

地域6次産業化を 考える

～農と食のみらいをつくるための地域戦略～

春日部市 編



お問い合わせなどは下記へお願いします。

春日部市役所 環境経済部 農政課
〒344-8577 春日部市中央六丁目2番地
電話:048-736-1111 ファックス:048-733-3826

農林水産省補助事業平成24年度農山漁村6次産業化対策事業6次産業化促進技術対策事業
「地域6次産業化を考える～農と食のみらいを作るための地域戦略～春日部市編」

本書は広く、地域の食料産業に関わるみなさまにご利用いただくことを目的としていることから、転載、複写・複製、電子媒体等への転用については、下記の実施主体へご連絡をいただき、利活用の目的・方法等を明示された後にご利用いただけます。なお、地域活性化、6次産業化、農商工連携などの”農”と”食”の連携に関すること、および技術開発・商品開発等のご相談についても下記に直接ご連絡ください。

実施主体:一般社団法人農業経営支援センター
〒101-0032 東京都千代田区岩本町1-13-5 SSスマートビルアネックス06-304号
事業統括担当:村上一幸TEL:080-5888-4281 Mail:shindanshi-km@m2.gyao.ne.jp
春日部市担当:松井淳TEL:090-2316-2225 Mail:m10n@xd5.so-net.ne.jp

一般社団法人 農業経営支援センター

はじめに

春日部市は、水と緑に恵まれた住宅・商業都市で、郊外には広い農地が広がる恵まれた環境にあります。このまちで、都市住民と農村の交流による、新しい農業発展モデルを目指す可能性について、見ていきたいと思ひます。

～春日部市 春日部市総合振興計画（平成20年版）より～ 人・自然・産業が調和した快適創造都市

市民主役・・・まちづくりの主役は市民です。これまでに培ってきた地域の歴史や文化、一人ひとりの知恵や経験を大切に、人と人とのふれあいや支えあいをとおして、だれもが輝けるような街づくりを進めます。

環境共生・・・変化に富んだ表情を見せる田園風景や、多様な水辺環境があります。様々な動植物が生息し、人々に安らぎを与えるこれらの地域資源を守りはぐむとともに、人と自然が共生した豊かな環境で、だれもが気持ちよく暮らせる循環型社会を構築します。

自立都市・・・定住・交流人口の増加や産業振興などによる「財政的」な自立、市民がまちづくりにかかわる「人的」な自立など、地域活動におけるあらゆる主体の自立を目指します。

（春日部市 春日部市総合振興計画（平成20年版）より一部抜粋）

《目次》

はじめに	1
春日部市の「農」と「食」の発展に取り組む人々	2
1. 春日部市の農と食の潜在力(地域資源のたな卸し)	5
2. 地域の農と食の更なる発展へのみちすじ	7
3. 地域の6次元産業化に向けた提言	9

春日部市の「農」と「食」の発展に取り組む人々 ～調査にご協力いただいた皆さん～

春日部市には、長い間春日部の「農」と「食」の発展に取り組んでこられた農業者のみなさんがいらっしやいます。今の春日部の農を考え、次の世代の、春日部の農業の担い手の育成の中心となっているかたがたです。

その農業者のみなさんの一部を、ここではご紹介させていただきたいと思ひます。(氏名 50音順)



「新しい直売所などにも販売を拡げます」

庄和ホンモロコ生産組合 組合長 新井 孝次 さん

ホンモロコは、水田の転作として平成8年に始め、11年には5件で組合を作って、100万匹以上を養殖・生産しています。もともこの地域ではクチボソなどの川魚を食べる習慣がありましたが、より食味の良い滋賀県のホンモロコを持ってきて生産を始めました。間もなく、マスコミなどにも非常に注目をされ有名になり、他県からの視察も多くありました。本家の滋賀県に稚魚を提供したりしたこともあります。

いまでもなじみのお客さんが、浦和や柏などからも買いに来たり、奥さんが開いている川魚料理の店に食べに来ます。

今後は経営をより安定化させるために、法人化などを目指していきたいと思ひます。

新井さんの奥さんの経営するお店でいただけるホンモロコの煮付け



「直売、加工、いろいろなことにチャレンジしていきたい」

産直の里内牧協議会 会長 大塚果樹園 大塚 房男さん

産直の里内牧では、梨、柿、ぶどう、キウイフルーツ、花卉などが生産・直売され、多くの人々が四季の味覚を楽しみに訪れます。

大塚果樹園では、梨、米、柿、サツマイモなどを栽培しています。

梨の観光農園を始めて、数十年になり、近隣のみなさんに、幸水、豊水などのおいしい梨を楽しんでいただいています。農産物の多くは、観光農園を含めた直売です。

40歳を過ぎてから農業を継ぎましたが、新しい作物や加工にもチャレンジしています。以前梨組合長だった頃に、地元和菓子店「ちぐさ」と連携体を組んで、春日部産の「梨」を使った、和菓子スイーツの商品開発を組合長として推進し、平成10年には国の農商工連携の認定を受けました。

