

# 農商工連携の推進による地域経済の活性化に関する提言

平成 22 年 3 月 18 日  
日本・東京商工会議所

## 1. はじめに

### 1) 一層の低迷が懸念される地域経済

2008 年秋のリーマンショックに端を発した世界同時不況で大きな痛手を受けた日本経済は、2009 年春以降、外需に支えられた輸出・生産の回復により、一部で改善の兆しが出ている。ヒト・カネ・情報の東京一極集中もあって首都圏は比較的活気があると言えるが、地方に目を転じると、地域経済は依然厳しい状況が続いており、デフレの原因とされる需要不足や円高の進行、さらには公共事業削減もあって今後一層の低迷も懸念されている。地域では、中小企業の廃業増加、農業集落の大幅減少、商店街の低迷に加えて人口減少・高齢化等、経済規模の縮小に直結する構造的な課題・問題が深刻化しており、地域住民・企業の活力を引き出して地域に活気を取り戻すための突破口を見出すことが急務になっている。

### 2) 長期衰退傾向にある農業を取り巻く情勢変化

一方、地域において社会・文化の根幹を支えてきた農業は、高度経済成長期以降の社会・経済情勢の変化に柔軟に対応しきれず、内向きで閉鎖的な体質が維持されてきたために、長期的衰退傾向が続いている。しかし、近年、食料安全保障や「安心・安全な食」への関心の高まりを背景に自給率向上に向けた再生が強く叫ばれるようになり、また経済成長一辺倒から環境との調和がとれた経済成長への見直し機運が高まる中、循環型経済の核となる農業の重要性が再認識され、農業の現状や今後のあり方に対する国民各層の関心はかつてない程高まっている。こうした折、政府は、目まぐるしく変化する国内外の情勢を踏まえて、時代に合致した農業の再生を目指すことを目的に、新たな「食料・農業・農村基本計画」を策定しようとしている。

### 3) 地域活性化に有効な農商工連携

「失われた 10 年」と称される日本経済の閉塞状態を打破するためには、地域の再活性化が必要である。既に多くの地域において地域経済の中核をなす農業生産者と中小商工業者との有機的連携により「眠っている資源」を活用して地域経済を活性化していく取組みが始まっている。中小商工業者と農業生産者が地域資源を活用して新たなビジネスを創出していく、即ち 2 次・3 次産業と 1 次産業が一体感を持って主体的に新たな価値創造に取り組むことにより、産業フロンティアを切り開いていくことは、地域の住民・企業・農業生産者が活力を回復し、地域経済が活気を取り戻す契機になると考えられる。

### 4) 農商工連携の一層の推進に向けて

昨年 12 月末に政府が発表した「新成長戦略」(基本方針)には、『農林水産分野の成長産業化』が「6 つの戦略分野」の中の一つである『観光立国・地域活性化戦略』に掲げられている。また、地域のことは地域の住民が決める『地域主権』が「改革の一丁目一番地」と最重要政策に位置付けられていることから、地域の中小商工業者と生産者が地域の潜在力を引き出して「経済力」にしていく農商工連携は、現実的でタイムリー

なテーマであり、農業再生を目指していく絶好のタイミングと考える。

当所は、新たな「食料・農業・農村基本計画」が策定されるのに合わせ、農商工連携の成功が農業再生への一里塚となり、さらには地域経済活性化に繋がるとの考えに立って、提言を取りまとめることとする。

## 2. 日本の農業を取り巻く構造問題と最近の動き

農業の振興を巡って、これまで他産業との格差是正や国際規律への対応、さらには次世代の課題を睨んでの政策が策定・実施されてきた。しかし、こうした対応にも拘わらず内外情勢の変化のスピードに十分対応しきれずに、「手厚い保護」「補助金漬け」等と形容される内向きで硬直的な対応に終始したことが構造的な問題を生んだと言われている。

農業および農業生産者が直面している構造的な課題・問題としては、以下の点が挙げられる。

### 食の多様化による米消費量の減少と食料自給率の低下

経済成長により生活水準が向上して食の欧米化・多様化が進行、これに伴い主食である米の消費量は大幅に減少した。逆に、米以外の穀物や畜産・乳製品の消費量が増加して食料・食品輸入が増えた結果、食料自給率はカロリーベース・生産額ベースともに低下した。

### 厳しさ増す農業経営の環境

米の需給バランスが悪化して価格が大幅に低下、米の生産者の収入が減少したこともあって若者の農業離れが一層深刻化し、その結果、生産者の高齢化が進行した。また、気候変動の激化が農業生産に及ぼす影響が無視できなくなってきており、生産者の経営環境はますます厳しくなっている。

### 減反政策による生産現場の混乱 - 耕作放棄地増加

米の受給ギャップを生産調整（減反政策）で解消して消費者価格の下落を抑えるという価格政策が、生産者の労働意欲に悪影響を与えて生産現場に混乱をもたらし、また耕作放棄地の増加を招いた。

### 生産性の停滞

大規模化を目指した農地政策については、既得権者との調整や兼業・小規模農家対策が中途半端で、土地集約が進まず、農業の生産性は対製造業比で停滞している。

### 不十分な輸出市場の開拓

米や一部果実が輸出され、成長著しい中国・アジアにおいて高い評価を得ているが、ギフト需要や一部富裕層向けに止まっており、市場開拓は不十分なままにある。

こうした問題・課題の解決に向けて様々な動きが出てきているが、生産現場や流通段階での最近の動きとしては、以下の事例が挙げられる。

～消費者の嗜好・ニーズの変化・多様化への対応～

米の消費増への取組みの拡大

減反への対応と米の消費拡大を目的にした米粉の利用拡大に向けて、各地において生産者単独、あるいは生産者と中小商工業者・大企業との協力により、消費者の嗜好やニーズに合った商品の開発が進みつつある。

直売・アンテナショップの活況

新鮮な生鮮食品や地域特産品を必要な時に購入したいという消費者の要望に応えるビジネスモデルとして、生鮮食品の産地直送や直売、地域特産品のアンテナショップが増加傾向にあり、消費者から一定の支持を得ている。

取引・生産情報収集のためのインターネット活用

インターネット活用による生鮮食品の受発注・販売が急速に拡大し、地域の農産物・加工食品でヒット商品が相次いでいる。また、予めインターネットで消費者からの注文を受けた上で生産を行う生産者も出てきている。

発想の転換による生産性の向上

「訳あり商品」「規格外商品」の流通が日常化、消費者の「見た目よりも安さと食味」との理解が進み、売れ行きは上々で、その結果、生産現場での歩留まりが改善して生産性は徐々に向上している。

安心・安全な食品への取組み

「安心・安全な食品」への要求の高まりに伴い、生鮮食品においては「顔の見える商品」というコンセプトが定着、また植物工場で生産される葉物野菜への消費者の支持が高まり、消費が着実に拡大している。

～経営環境・社会情勢の変化への対応～

集落営農の増加

作業の共同化・機器設備の共同利用・集落一体化等による集落営農の組織化が進捗、地域の農地維持・経営規模の拡大・高付加価値化・経営の多角化・生産性向上等で成果を上げている。

