

食の幸発信推進事業

基 本 計 画

平成 30 年 3 月

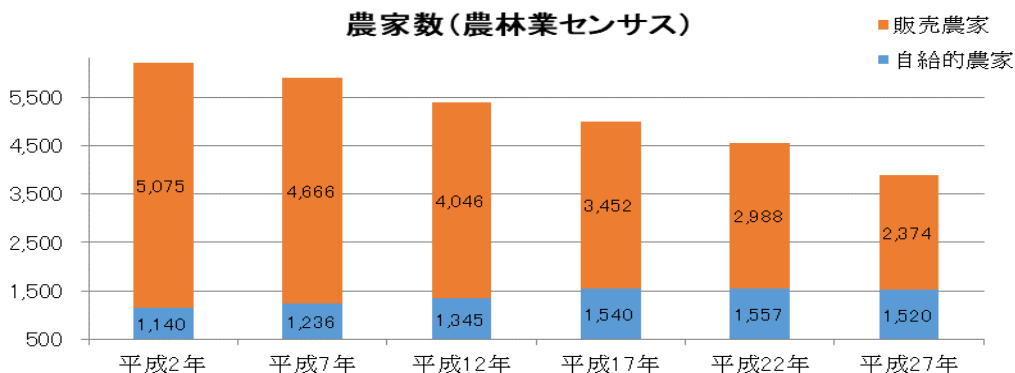
< 目 次 >

| | |
|---------------------------|------------------------|
| 1. 背景・現況の整理 | ・ ・ ・ ・ ・ P 1 |
| (1) 背景 | |
| (2) 上位関連計画等 | |
| (3) 立地及び立地特性 | |
| (4) 産直市の現状 | |
| (5) 市内の地域資源 | |
| 2. 検討委員会での議論の経過 | ・ ・ ・ ・ ・ P 6 |
| 3. 整備目的と基本方針 | ・ ・ ・ ・ ・ P 8 |
| (1) 目的 | |
| (2) 基本方針 | |
| (3) 事業手法 | |
| 4. 導入機能と導入予定施設 | ・ ・ ・ ・ ・ P 1 1 |
| (1) 加工場棟・販売管理棟 | |
| (2) 中心市街地活性化エリアとの関連性 | |
| 5. 管理運営計画 | ・ ・ ・ ・ ・ P 1 4 |
| (1) 加工場：長期賃貸借契約 | |
| (2) 加工場棟・販売管理棟等：指定管理契約 | |
| 6. 事業計画 | ・ ・ ・ ・ ・ P 1 5 |
| (1) 事業費 | |
| (2) 事業スケジュール | |
| 7. 施設配置計画イメージ | ・ ・ ・ ・ ・ P 1 6 |
| 資料「食の幸発信推進事業検討委員会」 | ・ ・ ・ ・ ・ P 1 7 |

1. 背景、現状の整理

(1) 背景

- 1) 国の地域活性化策として農業の6次産業化が重点的に推進され、また、平成30年に転作制度が終了する。農業における付加価値向上は避けられない課題になっている。さらに、生産者の高齢化による担い手不足、産直市の売上低迷などの課題も顕在化している。
- 2) 市内には全国最多の会員数を誇る産直事業や有機農業への取組、全国に通用する食品メーカー、世界的な厨房機器メーカーが立地するなど、食に関して様々な強みを有している。
- 3) 食品表示法、食品衛生法など法改正に対する対応や、大型店の進出、小規模商店の閉店などによる既存販路の縮小により、零細加工事業者の経営環境が益々厳しくなることが懸念されている。
- 4) 第2次雲南市産業振興ビジョンの策定により「外貨獲得型産業の強化×地域内循環型産業の確立」に向けた具体的な取組が必要となっている。



(2) 上位関連計画等

1) 雲南市総合計画(抜粋)

『挑戦し活力を産みだすまち(産業分野の将来像)』

- ・私たちは地域資源を大切に、6次産業化や地場産業の連携、農商工連携の活動を一層強め、地域経済の好循環を生み出す取り組みをすすめます。また、地域資源をされあに磨きあげ、積極的に市外へ伝え、交流を拡大し、産業として育てるよう努めます。

2) 雲南市産業振興ビジョン(抜粋)

『(3) 安心安全・稼げる農林業』

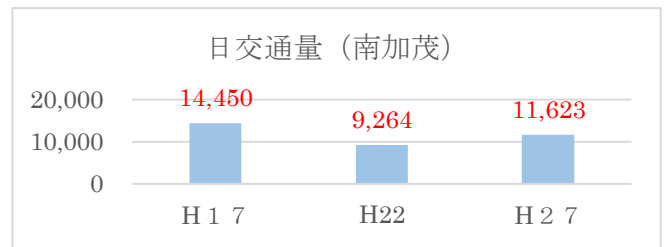
- ・消費者の求める安全安心な農産物の生産と6次産業化による高付加価値化を付与することによって「稼げる農業経営」を実現していく。
- ・安全安心な農畜産物の生産と6次産業化による高付加価値化の推進
地域資源を活かした、農業の6次産業化による新たな産業の創出

(3) 立地及び立地特性

1) 立地

- ①建設予定地は、雲南市加茂町南加茂地内にあり、道の駅「さくらの里きすき」に隣接。
- ②本市の「北の玄関口」に位置し、松江・出雲方面から車で30～40分程度の時間距離。

③対象エリアに隣接する国道 54 号が松江自動車道尾道松江線の有料区間に並行するため、高速道路開通による影響はわずか。

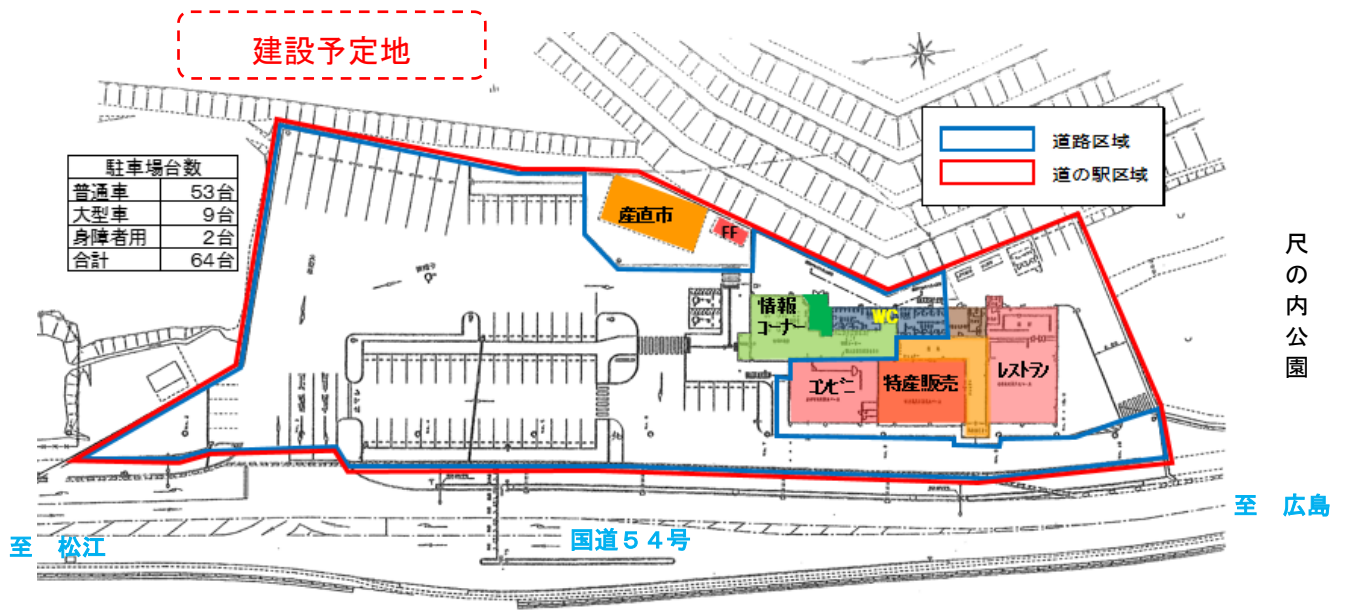


2) 道の駅「さくらの里きすき」の状況

<運営等>

- ・平成 13 年 10 月 20 日開駅。現在の指定管理者は「さくらの里株式会社」。コンビニエンスストア（かつてはテナント）、産直市を含めて全てを直営している。
- ・来場者は平成 24 年度まで減少していたが、近年 3 年の実績は 13 万人～15 万人と横ばい傾向にある。弁当事業や夜のレストラン営業に注力されている。
- ・コンビニエンスストアの来場者データでは、約 7 割が男性客で近接する工業団地等に関連するビジネス客が多いのが特徴である。夜間の情報コーナーを利用したミーティング需要も多い。
- ・交流人口拡大のためには、分かりやすい特徴が必要と考えられるが、物産、飲食、イベント等の取組みに特徴が乏しい。

