

## 第 2 期魚津市 6 次産業化等推進戦略



令和 7 年 4 月

魚津市

# 目 次

## 第1章 戦略の概要

1	戦略策定の趣旨	1
2	戦略の位置付け	1
3	戦略の計画期間	1

## 第2章 魚津市の現状と課題

1	第1期戦略の実績	2
2	農林水産業の現状と課題	2
3	6次産業化等の現状と課題	4

## 第3章 戦略の基本方針

1	目指す将来像	5
2	戦略の基本方針	6
3	戦略の目標設定	8

## 第4章 目標達成のための具体的施策

9

# 第1章 戦略の概要

## 1 戦略策定の趣旨

市では、地域資源を活用した6次産業化等の取組を推進するために、平成31年3月に「魚津市6次産業化等推進戦略」を策定し、戦略期間内に域内初となるワイナリーのオープンや新商品・サービスの試作開発などの取組について連携の体制を取ってきました。

6次産業化に取り組むことにより所得向上につながるように、市の魅力を発信し、地域資源に高付加価値を生み出し、異業種事業の連携等により6次産業化の取組をさらに推進させるため第2期戦略の策定を行います。

## 2 戦略の位置づけ

本戦略は、「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（六次産業化・地産地消法）」及び「第5次魚津市総合計画（令和5年度から令和12年度まで）」などとの整合性を図ります。

