

第2次上天草市総合計画に関するアクションプラン
【産業部会】

※「検討・準備プラン」については企画政策課も共同で検討業務にあたる。

プラン		主幹担当
アクションプラン1 『農地活用と就農者育成を一体的に展開できる支援体制の確立』	検討・準備プラン	農林水産課
アクションプラン2 『水産業の基盤強化(漁業者の確保・育成/藻場の育成)』	実践プラン	農林水産課
アクションプラン3 地元産品のブランド力強化策① 『ブランド認証制度の改善による地元産品の販売力強化』	実践プラン	産業雇用創出課 ブランド推進協議会
アクションプラン4 地元産品のブランド力強化策② 『プレミアム産品のセットアップ商品(コラボギフト)開発による地域ブランドとしての販売力強化』	実践プラン	産業雇用創出課 ブランド推進協議会
アクションプラン5 『観光をプラスした「生産現場を見せる」農産物、水産物の販売促進』 ※観光部会アクションプラン6との連動を検討	検討・準備プラン	産業雇用創出課 ※観光おもてなし課
アクションプラン6 『売れるブランド商品の開発・販売拡大に向けた生産者・事業者のスキルアップ研修講座の開設』 ※観光部会アクションプラン9との連動を検討	検討・準備プラン	産業雇用創出課 ※観光おもてなし課
アクションプラン7 1次産業への関心を高め新たな生産者を誘致する方策①『地元小中高校生の1次産業への関心喚起』 ※観光部会アクションプラン11、教育部会アクションプラン4との連動を検討	実践プラン	農林水産課 観光おもてなし課 ※学務課
アクションプラン8 1次産業への関心を高め新たな生産者を誘致する方策②『県外、都市部等の1次産業生産者の人材発掘・育成』	検討・準備プラン	農林水産課
アクションプラン9 『ブランド産品の開発～加工に対する戦略的な基盤の強化』	検討・準備プラン	産業雇用創出課
アクションプラン10 『販路拡大に向けたさんばーる事業部機能の拡大』 ※観光部会アクションプラン7との連動を検討	検討・準備プラン	産業雇用創出課 ※観光おもてなし課

I. 全体計画

1. 分野全体における達成目標

(1) 第2次上天草市総合計画における位置づけ

《最重点戦略》

農林水産物の生産・加工商品開発・販売を拡大する

～売れるブランド産品・加工商品開発による「産業」づくり～

市内の各地域の農林水産業、商工業の活性化を図るため、農林水産物の生産、加工商品の開発を強化し、市内での観光需要の拡大、市外への流通・販路の拡大と連動させた「売れる」生産体制・加工（製造）体制を拡大します。

目標指標 (成果指標)	6次産業化による経済効果 目標値(H35年度) 50億円増加(平成26年度比)
----------------	--

〈施策・アクション〉

農林水産業の生産基盤の強化	
施策 8	流通・販売と一体となった「売れる」産品の生産体制拡大
	アクション18. 物産館さんばー等に直結した生産－販売体制づくり
	アクション19. 付加価値の高い「売れる」1次産品の生産・産地化
	アクション20. 地産地消の推進
施策 9	生産者の担い手育成、経営力のある組織体制の強化
	アクション21. 農林水産業の経営基盤の強化
	アクション22. 新規就業者の育成・企業参入支援
	アクション23. 遊休農地の活用・有害鳥獣対策の充実
市場や観光ニーズを捉えた売れる産品・加工商品の開発と販路拡大	
施策 10	農林水産業者の6次産業化支援、商工業者との連携支援
	アクション24. 1次産品を活用した商品開発
	アクション25. 生産者と加工業者との連携強化
施策 11	ブランド産品・商品のPR拡大、販売・流通チャンネルの拡大
	アクション26. ブランドPRの強化、新たなブランド産品の開発
	アクション27. 国内外の企業とのマッチングによる産品の流通・販売チャンネルの開拓
施策 12	加工商品の製造拠点の充実
	アクション28. 製造拠点の充実(拠点整備/食品加工業等の企業誘致)

2. アクションプランの展開方針

◎最上位目標 : 農林水産物の生産・加工商品開発・販売を拡大する ⇒ 6次産業化による経済効果 目標値(H35年度) 50億円増加(平成26年度比)

