

東御市6次産業化推進計画（素案）

（令和2年度～6年度）

東御市産業経済部
6次産業化推進室

目 次

第 1 章はじめに.....	2
1 計画策定の目的.....	2
2 計画の位置づけ.....	2
3 計画期間.....	2
第 2 章 6 次産業化をめぐる情勢.....	3
1 農業をめぐる情勢.....	3
(1) 担い手の減少.....	3
(2) 農業所得の低迷.....	3
(3) 安全・安心に対する意識の高まり.....	3
2 社会環境をめぐる情勢.....	3
(1) 食をめぐる国際的な情勢.....	3
(2) 「健康」と「簡便」を求める消費者ニーズ	3
(3) 多様化する観光ニーズ.....	4
3 東御市の現状.....	4
(1) 第 1 次産業（農業）	4
(2) 第 2 次産業（食品製造業）及び第 3 次産業（商業・観光）	7
(3) 東御市の 6 次産業化の現状.....	8
第 3 章 基本方針と目指す方向性.....	9
1 基本方針.....	9
2 目指す方向.....	9
3 戦略品目.....	10
4 推進方策.....	12
第 4 章 計画推進のために.....	20
1 推進体制の構築.....	20
2 計画の進行管理.....	20

第 1 章 はじめに

1 計画策定の目的

本計画は、本市の農業の更なる振興に向けて、農業（1次産業）と異業種（2次、3次産業）との相互参入を促進する指針として策定するものです。

地域農産物に新たな付加価値を生み出し、農業者の所得向上と経営安定を図り、雇用機会の創出を目指す、活力と魅力ある地域をつくるための戦略とします。

2 計画の位置づけ

本計画は、「6次産業化・地産地消法」等関連する各種法令等との整合性や連携を図り、本市農業分野の基本計画である「東御市農業振興計画」の基本目標1「地域の夢を育み、多様な希望がかなえられる農業」の方針に基づき策定するとともに、「東御市総合計画」との整合性を図ります。

3 計画期間

計画の期間は、上位計画である「東御市農業振興計画」との整合を図り、令和2年度から令和6年度とします。

第2章 6次産業化をめぐる情勢

1 農業をめぐる情勢

(1) 担い手の減少

我が国は人口減少社会に入るなか、労働力人口は1998年の6,793万人をピークに減少局面を迎え、2030年には6,180万人になるとの試算も示されています。農業分野では、現在農業労働力の主力となる基幹的農業従事者が65歳以上で6割となっており、近い将来、我が国農業を支えた高齢者の多くが引退することが見込まれ、農業労働力のぜい弱化が進行しています。

(2) 農業所得の低迷

農産物の価格低迷や生産資材価格の上昇等により農業所得が減少する中、農業所得の増大を通じた農業の持続的発展を図るためには、農産物の生産、販売や生産コストの低減のみならず、農村に由来する様々な地域資源を生かしつつ、第1次産業、第2次産業及び第3次産業を総合的かつ一体的に融合させた事業展開を図ることが求められています。

(3) 安全・安心に対する意識の高まり

産地偽装表示、食品製造過程における衛生管理問題の発生など、食の安全に対する意識が一層高まっており、安全が確保された生産物の供給体制強化が求められています。これに伴い、生産履歴情報（トレーサビリティ）^{※1}による信頼確保と農業生産工程管理（GAP）^{※2}の普及など、安全・安心な農産物の生産が求められています。

2 社会環境をめぐる情勢

(1) 食をめぐる国際的な情勢

新興国の経済成長に伴う需要増大などにより、食料供給は安定性を失いつつあります。

また、輸入食品の増加が見込まれ、地域経済への影響が懸念されています。このことから、地産地消や食育の推進など、農村を地域全体で守り、食文化の継承と食料を安定的に確保する取り組みの拡大が求められています。

(2) 「健康」と「簡便」を求める消費者ニーズ

少子高齢化などを背景に国内の食料需要は縮小傾向にある一方、消費者のニーズは、「健康」と「簡便」を求める傾向にあることから、マーケットイン^{※3}の

発想に基づく商品開発を進めていく必要があります。

（３）多様化する観光消費者ニーズ

団体旅行から個人・少人数グループ主体の旅行が増え、物見遊山型から体験・滞在型観光が増加するなど、ニーズが多様化しています。これらを背景に、地域が主体となり、食や文化に対する理解を深め、観光素材として情報を発信する「着地型観光」※４の推進が求められています。

※１ 生産・処理・加工・流通・販売等の段階で仕入先、販売先などを記録・保管し、その流通経路と所在情報を追跡・遡及できるシステム

※２ Good Agricultural Practice の略。農業生産活動を行う上で必要な関係法令等の内容に則して定められる点検項目に沿って、農業生産活動の各工程の正確な実施、記録、点検及び評価を行うことによる持続的な改善活動のこと。

