

'06

ビジョン2010

丹波ささやま 特産物振興ビジョン2010

平成18年 3月

丹波ささやま特産物振興ビジョン2010策定委員会

身土不二

「身土不二(しんどふじ)」とは、食の信条として、また、思想として用いられている言葉で、身体(身)と環境(土)とは不可分(不二)であるとし、身近なところ(一里四方、三里四方、四里四方など)で育ったものを食べ、生活するのが良いとする考え方。「身土不二」が初めて文献として登場したのは、中国の仏教書「廬山蓮宗寶鑑」(ろざんれんしゅうほうかん：1305年)で、仏教界では、「しんどふに」と読む。

平成18年3月27日

篠山市長 瀬戸亀男様

丹波ささやま特産物振興ビジョン2010策定委員会
会長 新家 龍

「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010」について（答申）

平成17年10月3日付で諮問のあった「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010」について、本策定委員会は、篠山市における農業に関する各種の内容を調査・分析し、現状と課題の把握に努めた結果、将来の特産物振興方策について一定の結論を得たので、別紙のとおり答申します。

篠山市においては、本答申を尊重され、篠山市の基幹産業である農業、とりわけ全国に誇る多くの特産物の振興を軸にしたまちづくり、地域づくりに向け、一層の努力をされんことを期待するものであります。

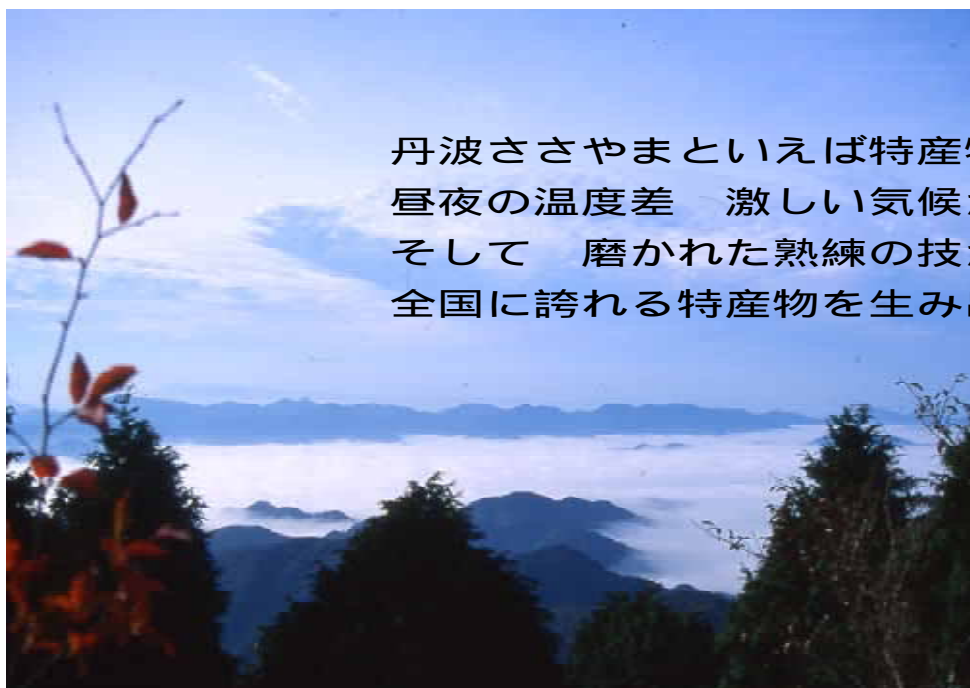
目 次

はじめに	1
第1章 「丹波ささやま特産物振興ビジョン」の策定にあたって	
1. ビジョン策定の背景と趣旨	2
2. ビジョンの位置づけと期間	3
3. ビジョンの概要と施策体系概念図	4
第2章 「丹波ささやま特産物振興ビジョン」の理念と目標	
1. 基本理念	7
2. 基本目標	8
3. 特産物振興の現状と目標	12
(1) 特産物振興の現状	
(2) 短期的な数値目標	
(3) 長期的な数値目標	
第3章 特産物振興施策の基本方向	
基本方向1. 土に「いのち」を吹き込む - 「大地」の蘇生・活用 -	24
基本方向2. 人の「やる気」を呼び起こす - 「耕人」の確保・育成 -	27
基本方向3. ブランドを創る - ブランドの構築 -	31
基本方向4. ブランドを守る - ブランドの管理 -	35
基本方向5. ブランドを使う - ブランドの拡張 -	36
基本方向6. 1～2次産業を拓く - 特産物の加工・流通 -	40
基本方向7. 2～3次産業を生かす - 特産物の販売・サービス・交流 -	43
基本方向8. 6次産業化をめざす - 特産物を介した新産業の確立 -	47

第4章 特産物振興施策の推進体制と方策

1. 参画と協働による推進体制	5 1
2. 効果的な推進方策	5 3
3. 即実践アクションプログラム	5 5

おわりに	6 1
------------	-----



丹波ささやまといえば特産物の宝庫
昼夜の温度差 激しい気候が
そして 磨かれた熟練の技が
全国に誇れる特産物を生み出しています

資料編

1. 「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010策定委員会」委員名簿	6 3
2. 「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010策定委員会」審議経過	6 4
3. 「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010策定委員会」設置要綱	6 5

はじめに

篠山市では、特産農業をさらに発展させていくために、平成13年7月に策定した「篠山市アグリプラン21」の目標実現に向けて諸施策を積極的に推進し、特産農業の振興に努めてきました。

しかし、特産農業を取り巻く情勢は、担い手不足や高齢化に加え、さらには、他産地との競争など、生産から消費に至る環境が大きく変化してきました。

このため、現状を正確に把握した上で、丹波ささやまの多くの特産物を通して、農業、商工業、観光などがめざす方向とその実現のための振興施策を明らかにし、まちづくり、地域づくりにおける市民共通のキーワードとして「共生」「協調」「自立」を掲げ、丹波黒大豆、丹波大納言小豆、山の芋、丹波栗などの特産物に特化した「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010」を策定するものであります。

共 生

生産者、生活者、行政、農業関係団体、商工関係団体などが、それぞれの人的資源を含めた地域内の資源をうまく活用する。

協 調

生産者、生活者、行政、農業関係団体、商工関係団体などが、それぞれの持つ個性や特性を持ち寄り、生かし合い、交流することで地域の総合力を高めていく。

自 立

「共生」「協調」を通じて、「自分たちですべきことは自分たちの手で」という主体性と役割分担意識をしっかりとって行動に移す。

本策定委員会は、特産物の質的、量的な水準を上げ、生産者・市場・生活者などに認められる産地づくりによって、丹波ささやまブランドが確立することを主たる目的として審議を重ねてきました。

この「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010」が、実効ある振興施策の推進と実現に向けて、関係者が参画・協働して進んでいく指針として活用されることを強く要望するものであります。

平成18年3月

丹波ささやま特産物振興ビジョン2010策定委員会

会 長 新 家 龍

第1章 「丹波ささやま特産物振興ビジョン」の策定にあたって

1. ビジョン策定の背景と趣旨

米の生産調整や農業従事者の高齢化、後継者不足、さらには、土壌の劣化や遊休農地の増大など、最近の農業を取り巻く環境は、マイナス要因が非常に多く、大変厳しいものとなってきています。しかしながら、一方で、消費構造の変化により、健康志向や安全志向、本物志向が高まり、ブランドとしての「食」を求める動きが活発化してきています。このような情勢下において、安全で安心な「食」を安定的に供給することは、生産者、生活者の双方にとって大変重要な部分であり、この信頼関係の確立こそが、厳しい農業情勢に一筋の光をあてる要因の一つとして、期待されているところでもあります。

国政レベルにおいても、食料・農業・農村をめぐる大きな情勢の変化を踏まえ、平成17年3月に、新しい「食料・農業・農村基本計画」が閣議決定されました。この基本計画は、「食」の安全や健全な食生活への関心の高まり、多様化・高度化する生活者のニーズに応えるためなどに策定されたものであり、食料自給率の向上や「食」の安全と生活者への信頼の確保、担い手の育成・確保、経営安定対策の確立、農村資源・環境保全施策の確立など、新しい施策の展開方向がより具体的な形で示されています。

また、篠山市においても、平成12年4月には、経営・生産対策を柱とした「篠山市地域農業マスタープラン」を、平成13年7月には、中期的な農業の振興方針・施策を示した「篠山市アグリプラン21」を策定し、平成16年3月には、これらの基本方針に基づき、農業生産体制の強化・改善、活力と個性ある農村づくりを進めていくため、「篠山市農村振興基本計画」を策定したところです。

篠山市は今、合併から7年が経過する中で、まちづくりの方向性をハードからソフトに移し、いわゆる、完成したハードに「いのち」を吹き込む段階を迎えております。これは、農業分野においても同様で、基盤整備を行った農地に「いのち」を吹き込み、新たな視点、新たな考え方に立った農業振興の方向性を追求しなければならないときを迎えているのです。

一方、「食」を取り巻く環境は、ここ数年の間に大きく変化し、平成18年4月に改正・施行される「商標法」を受け、地域ブランドを生かしたまちづくりやまちおこしが、全国的にも活発化してきています。地域特産物のブランド化は、「食」の安全・安心はもちろんのこと、そのまちの知名度やイメージアップに大きく貢献する要素だけに、戦略的には、とても大きな成果をもたらすものであると認識しています。

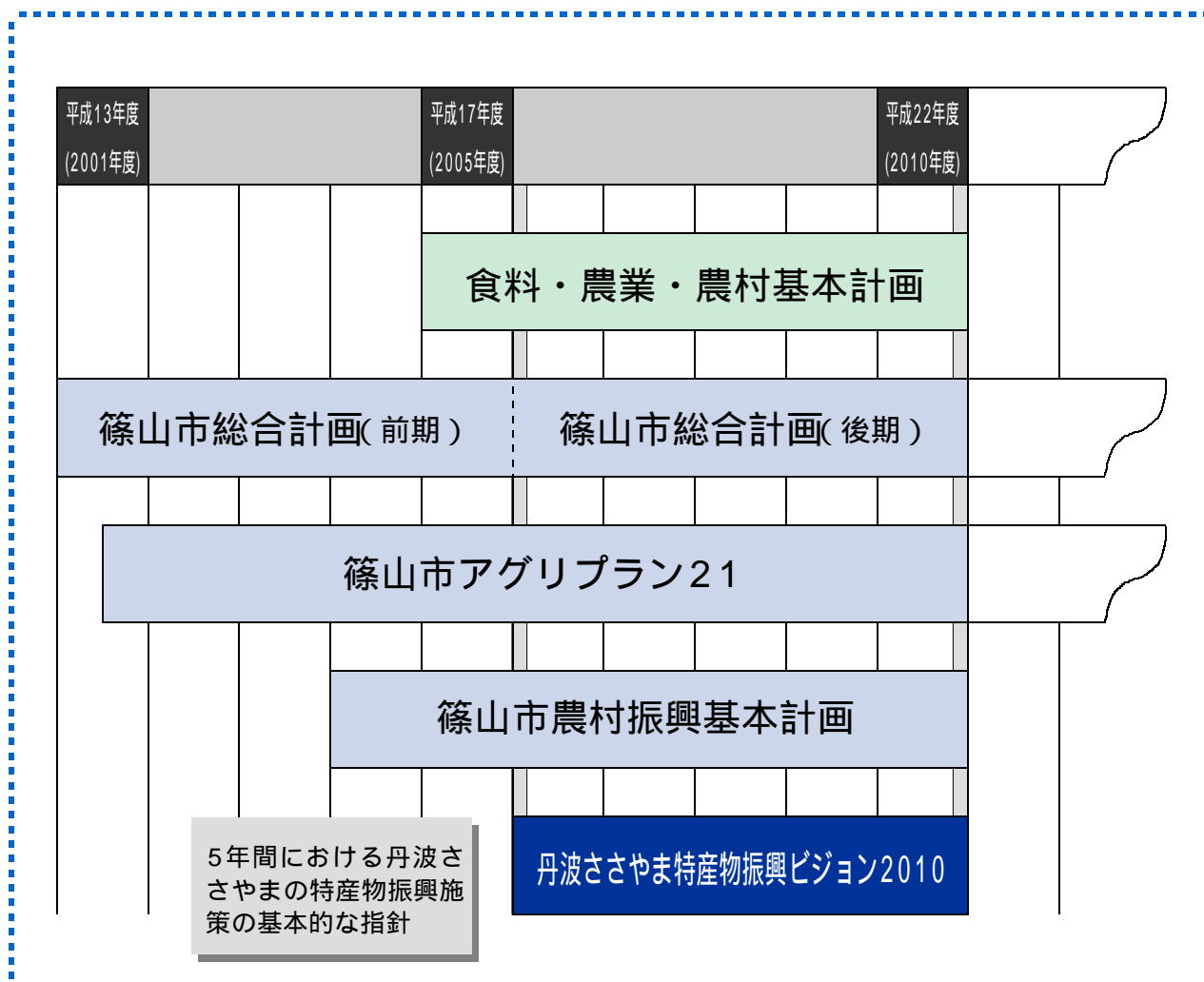
このようなチャンスを最大限に生かすためにも、ここに、生産者と生活者、行政、農業

関係団体、商工関係団体などが一体となって、丹波ささやまブランドの確立と、揺るぎない地域特産物の振興を進めるための基本指針「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010」を策定するものであります。

2. ビジョンの位置づけと期間

このビジョンは、丹波ささやまの特産物振興施策を、総合的かつ一体的に進めるための基本的な指針であり、「篠山市総合計画」の基本構想や基本計画を踏まえながら、「篠山市アグリプラン21」の中でも、特産物の振興に特化した振興方策・施策をより具現化するための指針であります。

また、期間は、時代の変化に即応可能な5年間とし、国が定めた「食料・農業・農村基本計画」と同じ平成22年度（2010年度）を目標年次とします。これは、「篠山市総合計画」の目標年次でもあります。



3 . ビジョンの概要と施策体系概念図

ビジョンの概要

策定の背景と趣旨

最近の厳しい農業情勢と、消費構造の変化により「食」のブランド化が活発化してきているという背景の中で、ビジョンの策定目的とビジョンが果たす役割を述べています。

位置づけと期間

「篠山市総合計画」「篠山市アグリプラン21」との関係を説明しています。また、ビジョンによって施策が進められる期間を示しています。

基本理念・基本目標

「共生」「協調」「自立」を、丹波ささやまの特産物に特化したまちづくりを進めていくための市民共通のキーワードに据えながら、諸施策の基本となる理念を説明しています。また、理念を実現するために向かうべき基本の目標を示しています。

特産物振興の現状と目標

特産物振興を進めていく上で、「地域特産物」の統一した見解の必要性から、その定義づけを行い、また、「地域特産物」の栽培面積・生産量などの現状と短期的・長期的な数値目標を設定しています。

基本方向・施策の方向

基本理念、基本目標を達成していくための施策の流れを、大きくは基本方向という形で、また、具体的な施策（短期的・長期的）につながるものとしては、施策の方向で示しています。

推進体制と方策

「参画と協働」の精神・行動を基本とした推進体制の確立や、「黒まめ憲章」の制定などユニークな取り組み、推進方策を提示しています。

即実践アクションプログラム

基本方向に基づく施策の方向を、年次スケジュール的に一覧表にまとめ、即実践することが可能な施策、長期的な取り組みが必要な施策など、一目で分かるように整理しています。

ビジョンの施策体系概念図

基本理念

共生

それぞれの人的資源も含めた地域内の資源をうまく活用する。

協調

それぞれの個性や特性を持ち寄り、生かし合い、総合力を高めていく。

すべての人々が
「農」の恵みを楽しむ
社会の実現

自立

自分たちが果たすべき役割を明確に理解し、主体性を持って行動に移す。

基本目標

1

丹波ささやま元気な土台づくり戦略

「^{みのり}農」は「大地」の恵みと
「^{つとめ}耕人」の努力！
生きた土づくり
元気な人づくりをめざします。

2

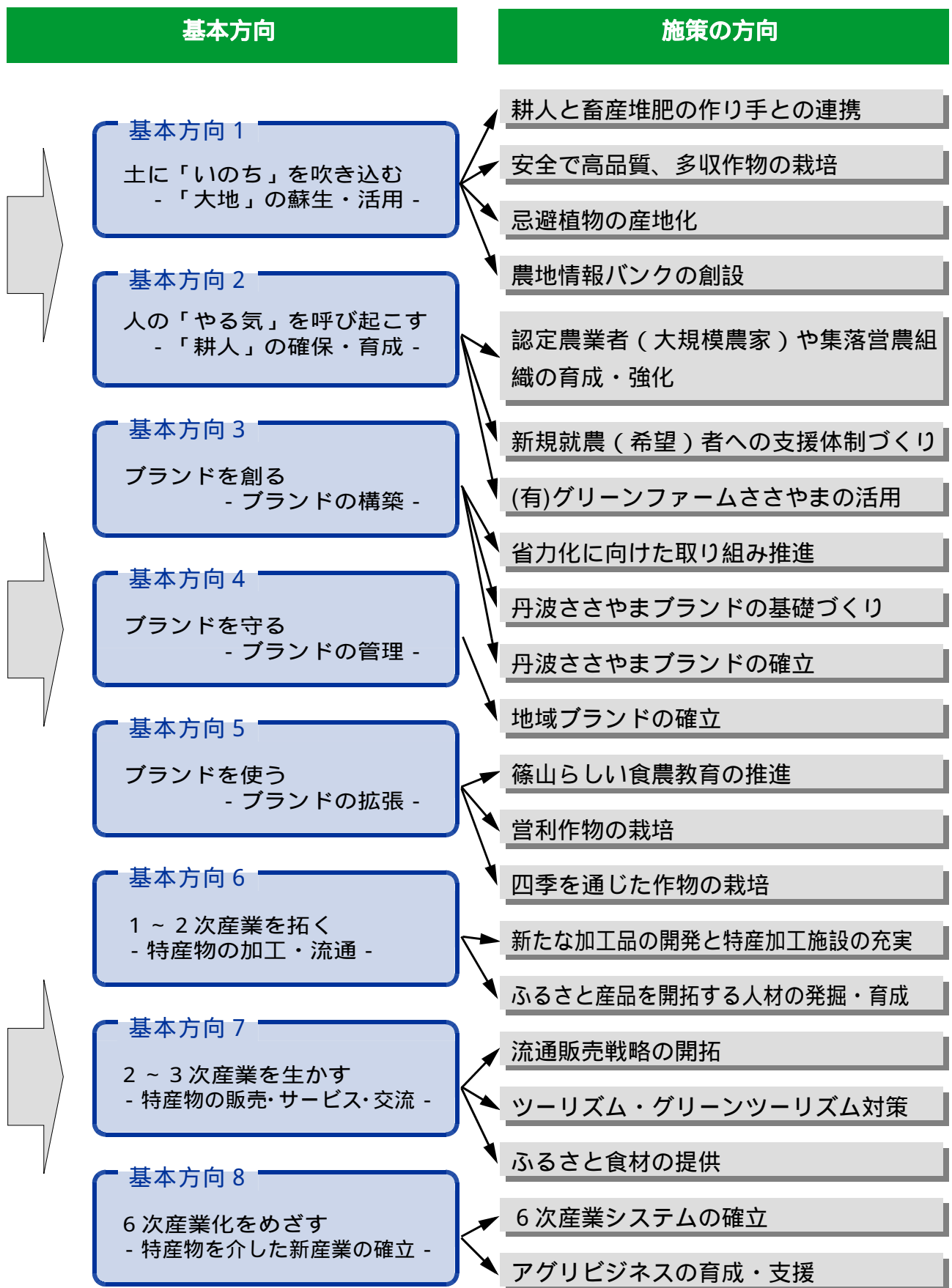
丹波ささやまブランドづくり戦略

丹波ささやまに美味しいものあり！
安全・安心、地域ブランドの
確立をめざします。

3

丹波ささやま特産物の6次産業化戦略

「生産」から「市場」までを
トータルコーディネート！
特産物の6次産業システムの
構築をめざします。



第2章 「丹波ささやま特産物振興ビジョン」の理念と目標

1. 基本理念

地域特産物は、今や生活者への「食文化」の提供のみにとどまらず、まちのイメージやステータスシンボルとしても注目を集めてきています。それだけに、地域特産物の果たす役割は、まちづくりにも大きな影響を与えてくることになります。