耕作放棄地対策の取組み

耕作放棄地解消に向けた取組みとして、住民・自治体・農協・NPO・農業法人・企業等様々な主体による土地有効活用の動きが全国各地で展開されており、農村振興や地域住民の活力回復をもたらす事例が出てきている。

中国・アジア市場開拓の動き

農業組合法人が事業の多角化として輸出や現地販売への取組みを開始する事例や、自治体・生産者・商工会議所等が連携して地域特産品の特卖会等販促イベントを開催する事例が徐々に増えてきている。

新規就農の増加等若者の農業への関心の高まり

若者の新規就農や大学での農業サークル活動に見られるように、若い世代における農業への関心が高まっている。

(「消費者視点」がキーワード)

生産現場では規模拡大や生産性向上に向けた取組みが徐々に進んでいるが、今後の農業の在り方を考える上で最も重要なことは、「いかにして消費者のニーズに的確に対応していくか」という問題意識である。「人が生きていく上で欠かせない食料を担う唯一の産業」とされる農業といえども、消費構造や消費者行動の変化に的確に対応するという「消費者視点」がなければ収入を増加させることは難しく、ますます厳しくなると予想される国際競争で勝ち残っていくことはできない。

こうした中、独自の情報収集により消費者行動の変化に的確に対応して革新的な生産体制を構築している生産者や、商工業者が持つ消費者情報を活用して効率的・効果的な生産に取り組む生産者が現われている。特に後者が「農商工連携」の典型事例であり、農商工連携は生産者に「消費者視点」の意識・マインドを促す契機になるものと位置付けられよう。農業を取り巻く情勢の劇的な変化を考えると、新たに策定される「食料・農業・農村基本計画」では、「消費者視点」を基本理念に据えるべきであり、「消費者視点」こそが今後の農業の再生・成長産業化のキーワードになると考えられる。

(連携から企業体への発展を)

国の活力の源泉である「食」を支え、また「国のかたち」の基盤となる農業の重要性に鑑み、商工会議所においても、生産現場と消費者をつなぐ役割・機能を十二分に発揮して生産者との連携による地域資源の有効活用に取り組む。そうした連携を幅広い分野で消費者ニーズに的確かつ効果的に対応する企業体に発展させることにより、農業とのWin-Win関係を確固たるものとし、それが地域経済の活性化をもたらし、ひいては国全体の活力の増進につながるものとする。

### 3. 農商工連携の現状と事例を通じての問題認識

農商工連携の現状については、下記の点が挙げられる(当所政策委員会がヒアリング・アンケート等を実施。概要は別添)

#### 1) 農商工連携推進の課題が浮き彫り<委員会ヒアリング結果>

##### キーパーソンの存在が連携事業の鍵

栃木県の小山商工会議所「かんぴょううどん」、東京都板橋区のハッピーロード大山商店街振興組合「地域産品アンテナショップ」においては、関係者を取りまとめ、情熱を持って事業推進に当たるプロモーターの存在が、事業成功の最大の要因である。

##### 人的交流を通じた迅速な情報交流

モスフードサービス・イトーヨーカドーとともに生産者との相互理解に基づいた信頼関係の構築に腐心。また、生産者と販売・営業現場のスタッフとの人的交流を通じたスピーディーな情報交流にも注力し、現場の実態を理解したうえで生産に当たるという仕組みを設けたことが事業性向上につながっている。

### 農協側の農商工連携への関心・参画は依然低調

全国農業協同組合中央会(ＪＡ全中)は、農業所得水準の低下、高齢化や将来の担い手不足等現状に強い危機感を持ち、付加価値創造の重要性を認識している。しかし、これらへの対応策はやや具体性に乏しく、また「食料安全保障」の名の下に政府に一定の保護・支援を求めてきている。国際化への対応では、輸出促進に向けた取組みの必要性への認識が深まっていることは前進だが、貿易自由化交渉へのガードは依然固い。農商工連携については、ＪＡ全中は推進に向けての取組みを進めつつあるが、各地農協が関与する事例は未だ少ない。

### 連携事業支援人材の強化が全国展開に不可欠

シンクタンクの農商工連携支援専門家の経験談からは、地域資源発掘の糸口を提供して資源活用への取組みの基礎づくりをリードするコーディネーター、また、連携事業の枠組みが固まった段階でのプロデューサー・プロモーターの役割の重要性が確認された。こうした役割を担える人材のデータベース「人材バンク」を充実させて、バンクに登録されたコーディネーター等が効率的・効果的に活動できるシステムを構築することが連携事業の「点から面への拡大」の成否の鍵を握る。

## **2) 生産者側の積極参画への期待が強い<アンケート結果>**

各地商工会議所向けに実施したアンケートの集計結果は以下のとおり(事例を含め詳細は別添)。

\* 回答率 41.5%

\* 35.5%が実施中、29%が検討中。他方、31.8%が実施せず実施予定もなし。

\* 実施事業：新商品開発、セミナー・交流会、販路開拓支援、農協等関係団体との協議会設立、等

\* 事例：地域特産品を活かした新商品開発、農業体験等を通じた観光振興、海外での特産品拡販等の事業が進められており、事業案件は着実に増加している。

\* 課題：関係者の相互理解不足、取組みへの意識の低さ、農協・行政との連携不足、補助金の使い勝手の悪さ、農協の役割の見直し、業種転換による農業参入の難しさ、等

\* 行政への要望：補助金・助成金の改善(増額・対象拡大・手続き簡素化等)、自治体・関係機関による連携事業への参画・協力、農林水産政策の周知、等

## **3) 連携支援・推進人材が鍵<現地ヒアリング結果>**

札幌・栗山・江別・苫小牧各商工会議所および北海道商工会議所連合会よりヒアリング。

地域資源活用による地域ブランドづくりが道内各地で展開されている。道内最大の消費市場を持つ札幌では米・大豆を活用した新商品開発への取組みが進んでいるが、全般的には農業サイド、特に農協から十分な協力が得られないケースがあり、各商工会議所は事業の仕組みづくりに苦労している。着実に進行している事例を見ると、農業サイドのやる気を引き出して農商工の円滑な連携関係をまとめあげるリーダーが必ず存在する。連携事業を創出・推進する上で人材の確保・養成が不可欠であることが指摘された。

#### **4)革新的生産・商品製造で成果を上げる生産者も出てきている<外部セミナーでの紹介事例>**

鳥取県の「有限会社田中農場」では、作物が自然に育つ環境をつくることを基本とし、約20年かけて借地を集積。堆肥等の有機物を使用した栽培米を栽培し、独自のルートで全国各地へ販売。また、農産物を原材料とした加工品（酒米・黄粉・酒まん・黒豆茶等）の製造販売も手掛けて成功を収めている。一方、石川県の「金沢大地」は土地利用型大規模有機穀物生産を推進し、有機栽培された農産物を材料に、納得いく製法で作られた安全で美味しい食品の通信販売も手がけ、根強い支持者を持って好調な販売を続けている。

#### **5)技術革新で「安心・安全」を求める消費者に応える植物工場<アンケート結果・外部セミナーでの紹介事例>**

松戸市の「株式会社みらい」は店舗内の植物工場で生産した野菜を店頭で販売し、また、亀岡市の「株式会社スプレッド」は生産効率向上により国内最大規模の生産を行っている。先進的な「工」の技術と、自ら需要家となるか、需要家との橋渡しの機能を持つ「商」との協力により安心・安全で透明性の高い商品生産を実践する「植物工場」は、自然との戦いという農業生産の弱点をカバーする側面を持っている。技術開発の進捗や生産コストの低減により今後着実に普及していくと見込まれ、雇用の受け皿に成長するとともに、生産システムについては砂漠・寒冷地域等向けの輸出ビジネスに発展していくことが期待される。

