

小美玉市農産物等ブランド化推進戦略

令和6年3月

小 美 玉 市

小美玉市農産物等ブランド化推進戦略

目次

1. 策定の背景と目的	1
2. 戦略の位置づけ	2
3. 基本理念と基本方針	3
4. 事業展開	4
(1) (仮称)小美玉ブランド認定事業	
(2) (仮称)小美玉ブランド販売促進事業	
5. スケジュール	6
6. 目指す将来像	7

参考資料

1. 小美玉市農業に係る基本指標	8
2. 関連事業	9
3. 諮問・答申	10
(1) 諮問書	
(2) 答申書	
4. 小美玉市農産物等ブランド化推進協議会設置条例	12
5. 小美玉市農産物等ブランド化推進協議会 委員名簿	14

1. 策定の背景と目的

小美玉市は、東京都心から北東へ約 80km の茨城県のほぼ中央部に位置し、北へ 20km の距離に水戸市、南西へ 20km の距離に土浦市、つくば市があります。地表は概ね関東ローム層に覆われ、起伏も少なくほぼ平坦な地形となっており、南部は霞ヶ浦に接しています。

内陸にあるため気温の年変化や日変化が大きく、降水量・湿度がともに小さいという特徴があり、鮮度が求められる農畜産物にとって都心に近く、迅速に流通ができる環境は好都合となっています。

市の基幹産業として農業が定着しており、令和 3 年度の小美玉市の農業算出額 250.9 億円で全国 48 位、県内 3 位となっており、その中でも鶏卵の産出額が全国有数であり、その他にら、れんこん、いちご、生乳等が特産品となっています。

酪農が盛んなまちとして平成 26 年には「乳製品で乾杯」を推進する条例を策定したほか、平成 30 年には「第 1 回全国ヨーグルトサミット in 小美玉」を開催し、乳製品のブランドアップを行ってきました。

一方、全国的な課題である農業者の高齢化等による担い手の減少により、小美玉市においても農家数や販売農家の数は減少傾向にあります。

こうした課題に対し、小美玉市産の農産物等の付加価値を高め、販路拡大を図ることにより、安定的な農業経営基盤の強化に資するとともに、地域の活性化を図るために小美玉市農産物等ブランド化推進戦略を策定いたします。



