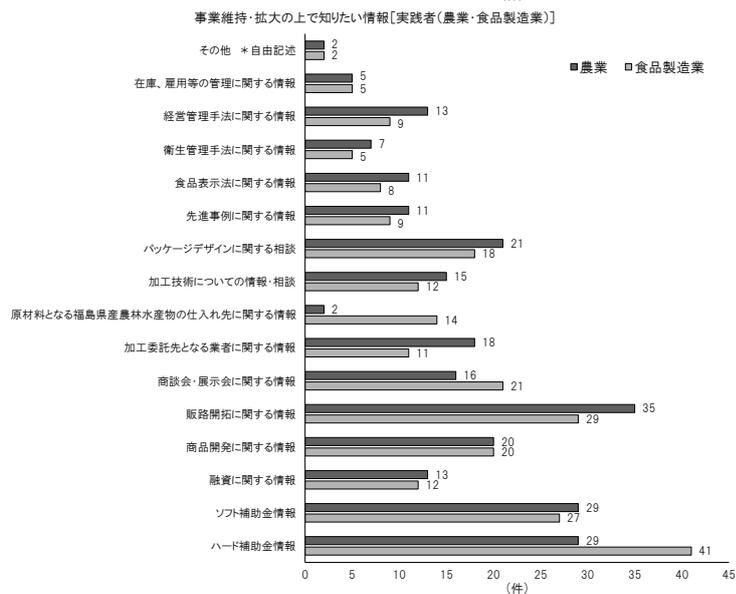
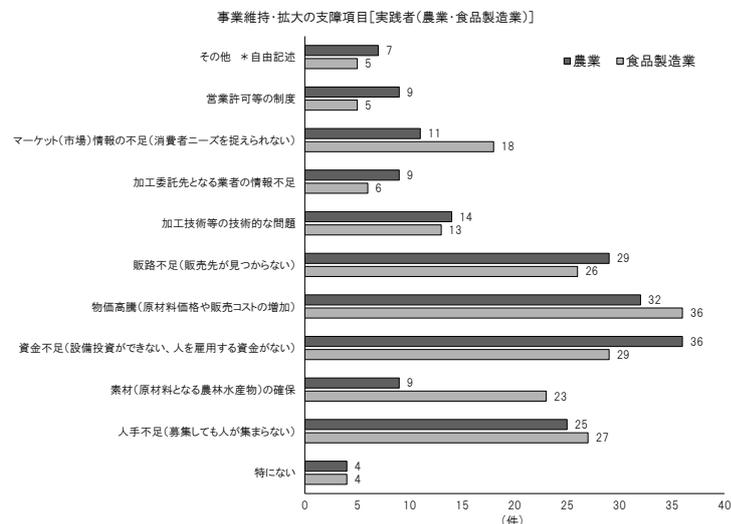


⇒安定的な生産・製造に向けた事業者間のマッチング強化や、施設整備補助等による生産体制の強化が必要。

(8) 6次化商品の販売に関すること

- 実践者において、事業の維持・拡大の支障となる項目として、販路不足が上位となっており、さらに、知りたい情報についても販路開拓に関することが上位となっています。

一方、6次化支援者からは、販売戦略が考えられていない、マーケティングの知識が不足しているとの意見が挙げられています。



⇒販路の開拓や、販売拡大に向けた支援が必要。

地域での連携に関すること

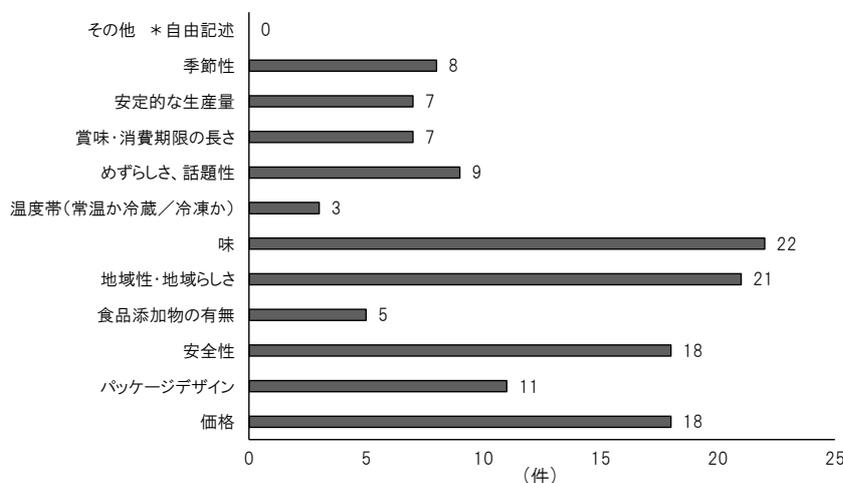
(9) 地域の特色や多様な関係者によるものづくりに関すること

○ 実践者や6次化支援者からは、単独で6次産業化を実践することの難しさ、他分野の視点を組み入れた商品開発や他事業者と連携した取組の有用性について意見が挙がっています。

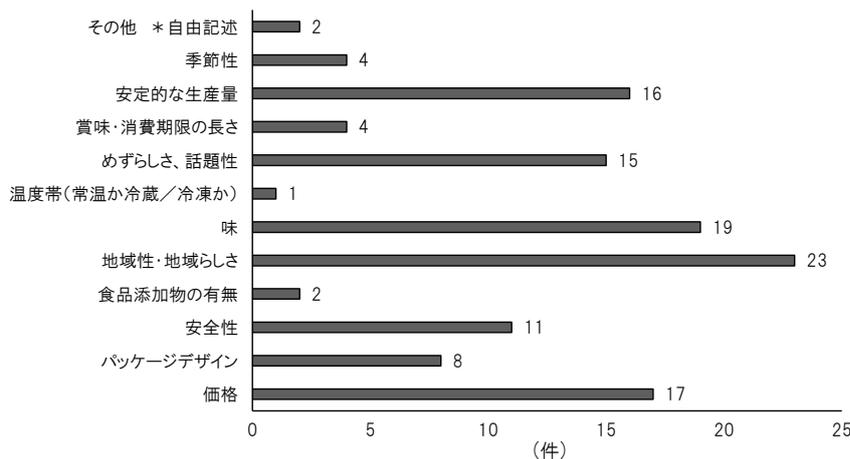
一方で、農福連携や、飲食店・菓子店との商品開発等、他事業者と連携した地域産業6次化を行っている実践者は約4割にとどまっており、取組の広がりが求められています。

○ 販売店舗からは、販売商品決定において重視するポイントとして、地域性・地域らしさを上位に挙げており、また、本県の課題としても挙げています。

販売商品の重視するポイント[販売事業者]



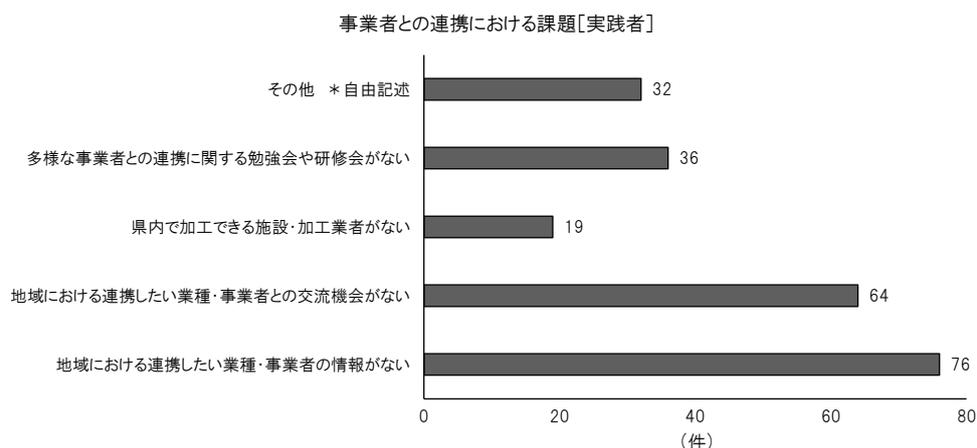
福島県の6次化商品の課題[販売事業者]



⇒地域の特色や素材を生かした商品開発、多様な分野・産業の事業者が連携した取組への支援が必要。

(10) 地域の多様な主体によるネットワーク活動に関すること

- 6次化ネットワーク会員数に伸び悩みの傾向が見られます。
- 農林水産業を核とした地域の多様な事業者が連携した取組を継続して推進し、地域経済の活性化と地域ネットワークの更なる拡大が求められています。
- アンケート結果から、連携における課題として、地域における連携したい業種・事業者の情報や交流機会が不足しているとの回答が多く見られます。また、様々な事業者が交流し、多様な取組の基盤となるネットワークについて求められています。



⇒多様な主体の交流や消費者へのPR強化など、地域産業6次化を盛り上げるネットワークの活性化が必要。

第3章 推進のための戦略

本県を取り巻く社会情勢や、6次化実践者等へのアンケート結果から明らかになった課題等を踏まえ、地域産業6次化推進のための本戦略の方向性や実現するための推進方策を以下のとおりとし、目指す姿を実現するために関係する機関・団体が一体となって施策を展開します。

I 目指す姿

地域産業6次化をより一層推進し、農林漁業者の安定的な所得と雇用機会の確保、農山漁村の活性化を目指します。

なお、6次化実践者については、次の姿を目指します。

- 6次化に係る実践的なスキルを身につけ、企業的な経営感覚を持ちながら明確なビジョンに基づいて事業を展開しています。
- マーケットインの視点を取り入れるとともに、自身の強みを活かしたブランディングにより、売れる商品を開発・販売しています。
- 農林水産物を始めとする地域資源を生かし、地域の多様な関係者と連携しながら、ストーリー性のある商品を創出し、地域産業6次化を起点として地域全体が活性化するような取組を実践しています。

II 本戦略の方向性

地域産業6次化の核となる「ひとつづくり」、具体的な売上につながる「商品（もの）づくり」とともに、既存の地方ネットワークのみならず、多様な関係者が関わる地域産業6次化を起点とした取組が地域全体の活性化に資するよう「地域づくり」の3つを柱とした戦略とします。

また、地域産業6次化をより一層推進するため、本戦略では新たに次のことに取り組みます。

- 既に6次化に取り組む実践者に対して、経営管理のスキルアップや、事業計画策定を支援し、戦略的な事業展開を促進します。
- 新たに6次化に取り組む農林漁業者に対して、企業的な経営感覚を養成し、取組初期からの計画的な地域産業6次化の実践を支援します。
- 多様な事業者が交流する場を創出し、地域の特色や素材の強みを活かした商品開発や、他分野・他産業の事業者が連携した付加価値向上の取組を促進します。
- 6次化実践者の自身の強みを活かした戦略的なブランディングと、事業計画に基づく商品開発の支援を強化します。
- 生産体制を強化するため、1次産業・2次産業のニーズとシーズのマッチングを支援します。

Ⅲ 実現するための推進方策

目指す姿を実現するため、「ひとづくり」、「商品（もの）づくり」、「地域づくり」の3つを柱とし、4つの推進方策に取り組みます。

ひとづくり

1 6次化実践者の定着・成長の推進

(1) 戦略的な事業展開の促進

① 経営管理のスキルアップ支援

6次化実践者の中長期的な経営の安定化に向けて、研修会や専門家派遣等を通じ、6次化事業部門を含めた事業全体の経営管理等のスキルアップを支援します。

② 目標の達成に向けた方針や計画策定の支援

ビジネスプラン作成に係る研修や、経営発展プランの作成支援、円滑な経営継承計画の作成支援などにより、明確な経営ビジョンに基づく戦略的な目標設定や、目標達成に向けた具体的な事業計画の作成を支援します。