まちづくりというのは、今の時代においては、「参画と協働」の精神・行動が基本であり、生産者や生活者、行政、農業関係団体、商工関係団体などが、それぞれの人的資源も含めた地域内の資源をうまく活用し（「共生」）ながら、それぞれの持つ個性や特性を持ち寄り、生かし合い、総合力を高めていくこと（「協調」）が重要です。さらに、この「共生」と「協調」を通じて、自分たちが果たすべき役割を明確に理解し、主体性を持って行動に移していくこと（「自立」）が、地域特性を生かしたオンリーワンのまちづくりにつながるものと認識しているところです。

その意味において、丹波黒大豆や丹波大納言小豆、山の芋、丹波栗などの特産物に特化したまちづくりの方向性は、まさにタイムリーであり、時代の先端を走る取り組みであると思います。ただし、単なる特産物の振興だけでなく、地域の持つ特性、いわゆる、篠山が持つ「伝統文化」や「観光資源」を組み込んだ形での振興方策を打ち出していく必要があります。

恵まれた気候風土、そして、先人たちが流した汗によって作り上げられてきた丹波ささやまの特産物には、篠山独自の「伝統文化」や「観光資源」が、そのバックグラウンドとして控えていることは言うまでもありません。今後は、これらの貴重な資源を最大限に活用しながら、そして、農業情勢の変化と動向を冷静に見極めながら、生産者中心の施策から生活者の視点に立った施策への転換をめざし、「共生」「協調」「自立」をまちづくり、地域づくりを進めていくための市民共通のキーワードに据えつつ、このビジョンの基本理念を、「すべての人々が「農」の恵みを楽しむ社会の実現」と定めます。

イメージ 人がある対象に対して心に思い描く像や情景
ステータスシンボル 社会的地位の高さの象徴となるもの
オンリーワン ただ一つ、唯一。「オンリーワンのまちづくり」とは、「ナンバーワンよりオンリーワン」と言われるように、一番でなくても良いから、ほかに類を見ない篠山唯一のまちづくりをめざすこと
タイムリー ちょうど良い時機に行われるさま、適時の
バックグラウンド 背景。状態を生み出すもととなった事情・環境など

2. 基本目標

基本理念を実現するための基本目標として、次の3点を掲げ、篠山ならではの特色ある施策も盛り込みながら、特産物の振興に向けた有効かつ適切な施策を展開します。

1. 「丹波ささやま元気な土台づくり戦略」
2. 「丹波ささやまブランドづくり戦略」
3. 「丹波ささやま特産物の6次産業化戦略」

それぞれの目標に共通することは、「丹波ささやま」という冠を掲げた戦略を基本目標に定めていることです。これは、特産物の振興を進める上で最も重要である生活者への認知度、「丹波」という地名を意識しながら、「丹波」の中でも他地域との違いを明確にする意味で、「丹波ささやま」という名称をシンボライズ(象徴化)しています。

1. 丹波ささやま元気な土台づくり戦略

「^{みのり}農」は「大地」の恵みと「耕人」の努力！

生きた土づくり、元気な人づくりをめざします

「土はものづくりのベース」と言われるように、劣化した、いわゆる「死んだ土」からは、豊かな産物を収穫することはできません。今の篠山の状況を見たとき、やはり、その多くが「死にかけた土」あるいは「死んだ土」と言わざるを得ません。

この「死んだ土」に「いのち」を吹き込み「生きた土」に蘇らせることが、丹波ささやまの特産物振興を考える上で重要な課題となっています。さらに、農業従事者の高齢化、後継者不足などにより、土にまみれ「汗する人」の確保・育成といった、農業の土台(基盤)づくりを早急に進めなければなりません。

そこで、第1の特産物振興戦略では、「『農』は『大地』の恵みと『耕人』の努力！」をキャッチフレーズに、生きた土づくり、元気な人づくりをめざします。

土に「いのち」を吹き込む - 「大地」の蘇生・活用 -

死んだ土や遊んでいる土地に、「いのち」を吹き込み、生きた「大地」へと蘇らせ、有効に活用する。

生きた土づくり対策

遊休農地活用対策

人の「やる気」を呼び起こす - 「耕人」の確保・育成 -

効果的な農業経営の手法を提示し、現役「耕人」の「やる気」をさらに喚起させるとともに、元気な新「耕人」の育成、受け入れ体制を整備する。

担い手対策

2. 丹波ささやまブランドづくり戦略

丹波ささやまに美味しいものあり！

安全・安心、地域ブランドの確立をめざします

特産物の地域ブランド化に向けた取り組みは、全国各地で積極的な動きを見せ、それをまちづくり、地域づくりに生かしていこうとする自治体も少なくありません。とりわけ、平成18年4月に、改正「商標法」が施行されることにより、地名入り商標（「地域名」＋「商品名」）の登録が可能となり、一般の産物などとの違いの明確化や地域おこしの手法として、なお一層その動きに拍車がかけられることが予想されます。

篠山市におきましても、この全国的な動きに遅れることなく、むしろ、先頭集団の一員として走っていく体制づくりに力を入れていく必要があります。「ブランド」とは、生活者が特産物（商品）の良さを認識し、その特産物（商品）に対して高い信頼を寄せることを意味することから、「生活者による評価」であると言えます。もちろん、その前提として、生産者が安全な特産物を提供し、生活者がその特産物に対して安心を感じるという信頼関係が整わなければ、「ブランド」として成立しないこととなります。

そこで、第2の特産物振興戦略では、「丹波ささやまに美味しいものあり！」をキャッチフレーズに、安全・安心、地域ブランドの確立をめざします。

ブランドを創る - ブランドの構築 -

特産物の品質を高め、その特産物に対する評価や信頼を高める。

伝統的な特産物の維持・拡大

丹波ささやま安心ブランド認証制度の活用

ブランドを守る - ブランドの管理 -

特産物の評判や信頼が低下しないよう、ブランド化により管理する。

商標登録

ブランドを使う - ブランドの拡張 -

高い品質を保ちつつ、丹波ささやまの特性に合った新しい特産物の開発やサービスを打ち出す。

伝統的な特産物の維持・拡大

新規作物の導入対策

アイデア 発想、思いつき、着想

トータルコーディネート 総合的に調整すること。全体を調整すること

グリーンツーリズム 農山村地域における滞在型の余暇活動。それぞれの土地の自然、文化、人々との交流を楽しむことを目的とする

3. 丹波ささやま特産物の6次産業化戦略

「生産」から「市場」までをトータルコーディネート！
特産物の6次産業システムの構築をめざします

昨今の厳しい農業情勢下にあっては、生産、加工・流通、販売・サービス・交流などを個々の産業としてとらえるのではなく、一連の流れを包括した1つの産業として考えていく必要があります。これが、今後、篠山市がめざそうとしている、めざさなければならない特産物の6次（1次×2次×3次）産業化なのです。

特産物の6次産業化を進めるにあたっては、生活者のニーズに対応し、生活者が満足できるようなものづくり（商品としての特産物、システム、サービス）を行っていくことが重要な課題です。この6次産業システムがうまく機能し始めると、生産者と生活者双方の利益につながると考えられます。しかしながら、生活者のニーズには、安全な食品、機能性の高い食品、安心でき鮮度の高い食品などといった高度な要求があり、生活者と生産者だけでは解決できない課題も生じてくると考えられます。その課題を解決するためには、生活者の視点から、生産（1次産業）加工・流通（2次産業）販売・サービス・交流（3次産業）などのあり方を見直し、生活者や異業種の[アイデア](#)を取り入れた形での新しい産業（6次産業）のシステムを作り上げる必要があると考えます。

そこで、第3の特産物振興戦略では、「『生産』から『市場』までをトータルコーディネート！」をキャッチフレーズに、特産物の6次産業システムの構築をめざします。

1～2次産業を拓く - 特産物の加工・流通 -

特産物の品質の維持・向上を基本に置きながら、特産物の加工品開発や、有用な流通経路などを新しく切り拓く。

付加価値を高める加工品対策
流通販売対策

2～3次産業を生かす - 特産物の販売・サービス・交流 -

効果的な販売・サービス戦略の展開のほか、[グリーンツーリズム](#)など、特産物を生かした新たな交流の手法を探る。

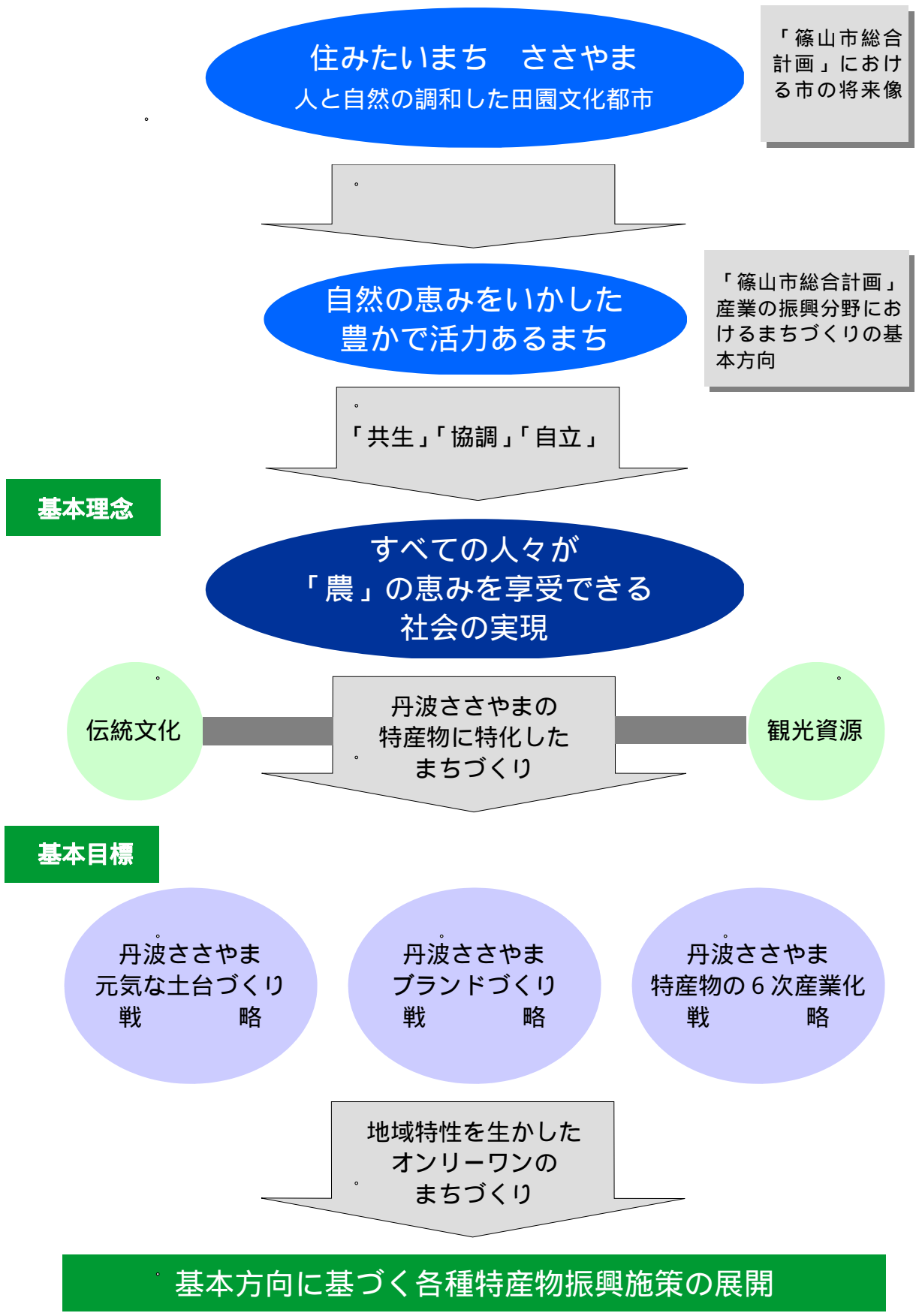
流通販売対策
観光と特産物の連携

6次産業化をめざす - 特産物を介した新産業の確立 -

生産（1次産業）加工・流通（2次産業）販売・サービス・交流（3次産業）をトータルコーディネートする新産業のシステム化をめざす。

付加価値を高める加工品対策
流通販売対策
観光と特産物の連携

【特産物振興の概念図】



3. 特産物振興の現状と目標

(1) 特産物振興の現状

1) 地域特産物の定義

篠山市の特産物振興を語る上で、よく「地域特産物」という言葉を目にしたり、耳にしたりします。しかしながら、数ある特産物に関する文献や各種計画書などを開けてみても、「地域特産物」として例示されている特産物に統一性がなく、その定義について曖昧な部分が多いのが現状です。今後、篠山市をあげて特産物振興を進めていくにあたり、この「地域特産物」についての明確な定義づけが必要となってきます。

そこで、今回、当「特産物振興ビジョン」策定を機に、「地域特産物」についての定義づけを行い、以降は、統一した見解のもとで使用するものとします。

なお、「地域特産物」その他の定義は、次のとおりとします。

(1) 地域特産物

地域特産物とは、篠山の気候風土の中で、篠山独特の技術を生かした栽培手法などに基づき育て上げられてきた産物で、ある一定以上の栽培面積、生産量などを有するほか、広範囲にわたる生活者に相応の認知度を有する産物のことをいう。

特産物の例示：水稲（コシヒカリ）、丹波黒大豆、丹波黒枝豆、丹波大納言小豆、山の芋

「栽培こよみ」に基づき、適正な管理が行われているほか、生活者への認知度などから、当分の間はこの5品目に的を絞り、有効な振興方策の検討やブランド化に向けた取り組みを進めるのが望ましい。

(2) 伝統的特産物

伝統的特産物とは、古くから篠山の気候風土の中で育て上げられ、先人たちの弛まぬ努力により、品質、規模いずれにおいても兵庫県下の代表的な産地として認知されている産物のことをいう。

特産物の例示：水稲（コシヒカリ）、丹波黒大豆、丹波黒枝豆、丹波大納言小豆、山の芋、丹波栗、丹波茶、篠山牛

現在の栽培・生産状況というよりも、「伝統的」な産物であることから、「現状」よりも「歴史性」に重きを置き、当分の間はこの8品目に限るのが望ましい。

(3) ブランド特産物

ブランド特産物とは、「丹波」や「篠山」という産地名を冠に付けることにより、

関西圏、あるいはそれ以上の広範囲にわたる地域の生活者に、商品としての名称が認知されており、品質においても他産地との違いが明確にできるほどの高品質を有している産物のことをいう。

特産物の例示：丹波黒大豆、丹波黒枝豆、山の芋、丹波栗、丹波松茸、篠山牛

現在は6品目であるが、地域団体商標などの活用により、大いに増えていくことが望ましい。

(4) 振興特産物

振興特産物とは、従来から篠山で生育されているもので、規模的に縮小傾向にある産物、あるいは地域ブランド（もしくは、ある特定の地域で栽培され、生活者に相応の認知度を有する地域限定ブランド）として規模拡大をめざす産物で、機械導入や技術支援などにより、さらなる振興が見込める産物のことをいう。

特産物の例示：丹波大納言小豆、白大豆、丹波栗、丹波茶、山椒、大山すいか、住山ごぼう

現在は7品目であるが、今後の栽培・生産状況などにより、地域ブランド、あるいは地域限定ブランドとして振興が望める産物については、適宜、振興特産物の品目に加えていく。

(5) 新規特産物

新規特産物とは、その生育が篠山の気候風土に適しているもので、高度化・多様化する生活者のニーズに対応できる産物、あるいは新しい地域ブランドとして売り出すことが相当であると思われる産物のことをいう。

特産物の例示：ブドウ、イチゴ

現在は2品目であるが、今後の栽培・生産状況などにより、新しい地域ブランドとして売り出していくことが望ましい産物については、適宜、新規特産物の品目に加えていく。



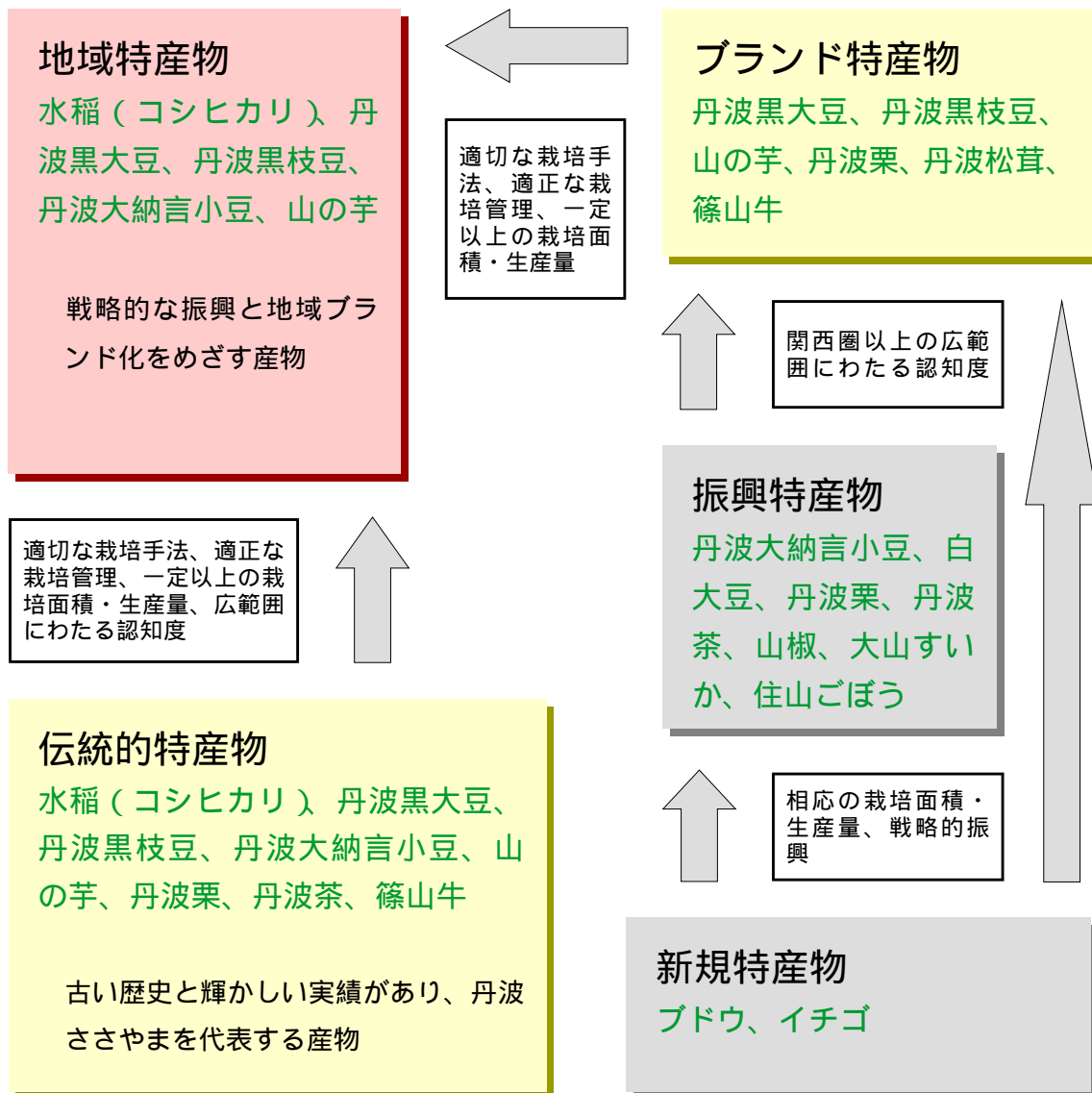
大粒の「丹波黒大豆」

丹波黒大豆

丹波地方を中心に古くから栽培されており、寛政11（1799）年の「丹波国大絵図」にその記録が残っていますが、起源はもっと古いといわれています。昭和16（1941）年に兵庫県の試験場で、かねてから篠山で栽培されていた在来種を選抜してできた「丹波黒」を奨励品種としました。