## 3 戦略の計画期間

本戦略の計画期間は、令和7年度から令和11年度までの5年間とし、戦略の進捗状況、社会情勢や外部環境の変化等があった場合は、必要に応じて見直すこととします。

## 第2章 魚津市の現状と課題

### 1 第1期戦略の実績

第1期戦略の目標設定に対する実績は、以下のとおりです。

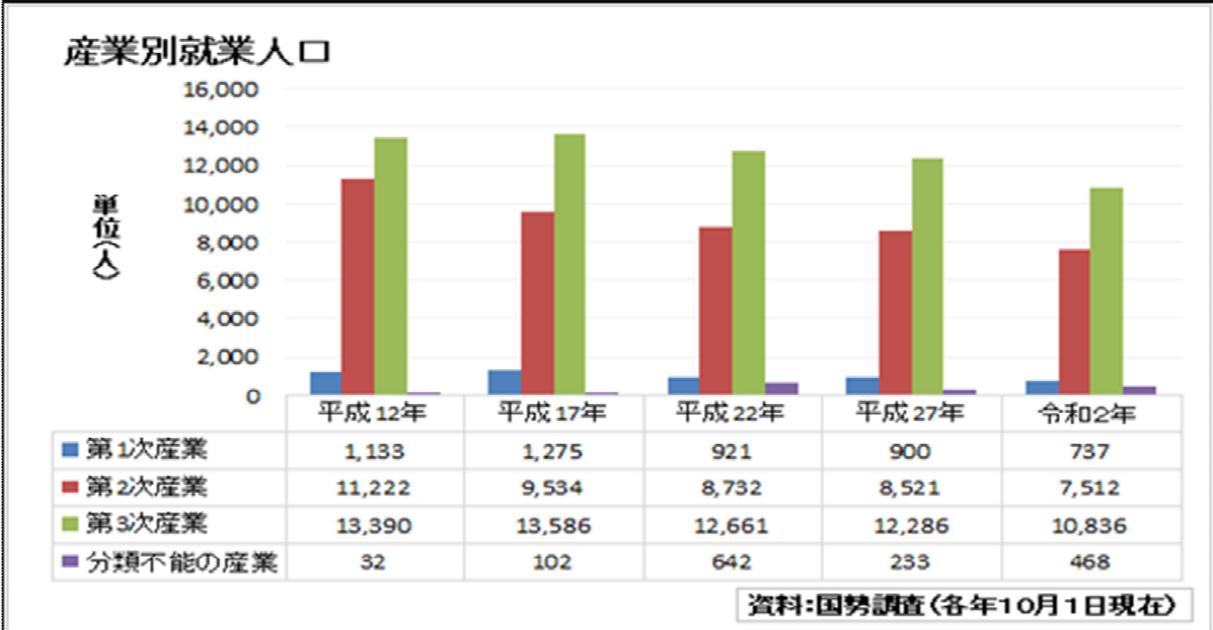
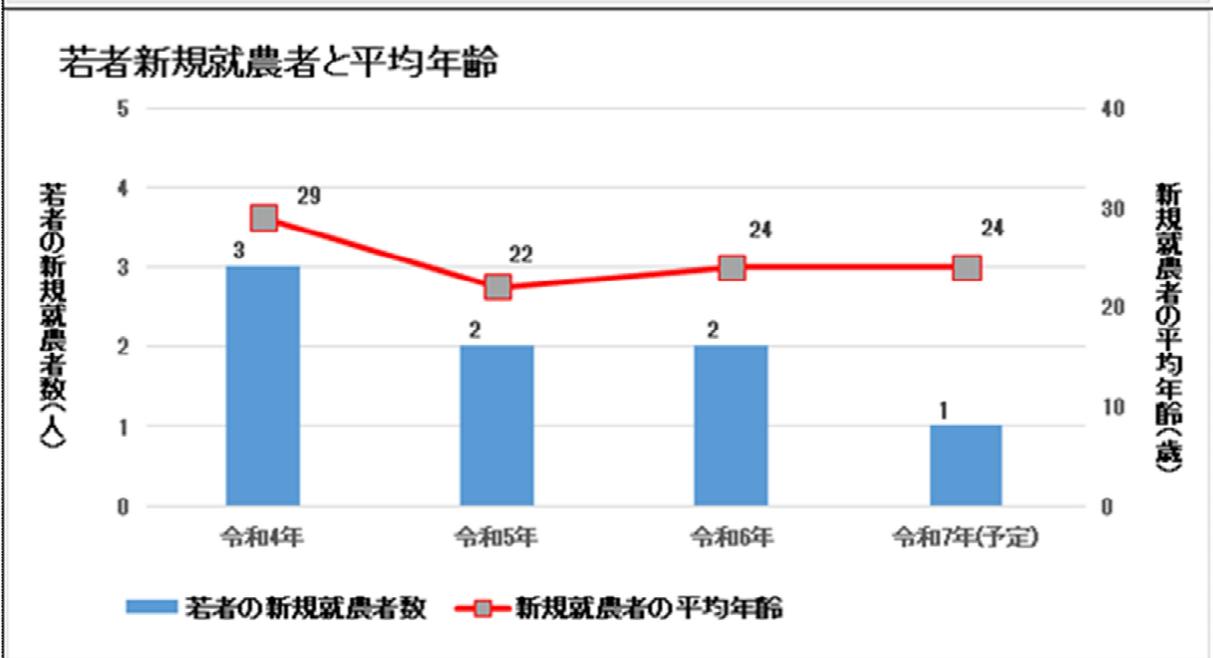
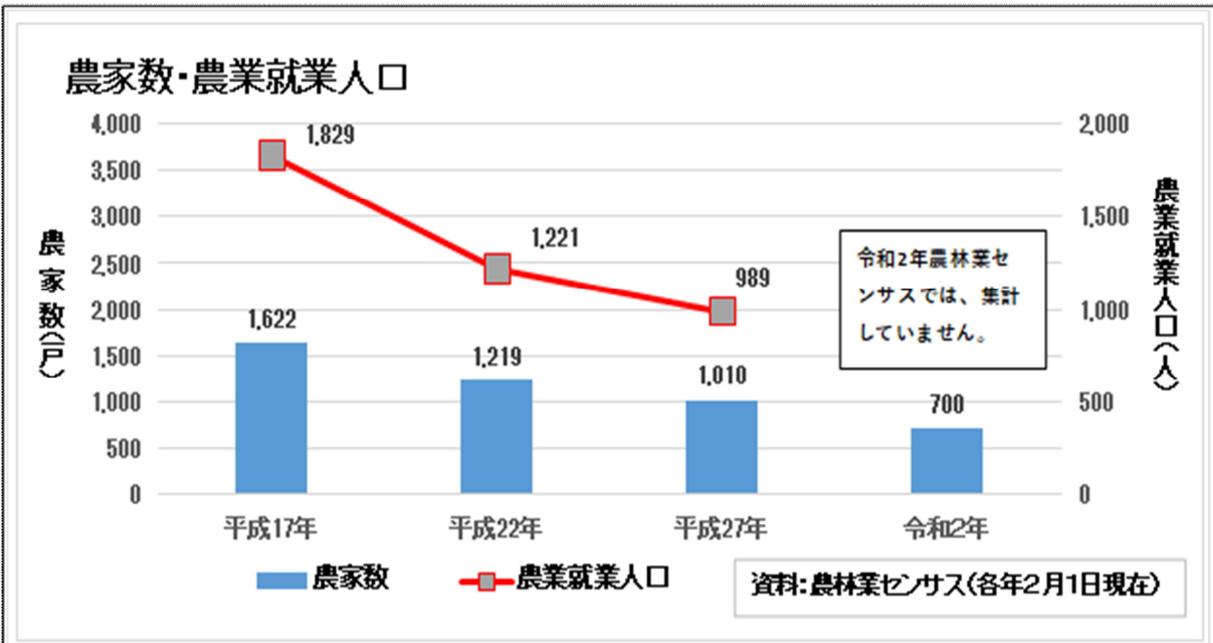
項目	指標	達成件数 (目標件数)	備考
バリュー	国・県・市の支援を受け開発された新商品	18 (4)	令和元年度2件、2年度7件、 3年度3件、4年度4件、 5年度2件
コンビ	拠点施設における体験会・見学会の開催	8 (10)	KANATA WINERY、ぶどうの森における 富山調理製菓専門学校の体験会、親子体験会
プロモ	ふるさと納税返礼品への登録	81 (2)	米・パン28件、果物類4件 エビ・カニ等4件、 野菜類4件、飲料類4件、加工品等25件、 調味料・油3件、雑貨・日用品4件