## **4.農商工連携のメリット**

農商工連携事業はスタートして未だ日が浅いこともあり、地域経済の成長を牽引するまでには至っていないものの、生産者の意欲を喚起して地域の活力回復の契機となり、また一定の雇用を創出して地域経済に貢献しつつある事例も出てきている。各地商工会議所からのアンケート結果や政策委員会でのヒアリング結果、さらには最近の動き等から、農商工連携のメリットを挙げると以下のとおりである。

### **1)生産者の視点・意識変革による「安心・安全で、売れるモノづくり」の実践**

生産者が消費者の嗜好やニーズに関する情報を的確かつタイムリーに入手できるようになり、そうした情報に基づき消費者視点に立った計画的・戦略的な生産体制が強化される。

### **2)取引慣行の改善や的確なリスク管理による経営の安定化**

古い体質に根差した取引慣行の可視化・透明化を図って契約取引に基づく計画的な生産体制を構築し、また自然との戦いという不確実性の下で、短期的な視点に加えて市場の動向を踏まえた中長期的視点でのリスク管理による効率経営を実践していくことで経営の安定化が進む。

事例：倉敷青果荷受組合「JA」と連携した数量調整による契約取引のリスク軽減」等

### **3) 新たな発想による付加価値創造**

新たな地域資源の発掘が喚起・促進され、資源活用に際して既成の枠組みを超えた発想に触れる機会が増えて斬新な商品開発への取組みが加速する。また、既存の資源の新たな価値発見、新商品生産におけるストーリーづくりやブランド構築による付加価値創造が促進される。

事例：美唄商工会議所「ハスカップネットワーク事業」  
ひたちなか商工会議所「ほしいも学校プロジェクト」 等

### **4) 流通機能の強化による販売機会の拡充・多様化**

物流の近代化・効率化やIT活用による情報化への対応により、直売・通販等販売ルートを増やして国内消費市場へのアクセスが容易になるとともに、国際競争の意識も高まって輸出機会創出の可能性が広がる。

事例：松江商工会議所「NEW松江菓子海外事業展開」  
鹿児島商工会議所「鹿児島ビジネス市場」  
佐伯商工会議所「世界一・佐伯寿司海外展開プロジェクト」 等

### **5) 生産・加工・販売の一体化や他分野との融合・複合による新たな雇用受け皿の創出**

生産・加工・販売の一体化の促進や、今後成長が期待される分野～健康・観光・教育・介護等～との融合・複合により、生産者の創意と工夫を活かす場が増えて生産現場の士気が高まり、新たなビジネスモデルの創出や雇用の拡大につながる。

事例：小松商工会議所「新・食紀行南加賀～育て・学べ・遊べ～」  
山口商工会議所「第6次産業推進事業情報交換会」  
株式会社伊藤園「JAと連携した茶産地育成事業」 等

### **6) 生産者・商工業者ネットワーク構築による地域経済基盤の強化**

生産者と商工業者、あるいは農協と商工会議所等経済団体との相互信頼に基づくネットワークが構築されることで、消費者の嗜好や生活スタイルの多様化に沿った多種多様なビジネスチャンスの掘起しが進み、地域経済活性化へのシナジーが増幅する。

事例：滝川商工会議所「滝川地産地消ふるさとづくり協議会」  
宇都宮商工会議所「うつのみやアグリネットワーク」  
豊後高田商工会議所「産業連携による昭和の町をハレの場とした特産品開発プロジェクト」 等

### **7) 「食」を起点とした農業再生の国民的運動への基盤づくり**

地産地消という草の根の活動、食育や食文化の伝承という教育・文化活動とも結合させて推進することで、農業再生に対する国民一人一人の意識・関心を高めて国民的な運動につなげ得る。

事例：松江商工会議所「農商工連携促進事業（食育を絡めた加工食品開発等）」 等

以上のようなメリットを認識した上で生産者と中小商工業者が一体感をもって連携事業を実現することが地域経済活性化に役立つと考える。

## 5 . 農商工連携推進に向けての商工会議所の取組み、呼びかけおよび提言

### 【商工会議所における取組み】

日本商工会議所は、各地商工会議所による農商工連携事業の創出・推進への支援を強化し、また可能な限り地域間格差を解消して全国的な底上げを図っていくことに主眼を置き、以下の施策を実行していく。

#### 1) 各地商工会議所に対する支援強化

各地商工会議所を対象として、農商工連携の重要性についての認識の徹底と事業案件創出のノウハウや各種支援策の活用等連携支援のレベルアップを目的に、研修を実施する。また、各地の連携事業のデータベースを構築し、商工会議所ネットワークにおいて情報の共有化を進める。さらに、各地での範となる優良な、あるいは目覚ましい成果を上げた連携事業を表彰する顕彰制度の創設を検討する。

#### 2) 生産者との定期的情報交換の実現

農商工連携事業の創出・推進に携わる人材の確保・育成への共同取組み、および相互理解のための意思疎通を目的に、中央・地方で定期的に情報交換を行う。

#### 3) マッチング事業の継続開催を支援

経済産業省・農林水産省の主催によって各地で開催されているマッチング事業に対し、商工会議所として従来以上に効率的・効果的な支援を行う。また、マッチング後のフォローアップに努める。

#### 4) 周知活動の推進

全国的な運動を醸成することを目的に、メディアと連携して各種イベントを企画実施する。また、担当省庁の地方出先機関やメディア地方支局との連携により、地域における草の根的なイベント展開に注力する。さらに、地域における食育や食文化の伝承に関する活動にも農商工連携の視点で参画していく。

### 【生産者・団体への呼びかけ】

#### 1) 農業経営における「消費者視点」への意識の転換

農業の衰退に歯止めをかけて地域経済の活性化をもたらすことが期待される農商工連携を進める上で最も重要なことは、農商工業者それぞれが供給者視点から消費者＝需要者視点へ意識を転換することである。本委員会のヒアリングにおいても、全国農業協同組合中央会（JA全中）から新時代の生産・販売戦略の中で「消費者視点」にも留意していくとの考え方が示された。今後、生産現場で農商工連携が着実に実践され、地方組織の意識改革・行動変化につながるようJA全中による一層の指導・支援が期待される。また、上記2) 3) 4) については生産者・団体の協力・協働が不可欠であり、具体的推進のための協働体制構築に向けて生産者・団体の積極的な取組みを求めたい。



## **2) 各地農協の農商工連携への積極的な取組み**

イトーヨーカドーの事例で示されているように、当該農業法人が円滑に経営を進めている最大の要因は、企業が地元との調和に配慮した運営に努めていることに加えて、地元農協が積極的に協力して事業に参画していることであり、農協の指導の下で生産者と企業が一体感をもって法人経営に当たっていることである。こうした農協の取組みが全国に拡大していくことが強く望まれる。