その後、米の生産調整での対応作物として、積極的に取り組まれてきた背景があり、現在、市全体で約500haを栽培しています。これは、県下で栽培されている「丹波黒」の約50%の作付面積を占めるものです。（右ページへ）

【特産物の概念図】



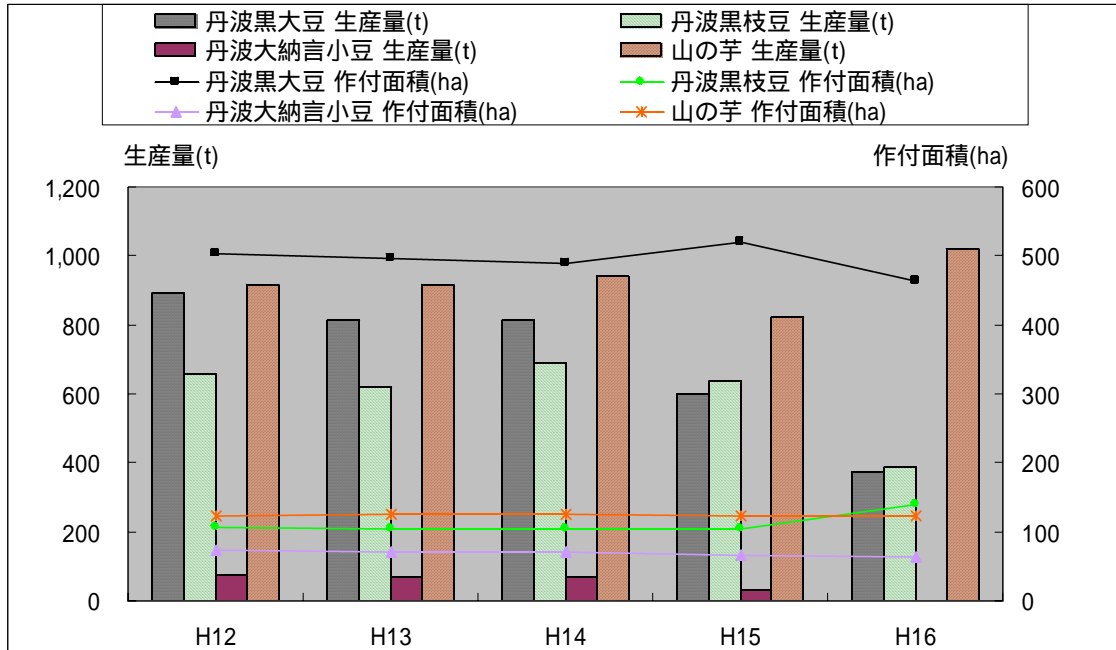
「丹波黒」の特徴としては、百粒重が約80gあり、数多くある品種の中で、トップレベルの大きさであることがあげられます。

また、うまみや芳香感、もちもちとした食感が高い評価を得、お正月の縁起物として都市部でも重宝されています。それに加え、最近では、健康ブームの高まりを受け、マスコミなどで、黒大豆に含まれるアントシアニンやイソフラボンなどの健康効果が広く取り上げられると、一気に注目が集まり、黒大豆の人気は、ますます上昇していると言えます。



「丹波黒大豆」の圃場の様子

2) 地域特産物の現状



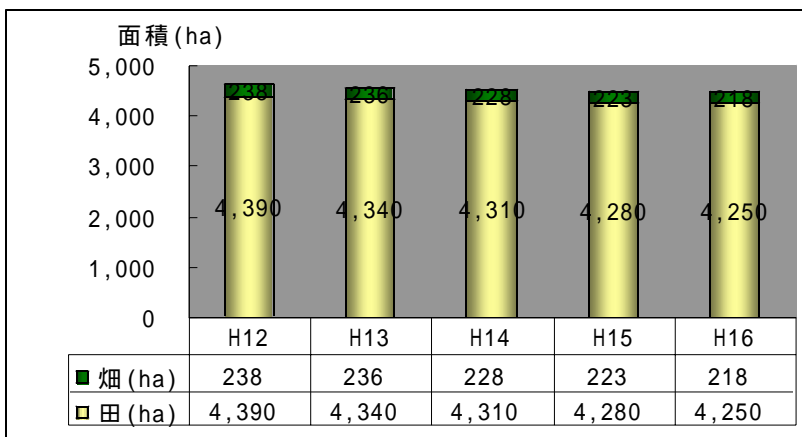
地域特産物の作付面積および生産量 (H12年～H16年)
(ただし、水稲を除く。H16年の小豆の生産量はデータなし)

資料：「丹有の農林業」近畿農政局

篠山市の地域特産物である水稲、丹波黒大豆、丹波黒枝豆、丹波大納言小豆、山の芋の現状について、作付面積は、ほぼ横ばいを維持しています。

これに対して、生産量の方は、天候により左右されやすいことがあり、上のグラフからは、平成15年と平成16年で大きく落ち込んでいることが読み取れます。これは、冷夏(平成15年)と台風(平成16年)による影響を受けたものと言えます。

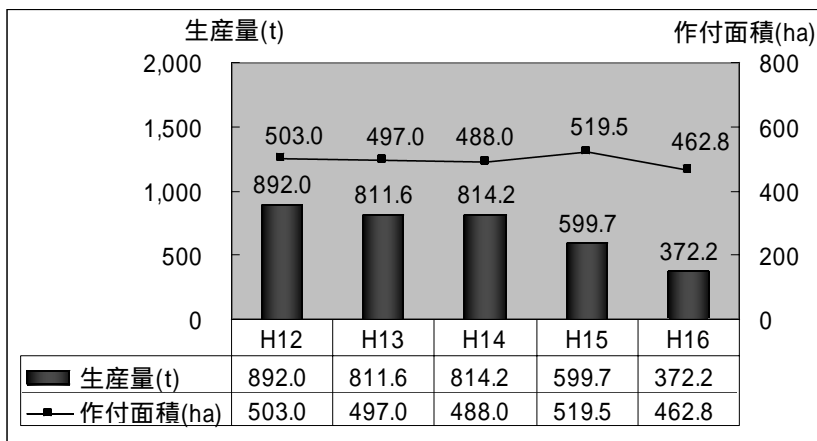
しかしながら、平成17年は、やや干ばつ傾向でしたが、全体を通して天候に恵まれ、ほぼ例年並みの生産量を得ることができました。



市内の耕地面積は、緩やかな減少傾向を示している。道路用地や宅地への転用など、ある一定の減少はやむを得ないが、農業を基幹産業に位置づけている以上、面積維持を基本姿勢とする。

篠山市内の耕地面積の推移

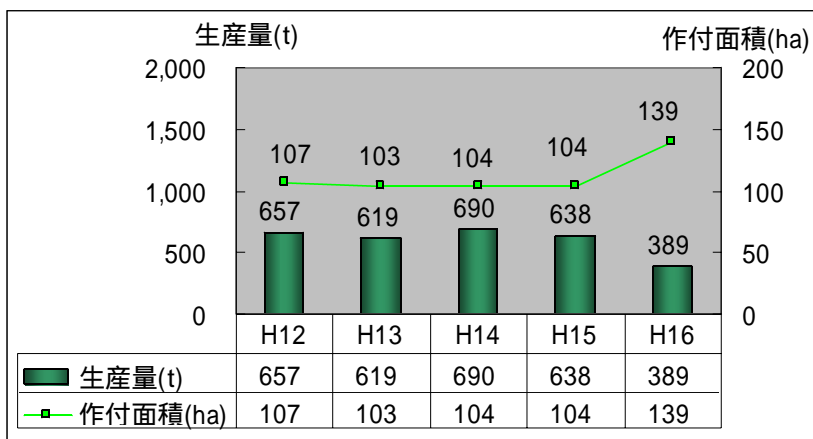
資料：「丹有の農林業」近畿農政局



丹波黒大豆の作付面積および生産量

資料の「大豆」の数値から、市で持つ「白大豆」の数値を差し引いて「丹波黒大豆」の数値とした。なお、H12年については、「白大豆」の生産量の数値がないため、「大豆」の数値をそのまま使用

資料：「丹有の農林業」近畿農政局



丹波黒枝豆の作付面積および生産量

資料：「丹有の農林業」近畿農政局

平成15年は、冷夏による生育不良と、それによる実の充実不足が、大きく生産量の減少につながった。

平成16年は、夏までの天候には恵まれたものの、それ以降の相次ぐ台風襲来による花芽落花、枝葉損傷が原因で、生産量が大きく減少した。

丹波黒大豆の栽培過程で莢が実り、成熟途中で収穫したものが丹波黒枝豆であるため、それぞれの作付面積および生産量は反比例する。

枝豆も子実と同様、平成15年は冷夏により、平成16年は相次ぐ台風による被害で、生産量は大きく減少した。

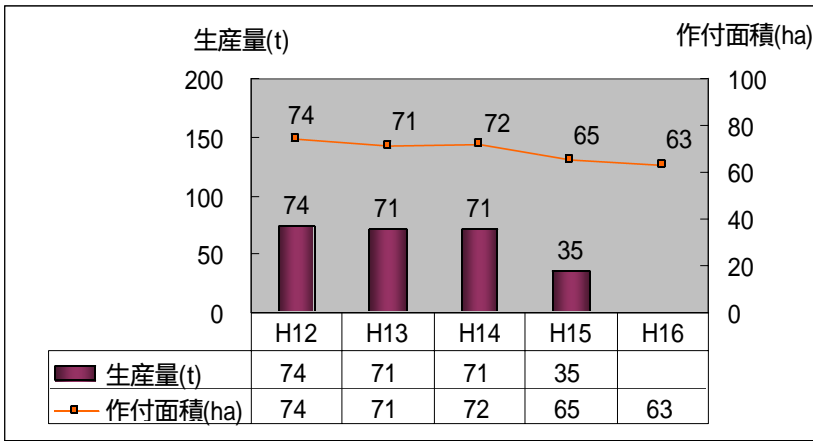
丹波黒枝豆

「丹波黒」の栽培過程で莢が実り、ふくらみきったものの、未成熟な状態で収穫したものが、古くから篠山では、枝豆として食されてきました。

しかし、近年、枝豆としてのおいしさが注目を集め、現在では、重要な特産物の一つとなっています。旬の時期は10月の中旬で、わずか2週間ほどと短く、この時期には枝豆を求めて、多くの人々が篠山を訪れています。



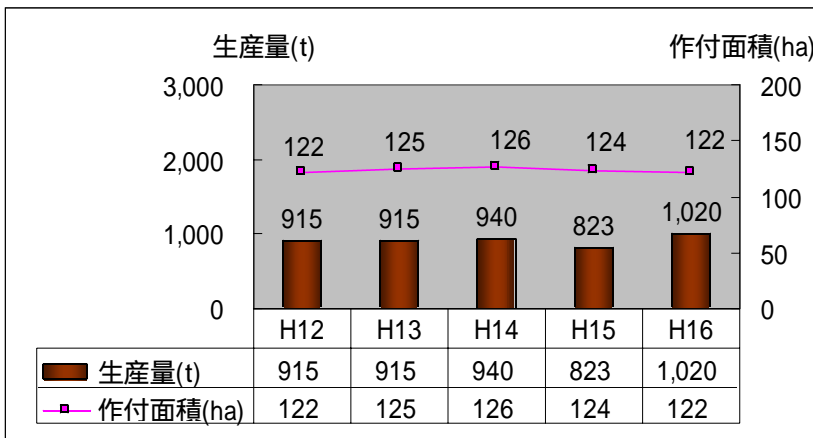
秋限定のおいしさ「丹波黒枝豆」



丹波大納言小豆の作付面積および生産量
(H16年から生産量は周期年調査のためデータなし)

資料：「丹有の農林業」近畿農政局

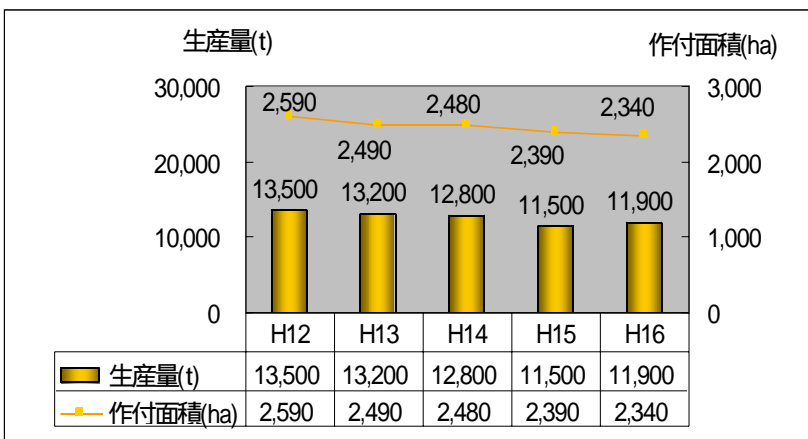
平成15年は、冷夏による影響を受けて、生産量は大きく減少している。



山の芋の作付面積および生産量

資料：「丹有の農林業」近畿農政局

平成16年は天候に恵まれ、収穫量は大きく増加している。この年、ほかの作物は相次ぐ台風の影響を受け、生産量が大きく減少しているが、山の芋には影響がなかったと言える。

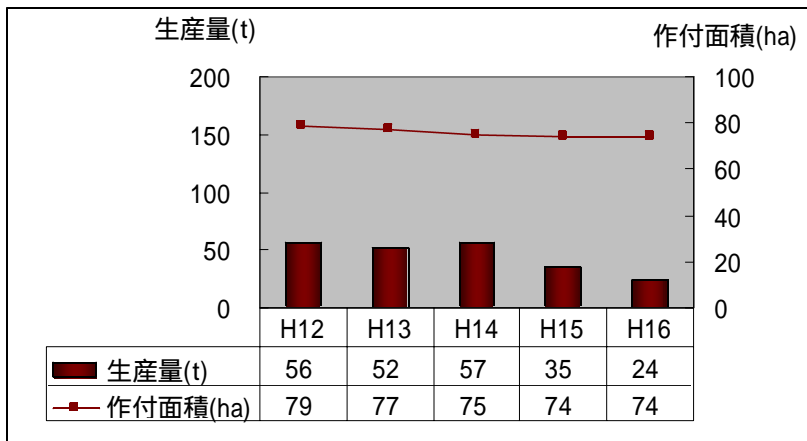


水稻の作付面積および生産量

資料：「丹有の農林業」近畿農政局

平成15年は冷夏により、大きく生産量が減少したが、平成16年は良好な生育により、生産量が平年並みとなった。

しかしながら、生産調整の目標数量に従い、年々減少を余儀なくされているのが現状である。

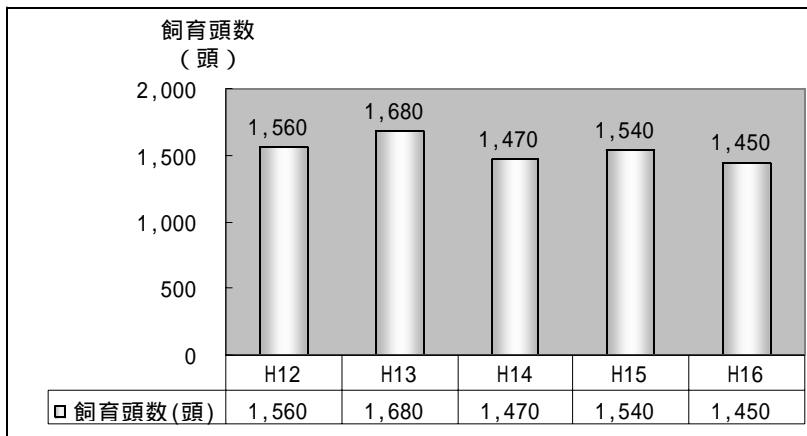


丹波栗の作付面積および生産量

資料：「丹有の農林業」近畿農政局

平成15年は冷夏により、平成16年は相次ぐ台風による落穂（穂が落ちること）により、生産量が大きく減少している。

作付面積は減少傾向を示しているが、全国的な知名度があることから、今後も引き続き維持・拡大が必要である。



篠山牛の飼育頭数

資料：「丹有の農林業」近畿農政局

篠山牛として地域ブランド化が進められているが、その中でも、ある一定以上の品質であるものについては、神戸牛として市場で高い評価を得ている。そのため、今後も引き続き維持・拡大が必要である。

篠山牛

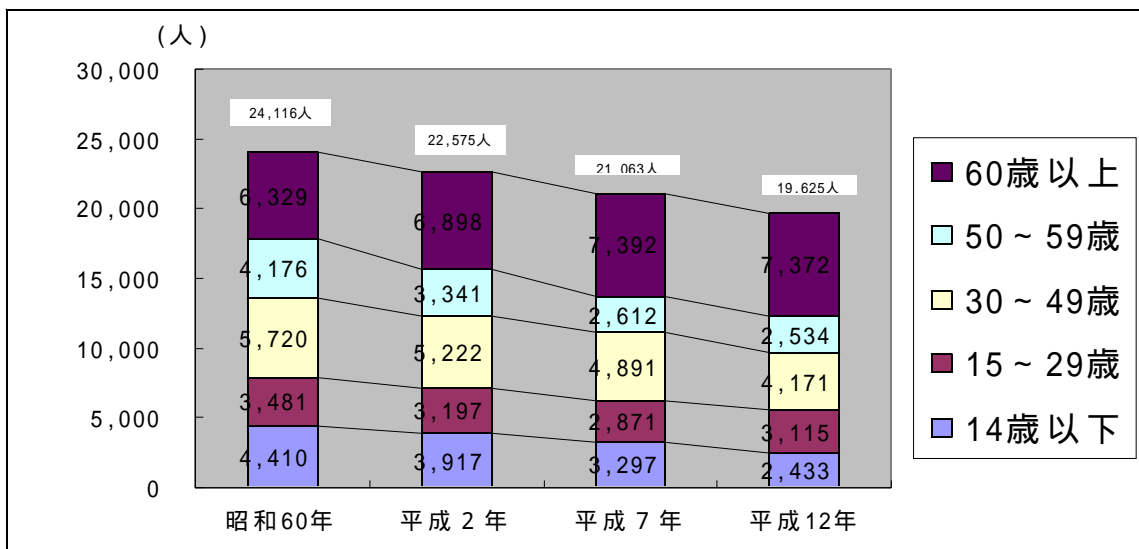
但馬牛を素牛とした理想肥育と気候風土により、良質な肉牛が生産され、「篠山牛」としてブランド化して出荷されています。また、肉牛の生産のみならず、特産物の基礎となる土づくりへの良質な堆肥の供給源として、耕種農家と畜産農家が連携した活動を行っています。



