



オール城陽で進める 1×2×3推進プラン
～6次産業化と農商工連携による新たな展開～



城 陽 市

ごあいさつ



本市は、ベッドタウンとして1960年代半ばから急速に発展してきましたが、平成8年に人口のピークを迎えた後、人口減少へと転じ、近年では、特に若年層の市外流出による労働力人口の減少と少子高齢化の進展など、本市を取り巻く環境は厳しさを増しています。また、グローバル化や情報通信技術の発展、AI・IoTの活用等のデータ社会の進展等により、我が国全体の経済社会が変遷する中、本市においても、このような最新の動向に対して時機を得た柔軟な対応が求められています。

本市では、新名神高速道路の全線開通やアウトレットモールの進出等、今後5年間に大きな進展が期待されている様々な大型プロジェクトの追い風の中で、更なる飛躍を目指し、今年度より、お茶（てん茶）や城州白を中心とした梅、イチジク、寺田イモ、花きなど、本市の高品質・高収益型の特産物を活かした6次産業化や農商工連携の推進に向けた取組を展開しています。これは、1次産業従事者と2次・3次産業従事者が連携し、今後の大きな環境変化の中で増加が見込まれる本市を訪れる方々への販売を企図したわがまちの特産物を活かした商品・サービスの開発や市のPR等の新たな取組を、昨今の社会情勢の変遷を踏まえつつ推進することを目的としたものです。

この計画は、この取組の一環として、市内の農業・商工業関係団体をはじめ、市外の行政機関及び農業・商工業者の支援団体、並びに市内外の農業者・商工業者からご意見をいただき、本市における今後の6次産業化・農商工連携の推進に向けた基本的な方針を示したものです。この計画に基づき、5年後、10年後、更にはその後に至るまで一層発展・飛躍する新たな城陽「NEW城陽」を目指し、総合的・計画的な取組を進めて参ります。

最後に、本計画の策定に当たり、様々な視点からご意見・ご議論をいただきました、「城陽市6次産業化推進協議会」の構成員及び「城陽市6次産業化・農商工連携推進検討会・交流会」等にご参加いただいた方々に対して、厚く御礼申し上げます。

令和元年（2019年）年5月 城陽市長 奥田 敏晴

目次

第1章 策定に当たって	
（1）背景と目的	1
（2）計画期間	2
（3）性質と位置付け	2
（4）構成	2
第2章 農業及び6次産業化・農商工連携の現状	
（1）農業の現状	3
（2）6次化等の現状	4
第3章 6次産業化・農商工連携に当たった課題と留意点	
（1）課題	7
（2）留意点	8
第4章 6次産業化・農商工連携の推進に向けた基本方針	
（1）本プランの推進により目指す本市の将来像	9
（2）3つの基本方針	9
第5章 期間中の成果指標	
期間中の成果指標	11
第6章 活用・振興を図るべき農産物とその方針	
（1）活用・振興を図る農産物の特徴・課題・展開	12
（2）各特産物の取組方針と具体例	19
第7章 目標実現に向けた施策・取組	
（1）本市において実施する施策・取組	21
（2）国・府等による施策・取組	26
（3）プランの推進と評価・検証のための取組	27
【資料編】	
I. 策定経過	30
II. 城陽市6次産業化推進協議会 委員名簿（五十音順）	31
III. 策定過程で出された主な意見等	32
IV. 農業の現状について	43

第1章 策定に当たって

(1) 背景と目的

本市は、平成8年に人口のピーク（85,533人）を迎えた後、減少に転じ、平成30年4月には75,421人にまで減少しています。また、顕著な生産年齢人口の減少により急速に高齢化が進展し、近年では高齢化率が30%を超えるなど、府内市町村平均と比べても高くなっています。これに伴い、農業における担い手・若手農業者の減少や耕作放棄地の増加、商工業における市内事業所及び出荷・販売額の減少など産業全体の活力の低下がみられる状況にあります。

一方で、昨今のサンフォルテ城陽や京都山城白坂テクノパークへの企業立地の進展の他、新名神高速道路の2023年の全線開通や東部丘陵地へのアウトレットモールの進出が見込まれていること等、大型プロジェクトの進展により、これまでのベッドタウンと田園環境が併存するまちから、仕事や観光・レジャー等で人が訪れる街「職（食）住遊学共存都市」へと飛躍・発展することが期待されています。また、本市は農産物の大産地ではない中でも、お茶（てん茶）、梅（城州白）、イチジク、寺田イモ、花しょうぶ等を中心とした花き類など、四季折々に高収益作物の生産が盛んであり、これらの作物のポテンシャルを最大限に生かした取組が求められています。

加えて、国では、「農業の成長産業化」や「攻めの農業」に向けた政策転換の中で、平成20年以降、農商工連携の取組の促進を目的とした「農商工連携促進法」や、6次産業化の取組を推進するための「6次産業化・地産地消法」を制定し、6次産業化及び農商工連携（以下、「6次化等」）の取組を積極的に推進しています。また、府においても、一般社団法人・京都府農業会議や公益社団法人・京都産業21等への専門部署の設置と専門家派遣に加え、6次化等に取り組む農業者・商工業者への各種の補助制度等により、6次化等をはじめとした農業ビジネスの推進を図っています。

以上より、本市のまちの在り方が大きな変遷を迎えている、今まさにこのタイミングに、本市の知名度向上や特産物のPRに向けて有効な一つの方策である6次化等の取組の推進を図ることとしました。

このような本プラン策定の趣旨を踏まえ、最終目標を、今後の本市における大型プロジェクトによる交流人口の増加に伴う本市農産物の需要と販路拡大のチャンスをとらえ、6次化等の推進を通じて、本市の知名度及び特産物のブランド力・付加価値の向上、ひいては農業者及び商工業者の所得の向上を実現することに定めます。

(2) 計画期間

5年間（2019年度～2023年度）

本プランでは、5年後に予定されている新名神高速道路の全線開通やアウトレットモール進出等の大型プロジェクトによる交流人口の増加と特産物への需要の拡大を、本市農業及び産業の活性化につなげることが目的であることから、計画期間もそれらのプロジェクトに合わせ、2023年度までの5年間とします。

(3) 性質と位置付け

本プランは、本市における今後の各プロジェクトを農業者・商工業者の所得の向上につなげるという最終目標の実現のため、6次化等の推進に向けた基本方針や活用を図る農産物、関係者が連携して実施すべき具体的支援策・取組等を示すものです。この性質を踏まえ、本プランは、市内の全ての規模・業種の農業者・商工業者を対象とした総合的な計画ではなく、本市の農産物を活用した6次化等の取組を通じて、経営の大規模化や売上高の向上を目指す農業者・商工業者を対象としています。

また、このプランは、以下の本市の上位計画及び関連計画との整合性を踏まえ、推進を図ります。

【参考 本プランとの関連計画について】

○上位計画

- ・「第4次城陽市総合計画」（平成29年3月策定）

○関連計画

- ・「山背五里五里のまち 創生総合戦略」（平成27年12月策定）
- ・「京都城陽 産業かがやきビジョン」（平成30年8月策定）
- ・「第2次城陽市観光振興計画（平成29年3月策定）」

(4) 構成

本プランの構成は、第2章の本市農業等の現状分析及び第3章の課題整理に基づき、第4章で市としての6次化等の推進の基本方針を示し、第5章で、その方針ごとの成果指標を明記します。そして、第6章では、市内農業者・商工業者が主体となって利用・推進を図る本市特産物とそれを利用した取組の方向性・具体例を、第7章では、第4章の基本方針の推進と、第5章の成果指標達成に向け、第6章の農業者・商工業者による取組の促進のために関係機関と連携しつつ市において実施する施策や、活用を図るべき国・府等の支援策を記載しています。

第2章 農業及び6次産業化・農商工連携の現状

(1) 農業の現状 (出典及び詳細データは資料編の43ページ以降を参照)

①農家数 総農家数 568 戸 (内、販売農家 290 戸、自営農業者 456 人)

農業者数については、総農家数が 568 戸、その内販売農家 290 戸、自営農業者 456 人となっています。総農家数は府市ともに長期的に減少傾向にありますが、最近 15 年間の本市の減少率 (9.5%) は府平均の減少率 (38%) より低くなっています。

なお、本市の総世帯数に占める総農家数の割合は、府に比べて低くなっており、従事者数の観点からは、府平均よりも、全体に占める 1 次産業者の占める割合は低くなっています。

②農業法人数 市内の農業法人は 9 法人

市内で、法人形態で農業を営む事業者は 9 事業者となっています (平成 31 年 3 月時点)。近年は府市ともに農業法人の数は増加傾向にありますが、府に比べて、農業経営体に占める法人の割合は高くなっています。

③農業従事者の年齢構成 60 歳以上の農業従事者が全体の約 80%

農業従事者の年齢構成については、府市ともに 60 歳以上の農業従事者が全体の約 8 割を占めています。また、本市においては、府平均に比べて若手農業従事者の占める割合が高く、70 歳以上の割合が低くなっています。

④経営耕地面積 (販売農家) 1.0ha 未満の小規模農家が 70%を超える

販売農家の経営耕地面積については、府市ともに、0.5ha~1.0ha の販売農家の割合が最も高く、また、1.0ha 未満の小規模農家が 70%を超えています。ただし、府市ともに、1.0ha 以上の販売農家の割合は年々増加傾向にあります。

⑤販売金額規模 販売金額 50 万円未満が 50%弱

販売規模について、販売金額 50 万円未満の販売農家の販売農家全体に占める割合が、府平均で 60%強、市では 50%弱となっており、府に比べ、本市では販売金額の高い販売農家が全体に占める割合が高いことがわかります。このことから、府市ともに小規模農家が多い中で、府に比べて高収益農家の割合が高いと言えます。

⑥農産物算出額 「いも類」、「果実」、「花き」等の占める割合が高い

部門別に農産物算出額を見ると、府に比べて、「いも類」、「果実」、「花き」、「工芸農

作物」、「加工農産物」等、特色ある商品型作物の算出額全体に占める割合が高くなっており、本市の農業の特徴が現れていると言えます。

※本市の主要農産物の生産・流通等に関する基礎データは表 2 - 1 を参照。

(2) 6次化等の現状

本市の特産物を活用した、市内外の農業者・商工業者による6次化等の取組例は以下のとおりです。なお、これまでの6次化等の取組事例を表 2 - 2 にまとめています。

① 6次産業化及び農商工連携の状況

6次産業化については、本市には、「6次産業化・地産地消法」に基づく6次産業化の取組計画である「総合化事業計画」の認定を受けている農業者が二つあり、一つは、花きの生産に加え、加工や全国販売等を展開する農業法人、他方は、お茶の生産・加工の他、輸出等へ取り組んでいる農業法人です。

そのほか、市内の茶農業者から成る共同組合が、本市のてん茶のみを利用した抹茶を製造・販売している他、個々の事業者の取組として、イチジクや梅の農業者による加工品製造及び自己の事業所や市内直売所、百貨店等での販売、3次産業者による自己栽培農産物を利用した酒類製造等の事例があります。

農商工連携については、市内外の商工業者が、本市のお茶（てん茶）、イチジク及び梅等を使用した和洋菓子や、城州白を中心とした本市の梅を使用した梅干しや梅酒等を製造・販売している他、規格外のイチジクの利用に向けて、商工業者と連携して加工品の試作を実施する農業者もおられます。また、市内外に、本市の様々な農産物を用いた季節料理を提供する飲食店もあります。

② 直売・観光農園・特産物関係イベント等の状況

本市には、城陽旬菜市運営協議会が運営する「城陽旬菜市」及びJA京都やましろによる「五里五里市」の他、個々の農業者が設置する直売所があり、消費者にとっての地元食材の調達と生産者と消費者の触れ合いの拠点となっています。

観光農園としては、荒州地区のあらず観光いも掘り農園の他、個々の農業者・事業者により、茶摘み体験や観光農園事業が展開されています。

特産物関係イベントについては、従来から、生産者による消費者への呈茶等を通じたPRや茶文化の普及・啓発活動が行われています。また、2019年には、近畿1府2県と東海3県の茶品評会である関西茶業振興大会京都府大会（11月）が初めて本市で開催される他、複数のイチジク関連のイベントウィークである「イチジクフェスタ（仮）」が初開催されるなど、本市特産物のPRの好機となっています。

【表 2 - 1 本市主要農産物の状況】

農産物	種類・品種	生産（※）	出荷・流通	備考
お茶 (てん茶)	てん茶(さみどり、やぶきた、あさひ等)	<ul style="list-style-type: none"> 栽培面積 29.9ha 生産農家 22 戸 生産量(生葉) 200t 5月上～5月下 	<ul style="list-style-type: none"> 出荷量(荒茶) 33t 荒茶加工の後、茶問屋や茶市場へ出荷 茶問屋でブレンド 	<ul style="list-style-type: none"> ほとんどが専業 2017 年度全国茶品評会「てん茶の部」で産地賞獲得
梅	大梅(城州白、白加賀等)、小梅(オタフクダルマ等)	<ul style="list-style-type: none"> 栽培面積 19.3ha 生産農家 50 戸 生産量 90t (内城州白 50t) 5月下(小梅)～6月下(城州白) 	<ul style="list-style-type: none"> 出荷量 90t ⇒京阪神市場(小梅)、市内外の商工業者等(大梅) 主に J A 京都やましろより出荷 	<ul style="list-style-type: none"> 城州白は市内外からニーズが高い 城州白とその他で大きな価格差あり 生梅の他、御菓子や梅酒など多用途
イチジク	榊井ドーフィン、他	<ul style="list-style-type: none"> 栽培面積 20ha 生産農家 120 戸 生産量 440t 7月下～10月下 	<ul style="list-style-type: none"> 京都市場が中心 出荷量 430t 直売や市内外の飲食店との相対あり 	<ul style="list-style-type: none"> 日持ちしないため、当日出荷が原則 遠距離輸送が困難 規格外品が多く発生
寺田イモ	金時、紅はるか、他	<ul style="list-style-type: none"> 栽培面積 15ha 生産農家 50 戸 9月下～11 月上 	<ul style="list-style-type: none"> 市場出荷なし(相対取引、直売所、観光農園等で利用) 	<ul style="list-style-type: none"> 本市荒州地域で栽培される甘藷の通称 観光農園事業
花き	①花しょうぶ ②カキツバタ ③カラー ④ハス	<ul style="list-style-type: none"> 栽培面積 17.3ha 生産農家 42 戸 【内訳】 ①2.9ha、16 戸 ②4.2ha、11 戸 ③1.1ha、8 戸 ④9.1ha、7 戸 	<ul style="list-style-type: none"> 大阪市場が中心 独自販路を有している農業者もあり 	<ul style="list-style-type: none"> 食品でないこともあり、加工が困難(種子を除く)
その他	①トマト ②ねぎ ③なす ④だいこん、他	<ul style="list-style-type: none"> 面積、経営体数 ①2ha、28 ②不明、40 ③不明、32 ④2ha、51 	<ul style="list-style-type: none"> 市場出荷の他、市内直売所や農業者個人による直売あり 	<ul style="list-style-type: none"> 専業農家は少数 生産量増加に向けた生産振興の優先度は高い