2. 戦略の位置づけ

小美玉市農産物等ブランド化推進戦略は、小美玉市の最上位計画である小美玉市第2次総合計画を踏まえ策定します。

小美玉市第2次総合計画 後期基本計画（令和5年3月）

「ひともの地域」が輝き はばたく ダイヤモンドシティ
～ 見つける。みがく。光をあてる。～

基本目標4 仕事と暮らしを創造する環境づくり

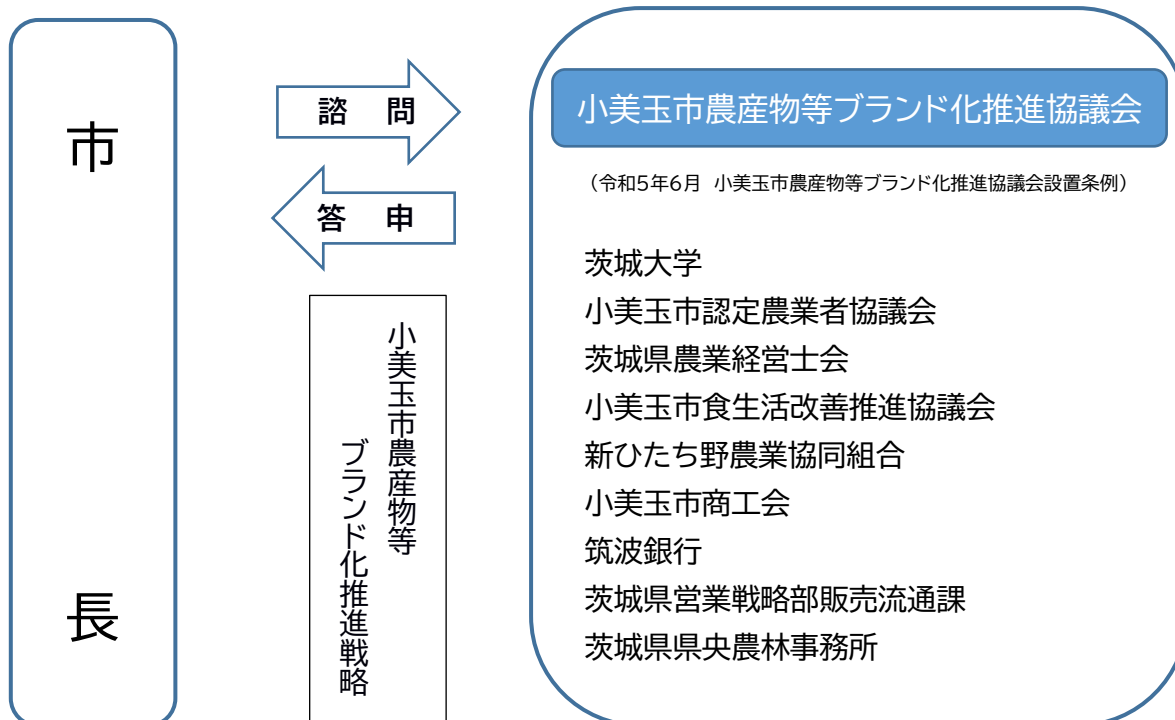
基本施策6 農業の振興

個別施策 安全・安心な農畜水産物の振興

【重点施策】

本市の農畜産物の知名度の向上を図るため、新たな付加価値を加えた「小美玉ブランド化」を進めるほか、新規取引先の獲得に向けた支援を行うとともに、生産から加工、流通販売を一本化した「6次産業化」を推進します。

小美玉市農産物等のブランド化の推進



3. 基本理念と基本方針

【基本理念】

小美玉市ならではの強みを活かした他と差別化された付加価値のある農産物等を小美玉ブランドとして確立することで、農産物の販路拡大や生産者の経営基盤の安定化に留まらず、小美玉市の産業振興や地域の活性化を目指します。

【基本方針】

小美玉市農産物等のブランド化を推進するために5つの方針を示します。

1. 消費者から選ばれるブランドづくり

人口減少や農業者の減少に対し各自治体において様々な施策を取っており、今後も農業分野を取り巻く地域間競争が強まると見込まれます。

従来の生産体制にとらわれず、消費者から選ばれる、他と明確に差別化された付加価値のついた農産物が重要となります。

2. 新たな地域特産品の発掘

小美玉市では豊かな地域資源を活かして様々な種類の農産物や加工品があり、まだ光の当たっていない魅力的な特産品があります。新たな原石を発見するに留まらず、みがき育成することで地域に長く愛される新たな特産品を発掘します。

3. 生産者の顔が見えるストーリー性を重視

生産者の顔が見えると消費者には安心感が生まれます。また、こだわりや努力、農産物の誕生背景などのストーリーを紹介することで、消費者の共感を得て生産者や小美玉市の永続的なファンになってもらいます。

4. シティプロモーションと連携したブランド戦略

小美玉ブランドを広くPRすることで小美玉市の魅力度の向上を目指します。生産者にも生産から販売を通して積極的に小美玉市のイメージ向上に努めてもらい、シビックプライドを醸成し、官民連携でのブランド戦略を行うことで地域の活性化につなげます。

5. 儲かる農業の実現に向けた販売戦略と人材育成

生産者・市場関係者・消費者のニーズを把握し、個別の品目に合った効果的な販売戦略を行います。小美玉ブランドの育成と併せて経営感覚に優れた生産者を育成し、儲かる農業を実現します。

