

みやざきフードビジネス振興構想

総合的な食関連産業（フードビジネス）の「成長産業化」を目指して
～「食の王国 みやざきづくり」への挑戦～



平成25年3月
宮崎県

構想の構成

総合的な食関連産業（フードビジネス）の「成長産業化」を目指して
 ～「食の王国 みやざきづくり」への挑戦～

目指す姿「食を通じた産業競争力の強化と雇用の創出による地域の活性化」

- マーケットが求める安全・安心な農林水産物を、安定して生産し供給
- 県内の豊富な素材の多様な加工・製造により、付加価値を向上
- 積極的な販路の開拓や流通改革により、経営体力の向上につながる価格で販売
- 食の魅力発信により、国内外からの交流人口増加
- 食に関わる連携を進め新しい事業や産業の創出・展開を図ることにより、ビジネスの裾野が拡大

数値目標

食品関連産業生産額 1兆2,586億円（平成21年度）→1兆5,000億円（平成32年度）

展開の視点

マーケット・イン

企画・開発、生産、加工・製造、流通・販売の各段階において実需者のニーズを起点に行動

連携・価値連鎖

農商工や6次化などの連携推進、1次・2次・3次産業の川上から川下の流れの中で付加価値を創出

人材・基盤強化

プランナーやコーディネーター等の人材の育成、技術面・経営面の支援体制の構築

「攻め」の姿勢による フードビジネスの創出

- ①マーケット・インによる企画・開発、生産、加工・製造の強化
- ②マーケットを意識した流通・販売戦略の展開
- ③ 海外市場の開拓

連携・価値連鎖による フードビジネスの拡大

- ①産業内・産業間の連携・融合の強化
- ②1次・2次・3次産業の価値連鎖の構築
- ③「食」や「食文化」を核とした地域産業・関連産業の育成、観光交流の拡大等

フードビジネスの発展を 支える基盤の充実

- ①産業人材の育成・誘致
- ②新商品や生産・加工の新技术の研究開発等を支える基盤強化
- ③「産・学・官・金」連携による総合的な推進体制の構築

具体的な展開

推進体制

フードビジネス推進会議

フードビジネス推進本部

各プロジェクトチーム

「産・学・官・金」の有する経営資源（人・物・金・知識・技術・情報）の集約化と連携を図る基盤を構築

I 構想策定の背景・主旨等

(1) 背景

《本県食料産業に期待される役割》

世界的な人口増加や新興国の経済成長、さらには地球温暖化などに伴う天候異変等により食料需給のひっ迫が見込まれ、将来に対する不透明感が広がる中で、安全・安心でかつ良質な食料を供給し、我が国有数の食料供給基地として確固たる地位を築いている本県の存在意義は、ますます高まっています。

《地域間・国際間競争の激化》

本格的な少子高齢化・人口減少社会を迎え、国内市場が縮小していく一方で、国際貿易の促進に向けた動きが急速な展開を見せるなど、地域間・国際間の競争環境は、厳しさを増しており、それに打ち勝つ高い競争力と将来への成長力を有する産業を構築していく必要があります。

《地域に根ざした基幹産業の成長産業化》

口蹄疫の発生等により、大きな打撃を受けた本県経済や雇用の回復は、未だ道半ばの状態にあります。

また、本県の安全・安心で高品質な農林水産物は全国に認知され、加工食品においてもユニークな商品が数多く開発されてきましたが、今後の厳しい環境で生き残っていくためには、これまでの取組を基礎としながらも、新たな視点を加えた積極的な展開が不可欠です。

食料産業を、本県の産業や雇用の核となる「基幹産業」として再構築し、将来にわたって地域経済を循環させ、地域社会を活性化させる「成長産業化」を図ることが急務となっています。

(2) 主 旨

県内経済の本格的な回復と将来への揺るぎない食料産業の構築を図るためには、これまで取り組んできた産地や食品加工企業の育成や、「6次産業化」・「農商工連携」などの高付加価値化の取組に加えて、飲食業や観光産業なども取り込みながら、さらに発展の裾野を広げつつ、より総合的・一元的に「フードビジネス」として捉え、「マーケット・イン」の視点に立ち、産業の垣根を越えた連携・融合や付加価値の向上を強力に推進する必要があります。