※各品目の生産等に関するデータの出典

○お茶 平成 30 年度京都府茶業統計(本市回答値)

○イチジク及び梅の栽培面積 平成 30 年度特産果樹生産動態等調査(本市回答値)

○花き 平成 30 年産花き生産調査(本市回答値)

○その他の作物 平成 27 年度農林業センサス

なお、梅とイチジクの生産量・生産農家数及び寺田イモの各データは、関係者への聞き取りの推計値。

【表 2-2 本市における 6 次産業化・農商工連携の取組事例】

農産物	分類※	取組事例	参画者
お茶 (てん 茶)	6次化	茶農家(法人)による抹茶を中心とした茶関連商品の開発・製造と海外での販売等	農業者
	6次化	茶農家から成る組合による本市のてん茶葉100%の抹茶商品の開発・製造・販売	農業者組合
	連携	市内小学校での茶道教室、「城陽お茶の日」や「城陽茶まつり」等での市民への呈茶等	城陽市茶生産組合、城陽茶業青年団、城陽市茶華道連盟 等
	連携	市外洋菓子メーカーによる本市てん茶を配合した高級洋菓子の開発と販売	農業者、市外洋菓子メーカー、茶問屋
梅	6次化	梅製品業者による自身の生産梅も活用しつつ、研究機関等も巻き込んだ梅商品の開発	農業者、梅製造業者、社会福祉法人、大学
	6次化	梅農家による自身の生産梅を利用した加工品の開発・製造と直売所等での販売	農業者、城陽旬菜市、城陽市観光協会(梅の郷事務局)
	連携	酒造業者による農業者団体と連携した城州白の梅酒等の醸造と国内外での販売	農業者、JA京都やましろ、酒造業者
	連携	梅製品メーカーによる城州白による梅商品の開発・製造と京都市内の繁華街での販売	農業者、JA京都やましろ、梅製品メーカー
	連携	市外大手酒造メーカーによる等を使用したご当地梅チューハイの開発・販売	農業者、JA京都やましろ、市外酒造メーカー
イチジク	6次化	イチジク農家によるドライイチジクやイチジクスイーツ等の開発・製造・販売	農業者、市外菓子加工業者、百貨店
	6次化	イチジク農家によるイチジクジャムの製造・販売及び学校給食への提供	農業者、城陽旬菜市、城陽市学校給食センター
	連携	料亭等による農家との契約栽培等を通じたイチジクを利用した料理の開発・提供	農業者、市内飲食店
	連携	ベーカリーによる農家と連携したイチジクジャム等の開発・販売(プロジェクト企画)	農業者、ベーカリー、城陽商工会議所
	連携	イチジク農家と商工業者が連携したイチジクジェラートの開発	農業者、JA京都やましろ、ベーカリー、城陽商工会議所
寺田 イモ	連携	市内の学校給食での寺田イモを活用したメニューの開発・提供	農業者、城陽市学校給食センター
	連携	寺田イモを活用した創作パンの開発(城陽商工会議所のプロジェクト)	農業者、ベーカリー、城陽商工会議所
花き	6次化	水生植物メーカーによる花きの生産やハスの実を利用した加工品等の開発、全国販売	水生植物メーカー

※農業者単独の取組は「6次化」、農業者と商工業者等が連携した取組には「連携」と記載。

第3章 6次産業化・農商工連携に当たっての課題と留意点

(1) 課題

① 交流人口の増加を市の活性化につなげる商品・サービスが少ない

サンフォルテ城陽等への企業立地やアウトレットモールの進出等により増加する交流人口を、本市特産物の付加価値向上と農業者及び商工業者等の所得向上につなげることで、併せて、新名神高速道路の全線開通等により増加する市の通過者を交流人口へと変えることが、今後の本市の活性化に向けて極めて重要となっています。しかしながら、現状で、本市への来訪者に対して訴求効果のある特産物を活用した商品・サービスは限られており、交流人口の拡大による本市農産物への需要・販路拡大のチャンスを逃しかねない状況です。

そのため、大型プロジェクトにより今後増加する本市への交流人口に対する販売を企図した商品や、本市への訪問者が、それを目的に市内各地を周遊し、購入・消費をするような訴求効果のあるサービスを開発する必要があります。

② 6次産業化・農商工連携のノウハウを学ぶ機会が少ない

一般的に、農業者・商工業者が大規模な6次化等の取組を開始するには何らかのきっかけが必要となりますが、現状、その一つのきっかけとなる、ノウハウの習得や異業種交流の機会等が多くはありません。そのため、第2章に記載のとおり、個別の小規模な取組が中心であり、大規模な6次化等を展開する農業者・商工業者や、地域が一体となった多様な関係者が連携した取組が少ない状況にあります。

これを踏まえ、農業者と商工業者のマッチングの促進やノウハウの習得支援、国・府・市の支援策の情報提供を通じた実践者の掘り起こし等が求められます。

③ 農産物の供給制約

本市は、32.71km²の狭小な市域の約70%を森林が占め、また、これまでベッドタウンとして発展してきたことから宅地面積も大きく、必然的に農地面積が限定されるため、農産物の大量生産及び大量供給が困難となっています。

これを踏まえ、6次化等の取組に当たっては、ターゲットを定めた商品開発・販売戦略と、効果的なPR・ブランディング等による高付加価値化が重要となります。

④ 6次産業化・農商工連携のための大規模投資が可能な農業者が少ない

府平均に比べて販売金額の大きな販売農家が総販売農家に占める割合は高いものの、耕作面積等の面では小規模農業者が多く、経営の多角化や生産現場へのI o T活用等の先進的なI C T技術の導入を含めた新たな農業・事業展開に向けた投資が可能な大規模な農業事業体が少ない状況にあります。

これを踏まえ、若手農業者を中心に、積極的に事業拡大やI C T技術の導入を図る農業者を掘り起こし、また、それらの農業者の農業法人の設立や商工業者と連携した規模拡大等の取組に対して重点支援を行うことが重要となります。

(2) 留意点

今後、本市において6次化等の取組を推進する上での留意事項は以下の通りです。

①「マーケットイン」の発想に基づく商品差別化

海外からの廉価品が市場に溢れ、また、日々数多くの加工品が誕生する中、「既存の農産物から何を作るか」ではなく、「消費者・マーケットが価値を見出す商品は何か」という観点からの商品開発・商品差別化が重要であり、このためには、マーケット調査やSNS等を通じたPR・話題作り等が求められます。また、生産面において、マーケットが求める品種や加工適正のある品種への改良等も有効な取組の一つとなります。

②各農産物の生産基盤等の違いを踏まえた取組や支援

6次化等の取組を成功させるためには、各農産物・又は各農業者における、生産量・品質・栽培技術等の生産基盤が整備されていること必須であり、生産基盤が未整備の段階での加工・販売等への進出は6次化等の取組の失敗要因となる可能性があります。

そのため、全ての農産物において取組を同等に進めるのではなく、生産基盤が整っている農産物に重点を置いて6次化の取組の推進を図り、その他の農産物は、生産振興を優先して振興を図ることが重要となります。

③従来までの6次産業化の概念からの変化

1次産業者単独で2次・3次産業の全てを統合し、生産から販売に至る一連の全事業を展開するという従来までの6次産業化の取組の困難性を踏まえ、近年では、農業者・商工業者間のみならず、自治体・地域団体・支援機関・大学等の研究機関が協力・連携した取組が求められています。また、6次産業化の取組を、加工・販売等のみならず、生産者自らによる農産物のPRや農業をテーマとした体験や観光農園、農家民泊など、地域の歴史・文化・自然資源を活かした多様な取組と捉えることが重要です。

第4章 6次産業化・農商工連携の推進に向けた基本方針

(1) 本プランの推進により目指す本市の将来像

第1章のプラン策定の背景・目的や第3章の課題選定を踏まえ、本プランの推進を通じて実現を目指す本市の将来像を以下の通り定めます。

目指す将来像

オール城陽で進める 1×2×3推進プラン ～6次産業化と農商工連携による新たな展開～

コンセプト

市や農業・商工業に関わる関係者・団体が協力・連携しつつ、国・府を初めとした市外の関係団体・機関の支援も得て「オール城陽」の支援体制を構築し、市内外の1次・2次・3次産業従事者による6次産業化・農商工連携等の本市農産物を利用した新たな事業展開を促進します。この将来像には、これらの取組を通じて、今後の本市の大型プロジェクトの追い風を活かした本市の更なる飛躍・発展を目指すという意図を込めています。

(2) 3つの基本方針

上記の将来像に基づき、交流人口の増加を本市特産物の付加価値の向上と農業者・商工業者の所得の向上につなげるという最終目標の達成に向け、本市における6次化等の推進の基本的な方向性として、以下の3点を掲げます。

基本方針1 新たな農業の展開と新商品・サービスの開発

- ① 農業者が主体となった、本市の特産物を活用した商品開発を促進する
- ② 農業者によるPR・消費促進活動や、周遊を促すサービスなどの新たな農業の展開を促進する
- ③ 商品開発等に当たっては、各々の特産物の特徴・特性を踏まえた柔軟なターゲット設定を

【解説】

第一に、①農業者が主体となった消費者・市場のニーズに応じた商品開発の取組に加え、生産現場へのIoTの活用等ICT産業を融合した先端農業の実現、②生産者（農業者）による特産物の消費者への直接のPR・消費促進活動、観光農園等の市内各地域への周遊を促すサービスの開発等、新たな農業の展開を促進します。

その際には、本市特産物の機能性や生産制約を踏まえた高所得者層・健康志向層をターゲットとしたお土産品の開発や、本市の地域資源を踏まえたファミリー層等を対象と

したサービスの開発など、③各々の特産物や商品の特徴・特性に応じたターゲット設定やPR戦略が重要となります。

なお、生産物の品質の維持・向上や食の安全・安心の担保が6次化等の取組の基盤・土台となっていることを念頭に、農業者の6次化等の取組を促します。

基本方針2 農業者と商工業者等の連携した取組の促進

- ② **農業者・商工業者・関係団体の協力・連携の下、互いのノウハウを活かした取組を促進する**
- ② **連携に当たっては、農業者・商工業者のWin-Winの関係の構築を目指す**
- ③ **一歩進んだ取組として、研究機関との共同研究や学校・地域団体等との連携・協力も**

【解説】

基本方針1の一方で、本市には小規模農家が多く、個々の農業者による2次・3次産業を統合した総合的な6次産業化の展開の可能性・継続性が低いことや、昨今の国における6次産業化の事業モデルの変化を踏まえ、①農業者と商工業者が協力・連携し、互いのノウハウを活かした新商品開発等の取組を促進するとともに、農産物の安定供給に向けた、農業・商工業の関係団体等が絡んだ取組を促進します。また、農産物の規格外品の有効利用や、マーケット・商工業者サイドが求める規格・品質の農産物の生産努力等による農産物自体の市場価値の向上など、②農業者・商工業者がWin-Winとなる関係の構築を目指します。

さらに、新商品の開発等に向けた農業者・商工業者の連携から一歩進んだ取組として、③多様な関係機関との連携・共同を目指し、大学・研究機関との共同研究や、小中学校・高等教育機関や地域団体等と協力した取組を促進します。

基本方針3 法人等の農業経営体設立の促進等を通じた実践者の確保

- ① **実践者の育成や生産規模の維持・拡大のため、法人化や集落営農団体等の設立を促進する**
- ② **営農の大規模化を希望する農業者等への法人化を支援**

【解説】

基本方針1及び2を推進するための基盤として、6次化等の実践者の確保・育成や農産物の生産量の維持・拡大が重要であることから、①営農の大規模化や経営能力向上のための法人や集落営農団体等の設立を促進します。なお、集落営農や法人化等を通じた営農の大規模化は、農業の担い手不足や耕作放棄地対策にもつながります。

本市の農業法人数は近年増加傾向にあり、また、府平均に比べて若手農業者が多く、比較的、法人化を希望する農業者は多いと考えられるため、②農業経営の法人化や営農拡大を目指す農業者の取組を重点的に支援します。

