

地方創生に向けた 多業種連携事例集



全国農業協同組合中央会／全国森林組合連合会／全国漁業協同組合連合会
／全国商工会連合会／日本商工会議所

平成30年 9月



平成29年5月、全国農業協同組合中央会、全国森林組合連合会、全国漁業協同組合連合会、全国商工会連合会、日本商工会議所の5団体は「農林漁業と商工業の連携を通じた地方創生の推進に関する協定」を締結し、団体間で連携に取り組んでいるモデル事例の発掘などを進めてきました。

この事例集は、全国のモデル事例を共有するとともに、今後の連携を一層進めていくことを目的として作成したものです。

制作・編集 株式会社 農林中金総合研究所

目次

1	かほくイタリア野菜の販路拡大	河北町商工会 × JAさがえ西村山	2
2	パッションフルーツを軸とした地産・地消・地活	八王子商工会議所 × JA八王子	4
3	もりっつプロジェクト	松阪飯南森林組合 × 松阪香肌商工会 × 松阪北部商工会	6
4	Wakayama Ginger Ale の開発・販売	JAわかやま × 和歌山商工会議所	8
5	黒なまこを用いた新商品開発・販売	JF大村湾 × 長崎県商工会連合会	10
6	えだまめスイーツの開発・販売	大館商工会議所 × JAあきた北	12
7	遠野型エコスクール事業	遠野商工会 × 遠野地方森林組合	13
8	気仙沼メカジキのブランド化	気仙沼商工会議所 × JF気仙沼	14
9	女川ブランディングプロジェクト	女川町商工会 × JFみやぎ	15
10	みやぎサーモンの宮城県産米での養殖	JFみやぎ × JA全農みやぎ	16
11	なめがた食彩マーケット会議	JAなめがた × 行方市商工会	17
12	JA直売所での水産加工品の販売	JF上越 × JAめぐみの	18
13	信州須坂フルーツエール推進協議会	JAながの × 須坂商工会議所	19
14	農泊を軸とした滞在型観光	加子母森林組合 × 中津川北商工会	20
15	GI登録の2品でコラボコロッケの開発	JF田子の浦 × JA三島函南	21
16	軽トラはままつ出世市	JAとぴあ浜松 × 浜松商工会議所	22
17	森のステーション美方	北但西部森林組合 × 香美町商工会 × 新温泉町商工会	23
18	香住ガニのブランド化	JF但馬 × 香美町商工会	24
19	龍神村翔龍祭 林業まつり	龍神村森林組合 × JA紀州 × 龍神村商工会	25
20	四万十川の幸を用いた加工品開発	四万十市西土佐商工会 × 四万十川西部漁業協同組合	26
21	久留米バニラビーンズプロジェクト	久留米商工会議所 × JAくるめ × JAにじ	27
22	柳川ブランド推進事業「よかばんも～柳川」	JA柳川 × JF福岡有明海漁連 × 柳川商工会議所 × 柳川市商工会	28
23	JA・商工会推奨品販路開拓事業	鹿児島県商工会連合会 × JAグループ鹿児島	29
24	間伐材マークの認定と使用	全国森林組合連合会 × 日本商工会議所	30
	農林漁業と商工業の連携を通じた地方創生の推進に関する協定書		31

1 かほくイタリア野菜の販路拡大

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

河北町
商工会

×

JAさがえ
西村山

地域

山形県河北町

取組みの内容

希少価値の高いイタリア野菜の産地化

- ◆ 河北町商工会では、平成23年3月に、国内ではごく少量しか流通していないイタリア野菜に注目し、プロジェクトを始動。同年6月に4名の有志生産者により試験栽培を開始した。試行錯誤しながら栽培技術を確立し、26年から「かほくイタリア野菜」のブランドで販売。
- ◆ 商工会の支援を受けて、25年に企業組合かほくイタリア野菜研究会を設立。現在、メンバーは近隣町村にも広がり、計16名の生産者が約50品目を出荷している。

JAのトラック便に混載し、関西方面に販路拡大

- ◆ 営業を担当している商工会では、生産量の拡大に伴い、関西方面への出荷を切望していた。しかし、河北町から遠距離にあるため、宅配便では物流コストがかさむことが課題となっていた。
- ◆ JAさがえ西村山からの声掛けで、29年度より、JAの野菜を輸送するトラックに、かほくイタリア野菜と一緒に積み込んで、大阪市中央卸売市場に出荷。関西方面への販路拡大を図った。

JA産直センターで販売し、地元での普及・知名度向上を図る

- ◆ JAは、30年2月、河北町内に直売所「アグリランドひな産直センター」をオープン。地元での知名度を高めるため、野菜ソムリエを配置し、専用コーナーを設けて販売。
- ◆ 産直センターのカフェスペースでかほくイタリア野菜を使用したジェラートを加工・販売。

連携のきっかけ

河北町特産の秘伝豆で連携スタート

- ◆ 秘伝豆は河北町特産の青大豆で、色がよく風味が高いことで知られている。10年前に、商工会では、農商工連携の一環として、JAとともに秘伝豆のB品の商品化に取り組んだ。このことをきっかけに両者の関係が深まった。



河北町商工会の^{あしの}芦埜氏と
イタリア野菜生産者の太田氏



JAの産直センターでのイタリア
野菜の販売

注力した点・工夫した点

規格に合格したものだけを出荷

- ◆ ブランド力を高めるために、町外のレストランや市場向けには、集出荷場で検品し合格したものに「かほくイタリア野菜」のラベルを貼って出荷している。

B品を有効利用して、ジェラートに

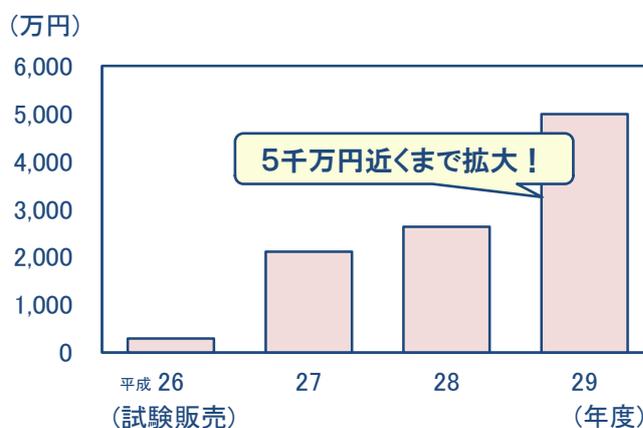
- ◆ J A産直センターでは、かほくイタリア野菜を使ったピーツ味やバターナッツかぼちゃ味のジェラートを販売。
- ◆ ジェラートは、B品をピューレに一次加工したものを原料に製造している。商工会がJ Aに一次加工品を紹介して実現した。

食品メーカー等と商品を開発

- ◆ 食品メーカーや飲食店等11社が、かほくイタリア野菜研究会の賛助会員となっている。生産者会員が野菜を持ち寄り、賛助会員と商品開発のための交流会を定期的に開催している。
- ◆ これまで、かほくイタリア野菜のピーツで桜色を表現した「サクラパスタ」や、日本酒をベースにして、イタリア料理に合うように開発したオリジナルリキュール「Nomanega Kahoku（のまねがかほく）」を開発し、販売。



かほくイタリア野菜を使ったジェラート



かほくイタリア野菜の売上高の推移

取組みの成果・今後の目標

年間売上高は5千万円近くに。新規就農者も参入

- ◆ アルケッチャーノの奥田シェフをはじめ、多くの有名イタリアンレストランのシェフからも注目され、高級イタリアンレストランを中心に180店に直接販売するほか、中間流通業者14社と取引。
- ◆ J Aとの連携で関西方面にも販路が拡大したことなどにより、29年の売上高は前年の1.9倍の5千万円近くに拡大した。
- ◆ 農外からの新規就農者3人も取り組むなど、地域の農業振興にも貢献している。

近日オープンのアナテナショップ「かほくらし」でも主力商品に

- ◆ 商工会では、今年(30年)10月17日に、首都圏の営業拠点として東京都世田谷区の三軒茶屋にアナテナショップ「かほくらし」をオープンする予定。ここでは、かほくイタリア野菜を、冷たい肉そば、千日和牛とともに主力商品に位置付けて、販路拡大を目指している。

町内の青年組織同士の交流も進む

- ◆ 28年11月に、河北町商工会青年部、J Aさがえ西村山青年部河北支部、河北青年会議所、町青年団が参加して、共同事業体「かほく地域創造青年会議」を設立。同青年会議が実施したイベント「一夜限りのかほくうまいもの横丁・よるのどうぶつえん」が29年のやまがた公益大賞(山形県主催)を受賞。

2 パッションフルーツを軸とした地産・地消・地活

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携 団体

八王子
商工会議所

×

JA八王子

地域

東京都八王子市

取組みの内容

八王子の新たな地域特産品「パッションフルーツ」の販売促進・新商品開発

- ◆ 八王子商工会議所と八王子市が設立したサイバーシルクロード八王子は、平成29年にJA八王子パッションフルーツ生産組合の若手農家やバイヤー、市内の大学関係者等と、「パッションフルーツ新商品開発プロジェクト」を発足。
- ◆ 地元飲食店によるパッションフルーツを使った独自メニューの開発や、パッションフルーツ入り炭酸飲料等の新商品開発に取り組む。

八王子商工会議所とJA八王子は28年に業務提携協定を締結

- ◆ 八王子商工会議所は、26年の創立120周年を機に策定した『グローバル産業都市・八王子8つのビジョン』において「第6次産業型農業の推進」を打ち出しており、その実現のため、JA八王子に業務提携協定を呼びかけ、28年に締結。
- ◆ 協定締結以前から協力関係はあったが、協定を機に連携はより強固に。地元産の農産物を使いたいという飲食店のニーズを受け、農産物の地産・地消・地活の実現を進めている。
- ◆ パッションフルーツ以外にも「八王子野菜応援プロジェクト」として、八王子産ショウガを使った商品開発、地元飲食店で新鮮な枝豆を使ったメニューを提供するイベントなどを実施。

連携のきっかけ

「あさがお市」や道の駅設立・運営でも協力

- ◆ 協定を結ぶ以前の平成14年頃から、現在は八王子の夏の風物詩として定着した「あさがお市」の開催で、商工会議所とJAが協力。
- ◆ 都内初の道の駅「八王子滝山」の開設（19年）にあたり、商工会議所はオール八王子を呼びかけ、JAも参加してコンセプトを策定した。