明治以前は内牧は柿の産地でした。大塚果樹園でも、柿は昔から生産しており、柿の加工品にも取り組んでいます。柿のドライフルーツは好評で、地元春日部の直売所やショッピングセンターで、販売しています。地元和菓子店「ちぐさ」では、柿のあん入り餅なども販売してもらっています。

柿のおいしさが凝縮された自家製造のドライフルーツ



「梨の直売、加工品作りに取り組んできました」

春日部市梨組合 組合長 折原果樹園 折原 紳浩さん

春日部市内牧地区の梨栽培は、昭和20年頃に始まり、約70年の歴史があります。梨畑、梨の木、栽培技術と、先人達が培ってきた努力の賜物を受け継いでいるのが春日部市梨組合で、17人の組合員で構成されています。

折原果樹園では、梨を中心として、キウイフルーツ、種無しブドウ、柿などの朝もぎの旬の果実を生産直売しています。小中高生の皆さんの体験学習も受け入れ、食育活動にも積極的に協力しています。

「もったいない」との思いから、梨を使った加工品作りに着目。「和梨は水分ばかりで固まらず、加工に不向き」とされてきましたが、イチジクとミックスすることで問題を克服し、『梨とイチジクのジャム』を作りました。

農商工連携をきっかけに、菓子職人さんによって、数々の特産品作りへと発展してきています。

「おいしかった」というお客様の声に励まされ、これからも栽培技術の向上に努めていきたいと考えています。

折原果樹園の梨とイチジクのジャム



春日部市の「農」と「食」の発展に取り組む人々 ～調査にご協力いただいた皆さん～



「直売、加工は、以前から普通のものとしてやってきました」

さいたま農村女性アドバイザー
川鍋 美智子 さん

庄和地区で、米を中心に、みかん、柿などの果樹の生産を行っています。ホンモロコの直売も最近までやっていました。

平成6年に加工場の許可をもらい加工を始め、今ではあられ、のしもち、焼きおにぎりなどを作って、直接近辺の道の駅やショッピングセンターに（直接）持って行って売っています。また、埼玉付近では珍しいみかんのもぎ取り農園もやっており、非常に好評です。

野菜や米は販売価格が変動するので、高く売れるときには生鮮で売って、安いときには加工して付加価値を付けて売るのは、普通のものとしてやってきました。今では道の駅庄和、ショッピングセンターなどいろいろな小売店で販売してもらっています。



埼玉県プレミアム食品の第一号の認定商品、地元で好評の自家製あられ

「直売所の成功には加工品が重要」

春日部農産物直売協議会
はくれん 会長
齋藤 千松 さん

消費者へ農業の理解と信頼を得ることを目指し「安全・安心な新鮮農産物」等を販売することにより地域農業の進行と活性化に取り組んでいます。直売協議会で運営する農産物直売所「はくれん」は会員50名で、お米を始めトマト、なす、きゅうり等、50種類ほどの野菜を販売しています。その他切花、花苗、加工品、穀類、果物（柿、梨、いちじく、柑橘類、ぶどう、ブルーベリー）、ハチミツ、ウコンなども販売しています。

地産地消を始め、安全・安心を区分する食味の育成、旬の鮮度への挑戦、品揃えと価格、ライバルとの対比、作る喜びや売れる楽しさ、儲かる農業への挑戦、販売状況や欠品の解析、年間サイクルの確立等が現在の直売所に求められています。今後、食の安全安心の強化や商品表示の講習会等を実施していきます。生産者の自信作を消費者の喜びにさせていただきたいと思えます。



直売所「はくれん」で販売するための、齋藤さん手作りの切り干し大根

「直販、直売は伸びる。ブランド化に取り組みたい」

春日部市農業団体連合会会長
春日部市園芸協会会長
中山 光男 さん

梨やきゅうり、なす、ブロッコリー、ホンモロコなど、多くの出荷団体（組合）の代表を集めた、90人くらいの農業団体連合会の会長をしています。

営農は、施設栽培のトマトを始め、きゅうりや葉物などの野菜を生産しています。

40年前のまだトマト農家が少なかったころから、先代がいちはやくトマトに取り組みました。

トマトについては既に7割がた直売になっており、直売所を開けていても人がくるくらい、お客さんがついています。スーパーでは納品したトマトを冷蔵庫に入れて小出ししているのですが、本当の食べごろには食べられません。うちに来るお客さんには、「2～3日で食べられる分だけ買って行ってください」とお願いして、常に食べごろのトマトを味わってもらおうようにしています。

直売はまだ伸ばせる余地があると思っていますので、今後も広がっていきたいと考えています。



多くの近隣住民が買いに来る中山さんの農場の直売トマト
甘くておいしい手作りトマトジャム
塩麹加工品

春日部市の「農」と「食」の発展に取り組む人々 ～調査にご協力いただいた皆さん～



「6次産業化に取り組む世界が広がりました」

春日部 野口農園
野口文夫 さん

野口農園では、米を中心にブルーベリー、いちごなど、安全・安心に配慮した農産物の生産に取り組んでいます。米では、無農薬の合鴨農法による特別栽培米の生産を行っています。

