

第3章 薩摩川内市の六次産業化戦略

1. 基本理念

本市が平成25年7月に「農林漁業の六次産業化の促進に関する条例」を制定した狙いは、今後、国際的な経済競争の激化等が予想される中で、本市の重要な産業である農林漁業の振興を図るため、農林漁業者それぞれが自らの経営の長所・短所を改めて見直し、これを改善する一つの大きなきっかけとして、六次産業化を位置付けたことにあります。行政としても、このような考え方に沿って、そうした農林漁業者の主体的な取組を積極的に支援することで、市内の農林漁業者の経営改善や所得向上を図り、本市の農林漁業の将来にわたる持続的な発展を目指していきたくと考えています。

ただし、今後、六次産業化を進めていく上でも、基本・基礎となるのは、あくまでも一次産業である農林漁業だと考えます。基本・基礎となる農林漁業の基盤が揺らげば、六次産業化も決して成功しないと考えられるため、農林漁業の振興を常に念頭に置きながら、六次産業化を進めることが肝要です。

そこで、農林漁業者が全ての六次産業化の取組の主役になることが必要であると位置付け、本計画の基本理念を以下のとおり掲げます。

【基本理念】

“農林漁業者” が主役の 六次産業化の推進

実際に六次産業化の取組を具体化するに当たっては、その道筋は個々の経営ごとに異なったものになると考えられます。また、六次産業化という新たな分野に取り組む際には、それぞれの経営において新たな経営努力を伴うことになり、加えて、その過程で、様々なリスクが発生することも想定されます。新たに六次産業化に取り組むのかどうか、また、どのように六次産業化に取り組んでいくのか、個々の経営者である農林漁業者それぞれの経営判断が求められます。このような中で、個々の六次産業化の取組が実を結ぶためには、それぞれが自らの経営や生産物の特性を十分に把握した上で、単なる生産物の加工だけに止まらず、予めその販路、売り先を明確に設定した戦略を構築することが最も肝要です。このことについて、行政も含め、関係者が十分な共通認識を持ちながら、それぞれの役割分担・連携の下、農林漁業者自らの創意工夫に基づいた、新たな付加価値を生み出すものづくり・商品づくりへの自主的・計画的な取組を積極的に支援していくことが重要です。

今後、こうした一つひとつの取組を着実に重ねていくことで、本市全体の六次産業化の進展、ひいては、本市の農林漁業の振興及び地域社会の活力の向上を目指していきます。

リスク

危険、危険度、予想通りにいかない可能性のこと

2. 六次産業化に向けての課題

本市の現状や前節の基本理念を踏まえ、六次産業化に向けての課題を以下のとおり整理します。

課題① 六次産業化の基本・基礎となる一次産業の振興が必要

- ・ 高齢化が進んでいることや後継者がいないことが一次産業の問題点として共通しており、一次産業自体の振興が六次産業化にとって重要である。
- ・ 加工品づくりを規格外品等の有効利用という視点だけに止まらず、農林水産物そのものの価値や価格の向上につなげるという視点が必要である。

課題② 六次産業化に取り組む機運を醸成し、取組を進める人材の育成が必要

- ・ そもそも六次産業化とは何か、取組のメリット、自身の経営に六次産業化を組み入れる上での基礎知識などを学ぶ場を設ける必要がある。
- ・ これからの六次産業化の取組の中心となる若手や女性の活躍の場を設ける必要がある。
- ・ 取組を行う個人や団体が、個別に相談できる機会の設定が必要である。

課題③ 六次産業化に関する商品開発の支援が必要

- ・ 六次産業化の取組に当たり加工・製造技術、営業・販売手法などのノウハウを持っていない者が多いため、指導するアドバイザーの派遣や、加工や販売等の異業種との連携についても併せて検討する必要がある。
- ・ 新たな商品開発、既存の農産加工品のリニューアルにおいて消費者ニーズを十分に把握することが必要である。

