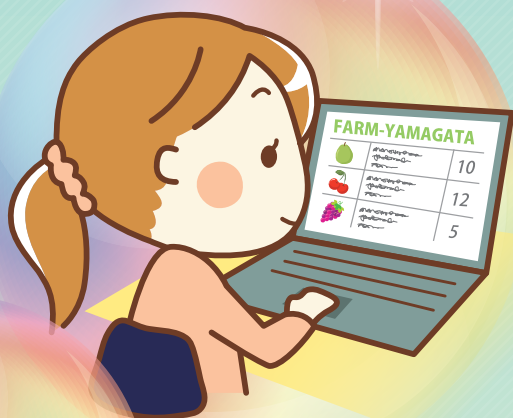


# 第3次 やまがた6次産業化 戦略推進ビジョン

ウィズ・ポストコロナ時代の  
新たな需要を取り込む6次産業化の展開



令和3年3月

やまがた6次産業化戦略推進本部



おいしい山形®

# 目次

<b>第1章 ビジョンの概要</b> .....	1
1 基本的な考え方 .....	1
2 位置づけ .....	2
3 計画期間 .....	2
4 進行管理 .....	2
<b>第2章 6次産業化の現状と課題</b> .....	3
1 6次産業化を取り巻く状況 .....	3
2 これまでの取組みの結果と課題 .....	8
<b>第3章 6次産業化推進のための施策</b> .....	13
■ 目指す姿 .....	13
■ 施策体系イメージ .....	13
施策の柱1 販売チャネルの多角化による需要開拓・販路拡大 .....	14
施策の柱2 他分野・他産業との連携の拡大 .....	17
施策の柱3 県産農林水産物を起点とした食産業の振興 .....	20
施策の柱4 6次産業化による多彩なアグリビジネスの振興 .....	22
施策の柱5 6次産業化の推進基盤の強化 .....	24
村山地域の取組み .....	28
最上地域の取組み .....	29
置賜地域の取組み .....	30
庄内地域の取組み .....	31
<b>第4章 成果指標（令和6年）</b> .....	32
<b>第5章 6次産業化の推進体制と各主体の役割</b> .....	33
1 推進体制 .....	33
2 各主体の役割 .....	35
(資料編)「第2章 6次産業化の現状と課題」の関連資料 .....	36
(附録) やまがた6次産業化戦略推進本部設置要綱 .....	40



# 第1章 ビジョンの概要

## 1 基本的な考え方

### (1) 策定趣旨

本県は全国有数の食料供給県として、農林水産業を基盤産業と位置づけ、「農林漁業者の所得向上」や「雇用の創出」に向け、生産基盤の確立や付加価値向上への取組み等への支援により、農林水産業の振興に取り組んできました。

一方、農林漁業者の高齢化や担い手不足、人口減少を背景とした国内消費市場の縮小、貿易自由化による競争環境の激化など、本県の農林水産業を取り巻く状況は厳しさを増しており、そのような中、本県農林水産業を成長産業として発展させるためには、生産から加工、流通、販売を通じて県産農林水産物の付加価値を高める6次産業化の取組みを進めることが重要です。

このため、本県では、平成26年3月に「『食産業王国やまがた』成長戦略」を策定、平成29年3月に当該戦略の改定となる「第2次やまがた6次産業化戦略推進ビジョン」を策定し、6次産業化を通じた農山漁村の活性化、食産業<sup>\*1</sup>の振興に取り組んできました。

これまでの取組みにより、平成29年に産地直売所の販売額が100億円を超えるなど、一定の成果を挙げ、6次産業化の取組みが地域において、着実に浸透してきています。その一方で、ライフスタイルの変化に伴う消費者ニーズの多様化、海外マーケットの拡大など国内外の新たな需要を取り込んでいくための課題も出てきています。

また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を契機として変容する社会経済の中で、農林水産物の高付加価値化を実現していくためには、急成長するeコマース<sup>\*2</sup>（以下「EC」という。）などの新たな手法を取り込む施策の展開が必要です。

このような状況を踏まえ、本ビジョンは、農林漁業者や食品業者<sup>\*3</sup>、関係団体等が一体となって、ウィズ・ポストコロナ時代の6次産業化の取組みを拡大・持続発展させていくために策定するものです。

※1 「食産業」：本ビジョンでは、農林水産業、食品製造業をはじめ、飲食業、流通・小売業など、「食」に関わる産業・分野を表す。

※2 「eコマース」：本ビジョンでは、インターネットを利用して、受発注がコンピュータネットワークシステム上で行われる電子商取引を表す。

※3 「食品業者」：本ビジョンでは、食品の生産・加工・流通過程に関わる事業者を幅広く表す。

### (2) 6次産業化とは

6次産業化とは、農林漁業者が主体となって、農山漁村に豊富に存在する地域資源を活用し、農林水産物の生産（1次産業）に留まらず、加工（2次産業）や販売（3次産業）まで総合的かつ一体的な推進を図り、新たな付加価値を生み出す取組みをいいます。

なお、本ビジョンにおける6次産業化は、以下の組み合わせのほか、販路を重視した「1次×3次×2次」の視点も持ち、商工分野との連携（農商工連携）や観光分野との連携（農観連携）、さらには販路の一つとしての輸出など、食産業全体の付加価値を高めるあらゆる取組みを幅広く含むものとします。

- ①「1次×2次×3次」… 農林漁業者が生産から加工、販売まで単独又は連携して取り組む形態
- ②「1次×2次」… 農林漁業者が生産と加工に単独又は連携して取り組む形態
- ③「1次×3次」… 農林漁業者が生産と販売に単独又は連携して取り組む形態

## 2 位置づけ

本ビジョンは、県づくりの指針となる「第4次山形県総合発展計画（令和2年3月）」のもと、今後10年間程度を見据えた直近4年間の農林水産分野の実行計画である「第4次山形県農林水産業元気創造戦略（令和3年3月）」のうち、6次産業化の推進に関わる具体的施策を定めたものであり「第3次山形県食育・地産地消推進計画（令和3年3月）」と相互に連携・連動しながら推進します。

## 3 計画期間

令和3年度（2021年度）から令和6年度（2024年度）までの4年間

## 4 進行管理

計画期間中の各年度において、施策の実施状況や成果指標の達成状況を評価し、必要に応じて事業内容の見直し、改善を行います。

## 第2章 6次産業化の現状と課題

### 1 6次産業化を取り巻く状況

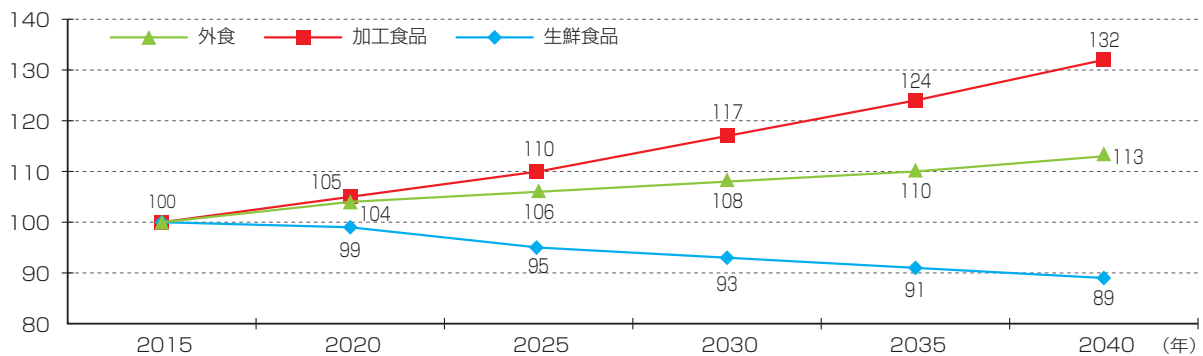
本県の6次産業化を取り巻く状況（社会情勢の変化、本県の農林水産業の現状、本県の食品産業の現状）は以下のとおりです。

#### (1) 社会情勢の変化

##### ① 食料消費構造の変化

少子高齢化・人口減少により、国内の食料消費量が減少傾向にある一方、単身世帯や共働き世帯の増加など社会構造やライフスタイルの変化に伴い、食の外部化<sup>※</sup>が進展している（食の外部化率（H30）：43.5%）。また、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響で、ネットショッピングの利用世帯割合が令和2年5月には5割を超えるなど、いわゆる「巣ごもり消費」といわれる在宅型の消費傾向が新たにみられた。

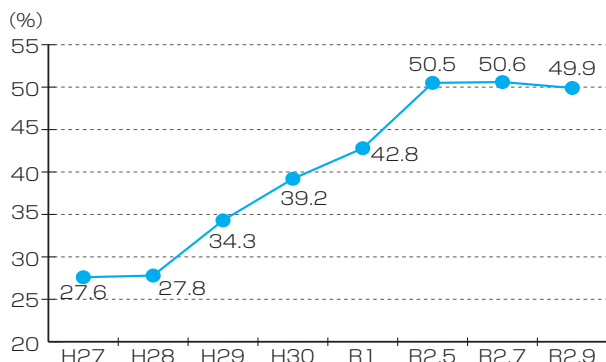
#### ■生鮮食品、加工食品、外食別の食料支出額（1人当たり食料支出）の推移（2015年を100とする指数）



（出典）農林水産政策研究所「我が国の食料消費の将来推計（2019年版）」

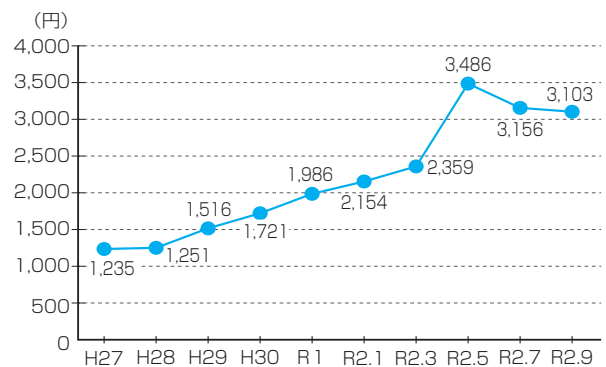
※「食の外部化」：女性の社会進出や単身世帯の増加、高齢化の進行、ライフスタイルの多様化等を背景に、家庭内で行われていた調理や食事が減少し、調理食品や総菜、弁当といった「中食」の提供や外食への動きを総称するもの。

#### ■ネットショッピング利用世帯割合の推移〔全国〕



（出典）総務省「家計消費状況調査」

#### ■インターネットを利用した一月あたり支出額（食料）の推移〔全国〕



（出典）総務省「家計消費状況調査」

## ② 食の安全・安心に対する関心の高まり

食品の安全性に係る規格・認証の要請と、消費者の食の安全・安心への関心の高まりから、HACCP<sup>\*</sup>に沿った衛生管理の制度化や加工食品への原料原産地表示の義務化など、食品衛生法や食品表示法に基づく食品表示基準が改正されている。

※「HACCP」：原材料受入から最終製品までの工程ごとに、微生物汚染や金属混入等の潜在的な危害要因を分析・予測（Hazard Analysis：危害要因分析）した上で、発生防止につながる特に重要な工程（Critical Control Point：重要管理点）を定め、継続的に監視・記録する、衛生管理の手法。

## ③ 食の志向の傾向

日本政策金融公庫が行った消費者動向調査によると、令和2年7月時点の食の志向は、「健康志向」「経済性志向」「簡便化志向」が3大志向となっている。

## ④ SDGs<sup>\*</sup>に向けた動き

SDGsが目指す「持続可能なよりよい世界」の実現に向けて、また企業が消費者から選ばれ続けるためにも、食産業が「つくる責任」という社会的要請に応え、豊かで健康な社会に貢献できる産業となることが期待されている。

※「SDGs」：2001年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。

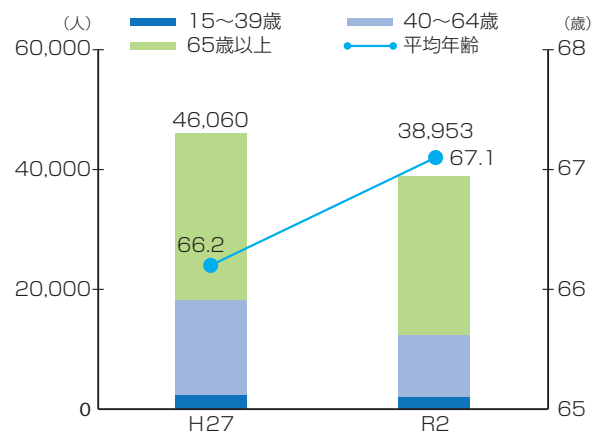
## (2) 本県の農林水産業の現状

### ① 農業従事者数と新規就農者数

本県の令和2年の基幹的農業従事者数<sup>\*</sup>は38,953人で、5年前と比較して約7,000人減少しており、平均年齢は67.1歳と高齢化も進行している。一方、就農支援等によるUターン就農や新規参入への意欲喚起等により、新規就農者数は令和2年度調査で353人と、調査を開始した昭和60年度以降で最多となっており、東北の中で5年連続第1位となっている。

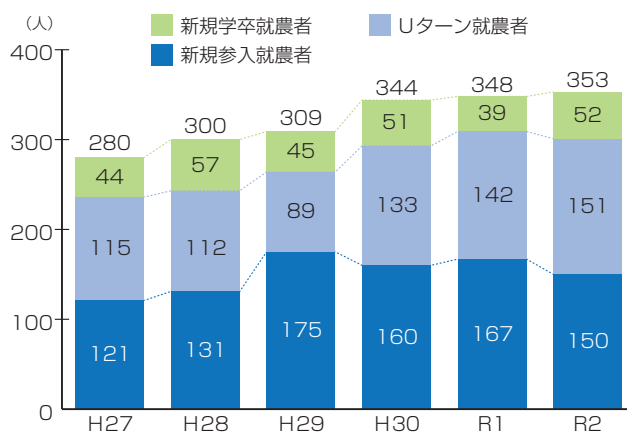
※「基幹的農業従事者数」：自営農業に主として従事した世帯員のうち、ふだん仕事として主に自営農業に従事している者をいう。