若手農家によるパッションフルーツの生産

- ◆ 小笠原でパッションフルーツに魅了された若手農家が苗を持ち帰り、19年頃から八王子でのパッションフルーツ生産を開始。
- ◆ 仲間を募って生産者を増やし、25年にJA八王子パッションフルーツ生産組合を設立。
- ◆ 商工会議所とJAの会合のなかで、南国フルーツの代表パッションフルーツを「八王子の名産品」にしたいという若手農家の熱い思いを知り、その実現のためにタッグを組むことになった。



JA八王子パッションフルーツ
生産組合メンバー



道の駅「八王子滝山」で販売
されるパッションフルーツ

注力した点・工夫した点

開発には都の補助金やクラウドファンディングを活用

- ◆ パッションフルーツを使った新商品開発に対しては、29年度に、東京都から2年間の補助金を得た。
- ◆ また、サイバーシルクロード八王子も、29年にクラウドファンディングで資金を募り、100万円の目標に対して、246名から151万円を集め、商品開発に活用。
- ◆ 八王子市内の飲食店では、既にメニューとして提供されている例も。

普及しやすい商品づくり

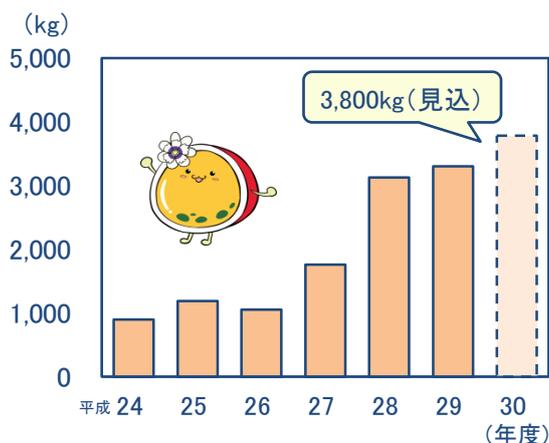
- ◆ パッションフルーツの種はそのまま食べられるものだが、ケーキ等に入っていると食感が滑らかにならないため、種を除いた希釈用の原液を開発。パッケージを使い切りサイズにするなど、飲食店のニーズに合わせた仕様に。
- ◆ 一般の人が気軽に手にとれる商品を作りたいとの思いから、パッションフルーツ入りの炭酸飲料を作ることにした。

短大が飲料ラベルを作成

- ◆ 八王子市内の山野美容芸術短期大学が炭酸飲料のパッケージのデザインを担当。オール八王子体制で商品開発を実施。



甘い実の果実を使ったシフォンケーキ



八王子パッションフルーツの収穫量

取組みの成果・今後の目標

八王子産パッションフルーツの認知度向上

- ◆ パッションフルーツの生産量は年々拡大。シーズン中は、道の駅「八王子滝山」でも販売。
- ◆ 地元をはじめとする各種イベント等に、商工会議所・サイバーシルクロード八王子、JAの職員、生産者が共に出店したり、テレビ番組で取り上げられたりすることによって、八王子産パッションフルーツの認知度が徐々に高まってきたという手応えを感じている。
- ◆ パッションフルーツとブルーベリーを使用したメニューの試食会を開催したところ、有料にもかかわらず、短期間で定員いっぱいになるなど、関心は非常に高い。
- ◆ 今後もより一層の認知度向上に向け、イベント等に積極的に参加していく。

地元産の農産物を使いたいという飲食店の要望に応え、地域活性化にも貢献

- ◆ 地元の飲食店には、地域の特産品を活用したメニューで独自性を出したいという強いニーズがある。それに応えることによって、地域活性化にも貢献。

商工会議所とJAの連携も深まる

- ◆ 「八王子野菜応援プロジェクト」を通じ、地元の有名レストランに八王子産の野菜の活用を提案するなど、パッションフルーツ以外の農産物の販路開拓支援も進行中。
- ◆ 商工会議所とJAの提携以前は点と点とのつながりだったが、提携後は組織としての面的なつながりが強まった。
- ◆ 地元のニーズを勘案しながら、今後も新商品の開発やマッチングを行う対象を広げていく予定。

3 もりかつ 森林活プロジェクト

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

松阪飯南
森林組合

松阪香肌
商工会

松阪北部
商工会

地域

三重県松阪市

取組みの内容

未利用間伐材を地域通貨にして、森林と地域を活性化する

- ◆ 松阪飯南森林組合では、松阪香肌商工会、松阪北部商工会、松阪市と連携して、「森林活プロジェクト」を平成27年1月から展開している。
- ◆ 森林活プロジェクトの特徴は、山林を手入れした際に出る間伐材を森林組合が6,000円/tで買い取り、支払いの半分以上を現金で、残りの半分以上を商工会で発行している商品券（地域通貨）で支払う点である。
- ◆ 商品券は木材の買取りから半年を期限として、それぞれの商工会の会員である商店（約600店舗）で利用できる。間伐材の活用と商品券の利用によって、地域の林業と経済を活性化する取組みである。

間伐材は木質バイオマス発電の燃料として活用

- ◆ 集められた間伐材は松阪市内にあるチップ工場加工され、同じく松阪市内にある木質バイオマス発電所で燃料として利用される。
- ◆ 木質バイオマス発電所では地域の木材の利用を進めており、再生可能エネルギーの固定価格買取制度（FIT）を利用することで、未利用間伐材を従来より高く買い取っている。

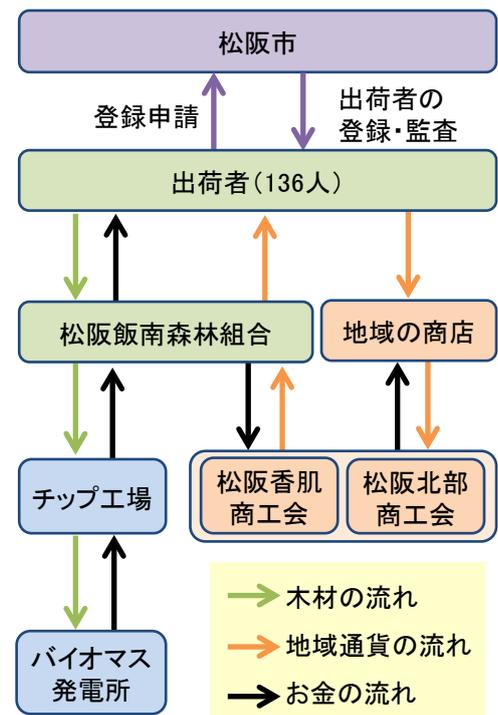
連携のきっかけ

バイオマス資源の有効利用を目指して

- ◆ 森林組合のある松阪市飯南・飯高地域は昔から良質な木材の産地として知られていたが、木材価格の低迷や過疎化によって林業が衰退し、間伐材も山林に放置されている状況となっていた。
- ◆ 一方、松阪市は「松阪市バイオマス活用推進計画」を策定し、木質バイオマス発電への地域木材の利用を促進していた。特に市では、この取組みを林業だけでなく地域経済の振興にもつなげられないか検討していた。
- ◆ そこで、森林組合と市が協議して間伐材の買取りにFITが利用できるよう、出荷者の登録と監査を市が実施する制度を整えた。

買取価格の半分を商品券で

- ◆ 地域振興策の一環として取り組む際に目を付けたのが、商工会が発行する商品券であった。市内にある2つの商工会と連携し、間伐材の買取金額の半額を商品券で支払うことで、地域内にお金が落ちるように工夫。



森林活プロジェクトのしくみ

注力した点・工夫した点

幅の広い買取対象と出荷者要件

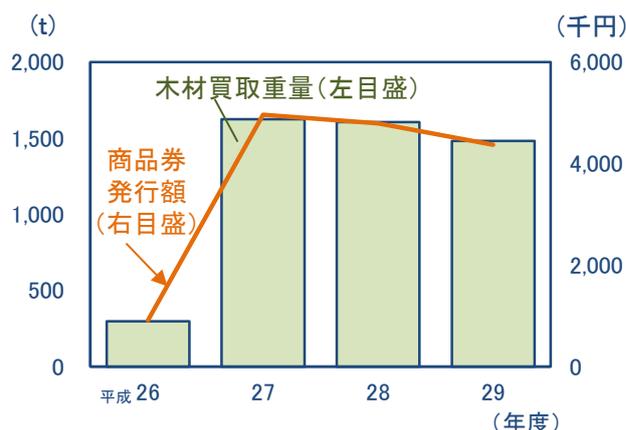
- ◆ 松阪市内の山から出材されるものであれば、短い材やキズがある材、曲がっている材も買い取られる。さらに、既に伐採されて放置されていた間伐材も、3年程度であれば、買取対象となる。
- ◆ 森林組合の組合員でなくても、松阪市に住所がなくても出荷者には登録ができる。
- ◆ ただし全ての出荷者には、事前の出荷者登録と伐採届出書の提出、出荷時のバイオマス証明書の提出が必要となる。

商品券が利用できる店舗の拡大

- ◆ 出荷者と森林組合からの要望を受けて、商工会では商品券を利用できる店舗を拡大している。主に日用品を扱う商店やガソリンスタンド等で利用されている。
- ◆ また、森林組合も事業者として商工会に新たに登録し、チェーンオイルなどの資材購入に商品券が使えるようにしている。



松阪香肌商工会で発行される商品券



森林活プロジェクトの実績

注：平成26年度は27年1～3月の実績

取組みの成果・今後の目標

副収入で意欲が向上、地域材の利用も進む

- ◆ 森林活プロジェクトがスタートして3か月で出荷者登録人数は51名となり、現在は136名まで増加している。出荷登録者の多くは松阪市の住民であり、地域での取組みが進んでいることがうかがえる。また、隣接する津市や奈良県から登録している森林所有者もいる。
- ◆ プロジェクトが本格的に稼働した1年目（27年度）から買取重量の目標である1,500 t を達成し、その後も目標水準を維持している。
- ◆ 森林所有者としても手軽な収入源（出荷者1人あたりの年間平均9万円）となっており、森林管理への意欲向上につながっている。