■目標達成に向けた今期のアクションプランの展開方針(戦略的ポイント)

方針1. 1次産業の生産者の育成・確保

方針2. 販売拡大につながるブランド商品・商品の確立

方針3. 6次産業化に向けた生産者・事業者のスキルアップ

- ◎ 生産基盤・体制の強化による産品・商品の供給力を高めることを優先する
- ◎ 上天草市の主力ブランドに対する集中的な生産～加工～販売体制の確立をめざす

◀10年間の計画期間における施策別事業展開フロー▶

	第Ⅰ期(H26～28年度)	第Ⅱ期(H29～32年度)	第Ⅲ期(H33～35年度)
農林水産業の生産基盤の強化	1次産業の担い手人材・組織の育成・拡大 販売と連動した収益力のある生産基盤の整備	供給体制の充実(生産・販売ラインの拡大) 市場における販売力の高い産品づくり	新たな市場へのPR・販売拡大による収益拡充 安定した1次産業の雇用・生産体制の確立
施策8 流通・販売と一体となった「売れる」産品の生産体制拡大 アクション18. 物産館さんばー等に直結した生産～販売体制づくり アクション19. 付加価値の高い「売れる」1次産品の生産・産地化 アクション20. 地産地消の推進	■さんばー等における販売拡大のための環境整備 ■ブランドとなる1次産品の産地化 ⇒アクションプラン3 ブランド認証制度の改善による地元産品の生産・販売力強化 ⇒アクションプラン4 プレミアム産品のセットアップ商品(コラボギフト)開発による地域ブランドとしての販売力強化 ⇒アクションプラン5 観光をプラスした「生産現場を見せる」農産物、水産物の販売促進	■生産ラインと連動した販売活動の強化	■さんばー等での販売活動の拡充 ■ブランド産品の生産・販売体制の安定・拡充
施策9 生産者の担い手育成、経営力のある組織体制の強化 アクション21. 農林水産業の経営基盤の強化 アクション22. 新規就業者の育成・企業参入支援 アクション23. 遊休農地の活用・有害鳥獣対策の充実	■農業者・組織の育成・生産基盤の強化 ■新規就業者育成・プログラムの開発 ■遊休農地の活用策の推進 ⇒アクションプラン1 農地活用と就農者育成の一体的に展開できる支援体制の確立 ⇒アクションプラン2 水産業の基盤強化(漁業者の確保・育成/藻場の育成) ⇒アクションプラン7 地元小中高校生の1次産業への関心喚起 ⇒アクションプラン8 県外、都市部等の1次産業生産者の人材発掘・育成	■販売と連動した生産基盤・体制の強化 ■新規就業者・企業参入の誘致・育成の強化	■生産・供給体制の安定・拡充 ■新規就業者・企業による生産体制の拡充
市場や観光ニーズを捉えた売れる産品・加工商品の開発と販路拡大	6次産業の担い手人材・事業者の育成・拡大 収益力・発信力のあるブランド産品・商品の開発	供給体制の充実(生産・販売ラインの拡大) 流通販売チャネルの拡充	新たな市場へのPR・販売拡大による収益拡充 安定した加工産業の雇用・生産体制の確立
施策10 農林水産業者の6次産業化支援、商工業者との連携支援 アクション24. 1次産品を活用した商品開発 アクション25. 生産者と加工業者との連携強化	■主力商品を中心とした開発強化 ■主力商品を中心とした生産・加工体制の構築 ⇒アクションプラン6 売れるブランド商品の開発・販売拡大に向けた生産者・事業者のスキルアップ研修講座の開設	■販売と連動した生産基盤・体制の強化	■生産・供給体制の安定・拡充
施策11 ブランド産品・商品のPR拡大、販売・流通チャネルの拡大 アクション26. ブランドPRの強化、新たなブランド産品の開発 アクション27. 国内外の企業とのマッチングによる産品の流通・販売チャネルの開拓	■ブランド産品・商品の開発強化 ■生産ラインと連動した流通・販売チャネルの開拓 ⇒アクションプラン3 ブランド認証制度の改善による地元産品の生産・販売力強化 ⇒アクションプラン4 プレミアム産品のセットアップ商品(コラボギフト)開発による地域ブランドとしての販売力強化 ⇒アクションプラン10 販路拡大に向けたさんばーる事業部機能の拡大	■販売と連動した生産基盤・体制の強化 ■ブランド産品・商品のPR活動の強化 ■流通・販売チャネルの確立	■生産・販売体制の安定・拡充 ■流通・販売チャネルの拡充
施策12 加工商品の製造拠点の充実 アクション28. 製造拠点の充実(拠点整備/食品加工業等の企業誘致)	■加工製造拠点の確保に向けた方策の検討 ⇒アクションプラン9 ブランド産品の開発～加工に対する戦略的な製造基盤の強化	■販売と連動した製造基盤・体制の強化	■製造基盤の安定・拡充

