



6次産業化 第4期実施計画

(令和5年度～令和7年度)





■ 第4期実施計画目標（R5～R7）

「地域力」を生かした「販売力」の更なる強化

6次化商品「**個**」での推進だけではなく、これまでよりさらに農商工業者等の連携強化を図り、地域を代表する「**商品群**」で魅せることを販売戦略とし、商談会への出展や出会、大都市圏での催事参画など、これまでの事業を生かし、第3期に続く「攻めの販売戦略」をさらに加速させる。

●特に、6次産業化の最大の特徴である安心感や信頼感を感じる「顔が見える」商品を含め、地元原材料や地元加工にこだわった都城を感じられる「地域を代表する」商品となる**地域連携型の商品づくり**を強化推進する。



■ 令和5年度以降の事業等展開

「地域力」を生かした「販売力」の更なる強化

No.	事業名(詳細事業名)	目的	令和5年度	令和6年度	令和7年度
1	6次化商品開発共創事業	販路開拓 商品開発	大都市圏向け商品開発・販路開拓		
2	物産セールス強化事業	販路開拓 (市内事業者)	大都市圏向け営業・催事参画・物産展等出展		
3	物産振興拠点施設等管理運営費	販路開拓 (市内事業者)	商談会出展・都城産加工品の販路開拓		
4	地域資源活用商品開発事業 (地域資源活用商品開発事業費補助金)	商品開発 (市内事業者)	商品開発支援		
5	「はばたけ都城」6次産業化推進事業① (はばたけ都城六次産業化推進協議会負担金)	基盤整備	販路開拓・商品開発等支援		
6	「はばたけ都城」6次産業化推進事業② (はばたけ都城六次産業化総合対策事業費補助金)	基盤整備	商品開発支援		
7	はばたけ都城六次産業化推進事業 (都城もえ産品事業費補助金(仮))	基盤整備		事業に伴う基盤整備支援	
8	都城メンチプロジェクト推進事業	基盤整備 販路開拓 PR事業	商品開発・ご当地グルメ推進		



■第4期実施計画（KPI）

- 実施期間は令和5年度から令和7年度までの3年間とします。
- 実施期間中の状況を考慮しながら、目標指数については必要に応じて柔軟に見直しを行うものとします。

項目	R5	R6	R7	累計	備考
都城もえ産品をもとに展開するフェアでの販売件数	60	70	80	210	平均実績50商品/年(推計値) KPIは新規

※実店舗・紙面・実演での開催も含む

都城もえ産品の要件より抜粋

「都城もえ産品」の定義に則り市内事業者の連携がなされた商品で、(1) (2) のいずれか並びに (3) 及び (4) の項目を満たしていること。

- (1) 都城市の商工業者が都城市産の農林畜産物を使用し開発した商品である。(農商工連携)
- (2) 都城市内の農家、農業法人が開発した商品である。(6次化商品)
- (3) 食品表示法を遵守したパッケージ(容器・容量を含む)となっている。
- (4) 「いいもの」「うまいもの」になっている。



幸せ上々、みやこのじょう
ふるさと産品を、とっておきの味に。



都城もえ産品

■手段1 R5～

都城もえ産品開発の強化

6次産業化の最大の特徴である「顔が見える」商品を含め、地元原材料や地元加工にこだわった「地域を代表するプレミアム」な商品となる**地域連携型の商品づくり（ご当地グルメの造成を含む）**を強化推進する。

都城もえ産品の例

- 例1) 農家・農業法人が自社素材で作る数量限定の6次化商品
- 例2) 地元商工業者が地元素材で作るこだわり商品

関係事業の例

- ・事業者マッチング
- ・補助金支援
- ・商品開発共創事業 等





■手段2 R5～

都城もえ産品群の販売の強化

地域連携型の商品群の開発と並行した取組として、商品を「面」として推進することを販売戦略とし、**都城もえ産品の催事**や、**ご当地グルメの発信**にも強化していく。

催事や発信の事例

例1) 農業産出額日本一の冠で商品を揃えた百貨店催事



例2) 都城メンチに特化した国内への発信



■ 手段3 R6～

補助金の一本化

	6次化補助金 (はばたけ)	物産補助金 (地域資源)	6次化補助金の拡充 (予定)
対象者	農家・農業法人	商工業者	農家・農業法人 商工業者
原料	自社生産物	市内の農林畜産物	市内の農林畜産物
補助対象	ソフト・ハード・加工支援	ソフト	ソフト・ハード
募集期間	年3程度	年1回	随時





幸せ上々、みやこのじょう
はばたけ六次産業化推進協議会

■手段4 R7

地域商社へ機能移管

- 地域商社が順調に機能しているであろう3年後を目途に、協議会が実施しているセミナーや事業者支援を地域商社が担うため、はばたけ六次産業化推進協議会のあり方を検討。