| 名称 | たたらば壺番地 | おろちの里 | 掛合の里 |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 特徴 | <ul style="list-style-type: none"> ・高速道路（無料区間）隣接したサービスエリアのような立地。たたら製鉄がテーマ。建物のモチーフは高殿で、名称は吉田君の特別住民票の住所地。 ・10 割の出雲そば、グルテンフリーの米粉麺のレストラン。卵メーカーがつくったスイーツ店や卵かけご飯が食べられるフードコートがある。 | <ul style="list-style-type: none"> ・ダムに隣接したロケーション。農業法人が母体となった NPO 法人が運営し、自らがつくった野菜中心のバイキングメニューが人気。 ・ダム湖周辺で様々なスポーツ（ボート、自転車、トレイルランニングなど）が展開されている。 | <ul style="list-style-type: none"> ・日本最初の道の駅。竹下登元首相の出身地で銅像がある。 ・交流のある音戸町と連携した牡蠣まつりが有名。 |



<立地等>

- ・峠の頂上付近にあり、視認性に難がある。特に広島側からの誘客は不利な道路線形である。施設外観に大きな特徴がなく、施設内部についても回遊性が乏しいレイアウトになっている。
- ・駐車場は普通車 53 台、大型 9 台あるが、イベント実施時やハイシーズンには駐車場不足。また、国土交通省の所有の駐車場なので、大型バスの駐車予約ができず、団体客を逃している状況がある。

3) ふるさと尺の内公園（道の駅南側隣接）

- ・ふるさと尺の内公園は、公益財団法人ホシザキグリーン財団が運営する約 2 ha の公園である。月 1 回程度、野外観察会などが開催されている。運営面において道の駅との関わりはあまりない。
- ・現在、公園の魅力化を図るためリニューアル工事が実施されている。不要な樹木を伐採し、チップ化。そのチップを利用した小路づくり。植栽については自生している植物から種をとり、育て公園内に植栽をするというこだわりである。平成 29 年度には管理棟も建て替えられた。散策の場所として最適な場所になっている。

<連携イベント>

- ・道の駅とふるさと尺の内公園との連携を図る試験的なイベントとして「うなんん幸マルシェ」を平成 28 年度から年 1 回開催している。駐車場が少ない。誘客のための導線を作るのが難しいなどの課題はあったが、イベント相乗効果として道の駅（特産、レストラン、産直）の売り上げも伸びた。連携してイベント実施する貴重な試行が実施できた。



うなんん幸マルシェ（公園での生産者の直売等）



うなんん幸マルシェ（道の駅入口付近、スパイ横丁企画）

(4) 産直市「たんびにきて家」

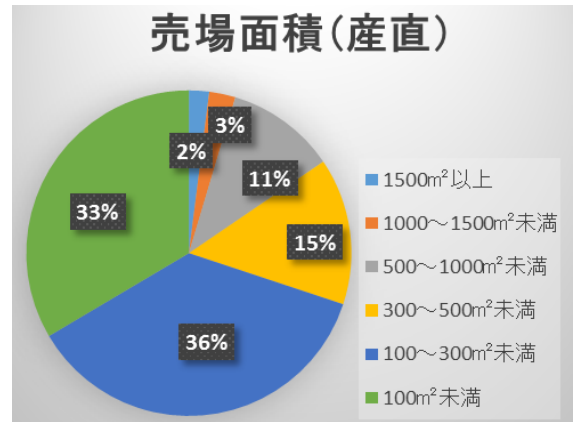
1) 産直市「たんびにきて家」

道の駅「さくらの里きすき」運営会社による直営。交通量の減少、産直市の増加や地産都商の取組により販売箇所が増えたため野菜が集まりにくくなっている。開駅時から比べると販売額が半減している。

2) 全国的な傾向

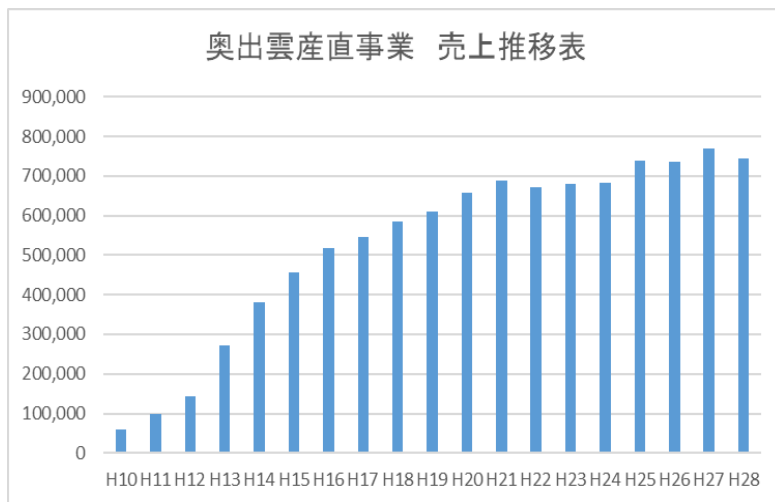
【売り場面積の拡大】100㎡以内が平成18年調査では50%だったのが、平成29年度には33%まで落ち込み、100～300㎡が36%になっている。市内ではほとんどが100㎡以内で、出雲大東産直市はたると約200㎡で最大。

【売上の拡大】一店舗当たりの「売上1億円以下」が平成18年調査では7割だったのが、平成29年度調査では6割に減少。「1～3億円」は2割から3割に増加。



全国農林水産物直売所実態調査（平成29年度）

3) 奥出雲産直振興推進協議会



・平成26年度日本農業賞「食の架け橋の部」で大賞を受賞した。会員の高齢農家が中山間地で少量多品目に生産した農産物を集め、地元直売所や兵庫県尼崎のスーパーで定期的に販売し、地産地消、地産都商により農家のやる気と経済活動が両立していることが評価された。会員数約3,000人（雲南広域）は日本最大級。しかし、会員ごとの規模は非常に小さく、実際に出荷している会員は減少している。

- ・生産者は売り場を選択できるようになっているため、売れ残りの少ない売り場を選ぶ傾向がある（売れる売り場に農産物がより集まる）。
- ・端境期には、露地野菜が中心であるため商品がなくなってしまう。逆に同時期に同じ野菜が大量に出荷されて価格を下げ合ってしまうことも生じている。
- ・全国的には経営規模の小さい産直市が減少している。一方、市の産直市は面積・売上がともに小さいところばかりであり、全国と同様、継続が難しくなっているところがある。大型化することで催事スペース、総菜コーナー、精肉コーナーが確保できたり、ショッピングカートで買い物をしてもらおうための広めの通路をつくれたりする。今、産直市は単純な農産物を売る場ではなく、プラスαの魅力がある、リピートしたくなる売り場づくりが必要になっている。