加工への興味を持っていたところに6次産業化の認定制度があることを知り、ブルーベリージャムの加工品開発をテーマに事業認定にチャレンジし、国の認定を受けることができました。

無農薬栽培のブルーベリーで作った無添加ブルーベリージャムは、地元のパン屋や飲食店などに卸したり、即売会などのイベントで販売しています。

6次産業化の認定を受けたことのメリットの一つは、人脈や知見が以前と比べて大きく広がったことです。今回の取り組みで知り合った発酵技術を持つ会社の支援を受けながら、現在米の発酵食品を開発中です。

今後は夏場のブルーベリー観光農園や冬の味噌作り教室などを通じ、体験農園としての活動を一層強化していきたいと考えています。



無農薬栽培の原料で作ったブルーベリージャムと塩麹加工品

「女性の力で地域農業の活性化に取り組んでいます」

土と生きる庄和の女性トマトクラブ
菱沼 礼子 さん

土と生きる庄和の女性トマトクラブは、農家の女性が集まり地元農業の活性化に取り組む会です。当初は、農協の集荷場で、農業者の奥さん方が納品時に顔を合わせるのをきっかけに、定期的に集まるようになり、いろいろな活動に取り組み始めました。会員は、12名おり、庄和地区で、トマト、なす、きゅうりなどの野菜を中心に生産しています。現会長の菱沼様のところでは、いちごのハウス栽培と、米作りを行っています。いちごは観光農園での摘み取りの他、地元のパン屋や洋菓子店への販売を行っています。

メンバーは道の駅庄和等の直売所で直売活動を行うほか、地元ショッピングセンターやスーパーへの販売もしています。また、産業祭や農業祭などイベントに出店し、農作物や加工品を販売するなど、活発に活動しています。

勉強会や視察研修を通して、おたがい知見を高めており、最近ではグリーンツーリズムや農家レストランの研究も行い、女性の力による地域農業の活性化の可能性に取り組んでいます。地域の食育にも積極的に取り組み、エンゼルドームで地産地消料理講習会を実施しています。



地元市民に好評の、菱沼農園の摘み取りいちご

「地元農家との連携はPR効果大きい」

有限会社ちぐさ 代表取締役
荒 浩一郎 さん

「ちぐさ」は地元春日部で営業する和菓子店で、自分で2代目になります。市内で3店舗を営業しており、うち1店舗は工場併設で、自社生産ができるようになっています。

春日部産の「甘熟梨」を使った、梨加工品（スイーツ）の開発・販売で、梨組合の大塚さんとの農工商連携の認定を受けて、事業を進めています。もとは、行政からの紹介で、梨組合の大塚さんや折原さんを紹介してもらったのが、連携体を組みきっかけてした。

積極的に地元食材の利用に取り組んでおり、梨のほか、柿の餅や、キウイフルーツや庄和の黒豆をつかったら焼きなど、いろいろな商品を開発して販売しています。地元農家との連携はPR効果も大きく、今後も一層地元食材を使った商品開発に取り組むたいと思っています。



ちぐさが地元春日部の食材を使って開発した、オリジナル商品の一部（上：梨豆腐、左：梨どらやき、右：柿もち）

1 春日部市の農と食の潜在力 (地域資源のたな卸し)

