

みやざきフードビジネス振興構想

令和2年3月

宮 崎 県

■ はじめに

1 改定の趣旨

県では、「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」を目標として、平成25年3月にみやざきフードビジネス振興構想を策定し、産学官連携で連携して、フードビジネスの成長産業化に向けた取組を進めてきました（推進期間は令和2年度まで）。

こうした取組の結果、構想の最終目標である、農林水産業や食料品・飲料等製造業、関連するサービス業・投資をあわせた食品関連産業生産額が、直近の実績で1兆4,734億円となっており、目標値である1兆5,000億円の達成も視野に入ってきたところです。

その一方で、本格的な人口減少社会の到来やグローバル化の進展、加速する技術革新など情勢の大きな変化を踏まえた取組の推進がますます重要となっています。

こうした状況や口蹄疫発生から10年となること等を踏まえ、本県のフードビジネスを次のステージに進めるため、構想を改定し、今後3年間で取り組むべきフードビジネスに関する施策の基本的な方向性を示すものです。

2 位置づけ

宮崎県総合計画「未来みやざき創造プラン」を具現化するためのフードビジネス分野に関する部門別計画です。

3 推進期間

令和2年度を初年度とし、令和4年度までの3か年の計画です。

4 フードビジネス推進の成果等

本県フードビジネスの推進に向け、フードビジネス相談ステーションをはじめとする総合支援体制を構築するとともに、ひなたMBA（フードビジネス部門）の開設等により、人材の育成を進めてきました。

これらを基盤とした、産学金労官が一体となった様々な取組等を通じ、企業等において、本県の豊富な農林水産物に付加価値をつけてビジネスに繋げる機運が高まり、商品開発や販路拡大などの動きが活発化しています。

こうした動きの中で、宮崎牛の全国和牛能力共進会における史上初の3大会連続内閣総理大臣賞の受賞や焼酎の5年連続出荷量日本一をはじめ多くの成果が得られています。



【主な成果事例】

総合支援体制の構築と商品開発の活発化

フードビジネスの取組を進めるため、食の総合相談窓口として「フードビジネス相談ステーション」を設置するとともに、食品開発センター内に試作品製造が可能な「フード・オープンラボ」やおいしさの分析・評価を行う「おいしさ・リサーチラボ」を開設するなど、フードビジネスの総合支援体制の整備を進めてきました。

フードビジネス相談ステーションには月平均100件程度の相談が寄せられるなど、こうした支援を活用した県内企業による新商品開発等の動きが活発化しており、様々なヒット商品も誕生しています。

産地加工の推進

食の簡便化志向の高まりを受け、冷凍野菜をはじめ加工・業務用野菜のニーズに着目し、生産技術や加工体制の整備など産地加工の推進に取り組んできました。

その結果、冷凍ほうれんそうなどの加工・業務用野菜の産地化が進み、冷凍野菜・果実の出荷額は北海道に次いで全国第2位となっています。

また、全国屈指の高い処理能力や衛生管理システムを有し、県産食肉の輸出拠点となる最新鋭の食肉・食鳥処理加工施設が整備されるなど、食肉の産地加工に向けた体制も整備されつつあります。

宮崎牛の躍進

「和牛のオリンピック」とも呼ばれ、5年に一度開催される全国規模の和牛の品評会「全国和牛能力共進会」において、史上初の3大会連続での内閣総理大臣賞を受賞。口蹄疫以降に造成された種雄牛が活躍し、口蹄疫からの真の復興を全国に発信しました。

また、平成30年から3年連続でアカデミー賞授賞式アフターパーティーに「宮崎牛」が採用されました。同パーティーにおいて、特定産地の和牛の採用は初めてであり、アカデミー賞公式シェフのウルフギャング・パック氏から「24年間メニューを手がけてきたが、やっと最高の牛肉に出会えた。オスカー像を送りたい！」と絶賛されました。