・スマートフォンが利用できる産直システム導入、市場開拓（飲食店等との取引の推進、通信販売やギフト対応）、トレーサビリティなどの安全面の対応など機能面での改善点もある。



【道の駅よって西土佐】
店内に設置してある軽トラックの荷台が一押し農産物のPRの場になっている



【道の駅草津】
店内に精米機を設置し、すりたての米を販売。



【道の駅内子フレッシュパークからり】
パン、燻製、シャーベットの工房が併設し出来立てのものが食べられる。



【道の駅内子フレッシュパークからり】
トレーサビリティ用の部屋がある。消費者に安全性を示せるシステムがある。



【道の駅えじやん尾道】
JA 直営の精肉店が入っている



【民間産直 そら野テラス】
併設する加工場でつくった総菜を販売

<市内の産直市の状況>

| タイプ | 店舗名 | 地域等 | 売上(産直関連) | 家賃 | 販売物 |
|-------------|------------|-------------|-----------|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 道の駅 連携型 | よってごしな菜 | 吉田:たたら場吉番地 | 1億円~6千万円 | なし | <ul style="list-style-type: none"> 産直野菜等 ※土産売場とは別 産直野菜等、土産品を販売 運営母体が農業を実施しているので法人の直売色が強い |
| | グリーン掛合 | 掛合:掛合の里 | 3千万円未満 | | |
| | たんびにきて家 | 木次:さくらの里きすき | 6千万円~3千万円 | | |
| | 道の駅おろちの里 | 木次:おろちの里 | 6千万円~3千万円 | | |
| Aコープ 内販売 | 大東もりもり奥出雲 | 大東:Aコープだいとう | 6千万円~3千万円 | なし | <ul style="list-style-type: none"> 産直野菜等 ※店舗内にコーナー設置 |
| | とれたて市場 | 木次:Aコープきすき | 6千万円~3千万円 | | |
| | 産直かも | 加茂:Aコープかも | 3千万円未満 | | |
| 民営型 | 出雲大東産直市ほたる | 大東 | 3千万円未満 | あり | <ul style="list-style-type: none"> 仕入れ品の取扱いが多く、地域のお店として品揃え充実させている。 |
| | 加茂遊学ファーム | 加茂 | 3千万円未満 | | |
| | 青空ふれあい市場 | 三刀屋 | 3千万円未満 | | |

※地産都商で、松江市の「もりもり奥出雲（運営：木次乳業）」、阪急オアシスがある。

2. 検討委員会での議論の経過

| 年度 | 日程 | 検討委員会 | 専門部会 | 備考 |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| H28 | 6月14日 | ○ | | ・役員選出、事務局案説明、今後の検討方針、スケジュール等 「収益を上げられる健全経営ができる事業を目指す」 「 本事業のメインを加工とする 」 |
| | 一次加工アンケート実施（85社のうち19社が回答） 【結果】ニーズの高い加工は、製粉、レトルト、フリーズドライ、小袋包装 【意見】市外に流失している加工が市内でできるようになれば経済効果が大きい。 | | | |
| | 7月14日 | ○ | | ・一次加工アンケート調査を基に協議、専門部会について協議 「 加工は出口から考えるべき 」 |
| | 8月8日 | ○ | ○ | ・検討委員会での議論してきたことを専門部会と共有。 ・専門部会での検討内容を「地域で必要とされる一次加工は何か」とする。 |
| | 8月30日 | | ○ | ・アンケート調査をもとに一次加工に関する協議 「何をどのように加工するか」 |
| | 9月28日 | | ○ | ・加工を議論せよとのことだが、 加工はプレイヤー次第。加工する人がいない中で議論しても意味がない。 ・専門部会では交流人口拡大を考えた方が良い。 ・集客のためには飲食・販売は必須である。 |
| | 11月22日 | | ○ | ・講師を招いて「道の駅よって西土佐」の事例を学ぶ (人気道の駅の構想から運営まで、魅力の作り方) |
| 2月28日 | ○ | ○ | ・専門部会と認識が違っていたので方向性の共有化を図る。 ・何を加工するかはプレイヤー次第という考え方にに基づき、 加工の専門家たる食品加工事業者との意見交換を行う。 | |
| H29 | 食品加工若手経営者との意見交換⇒ 提案概要【図1】 | | | |
| | 5月26日 | ○ | ○ | ・食品加工若手経営者からの提案を説明、協議 ・施設概要、運営方法、 事業者選定方法（提案型） などを協議 (施設を2棟。 加工場棟、販売管理棟 とする方針) |
| | 8月31日 | ○ | ○ | ・ 基本方針等基本計画案を提示し、協議 (施設規模、配置案、地域資源活用の条件、使用料など) ⇒ 次回、事業費、規模、スケジュールを示す |
| | 食品加工若手経営者との協議（選定基準となる地産率などに関して意見交換） ※11月～1月まで、6回の協議を実施 | | | |
| | 1月29日 | ○ | ○ | ・事業費を含めた基本計画案について協議 ⇒使用料の妥当性、提案者がいない場合の対応を再検討 |
| | 2月16日 | ○ | ○ | ・ 基本計画案を協議し、決定 |

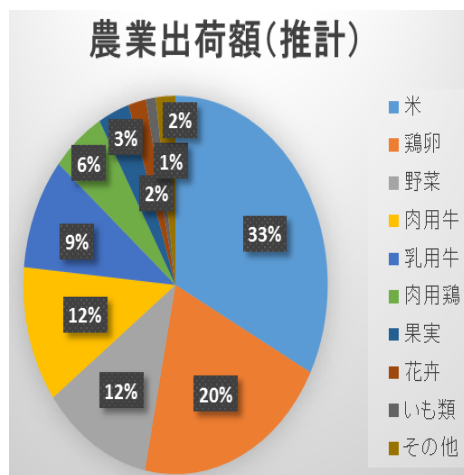
<加工に関する意見交換>

【農産物】

- ・安定的に入手できるのは米、鶏卵、牛乳。
- ・野菜は特徴的なものがなく、担い手不足が進み、量の確保が益々難しくなる。
- ・その他、筍の需要は多い。サラダ用野菜（水耕等）もホテル、外食等で需要がある。

【地域農産物の利用】

- ・地産利用は当然だが、50%は厳しい。
- ・比率が高すぎると商品価格を押し上げてしまっ売れなくなる。



| 内容 | 出荷額 (億円) |
|-----|-------------|
| 米 | 15.7 |
| 鶏卵 | 9.9 |
| 野菜 | 5.6 |
| 肉用牛 | 5.6 |
| 乳用牛 | 4.6 |
| 肉用鶏 | 2.7 |
| 果実 | 1.6 |
| 花卉 | 0.9 |
| いも類 | 0.5 |
| その他 | 1 |
| 合計 | 48.1 |