課題④ 六次産業化に関する販路の開拓と地域のブランド化との両輪での展開が必要

- ・ 六次産業化に取り組む者にとって、販路の開拓が最大の課題である。
- ・ 商品のパッケージデザインや価格の設定など、売り方に関する支援と併せて検討が必要である。
- ・ 商品情報を消費者といかに共有し、それを知ってもらうか、魅力的に伝えるかというPR戦略が必要である。
- ・ 単にものを開発するのではなく、地域との連動によるブランド化により、他地域との違いを明確化し、商品そのものの付加価値を高める必要がある。

課題⑤ 六次産業化に向けて必要となる資金調達への支援が必要

- ・ 六次産業化のどの段階においても取り組むための十分な資金が必要であり、その確保が取り組む上でのハードルとなっている。(加工等の施設整備・機械導入の支援が必要とされている。)
- ・ 六次産業化への進出を目指す、意欲のある農林漁業者への地域全体での支援が必要である。

パッケージ

商品の包装やそのための容器

リニューアル

商品等を一新、改良すること

ブランド化(地域ブランド化)

地域発の商品・サービスのブランド化と地域イメージのブランド化を結びつけ、好循環を生み出し、地域外の資金・人材を呼び込むという持続的な地域経済の活性化を図ること

3. 基本方針

課題に対応して、以下の5つの基本方針を掲げます。

基本方針① 六次産業化の基礎となる一次産業を振興する

- 農林漁業者の取組支援や関係機関との連携強化により、農林漁業の振興を図るとともに、地域に既にある素材やその価値を見直し、六次産業化の可能性を検討する。

基本方針② 六次産業化の担い手を育成する

- 農林漁業者の誰もが六次産業化について学ぶ機会をつくとともに、本市の六次産業化のリーダーやアドバイザーとなる人材を育てる場を設け、個人の取組段階に応じた人材育成プログラムを提供する。
- 六次産業化の専門家にアドバイスを受ける機会や市内の異業種間をつなぐ機会を設けることにより、農林漁業者の六次産業化の取組展開へのきっかけづくりを行う。

基本方針③ 消費者ニーズに対応した商品開発を進める

- 商品マーケティングの実施を支援することにより、消費者ニーズの把握機会を設け、消費者ニーズを踏まえた新たな商品開発やリニューアルを促進する。
- 農商工連携をはじめ、多様な主体が連携した新商品開発を促進する。

基本方針④ 商品一つひとつの付加価値を高めるためのPRや販路拡大を行う

- 開発された商品それぞれの特性に応じた販路の開拓を支援するとともに、商品そのものやその商品がつくられる地域のブランド戦略づくりを行い、商品の付加価値を高める。
- 市のシティセールスや観光戦略と連動した情報発信や取組展開を図る。

基本方針⑤ 各段階に応じた支援体制を整備する

- 六次産業化に取り組む上で必要な資金を確保するための支援制度を構築するとともに、六次産業化の取組が進展するようきめ細かな支援体制の整備や、コミュニティビジネスの促進を図る。

マーケティング

企業、団体等がグローバルな視野に立ち、顧客との相互理解を得ながら、公正な競争を通じて行う市場創造のための総合活動のこと

シティセールス

自治体が都市の特色や魅力などを他の自治体や企業などに売り込むことによって、知名度や好感度を上げていくこと

コミュニティビジネス

自ら地域を元気にするために、また地域の問題を解決するために、ビジネス（商取引）の手法により、住民が主体的に取り組み、地域全体がうらやむことを目的とする地域づくりのための事業の総称