第5章 期間中の成果指標

第4章の3つの基本方針に基づき、第7章の施策の推進を通じて達成すべきプランの計画期間中の成果指標（目標）を、以下の通り定めます。

目標項目	現状値 (平成30年度当初)	目標値 (2023年度最終)
基本方針1 新たな農業の展開と新商品・サービスの開発		
新たに新商品・サービスの開発等に取り組む農業者・農業者団体数（※1）	—	5
「6次産業化・地産地消法」に基づく総合化事業計画の認定事業者数	2	5
6次産業化により新たに開発された新商品・サービス数（※2）	—	10
基本方針2 農業者と商工業者等の連携した取組の推進		
新たに新商品・サービスの開発等に連携して取り組む農業者・商工業者及び関係団体数（※1、3）	—	5
研究機関、地域団体及び学校等との連携・協力による取組数	1	5
農商工連携により新たに開発された新商品・サービス数（※2、3）	—	10
基本方針3 法人等の農業経営体設立の促進等を通じた実践者の確保		
市内の農業法人数（※4）	9	15
販売金額が700万円超の販売農家の割合（※5）	9%	15%

※1 市や「城陽市6次産業化推進協議会」構成機関等の支援等により、新規に取組を開始した農業者や商工業者及びその関係団体等をカウント。

※2 市や「城陽市6次産業化推進協議会」構成機関等の支援等により、新規に誕生した商品やサービスをカウント。実際に販売が行われたか否かは問わない。

※3 特定の品種・品質の農産物のための農業者・団体等との直接契約や商品の共同開発等、農業者と関係を構築した上で事業を実施している商工業者・団体又はそれにより開発された商品・サービスをカウント。

※4 市外にのみ農地を持つ市内農業者が法人を設立した場合、市外法人が市内に転入した場合又は市内に農地を所有した場合、市外農業者が市内の農地を所有し法人を設立した場合等を含む。

※5 農林業センサスの実施時期に合わせ、現状値を平成27年度実績とし、目標値は2025年度で設定。

第6章 活用・振興を図るべき農産物とその方針

第4章の基本方針の推進のために活用・振興を図る農産物の生産や流通における特徴・課題と、促進を図るべきそれらの農産物を活用した農業者・商工業者による6次化等の取組方針と新商品・サービスの具体例は以下の通りです。

(1) 活用・振興を図る農産物の特徴・課題・展開

①お茶(てん茶)

- 宇治抹茶の原材料である本市のお茶(てん茶)は、これまで何度も全国茶品評会等にて農林水産大臣賞や産地賞等の称号を獲得していることなど、その品質は高く評価されており、本市は高級茶の産地の一つとして知られています。また、新規就農者や若手農業者も比較的多く、生産の担い手の観点からも、生産基盤は整っているとと言えます。
- 茶農家による生産・収穫の後は、一般的に、一次加工された荒茶として茶商に卸され、仕立て茶へ二次加工された後に周辺市町村のお茶とブレンドされ、最終消費者には「宇治抹茶」として販売されます。このように、本市のお茶は中間原料であることから、一般的な農産物と比べ、サプライチェーンにおける特殊性があります。加えて、近隣の茶の産地との競合により差別化が困難であることなど、本市のお茶としてのPRには不利な側面もあることには留意が必要です。
- 上記の一般的な流通経路の他、本市のてん茶は、市内事業者の和洋菓子にはもちろん、市外の高級洋菓子メーカーの商品の原材料として使用されています。また、市内の茶農家の組合により、城陽産てん茶のみを利用した最高級抹茶が製造・販売されています。
- 加えて、城陽市茶生産組合や城陽茶業青年団等の市内関係団体が主体となった市内外への本市のお茶のPRや茶文化の普及・啓発に向けた取組、一部の茶農家による茶摘み体験等のサービスの提供など、商品開発や販路開拓以外の6次化等の取組が盛んにおこなわれています。また、木津川の堤防沿いには、平成28年度に日本遺産の一部に認定された茶園が広がっています。
- これらを踏まえ、本市のお茶を活用した商品・サービスの開発や、茶のPR・ブランド化と茶文化の普及等に向けた取組の促進を図ります。

②梅

- 本市の梅は、オタフクダルマ等の小梅と、白加賀や本市特産の城州白などの大梅に分類されます。中でも城州白は、厚い果肉や芳醇な香り等によりその品質が高く評価されており、加工・販売事業者等との取引において、他地域の梅に比べても高値で取引されていると言われていています。
- 城州白は一般市場には出回っておりませんが、従来から、J A京都やましる等を経由して市内の酒造メーカー等に卸され、城州白を使用した梅酒等が製造・販売されている他、市内の菓子メーカー等が、城州白を活用した商品を開発しています。加えて、個々の梅農家による、城州白による梅干しや梅関係商品が、直売所や各種販売イベント等で好評を博しています。
- 本プラン策定年である平成30年度には、新たに市内の梅製品メーカーによって、城州白を使用した高級な梅商品が開発され、京都市内の繁華街にて贈答品等として販売されています。また、全国規模の酒造メーカーにより、城州白を使用したチューハイが開発され、地域限定で販売されるなど、その需要は増加の一途をたどっています。そのため、農業者にとっては、安定生産による城州白を求める商工業者への安定供給により、採算面でのメリットを享受できる環境にあります。
- また、観光面では、本市の梅林は京都府内最大の梅林であり、毎年2月から3月にかけて開催される本市の一大イベントである「青谷梅林梅まつり」の会場となり、期間中は多くの観梅客で賑わいを見せるなど、本市の貴重な観光資源でもあります。
- 一方、昨今では、次代を担う若い農業者の減少や梅林の老朽化等により生産量が減少傾向にあり、城州白を求める市内外の商工業者等からの増産のニーズに応えるための生産量の維持・拡大が喫緊の課題となっています。特に、鹿を中心とした有害獣への対応や、接木技術の向上と暗黙知から形式知への転換等が重要となっています。
- 以上を踏まえ、加工・販売業者の期待に応えるための生産振興策に加え、城州白を中心とした梅のブランド力や価格向上の取組の促進を図ります。

③イチジク

- 柘井ドーフィンという品種が中心の本市のイチジクは、その品質への高い評価から関西一円ではそのブランドが一定確立されている他、アンチエイジングや美容効果等が期待されています。また、生産量も一定程度確保されており、6次化等

の取組のための生産基盤は整っているとと言えます。

- 生産・収穫されたイチジクは、主に、J A京都やましろを通じて京都市場へ出荷・販売される他、市内の直売所や農業者個人の直売所にて販売されています。また、J A京都やましろにより、数年前から東京・築地市場（現、豊洲市場）への出荷が行われ、東京の飲食店等から非常に好評を博しています。加えて、市としても、首都圏等での物産展や販売キャンペーン等でPR・販売促進活動を行っています。ただし、生食の足の速さや輸送の困難性等から、遠方への供給には限界があります。
- 加工・販売等においては、個々の農業者が、自身で生産したイチジクをドライ品や洋菓子に加工し、それを市内外の直売所や百貨店で販売したり、ジャムやペーストに加工し、学校給食等に提供しています。また、商工業者と連携し、従来からの懸案であった規格外のイチジクの有効活用に取り組もうとする農業者もいます。加えて、農業者との直接取引により、イチジクを利用した創作料理を提供する飲食店や和洋菓子を製造・販売する市内商工業者もおり、現在も、一定程度は加工用に利用されています。
- 一方で、生食の朝採り完熟イチジクに対する消費者からのニーズは根強く、生食そのままでも十分に採算がとれるほど、比較的高値で取引がされています。また、保有菌の高い耐熱性や高い水分含有量等の特徴から、本市のイチジクは加工には不適であるとも言われているため、生産量の大部分を加工用に回すことにはリスクが伴います。
- そのため、生食の生産振興・消費拡大策は継続しつつ、季節限定、極めて短期間の消費期限、大量の規格外品の発生等、生食の特性を考慮した6次化等の取組を進めます。また、イチジクの機能性に着目した取組を促進します。

④寺田イモ

- 寺田イモは、本市の荒州地域で栽培される甘藷（サツマイモ）の通称です。従来からその味は高く評価されていますが、生産量が限られていることなどから、J A京都やましろ等による共同出荷が行われておらず、大部分が個々の農業者による直売所での販売や相対により取引されているため、一般市場にはほとんど出回っておりません。
- 一方で、6次化等の取組として、一部の市内の飲食店における寺田イモを利用した料理の提供や城陽商工会議所によるプロジェクトでの商品開発の他、観光農園

として、農業者団体により、荒州地域において「あらず観光いも掘り農園」が運営されています。

- そのため、限られた生産量を踏まえ、現状の生産量の維持・拡大を図るとともに、上記の既存の6次化等の取組の拡充等を促進します。

⑤花き

- 本市の花きは、府平均に比べて生産が盛んであることを示す客観的なデータがあり、また、本市は花しょうぶの一大産地となっています。また、6次産業化の総合化事業計画の認定を受け、花きの生産・販売に加え、インターネットやホームセンターでの販売等を全国規模で行う農業法人があります。
- 花きは、一般的には非食用農産物に分類されますが、例えば、ハスの実には健康長寿等の効果があると言われていています。このため、6次化等の推進に当たっては、お茶やイチジク等の食用農産物とは異なった方策だけではなく、食用作物として、その効果を活かした取組等が求められます。
- そのため、健康ブーム等、少子高齢化で消費者ニーズが変化する中、これまでにない新たな視点からの加工品開発の取組等を併せて促進します。

⑥その他

- 本市では、上記農産物以外にも、個々の農業者がトマトやねぎ等の野菜を中心とした農産物を生産していますが、6次化等の取組を大規模に実践するために十分な生産量が確保されているとは言えない状況にあります。
- ただし、本市農業者の中には、トマト等の野菜類での事業拡大を目指している農業者も存在することや、野菜類への需要が底堅いこと等を踏まえ、その他の農産物を活用した6次化等の取組の推進も重要となります。
- そのため、これらの農産物については、生産振興に重点を置く中で、農業者・商工業者が連携した6次化等の取組を促進します。

お茶(てん茶)



← **【茶農家による茶商品の詰め合わせ】**

「総合化事業計画」の認定農家(法人)が、茶葉の生産から加工、販路確保・販売を総合的に実施している6次産業化による茶商品。贈答用でネットでも販売されている。

【茶農家による本市茶葉 100%抹茶】 →

全国茶品評会で何度も農林水産大臣賞を獲得している茶農家等により構成されている協同組合による抹茶。市内の茶商に加工を委託し、主に市内の直売所等で販売されている。



← **【「城陽茶まつり」での市民への呈茶】**

本市のお茶のPRと茶文化の普及・啓発のため、農業者団体等が直接、消費者への呈茶等を実施。毎年10月第3週の「城陽茶まつり」以外にも、様々なイベントにおいて呈茶や体験教室等を実施し、市内外への本市のお茶のPRに尽力している。



↓ **【てん茶の機能性の研究】**

府茶業研究所が、手摘みてん茶にアンチエイジング成分が多く含まれることを確認。写真は研究発表会の風景。

↓ **【市外洋菓子メーカーによる本市てん茶配合の洋菓子】**

主に市外で贈答品として季節限定で販売されている。洋菓子メーカーが本市の高品質な手摘みの一番茶に注目

していた中で、市内の茶商が本市お茶農家を紹介、商品化が実現。平成30年度の新商品。



梅

↓【市内酒造業者による梅サイダー】↓

原材料である城州白を中心とした梅の調達において、JA京都やましろと連携し、市内の酒造業者が開発・製造。店頭その他、本市観光協会や市内の小売店等で販売されている。



【市内酒造業者による梅酒】→

梅サイダーと同様、城州白等の梅の調達においてJA京都やましろと連携。

店頭・ネット販売の他、アジアを中心とした海外販売等も実施。国の農商工連携事例集で紹介されている。



【市内梅製品メーカーによる城州白による梅商品（梅干し・梅酒等）】→

JA京都やましろとの連携の下、厳選された城州白のみを原材料に使用した梅干しや梅酒等の梅商品。塩漬けや天日干し等、一粒ずつ自社工場の手間暇かけて製品化され、京都市内の繁華街等で贈答品として販売されている。



↓【市外酒造メーカーによる梅チューハイ】↓



全国規模の酒造メーカーがJA京都やましろと連携し、城州白等の本市の梅を利用し、ご当地チューハイシリーズの一つとして企画・開発。

昨年11月から、地域限定・数量限定で販売されている。

↓【市内梅製品業者による梅ケーキ】

府内大学との共同研究や市内の障がい者施設と連携しつつ、多数の梅商品を開発する梅製品業者による平成30年度の新商品の一つ。店頭やネット通販等で販売されている。



イチジク

↓【市内ベーカリーによるイチジクジャム】
 城陽商工会議所の「城陽夢実現プロジェクト」により開発され、期間限定で販売されている。イチジク以外にも、梅や寺田イモを使用したジャムも開発。原材料調達において、市内のイチジク農家と連携している。



↑【イチジク農家によるイチジク加工品】↓
 個人農家の企画・発案によるドライイチジク・主に市内外の直売所で販売されている。(上)
 その他、本人の企画により、委託製造等で様々なイチジクの新商品が開発されている。(下)



↓【イチジク農家によるイチジクジャム】
 本人所有の加工場で加工・製造されているイチジク農家によるイチジクジャム。



主に旬菜市等の市内の直売所で販売されている他、学校給食等へも提供されている。

↓【市内和菓子業者によるフィナンシェ】
 原材料の調達において市内イチジク農家と連携し、市内の和菓子メーカーが製造・販売。

季節を問わず、市内の店舗を中心に販売されている。



(2) 各特産物の取組方針と具体例

(1) の活用・振興を図る各特産物の特徴や課題等を踏まえ、農業者・商工業者が主体となって推進を図る各農産物の6次化等の取組方針や、開発を推進するそれらの農産物を利用した新商品・サービスの具体例は以下の通りです。