※３ 商品の企画開発や生産において消費者のニーズを重視する方法

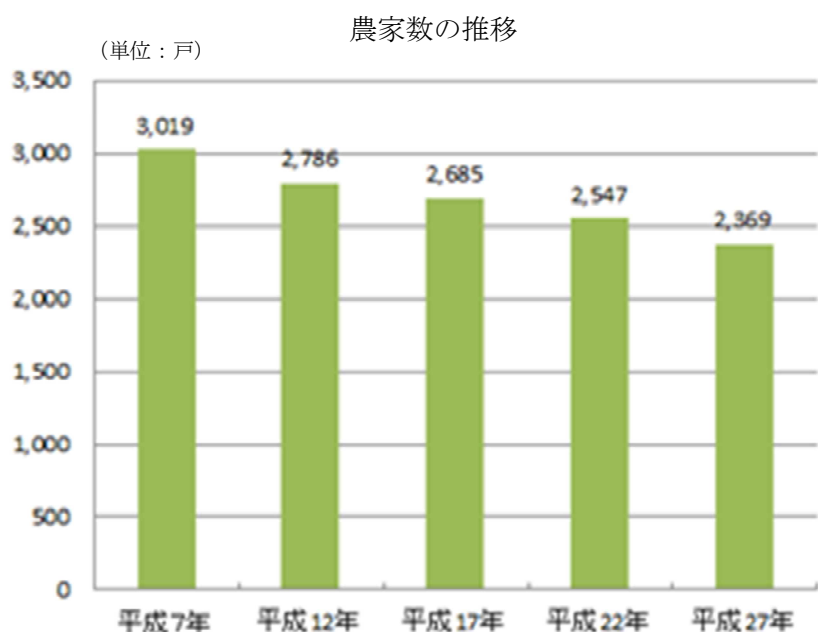
※４ 観光客の受け入れ先が地元ならではのプログラムを企画し、参加者が現地集合、現地解散する新しい観光の形態。

３ 東御市の現状

（１）第１次産業（農業）

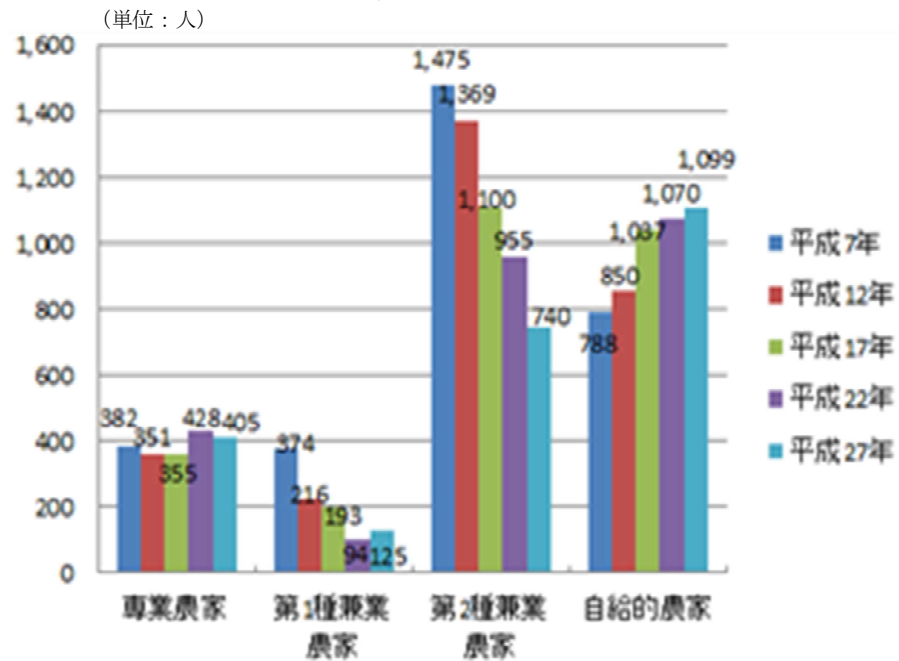
ア 担い手の減少

本市の農家数は減少しており、20年間で約22%減少しました。専業・兼業別の割合を見ると、専業農家はほぼ横ばいで推移し、農業所得を主とする第１種兼業農家においては、約70%と大きく減少、農業所得の依存度が低い第２種兼業農家においても約50%減少した一方、自給的農家の占める割合は増加しています。