## **3) 環境配慮型農法への積極的な取組み**

環境配慮型の有機農法への消費者の関心は非常に強く、より安全で美味しい商品に対する購買行動が顕著になっている。生産者・団体はこうした現実を目を向けて、環境配慮型の農法を推進する体制を強化するとともに、農商工連携を活用する方策を検討していくことを求めたい。商工会議所としても、環境重視の観点から協力していきたい。

## **【政府に対する提言】**

### **1) 「消費者視点」からの経営に資する環境づくり、価格政策実現**

以上見てきたとおり、これまで生産者・団体に欠けていたのは「消費者視点」であり、消費者視点からの経営を実践していくための環境づくりなしには農業の再生は「絵に描いた餅」に終わることを十分認識する必要がある。特に、米価は生産調整(減反政策)により高水準に維持されてきたが、これは消費者に過度の負担を強いるものであり、消費者視点で見れば価格政策は是正を要すると考える。

### **2) 貿易自由化に対する的確な対応**

また、貿易拡大を基盤にした経済政策により戦後の高度成長を達成したわが国が、現在協議中の国際的な貿易自由化の枠組みから離脱することは許されない。「新成長戦略」(基本方針)に掲げたアジア経済戦略の実現を目指す上でも、農業を含めた貿易自由化に的確に対応していくことが不可欠である。

### **3) 農商工連携支援策の一層の充実**

「安心・安全」「鮮度重視」「食味へのこだわり」等消費者の嗜好の多様化や高度化、さらには国際競争等ますます厳しくなる環境の下では、農商工連携事業により地域特産品・地域ブランド品等「地域ならではの商品」を創出する取組みを全国各地に拡充することが、農業が抱える構造的な課題を解消していくことにつながり、農業の再生と地域経済力の増進をもたらすと考える。各地で実施されている事業を中長期視点で育み、全国的な底上げが実現するよう各種支援メニューの一層の充実が不可欠である。

### **人材の確保・育成支援策の創設**

農商工連携事業を点から面へと全国に拡大していくには、プロデューサー・コーディネーター人材を確保・育成し、これら人材が効果的かつ円滑に活動できる環境づくりや制度整備が極めて重要である。

特に、プロデューサー・コーディネーターを目指す若手人材の育成は喫緊の課題である。このため、各省庁の関連施策を束ね直し、中長期視点から農商工連携に特化した総合的な人材確保・育成支援策を創設されたい。

### **既存支援策の一層の拡充および柔軟な運用**

農商工連携支援に関する政府予算を増額させるとともに、全国的な底上げに結びつくよう支援策のより柔軟な運用を進められたい。

）事業支援の補助率引き上げ

資金が乏しい生産者・事業者にもできるだけチャンスを与えるという考え方に立った補助率の引き上げ

）提出書類の絞り込み等現場の事務負担軽減

）業種転換による農業参入にチャレンジする中小商工業者への支援策強化

）経済産業省ならびに農林水産省が各地で開催・推進しているマッチング事業の継続および生産者の積極的な参画促進

）産地・消費地という関係のみならず、食育にもつながる都市と農村の人的交流や観光交流等の促進

### **【地方自治体に対する提言】**

「地域主権」の下では、現場により近い地方自治体の農商工連携における役割が、一段と高まると考えられる。地方自治体は、下記のとおり農商工連携への支援拡充をより一層強力に進められたい。

- 1) 生産者と商工業者間のマッチングや生産ネットワーク拡充等への支援
- 2) 耕作放棄地の有効活用策を含めた農地の利用促進策の拡充
- 3) 生産現場での技術革新・環境対策等に関する積極的な支援・参画

以上

平成22年度 第14号 平成22年 3月11日 第613回常議員会決議
---

## 政策委員会 ヒアリング概要

テーマ	講演者	講演骨子
(7/30) セブンファーム富里	(株)イトーヨーカ堂 青果部 セブンファーム開発担当 チーフデストリビューター 久留原 昌彦 氏	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 生産・流通・販売の一貫協力体制の下で新たな仕組みを構築</li> <li>* 地元生産者・JAの協力を受け、地元の特性や実情に応じた展開を推進</li> <li>* 農地法に基づいて認定農業法人を設立し、出資者が各々の立場のノウハウを生かして協力</li> <li>* 地元の緊密な協力を得ているものの耕地面積拡大に向けた土地集約には苦労</li> <li>* 生産の実態と消費者のニーズを双方に伝え合う媒介としての企業の役割が効果的に機能すれば生産者・消費者双方にメリットを生む体制が出来上がる</li> </ul>
(7/30) 農商工連携の課題と事例 ～モスフードサービスの取組～	(株)モスフードサービス 商品開発部 購買戦略グループ 由井 誠一 氏	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 安心安全な食品への消費者の嗜好を踏まえ、「顔の見える野菜」づくりを目指して産地指定野菜の全国導入を推進</li> <li>* 協力生産者と共同で農業生産法人を設立し、安定供給体制を構築</li> <li>* 優良農地確保、農業経営、雇用人材の労務管理の難しさに直面</li> <li>* 店舗と産地を繋ぐことにより消費者のニーズを生産者に直接伝えて生産意欲を刺激</li> </ul>
(9/29) 農業情勢とJAグループの 基本的な考え方	全国農業協同組合中央会 常務理事 前嶋 恒夫 氏	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 新たな基本計画への基本的な考え方 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 水田農業・酪農・砂糖などを中心に食糧安全保障を国家戦略として明確に位置づけること</li> <li>- 市場における政府の適正な役割の発揮、及び新たな規制のシステム構築</li> <li>- 農業所得増大により農業・農村に元気を取り戻す</li> <li>- 農地の利活用と担い手の確保・育成による食料自給率強化を図り、食料自給率50%達成を目指す</li> <li>- WTO農業交渉に品目別政策見直し <ul style="list-style-type: none"> <li>* 新たな農産物貿易ルール策定への取組を基本としつつ、WTO農業交渉における規律との整合性を踏まえた見直しの推進</li> <li>* 農業経営の安定・農業生産額の拡大・自給率目標の実現に資する品目別政策等を構築</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>* 農商工連携への取組経過 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 約100JAがパートナーとして地域力連携拠点と連携</li> <li>- 約250件が事業認定を受け、JAが連携事業者となっているのは16農協、18事例</li> <li>(地域の農畜産物の特性を活かす新商品開発・販売拡大での農商工連携が大宗)</li> <li>- 直近のJA調査結果では、全国JAの44%が農商工連携に取組んでおらず、今後も取組む予定がないと回答</li> </ul> </li> <li>* 農商工連携取組における課題 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 情報交換・共有の場づくり</li> <li>- 農と商工との相互理解増進のための仕組みづくり</li> <li>- コーディネーター機能を発揮し得る人材・事業者発掘</li> </ul> </li> </ul>
(10/22) 全国ふる里ふれあいショッ プとれたて村について	ハッピーロード大山商店街 振興組合 理事長 小原 貢久 氏	<ul style="list-style-type: none"> <li>区の姉妹・友好関係にある地方都市との交流を基礎にした物販を推進 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 人的交流実行により心の通った直販体制に進化</li> <li>- 商店街内店舗との共生、一層の賑わいづくりに成功</li> </ul> </li> </ul>
(10/22) 「かんぴょう」の食文化と 「かんぴょううどん」開発に ついて	小山商工会議所 事務局長 大関 幸秀 氏	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 地域資源発掘・活用に際しての産学連携により、一定の科学的根拠に基づき活用資源を選定</li> <li>* ロゴ作成、うどん加工・製品化における地域コーディネーターとしての商工会議所の機能発揮</li> <li>* 製品拡販での県市挙げての推進体制構築</li> </ul>
(12/10) 地域資源を活用した農商 工連携事業の取組状況と 課題	(株)日本総合研究所 総合研究部門 首席主任研究員 金子 和夫 氏	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 連携事業を成功に導くキーポイント <ul style="list-style-type: none"> <li>- 事業推進のキーパーソン(プロデューサー・コーディネーター)発掘</li> <li>- マーケットインの発想によるモノづくり戦略策定</li> <li>- 連携当事者以外の外部の目による評価、新たな視点の取り込み</li> <li>- 顧客ターゲットの明確化</li> <li>- 綿密なブランド戦略の策定</li> <li>- 効率的で効果的な市場調査と販路開拓</li> <li>- 知財戦略にも配慮</li> </ul> </li> <li>* 課題 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 高付加価値・高価格商品の販路開拓の難しさ</li> <li>- 大企業の地域資源活用戦略との擦り合わせ</li> <li>- より多数の案件の発掘・頭だし</li> <li>- 事業の評価とバージョンアップへの支援体制</li> <li>- 海外市場開拓への支援</li> </ul> </li> </ul>