活用作物	取組方針	具体例(※)
お茶 (てん茶)	①てん茶の新たな飲み方や新商品・販売方法の開発	<ul style="list-style-type: none"> ・高級水出してん茶のペットボトル化 ・水出してん茶用のティーバックの開発 ・てん茶と石うすのセット販売
	②市内への周遊を促す仕組の構築	<ul style="list-style-type: none"> ・城陽産抹茶・てん茶やその加工品を提供する古民家を活用した「城陽茶カフェ」の設置・運営 ・本市のお茶商品を購入出来る店舗の設置や店舗網の拡大
	③市内外での本市てん茶のPR・ブランド力の向上や茶文化の普及・啓発	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者等が消費者へ生産現場の紹介や呈茶等を行うイベントの継続的な開催 ・抹茶スイーツを集めたイベントの開催 ・首都圏の物産展等への出展 ・市内外の菓子メーカー等と連携した「城陽茶」や「浜茶」等での本市てん茶のPR ・てん茶の効能・機能性の研究・解明
	④日本遺産の一部に登録されている木津川の茶園の有効活用	<ul style="list-style-type: none"> ・一般消費者向けの茶摘み体験茶園の開園 ・市内まち歩きイベント等と連携した観光客へ生産現場を紹介する取組
	⑤てん茶の品質の維持・向上に向けた取組	<ul style="list-style-type: none"> ・こもやよしず等を利用したてん茶生産・栽培 ・高品質の苗木への改植
梅	①市内外での城州白のPRとブランド力向上の取組	<ul style="list-style-type: none"> ・商標等を利用した「城州白」の品種の保護 ・地名+「城州白」での統一した売り込み ・高級梅の加工品の開発と繁華街での販売 ・首都圏の物産展等への出展 ・「青谷梅林梅まつり」の継続開催 ・城州白の機能性成分の研究・解明
	②限定された供給量に対応した新商品開発	<ul style="list-style-type: none"> ・少量の梅で大量生産可能な城州白の果汁等を利用した和菓子やドレッシング等の開発
	③梅の需要拡大に向けた取組	<ul style="list-style-type: none"> ・新しい梅の食べ方の提案や梅レシピの作成 ・学校給食での提供による城州白への理解醸成

活用作物	取組方針	具体例(※)
	④生産量の維持・向上や高品質の梅の栽培等の取組	<ul style="list-style-type: none"> 完熟梅の収穫のための梅ネットの敷設 老木化対策としての接木技術の向上と伝承 有害鳥獣被害の低減に向けた取組 地域の農業者による集落営農法人の設立
イチジク	①規格外品の有効活用など「ムダのない農業」の取組	<ul style="list-style-type: none"> 生食の規格外品で製造可能な新商品（お酒、ジェラート等）の開発・販売 加工用の規格外品の安定供給に向けた農業者間の連携の強化
	②イチジクの加工品や料理等が楽しめる場所・機会の増加	<ul style="list-style-type: none"> 市内外のレストランや料亭によるイチジクを利用した料理の開発 学校給食での利用の促進
	③市内外での本市イチジクのPR・ブランド力向上の取組	<ul style="list-style-type: none"> 首都圏の物産展等への出展 豊洲市場等の首都圏への生食の定期出荷 「イチジクフェスタ（仮）」の開催 イチジク狩り農園の開設
	④研究機関と連携・協力した本市イチジクに関する調査・研究	<ul style="list-style-type: none"> 研究機関等との共同した長期保存技術の開発 栄養価・美容成分等の機能性の化学的分析 加工適正のあるイチジクの試験栽培
	⑤生食の品質維持・向上の取組	<ul style="list-style-type: none"> 高品質の苗木への改植・新植
寺田イモ	①観光農園の一層の推進	<ul style="list-style-type: none"> 「あらず観光いも掘り農園」の継続とPR いも掘り農園周辺の関連サービスの充実・発展
	②加工品の開発や料理等への活用を通じた用途の拡大	<ul style="list-style-type: none"> 市内飲食店等と協力・連携した料理の開発 学校給食での利用の促進 市内直売所や商工業者と連携した寺田イモを活用した加工品の製造・販売
花き	①新たな視点からの加工品開発に向けた調査・研究	<ul style="list-style-type: none"> 湧水花きの種子の健康効果等を活かしたターゲットを定めた商品開発
その他	①野菜を中心とした農産物を利用した新商品等の開発	<ul style="list-style-type: none"> 市内の飲食店等と協力・連携した新たな料理の開発 学校給食での活用の促進

※上の具体例は、「城陽市6次産業化推進協議会」の他、本プラン策定に向けた関係者への各種ヒアリング等において事業者等から提案があったものであり、あくまで一例であることに留意。

第7章 目標実現に向けた施策・取組

(1) 本市において実施する施策・取組

第4章の基本方針の推進と第5章の成果指標の達成に向け、農業者・商工業者の取組を支援・促進するため、市においては、関係機関との連携・協力・役割分担の下、以下の施策や取組等を実施します。

なお、以下の取組の実施に当たっては、積極的に国・府、関係機関・団体等の施策・取組等（第7章（2）参照）を活用するとともに、各施策の詳細を検討する中で、目標の達成度合いや事業者側のニーズや取組状況等を踏まえ、柔軟に修正・追加等を行います。

■施策群1 本プラン推進に向けた基盤づくり

概要	本プランに基づく施策・取組の検討・実施等を行う組織体を立ち上げ、6次化等の推進の基盤を創ります。		
基本方針	新農業の展開	連携促進	法人化・実践者確保
施策例とそのイメージ			
①「城陽市6次産業化・農商工連携推進プラットフォーム」の創設【新規】			
<ul style="list-style-type: none"> ・本プランに基づく施策・取組の検討・実施・評価等を中心的に担う実働部隊を立ち上げ、定期的な情報交換・共有等のための会合等を開催します。 ・プラットフォームは、「城陽市6次産業化推進協議会」構成機関等の関係機関の実務者に加え、市内外農業者・商工業者等で構成します。 			

■施策群2 PRとブランド化支援

概要	市内外でのPRを通じた本市特産物の認知度向上やブランド化等に向けた取組を支援・実施します。		
基本方針	新農業の展開	連携促進	法人化・実践者確保
施策例とそのイメージ			
①特産物の機能性成分等のPRや振興のためのイベントの開催【継続・新規】			
<ul style="list-style-type: none"> ・関係団体との連携の下、「心和む抹茶ふれあい体験」や「じょうようお茶の日」での呈茶など、生産者等が直接消費者へPRを行うイベント等を引き続き開催します。 ・平成31年3月に京都府主催により初開催された「宇治茶・山城ごちそうフェスタ」に続き、同年8月から9月の「イチジクフェスタ（仮）」、11月の第72回関西茶業振興大会京都府大会の本市初開催等の新規イベントの機会を捉えて、これらの企画・運営への協力等と併せて、 			

本市特産物の更なるPRやブランド化の取組を検討・実施します。

②首都圏等における地域特産物販売会等への出展【継続】

- ・本市と本市特産物の首都圏や大消費地でのPRのため、関係団体等が実施する地域特産物の販売会・物産展等への出展に向けて引続き検討を行います。

③特産物を活用した事業者とその取組のPR・広報への協力【継続】

- ・市内外の農業者・商工業者を問わず、本市特産物の知名度やブランド力の向上につながる事業者の取組に対して、市の広報媒体等を通じたPR等の協力をを行います。

④「城陽市産業支援サイト」への取組事例や自家直売所等の掲載の推進【新規】

- ・特産物や6次化等の実践者のPRのため、新規に作成・公開する「城陽市産業支援サイト」への6次化等の取組や直売所等の情報の掲載を推進します。

⑤6次産業化・農商工連携事例集の作成【新規】

- ・先進的な6次化等の取組を実践する農業者・商工業者やそのビジネスモデル、開発された商品・サービス等を紹介するための冊子の作成を検討します。

⑥「京のふるさと産品協会」との連携と「京都ブランド産品」等の活用【新規】

- ・特産物のブランド化に向けて、「京都ブランド産品」の認定等を行う「京のふるさと産品協会」との連携や「京都ブランド産品」の活用を検討します。

■施策群3 販路開拓支援

概要	農業者・商工業者による本市特産物や特産物を利用した商品等の販路開拓の支援を通じて、6次化等の商品の販路拡大を目指します。		
基本方針	新農業の展開	連携促進	法人化・実践者確保
施策例とそのイメージ			
①ふるさと納税の活用【継続】			
<ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと納税の返礼品における特産物を利用した商品数を増加させるよう努めるとともに、ふるさと納税返礼品のPRを強化します。 			
②展示会・商談会等への出展支援【新規】			
<ul style="list-style-type: none"> ・テストマーケティング機会の提供のため、関係団体等が開催する首都圏での展示会・商談会や消費者向け物産展等に関する情報提供等を中心とした支援を行います。 			
③農業者・商工業者へのバイヤーと接する機会の提供【新規】			
<ul style="list-style-type: none"> ・関係機関が実施する個別商談会の情報提供や、農業者・商工業者とバイヤー等とのつなぎ役となることなどにより、バイヤーや市場のニーズを把握する機会を提供します。 			

■施策群4 商品開発支援と販売強化

概要	農業者・商工業者による本市特産物関係の商品開発の支援や、商品の販売強化に向けた調査・研究等を行います。		
基本方針	新農業の展開	連携促進	法人化・実践者確保
施策例とそのイメージ			
<p>① 特産物を活用した6次化等のコンテストの開催【新規】</p> <ul style="list-style-type: none"> 魅力的な新商品・サービスの開発促進のため、過去の取組例を踏まえ、本市特産物等を利用した6次化等のコンテストの開催を検討します。 <p>② 特産物及びその加工品等の販売・店舗運営主体の設立の検討【新規】</p> <ul style="list-style-type: none"> アウトレットモールの進捗状況を踏まえ、本市特産物の開発・加工・販売・PR等の主体となる事業体の調査・研究や、関係者との協議を実施します。 <p>③ 特産物等のPR・販売拠点の設立や市内直売所の機能強化の検討【新規】</p> <ul style="list-style-type: none"> 市内への周遊促進と特産物の販売・PR拠点となる施設設置の検討、調査・研究及び市内直売所の機能強化策等について検討を行います。 			




■施策群5 連携事業の促進・支援

概要	農業者・商工業者及び関係団体の仲介機能等を通じて、農業者と商工業者が連携・協力した事業の推進を図ります。		
基本方針	新農業の展開	連携促進	法人化・実践者確保
施策例とそのイメージ			
<p>① 農業者・商工業者等を対象とした交流会等の開催【継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> 6次化等の実践者の育成やビジネスマッチング促進のため、これまでの取組をさらに充実し、農業者・商工業者へ交流会や懇談会等のネットワーキングの機会を提供します。 <p>② 農業者・商工業者・関係団体による連携事業の促進【継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> 農商工連携事業の推進に向けて、農業者と商工業者の仲介を行うとともに、農産物の安定した供給網の構築を目指し、関係団体の連携・協力を促進します。 市内の農業及び商工業団体等の連携協定の締結に向けた議論を促進します。 <p>③ 小中学校等や地域団体・研究機関との連携の促進【新規】</p> <ul style="list-style-type: none"> 特産物を活用した取組を行う小中学校・高等教育機関や特産物関連の活動を行う地域団体等と農業者等との仲介等を通じて、広い関係者の連携を促進します。 大学等の研究機関との共同研究の取組等の支援・仲介等を行います。 			

■施策群6 実践者の確保・育成

概要	6次化等の取組の推進のため、6次化等を実践する農業者・商工業者の確保・育成を図ります。		
基本方針	新農業の展開	連携促進	法人化・実践者確保
施策例とそのイメージ			
<p>①6次化等の実践者・希望者へのヒアリング等による意向調査【継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> 6次化等の実践者の掘り起こしのため、新たな事業展開を希望する事業者からのヒアリングを実施し、意向確認や関係機関や専門家等へのつなぎ役を担います。 <p>②農業ビジネスや6次化等に関する講習会・研修会の開催【新規】</p> <ul style="list-style-type: none"> 6次化等の実践者の確保・育成やノウハウの向上、I o T等のICT技術の活用や法人設立の促進等のため、専門家による農業者・商工業者対象の講習会を開催します。 			

【表 7-1 本市特産物関係のイベント】

月	イベント名 (2019年)	備考	
2	上		
	中		
	下		
3	上	青谷梅林梅まつり (2月下~3月中) ※2019年: 2月23日~3月17日	
	中		
	下	宇治茶・山城ごちそうフェスタ (21日) 2019年新規	
4	上	・京都府が主催する、2019年初開催のイベント。 ・宇治茶をはじめ、山城の食のブランド力の向上と消費拡大を図ることが目的。	
	中		
	下		
5	上	茶詰み体験・教室 (一部の市内茶農家の茶園にて)	茶摘み繁忙期 (一番茶) (4月下旬~5月中)
	中		花しょうぶ・カキツバタ 開花期 (5月~6月)
	下		梅収穫期 (5月下旬~7月初旬)
6	上		梅収穫期 (5月下旬~7月初旬)
	中		
	下		
7	上	観蓮会 ※2018年: 16日	花ハス開花期 (7月~8月)
	中		
	下		
8	上	親子抹茶ふれあい体験 2019年新規 (7月下旬~8月上旬予定)	イチジク収穫期 (7月下旬~10月初旬)
	中	イチジクフェスタ (仮) 2019年新規 (8月下旬~9月上旬予定)	
	下		
9	上	あらす観光いも掘り農園 (9月中~10月末) ※2018年: 9月16日~10月31日	・イチジク関連のイベントウィーク。 ・メインは、全国的に著名なシェフを招聘し、試食会や講演を通じて本市のイチジクのPRを図る企画。
	中		
	下		
10	上	城陽茶まつり (20日 ※例年 第3日曜日)	カラー開花期 (11月~5月)
	中		
	下		
11	上	JOYO産業まつり (3日 ※例年3日)	カラー開花期 (11月~5月)
	上	「じょうようお茶の日」の呈茶 (8日)	
	中	第72回関西茶業振興大会京都府大会 (9日) 2019年新規	・近畿1府2県及び東海3県の茶の品評会。今回、本市で初開催されるもの。 ・本市は、企画・運営への協力に加え、本市のお茶のPRに向けた取組を実施。
下			