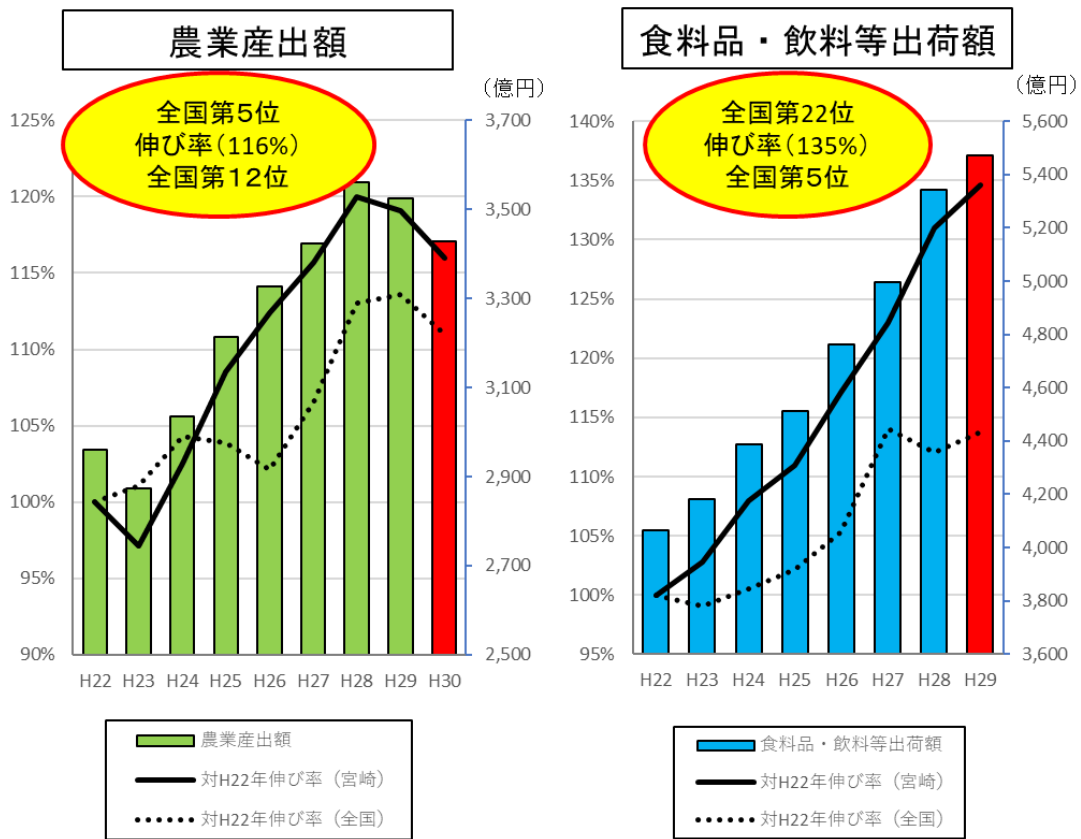
宮崎キャビアの輸出に向けた取組

昭和58年（1983年）、旧ソ連からチョウザメを譲り受け、チョウザメ養殖に関する研究が本県で開始されました。それから30年の節目を迎えた平成25年、「宮崎キャビア1983」として発売されました。

「宮崎キャビア1983」は、国産で唯一の本格キャビアとして、これまでのプロモーション活動により、国内で高い評価を得ており、ANAの国際線ファーストクラスの機内食として採用されたほか、G7伊勢志摩サミットでも提供されました。また、平成29年には、国産キャビアとしてはじめての海外輸出を実現し、さらに平成31年4月には、対米HACCP加工場としての認定を受け、今後増産予定である宮崎キャビアの本格輸出に取り組んでいます。

【主な成果指標】

最終目標（R2まで） a		構想策定時の数値	実績 b	進捗率 b/a
食品関連産業生産額	1兆5,000億円	1兆2,586億円（H21）	1兆4,734億円（H28）	98.2%
主な中間目標（H30まで） a		構想策定時の数値	実績 b	進捗率 b/a
農業産出額	3,500億円	2,960億円（H22）	3,429億円（H30）	98.0%
食料品・飲料等出荷額	5,560億円	4,066億円（H22）	5,498億円（H29）	98.9%



