

もりおかの食と農バリューアップ推進戦略

盛岡市は、農業と第2次及び第3次産業との連携を強化しながら、盛岡産農畜産物の高付加価値化と販路拡大を推進し、更なる認知度向上や利用促進・消費拡大を図ることで、農家所得の向上(儲かる農業)や食関連産業の活性化を目指すため、「もりおかの食と農バリューアップ推進戦略」を策定しました。

■戦略の期間

平成29年度から平成31年度まで

■戦略の位置づけ

本戦略は、本市の農業施策全般の方向を示す「農業経営基盤の強化の促進に関する基本構想」(平成27年度改訂)及び「盛岡農業振興地域整備計画」(平成29年度改訂)との整合を図ることとします。

もりおかの食と農の現状と課題

平成29年度もりおかの食と農バリューアップ推進事業内で行った生産者・事業者・消費者への各種調査結果や、もりおかの食と農バリューアップ推進円卓会議における議論等の結果から本市の食と農の課題は次の4点です。

課題1

盛岡産農畜産物の認知度向上

課題3

盛岡市が「食と農」のまちというイメージの確立

課題2

作る側と売る側の交流と連携の促進

課題4

使う側のニーズと生産状況を踏まえた戦略的な事業展開

もりおかの食と農の将来像

みんなでバリューアップ!
私たちのまち 盛岡の食と農

生産者のみならず、食産業に関わる事業者、市民等が一体となり、盛岡産農畜産物への理解を通じて消費や利用を拡大することで、本市の「食と農」の価値を認め合う関係性を築いていきます。