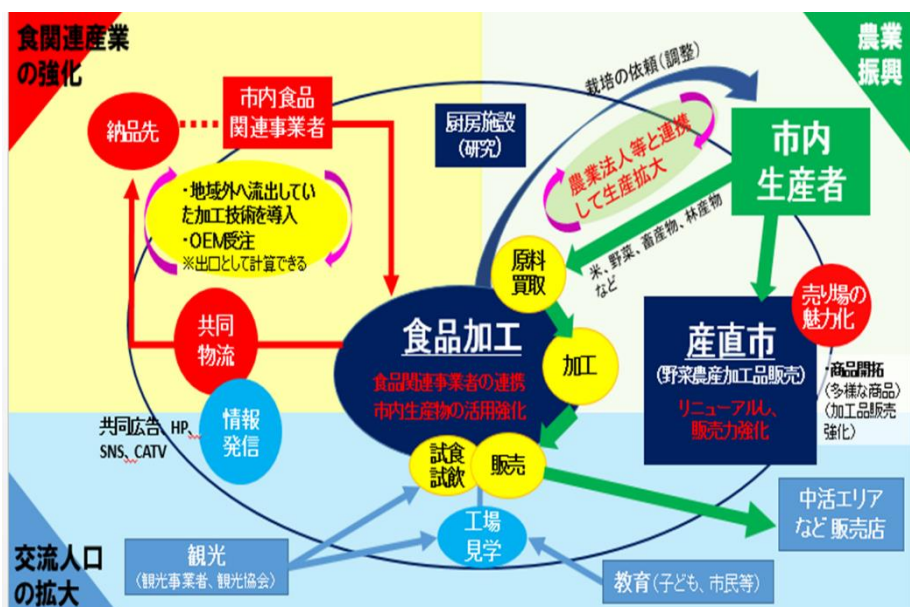
H27年：市町村別農業算出額(農林業センサからの推計したもの)

【加工技術】

- ・アンケートで製粉、レトルト、フリーズドライを必要としている企業が多いが、利用計画（何をどれくらいつくって、どこに販売するか）が決まらないと、機材が決まらない。

⇒加工はプレイヤー次第。今の状況で詳細に検討しても現実味がない。

【図1】食品加工若手経営者からの提案



<加工事業>

- ・市内外からの製造委託を受ける加工事業を展開する。
- ・市外に外注している市内企業は多くいるので、それらの加工を導入することで、計算できる販路が確保できる。
- ・市内農産物の利用を生産者との連携により年々拡大していく。

【各社の試算シミュレーション実施】

- ・共同物流の実施。地域の商品を取りまとめ、効率的に流通させる仕組みをつくる。
- ・海外に向けた販路を共同ですすめる（5か国語対応のホームページ、ハラール認証工場）。
- ・中心市街地での宿泊客等に向けたお土産の開発

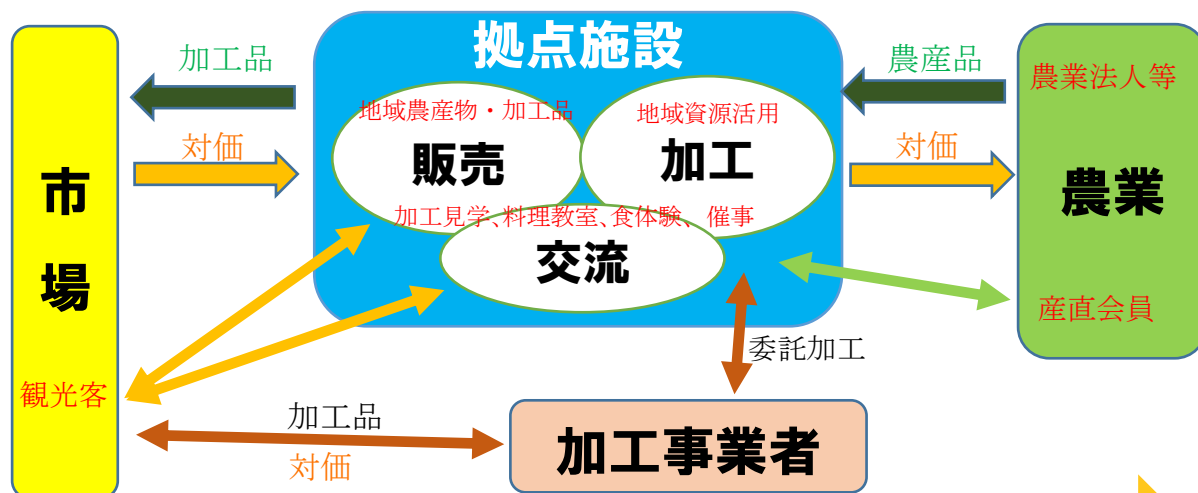
<交流事業>

- ・市内周遊観光を確立し、その中に工場見学を組み込む
- ・「うんなん村民カード」発行して、個人客取り込みを行う。
- ・田畑のオーナー制度（個人客の取り込み）

3. 整備目的と基本方針

(1) 目的

雲南市の食の幸(良さ)を活かした「販売・加工・交流」を推進する施設を整備することによって、食に関する地域内経済循環を促進し、農業振興、食関連産業の強化、交流人口の拡大を図る。



出口(市場)から求められているものを「販売・加工」。必要な農産品を「生産」

<生産者にとっての必要性>

- 産直市で農作物が売れる = 集客力のある売り場(大規模化と新たな機能の付加)
 - ・農産物等の品揃えが豊富、特徴的な加工品がある。
 - ・売り場に活気がある。催事がある。消費者との交流がある。
 - ・できたてのものが買える、食べられる(イートインコーナー)。
- 加工場で農作物が売れる = 農産物の高付加価値化
 - ・安定的に買ってもらえる。足りないものは栽培量や品種を増やすなど売れるものを栽培していく。
 - ・産直市で売れ残ったものが買ってもらえ、廃棄ロスがなくなる。

<市内事業者にとっての必要性(委託加工先としての活用)>

- 市外に外注していた加工を委託することでコストが下がる(商品の価格競争力が上がる)。
 - ・食品衛生法の改正に対応した加工場
 - ・食品表示法の猶予期間が終わると製造地の表記が必要になるため、土産品などで地域内加工の需要が高まっている。

<観光面での必要性>

- 道の駅等と合わせた「食と農のゾーン」を形成し、市の観光拠点となる。
 - ⇒宿泊、飲食の充実した中心市街地と連携など観光ルートとして機能する。

(2) 基本方針

(1) 施設整備の基本方針

農業の振興

<農業の振興>

- 1) 産直市の魅力化を図る。基幹産直市に相応しい売り場をつくり、農家所得の向上を目指す。
- 2) 加工事業の原材料となる農産物については市内生産者と連携し市内調達を推進。必要な農産物が市内から確保できるよう関係機関、市内生産者との連携を深める。

食関連産業の強化

<地域内経済循環の核となる拠点整備>

- 3) 食を中心として地域内経済循環の核となる拠点整備を行う。その中核事業として地域内の農産物、加工品を原材料とした「加工事業」を創出する。地域の農産物の需要を増大させ、地域経済・農業に貢献する。

<流出していた加工技術を導入する経済効果>

- 4) 加工技術の創出にあたっては地域外に流出(外注)していた加工技術を本事業により導入する。このことによって市内商品の価格競争力を向上させる。

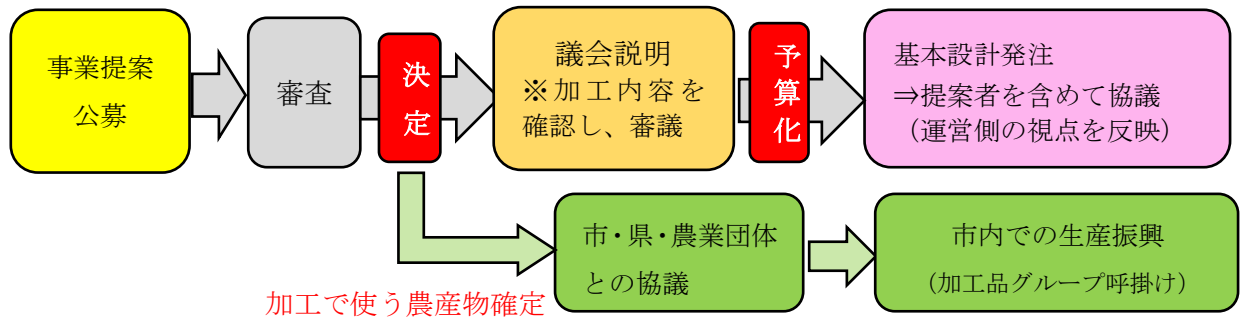
<交流人口の拡大>

交流人口の拡大

- 5) 加工場(見学・直売)を伴う産直市の魅力化によって、地域の食の幸を「見て・買って・食べて」体感できる場をつくり、食の観光ゾーンとして市の観光施策の一翼を担う。
- 6) 厨房施設を活用して、郷土料理や保存食などのセミナー等を行う。交流人口拡大とともに地域の食文化の継承に貢献する。
- 7) 自然との共存をテーマとした「ふるさと尺の内公園」との親和性や全体的な統一感を出すため、エリア全体として里山における農業や暮らしを表現する場とする。併せて周遊コースづくりなど、近隣施設との連携をすすめ、交流人口拡大に貢献する。