(2) 事業発展のための支援

① 事業発展に関する情報発信

事業発展に資するハード・ソフトに係る各種支援情報や融資情報等について、6次産業化支援機関と連携し、効果的な情報発信を実施します。

② 6次産業化支援機関による支援

6次化実践者の商品企画や販路拡大、販売戦略等に対し、「ふくしま地域産業6次化サポートセンター」においてワンストップで相談対応するとともに、「県産品加工支援センター」では、商品開発の基盤となる加工・流通技術の研究を進め、食品加工に関する技術相談対応を行います。

また、INPIT 福島県知財総合支援窓口と連携し、商標権取得等の知的財産の保護・活用を支援します。

③ 地域の核となるキーパーソンの養成

6次化実践者を対象にした研修会や交流会などを通じて、地域でコーディネートできるキーパーソンの発掘・養成を図ります。

2 新たな6次化実践者の確保・育成の推進

(1) 新たな6次化実践者の確保

① 6次化の起業に向けた基礎的な知識・技術等の習得支援

これから地域産業6次化に取り組もうとする農林漁業者や事業者に対して、起業に向けた基礎的な知識（マーケティングの手法やマーケットインの視点による商品開発など）等の習得を支援し、新たな6次化実践者の確保を図ります。

(2) 取組初期からの支援

① 6次化における取組課題に対する専門家による支援

新たな6次化実践者に対して、取組初期の段階から、個々の具体的な課題に則した専門家を派遣し、事業のステップアップを支援します。

② 農林漁業者の企業的な経営感覚の養成

農林漁業者に対して、研修会や専門家派遣を通じ、経営ビジョンや課題分析に基づく戦略的思考などへの理解を促進し、6次化事業部門を含めた事業全体における企業的な経営感覚の養成を図ります。

(3) 食の安全性の確保のための支援

① 適正な食品表示の普及啓発

研修やセミナー等を通じた情報提供・普及啓発により、食品表示法等関連法令に基づく適正表示の徹底を促進します。

② 衛生管理手法の導入促進

研修やセミナー等を通じた情報提供・普及啓発により、HACCP等の導入を促進します。

商品（もの）づくり

3 「もうかる」「誇れる」商品開発の推進

(1) マーケットインの視点と戦略的なブランディングによる商品開発支援

① マーケットインの視点に基づく商品開発の促進

研修会や講演会、専門家派遣を通じて、マーケットリサーチ（市場調査）の導入や商品開発段階からのコンセプトづくりについて定着を図り、マーケットインの視点により、消費者に選ばれ、「もうかる」6次化商品開発・改良を促進します。

② 強みを生かしたブランディングの促進

商品開発に関するセミナーや専門家派遣等を通じて、自身の強みの分析を踏まえた戦略的なブランディングを推進し、「誇れる」6次化商品開発を促進します。

(2) 商品の安定的な生産・製造のための支援

① 持続的な商品開発等への支援

新たな商品開発等のためのパッケージデザインや自ら製造するための機械整備等を支援するとともに、サプライチェーンの合理化や包装の簡素化など環境負荷低減に配慮した商品開発を促進します。

② 1次産業と2次産業のマッチング

6次化商品の安定的な生産を図るため、商品開発・製造において加工委託先となる事業者を求める1次産業者と原材料を求める2次産業者とのマッチングを促進します。

(3) 販路拡大支援

① 県オリジナル共通ブランドによる取組や、展示会出展・EC等による販売拡大に向けた支援

県オリジナル共通ブランドによる販路拡大支援や、展示会出展へのサポート、EC販売に関する専門家派遣等により、新たな取引の拡大を支援します。

② 商業圏に向けた6次化商品のPR強化

首都圏等での展示会や商談会、催事、アンテナショップ等を活用し、商業圏に向けた本県の6次化商品を効果的にPRします。

③ 海外販路開拓の支援

国内外のイベント等を通じて、県産農林水産物の安全性への理解促進を図るなど、輸入規制解除に向けた取組を実施するとともに、ジェットロ福島などの関係団体と連携し、海外向け商品の企画開発や海外販路開拓に向けた展示会出展、6次化商品の海外への輸出等を支援します。

地域づくり

4 地域全体で盛り上げる地域産業6次化の推進

(1) 地域産業6次化を起点とした地域の活性化

① 福島ならではの地域資源を活用した新しい商品開発の促進

本県の多様な農林水産物や伝統料理、文化等を活用した地域産業6次化を推進するため、地域の特色ある農林水産物を含む地域資源の掘り起こしとその活用を図りながら地域活性化につながる新しい商品を創出する取組を促進します。

② 地域の多様な関係者が連携した取組の促進

1次産業から3次産業の多様な関係者が参画するプラットフォームにそれぞれの持つ知識や技術など経営資源を集結し、関係者間の協働を図ることで、関係者が一体となって行う新たな付加価値向上の取組を促進します。

(2) 6次化ネットワークの活性化

① 多様な事業者が集う交流の場の創出

農林漁業者や食品事業者、機械メーカー等の多種多様な事業者が参加する交流の場を創出することで、事業者間のネットワークの構築や、仲間づくりを促進します。

② 6次化ネットワークの活動強化

県内6地方に設置する6次化ネットワークの事業者が参加する交流会や研修会を開催し、地域内での交流促進と、実践的なネットワーク活動への機能強化を図ります。

③ 消費者への地域産業6次化のPR

地域全体で地域産業6次化を盛り上げるため、SNS等のインターネットや、地域で催されるイベント等を活用し、地元消費者や観光客等への地域産業6次化のPRを推進します。

IV 成果目標

項目	現状	目標 (R12)	摘要
農産物の加工や直売等の年間販売金額	442 億円 (R 4)	570 億円以上	農林水産省『6次産業化総合調査』
自然と伝統が残る農山漁村地域を大切にしたいと思う県民の割合	84.1% (R 5)	95%以上	県政世論調査における意識調査項目

V 推進方策の効果検証及び見直し

本戦略に基づき取り組んだ事項については、次年度に前年度分を総括するとともに、必要に応じて推進方策の見直しを図ることとします。

第4章 推進組織体制

第1期戦略（平成22年度～）から第2期戦略（平成27年度～）にかけて、地域産業6次化関連事業の推進を図り、県内各支援団体や実践者にその概念や取組が浸透したことに加え、第3期戦略（令和2年度～）では、農林漁業者を始めとした多様な6次化実践者によるネットワークが広がり、特色のある6次化商品が生み出されています。

そこで、第4期戦略（令和7年度～）以降は、地域産業6次化を更に実践的に進めていくため、行政や試験研究機関、関係機関・団体が一体となった機動的な以下の推進体制により地域産業6次化を推進します。

1 ふくしま地域産業6次化推進連絡会議

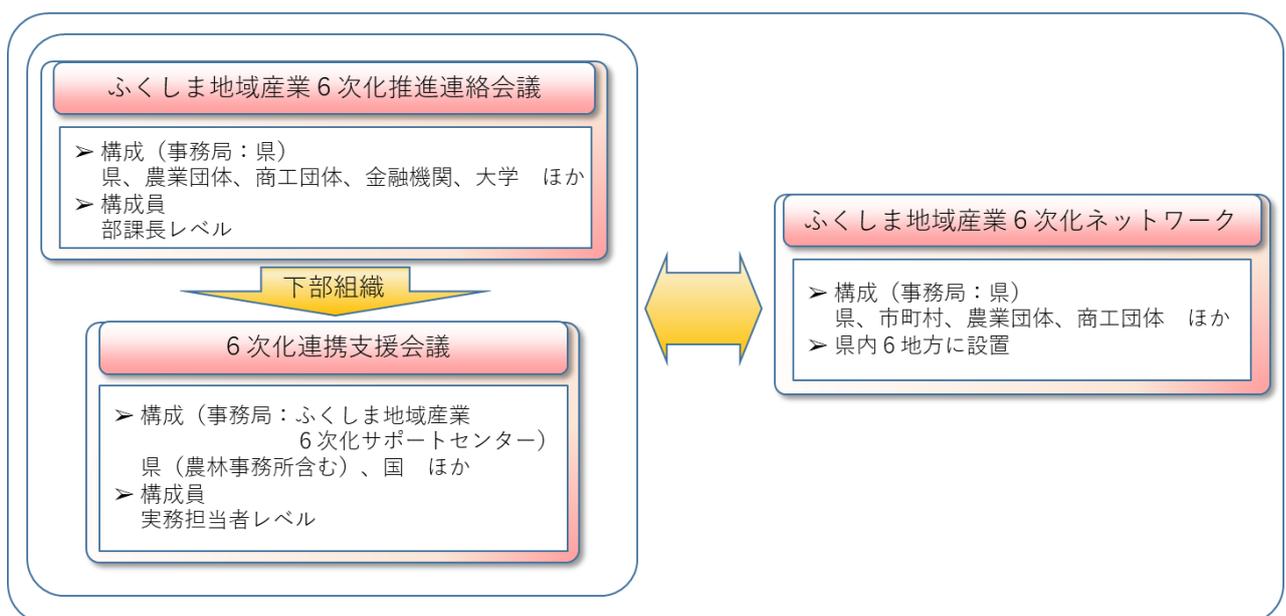
関係機関・団体で組織する連絡会議を設置し、成功事例や地域の実情等の情報共有を行うとともに、事業推進上の課題解決に向けた意見交換を行います。

2 6次化連携支援会議

「ふくしま地域産業6次化推進連絡会議」の下部組織として位置づけ、実務担当者等で構成する会議を設置し、地域産業6次化の推進に向けた実務レベルの検討を行います。

3 ふくしま地域産業6次化ネットワーク

地域の産業横断的な連携体制を整備するため、県内6地方に、6次化実践者等によるネットワーク組織を設置し、研修会や情報交換による人的交流の活性化、地域における新商品創出を推進します。



(参考)

6次化実践者アンケートの結果

新たな戦略の策定に当たって、現場の声を反映するため、農林水産業の6次産業化や農商工連携等に取り組んでいる実践者や有識者、販売事業者等へアンケートを行い、様々な意見や傾向が明らかになりました。

(1) アンケート対象者

① 実践者

6次化ネットワーク会員、ふくしま6次化サポートセンター活用事業者、ふくしま満天堂登録事業者、ふくしまLFP参加事業者 等
※その他地域産業6次化戦略構成団体を通じて周知を実施。