# 「農商工連携事業に係るアンケート調査」概要報告

## ・回答数

214 商工会議所（回答率：41.5%）

調査期間：平成21年9月29日～平成21年10月30日

## ・調査結果概要

### 1. 農商工連携事業を実施しているか

	回答数	割合
実施している	76	35.5%
検討中	62	29.0%
過去に実施していたが、現在は実施していない	8	3.7%
全く実施していない（予定もない）	68	31.8%
合計	214	100.0%

### 2. 事業を実施している場合

実施している事業（詳細は別紙参照）

- ・ 特産品を活かした新商品開発
- ・ 企業や生産者を対象とした農商工連携セミナー、交流会、相談会の開催
- ・ 販路開拓支援（通信販売、商店街での直売所設置、相談会の開催）
- ・ JA等関連団体との協議会の設立
- ・ 農業体験等による観光振興 等

事業を実施する上での課題

- ・ 商工業者と農業者の相互理解の不足
- ・ 商工業者と農業者の農商工連携に対する意識がまだ低い
- ・ 異業種のため関係者のコンセンサスを得るのに時間とエネルギーがかかる
- ・ 商品を量産する上での農作物の生産量確保
- ・ 販売体制の確立
- ・ 農協、行政との連携が不十分
- ・ 広域事業のため行政区域をまたがる場合に調整が必要
- ・ 補助金の使い勝手が悪い（資金用途の制限、単年度補助のため継続が困難 等）
- ・ 農林漁業者が農商工等連携事業計画の申請書を作成することは困難 等

行政等に対する要望

- ・ 補助金・助成金の改善（補助金の増額、対象事業の拡大、複数年度化、提出資料の簡素化 等）
- ・ 連携体への行政の参画
- ・ 行政機関間の連携
- ・ 農協、漁協への政策の周知 等

### 3. 事業を検討中の場合

#### 事業を実施する上での課題

- ・事例が少ない
- ・組織、体制作り
- ・商工会議所職員の減少から新規事業に取り組みにくい
- ・事業費の確保が困難
- ・制度の周知不足
- ・案件の発掘方法
- ・販売方法の確立
- ・マッチング機会創出の支援
- ・農業へのニーズに関する情報不足
- ・特色ある産品がない
- ・農業に関する人材情報の不足
- ・商工業者と農業者のマッチング方法がわからない
- ・農家が少ない
- ・農業者とのパイプがない
- ・地元生産者や農協の協力
- ・近隣自治体との接点不足や近隣商工会議所やJAとの調整
- ・商工業者と農業者の利害関係から事業開始に向けた関係者の意思統一が難しい
- ・商工業者と農業者の相互理解の不足
- ・農産物の供給能力 等

#### 行政等への要望

- ・補助金等による資金的支援
- ・補助金の使い勝手の改善（募集期間、補助対象等）
- ・後継者育成の支援強化
- ・会議所職員を対象とした研修会の開催
- ・コンサルタント、講演会講師等の人材情報提供
- ・成功事例の提供
- ・講習会の開催等による専門家の養成
- ・農協の役割の見直し
- ・中央レベルでの農協や農林水産省等との連携
- ・自治体による連携支援政策の周知 等

### 4. 事業を過去に実施していた場合

#### 実施していた事業（取りやめた理由）

- ・特産品を使った新商品・新料理開発  
販路の確立ができなかったため  
注文が増えなかったため  
コストの面から事業化ができなかったため  
他社に先を越されたため
- ・空き店舗を活用した農業イベント等の開催  
単年度イベントだったため
- ・農作業に関する機械の開発  
開発に時間がかかりすぎたため
- ・農商工連携について検討するため商工業者による研究会を設置  
具体的な連携まで進まなかったため 等

## 5. 事業を実施していない場合

### 事業を実施していない理由

- ・特産品がない、農家が少ない
- ・農協、漁協の関心が低く、呼びかけても手ごたえがない
- ・農家との接点がない
- ・農商工連携に関心のある事業所が少ない
- ・農家の高齢化・後継者不足から新たな取り組みへつながらない
- ・相談体制は整えているが、具体的な案件がまだ成立していない
- ・すでに企業が独自に行っている
- ・財源確保が難しい
- ・他団体が実施しているため 等

### 行政等への要望

- ・長期的な補助金の確保
- ・農協との協力
- ・農協・漁協で把握している情報（例：余剰農作物、大量に取れる魚等）の開示
- ・農業事業者の情報の提供（名称・代表者・生産品目等） 等

## 6. その他

- ・農業の生産効率化に向けての土地政策が重要
- ・農業参入について国の規制、支援策について日商から各地へ流してほしい
- ・農業側の流通の仕組み、農協との付き合い方、習慣等の解説情報
- ・植物工場への参入にかかる支援制度の整備
- ・農業生産者がビジネス感覚を身につけるための教育機会の充実