資料：農林業センサス

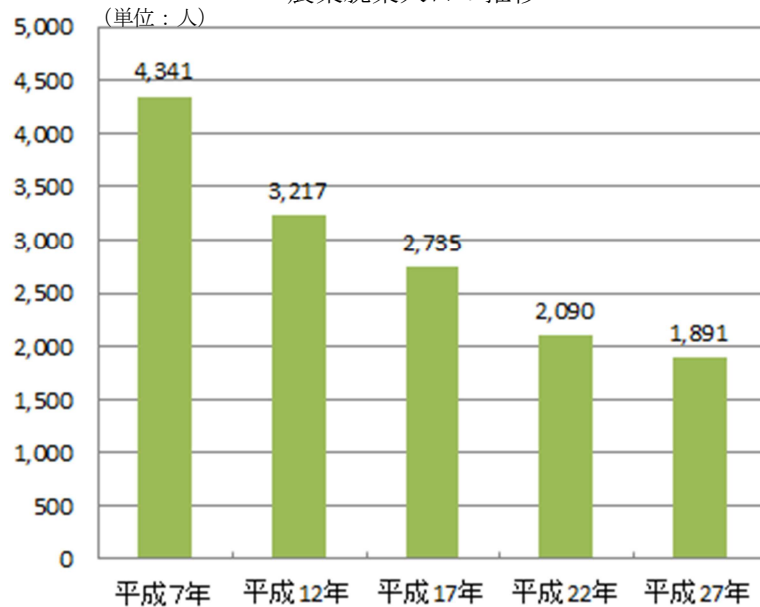
専業農家数等の推移



資料：農林業センサス

農業就業人口も減少する中、高齢化が進行し、平成27年では65歳以上が68%を占め、平均年齢は66.9歳となっており、新たな担い手の育成・参入促進などが求められています。