② 販売店舗

ふくしま満天堂販売店舗、ふくしま満天堂バイヤー、道の駅、小売店 等

③ 支援者

ふくしま地域産業6次化イノベーター

(2) アンケート実施期間

令和6年7月18日～8月19日

(3) 実施方法

対象者にダイレクトメール等で案内文を送付し、県ホームページ上のアンケートフォームへの回答により実施。

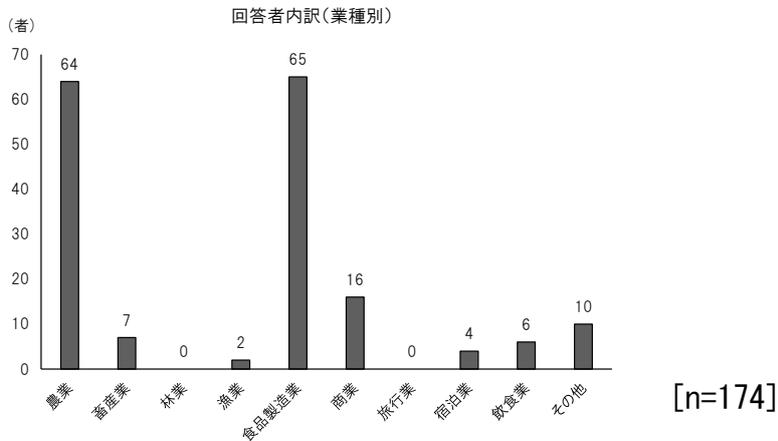
(4) アンケート回答数

- ① 実践者 : 174 件
- ② 販売店舗 : 33 件
- ③ 支援者 : 40 件

実践者等アンケート結果（実践者）

1 アンケート回答者内訳（業種別）

○業種別回答者は、農業と食品製造業が7割を占める。

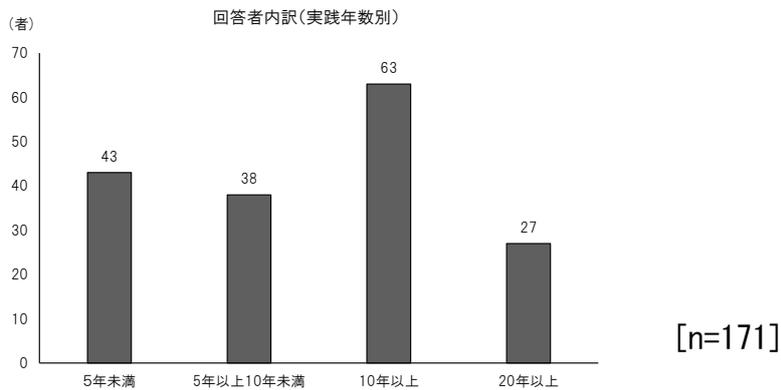


2 実践年数に関する傾向

1) アンケート回答者内訳（実践年数別）

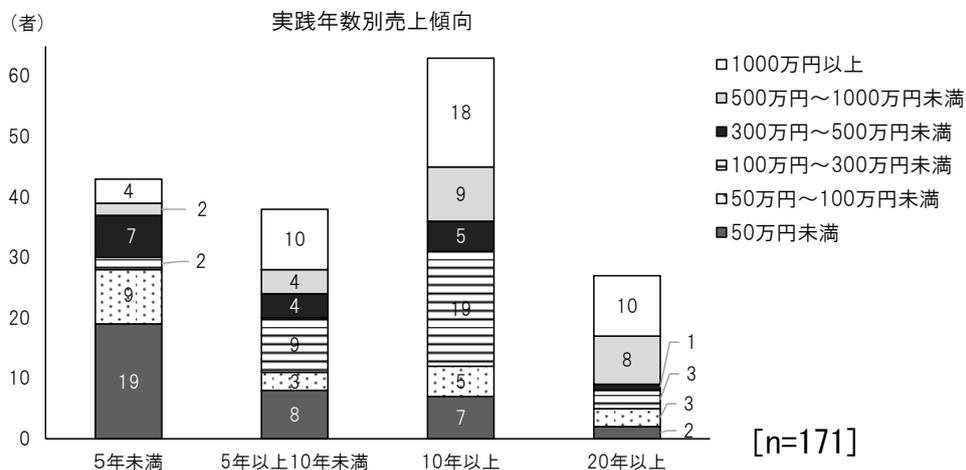
○回答者は、10年以上と10年未満が半々。

○農業と食品製造業の割合もほぼ同じ傾向。（グラフ省略）



2) 実践年数別売上傾向

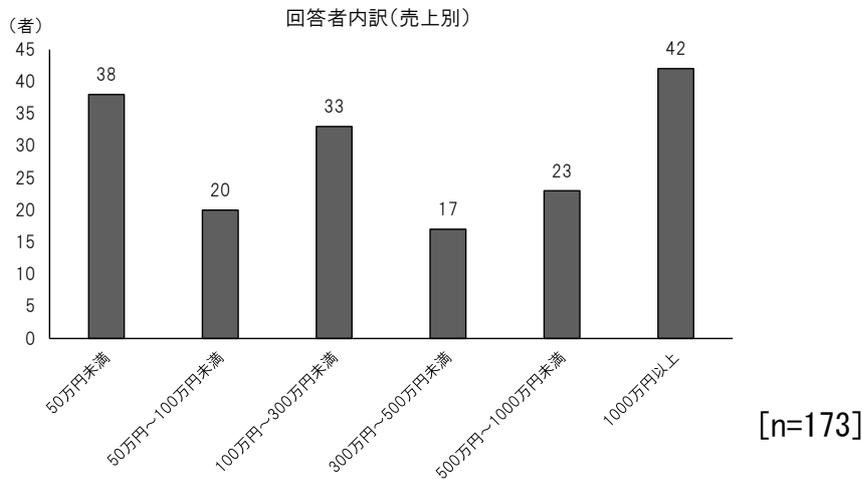
○実践年数が短くなるにつれて、売上も低い傾向がある。



3 直近事業年度の売上に関する傾向

1) アンケート回答者内訳（売上別）

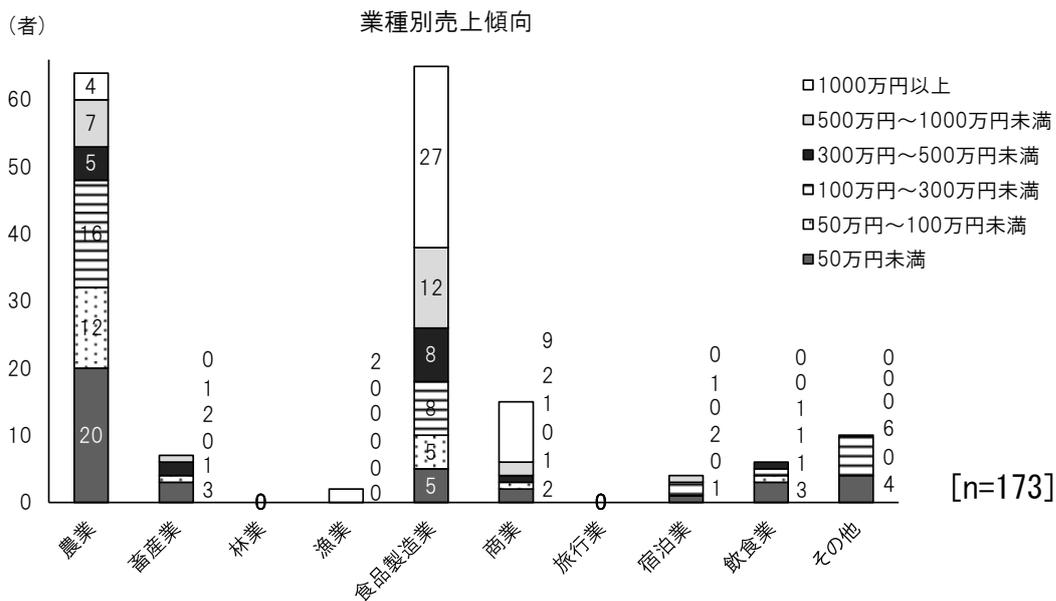
○6次化部門の売上が1,000万円を超える事業者もいれば、50万円未満の事業もいるなど、回答者全体ではほぼ満遍なく分布している。



2) 業種別売上傾向

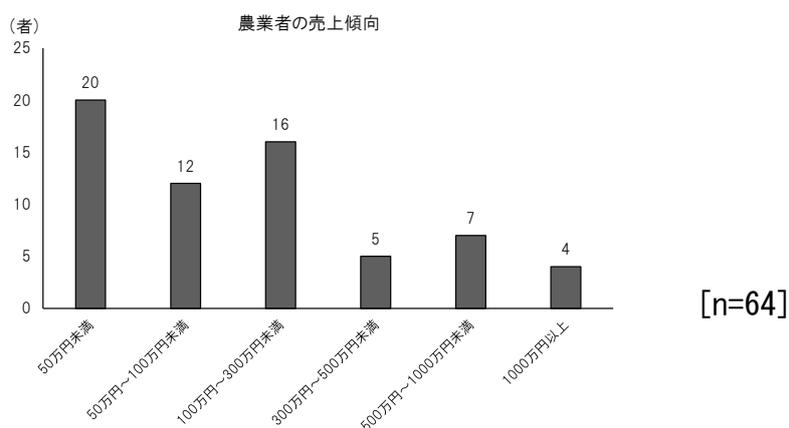
○食品製造業者は、売上が比較的高い事業者が多い。

○農業者は、低い売上の事業者が多い。



3-1) 農業者の売上傾向

○回答の農業者の8割は、6次化部門の売上が300万円未満である。



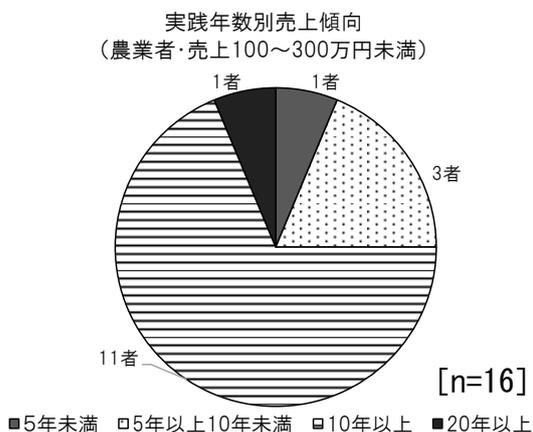
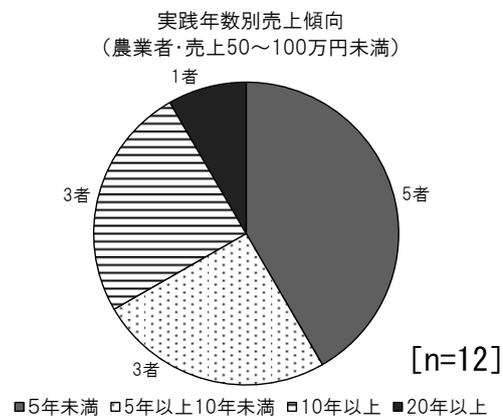
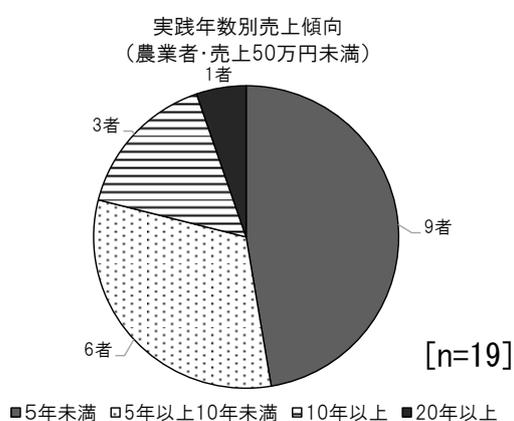
3-2) 実践年数別売上傾向 (農業者・売上300万円未満)

○6次化部門の売上が50万円未満の農業者のうち、8割が6次化経験10年未満が占める。

○6次化部門の売上が50~100万円未満の農業者のうち、7割が6次化経験10年未満が占める。

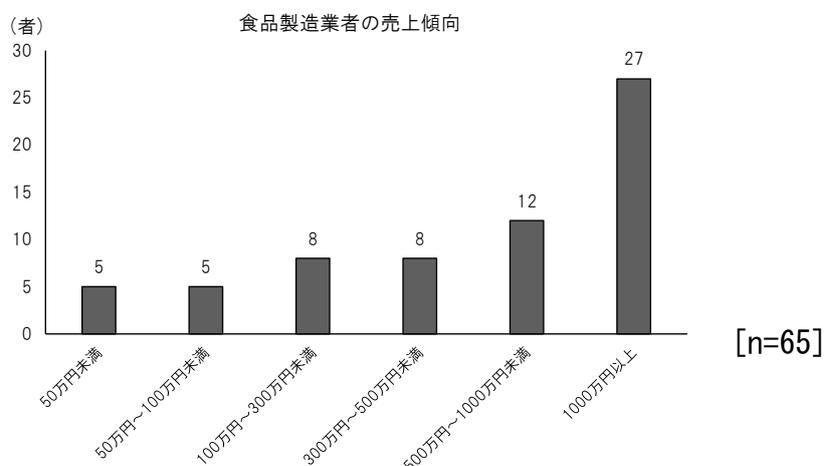
○6次化部門の売上が100~300万円未満の農業者のうち、7割が6次化経験10年以上である。