↓

主な増加品目
・ 肉用牛
・ ブロイラー
・ 豚

↓

主な増加品目
・ ブロイラー加工品
・ 部分肉・冷凍肉（ブロイラーを除く。）
・ 焼酎

第1章 フードビジネスを取り巻く環境

1 本格的な少子高齢・人口減少時代の到来

世界の人口は、今後も増加が見込まれていますが、日本は、本格的な少子高齢・人口減少時代を迎えています。

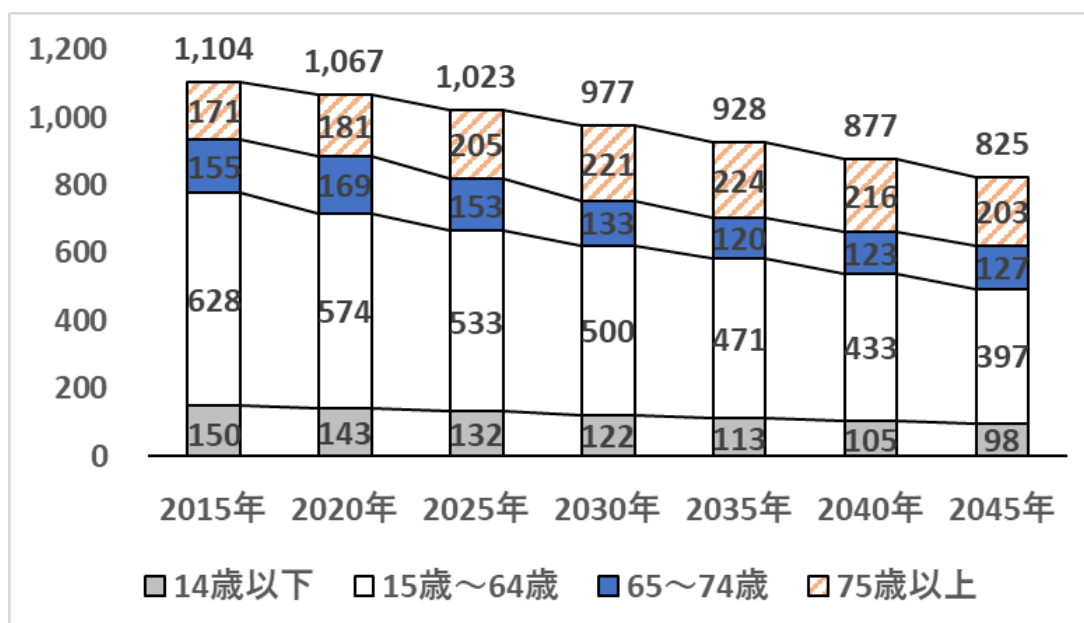
特に、本県では、全国平均より早く高齢化が進んでおり、大学進学や就職などによる若年層の人口流出がそのまま続けば、人口減少は加速し、人口構造も大きく変わることになります。

[人口構造の変化等により予想されること]

人口減少	⇒	消費（需要）の減少
労働力人口の減少	⇒	労働力不足 生産力の低下
世界的な人口増加	⇒	食料不足
少子高齢化	⇒	消費者嗜好の多様化

宮崎県の人口推移

(単位：千人)



(国立社会保障・人口問題研究所 日本の地域別将来推計人口)