そのことによって、盛岡市内の様々な主体が、誇りを持って本市の「食と農」を発信することで、市内外から多くの人が集うまちを目指します。

戦略に基づき関係する様々な主体と連携しながら各種事業に取り組んでいく中で、実現していきたいことを3つの段階(フェーズ)で定めています。



フェーズ1

消費者・事業者の認知度アップから消費拡大へ



フェーズ2

「食と農」でもりおかの魅力向上へ



フェーズ3

盛岡への来訪者・新規就農者・食に関わる担い手の増加へ



1. 生産者

誇りを持って農業生産に取り組み、品質改善や異業種連携等による新たな商品・サービスの開発・提供といった取組に着手することで、売上や所得の向上を実現している。



2. 事業者

盛岡産農畜産物を自社の事業推進のために積極的に活用し収益を確保できている。



3. 消費者

盛岡産農畜産物と、それを使った商品・メニュー等について、愛着を持って消費するとともに、市内外の人に推薦している。

戦略の方向性と4つのリーディングプロジェクト

本市の食と農のバリューアップを実現するために2つの戦略の方向性と、その2つから派生する4つのリーディングプロジェクトで戦略を展開します

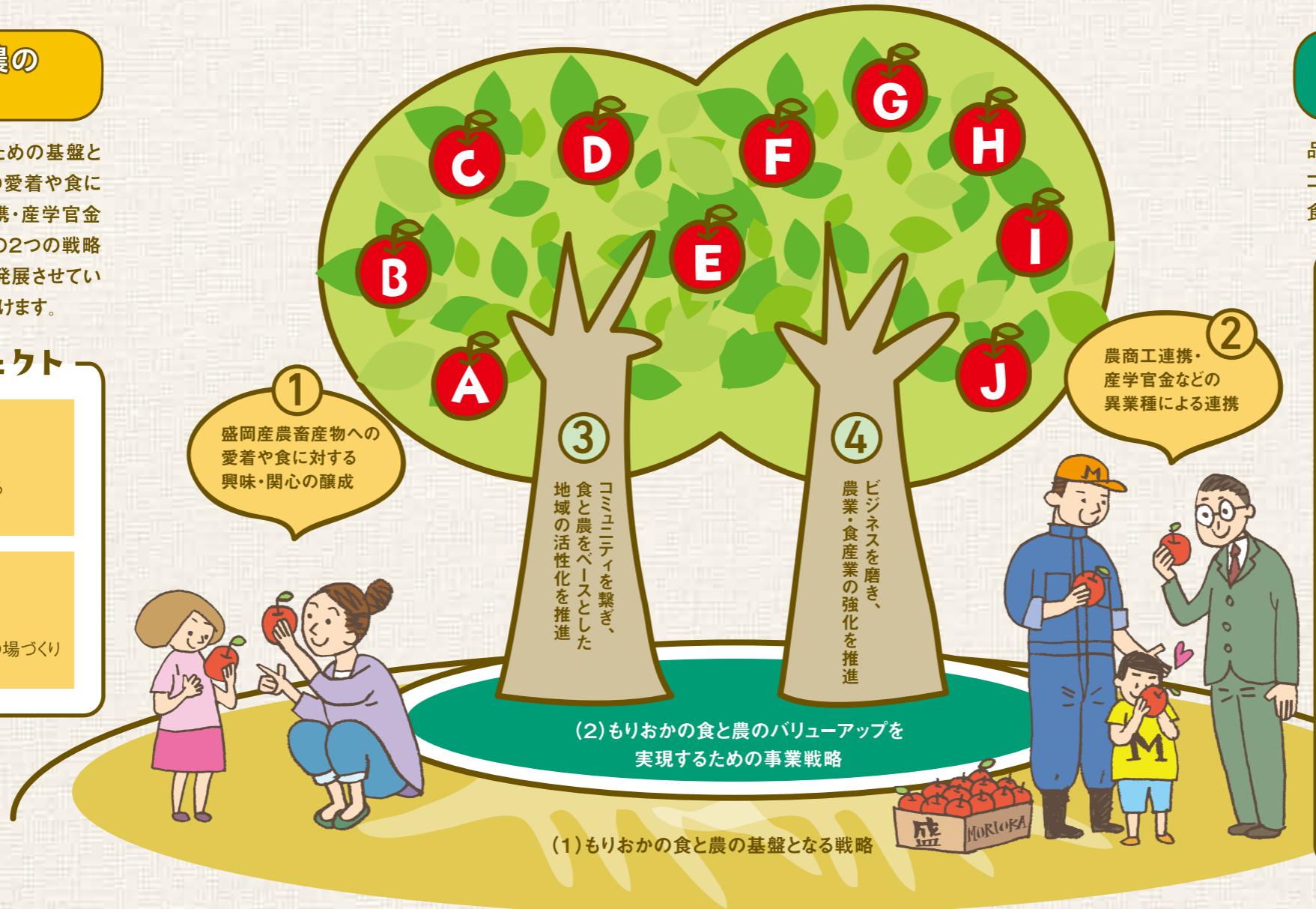
(1) もりおかの食と農の基盤となる戦略

もりおかの食と農をバリューアップするための基盤となる戦略として、①盛岡産農畜産物への愛着や食に対する興味・関心の醸成と②農商工連携・产学官金などの異業種による連携を掲げます。この2つの戦略は、盛岡の食と農を将来にわたり継承し発展させていくための様々な取組の土台として位置づけます。

リーディングプロジェクト

①盛岡産農畜産物への愛着や食に対する興味・関心の醸成
盛岡の食や農への興味・関心を高める機会の創出

②農商工連携・产学官金などの異業種による連携
生産者、事業者、消費者による交流の場づくり



(2) もりおかの食と農のバリューアップを実現するための事業戦略

品目や生産者の現状・課題に合わせて、③食と農をベースとしたコミュニティ同士の繋がりを活かした地域活性化の推進と④農業・食産業のビジネス強化の2つのプロジェクトを掲げます。

リーディングプロジェクト

③コミュニティを繋ぎ、食と農をベースとした地域の活性化を推進

モノ・コトづくり コミュニティの実態に即した6次産業化による商品・サービスの開発

人財育成 地域の魅力を発掘・発信しながら盛岡の食と農を支える人財の育成

流通強化 地域資源を活用した生産者の顔の見える流通の仕組みの構築

情報発信 市場を見極めた販売促進・魅力発信

④ビジネスを磨き、農業・食産業の強化を推進

モノ・コトづくり 品目の特長を活かしたブランド力のある商品開発

人財育成 ビジネス・経営の視点を持つ人財の育成

流通強化 大量・効率的な流通の仕組みの構築

情報発信 市場を見極めた販売・魅力発信

目標指標

本戦略では以下のような指標と目標値を設定し、取り組みます。

※収穫状況や社会情勢等により変更する可能性があります。

戦 略	指 標	現 状	目標数値
(1) もりおかの 食と農の 基盤となる戦略	盛岡産農畜産物の認知度が向上している(「盛岡産」が表記されている食品を見かけたことがある)	岩手県産及び盛岡市以外の岩手県内の産地よりも低い値 ・岩手県産61.5% ・岩手県内の他産地40.8% ・盛岡産35.3%(平成29年調査より)	50%以上
	新規就農者数	累計111人(市総合計画平成28年度)	121人
	認定新規就農者から認定農業者への移行率	80%(4/5人)(平成28年度)	100%