このため、官民が共通の目標のもとに、適切に役割を分担し、経営資源の結集を図りながら、フードビジネスの「成長産業化」を目指し、「食の王国 みやざき」の地域ブランド確立へとつなげる官民共有の指針を定めるものです。

(3) 構想の位置づけ

本県の20年後を展望した長期ビジョンである「未来みやざき創造プラン」（平成23年3月策定）には「戦略5 フードビジネス展開戦略」が、同プランを推進するための「アクションプラン」（平成23年度～26年度）には「6 フードビジネス展開プログラム」が、それぞれ掲げられています。

これらに加え、「第七次宮崎県農業・農村振興長期計画」（平成23年度～32年度）等を踏まえた上で、フードビジネスの振興に必要な施策を、重点的かつ集中的に実施していきます。

(4) 構想の推進期間

平成25年度を初年度とし、平成32年度までの8年間とします。なお、構想の内容については、社会情勢の変化等を踏まえ、必要に応じて適宜見直していくこととします。

Ⅱ 本県の食関連産業の概況

本県の農業産出額は3,000億円程度、製造品出荷額に占める食料品や飲料等の額は、4,000億円程度になっています。変動が激しい製造品出荷額等の中でも、食料品等は比較的変動が少ないことが分かります。

■ 農業産出額（億円）

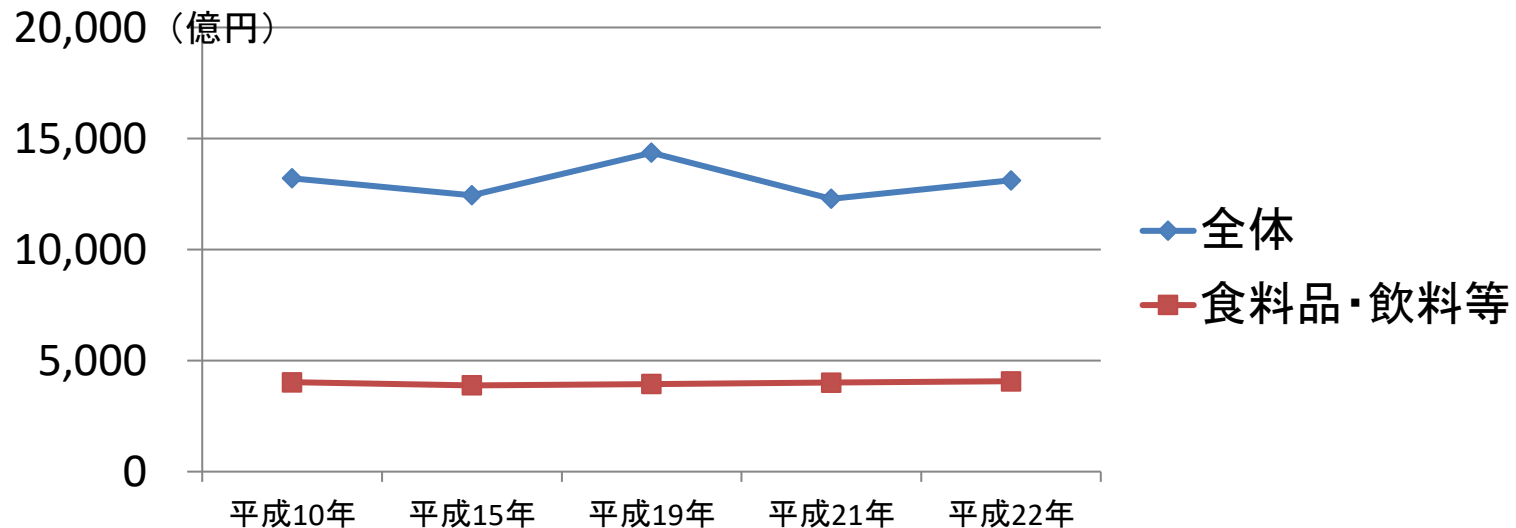
データ出典：生産農業所得統計（農林水産省）

平成17年	平成19年	平成20年	平成21年	平成22年
3,206	3,078	3,246	3,073	2,960

■ 製造品出荷額等（億円）

データ出典：工業統計調査（宮崎県）

	平成10年	平成15年	平成19年	平成21年	平成22年
総計	13,215	12,447	14,367	12,295	13,120
（食料品）	2,491	2,294	2,566	2,578	2,584
（飲料・たばこ）	1,540	1,604	1,380	1,434	1,482
小計	4,031	3,898	3,946	4,012	4,066