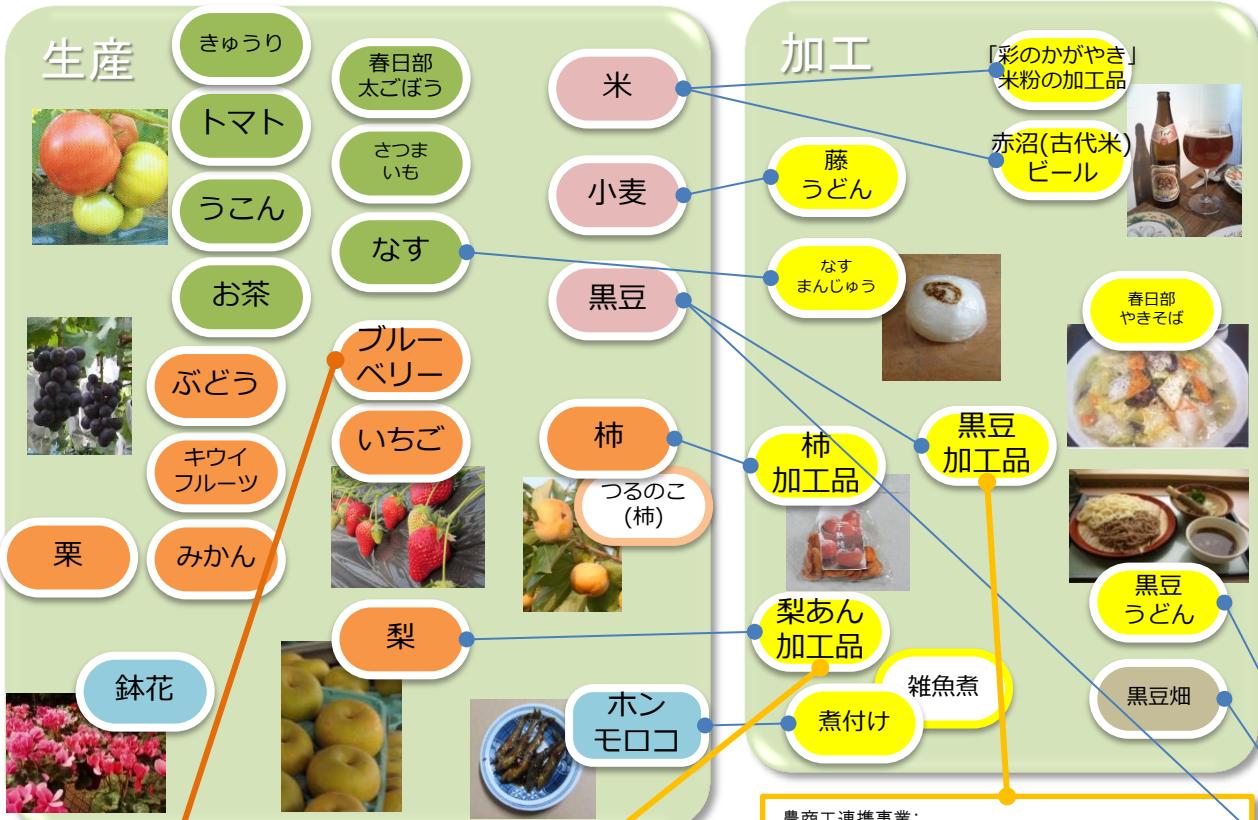
春日部市は、旧庄和町との合併に伴い、県内有数の農業地域となりました。農業創生産出額で県内13位、米のみの産出額では県内4位と、県内有数の米作地域となっています。

中川低地(標高5mから6m程)を中心に、水田地域が広がります。大宮台地と下総台地の一部が市域の西(内牧地区)と東(旧庄和町地域)に広がり(標高8mから15m程)、その土壌特性を生かして、ナスやトマトの施設型農業をはじめとした畑作や果樹の観光農業が、これらの地区では行われています。また、花き生産については、経営者による地道な経営努力によって生産額の増加が見られます。

しかし、農家数・農業就業人口・農業面積・農業粗生産額は、年々減少するとともに、農業経営の困難さから農業離れが進み、また農地転用も進んでいます。

魅力ある農業を継承していくために、経営規模を拡大させることによる生産性の向上や、地域農業生産の中心的な担い手づくりが必要です。並行して、環境や健康に配慮した付加価値の高い農産物の生産や、農業者による加工・販売への取り組み(6次産業化)による農業の振興が急がれます。

春日部にある【もの】 地域の農産物、加工食品、技術などの資源



6次産業化認定事業:
「米作、ブルーベリーの摘み取り販売、ブルーベリージャムの販売」(2012年6月1日認定)
・農業者:野口農園
・(米作、果樹作農業)
・ブルーベリーの加工品であるジャムを開発し、道の駅(庄和)や直売所へ直接販売、パン屋、ケーキ屋へ卸し販売をする。将来軌道に乗れば、アイスクリーム、クレープ、パンなどの開発にチャレンジする予定。

農工商連携事業:
「春日部甘熟梨」を加工した梨あんを使い、梨の食感と風味が楽しめる和菓子商品群の開発・販売(2010年2月10日認定)
春日部産の梨を使用「梨あん」を開発し、それをベースにした和菓子商品群を製造、販売を展開。
・連携体構成メンバー
・中小企業者: (有)ちぐさ(飲食料点小売業)
・農林漁業者: 大塚果樹園(農業)
・連携参加者: 春日部市梨組合、春日部商工会議所、お菓子の家スワン
・サポート機関等: さいたま商工会議所、地域活性化支援事務局

農工商連携事業:
庄和黒豆のブランド化推進事業(2009年3月19日認定)
・地域の農業者が栽培した黒豆を、地域の食品加工業者で商品化し、道の駅で販売
・黒豆オーナーシップ制度により、一般消費者を巻き込んだ生産活動を実施
・連携体構成者
・中小企業者:(株)道の駅庄和
・農林漁業者:中村清(農業)
・連携参加者:庄和商工会、(株)ヨシダ(小売業)、(株)栄和(飲食店)、(有)遠藤商事/(株)下田食品/富沢志津子(食料品製造業)
・サポート機関等: 埼玉県商工会連合会、地域活性化支援事務局
・商品:「本醸造黒豆焼酎」、「本醸造黒豆みそ」「大風みそ」、「黒豆まんじゅう」、「黒豆茶」、「黒豆ロール」、「黒豆ケーキ」、「黒豆パイ」、「黒豆ゼリー」、「黒豆寒」、「黒豆の煮豆」など