■基幹的農業従事者数の推移



(出典) 農林水産省「農林業センサス」

■新規就農者数の推移



(出典) 県農林水産部農業経営・担い手支援課調べ

## ② 農林水産物の生産

本県では恵まれた気候風土を活かして、さくらんぼをはじめ、果樹や野菜など多彩な農林水産物が生産されている。さくらんぼ、西洋なしなどの果樹や、わらび等の山菜は全国でトップシェアを獲得している。

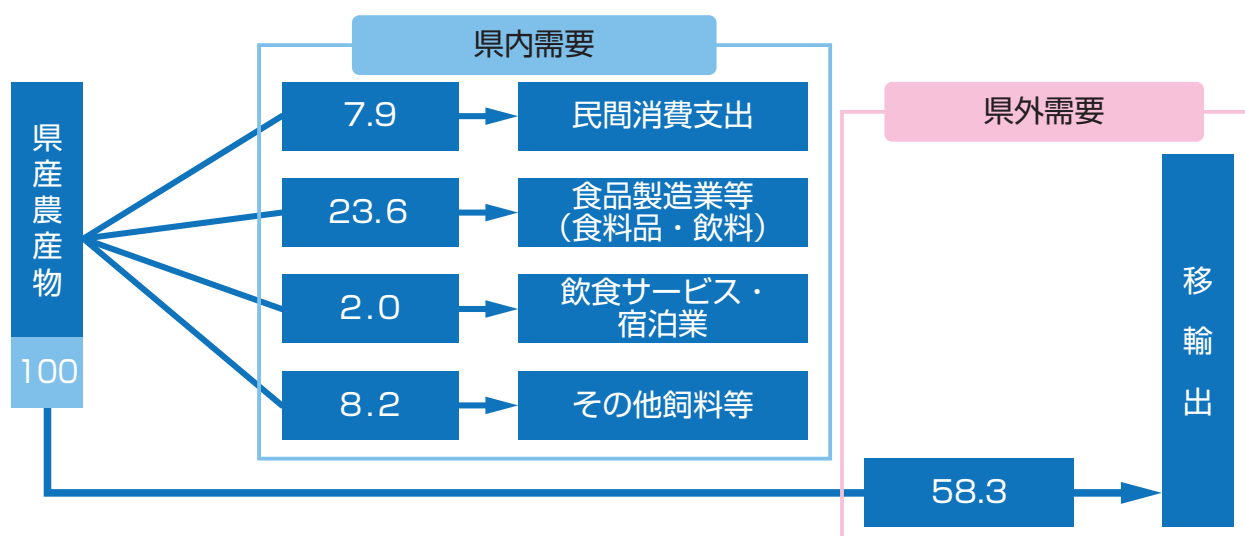
## ③ 農業産出額と生産農業所得

平成30年の農業産出額は、2,480億円と全国12位、東北3位であり、果樹は過去最高の709億円となっている。また、生産農業所得は近年増加傾向にあり、平成30年は1,080億円と全国8位となっている。

## ④ 農産物の需要

平成27年山形県産業連関表によると、県産農産物（耕種農業、畜産）の生産額をみると、県内の需要額に対し県外に移輸出されている割合は58.3%と最も高い。一方、県内の需要をみると食品製造業等（食料品製造業+飲料等製造業）に直接投入される割合が23.6%と最も高くなっている。

### ■県産農産物の流れ（県産農産物の県内の需要合計を100とした場合のルート別シェア）



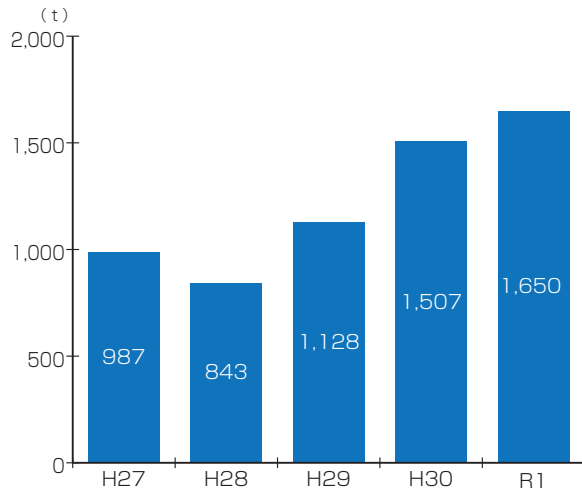
(出典) 県みらい企画創造部「平成27年山形県産業連関表」(107部門)

## ⑤ 農産物の輸出

県産農産物の主な輸出先は香港、台湾、シンガポール等であり、主な輸出品目は米、りんご、もも、牛肉となっている。令和元年度の輸出量は過去最高の1,650tとなった。

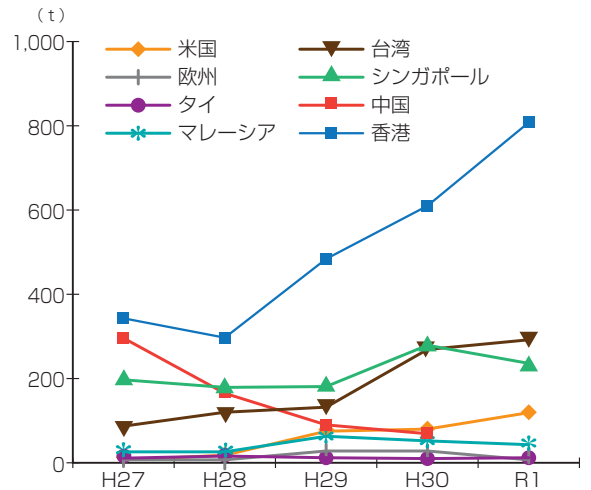


■農産物の輸出量の推移（年度）



(出典) 県農林水産部6次産業推進課調べ

■主な輸出先国・地域の輸出数量の推移（年度）



(出典) 県農林水産部6次産業推進課調べ

(3) 本県の食品産業の現状

① 食品製造業等の現状

平成29年度山形県県民経済計算をみると、経済活動別県内総生産のうち農林水産業及び食料品製造業を合わせると約2,842億円となり、平成18年度～平成29年度の増加寄与率は57.6%となっている。

また、平成30年工業統計によると、県内の食品製造業等の製造品出荷額等は3,735億円となり、県内の製造品出荷額等全体に占める割合13.0%は、電子部品・デバイス・電子回路製造業に次ぐ規模であり、本県の主要な産業といえる。

■経済活動別県内総生産及び県経済への寄与度（トップ5、名目）

(単位：百万円、%)

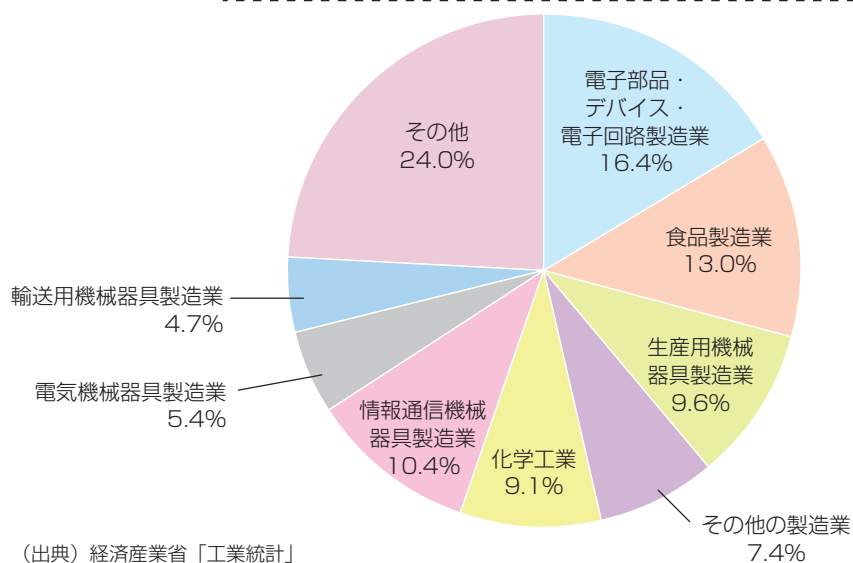
項目	H18	H29	増分	増加寄与率
電子部品・デバイス製造業	175,207	288,589	113,382	111.7%
保健衛生・社会事業	307,597	370,735	63,138	62.2%
その他の製造業	64,733	118,638	53,905	53.1%
農林水産業	122,423	156,588	34,165	33.7%
食料品製造業	103,339	127,642	24,303	23.9%
県内総生産	4,165,442	4,266,962	101,520	100.0%

「農林水産業」 + 「食料品製造業」でみると  
57.6%

(出典) 県みらい企画創造部「平成29年度山形県県民経済計算」

■ 製造品出荷額等の内訳（山形県、平成30年、従業員数4人以上の事業所）

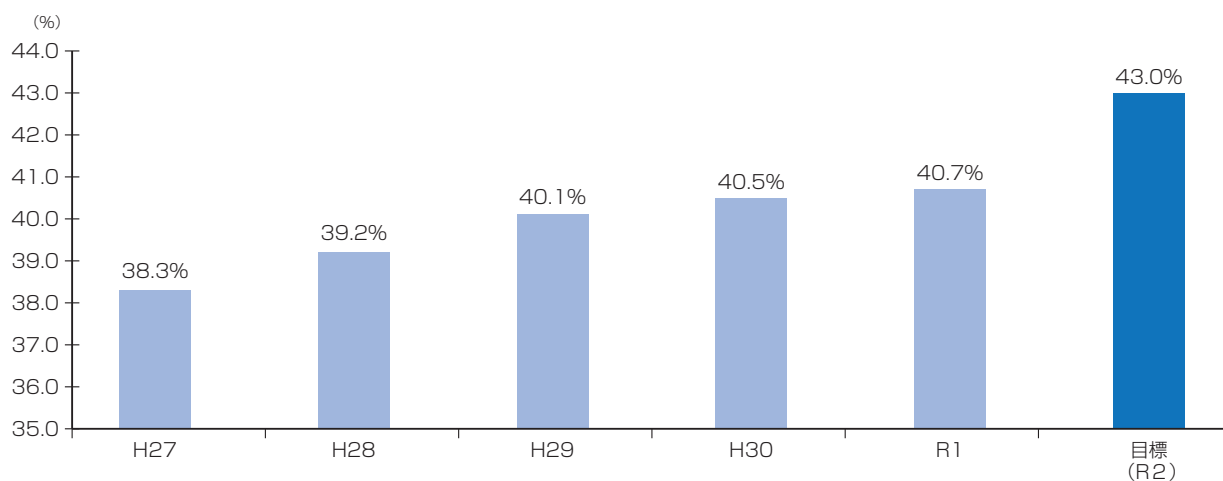
製造業全体の製造品出荷額等：28,654億円（H30）  
 食品製造業等の製造品出荷額等：3,735億円（H30）



② 農林水産物の使用

県内食品製造業等における県産農林水産物の使用割合は年々増加しており、令和元年は40.7%となっている。

■ 食品製造業等における県産農林水産物の使用割合（重量ベース）



(出典) 県農林水産部6次産業推進課調べ

## 2 これまでの取組みの結果と課題

「第2次やまがた6次産業化戦略推進ビジョン」（平成29年度～令和2年度）の主な取組みの結果と課題は以下のとおりです。

### 農林漁業者自らの6次産業化

農林漁業者が自ら6次産業化へ挑戦し、ビジネスとして展開する後押しをするため、起業の芽出しから商品・販売力の向上、6次産業化施設の導入、販路開拓・拡大まで総合的に支援した。

#### 〔主な取組み〕

- ・ 農林漁業者等による6次産業化の定着とさらなる発展を図るため、専門家を派遣
- ・ 取組みに必要な拠点となる施設や地域の加工品の商品開発等に必要の小規模施設の整備等を支援
- ・ 起業化に向けてあと一歩踏み出せずにいる女性・若者等の取組みについて、芽出しを促進するようスモールビジネスの創出を支援

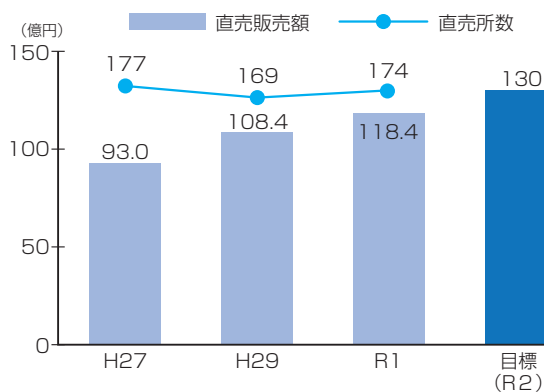


【山形県元気な6次産業化  
ステップアップ支援事業活用施設】

#### 〔関連する成果指標〕

##### ① 産地直売所販売額

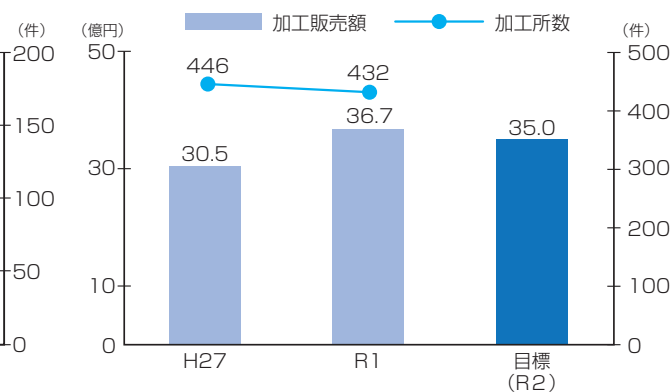
産地直売所の販売額は、平成29年に100億円を超え、その後も増加している。



(出典) 県農林水産部6次産業推進課調べ

##### ② 農産加工所販売額

農産加工所数は減少しているが、農産加工所販売額は増加している。



(出典) 県農林水産部6次産業推進課調べ

#### 〔評価と課題〕

- ・ 芽出しから事業化・商品化、施設整備、販路拡大までの発展段階に応じた支援により、農林漁業者による6次産業化の取組みは着実に拡大している。
- ・ 一方、施設等整備に係る初期投資や加工技術、販売のノウハウ取得等の負担が大きいため、共同利用加工所等の地域全体での取組みや委託加工の活用等の他産業・他分野と連携した取組みといった多様な6次産業化の促進が必要である。
- ・ HACCPに沿った衛生管理の完全施行等の複雑化・高度化する課題解決に向けた支援が必要である。