(3) 事業手法 ～民間ノウハウを活用するため、提案型で事業者選定～

1) 事業の流れ



- ①民間の企画力・ノウハウ等を活用するため、本施設の運営に意欲のある民間事業者に対して企画運営・事業実施に関する提案を公募する。
- ②提案内容を審査・選定。最も良い提案を選定した事業者を指定管理予定者とする。
⇒加工事業に必要な農産物の確保は、県、市、農業法人などの関係団体との調整を行う。
- ③提案内容については、市や関係者との協議を経て、議会報告へ報告する。
- ④施設開業までの期間、市と協議し計画策定及び開業準備に協力する。
- ⑤市との協定内容を定め、議会の議決を経て、指定管理者に決定する（開業の前年を想定）。

【検討委員会での議論】

- ・様々議論したが加工内容は運営者次第という結論に至った。加工を含め全体を運営する事業者を地域資源の利用など一定の条件の元、提案型で選定を行う。
- ・計画段階から運営を担う事業者が協議に参画することで、必要な農産物の生産振興に早期に取り組むことができる。また、運営者の意向をハード整備に反映できる。
- ・条件設定に関しては、民間の発想やノウハウを最大限活用するためにも限定しすぎないようにする（使用する農作物や加工技術を決めてしまうと、提案できる事業者が限定されてしまう）。

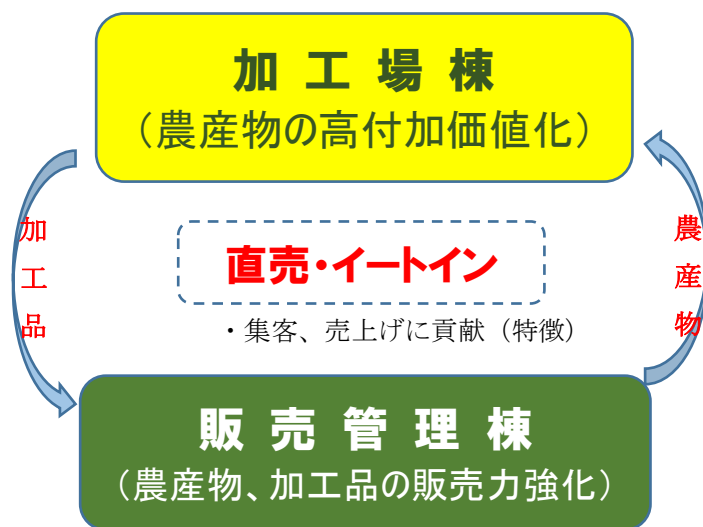
2) 選定方法

- ①公募：企画運営・事業実施に関する提案を公募し、選考委員会で審査し決定
- ②申込資格：○法人格を有し、市内に本社（本店、本部）がある事業者。個人での応募は不可。
複数の事業者による共同提案も可。事業予定者に決定した場合には法人を立上げ、市内に本社（本店、本部）を設置すること
○本事業において雲南管内の地域資源を活用して事業を実施しようとする事業者
○施設管理に必要とされる職員の確保が可能な団体
○税金滞納者でないこと
- ③提出書類：申請書、企画提案書、法人の登記事項証明書及び定款写し
決算書、市税滞納が無い旨を証明する書類
正本1部、副本10部（副本はコピー可）

※企画提案書の考え方

| 内容 | 条件、その他 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>●全体</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業コンセプト、ビジョン ・配置計画案、施設イメージ（図面） ・収支計画（全体、加工、5年間） ・運営管理計画 ・販促計画、メディア戦略 | <ul style="list-style-type: none"> ・ふるさと尺の内公園、道の駅等の隣接エリアとの連携を含めた提案とすること ・市内からの積極的な雇用に努めること |
| <p>●農業、地域経済への貢献策</p> <ul style="list-style-type: none"> ・農業、地域への貢献策 ・産直市の売上向上策 ・加工の内容、規模（面積、設備費） | <ul style="list-style-type: none"> ・生産者との連携を図り、雲南管内の農産物・加工品の販売を推進し、単に販売するのではなく雲南市の食の良さを、売り場を通して、分かり易くPRできるようにすること。 ・売上向上策とともに他の産直市との違いを明確に示すこと ・加工事業は「集客につながるもの」、「今まで市外に流出していた加工を導入するもの」、「米、規格外品や夏野菜の活用を推進できるもの」、「従来ない、研究的・挑戦的なもの」など地域への貢献が客観的に示せるもの。 ・加工場で製造する商品は雲南市のPR、イメージアップに資するものとし、主要な原材料については雲南管内のものとする。 |
| <p>●交流人口の拡大策</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・25万人来場を目指すこと（道の駅含む） ・加工場棟、販売管理棟を活用するとともに、近隣エリアと連携すること（道の駅との差別化も提案すること） |

4. 導入機能と導入予定施設



■地域資源を活用した加工事業

- （地域内農作物の活用を推進）
- （産直市での売れ残り野菜も活用）
- ⇒必要な農産物を生産振興
- （製造過程の見える化）
- ⇒食の安心安全PR、産業観光

■地域の農産物・加工品を販売

- （売場面積の拡大）
- （集客のための機能を付加するなど特徴のある売り場づくり）
- ⇒「食の幸」が体感できる売り場
- ⇒需要と供給を結ぶ場

・産直市の機能は、新施設に入るため、既存の産直市は用途を変更して活用する。テナント活用を想定しているが、具体については今後協議し決定する。

・道の駅は従来のとおり別途運用する。連携を密にして運営をいただく。

(1) 加工場棟・販売管理棟

| 区分 | 施設機能 | 基本的な考え方 | 備考 |
|------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 加工場棟 | 加工場 | <p>【用途】市内産の材料(米、野菜、畜産物、林産物等)を使った食品加工。</p>  <p>【参考写真】鳥取県八頭町 大江ノ郷ビレッジ</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・産直市廃棄ロス低減に協力する ・面積内で倉庫、休憩室、事務室など必要なもの設置 |
| | 見学通路 | <p>【用途】加工場見学に対応する(食育、観光)</p> | |
| | 厨房施設 | <p><共同厨房></p> <p>【用途】事業者の試作研究など</p> <p><テストキッチン(セミナー室)></p> <p>【用途】一般来場者向けに各種料理体験(郷土料理、食育教室)</p> <p>【用途】加工場見学の説明場所</p>  <p>【参考写真】ホシザキ(株)東京営業所 1Fロビー内</p> | <p>※専門的な機材の配置</p> <p>※モニター設置 (シェフの手元も写し出す)</p> |
| | イートイン | <p>【用途】加工場で製造した商品の販売・イートイン</p>  <p>【参考写真】東京都「オイシックス アトレ吉祥寺店」</p> <p>※販売管理棟に配置することも考えられる。</p> | |

| | | | |
|-------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| | トイレ | ・車いす対応、ベビーシート設置、授乳室 | |
| 区分 | 施設機能 | 基本的な考え方 | 備考 |
| 販売管理棟 | 事務室 | ・管理事務所、従業員の休憩等 | |
| | 産直市 | <p>【用途】生鮮農作物、加工品の販売</p>  <p>【参考写真】岐阜県「かしも産直市」 ※開放的な店内の様子</p> | ・ショッピングカートが利用できる余裕のある広さ。 |
| その他 | | <ul style="list-style-type: none"> ・一般駐車場(普通車 P:20 台増⇒75 台、大型 P 9 台)、業務用駐車場 ※現状でも駐車場が不足しているので増設が必要 ・緑地(芝生、樹木等の植栽、あるいは畑) ・水道に関しては木次側から導入する。 ※必要に応じて増強するが供給量に限界がある。 ・既存産直市は用途を変えて活用する。 ※想定としてはテナントとしての活用 | |