(2) 国・府等による施策・取組

(1) の市における施策・取組に加え、以下のような国、京都府及び市内関係団体等が実施する支援策等を活用するとともに、農業者・商工業者へのこれらの施策に関する情報提供や仲介及び支援の申請補助等に努めます。

① 国が実施する支援・推進施策等（例）

- 「食料産業・6次産業化推進交付金」による事業者の6次産業化の取組支援
- 6次産業化中央サポートセンターによる6次化等を希望する農業者支援
- 「6次産業化・地産地消費」の計画認定及び認定事業者に対する融資等の特例
- ㈱農林漁業成長産業化支援機構（A-FIVE）による6次産業化事業体への出融資を通じた金融支援
- 「ロクジカチャンネル」の発行を通じた全国の6次化等の先進事例紹介とPR

② 京都府及び府の関係機関による支援・推進施策等（例）

- 「京の食6次化ビジネス創出支援事業」等による農業ビジネス支援・補助【府】
- 「6次産業化プランナー」の配置と農業者への専門家派遣【京都府農業会議】
- 農産物・食品を対象とした各種展示会・マッチングイベント等の開催【府、京都府農業会議、京都産業21、他】
- 「京の農業応援隊」等による農業者の伴走支援【府】
- 「京都府農林水産フェスティバル」等の食に関わるイベント開催【府】

③ 市内関係団体等による取組・支援（例）

- 城陽商工会議所による新商品開発支援【城陽商工会議所】
- 他金融機関との首都圏商談会の共催や個別商談会の開催【京都銀行】
- 「中信ビジネスフェア」等のマッチングイベントの開催【京都中央信用金庫】
- A-FIVEの出資を受けた「きょうと農林漁業成長支援ファンド」の組成と府内事業者への出融資【京都銀行、京都中央信用金庫、京都信用金庫】

※以上の他、「城陽市6次産業化・農商工連携推進プラットフォーム」等の機会を通じて、関係機関が新規に実施する施策・取組の情報収集・提供を行うとともに、積極的な利用促進を図ります。

(3) プランの推進と評価・検証のための取組

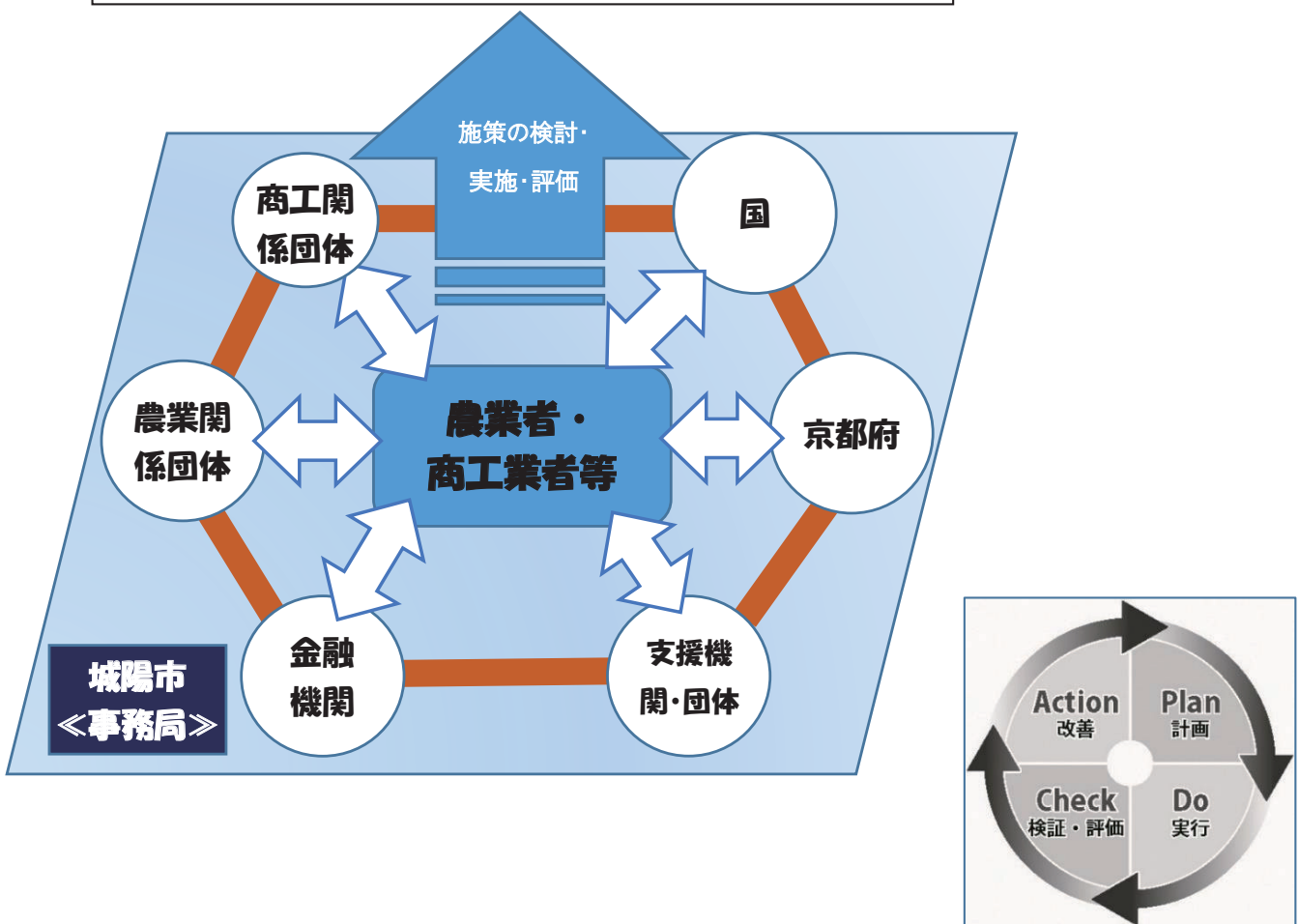
(1) の施策・取組の検討・実施及び評価・検証は、2019年度に新たに設立を予定している「城陽市6次産業化・農商工連携推進プラットフォーム」が主体となり実施します。

この「城陽市6次産業化・農商工連携推進プラットフォーム」には、「城陽市6次産業化推進協議会」の構成機関（P31参照）に加え、農業者・商工業者にも参画・協力いただく枠組みであることから、プランの推進に当たって必須となる、国・府、市内農業者・商工業者団体、金融機関、その他の団体・支援機関等との連携や農業者・商工業者との協働が可能となっています。

なお、毎年、PDCAサイクルにより、施策の実施状況とその効果を評価・検証するとともに、その結果に応じて、柔軟に施策・取組の見直しを行います。

【図7-1 プラットフォームによるプランの推進とPDCA】

6次産業化・農商工連携の取組の推進 ⇒事業者の所得向上・市の更なる飛躍・発展へ



【資料編】

I. 策定経過

年(平成)	月 日	事案	テーマ ・ 内容
30	6月15日	平成30年第2回城陽市議会定例会 建設常任委員会報告	・「(仮称)城陽市6次産業化推進戦略」策定に係る取組について
	7月10日	第1回 城陽市6次産業化推進協議会	・基調報告 ・「(仮称)城陽市6次産業化推進戦略」について、他
	9月28日	第1回 城陽市6次産業化・農商工連携推進検討会・交流会	・講演 ・参加者による事業紹介 ・意見交換(「(仮称)城陽市6次産業化推進戦略【案】」について) 他
	10月～11月	関係者・団体ヒアリング	・関係者・団体等からの任意のヒアリング
	11月22日	第2回 城陽市6次産業化・農商工連携推進検討会・交流会	・参加者による事業紹介 ・支援機関等からの支援事業の紹介 ・意見交換「(仮称)城陽市6次産業化推進戦略【検討案】」について、等
	12月11日	平成30年第4回城陽市議会定例会 建設常任委員会報告	・「(仮称)城陽市6次産業化・農商工連携推進戦略【中間案】」について
31	1月	関係者・団体ヒアリング	・関係者・団体等からの任意のヒアリング
	1月30日	第3回 城陽市6次産業化・農商工連携推進検討会・交流会	・意見交換(「(仮称)城陽市6次産業化・農商工連携推進戦略【検討案】」について)、他
	2月5日	第2回 城陽市6次産業化推進協議会	・「(仮称)城陽市6次産業化・農商工連携推進戦略【案】」について、他
	3月1日	平成31年第1回城陽市議会定例会 建設常任委員会報告	「(仮称)城陽市6次産業化・農商工連携推進戦略【案】」について
	3月29日	「オール城陽で進める 1×2×3推進プラン ～6次産業化と農商工連携による新たな展開～」策定完了	

Ⅱ. 城陽市6次産業化推進協議会 委員名簿（五十音順）

職名	氏名	所属等	役職
会長	谷 則男	城陽市農業委員会 城陽市農業振興協議会	会長 会長
委員	岩見 悦明	京都府農業法人経営者会議 城陽商工会議所	顧問 副会頭
委員	小田 一彦	一般社団法人 京都府農業会議	副会長
委員	小野 愛	京都府山城広域振興局 山城北農業改良普及センター	副主査
委員	小宅 要	京都府山城広域振興局 農林商工部	企画調整室長
委員	澤田 信幸	公益財団法人 京都産業21	専務理事
委員	十川 洋美	京都やましろ農業協同組合	代表理事組合長
委員	花田 耕介	近畿農政局 経営・事業支援部	地域連携課長
委員	堀井 美郎	城陽商工会議所	会頭
委員	村瀬 修一	京都信用金庫	城陽支店長
委員	本永 治彦	一般社団法人 京都山城地域振興社	取締役 総合企画局長
委員	吉田 和男	株式会社 京都銀行	城陽支店長
委員	吉本 尚司	京都中央信用金庫	城陽支店長

（平成31年2月1日時点）

【参考 開催実績】

平成30年7月10日 第1回開催

平成31年2月5日 第2回開催

Ⅲ. 策定過程で出された主な意見等

○城陽市6次産業化推進協議会（第1回）

項 目	プランや今後の取組に関する意見等
総論（6次化等の取組の方向性等）	<ul style="list-style-type: none"> ・ これまでは、農業者・商工業者のどちらが利益を取るかという話もされてきたが、この御時世、農業者も商工業者も一体となり、互いに win-win の関係を構築できる取組が重要。 ・ 限られた数の突出した農家を伸ばすのか、又は小さな農家を全般的に底上げするのか、ターゲットを絞った取組が重要。 ・ 体験・体験事業等を商品として販売する視点も重要ではないか。
プランについて	<ul style="list-style-type: none"> ・ プラン本体において、目的が明確にされていないため、目的を明確にする必要がある。その目的の一案としては、農業者の所得拡大や城陽のブランド化などが考えられ、それを軸に共通認識を持つことが重要。 ・ 本プランで、耕作放棄地の防止等、農業全般の課題にまで広げようとするまとまらないため、アウトレットへの来場者をターゲットとした企画・参加型の6次産業化を目指し、例えば、通年型の体験農場といった取組を検討してはどうか。 ・ アウトレットの進出にどのように対応するかという視点の方がまとめやすいのではないか。 ・ プランの中の具体的な取組では、主体（「誰がやるのか」）を明確にすることが必要。 ・ プランの策定に当たっては、以下の点が重要 <ul style="list-style-type: none"> ①達成目標を明確に設定するとともに、目標達成に向けた効果検証方法を設定すること ②全てをターゲットとすることは困難であるため、特定の農家・農産物を対象とする対外的な理由を明確にした上で、取組の焦点を絞ること
具体的な提案等について	<ul style="list-style-type: none"> ・ イタリアのフードマーケット「イタリー」を参考に、「食べる・買う・学ぶ」をコンセプトに、アウトレット内に本市テナントが参入できるような仕掛けはできないか。
プラン策定に向けた取組について	<ul style="list-style-type: none"> ・ この協議会は、農業・商工業の各界の代表が同じテーブルについて議論することに大変意義がある。 ・ プランの策定に当たっては、策定後の実践者である農業者等の意見を聞くことが必要。 ・ 城陽にはやる気のある若手は相当数いるため、検討会等で若手農家の声を聞き取っていただきたい。

○城陽市6次産業化推進協議会（第2回）

項 目	プランや今後の取組に関する意見等
総論（6次化等の取組の方向性等）	<ul style="list-style-type: none"> ・城陽の今後のまちづくりにおいて、やはりアウトレットの進出は大きなインパクトがある。アウトレット内に出店し、商品を販売することが重要であるとの認識を持っている。 ・農業においても、商工業等のその他の分野でも、ヤル気のあるプレーヤーを地域に呼び込む観点が重要と考えている。
プランについて	<ul style="list-style-type: none"> ・プランにおいて、高所得者層をターゲットに掲げているが、「高所得者層」と一口に言っても、どの程度の層を想定しているのか、基準や対象の明確化が必要。 ・また、ターゲットを高所得者層に絞ることは重要かもしれないが、城陽の特産物を使用したコンテンツは必ずしも高所得者層へ向けたものだけではない。ターゲットは、絞りつつも柔軟に考える必要があるのではないか。 ・広域連携の視点がやや欠けているように感じる。山城全域の視点やDMOの存在も踏まえ、オール京都での取り組みにも配慮いただきたい。ただ、このプランではここまでとし、今後、府の計画への事業者の取組をサポートする方向性も考えられる。 ・城陽市の特産物の中でも、イチジクや梅は健康にもいいと言われていることから、機能性を活かした富裕層の健康志向層へのPRも検討すべき。 ・プランには、「6次産業化による地域振興」という視点があるように見受けられるが、地域振興を考える際には、農地と都市開発の関係性の観点が不可欠。 ・第5章の成果指標について、特に「農業者団体や商工業者団体が絡んだ6次化等の事例数」や、「販売金額が200万円超の販売農家の割合」等を中心に、5年間の目標としては低いのではないか。見直しをすべき。 ・6次産業化の取組は、そもそも原材料に付加価値を付ける取組であることから、高所得者を狙うのは当たり前。いかに高く売れるかが勝負である。 ・近年、「公益性」重視の流れから、個々の取組において多種多様なプレーヤーが絡むことが求められている。本プランは、多様な事業者の取組を吸い上げるものであり、公益性の観点は踏まえられていると認識している。 ・近年ではインバウンドの旅行客も体験を求めており、周遊観光の有力な手段となるため、留意点（第3章（2））に、農業体験や観光農園、農家民泊等が記載されているが、留意点ではなく、方針や施策に記載していただきたい。