○6次化経験が短いほど6次化部門の売上が低く、6次化経験が長いほど6次化部門の売上が高い傾向にある。



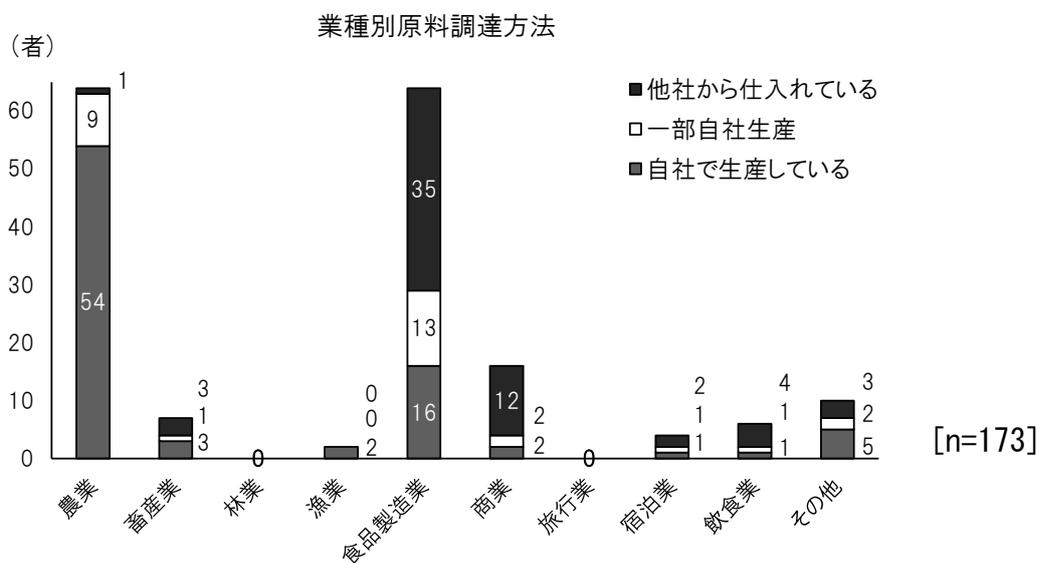
4) 食品製造業者の売上傾向

- 回答の食品製造業者の4割は、6次化部門の売上が1,000万円以上となっている。
- 6次化部門の売上が1,000万円以上の食品製造業者のうち、6割が6次化経験10年以上となっている（グラフ省略）



4 業種別原料調達方法

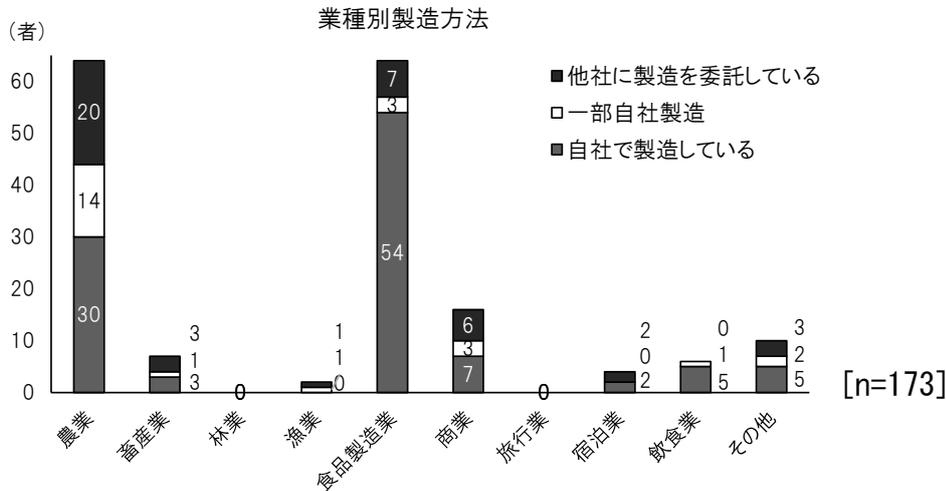
- 回答の農業者は、ほぼ原料を自社生産している。
- 回答の食品製造業者のうち原料を自社生産している割合は少なく、原料を仕入れている割合が高い。



5 6次化商品製造方法

1) 業種別製造方法

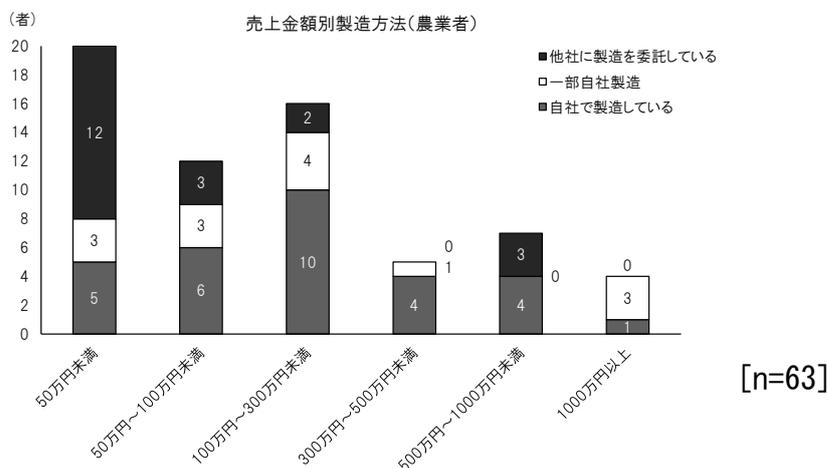
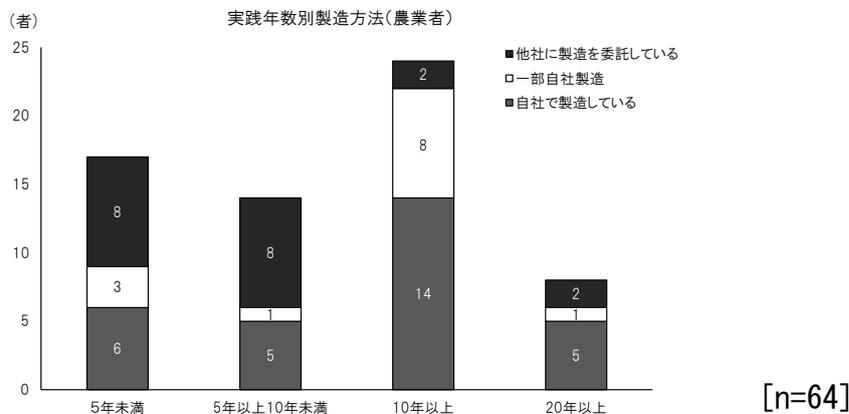
○自社で製造しているのは、農業・食品製造業いずれも割合の多くを占めるが、農業は比較的に製造の一部又は全部を他社に委託している割合が高い。



2) 実践年数別、売上金額別製造方法（農業者）

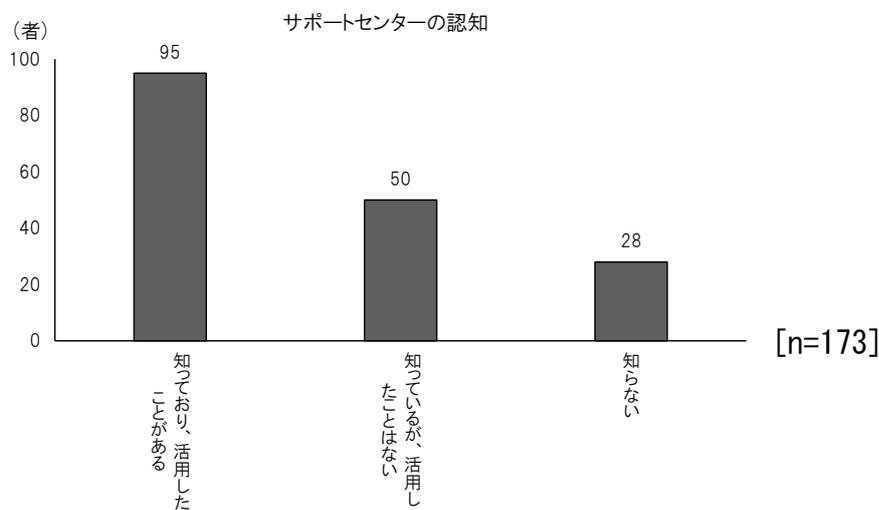
○実践年数別では、10年未満は他社に製造を委託している者の割合が比較的高く、実践年数が増えるにつれ自社製造を行っている者の割合が高い。

○売上別では、50万円未満は他社に製造を委託している者の割合が高く、売上が上がるにつれ、自社又は分業（一部自社製造）の割合が高くなる。



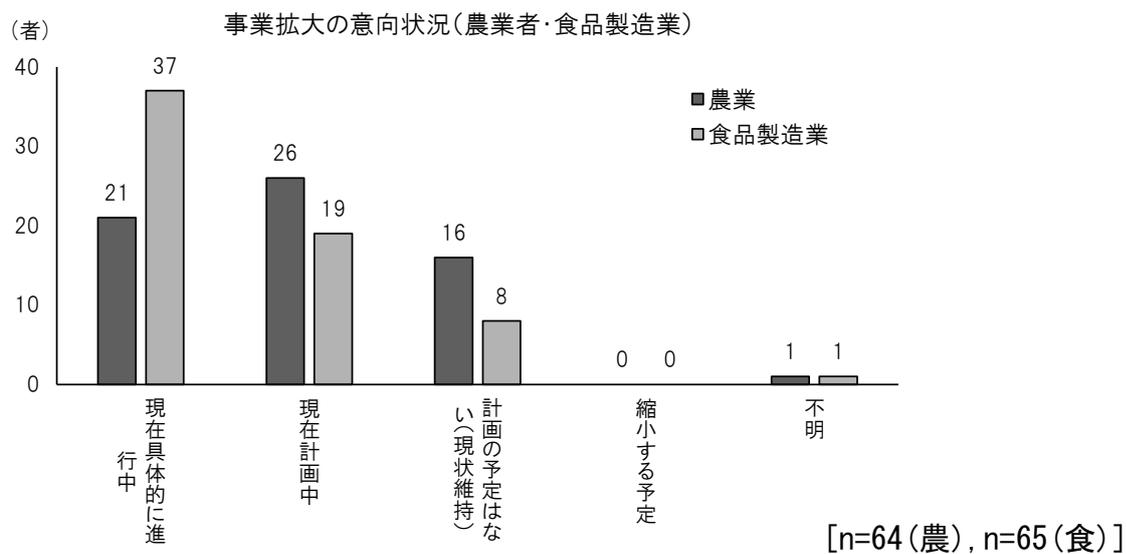
6 ふくしま地域産業6次化サポートセンター（農山漁村発イノベーションサポートセンター）の認知状況