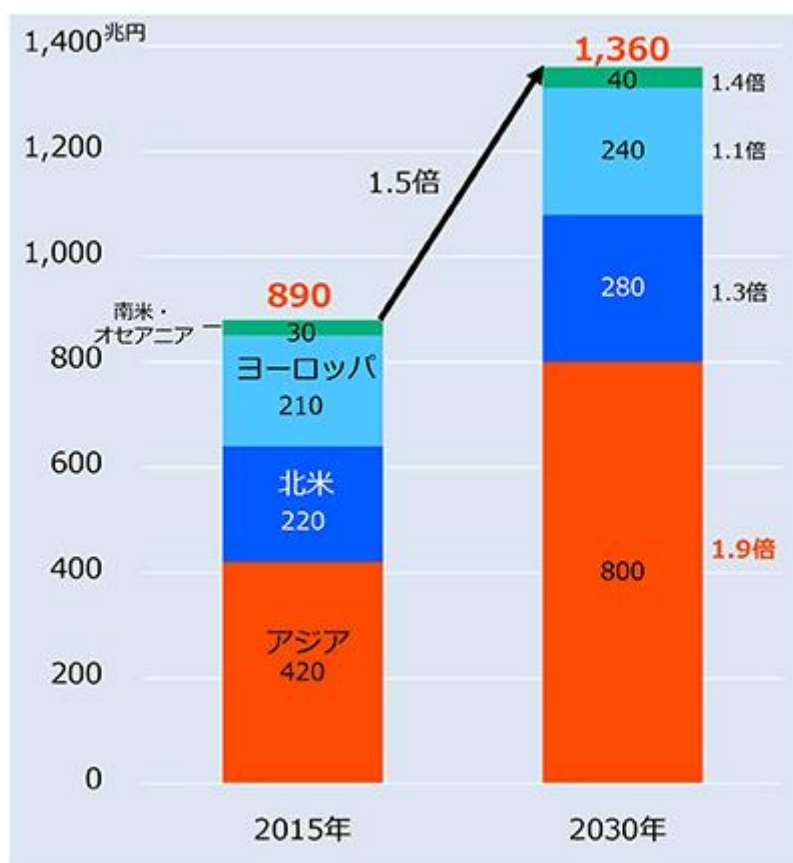
2 グローバル化の進展

将来的な人口減少により、国内の食市場が縮小するおそれがある一方で、世界の主要国の食市場の規模は拡大が見込まれています。

海外における日本食や食文化への関心も高まっており、安全・安心で高品質な本県の農林水産物や加工食品の海外展開をさらに推進する必要があります。

また、宮崎の食の魅力の効果的な発信等により、認知度の向上や誘客の促進、本県を訪れた外国人旅行者の消費額拡大を図ることも重要です。

主要34か国の飲食料市場規模



(農林水産政策研究所)

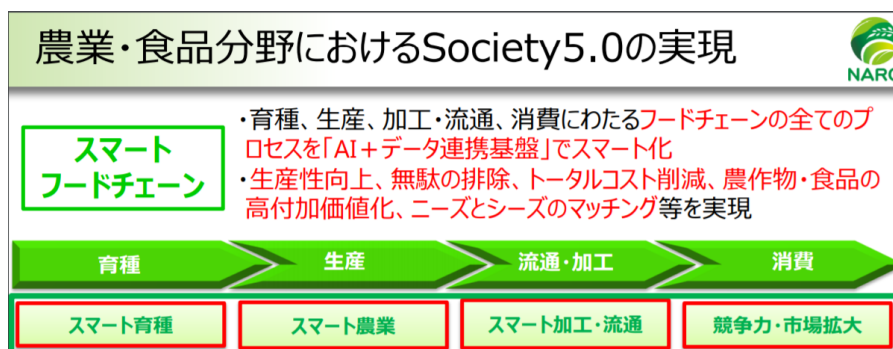
3 技術革新

第4次産業革命と呼ばれる、AIやIoTなどの新たな技術の進展は、あらゆる産業において革新的な変化をもたらし、これらの基盤技術が飛躍的に普及・発展していくことで、これまで実現困難だった多くの社会的課題が解決されるとともに、全ての人が高品質のサービスを楽しみ、快適に暮らすことのできる超スマート社会（Society5.0）の実現が期待されています。