生産額（平成21年度）

（億円、％）

宮崎	農林水産業	食料品製造業	食品関連流通・サービス業	関連投資	食品関連産業計	食品関連産業以外	合計
生産額	3,767	3,849	4,481	489	12,586	48,163	60,749
構成比	6.2	6.3	7.4	0.8	20.7	79.3	

（兆円、％）

全国	農林水産業	食料品製造業	食品関連流通・サービス業	関連投資	食品関連産業計	食品関連産業以外	合計
生産額	11.3	36.7	45.0	2.3	95.3	780.2	875.5
構成比	1.3	4.2	5.1	0.3	10.9	89.1	

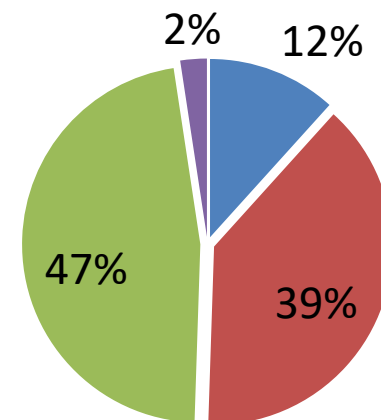
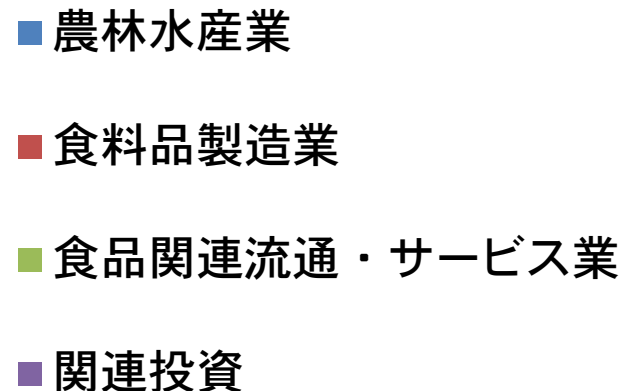
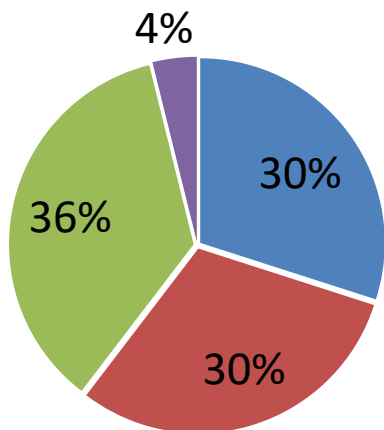
農林水産業や食料品製造業に食品関連流通・サービス業等を含めた生産額は、約1兆2,600億円で、全体に占める比率が約21％と、全国の値を10ポイントほど上回っている点が特徴として挙げられ、食関連産業は、本県の地域産業や雇用を担う基幹産業として、重要な地位を占めています。

また、宮崎県では、食関連産業の中で1次・2次・3次産業の占める割合は、ほぼ同等であることが分かります。（データ出典：全国⇒農林水産省「農業・食料関連産業の経済計算」 宮崎⇒「宮崎県県民経済計算」の産出額を基に試算）