II. 事業計画(アクションプラン)

1. 1次製品の生産基盤強化

アクションプラン1

『農地活用と就農者育成を一体的に展開できる支援体制の確立』〈検討・準備プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策 9「生産者の担い手育成、経営力のある組織体制の強化」

アクション 22「新規就農者の育成、企業参入支援」

アクション 23「遊休農地の活用・有害鳥獣対策の充実」

目的・めざす成果	○新規就農者の育成・確保 ※特に支援体制をベースに新規就農希望者の誘致を図る ○遊休農地を活用した基盤強化	
事業内容	1) 下記のプログラムを一体的に運営管理できる組織体制の検討 ①就農希望者の受入体制の整備と就農指導 …営農組織、生産法人により、新規就農者の受入体制の整備や共同指導・管理体制の充実 ②農地の貸借のマッチング …農地中間管理事業を活用(事業内容の周知が必要) ③就農希望者の募集及び相談窓口の設置 ④就農指導・研修後の生産活動の定着に向けた支援 …行政による生活支援策 …JA等による製品の買い取り等のサポート	
官民の役割分担	民間 (生産者・組織) (JA)	<input type="checkbox"/> 遊休農地の提供 <input type="checkbox"/> 就農支援組織による就農支援活動への参加 <input type="checkbox"/> 就農支援のプログラムの実践
	行政	<input type="checkbox"/> 遊休農地の貸借等のコーディネート (農地中間管理事業の活動周知) <input type="checkbox"/> 新規就農者の定着に向けた就農支援、生活支援に対する財政支援(補助)
事業化に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 一体的な運営を可能にする組織体制の検討 ● 新規就農者の育成支援の受け皿となる民間組織の育成の検討 	
事業化スケジュール(短期的取組み)	≪平成26年度≫ 農地活用+就農支援のモデル事業の検討 (モデル事業の検討・実施を通じて一体的な運営のできる組織づくりを検討する) ≪平成27年度～≫ 農地活用+就農支援のモデル事業の実施(成功事例をつくる)	

アクションプラン2

『水産業の基盤強化(漁業者の確保・育成／藻場の育成)』 <実践プラン>

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策 9「生産者の担い手育成、経営力のある組織体制の強化」

アクション 21「農林水産業の経営基盤の強化」

アクション 22「新規就業者の育成、企業参入支援」

目的・めざす成果	○水産業の生産基盤強化と海洋資源の保全 ○行政支援策を有効に活用し、民間による生産基盤強化策にさらに充実させる	
事業内容	1) 海藻などの養殖業を足掛かりとして本格的な漁業者への育成策の強化 2) 行政支援制度の周知(漁師の目に届く情報提供) ・行政支援メニューを有効に活用できる環境整備 (漁業近代化資金等の貸付制度、藻場の整備・育成事業の活用) 3) 藻場の整備・拡大支援による海洋資源の保全	
官民の役割分担	民間 (生産者・民間事業者・JF)	<input type="checkbox"/> 行政支援策を活用した基盤強化
	行政	<input type="checkbox"/> 基盤強化支援策のコーディネート (民間事業者に対する支援方策の調整) <input type="checkbox"/> 支援制度の生産者・JFへの周知(周知方法の検討)
事業化に向けた課題	● 漁業者の確保・育成策をサポートできる行政支援策の検討	
事業化スケジュール(短期的取組み)	<<平成26年度～>> ・漁業近代化資金等の貸付制度等の行政支援制度の周知方法の検討 ・民間事業者の漁業者の確保・育成活動に対する行政支援策の検討	