以 上

## 各地商工会議所における農商工連携事業

会議所名	事業名	事業内容
旭川	旭川地域産業団体協議会	1.旭川地域産業各界の連携を密にした産業振興対策の推進 2.地域資源を高度活用した商品・サービスの開発に関する調査・研究 3.関係官庁その他関係機関に対する提案・要望 4.構成団体相互による情報交換 5.その他本協議会の目的達成に必要な事業
帯広	「とがち産業団体協議会」の設立と運営	農商工連携マッチングフェア、農商工連携新発見ツアー、経済産業局長との懇談会、ほか
滝川	滝川地産地消ふるさとづくり協議会	地産地消の研究 地元の外食・中食店に対する地場産品の利用拡大 季節ごとの市民収穫体験事業 保育所・学校給食での地産地消による食育推進 地産地消拠点の設置・検討 市民に対する地元農産物等のPR事業 地産地消認定制度の実施
栗山	栗山地域北海道産業団体協議会	栗山町における産業振興対策の推進 栗山町の一次産品を活用した新たな商品の開発や既存商品の改良・販路拡大のための調査・研究 その他本協議会の目的達成に必要な事業
	栗山地域資源活用プロジェクト委員会	栗山町における産業振興対策の調査・研究 栗山町の一次産品を活用した新たな商品の開発や既存商品の改良・販路拡大のための調査・研究 その他目的達成のために必要な事項
	美酒・美食 心酔わせる くりやま暮らし体験移住プロジェクト	観光開発
美唄	ハスカップネットワーク事業	全国生産高日本一のハスカップをいかした、新製品・新商品の開発、販路の拡大、収穫時の効率アップ(技術の向上)等に関する調査・研究。
紋別	オホーツクもんべつ産品ブランド化推進事業	地域の恵まれた素材を活かしきれない現状を改善するため、当市の地域資源であるホタテ・サケ・カニ・オホーツクはまなす牛などを活用した新たな取り組みの掘り起こしと付加価値向上を目的とした、農業・漁業・商業・観光業の連携によるネットワークを構築、「オホーツクもんべつブランド」の確立と「食と観光の連携」による新事業を展開する。
名寄	天塩川流域「なよろブランド」創造研究事業	地域資源の現状と課題、既存商品の問題点、地域資源の活用事例、ブランド形成の方向性、地域資源の活用方針などに関する勉強会
夕張	夕張経済振興会議	道の駅構想
釜石	「甲子柿」を活用した新商品開発事業	釜石地域の特産品のひとつである「甲子柿」(渋柿を燻蒸し脱渋した柿)を活用しての新商品開発。
大船渡	大船渡地域振興ビジョン策定事業	行政関係として地方振興局や大船渡市が個々に地域振興策を打ち出しているが、これらを横断的にすり合わせ、一つのビジョンとして集約する
仙台	地域力連携拠点事業における農商工連携事業	・農商工連携活用促進セミナーの開催・農商工連携促進バスツアーの開催
	林商工連携事業	宮城の間伐材や由緒正しい古木を活用し、近代的なデザインと仙台で息づく工芸技法等ものづくりとコラボレーションすることで、消費者のウォンツにこたえる日常的で魅力あふれるヒット商品を作り出すプロジェクト。
米沢	地域資源 全国展開プロジェクト事業	観光プロモーションやPRによる量的・短期的な誘客から脱却し、地元人の心や技・味などの本質にふれ、地域の良さを再認識していただく、交流を通じた滞在型・居住型の新たな観光形態へチャレンジするもの。観光を総合産業として位置づけ、地元の産業・商業・農業の連携としくみづくりをめざすもの。
会津若松	ビジネスマッチング市場	農業・商業・工業・IT業界の連携のもと、会津管内に新たな活力を創出するために、管内の新たなチャレンジを目指す企業・ITベンチャー企業との交流の場や、会津大学のもつノウハウを企業と結びつけるための情報発信の場、さらには地元実業高校の取り組み成果等、産業教育の場として開催。今年で2回目。

会議所名	事業名	事業内容
いわき	いわきのこだわり栽培トマトを使った新感覚料理づくりとマーケティング作戦	遠野町産業事業協同組合で生産するまるで果物のような甘みがあるトマトを使ったスイーツソースを開発する。さらに小名浜港の観光商業施設「小名浜美食ホテル」内のレストランでそのスイーツソースを使ったオリジナルメニューを開発することで、トマトの需要拡大とレストランの売上げ拡大を図る。開発するトマトソースは、いわきの温暖な気候を活かしたトマト原産地であるアンデス地方同様の方法で栽培されたトマトを利用する。このトマトの持つ甘みや旨みはまるで果物のようであり、スイーツソースはトマトであることを告げられるまで気がつかないほど新しい食感や美味しさを提供する。
長岡	地域力連携拠点事業	新潟県産杉と桐を使った柿渋塗装による額縁等製品の開発・販売
新津	平成21年度農商工連携推進モデル事業	健康野菜プチヴェールを使って開発したバランス栄養菓子及びパン「ぶち森シリーズ」の販路開拓とプチヴェールの乾燥化技術の研究
燕	ナノバブルを活用した植物工場ユニットの開発	ナノバブルを液肥に発生させ、野菜の促成栽培をする装置をつくり、実験する
	鉄鋼スラグの農業への利用	鉄鋼スラグを畑に蒔くと野菜等の成長が良いことから鉄鋼スラグを散布する装置を開発し、評価する
高岡	観賞用水耕栽培チューリップ商品の開発・販売事業	鉢植えと切花商品の両方の特徴を活かした新商品「観賞用水耕栽培チューリップ商品」を開発し、販売する。球根組合は消費ニーズの高いチューリップ品種の選定と高品質な球根の生産、JAと(株)堀プラスチック富山は中小企業者としてチューリップ商品の企画・製造・販売、農林振興センターは水耕栽培の技術指導を行う。
	富山湾海水を活用した陸上養殖により白子を極大化したトラフグの加工品製造・販売事業	堀岡養殖漁業協同組合は、陸上養殖により需要期に白子が最大となるトラフグを出荷する。(有)快成は、堀岡養殖に隣接する加工場で、鮮度の高い白子や鍋セット等の各種商品を製造する。また、高い特殊な冷凍技術を駆使した商品開発を行う。
氷見	氷見の海からできたワイン生産及び関連商品・サービスに関する研究	これまで廃棄していた雑魚を魚粉化し、肥料としたもので果樹の生産を行う。その果樹でワインを製造し、それにともないワインに合った新商品(魚料理)を開発する。また、それらを提供する飲食店等を含むワイナリーの経営を行う
	地域資源を活用した新商品開発に関する研究	地元の特産である「はとむぎ」を利用した新商品開発に関する研究会
砺波		市・JA・商工会議所と模索の為に話し合いをしている。何ができるか模索して、事業化を目指している。(当面は玉葱で進む予定)
黒部	黒部特産麦焼酎製造事業	当初は地ビール製造のために作っていた二条大麦の収穫量が増加しており、この麦を利用した他の地域特産品を創り出そうとスタート。県立大学が麦の発酵・醸造・熟成方法等を研究し、そこで得たノウハウを酒造メーカーに指導し製品作りをする。周知・販売について、市、商工会議所、酒販組合等で設立した特産品販売委員会にて担当する。
小松	平成21年度地域資源 全国展開プロジェクト:「新・食紀行南加賀」～育て、学べ、遊べ～	当地への誘客を目的とした農商工連携メニューの開発 農業体験 絞り込んだ誘客ターゲットへの訴求 都市圏在住の小学生とその保護者。当地の企業関係者 地元食材を使った、町歩き新名物の開発 企業や旅館から発信する「知り合いから紹介されたお取り寄せ品」ブランド野菜の頒布会 工房体験、産業遺産体験、産業観光モデルコース、の利用促進
珠洲	地元食材を使った漬物特産品開発事業	地元産品を使った漬物新商品開発
上田	地域力連携拠点事業	重点をおいて実施する支援課題 地域資源活用(製品開発) 農商工等連携 その他(人材確保及び人材育成) 創業支援
駒ヶ根	駒ヶ根市ごまプロジェクト	近年の健康ブームや機能性食品として需要が伸びている国産ごまに注目し、栽培・加工・商品開発等に取り組んでいる事業。栽培実証圃の設置及び栽培実験、栽培講習会、実需の開拓(ごまを使った銘菓づくり、ごまの販売)、国内産地の情報収集、学識経験者との連携、栽培普及に向けたPR活動等が主な事業内容である。尚、駒ヶ根商工会議所では従前より、新しい土産品の開発と個店の売上増等を目的に地元産農産物を使って菓子等を作る取り組みを行っていた中で、ごまプロジェクトの発足にあわせメンバーとして事業者と共に参画。事業の事務局は市が務めているが相互の連携の中で事業実施している。
茅野	寒晒し蕎麦推進事業	復活再生させた江戸時代に地元高島藩が将軍家に献上した寒晒し蕎麦の推進事業。