ブランド化が進む「篠山牛」

【参考】生産者の高齢化に関する現状

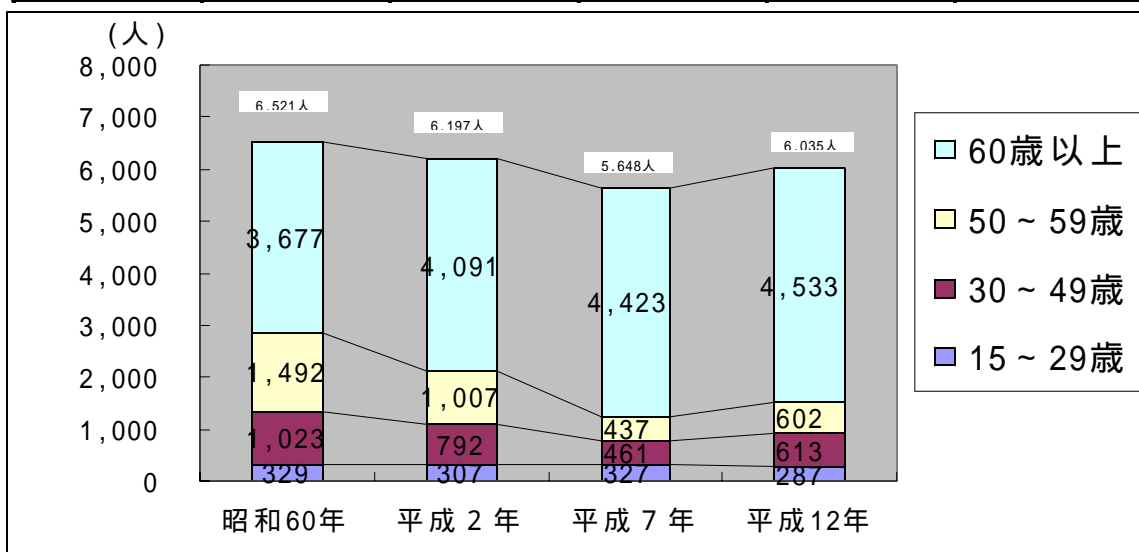
	農家の年齢別構成					計
	14歳以下	15～29歳	30～49歳	50～59歳	60歳以上	
昭和60年	4,410	3,481	5,720	4,176	6,329	24,116
平成2年	3,917	3,197	5,222	3,341	6,898	22,575
平成7年	3,297	2,871	4,891	2,612	7,392	21,063
平成12年	2,433	3,115	4,171	2,534	7,372	19,625



農家の年齢別構成の推移

資料：「世界農林業センサス」農林水産省

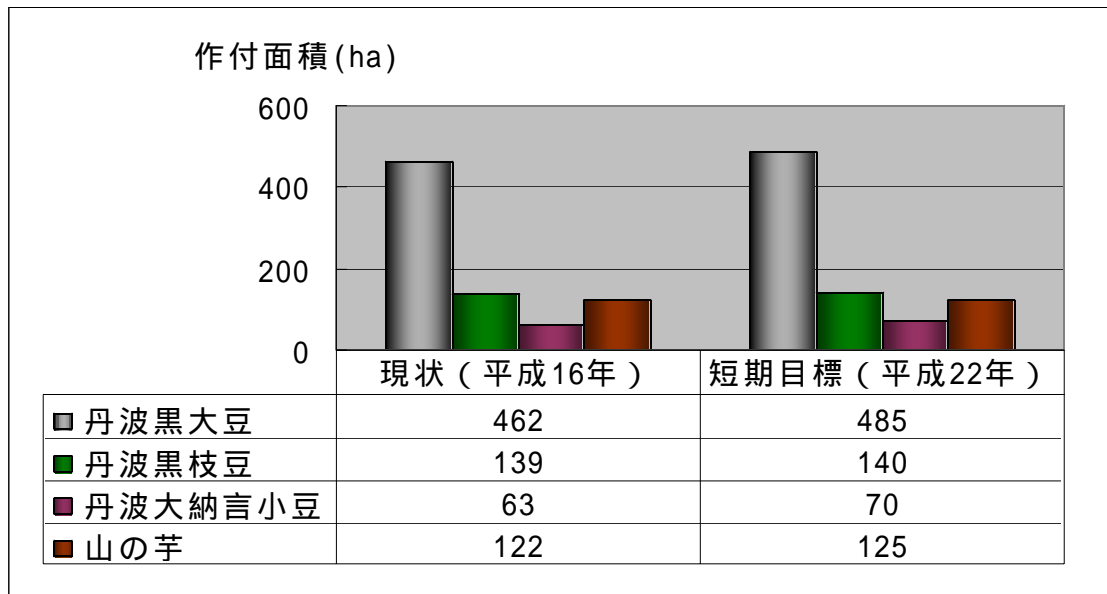
	農業就業人口				計
	15～29歳	30～49歳	50～59歳	60歳以上	
昭和60年	329	1,023	1,492	3,677	6,521
平成2年	307	792	1,007	4,091	6,197
平成7年	327	461	437	4,423	5,648
平成12年	287	613	602	4,533	6,035



農業就業人口の推移

資料：「世界農林業センサス」農林水産省

(2) 短期的な数値目標



篠山市の地域特産物の現状は、作付面積・生産量ともに横ばい、あるいは緩やかな減少傾向を示しています。しかしながら、知名度が高い地域特産物については、生活者から相応の需要があることから、市場に対し商品を安定的に供給し続けることが求められています。このためにも、より具体的な数値目標を設定し、その目標をめざして、計画的に取り組みを進めていくことが必要です。

そこで、当ビジョンの目標年次でもある5年後（平成22年）を短期的な目標として、作付面積の数値目標を設定しました。これは、特産物振興施策を展開する際の指標とするもので、数値目標については、兵庫県が策定する「丹波地域農林ビジョン2015」の指標目標と整合性をとりながら、さらには、政策的な要因も加味しながら設定しています。

なお、それぞれの品目ごとの数値目標（短期的）の考え方については、次のとおりです。

1) 丹波黒大豆

丹波黒大豆は、全国的な知名度があり、それに加えて、最近では健康食品としても注目されていることから、生活者の需要がますます増大してきている状況である。生産量を増加させるため、より一層の作付面積の拡大が必要だが、農業従事者の高齢化や栽培過程に手間がかかるため、政策的に大幅な増大を進めることは困難である。そこで、兵庫県が示している「丹波地域農林ビジョン2015」の数値を採用した。

2) 丹波黒枝豆

丹波黒枝豆は、関西圏では知名度があるものの、関東圏ではまだまだ認知度が低く、市場開拓の余地が十分にある。このため、生産量を増やしていくこと（栽培面積の拡大）も必要であるが、まずは、関東圏での認知度の向上をめざすことに主眼を置くことが重要である。そこで、数値目標は、おおむね「丹波地域農林ビジョン2015」

の数値を採用した。

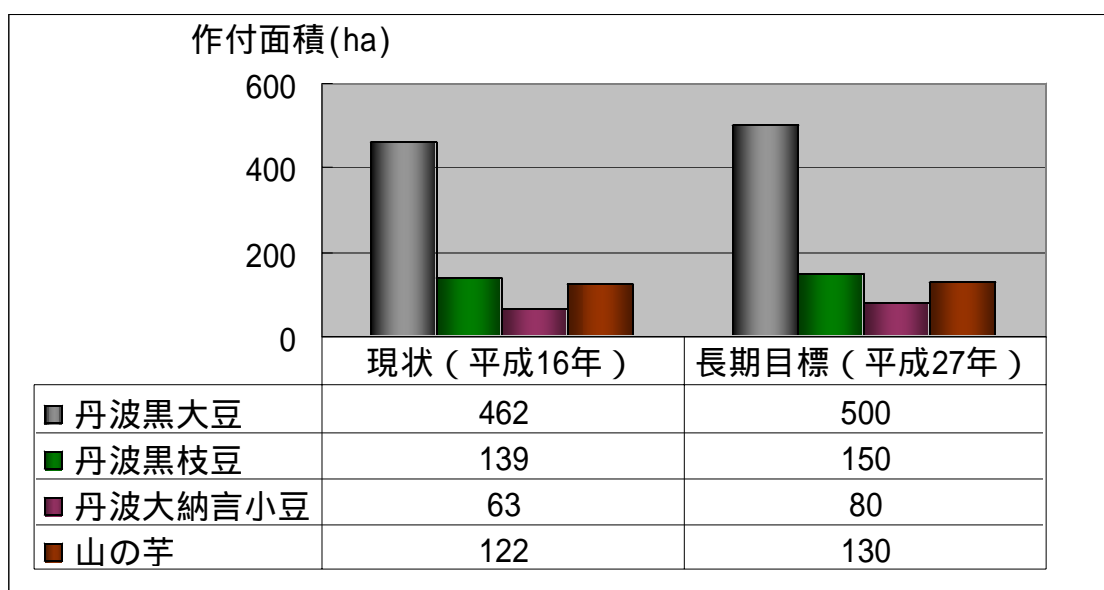
3) 丹波大納言小豆

丹波大納言小豆は、全国的に和菓子の材料として知名度が高いにもかかわらず、篠山市内における栽培面積は少ないと言える。さらなる生産規模の拡大が必要であるが、ほかの作物と同様、農業従事者の高齢化などの問題が大きな障害となっている。そこで、数値目標は、おおむね「丹波地域農林ビジョン2015」の数値の伸び高(面積)を参考に設定した。

4) 山の芋

篠山市で栽培されている山の芋は、「ツクネイモ」と呼ばれ、ほかの山の芋に比べて粘りが非常に強く、生食だけでなく、高級和菓子の材料としても全国的に知名度がある。それだけに、生産規模の拡大が必要であるが、ほかの作物と同様、農業従事者の高齢化などの問題が大きな障害となっている。そこで、数値目標は、おおむね「丹波地域農林ビジョン2015」の数値の伸び高(面積)を参考に設定した。

(3) 長期的な数値目標



前項で設定した短期的な数値目標を踏まえた上で、さらには、将来へと続く篠山市の地域特産物のあるべき姿を見据えながら、10年後(平成27年)を長期的な目標として、作付面積の数値目標を設定しました。これは、特産物振興施策を効果的に導いていく指標とするもので、めざすべき方向を明らかで確かなものとしています。

なお、数値目標の設定については、前項と同様、兵庫県が策定する「丹波地域農林ビジョン2015」の指標目標と整合性をとりながら、さらには、政策的な要因も加味してい

ます。それぞれの品目ごとの数値目標（長期的）の考え方については、次のとおりです。

1) 丹波黒大豆

数値目標の設定の考え方は、短期的な数値目標と同様で、兵庫県が示している「丹波地域農林ビジョン2015」の数値を採用した。

2) 丹波黒枝豆

数値目標の設定の考え方は、短期的には、関東圏での認知度の向上、長期的には、その成果や相乗効果などを加味しながら、増大する生活者の需要に対応できるよう、政策的に大幅な作付面積の増をめざす。そこで、数値目標は、「丹波地域農林ビジョン2015」の数値に、さらに10haを加えた数値を設定した。

3) 丹波大納言小豆

数値目標の設定の考え方は、短期的な数値目標と同様で、「丹波地域農林ビジョン2015」の数値の伸び高（面積）を参考に設定した。

4) 山の芋

数値目標の設定の考え方は、短期的な数値目標と同様で、おおむね「丹波地域農林ビジョン2015」の数値の伸び高（面積）を参考に設定した。

篠山市だけでなく、全国的にも厳しい農業情勢のもとでは、農業従事者の高齢化や担い手不足対策というのは容易なことではなく、明日の篠山農業を支える担い手が、大幅に増加することは非常に難しい状況と言わざるを得ません。しかし、このような情勢下だからこそ、このビジョンで示した短期的・長期的な数値目標への到達をめざして、生活者にうける、売れる、喜ばれる特産物を生産していく必要があるのです。

そのためには、「同じ栽培面積で、今以上の生産量をあげる」「省力化（機械化・栽培体系の簡略化など）により、今と同じ収入を維持、さらには今以上の収入をあげる」ことなど、生産体系の改革に、率先して取り組んでいかなければなりません。

【参考】「丹波地域農林ビジョン2015」における指標（作付面積）目標

（単位：ha）

	平成16年（現状）	平成22年（目標）	平成27年（目標）
丹波黒大豆	465	485	500
丹波黒枝豆	134	137	140
丹波大納言小豆	42	50	60
山の芋	100	102	105
合計	741	774	805

第3章 特産物振興施策の基本方向

「丹波ささやま元気な土台づくり戦略」「丹波ささやまブランドづくり戦略」「丹波ささやま特産物の6次産業化戦略」の基本目標を達成するため、次の8つの基本方向を定め、丹波ささやまの特産物の振興に取り組みます。

- 基本方向1 . 土に「いのち」を吹き込む - 「大地」の蘇生・活用 -
- 基本方向2 . 人の「やる気」を呼び起こす - 「耕人」の確保・育成 -
- 基本方向3 . ブランドを創る - ブランドの構築 -
- 基本方向4 . ブランドを守る - ブランドの管理 -
- 基本方向5 . ブランドを使う - ブランドの拡張 -
- 基本方向6 . 1～2次産業を拓く - 特産物の加工・流通 -
- 基本方向7 . 2～3次産業を生かす - 特産物の販売・サービス・交流 -
- 基本方向8 . 6次産業化をめざす - 特産物を介した新産業の確立 -

基本方向では、本策定委員会における検討の柱として審議を重ねてきた「生きた土づくり対策」「担い手対策」「遊休農地活用対策」「伝統的な特産物の維持・拡大」「新規作物の導入対策」「丹波ささやま安心ブランド認証制度の活用」「商標登録」「流通販売対策」「付加価値を高める加工品対策」「観光と特産物の連携」の10項目を、項目ごとに整理するのではなく、それぞれの基本方向の性質・性格に基づき整理した方がより効果的であるとの判断から、特産物の「土台づくり」「ブランドづくり」「6次産業化」という基本目標から細分化した基本方向に基づく施策の方向という形でまとめました。

当然のことながら、既存の施策の成果などを評価し、見直すとともに、時代が必要とする新たな施策や、生産者の思い、生活者の要求なども踏まえながら、特産物の振興に向けた取り組みを進めます。

特に、このビジョンにおける施策の方向では、数ある特産物振興施策の中でも、早急に取りかからなければならない施策・即実践が可能な施策（短期実践施策）、現時点では難しいが長期にわたっても取り組みを進めていくことが必要な施策（長期目標施策）について、その現状なども分析しながら提示しています。

基本方向 1 . 土に「いのち」を吹き込む

- 「大地」の蘇生・活用 -

農薬や化学肥料の多用などにより、「肥えた土」の多くが「やせた土」へと追いやられ、農業従事者の高齢化や担い手不足などにより、遊んでいる土地が増加してきているのが現状です。

基本方向 1 では、ビジョン検討の柱「生きた土づくり対策」「遊休農地活用対策」で審議した意見を踏まえながら、「死んだ土」や「遊休農地」に「いのち」を吹き込み、生きた「大地」へと蘇らせ、有効に活用するための施策を提示します。

生きた土づくり対策

土はものづくりのベース

耕人と畜産堆肥の作り手との連携

作物栽培の一番のテーマは土づくりです。近年、転作面積の拡大と農業経営の合理化、大規模経営への転換などにより、農薬・化学肥料を多用しているため、農業の基本である「生きた土」の多くが、「死んだ土」へと追いやられつつある状況にあります。現在、耕す人と畜産堆肥を作る人との連携、いわゆる「耕畜連携」の動きがあり、作物を作る前に土を作るという原点に戻り、肥えた土づくりに取り組んでいくことが必要です。

【短期実践施策】

丹波ささやま土づくりマニュアルの策定

事業年度：平成 17 年度～平成 18 年度

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：土づくりについて、土壌診断などに基づいた適切な施肥管理を行わないと、作物への障害などが生じる可能性や堆肥利用の効果が現れないなど、土づくり活動が進まないことが懸念される。そのため、地形、水系などの地勢状況で一定区分した地域において土壌調査を実施。その結果に基づき、土壌診断マップを作成し、地域の土壌状況を把握した上で、土づくり[マニュアル](#)の策定を行い、堆肥利用を合わせた土づくり資料を生産者に配布する。

堆肥の適性調査・研究

事業年度：平成 18 年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：土壌調査の結果に基づき、各地域の土壌に合った良質な堆肥を選定するなど、土づくりマニュアルの内容に反映させながら、より効果的な堆肥利用をめざした調査・研究を継続的に行い、生きた土づくり対策を進める。

【長期目標施策】

堆肥センターの設置

目標年度：平成20年度～

事業主体：篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：アグリプラン21の基本理念にある「生きた土」づくりの推進のため、堆肥センターの設置を行う。センターの適地選定や用地買収などの**インフラ**整備を行いながら、土壌調査や地域別堆肥の適性調査・研究なども踏まえた、丹波ささやまの大地に適した堆肥の選定など、センターの運営面についても早急に検討を進めておく必要がある。

安全で高品質、多収作物の栽培

安全で高品質な作物を作り続けていくためには、堆肥と土壌改良資材の投入により地力増進を進め、地域にあるものを土に還元できるようなシステムの構築を早急に進める必要があります。自然界の中では、落ち葉や枯れ葉、残根などは微生物によって分解され、翌年の植物の栄養分として土に蓄えられます。通常の作物は肥沃な土壌で生長し、多くの実を付けます。ところが、現在では、化学肥料や農薬の投入によって土壌微生物相が乱れ、枯れ葉や残根などの有機物は未分解のまま翌年まで残るほど地力が落ちてきています。そのため、土づくりマニュアルを活用した適地適作をめざし、生産量など安定生産のための客観的なデータ整備に取り組み、環境に配慮した循環型農業を進めていくことが必要です。

【短期実践施策】

適地適作をめざした循環型農業の推進

事業年度：平成19年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：土づくりマニュアルに基づき、地力増進を進めるため、環境に配慮した資源（竹や炭など）を活用するなど、土への還元システムを構築する。併せて、栽培する農作物の循環はもちろんのこと、地域内での資源の循環（耕種農家 稲わら・もみがら 畜産農家 堆肥 耕種農家）や正常な生態系の循環など、すべてを含めた形で循環する（持続可能な）農業を推進する。

インフラ 「インフラストラクチャー」の略。生産や生活などの基幹的部分。ものごとの基盤
データベース 相互に関連のあるデータを蓄積したもの。コンピューターで各種のデータを体系的に収集・分類・整理し、各データの検索や更新を効率化して多目的に利用できるようにしたもの