例えば、農業分野においては、ICT、ロボット技術、AI等の先端技術の活用により、肥料・農薬等の資材費の削減、農業生産の効率化、農産物の高付加価値化などの競争力向上や、熟練農業者の技術継承が進むとされています。

本県のフードビジネス産業全体において、生産性の向上、働き手不足への対応などの観点から、業務・生産工程の検証・最適化や先端技術の導入などの取組を進める必要があります。

Society5.0で実現する社会（内閣府、農研機構作成）



4 食の安全・安心について

我が国の食品を取りまく環境変化や国際化に対応し、食品の安全を確保するため、平成30年6月に事業者による衛生管理の向上（HACCP制度化）などを盛り込んだ食品衛生法の改正が行われました。

また、複数にかかる法律を一元的にまとめた食品表示法が、平成27年4月に施行され、令和2年4月からは、食品表示法で定められた新ルールに基づく表示が必要となります。

中小規模の加工・製造食品事業者が多い本県においては、これらの動きに対応した細やかな支援を行うことが重要となっています。

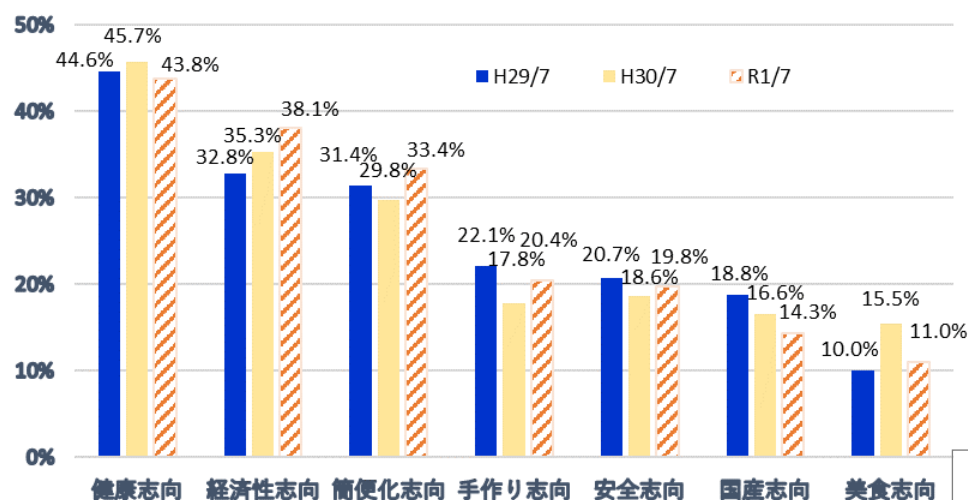
5 食に関する志向

日本政策金融公庫の「消費者動向調査（令和元年7月）」によると、消費者の食の志向は、健康志向（43.8%）、経済性志向（38.1%）、簡便化志向（33.4%）の順となっています。

本県においては、全国に先駆けて、農産物の残留農薬検査や食の機能性分析など産学官連携による推進基盤が整備されています。こうした基盤をいかし、県産農林水産物の栄養・機能性に着目した商品の開発など、消費者の健康志向の高まりに対応した取組を強化していくことが重要です。

また、同調査で簡便化志向が上位となっていることと関連して、冷凍食品の国内消費も大きく増加しています。あわせて、外食・中食の市場規模が、近年増加傾向にあること等を踏まえると、調理のしやすさや外食・中食の需要増といった点にも着目して取組を進めていく必要があります。