(2) 中心市街地活性化エリアとの関連性

- ・中心市街地活性化事業の当初計画では飲食・物販を計画されており、本事業にある飲食・物販との競合が懸念され再検討することになった。しかし、現在においては中心市街地活性化事業では宿泊と飲食が中心となったため、物販についての競合はほぼなくなったと考えている。
- ・宿泊と飲食が充実した中心市街地活性化事業のエリアと物販中心の本事業は、観光ルートとしてつながり、相乗効果を上げることができると考えている。さらに、本事業で加工されたものが中心市街地で活用されることについても取組として推進していく。

| 中心市街地活性化事業 | | 食の幸発信推進事業 | |
|------------|-----------|-----------|-----------|
| 目的 | ①購買力の流出抑制 | 目的 | ①農業の振興 |
| | ②定住人口の増加 | | ②食関連産業の強化 |
| | ③交流人口の拡大 | | ③交流人口の拡大 |
| 加工 | — | 加工 | 充実 |
| 飲食 | 充実 | 飲食 | 簡易なもの |
| 宿泊 | ホテル | 宿泊 | — |

← 比較 →

5. 管理運営計画

運営する事業者は予め企画提案型公募で選定する。事業者は計画段階から本事業推進に係る検討に加わり、具体化に向けた事業提案を行うとともに、産直会員、近隣施設などとの連携、関係づくりに取り組む。このことによって最適な施設整備並びに運営体制をつくりあげていく。

(1) 加工場：長期賃貸借契約

【構造・規模】600 m² (想定) ※建物の面積・仕様等は市との協議により決定する

【期間】原則 15 年 ※正当な事由が認められれば延長可

【想定使用料】481 円/m²/月 ※面積、建築費等が確定した後に使用料を確定する
 ※他に共益費等が必要になる
 ※減額規定（公益性が高いもの）

例) 学校給食野菜用カット野菜、売れ残り野菜加工、米粉製粉など

【修繕費】1 件 10 万円以下の軽微な修繕、使用者の責任において生じた改装、増築などについては使用者の負担で実施すること

【原状回復】加工場棟の使用を終了したときは、直ちに現状に回復すること。

※想定使用料の算定根拠

(単位：千円)

| 内容 | 月単位 | 15 年積算 | 備考 |
|-----|-----|--------|---------------------------------------------|
| 使用料 | 288 | 51,912 | 建築費(600 m ² × 280 千円) × 30% × 利子 |

481 円/m²

< 参考資料 >

| 貸工場 施設名 | 設置目的 | 開設 年度 | 契約 期間 (年) | 工場面積 (m ²) | 使用料 (円/m ² /月) | 保証料 | 機械設備 への支援 | 利用状況 | |
|-------------------|------------------|----------|-----------------|-------------------------------------------------|------------------------------|------|--------------|----------------------|-------------|
| | | | | | | | | | |
| 斐川町 企業化支援貸工場 | 中小企業支援 起業支援等 | H13 | 5 | 80m ² /区画 (全体1773m ²) | 652 | 3ヵ月分 | なし | 11区画が利用 (全体で15区画) | |
| 安来市 オーダーメイド貸工場 | 産業振興、雇用 の場の創出 | H30 | 15 | 512 | 546 | なし | 20% | 豊栄工業 (愛知県) | 医療機器 製造等 |

(2) 加工場棟・販売管理棟等：指定管理契約

【面積】加工場棟 300 m² (想定、加工場部分を除く)

販売管理棟 400 m² (想定)

その他 (駐車場、施設内道路、緑地など)

【事業内容】産直野菜加工品と加工場棟でできたものを販売する。その他は道の駅と調整する。

【期間】3~5 年

【指定管理料】0 円

6. 事業計画

(1) 事業費

| 項目 | 内容 |
|--------|------------------------------------------------------|
| 用地買収費 | 必要な用地面積約1万㎡(雑種地、山林等)、立木補償等 |
| 造成費 | 掘削、残土搬出、舗装工、水路工、工事中用道路 |
| 建築工事 | 建築主体工事 1,300 ㎡ @250⇒@280 千円 |
| 設備費 | 什器、備品、調理機材(テストキッチン等) |
| その他工事等 | 上下水道管路、水道増設工事、既存産直市の改修 ※水道は木次町側から接続する。 |
| 測量試験費 | 測量(地形、用地)、開発協議、用地設計、建築設計、設計監理 |
| 補助金 | 加工場内 機械設備費(補助率1/2以下) ※上限額、国、県の補助金を活用した場合など詳細は今後調整 |

※財源については過疎債を活用し、加工場の機械設備については補助金等の活用を推進する。

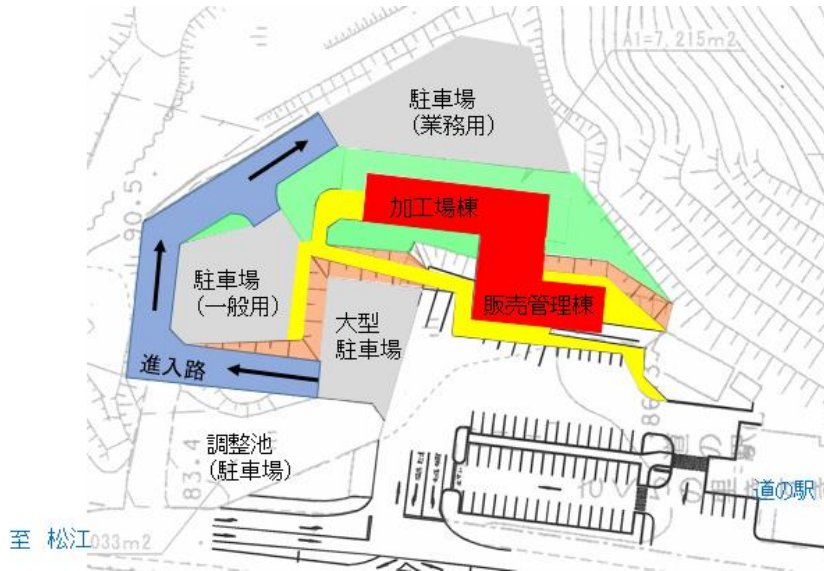
(2) 想定スケジュール

| 内容 | 平成30年度 | 平成31年度 | 平成32年度 | 平成33年度 |
|-----------|------------|---------------------------|-----------|------------|
| 事業者選定・運営 | 事業者選定 | 計画、関係団体との連携調整、開業準備 | | 運営開始 |
| 農業振興 | 生産等の協議 | 生産振興の実施(必要農産物の確保にむけて) | | |
| 設計 | 基本設計 | 実施設計 | | |
| 用地測量・補償調査 | | 用地測量等 | | |
| 開発行為・事業認定 | | 開発行為・事業認定 | | |
| 土地取得 | | 土地取得 | | |
| 工事 | | 造成工事 | 建築等工事 | 旧産直市改修 |
| 機械設備 | | | 設備導入 | |