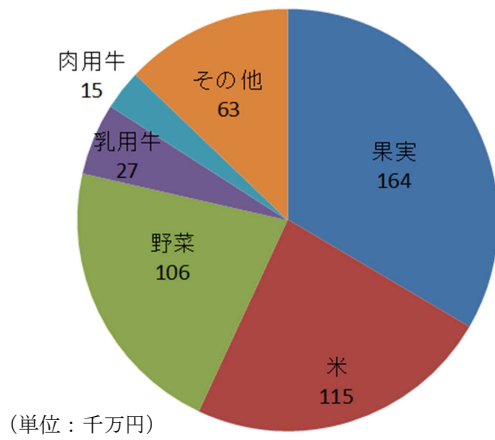
農業就業人口の推移



資料：農林業センサス

農業産出額（推計）

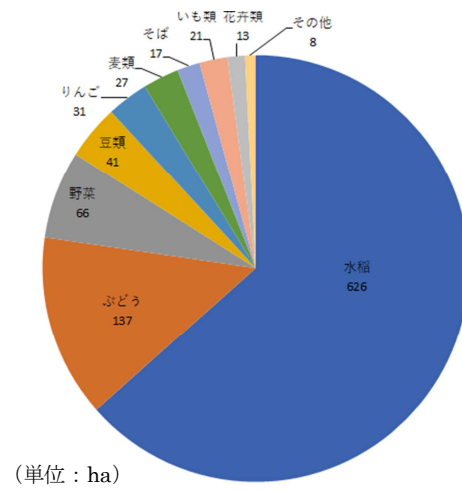
（平成 29 年）



資料：農林水産省わがマチ・わがムラ

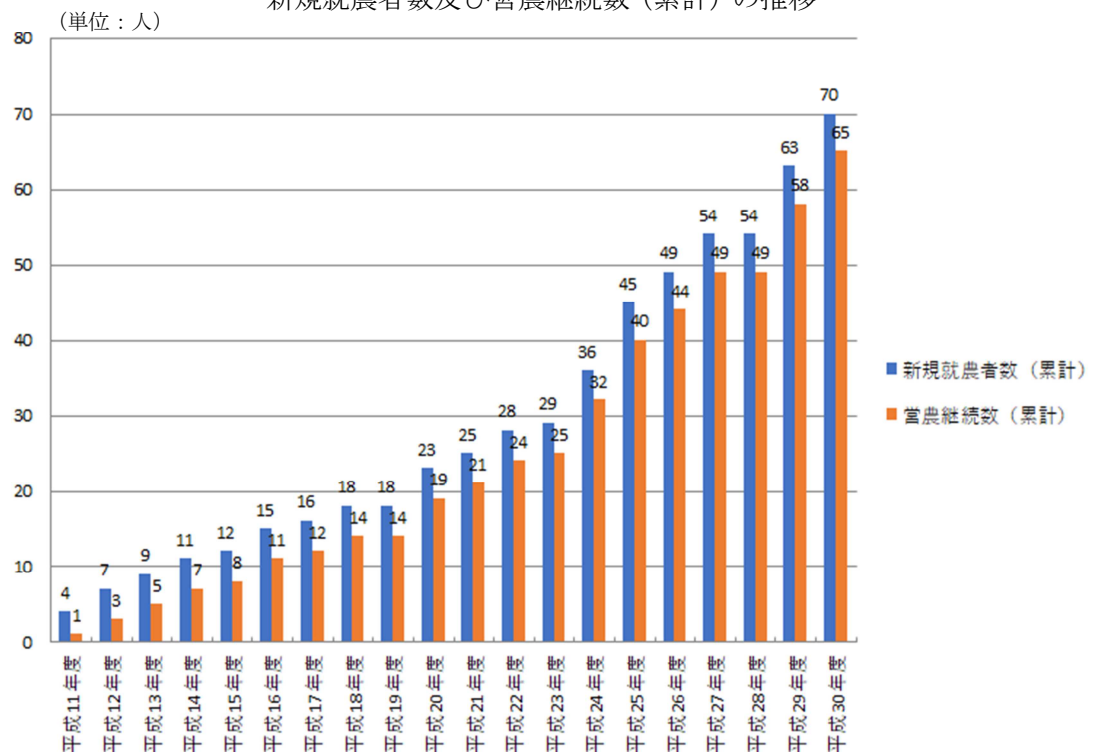
販売を目的とした農産物の作付状況

（平成 26 年）



資料：農林水産省わがマチ・わがムラ

新規就農者数及び営農継続数（累計）の推移



資料：東御市農林課調べ

(2) 第2次産業（食品製造業）及び第3次産業（商業・観光）

ア 事業所数・従業者数・製造品出荷額の推移

工業統計調査における本市の製造業の事業所合計数は、平成29年が89事業所であり、5年前の平成24年と比較すると13事業所（12.7%）の減少でした。うち、飲食料品製造業は、12事業者から1事業所（8.3%）が減少となり、11事業所となりました。

従業者数は、平成29年が3,409人であり、5年前の平成24年と比較すると452人（11.7%）の減少となっていますが、飲食料品製造業は、233人から94人（40.3%）増加し、327人でした。

製造品出荷額の事業所合計額は、4年前の平成24年と比較すると約141億円（約12.5%）増加しております。

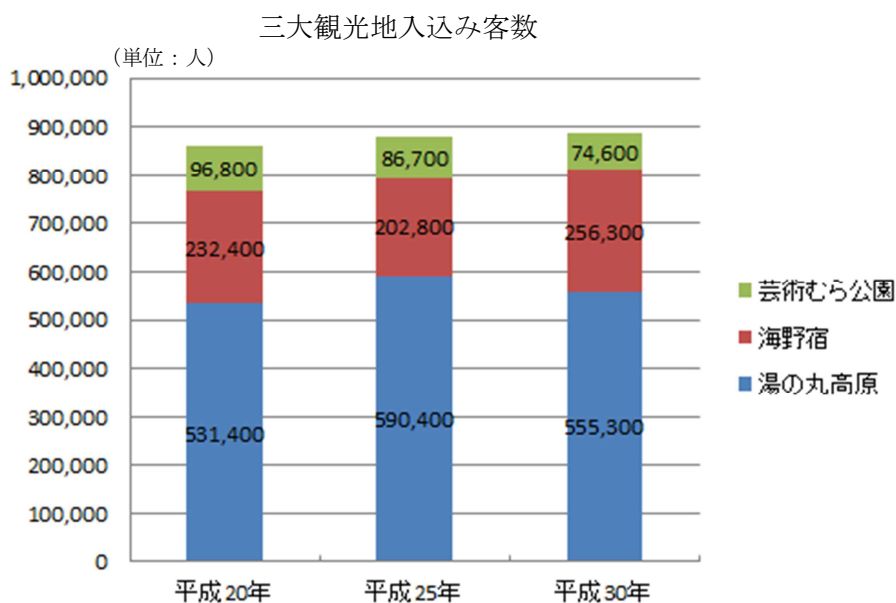
イ 商業（卸売業・小売業）の商店数・従業者数の推移

商業統計調査における本市の商店合計数は、平成26年が234事業所であり、10年前の平成16年と比較すると83事業所（約26.2%）の減少となっております。

従業者数合計は、1,887人で平成16年と比較し、187人（9.0%）の減少となっております。

ウ 観光客入込数

「湯の丸高原」、「海野宿」、「芸術むら公園」といった3大観光スポットの観光客入込数は、平成30年は約88.6万人であり、10年前の平成20年と比較すると約2.5万人（約3%）の増加となっております。