### 2 農林水産業の現状と課題

本市の農業は、米を中心に、りんご、なし、ぶどう、もも等の果樹、大根、ねぎ、はくさい等の野菜が栽培されています。林業では、里山が整備され杉の間伐材を使用した木工製品が作られています。水産業では、ブリ、ホタルイカ、ベニズワイガニ、バイ貝等が水揚げされ、バイ飯、ハトシなどの商品開発が行われています。

いずれの分野においても高齢化や担い手不足により就業者が減少しています。また、燃料や資材、肥料などの価格高騰により経営が圧迫されています。一方で、若者の新規就農者数は横ばいながらも、20代の新規就農者が増加しており、未来への新たな希望も見えてきています。

地球温暖化による異常気象の影響から生育不良や規格外品の増加など情勢は厳しくなりつつありますが、世の中の動きは食品ロスの削減やSDGsへの取組が加速しており、これらを踏まえた取組と経営の安定化が求められています。



## 2 6次産業化等の現状と課題

### (1) 所得の伸び悩み・就労者の減少

地域資源に付加価値を付け多様な商品を収益につなげる魅力発信が必要ですが、生産者は生産主体のために加工から先の販路まで考えることに苦戦しており、所得の増加につながっていないのが現状です。結果として、就労先として選ばれていない傾向にあります。

他市町村の事例を研究し、農林水産省「農山漁村発イノベーションの推進」の方針にある「農村を舞台として新たな価値を創出し、所得と雇用機会の確保」を図ることも重要となります。

### (2) 商品・サービスの独自性の少なさ

地域資源に付加価値をつけ、さまざまな形で活かす商品（モノ・サービス）を開発するためには、評価をいただける「ターゲット」を具体的に設定した商品づくりが必要となります。販売先やPR方法について連携が重要となります。

あわせて、他の産地との差別化を図るために、所得の創出につながる、より独自性の高い商品づくりへの支援も必要です。

### (3) 販路・販促のノウハウ不足

果樹については、軒先販売が古くから行われている一方で、販路拡大や情報発信が弱い傾向にあります。一部の生産者だけがSNSの活用やふるさと納税の登録を行っており、ノウハウの蓄積や消費者ニーズの把握など組織的な活動を推進する必要があります。