7. 施設配置計画イメージ

■配置図（想定）

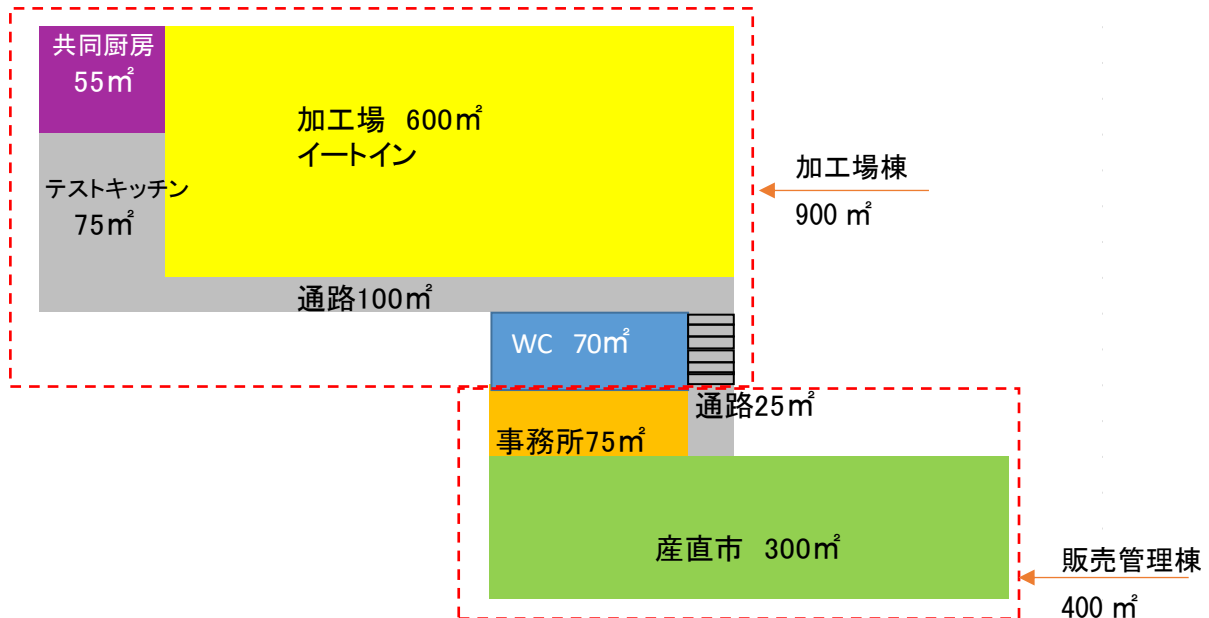
以下の配置図、施設平面図はイメージである。今後、事業費等の条件の範囲内で、配置や施設ごとの面積配分などは、指定管理予定者と市との協議によって方針決定する。



①「販売管理棟」は、道の駅と同じ高さで設置する。大型駐車場台数が変えられないので、北側への拡張に制限がある。

②「加工場棟」は、現状の地盤に設置するので、販売管理棟より約3m高い位置に設置する。

■施設平面図（想定）



面積 1300m²

雲南市食の幸発信推進事業検討委員会要綱

(設置)

第1条 雲南市が作成した雲南市食の幸発信推進に関する基本計画(修正案)を原案にして、各分野からの意見を求め、計画の精度、実現性を高めるため、雲南市食の幸発信推進事業検討委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(協議事項)

第2条 委員会の協議事項は、次のとおりとする。

- (1) 食の幸発信推進に関する基本計画の精度や実現性を高めるために必要なこと。
- (2) 近隣施設等との連携に関すること。
- (3) その他、協議に必要な事項に関すること。

(組織)

第3条 委員会は、次の各号に掲げる関係機関及び団体に所属する者10名以内で組織し、市長が委嘱又は任命する。

- (1) 雲南市商工会
- (2) 島根県農業協同組合雲南地区本部
- (3) 大原森林組合
- (4) 飯石森林組合
- (5) 一般社団法人雲南市観光協会
- (6) 島根県
- (7) 雲南市

(委員長及び副委員長)

第4条 委員会に委員長及び副委員長1名を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(委員の任期)

第5条 委員の任期は、平成30年3月31日までとする。ただし、補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会議)

第6条 委員会は、委員長が招集し、その議長となる。

2 委員長は、必要があるときは、委員会の会議に委員以外の者の出席を求め、その意見を聴くことができる。

(ワーキング部会)

第7条 委員会の協議事項を研究するため、委員会にワーキング部会(以下「部会」という。)を置くことができる。

(庶務)

第8条 委員会及び部会の庶務は、産業観光部商工振興課において処理する。

(委任)

第9条 この告示に定めるもののほか、必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この告示は、平成28年6月14日から施行する。

(告示の失効)

- 2 この告示は、平成30年3月31日限り、その効力を失う。

<検討委員会での議論まとめ>

■加工場について

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>(設置理由)</p> <p>⇒地域内経済循環の核となる拠点整備</p> <p>⇒市外に流失している加工を導入する。</p> | 地域内資源の活用や地域内でお金を循環させることに拘ってやるべき |
| | 一次加工が地元であれば流通コストが抑えられる。農家は利益を乗せる余裕ができる。 |
| | 粉末などの一次加工を行うことになればOEM加工の市外流失防止に繋がる |
| | 一次加工については一極集中でやるメリットを考えておく必要がある(加工によっては分散してやった方が効率的なものもあるので)。 |
| <p>(出口が重要)</p> <p>⇒顧客ニーズを把握し、売れるものをつくり、販売する。</p> | 農家がやる気になる加工品が良い |
| | 食品の原産地表示が厳しくなっているので、国内生産の追い風になる |
| | 利益がでないものに発展はない。加工のプロが入れば安心して任せられる。これは数億を投資する市の中核事業である。 |
| | 6次産業化施設は全国に多数の事例があるが稼働率が低い、うまくいっていないケースが多い |
| <p>(地域資源活用)</p> <p>⇒地域資源の活用は重要。最初からの地産地消率50%は難しい。</p> <p>⇒雲南市の新しい魅力をつくるという目的意識が大切。</p> | 出口から考えるマーケットインは成功しているものが多い |
| | 顧客のニーズに合わないものは衰退する |
| | いいものを作れば売れる時代ではない。時代にあったものをつくる必要がある。 |
| | 地域資源を利用する部分と地域外の製品を使用する部分がでるが、その棲み分けがポイント |
| <p>(機械設備の考え方)</p> <p>⇒過大にならないよう適切な規模の設備となるよう計画をつくる。ここは実施するプレイヤー次第のところがある。</p> | 地域資源はどこまでか? 100%地域資源と言われると厳しい。ある程度は融通がきかせてほしい。 |
| | 地産地消率は50%程度で良い。極端に比率を高くすると、商品価格を押し上げてしまうなど、加工事業が上手くいかない原因になる |
| | 地産地消率は順次引き上げる計画にしてもらい、市もそれを支援するような施策をとってはどうか。50%も最初からは難しい。 |
| | この施設で大切なのは雲南市の新しい魅力をつくること。既存の農作物を使うにしろ、新たに何かをつくってもらいにしろ、この施設で新しい魅力をつくるという目的意識を強く持って向かうべき |
| <p>(補助金活用について)</p> <p>⇒地域資源活用のしびりが生じる</p> | 利用計画(どんな農作物をどれだけ使用して加工するのか)がないと機材は決まらない |
| | 機材の規格は、とかく過大なものになりがちである。ニーズにあわせてらないようにするべき |
| | あまり大規模な施設・機器はいらない。稼働しないリスクもあるので、必要になればプレイヤー自身が増やしていく方がいい。 |
| | 出口が決まらない中、加工技術を持ってくるのはリスクがある。ニーズの高い加工、稼働率の高いものを選ぶ必要がある。製粉だけでも様々な種類があるし、レトルト加工は一つの殺菌工程に過ぎない。 |
| <p>(補助金活用について)</p> <p>⇒地域資源活用のしびりが生じる</p> | 市内の需要がある加工は、レトルト・フリーズドライ・製粉 |
| | 目的を達するのに最も重要なのはプレイヤー。 |
| | 農水省の補助を使う場合には地域資源を使用するという縛りがある |
| <p>(補助金活用について)</p> <p>⇒地域資源活用のしびりが生じる</p> | 補助金を使う場合には地場産を使うストーリーになる。そこにアグリキッズ、女子大学、食文化とのつながりを描いたり、市外に出てしまっている資本を市内で循環させるような流れを検討されたい。 |
| | 国庫補助が民間にしか出ないならイニシャルコストを下げるべく決定事業者と協議しながら進めていくべき |

