

## 第3章 施策の展開方向

### (3) 農産物のブランド力の向上と販路の拡大

#### 【現状】

- ・ 佐賀牛やハウスみかん、いちご等は、国内市場で一定の評価を受け、ブランド化が図られています。
- ・ 果樹や野菜では、「みかん」や「桃」、「ビワ」、「いちご」、などがあります。「桃」と「ビワ」については、県内一の生産量となっています。また、伝統野菜として「女山大根」や「青しまうり」、「桐岡なす」があります。
- ・ 中山間地域での米づくりによる「棚田米」があります。
- ・ 全国でも農産物のブランド化や輸出拡大が進展していることから、国内外ともに産地間競争が厳しさを増しています。
- ・ 直接消費者へ農産物が届くなど、ますます消費者との繋がりが重要となってきています。

#### 【課題】

- ・ 国内外の厳しい産地間競争に勝ち残っていくためには、多久産農産物の付加価値を高め、更に認知度を高めブランド力に磨きをかけていく必要があります。

#### 【展開方向】

- ・ 国内外における認知度やブランド力の更なる向上に向けて取り組みます。
- ・ 国内の大都市圏を中心に販路の拡大を図ります。
- ・ 地産地消に対する意識向上に向けた取り組みを継続します。
- ・ 農産物のブランド化に向けた取組を支援します。
- ・ 農商工連携や6次産業<sup>(※)</sup>化の取り組みを支援します。

#### 【主な具体的取組】

##### 国内外における認知度やブランド力の更なる向上

- ・ 多久産農産物全体のブランドイメージの更なる向上のため、各種メディア、SNS を活用した情報の発信
- ・ 伝統野菜の地域団体商標<sup>(※)</sup>や地理的表示（GI）<sup>(※)</sup>等の登録支援

##### 地産地消の取り組み

- ・ 食育として学校給食への提供拡大を農産物直売所の「たくさん館」や「幡船の里」などを活用した推進
- ・ 農産物直売所の活動支援
- ・ ふるさと納税の返礼品として多久産農産物を活用推進

##### 販路の拡大

- ・ 商談会や販売イベント等への農産物や加工品の出店支援

##### 農商工連携や6次産業化の推進

- ・ 農商工連携や6次産業化を推進し、付加価値のある商品開発など農業経営の多角化を支援

---

#### ※6次産業

1次、2次、3次産業を融合することで形成される新しい産業のこと。生産者（1次産業）が加工（2次産業）と流通・販売（3次産業）にも業務展開している経営形態をいう。

#### ※地域団体商標

地域名と地域特産の商品名からなる商標のこと。

#### ※地理的表示（GI）

地域の伝統的な生産方法や気候・風土・土壌などの生産地等の特性が、品質等の特性に結びついている商品の名称のこと。地理的表示保護制度により知的財産として登録・保護される。