首都圏のベッドタウンとして知られる春日部市ですが、旧春日部市と旧庄和町の合併によって、都市地域の周辺に広い農村地域をもつ、利便性と緑の環境のバランスのとれたまちになりました。その春日部には、地域に根付いた農と食の豊富な地域資源があります。

春日部にある【こと】

地域にある自然、歴史、文化、観光スポットや、地域の【もの】の魅力をもめるような物語性や由来など

<位置>
都心に近い交通の要衝

<イベント>
藤まつり
大風あげ祭り
春日部夏まつり
大風花火大会

庄和の大風あげ祭り

<緑>
牛島の藤
藤通り
水路沿いの桜並木
ハス

内牧貢献のハス

牛島の藤

<景観>
川のあるまち
田園風景

<歴史>
日光街道
宿場町の伝統と商店街
桐の伝統工芸品

トマトのシャーベット
(農産物紹介事業より)

<施策>
6次産業化事業認定
農工商連携事業認定
地域資源事業
農産物紹介事業

春日部の【ひと】 地域内の事業者や組織など

販売

農産物直売所「はくれん」

道の駅 庄和

西武ララガーデンイオン
イトーヨーカドー

「四季の里うちまき」直売所

多くの飲食店・菓子店

多くの小売店
スーパー・生協・ショッピングセンター

南彩農業協同組合	春日部市農業団体連合会	春日部商工会議所 庄和商工会
埼玉みずほ農業協同組合	産直の里内牧協議会 春日部農産物直売協議会 はくれん	春日部市観光協会
東武鉄道	春日部市梨組合	各地商店街組合
春日部市役所	庄和ホンモロコ組合	さいたま農村女性アドバイザー
春日部農林振興センター 農業支援部	土と生きる庄和の女性 トマトクラブ	共栄大学

2 地域の農と食の更なる発展へのみちすじ

春日部市では、地元農産物を使った加工食品や直売活動も盛んです。しかし、現時点では、他地域に認知される地域ブランドと呼べるような食ブランドは確立できておらず、農業者の所得向上を実感できるまでの成功には至っておりません。

しかし、春日部市の食市場はまだ開拓の余地が大きく、他地域に比べその開拓の余地は大きく、可能性に恵まれています。周辺人口は多く、販売の場や飲食店も豊富です。

今後は、人口高齢化に伴う新しいニーズをうまく取り込んだ商品開発と販路開拓を一層強化することで、既にある既存の特産品や加工品をブラッシュアップし、高い付加価値の提供を行うことを目指し、知名度やブランドイメージを向上するとともに、販売量を増やすことが課題です。

最終的には、農業が地域に溶け込んだ持続的に支えらえる仕組みを目標としていくのが良いでしょう。

農産物の多様性の反面、個々のイメージが薄れてしまい、地域No.1となるような食の特産品や名物がなく、農産物や加工品はブランド化・高付加価値化が不十分です。観光資源はあるものも「農」や「食」との相乗効果が得られていません。農分野・商工分野それぞれに地域活性化の取り組みが行われており連携が不十分です。

課題と可能性

[課題]

- 特産品の知名度向上、ブランドイメージの確立
- 高付加価値化
- 販売量の拡大

[可能性]

- 周辺人口多い
- 健康・安心の意識の高まり
- 販売の場や飲食店が多い

春日部市域では、多様な農産物が生産されており、種類・生産量ともに県内でも有数です。すでに産直活動(内牧地区、庄和地区)や、地元ブランドの加工品(農商工連携)も活発です。それらを推進・支援している、市・県や生産者団体(JA、組合)組織も充実しています。

現在まで

[成果]

- 農業者の組合による特産品・産地作り、産直活動
- 農商工連携の成功事例・経験
- 農業者と食品需要事業者、大学との連携による食文化の掘り起し

[問題点]

- 活動が農業の所得向上に、まだ結び付いていない
- 農産物や加工品の知名度が低い

春日部市は都市と農村の設定にあり、地産地消の安定した需要が見込めます。都市部では、人口の高齢化や地域商業の空洞化といった課題があり、その解決策の一つとして食・農による地域活性化が期待されています。周辺地域に、競争相手となる有名な食・農の産地や特産品はなく、ブランドづくりによって周辺地域からの集客も期待できます。潜在的な販売や飲食の場も豊富にあり、連携できる行政や大学、商工業者もあります。

6次産業化の推進戦略

農産物の拡販方法としては、生鮮での販売、最終製品として消費者に販売、1次加工/2次加工品として、加工業者・給食業者・飲食店に販売、3つのパターンがあります。春日部市では、従来より広く行われてきた、野菜、果樹、ホンモロコ等の直売活(生鮮販売)に加えて、農商工連携や6次産業化による加工品開発や道の駅等での直売に取り組んでいます。今後は、既存の商品や販売の仕方を磨き上げることが必要です。