2. 生産と販売の連携強化／売れる加工商品開発

アクションプラン3

地元産品のブランド力強化策①

『ブランド認証制度の改善による地元産品の販売力強化』〈実践プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策 8「流通・販売と一体となった「売れる」産品の生産体制拡大」

アクション 18「物産館さんばー等に直結した生産—販売体制づくり」

アクション 19「付加価値の高い「売れる」1次産品の生産・産地化」

施策 11「ブランド産品・商品のPR拡大、販売・流通チャネルの拡大」

アクション 26「ブランドPRの強化、新たなブランド産品の開発」

アクション 27「国内外の企業とのマッチングによる産品の流通・販売チャネルの開拓」

目的・めざす成果	○ブランド認証制度の改善により、ブランド認証を活用することで地元産品の付加価値を高め、販売拡大につなげる。	
事業内容	○以下のプログラムのステップアップによるブランド認証の利用拡大～販売効果の拡大を図る。 ステップ1) ブランドコンセプト・デザイン(選定基準)の改善 : 商品力を高める、商品販売につながるブランドの開発 : ブランドマークシールの見直し ステップ2) 認証マーク使用無料化(1年間)による利用拡大 …あわせて、ブランド認証の認知促進策を展開する。 …銀座熊本館への出展推薦、市主催の商談会へ優先出展(出展料減免)等のメリットを付加し、ブランド認証への参加促進及び活用効果拡大を図る。 ステップ2) 逸品ブランド(アワード)の設置によるPR効果の拡大 …プレミアム効果を考えてアワード選定の評価基準、選定方法を検討する。 (質・品質の保証するブランドづくり、観光客を対象にしたブランドづくり) …逸品ブランドのPR戦略の検討、PR宣材の制作	
官民の役割分担	民間 (生産者・組織)	<input type="checkbox"/> ブランド認証への参加 (産品・商品開発の促進)
	行政 (市・協議会)	<input type="checkbox"/> ステップ1・2の企画運営
事業化に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 「使いたくなる、買いたくなる」ブランド認証マークへのブラッシュアップ ● 26年度の認知・利用拡大策の成果をふまえた今後の展開方法の検証 ● プレミアム化を含めた、ブランド認証の基準の明確化 (プレミアム選定方法の検討) 	
事業化スケジュール (短期的取組み)	≪平成26年度≫ ステップ1のブランド認証の利用拡大策の実践 ≪平成27年度～≫ ステップ2の逸品ブランド(アワード)の設置、PR戦略の検討	

アクションプラン4

地元産品のブランド力強化策②

『プレミアム産品のセットアップ商品(コラボギフト)開発による地域ブランドとしての販売力強化』〈実践プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策 8「流通・販売と一体となった「売れる」産品の生産体制拡大」

アクション 18「物産館さんばー等に直結した生産～販売体制づくり」

アクション 19「付加価値の高い「売れる」1次産品の生産・産地化」

施策 11「ブランド産品・商品のPR拡大、販売・流通チャネルの拡大」

アクション 26「ブランドPRの強化、新たなブランド産品の開発」

アクション 27「国内外の企業とのマッチングによる産品の流通・販売チャネルの開拓」

目的・めざす成果	○地元のブランド産品をセットアップした商品(コラボギフト)を開発し、パッケージデザイン等を制作し、地域ブランドとしての情報発信と販売を拡大する。	
事業内容	※さんばーが中心となり、企画～開発～販売を展開する 1) 地元特産品(ブランド認証での逸品ブランド)のセットアップ商品の企画 …セットアップする産品の選定 …販売方法の検討(さんばー＋通信販売等の展開) 2) 商品販売戦略の検討 …市のPR効果もあわせた商品販売の展開方法を検討 ①観光向けPR商品としての活用機会の検討 ②ギフト商材としての市外への販路拡大 ③市の産品のアンテナ商品としての出品機会の検討 ④地元出身者へのふるさと商品としての販売促進 ⑤ネット販売等での販路拡大の検討	
官民の役割分担	民間 (さんばー)	<input type="checkbox"/> セットアップ商品の企画・商品開発 <input type="checkbox"/> セットアップ商品の運営(販売・営業)
	行政 (市・協議会)	<input type="checkbox"/> 企画・商品開発の支援
事業化に向けた課題	● 地域ブランドをアピールするブランドコンセプト(デザイン)の検討 ● さんばーを核とした企画～開発～販売体制の検討	
事業化スケジュール(短期的取組み)	≪平成26年度≫ ・セットアップ商品のブランドコンセプト(デザイン)の確立 ・販売戦略の検討、テスト販売の実施(販売先の選定) ≪平成27年度～≫ ・販売戦略に基づく販売(営業)拡大	