宮崎県

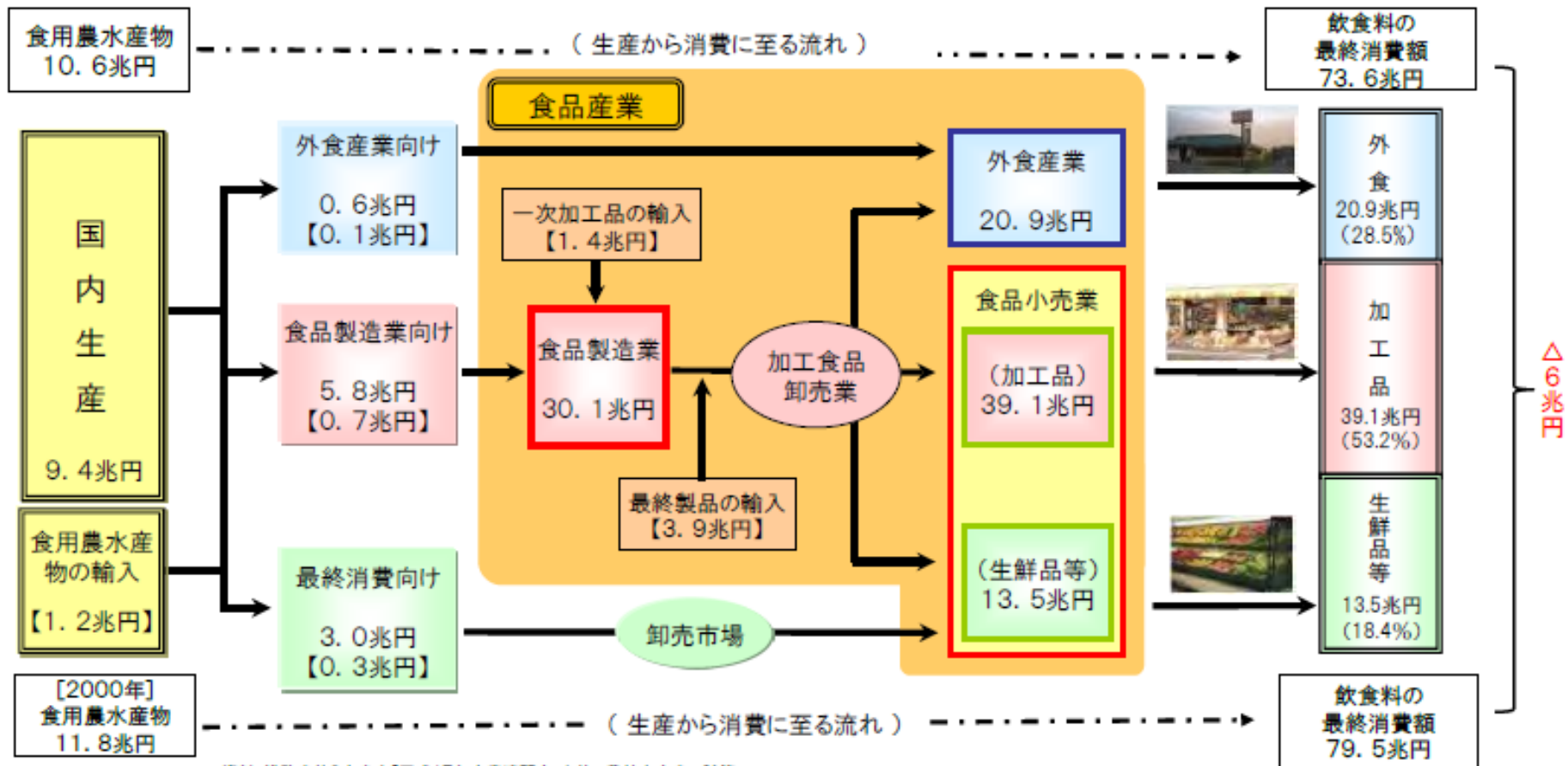
食品関連産業を比較した円グラフ

全国



<参考1>最終消費からみた飲食費の流れ (2005年 農林水産省資料)

食品産業（流通業、食品製造業、外食・中食産業）は、食用農産物10.6兆円と輸入加工品5.2兆円を食材として73.6兆円の食品市場を形成。



資料: 総務省他9府省庁「平成17年産業連関表」を基に農林水産省で試算。

<参考2> 価値連鎖による食関連産業の成長産業化 (農林水産省資料)

分断されている一次・二次・三次産業の価値連鎖（バリューチェーン）を結合し、農林水産業・農山漁村の資源に対して、各プロセスで価値を引き継ぎ、また、上乘せしていく必要。これにより、食関連産業を「成長産業化」させる。



Ⅲ 構想の基本目標

基本目標

本県におけるフードビジネスの振興に向けて、官民が適切に役割を分担し、連携して課題に取り組んでいくための共通の基本目標を次のように定めます。

**総合的な食関連産業（フードビジネス）の「成長産業化」を目指して
～「食の王国 みやざきづくり」への挑戦～**

目指す姿

上記に掲げる基本目標により目指す姿を、

「食を通じた産業競争力の強化と雇用の創出による地域の活性化」 とします。

具体的には、県内の食に関わる諸産業（フードビジネス）が次のような力をつけていくことが求められます。

- マーケット（消費者、流通業界、加工業界）が求める安全・安心な農林水産物を、安定して生産し供給する。
- 県内で生産される豊富な素材を中心に、多様な加工、食品製造を行い、付加価値を高める。
- 積極的な販路の開拓や流通の改革により、農林水産業者や加工・製造業者が経営体力の向上につながる価格で販売する。
- 食の魅力を発信することにより、国内外から地域に人を呼び込む。
- 農林水産物の生産や食品加工・製造に必要な資機材（ハウス、飼料、加工機械等）の製造、また、医療・福祉分野など、食に関わる分野の連携を進め、新しい事業や産業の創出・展開を図ることにより、ビジネスの裾野が拡大する。