遊休農地活用対策

遊休農地を有効農地へ

忌避植物の産地化

遊休農地が増加する要因の一つに、鳥獣による被害があります。従来からの猪や鹿、猿の被害に加え、最近、問題となっているのが、野生化した外来動物による被害で、それらの対策として防護柵やシグナルなどの仕掛けを行っているものの、目立った効果が現れてこず、生産者の意欲が低下してきています。そのため、集落ぐるみで取り組む忌避植物の栽培などについて、遊休農地を有効な農地として活用できるような行政の支援方策が必要となってきています。

【短期実践施策】

忌避植物の産地化による放棄田復元の推進

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：遊休農地に忌避植物を栽培することにより、鳥獣害対策と放棄田対策の2つのマイナス要因をプラスに変えることができる。そこで、集落ぐるみでトウガラシやエゴマ、ヤーコンなどの忌避植物の産地化をめざし、放棄田の農地としての機能を復元し、有効活用を行う。

農地情報バンクの創設

最近の農業・農村を取り巻く社会的・経済的環境の変化に伴い、農村においても急速な高齢化・兼業化などによる担い手の減少が進展し、農業構造の変化や集落機能の低下が起こっています。今後の遊休農地を活性化させるためには、農業のあり方そのものについて、市民農園の拡充や、定年退職者が農作業を手伝える、従事できる仕組みづくりを検討していく必要があります。

【短期実践施策】

農地情報バンクの創設

事業年度：平成18年度～

事業主体：篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：市内の遊休農地保有者への聞き取り調査や現地調査などにより、遊休農地情報を把握・データベース化し、農地情報バンクの創設を行う。市外からの新規就農希望者や家庭菜園的な利用希望者などへホームページなどを通して情報発信を行い、遊休農地の活用と併せ、担い手の確保も行う。

基本方向 2 . 人の「やる気」を呼び起こす

- 「耕人」の確保・育成 -

「死んだ土」を「生きた土」に蘇らせただけでは、作物は育ちません。当然、その肥えた大地を耕す人が必要となってきます。しかし、農業従事者の高齢化や後継者不足などにより、その「耕人」の絶対数が、年々少なくなっています。

基本方向 2 では、ビジョン検討の柱「担い手対策」で審議した意見を踏まえながら、効果的な農業経営の手法を提示し、農業後継者も含めた現役「耕人」の「やる気」をさらに喚起させるとともに、新規就農者や団塊の世代で退職を迎える方々など、明日の篠山農業を担う元気な新「耕人」の育成、受け皿づくりに向けた施策を提示します。

担い手対策

人づくりで元気な篠山農業を

認定農業者（大規模農家）や集落営農組織の育成・強化

農業従事者の高齢化や後継者不足が進む中、国においても、担い手に対する経営の安定化を確保するため、「食料・農業・農村基本計画」において、平成 19 年度から経営安定対策（品目横断的施策）などの導入を明らかにしています。この品目横断的施策は、これまでの全農家を対象とし、品目ごとの価格に着目して講じられてきた対策を、担い手を対象を絞り、経営全体に着目した対策に転換するものであり、戦後の農政を根本から見直すものとなっています。一方、篠山市では、集落営農組織の育成・強化をめざし、兵庫県や丹波ささやま農業協同組合との連携のもと、平成 17 年度から 5 年間にわたり、市内 56 集落を対象に、集落を基軸とした農業の活性化に取り組んでいます。いずれにしても、明日の篠山農業を担う認定農業者（大規模農家）や集落営農組織などの担い手については、国の動向や現状を的確にとらえながら、経営体の規模や性格、地域の実情に即した支援策を講じていくことが必要です。

【短期実践施策】

認定農業者（大規模農家）の育成・支援

事業年度：平成 18 年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：認定農業者（大規模農家）や同後継者については、明日の篠山農業を担うリーダー的な存在であることを十分に認識しながら、従来の支援策に加え、さらに経営の安定化に向けた育成・支援策を講じていく必要がある。さらに、平成 19 年度から導入される品目横断的施策、また、これと表裏一体の関係にある、米の生産調整支援策の見直しなど、国の動向を見据えながら、経営体の規模や実状に合った育成・支援策を進めていく。

集落営農組織の強化と活性化に向けた支援

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：農業従事者の減少・高齢化、後継者不足など、担い手が不足している地域や兼業農家の多い地域において、地域農業の維持・発展を進めるため、地域内の高齢者農家・兼業農家などがお互いに助け合いながら、効率的な農業生産活動（農作業の共同実施や農機具の共同利用など）を展開したり、農地・水路の保全活動を行ったりする集落営農の組織化・法人化に向けた取り組みを推進する。さらに、地域農業の振興に意欲ある集落や、地域の元気を真剣に考える集落などについては、集落営農の活性化に向けた積極的な支援（集落農業活性化プランの策定支援ほか）を行っていく。

新規就農（希望）者への支援体制づくり

全国的にも農業従事者が減少傾向にあり、今後の持続的な農業生産を確保するためには、認定農業者（大規模農家）や集落営農組織の強化・育成と併せ、意欲的な新規就農者が、継続的に活動できる受け皿を確保する必要があります。また、2007年は団塊の世代が定年を迎えることから、ふるさと篠山に戻り、新たに農業を始めようとする方々が増加することが予想されます。さらに、このようなふるさと回帰志向は、篠山出身者だけにとどまらず、他地域から土とのふれあいや心のふるさとを求めて、篠山に来られることも期待できます。これらの動きに対する受け皿として、熟年者の方々の技量とパワーを生かす環境づくりや、篠山農業に新しい風を吹き込む、若い就農希望者への支援体制づくりと積極的な支援策が必要となっています。

【短期実践施策】

団塊700万人の定年：2007年問題への対応

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：団塊の世代は約700万人。この団塊の世代の方々が、2007年には一気に定年を迎えることになる。人数が多いゆえに激しい競争社会の中で生き抜いてきた経験と意欲を、農業分野に向けてもらい、さらに、生かしていただく方策を検討する必要がある。その一つの手法として、丹波ささやまの特産物・丹波黒大豆の栽培。今や全国ブランドとしてその名を馳せている丹波黒大豆であるが、需要に対しての生産量が不足しており、作付面積の拡大が課題となっている。そこで、この丹波黒大豆栽培の新たな地域リーダーを確保し、生産の維持・拡大を進めるため、定年退職を迎える団塊の世代の方々を対象に「丹波黒大豆カレッジ」を開講し、体験による栽培管理技術の習得と伝承を支援する。

新規就農（希望）者の受け皿整備

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：農業の持続的な発展を進めるためには、新規就農（希望）者を、効率的で安定的な農業経営の担い手として育成することが必要である。しかしながら、ある一定の農業経営基盤を確立するまでには、就農時から、技術面・資金面などで相当の負担と**リスク**を伴うことになる。その負担を軽減するための支援策を講じるとともに、それぞれの機関が役割分担を明確にしながらか、新規就農（希望）者の受入体制（総合相談窓口や資金調達のあっ旋、技術指導、農業用機械リースなど）を整備する。また、農業・農村の重要な担い手である女性の社会参画や経営参画を進めるため、男女共同参画に関する普及・啓発を行うほか、高度化する農業経営に対応する人材（女性）研修を実施したり、関連する情報の提供を行ったりするなど、女性の活動しやすい環境づくりを進める。

農業インターン制度の確立

事業年度：平成18年度～

事業主体：篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：明日の篠山農業を担う意欲ある若者を育成するため、農業研修生を募集するなど、**農業インターン制度**を確立する必要がある。就職氷河期といわれる情勢と同時に、食や環境への関心の高まりは、優秀な人材を確保するチャンスのものである。先進農家や農業法人、さらに、農業研修期間に限り、農業協同組合がその臨時職員として受け入れるなど、篠山の地で農業研修を行い、篠山の地に根を張って農業に従事する若者を受け入れる体制づくりを早急に進めていく。

リスク 危険、危険度

農業インターン制度 就農希望者が、実際の職場（農業法人など）で一定期間の実習を行う制度

(有)グリーンファームささやま 旧篠山町（現篠山市）と旧篠山町農業協同組合（現丹波ささやま農業協同組合）が出資し、平成10年に設立した農業生産法人

ネットワーク 網の目のように作った組織、系列、つながり

(有)グリーンファームささやまの活用

農業を支えている生産者の高齢化により、大規模農家の育成や集落営農の組織化などを含め、担い手対策への取り組みを早急に進める必要があります。(有)グリーンファームささやまは、担い手不足による農地の荒廃や、受託者が不在となった場合の最終的な受け皿として、また、新たな農業技術の導入など農業経営の先導的な役割を担うことを目的に設立されました。しかしながら、今の時代において、(有)グリーンファームささやまに求められている機能は、農業後継者育成のため、新規就農（希望）者への研修などを実施し、最終的には農業者として自立させることにより、農業生産の維持・確保に努めることなどです。その意味においても、(有)グリーンファームささやまを積極的に活用して、担い手育成としての体制づくりを整えていく必要があります。

【短期実践施策】

新規就農（希望）者の受け入れ推進

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・(有)グリーンファームささやま

事業内容：幅広い人材育成のため、新卒者や他産業などからの新規就農（希望）者などの研修を実施するほか、農業体験など都市との交流も積極的に実施し、週末農業従事者の発掘も行う。さらに、意欲ある若者へは、農業法人への就農時の技術面、資金面などでの負担とリスクを軽減するための支援を行うなど、担い手育成のための受け入れ体制を整備する。また、(有)グリーンファームささやまが中心となって、若手新規就農者の交流の場づくりを行うなど、末長く篠山の地で根を張り活動できるようなネットワーク化も進める。

丹波大納言小豆

「丹波黒」と同じように、丹波地方を中心に古くから栽培されており、その品質の良さから、江戸時代には、幕府を通して朝廷に献上されていました。「丹波大納言小豆」と言えば、和菓子には欠かすことのできない材料として、全国的に広く知られています。



光沢が美しい「丹波大納言小豆」

基本方向3 . ブランドを創る

- ブランドの構築 -

「ブランド」というのは、最終的には「生活者による評価である」と定義づけることができます。そのためにも、生産者は安全で高品質な特産物を心を込めて作り上げ、生活者がある特産物に対して安心・満足感を感じるという信頼関係が整わなければ、「ブランド」として成立しないこととなります。

基本方向3では、ビジョン検討の柱「伝統的な特産物の維持・拡大」「丹波ささやま安心ブランド認証制度の活用」で審議した意見を踏まえながら、特産物振興の根っこの部分である地域特産物の品質を高め、その地域特産物に対する生活者の評価や信頼を高める手法、「ブランド」の構築に向けた施策を提示します。

伝統的な特産物の維持・拡大

高品質・省力安定生産による好（高）評判

省力化に向けた取り組み推進

農業機械化の進展は、農作業の省力化や労働時間の低減に重要な役割を果たし、生産性の安定・向上をめざした農業の近代化に大きく貢献しています。このような中、近年、農業従事者の減少や高齢化の進行、さらには、国内外における産地間競争の激化などにより、農業生産コストのさらなる低減が強く求められています。そこで、伝統的な特産物の維持・拡大を進めていくためには、市場における加工需要を的確に見据えながら、手間のかからない機械化体系による大規模生産に取り組み、高品質で、安定的な生産を行わなければなりません。併せて、農業従事者の高齢化により、調整水田や保全管理が増えつつある中、機械導入による省力化だけでなく、現状の「栽培こよみ」に従った農作業工程について、効率的な作業が行えるような調査・研究を行いながら、植え付けから収穫、選別に至るまで、効果的な栽培体系を早急に確立することが必要です。

【短期実践施策】

機械導入による省力化の推進

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：丹波ささやまの伝統的な特産物は、生産者の手間暇かけた栽培に支えられているが、農業従事者の高齢化などにより、作業負担の大きい現在の栽培方法では限界がある。そこで、伝統的な特産物、特に、全国に誇れる丹波黒大豆について、小規模農家（兼業農家）や集落営農組織などが効率的・効果的に栽培できるよう、定植・中耕培土・摘葉・収穫・選別作業などの農作業工程において、機械導入による栽培方法の省力化を進める。

次世代が取り組む効率的な栽培体系の推進

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：篠山地方の気候や風土を加味し、さらには、伝統的な栽培方法を伝承しながら、丹波ささやまの地に合うように改良を重ねて作成してきた「栽培こよみ」。この「栽培こよみ」に基づく慣行栽培を基本に据えつつ、次世代の生産者が、積極的に取り組めるような栽培体系を確立する。そのためには、まず、農作業工程の省力化に向けた調査・研究を実施。農作業工程の省力化（施肥・除草剤散布回数などや工程そのものの工夫）は、「生きた土づくり」による地力回復・増進に向けた取り組みとセットで検討しなければならない。これにより、土にとっても、作物にとっても、人にとっても、効果的で効率的な栽培体系の確立を進める。

丹波ささやまブランドの基礎づくり

丹波ささやまの伝統的な特産物は、先人たちの弛まぬ努力により、全国に誇れる産物としてその名を馳せています。しかしながら、近年、農業従事者の減少・高齢化に伴う調整水田や保全管理などの増加により、生活者のニーズに応えられるだけの生産量に至っていないのが現状です。さらなる産地づくりのためには、生きた土づくりや健全な輪作体系の確立など、今一度、篠山農業の基本を見直し、栽培から加工、販売に至るまでの流れを一本化した仕組みづくりが必要となっています。このために、まずは、「地元で採れた食材は地元で活用する」ということを基本に置き、関係機関が連携しながら、地元食材を活用した地産地消を実践することが重要です。そして、加工・販売の前段階である丹波ささやまブランドの基礎づくりを進め、生活者の信頼性をより高めるための情報発信を、全国に向けて行っていく必要があります。

【短期実践施策】

組織連携による地域内自給の向上

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：生活者の多様な要求、需要に対応した的確な食品供給を実現するため、地域における農業、食品産業、流通産業、その他関連産業などの組織が連携しながら、地域の食材を活用した新商品の開発や共同販売などの体制づくりを進め、食の地域内自給の向上をめざす。また一方で、認定農業者（大規模農家）や集落営農組織、先進農家などの協力と連携のもと、地元で採れた食材を地元の学校給食や病院食に提供するなど、地域内での消費に努め、食農教育、地産地消につなげる。

内外に向けた情報発信の充実

事業年度：平成17年度～

事業主体：篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：地域の生産者が丹誠込めて育て上げた安全で高品質な産物を、広く全国の生活者に向け情報発信を行う。関係する機関のホームページはもちろんのこと、江戸時代の篠山藩主・青山氏ゆかりの地・東京都港区青山の商店街や関係機関と連携し、中央から地方に向けた情報発信も併せて行う。

丹波ささやま安心ブランド認証制度の活用

認証により安全を生活者に提供

丹波ささやまブランドの確立

篠山市では、現在、関係機関と連携しながら、「篠山市アグリプラン21」の基本理念でもある「土」「自然」「いのち」そして「連携」を柱にした「環境に配慮した安全・安心な地域特産物の栽培」また「顔の見える生産者・生活者の流通システムの確立」をめざした取り組みを進めています。その一つが、丹波ささやま安心ブランド認証制度です。しかしながら、認証制度による高付加価値化が難しく、市内で統一した考え方による安心ブランドの普及が困難な状況となっています。これらの課題解決のためには、今後も引き続き、関係機関と協議しながら、安心ブランドを市内に浸透させるための手法を探りつつ、生産者へ十分なPRを行っていく必要があります。ところで、農産物そのものに対する安全はもちろん重要ですが、最近では、トレーサビリティシステム（履歴管理）の重要性も注目されています。トレーサビリティシステムは、食品が、いつどのように生産、加工、流通されたのかを、記録などに基づいて食品の生産段階までさかのぼってチェックできるようにする仕組みのことです。安全で安心な農産物を提供する意味から、食品業界などに対して、生産から消費に至るまでのトレーサビリティシステムの早期構築が強く求められています。今後は、こうしたトレーサビリティシステムがなければ、流通に支障をきたすだけでなく、農業経営の安定を脅かすことにもなりかねません。

【短期実践施策】

丹波ささやま安心ブランド認証制度の活用

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：生活者へ安全で安心な農産物を提供するために、篠山市内で土づくりを基本に生産され、環境への負荷（農薬や化学肥料などの使用）を最小限にとどめるように配慮した栽培方法により生産された農産物を、「丹波ささやま安心ブランド」として認証する。制度自体の整備は必要であるが、認証することにより、地域内外の生活者への販売について信頼性のある流通を担保し、安全で高品質な産地イメージを高めていく。

トレーサビリティシステムの確立

事業年度：平成18年度～

事業主体：篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：最近の農産物の流通においては、基準値を上回る残留農薬が検出された輸入野菜や無登録農薬の使用発覚などから、生活者の食への関心が高まりを見せている。生活者から安心を得るため、農産物の販売体制改革を早急に検討し、インターネットで生活者が直接生産者や農産物の情報が検索できるトレーサビリティシステムの導入を進める。併せて、従来までの小さなスペースでは、食品などの詳細な情報を生活者に提供することが非常に困難であったが、**QRコード**を活用することにより、今まで難しかった生産履歴やレシピ情報などを、携帯電話を通して手軽に入手。「食の安全」や「生活者に身近な情報」を提供することができる。



「山の芋」の圃場の様子

山の芋

ヤマノイモ類の中で、塊形種は「ツクネイモ」と呼ばれ、そのうち「大和イモ黒皮種」は全国で約500ha栽培されていますが、そのうち約30%が丹波地方で栽培されています。

同じヤマノイモ類のナガイモ（長形種）、イチョウイモ（扁形種）に比べて、すりおろしたときの粘りが強く、高級和菓子の材料として重宝されています。また、生食用としても栄養が豊富で人気が高く、地域の特産物として大きなウエートを占めています。



栄養があり、健康食品としての評価も高い「山の芋」

QRコード 2次元コードの一種で、「QR」とは、「Quick Response（速い応答）」の略。商品の裏に付いているバーコードが進化したもので、より多くの情報が詰まっている。QRコード対応の携帯電話でこのQRコードを撮影すると、面倒な入力なしで、簡単に情報を読み取ることができる

基本方向 4 . ブランドを守る

- ブランドの管理 -

特産物の地域ブランド化に向けた取り組みは、平成 18 年 4 月に改正「商標法」が施行されることなどを受け、全国各地で活発な動きを見せ、それをまちづくり、地域づくりに生かしていこうとする自治体も少なくありません。

基本方向 4 では、ビジョン検討の柱「商標登録」で審議した意見を踏まえながら、先人たちの弛まぬ努力により創り上げてきた地域特産物の評判や信頼が低下しないよう、地域団体商標の登録などブランド化による適正な管理手法などを提示します。

商標登録

地域ブランドの確立に向けて

地域ブランドの確立

近年、地域の事業者が統一したブランドを使って、その地域と関係のある商品を生産したり、役務を提供したりする地域ブランド化が進んでいます。地域ブランド化が進むと、有名になった地域ブランド名を故意に悪用したり、ブランド化された商品名を使って他人が偽物の商品を販売したりと、これまで地域ブランドとして蓄積されてきた信用が一気になくなってしまいます。現行「商標法」では、こうした不正行為を取り締まることが難しかった（全国的な認知度がなければ、文字商標だけの登録が認可されなかった）のですが、今回の改正によって、地域団体商標（「地域名」+「商品名」）としての登録が可能となり、「商標法」に基づいて迅速に偽物の排除ができるようになります。地域団体商標制度は、一定の要件を満たしたものに限り登録を認める制度ですが、地域ブランドの保護のためにも、この地域団体商標制度を積極的に活用していく必要があります。