戦 略	指 標	現 状	目標数値
(2) もりおかの食と農の バリューアップを 実現するための 事業戦略	市がブランド化に取り組んできた品目を使った6次産業化商品の販売額	1,800万円(平成27年度)	2,700万円
	もりおかの食農プラットホームを通じて生まれた商品・サービス数	—	10件
	盛岡の美味しいもんアンバサダー認定事業者数	累計77者(平成29年度)	100者以上
	(仮)盛岡の美味しいもんサポーター認定者数 ※非農家や非食産業で、盛岡産農産物の消費・利用のほか、魅力発信や販売等に協力する市民・事業者等	—	50者
	商談会を通じた成約件数	参考:食材プロモーション事業で実施している「まちなか商談会」での成約件数 19件／年間(平成28年度)	30件／年間
	盛岡市産地直売所連合会加盟の産地直売所の年間利用者数	867,773人(平成28年度)	1,000,000人
	販売金額5,000万円以上の盛岡市産地直売所連合会加盟の産地直売所の割合	36%(平成28年度)	60%

もりおかの食と農バリューアップアクションプラン

本市の食と農のバリューアップを実現するために、基本戦略（方向性）を踏まえた次のアクションプランを実行します



食と農をきっかけにした
盛岡産農産物の魅力発信



目的
「盛岡産」の認知度向上⇒消費拡大

事業イメージ
1.もりおかの「食と農」のイメージを伝えるコンセプトの確立
2.「盛岡産」の魅力を消費者に伝えるツールの制作
3.「盛岡産」の魅力発信と、生産者・事業者・消費者のコミュニケーションを図るポータルサイトの構築・運用



盛岡の食と農を支える
生産・流通・消費の裾野の拡大



目的
1.「盛岡産」に対する理解・認知の向上による消費拡大
2.多様な人材の活用による「盛岡産」の魅力発信力の強化

事業イメージ
1.「盛岡産」の積極購入・利用を宣言する事業者や市民等を「盛岡の美味しいもんサポーター」として認定
2.「盛岡産」の魅力発信や流通・販売を行う協力者ネットワークの構築



異業種連携で応援!
6次産業化による盛岡産商品・サービスの開発・改良



目的
1.異業種連携による「盛岡産」の新たな価値づくり
2.生産と消費の現場の一体感の醸成

事業イメージ
1.「盛岡産」をキーワードにした、異業種連携による商品開発
2.共通目標のプロジェクトを通じた異業種が連携できる場づくり
3.新たな商品・サービスによる「盛岡産」の高付加価値化の推進
4.消費者・事業者のニーズを取り入れた6次産業化商品等の開発・改良支援



産地直売所等を中心とした
「盛岡産」が購入できる場づくり



目的
1.消費者と「盛岡産」の接点や購入できる場づくり
2.産地直売所の支援等から盛岡らしい流通の仕組みづくり

事業イメージ
1.「盛岡産」を購入できる・食べることができる場の創出による、消費者との接点の確立
2.生産者の6次産業化や「盛岡産」を応援する個人・事業者へのトライアルの場の提供



「盛岡産」の魅力を発信する
盛岡市民向けイベントの開催



目的
1.「盛岡産」の魅力発信とファンづくり
2.「盛岡産」を応援する機運の醸成

事業イメージ
「盛岡産」の旬の味覚と楽しみ方を市民に伝え、ファンになってもらうためのイベントの開催



「盛岡産」を継承し続ける
ための啓発活動



目的
盛岡の食材にふれあい、愛着を持つ市民の増加と次世代への継承

事業イメージ
「盛岡産」を次世代へ継承し、市民が愛着を持って地域の食材を活用してもらうための啓発活動の実施



「盛岡産」を選ぶ理由になる
生産基準明示の推進



目的
1.生産工程に係る客観性向上を通じた「盛岡産」の価値向上
2.消費者に選ばれる生産・提供基準の可視化

事業イメージ
「岩手県版GAP」の団体・グループ取得の支援



盛岡産農畜産物及び
取組のターゲットに即した
全国／世界を対象にした
プロモーション活動



目的
1.生産現場の理解促進と地域への愛着増進による消費者のファン化(固定客づくり)
2.盛岡の食と農をフックにした交流人口の拡大

事業イメージ
1.消費者が「盛岡産」の生産現場を確認し体験できる機会の提供によるファンづくり
2.消費者の声を取り入れることによる生産現場の改善や生産者のやりがいの創出



もりおかの食と農バリューアップ
推進戦略の効果測定調査



目的
1.戦略及びアクションの平成31年度末の効果検証
2.平成32年度以降の取組の方向性検討

事業イメージ
1.戦略の効果検証
2.取組の自走化に向けた戦略及びアクションプランの改善・見直し