	<ul style="list-style-type: none"> ・プランにおいて方向が示されていると感じる。何かを進める際には、「何をしないのか」を決めることが重要であり、プランで、お茶・梅・イチジクに重点を絞っていることは評価できる。
具体的な提案等について	<ul style="list-style-type: none"> ・近年は、生産者団体が力をつけ、生産者が消費者へ直接販売を行う取組も出て来ている。城陽のお茶として販売することで地域ブランドの維持が可能であるため、近年では販売等に積極的に取り組んでいる。 ・年間を通じた取組が重要と考えている。それは、例えば、観光農園での周年サービスやイチジクの冷凍技術による生食の周年安定供給などである。 ・米についても、山城の米は、京丹波のコシヒカリ等を抑えてプレミアム米に認定されるなど、近年注目が高まり、評価も上昇していることから、大事に伸ばしていくべき。 ・タイトルについてであるが、このプランが、農業全体をターゲットとしているのではなく、一部の関係者等を対象としていることを踏まえると、メインタイトルを特定の層が分かるタイトルとし、サブタイトルを一般消費者でもわかるものとするのはどうか。
プラン策定に向けた取組について	<ul style="list-style-type: none"> ・これまでの事業者からのヒアリングや今後のプラットフォームの創設を通じた継続的な取組は評価できる。 ・来年度以降、プラットフォームを創設してこのプランを推進していくとのことであり、プラットフォームに非常に期待している。 ・プラン上で来年度の設立を明記しているプラットフォームは、今後の取組の推進に向けて絶対に必要な組織であると考えている。

○城陽市6次産業化・農商工連携推進検討会・交流会（第1回）

項 目	プランや今後の取組に関する意見等
<p>総論（6次化等の取組の方向性等）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・農産物の品質向上に向け、自分が一番という気概を持ち、農業者間で競い合うことが必要。 ・商工業者は農業者に対し農産物に対する要望を出し、農業者は商工業者に対して農産物の売り込みを行うなど、両者の切磋琢磨が必要。 ・販路が重要であるため、数年前に築地への販路を開拓した。首都圏や京都等の大消費地での販売が重要。 ・6次産業化の取組は1農家だけでは難しいと考えているが、前向きに自身も協力していきたい。 ・本市農業は少量多品種が特徴。市を体験農園で打ち出すことも検討できるのではないか。 ・プロスポーツチームとの連携や、障がい者等との連携等、様々な連携の形が考えられるのではないか。
<p>具体的な提案等について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・6次産業化による商品試作のため、市内農業者が皆で利用できる加工場の創設は検討出来ないか。 ・6次産業化による商品の出口戦略として、展示会への出展等、出口戦略への支援は検討できないか。例えば、市として展示会に出展する等。 ・開発された新商品の販路について、市としてどのように考えているのか。例えば、ふるさと納税の返礼品への優先的な登録や、アウトレットへの出品やフードコートでの利活用など。 ・イチジクのPRのため、市内でイチジクの直売、料理の提供や加工品の販売等を行っている店舗をとりまとめ実施するイチジクフェアを、事業者と協力して実施していきたい。また、それに対する支援等も検討いただきたい。 ・城陽の農産物や金糸銀糸等の最終商品をPRするため、城陽ブランドの認定機関の設立や認定申請等に支援を行うのはどうか。 ・今後の城陽市を取り巻く大型プロジェクトに伴う交流人口の増加に対して「てん茶」を活用してはどうか。

○城陽市6次産業化・農商工連携推進検討会・交流会（第2回）

項 目	プランや今後の取組に関する意見等
総論（6次化等の取組の方向性等）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 6次産業化の取組の推進はスピード感が必要であり、様々な作物の中でも、作物を決めて取り組んでいく必要があるが、行政主導では特定の作物に特化することは難しい。行政には、方向性を示すことを求める。 ・ ネット販売と競合する中で、販売を成功させるためには、魅力的な商品を開発するだけでなく、買い物の楽しさやアミューズメント等の要素を創ることが必要。 ・ アウトレットへの来店方法は、大多数が車になるかと思うが、車で市内を回遊してもらうための受け皿が必要では。例えば、道の駅など。商品開発と販売拠点の両面を検討する必要がある。商品開発が最終目標ではなく、売ることが目的である。 ・ いきなりすべての作物を進めるのは不可能と認識しており、まずは一つの作物から始め、それが成功すればその他の作物が付いてくる、、、というような好循環が理想では。
プランについて	<ul style="list-style-type: none"> ・ プランの計画期間の5年間のスケジュールの中で、この会議で1年ごとに何をやっていくのかスケジュールの明確化が必要ではないか。 ・ プランの目標をアウトレットへの売り込みとするならば、アウトレットのメインの客層と思われる若者向けの商品開発の視点も重要になる。逆に、プランに記載のあるように、高所得者層にターゲットを絞るならば、アウトレットにこだわる必要はないのでは。
具体的な提案等について	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商品開発のためには試作の場が重要であると考えているが、そのための加工場等を一農家で確保するのは難しい。そのため、例えば、旬菜市を活用するなどを検討してはどうか。 ・ 廃棄イチジクの量は出荷イチジクの倍はあるので、廃棄イチジクの活用により、確実に収入が増え、農家の意欲向上につながる。無駄の無い農業を目指したい。 ・ 6次化等の取組に当たっては、マーケットが求める商品開発等の取組が重要であることから、市場調査などに対する支援が必要。 ・ 市内直売所では価格競争になっているため、品質の均一化がはかされていない。規格を定めて管理を行い、良品を劣化品を区分する必要がある。 ・ イチジクについて、（発言者の）知り合いの業者とピューレやフリーズドライなどの施策をすればどうか。
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 京都ブランド産品への登録が重要と考えているが、そのためには、収穫量の増加や流通の管理等が必要であり、それに対する行政や支援機関の役割が重要と考えている。

○城陽市6次産業化・農商工連携推進検討会・交流会（第3回）

項 目	プランや今後の取組に関する意見等
<p>総論（6次化等の取組の方向性等）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・リスクを取ってでも新たな事業に取り組む必要があると思っている。やる気のある農業者等と一緒に進めていきたい。他者の成功に乗じた後追いの姿勢には賛成できない ・消費者としては、6次化で作った商品も農商工連携で作った商品も関係ないが、農家にとっては、6次化か農商工連携かで動きは全く異なる。農商工連携であれば、品質に焦点を当てて生産に全力を注げるが、6次化は加工・販売にも力を注がなければならない。 ・飲食店を経営しているが、飲食店で物販は困難なことなど、販路の確保が一番難しい。また、新たに6次化や農商工連携にまで事業を拡大すると、商品の安定供給に向けた厨房の拡充等の設備投資も必要となる。 ・特産物を、産業へ活かす必要性を過去から認識し、動いてはいるが、販路の確保が難しい。 ・6次化等の取組において、原材料の安定供給は課題。個々の農家では限界があるので、農業者同士の連携が必要と考えている。 ・農業者には「良いものをつくりたい」という思いを持たれていると感じたが、「良いものを作る＝売れる商品」ではない。バイヤーの目線からは生産者が気づいていない良いところが残されている。バイヤーの意見に耳を傾けて、発見していただければと思う。
<p>具体的な提案等について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・洋菓子メーカーと組んで「城陽産茶」か「浜茶ブランド」として、宇治茶に負けないブランドの試行錯誤をしている。城陽土産として、浜茶ブランドのスイーツを洋菓子メーカーと作りたいと考えている。 ・国・府には、商品開発や展示会出展等の販路開拓の他、人材育成等に対する支援メニューがあるので、是非活用いただきたい。また、全国の先進事例もHPに掲載しているので、参照いただきたい。 ・一言で農産物の規格外品といっても、①形が悪いが品質に問題がないもの、②形に問題はないが、品質が劣るものといった分類があり、開発する商品の内容によって、求める規格外品も変わってくる。 ・行政には、原材料調達システムの整備や、補助金の申請補助など、商工業者の不得意な部分のサポートを求める。 ・アウトレットに600万人の来場者があるといわれている。城陽の特産物を知ってもらうよう、PRの強化（例 のぼり）が必要では。 ・農家には、バイヤーや消費者と接点を持って、バイヤーや市場が求める商品を作る姿勢が必要。商談会は多く開催されているため、農家はそれらの商談会に積極的に出向いて、バイヤーの意見を聞けば作物に反映できると

項 目	プランや今後の取組に関する意見等
	<p>考えている。行政や関係団体は、そのような事業者の取組を後押しすることに役割があると考えている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事業を拡大するにはお金が必要。補助金や融資制度も今後は必要となってくるのではないかと。
<p>プラン策定に向けた取組について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 第1回の検討会・交流会での事例発表をきっかけにネットワークができ、また、自己の農産物に対して引き合いも出てきており感謝している。 ・ この検討会・交流会は、行政関係者と現場の事業者が同じテーブルに入って議論するという、これまでにない良い取組と感じている。このような取組を続けていけば、新たな発想につながるのでは。 ・ 来年度設立予定のプラットフォームにも期待をしている。設立の際には声掛けをお願いしたい。

○関係者・関係団体等からのヒアリング

項目	プランや今後の取組に関する意見等
<p>総論（6次化等の方向性について）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的な方針として、平成35年のアウトレットの進出を前提に、農業者と商工業者が理念を共有し、アウトレットのテナントに置くことのできる商品の開発や、交流人口の増加を市内での消費拡大につながる仕組みの構築を目指してはどうか。 ・アウトレットの進出まで5年を切っていることを踏まえ、プランの対象とする農作物を絞り、具体的に何を作るかを明確にする必要があり、城陽の場合、お茶とイチジクが候補として挙げられる。 ・商品企画に当たっては、「既存の農作物から何を作るか」ではなく、「消費者が価値を見出す商品開発」の視点が重要であり、そのためには農業者と商工業者の協力が必須。また、例えば、加工品に適したイチジクの試験栽培等も検討課題。 ・また、商品・農作物、更には生産者のストーリーの訴求も重要な要素であり、例えば、特産物の歴史や生産者の苦勞・こだわり等をPRするための動画の作成等も検討課題。 ・加えて、生産者のモチベーションの向上やより高品質な生産の取組につなげ、農業者・商工業者・消費者が喜ぶ商品開発のため、「城陽ブランド」の創設や府への働きかけ等を通じて、生産物の品質保証や評価の仕組みの創設が必要。 ・とある地域のアウトレットを視察した際に、アウトレット内の特産品コーナーでは購入者が少ない様子であった。アウトレットにはブランドを求める人が来るのであって、特産物の購入者とは客層が違うと感じた。一方、その場で食べられる料理は一定程度売れているように見えた。 ・アウトレット来場者への販売は難しいのかもしれないが、来場者は多いことから、PR活動は有効ではないか。
<p>具体的な提案等について</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・1次産業者が2次・3次へと挑戦する場合、そのためのノウハウの取得や大きな設備投資が難しいと考えられる。そのため、出口のマッチングを市が支援することで設備投資が促され、6次産業化だけではなく農業者の所得向上につながるのではないか。 ・前提の実現が不透明な5年後の目標に向けて設備投資をすることはリスクが大きく、ある意味賭けであり、農業者はついてこないのではないか。 ・農業者が6次化で成功するためには、販売面、すなわち出口戦略が最も重要であり、市に求められるのは、事業者の出口の創出の支援である。

項 目	プランや今後の取組に関する意見等
	<ul style="list-style-type: none"> ・現在、世間的にも注目されているふるさと納税の返礼品へ出品することで、城陽市としては納税額の向上が期待でき、また、事業者側も出品商品が売れて儲かるという好循環が期待できる。 ・農業者が儲けるための基本に関する講習や、6次化の成功者や企業のトップ等からの儲け方の秘訣に関する講習等も有効である。 ・全国を見渡した時に、魅力的な商品が売れていないケースの多くは、マーケットのある場所で商品を買っていないからと考える。仮に、短期的にマーケットで売れなくても、PR効果はあり、地道な活動を続けていくことによりブランド化につながる。 ・市にはBtoCに対する支援である。例えば、展示会・物産展に出店する補助、市によるブースの借り上げ、都市部におけるアンテナショップ等。城陽は都市近郊農業の特徴から、遠方の大消費地への売り込みはしてこなかったが、このような地道な取組みがブランド化につながると思っている。
<p>各特産物の課題や具体的な取組等について</p>	<p>【お茶関係者の意見交換会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アウトレットの進出は生産者にとっても大きなチャンスであり、アウトレットの店舗に入れば大きな収益にもつながる。生産者サイドも、リスクを取って新しい販路を開拓するという考えも必要ではないか。 ・生産した茶葉は一つの間屋にすべて引き取ってもらっている。そのため、自身の6次化のために納品量を減らすようお願いした場合、6次化がうまくいかなかったからと言って、減らした量を元に戻すことは難しく、大きなリスクを伴う。 ・一生産者としては、販売等に力を入れる時間があるならば、良いものをつくることに力を注ぎたい。 ・将来を見据えたときに、自分で売っていくことは大事と認識している。ただし、性急な取組は難しく、将来的な目標ということだろう。 ・茶園をワイナリーのように畑ごとにブランド化できれば良いと思う。しかし、茶園見学の受け入れについては、人手が少なく、繁忙期には対応ができない。 ・プランの一つの取組にてん茶のペットボトル化とあるが、保存性などを考えるとティーパックも考えられるのでは。併せて、ふるさと納税の返礼品を利用した地道なPRも必要ではないか。 ・アウトレットに来た人がスマートインターチェンジから乗降し、市内に金を落とさないで帰ってしまわないよう、お茶を活用した周遊の仕組みが必要。