○ふくしま地域産業6次化サポートセンターの認知度は、比較的に高いが、活用したことがない又は知らない方もいるなど、今後も周知に努力が必要。



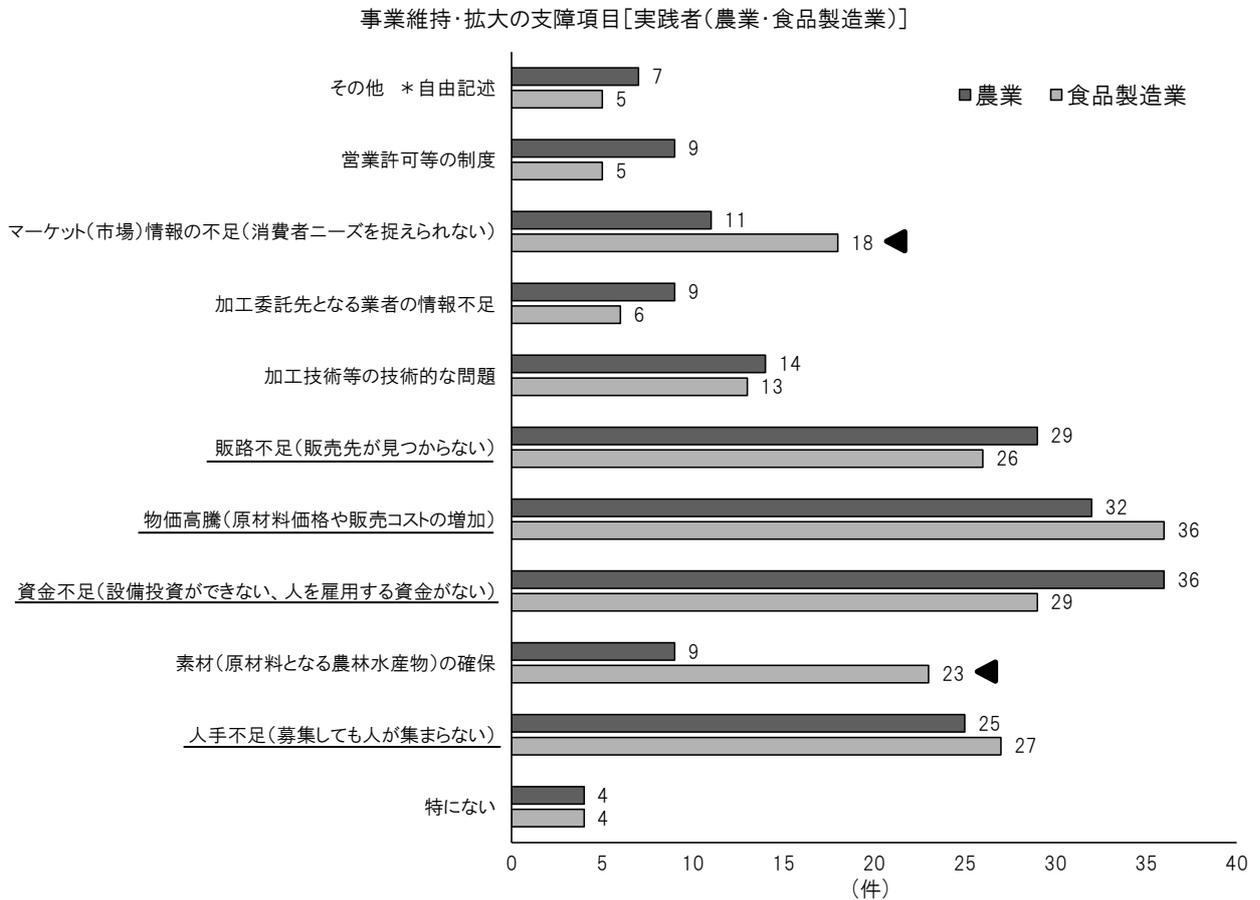
7 事業拡大の意向状況（農業者・食品製造業者）

○回答の農業・食品製造業いずれにおいても事業拡大に積極的である。



8 事業の維持・拡大に支障となっている項目（農業者・食品製造業者）

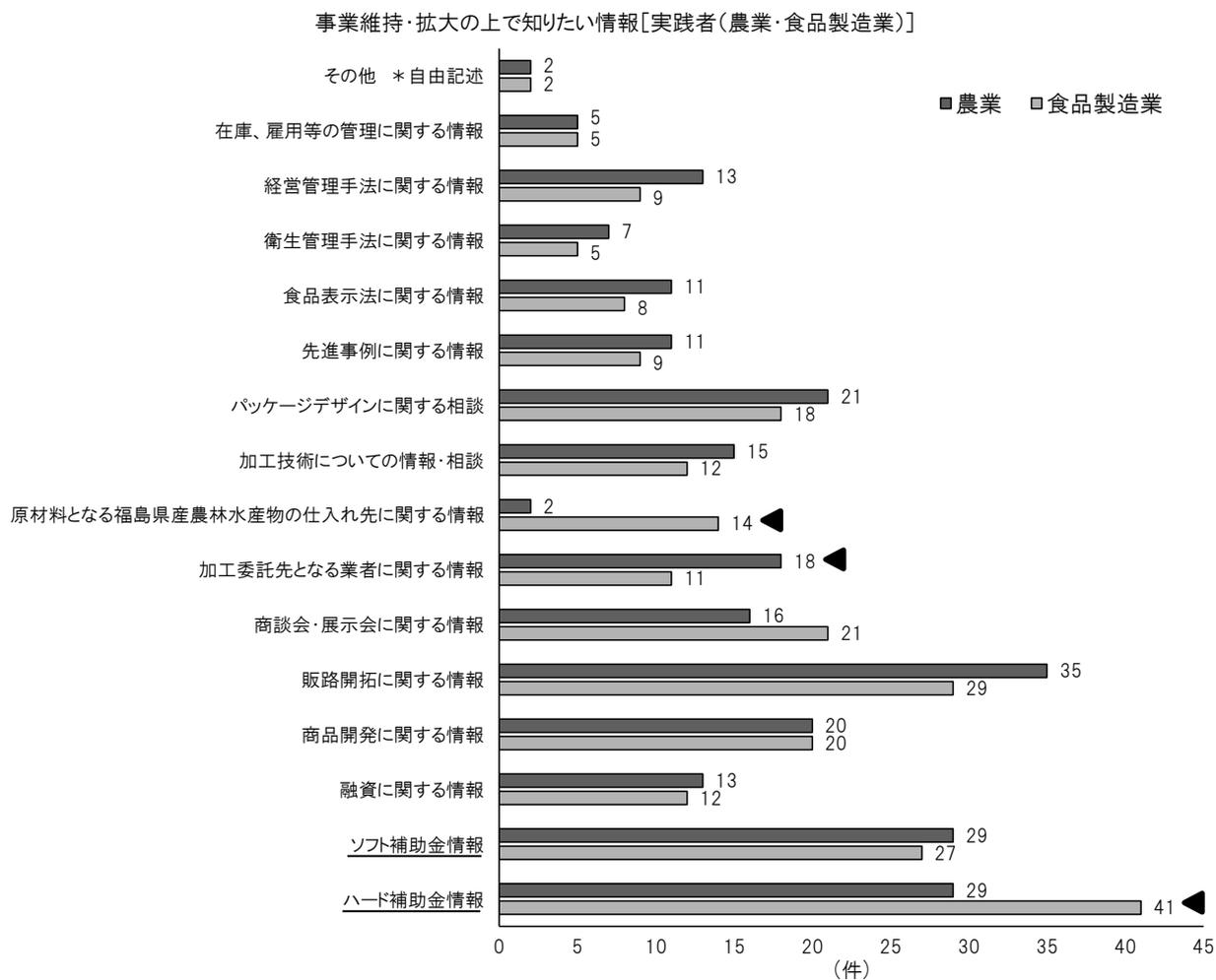
- 回答の農業・食品製造業いずれにおいても、資金不足や物価高騰、販路不足、人手不足などを挙げている。
- 特に、素材の確保やマーケット情報の不足については、食品製造業者の方が比較的に多く挙げている。



[n=64(農), n=65(食)※複数回答可]

9 事業の維持・拡大の上で知りたい情報（農業者・食品製造業者）

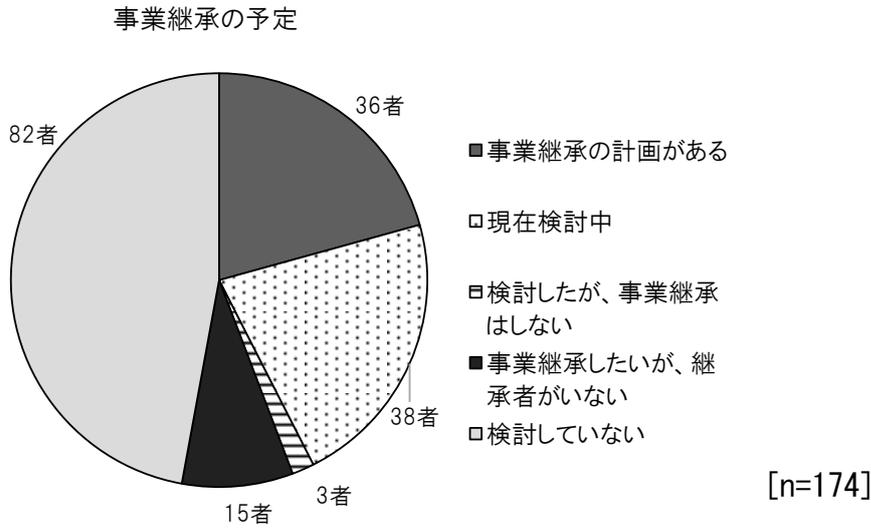
- 回答の農業・食品製造業いずれにおいても、ハード・ソフト補助金情報や販路開拓に関する情報などを挙げている。
- 業種別の違いでは、農業者は加工委託先となる業者の情報を挙げており、食品製造業は原材料の仕入れ情報やハード補助金の情報を挙げている。



[n=64(農), n=65(食) ※複数回答可]