【短期実践施策】

地域ブランドの保護に向け地域団体商標の登録出願

事業年度：平成 18 年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：平成 18 年 4 月 1 日から改正「商標法」が施行されることにより、今回、新しく導入された地域団体商標制度を積極的に活用していく。地域団体商標を取得することにより、大切に守り育ててきた丹波ささやまの地域ブランドを適切に保護することになり、生活者に対する大きな信用の維持・拡大につながることはもちろんのこと、産地間競争にも勝ち抜く戦力になる。これは、とりもなおさず、篠山農業の底上げと、地域経済の活性化に光を注ぎ込むものである。

基本方向 5 . ブランドを使う

- ブランドの拡張 -

「ブランド」がいつまでも「ブランド」であるためには、ただ単に保護していくだけではなく、ときには、生産者に向けて、あるいは生活者に向けて、強気な戦略を展開することも必要です。

基本方向 5 では、ビジョン検討の柱「伝統的な特産物の維持・拡大」「新規作物の導入対策」で審議した意見を踏まえながら、基本である地域特産物の高い品質を保ちつつ、新しい特産物の開発やサービスを打ち出すなど、「ブランド」の拡張に向けた手法、施策を提示します。

伝統的な特産物の維持・拡大

高品質・省力安定生産による好（高）評判

篠山らしい食農教育の推進

私たちを取り巻く「食」環境の変化に伴い、生涯にわたって健全な心身を培い、豊かな人間性を育むための「食育」を推進することが、近年においては重要な課題となってきました。平成 17 年 7 月 15 日には、「食育」の基本理念を定めた「食育基本法」が施行され、私たち一人ひとりが、まさに自分や家庭の問題として食生活を見つめ直し、家庭、学校、地域その他の社会（教育・医療・保健・農業・食品・加工・外食など）のあらゆる分野における「食育」の活動に参加・協力することが期待されています。篠山の基幹産業である農業は、まさしく命をつなぐ（育てる）大切な生命産業です。食料を生産する農業の多面的な役割や重要性を理解・体験することに主眼を置きながら、篠山らしい「食農教育」を進め、五感（見る・嗅ぐ・聴く・食べる・触る）使って、「生命を感じる力」「生きる力」を育てていきます。また、地域の食料自給や地産地消の取り組みに対する目標を設定し、私たちの身近な問題として、地域の農業や食生活について考えてみる機会を提供することも重要となってきます。

【短期実践施策】

篠山の「食文化」の普及啓発

事業年度：平成 18 年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：私たち一人ひとりが自らの「食」のあり方を見つめ直し、「食」について考える習慣を身に付け、生涯を通じて健全な食生活を実現することが重要である。その一つの手法として、篠山の伝統食の復興と新たな郷土料理の開発のための取り組みを進める。この取り組みにつながるのが、「身土不二」。まさに、暮らしている土地において、季節の物（旬の物）を常食す

ることで、身体は環境に調和する（健康につながる）というものである。小学校などで「料理クラブ」を創設したり、郷土の新旧「料理コンテスト」を開催したりするなど、地元の食に触れ、振り返り、新しく創り出すなど、子どもたちだけではなく、すべての人たちが「食農教育」を実践し、自分たちの健康は自分たちで考えていくという強い思いを持たなければならない。また、食品の安全性や食事と疾病との関係、食品に含まれる栄養素の働き、食文化、地域固有の食材などについての理解も深めながら、普段の暮らしの中で、誰もが実践できる手軽な取り組みとして、篠山の「食文化」を提供する。さらに、篠山の地域特産物を題材にしたものしり試験「丹波ささやま黒まめ検定」を実施するなど、ひと味違った手法での普及啓発も進める。

篠山の「農（みのり）文化」の体験

事業年度：平成17年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：土は「いのち」の源。農業は「いのち」をつなぐ（育てる）大切な仕事…。食を生み出す土の大切さ、農業の大切さを、農作業体験や地域農業者などとの交流を通じて理解していくことが重要である。さらに、土とのふれあいや観光レクリエーション、「食農教育」など、農の持つ多面的な機能についても理解を深め、農による「生きる力」の創造につながる活動を展開しなければならない。現在、市内の小学校で、米づくりによる農業体験を実施しているが、今後は、丹波黒大豆などの栽培体験も行い、地域特産物への理解と興味を掘り起こしていく。さらに、親子や三世代交流による農作業体験も実施・拡充しながら、それぞれの世代のライフスタイルにあった「農文化」を深めるとともに、地域が一体となった農のネットワークづくりを進めていく。

新規作物の導入対策

営利・年間作物による新たな産地づくり

営利作物の栽培

新品種の育成（新規作物の導入）については、適地適作、あるいは生活者のニーズや市場での取り扱いなどの判断が必要となり、まったく新しい作物の導入については、容易に進めることはできません。そこで、新規特産物として取り組みが進められているブドウやイチゴ栽培に加え、篠山に既にある山菜類（クサソテツ、やまぶき、ぜんまい、わらび）を栽培し、営利作物として確立していくのも一つの手法です。山菜類については、販売面にまだまだ問題はあつたものの、地域の方々が目を向けていない素材に焦点を当て、営利作物としての位置づけが確立できれば、地域全体としての品目的なボリュームも増加することとなり、新規作物による新たな産地づくりにもつながることになります。

【短期実践施策】

新規作物の導入に向けた市場調査

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会

事業内容：新規作物の導入にあたっては、適地適作はもちろんのことだが、生活者のニーズや需要、市場での商品価値があるかどうかなど、事前に調査（インターネットを活用した生活者への調査や、大手販売業者や食品・流通業者などへのアンケート調査）を行う必要がある。その前段階として、地元において、売り出そうとする新規作物の試食会を開催したり、学校給食に提供したりし、地産地消や食農教育の可能性を探りながら、地元での確かな反応を確認した上で、導入への取り組みを進める。

共同栽培による産地づくりの推進

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：市場での商品化をめざすためには、ある一定以上の生産量が必要である。この産地化に向けた新規作物の導入にあたっては、個人的な取り組みではなく、認定農業者（大規模農家）や先進農家が中心となって、あるいは集落営農組織の取り組みとして、進めていくことがより効果的である。そして、新規作物の栽培にはリスクも伴うため、産地化をめざした意欲的で先進的な取り組みに対しては、支援策を検討していく必要がある。また、山菜類などの自然作物については、学校や集落単位で集積を行い、取り扱い農家に出荷し団体の活動資金を得るなど、「古いものが新しい」感覚で、昔に回帰した取り組みを復活させるのも、地元での盛り上がりと農家の意欲向上という意味で、有用な手段である。

四季を通じた作物の栽培

篠山市は、丹波黒大豆や山の芋などの特産物のほか、豊かな自然と伝統文化に育まれた観光のまちとしても有名です。年間約300万人を超える観光客が訪れ、篠山の歴史的な町並みを楽しみ、食を楽しんでいます。しかしながら、食を楽しむのは、秋から冬にかけての時期のみで、地元で採れる農産物に限れば、秋に集中していることは紛れもない事実です。そこで、年間（四季）を通じた食が提供できれば、さらに篠山を訪れる観光客も増加し、地域全体としても潤うこととなります。四季を通じての作物栽培は、量的にも、技術的にも難しい面があると思いますが、この**サイクル**を確立することにより、篠山を訪れる観光客には四季を通じた食の提供を、また、生産者である農家にとっても、秋に集中していた収入が、年間を通してそれぞれの販売時期における収入確保につながり、双方にとってのメリットが生じることとなります。

【短期実践施策】

ハウス・露地栽培に適した作物の調査・研究

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：丹波ささやまは、秋の味覚の宝庫。それだけに、秋には、地元で採れた農産物を求めてたくさんの観光客でにぎわう。しかしながら、春先から夏場にかけて提供できる農産物が少なく、観光客にとっても、秋の丹波ささやまというイメージが強いようである。こと食の提供に関しては、春先から夏場にかけての対策、さらには、冬場の「ボタン鍋」を補う農産物対策を早急に検討する必要がある。まずは、四季を通じた食の提供が可能となるよう、それぞれの時期に応じた作物と栽培手法（ハウス栽培・露地栽培）についての調査・研究を行う。調査・研究にあたっては、認定農業者（大規模農家）や先進農家、あるいは関係する団体の協力（実証圃^ほの提供ほか）により、新規作物として導入が見込める作物を、試験的に栽培するなどの取り組みを積極的に進める。

サイクル 周期、循環。一定の周期で繰り返し循環すること
ノウハウ 製品の開発・製造などに必要な技術や知識などの情報。技術情報

基本方向 6 . 1 ~ 2 次産業を拓く

- 特産物の加工・流通 -

地元で生産した農産物を、他産地との違いを明確にしながら流通に乗せるためには、特産物の品質の維持・向上はもちろんのこと、生活者の高いニーズに応える加工品の開発や、それを手がける人材の発掘も重要な要素となってきます。

基本方向 6 では、ビジョン検討の柱「付加価値を高める加工品対策」「流通販売対策」で審議した意見を踏まえながら、「1次産業」から「2次産業」に至る特産物の加工・流通に向けた施策を提示します。

付加価値を高める加工品対策

売れる加工品開発と人材の発掘

新たな加工品の開発と特産加工施設の充実

旬の時期に、採れたての農産物を食するのは、食味的にも栄養学的にも本当に良いことです。しかしながら、その時期は限られており、丹波ささやまで栽培された農産物を、ある程度の長期間にわたり楽しむためには、加工品として販売することが必要です。それも、本物の味にこだわった加工品の新規開発と充実が重要となってきます。加工にあたっては、伝統的な技術の伝承などにより ノウハウはあるものの、拠点となる施設がないのが現状です。つまり、篠山には特産物の販売所ばかりで加工施設がなく、篠山で丹誠込めて育て上げた農産物も、篠山以外の方が、篠山以外の場所で加工しているため、地元には還元されていないのです。この仕組みを打破するためにも、生産者のこだわりと生活者の思いを取り入れながら、地場で採れた農産物を、地場で加工できるような特産加工施設の設置・充実が必要です。

【短期実践施策】

既存特産加工施設の有機的連携と活用

事業年度：平成 18 年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会

事業内容：篠山市内には、四季の森会館内の食文化センターや丹波ささやま農業協同組合の特産加工施設をはじめ、地域の公民館など、特産物の加工施設や調理実習施設が点在している。これらの施設が有機的に連携することにより、施設間での一体性が生まれ、施設連携による加工品の研究・開発や、郷土の伝承料理の発掘・普及など、施設の有効活用と併せ、さらなる活動の充実が見込める。また、夏休みなどの休暇中の学校給食センターを活用し、郷土の伝承料理の研究や、子どもたちに人気が集まりそうな地元食材を生かした学校給食メニューの研究などを実施する。

地元食品（販売・加工）会社との連携

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会

事業内容：篠山には、特産物の販売所はあるものの、ほとんどの販売所が、取り扱う加工品を外部発注しており、加工品を製造する業者が少ないのが現状である。そこで、地元食品会社との連携の中で、取り引きのある加工業者との情報交換を行い、新しい加工品開発に向けたノウハウやアイデアなどの情報収集を行う。また、篠山と関係の深い大手食品会社などとの連携も強化する中で、企業が持つ独自のノウハウやアイデアなどの情報収集を行うほか、共同研究や共同開発に向けた取り組みの可能性も探る。

【長期目標施策】

「（仮称）丹波ささやま特産加工センター」の設置

目標年度：平成21年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会

事業内容：これからの特産物振興を考えたとき、生産から加工に至るまでのすべての工程を、地元で完結できる仕組みづくりが大切となってくる。そのためには、特産物の加工施設「（仮称）丹波ささやま特産加工センター」の設置が必要である。加工施設の設置は、特産物の加工・新商品の開発はもちろんであるが、地元の特産物を活用した加工技術の伝承や、地元でやる気のある人材に対する雇用の場の創出にもつながる。実際、篠山には農業専門の高等学校があり、しかも、食品研究にすばらしい成果を収めながら、その成果を地元で発揮できる場所がないことなどから、市外に出て行ったり、他の分野の職に就いたりするケースが見受けられる。人材という地域の財産を、地域で守り育てる意味においても、特産物の加工施設を設置する。設置にあたっては、既存の施設を活用した形で、また、「（仮称）丹波ささやま農業振興研究センター」との機能分担も考慮に入れながら行うものとする。

コミュニティ …… 地域社会。地域性と共同意識とによって成立する社会

マーケティング・リサーチ …… 市場調査。市場の規模や実態、商品の流通経路、需要の性質・変化、需給関係などを科学的に調査・分析すること

ふるさと産品を開拓する人材の発掘・育成

篠山農業の持続的な発展を進め、篠山市民一人ひとりが真に豊かで、安心と生きがいを持てる生活を実現していくためには、男性も女性もすべての個人（みんな）が互いにその人権を尊重し、喜びも責任も分かち合い、農業・農村の担い手として、その個性と能力を十分に発揮できる地域環境を整えていく必要があります。そして、みんなに元気を与えるような女性の活動や、女性ならではの発想を生かした活動を、地域農業の活性化に積極的に結び付けていき、農の分野においても男女共同参画社会の実現をめざします。そこで、丹波ささやまの特産物を活用したふるさと産品を開拓する人材、中でも、農業・農村を支える女性に焦点を当て、農と暮らしの分野において「守る味」の先導的な活動を実践している人材の発掘・確保と、新たに丹波ささやまの特性を生かした「作る味」の活動を進めている人材の発掘・育成に取り組みます。

【短期実践施策】

ふるさと料理開拓人（グループ）の発掘と連携

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：農業就業人口の過半数を占め、農業生産や農村社会で重要な役割を果たしている女性が、農業経営や地域活動に参画しやすい環境づくりを行うため、農家女性や農業に関心のある女性などの「[コミュニティづくり](#)」と「[ネットワークづくり](#)」を行う。具体的な手法として、篠山には、豊かな大地の恵みを生かした伝統的な郷土料理や、地域限定のふるさと料理などが数多く存在する。その伝統食文化を伝承する人やグループを掘り起こし、互いに連携してもらうことにより、強いコミュニティと太いネットワークを築き上げることができる。この強じんなつながりを活用し、新しいふるさと料理の開発に向けた[マーケティング・リサーチ](#)などを行いながら、女性起業への道を切り拓いていくことも可能である。

丹波ささやま特産物フェアの開催

事業年度：平成17年度～

事業主体：篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：地元で採れた農産物、それをういた加工品の生産・販売・PRを地元、あるいは東京などの大都市圏で行い、生産者と生活者、関連企業の情報交換の場として活用するため、「丹波ささやま特産物フェア」を開催する。日ごろの研究成果を相互に交換し、それぞれにとって有用な情報を共有することは、特産物の振興だけでなく地域の活性化にもつながる。また、顔と顔が見えて話せる関係づくりは、生産者と生活者の活動の現場を知ることから、お互いの距離を近づけ、信頼のきずなを深めていくことになる。

基本方向 7 . 2 ~ 3 次産業を生かす

- 特産物の販売・サービス・交流 -

新たな流通経路を切り拓くことと併せて、特産物を販売する場所やサービスを提供する場所などがある程度限定し、丹波ささやまの特産物を購入していただくターゲットを絞り込み、多数の「ブランド・ロイヤルティ」を確保することが必要です。

基本方向 7 では、ビジョン検討の柱「流通販売対策」「観光と特産物の連携」で審議した意見を踏まえながら、「2 次産業」から「3 次産業」に至る特産物の効果的な販売・サービス戦略の展開のほか、グリーンツーリズムなど特産物を生かした新たな交流の手法、施策を提示します。

流通販売対策

新たな流通と確かな販売戦略：新産業の確立

流通販売戦略の開拓

関西圏では、「丹波ささやま」という地域ブランドが、ある程度確立しているものの、首都圏においては、まだまだこれからであり、認知度アップの戦略を展開していく必要があります。流通において、例えば、丹波黒枝豆については、関西と関東において大きな違いがあります。関西では、枝つきの枝豆は、篠山に行って来たというお土産的なイメージがあり、枝つきの枝豆に価値を感じているのに対し、関東では、枝のない莢^{さや}だけの枝豆が、持ち帰りやすさなどの利便性から重宝がられているといった現状があります。従って、地域ごとの生活者のニーズを的確にとらえながら、そのニーズに沿った商品の流通戦略を検討するとともに、新たな販売戦略として、首都圏でうける、売れる、喜ばれる「販売方法」を実践していく必要があります。

【短期実践施策】

首都圏からの情報発信

事業年度：平成 17 年度～

事業主体：篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：首都圏からの情報発信は、日本全国をカバーし、大きな影響力を与えるものである。それだけに、首都圏に住む生活者のニーズを把握し、そのニーズにあった商品を大々的に流通させ、首都圏でうける、売れる、喜ばれる商品を販売することが、今の時代とても大切である。人の口コミは、点から面へと大きな広がりを見せ、効果的であるから。また一方で、首都圏からの情報発信の手法としては、篠山出身の東京在住者や港区青山の商店街や関係機関などに、丹波ささやまの特産物の PR を依頼するとともに、マスメディアに取り上げてもらえるような情報提供を適宜行っていく。

ブランド・ロイヤルティの確保

事業年度：平成18年度～

事業主体：篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：全国の生活者に丹波ささやまの特産物を知ってもらうためには、相当数量の生産と流通が必要となってくる。さらに、篠山が必要としているのは、他産地には目もくれず、篠山の特産物だけを愛してくれるような「ブランド・ロイヤルティ」と呼ばれる生活者で、どれだけ丹波ささやまブランドに引きつけておき、そして、拡大していくかが重要な鍵となってくる。そのためには、丹波黒大豆のイメージである「上品」「高級」をキーワードに、首都圏の高級百貨店で「丹波ささやま特産物フェア」を開催したり、全国の高級百貨店でのみ販売したりするなど、ある程度、生活者のターゲットを絞った普及・販売戦略を展開し、「ブランド・ロイヤルティ」を確保する。

【長期目標施策】

アンテナショップの開設

目標年度：平成21年度～

事業主体：篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：東京にいながら、いつでも篠山を感じてもらえる、篠山の情報をいつでも入手できるようなアンテナショップの開設をめざす。場所的には、江戸時代の篠山藩主・青山氏ゆかりの地・港区青山を予定。まずは、開設に向けた立地可能性調査を実施し、篠山のアンテナショップの開設が、首都圏の生活者に及ぼす影響や効果などについて検討する。いずれにしても、首都圏に開設している約50のアンテナショップは、そのほとんどが都道府県によるものであり、人口5万人足らずの市の開設は例がない。このことは、ニュースソース（情報源）としても価値があり、開設すれば、首都圏での情報発信の大きな力（基地）になる。

ターゲット …… 働きかけを行う対象。特に、購買対象者や広告などで訴えるべき対象

ブランド・ロイヤルティ …… 商標忠実度。生活者や利用者が特定のブランドを信頼して、長期間にわたって購入または利用し続けること

マスメディア …… 新聞・雑誌・書籍などの印刷物や、テレビ、ラジオ、映画などのマス・コミュニケーションの媒体となるもの

アンテナショップ …… 地域の特産品を販売・PRしたり、消費の動向や需要傾向、生活者の心理をつかんだりする場として、地方自治体などが都市部を中心に設置する店。情報収集を主たる目的としていることから「アンテナ」と呼ばれる