IV 数値目標

官民が共通の目標のもとに、適切に役割を分担し、経営資源を結集しながら、1次産業から2次産業・3次産業に至るまで各産業の価値を上乘せしていき、フードビジネス全体の振興を図るという本構想の主旨及び「アクションプラン」、「第七次宮崎県農業・農村振興長期計画」、国の「食品産業の将来ビジョン」（平成24年3月策定）等を踏まえて、本構想の最終期間である平成32年度（2020年度）における到達目標を次のとおり設定します。

全体目標

食品関連産業生産額

1兆2,586億円（平成21年度）→ 1兆5,000億円（平成32年度）

個別目標

当面、次の個別目標を設定し、今後、状況の推移等に応じて目標値を見直していきます。

指 標	現 況（年次）	目 標（年次）
農業産出額	2,960億円（平成22年）	3,194億円（平成27年）
食料品・飲料等出荷額	4,066億円（平成22年）	4,900億円（平成27年）
他産業から農業への参入法人数（実数）	90法人（平成23年度）	130法人（平成27年度）
農商工連携・6次産業化の事例数 ※注1	79件（平成23年度）	130件（平成27年度）
農畜水産物の輸出数量	392トン（平成23年度）	774トン（平成27年度）

※注1：平成20年度からの累計

V フードビジネス展開の視点

目指す姿を実現していく上では、県内のフードビジネス事業者自らが、置かれた状況を正しく認識し、積極的な事業展開に努めることが不可欠です。特に、マーケットのニーズに適確に向き合い、応える意識と能力を備える必要があります。

また、個々の事業者や限られた範囲の組織体の力では、多くの課題を克服するのに限界があるでしょう。このような場合は、積極的に他者と協力することが解決につながり、さらには互いの強みを生かし合って、新たな発展に結びつくことも期待できます。

加えて、産業活動の足場を固め、また、しっかりとバックアップする体制をつくることで、これら事業者の努力が一過性のものに終わらないようにしていかなければなりません。

これらのことから、今後のフードビジネス展開の視点と、それぞれの視点を具体的に推進する上で念頭に置くべき主な課題を次のように整理しました。

視点① マーケット・イン

単なる素材供給型産地としての意識を払拭し、商品の企画・開発、生産、加工・製造、流通・販売のすべての段階において、実需者（消費者、取引先）のニーズを起点に行動することが重要です。

〔マーケット・インを徹底する上での主な課題〕

○マーケット対応力

- ・マーケットニーズの把握と生産・加工現場への反映
- ・農林水産物の生産力や加工技術・能力の強化

○流通・販売ネットワーク

- ・消費地までの輸送コストの低減
- ・販路開拓の人材・ノウハウの蓄積、ネットワーク力の向上
- ・国内市場の先行きを見越した海外市場への展開

視点② 連携・価値連鎖

素材の良さや産地の供給力を基軸とする6次産業化や、商工業者の技術力・販売力等を生かした農商工連携を推進し、1次から2次、3次産業までの流れの中で、産地・地域での面的な広がりや厚みのある付加価値を創出することが重要です。

〔連携・価値連鎖を推進する上での主な課題〕

○情報ネットワーク

- ・業種、品目、産地等の組織力強化、情報の共有
- ・同業種・異業種間の横断的なネットワークの構築

○他分野・地域展開

- ・新成長分野（医療・福祉等）や関連産業への拡大
- ・食の魅力（点）と観光との連携による広域（面）的展開

視点③ 人材・基盤強化

プランナーやコーディネーターなどビジネスを成功に導く人材の育成、外部人材の活用や、技術面・経営面での官民一体となった支援体制の構築など、フードビジネスを持続的に発展させる基盤を強化することが重要です。