4. 事業展開

小美玉市農産物等ブランド化戦略の理念と方針を体現するために、(仮称)小美玉ブランド認定事業とそれに伴う、(仮称)小美玉ブランド販売促進事業を行います。

(1) (仮称)小美玉ブランド認定事業

事業の概要

小美玉市農産物等ブランド化推進協議会において、小美玉市産の農産物または加工品のブランド認定を行います。

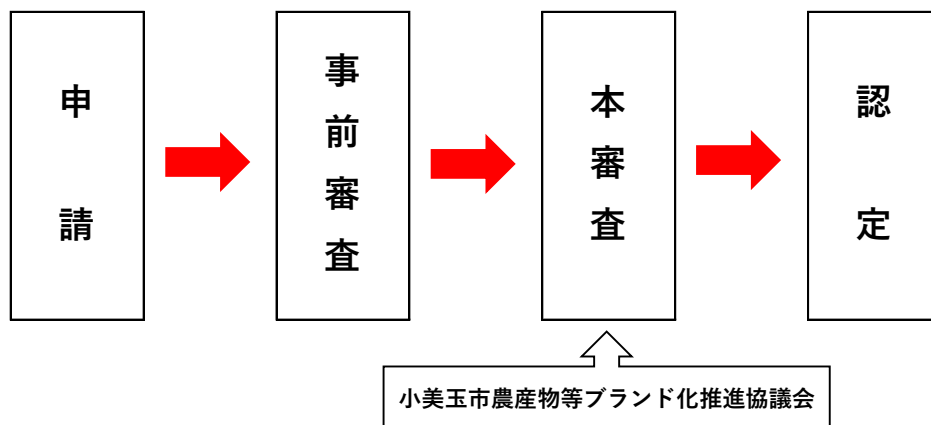
1) 認定対象品

- ・小美玉市産農産物
- ・小美玉市産農産物を原料とする加工品
- ・小美玉市の魅力を発信することのできる加工品

2) 認定基準

- ・「小美玉市らしさ」「貢献度」「独自性」「信頼性・品質」「持続可能性・先進性・将来性」を認定項目とし、総合的に評価を行います。

3) 認定体制



ブランド認定期間は3年間とし、その後は更新制とします。

4) (仮称)小美玉ブランドロゴマークの作成

小美玉市農産物等ブランド化推進戦略の理念と方針に沿って、小美玉ブランドを強く表現できるロゴマークを作成し、認定品のPRに使用します。

ロゴマークは「(仮称)小美玉ブランド」のネーミングと併せて、コンセプトを明確にしたものを作成します。

(2) (仮称)小美玉ブランド販売促進事業

事業の概要

ブランド認定された農産物・加工品について、効果的な販売促進の支援・PRを行います。

1) 販路拡大に向けた取り組み

- ① 物産展やマルシェ等の販促イベントへの参加支援
- ② 商談会への出展支援、バイヤーとのマッチング機会の創出
- ③ 市ふるさと納税返礼品における積極的な活用
- ④ 販路拡大セミナーの開催
- ⑤ 認定品のブラッシュアップ

生産者・市場関係者・消費者のニーズを把握し、個別の認定品目や事業規模に合った販路拡大への取り組みを多方面から支援します。



R5 茨城 DC キャンペーン
「いばキュン! Marche (品川駅)」出展

2) 認定品のPR

- ① PR動画の作成
- ② パンフレット等 情報誌の作成
- ③ その他 シティプロモーションにおける優先的な活用

小美玉市の制作する広報誌・映像作品はコンクールでの入選多数で全国的に高い評価を得ています。

シティプロモーションと連携し、作成した広報媒体は多くの方へ届くようSNSを用いた発信のほか、デジタルサイネージ等への公告やメディア媒体への効果的なPRとして積極的に活用を行います。