期待を超える商品券の発行により、地域経済の活性化に貢献

- ◆ 商品券は年間400万円を超える額が発行されている。特に香肌商工会では、発行している商品券全体の約68%が森林活プロジェクトによるものであり、プロジェクトによって発行額が大きく増加したことがわかる。
- ◆ 29年度末までに累計で1,500万円を超える商品券が発行されており、商工会の期待を超える発行額となっている。森林組合でも年間60万円の利用があり、森林活プロジェクトが地域経済の活性化にもつながっている。

間伐材の安定供給に向けて

- ◆ これまでは過去3年間に間伐した材の出荷もあって買取量も安定していたが、今後は継続的な間伐を推進していく必要がある。
- ◆ 森林組合では、森林活プロジェクトにより取り組みたい出荷者に対して、間伐が出来ていない森林所有者の紹介や組合の施業地での間伐の斡旋などを進めていく。

4 Wakayama Ginger Ale の開発・販売

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

JA
わかやま

×

和歌山
商工会議所

地域

和歌山県和歌山市

取組みの内容

和歌山市特産の新ショウガを用いたジンジャーエール開発

- ◆ JAわかやまは、和歌山商工会議所や和歌山市と連携し、平成21年に和歌山市特産の新ショウガを活用した飲料「生姜丸しぼりWakayama Ginger Ale（和歌山ジンジャーエール）」を開発した。
- ◆ 25年にはジンジャーエールに県内産ウメ果汁を加えた「梅ひと雫」、27年には県内特産柑橘類のジャバラ果汁を加えた「じゃばらしみ透る」を新たに開発するなど、ラインナップも充実。郵便局でのカタログ販売限定商品として、県内産モモ果汁を加えた「桃ほのか」もある。

和歌山商工会議所・和歌山市との連携事業

- ◆ JA、商工会議所、市（農業委員会）の3者は、20年に「農商工連携に関する協定書」を締結しており、ジンジャーエール開発は商工会議所が紹介した県内の飲料販売業者の協力で実現。商工会議所は商品の卸先となる小売店の紹介などでも協力。市も、市長自らが全国各地でのイベント等で商品をアピールするなど、全面的に協力。

連携のきっかけ

市長との継続的な意見交換

- ◆ 農商工連携の協定書を結ぶ以前から、JAや商工会議所が市長と地域活性化について話し合う意見交換会が定期的に行われており、そのなかで和歌山市をPRできるようなお土産を作れたらよい、という話が出ていた。
- ◆ 商品としてインパクトとオリジナリティがあるものは何かを議論するなかで、新ショウガに焦点があてられるようになった。

新ショウガの知名度を高めたい

- ◆ 和歌山県は、新ショウガの生産量が3,040 t と全国2位であり、その大半が和歌山市で生産されている。しかし、新ショウガが名産であることは市民にもあまり知られていなかった。
- ◆ 当時、新ショウガ生産者で組織するJAわかやま生姜生産販売連絡協議会（会員58名）の活動が活発化し、和歌山市の新ショウガの知名度の向上を図ろうという機運が高まっていた。生産者から協力を得られやすい素地があったことも、商品開発が進展した要因である。



生姜丸しぼりWakayama Ginger Ale のポスター

注力した点・工夫した点

農商工連携ファンドの活用

- ◆商品の販売促進（チラシ・のぼりの作成など）にあたっては「わかやま農商工ファンド」を活用。同ファンドは、農商工連携を推進する目的で中小企業基盤整備機構、JAバンク和歌山信連、和歌山県、紀陽銀行、きのくに信用金庫の出資で設立したもの。

ターゲットを定め、全国展開を目指す

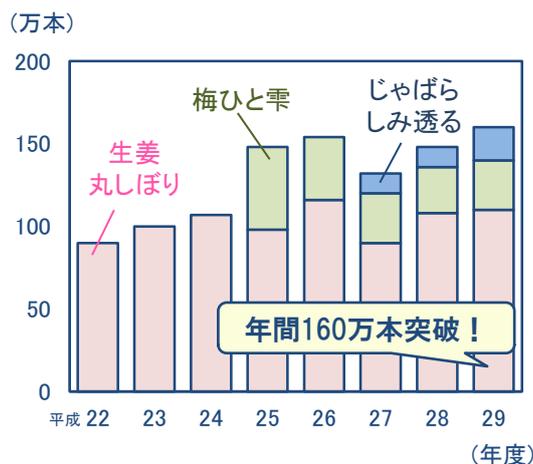
- ◆「本物志向」と「若い女性をターゲット」というコンセプトで一般に流通している商品と差別化を図っている。
- ◆和歌山市の新ショウガのアピールを目的にした商品のため、当初から全国展開を目標にした。JAはジンジャーエール販売の専任担当者を置き、継続的に販路開拓に取り組める体制を構築。

郵便局や大手企業とも連携

- ◆22年からは、近畿圏の郵便局でカタログ販売を行っている。その他、期間限定で全日空での機内販売やセブンイレブンでのカタログ販売も実施。
- ◆23年からは、キリンビール・日本バーテンダー協会と連携し、市内の飲食店でジンジャーエールを使ったオリジナルカクテルを販売。和歌山市を“モスコミュールがおいしく飲める街”としてプロデュース。



Wakayama Ginger Ale の3種6本セット



年間売上本数の推移

取組みの成果・今後の目標

年間160万本の大ヒット

- ◆年間売上本数は初年度から100万本に迫り、29年度には「生姜丸しぼり」「梅ひと雫」「じゃばらしみ透る」の3種類合計で160万本に到達した。

新ショウガの生産・知名度向上に貢献

- ◆ジンジャーエール加工用に使われる新ショウガは年間約5t。傷物などのB品を高値で買取ることによって、生産者の所得向上につながっている。また、和歌山市の新ショウガの知名度向上に大きく貢献している。

日本農業新聞社「一村逸品大賞」を受賞

- ◆23年には日本農業新聞社「一村逸品大賞」を約200点のなかから受賞した。審査委員長の漫画家やくみつる氏からは「新しい味としてパンチがあった。強い味のなかにも甘みもあり、女性にも受ける商品」と評価された。

新たな商品開発も進む

- ◆ジンジャーエールからの派生商品として、28年には市内のアイスクリーム卸売業者と連携して「生姜丸しぼり Wakayama Ginger Ale プレミアムアイス」の販売を開始した。
- ◆新ショウガを用いた新たな商品として、29年には新ショウガの佃煮「ごはんのおともでショウガ」を発売し、JA直売所などで販売している。
- ◆JAでは、今後も商工会議所や市と連携して商品開発を行い、和歌山市の新ショウガの知名度向上を図る方針。

5 黒なまこを用いた新商品開発・販売

連携分野 ①販路開拓・ビジネスマッチング ②六次産業化・商品開発（資源活用） ③震災復興・被災地支援 ④地方移住・観光振興 ⑤地域コミュニティ維持 ⑥その他	連携団体 JF大村湾 × 長崎県商工会連合会
	地域 長崎県時津町

取組みの内容

「大村湾漁協の石鹼」（黒なまこの石鹼）の開発・販売

- ◆ 黒なまこは、市場価値が低く駆除対象であった。畑の肥料程度にしかならない、お金にならない黒なまこは、漁場に残されるため増加し、JF大村湾はその対応に苦慮していた。
- ◆ 一方でJFは、なまこには食用以外にも優れた効能があることを、「なまこの加工作業をする女性の手が冬場でも荒れていなかった」ことから確信していた。
- ◆ このような黒なまこの有効活用をJF組合長が検討していたところ、平成19年に福岡市のベンチャー企業から打診があり、黒なまこ石鹼の開発に着手。21年8月には、JFやベンチャー企業等の商品化に尽力した有志が中心となって、黒なまこ石鹼の販売を主目的とする「大村湾水産加工品販売(株)」を設立し、同年10月に「大村湾漁協の石鹼」の販売を開始した。
- ◆ 商品開発・販売は、JF（黒なまこの乾燥品の原料供給）、大村湾水産加工品販売（商品の企画開発と販売）、サティス製薬（製造）、長崎大学薬学部（商品開発における技術指導）の連携によって実現した。

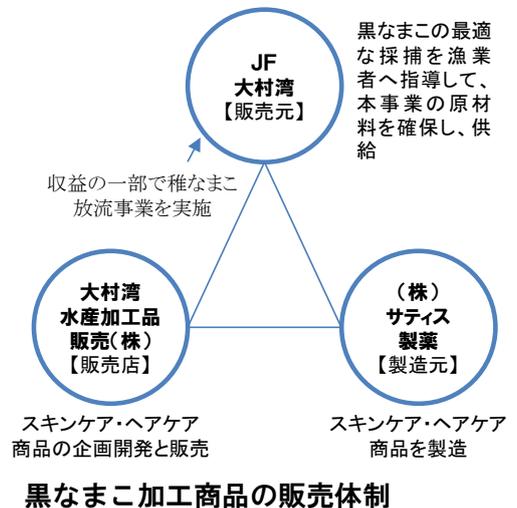
スキンケア・ヘアケア関連商品のラインナップの拡充

- ◆ 「大村湾漁協の石鹼」は、初年度で約5千万円（ピーク時は1.2億円）の売上を計上し、順調なスタートではあったが、石鹼だけでは企業としての大きな成長が見込めないのではないかとこの考え方から、新たなスキンケア・ヘアケア関連商品の開発が行われた。商品開発やマーケットに対する知見も蓄積され、継続的に新商品開発・販売がされている。
- ◆ 現在の商品ラインナップは、大村湾漁協の石鹼に加えて、オールインワンジェル、ポンプシャンプー、クレンジングジェルの4商品。

連携のきっかけ

補助事業の活用がきっかけ

- ◆ 21年度に、石鹼の開発にあたって長崎県商工会連合会が創設した「長崎県農商工連携ファンド」の事業を活用する際に、長崎県商工会連合会および(独)中小企業基盤整備機構（九州本部）から支援を受けた。
- ◆ 22年度には、新たなスキンケア・ヘアケア関連商品の開発にあたって、国の農商工連携事業の認定および補助金を得ることを目標とした。その実現にあたって、長崎県商工会連合会にJFは相談し、資料作りやプレゼンのアドバイス、専門家の紹介を受け、その結果、農商工連携事業計画が認定され、補助金の交付を受けた。