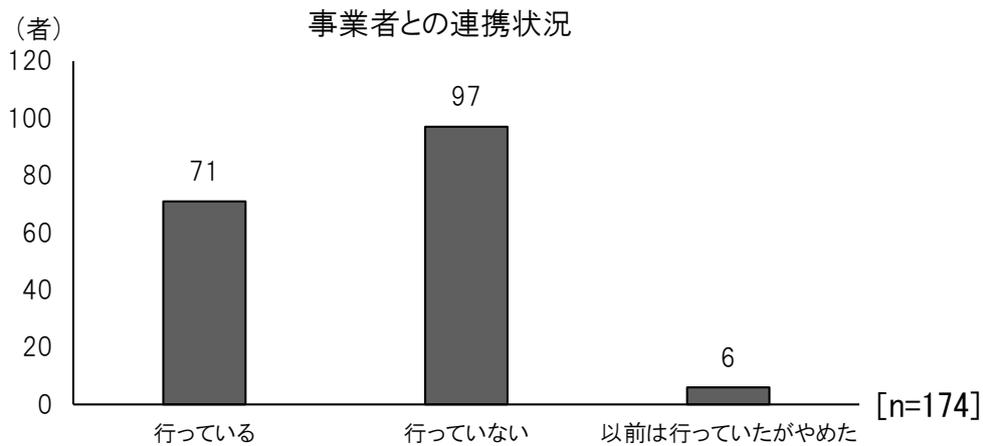
10 事業継承の予定

○ 2割が事業継承計画ありと回答している一方で、5割が検討していないと回答している。



11 地域の多様な事業者との連携状況

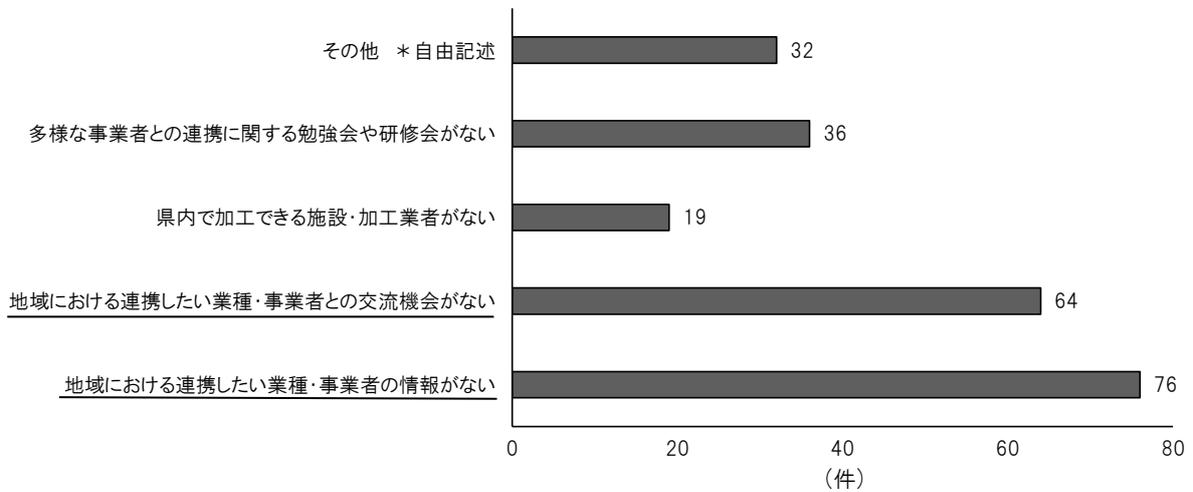
○ 4割が連携による商品開発等を行っているという回答している。



1 2 地域の多様な事業者との連携における課題

○地域における連携したい業種・事業者の情報や交流がないことの回答割合が高い。

事業者との連携における課題[実践者]

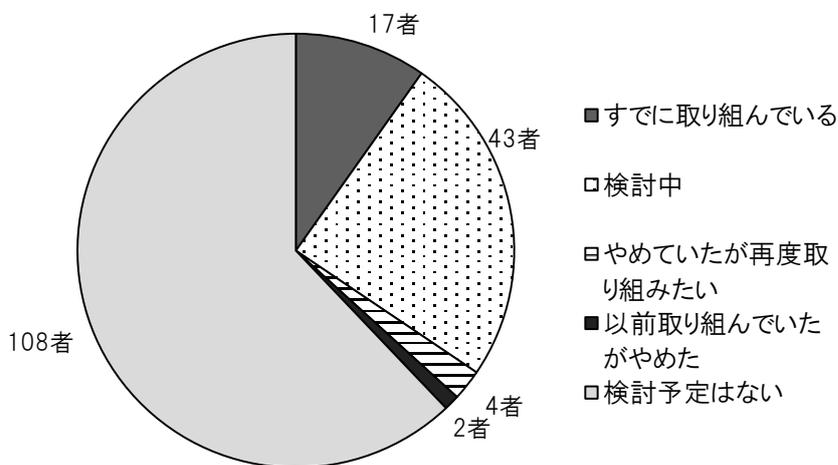


[n=174※複数回答可]

1 3 輸出の取組状況

○すでに取り組んでいると回答した者と併せて、検討中又は再度取り組みたい者を含めると4割を占める。

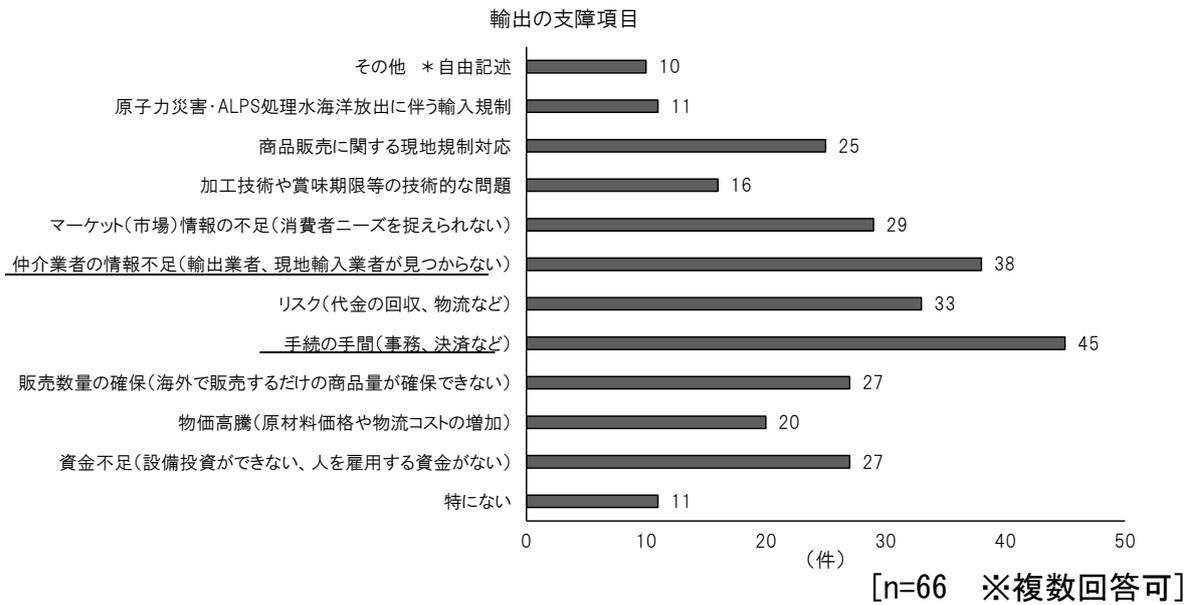
輸出の取組状況



[n=174]

1 4 輸出にあたり支障となっている項目

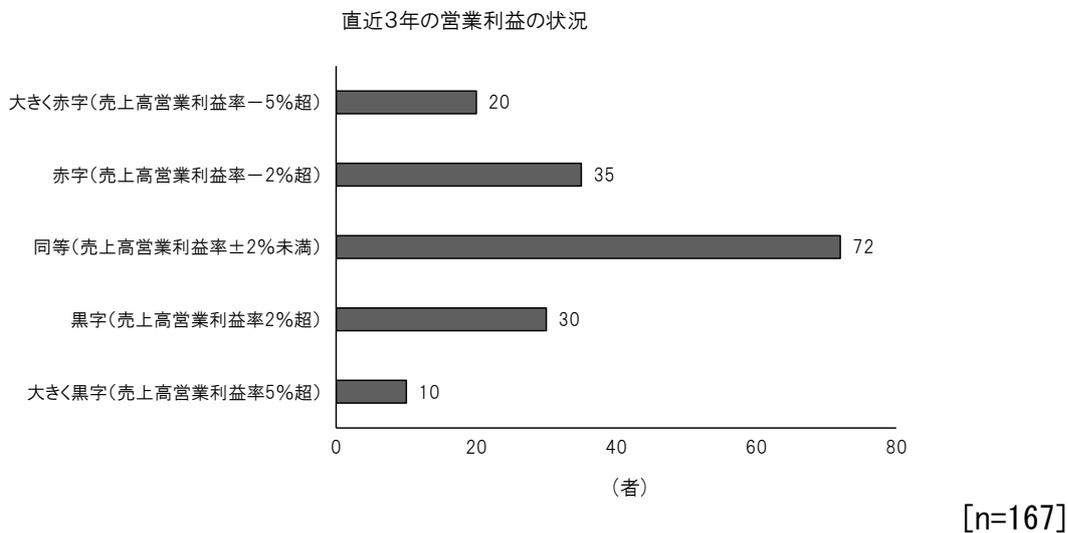
○手続きの手間や仲介業者の情報不足、リスクを挙げている。



1 5 直近3年の営業利益の状況

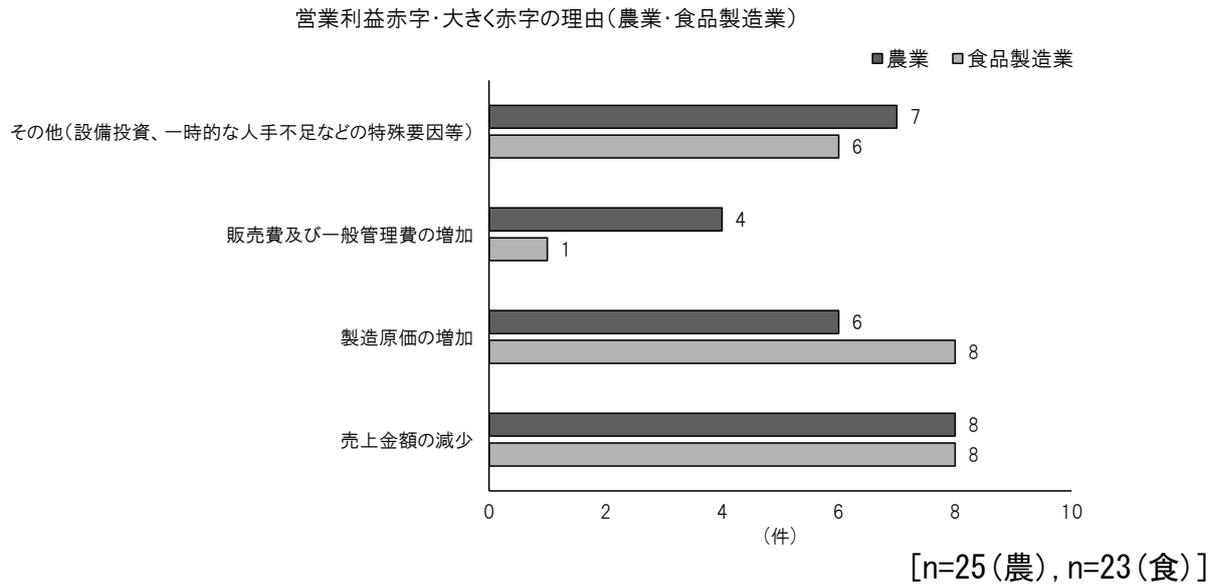
○4割の回答者が同等とする一方で、3割の回答者は赤字又は大きく赤字と回答。

○農業者と食品製造業者との傾向の差はない。(グラフデータ省略)