令和4年度茨城県広報コンクール第1位
「おみたまぐらし 食と農」



公共施設・観光施設等での動画広告



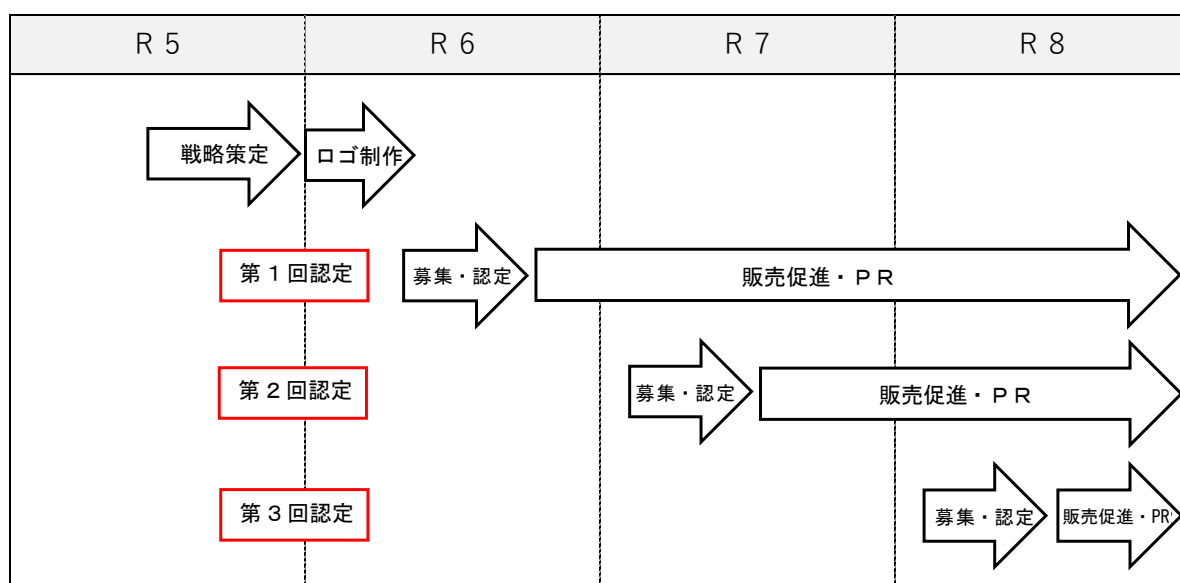
公共施設等での認証品の掲示

5. スケジュール

令和6年度前期に「(仮称)小美玉ブランド」の象徴となるロゴマークを作成します。

令和6年度中期に第1回のブランド認定を行い、その後、販売促進への取り組み支援やPRを行いながら、ブランド化の推進を進めていきます。

本戦略は社会情勢やニーズの変化に迅速かつ柔軟に対応し、必要に応じて事業の見直しを行っていきます。



6. 目指す将来像

- 「(仮称)小美玉ブランド」のロゴマークやネーミングが地域にとどまらず、全国に広く浸透し、認定品が多くの方々に届き愛されることで、小美玉市のブランドが確立され、生産者や地域住民のシビックプライドが醸成されます。
- 小美玉ブランドの推進と共に、儲かる農業の実現に向けた経営感覚に優れた意欲ある生産者を発掘します。
農業を牽引する中心的な人材として育成することで、新たな生産者の目標となり、新規就農・参入を促進します。
- 小美玉ブランドとして認定された農産物を中心に、新たな研究・開発される加工品や飲食店との連携によるメニュー開発など農商工連携による取り組みが芽生えます。
農業経営基盤の安定や経済の活性化に留まらず、人と人との交流が生まれ、地域の活性化を目指します。