6次産業化の推進

これから

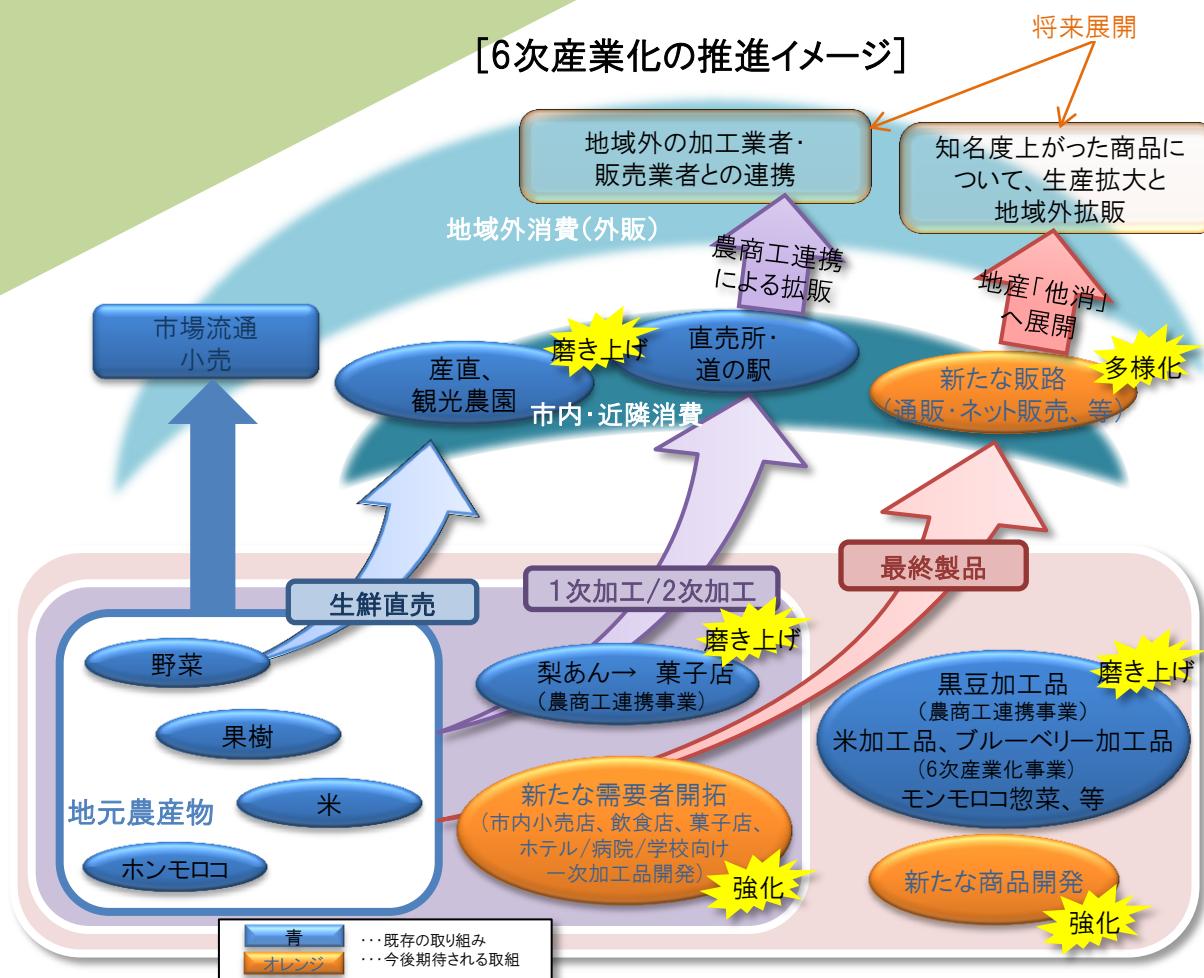
- 既存特産品の磨き上げ(ブランド強化)
- 地元農産物の販売の場づくり(地産地消強化)
- 一般市民の農・食サポーターづくり

目標

- 農業活性化と農家後継者の増加
- 農と食を通して地域住民の誇りづくり
- 一般市民や商工業者に農が溶け込んだ生活

農業が地域に溶け込み持続的に支えられる仕組み

[6次産業化の推進イメージ]