食の志向の推移



日本政策金融公庫
令和元年7月消費者動向調査

冷凍食品の国内消費

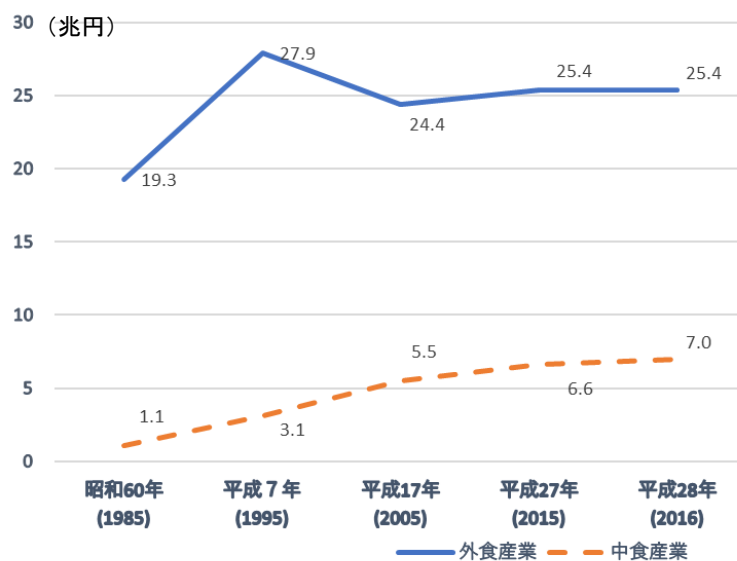
(百万円、%)

	国内生産額	輸入額	合計（消費額）	増減率
H20年	666,212	222,300	888,512	
H30年	715,402	359,209	1,074,611	20.9%

(一社) 日本冷凍食品協会

平成30年冷凍食品の生産・消費について

外食・中食産業の市場規模



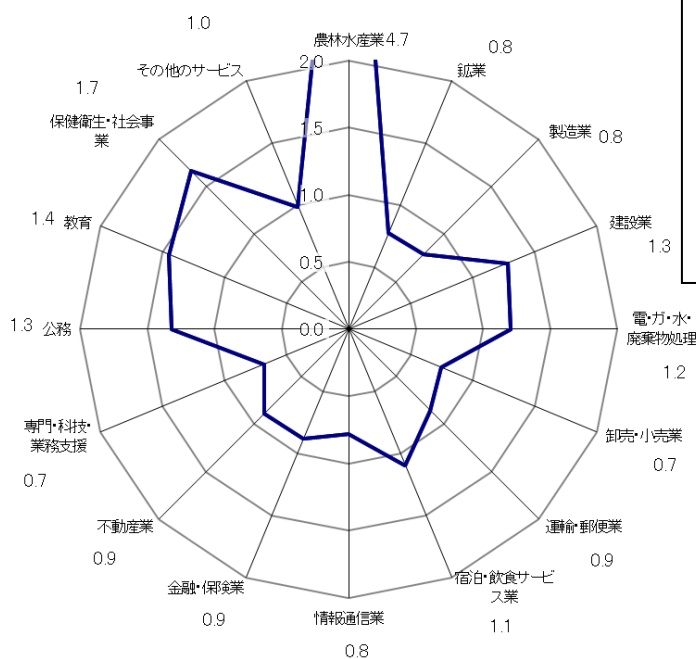
農林水産省

平成29年度 食料・農業・農村白書

第2章 本県フードビジネスの現状と課題

1 本県のフードビジネスの状況

本県は農業産出額全国第5位を誇り、産業分野毎の全国比較においても、農林水産業が4.7と高い特化係数を示しています。また、製造業の特化係数は0.8と1を下回っている中で、製造業の出荷額に占める食料品製造業の割合は全国平均に比べて高くなっており、本県産業においてフードビジネスの占める役割は大きくなっております。



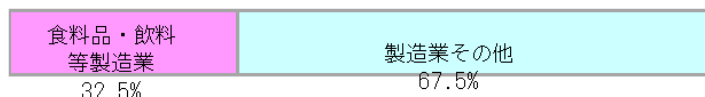
特化係数 = 県内総生産の産業別構成比 ÷ 国内総生産の産業別構成比

特化係数 1.0 に近いほど全国の産業構成割合に近いことを意味し、1.0 を超えていれば全国に比べ、その産業に特化している。

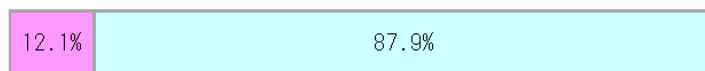
(H28 年度宮崎県県民経済計算)