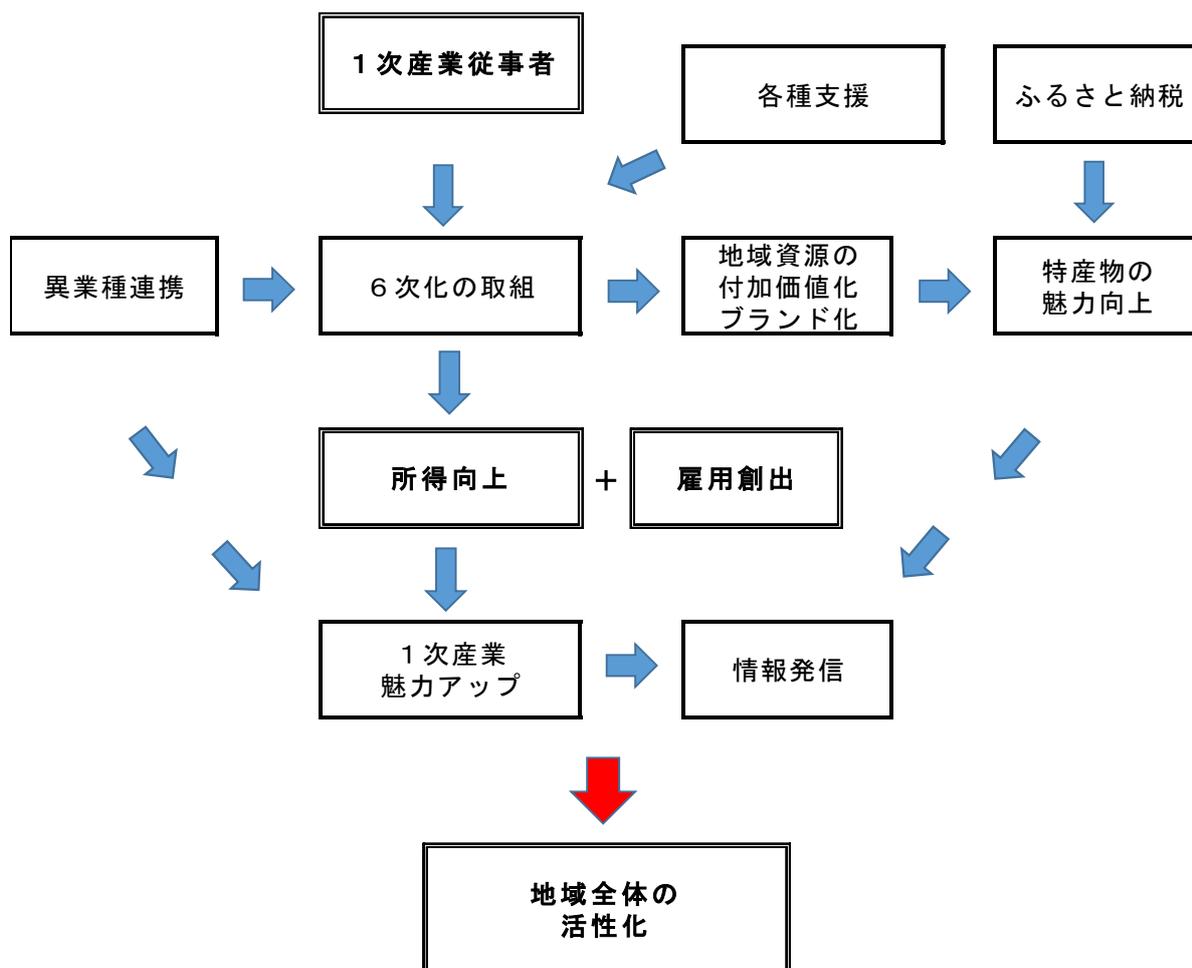
野菜や水産物については、市場出荷が中心のため、価格変動の影響を受けやすく、市場だけに頼らない新たな販路の獲得が必要です。

また、首都圏や全国への販路拡大やPR活動に活用できる各種支援事業、商談やマッチングに結びつけるセミナー・研修会のさらなる周知を行い、生産者の発信力の向上を後押しする必要があります。

# 第3章 戦略の基本方針

## 1 目指す将来像

農林水産業をはじめとするさまざまな関係者が魚津の地域資源を活かした6次産業化等の取組に積極的にかかわり、互いに連携して新たな付加価値を生み出すことで収益力の向上、産業の発展につなげ、地域全体の活性化を図ります。



## 2 戦略の基本方針

農林水産業及び6次産業化等の課題克服に当たっては、本市の特性を解決策に取り入れた、本市ならではの戦略内容とします。

付加価値のある商品を開発、販売することで農林漁業者の所得を向上させ、6次産業化等の取組により農林水産業のさらなる魅力を発信し、意欲のある若い人材を掘り起こし、1次産業従事者の増加、6次産業化等に取り組む従事者の増加につなげます。

実施に当たっては、団体・事業者が連携しながら農林漁業者をフォローする体制を構築し、原材料の確保から、商品の開発、加工、販売等を支援します。

その目標に向けて、次の3項目を重点的に実施します。

### (1) 所得と雇用の創出

1次産業の魅力向上により、1次産業の従事者と6次産業化に取り組む人口の増加を目指します。

魅力を向上するためには、所得を向上する必要があるため、所得の源泉となる原材料の確保が重要となります。安定的に原材料を確保するために、規模拡大や効率化、省力化のための各種支援を行います。あわせて、施設や機械の整備、導入による生産供給体制の確立を支援します。