注力した点・工夫した点

地に足の着いた商品開発

- ◆ 長崎大学薬学部でナマコエキスの成分を検査・分析し、安全性試験や細胞毒性試験などをクリアし、INCI（国際化粧品成分命名法）と日本化粧品工業連合会に登録し、使用の許可を受け、ナマコエキス配合の石鹸開発をスタートした。
- ◆ 当初は悪臭を放ち、製品化への壁は高かったが、19年夏から埼玉県の化粧品のOEM製造を手がけるサティス製薬とともに研究開発・製品化に着手した。
- ◆ 試作品を友人や知人たちに使ってもらい、感想のフィードバックを受けながら試行錯誤を重ね、2年の歳月を経て商品化に成功した。

お客様の声を反映させた取組み

- ◆ 「大村湾漁協の石鹸」の愛用者に対するアンケート、顧客からはがき等で、スキンケア・ヘアケア製品への拡張を期待する声が多く出てきた。これに伴い新たな商品開発に着手し、黒なまこを活用した商品のラインナップは増えている。お客様の声を聞きながら商品を開発するスタイルは、今も変わらず続いている。

販促・PRに注力

- ◆ 地元の催事やラジオなど地道なPRを重ねることによって、全国放送のテレビや雑誌で取り上げられる機会も増え、地元から全国へとファンは広がっていった。
- ◆ 大村湾水産加工品販売は、22年12月に東京と大阪に支店を開設して、販売力を強化している。首都圏での催事には積極的に参加してPRに努めている。

取組みの成果・今後の目標

「大村湾漁協の石鹸」は累計60万個販売

- ◆ 40～60代女性を中心にファンが定着しており、乾燥肌や敏感肌に悩む多くの人びとに喜ばれて、リピート率も高い（販売開始当初の半年間のリピート率は82%）。
- ◆ JFの新規事業が創出され、収益のひとつの柱になった。

漁業者への効果

- ◆ 黒なまこが、石鹸原料として500円/kg（事業前の約5倍）の値段で取引。漁業者の所得が向上。

資源管理

- ◆ 「大村湾漁協の石鹸」の収益の一部が稚なまこ放流事業として大村湾海域に還元されており、大村湾内のなまこの繁殖・保護に寄与。
- ◆ 黒なまこの資源保護と乱獲防止を心がけながら、石鹸のためになまこを採るのではなく、加工時に破裂したり、欠けたりした規格外の乾燥なまこを大村湾漁協の石鹸に再利用。

地域活性化

- ◆ 「豊饒の海 大村湾」を前面に訴求しており、大村湾海産物のブランド力向上につながり、地域のイメージアップに貢献。



商品ラインナップ



資源・環境保全への取組み

6 えだまめスイーツの開発・販売

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

大館
商工会議所

×

JA
あきた北

地域

秋田県大館市

取組みの内容

- ◆平成26年にJAあきた北、大館市、秋田県（北秋田地域振興局）が「大館市えだまめ産地育成研究会」を組織し、生産・加工・流通に連携して取り組む体制を構築。27年には大館商工会議所も加わり、市内7つの菓子店で組織する「倶楽部スイーツ」によるえだまめスイーツの開発を支援するとともに、販売・プロモーションに取り組んでいる。
- ◆各菓子店が独自のえだまめスイーツの開発に取り組むほか、28年には「倶楽部スイーツ」共同開発商品として「おおだてえだまめモナカ」の販売を開始した。

連携のきっかけ

- ◆秋田県は全国有数のえだまめ産地。JAが26年に「強い農業づくり交付金事業」を活用して農産物流通加工センターを建設し、えだまめの一次加工を開始したことをきっかけに研究会が発足。
- ◆26年に研究会が「大館えだまめスイーツコンテスト」を実施したことを機に、商工会議所およびその会員である菓子店と継続的に連携する体制が構築された。

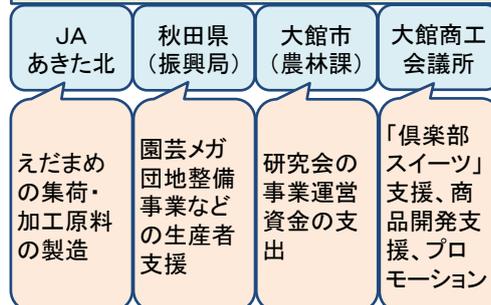


えだまめスイーツの数々

注力した点・工夫した点

- ◆研究会は、「えだまめのまち大館フェア」「えだまめ収穫体験」などのイベントを定期的実施することで、えだまめやその加工品をアピール。市の観光キャラクター「はちくん」やご当地アイドル「まちあわせハチ公ガールズ」がイベントを盛り上げている。
- ◆商工会議所は、農商工連携の先進地を視察するなどしてノウハウを集積。商品開発支援・プロモーションには「あきた企業応援ファンド事業」の助成を活用。
- ◆「倶楽部スイーツ」では、各菓子店の商品をまとめた割引クーポン付リーフレットを作成するなど、商品の認知度向上に努めている。

大館市えだまめ産地育成研究会



大館市えだまめ産地育成研究会
の運営体制

取組みの成果・今後の目標

- ◆「倶楽部スイーツ」の「おおだてえだまめモナカ」は、28年7月から30年7月までの累計で25万個の売上を記録。
- ◆「えだまめのまち大館」をさらにアピールするため、市内の商工業者や高校とも連携するなどして、スイーツ以外の新たな商品開発にも取り組んでいる。

7 遠野型エコスクール事業

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

遠野商工会

×

遠野地方
森林組合

地域

岩手県遠野市

取組みの内容

- ◆ 岩手県遠野市の林業資源を活用するため、遠野地方森林組合と各事業者が「遠野地域木材総合供給モデル基地」を整備して素材生産から製材・乾燥・集成材加工・プレカット・家具・建具製造までを一貫して行う体制を構築するとともに、(株)リンデンバウム遠野などの遠野市内企業（建設業者・設計事務所）が営業を担い、循環型林産業の構築と新たな産業の創出に取り組んでいる。
- ◆ 平成22年からは「遠野型エコスクール事業」と称して小中学校の木造校舎の建設及び学校用家具・建具の製造に注力しており、遠野商工会では販路開拓や事業計画の策定支援などを中心に全面的にサポートしている。

連携のきっかけ

- ◆ 遠野市では従来から地元の事業者が連携して設計・施工・木材調達を行い、作業効率や納期・価格面で優位に立つことができる体制を構築してきた。
- ◆ 23年の東日本大震災で仮設住宅建設の短期完成に協力して取り組んだことで、各事業者の連携体制がさらに強まった。



遠野市立遠野中学校の建設の様子

注力した点・工夫した点

- ◆ 建築資材の一括管理を行う(株)リンデンバウム遠野、大断面集成材を製造する(協)遠野グルーラム、間仕切り材の製造を行う(協)ノッチアート遠野、家具製造を得意とする北上山地家具製作(協)など、各事業者がそれぞれ得意分野を理解し合いながら連携している。
- ◆ 24～25年には、連携事業として面積5,000㎡超の遠野市立遠野中学校の建設を行った（木造約3,000㎡、鉄筋コンクリート造約2,600㎡）。構造材は工場加工し、現場では組み立てるだけなので、スピーディーに作業が進んだ。



完成した遠野市立遠野中学校

取組みの成果・今後の目標

- ◆ 「遠野型エコスクール」の取組みにより、29年度の学校との教育施設への納品・修理取引件数は35件、取引額は1億3,664万円に達した。取引のすそ野も広がっており、その他公共建築の納品・修理取引件数は56件、取引額は2億2,152万円となっている。
- ◆ 復興関連需要は減少することが予想されるが、これまでの連携事業によって培ったノウハウをもとに業務の幅を広げて対応する予定。

8 気仙沼メカジキのブランド化

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

気仙沼
商工会議所

×

JF気仙沼

地域

宮城県気仙沼市

取組みの内容

- ◆ 気仙沼商工会議所やJF気仙沼などが構成メンバーである「気仙沼メカジキブランド推進委員会」（委員長は商工会議所の会頭）が、気仙沼のメカジキのブランド化に取り組んでいる。
- ◆ 気仙沼のメカジキの認知度を上げるために「気仙沼メカジキ本」や「気仙沼メカジキマップ」、動画、ホームページ、ロゴマークを作成したり、イベントの企画などを実施している。
- ◆ 地元飲食店はメカジキのしゃぶしゃぶ「メカしゃぶ」（11店舗）やすき焼き「メカすき」（6店舗）、「メカカレー」（14店舗）を提供している。地元加工会社は「めかじき佃煮」「めかじきレモンオイル漬け」等の関連商品を製造・販売している。

連携のきっかけ

- ◆ 気仙沼漁港の生鮮メカジキの水揚量は、全国の約7割、冷凍を含めても5割以上を占めている。この気仙沼の主要魚種であるメカジキをブランド化することで、食による街づくりを実現しようと、平成27年9月に委員会が設立された。
- ◆ メカジキは気仙沼では古くから食べられてきたが、全国的には知名度が低く、料理法も知られていないという現状を認識し、委員会は市とも協力してブランド化に取り組むこととなった。
- ◆ ブランド化によって、地域を活性化し、観光客を誘致すること、料理人が学びに来る街にすること、魚価の安定につなげ、メカジキを主要対象魚としている近海マグロはえ縄漁船の減少を食い止めること等を目的としている。

注力した点・工夫した点

- ◆ 地域の異なる業界の組織が、垣根を越えて、地域全体でメカジキを盛り上げようとする組織づくり。
- ◆ 市内での積極的なイベント展開。
- ◆ キリングroupから、ブランド育成、商品開発、情報発信などに対する支援として2,500万円の助成を受けた（復興応援 キリン絆プロジェクト）。

気仙沼商工会議所（委員会本部）

組織体制：気仙沼商工会議所、
気仙沼市役所、リアス観光創造PF



気仙沼メカジキブランド化推進委員会の組織構成図

取組みの成果・今後の目標

- ◆ 震災前は気仙沼では商工会議所、JF等の地域に根ざした組織は別々に活動していたが、震災後からは連携した取組みが始まっている。今後はさらなる連携を進めていく方針である。
- ◆ 世界に向けた気仙沼ブランドの発信。