3 地域の6次産業化にむけての提言

春日部市の農業を発展させるために、前項のような現状と今後の方向性を踏まえて、以下のような地域戦略の推進が望まれます。

新商品開発・加工分野

～ 「農」のリードで春日部の「食」をブランド化しよう ～

春日部市には、既に数多くの地域農産物を活用した、加工品開発や産直直売活動が行われています。今後は、これらの「地域ブランドの種」と言える既存商品を磨き上げ、農業者が相応の収益を得られるようにします。春日部には、近隣に小売店、飲食店、需要者(加工業者、飲食店、給食業者など)が多く、それらを巻き込んだ商品開発を行いやすい環境にあり、顧客や需要者のニーズをうまく取り込むことで、まずは「数は少なくとも高く売れる地域オンリーワン商品づくり」に取り組み、地元で広く受け入れられる商品に育ったら、生産技術や製造技術、マーケティングに投資を行います。一般卸売・小売の流通に乗せられる生産ロットの確保や低コスト化を進め、周辺地域をはじめとした他地域にも販路を広げていきます。最終的には、春日部の知名度を広める地域ブランドに育てます。

(1) 新商品開発や既存加工品の磨き上げ

・ブランド化に向けての商品の品質イメージを高めます。食品の品質や機能性を客観的に訴えたり、パッケージや販売方法を工夫します。
・商品のストーリー性を強化(在来種や歴史、栽培方法のこだわりなど)して、本物感を訴えます。

(2) 需要者や販売者との商品共同企画

・消費者・需要者(加工業者、飲食店など)、販売者などのフィードバックを取り入れ、商品を改良します。
・地元の飲食店で、地元食材を使ったメニューの提供を働きかけ、地域住民が、春日部の農産物に触れる機会を増やします。

販売分野

～ 地域の力を借りて春日部の農と食を体験する場を増やそう ～

一般市民の多くにとって、埼玉や春日部＝おいしく高品質の農産物、というイメージは薄いでしょう。米にしても野菜にしても果樹にしても地方の有名産地のものが良いと感じている人々が多数です。そういった先入観を変えるには、身近に高品質な農産物にこだわって生産している農業者がいることを知ってもらったり、地元ならではの朝どりの野菜や完熟の果実のおいしさを実感してもらうことが必要です。

更に、市民に農体験と合わせて農産物を購入・商品してもらうことで、より一層おいしく味わってもらうことができ、「春日部でしか味わえない」食の体験をしてもらいます。

(3) 産直、直売方法の磨き上げ

・農体験や農業者とのコミュニケーションとセットで農産物を販売・提供することで、「春日部でしか味わえない」美味しい食の体験を提供します。



(4) 地元販路の多様化

・地域コミュニティに入り込んだ、販売促進やPRを兼ねた、交流型の販売活動を強化します。
・販売活動に地域住民を巻き込むことで、継続的に実施できる仕組みにします。

コミュニティ 分野

～ 将来に渡って地域の農を支えてくれるファンを作ろう ～

10年後、20年後に地域の農業を、農家の後継者と共に支えてくれるコミュニティを作ります。

(5) 一般市民の農・食サポーターづくり

・市民の生活の中に「農」に触れる機会を増やして、市民の健康、身近な楽しみの場を作り、市民の生活に潤いを増やします。
・食育活動に力を入れることで、10年後、20年後の顧客の成に力を入れます。



6次産業化の支援施策の活用

6次産業化総合化事業計画に認定されると、テストマーケティングのための試作品開発やイベント出展のための助成を受けられる場合があります。また商品コンセプトや販売先の固まった製品の農産物加工のための設備導入に対しての助成や融資の優遇なども利用できます。また、加工品開発や直売の取り組みを行うために、6次産業化総合化事業計画の認定を目指す農業者には、都道府県に設置された6次産業化サポートセンターから、専門家(6次産業化プランナー/ボランティアプランナー)などの派遣や助言を得ることができます。

ポイント: マーケティング主導の商品開発を行います

・現在の加工品は、おいしくても、価格が高すぎたり、販売の場や方法が適切でなかったりするケースがあるようです。開発予定の商品が、どのような顧客層に、どれくらいの価格で販売できるのかを当初から想定し、その目標にあった製造原価で商品が作れるよう、量をまとめて加工したりします。販売の場所も想定顧客が立ち寄りやすい最適な場所を選びます。小売店に、企画段階から商品の共同開発を持ちかけ、どのような形態の商品が顧客に売れるのか、店が売やすいのか、を聞き取りながら開発します。

ポイント: 有望な農産物について、ブランドづくりに取り組みます

・一定の品質基準を持った農産物について特定の名称を使えるように管理します(例:春日部甘熟梨)。統一ロゴなどを作成し、農産物や加工品にシールで張るように徹底します。出荷する農産物や加工品には、ブランドの意味や歴史や、問い合わせ先などを掲載した小チラシを入れるようにします。個々の農業者が取り組むのではなく、地域や組合での取り組みとし、全体の市場のバイを大きくするように、協力しあって実施します。

商品アイデアの例: 「春日部ドライフルーツ アソート」

・特定のフルーツの産地のイメージができていない、という春日部の弱みを逆に利用して、市内で採れる多様な果実を、少量個包装のセットで販売します。美容健康志向の女性に受けるようござい包装にし、仕事の合間に毎日違った味が楽しめるおやつとして、ショッピングセンターなどで販売します。同様なコンセプトで、ジャムの詰め合わせなども考えられます。