また、既存の生産者や関係機関と連携しながら、加工品の原材料となる野菜や果物、畜産物、水産物の拡充と確保を図ります。

これらの施策により従事者の所得向上が見込め、更なる6次産業化の活性化が期待できます。

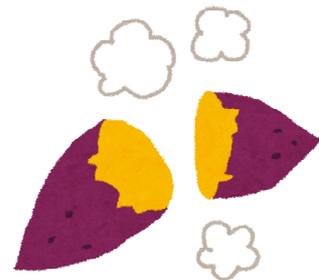


## (2) 異業種事業連携、「コト消費」

異業種が参画し、それぞれの特徴を活かした商品開発（モノ・サービス）、互いにWIN-WINとなる地域ぐるみの連携に取り組めます。

親子体験会、高校生や専門学校・大学との連携、観光ツアー商品などの開発により「コト消費」が新たな収益力向上を図ります。

※「コト消費」とはモノの所有ではなく、コト（体験）に重点をおいた消費行動を指します。



## (3) 多様な販売方法の採用、オンライン等の活用

地産地消の推進や、魅力ある地場産品を直接手に取ってみて買ってもらうことも消費拡大において大変重要です。販売を行う方々に対して、直売所の設置運営やインショップ（委託販売）、量販店への卸しといった基本的な販売方法の知識習得を図ります。あわせて、直売所やアンテナショップの設置に向けて検討を行います。

また、市場のニーズを把握した商品開発と販売方法を計画します。SNSやECサイトの活用を図り、県外、海外といった販路の拡大に努めます。



### 3 戦略の目標設定

基本方針に基づき取り組みを実践することで、課題を克服し、更なる6次産業化の活性化を見込めます。現時点の実績をもとに以下のように目標設定を行います。

指 標	現 状 値 (令和5年度)	目 標 値 (令和11年度)
<b>農林水産物加工取組者数※1</b> 担い手をフォローしながらニーズのある商品開発を支援 ※一次産業者だけではなく、販売者（異業種連携実施者）も含む。	<b>13人</b> (直近5年の取組者数)	<b>20人</b> (第2期戦略期間累計)
<b>異業種事業連携による新商品(モノ・サービス)の開発件数※1</b> 国・県・市による支援施策により異業種事業による商品開発を推進	—	<b>10件</b>
<b>6次産業化関連商品のふるさと納税返礼品年間寄付額</b> SNSなどを活用し、ふるさと納税の返礼品として販路拡大 ※寄付金額のうち、約3割が事業者の売上になる。	<b>16,000千円</b>	<b>30,000千円</b>

※1 国・県・市の支援施策を活用した者を集計対象とする。



## 第4章 目標達成のための具体的施策

目標達成のため以下の支援を行い、既に6次産業化に取り組んでいる方や6次産業化をこれから実践する方に対し、関係機関と伴走する形で応援します。

### ○人材の発掘・育成

- ・6次産業化に係る制度や支援体制等について周知し、6次産業化への取組意向のある人材を発掘します。
- ・6次産業化に必要な知識・技術の習得を目的とした研修会を開催します。
- ・上記の研修会のほか、直売所の運営設置や、インショップ、量販店への卸しといった基本的な販売方法、ノウハウを学ぶ研修会を開催します。

### ○異業種とのマッチング

- ・6次産業化を希望する一次産業者や加工業者又は販売業者等との協力体制を確立するため、魚津商工会議所や本市商工及び福祉関係部署と連携して、マッチングを支援します。
- ・6次産業化に既に取り組んでいる一次産業者や事業者等と市内を中心としたスーパー、飲食店、ホテル・旅館、流通・販売業者等とのマッチングを支援し、地元における販路拡大を支援します。

### ○商品開発

- ・6次産業化に結び付く資源の洗い出しに努め、当市の特徴や魅力を活かした商品開発を支援します。

### ○販路開拓

- ・「まるまる魚津」や市内外のイベントを活用し、6次産業品の販売やPR活動を行うほか、ふるさと納税の返礼品への展開等を推進し、販路の拡大につなげます。
- ・県等が実施するイベントや商談会等の情報を提供し、販路拡大を支援します。

### ○国等の支援施策の活用

- ・国・県・市等の関連施策を活用し、事業化を支援します。
- ・とやま6次産業化サポートセンターのプランナーや専門家を積極的に活用し、事業化の支援や経営の発展段階に即した支援を行います。

## **第2期魚津市6次産業化等推進戦略**

発行：魚津市産業建設部 農林水産課  
〒937-8555 富山県魚津市釈迦堂一丁目10番1号  
TEL：(0765)-23-1034