## 農林漁業者と食品製造業者等との連携による6次産業化

農林漁業者と県産農林水産物の主要な供給先である県内食品製造業者等との連携を強化し、消費者ニーズを捉えた商品開発や販路開拓・拡大を促進した。

### 〔主な取組み〕

- ・ 農林漁業者と食品製造業者等との出会いの場として、「地域別マッチング交流会」を実施
- ・ 農林漁業者と食品製造業者が連携して取り組む加工食品の新商品開発、既存商品のブラッシュアップ、販路開拓・拡大に向けた取組みを支援するとともに、顕彰制度等により商品開発の機運を醸成
- ・ 県内・仙台圏等での販路開拓を目的とした宮城県等との合同商談会を開催
- ・ 大手食品卸売業者主催の展示会への参加促進等卸売業者と連携した取組みを展開

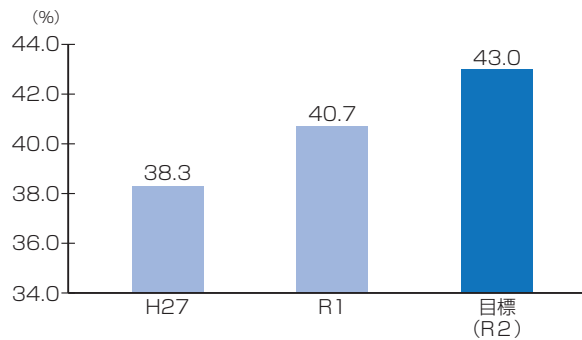


【おいしい山形・食材王国みやぎビジネス商談会】

### 〔関連する成果指標〕

#### ① 食品製造業等における県産農林水産物の使用割合（重量ベース）

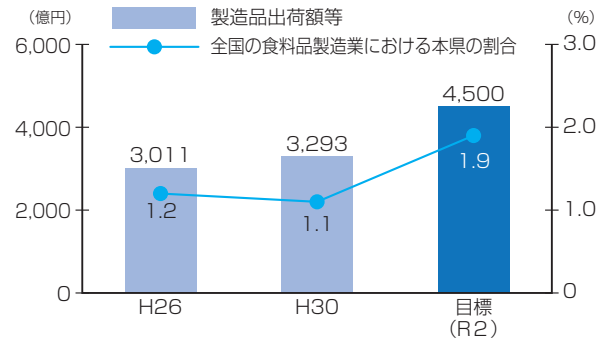
食品製造業等における県産農林水産物の使用割合（重量ベース）は増加している。



(出典) 県農林水産部 6次産業推進課調べ

#### ② 食料品製造業の製造品出荷額等及び全国における割合

本県の食料品製造業の製造品出荷額等は増加したが全国の製造品出荷額等も増加しており、割合はやや減少している。



(出典) 経済産業省「工業統計」

### 〔評価と課題〕

- ・ 地域別マッチング交流会後、商談が成立し新商品の開発・販売に至ったケースが生まれるなどの成果がみられる。今後とも、産地と企業を結ぶ取組みが必要である。
- ・ 食の多様化が進んでおり、消費者ニーズを捉えた商品開発が必要である。
- ・ 首都圏等の大消費地への販路開拓に積極的に取り組んだ結果、大型加工食品展示会等において、新たな販路を獲得した企業が出るなどの成果がみられた。今後とも首都圏等の大消費地への販路開拓をさらに進めるためには、大型加工食品展示会等に県としてブース出展するなど積極的な取組みが必要である。
- ・ EC市場等の新たな需要を取り込む等、ウィズ・ポストコロナを見据えたネット販売促進やオンライン商談等のICTを活用した販路開拓・拡大に向けた取組みも必要である。

## 地域の6次産業化

6次産業化の取組みを通し、地域全体で価値を創出、増幅、循環させるため、多様な主体が交流する機会の創出など地域連携型の6次産業化を推進した。

### 〔主な取組み〕

- ・ 元気な地域づくりを推進するため、県の関係部署によるタスクチームを組織して、ケーススタディとして平成29年度～令和2年度に10地区を支援
- ・ 地域の多様な主体の連携を進めるため、市町村が中心となり、農業団体や商工団体等の関係機関が参加するネットワークの形成を促進
- ・ 市町村等と連携しながらアグリランド<sup>※</sup>構想の策定に向けた支援を実施



【地域住民参加型のケーススタディ】

※「アグリランド」：本ビジョンでは、地域の農と食に関わる者と地域資源（文化・観光、温泉、伝統料理など）をつなぐことにより、地域が一体となって、食に関する付加価値を増幅させ、またその魅力を発信し交流人口を増やす“農を核としたエリア拠点”のことを表す。

### 〔関連する成果指標〕

#### ① 市町村が参画する6次産業化ネットワーク数

34市町村で6次産業化ネットワークが形成され、残り1町でもネットワーク形成に向けた検討が進められている。（目標：35市町村、実績：34市町村）

#### ② 市町村等における新たなアグリランド構想の策定数

目標には至らなかったが、1市において観光分野とも連携したアグリランド構想が策定された。（目標：8件、実績：1件）

### 〔評価と課題〕

- ・ 34市町村で6次産業化ネットワークが形成されるなど市町村を中心とした地域での取組みが広がってきた。また、地域全体で商品開発・販売に取り組む例や共同利用加工所等の地域拠点を整備する動きも出てきている。今後もこの流れを促進しつつ、広域的な利用を可能とするなど多様な取組みの支援が必要である。
- ・ 元気な地域づくり支援プロジェクトにおいて活力ある地域づくりに取り組む件数は令和元年度までに24件に上った。県内各地の取組み事例をさらに創出し、その成果を県内他地域に波及させていくために、地域において取り組もうとする意欲の喚起が必要である。

## 「農」と「食」による観光交流の拡大

農山漁村における交流人口拡大に向け、「農」と「食」に関わる地域資源を磨き上げ、観光と連携した受入態勢につながる取組みを推進した。

### 〔主な取組み〕

- ・ H28年に鶴岡市が「農泊 食文化海外発信地域（SAVOR JAPAN）」に、H31年に「歴史と伝統がつなぐ山形の『最上紅花』」が日本農業遺産に認定された。認定後は、様々な情報チャネルを活用し情報発信によるPRを実施
- ・ 全国農林水産物直売サミットを開催し、直売所間のネットワーク化を促進
- ・ 産地直売所情報提供サービス（スマートフォン向けアプリ）を構築し、県内産地直売所の旬の情報を発信することで誘客を促進
- ・ 農林漁家民宿・レストランの開業等の支援として、開業までのプロセスや関連法規、許認可取得手続き等を学ぶ各種研修会を実施
- ・ 食品製造業者、販売者が連携して取り組む土産品開発、訪日外国人旅行者向け土産品開発を支援

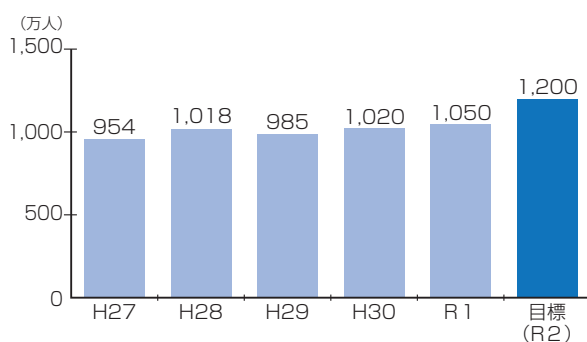


【農林漁家民宿・レストラン実践者訪問研修】

### 〔関連する成果指標〕

#### ① グリーン・ツーリズム交流人口

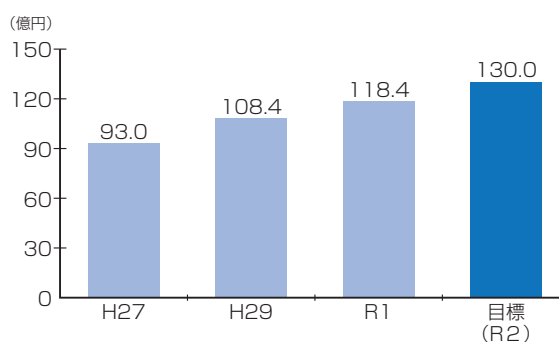
グリーン・ツーリズム交流人口は、着実に増加している。



(出典) 県観光文化スポーツ部「グリーン・ツーリズム関連施設の利用状況等に関する調査」

#### ② 産地直売所販売額

産地直売所の販売額は、平成29年に100億円を超え、その後も増加している。



(出典) 県農林水産部6次産業推進課調べ

### 〔評価と課題〕

- ・ 観光と連携した受入態勢を、“ヒトづくり”の面から促進するため、民宿・レストランの開業支援研修会等を開催し、多数の参加者があった。今後も継続して、農林水産分野の資源に温泉や観光地、道の駅等の観光資源を組み合わせながら、誘客促進に向けた受入態勢づくりを促進していく必要がある。
- ・ 交流拡大につながる魅力的な加工食品等の開発・販売を促進していくとともに、訪ねる目的となる地域づくりを促進する必要がある。

## 6次産業化の推進基盤の確立

6次産業化の担い手となる人材育成の充実、支援機関の体制の充実、生産体制等の整備など6次産業化を推進する環境づくりを促進した。

### 〔主な取組み〕

- ・産学官金が連携した「やまがた6次産業ビジネス・スクール」を開設し、人材育成事業を展開（H21～290名が修了）
- ・山形6次産業化サポートセンターを設置し、専門家を派遣するなど、個別課題の解決から経営改善計画の策定支援、その後のフォローアップまで、農林漁業者の6次産業化推進を総合的に支援
- ・農林漁業者と食品製造業者等のマッチング支援や専門家による個別相談、顕彰機会の提供、商談会の開催等を通して、食品製造業者等の新商品開発・販路開拓等を支援
- ・県産農林水産物を使った加工食品の試作（商品開発等）や研修が可能な施設として、H30年に県農業総合研究センター内に「食品加工支援ラボ」、県水産研究所内に「おいしい魚加工支援ラボ」を設置

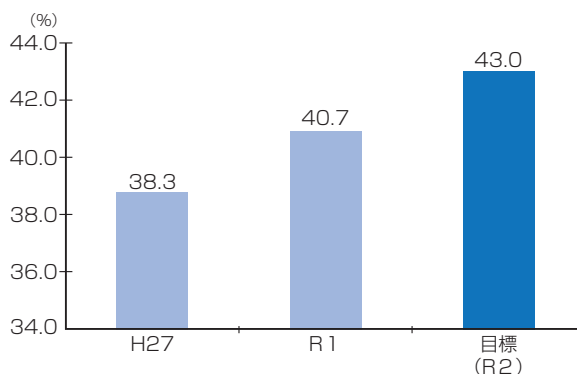


【6次産業化サポートセンター・専門家派遣】

### 〔関連する成果指標〕

#### ① 食品製造業等における県産農林水産物の使用割合（重量ベース）

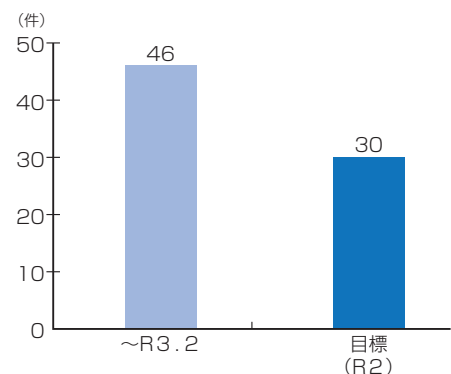
生産者と食品製造業等の出会いの場の創出などにより県産農林水産物の使用割合が増加している。