4. 基本施策

5つの基本方針に位置付ける基本施策として、以下の16の施策を掲げます。

基本理念

基本方針

基本施策

“農林漁業者”
が主役の六次産業化の推進

1. 六次産業化の基礎となる一次産業を振興する

①一次産業の振興

②地域資源の見直し及び掘り起こし

2. 六次産業化の担い手を育成する

③六次産業化を学ぶ仕組みづくり

④組織化による取組体制の強化

⑤外部アドバイザーの活用による専門性の補完

⑥業者間のネットワークの構築及び異業種とのマッチング機会の提供

3. 消費者ニーズに対応した商品開発を進める

⑦消費者ニーズを踏まえた新商品の開発の促進

⑧商品マーケティングの支援

⑨民間企業との農商工連携や教育機関等と連携した新商品開発の促進

4. 商品一つひとつの付加価値を高めるためのPRや販路拡大を行う

⑩商品に応じた販路の開拓支援

⑪シティセールスと連動した戦略的情報発信の推進

⑫商品ブランド戦略の明確化

⑬市の観光戦略と連動した取組の展開

5. 各段階に応じた支援体制を整備する

⑭資金確保のための支援制度の構築

⑮関係機関が一体となった支援体制の確立

⑯コミュニティビジネスの確立の促進

【基本方針1 六次産業化の基礎となる一次産業を振興する】

① 一次産業の振興

農林漁業者の経営拡大や生産物の品質向上のための取組を支援するとともに、農林漁業に従事する若手や女性に関しては、活躍の場を設け、新たな取組を促進します。

また、農協、森林組合、漁協等の関係機関との連携を強化し、一次産品のブランド化や新商品開発、販路開拓等を下支えするなど、農林漁業者の補完機能を強化します。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
農林漁業者の経営拡大・品質向上のための支援の充実	農林漁業者の経営拡大や生産物の品質向上のための取組など、それぞれの取組に応じた支援を実施する。	●	●
農林漁業の担い手育成・支援制度の構築	農林漁業の後継者や新規就業者を対象とした育成研修の機会を設けるとともに、取組の一步目に対する支援を行う。	●	●
若手や女性の農林漁業者間の意見交換会の開催	市内で農林漁業に携わる若手や女性を集めて意見交換会を開催し、悩みや課題などを共有するとともに、新たな取組展開や農林漁業者間の連携のきっかけとなる場をつくる。	●	
関係機関との連携の強化	行政と農協、森林組合、漁協等の関係機関とが、農林水産物のブランド化や新商品開発、販路開拓等を下支えすることにより、農林漁業者が取組を継続、強化できる体制を整える。	●	●

※【実施時期】 前期：平成26～27年度（2カ年） 後期：平成28～30年度（3カ年）

【基本方針1 六次産業化の基礎となる一次産業を振興する】

② 地域資源の見直し及び掘り起こし

農林漁業者自身が自らが生産しているものの良さや価値、こだわり等を見直すための仕掛けを行うとともに、地域の活用しきれていない又は眠っている資源を掘り起こし、その活用策を検討します。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
地域資源の掘り起こし ワークショップの開催	農林水産物そのものの成分や生育環境、生産、採集の手法、地域の歴史や自然など、市内の農林水産物と掛け合わせて売り出すことのできる素材を農林漁業者とともに掘り起こすワークショップを開催する。	●	

ワークショップ

参加者同士がアイデアを出し合い、意見交換を行いながら、提案として取りまとめる、意見集約のための手法のこと、いろいろな人と話をする中で、新たな視点や気づきが期待できる