項 目	プランや今後の取組に関する意見等
	<ul style="list-style-type: none"> ・市内の周遊経路の道中で、古民家カフェなど城陽のお茶が飲めるような場所づくりも必要。 ・昨今ブームになっている抹茶スイーツを集め、「宇治茶スイーツフェア」などを実施することにより、若者を呼ぶことが出来るのではないか。 ・アルプラザでの抹茶ふれあい体験（平成30年1月20日開催）では、参加者から、「抹茶がこれほど気軽に飲めるものと思わなかった」という声を聞いた。このような取組を通じたさらなるPRの必要性を認識している。 ・お茶のPRの必要性は認識しているが、そこから先の販売につながらないのが問題。PRを通じて認知度が上がった場合、商品へのニーズに答えるための城陽のてん茶やてん茶を活用した商品が買える場所が必要。 <p>【イチジク関係者の意見交換会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・廃棄イチジクの有効活用は以前から課題とされており、過去に商工業者と連携してジャムやワイン、酢の開発に取り組んだが、加工に回せるイチジクの量が安定しないことが課題で、上手くいかなかった。 ・生産者としては、廃棄イチジクを加工に回したいという思いがあるが、その場合、安定供給のための体制づくりが必要である。なお、過去は数地域で共同出荷されていたが、現在は1つの地域を除いて個選個販の状況にあり、共同選果・共同出荷は難しい。 ・去年、市外の醸造メーカーによる梅チューハイの開発があったが、事業者とコラボをした酒類の開発に結び付けられれば面白い。 ・現在、とあるホテルでイチジクを使った料理の試作が行われており、飲食店とのコラボは一つの有効活用法であると思うが、納品ロットが少なく、多くをはけないという課題がある。 ・市場では生食が一番高値で取引されている。 ・東京出荷では輸送方法を工夫しているが、どうしても腐敗品は出る。東京へは移動距離が長く、どうしても腐敗品が多くなってしまふ。首都圏での拡販には輸送上の課題がある。 ・商工業者のイチジクの品質等に関するリクエストがあれば農業者はやりやすい。そのため、商工業者との交流会は有効な取り組みと認識している。 ・一般的に、イチジクは美容と健康に良いといわれているが、これまで、科学的な証明には至っていない。 ・城陽市がイチジクの産地であるということを発信するために、イチジクのぼりなどを利用したPRが有効であると考えている。

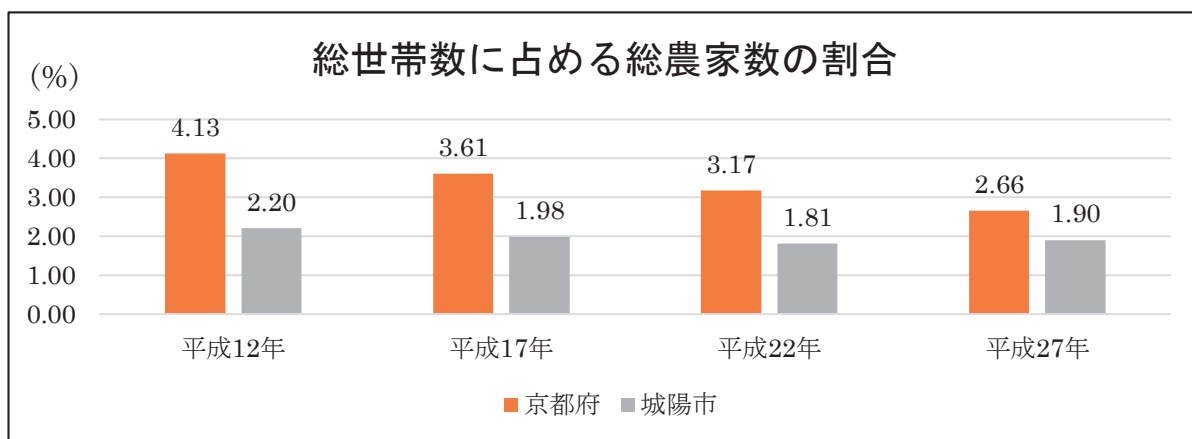
項 目	プランや今後の取組に関する意見等
	<p>【梅関係者の意見交換会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現状、アウトレットへの対応や6次化よりも、梅の生産拡大に向けた対策が大きな課題である。梅の生産量の拡大には接木が必要だが、接木職人の確保・育成が重要。 ・接木に加えて、近年急増しているシカ被害への対応が重要。現状、梅自体に加えて、梅の木が根元から食われてしまっており、一度食われると生育状況が悪くなる。また、接木で苗木を作っても、シカに食われ苗木が育たない。これらの害獣被害のせいで生産意欲が上がらない。 ・中国の台頭等を考えると、商標登録等により城州白の保護は必要である。 ・現在梅を買い取ってもらっている梅商品メーカー等の納入価格を基準にすると、個々の農業者での加工・販売等では採算をとることは難しい。ただし、傷物の梅の利用は有効な手段かもしれない。

IV. 農業の現状について

(1) 農家数

	京都府		城陽市		京都府の総農家数に対する城陽市の総農家数
	総世帯数	総農家数	総世帯数	総農家数	
平成12年	1,026,129	42,374	28,257	622	1.47%
平成17年	1,079,041	38,922	29,051	576	1.48%
平成22年	1,122,057	35,622	29,972	542	1.52%
平成27年	1,152,902	30,723	29,884	568	1.85%

※出典：国勢調査（総世帯数）、農林業センサス（総農家数）



京都府、城陽市ともに総世帯数が増え続けているのに対し、総農家数では京都府、城陽市ともに減少傾向にあります。しかし、平成12年度から平成27年にかけての城陽市の総農家数の減少率（9.5%）は京都府（38%）よりも小さくなっています。

京都府に比べて城陽市の総世帯数に占める総農家数の割合は小さく、従事者数の観点から見ると、京都府全体よりも一次産業の占める割合は低くなっています。

(2) 農業法人数の推移

単位：経営体

	京都府	城陽市	京都府の農業法人数に対する城陽市の農業法人数
平成17年	151	4	2.65%
平成22年	205	4	1.95%
平成27年	256	7	2.73%
平成29年	—	9	—

※出典：農林業センサス（平成27年まで（平成29年度は市による確認値））

※農業法人：農事組合法人と会社法人（株式会社、合名会社、合資会社）

平成29年度の市内の農業法人数は9事業者で平成17年から増加傾向にあります。

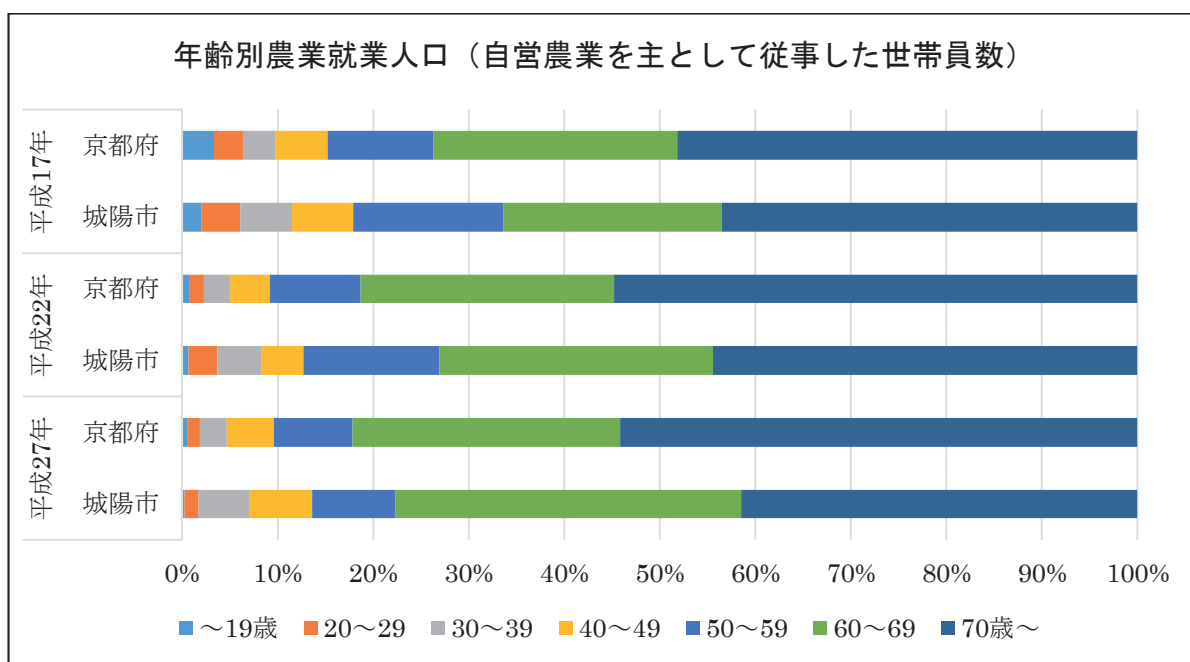
総農家数及び法人数の府の総数に対する城陽市の総数（総農家数：1.85%、法人数：2.73%）の比較からは、城陽市では農業経営体として法人の占める割合が高くなっています。

(3) 年齢別農業就業人口（自営農業を主として従事した世帯員数（販売農家））

単位：人

		計	～ 19 歳	20 ～ 29	30 ～ 39	40 ～ 49	50 ～ 59	60 ～ 69	70 歳 ～
平成17年	京都府	39,406	1,327	1,195	1,330	2,153	4,345	10,083	18,973
	城陽市	687	14	28	37	44	108	157	299
平成22年	京都府	29,478	250	419	807	1,226	2,804	7,822	16,150
	城陽市	565	4	17	26	25	80	162	251
平成27年	京都府	24,760	130	331	706	1,209	2,040	6,931	13,413
	城陽市	456	1	7	24	30	40	165	189

※出典：農林業センサス



自営農業を主として従事した販売農家の世帯員の年齢別農業就業人口をみると、京都府、城陽市ともに60歳以上の占める割合が経年的に増加し、平成27年では80%前後となっています。

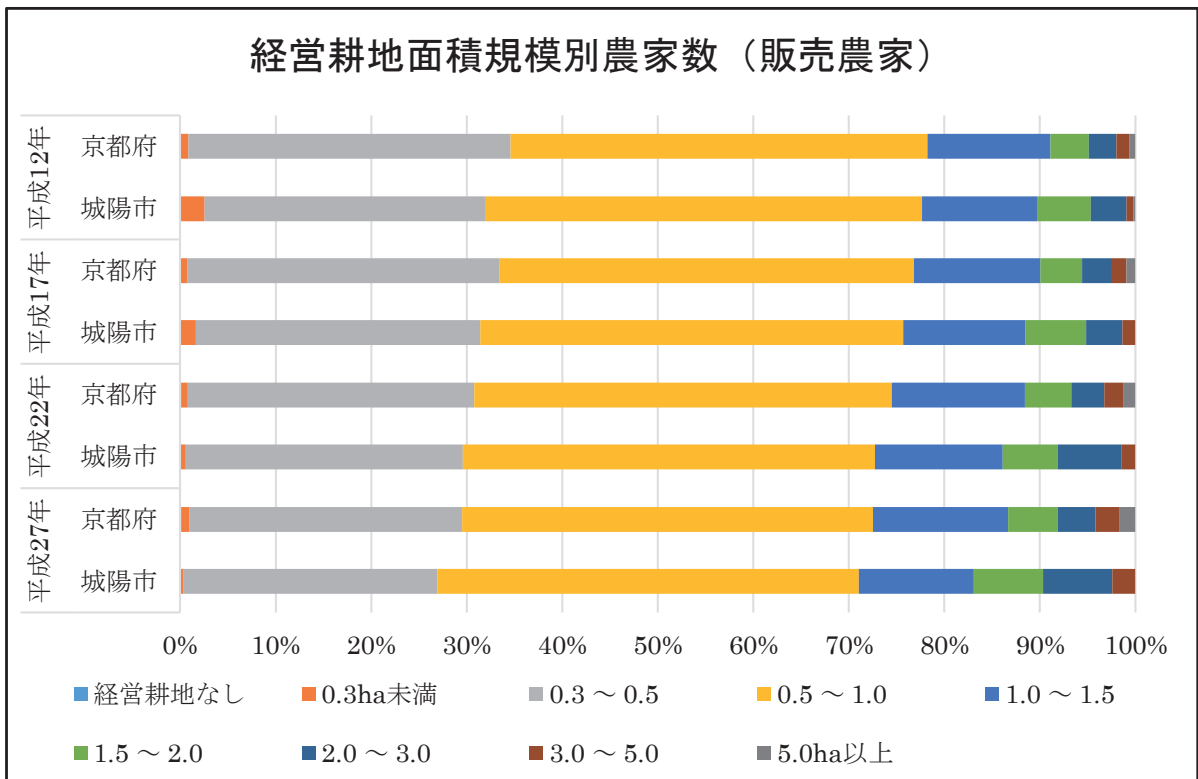
京都府よりも城陽市の方が、自営農業者全体に占める50歳未満の農業者の割合が高くなっています。