(出典) 県農林水産部6次産業推進課調べ

#### ② 農業総合研究センター加工施設を活用した新商品販売件数（累計）

利用希望者に対し加工技術指導を行い、目標を超える新商品開発につながった。



(出典) 県農業総合研究センター調べ

### 〔評価と課題〕

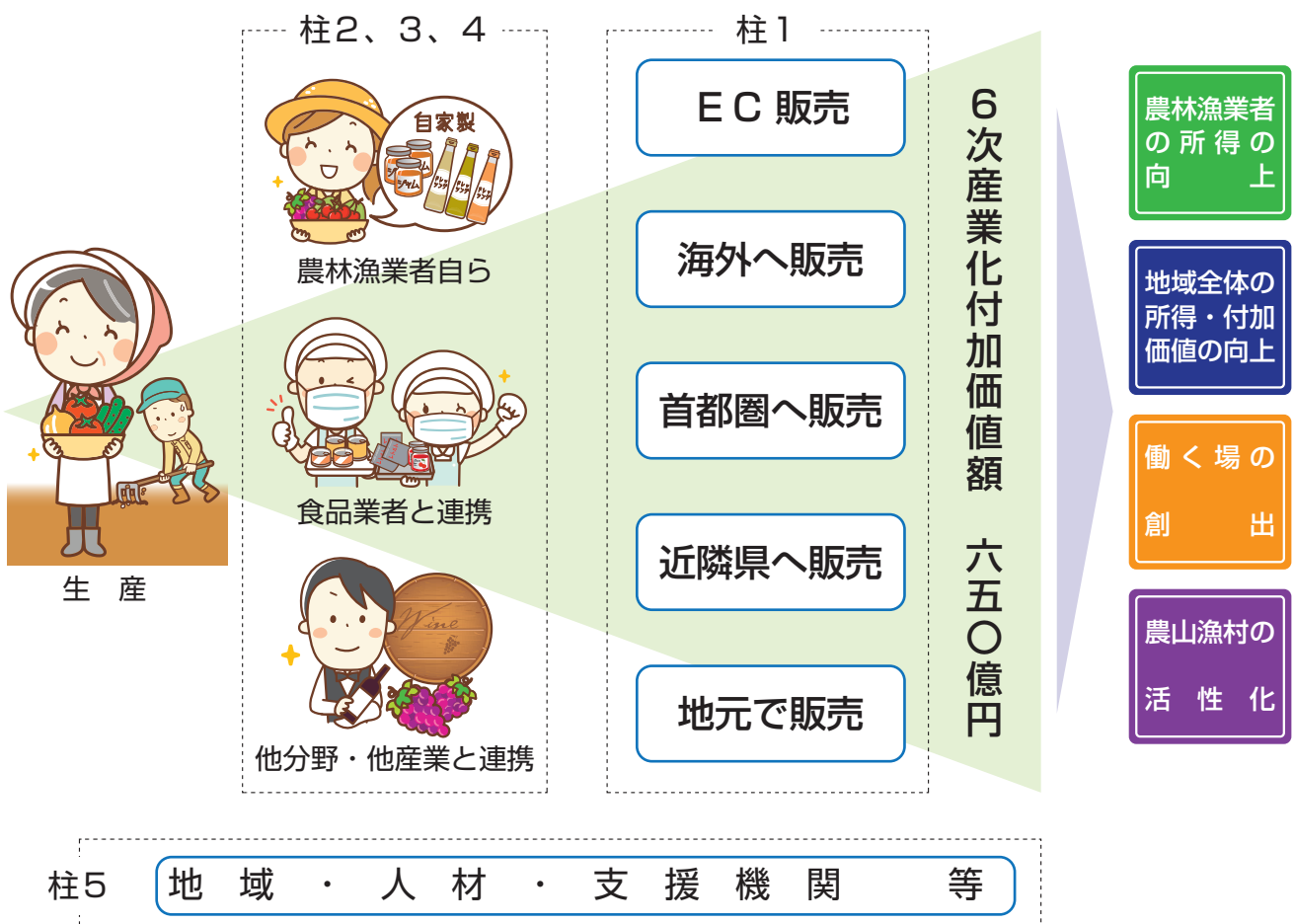
- ・6次産業化ビジネス・スクールには、農林漁業者、食品製造業者、地域おこし協力隊等多様な人材が参加し、6次産業化の裾野の拡大につながる一定の効果がある。
- ・今後も継続した人材育成を通して6次産業化の担い手の掘り起しを図るとともに、他分野・他産業と連携し、さらなる担い手の拡大を図る必要がある。
- ・食品加工支援ラボを活用した新商品が多数、開発されており、一定の成果が上がった。今後も、継続した商品開発を通じて、県産農産物の利用拡大を図る必要がある。

# 第3章 6次産業化推進のための施策

## ■ 目指す姿

全国に誇る豊かな農林水産物と魅力ある地域資源（自然、食文化、伝統）を活かし、「農」「食」「地域」「他分野・他産業」が相互に連携・協働することで農林水産業を起点とした新たな価値を創出・増幅させ、「農林漁業者の所得の向上」「地域全体の所得・付加価値の向上」と「働く場の創出」を図るとともに、「農山漁村の活性化」を実現する

## ■ 施策体系イメージ





## 施策の柱 1 販売チャネルの多角化による需要開拓・販路拡大

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を契機とした需要変化に対応し、6次産業化の取組みをさらに拡大していくためには、従来の対面型の販路開拓・拡大に対する支援に加え、非接触型（オンライン）の販路開拓・拡大に対する支援を行うなど、ウィズ・ポストコロナ時代の新たな手法を積極的に取り込んでいく必要があります。

そのため、ビジネスの発展段階に応じた商談機会の創出や、県産農林水産物を使用した加工食品等の販路開拓・拡大の取組みを強力に支援するとともに、ICTを活用したECなど、販売チャネルの多角化に向けた取組みを支援し、6次産業化商品<sup>\*</sup>の需要開拓・販路拡大を促進します。

※「6次産業化商品」：本ビジョンでは、農林漁業者自らの6次産業化による農産加工品だけでなく、県産農林水産物を使用した加工食品等を広く6次産業化商品と表す。

### (1) 販売チャネルの多角化に向けた取組みへの支援

#### ① EC等による新たな販売チャネルの展開

＜ネット販売の導入等への支援＞

ウィズ・ポストコロナ時代における新たな需要を取り込むため、農林漁業者や食品製造業者等のネット販売の導入を支援するとともに、農林漁業者や食品製造業者等の販売・売上増加に向けたECによる新たな取組みを支援します。

＜オンラインでの販路開拓・拡大への支援＞

新型コロナウイルス感染症の影響下においても、確実に商談機会を創出するため、オンライン商談をスムーズに行うためのスキルアップセミナーの開催やオンライン商談会の開催等により、非接触型の販路開拓・拡大を支援します。

#### ② ビジネスの発展段階に応じた商談機会の創出

＜ターゲットを見据えた戦略的な販路開拓・流通対策の展開＞

流通や食品製造等の専門家を6次産業開拓推進員として配置し、県内食品業界団体や産業支援機関等と連携しながら、消費者ニーズを的確に捉えた「売れる商品」づくりや多様な主体間のマッチングによる販路開拓への支援を集中的に展開します。

また、「山形の食」のPRを強化し、県産農林水産物等の評価向上・消費拡大を図るとともに、実需者等のニーズを踏まえたマッチング支援により、山形ブランドの定着と需要拡大に結びつく流通対策を戦略的に展開します。

#### <地元での販路開拓・拡大>

県内や隣県の卸売業のバイヤー等を招いて、県内事業者の商品に対する求評を兼ねた商談会を開催するとともに、流通の視点で「売れる商品」づくりにつなげるため、これら卸売業者と県内事業者とのマッチング商談を実施し、地元での販路開拓・拡大を支援します。

また、専門家派遣等により農林水産物や加工品の生産量や商品特性に応じ、県内の産地直売所や小売店、個別の実需者との契約取引、さらには県外小売店を含めた多様な流通チャンネルへの販路開拓を支援します。

#### <県内・近隣県への販路開拓・拡大>

首都圏等での販路開拓につながる県内での成功例を生み出し、積み重ねていくため、県内の小売店や食品卸売業と連携した販売フェア等を開催し、事業者の販売実績づくりを支援します。

また、隣県等と連携した県内の食品製造業者や農産加工業者等が出展する合同商談会を開催することで、県内外の小売業者や卸売業者等との取引成立・拡大に結び付け、新たなビジネスチャンスを創出します。

#### <首都圏等への販路開拓・拡大>

大消費地である首都圏等での販路を開拓・拡大するため、国内外のバイヤーが多数来場する大型加工食品展示会において「山形県ブース」を設置するとともに、展示会出展の前後において研修会を実施するなど県内食品製造業者等の商品開発力・販売力の強化を図ります。

併せて、大手食品卸売業が主催する展示商談会への出展支援や、首都圏の量販店、宿泊施設、外食・中食事業者等の実需者に向けた商品提案や商談会を実施します。

#### <海外への販路開拓・拡大>

新興国の経済成長や人口増加に伴い、食市場の規模が拡大傾向にある海外での販路を開拓・確保するため、輸出関連機関や金融機関、隣県等と連携した海外バイヤー等の招へいや商談会の開催、マッチングの支援等により、県産農産物の海外取引機会の創出拡大を図ります。

併せて、農産物輸出促進セミナーの開催等により、新たに輸出に取り組む事業者の掘り起しを行います。

## (2) 県内外への情報発信の強化

### ① 「山形のうまいもの」<sup>\*</sup>の顕彰及び情報発信

#### <コンテスト開催による機運醸成>

県内外で認知され、数多く購入してもらえる商品開発を促進するため、本県のブランド力の高い農林水産物を使用し製造された「山形ならではの」の加工食品の優良事例を顕彰するなど、さらなる商品開発の機運醸成を図ります。

また、「山形のうまいもの」について県内外の物産館等での展示販売やネット販売、ふるさと納税の返礼品等として活用するなど、幅広い層に向けその魅力を発信します。

<sup>\*</sup>「山形のうまいもの」：本ビジョンでは、県が実施するコンテスト等で入賞した6次産業化商品を「山形のうまいもの」と表す。

## ② 需要拡大に向けた情報発信

### ＜各世代に向けた情報発信＞

本県のブランド力の高い農林水産物とその加工食品の評価・認知度を上げるため、産地直売所へのチラシの設置やSNS等により、若者からシニア層まで各世代に向けて、本県の「農」と「食」の魅力を積極的に発信します。

おいしい山形ホームページ及び「おいしい山形」のキャッチフレーズとシンボルマーク「ペロリン」を活用し、「山形ブランド」と農林水産業が盛んな「山形県」のイメージを積極的に発信します。

### ＜さくらんぼを核とした国内外への情報発信＞

本県の特産であるさくらんぼの有する極めて高い経済的なポテンシャルを活かして、さくらんぼを中心とした本県の多彩で豊富な果物に関する様々な情報を国内外に発信するとともに、果物加工品の開発・販売や関連サービスの提供を促進することにより、県産農林水産物の需要喚起に結びつけていきます。

### ＜実需者に向けた情報発信＞

展示・商談会に出展される6次産業化商品を掲載した食品カタログを作成し、県内外の百貨店、スーパー、ホテル・旅館、道の駅、産地直売所、レストラン・飲食店等の実需者に向け情報発信することで、6次産業化商品のさらなる需要開拓・拡大を図ります。併せて、食品カタログをデジタル化することで、これまで取引実績のない実需者に対する周知を図るとともに、効果的な利用を促進します。

人口減少に伴う国内消費市場の縮小や6次産業化の実践者の減少が懸念される中、6次産業化の取組みを拡大していくためには、観光産業をはじめとした他分野・他産業との連携を拡大し、6次産業化商品・サービスに対する需要の活性化を図る必要があります。

そのため、本県の豊かな農林水産物と地域の特色ある郷土料理、農村景観などの「農」と「食」に関わる地域資源を活かし、農山漁村における農泊<sup>※1</sup>、渚泊<sup>※2</sup>、農家レストラン、収穫体験などの都市と農山漁村との交流に資する取組みを支援するとともに、関係人口の拡大にもつながる新たな6次産業化商品の開発・販売を促進します。

併せて、観光、福祉等の他分野・他産業からの参入を促進するため、事業者等へ先行事例を発信し、6次産業化の実践者の拡大を図ります。

※1 「農泊」：農山漁村地域に宿泊し、滞在中に豊かな地域資源を活用した食事や体験等を楽しむ「農山漁村滞在型旅行」のこと。

※2 「渚泊」：「農泊」のうち、漁村地域における滞在型旅行のこと。

### (1) 農観連携による関係人口の拡大

#### ① 交流拡大に向けた受入態勢の整備

＜オンラインによる農業体験・フードツーリズム等の取組み拡大＞

新型コロナウイルス感染症の影響下においても、本県の関係人口を拡大し、県産農林水産物を活用した6次産業化商品やサービスの需要を創出していくため、オンラインによる疑似収穫体験などICTを活用した受入態勢の整備を支援します。

また、地域の人々との交流を通じて、地域の「食」や食を育んだ歴史・文化等を学ぶフードツーリズムに関するイベントの開催を支援するなど県内外へ魅力を発信します。

＜農山漁村体験コンテンツの充実＞

観光をはじめとした他分野・他産業と連携し、来訪者の需要の多様化に対応した農泊や農家レストラン、収穫体験等の農山漁村にある「農」と「食」に関わる豊富な資源を活かした滞在型の体験観光コンテンツの造成を支援し、本県の関係人口の拡大を図ります。

＜農泊等の取組みを推進する地域づくりへの支援＞

農泊等の都市と農山漁村との交流に資する取組みを推進する地域の増加に向けて、「農」や「食」を活かした地域づくり計画の策定等を支援します。併せて、地域ごとに農泊・農家レストラン等の実践事例から経営のノウハウや地域資源を活かした受入態勢の整備等について学ぶ機会を提供し、人材育成・確保に係る取組みを充実します。

＜農山漁村における定住・交流の促進に向けた施設整備等への支援＞

農泊を持続的なビジネスとして展開するための体制の整備や古民家等を活用した滞在施設の整備に加え、農山漁村における定住・交流の促進や農業者の所得向上及び雇用の増大を図るための農家レストランや農山漁村体験施設の整備を支援します。

＜飲食店等と連携した取組みの促進＞

本県への来訪者等に「食」を通じて県産農林水産物の魅力を発信するため、伝統野菜等の郷土の食材を使った料理の提供やマルシェの開催など、飲食店等と連携した取組みを促進します。

また、首都圏・関西圏のホテルやレストラン等における「山形フェア」の実施により、新規取引の開拓、継続取引による販路拡大を支援し、実需マッチングを推進します。

## ② 交流拡大につながる6次産業化商品の開発・販売の促進

＜本県に縁のある人々に向けた加工食品開発への支援＞

本県の農林水産物や県産農林水産物を使用した加工品に関心がある人、本県の地域や地域の人々と多様な関わりを持つ人などの本県に縁のある人々に「食」を通じて本県の魅力を届け、交流拡大につなげるため、消費者ニーズを捉えた6次産業化商品の開発や既存商品のブラッシュアップを支援します。

＜各種キャンペーン・イベントにおける6次産業化商品の活用促進＞

観光客等の誘客が見込まれる各種キャンペーン、イベントにおいて、県産農林水産物や6次産業化商品の効果的な活用を促進します。

＜訪日外国人等に向けた情報発信＞

「山形のうまいもの」を顕彰するコンテスト等の一般試食会等の場を活用し、留学生による試食を通じた訪日外国人向けの加工品の求評を行います。また、気に入った商品について、SNSを通じた母国の家族や友人等に向けたPRを促進するなど、6次産業化商品による交流拡大につなげます。

## (2) 他分野・他産業との連携による6次産業化の促進

### ① 他分野・他産業との連携への支援

＜農林漁業者等とOEM<sup>\*</sup>の受託製造業者とのマッチングの促進＞

県内食品製造業者等における受託加工可能な品目及びその設備に関する情報を農林漁業者等に提供することで、県内のOEMの受託製造業者とのマッチングを促進します。

※「OEM」:「Original Equipment Manufacture」の略称。委託者のブランドにより製品を生産するものであり、委託者が製品の企画・設計について受託者に指示し、場合によっては技術指導も行うこと。

