



“農家のパーティー” おいしいアイデア語り合おう!

秋田市農業ブランド確立総合戦略

秋田市では、地元農産品の価値を高め、その魅力を情報発信していくための指針として、「秋田市農業ブランド確立総合戦略」を策定しました。

秋田市の農業に“光”をあて、たくさんの人が関わることでおいしいアイデアが生まれる、そんな新たな取り組みが始まります。

秋田市農業ブランド名＝“農家のパーティー”

問い合わせ▶産業企画課☎(888)5722

戦略策定の目的と背景

秋田市の農業は、農畜産物の販売額の7割をお米が占めており、農業経営が米価に大きく左右されるとい課題を抱えています。数年前からは、園芸作物の生産拡大や6次産業化の促進などにも力を入れてきました。が、首都圏などの市場では産地間の競争が激しく、厳しい価格競争にさらされています。今後、それら市場に出荷する産地としての地位を特色あるものにしていくためには、地域がひとつとなって、品質の向上に努めていく取り組みが必要です。さらにその取り組みを効果的に進めていくうえで、農産品全体の価値向上と積極的な情報発信などを、戦略的に展開していくことが求められます。

農業ブランドとは

秋田市ではこれまで、農産品の生産振興策に力を入れてきましたが、農業全体の振興を図っていくには、これを販売まで効果的に結びつけていく必要があります。また、この分野の持続的な成長を考えると、今後の農業を担う後継者の育成も大きな課題といえるでしょう。

こうした現状を打開しようと考えたとき、個別の農産品のブランディング（※ではなく、秋田市の農業そのものに光を当て、価値を高めていくための「農業ブランディング」という新たな考えにたどり着きました。

※ものなどをブランドに育て上げること。

期待される効果

秋田市の農業ブランドは、農産品と農産加工品全体の価値を高めるための活動をさします。これによって、農産品の価値をアピールする効果、農業に携わるみなさん（生産・流通・販売）の連携を図り、モチベーション（目的意識）を高める効果、さらには、農業に携わるみなさんと消費者との関係性を強める効果などが期待されます。

これらの効果を積極的に導き出し、秋田市農産品などの販売促進や魅力向上につなげていきます。



「農家のパーティ」はブランド名だよ
詳しくは次のページを見てね！



ブランド確立へのステップ

「秋田市農業ブランド確立総合戦略」策定の経緯と、今後の流れは次のとおりです。

1

市の農業の現状と課題

～既存調査・学識者のレポートより～

- 農業世帯主の9割が50歳代以上
- 水稲栽培が多くを占める中、米価は低迷している
- 消費者の多い秋田市では、農産物の消費量も多い
- 米だけではなく、園芸産地としての側面を強化する
- 鮮度とおいしさをアピールしながら、地元での評価を高めていく
- 県庁所在地としての強みを活かす
- 生産・流通・販売・消費者の連携を強化する



2

ブランドが満たすべき要素

～聴き取り調査結果から～

- 園芸作物の価値を強化するための枠組みが必要
- 市場との距離の近さを活かした、地元を巻き込んだ仕組みにすること
- 若手農家が、プライドを持って、やる気になれる意識改革の旗印としての役割
- 生産・流通・販売・消費者の連携をかたちにしていく、一過性ではない取り組みであること

3

ブランド構築の方向性

- 園芸作物の認知とファン拡大に向け、体験やメニュー開発などに取り組む
- 県庁所在地の利点を活かし、生産・流通・販売・消費者までの連携をプロジェクト化していく
- 右記の取り組みの成果を積極的に発信し、ブランドの創出を図る。また、次代を担う若手生産者の気持ちに刺激し、「それならやろう」という意気込みを上げていく

4

ブランド戦略の基本的な考え方

秋田市の取り組み方針

- 秋田市の役割は、生産・流通・販売・消費者のネットワークを整備し、新たな価値創造の場を構築するとともに、持続的な成長のための基盤づくりを進めること
- （イメージは下図のとおり）

5 ブランド定着までの流れ

- 1年目(平成28年度) 戦略の策定 市では昨秋から準備を進め、秋田市農業ブランドを確立していくための戦略を策定しました
- 2年目(平成29年度) 秋田市民のファン化 市民参加による活動を開始し、地元からブランドに対する共感の輪を広げていきます
- 3年目(平成30年度) 仙台圏や首都圏への発信強化 仙台圏や首都圏での浸透を図ります
- 4年目(平成31年度) 継続的成長へ 県内外の秋田市農業ブランド関連の活動を継続し、さらに共感の輪を広げ、ブランドの定着を図ります