アクションプラン5

『観光をプラスした「生産現場を見せる」農産物、水産物の販売促進』〈検討・準備プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策 8「流通・販売と一体となった「売れる」製品の生産体制拡大」

アクション 18「物産館さんばー等に直結した生産ー販売体制づくり」

アクション 19「付加価値の高い「売れる」1次製品の生産・産地化」

目的・めざす成果	<p>○さんばーるを利用する観光客を中心に売られている製品の生産現場を案内するプログラムを展開し、体験観光としての販売拡大と生産する製品の販売拡大(生産現場での予約販売等)につなげる。</p> <p>○生産者が消費者(観光客)の声を聞くことで生産者の販売に対する意欲を高める。(⇒マルシェ等への参加促進)</p>	
事業内容	<p>1)さんばーる、生産者と旅館等の観光事業者との連携により、生産現場をみる体験観光プログラムを開発する</p> <p>…生産現場の受入れ体制の準備</p> <p>…利用者の参加方法、誘致方法の検討</p> <p>2)生産現場での予約販売等の販売促進策の検討</p> <p>3)その他の生産現場を見せる販売促進策の検討</p> <p>…体験観光が利用できないケースでのイメージ戦略として生産現場の映像をさんばーるで見せる等の演出効果の検討</p>	
官民の役割分担	民間 (さんばーる)	<input type="checkbox"/> 生産現場の体験観光の告知、参加者のオペレーション
	民間 (観光事業者) (生産者)	<input type="checkbox"/> 体験観光の受入れ <input type="checkbox"/> 観光客等の参加希望者の募集・誘致
	行政 (市)	<input type="checkbox"/> 事業運営(準備)の支援
事業化に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 生産現場の受け入れ体制の検討 ● 観光部会で検討する体験観光プログラム等の連動した運営体制の検討 	
事業化スケジュール(短期的取組み)	<p>≪平成26年度≫</p> <ul style="list-style-type: none"> ・体験観光プログラムとして受入可能な生産現場の情報収集 ⇒観光部会と連動した体験観光へのプログラム化の検討 <p>≪平成27年度～≫</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テスト運用開始 	

アクションプラン6

『売れるブランド商品の開発・販売拡大に向けた生産者・事業者のスキルアップ研修講座の開設』〈検討・準備プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策 10「農林水産業者の6次産業化支援、商工業者との連携支援」

アクション 24「1次産品を活用した商品開発」

目的・めざす成果	<p>○生産者・事業者のブランド商品開発・流通販売に関する基本マナー、ノウハウ技術を向上させることで、生産～販売の底上げを図る。</p> <p>○生産者の自主販売の機会を拡大させることで生産意欲を高め生産基盤の定着。拡大を図る。</p>	
事業内容	<p>1) 生産者に対する6次産業化に関する説明会の開催 …市内での成功モデルを説明し、生産者の6次産業化への参加意欲を高める。</p> <p>2) 意欲のある生産者・事業者を対象にした募集形式による講座開設 ①基本的なビジネスマナーから経営戦略、商品開発、流通販売等の各分野の専門家を講師に参加者の実践面に即した課題解決を行う ②参加者のスキルにあわせた段階的なレベルを図る上級～初級まで講座を設定する</p> <p>3) 具体的な商品開発、販売等事業化が進む生産者に対する個別コンサルティングの実施</p>	
官民の役割分担	民間 (生産者・事業者)	<input type="checkbox"/> 研修講座に参加し、スキルアップを図る
	民間 (JA・JF・協議会)	<input type="checkbox"/> 事業の運営支援・生産者・事業者の参加促進
	行政 (市)	<input type="checkbox"/> 事業の運営母体としての活動
事業化に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 6次産業化・ブランド商品開発の収益が上がるビジネスモデルの構築 ● 観光部会で検討する研修事業との連携 	
事業化スケジュール (短期的取組み)	<p>≪平成26年度≫</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上天草市ブランド推進協議会の事業推進部会における研修プログラムの検討・開発 <p>≪平成27年度～≫</p> <ul style="list-style-type: none"> ・テスト運用開始 	