＜デザインを活用した魅力ある商品開発・販売の促進＞

デザイナーやWebコンサルタント等のデザイン力を活かして商品の魅力を向上させる専門家の派遣や、デザインを活用した商品開発に取り組むきっかけとなる企業とデザイナーを結ぶ交流会の開催等、デザインによって商品の魅力を高める取組みを促進します。

## ② 他分野・他産業からの参入の促進

＜先行事例の共有等による機運醸成＞

多方面からの6次産業化への参入を促進するため、福祉や建設業等の他分野・他産業の団体・企業等を集め、6次産業化の意義を学ぶ機会を提供するとともに、県内の他分野・他産業から参入した実践者の先行事例の共有により、6次産業化の取組み拡大に向けた機運を醸成します。

＜農福連携による6次産業化の促進＞

農業者と障がい者施設との間の農作業受委託のマッチングや、障がい者施設が自ら農業生産を行う農福連携の取組みを一層深化させ、障がい者施設による食品製造・加工・販売の取組みを促進します。

県産農林水産物の付加価値向上と利用拡大を図るためには、農林漁業者と県産農林水産物の主要な供給先である県内食品業者との連携を強化し、お互いの知恵と工夫、高い技術による商品の企画・開発が重要です。

そのため、両者間のマッチングを強化するとともに、お互いが相手の役割を認め、双方に十分な利益がもたらされるような関係を構築し、消費者・実需者のニーズを捉えた「売れる商品」の企画・開発を促進します。

### (1) 農林漁業者と食品業者の連携促進

#### ① マッチング支援の充実

＜コーディネーター配置によるマッチング支援＞

6次産業化支援機関にコーディネーターを配置し、県産農林水産物の生産状況や、県内食品業者が求める原材料の規格・数量及び保有する設備・技術等に関する情報の収集と分析を行い、マッチングに向けた産地・企業情報のデータベースを構築します。

＜農林漁業者と食品業者とのマッチングの機会の創出＞

農林漁業者と県内食品業者の契約取引の拡大に向け、6次産業化支援機関等と連携しながら、個別相談等を含むマッチング交流会を開催し、両者の情報交換や交流機会を創出するとともに、コーディネーターによる企業訪問活動を通じて、交流会開催後に商談成約につなげるフォローアップを行います。

＜農林水産物の利用拡大＞

農林漁業者と県内食品業者の連携を強化し、両者の信頼関係に基づいた契約取引（栽培）や、安全・安心で地域性・ストーリー性のある県産農林水産物への切り替えを促進するなど、加工品の原材料としての県産農林水産物の利用拡大を図っていきます。

### (2) 食品業者の商品企画・開発力の強化

#### ① 県産農林水産物を活用した「売れる商品」開発の促進

＜消費者ニーズを捉えた「売れる商品」開発の促進＞

商品そのものの良さに加え、消費者・実需者の購買意欲を高める商品開発につなげるため、商品コンセプト、マーケティング、食味、パッケージデザイン、価格設定、広報戦略等の専門家を派遣する伴走型支援を実施し、ブランド力の高い県産農林水産物を活用した「売れる商品」開発を支援します。

また、健康志向、経済性志向、簡便化志向といった現代の食の志向を反映し、今後、新たな需要が見込まれる分野における商品開発を支援します。

<商品のブラッシュアップ支援>

商品の食味、パッケージデザイン等をブラッシュアップすることで、商品の魅力をさらに高め、新たな販路拡大につなげる商品の磨き上げの取組みを支援します。

<全国をターゲットとした県産農林水産物を使用した商品開発の促進>

ブランド力の高い県産農林水産物を使用した商品を県内外の消費者に届けるため、全国規模の販路を有する大手食品製造業者との連携による「売れる商品」開発を推進します。

<設備整備等への支援>

県産農林水産物の利用拡大に取り組む県内食品製造業者に対して、商品開発力の向上や事業規模の拡大等に必要な設備整備等を支援します。

**② 他分野・他産業と連携した商品開発の促進**

<地域食農連携プロジェクトの推進>

県産農林水産物が地域の産業間の連携により有効活用されるよう、地域の「農」と「食」に関する多様な関係者が参加する地域食農連携プロジェクトを構築し、地域の農林水産物を活用した商品開発を含む自発的、かつ持続的なビジネスの創出を支援します。



農林漁業者による6次産業化をさらに拡大するためには、農林漁業者が意欲と覚悟をもって取り組むとともに、個々の取組みをつなぎ、地域全体で価値を創出・増幅・循環させる仕組みを作ることが必要です。

そのため、起業の芽出しや商品開発力・販売力の向上、6次産業化設備の導入など、ソフト・ハード両面から総合的に支援するとともに、市町村等を核とした地域ぐるみの取組みを促進し、農林漁業者による6次産業化の様々な展開方向に応じた多彩なアグリビジネスの創出を促進します。

### (1) 農林漁業者自らの6次産業化

#### ① 農林漁業者による取組みへの支援

＜個別課題への支援＞

6次産業化支援機関が、生産、加工・製造、販売までの各段階における個別課題に対し、専門家等を活用しつつ、的確な助言・指導等により支援します。

併せて、「6次産業化支援マニュアル」の活用や普及指導員による普及活動、JA・生産者団体等による営農指導活動の充実等を通して起業化に向けた支援を行います。

＜経営改善への支援＞

農林漁業者等による6次産業化の取組みを含む経営全体の付加価値額の増加に向け、6次産業化支援機関における専門家の派遣等により、経営や組織運営の改善方策等の作成及び実行を支援します。

＜設備整備等への支援＞

県や関係機関が連携し、継続的かつ安定的な6次産業化の取組みに必要な設備整備等を支援します。併せて設備整備の準備段階から整備後のフォローアップまでの、幅広い支援を行います。

＜農山漁村地域等における持続的発展活動の支援＞

農山漁村地域等にある多様で豊富な農林水産物等の地域資源を活用し、地域の持続的発展に資する芽出しの取組みに対して、事業の検討・試行から、最低限必要な機器等の導入まで幅広い支援を行います。

## (2) 地域ぐるみの6次産業化

### ① 元気な地域づくりへの支援

＜地域課題の抽出と地域づくり計画の策定への支援＞

担い手の減少による集落機能の低下、荒廃農地の増加などを背景としたそれぞれの地域が有する課題の解決や、交通網の改善など周辺環境の変化を契機とした地域の活性化等に向けて自ら立ち上がろうとする地域に対し、住民同士の話し合いをはじめ、地域課題の抽出、農や食を活かした地域づくり計画の策定等を支援します。

＜地域づくり計画の具現化への支援＞

地域づくり計画の実践による地域の課題解決に向け、県の関係部署による支援チームを編成し、市町村や関係者と連携しながら、地域内の6次産業化拠点施設の整備や地域資源を活かした事業展開に向けたノウハウの提供等の支援を行います。

### ② 市町村等を核とした地域ぐるみの取組みの促進

＜市町村等ネットワークの取組みの促進＞

市町村等を中心に地域の農林漁業者や食品製造業、卸売・小売業、観光産業などで連携・協働を目的に構築された6次産業化ネットワークの取組みを促進します。

また、国庫補助事業等を活用し、市町村の6次産業化戦略策定や商品開発、施設整備等をソフト・ハード両面から支援します。

＜地域食農連携プロジェクトの推進＞（再掲）

県産農林水産物が地域の産業間の連携により有効活用されるよう、地域の「農」と「食」に関する多様な関係者が参加する地域食農連携プロジェクトを構築し、地域の農林水産物を活用した商品開発を含む自発的、かつ持続的なビジネスの創出を支援します。

＜地域の6次産業化拠点施設の整備＞

農林漁業者が農林水産物販売や加工品製造等の6次産業化の取組みに挑戦する機会を増やし、経営発展につなげるため、市町村やJA等による地域の6次産業化拠点施設の設備整備に対して支援します。

＜地域のブランドづくりによる価値の創造＞

特色ある県産農林水産物や加工品、食文化等を活用した地域全体でのブランドづくりを促進するとともに、地理的表示（GI）保護制度等を活用し、地域のイメージアップや新たな価値の創出につながる取組みを支援します。

## 施策の柱5 6次産業化の推進基盤の強化

農林漁業者等が6次産業化に取り組むためには、初期投資のほか、商品企画や加工、販売等、所得に結びつく幅広い分野にわたる知識と技術、経営能力の向上、さらには加工用の原材料の生産の拡大等が必要であり、投資に係るリスク軽減と事業化に向けた環境整備が重要です。

そのため、6次産業化を担う「財産」となる人材の育成の充実、支援機関における相談・技術支援体制の充実、原材料となる農林水産物の生産体制の整備などの総合的な支援により、県内各地の6次産業化の取組みを加速します。

### (1) 6次産業化を推進する人財づくり

#### ① 担い手となる人材の育成

＜発展段階に応じた人材育成の充実＞

ビジネスとして持続的に6次産業化に取り組むことができる人材の輩出に向け、産学官金の関係機関の連携・協力のもと、事業者の取組み内容や発展段階に応じた多様な人材育成メニューを展開し、経営能力や商品企画力・販売力の向上、デジタル化への対応等を支援します。

＜事業化に向けたフォローアップの充実＞

各種研修後の事業展開を促進するため、6次産業化支援機関等による継続的なサポートや成功事例の発信を強化するとともに、研修受講生同士の交流会の開催等を通して6次産業化に携わる多様な人材のネットワーク化を促進します。

＜新たな担い手の育成＞

地域で農産加工に取り組む人材や食品産業で即戦力となる人材を育成するため、県立農林大学校において、農産加工に関する実践技術をはじめ、農産加工の流通販売、マーケティング等について体系的な学習支援を行います。

また、開学に向けて準備を進めている東北農林専門職大学（仮称）において、経営発展に資する食品製造・販売、流通、輸出等の6次産業化に係る科目を設置する予定です。

#### ② 6次産業化支援機関の機能強化

＜農林漁業者向けの支援機能の強化＞

山形6次産業化サポートセンターにおけるコーディネート活動や専門家派遣等の一層の充実を図り、6次産業化に取り組もうとする農林漁業者等の事業・経営計画作成や事業化後の経営課題に係るフォローアップを行います。

#### <食品業者向けの支援機能の強化>

やまがた食産業クラスター協議会におけるコーディネート活動や専門家の活用により、県内食品業者による商品開発・販路開拓を支援するとともに、県内産地・農林水産業と食品業者に関する情報収集・分析を行い、マッチングに向けた産地・企業情報のデータベースを構築し、マッチング機能の強化を図ります。

#### <支援機関相互の連携強化>

山形6次産業化サポートセンターとやまがた食産業クラスター協議会を核としながら、食品加工支援チーム<sup>※</sup>や山形県企業振興公社、各商工会議所・商工会、大学など、各産業支援機関相互の連携を強化し、効果的に支援できる環境整備を図ります。

併せて、今後、農林水産業を取り巻く環境の変化に対応するため、地域商社機能の検討など6次産業化の支援組織の見直し・強化についても検討を進めます。

※「食品加工支援チーム」：県産農林水産物を使用した加工食品の商品企画、技術開発や販売促進等を支援するための、県農業総合研究センターと県工業技術センターの各食品加工部門からなる連携チーム。ワンストップ対応の「食品加工技術相談窓口」を設置。

#### <研究・技術開発機関との連携強化>

食品製造業者等と食品分野の研究・技術開発等の専門機関との連携・協力を促進し、共同研究のマッチングや時代のニーズにマッチした付加価値の高い商品開発等につながる取組みを支援します。

#### <販路開拓・拡大に向けた体制づくり>

首都圏等の大消費地や海外での県産加工品の販路開拓・拡大に向け、県内外の卸売業や流通業と連携し、大手食品卸売業や小売業、輸出事業者との流通・取引面（商流・物流・情報流等）をコーディネートする機能を有し、中小規模の県内事業者（食品製造業者、農林漁業者）の販路開拓・拡大を図る支援体制づくりを推進します。

#### <食品加工支援チームによる支援>

食品加工技術相談窓口において農林漁業者や食品製造業者の商品企画や販路拡大等の相談にワンストップで対応するとともに、H A C C Pに沿った衛生管理の定着に向けた現地指導や、より高度な指導が可能な専門家の派遣等を実施します。

また、「食品加工支援ラボ（県農業総合研究センター内）」を活用した試作や、試験研究機関が開発した技術の移転や共同研究により、商品開発を支援します。さらに、研修会の開催により加工・販売・衛生管理等の知識・技術の習得を支援します。

#### <おいしい魚加工支援ラボによる支援>

県水産研究所内に開設した「おいしい魚加工支援ラボ」を活用し、県産水産物の旨味等の数値化や低利用魚の活用提案等、水産加工品の試作・商品化を支援します。

## (2) 6次産業化を支える体制づくり

### ① 農林水産物の安定生産・安定供給体制の整備

＜実需者ニーズの把握と現場への反映＞

県内産地や食品業者の商品・企業情報及び需給ニーズ、並びに首都圏等の大消費地の消費者ニーズ等の情報を収集・蓄積するとともに、これらの分析を行い、マッチング活動や販路開拓支援、プロモーション等の情報発信等に反映させます。

＜加工・業務用野菜の生産体制の整備＞

中食・外食向け野菜の需要や、原産地表示の関係で国産野菜の需要の高まりが期待されることから、実需者との連携・分業の取組みを進め、加工・業務用野菜の安定生産体制の整備を支援します。

＜水田農業の高付加価値化に向けた基盤整備＞

水稲から高収益作物への転換を後押しするため、排水改良等による水田の畑地化や地下かんがい施設による汎用化等を推進します。

### ② 資金支援制度の活用促進

6次産業化の取組みの事業化に際しては、事業の規模や発展段階に応じた資金の確保が必要となります。特に、初期投資に係る負担軽減等が図られるよう、行政等による補助制度や金融機関の長期低利融資制度等の制度について十分な情報提供を行い、活用を促進します。

## (3) 安全・安心な商品提供のための支援

### ① 適正な食品表示・衛生管理の促進

＜適正な食品表示の促進＞

食品等事業者<sup>※</sup>を対象に講習会を開催し、食品表示基準等の改正について情報提供・普及啓発することで、適正表示に対する事業者の主体的な取組みを促進します。