【基本方針2 六次産業化の担い手を育成する】

③ 六次産業化を学ぶ仕組みづくり

市主催のシンポジウムや勉強会、出前講座の開催に加え、国、県等による農林漁業者の人材育成のためのセミナー等への人材派遣を通して、農林漁業者の誰もが六次産業化について理解を深め、取組におけるポイントやノウハウを学ぶことができる機会を設けます。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
基本計画の出前講座の開催	基本計画の内容について周知を図り、勉強会、研修会等への参加や補助制度の活用を促すための出前講座を開催する。	●	
六次産業化推進シンポジウムの開催	六次産業化についての理解を深め、市内での六次産業化の取組をPRする六次産業化のシンポジウムを開催する。シンポジウムでは、外部の専門家を招いて講演会を開催するとともに、市内でがんばっている農林漁業者に光を当て、農林漁業者全体のモチベーションを向上させる。また、六次産業化フェアと連動して行い、参加者が主体的に関わることができる場とする。	●	
農林漁業者のための基礎知識勉強会の開催	農林漁業者の誰もが自らの取組段階（コンセプトを決める、開発する、販売するなど）に応じて六次産業化のポイントやノウハウを幅広く学ぶことができる勉強会を企画、開催する。	●	
農林漁業者の研修会への派遣の実施	県の農業大学校等の試験研修機関や国等が実施している人材育成プログラム等に市内の農林漁業者を派遣し、六次産業化の初期段階のノウハウを学ぶ機会を提供する。	●	●

セミナー

少人数を対象とし、討議などを交えた講習会

モチベーション

動機付けのこと、人が一定の方向や目標に向かって行動し、それを維持する働きを意味する

フェア

特定の商品等の見本市や展示即売会のこと

コンセプト

創造された作品や商品の全体に貫かれた、骨格となる発想や観点

【基本方針2 六次産業化の担い手を育成する】

④ 組織化による取組体制の強化

農林漁業者の組織化による取組体制を強化するとともに、組織内での役割分担に基づく各人材のスキルの向上や取組全体をコーディネートできる組織リーダーの育成を図ります。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
六次産業化リーダーの育成	農林漁業者の中から六次産業化の取組全体をコーディネートし、各段階における役割分担や、異業種との連携等を描くことができる六次産業化リーダーの育成を図る。	●	
六次産業化による起業・法人化研修会の開催	農林漁業者が六次産業化によって起業することや、法人化すること等を支援する研修会を開催する。起業化、法人化を促進することにより農林漁業者の取組体制を強化する。		●

スキル

訓練や経験などによって身につけた技能、ある人が有している力量や技術のこと

コーディネート

関係する主体を調整し、全体をまとめること

【基本方針2 六次産業化の担い手を育成する】

⑤ 外部アドバイザーの活用による専門性の補完

農林漁業者の六次産業化のアドバイスを行う人材を市内で育成し、その蓄積を図るとともに、商品開発やPR、販路拡大を仲介、指導をする内外の六次産業化の専門家による相談会及び個別指導の機会を設け、商品のコンセプトづくり、適切な価格の設定、パッケージデザイン、商品の売り方等を支援します。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
六次産業化支援アドバイザーの育成及び蓄積	市内で六次産業化を先導的に進めている六次産業化リーダーや取組を支援する立場の関係機関、市、コンサルタント等の人材の中から、六次産業化に取り組む農林漁業者を指導する「六次産業化支援アドバイザー」を育成する。 また、育成した市内の六次産業化支援アドバイザーを蓄積した人材バンクを設置し、農林漁業者が六次産業化を進める際のアドバイザーとして派遣する。	●	●
内外の六次産業化の専門家による相談会及び個別指導の実施	六次産業化プランナーをはじめ、内外の六次産業化の専門家を招き、六次産業化相談会を開催する。相談会では、農林漁業者の六次産業化の取組につながる案件の発掘を行うとともに、新商品開発・販路拡大等についての相談を受け付け、それに対しアドバイスを行う。相談会の場だけでは解決しない案件に関しては、個別の取組段階に応じた六次産業化の専門家をアドバイザーとして個々の現場に派遣する。その際、商品のコンセプトづくり、適切な価格の設定、パッケージデザイン、商品の売り方等を専門家の視点から指導することで、今後の取組展開を促進する。	●	●

人材バンク

専門的知識などを有する指導者を登録し、市民に対して適切な指導者を紹介する仕組み

六次産業化プランナー

六次産業化の取組につながる案件の発掘や新商品開発・販路拡大のアドバイス、六次産業化法の認定申請から認定後のフォローアップまでを一貫してサポートする人材のこと、各農政局が年1回公募し、審査に合格した人材を、都道府県ごとに設置した六次産業化サポートセンターに登録、配置している