3. 生産者の育成・確保

アクションプラン7

1 次産業への関心を高め新たな生産者を誘致する方策①

『地元小中高校生の1次産業への関心喚起』〈実践プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策 9「生産者の担い手育成、経営力のある組織体制の強化」

アクション 22「新規就業者の育成、企業参入支援」

目的・めざす成果	○地元小中高校生の学校活動の中で地元の1次産業を知り、体験する機会をつくり、地元産業への関心喚起と就業促進を図る。	
事業内容	1)文化祭(上天草バザール)での高校生による地元製品の販売 …旧松島商業からの取組みが継続している 2)生産者によるインターンシップの受け入れ環境の拡大 …学校(小中高校)でのインターン教育を中心に、インターン希望者への情報周知を広げ、受け入れ環境の充実を図る 3)6次産業化の成功事業者との交流機会(事例発表会)	
官民の役割分担	民間 (生産者・組織)	<input type="checkbox"/> 高校生の産品販売などの実践指導や運営補助 <input type="checkbox"/> インターンシップの受け入れ
	行政 (市・協議会)	<input type="checkbox"/> 事業運営(準備)の支援
事業化に向けた課題	● 教育部会での地場産業の体験学習との連動	
事業化スケジュール (短期的取組み)	≪平成26年度≫ ・高校での実施事業の継続・拡大 ・現状のインターン教育・社会活動の整理 ・インターン等の受け入れ可能な生産者の検討	

アクションプラン8

1 次産業への関心を高め新たな生産者を誘致する方策②

『県外、都市部等の1次産業生産者の人材発掘・育成』 <検討・準備プラン>

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策 9「生産者の担い手育成、経営力のある組織体制の強化」

アクション 22「新規就業者の育成、企業参入支援」

目的・めざす成果	○県内・県外の新規就農(漁)希望者を誘致し、1次産業の生産基盤を拡大する。	
事業内容	○県内外の都市部等での田舎暮らしや非農(漁)家で一次産業に就業を希望する人に対して、上天草市での「緩やかな」就農体験を通じて、「関心⇒実感⇒実践⇒就業」への段階的な就農者獲得につなげるプログラムを開発する。 1) 生産者が主体となったインターン体験型プログラム(短期・中期・長期)の開発 …体験型観光から長期的な技術指導等へ希望者のニーズやレベルに応じて生産者が参加して就業者の育成につなげるプログラムの開発 …市やJA、JFが就業者の育成につなげるプログラム開発に係るアドバイスや支援 2) 生産者の受け入れ環境づくり …担い手人材の確保を希望する農(漁)家による体験～指導までを実施できる体制の確保 …希望者の滞在施設の確保(受入れ農(漁)家への民泊、ホームステイが実施可能か検証)	
官民の役割分担	民間 (JA、JF)	<input type="checkbox"/> プログラムの開発及び運営に対するアドバイス・支援 <input type="checkbox"/> 新規就農者育成事業(JA)
	民間(生産者)	<input type="checkbox"/> 希望者への体験・指導の受け皿となる
	行政 (市・県)	<input type="checkbox"/> 希望者の誘致・斡旋の支援 <input type="checkbox"/> プログラム開発及び開始時の側面的な支援(補助) <input type="checkbox"/> 漁業就業「長期研修」制度(県)
事業化に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 上天草市で就業していくうえでの魅力・メリット(他地域にはない強み、経済的優位、支援策等)をつくる必要がある ⇒ブランド化の推進を優先し、魅力を高めることで相乗効果を図る。 ● 運営母体、受入体制の調整 	
事業化スケジュール(短期的取組み)	<<平成26年度>> ・県の補助事業等の活用策の検討 <<平成27年度～>> ・事業プログラムの検討 ・モデル事業の開始	