会議所名	事業名	事業内容
ひたちなか	ほしいも学校プロジェクト	「ほしいも」素材とした商品の開発を再度違う視点で見直し、実績のあるプロの発想力を借りながら従来にない視点でコンセプトを構築し、さらにマーケティング戦略展開を図る。地域資源である「ほしいも」を活用し、新たな視点でブランド化をはかり、新事業創出・新市場創出による地域企業・産業界及び地域の振興・活性化につなげる。 新規市場でのコンセプトメイキングや事業計画策定については佐藤卓デザイン事務所の指導の下に、各商品のマーケティング担当事業者が策定作業を行う。競合が激しい市場であることから、後発では機能性だけでは売れるものとならず、ライフスタイルのシーンをつくり、それを伝えることが求められるため、佐藤卓氏の指導により、綿密なマーケティング戦略を再構築し、従来にない発想でのマーケティング戦略を展開していくことで競争優位性をつくりあげていくこととする。 地域資源の価値をターゲット顧客に伝えるメッセージを形にするために、従来の発想とは違った角度から有形無形のカチを構想したもので、そのカチづくりの過程で地域の関係者が関りをもつことで、固有の価値をさらに深掘りするとともに、従来の枠を超えた発想でのビジネスプランを構築し、確固たるブランド価値を構築する。
宇都宮	うつのみやアグリネットワーク	農業と商工業との新たな連携を促進し、地域の農産物、人材、技術、その他の資源を有効に結びつけ、新たな商品、販路、地域ブランド等を創出する。
	消費者と生産者の共同参画体制による安心・おいしいベジタブルフルーツソースの開発とブランド化	栃木県産低農薬果実を使用した高付加価値ベジタブルフルーツソースシリーズ(高品位トマトケチャップ、新味覚ディップソース)の開発
川口	次世代3GYO(安行・農業・商業)プロジェクト	新たな観光開発(新たな都市の賑わいづくり) 地元農産物等の普及促進と商業活性化 安行植木プラントの更なる普及(広報活動) なお、「平成20年度地域資源 全国展開プロジェクト事業」の採択を受け、実施した補助事業を継承する「次世代3GYO(農業・安行・商業)プロジェクト委員会(第2期)」を新たに設置し、今年度を戦略策定期として捉え活動を行うものである。
市原	遊休耕田を活用した雑穀の生産と、それを使用した「雑穀で作るおかず」の開発販売。	糸の里山が提供する休耕田と雑穀栽培技術を活かし、(株)グッチートレーディングの加盟店、また既存の販売流通ルートを活用し、高きびタコソース、高きびミートソース、高きび味噌、その他雑穀おかずメニューを商品化し、新たなマーケットを開拓する。
	熱風発生機を使用した乾燥果実の生産と熱帯完熟バナナの栽培並びにそれらの出荷と販売	熱風発生機を使用した乾燥果実の生産と熱帯完熟バナナの栽培並びにそれらの出荷と販売。
八王子	新規性の桑「創輝」の育成及び商品開発と販売	平成21年度より販路拡大の面で協力。京王高尾山口駅売店に紹介・当所共済制度粗品に採用等
秦野	活力ある地域づくり連絡協議会	本市秦野駅通り拡幅に伴う農協支所地の有効利用の検討
静岡	農商工連携セミナー	農商工連携の概要、助成金の説明、事例の発表等
三島	農商工連携による異業種交流事業	農商工連携をキーワードに商工会議所会員、農業生産者らの異業種間での交流を図ることを目的にし、最初に地域資源や農商工連携の概要を学び、先進事例の紹介を5回シリーズで実施し、併せて懇親会で交流を図る。
富士宮	おから、富士ひのき、お茶	おから、富士ひのき、お茶のブランド向上、販売促進(富士商工会議所と連携)
富士	おから、富士ひのき、お茶	おから、富士ひのき、お茶のブランド向上、販売促進(富士宮商工会議所と連携)
焼津	農商工連携セミナー & 個別相談会	農商工連携事業を考えている、またはこれから行う予定のある農林水産業者と商工業者を対象として 農商工連携施策について、事例紹介、バイヤーに好まれる商品づくりについてセミナーを行った。また、希望者には、個別の相談会を設けた。今回のテーマは、「お茶と水産物を使った農商工連携」(藤枝商工会議所と連携)
藤枝	農商工連携セミナー & 個別相談会	セミナー、事例発表、個別相談会(焼津商工会議所と連携)