9 女川ブランディングプロジェクト

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

女川町
商工会

×

JFみやぎ

地域

宮城県女川町

取組みの内容

- ◆平成24年9月に女川町の若手事業者8人によって設立された「復幸まちづくり女川合同会社」は、女川の水産加工品の認知度向上のため「あがいんおながわ」ブランドを立ち上げたほか、水産業体験プログラムを実施する「女川町水産業体験館 あがいんステーション」を建設。
- ◆プロジェクトの事業主体は復幸まちづくり女川合同会社だが、女川町、女川町商工会、JFみやぎ女川町支所、女川魚市場、女川町魚市場買受人協同組合、女川水産加工業協同組合、女川町観光協会も連携・協力し、町の産業界が一体となって、地域ブランドの育成、水産業の復活に取り組んでいる。

連携のきっかけ

- ◆東日本大震災による大津波で、人口の約1割が被害を受け、建物の約8割が流失するなど、女川町は壊滅的な状況となった。
- ◆23年4月に、町の産業界が集まって女川町復興連絡協議会を立ち上げ、産業再生へ向けての第一歩を踏み出した。働く場がなければ地元に住み続けられないとの危機感から、同協議会のまちづくり創造委員会が中心となり、「復幸まちづくり女川合同会社」を設立。
- ◆町の基幹産業である水産業を中心に、25年度から「あがいんおながわ」ブランドの育成と水産業体験を復興の両輪とする「女川ブランディングプロジェクト」を開始。

注力した点・工夫した点

- ◆「あがいんおながわ」ブランドの認定は、女川町で水揚げされた原材料を使用する、または女川町内で製造された商品のいずれかを満たすことが必須条件で、認定審査会が、味、パッケージ、価格について審査。
- ◆商品を認定して終わりではなく、認定品の紹介と購入が同時にできる通販サイトを構築。また、販路拡大のためオリジナル商品の開発や詰め合わせ商品を作り、外部企業に販売するなど商社的な機能も担う。



加工品の詰め合わせ

取組みの成果・今後の目標

- ◆プロジェクト立ち上げには民間企業、宮城県、復興庁の補助や寄付金を活用したが、29年4月からは補助金に頼らない自走体制で事業を行っている。
- ◆ブランド化により、外部の人だけでなく、町民による贈答品としての水産物の購入も進んだ。
- ◆今後は、同社のほか、町、商工会、女川魚市場買受人協同組合、観光協会が出資して設立した、駅前商業エリアのマネジメントを行う「女川みらい創造株式会社」とも連携し、収益を地域に再投資する体制の構築を図る。

10 みやぎサーモンの宮城県産米での養殖

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

JFみやぎ

×

JA全農
みやぎ

地域

宮城県

取組みの内容

- ◆平成29年5月にG I（地理的表示）に登録された宮城県産養殖ギンザケの最高級ブランド「みやぎサーモン」の養殖にあたって、宮城県産飼料用米を餌として活用している。餌全体の15%は県産飼料用米、米ぬかも含めた米由来の原料配分は全体の30%を占める（使用する飼料米はJA全農みやぎが供給）。
- ◆国産飼料用米を魚類養殖の餌として活用したのは全国初。
- ◆30年5月に、県産飼料用米で養殖された「みやぎサーモン」が初出荷。

連携のきっかけ

- ◆宮城県下のギンザケ養殖業の配合飼料の原料は8割以上が輸入物に依存しており、飼料の低コスト化と国産原料の調達、さらに外国産のサーモンとの差別化が課題となっていた。飼料用米の用途拡大も模索されていた。
- ◆上記のような課題のもと、東北大学、JFみやぎ、JA全農みやぎ、みやぎ銀ざけ振興協議会などが、28年から国の「革新的技術開発・緊急展開事業（うち地域戦略プロジェクト）」を活用して、「米中心飼料による純国産ギンザケ養殖技術開発と凍結・解凍技術の革新による輸出の拡大」をテーマに研究を始めたのが連携のきっかけである。

注力した点・工夫した点

- ◆従来は、養殖飼料に占める玄米や米ぬか等の割合を高めるには技術面で課題があったが、産学官の連携を通じてクリア。ペレット状に成型することが難題だったが、圧力調整等の工夫を重ねて開発に成功。
- ◆JFみやぎは、30年5月29日に、仙台市内で発表会を開催し、優れた味わいやプレミアム感、ストーリー性を訴求。



みやぎサーモン

取組みの成果・今後の目標

- ◆県産飼料用米の使用によって、養殖臭の希薄化にも効果。
- ◆みやぎ生協の全48店で販売（30年5月の価格は税別で100gあたり刺身用398円）。
- ◆飼料用米で育てた「みやぎサーモン」の30年度の生産計画は約100～150 t。県産飼料用米15 tを餌の原料に使用する予定。
- ◆すべての「みやぎサーモン」を県産の飼料用米で養殖。「みやぎサーモン」をブランド化して県外や世界に向けて発信していくことが目標。

11 なめがた食彩マーケット会議

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

JAなめがた

×

行方市
商工会

地域

茨城県行方市

取組みの内容

- ◆ JAなめがたなどの市内農畜水産業団体、行方市商工会、行方市が一体となって、行方産農畜水産物の販売促進とブランド化を進めるため、平成22年に「なめがた食彩マーケット会議」を設立した。
- ◆ 同会議では、地域の農畜水産物を使った加工品の商品企画を行っている。例えば、特産物のさつまいもを使用した加工品として、「本格芋焼酎行方紅コガネ」、「本格芋焼酎紅優甘（べにゆうか）」とスパークリング焼酎「ゆうか」の企画開発を行った。
- ◆ また、農畜水産物販売促進事業の一環として、オリジナルレシピを募集し、「行方レシピコンテスト」を開催。これまで、「なめがたベジ鍋」「パクチー」「さつまいも」「れんこん」をテーマにレシピのコンテストを実施。
- ◆ さらに、市、JAや商工会と協力して、特産品の販売促進イベントを県内外で多数開催。

連携のきっかけ

- ◆ 行方市は、さつまいもをはじめとする農畜水産物の大産地で、大消費地に近く流通の立地条件にも恵まれている。反面、加工品は少なく、付加価値を高めるため、6次産業化・農商工連携が課題だった。
- ◆ そこで、関係機関が一体となって推進する体制を整備するために、同会議を設立。

注力した点・工夫した点

- ◆ 市長が同会議の会長を務め、JA組合長と商工会会長が副会長に就任するとともに、実務を担当する幹部職員や農業者等も構成員となって進める体制を築いている。



行方産さつまいもを使用した
本格焼酎「紅コガネ」

取組みの成果・今後の目標

- ◆ 同会議ではこれまで、焼酎、菓子、アイスクリームなど8商品の企画を行った。JAの独自商品や茨城大学地域活動プロジェクトデザイン班がデザインした商品などと合わせて、「行方市6次化商品パンフレット」に掲載してPRしている。
- ◆ 「行方レシピコンテスト」の優秀作品の一部は、同会議ウェブサイトで公開している。レンコンをテーマにしたレシピ51作品などが掲載されている。
- ◆ さらなる販路開拓に向けて、特産品の海外への輸出について、同会議が中心となり、関係機関と連携しながら検討している。

12 JA直売所での水産加工品の販売

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

JF上越

×

JAめぐみの

地域

新潟県糸魚川市・岐阜県

取組みの内容

- ◆ JF上越の水産加工品「糸魚川のごつつお」等を、JAめぐみの（岐阜県）の直売所で販売（糸魚川ごつつおは、平成24年にJFが登録した商標のこと）。JAはJFの商品を全量買取し、JAが小売価格を設定。
- ◆ JFは、加工部門の強化に注力しており、一般家庭用に販売した「糸魚川のごつつお昆布ダマ」は「にいがた6次化フェア2017」（日本食糧新聞社主催）で入賞等をしている。他に、ニギスすり身、タイのフィレ等が主力商品。

連携のきっかけ

- ◆ JAバンク・JFマリンバンク主催の「JA・JFグループ北信越商談会」において連携を実現。
- ◆ それ以前から、JFは水産加工品の販路拡大のために商談会等に積極的に参加し、道の駅や他県の旅館などでの販売実績があった。



小型冷凍ショーケースFRISTA

注力した点・工夫した点

- ◆ JFは、JAに小型冷凍ショーケースFRISTA^{フリスタ}を貸与し、高品質な水産物の提供に一役買っている。
- ◆ フリスタは、プロモーション機能を併せ持つ国内唯一の冷凍ショーケースで、JFおよび商品の訴求に貢献している。
- ◆ 他と差別化するために、漁獲から商品ができるまでの一連の工程の衛生・品質管理が徹底されている（高品質冷凍が可能な3Dフリーザーで冷凍・真空パック詰め等）。
- ◆ JA収穫祭に、JFの組合員（漁師）が参加し、対面販売や試食品の提供、大鍋で作った「ニギスつみれ団子汁」を振る舞い、商品のPRを実施。その後2か月間で売上が数百万円アップ。

取組みの成果・今後の目標

- ◆ JAは、直売所でJFの水産加工品を販売することによって、直売所の訴求力アップを図ることができ、水産加工品の販売はJAとJFの双方にとってメリットがあると認識している。
- ◆ JFは、JA直売所などへの直接販売を通じて、漁業者の収入を安定させ、さらに県産魚介類のブランド化や加工品の品揃えの拡充を図り、漁業者の所得向上を目標としている。販路については関東や中部地方を中心に拡大し、ネット販売も充実していく方向である。

13 信州須坂フルーツエール推進協議会

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

JAながの

×

須坂
商工会議所

地域

長野県須坂市

取組みの内容

- ◆ J Aながの、須坂^{すゐか}商工会議所、須坂市観光協会、須高CATV、八十二銀行、長野県、須坂市等がメンバーとなり、平成28年に「信州須坂フルーツエール推進協議会」を設立。
- ◆ 同会議から醸造委託先として選定された(株)クルークダイニングでは、りんごを使用したクラフトビールを開発。同会議の醸造所「信州須坂フルーツブルワリー」で製造し、29年10月より「信州須坂フルーツエール」のブランドで販売している。
- ◆ りんごを使ったフルーツエール種類は、第1号の「りんご（ふじ）」に加え、「りんご（秋映）」「りんご（シナノスイート）」「りんご（シナノゴールド）」、りんごとカシスをミックスした「りんご&カシスミックス」、りんごの甘さを抑えた「りんごDRY辛口」の6種類を展開している。
- ◆ J Aは原料として須坂産の果実を供給し、商工会議所等は助言や事業連携等を担っている。