資料：東御市商工観光課調べ

（３）東御市の６次産業化の現状

本市における、６次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定を受けた市内の事業者は、６事業者（平成31年3月現在）で、ワイン産業関係が４事業者、果樹（ぶどう）１事業者、畜産（乳牛）１事業者であります。総合化事業計画の認定を受けず、独自に６次産業に取り組んでいる事業者もありますが、状況としては、認定に向けた取り組みを進める事業者の数は少数であります。

また、直売所については、それぞれの店舗ごとの特性を活かして、多種多様な農産物やその加工品が販売されているほか、イベント等の開催により、消費者との交流や直売所の認知度の向上を図る取り組みが行われています。

その他、スーパー等における地産地消コーナーなど、農産物の直売の販路は増えてきており、多様な選択肢の中で柔軟に販売ルートを確保する動きが出てきています。

一方で、人口減少と高齢化による、農業後継者や担い手の不足、農家数の減少への対応、更に、消費者の安全・安心な“食”への関心の高まりと、多様化するニーズ等への対応が求められております。

また、観光人口も伸び悩んでいることなどを踏まえ、今後、６次産業化を推進するにあたり観光客や消費者のニーズを把握しながら、農産物、自然・文化、景観、観光施設などの東御市の豊かな地域資源を活用した、新商品や新サービスの開発力向上と販路拡大に向けた支援体制の充実化が必要となります。

第3章 基本方針と目指す方向性

【東御の農 thank you】～農サイドで取り組む6次産業～

本市における農業を取り巻く環境や、6次産業化への取り組みに向けての課題を踏まえ、計画推進のための基本方針を下記のとおりとし、目指す方向性を実現するために関係する機関・団体が一体となって施策を推進します。

1 基本方針

本市農産物の付加価値向上や農業者の経営向上及び地域の雇用拡大などを目指し、農業をはじめとするあらゆる業界の垣根を飛び越え、6次産業化によるイノベーション^{※1}が起きるよう、地域が一丸となって取り組みます。

※1 新商品の開発、新生産方式の導入、新市場の開拓、新組織の開拓等によって経済発展や、景気循環がもたらされること

2 目指す方向

(1) モノづくり

「魅力的な地域資源の掘り起こしと地域産業の連携による売れる商品づくり」

本市の農産物そのものの力を生かし、視点を変えた発想によって地域資源を掘り起こし、生産・加工・流通・販売に携わる人々の連携により、新たな付加価値をつけて魅力的な商品を作り上げます。

(2) 出口づくり

「出口（販売）を見据え、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャネル^{※1}の活用」

長野県等と連携し、農業者と小売・流通業者等が交流する機会を創出するとともに、「食」をテーマとした着地型観光や教育・福祉・医療分野等との連携を深めるなど、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャネルを活用して出口を広げます。

※1 商品を消費者まで届けるための流通経路。消費者への到達経路という広い視点からコミュニケーションチャネル、流通チャネル、販売チャネルの3つに分けて考える場合もある。

(3) 人づくり

「産・学・官・金・福のネットワークによる担い手の育成支援と6次産業化の意識啓発」

県内の6次産業化に関わる団体等で組織されている「信州6次産業化推進協

議会」との連携を強化することにより、必要な人材や地域リーダーを含めた人材育成の機会を創出します。また、食を通し6次産業化に対する市民の理解を深めます。

3 戦略品目

○市内で生産される作物のすべてを戦略品目とする。

本市は、品質が高く魅力ある農産物や豊かな食文化のほか、高い生産技術を持つ農業者など多くの資源があり、こうした有形・無形の資源は、すべて6次産業化に活用できる可能性を秘めています。

このため、6次産業化の推進にあたっては、市内で生産されるすべての農産物を6次産業化の推進に最大限活用するものとし、すべての農産物を戦略品目とします。

◎重点戦略品目をワインとする。

東御市農業振興計画において、6次産業化の推進施策の1つとして「ワイン産業を基軸とした農産物のブランド化の推進」としていることから、ワインを重点戦略品目とします。

東御市 6 次産業化推進計画 概要

基本方針 本市農産物の付加価値向上や農業者の経営向上及び地域の雇用拡大などを目指し、農業をはじめとするあらゆる業界の垣根を飛び越え、6 次産業化によるイノベーションが起きよう、地域が丸丸となって取り組みます。

目指す方向性

1 モノづくり

魅力的な地域資源の掘り起しと地域産業の連携による売れる商品づくり

本市の農産物そのものの力を活かし、視点を変えた発想によって地域資源を掘り起し、生産・加工・流通・販売に携わる人々の連携により、新たな付加価値をつけて魅力的な商品を作り上げます。

2 出口づくり

出口（販売）を見据え観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャネルの活用

長野県等と連携し、農業者と小売・流通業者等が交流する機会を創出するとともに、「食」をテーマとした着地型観光教育・福祉・医療分野等との連携を深めるなど、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャネルを活用し出口を広げます。