16 営業利益「赤字」「大きく赤字」の理由（農業者・食品製造業者）

○売上金額の減少、製造原価の増加を挙げる回答者が多い。

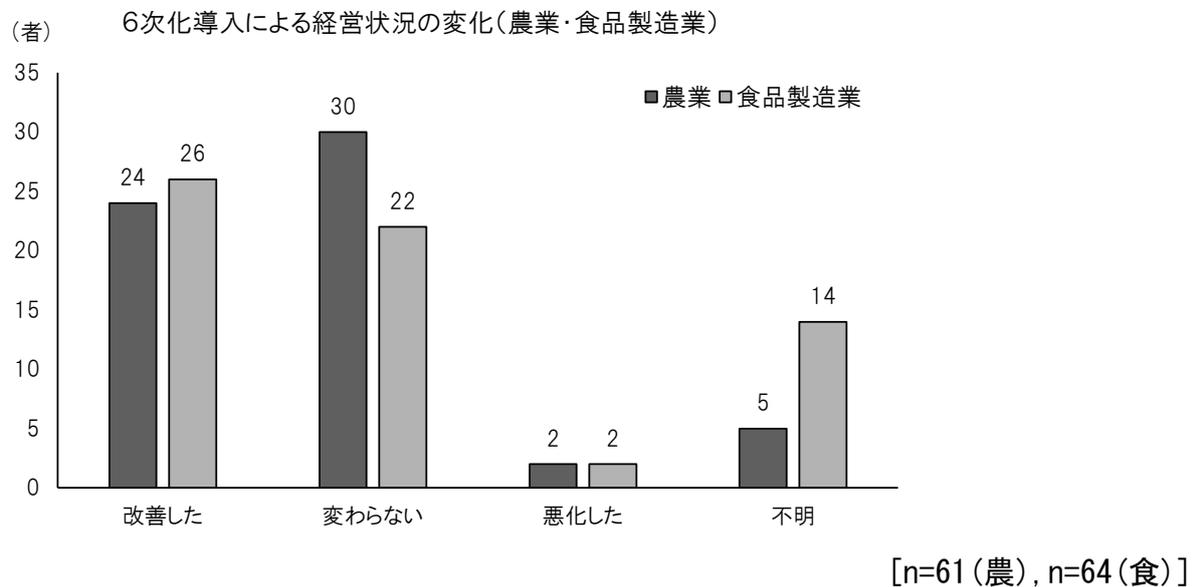


17 地域産業6次化導入による経営状況の変化（農業者・食品製造業者）

1) 導入による経営状況の変化（農業者・食品製造業者）

○農業者は、変わらないの方が、改善したよりも多い。

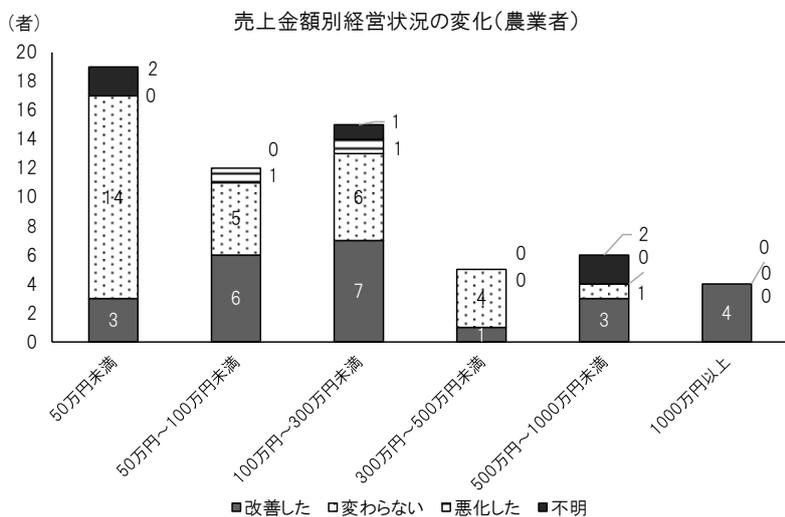
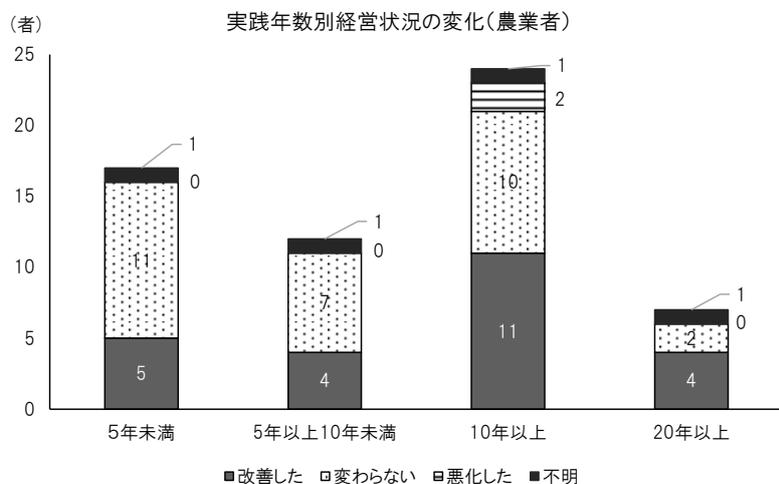
○食品製造業者は、改善したの方が、変わらないよりも多い。



2) 実践年数別経営状況の変化(農業者)

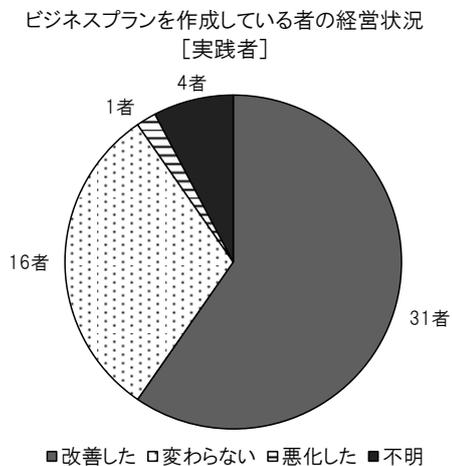
○実践年数別では、実践年数が短いほど変わらないと回答した割合が高い。

○売上金額別では、50万円未満の7割が変わらないと回答。



18 ビジネスプラン(事業計画)を作成している者の経営状況

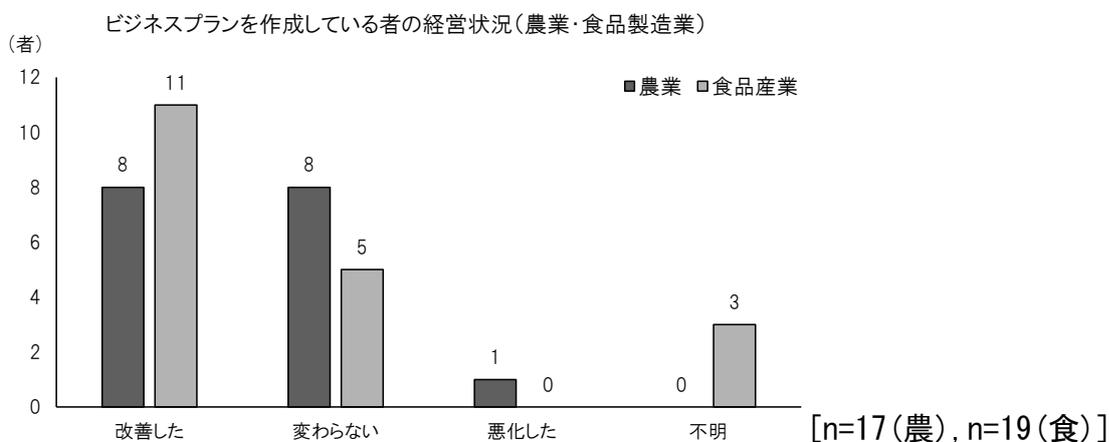
○回答者の6割が改善したと回答。



1) ビジネスプランを作成している農業者・食品製造業者の状況

○農業者は、改善したと変わらないが同等。

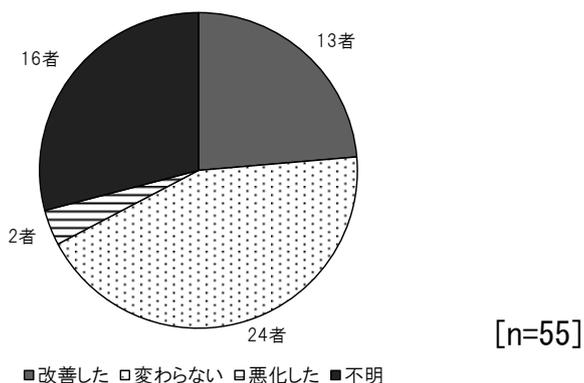
○食品製造業者は、6割が改善したと回答。



1 9 ビジネスプラン(事業計画)を作成していない者の経営状況

○回答者のうち、改善したのは2割にとどまり、4割が変化なしと回答。

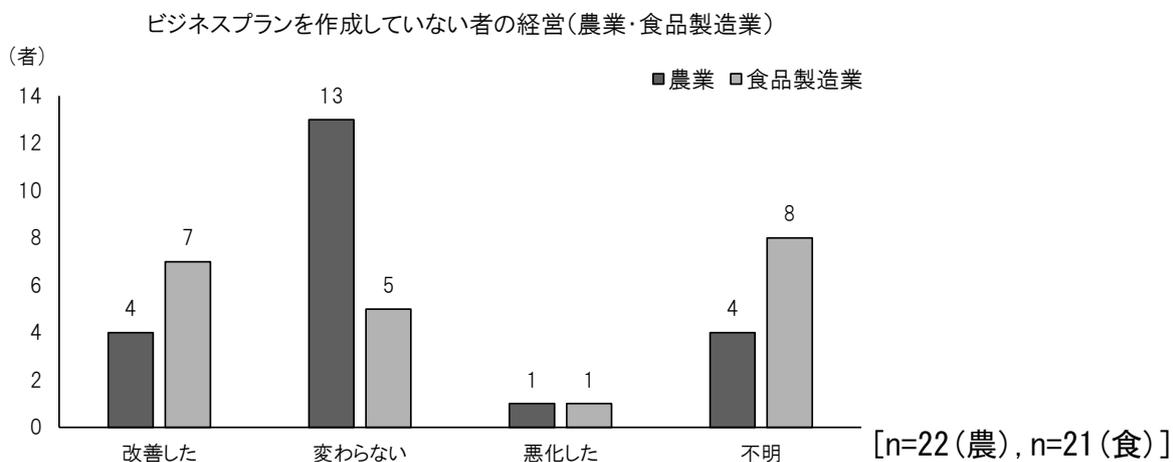
ビジネスプランを作成していない者の経営状況
[実践者]



1) ビジネスプランを作成していない農業者・食品製造業者の状況

○農業者は、2割が改善したと回答し、6割が変わらないと回答。

○食品製造事業者は、3割が改善したと回答し、2割が変わらないと回答。

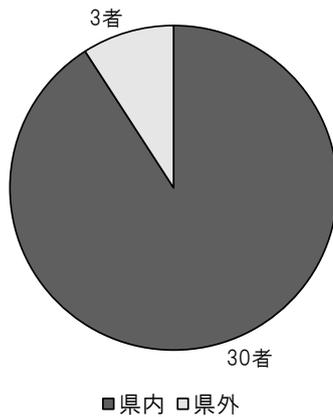


実践者等アンケート結果（販売店舗）

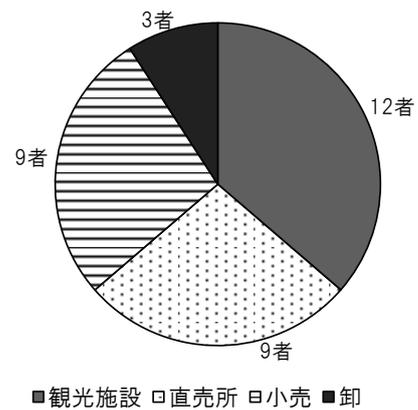
1 アンケート回答者

- 回答者は、県内販売店舗が9割を占める。
- 業態別では、道の駅やレジャー施設等の観光関連施設が多く、その他直売所や食品小売、食品卸業者からの回答があった。

アンケート回答状況(地域別)



アンケート回答状況(業態別)