■地域資源

| | |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (全般) | あるものを如何に加工するかも大事だが、加工事業者は確実に売れて利益が生みだせる事業を展開しないといけない(量の確保)。 米は30年問題がある。広い水田をどうしていくかという面的な話であれば生産振興がセットにならないといけない |
| (米) | 微粉碎の米粉などグルテンフリーは売れる。もち米、酒米も含めて考えるべき JA 関係では米関係が多い。加工先を探すのに苦労している。レトルトは浜田、ヒット商品のかりんとうは山形に外注している。 雲南は島根の米どころ。米粉の普及、利用研究は良いストーリー パック米飯は売れている。餅は JA 雲南管内で2億円規模だが、消費は下降傾向。 野菜の需給調整は時間がかかるが、米の品種の調整は取り組みやすい |
| (蕎麦) | 出雲蕎麦は日本3大蕎麦でブランド力がある。一次加工として製粉、レトルト、フリーズドライを行う。市内で蕎麦の生産振興も合わせて行う |
| (竹の子) | 雲南ブランドとしてのタケノコ販売。竹の子の出荷が増えるということは山の整備につながり、団塊の世代の小遣い稼ぎにもなる。 当組合のタケノコは添加剤をいれていないので付加価値がありよく売れる。出口はあるので大原分もあわせて取り組めたら良い。 |
| (サラダ商材) | 自由貿易が進む中、国内で何が最も影響を受けないかということとサラダ商材。例えば、水耕野菜の食べ放題ランチをワンコインでやれば人が来ると思う。一定の利益を稼ぐ部門とサービスで提供する部分を上手く組み合わせれば、人を呼び寄せて全体を黒字化する仕掛けはできると思う 外食系への対応は雲南地域でも検討している。県内では既に取り組んでいるところもある。ニーズとしては掴んでおり、あとは如何に生産体制が課題。実現した暁には規格外品も出てくるので、その活用はこの事業と連携できると思う。 |
| (果物) | ココロノファームは良い果実をつくっている。B級品の活用を考えられたら良い |
| (木製品) | 食に限らず木製品も検討してもらいたい |

■加工場以外の施設

| | |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 厨房施設 (テストキッチン、共同厨房) | 笹巻も実際にやろうとすると広さが必要でそのような施設がない。先生の手元がモニターに映るような機器もあると良い |
| ⇒設置の方針 (各種料理教室) (試作研究) | 伝統料理を継承する厨房施設は必要。日本料理は世界遺産になったこともあり、観光につなげることができる。 米粉を作るなら、それを料理教室で使うとプロモーションになる。ピザにも使える。 プロの料理人が学べるところをつくるべき |
| 直売・イトインコーナー | 飯南町の道の駅にはパン工房があり、生産と物販が確実に繋がっている |
| ⇒設置の方針 (施設で加工したものを販売、飲食) | 加工でつくったものは、その場で試食や直売ができる方がいい 工場見学だけでは飽きる。工場横で見学者に対して無料で四季折々の麺を提供することで集客できる。 折角、施設ができるなら直売や飲食など人が集まる仕組みは当然あるべき |
| 産直市 | JA も一本化したので、県内の物産が集まる施設があると良い |
| ⇒設置の方針(規模拡大) (雲南の食の良さを売り場を通じてPR) | 現状の産直市は規模が小さい。ここの産物はコレというものがあると良い。地域の生産者と連携を密にして直売の強化 プロが求める食材が集まる(オーガニック)産直市。邑南町はシェフが集まる仕組みをつくった。シェフとつながった農家の中には年収2千万円の人もある 西洋野菜は産直市では売れなくてもレストラン等からは引き合いがある。消費のキーは女性だと思うので、そういった方をターゲットにする観点 |

| | |
|-----------------|---------------------------------------------------------------|
| (他の産直市との差別化を図る) | 来場者が生産者との接点をもつことで来て良かったと思われる |
| | 椎茸舞茸などの見学に来られるが、成長過程を見て皆さん感動される。まめなカー市で椎茸ブロックを販売したがそこでも好評であった |
| 体験農園 | アグリキッズスクール、産直市を対象とした栽培指導ができる場になると良い |
| ⇒記載なし | 通年活用のためにはハウスもあると良い |

■交流人口 他

| | |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 交流人口拡大 | ここでは観光の視点を忘れてはならない。家族利用等集客力を拡大するための食事、加工体験を取り入れ滞在時間を長くし、客単価を向上させる。木材を活用した家族でつくれる”ものづくり体験”などもある |
| ⇒食の幸を体験できる場 | 道の駅、産直市、尺の内公園、食の幸拠点施設が連携しなければならない |
| ⇒厨房施設での食のセミナーなど、食文化継承にも貢献 | 食育というキーワードが出てこないのはなぜか |
| ⇒近隣施設との連携 | ここは単なる工場ではない。体験や食事、観光面も含めた雲南の食の幸を総合的に検討した上で、施設を検討すべき |
| 中活事業との関係性 | 来ていただいた人が楽しめる。ファンになっていただけるような体験・研修の機能が大事。県外の方が家族連れで訪れてみたいと思うような、1日楽しんで最終的に商品を買って帰るといった施設。そこでなければ体験できない・遊べない機能があれば人を呼び込めると思う |
| ⇒中活の内容もほぼ決まっているので競合はない | 今後ワーキング等で議論していくと、両者の整合性など関係なく、いろんな意見がでてくる。飲食や販売をしないというのは難しいように感じる。 |
| | 中活も大切であるが、ここはここで発展すれば良い |

■運営 他

| | |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 運営 | 加工中心であれば新会社が立ち上がると思う |
| ⇒民間による運営 | 行政や素人の発想・補助金に頼る・先進地視察による”まね事業”では失敗する |
| ⇒事業提案によって事業者を選定 | 成功するかどうかはやる人次第。市内の食に関して成功している会社に進出してもらえば成功する。意欲ある企業に必要な条件を聞き、それをできるだけ具現化すると良い |
| (民間ノウハウ、企画力活用) (計画段階から参画) | 加工を外注していた会社に生産者やJAが加わった組織をつくるのが望ましい。加盟した会社に責任をもっていただく共同組合のような形もある。 |
| | 一方組織づくりは非常に難しい。「自社の利益だけを考えない」「生産者との相互理解を図る」など、しっかりとした組織理念をつくり、目先の利益に拘りすぎず、バリュー（価値）をつくれるような組織が好ましい。 |
| 人材確保 | 若い起業者の掘り起しが大切（特に女性）。以前は普及部の体制も良かったので雲南圏域に加工場が沢山できた。起業者が試食・販売などで利用できるとよい。 |
| ⇒記載なし | 邑南町では地域おこし協力隊制度で研修生（耕すシェフ）を呼び込み、農と食のPRにつなげている |
| 農業支援人材 | 給食や外食などへの需給調整をするコーディネーター配置とあるが、業務の範囲が広すぎる。役割をしっかりと検討すべき |
| ⇒記載なし | 本市の野菜は少量多品種の産直野菜がほとんど。高齢者が趣味的に生産していることが多い。その方にこういう規格の物をつくって下さいというのは、ご指摘のとおり難しい。 |