観光と特産物の連携

「農」「商」「観」三位一体の取り組み

ツーリズム・グリーンツーリズム対策

「もの」の豊かさから「こころ」の豊かさが求められる現在において、都市住民の心の中に、「田舎暮らし」や「ふるさと回帰」といった、一種のあこがれ志向が高まってきています。篠山には、都市にはない田舎ならではの雰囲気があり、週末には、「こころ」の豊かさを求めて訪れる人が、年々増えてきています。こうした「ふるさと回帰」志向や自然とのふれあいは、今後ますます増加するものと思われ、週末を活用した農業・農村体験や都市と農村の交流、短期あるいは長期滞在型の市民農園なども注目されてきています。田舎は、豊かな自然や農の営みだけでなく、昔ながらの伝統文化や歴史の重みを感じることができ、いわば、都市で失われつつある日本文化の原点が、今もなお、息づいている地域と言えます。こんな「田舎に出かけ、ゆったりと休暇を過ごそう」というのがグリーンツーリズムであり、「スローライフ」「スローフード」も体験できるような交流事業を考えていく必要があります。

【短期実践施策】

遊農・楽農によるふるさと交流の促進

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：都市と農村の交流を主たる目的に、「遊び感覚で楽しい農業」を実践する遊農・楽農ふるさと交流事業を展開する。米づくりや丹波黒大豆づくりなどの「ふるさとオーナー制度」を充実・拡充するほか、短期・長期滞在型市民農園の積極的な活用を進めるなど、田舎の意義や価値を、都市住民と共有できるような施策を行う。これにより、地域へ経済的な効果をもたらすとともに、ふるさと定住志向にも拍車をかける。また、都市の子どもたちを対象に、年2回の農繁期（春・秋）には「アグリ・キャンプ」を実施したり、「農村サバイバル」や「1日ささやま生活」などを企画したりするなど、より篠山の土にふれ、食にふれるアウトドア的な機会を提供する。

「スローライフ」「スローフード」の普及・啓発

事業年度：平成18年度～

事業主体：篠山市

事業内容：田舎には、自然と伝統に育まれた文化や農産物がある。そして、変化の激しい都会とは別のゆったりとした時間が流れ、地元の人と言葉を交わし、ふれあうことで「ふるさと」に帰った気分になれる。このように、ゆったりと流れる時間の中で「スローライフ」を過ごし、地元の食材をじっくりと時間をかけて楽しむ「スローフード」の魅力を普及・啓発する。

ふるさと食材の提供

「篠山に来て飲食店に入れば、また、旅館に泊まれば、必ず丹波ささやまの季節の味が楽しめる」というイメージを、観光客に感じてもらえるような体制づくりが大切です。地元で採れたものを、地元で提供するというのは、基本的なことではありますが、採算ベースで考えた場合、量的にも、价格的にも折り合うところが少なく、現実として難しい部分が多くあります。しかしながら、この地場へのこだわりこそが、篠山というまちのイメージアップにつながるものであることを、篠山で生活する人や活動する人、すべての人が深く認識し、地元の飲食業者や旅館業者が連携しながら、観光客など篠山を訪れる人に、心からのサービスを提供していくことが必要です。

【短期実践施策】

地元飲食・旅館業者との連携

事業年度：平成18年度～

事業主体：篠山市・篠山市商工会・観光協会

事業内容：地元の食材を生かした料理コンテストや研究会などについては、従前からよく開催されている。しかし、その後のフォローについては、レシピ集としてまとめられるが、料理自体については、仲間で楽しむ程度にとどまっているのが現状である。そこで、特に優れた料理については、飲食・旅館業者の理解と協力のもと、お店の一品料理として加えていただくことを検討。これは、コンテスト参加者などの創作意欲をかき立てるものであり、採用する飲食・旅館業者にとっても有効なPR手法になるものである。また、特に旅館業者と生産者との連携のもと、食事のメインに地元の食材を用いた創作料理を提供いただくなど、地場のこだわりを篠山を訪れる観光客などにPRする。

丹波ささやま旬の味とおもてなしの心の提供

事業年度：平成18年度～

事業主体：篠山市・篠山市商工会・観光協会

事業内容：篠山地方特有の気候と風土に培われた丹波ささやまの特産物は、全国的にも注目を集めている。最近では、丹波黒大豆、丹波大納言小豆、山の芋、丹波栗、丹波茶など、時期が限定された旬の産物を目的に、篠山を訪れる人も少なくない。そこで、特産物の生産者（農業）はもとより、販売・加工業者や飲食・旅館業者（商業）、観光産業が一体となり、丹波ささやまならではのおもてなしの心で篠山を訪れる人たちを迎え、「もう一度行ってみたいまち」「住んでみたいまち」と思っていただけのような篠山づくりをめざす。また、訪れる人にも一目で分かるように、奨励するお店には、丹波ささやまの味と心「おもてなし」ステッカーを貼付する。

基本方向 8 . 6 次産業化をめざす

- 特産物を介した新産業の確立 -

現在の厳しい農業情勢の中では、生産、加工・流通、販売・サービス・交流などを個々の産業としてではなく、一連の流れを包括した1つの産業（特産物の6次産業化）としての確立を考えていく必要があります。

基本方向8では、ビジョン検討の柱「付加価値を高める加工品対策」「流通販売対策」「観光と特産物の連携」で審議した意見を踏まえながら、「生産（1次産業）」「加工・流通（2次産業）」「販売・サービス・交流（3次産業）」をトータルコーディネートする新産業のシステム化に向けた施策を提示します。

流通販売対策

新たな流通と確かな販売戦略：新産業の確立

6次産業システムの確立

地域で生産（1次産業）された特産物を、加工（2次産業）し、販売（3次産業）することによって地域の活性化をめざす、いわゆる特産物の6次（1次×2次×3次）産業化は、時代のニーズであり、早急にシステム化を進めていく必要があります。丹波ささやまの特産物には魅力があり、その素材を利用したい企業も少なくありません。特産物の6次産業化を進める上では、この民間活力の導入も視野に入れながら、企業の受け皿づくりの整備も行わなければなりません。ところで、地元で採れた農産物を、地元で加工した食品は、大量生産された食品とは異なり、こだわりの食品として、また、ふるさとをイメージする商品として、生活者に浸透しつつあります。このプラスのイメージをさらに増大させるためにも、丹波ささやまの特産物に、地域特性や安全性、高級感、新鮮さなどの付加価値を加え、魅力ある商品として売り出していくことが他産地との違いを明確にする意味において重要となってきます。いずれにしても、6次産業という新しい産業を興すことで、雇用の場の創出につながることであり、地域内での所得増大も期待できることとなります。

【短期実践施策】

食料産業クラスター制度の導入

事業年度：平成19年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会・観光協会

事業内容：食料自給率の向上が全国的な課題となっている。地域経済の活性化を進めるためには、食品産業と農業とが連携し、高付加価値食品の供給や地域ブランドの確立に向けた施策を展開することが必要である。その前段階として、地域の食材、人材、技術、その他の資源を有機的に結び付け、効果的な運用を進める「食料産業クラスター協議会」を立ち上げる。

【長期目標施策】

「(仮称)丹波ささやま農業振興研究センター」の設置

目標年度：平成21年度～

事業主体：篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会

事業内容：篠山農業の振興と地域ブランドの確立・発展のためには、核となる施設が必要となってくる。生産・技術部門である種の保存・研究や生産体系の調査・研究はもちろんのこと、新しい加工品の研究・開発、効果的な流通・販売戦略の確立、さらには、全国に向けた広報活動の展開など、足腰の強い明日の篠山農業づくりに必要な、すべての機能を集約した「(仮称)丹波ささやま農業振興研究センター」の設置をめざす。

観光と特産物の連携

「農」「商」「観」三位一体の取り組み

アグリビジネスの育成・支援

アグリビジネスとは、地域の貴重な資源を最大限に活用して、それをビジネス（事業）として成り立たせようとするものです。丹波ささやまには、大地の恵みともいえる丹波黒大豆や山の芋などの特産物にあふれ、その特産物を扱う販売所が地域の要所に設置され、近い将来には、丹波ささやま農業協同組合直営によるファーマーズマーケットの出店も計画されています。また、篠山城跡大書院や歴史的な町並みなど、年間300万人を超える観光客でにぎわう豊かな観光資源にも恵まれています。これらの資源を有機的に連携させ、まち全体が一つの企業体として成り立つような、仕組みづくりを検討していかなければなりません。併せて、地域が輝くこのアグリビジネスは、これからの産業として注目されていることから、積極的な育成・支援に努めていく必要があります。

【短期実践施策】

元気がもらえる交流型農業の調査・研究

事業年度：平成18年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合

事業内容：篠山は、観光、歴史、文化、地域特産物、意欲的な法人・団体・個人など、豊富な資源・人材に恵まれている。この貴重な資源を有効に活用するためにも、関係する機関や団体、さらには、それぞれの現場で意欲的な活動を実践する人材を集め、明日の篠山農業づくりを真剣に考え、行動に移す「若手交流プロジェクトチーム」を編成。現状分析に基づき生産量や販売などの目標設定を行いながら、また、マイナス要因をプラス要因に変える逆転の発想で活動を展開するなど、それぞれの分野が有機的に連携しながら、一体となって取り組める「元気がもらえる交流型農業」の実現に向けた調査・研究を行う。

やる気ある異業種パイオニアの発掘・連携

事業年度：平成19年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会

事業内容：地域特産物イコール「食」という考え方を切り離し、私たちが生活する上で必要な要素である「衣」「食」「住」のうち、「食」以外の「衣」「住」にも目を向ける必要がある。例えば、衣料ブランドと食品ブランドとのコラボレーション、あるいは、住空間と農空間のコラボレーションなど、まったくの異業種間でジョイントできる部分を見い出しながら、連携の可能性を探るのも、これからの取り組みとしては注目すべきである。そのため、このような考え方、取り組み方を理解し、発展させてもらえるパイオニア（多様な分野で、広範囲にわたる地域からの人材）を掘り起こし、ネットワークを広げていく。また、「農」と旅行業や広告業、リラクゼーション産業などとのコラボレーションについても、新しい産業として注目すべきである。

アグリビジネスの育成・支援

事業年度：平成21年度～

事業主体：兵庫県・篠山市・丹波ささやま農業協同組合・篠山市商工会

事業内容：最近では、市場を介さない「市場外流通」の発達、「農政改革大綱」による農業法人の規制緩和、有機農産物の市場拡大、ハイテクを駆使した植物工場など、日本の農業の姿、あり方が大きく変わりつつある。また、農業への企業参入により、生活者のニーズに即した、企業主導の新しいアグリビジネスが創られ、農業・農村の活性化を生みつつある。篠山農業も、この全体的な流れに乗り遅れることなく、企業などの技術力や事業化推進力を活用した新しいアグリビジネスの開発戦略を進めていく必要がある。そのためには、企業や大学の研究機関を誘致し、食の安全性・将来性の問題やベンチャー農業に向けた取り組み、アグリビジネスの国際化などについての戦略化を進める。併せて、農業生産を核としながら、流通・加工・販売・情報・交流などにより付加価値を高めた活動の展開に必要なノウハウを習得するため、企業や大学などによる「経営アグリビジネススクール」や「情報アグリビジネススクール」「都市農村交流スクール」の創設をめざす。このアグリビジネスの育成・支援による最終的なイメージとしては、生産・流通・加工・販売などの経営部門はもちろんのこと、生産者と関連事業者や生活者などがITを通してつながる情報部門、そして、ツーリズム・グリーンツーリズムによる都市と農村の交流部門などが整備され、篠山のまち全体が一つの企業体として成り立つようなシステム（農業産業のオール・イン・篠山）化をめざす。

水稻（コシヒカリ）

1960年代から作られるようになったコシヒカリが、今では、主要な品種として栽培されています。盆地特有の昼夜の寒暖差が大きいことや、清らかな水などにより、そのおいしさが、関西市場で高く評価されています。



たわわに実る篠山産「コシヒカリ」の稲穂



味・大きさともに高い評価のある「丹波栗」

丹波栗

丹波地域の各所で栽培されてきた歴史は古く、康和4（1102）年の「大山荘立券坪付」に栗林の記述があり、当時から、篠山市内で栗が栽培されていたことをうかがうことができます。

その後、朝廷への献上などで「丹波栗」として全国にその名が広まり、その名声は現在に至っています。シーズンには、京阪神地域に出荷されるとともに、栗拾いなどの観光農園が開かれ、多くの観光客が訪れています。

丹波茶

丹波茶の歴史は古く、栽培の起源は約1,200年前までさかのぼります。江戸時代後期には全盛期を迎え、栽培面積は約300haを誇っていたといわれています。

その後、衰退の一途をたどりますが、栽培や製茶技術の改良に努め、産地としてのイメージを高めてきています。

現在は、味間・後川・草山地区が主要な産地で、山すそに茶畑が広がっています。やぶきた種を主体とした品種の栽培が行われており、それぞれの地区において加工場が整備され、良質な茶が生産されています。



「丹波茶」の茶畑

コラボレーション 共同作業、共同製作

ジョイント 連携、連携すること

パイオニア 開拓者、先駆者

リラクゼーション 癒し、くつろぎ

ハイテク 「ハイ・テクノロジー」の略。エレクトロニクス（電子工学）やバイオテクノロジー（生命工学・生物工学）、航空宇宙など、高度な科学技術・先端技術

ベンチャー 新技術や高度な専門知識を生かして、創造的・革新的な新事業を行うこと

IT 「Information Technology」の略。情報技術、情報産業

ツーリズム 観光旅行、観光産業

第4章 特産物振興施策の推進体制と方策

丹波ささやまブランドの確立と地域特産物の振興を進めるため、生産者や生活者、行政、農業関係団体、商工関係団体など、多様な主体の参画と協働による推進体制と、効果的でユニークな推進方策により、ビジョンの実現（基本理念・基本目標に基づく各種振興施策の実現）に向け、積極的な取り組みを行います。

1. 参画と協働による推進体制

ビジョン推進のためには、生産者や生活者、行政、農業関係団体、商工関係団体などの参画と協働のもと、活動の主体がそれぞれの役割と責任に応じて取り組めるよう、推進体制を整備することが必要です。

そのため、農業・商工分野に限定することなく、特産物の振興に関係するあらゆる分野の個人や団体の代表者、学識経験者などで構成する「(仮称)地域ブランド戦略会議」を設置します。戦略会議には、基本目標として掲げた「土台づくり戦略」「ブランドづくり戦略」「6次産業化戦略」の3戦略の部会を設置し、それぞれの部会ごとに、目標達成に向けた取り組みや課題などについて検討・協議を行います。そして、特産物の振興に向けたトップ組織である戦略会議では、各部会ごとに取りまとめられた意見を集約した上で、事業や施策の評価、検証、提案などを行います。

とりわけ、「ブランドづくり戦略」部会は、地域団体商標の取得による地域ブランドの確立・普及という差し迫った大きな目標があることから、その事前調査・研究・提案組織として、関係団体（行政・農業協同組合・商工会・観光協会など）の若手職員を主たる構成員とする「(仮称)丹波ささやまブランドプロデュースチーム」を編成し、地域団体商標の取得に向けた、具体的な素案（申請母体、運営手法、商標の種類・名称など）づくりを早急に進めます。

また、生産者や生活者の生の声を聴くために、市役所、農業協同組合、商工会などの本庁（本所）や支所（支店）に意見・提案箱「黒まめご意見番」（紙ベースによるアナログ方式）を設置するほか、インターネットを活用した「黒まめメール」（電子メールによるデジタル方式）の受・配信システムを整備します。さらに、丹波ささやまの特産物の旬の時期には、街なかや市街地周辺などに出向き、生産者の意見や要望、生活者の提案や要求などを把握するとともに、特産物が適正に販売されているかなども見回る「黒まめパトロール」を実施します。これらの手法により寄せられた意見・提案・要望などについては、生産者や生活者の生の声として、できる限り事業や施策に反映します。

一方、行政内部においても「(仮称)丹波ささやま黒まめ会議」を設置して、企画・立案、情報発信、地産地消、食農教育など、特産物の振興に関係する部署との連携・調整を行います。もちろん、国・県・他都市・関係機関との連携にも努めます。

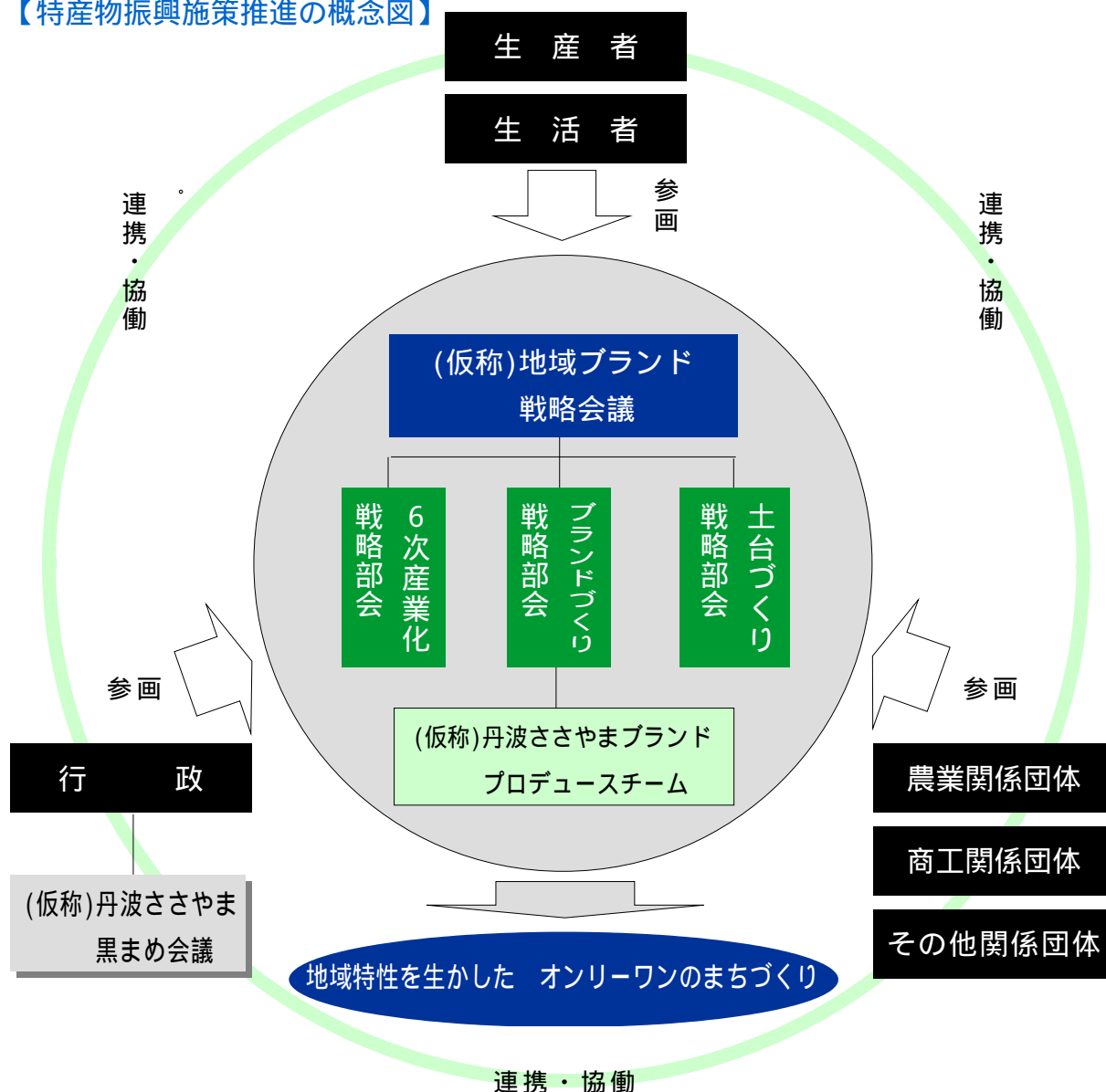
「(仮称)地域ブランド戦略会議」の設置

「(仮称)丹波ささやまブランドプロデュースチーム」の編成
生産者や生活者の意見・提案・要望などの事業・施策への反映

「黒まめご意見番」「黒まめメール」「黒まめパトロール」

「(仮称)丹波ささやま黒まめ会議」の設置

【特産物振興施策推進の概念図】



2 . 効果的な推進方策

特産物振興施策の推進には、まず、このビジョンを、生産者や生活者、農業関係団体、商工関係団体などに周知して、理解と参画・協働を得ることが必要です。

また、事業や施策については、適宜、評価を行うとともに、その成果を検証して、見直しや改善を積極的に行っていきます。

さらに、特産物の振興に向けた特徴的な取り組みとして、生活者の視点に立った、生産者・生活者のための「(仮称)黒まめ憲章」を制定します。特産物に特化した憲章は全国的にも例がなく、生産者や生活者にとっての羅針盤になるだけでなく、ニュースソース・情報発信の材料として、とても大きな役割を果たすものと考えます。この丹波ささやまの特産物振興の「光」ともなる「(仮称)黒まめ憲章」については、広く公募により、早急に制定するものとします。