3 人づくり

産・学・官・金・福のネットワークによる担い手の育成支援と 6 次産業化の意識啓発

県内の 6 次産業化に関わる団体等で組織されている「信州 6 次産業化推進協議会」との連携を強化することにより、人材育成の機会を創出します。

推進方策

1－1 地域資源の掘り起し

- (1) 魅力ある商品開発に向けた原材料の掘り起し
- (2) 地域自らが考える機会の創出

1－2 市場競争力を有する商品づくりの推進

- (1) 生産・加工の地域内完結による高付加価値化の推進
- (2) 生産の機械化・自動化の推進
- (3) マーケットインの視点による売れる商品の開発

2－1 販路拡大の強化

- (1) 販路拡大に向けた商談機会の充実
- (2) web や SNS を有効に活用した販路の拡大
- (3) 長野県農産物等輸出促進協議会と連携した輸出サポートと掘り起し

2－2 地域内利用の推進

- (1) 地元産食材の利用促進
- (2) 対面販売の推進と直売所等への支援

2－3 観光等関連分野との連携強化

- (1) 「食」をテーマとした着地型観光の推進
- (2) 観光資源を活用した特産品の販売促進
- (3) 宿泊施設、飲食施設における地域の農産物の活用
- (4) 関連分野との連携による新たな価値の創出促進

3－1 担い手育成

- (1) 6 次産業化を担う実践者の養成
- (2) 高い経営ノウハウを備えた事業体の育成
- (3) 異業種からの農業参入の促進
- (4) 若者等の取り組みに対する支援

3－2 情報の共有化

- (1) 6 次産業化に関する各種支援事業の情報提供
- (2) 産・学・官・金・福の連携情報の把握と発信

推進体制の構築

東御市 6 次産業化推進協議会を設立し、関係機関が連携しながら 6 次産業化にチャレンジする人・団体を応援します

4 推進方策

モノづくり

本市の農産物そのものの力を活かし、視点を変えた発想によって地域資源を掘り起こし、生産・加工・流通・販売に携わる人々の連携により、新たな付加価値をつけて魅力的な商品を作り上げます。

「魅力的な地域資源の掘り起こしと地域産業の連携による売れる商品づくり」

【課題】

- ・多種多様な農産物やフルーツなど、恵まれた素材を活かしきれていません。
- ・地域内で農産物を加工し、提供する体制が構築されておらず（特に、少量加工を引き受ける事業者）、地場産として付加価値を高めることが難しい状況にあります。
- ・売れる商品の開発に向け、マーケットイン^{※1}の考え方にに基づき、消費者のニーズを的確に捉えるとともに、ストーリー性を重視した本市ならではの特色ある農産物の活用と商品開発の強化が必要です。

※1 商品のスペックよりもマーケットの声を重視し、よりニーズのある商品を作っていくといった発想

【推進方策】

1 地域資源の掘り起こし

（1）魅力ある商品開発に向けた原材料の掘り起こし

健康への機能性が確認されている、「くるみ」や「ワイン」をはじめ、特色ある農産物の生産を振興し加工品等の原料として使用できる農産物の掘り起こしを支援します。

〔具体的な取組〕

- ・東御市6次産業化推進事業補助金支援

（2）地域自らが考える機会の創出

市内の農商工観光等地域産業が連携した取り組みを構築しながら、新たな地域産業の創出を目指すとともに、地域自ら考案する機会を設けます。

〔具体的な取組〕

- ・6次産業化全般に関わる支援、相談

2 市場競争力を有する商品づくりの推進

(1) 生産・加工の地域内完結による高付加価値化の推進

農産物を市内や県内で加工することは、付加価値が高まるとともに、輸送コスト等の削減にもつながることも見込まれることから、生産・加工・販売等の各分野が連携した地域内完結を推進します。

〔具体的な取組〕

- ・加工施設建設に向けた支援

(2) 生産の機械化・自動化の推進

農作業の機械化、自動化の導入により、生産コストの削減や少量生産の課題でもある価格面の改善について支援します。

〔具体的な取組〕

- ・クラウドファンディング活用支援補助金支援

(3) マーケットインの視点による売れる商品の開発

商品自体の品質はもとより、ストーリー性やネーミング、パッケージデザインを含め、購買層のニーズを意識した売れる商品をつくるため、消費者がモノづくりに関わる機会を設けるなど、市場や顧客ニーズを重視するマーケットインの視点を大切に売れる商品の開発を支援します。

〔具体的な取組〕

- ・東御市6次産業化推進事業補助金支援

【数値目標】

No	指標	現況（年度）	目標	目標年度

指標案

- ・ワイナリー数

出口づくり

長野県等と連携し、農業者と小売・流通業者等が交流する機会を創出するとともに、「食」をテーマとした着地型観光や教育・福祉・医療分野等との連携を観光や伝統文化等を含めた、あらゆるチャネルを活用して出口を広げます。