六次産業化サポートセンター

農林水産省が各都道府県に設置する六次産業化のサポート機関のこと、「個別相談受付」をはじめ、六次産業化の取組につながる案件の発掘から事業化まで、農林漁業者による六次産業化の取組に対して総合的なサポートを行う

【基本方針2 六次産業化の担い手を育成する】

⑥ 業者間のネットワークの構築及び異業種とのマッチング機会の提供

六次産業化の取組実施に当たり、異業種による連携・交流を促進するため、市内の農林漁業者と商工業者をつなぐ機会や連携する仕組みをつくります。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
異業種連携・交流のための六次産業化ネットワーク等の構築	市内の農林漁業者と市内産の農林水産物を使った加工品開発や料理提供、農林水産物の販売等を行う商工業者間をつなぐ場として異業種交流会を開催する。 また、市内の農林漁業者や商工業者等が登録できる「六次産業化ネットワーク」を構築し、農林漁業者間の情報交換や、異業種間のニーズに応じた連携先の紹介、マッチングのための仕組みをつくる。	●	●

異業種交流

自らが所属している業種と異なる業種がコミュニケーションを図り、連携、協力を行うこと

【基本方針3 消費者ニーズに対応した商品開発を進める】

⑦ 消費者ニーズを踏まえた新商品の開発の促進

農林漁業者が加工品開発の手法等を学び、加工技術を向上させる機会を設け、消費者のニーズを十分に反映した新たな商品の開発を支援するとともに、民間企業や教育機関等との連携による商品の研究開発を促進します。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
加工品開発勉強会の開催	加工品づくりの素材となる農林水産物を絞り、これらに特化して深掘りをする加工品開発勉強会を開催する。 勉強会は、消費者ニーズを踏まえた加工方法や衛生管理、食品表示等の専門知識について学ぶとともに、一定の品質を確保するために必要な高度な加工技術等を習得することができる内容とする。		●
商品の研究開発の促進	民間企業や教育機関等との連携により、市内の農林水産物を使って生み出すことができる商品の研究開発を行う。研究開発の際は、青果や生魚として市場価値の低い規格外品等の活用可能性について検討する。	●	●

【基本方針3 消費者ニーズに対応した商品開発を進める】

⑧ 商品マーケティングの支援

最近の市場の動向や、顕在需要（市内の直売所利用者等）と潜在需要（市外の居住者）のニーズ等を把握することにより、商品開発のために必要な消費者ニーズの明確化を支援します。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
消費者ニーズ調査の実施	<p>市内の直売所等の利用者や、市内外で開催される本市の農林水産物をPRするフェアやマルシェ等のイベントの来訪者等を対象に、販売している商品に対する意見やニーズを把握するためのアンケート調査を実施する。</p> <p>また、市内産の農林水産物のイメージや買いたい商品、情報発信手法等について全国の消費者の幅広い意見を聞くWEBアンケートを実施するとともに、販売業者やバイヤー等への聞き取り調査を実施し、六次産業化の市場の動向を把握する。</p>	●	

マルシェ

フランス語で「市場」を意味し、農林漁業者等が商品を持ち寄り対面販売で行う場のこと

WEB(ウェブ)アンケート

インターネットを利用したアンケートのこと

バイヤー

製品やサービスの買い手を意味し、小売商、卸売商の仕入れ担当者のこと

【基本方針3 消費者ニーズに対応した商品開発を進める】

⑨ 民間企業との農商工連携や教育機関等と連携した新商品開発の促進

民間の製造業者や市内の教育機関・福祉施設等と連携した商品開発を促進します。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
民間企業のノウハウや技術の活用促進	自らの手で開発できない商品等に関して、薩摩川内市企業連携協議会の活用等を含め、民間の製造業者と連携した商品開発を促進する。	●	●
六次産業化における産学官連携の推進	新商品開発や製造において、教育機関や社会福祉団体等との連携を促進し、農林水産物の加工品開発を教育活動や社会福祉活動の中に位置付ける。		●