参考資料

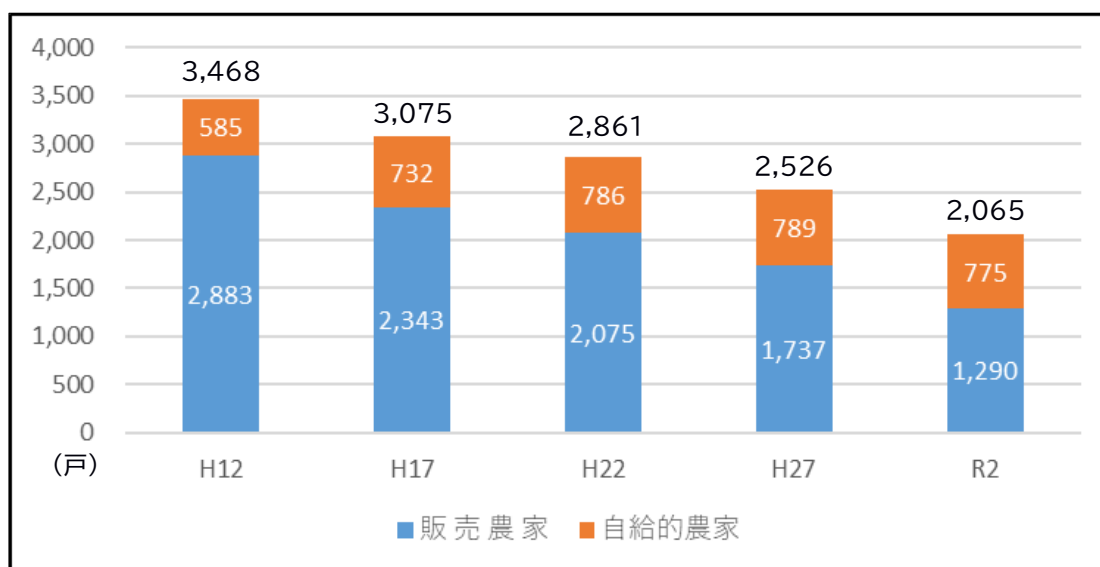
1. 小美玉市農業に係る基本指標

小美玉市農業産出額の内訳（令和3年度）

品目	農業産出額（億円）	県内順位	全国順位
農業産出額 計	250.9	3	48
耕種 計	99.6	9	121
米	8.9	27	469
いも類	12.7	6	44
野菜	65.4	10	68
果実	4.8	7	300
畜産 計	151.3	1	37
生乳	46.1	1	33
豚	19.9	6	72
鶏卵	77.5	2	11

出典：市町村別農業産出額(R3)

小美玉市の農家戸数の推移



出展：農林業センサス

2. 関連事業

- (1) 小美玉市「乳製品で乾杯」を推進する条例 制定
- ・平成26年12月に全国初の乳製品で乾杯を推進する条例を制定
 - ・市内の乾杯推進協力店で会食が行われる際や市関連の会合の際は乳製品での乾杯を推奨
 - ・乳製品の消費拡大、健康増進、地域振興を図る



- (2) 第1回全国ヨーグルトサミット in 小美玉
- ・平成30年10月20・21日 開催
 - ・全国から100を超える種類のご当地ヨーグルトが集まり2日間で約39,000人の方々が来場



- (3) おもてなしヨーグルトプレゼント
- ・令和元年4月から実施
 - ・小美玉市へ転入した全ての方へ小美玉市産生乳を100%使用した飲むヨーグルトをプレゼント



- (4) ダイヤモンド・エッグプレゼント
- ・令和元年4月から実施
 - ・母子健康手帳の交付を受けた方に縁起物である「初たまご」を空の駅 そ・ら・らでプレゼント



- (5) 新規販売先獲得支援事業
- ・令和5年度から実施
 - ・新規販売先の獲得に向けたチラシや販売促進グッズの作成、分析費用等の補助を実施



▲ 作成したのぼり・ハッピーを使用
しての販促活動

- (6) 6次産業化支援
- ・6次産業化に向けたセミナー等勉強会の紹介
 - ・産業活性化コーディネーターや県関係機関と連携した各種補助事業の活用支援

3. 諮問・答申

(1) 諮問書

小美玉農政第265号
令和5年9月27日

小美玉市農産物等ブランド化推進協議会会長 様

小美玉市長 島田 幸三

諮 問 書

小美玉市農産物等のブランド化の推進に関し、小美玉市農産物等ブランド化推進協議会設置条例第2条第1項の規定に基づき、次のとおり諮問します。

諮問理由

本市では、全国に誇れる多様な農産物を生産しており、市町村別農業産出額では、生乳や鶏卵などが全国で上位を占めるなど、経験に基づく知識と技術、誇りと熱意をもった農業者の方が多くおります。

一方、全国的な課題として、農業担い手の減少や高齢化の進行により、販売農家や基幹的農業従事者の数は減少傾向にあります。

こうした課題に対し、小美玉市産農産物等の付加価値を高め販路拡大を図ることにより、安定的な農業経営基盤の強化に資するとともに、地域の活性化を図る必要があります。このことから、小美玉市農産物等のブランド認定制度の策定及び、認定した農産物等の周知拡大に関する施策について、小美玉市農産物等ブランド化推進協議会に諮問します。