「出口（販売）を見据え、観光や伝統文化等を含めたあらゆるチャネルの活用」

【課題】

- ・これまでの6次産業化商品の開発は、出口（販売先）がないまま製造し、生産者が在庫を抱える状況が見受けられました。
- ・商品開発の時から消費者や小売業との連携を強化し、マーケットインの視点を大切にしながら品質を高める必要があります。
- ・日本人の米離れをはじめとする国内の穀物消費需要の低迷に加え、T P P^{※1}の発行によって、生産者の不安が増大しており、海外など新たな販路の開拓が必要となっています。

※1 「環太平洋戦略的経済連携協定」太平洋を取り巻く国々でグループを結成し、自由で開かれた貿易を実現しようとする協定

- ・地域性豊かな食材を使用した郷土料理の提供や、伝統文化を活用した体験サービスの開発など、食資源を活用した観光分野との連携強化が求められています。
- ・地域における伝統や技術を受け継ぐため、地域づくり活動と連携した研修会などの機会が必要です。

【推進方策】

1 販路拡大の強化

（1）販路拡大に向けた商談会の充実（マッチング）

新たに開発された商品等の情報を集約し、小売・流通業者に紹介する取組や商談会の情報提供や各種イベントの開催などにより取引の拡大を支援します。

〔具体的な取組〕

- ・地域産品振興事業補助金支援

（2）web やSNSを有効に活用した販路の拡大

生産者と消費者が直接結ばれるインターネット時代に対応するため、特設サイトの開設・運営を支援するなど更なる販路の確保と拡大を推進します。

〔具体的な取組〕

- ・電子商取引の活用方法の研究とセミナーの開催

(3) 長野県農産物等輸出促進協議会と連携した輸出サポートと掘り起こし
長野県農産物等輸出促進協議会等貿易に関する機関と連携し輸出に取り組む生産者を支援するとともに、輸出にチャレンジする生産者の掘り起こしに努めます。

〔具体的な取組〕

- ・農産物輸出に向けての研究

2 地域内利用の推進

(1) 地元産食材の利用促進

地域において関係者が連携し、地域自給力向上の視点に立って、学校給食等における加工品も含めた地元産食材の活用を促進するとともに、契約栽培等による地元食材の定期的な販路のマッチングに努めます。

〔具体的な取組〕

- ・東御市雇用創造協議会で開発したトウモロコシ粉等の活用促進

(2) 対面販売の推進と直売所等への支援

生産者と消費者の顔の見える信頼関係を築き、地元農産物の生産・消費拡大を図るため対面販売を推進します。また、そのサービスを提供する場として農産物直売所の設置・拡充支援及びマルシェ、朝市等の周知・広報に努めます。

〔具体的な取組〕

- ・販路開拓支援としての物販イベント等への参加（大田区等）

3 観光等関連分野との連携強化

(1) 「食」をテーマとした着地型観光の推進

地元ならではの観光素材を発掘・発信する着地型観光を推進し、地域の農産物や食文化等、本市の「食」の魅力を重点的に掘り起こすなど、新たな観光需要の創出を図ります。

〔具体的な取組〕

- ・祢津御堂地区活用構想の推進

(2) 観光資源を活用した特産品の販売促進

本市の気候・風土により生み出される本市ならではの特産品を地域の観光資源と組み合わせることでPRすることにより、特産品の販売促進や観光地としての魅力の向上を図ります。