ところで、特定の商品(食品)や産物を歌にし、生活者に認知してもらうという手法は、とても効果的だと考えます。「だんご3兄弟」や「おさかな天国」という歌は、聞く人の印象に残り、思わず口ずさんでしまうほどです。最近では、ラジオで流されブームとなった「おかあさんのカレー」という歌もヒットしています。そこで、丹波ささやまの特産物、中でも丹波黒大豆に特化した「オリジナル・ソング」を制作します。この食品PR用「オリジナル・ソング」は、食習慣や食文化さえも変えうる力を持っています。音楽には、文化を創出する力も込められていることから、この音楽の持つ大きな力を活用することにより、食品に文化が宿り、他産地との違いの明確化が可能となります。つまり、地域ブランドとして確かな地位を築くことにもなります。

併せて、丹波黒大豆や山の芋などをモチーフにした「ご当地キャラクター・グッズ」を作成します。「オリジナル・ソング」と共に、広く公募により、そのキャラクターのイメージやニックネームなどを募集するものとします。

また、丹波黒大豆の色に着目し、丹波ささやまの特産物のイメージカラーを、「高級」「上品」「古風」「神秘的」などといった言葉を連想させる「ブラック」と定め、市内はもちろんのこと、広く全国にも情報発信を行っていきます。その一つの手法として、黒色のTシャツやトレーナーを作成するほか、高級で上品な「黒のファッションショー」を開催したり、郷土料理や地場の産物を扱う古風で神秘的な「黒の店」を開店したりするなど、関係する個人や団体などの参画と協働のもと、まち全体のイメージとして盛り上げていくことが重要です。

さらには、旬の時期に旬の産物をということから、特産物の販売解禁日を設定します。特に、丹波黒枝豆については、他産地の枝豆が出回るなど、商品価値の高まりを見せ、地域ブランドとして定着してきています。丹波黒枝豆は、現在でも、旬の時期としての奨励期間を10月5日ごろから10月20日ごろまでとし、生活者に周知しているところですが、さらに一歩踏み込んで、その年ごとの出来を見計らいながら、販売解禁日を設定しま

す。販売解禁イベントなどを開催するのも、生産者・生活者の双方にとって、より効果的な手法であると考えます。つまり、生産者は、特産物（丹波黒枝豆）の評判や信頼が低下しないような適正な販売・管理体制を再認識するとともに、生活者には、旬の時期の旬の産物という「安心」を提供できることになるからです。

いずれにしても、施策を動かすのも「人」であり、施策を効率的に活用するのも「人」であります。特産物の振興を考える場合、この「人」の部分に生産者と生活者を当てはめ、行政や農業関係団体、商工関係団体などが、連携・バックアップするような形で施策を展開していくことが必要です。その特産物振興施策の展開にあたっては、常に、新しい視点、新しい考え方を盛り込みながら、タイムリーに実施し、マスメディアへの情報提供を適宜・適切に行うことにより、全国に向けた情報発信拠点として、効果的に活用することが重要です。

「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010」の周知

事業・施策の評価・検証と見直し・改善

「(仮称)黒まめ憲章」の制定

丹波黒大豆「オリジナル・ソング」の制作

丹波ささやま「ご当地キャラクター・グッズ」の作成

「ブラック」を丹波ささやまの特産物のイメージカラーにした情報発信

特産物の販売解禁日の設定

マスメディアへの情報提供と活用



丹波ささやまは特産物の宝庫
先人たちが流した汗を 熟練の技を
肌で感じ 大切に守り育てながら
地域特産物の振興と
丹波ささやまブランドの確立をめざします

3. 即実践アクションプログラム

第3章「特産物振興施策の基本方向」(23～50ページ)でまとめてきた基本方向に基づく施策の方向、さらには具体的な施策を、「即実践アクションプログラム」として示しています。

この「即実践アクションプログラム」は、具体的な施策の年次スケジュールが、一目で分かるように作成しており、それぞれの施策に関係する機関が、自分たちの果たすべき役割を明確に理解し、連携しながら、丹波ささやまブランドの確立と地域特産物の振興をめざした取り組みを、積極的に進めていかなければなりません。

既に取り組みを始めている施策、そして、平成18年度からは、篠山農業の「土台づくり」「ブランドづくり」「6次産業化」に向け、それぞれの分野において取り組みを始めようとしています。ソフト的な施策が大部分を占めている中で、即実践できる施策から積極的に取り組み、地域特性を生かしたオンリーワンのまちづくりにつなげていくためにも、篠山の独自性を出しつつ、知恵を絞った夢ある施策を展開していきます。

基本方向1. 土に「いのち」を吹き込む - 「大地」の蘇生・活用 -

施策の方向・具体的な施策 (24～26ページ参照)	事業年度					
	H17	H18	H19	H20	H21	H22～
生きた土づくり対策						
耕人と畜産堆肥の作り手との連携						
丹波ささやま土づくりマニュアルの策定		→				
堆肥の適性調査・研究		→	→	→	→	→
堆肥センターの設置				→	→	→
安全で高品質、多収作物の栽培						
適地適作をめざした循環型農業の推進			→	→	→	→
遊休農地活用対策						
忌避植物の産地化						
忌避植物の産地化による放棄田復元の推進		→	→	→	→	→
農地情報バンクの創設						
農地情報バンクの創設		→	→	→	→	→

基本方向2 . 人の「やる気」を呼び起こす - 「耕人」の確保・育成 -

施策の方向・具体的な施策 (27~30ページ参照)	事業年度					
	H17	H18	H19	H20	H21	H22~
担い手対策						
認定農業者(大規模農家)や集落営農組織の育成・強化						
認定農業者(大規模農家)の育成・支援						→
集落営農組織の強化と活性化に向けた支援						→
新規就農(希望)者への支援体制づくり						
団塊700万人の定年:2007年問題への対応						→
新規就農(希望)者の受け皿整備						→
農業インターン制度の確立						→
(有)グリーンファームささやまの活用						
新規就農(希望)者の受け入れ推進						→

丹波松茸

昔から「丹波松茸」として有名で、特に香りが良いと評判でした。「篠山町百年史」によると、「松茸は赤松の山林に生じ、町内のほとんど全域から産する。その時期は9月下旬から10月中旬までである」と。また、昭和5年のある資料によると、「松茸の産額は日本で兵庫県が第1位、その兵庫県では多紀郡が最高であるから、まず日本一と声を大にしても差し支えない」とあります。しかし、最近では激減しており、味覚の王者に変わりはありませんが、非常に高価なものになってしまいました。



日本一の「丹波松茸」

基本方向3 . ブランドを創る - ブランドの構築 -

施策の方向・具体的な施策 (31~34ページ参照)	事業年度					
	H17	H18	H19	H20	H21	H22~
伝統的な特産物の維持・拡大						
省力化に向けた取り組み推進						
機械導入による省力化の推進						→
次世代が取り組む効率的な栽培体系の推進						→
丹波ささやまブランドの基礎づくり						
組織連携による地域内自給の向上						→
内外に向けた情報発信の充実						→
<hr/>						
丹波ささやま安心ブランド認証制度の活用						
丹波ささやまブランドの確立						
丹波ささやま安心ブランド認証制度の活用						→
トレーサビリティシステムの確立						→



収穫時期を間近に控えた「丹波黒枝豆」



収穫前の「丹波黒大豆」



収穫後に乾燥させている「丹波黒大豆」

基本方向4 . ブランドを守る - ブランドの管理 -

施策の方向・具体的な施策 (35ページ参照)	事業年度					
	H17	H18	H19	H20	H21	H22~
商標登録 地域ブランドの確立 地域ブランドの保護に向け地域団体商標の登録出願						
						→

基本方向5 . ブランドを使う - ブランドの拡張 -

施策の方向・具体的な施策 (36~39ページ参照)	事業年度					
	H17	H18	H19	H20	H21	H22~
伝統的な特産物の維持・拡大 篠山らしい食農教育の推進 篠山の「食文化」の普及啓発 篠山の「農(みのり)文化」の体験						
						→
						→
新規作物の導入対策 営利作物の栽培 新規作物の導入に向けた市場調査 共同栽培による産地づくりの推進 四季を通じた作物の栽培 ハウス・露地栽培に適した作物の調査・研究						
						→
						→
						→



脱粒の後には見事な「丹波黒大豆」が



絶品「丹波黒大豆」の煮豆

粒の大きさ、つやは右に出るものがなく、煮上がりの味の良さは抜群です。また、いくら煮ても皮がむけないのが特長で、正月のおせち料理には欠かせない一品(逸品)です。

基本方向6 . 1 ~ 2次産業を拓く - 特産物の加工・流通 -

施策の方向・具体的な施策 (40 ~ 42 ページ参照)	事業年度					
	H17	H18	H19	H20	H21	H22 ~
付加価値を高める加工品対策						
新たな加工品の開発と特産加工施設の充実						
既存特産加工施設の有機的連携と活用						→
地元食品(販売・加工)会社との連携						→
「(仮称)丹波ささやま特産加工センター」 の設置						→
ふるさと産品を開拓する人材の発掘・育成						
ふるさと料理開拓人(グループ)の発掘と連携						→
丹波ささやま特産物フェアの開催						→

基本方向7 . 2 ~ 3次産業を生かす - 特産物の販売・サービス・交流 -

施策の方向・具体的な施策 (43 ~ 46 ページ参照)	事業年度					
	H17	H18	H19	H20	H21	H22 ~
流通販売対策						
流通販売戦略の開拓						
首都圏からの情報発信						→
ブランド・ロイヤルティーの確保						→
アンテナショップの開設						→
観光と特産物の連携						
ツーリズム・グリーンツーリズム対策						
遊農・楽農によるふるさと交流の促進						→
「スローライフ」「スローフード」の普及・ 啓発						→
ふるさと食材の提供						
地元飲食・旅館業者との連携						→
丹波ささやま旬の味とおもてなしの心の提供						→

基本方向 8 . 6次産業化をめざす - 特産物を介した新産業の確立 -

施策の方向・具体的な施策 (47～50ページ参照)	事業年度					
	H17	H18	H19	H20	H21	H22～
流通販売対策 6次産業システムの確立 食料産業クラスター制度の導入 「(仮称)丹波ささやま農業振興研究センター」の設置						
観光と特産物の連携 アグリビジネスの育成・支援 元気がもらえる交流型農業の調査・研究 やる気ある異業種パイオニアの発掘・連携 アグリビジネスの育成・支援						



丹波ささやまの特産物大集合

おわりに

平成17年度に新設された「丹波ささやま黒まめ課」を中心に、「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010策定委員会」が平成17年10月にスタートしました。これまで7回の策定委員会を開催し、現状分析から将来の振興施策に至るまで真剣に検討を重ねてきました。

その結果、第1章では、「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010」策定の背景と趣旨およびビジョンの位置づけと概要を説明し、第2章では、その理念と目標を示し、また、第3章では、特産物振興施策の基本方向を8方向に分けて検討した結果を取りまとめました。第4章では、特産物振興施策の推進体制と方策について、事業・施策の評価、検証と見直し、改善を含めた方策を提案しております。

一方、これまでに策定されてきた「篠山市地域農業マスタープラン」(平成12年4月)や「篠山市アグリプラン21」(平成13年7月)さらに、「篠山市農村振興基本計画」(平成16年3月)などの基本方針に基づいて検討し、本答申では、「共生」「協調」「自立」を市民共通のキーワードに据えながら、特産物振興施策を提案しております。

特に、第2章では、一般に用いられている「特産物」という言葉について検討し、「地域特産物」「伝統的特産物」「ブランド特産物」「振興特産物」「新規特産物」にそれぞれ分けて定義し、生産から市場までをトータルコーディネートする6次産業システムの構築も提案しております。

第3章では、その具体的目標を達成するための8つの基本方向を提示しました。とりわけ、現状の「丹波ささやま安心ブランド認証制度」を改善し、その活用が特産物振興に大きく貢献することを提案しております。同時に、即実践可能な施策「短期実践施策」と、将来にわたって取り組まなければならない「長期目標施策」とに分けて、それぞれの振興施策を提示しました。また、「食農教育」を通じて「篠山の食文化」を伝承する必要があり、篠山農業の振興を推進する「(仮称)丹波ささやま農業振興研究センター」の設置も強く要望したところです。

第4章では、本答申に掲げられているビジョンの推進のためには、生産者、生活者、行政、農業関係団体、商工関係団体などの「参画と協働」が必要であり、「(仮称)地域ブランド戦略会議」を設置し、3つの戦略部会「土台づくり戦略」「ブランドづくり戦略」「6次産業化戦略」を設けて、それぞれ目的達成のために検討・協議を推進することが必要であると提案しております。

これらの振興施策に加えて、「(仮称)黒まめ憲章」の制定、丹波黒大豆「オリジナル・ソング」の制定、「ご当地キャラクター・グッズ」の作成、「特産物の販売解禁日」の設定などユニークな施策も提案しており、これらの提案がマスメディアへの情報提供と活用によって、篠山市内はもちろんのこと、全国的にも周知されることを期待しながら、本答申の具体化を重ねて強く要望するものであります。

丹波ささやま
特産物振興ビジョン2010

資

料

編

1 「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010策定委員会」委員名簿

	氏 名	所 属 及 び 役 職 等
会 長	新 家 龍	識見者
副会長	小 島 琢 彌 山 内 文 男	篠山市農業生産組合協議会長 篠山市商工会長
委 員	松 山 弘 青 野 賢 治 杉 原 美 春 石 田 成 正 荒 木 幸 代 小田垣 昇 河 南 輝 子 圓 増 亮 介 中 西 宗 一	篠山市農業委員会長 丹波ささやま農業協同組合専務理事 篠山市生活研究グループ連絡協議会長 農業者 篠山市農業委員 商業者 丹南消費者協会長 丹波篠山観光連盟副会長 篠山市産業経済部長
オブザーバー	山 内 哲 重 大 槻 隆	丹波県民局地域振興部柏原農林振興事務所長 丹波県民局地域振興部柏原農林振興事務所 篠山農業改良普及センター所長

【事務局】

篠山市産業経済部丹波ささやま黒まめ課
 課 長 森 口 壽 昭
 特産物振興係長 赤 松 一 也
 主査 山 田 康 弘
 主事 畑 中 千 尋
 主事 森 本 良 太

2 「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010策定委員会」審議経過

区 分	開 催 日	審 議 の 内 容 等
第1回策定委員会	平成17年10月3日	特産物振興ビジョン2010策定委員会の設置 生きた土づくり対策について 担い手対策について
第2回策定委員会	11月2日	遊休農地活用対策について 伝統的な特産物の維持・拡大について
第3回策定委員会	11月30日	新規作物の導入対策について 丹波ささやま安心ブランド認証制度の活用について 商標登録について
第4回策定委員会	12月21日	流通販売対策について 付加価値を高める加工品対策について 観光と特産物の連携について
第5回策定委員会	平成18年1月31日	答申案の取りまとめについて
第6回策定委員会	2月20日	答申案の取りまとめについて
第7回策定委員会	3月9日	答申案の取りまとめについて
答 申	3月27日	

3 「丹波ささやま特産物振興ビジョン2010策定委員会」設置要綱

(趣旨)

第1条 この要綱は、丹波ささやま特産物振興ビジョン2010を策定するため、丹波ささやま特産物振興ビジョン2010策定委員会(以下「委員会」という。)の設置及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

(所掌事務)

第2条 委員会は、市長の諮問に応じて、次に掲げる事項を調査審議する。

- (1) 丹波ささやま特産物振興ビジョン2010の策定に関する調査分析に関すること。
- (2) 丹波ささやま特産物振興ビジョン2010の策定方針に関すること。
- (3) その他市長が必要と認める事項に関すること。

(組織)

第3条 委員会は、委員14人以内で組織する。

2 委員会に、専門の事項を調査審議させるため必要があるときは、専門委員若干人を置くことができる。

(委員)

第4条 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

- (1) 篠山特産物振興に優れた識見を有する者
- (2) その他市長が適当と認める者

(委員任期)

第5条 委員の任期は、委嘱又は任命の日から計画策定の日までとする。

2 補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長及び副会長)

第6条 委員会に、会長及び副会長を置く。

2 会長及び副会長は、委員の互選によって定める。

3 会長は、会務を総理し、委員会を代表する。

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

5 会長及び副会長が共に欠けたときは、あらかじめ会長の指名する委員が、その職務を代理する。

(会議)

第7条 委員会は、会長が招集する。

2 会長は、会議の議長となる。

3 会長が必要と認めるときは、委員以外の者を会議に出席させ、説明若しくは報告又は

意見を求めることができる。

(部会)

第8条 委員会に、部会を置くことができる。

- 2 部会に属する委員は、会長が指名する。
- 3 部会に、部会長を置く。
- 4 部会長は、部会に属する委員のうちから、会長が指名する。

(庶務)

第9条 この委員会の庶務は、産業経済部丹波ささやま黒まめ課において処理する。

(補則)

第10条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関して必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この要綱は、公布の日から施行する。

(この要綱の失効)

- 2 この要綱は、平成18年3月31日限り、その効力を失う。

地産地消

「地産地消(ちさんちしょう)」とは、「地場生産 - 地場消費」を略した言葉で、地元でとれた生産物を地元で消費するという意味で使われる。生活者の食料に対する安全・安心志向の高まりを背景に、より積極的に、生産者は生活者が求める安全・安心な食を生産し、生活者はそれを消費することにより、生産者を支えるという好循環を築いていくことが重要となっている。