4. 加工拠点の強化

アクションプラン9

『ブランド製品の開発～加工に対する戦略的な基盤の強化』〈検討・準備プラン〉

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策 12「加工商品の製造拠点の充実」

アクション 28「製造拠点の充実(拠点整備/食品加工業等の企業誘致)」

目的・めざす成果	○上天草市の経済効果を高める主力商品に対する生産・製造基盤を強化することで生産能力の拡大を図る。	
事業内容	○加工基盤の強化に向けた短期～中期シナリオを検討し、戦略的な事業展開を図る。 1) 戦略的に生産能力の拡大を図るブランド製品に対して、商品開発から製造基盤強化に向けた支援を行う。 ①ブランド推進協議会や専門機関を通じた加工技術や設備投資等に対するアドバイスの実施 ②加工所の整備に対する国、県及び市の補助金を活用促進(専門家による支援) 2) 加工基盤強化に向けた環境整備の検討 ①加工センターの活用拡大 ②廃校施設等、既存施設の活用した加工拠点の整備	
官民の役割分担	民間 (生産者・事業者)	<input type="checkbox"/> 加工拠点整備が必要な生産者・事業者が市等からの支援を受け環境整備を進める。
	行政 (市・協議会)	<input type="checkbox"/> 戦略的製品を实践する事業者への加工機能強化に向けた支援
事業化に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> ● 既存の商品群の中で、市内の経済効果を高めるために強化すべき主力商品は何かを明確にし、戦略的な投資を考える必要がある。 ● 戦略的投資を含めた加工拠点整備に対する行政支援策の調整 ● 既存のノウハウを持った企業の活用策の検討 	
事業化スケジュール (短期的取組み)	≪平成26年度～≫ ・加工基盤の強化に向けた短期～中期シナリオの設定 ・加工機能強化に向けた支援策の協議(戦略的投資を含めた)	

5. 販売・流通チャネルの一体化

アクションプラン 10

『販路拡大に向けたさんばーる事業部機能の拡大』 <検討・準備プラン>

【第2次総合計画の対象施策・アクション】

施策 8「流通・販売と一体となった「売れる」製品の生産体制拡大」

アクション 18「物産館さんばーる等に直結した生産—販売体制づくり」

施策 11「ブランド製品・商品のPR 拡大、販売・流通チャネルの拡大」

アクション 27「国内外の企業とのマッチングによる製品の流通・販売チャネルの開拓」

目的・めざす成果	○さんばーる事業部における外商・販路開発機能を強化し、地元産品を統合した流通販路の拡大を図る。	
事業内容	○販売・流通拡大に向けた短期～中期シナリオを検討し、戦略的な事業展開を図る。 1)さんばーるの事業部の機能強化 …流通・販路拡大に向けた営業活動、地元産品を統合した流通型商品の開発等を実践する機能の強化(専門的人材の育成・確保) 2)市と連動した営業(流通・販売拡大)戦略の強化 ①マーケティング戦略の強化 ②販路・流通チャネル別にみた販売拡大策の検討 ③市外・県外の販路(飲食店等)を通じた上天草ブランドの情報発信・PR ④国・県の動向と連動した戦略の立案 3)地域内流通を広げるための方策の検討 ①地域内の生産者と旅館・飲食業者とのマッチング機会(交流会等)の検討	
官民の役割分担	民間 (さんばーる)	<input type="checkbox"/> 強化による地元産品の流通販路の開発
	行政 (市)	<input type="checkbox"/> 流通販路開拓、市場に合わせた商品開発等に対する側面支援
事業化に向けた課題	● 販路開拓に向けた専門的なノウハウをもった人材の登用・育成 ● マーケティング力を強化し、「先を読む」戦略の構築	
事業化スケジュール(短期的取組み)	≪平成26年度～≫ ・ブランド開発も含めた流通・販路拡大に向けた短期～中期シナリオの設定(民間事業者を含めた検討組織の設置) ・さんばーるの事業部の強化に向けた協議	