事業アイデアの例: 市の「農産物紹介事業」の活用

・発案された数多くのレシピの中から有望なものについて、レシピ開発者と協力して、商品化に取り組みます。市が仲立ちをして、応募した事業者以外の第3の飲食店なども参加してもらい、地元グルメ化として広い展開に取り組んでもらいます。

事業アイデアの例: 野菜・フルーツの一次加工品の開発

・飲食店や加工業者と連携しながら、業務用加工品(皮むき、ペースト、乾燥野菜など)の需要開拓を行い、製品化を検討します。これら加工品についても、原料の品質にはこだわり、安価な輸入品や地方産地品に対する差別化が必要です(品質面、食味面、安全面など)。

事業アイデアの例: 農家レストランを運営

・地元の農産物を手軽に味わってもらえる場所を作ります。宣伝や食の体験の場を提供する、食のアンテナショップとして機能させます。農家や地元の主婦などが共同で調理・提供を行う形が、取り組みやすいと思われます。
・農家のおばあちゃんたちにレシピを教えてもらうことで、伝統の味を受け継ぐ場にもなります。
・観光農園や直売農園の近辺にして来園時に立ち寄りてもらったり、商店街の空き店舗などを使って低コストで出店します。

ポイント: 産直活動を磨き上げ、強化します

・産直の里内牧やホンモロコの里庄和に、地元ファミリー層や団塊世代を更に積極的に呼び込み、体験型観光として、定着させます。観光農園や直売所を観光拠点として宣伝してもらいます。
・「春日部フルーツライン」など、産直めぐりの道路に愛称をつけて、マスコミや雑誌などが観光ルートとして取り上げやすくなります。旅行雑誌(るぶなど)やミニコミ誌などに記事の掲載を働きかけます。
・産直案内所を設置し、直売購入や観光農園への問い合わせをまとめて受けられる窓口を作ります。産直カレンダーや産直・直売所マップを作成します。国道16号や4号線など主要国道に誘導看板を設置します

ポイント: 直売所を販促・交流拠点として活用します

・主に販売の場として使われている直売所を、地域の農・食情報の発信や交流の拠点として積極的に活用します。
・販売促進情報やイベント情報を発信します。直売所への来場者に産直マップや農産物カレンダーを配布します。

販売アイデアの例: 「大規模団地での朝どり野菜市」

・新鮮な朝どり野菜、季節の旬のフルーツなど、地元ならではの味を中心に販売します。日を決めて定期的に開催(例、第4土曜日の朝、など)し、広告などを活用するのがよいでしょう。
地元の商店街や町内会に、店舗運営や販売員などの協力を得ることができると、運営が容易になるうえに、地元の参加意識が高まり、集客にも効果があります。

ポイント: 市民農園の利用者との交流を深めます

・市民農園利用者に対して、栽培指導などを通して、農業者が農園利用者との交流を図ることで、地域農業のサポーターを育成します。

ポイント: 教育機関や地域子育て支援機関との連携を深めます

・共栄大学や近隣の大学などに協力を得、市場調査の協力を得たり、新商品開発のヒントをもらったりします。
・市内小中学校や幼稚園・保育園、子育て支援施設などで、給食用食材の提供にあわせて、食育教室の実施や農業体験の受け入れを行います。子供に地元農産物への親しみを持ってもらうとともに、若い保護者(母親)に対して、地元産品の認知度を上げます。

ポイント: 商工会議所、観光協会との連携を強化します

・商工会議所会員店舗や事業者へ、商品開発への協力や、店頭での販売・提供に協力を募ります。
・地元の観光イベントに積極的に出展してもらうとともに、農産物や加工品の知名度向上に取り組みます。
・商工会議所や観光協会が勤める地元グルメに、地元農産物の採用を働きかけます。
・地域活性化関連事業と連携し、各組織と共同での商品やサービスの開発を進めます(古代米、春日部やきそば、商店街活性化など)。

サポーターづくりのアイデアの例: 「『春日部の新鮮産直』会員リストの作成・活用」

・観光農園や直売の来訪者と、農産物直売所・道の駅の利用者と、農業祭などのイベントへの参加者の顧客層は、かなり重なっているものと考えられます。それぞれの来訪者の住所やメールアドレスを集め、「春日部の新鮮産直」の顧客リストを作って、統一して情報発信します。内容は、観光農園の案内や加工品の販促、農業体験の案内や、こだわり農産物のコラム記事など、いろいろなものが考えられます。こうすることで、一人の顧客がいろいろな場所で春日部農産物を購入するようになり、相乗効果があらわれます。農家は顧客情報の管理や販促情報の発信が楽になりますし、消費者は多様な産直のおいしいもの情報が一か所でまとめて得られるので、双方にメリットがあります。将来的には、この顧客リストをもとに、春日部の農業サポーターの育成、組織化に発展させていける可能性があります。