また、県民をモニターに委任する食品安全モニター制度等を活用し、食品表示の適正化と食品表示に対する県民の知識普及に努めるとともに、食品安全に係る関係機関と連携し、適正表示について指導します。

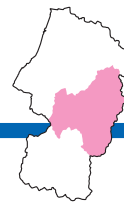
※「食品等事業者」：食品若しくは添加物を採取し、製造し、輸入し、加工し、調理し、貯蔵し、運搬し、若しくは販売すること若しくは器具若しくは容器包装を製造し、輸入し、若しくは販売することを営む人若しくは法人又は学校、病院その他の施設において継続的に不特定若しくは多数の者に食品を供与する人若しくは法人をいう。

#### <適正な衛生管理の促進>

食品等事業者を対象とした講習会等の機会を活用し、自らが行う衛生管理の徹底を指導するほか、H A C C Pに沿った衛生管理の定着を図るため、食品等事業者の規模や形態に応じたきめ細かな指導を行います。さらに、H A C C P導入後の運用状況について検証を行い、事業者のさらなる衛生管理技術の向上を促進します。

加工食品の原料となる農産物等の生産においては、消費者が重視する「安全性」の確保に向けた取組みと、輸出をはじめとして国内外の取引要件となる「国際水準G A P」等の導入及び認証取得を促進するため、G A P指導体制の構築・強化を図るとともに、農業者のG A Pの理解醸成に向けた取組みを促進します。さらに、これまで取り組んできた山形県版G A Pから国際水準G A Pへのステップアップを促進します。

# 村山地域の取組み



## 1 地域の特徴

村山地域は、県の中央部に位置し、県全体の農業産出額において果樹が約8割、野菜や花きが約4割を占めるなど、園芸作物の生産が盛んで豊富な食材に恵まれた地域です。また、食品製造業者等が多く集積しており、「食料・飲料等」分野における製造品出荷額等は県内の約7割を占めています。こうした地域の「食」がもつ強みや、特性を活かしながら、6次産業化に対する支援制度の充実等により、農林漁業者や食品製造業者など地域の多様な主体とその連携による地域農産物を活用した商品開発、さらには、「農」と「食」をテーマとした農観連携の取組みが拡大しています。

## 2 地域の特産品



さくらんぼ



セルリー



秘伝豆納豆



地元果物スイーツ

## 3 6次産業化の取組み

### (1) 農林漁業者による商品力の高い農産加工品開発

- ・意欲的な農産加工実践者に対して、消費者ニーズに対応した商品開発の支援と販売力強化を支援

### (2) 6次産業化商品の魅力・販売力の強化

- ・村山地域の農産物を使用した加工品など6次産業化商品の知名度向上と販路拡大に向けた支援を推進

### (3) 村山地域の農産物の魅力発信と利用拡大

- ・村山伝統野菜、特産野菜など地域農産物について魅力を発信し、認知度向上と消費・利用拡大を図るとともに、観光交流を拡大



えごまを使った加工品

やまがた野菜ハンフレット

## Topics

### 「『やまがた野菜』の利用拡大に向けて」

村山地域では、古くから郷土の素材として親しまれ、地域の生活や風土に根ざした野菜58品目が「やまがた野菜」として認定されており、その利用拡大に向けて様々な取組みをしています。農産物を使った加工品を製造加工・販売している農業者等と小売業者をマッチングする見本市の開催により販路拡大を促進するとともに、やまがた野菜料理フェアの開催による消費・利用拡大、やまがた野菜の収穫体験や料理を楽しむ仙台からのバスツアー一催行など、他地域との交流拡大につながっています。



やまがた野菜料理フェア

# 最上地域の取組み



## 1 地域の特徴

最上地域は、県の北東部に位置し、自然豊かな風土が特徴です。神室連峰、出羽山地などの美しい山々に囲まれ、山菜、きのこ等の“山の恵み”が豊富です。地域を貫流する最上川には、中小の河川が合流し、新庄盆地、最上盆地などの扇状地が形成され、稲作だけでなく、夏の冷涼な気候にあったアスパラガス、にら、ねぎ、トマトなどの園芸作物が産地化されています。また、それぞれの地域風土に根差した最上伝承野菜（33品目認定）や独自の保存食文化などが大切に受け継がれ、「食」・「農」の魅力となっています。このような伝統的な食文化も大切にしながら、地域の特徴を生かした6次産業化の取組みを進めています。

## 2 地域の特産品



にら



きのこ



最上伝承野菜



地域農産物加工品

## 3 6次産業化の取組み

### (1) 食の魅力を活かした交流人口の拡大

- ・産地直売所の商品ブラッシュアップ支援
- ・キャンペーンの実施による地域内外からの交流人口拡大支援

### (2) 最上伝承野菜ブランド化の推進

- ・関係機関と連携した生産基盤安定化に向けた取組み
- ・食育活動を通じた次世代への普及・継承
- ・最上伝承野菜フェア等の開催によるファン拡大支援

### (3) 魅力ある最上農畜産物の販売促進

- ・パンフレットやオンライン等を活用し、ターゲットに応じた食材情報発信
- ・各種イベントの開催による販売促進支援



仙台圏における最上地域農産物の物販イベントの様子



地元高校生と最上伝承野菜の勉強会の様子

## Topics

### 最上伝承野菜ロゴマークについて

最上伝承野菜が地域の歴史的背景や食文化を伝える貴重な地域資源として、「これまでも、またこれからもこの地で営々と継承されていく」ことを願い、「～すべては種と人の手から始まる～」をコンセプトとして野菜の「種」と人の「手」を用いて表現しています。最上伝承野菜を使用している飲食店等でご活用いただくことで、ブランド化を図っています。



「最上伝承野菜」  
ロゴマーク



# 置賜地域の取組み



## 1 地域の特徴

置賜地域は、山形県の南部に位置し自然景観や温泉に恵まれ、高級ブランドの米沢牛をはじめ、米、ぶどう、さくらんぼ等豊かな農畜産物の産地であり、古くから農業者が守ってきた伝統野菜など置賜ならではの食文化が発達してきた地域です。

東北中央自動車道の開通に合わせ、道の駅、産地直売所等の交流・販売拠点が開設され、地域の特徴ある商品開発が施設を拠点に進められています。また、食品製造業者や観光事業者、教育関係者（県立米沢栄養大学、山形大学工学部）等、地域の多様な主体と連携した6次産業化が進んでいます。

## 2 地域の特産品



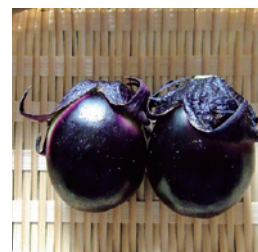
米沢牛



ワイン



ぶどう



山形おきたま伝統野菜

## 3 6次産業化の取組み

### (1) 置賜産農畜産物の知名度向上及び利用拡大

- ・ 近隣県での産直キャンペーンの実施などによる置賜産農畜産物の情報発信と利用拡大の推進
- ・ 管内飲食店及び菓子店でのフェア開催などによる伝統野菜の認知度向上と利用促進



伝統野菜フェアオープニングイベント

### (2) 置賜の農産物等を活用した6次産業化の推進

- ・ 研修会等を通して消費者動向に即した商品開発や新たな販売方法を強化し、農産加工品開発や販売を促進
- ・ 観光客の地元周遊向けの農と食の情報発信を支援



管内ワイナリーと観光交流施設等で扱う加工品の紹介パンフレット

## Topics

### 大型交流施設を起点とした6次化活動の活性化

「道の駅米沢」や「道の駅川のみなと長井」、「かわにし森のマルシェ」等の大型交流施設の開設により、各施設を拠点として「おきたま伝統野菜」等を活かした地域の特徴ある商品づくりが進められています。これら商品開発と、上記施設を起点とする観光客等に向けた農と食の情報発信により、置賜地域全体のさらなる活性化が期待されます。



新たに開発された商品  
(左：伝統野菜のチリビーンズ)  
(右：紅大豆コロッケ)

# 庄内地域の取組み



## 1 地域の特徴

庄内地域は、県の北西部に位置し、鳥海山・出羽山地・朝日山地の山々と県内唯一の離島「飛島」がある日本海に囲まれた広大な庄内平野が広がる自然豊かな地域で、日本有数の穀倉地帯です。つや姫や雪若丸のブランド米のほか、野菜や果樹の生産、庄内豚等の畜産も盛んで、庄内浜では130種類を超える海産物が漁獲され、近年では、庄内北前ガニ、庄内おぼこサワラ、天然トラフグなどのブランド化が進められています。

こうした豊富な食材から生まれた郷土料理や地酒等があり、多彩な料理を提供する料理人がいて、美食と美酒が同時に堪能できることから「食の都庄内」と呼ばれています。

## 2 地域の特産品



米



枝豆



庄内柿



ズワイガニ

## 3 6次産業化の取組み

### (1) 「食の都庄内」ブランド戦略の推進

- ・多彩な農林水産物、豊かな食文化などからなる「食の都庄内」のブランド化及び食を起点とした地域産業の活性化を推進

### (2) 園芸作物のブランド化の推進

- ・庄内産農産物（メロン・ねぎ・アスパラガス・スタチ等）のPR活動による需要創出及び販路の拡大

### (3) 庄内浜水産物の利用拡大

- ・庄内浜文化伝道師による魚食普及の取組みを支援し、庄内浜水産物、同加工品の利用を拡大

### (4) 農商工連携・6次産業化の推進

- ・農林漁業者等を対象としたセミナーや庄内産ワイン振興及びブランド化に向けた研修会を開催



「食の都庄内」親善大使による在来作物を使った料理のデモンストレーション



庄内浜文化伝道師講座

## Topics

### 庄内産ワイン振興プロジェクト

庄内地域では、ワイン醸造用ぶどうの栽培やワイナリーを開設したいとの民間からの声を受け、庄内産ワインの振興やブランド化を目的として、産学官が連携し、平成30年3月に「庄内産ワイン振興プロジェクト会議」を設立しました。醸造用ぶどうの栽培技術研修や情報交換、先進地視察などを行い、庄内産ワインの産地形成に取り組んでいます。

▶ 醸造用ぶどうの現地ほ場巡回



◀ 庄内で2つ目となる新規ワイナリー開設 (R2.9)

## 第4章 成果指標（令和6年）

### ■ 全体指標

項目	現状値	目標値
6次産業化付加価値額	581億円（H30）	650億円

（出典）県農林水産部6次産業推進課調べ

### ■ 個別指標（全体指標の達成につなげる個別の指標）

項目	現状値	目標値
1 6次産業化に取り組む事業者*のEC参入率	21.3% （R1）	40%
2 農泊・農家レストラン等の取組みを推進する地域の数（累計）	11箇所 （R1）	20箇所
3 農産加工業者における他産業連携率（直近3年平均）	25.6% （H28～H30平均）	30%
4 食品製造業等における県産農林水産物の使用割合（重量ベース）	40.7% （R1）	45%
5 産地直売所販売額	118.4億円 （R1）	140億円
6 農産加工所販売額	36.7億円 （R1）	44億円
7 6次産業化支援機関等が支援した新商品の流通・販売件数（累計）	30件 （H29～R2）	80件

※「6次産業化に取り組む事業者」：ここでは、県産農林水産物を起点とする6次産業化に取り組む食品製造業者及び産地直売所、農産加工所を指す。

（出典）3 農林水産省「6次産業化総合調査」

7 県農林水産部6次産業推進課、農業総合研究センター調べ

※ 上記以外は県農林水産部6次産業推進課調べ

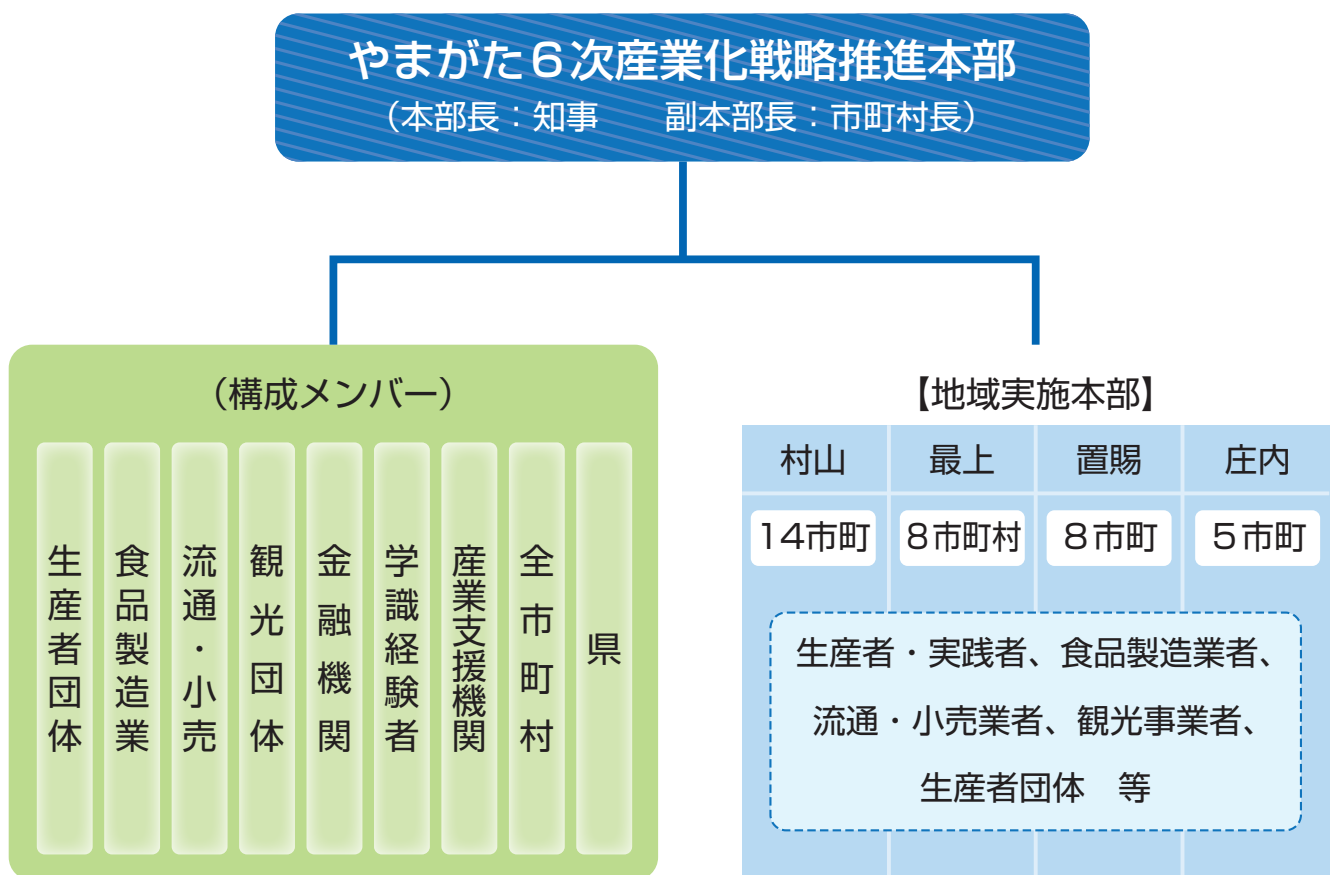
# 第5章 6次産業化の推進体制と各主体の役割

## 1 推進体制

### 【やまがた6次産業化戦略推進本部】

生産者団体や食品製造業団体、商工団体、観光団体、金融機関、産業支援機関、大学、市町村、国、県等で構成する「やまがた6次産業化戦略推進本部」において、本県の6次産業化の推進に関する情報共有を図るとともに、相互に連携を図りながら、一体となった支援を展開します。