会議所名	事業名	事業内容
一宮	一宮地域農商工連携事業	昨年から、地域の農業と商業、工業の連携を目指し、当地の伝統食材である「切干し大根」を使った加工品の開発研究を実施。地産地消を視野に「伊吹おろし」で乾燥させる一宮名産の切干し大根を町おこしにつなげていきたい。
安城	地域特産品を活用した新商品の開発	地域特産品である「いちじく」を活用した新商品を愛知学泉大学の学生と共同で開発研究
	地域産品を使った弁当の開発	地域産品を使った弁当を愛知学泉大学の学生がレシピを考案し、市内惣菜店にて製造販売予定
春日井	『春日井サボテン』ブランド構築推進事業～春日井サボテンの活性化計画～	“実生栽培日本一”を誇る『サボテン』を地域活性化テーマとしての“地域資源”と位置づけ、観賞用のみならず、“健康食材”としての新たな付加価値を見出し、地域ブランド化を目指している。
東海	知多半島農商工連携事業	相談事業 知多半島内4商工会議所 8商工会に窓口設置調査研究事業 知多半島農商工連携推進協議会 設置情報提供事業 シンポジウム開催
大府	知多半島農商工連携事業	相談事業、調査研究事業、情報提供事業
大津	地域力連携拠点事業	経営指導員と地域力連携拠点事業の応援コーディネーターとが連携して、管内企業が計画する農商工連携に係る国および県の施策推進上の支援を行う。
岸和田	岸和田おみやげ委員会	岸和田のみやげとしてお菓子他があるにはあるが、特にこれとは言われるものがない。岸和田のおみやげとして、海から山までである岸和田に相応しいおみやげの開発を考えた。農商工連携した、水ナスと地酒とちりめんじゃこのセットを開発。順次、新しい組み合わせによるみやげ物を開発したいと考えている。
泉佐野	農商工連携セミナー	
守口門真	農商工連携会議	農協、JAの職員を招き、情報交換を行う。
和泉	地方の元気再生事業「和泉農業ヒト・モノ・カネ活用プロジェクト」	仕組みづくり(和泉農業のブランド化を目指した、農商工連携による事業体制の整備、事業性検証)とづくり(和泉農業の担い手育成)ファンづくり(和泉農業ファンづくり育成)の3つの取組を通して、「和泉農業のブランド化」へ向けた基盤づくりを目指す。
姫路	農商工が連携した姫路産砂糖復活による特産品(菓子)開発	さとうきび(竹糖等)栽培の復活 地域の農業者と連携し、地域住民や学徒・学生の体験農業としつつ、さとうきび(竹糖等)の栽培を復活する。 収穫したさとうきび(竹糖等)の製糖 農業者(さとうきび等生産者)と、商工業者が連携することにより、収穫したさとうきびを製糖する。 姫路産砂糖を使用した特産品(菓子)の開発 商工業者が相互に連携し、姫路産砂糖を使用した特産品(菓子)開発する。また、大学生と製菓学校との連携により、若者の視点からの試作品開発に取り組むことも検討する。 普及・PR活動 本事業での取り組み及びその成果物である試作品のPRのため、展示会への出展やコンクールの開催、また試作品提供による街頭アンケートの実施などを検討する。
伊丹	自然薯酒開発研究会	地元伊丹特産の自然薯と伊丹産米から自然薯のお酒を小西酒造の技術力を持って醸造し、JA六甲道の駅・小西酒造などにて販売する。
倉吉	新産業共通基盤	農産物等を付加価値化した新商品開発
松江	農商工連携促進事業	地元でとれる農産物を販売する事で新しい特産品を発掘することや、食育を絡めた加工食品の開発
	地域力連携拠点事業	農林水産業者と小規模企業等が新商品開発や販路拡大、ブランド力構築等を行なう際に必要とする情報提供や具体的な助言・専門家の派遣
	NEW松江菓子海外展開事業	松江の特産品である和菓子を米国ニューヨークをはじめ海外に販路拡大する
平田	地域資源活用委託事業(柿事業)	平田地域特産(柿)を使用した商品開発:柿を使用した洋菓子、和菓子の研究
	出雲・平田・大田商工会議所地域力連携事業(農商工連携認定:海産物を使用した商品)	農商工連携事業(認定):隠岐のアラメを使用し、佃煮加工販売

会議所名	事業名	事業内容
岡山	備前地域農商工連携促進ワーキング会議	農商工連携促進に係る情報交換 新たな事業化(商品化)の調査研究 農商工連携セミナー & 商談会の開催 国、県の農商工連携支援策への橋渡し
	農商工連携「おかやま晴々コラボ」セミナー & 商談会の開催	農商工連携により新しい事業展開を考えている企業、農林漁業者を対象に、セミナー(2日)と商談会(1日)の計3日を設けて開催
備前	特産品開発	フルーツパークびぜんで採れる果物を使ったフルーツソースの研究・開発
新見	地域資源 全国展開プロジェクト事業	『日本最古の蔓牛「竹の谷蔓」の系統「千屋牛物語」ブランド戦略』
福山	農商工連携ワークショップ	事業計画策定における、その進め方の指導と計画のブラッシュアップ
廿日市	はつかいちブランディングチャレンジ研究会	苺のブランド化事業
山口	第6次産業推進事業情報交換会	山口商工会議所内に、平成19年度に新たに第6次産業振興事業委員会を立ち上げ、生産者・加工者と消費者・使用者との情報交換会を開催する。内容としては、記念講演会(経営者からの体験事業報告)、生産者説明会(市内生産者からの体験談)、個別情報交換会を3部構成で行う。
柳井	地域資源 全国展開プロジェクト	自然薯を用いた特産品開発事業
高松	アグリビジネス創造フェア	香川県内の生産農家及び水産業者が、野菜や水産物等の食材を持ち寄り、ホテル、飲食店、食品加工業者等との出会いの場を提供することにより、農商工連携の推進を目指す。
新居浜	新居浜特産品の高付加価値試作品開発及び地域資源ブランド化事業	販路開拓、試作品開発、実証データ取得など
伊予	平成21年度 地域資源 全国展開プロジェクト事業	特産の『びわ』 & 『びわ葉茶』を使った新特産品開発
高知	地域資源活用共有会議	主に農作物の案件出し
宿毛	地域資源活用共有会議	地域資源の見直し、新製品の開発
久留米	農商工連携セミナー	農商工連携啓発事業
	くるめ富有柿プロジェクト(仮称)	優れた花粉技術を有する市内ベンチャー企業「ケイワン」が開発した付加価値の高い「種なし富有柿」の久留米ブランド化を目指す取り組み。現在「JAくるめ」「JAにじ」において試験栽培しており、今秋収穫された「種なし富有柿」を市場に投入しPRを展開する。
八女	農商工連携推進セミナー & 交流会(名刺交換会)	「食を中心にして地域資源を活用した新たな事業創出」についてのセミナーと商工業者、農業者の交流名刺交換会。
苅田		JA農産物直売所を商店街の中心へ移設誘致し、インキュベーター施設として中心市街地への集客を図っている。
松浦	お菓子の特産品開発事業	松浦の農産品(果樹)の中から1種類から2種類選び、その特性を活かした特産品(和菓子・洋菓子)の開発
山鹿	地域力の再生プラン策定事業	農商工連携による地域の特産品開発
佐伯	「世界一・佐伯寿司」海外展開プロジェクト	東九州有数の水産都市、佐伯市が誇る地域資源「佐伯寿司」を活用し、海外では中東・アジアの大都市に店舗展開し、国内では寿司の新商品開発を行い通信販売や大都市圏でのテイクアウト寿司展開によって、“世界一”の寿司ブランド育成を図る。
津久見	みかん等柑橘類の加工品開発及び販路開拓	津久見市のみかん等柑橘類を独自技術で加工した、香り豊かで、色鮮やかな果皮を活用し、加工品の開発及び販路開拓を行なう
豊後高田	産業連携による昭和の町を「ハレの場」とした特産品開発プロジェクト	さまざまな地域資源を活用し、産業連携により新たな特産品の試作品開発を行い、年間30万人超の観光客が来訪いただく「昭和の町」商店街においてショールームの機能を発揮し、さらなる販わいの創出を図る。
延岡	のべおか地域ブランド推進会議	延岡市の地域資源を活用して特産品や観光資源のブランド化に取り組む。新商品等の開発 開発した商品の売り込みPR 販売促進の為にセミナー開催 生産体制とマーケティングの確立

会議所名	事業名	事業内容
鹿児島	鹿児島ビジネス市場	県内企業の相互交流とビジネスチャンスの創出を目的に、平成20年度は「フードビジネス・アグリビジネス」をテーマに食料品に関わる製造業や農産物生産者、サービス業の88名が参加。11社が会社の概要や商品内容について1社5分のプレゼンテーションを行う。その後販路拡大に向けた商談や情報交換を行った。
南さつま	ストーリーのある商品(ブランド)と南さつまを想う人々を融合させた南さつま新プロモーション	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ストーリーのある商品作り</li> <li>2. 商品毎のネットワーキングのデザイン、実施(語り部の確保と育成、語る場の演出)</li> <li>3. ホームページの開設(南さつま市を知ってもらう)</li> <li>4. 南さつま市への招待ツアーの実施(南さつま市に来てもらう)</li> </ol>