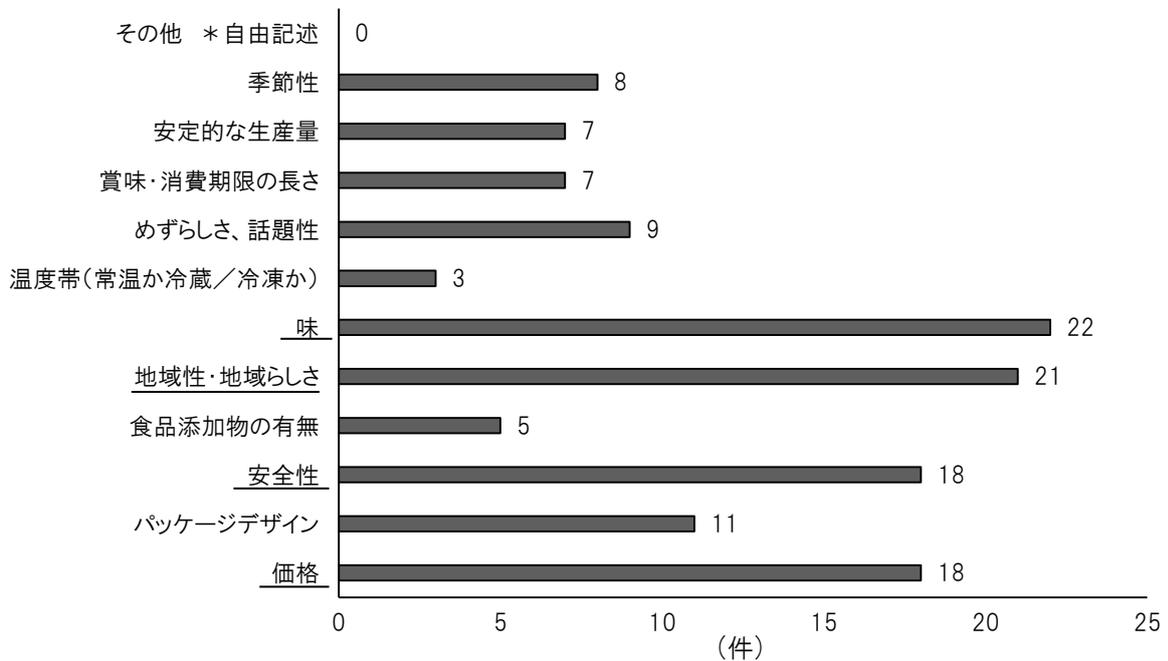


[n=33]

2 販売する商品を決める上で重視するポイント（上位4項目選択）

- 販売商品決定において、味・地域性地域らしさ・安全性・価格を特に重視している。

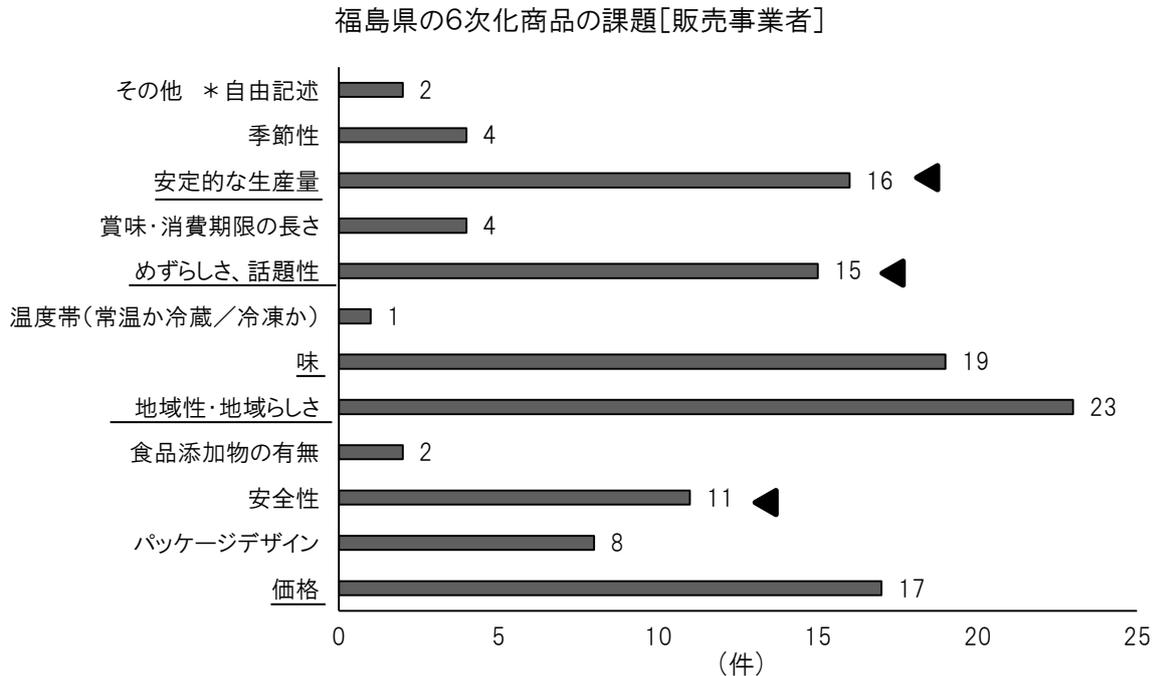
販売商品の重視するポイント[販売事業者]



[n=33※複数回答可]

3 本県6次化商品の課題（上位4項目選択）

○本県6次化商品の販売において、地域性・地域らしさ・味・価格・安定的な生産量・めずらしさを特に課題と感じている。



[n=33※複数回答可]

4 取り扱いたい6次化商品の内容（自由記述）

○地域らしさや地域の特徴、ストーリーを感じられる商品や、日持ちの長い商品の取り扱いについての意見が多く上げられた。

5 他県と比較した本県6次化商品の特色（自由記述）

○浜・中・会津の地域特性について意見があった。

6 他県と比較した本県6次化商品の課題（自由記述）

○価格に関して課題としている意見が多数あった。

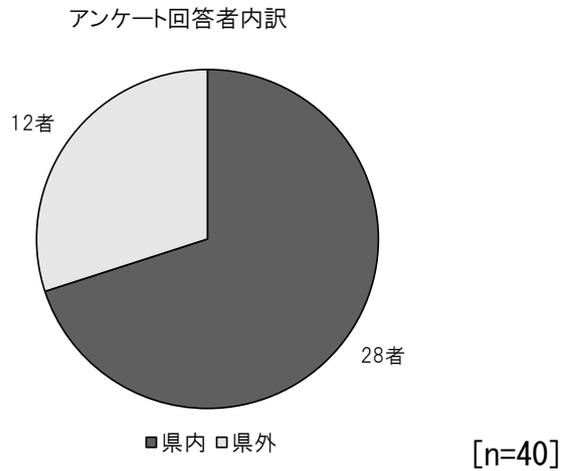
○特徴ある商品コンセプトについて課題としている意見が多数あった。

実践者等アンケート結果（支援者）

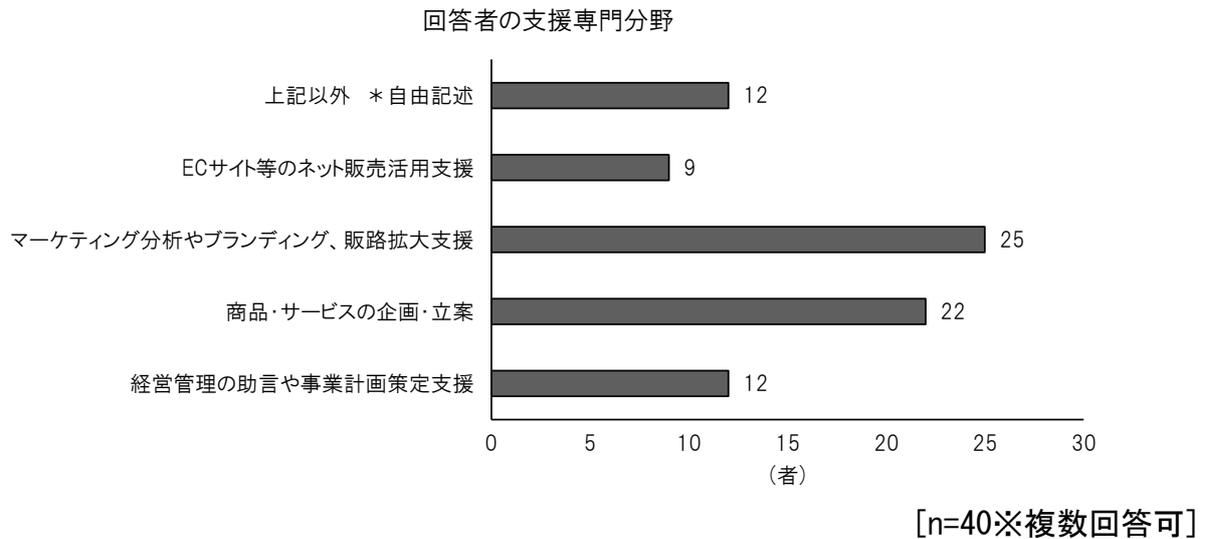
1 アンケート回答状況

○回答者は、県内支援者が7割を占める。

○支援分野としては、マーケティングやブランディング、商品企画、販路拡大を行う者が多い。



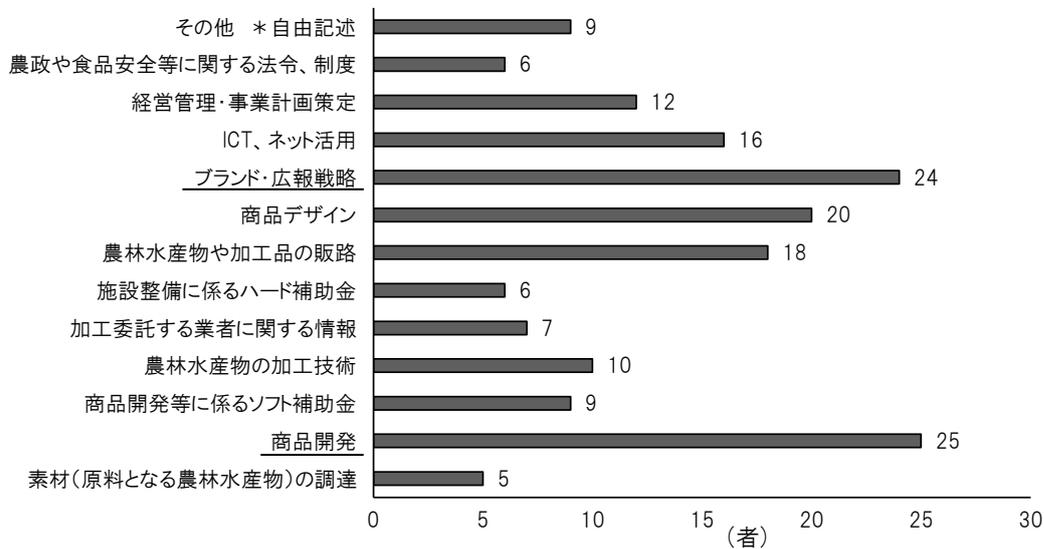
1) アンケート回答者の支援専門分野



2 6次化実践者からの主な相談事項

○商品開発やブランディング、広報戦略に関する相談が多く、その他デザインや販路等、多岐にわたる相談がある。

実践者からの主な相談事項[支援者]



[n=40※複数回答可]

3 支援の上で感じた6次化実践者の課題(自由記述)

○商品開発時点でのマーケティング不足のほか、事業化時点での経営計画の検討不足など、戦略的な思考による6次化実践について課題を挙げる支援者が多数あった。

4 他県と比較した本県6次化商品の特色(自由記述)

○素材の質や豊富さを本県の特色として挙げる支援者が多数あった。

5 他県と比較した本県6次化商品の課題(自由記述)

○ブランディング、情報発信、地域全体での取組など、多岐にわたる意見が挙げられた。

6 必要とされるネットワークの内容(自由記述)

○異なる業種間での情報交換や意見交換を行うようなネットワークについて、多数意見が挙げられた。

発行／令和7年3月

発行者：福島県（農林水産部農林企画課）

〒960-8670

福島県福島市杉妻町2番16号

電話 024(521)8041

ホームページ

<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/36005b/what6jika.html>