さらに、県内4地域ごとに「地域実施本部」を設置し、市町村、各機関・団体等と連携した地域における6次産業化の取組みを推進します。



### 【市町村等を核とする多様な6次産業化ネットワーク】

市町村等を核としたネットワーク形成により、市町村内における6次産業化の取組み支援や新たな連携創出を促進します。

## 【主な支援機関等】

6次産業化推進のための主な支援機関・試験研究機関の支援内容

### 山形6次産業化サポートセンター（やまがた農業支援センター）

主に、農林漁業者向けに支援を実施

<支援例>

- 6次産業化に関する相談窓口業務
- 専門家派遣による支援
- 事業・経営計画の作成サポート



専門家派遣の様子



### やまがた食産業クラスター協議会（山形県食品産業協議会）

主に、食品製造業者向けに支援を実施



やまがたの「食」と「農」  
マッチング交流会

<支援例>

- 県産農林水産物を活用した新商品開発等に関する相談窓口業務
- 食品業者・商品情報の収集分析
- 専門家によるマッチング、商品開発支援
- 商談会・フェアの開催、出展支援
- 優良商品の顕彰（コンテスト等）
- 人材育成研修

### 山形県農業総合研究センター

農業者や食品製造業者向けに支援を実施



食品加工支援ラボ  
加工技術研修の様子

<支援例>

- 県産農産物を素材とした、付加価値の高い食品加工技術の研究
- 「食品加工技術相談窓口」による食品加工技術や商品企画、販売促進等の一元的な相談対応
- 商品開発のための試作支援
- 県産農産物を利用した食品加工技術の研究成果の情報提供、技術移転、加工技術研修会の開催

### 山形県工業技術センター

主に、食品製造業者向けに支援を実施



青肉メロンジャム



赤肉メロンジャム

<支援例>

- 新製品開発、製造技術の改良等の課題に対する技術相談
- 微生物試験や食品成分分析等の材料や製品の試験・分析
- 食品の安全管理技術の研修等を通じた技術者の養成
- 県産果実等を用いた加工食品、麴や乳酸菌を用いた新しい発酵食品、県産酒造好適米を用いた県産酒等の研究開発
- 山形県食品加工研究会等の研究会活動を通じた技術支援

### 山形県水産研究所

主に、漁業者や水産加工業者向けに支援を実施

<支援例>

- 水産物の高付加価値化に向けた研究開発
- 新製品開発、製造技術の改良等の課題に対する技術相談



おいしい魚加工支援ラボ  
加工研修会の様子

## 2 各主体の役割

### 【農林漁業者】

消費者に求められる魅力的な農林水産物を生産し、その加工、販売までを行う6次産業化を実践するとともに、食品製造業者など他分野・他業種との連携を深め、契約栽培・契約取引を推進し、互いの信頼関係を築き、協力して6次産業化を推進します。

### 【生産者団体（JAグループ、漁協など）】

農林漁業者の所得拡大を図るため、農林水産物の生産等のほか、加工等の6次産業化の取組みを積極的に推進・支援します。

JAグループにおいては、農業者にとって一番身近な存在として、営農指導や加工用業務用野菜等の産地形成、農産加工所・産地直売所の整備・運営、商品開発などを推進します。

### 【県内の食品製造業者等、商工事業者】

県内農林漁業者と協力して、可能な限り多くの農林水産物を活用し、その良さを最大限に発揮できるよう、消費者ニーズを的確にとらえた商品開発を行うとともに、一人でも多くの方に味わってもらえるよう、販路開拓・拡大に取り組みます。

### 【飲食業、旅館業】

県産農林水産物を積極的に活用した料理提供や「山形ならではの」県産加工品の販売・情報発信により、農林水産物やその加工品の魅力の発信や地産地消を推進します。

### 【消費者（県民）】

県内の農林漁業者や食品製造業者等がつくる、おいしい農林水産物やその加工品の良さを理解し、購入し、県外や海外の方々にも発信します。

### 【行政（国、県、市町村）】

農林漁業者等による6次産業化の取組みを、農林水産物の生産から加工・販売まで支援するほか、他分野・他産業との連携機会を創出し6次産業化の取組みを推進します。また、6次産業化の基本となる、農林水産物のブランドイメージを向上させる取組みを強化します。

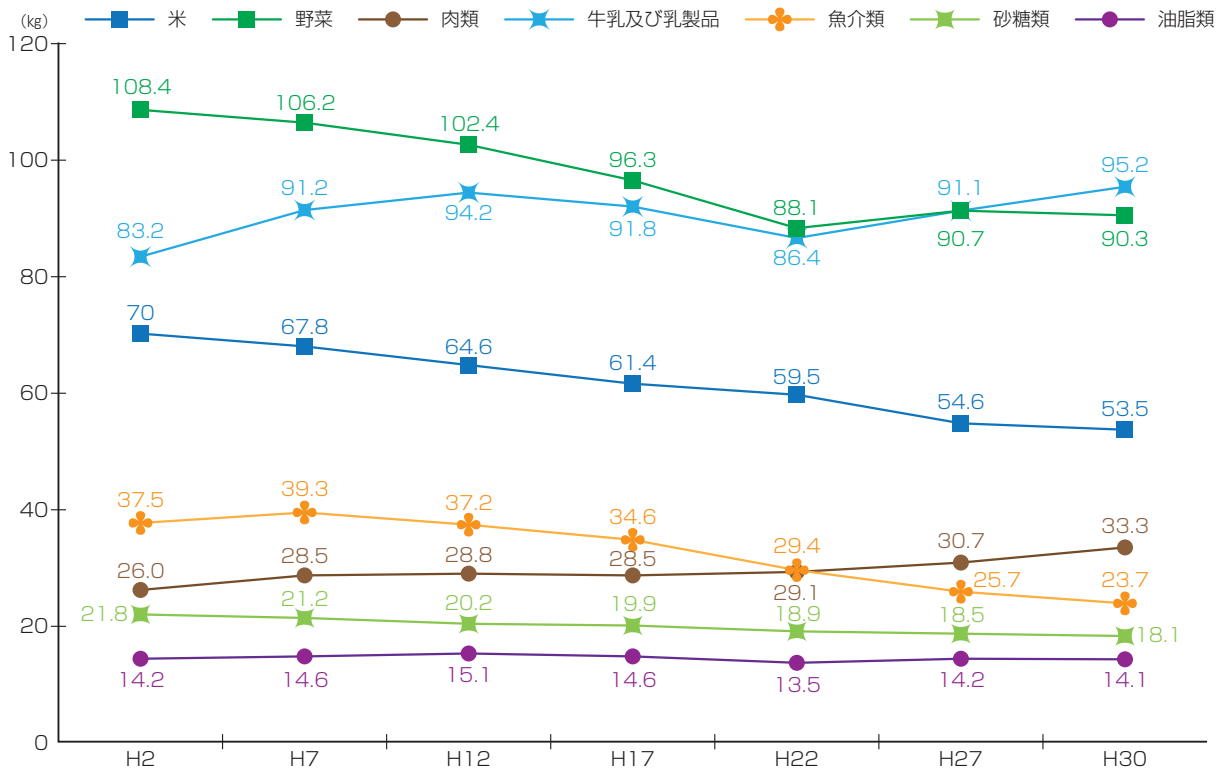
# (資料編)「第2章 6次産業化の現状と課題」の関連資料

## 1 6次産業化を取り巻く状況

### (1) 社会情勢の変化

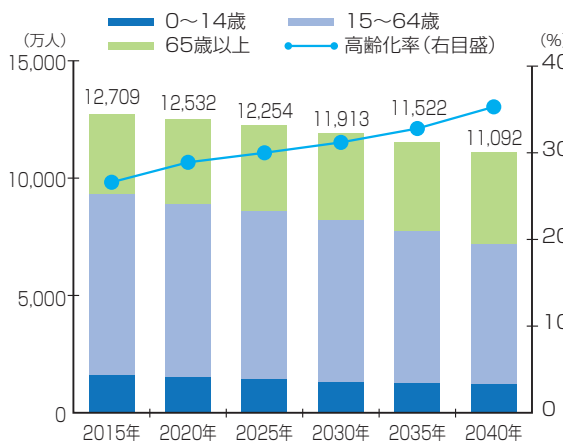
#### ① 食料消費構造の変化

■国民1人・1年当たりの品目別供給量の推移



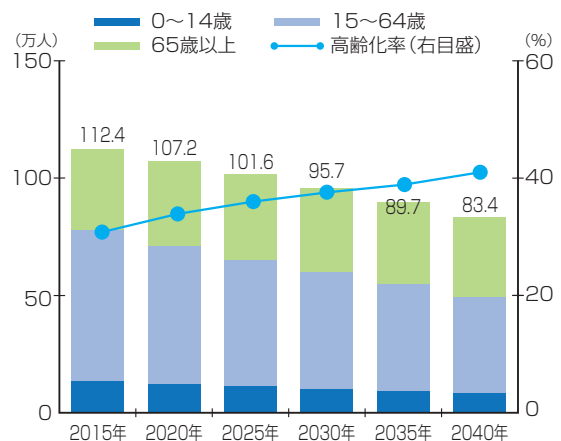
(出典) 農林水産省「食料需給表」

■人口の推移と将来推計（全国）



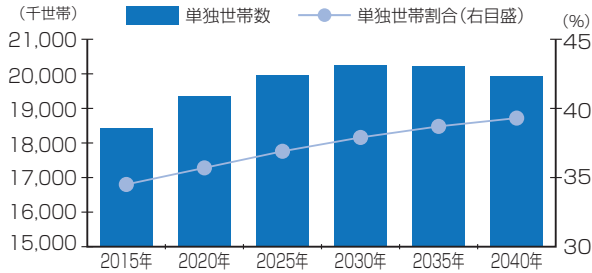
(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成29年推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

■人口の推移と将来推計（山形県）



(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成30年推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

■単独世帯数の推移と将来推計（全国）



(出典) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」(平成30年推計)

■共働き世帯率（対夫婦のいる一般世帯比）

年度	全国	山形県
H12	44.9%	60.4%
H17	44.4%	57.9%
H22	43.5%	55.7%
H27	47.6%	57.9%

(出典) 総務省「国勢調査」

■新型コロナウイルス感染症により消費行動に大きな影響がみられた主な品目

品目	2020年10月 対前年同月 実質増減率	品目	2020年10月 対前年同月 実質増減率
食料		保健医療	
即席麺	11.0	保健用消耗品	106.7
生鮮肉	8.6	その他の消費支出	
冷凍調理食品	7.2	ファンデーション	▲ 17.3
チューハイ・カクテル	28.2	口紅	▲ 37.6
食事代	0.7		
飲酒代	▲ 36.3		

(出典) 総務省「家計調査」

■国内小売市場における消費者向け電子商取引市場規模の推移

分類	H29		H30		R1	
	市場規模 (億円)	EC化率 (%)	市場規模 (億円)	EC化率 (%)	市場規模 (億円)	EC化率 (%)
食品、飲料、酒類	15,579	2.41	16,919	2.64	18,233	2.89
生活家電、AV機器、PC・ 周辺機器等	15,332	30.18	16,467	32.28	18,239	32.75
書籍、映像・音楽ソフト	11,136	26.35	12,070	30.80	13,015	34.18
化粧品、医薬品	5,670	5.27	6,136	5.80	6,611	6.00
生活雑貨・家具・インテリア	14,817	20.40	16,083	22.51	17,428	23.32
衣類・服装雑貨等	16,454	11.54	17,728	12.96	19,100	13.87
自動車、自動二輪車、パーツ 等	2,192	3.02	2,348	2.76	2,396	2.88
事務用品、文房具	2,048	37.38	2,203	40.79	2,264	41.75
その他	2,779	0.80	3,038	0.85	3,228	0.92
合計	86,008	5.79	92,992	6.22	100,515	6.76

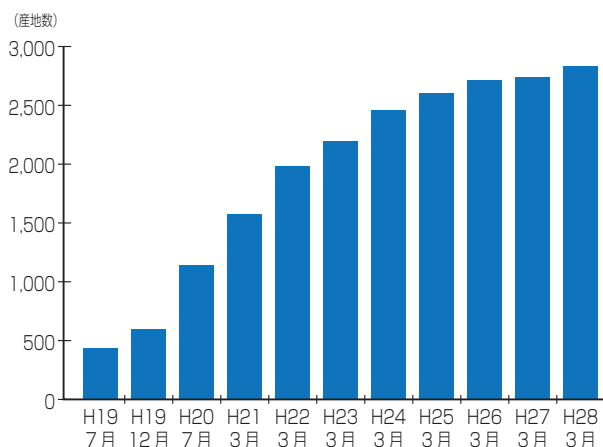
(出典) 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