〔発展を定着・持続させる上での主な課題〕

○人材育成・確保

- ・専門人材の育成ノウハウ（より実践的な研修・教育の場やプログラム）の蓄積
- ・高校、大学、民間企業等産業人材育成機関の連携

○研究開発・産業育成

- ・新技術・新商品の開発コスト低減
- ・「安全・安心」や「高品質」の確保

VI 具体的な展開

3つの視点を踏まえ、フードビジネスの成長産業化に向けて展開を図る方向性についても、次のとおり3つの柱で整理しました。

1 「攻め」の姿勢によるフードビジネスの創出

本県のフードビジネスが国内市場やアジアを中心とした成長著しい海外の大市場において確かな地位を固め、将来にわたり持続可能でかつ成長性のより高い産業となるよう、商品の企画・開発から生産、加工・製造、流通・販売に至るまで、「攻めの姿勢」で市場ニーズをしっかりと捉え、その変化にも柔軟に対応していける産地・産業構造を構築し、経営革新や新たなビジネスモデルの創出を促進していきます。

2 連携・価値連鎖によるフードビジネスの拡大

フードビジネスの主体は、1次から2次・3次産業まで多種多様であり、個々の事業者による経営努力や経営革新はもちろんのこと、業種や産業の垣根を超え、互いの強みを生かした連携の促進や経営資源の結集により、価値連鎖が生まれ、高付加価値を生み出すビジネスとしての拡大を促進するとともに、「食」や「食文化」を核とした産業の集積や観光交流の拡大等によって地域の活性化を図っていきます。

3 フードビジネスの持続的発展を支える基盤の充実

フードビジネスを「マーケットイン」や「連携・価値連鎖」の視点で改善・再構築し、連続的な発展につなげていくためには、その基盤を成す経営資源（人・物・金・知識・技術・情報）の磨き上げや結集が不可欠であることから、「産・学・官・金」が連携して、人材育成や人的ネットワークの強化、新商品・研究開発の支援、課題解決型プロジェクトの展開等に積極的に取り組めます。

1 「攻め」の姿勢によるフードビジネスの創出

(1) マーケット・インによる企画・開発、生産・加工の強化

マーケット（消費者、流通業界、加工業界）の視点を生産現場に反映させ、安定した素材生産・供給体制の強化を図るとともに、マーケットに受け入れられる商品の企画・開発及び確かな技術力と販売力により高付加価値を生み出す食品加工産業の育成強化を図ります。

- ◆マーケットが求める安全・安心な素材を、しっかりとした工程管理の下で安定供給できる生産体制の確立
- ◆マーケットに対応した高レベルの品質基準の設定・普及
- ◆実需者のニーズを起点とした商品の企画・開発力の強化
- ◆高付加価値の創出に向けた核となる食品加工産業（低次・高次の多様な食品加工）の育成強化 等

(2) マーケットを意識した流通・販売戦略の展開

マーケット・インの視点に立って、マーケティング、ブランディング等の外部専門家や専門機関等を積極的に活用し、販路開拓及び拡大に向けた戦略的な流通・販売、プロモーションの展開等を推進します。

- ◆国内外のマーケティング、商品開発、販売戦略等の専門家・機関との接点の強化
- ◆マーケティング、ブランディング機能の強化に基づく効果的な流通・販売戦略の構築・展開
- ◆産地を基点とする物流企業の育成
- ◆産直・直販活動の強化、EコマースによるBtoCビジネスの推進
- ◆食品メーカーやコンビニエンスストア、中食・外食産業など新たな需要の開拓・拡大 等

(3) 海外市場の開拓

リスクを伴う海外市場の開拓に必要な「オールみやぎ」の総合支援体制の充実強化を図り、産地や食品加工企業等の多様な主体が自発的かつ積極的に輸出に取り組むことができる環境を整備します。

- ◆輸出しやすい環境整備（海外営業拠点づくり等）
- ◆輸出へ向けたチャレンジ企業の総合的な支援 等

2 連携・価値連鎖によるフードビジネスの拡大

(1) 産業内・産業間の連携・融合の強化

県内同業種・産業内の連携を強化するとともに、県外も含めた他業種・産業との連携強化など農商工連携や6次産業化を加速化させ、フードビジネス関連企業の立地や集積に向けた取組を充実・強化します。