また、観光地を訪れる外国人観光客に対してもPRを図ります。

〔具体的な取組〕

- ・農業団体育成事業補助金による支援（東御ワインフェスタ等）

(3) 宿泊施設、飲食施設における地域の農産物の活用

旅館・ホテル、飲食施設等において、特産品などの活用や、食文化等を含めた地域の農産物の活用を促進し、農業と観光との連携による相乗効果を高めます。

〔具体的な取組〕

- ・東御市雇用創造協議会で開発した料理の普及促進

(4) 関連分野との連携による新たな価値の創出促進

農業体験や食文化の継承などを通じた教育分野との連携や、健康食品の開発等の福祉・医療分野との連携など、他分野との結びつきにより新たな価値の創出を支援します。

〔具体的な取組〕

- ・小中学校との農作業体験の調整協議（ワインぶどう栽培等）

【数値目標】

No	指標	現況（年度）	目標	目標年度

指標案

- ・6次産業化事業者（商品）数

人づくり

県内の6次産業化に関わる団体等で組織されている「信州6次産業化推進協議会」との連携を強化することにより、人材育成の機会を創出します。

「産・学・官・金・福のネットワークによる担い手の育成支援と6次産業化の意識啓発」

【課題】

- ・農家人口の減少は避けられない状況にあり、魅力ある産業として認識されるよう、地域の特性を生かした効率的・安定的な農業経営の確立が必要。
- ・高い経営能力を備えた経営体の育成が急務。
- ・会社を定年退職し“第2の人生”を謳歌する人や、若者の力を生かすための取り組みが必要。
- ・連携促進のための6次産業化に取り組む農業者のネットワーク化や交流会の開催など、事業者間のマッチングを促進する環境整備が必要。
- ・やる気がありながら、アイデアやノウハウ^{※1}不足、1人で取り組むことへの精神的な不安や設備投資への財政負担等から6次産業化への芽出しや広がり鈍化傾向がみられる。

※1 企業の活動に必要な生産・経営・管理・技術などに関する知識・経験の情報

- ・実践者のレベルや取り組み段階によって、様々な課題、多様なサポートニーズが存在するが、一方で、補助や助成制度を周知しきれていない状況もある。

【推進方策】

1 担い手育成

(1) 6次産業化を担う実践者の養成

6次産業化に取り組もうとする農業者や製造・流通業者等に対して、事業目的、取り組み段階に応じた実践的な研修をより身近で受講できる環境を整え、きめ細やかな指導・サポートを行い、6次産業化を担う実践者の知識・技術の高度化を図ります。

〔具体的な取組〕

- ・地域ブランド化に向けての支援

(2) 高い経営ノウハウを備えた事業体の育成

持続可能な農業を経営面から実現するため、税理士、公認会計士等コンサルタントと連携して経営状況の把握や経営改善を図る機会を設けるなど、高い経営ノウハウを備えた事業体を育成します。

〔具体的な取組〕

- ・ 情報収集、情報提供

（３）異業種からの農業参入の促進

平成 21 年の農地法改正により企業が農地をリース方式で借りる要件が大幅に緩和されたことから、農地中間管理機構の活用により、適正な農地の利活用を進めるとともに、異業種からの農業の参入を促進し、雇用の創出に努めます。

〔具体的な取組〕

- ・ 1 次産業の農業者団体と 2 次、3 次産業の異業種団体との意見交換会を開催

（４）若者等の取り組みに対する支援

若者等が行う 6 次産業化への取り組みは、地域の魅力の発見や、人材の育成につながることから、これらを積極的に支援します。また、首都圏等他地域の若者が本市で就農する取り組みなどを捉え、各種支援制度等の活用に係る相談体制を整えます。

〔具体的な取組〕

- ・ ワインぶどう栽培や醸造所開設に関わる相談体制の整備

2 情報の共有化

（１）6 次産業化に関する各種支援事業の情報提供

総合化事業計画をはじめとする国や県等の 6 次産業化等に関する各種支援制度や市独自の支援制度等を生産者等へ広く情報を提供するほか、金融機関等とも連携し、事業が円滑に実施できるよう金融支援の活用についても、情報を提供していきます。

〔具体的な取組〕

- ・ 情報収集、情報提供

（２）産・学・官・金・福の連携情報の把握と発信

農業者、観光を含めた商工業者、大学や行政等、6 次産業化に取り組む各団体等の情報を把握するとともに、本市の生産物や 6 次産業化、農商工連携事例等に関する情報を積極的に提供していきます。

〔具体的な取組〕

- ・ 信州大学との包括的連携に関する協定の締結

【数値目標】

No	指標	現況（年度）	目標	目標年度

指標案

- ・意見交換会開催数

第4章 計画推進のために

1 推進体制の構築

本計画を着実に推進していくため、1次、2次及び3次産業の関係団体で組織した東御市6次産業化推進協議会との連携により各種施策を推進します。

6次産業化推進協議会

構成	団体等
1次産業 関係団体	6次産業化法に基づく総合化事業計画認定事業者
	東御市農業委員会
	信州うえだ農業協同組合
	佐久浅間農業協同組合
2次産業 3次産業 関係団体	東御市工業振興会
	東御市商工会
	信州とうみ観光協会
	日本政策金融公庫 小諸支店
	八十二銀行 田中支店
	東御市社会福祉協議会
	長野県上田地域振興局 農政課
	長野県上田地域振興局 商工観光課
	長野県上田農業改良普及センター

2 計画の進行管理

本計画のフォローアップは、次の方針により適切に管理するとともに、確実な実施を図ります。

【目標指標の進捗管理（PDCA サイクルの導入）】

P 計画	令和元年度	計画策定
D 実行	令和2年度～令和6年度	施策実施
C チェック	令和2年度～令和6年度	実績報告
	令和6年度	評価、検証
A 改善	令和6年度	計画見直し