薩摩川内市企業連携協議会

本市内に事業所等を置く企業間の交流、情報交換、提携、産学官等の交流を図ることにより、市内企業及び市経済の発展、雇用の拡大を図ることを目的に、平成25年11月に組織された協議会（会員数76社：平成26年1月末現在）

産学官連携

企業（産）が、高度な技術や専門知識を持つ大学等（学）や公設試験研究機関等（官）と連携して、新製品開発や新事業創出を図ること

【基本方針4 商品一つひとつの付加価値を高めるためのPRや販路拡大を行う】

⑩ 商品に応じた販路の開拓支援

既存の道の駅や農産物直売所の直販機能を強化、ネットワーク化し、品ぞろえの充実を図るとともに、農林漁業者の顔が見える取組展開を図ります。

また、市内の飲食店等における地産地消の拡大を促進し、商品の販路として位置付けを強化します。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
既存直売所のネットワーク化	既存の道の駅や農産物直売所の直販機能を強化、ネットワーク化し、品ぞろえの充実を図る。	●	
農林漁業者の顔が見える取組の強化	商品を単に販売するだけでなく、直売イベントや農業体験等の企画を実施することによって、農林漁業者と消費者との接点をつくり、直接コミュニケーションをとりながら、生産者の顔の見える販売展開を図る。	●	●
地産地消の拡大の促進	飲食店や薩摩川内市観光物産協会との共同による料理メニュー開発を促進する等により、地産地消の飲食店の拡大等を促進、商品の販路として位置付けを強化するとともに、ご当地グルメ・スイーツに、市内の農林水産物を活用できないか検討する。		●

【基本方針4 商品一つひとつの付加価値を高めるためのPRや販路拡大を行う】

⑪ シティセールスと連動した戦略的情報発信の推進

商品情報の発信を市のシティセールスと連動させ、薩摩川内市の魅力として一体的にPRします。

また、薩摩川内市観光物産協会と連携した、商品の販売・情報窓口の一元化等を図るとともに、商品の情報を知り、購入することができる機会を増やします。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
シティセールスと連動した六次産業化のPR・プロモーション活動の実施	シティセールスの素材として市内産の農林水産物やその加工品を活用し、その魅力やこだわりを全国に広くPRする機会の増大を図る。	●	●
六次産業化フェアの開催	市内産の農林水産物や新たに開発した商品の試食・試飲会、PRなどを行い、市の農林水産業の独自性と併せ市民がその良さや価値、こだわり等を再認識し、市内での消費を促すためのフェアを開催する。また、市民から六次産業化（加工品や料理など）のアイデアの募集を行い、新たな商品開発へつなげる。	●	●
ICTを介した六次産業化実施者と消費者の交流の仕組みの検討	市の農林水産物情報を発信し、その加工品等を購入することができるWEBサイト（通販サイトなど）の設置を検討する。		●
商品の販売・情報窓口の一元化	薩摩川内市観光物産協会と連携し、商品情報の問合せ先と販売窓口を集約するとともに、商品情報を市内全体で共有するための仕組みをつくる。	●	●

PR・プロモーション活動

商品・サービスを、消費者に知ってもらい、購入につなげるための促進活動のこと、テレビや新聞などを使った広告や街頭キャンペーンなどがある

ICT(アイ・シー・ティー)