(2) 答申書

令和6年3月19日

小美玉市長 島田 幸三 様

小美玉市農産物等ブランド化推進協議会
会長 小原 規宏

答申書

小美玉市農産物等ブランド化推進協議会設置条例第2条第1項の規定に基づき、令和5年9月27日に諮問のあった小美玉市農産物等のブランド化の推進に関し、当協議会において慎重に審議を重ねた結果、下記のとおり答申します。

記

- 1 小美玉市農産物等ブランド化推進戦略に沿って、農産物等のブランド認定や、認定品の効果的な販売流通等の支援を積極的に行い、安定的な農業経営基盤の強化を行うとともに地域の活性化を目指すこと。
- 2 社会情勢やニーズの変化に迅速かつ柔軟に対応し、必要に応じて戦略の見直しを行うこと。
- 3 効果的な販売流通等の支援を行うため、地域商社の活用について調査・研究を行うこと。

4. 小美玉市農産物等ブランド化推進協議会設置条例

○小美玉市農産物等ブランド化推進協議会設置条例

令和5年6月19日

条例第17号

(設置)

第1条 地方自治法(昭和22年法律第67号)第138条の4第3項の規定に基づき、小美玉市農産物等ブランド化推進協議会(以下「協議会」という。)を置く。

(所掌事務)

第2条 協議会は、農産物等ブランド化推進事業(小美玉市産農産物等の付加価値を高め販路拡大を図ることにより、安定的な農業経営基盤の強化に資するとともに、地域の活性化を図る事業をいう。以下同じ。)に関し、市長の諮問に応じ、次に掲げる事項について調査審議する。

- (1) 農産物等ブランド化推進事業に係る施策の効果的な推進に関する事項
- (2) 農産物等のブランド認定に関する事項
- (3) ブランド認定農産物等の周知拡大に関する事項
- (4) 前3号に掲げるもののほか、市長が必要と認める事項

(組織)

第3条 協議会は、委員10人以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

- (1) 学識経験者
- (2) 関係団体が推薦する者
- (3) その他市長が必要と認める者

(会長及び副会長)

第4条 協議会に会長及び副会長各1人を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 会長は、協議会を代表し、会務を総理する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(委員の任期)

第5条 委員の任期は、2年とする。ただし、再任は妨げない。

2 委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会議)

第6条 協議会の会議は会長が招集し、会長がその議長となる。

2 協議会は、委員定数の半数以上の出席をもって成立する。

3 協議会の議事は、出席委員の過半数でこれを決し、可否同数のときは会長の決するところによる。

4 会長は、必要があると認めるときは、協議会に委員以外の者の出席を求め、意見を聴取することができる。

(守秘義務)

第7条 委員及び会議に出席を求められた者は、正当な理由なく協議会の職務に関し知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も、同様とする。

(庶務)

第8条 協議会の庶務は、産業経済部農政課において処理する。

(委任)

第9条 この条例に定めるもののほか、協議会の運営に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、公布の日から施行する。

5. 小美玉市農産物等ブランド化推進協議会 委員名簿

令和6年3月現在

所属団体・役職名	氏名	備考
茨城大学 人文社会科学部現代社会学科 准教授	小原 規宏	会長
小美玉市 副市長	深谷 一広	副会長
小美玉市認定農業者協議会 会長	奥山 和則	
茨城県農業経営士協会 顧問	浜野 博士	
小美玉市食生活改善推進協議会 会長	大曾根 光江	
新ひたち野農業協同組合 営農経済部 部長	鈴木 洋一	
小美玉市商工会 会長	野村 武勝	
株式会社筑波銀行 常務執行役員 営業副本部長	渡辺 一洋	
茨城県営業戦略部販売流通課 課長	桑名 英明	
茨城県県央農林事務所 経営・普及部門地域普及第二課 課長	鈴木 清貴	



小美玉市農産物等ブランド化推進戦略

発 行: 令和6年3月

編 集: 小美玉市産業経済部農政課

〒319-0192 茨城県小美玉市堅倉 835

TEL 0299-48-1111(代表)