- ◆農業団体や商工団体等既存組織の一層の機能強化
- ◆小規模事業者の組織化等による経営力強化
- ◆農業分野と他産業との連携によるビジネスモデルの創出
- ◆生産者と食品加工、流通販売業者等の連携による商品開発の推進や新たな需要開拓・拡大 等

(2) 1次・2次・3次産業の価値連鎖の構築

フードビジネス関連の事業者や実需者等に関する基本情報やビジネス情報の集約・発信、相談・紹介体制やマッチング・PR機能の強化等を通じて、生み出された価値が引き継がれ、上乗せされていく価値連鎖（バリューチェーン）の構築を促進します。

- ◆生産者や食品製造業者、加工技術、実需者等に関する基本情報の集約（データベース化）・発信
- ◆フードビジネス関連の支援機関が連携した相談・紹介体制の充実強化
- ◆「産・学・官・金」連携によるマッチングやPR機能、マーケティングリサーチ機能の充実強化 等

(3) 「食」や「食文化」を核とした地域産業・関連産業の育成、観光交流の拡大等

県内各地に存在する個性と魅力あふれる「食」や「食文化」を核にした活性化を図るため、地域に根差した産業の育成・拡大や域外から人を呼び込む観光交流の拡大等を促進します。

- ◆農業生産や食品加工等に関連する産業（資機材製造業等）の育成・集積
- ◆食や食文化を活用したツーリズムやまちづくりの展開、情報発信による地域の活性化 等

3 フードビジネスの持続的発展を支える基盤の充実

(1) 産業人材の育成・ネットワーク機能の強化

必要なノウハウ等を持つ企業や大学と連携し、人材育成機能や将来の発展につながるネットワーク機能の強化を図ることにより、フードビジネスの発展を支える知的人的基盤の充実強化を図ります。

- ◆人材育成へ向けた県内外とのネットワークの充実・強化
- ◆工業・商業・農業・海洋高校間、高校・大学間、学校・農商工団体間の連携推進
- ◆産業人材育成に必要なノウハウ等を持つ企業及び大学等とのコンソーシアム(連合体)の形成 等

(2) 新商品や生産・加工の新技术の研究開発等を支える基盤強化

公設試験場や大学等の試験研究機関の連携体制を強化するとともに、関係団体とも連携しながら、事業者が新たな付加価値を生み出すために必要な総合的な支援体制を充実させます。

- ◆商品開発や生産・加工技術等に関する総合的な相談・技術支援体制の充実
- ◆新商品、生産・加工の新技术及び、衛生管理等の指導を行う開放型の研究・開発機能(オープンラボ)の整備
- ◆「安全・安心」や「機能性」等の高い品質を確保する検査・分析体制の強化 等