Information and Communication Technology の略、情報通信技術に関する技術の総称である

【基本方針4 商品一つひとつの付加価値を高めるためのPRや販路拡大を行う】

⑫ 商品ブランド戦略の明確化

ブランドの確立等により開発商品の付加価値を高め、商品の品質・イメージ向上を図る「攻めの戦略」と商品のパッケージやネーミング、ロゴ等の知的財産の権利化及び活用により価値の維持を図る「守りの戦略」の両輪での取組を支援します。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
地域ブランド戦略づくりの支援	地域の歴史や自然等と連動した商品のコンセプトづくりや、農林漁業者の思いを伝える商品デザインや商品の売り方などの戦略的な実施計画づくりを支援する。	●	●
市独自の六次産業化ブランド認証制度の構築	六次産業化に関するブランド認証制度の構築等により開発商品の付加価値を高め、商品の品質の維持、イメージ向上を図る。	●	
知的財産の権利化及び活用の支援	開発した商品の価値を守るため、そのパッケージやネーミング、ロゴ等の知的財産の権利化及び活用などについて支援する。	●	●

ロゴ

商品を象徴するようなイメージ等を図案化・マークにしたもの

知的財産

人間の幅広い創造的活動で生み出される意匠、種苗、発明、考案等の総称、特許庁に出願することにより、特許権・実用新案権・意匠権・商標権等に権利化し、創作者の権利を保護することができる

ブランド認証制度

地域の資源と特性を活かした優れた産品を地域のブランド品として認証し、地域内外へ広く情報発信することで地域のイメージ向上と地域産業の活性化を図る制度

【基本方針4 商品一つひとつの付加価値を高めるためのPRや販路拡大を行う】

⑬ 市の観光戦略と連動した取組の展開

観光農園等、食に関する体験ができる場を提供することにより、市の観光戦略の一つとして進めている体験型観光との連動を図ります。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
体験型観光との連動	きゃんぱくの体験型観光メニューの素材としての農林漁業の位置付けを強化し、市内の観光農園などを活かした農林漁業体験（各種ツーリズム事業）等の各種メニューの提供可能性を検討する。		●

きゃんぱく

薩摩川内市で開催される体験型の地域色豊かな旅プログラムのこと

ツーリズム

たとえば、グリーンツーリズムとは、農山漁村地域において自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動のことで、ブルーツーリズムとは島や沿海部の漁村に滞在し、魅力的で充実したマリンライフの体験を通じて、心と体をリフレッシュさせる余暇活動のこと

【基本方針5 各段階に応じた支援体制を整備する】

⑭ 資金確保のための支援制度の構築

新商品開発や、加工・製造施設整備、機器導入等のための支援制度を創設するとともに、商品開発のための国、県等の交付金制度の手続等を支援します。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
市独自の助成制度の創設	農林漁業者の商品開発や、加工・製造施設整備、機器導入など、ソフト・ハード両面から六次産業化を支援するための市独自の助成制度を創設する。	●	
国、県等の交付金制度の手続等の支援	農林漁業者が受けることができる国、県等の交付金制度の申請手続や交付金の精算、報告の事務手続等をバックアップする。	●	●

ソフト

技術取得、向上のための研修会や講習会への参加、又は、商品の試作や商談会への出展等の取組のこと

ハード

建物施設、機械設備などのこと

【基本方針5 各段階に応じた支援体制を整備する】

⑮ 関係機関が一体となった支援体制の確立

関係機関が連携した協議会や六次産業化担当部署を設置し、きめ細かな支援体制の整備や支援窓口の一本化を図ります。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
関係機関が一体となった支援体制の整備	関係機関が連携した協議会を設置し、各農林漁業者ごとのステージに応じたきめ細かな支援を行う体制を整備する。	●	
六次産業化担当部署の設置	六次産業対策課を設置し、六次産業化への取組を支援する窓口を一本化する。	●	

【基本方針5 各段階に応じた支援体制を整備する】

⑯ コミュニティビジネスの確立の促進

地域、コミュニティぐるみでの六次産業化の取組が進展するようなきっかけづくり等を促進します。

◆事業

事業	事業概要	実施時期	
		前期	後期
地域コミュニティ単位での六次産業化の促進	コミュニティ単位で取り組まれている特産品開発や加工品づくりを支援し、地域ぐるみでの六次産業化を促進する。	●	●