※ EC化率：ネットショッピングなどの電子商取引の割合



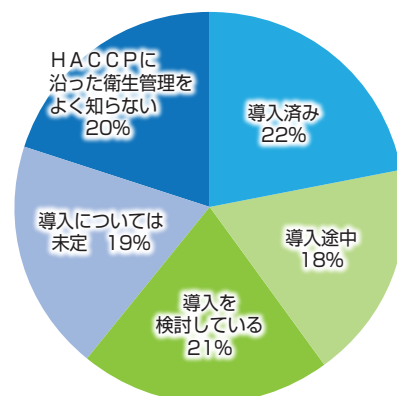
## ② 食の安全・安心に対する関心の高まり

### ■GAPの導入産地数の推移



(出典) 農林水産省調べ

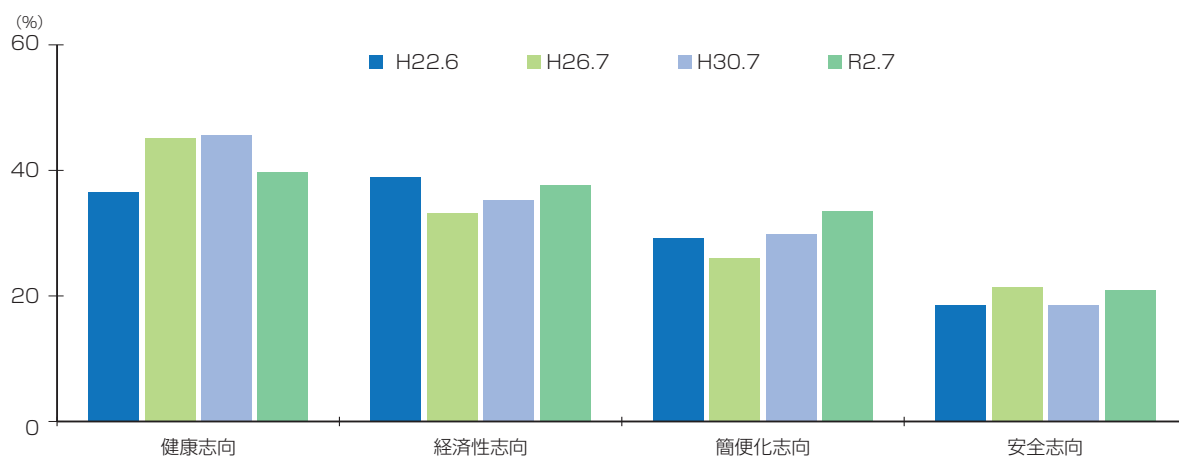
### ■食品製造業におけるHACCPに沿った衛生管理の導入状況 (R1)



(出典) 農林水産省「食品製造業におけるHACCPの導入状況実態調査」

## ③ 食の志向の傾向

### ■食の志向



(出典) 日本政策金融公庫「消費者動向調査」

## (2) 本県の農林水産業の現状

### ② 農林水産物の生産

#### ■主要な農林水産物の産出額等

品目	産出額 (山形県)	対全国比	全国順位	年次
さくらんぼ	374億円	83.5%	1位	H30
西洋なし	56億円	68.3%	1位	H30
りんご	98億円	6.8%	4位	H30
ぶどう	118億円	8.1%	4位	H30
もも	31億円	5.6%	6位	H30

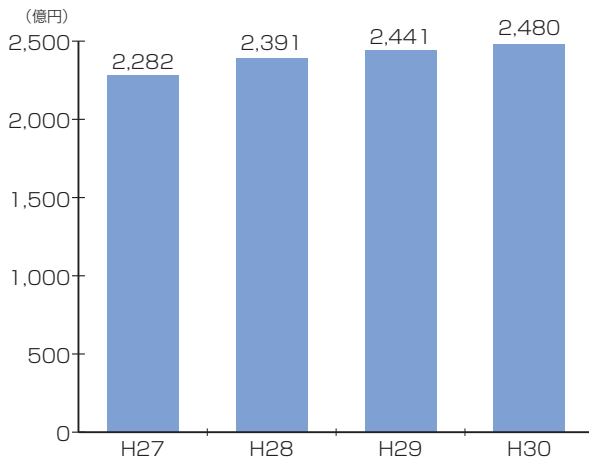
品目	産出額 (山形県)	対全国比	全国順位	年次
えだまめ	45億円	10.9%	3位	H30
すいか	62億円	10.5%	3位	H30
メロン	41億円	6.7%	5位	H30

品目	産出額 (山形県)	対全国比	全国順位	年次
米	835億円	4.8%	5位	H30

(出典) 農林水産省「生産農業所得統計」

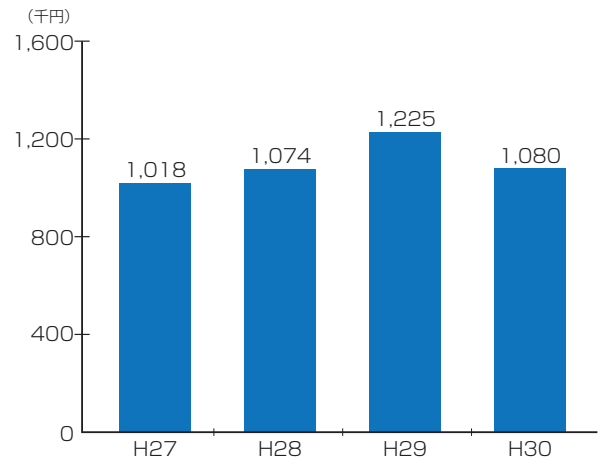
### ③ 農業産出額と生産農業所得

■農業産出額の推移



(出典) 農林水産省「生産農業所得統計」

■生産農業所得の推移



(出典) 農林水産省「生産農業所得統計」

■産業別県際収支 (生産者価格評価表)

(単位：百万円)

順位	部門	移輸出	移輸入	県際収支 (移輸出-移輸入)
1	農業	160,836	-38,682	122,154
2	電子部品	305,881	-187,362	118,519
3	生産用機械	193,910	-99,092	94,818
4	その他の製造工業製品	110,069	-67,825	42,244
5	電気機械	129,287	-98,984	30,303
6	化学製品	234,269	-206,480	27,789
7	繊維製品	92,717	-68,276	24,441
8	医療・福祉	30,443	-15,065	15,378
9	情報通信機器	167,686	-156,025	11,661
10	窯業・土石製品	55,846	-45,964	9,882

(出典) 県みらい企画創造部「平成27年山形県産業連関表」(39部門)

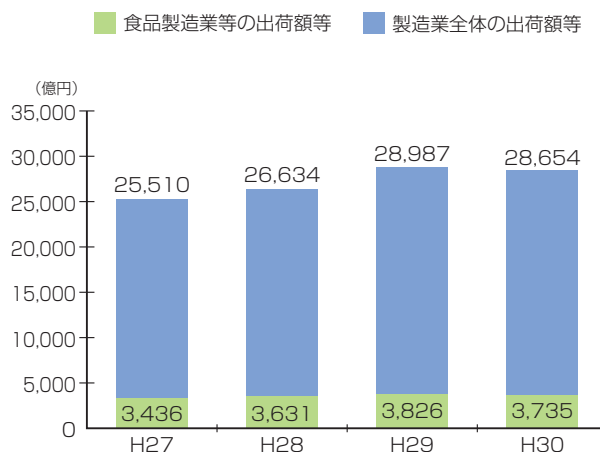
■生産波及の大きさ

順位	部門	生産波及
1	鉱業	1.43
2	飲食料品	1.40
3	水道	1.37
4	事務用品	1.34
5	情報通信	1.33
6	電気・ガス・熱供給	1.32
7	対個人サービス	1.30
8	運輸・郵便	1.29
9	農業	1.28
10	廃棄物処理	1.27
	産業平均	1.24

(出典) 県みらい企画創造部「平成27年山形県産業連関表」(39部門)

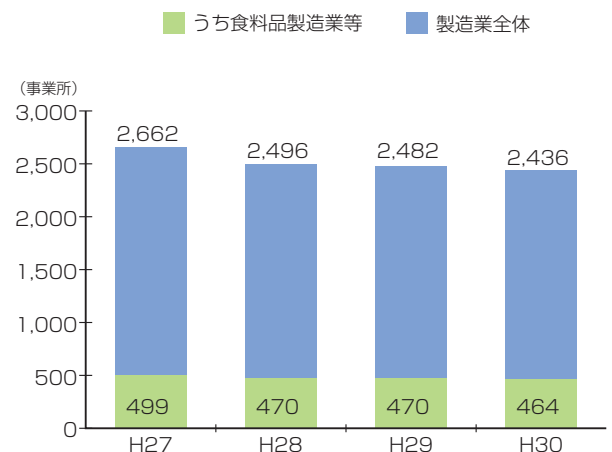
### (3) 本県の食品産業の現状

■製造品出荷額等の推移



(出典) 経済産業省「工業統計」

■事業所数 (4人以上) の推移



(出典) 経済産業省「工業統計」

## (附録) やまがた6次産業化戦略推進本部設置要綱

### (趣 旨)

第1条 「食産業王国やまがた」を本県の成長戦略に位置付け、その実現を目指して、本県が有する“食”の強みを活かした産業横断的な「食産業」を興す6次産業化を積極的に推進し、食産業群の形成と安定雇用の確保を図るため、県民をあげた取組みを推進する際の中心的な組織として、やまがた6次産業化戦略推進本部（以下「本部」という。）を設置する。

### (所掌事項)

第2条 本部の所掌事項は、次のとおりとする。

- (1) 農林水産業の6次産業化のための戦略の策定及び推進に関すること
- (2) その他農林水産業の6次産業化に必要な事項に関すること

### (組 織)

第3条 本部は、別記に掲げる団体等及び山形県をもって構成する。

- 2 本部長は山形県知事を、副本部長は各市町村長をもって充てる。
- 3 本部長は本部を総括し、本部を代表する。
- 4 副本部長は本部長を補佐し、本部長に事故があるときは、その職務を代理する。

### (会 議)

第4条 本部の会議は、本部長が必要に応じて召集し、その議長となる。

- 2 本部長は、必要があるときには、会議に本部員以外の団体又は個人を出席させることができる。

### (ワーキングチーム)

第5条 本部は、第2条第1項に規定する戦略の策定その他農林水産業の6次産業化に必要な事項の検討を行うため、本部にワーキングチームを置くことができる。

- 2 ワーキングチームの組織運営については、本部長が別に定める。

### (事 務 局)

第6条 本部の事務を処理するため、事務局を山形県農林水産部6次産業推進課及びやまがた食産業クラスター協議会に置く。

- 2 事務局長は山形県農林水産部長をもって充てる。

### (補 則)

第7条 この要綱に定めるもののほか、本部の運営に関し必要な事項は、本部長が別に定める。

#### 附則

この要綱は、平成25年4月23日から施行する。

#### 附則

この要綱は、平成26年3月5日から施行する。

## 別記

- |    |      |    |                    |
|----|------|----|--------------------|
| 1  | 山形市  | 36 | 山形県農業協同組合中央会       |
| 2  | 米沢市  | 37 | 山形県農業法人協会          |
| 3  | 鶴岡市  | 38 | 全国農業協同組合連合会山形県本部   |
| 4  | 酒田市  | 39 | 山形県森林組合連合会         |
| 5  | 新庄市  | 40 | 山形県漁業協同組合          |
| 6  | 寒河江市 | 41 | 山形県内水面漁業協同組合連合会    |
| 7  | 上山市  | 42 | 山形県食品産業協議会         |
| 8  | 村山市  | 43 | 山形県漬物協同組合          |
| 9  | 長井市  | 44 | 山形県米菓工業協同組合        |
| 10 | 天童市  | 45 | 山形県菓子工業組合          |
| 11 | 東根市  | 46 | 協同組合やまがた食品振興会      |
| 12 | 尾花沢市 | 47 | 山形県牛乳協会            |
| 13 | 南陽市  | 48 | 山形県醤油味噌工業協同組合      |
| 14 | 山辺町  | 49 | 山形県製麺協同組合          |
| 15 | 中山町  | 50 | 山形県酒造組合            |
| 16 | 河北町  | 51 | 山形県ワイン酒造組合         |
| 17 | 西川町  | 52 | 山形県中小企業団体中央会       |
| 18 | 朝日町  | 53 | 山形県商工会議所連合会        |
| 19 | 大江町  | 54 | 山形県商工会連合会          |
| 20 | 大石田町 | 55 | 一般社団法人山形県国際経済振興機構  |
| 21 | 金山町  | 56 | 山形県料理飲食業生活衛生同業組合   |
| 22 | 最上町  | 57 | 山形県青果市場協会          |
| 23 | 舟形町  | 58 | 山形県水産物卸売協会         |
| 24 | 真室川町 | 59 | 公益社団法人山形県観光物産協会    |
| 25 | 大蔵村  | 60 | やまがた女将会            |
| 26 | 鮭川村  | 61 | 山形県グリーン・ツーリズム推進協議会 |
| 27 | 戸沢村  | 62 | 一般社団法人山形県銀行協会      |
| 28 | 高畠町  | 63 | 山形県信用金庫協会          |
| 29 | 川西町  | 64 | 国立大学法人山形大学         |
| 30 | 小国町  | 65 | 公立大学法人宮城大学         |
| 31 | 白鷹町  | 66 | やまがた食産業クラスター協議会    |
| 32 | 飯豊町  | 67 | 公益財団法人やまがた農業支援センター |
| 33 | 三川町  | 68 | 公益財団法人山形県企業振興公社    |
| 34 | 庄内町  | 69 | おいしい山形推進機構         |
| 35 | 遊佐町  | 70 | 農林水産省              |



発行：やまがた6次産業化戦略推進本部  
事務局：山形県農林水産部6次産業推進課  
〒990-8570 山形市松波二丁目8番1号  
電話：023-630-2560 / 3031  
Mail：yrokuji@pref.yamagata.jp