(3) 「産・学・官・金」連携による総合的な推進体制の構築

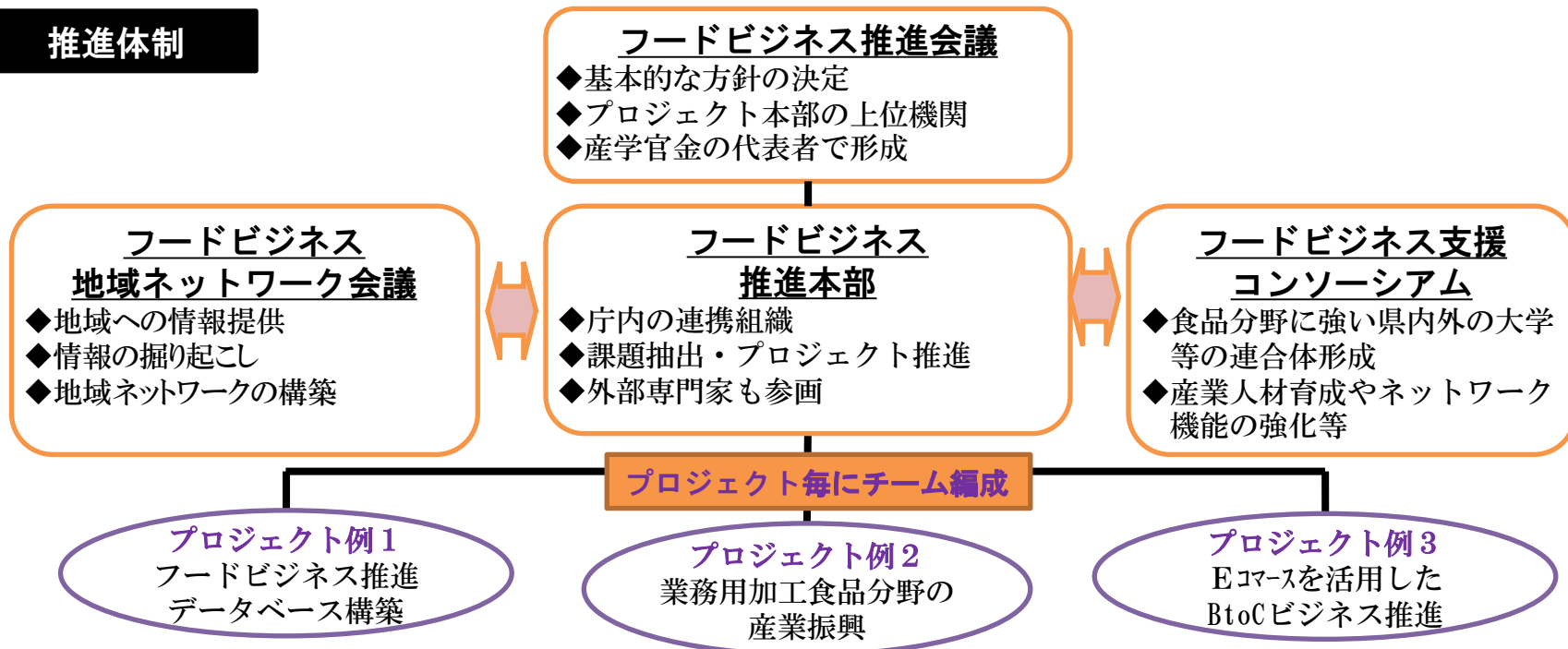
フードビジネスの進展に必要な課題の抽出や課題解決に向けたプロジェクトの展開などを「産・学・官・金」連携で推進する体制を構築することで、フードビジネスを成長産業化させる基盤の充実を図ります。

- ◆「産・学・官・金」連携による推進体制(人・物・金・知識・技術・情報の集約化)の構築・運営
- ◆課題解決に向けた「産・学・官・金」が連携したプロジェクト推進体制の構築・展開 等

VII 推進体制とプロジェクトの展開

フードビジネスの成長産業化に向けて、全県を挙げて推進していく体制を整えるため、「産・学・官・金」一体となった人・物・金・知識・技術・情報の一元化と連携の基盤（プラットフォーム）を形成した上で、共通の課題を抽出し、その解決に向けた関係者から成る「プロジェクトチーム」を核にして、効果的な課題解決・克服に取り組んでいくこととします。また、フードビジネスの振興にかかる県の総合的な支援体制や地域レベルの推進体制も充実強化していきます。

推進体制



プロジェクトの展開



分 野	産	学	官	金
基本的 役割	フードビジネス振興 の主要プレイヤー	研究・技術開発や人材 育成の支援	フードビジネス振興 の環境整備・支援	経営・金融支援
具体的 取組	<ul style="list-style-type: none"> ○新商品開発や販路 開拓、ビジネスモ デルの創出など主 体的な事業活動の 展開 ○生産・加工能力の 自発的向上・強化 ○農商工連携・6次 産業化等の積極的 なチャレンジ ○「産・学・官・ 金」の連携推進体 制及び個別プロ ジェクトへの参画 ○フードビジネスに 係る基本情報の集 約への協力 等 	<ul style="list-style-type: none"> ○フードビジネス支援 コンソーシアムへの 参画 ○「産」や「官」と連 携した共同研究や技 術開発の推進 ○事業者の技術開発・ 高度化への支援 ○フードビジネスを支 える人材の育成・リ カレント教育の推進 等 	<ul style="list-style-type: none"> ○構想の推進・管理 ○「産・学・官・ 金」の連携体制の 構築・運営 ○推進本部及び個別 プロジェクトの運 営・管理 ○県産業支援財団や 県農業振興公社等 による商品開発や 農商工連携・6次 産業化・他産業か らの参入の促進 ○公設試験研究機関 による研究開発・ 人材育成支援 ○国、県、市町村等 との連携 等 	<ul style="list-style-type: none"> ○地域に密着した経 営・融資相談 ○フードビジネスに かかる事業拡大や 新事業の創業、事 業の再生支援 ○産業間・事業者間 のマッチング支援 等