連携のきっかけ

- ◆ 須坂市は、りんご、ぶどう、もも、プルーンをはじめとする果樹の大産地である。
- ◆ 果樹農業の振興、地元の産業や雇用の創出、地域活性化を目的に、市からの呼びかけで協議会を設立した。

注力した点・工夫した点

- ◆ 醸造所の整備、商品の販路拡大等には国の地方創生推進交付金事業等を活用。
- ◆ 果実だけでなく、仕込み水も市内の名水を使用するなど、須坂産の原料にこだわって製造している。
- ◆ エールの開発にあたっては市内飲食業者などとの意見交換会を開催し、お客さんの嗜好、料理との相性を考慮。さらに、市民を対象とした試飲会を開催し、3種類の候補のなかから商品化第1号を選定した。
- ◆ 販路開拓のため、飲食店、温泉・宿泊施設、小売店を招いて商談会を開催している。



信州須坂フルーツエール

取組みの成果・今後の目標

- ◆ 取組みが始まった28年度は、J Aから原料のりんご1,000kgを供給した。29年度は、りんご3,000kg、ぶどう313kgを供給した。
- ◆ 現在、主に須坂市や長野市等の飲食店や温泉・宿泊施設49か所で樽生やびん詰のフルーツエールを提供し、酒販売店やコンビニエンスストアなど50店舗でびん詰を販売。30年度からはふるさと納税の返礼品にも加わった。

14 農泊を軸とした滞在型観光

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

加子母
森林組合

×

中津川北
商工会

地域

岐阜県中津川市

取組みの内容

- ◆平成29年に加子母森林組合、中津川北商工会加子母支部、中津川市、地域おこし協力隊、NP O法人かしもむら、道の駅かしも、渡合温泉、(有)ファンファームなどの団体が連携して、中津川市加子母地区内で農泊を軸とした滞在型観光（訪問・体験・交流・宿泊の一体化）を推進する取組みを開始した。
- ◆加子母森林組合は農泊の窓口になるとともに、体験プログラムを開催するなど、取組みの中心的役割を果たしている。中津川北商工会は定期会合に出席し、会員への連絡・調整などを担当。

連携のきっかけ

- ◆中津川市加子母地区は、面積の約93%を山林が占める山間地域で、森林組合ではこれまでも林業体験や農作物の収穫体験、歌舞伎小屋「明治座」を活かした観光などのツアーを実施してきた。
- ◆農林水産省の農山漁村振興交付金（農泊推進対策）を受けるにあたって体験プログラムの整備や農泊の担い手確保を進めることになったが、これが関係する各団体との連携体制の構築につながった。

注力した点・工夫した点

- ◆各団体の担当者は定期的に会合を開いており、情報共有や新規プログラムの開発を進めているほか、視察や勉強会を通じて取組みのレベルアップを図っている。また、中核的なメンバーで構成される「観光チーム」が地域のブランディングについて検討を重ねている。
- ◆県（農政局）や市（観光課）の事業を積極的に活用して観光業者との商談会などに参加するとともに、メディアやSNSの活用によるPRを行っている。



体験プログラムの様子

取組みの成果・今後の目標

- ◆地域内で情報共有が進んだ結果、「点」だった集客が「線」へと変わり、観光客の域内滞在時間が伸びている。これにより、29年の森林組合の体験プログラムの参加者は約1,200人と、前年の約2倍に拡大。また、「明治座」への入館者も前年比3割増の2万人に到達。
- ◆農泊の取組みは始まったばかりであるが、地域の新たな収入源として理解が進んでいる。
- ◆今後は中津川市にとどまらずに恵那市や下呂市とも協力して広域観光事業を進め、訪日外国人を含めた国内旅行者の受け入れ拡大を目指す予定。

15 GI登録の2品でコラボコロッケの開発

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

JF田子の浦

×

JA三島函南

地域

静岡県富士市・三島市・函南町

取組みの内容

- ◆平成29年11月に、GI（地理的表示）に登録された「田子の浦しらす」（29年6月登録）と「三島馬鈴薯」（28年10月登録）を使った「GIコラボコロッケ（仮称）」を発表。GI登録された産品でコラボレーション商品が開発されたのは全国で初めて。
- ◆JF田子の浦（富士市）とJA三島函南（三島市、函南町）の連携によって、GIコラボコロッケが誕生。JFとJA・漁業と農業の接点をつくることに成功し、これをきっかけに新たな展開も検討されている。

連携のきっかけ

- ◆「田子の浦しらす」がGI登録されたのを機に、JFがJAに連携の提案をしたのがきっかけ。開発・製造は静岡県内の(株)東平商会在担当。
- ◆JFでは、しらすの活用を模索しており、10年程前からしらす入りコロッケを製造していた。コラボについても以前から考えていたが、GI登録によってJAに提案することができた。
- ◆提案を受けたJA側の担当者も「ありがたい提案。互いに成長したい」と期待。

注力した点・工夫した点

- ◆JFとJA、三島市、富士市の職員が何度も会議や試食を重ねて、「田子の浦しらす」と「三島馬鈴薯」の素材を生かしたコロッケを開発した。開発期間は約2か月。
- ◆「田子の浦しらす」を乾燥させ、ちりめんじゃこにしてコロッケに混ぜることによって、風味と食感にアクセントをつけている。
- ◆JFの食堂や市のイベント等で、GIコラボコロッケの提供・情報発信をしている。



GIコラボコロッケ

取組みの成果・今後の目標

- ◆今後は学校給食等の業務用や一般家庭用（冷凍食品など）としての販売を検討している。
- ◆30年7月22日に富士市で行われた「富士まつり」で、GIコラボコロッケ（仮称）が紹介され、名称募集のコンテストが開催された（名称募集は同年8月31日まで）。
- ◆コロッケの販売によって、「田子の浦しらす」と「三島馬鈴薯」、そしてGI制度自体の認知度が向上。
- ◆今後は、さらにJFとJA、行政が連携してPRし、ブランド化を目指す。

16 軽トラはままつ出世市

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

JA
とぴあ浜松

×

浜松
商工会議所

地域

静岡県浜松市

取組みの内容

- ◆ J A とぴあ浜松と浜松商工会議所では、浜松市などとも連携して毎年「軽トラはままつ出世市」を開催している。これは、浜松市内の目抜き通りを歩行者天国にして、そこで軽トラをブースとして地域の農産物や特産品を販売するイベントで、農家や商工業者が出店している。
- ◆ 平成29年には軽トラック60台（うちJ A関係者40台、商工会議所関係者20台）が集まり、約3万人が来場する大規模なイベントとなった。
- ◆ また、J Aでは商工会議所の会員である加工業者などと連携して、浜松の農産物を原料とした加工品開発も展開している。

連携のきっかけ

- ◆ 商工会議所では、市の主要産業である自動車産業に代わる新産業の創出を検討していた。そのなかで農業も有望分野の1つとされていた。
- ◆ 一方で、J Aは以前から独自に6次産業化に取り組んでおり、加工業者との連携にも前向きであった。
- ◆ そこで、さらなる連携を目指して26年11月にJ Aが商工会議所に入会し、連携事例の第1弾として「軽トラはままつ出世市」が企画された。

注力した点・工夫した点

- ◆ 軽トラ市の出店者事務をJ Aが担当し、出店する生産者との調整を行う。目抜き通りの交通規制などについては、商工会議所がこれまでのイベント開催のノウハウを活かしている。



軽トラはままつ出世市のチラシ

取組みの成果・今後の目標

- ◆ 浜松駅近くの目抜き通りで開催するため、来場者数も多く、出店した農家からの評価も高い。
- ◆ 商工会議所と連携することによって、非農家にもJ AのPRが効果的に進むことが期待されている。
- ◆ さらなる農商工連携として、J F浜名や百貨店、スーパーとも連携して「浜松産の食材でヒット商品を作ろう！プロジェクト」を展開している。プロジェクトから生まれた商品は「はままつプレミアム」として認定され、これまで10商品が開発されている。

17 森のステーション美方

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

北但西部
森林組合

香美町
商工会

新温泉町
商工会

地域

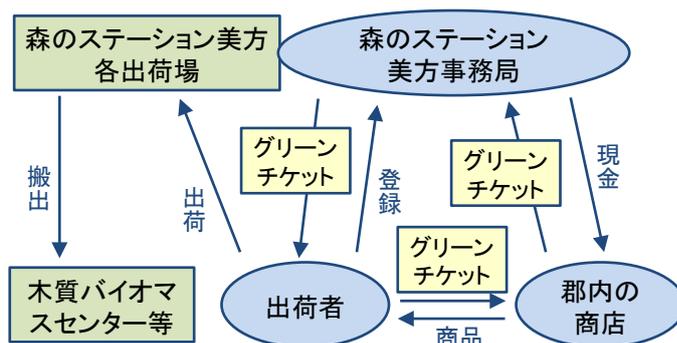
兵庫県香美町・新温泉町

取組みの内容

- ◆ 木の駅プロジェクト・森のステーション美方は、「軽トラとチェーンソーで晩酌を」を合言葉に、切り捨て間伐などで生じた林地残材を集めて「森のステーション」に出荷をすると、軽トラック1台（350kg）あたり2,500円のグリーンチケット（地域通貨）と交換できる取組みで、平成28年6月に始まった。
- ◆ グリーンチケットは、北但西部森林組合と美方郡香美町・新温泉町の行政が協力して発行しており、香美町商工会・新温泉町商工会の会員であるスーパーや飲食店、ガソリンスタンドなど46店舗で使用できる。

連携のきっかけ

- ◆ 両町は85%を森林が占め、その半分が人工林だが、林業衰退で手入れが行き届かない状況があった。そこで、森林組合と行政が森林整備を目的に同取組みを企画した。
- ◆ 地域通貨を活用することによって地域経済の活性化も期待できることから、両町の商工会を通じて商工会会員事業者への協力を呼びかけた。