(4) 経営耕地面積規模別農家数（販売農家）

単位：戸

		計	経営耕地なし	0.3ha未満	0.3～0.5	0.5～1.0	1.0～1.5	1.5～2.0	2.0～3.0	3.0～5.0	5.0ha以上
平成12年	京都府	28,857	0	259	9,722	12,596	3,711	1,166	824	395	184
	城陽市	426	0	11	125	195	51	24	16	3	1
平成17年	京都府	24,406	0	187	7,962	10,599	3,234	1,065	743	394	222
	城陽市	366	0	6	109	162	47	23	14	5	0
平成22年	京都府	21,172	18	159	6,348	9,246	2,952	1,026	730	424	269
	城陽市	345	0	2	100	149	46	20	23	5	0
平成27年	京都府	17,485	30	138	5,000	7,511	2,475	910	689	436	296
	城陽市	290	0	1	77	128	35	21	21	7	0

※出典：農林業センサス



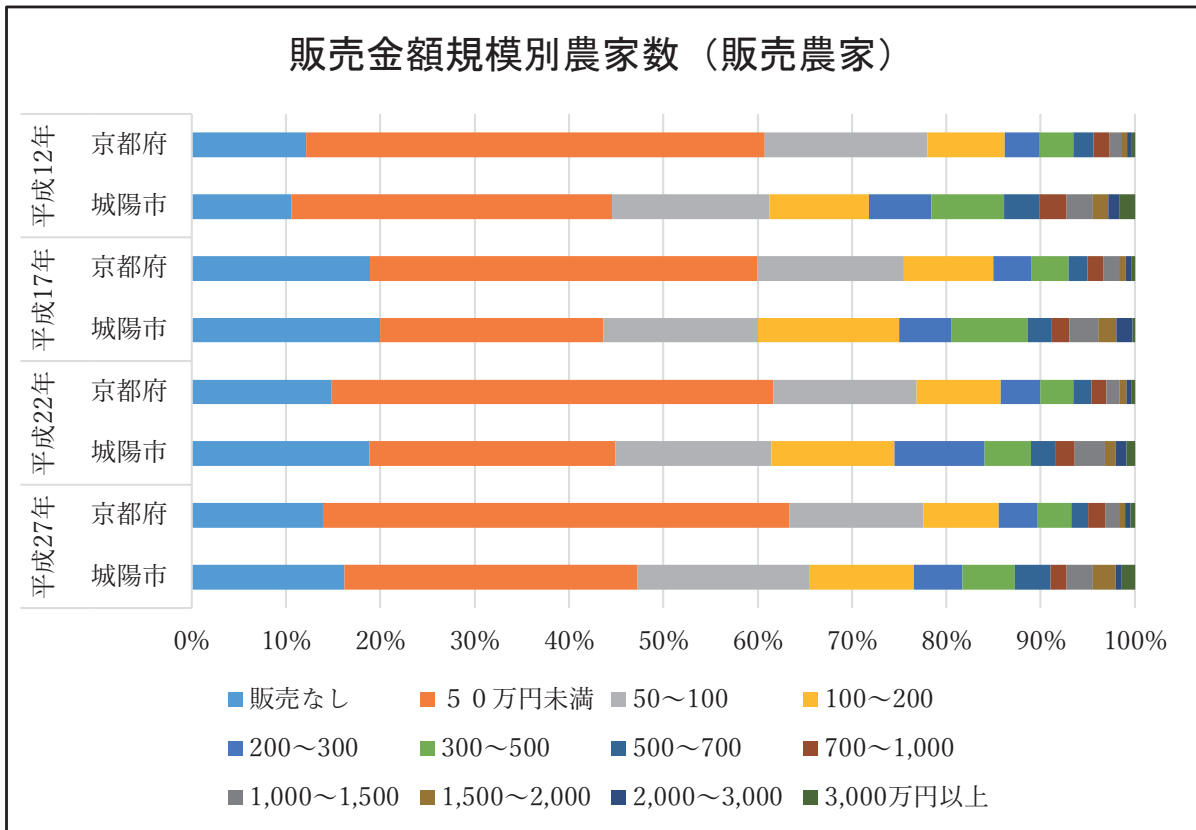
経営耕地面積規模別の販売農家数では、京都府・城陽市共に0.5ha～1.0haの面積を経営している農家の割合が最も高くなっています。特に、1.0ha未満の小規模農家が約70%を占めています。

(5) 販売金額規模別農家数（販売農家）

単位：戸

		計	販売なし	50万円未満	50～100	100～200	200～300	300～500	500～700	700～1,000	1,000～1,500	1,500～2,000	2,000～3,000	3,000万円以上
平成12年	京都府	28,857	3,490	14,043	4,983	2,353	1,083	1,027	610	494	354	188	129	103
	城陽市	426	45	145	71	45	28	33	16	12	12	7	5	7
平成17年	京都府	24,406	4,610	10,019	3,793	2,323	996	952	490	418	390	186	127	102
	城陽市	360	72	85	59	54	20	29	9	7	11	7	6	1
平成22年	京都府	21,172	3,148	9,910	3,220	1,877	892	742	401	342	298	150	105	87
	城陽市	345	65	90	57	45	33	17	9	7	11	4	4	3
平成27年	京都府	17,485	2,432	8,656	2,470	1,397	714	641	312	315	250	114	104	80
	城陽市	290	47	90	53	32	15	16	11	5	8	7	2	4

※出典：農林業センサス

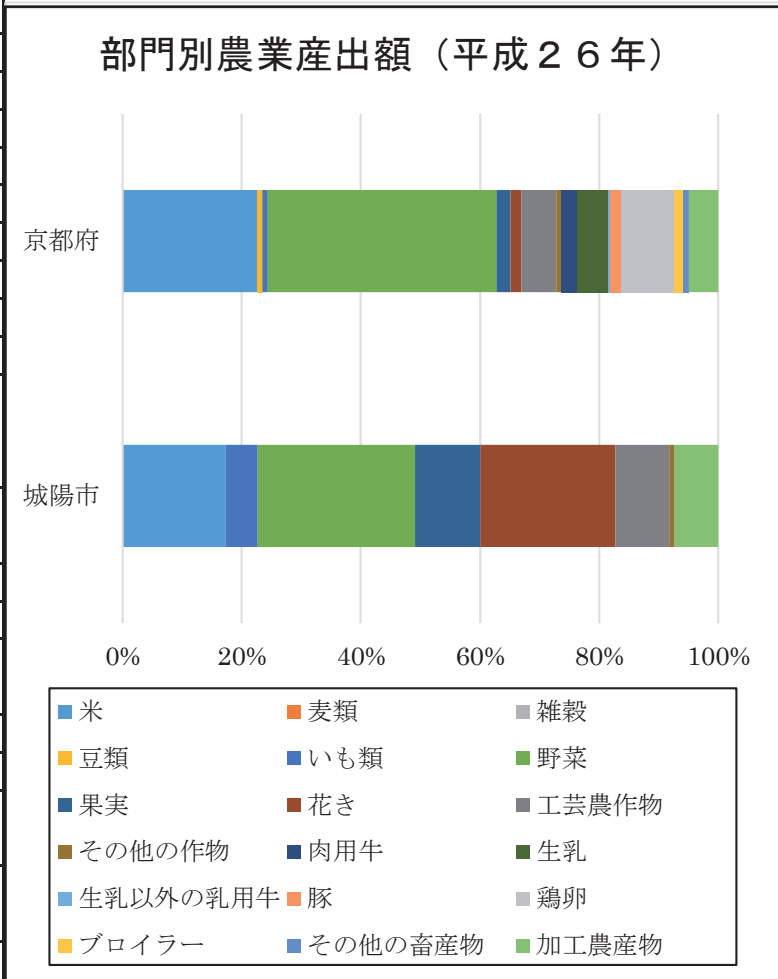


販売農家の販売金額規模別農家数を見ると、50万円未満の販売農家の占める割合は、京都府で約60%強、城陽市で50%弱と、京都府に比べて城陽市の方が販売金額の高い販売農家の占める割合が高く、府に比べて高収益な農業者の割合が高いことがわかります。

(6) 部門別農業産出額

	京都府	城陽市
合計	66,300	1,140
米	15,000	190
麦類	0	0
雑穀	0	0
豆類	600	0
いも類	600	60
野菜	25,400	290
果実	1,600	120
花き	1,200	250
工芸農作物(生茶等)	3,900	100
その他の作物	600	10
肉用牛	1,700	0
生乳	3,500	x
生乳以外の乳用牛	200	x
豚	1,200	0
鶏卵	5,900	x
ブロイラー	1,000	0
その他の畜産物	600	x
加工農産物(荒茶等)	3,300	80

単位：百万円



【出典】

都道府県単位：農林水産省「都道府県別農業産出額及び生産農業所得」

市区町村単位：農林水産省「市区町村別農業産出額(推計)」

※農業産出額の推計式は下記のとおり

・個別農産物の産出額＝個別農産物生産数量×個別農産物農家庭先販売価格

・個別加工農産物の産出額＝(個別加工農産物の生産数量×個別加工農産物の農家庭先販売価格)－(個別加工農産物の原料数量×個別加工農産物の原料の農家庭先販売価格)

※市区町村別農業産出額は上記方法で推計した都道府県別農業産出額を農林業センサス及び作物統計を用いて市区町村別に按分し作成した。

※「x」：個人又は法人その他の団体に関する秘密を保護するため、統計数値を公表しないもの。

部門別農業産出額をみると、京都府に比べて城陽市は、「米」、「野菜」の占める割合が低く、「いも類」、「果実」、「花き」、「工芸農作物」及び「加工農産物」の占める割合が高くなっています。

参考 用語解説

【第1章】

○農商工連携

農林漁業者と商工業者がお互いの技術やノウハウを持ち寄り、新しいサービスの開発・提供、販路の拡大などに取り組むもの。

○「農商工連携促進法」

「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律（平成20年5月23日制定、平成20年7月21日施行）」の略称。

○6次産業化

農林漁業者が主体となり、1次産業としての農林漁業と、2次産業としての製造業、3次産業としての小売業等の事業との総合的かつ一体的な推進を図り、地域資源を活用した新たな付加価値を生み出す取組のこと。

○「6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3日成立、平成23年3月1日施行）」の略称。

【第2章】

○「販売農家」

営耕地面積が30a以上または1年間の農産物販売金額50万円以上の農家。

○「農業法人」

会社法人（株式会社、合名会社、合資会社）と農事組合法人。なお、法的に定められた名称ではなく、法人形態によって農業を営む法人の総体を指す。

○「経営耕地面積」

農林業経営体が経営している耕地（けい畔を含む田、樹園地及び畑）をいい、自ら所有し耕作している耕地（自作地）と、他から借りて耕作している耕地（借入耕地）の合計。

【第3章】

○IoT (Internet of Things)

従来インターネットに接続されていなかった様々なモノ（センサー機器、駆動装置（アクチュエーター）、建物、車、電子機器など）が、ネットワークを通じてサーバーやクラウドサービスに接続され、相互に情報交換をする仕組みのこと。一般的に、「モノのインターネット」と訳される。

○ICT (Information and Communication Technology)

情報や通信に関する科学技術の総称。IT (Information Technology) とほぼ同義に使われるが、通信を含めた概念として使われる。

○マーケットイン（戦略）

マーケティングにおける用語であり、企業が生産・販売活動をする際に、消費者のニーズを満たす製品であることを最優先する考え方のこと。「プロダクトアウト」の対になる概念。

【第4章】

○集落営農

集落を単位として、農業生産過程の全部又は一部について共同で取り組む組織のこと。

【第6章】

○サプライチェーン

「サプライ」は供給、「チェーン」は連鎖の意味であり、製品の原材料が生産されてから消費者に届くまでの一連の工程のこと。

○浜茶

木津川の兩岸を繋いでいる「流れ橋」のたもとの肥沃な砂地の河川敷地域（「浜台」という）に広がる茶園で栽培されるお茶のこと。

○こも

高級茶の栽培の際に使用される、茶棚の被覆材として用いられる、マコモや藁（わら）を編んだもの。

○よしず

一般的な化学繊維（寒冷紗）で茶畑を覆う栽培方法とは異なり、「よしず」と「わら」で日光を遮る「ほんず製法」のために用いられる被覆材。なお、関西では、葦（アシ）はヨシと呼ばれ、ヨシでできた製品を「よしず」と呼ぶ。

【第7章】

○「城陽市産業支援サイト」

市内産業の発展と市民生活の向上を目的に、市内企業等の企業概要や強みに加え、農業者の直売所の所在地や特徴に関する情報など、農業、商業、工業の全産業網羅する情報発信ポータルサイト。

○「京のふるさと産品協会」

京都府、府内の全市町村及び農林漁業団体が共同で運営をする法人。ブランド認証事業、情報収集・提供等のブランド推進事業と、農産物価格安定対策事業等を通じて、京都府の農林水産業を生産から消費までの支援を行う。

○(株)農林漁業成長産業化支援機構（A－F I V E）

農業における担い手不足や所得の減少による農山漁村の活力の低下を打開するため、平成25年1月に国と民間の共同出資により創設された投資会社。平成28年6月時点の出資金は官民で319億円。

○きょうと農林漁業成長支援ファンド

6次産業化事業体への出資や経営支援を行うため、A－F I V E、京都府内の4つの地銀、及び民間から出資を受け、平成26年5月に設立された投資事業有限責任組合。出資金総額は10億円。

○P D C Aサイクル

Plan（計画）→Do（実行）→Check（評価）→Action（改善）の4つの段階を繰り返すことによって、施策や取組を継続的に改善しようとする取組のこと。

オール城陽で進める 1×2×3 推進プラン

～6次産業化と農商工連携による新たな展開～

令和 元年（2019年）5月

京都府城陽市 まちづくり活性部 農政課 発行

〒610-0195 京都府城陽市寺田東ノ口16番地、17番地

TEL : 0774-52-1111（代表）

URL : <http://www.city.joyo.kyoto.jp/>



城陽市