注力した点・工夫した点

- ◆ 木材の出荷者は事前に出荷登録を行い、安全講習会を受けている。木材には①1年以内に伐採されたもの、②丸太の長さが30cm以上3m以内、③丸太の直径が末口5cm以上、④枝払いしているもの、という出荷基準を設けている。
- ◆ 木材は24時間搬入可能で、専用伝票に記入後、森林組合の職員が回収する。グリーンチケットは毎月10日にまとめて支給される。



出荷者向け安全講習会

取組みの成果・今後の目標

- ◆ 29年12月までの実績をみると、出荷登録者は100人、実出荷者は31人。出荷量は341.26tで、グリーンチケット発行数は4,837枚（241万8,500円分）にのぼる。
- ◆ 出荷された木材はシイタケ原木や薪として利用されるほか、香美町にある木質バイオマスセンターに販売され、チップに加工されている。
- ◆ 林業の振興と再生、出荷者の所得向上、地域経済の活性化という一石三鳥の取組みとなっており、取組みの定着が目指されている。

18 かすみ 香住ガニのブランド化

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

JF但馬

×

香美町
商工会

地域

兵庫県香美町

取組みの内容

- ◆平成28年度から香美町商工会の主導のもと、香美町産業連携活性化協議会がオブザーバーとなって、香住ガニの新商品開発や販路開拓、海外展開、ブランド化に取り組んでいる（協議会の会員はJF但馬、観光協会、水産加工協、JA但馬、町など）。
- ◆ベニズワイガニを水揚しているのは、兵庫県下では香住漁港のみなので「香住ガニ」の別名で以前から広くPR活動されているが、今後は地域団体商標の取得などによってブランド強化を図ろうとしている。香住ガニのブランドの浸透・普及によって、魚価の安定、漁業者の所得向上、加工業者や旅館・民宿、観光施設への波及効果が期待されている。
- ◆30年8月には、JFは商工会の要請で香港フードエキスポ2018に出品している（「麴の魚醤」や高級初摘みのりに麴の魚醤を加えた味付け海苔、海苔佃煮〔かに・えび仕立て〕）。
- ◆JFは、商工会の6次産業化にあたっての助成金やアドバイザー、貿易（輸出）等の研修会などを活用している（JFは商工会の会員）。
- ◆香美町の海岸線はジオパークに認定されており、以前は観光遊覧船があったが、それがなくなり観光客は減少した。これに対して漁業者と宿泊業者からの提案、商工会のサポートのもと、30年8月に海上タクシーの運営組織が立ち上げられ、漁業者の船外機を海上タクシーとして活用することが検討されている。

連携のきっかけ

- ◆商工会の「ひょうご『まちおこし』支援事業」の一環で、香住ガニのブランド化が連携のきっかけ。
- ◆JFが28年から販売をスタートした5種類の魚醤「麴の魚醤」は、JFや地元水産物だけでなく、「但馬」そのものをPRする商品として開発されており、JF側に連携する素地があった（JFの加工品は基本的に未利用資源を活用し、漁業者の所得の向上および浜の活性化を目的としている）。

注力した点・工夫した点

- ◆JFは、商品の企画開発・流通を専門に行う部署（2名）を設置して、商品開発や商談会への出展など様々な動きに対応できるようにしている。

取組みの成果・今後の目標

- ◆ブランド化の取組みによって、漁業者はJFが魚醤などの加工品をつくることに協力的になり、JFに対する帰属意識も高まっている。



香港フードエキスポ2018に出展



麴の魚醤（5種類）

19 龍神村翔龍祭 林業まつり

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携
団体

龍神村
森林組合

JA紀州

龍神村
商工会

地域

和歌山県田辺市

取組みの内容

- ◆ 林業まつりは、林業・林産物に関する展示会・物産展のほか、木工品作り体験などのワークショップなどを行うイベントで、昭和45年から開催されている。現在の開催日は11月中下旬の土曜日・日曜日の2日間。平成12年からは絵画・書道の展示や合唱・合奏の発表会を行う村民文化祭と併催されるようになり、全体を翔龍祭と呼んでいる。
- ◆ 地域住民や各団体で組織する翔龍祭実行委員会が主催する。龍神村森林組合は材木展示会や木工体験、JA紀州龍神支店は会場設営に使用するコンテナの貸出や物品販売、龍神村商工会はフリーマーケットの出展を行うなど、連携して祭りを運営している。

連携のきっかけ

- ◆ 田辺市龍神村は200年前から造林に取り組む林業の村。林業まつりは林業関係者のレクリエーション大会としてスタートしたが、徐々に観光資源や物産品の紹介・販売を行う地域振興イベントへと展開。
- ◆ 農林業を営む住民が多いことから、JAは早くから農機の展示などで祭りに参加していた。その後、祭りが大きくなるにつれ、多くの団体に関わるように。

注力した点・工夫した点

- ◆ 昭和58年に龍神村が「龍神国際芸術村構想」を立ち上げた経緯もあり、木工芸の芸術家などが作品を披露するイベントとしても展開。
- ◆ 近年は「木とふれあう」をテーマとし、木くずプールや積み木を用意するほか、子ども大工体験、親子木工教室、紙すき体験などのワークショップを開催。子どもから大人まで誰もが参加できるイベントになっている。



龍神村翔龍祭のポスター

取組みの成果・今後の目標

- ◆ 近年の来場者数は3,000~5,000人で推移。木工製品やキノコなどの林産物はもちろん、農産物やそれを活用した料理、地元の文化・芸術などのあらゆるテーマを扱う地域最大のイベントとして定着している。
- ◆ 平成29年からは地元の高등학교が文化祭として林業まつりに参加。今後も祭りを通じて地域の多様な組織・団体の連携を広げていきたいとしている。

20 四万十川の幸を用いた加工品開発

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

四万十市
西土佐商工会

×

四万十川西部
漁業協同組合

地域

高知県四万十市

取組みの内容

- ◆ 四万十川西部漁業協同組合では、四万十市西土佐商工会の会員である地域の事業者と連携して、四万十川で採れた魚介を使った加工品（①天然アユの開き・粕漬け、②冷凍ツガニ（モクズガニ）・ツガニのだし「がねスープ」、③ナマズのフライ「四万十川ひげカツ」）を開発。
- ◆ 加工品は道の駅「よって西土佐」で漁協が出店している「鮎市場」で販売されており、道の駅および近隣商店への集客につながっている。
- ◆ 四万十市の地域特産品として、ふるさと納税の返礼品として採用されている。

連携のきっかけ

- ◆ 道の駅が開業するにあたって、道の駅で販売する地域特産品の開発が必要となり、漁協と地域の事業者の連携が実現。
- ◆ 商工会も、県の工業技術センターの紹介や商品開発に活用できる補助金の利用支援をきっかけに連携。



ツガニのだし「がねスープ」

注力した点・工夫した点

- ◆ 四万十市内の他の事業者（アユの加工法指導）や県の工業技術センター（ツガニの冷凍技術指導）、地元デザイナー（商品パッケージのデザイン）とも連携し、地域での特産品を開発した。
- ◆ 東京都で開催された「土佐っておいしい！食の大商談会」などの商談会やイベント出店、道の駅での実演販売を通じて、積極的なPR活動を展開した。



道の駅内の「鮎市場」入口

取組みの成果・今後の目標

- ◆ 加工品は27年度から販売が開始され、初年度に230万円を売上げた。29年度には売上額を約2倍（416万円）にまで伸ばしている。
- ◆ 連携による加工品開発と高付加価値販売が実現したことで、地域内で地域資源の有効活用に対する認識が高まっている。漁協では高知県版HACCPの取得に向けた取組みが始まり、商工会でも今後、地域の農林水産業者との連携を進めていく予定である。また、四万十川流域5漁協が連携して、四万十川天然アユの地域団体商標取得に向けた取組みもスタートしている。

21 久留米バナラビーンズプロジェクト

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

久留米
商工会議所

JAくるめ

JAにじ

地域

福岡県久留米市

取組みの内容

- ◆ 久留米商工会議所、市内3つの商工会、市内5つのJA、久留米市の10団体で構成される久留米市農商工連携会議は、平成24年に国内で初めてバナラビーンズの生産・加工に取り組む「バナラビーンズプロジェクト」を推進強化事業に位置づけた。商工会議所がプロジェクトの事務局となり、各団体が連携して生産体制の構築や商品開発・販路開拓の支援を行っている。
- ◆ 農商工連携会議が主催するバナラビーンズ生産農家の視察研修会には、JAくるめ、JAにじが参画。生産ノウハウの確立・横展開や生産農家の拡大に向けた協力体制を築いている。

連携のきっかけ

- ◆ 事業を主導する(有)金子植物苑は、平成21年に商工会議所へ経営相談を行うなかで、国産バナラビーンズの実産・加工・販売に取り組むことを決定。商工会議所が主催する月例勉強会（くるめ経営道場）などを契機に、生産農家らとの連携が拡大していった。
- ◆ 農商工連携会議は、これまでも久留米産肉用牛やハトムギ、「くるめ米」の推進・販路拡大に取り組んできた経緯を持つ。バナラビーンズについても、市内の農商工団体全体で支援する体制をつくるため、同会議のプロジェクトに位置づけることとなった。



久留米市のふるさと納税返礼品のひとつとなっているバナラアイスクリーム

出典：ふるさとチョイス

注力した点・工夫した点

- ◆ (有)金子植物苑を中心としたバナラビーンズの実産・商品開発事業は、平成23年に九州経済産業局から農商工連携計画の認定を受けた。国内初の取組みということで複数のメディアに取り上げられ、PR・販路拡大の体制が強化された。
- ◆ 毎年秋に開催される「ふるさとくるめ農業まつり」（JAくるめ、商工会議所などで実行委員会を組織）で、久留米産バナラの展示・販売するなどしてプロジェクトを盛り上げている。
- ◆ 単に取組企業や栽培農家が潤うだけではなく、「バナラのまち久留米」として地域全体への経済波及を目指す取組みであることを前面に打ち出している。

取組みの成果・今後の目標

- ◆ 市内を中心とした事業者によって久留米産バナラビーンズを使用したプレミアムアイスクリームやバナラシロップ、お香などの商品開発が進められており、久留米市の新たな特産品として着実に根付いている。
- ◆ 現在のバナラビーンズの実産量は、当初の予定を大幅に下回っているが、需要が高く、供給が追いついていない状況となっている。安定してバナラビーンズを産出できるノウハウを確立することで生産農家を増やし、生産量を確保していくことが目標となっている。

22 柳川ブランド推進事業「よかばんも～柳川」

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携
団体

JA柳川

JF福岡
有明海
漁連

柳川商工
会議所

柳川市
商工会

地域

福岡県柳川市

取組みの内容

- ◆平成22年に柳川市、JA柳川、JF福岡有明海漁連、柳川商工会議所、柳川市商工会、柳川市観光協会などで組織された柳川ブランド推進協議会は、地域イメージを発信する体験交流やバスツアー、柳川の特産品を使った商品開発、ブランドづくりの担い手育成等を行っている。キャッチフレーズは「よかばんも～柳川」（柳川の方言で「いいですよ～」という意味）。
- ◆柳川ブランド認定品は、市内で生産・製造される製品のうち、1年以上販売実績のあるものを対象に、地元住民の推薦を受けて厳正な審査のうえ、柳川ブランド推進協議会が認定。認定商品は市内のアンテナショップ「おいでメッセ柳川」で扱うほか、都内のアンテナショップや各地域で行う物産展などで柳川を代表する特産品としてPR販売している。
- ◆収穫体験や交流型ツアーには、JAやJF、農家、漁師などが協力。

連携のきっかけ

- ◆柳川市では、若者の転出による人口減少、農業者の高齢化と後継者不足、中心市街地の空洞化、観光客数・消費額の伸び悩みに直面し、地域産業の活性化や定住・交流人口増加をめざし、21年に「柳川ブランド戦略構想」を策定。

注力した点・工夫した点

- ◆市民も一体となって柳川の魅力を発見し、発信するため、市民公開講座等を開催して意識を醸成。
- ◆100名の消費者が細かく商品にコメントするモニター制度により、商品のパッケージや味を変更し、売上が増加した例も。
- ◆体験交流やバスツアーで、既存の観光ルート以外の観光資源を掘り起こし。
- ◆個別産業ではなく、柳川をトータルで売り込む。



認定された58商品



認定商品の1つ
柳川まめマヨ
(JA加工品)

取組みの成果・今後の目標

- ◆柳川ブランド認定商品は現在58品に。6割の商品が売上増加。海外に販路を広げたヒット商品や、売上が2倍になった商品も。
- ◆事業者の商品開発や販路開拓のスキルアップのためのセミナーや相談会も開設。
- ◆東京・浅草で各地の魅力を紹介する商業施設「まるごとにつぼん」等も活用し、首都圏にも観光、移住定住の情報発信をするとともに、柳川ブランド認定品のテストマーケティングも行う。
- ◆柳川ブランド推進事業および市内事業者の要となるべきアンテナショップ「おいでメッセ柳川」のさらなる機能強化を図り、全国そして海外に柳川ブランドを発信していく。

23 JA・商工会推奨品販路開拓事業

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

鹿児島県
商工会連合会

×

JAグループ
鹿児島

地域

鹿児島県

取組みの内容

- ◆ 鹿児島県商工会連合会とJAグループ鹿児島は、商工業者と農業者が協力して、地域社会の発展と産業振興に寄与することを目的に、平成28年に「包括連携協定」を締結した。
- ◆ この一環として、商工会連合会とJA県経済連は、特産品の掘り起しと、県産農畜産物を活用した新たな特産品づくりのため、「JA・商工会推奨品販路開拓事業」を開始。第1回JA・商工会推奨品として、商工会会員・地域のJAが開発した4商品の認定を行った（30年4月）。認定商品は、商工会連合会が運営するアンテナショップ「かご市」やJA県経済連の通販カタログ「ふるさと便」などで販売している。

連携のきっかけ

- ◆ 22年に宮崎県で口蹄疫が発生した時に、商店街等への客足が大幅に減少。飲食店をはじめとする商工業者の売上減少など、地域経済は大きな打撃を受けた。また、TPP協定の協議が進み、将来の発効により、農業だけでなく、多くの商工会会員が携わる関連産業への影響が懸念される状況にあった。
- ◆ 農業への相次ぐ逆風に危機感を覚えた当時のJA県中央会会長と、農業と商工業者の密接な関係性を以前から感じていた商工会連合会会長が会談したときに互いの思いを語りあい、意見が一致。機は熟したとして、28年3月に包括連携協定を締結した。



包括連携協定締結式

注力した点・工夫した点

- ◆ 商工会とJAグループの相互理解を深めるために、職員向け研修会に講師を相互に派遣したり、互いに機関誌を購読するようにした。
- ◆ 推奨品の認定授与式を開催して、マスコミ報道によるPR効果を狙う。推奨品に認定された商品の販路として、商工会連合会のアンテナショップ、JA県経済連の通信カタログ「ふるさと便」や通販サイトなど、双方の販売ルートを活用。



商工会連合会アンテナショップでJA・商工会推奨品を販売

取組みの成果・今後の目標

- ◆ 商工会会員とJAグループの職員との交流により、食品加工技術や地域の農産物についての理解が進み、さらなる連携の機運が高まっている。30年8月には、県内の地域の単位商工会と単位JAの職員が参加して研究会を開催し、今後の連携事業について話し合った。
- ◆ 商工会連合会アンテナショップ等において、推奨品に認定された4商品の売上げや消費者の反応は良好。

24 間伐材マークの認定と使用

連携分野

- ①販路開拓・ビジネスマッチング
- ②六次産業化・商品開発（資源活用）
- ③震災復興・被災地支援
- ④地方移住・観光振興
- ⑤地域コミュニティ維持
- ⑥その他

連携団体

全国森林組合
連合会

×

日本
商工会議所

地域

全国

取組みの内容

- ◆ 間伐材マークは、間伐材を用いた製品に表示する認定ラベルで、間伐の普及啓発をはかるとともに、間伐材の利用促進や消費者の製品選択に貢献することを目的としている。平成13年に認定が始まった。
- ◆ 間伐材マークを使用することで、一般消費者に企業やその製品が森林整備・育成に貢献していることを認知してもらうことにつながる。一般消費者にとっても、森林保全に役立つ製品を選択することに役立つ。

連携のきっかけ

- ◆ 間伐は木材の健全な成長を促すために欠かせない作業であるが、日本では全国的に間伐が不十分な森林が増加し、問題となってきたことから、全国森林組合連合会を事務局として取組みが始まった。
- ◆ 平成9年の気候変動枠組条約第3回締約国会議で京都議定書が締結され、日本は「温室効果ガス6%削減」のうち3.9%を森林吸収分とすることに。気候変動問題は企業からの関心も高く、多くの商工会議所の会員が参加する取組みとなった。



間伐材マーク

注力した点・工夫した点

- ◆ 間伐材マークの使用認定には、①間伐材を使用した製品への使用と②普及啓発にかかる使用の2種類がある。
- ◆ 使用認定は、全国森林組合連合会が設置する間伐材マーク認定委員会が審査を行っている。



本製品や間伐材マーク認定製品を購入することは、企業を通じて林業を応援することにつながります！

間伐材マークで持続可能な森林を応援するしくみ

取組みの成果・今後の目標

- ◆ 30年3月末現在、①間伐材を使用した製品への使用に対する認定件数は144件、普及啓発にかかる使用に対する認定件数は87件となっている。
- ◆ セブンイレブンの「セブンカフェ」のカップが間伐材マークの認定を受けるなど、持続可能な森林づくりを応援する取組みとして定着している。

農林漁業と商工業の連携を通じた地方創生の推進に関する協定書

平成29年 5月

農林漁業と商工業の連携を通じた地方創生の推進に関する協定書

全国農業協同組合中央会（以下「甲」という。）、全国森林組合連合会（以下「乙」という。）、全国漁業協同組合連合会（以下「丙」という。）、全国商工会連合会（以下「丁」という。）及び日本商工会議所（以下「戊」という。）は、次のとおり包括連携協定を締結する。

（目的）

第1条 この協定は、甲、乙、丙、丁及び戊が地域の実情に配慮しつつ、相互に連携・協力に努め、農林漁業並びに商工業の振興を通じて、豊かで暮らしやすい地域社会をつくり、もって地方創生を推進することを目的とする。

（連携事項）

第2条 甲、乙、丙、丁及び戊は、前条の目的を達成するため、次の事項について連携・協力して実施するものとする。

- （1） 全国の会員組織における相互連携の推進に関すること
- （2） 農林漁業及び商工業の連携並びに6次産業化及び販路開拓、製品開発等の推進に関すること
- （3） 地域資源を活用した産業振興や観光振興など地域経済の発展に関すること
- （4） 地域コミュニティの維持発展など地域社会経済の活性化に関すること
- （5） その他相互に連携協力することが必要と認められる事項に関すること

（連携の推進体制）

第3条 本協定に関わる連携を推進させるため、「連携協力推進会議」を設置する。

（協定の継続等）

第4条 本協定は、甲、乙、丙、丁、戊のいずれかから打ち切りを申し出るまで継続するものとする。

- 2 甲、乙、丙、丁、戊のいずれかから協定内容の変更の申し出があったときは、その都度協議の上、その変更を行うものとする。
- 3 本協定に定めのない事項又は本協定に定める事項に関し疑義が生じた場合は、甲、乙、丙、丁及び戊が協議の上、これを定めるものとする。

本協定の締結を証するため、本書を6通作成し、内閣府特命担当大臣（地方創生）立ち会
いのもと、甲乙丙丁戊及び立会人がそれぞれ署名の上、各1通を保有する。

平成29年5月19日

甲 東京都千代田区大手町1-3-1
全国農業協同組合中央会

会長 奥野長衛

乙 東京都千代田区内神田1-1-12
全国森林組合連合会

代表理事会長 佐藤重芳

丙 東京都千代田区内神田1-1-12
全国漁業協同組合連合会

代表理事会長 岸 宏

丁 東京都千代田区有楽町1-7-1
全国商工会連合会

会長 石澤義文

戊 東京都千代田区丸の内2-5-1
日本商工会議所

会頭 三村明夫

立会人 東京都千代田区永田町1-6-1
内閣府特命担当大臣（地方創生）

山本幸三