製造業全体に占める食料品・飲料等製造業の割合

【本県】 製造業全体 1兆6,917億円 (H29年)



【全国】 製造業全体 319兆1,667億円 (H29年)



2 本県フードビジネスの構造等

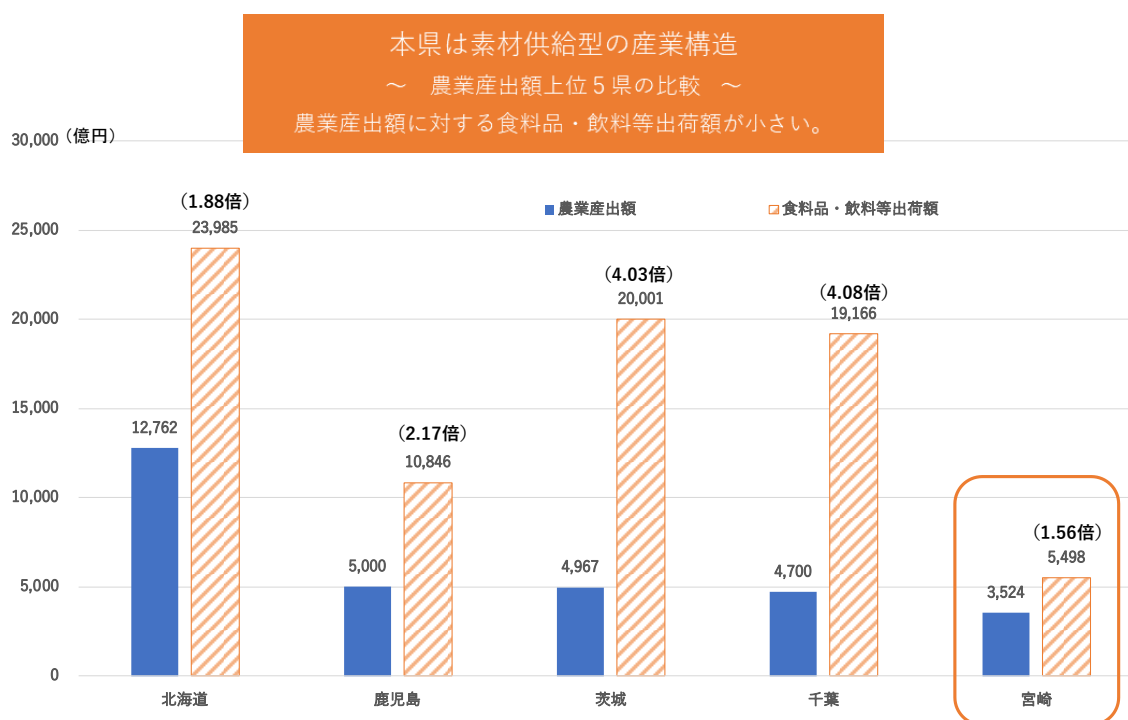
(1) 素材供給型の構造

本県は全国有数の食料供給地ですが、その多くが一次産品として都市部を中心とした県外へ出荷されており、素材供給型の産業構造となっています。

これまでもフードビジネス推進の取組の中で、県内加工の推進に取り組んできましたが、まだまだ取組の余地があります。

県内加工の推進による付加価値の創出に向け、生産者と加工・製造事業者等との連携（農商工連携）や、6次産業化、畜産物の県内と畜・加工などの取組をさらに推進することが重要です。

農業産出額と食料品・飲料等出荷額の比較



(平成29年生産農業所得統計、平成29年工業統計表)

(2) 外貨の獲得

本県のフードビジネス産業は、農林水産業、食料品ともに移輸出額が移輸入額を上回っており、国外や県外から外貨を稼ぐ重要な産業分野となっています。

一方、人口減少に伴う国内市場の縮小やグローバル化の進展により、今以上に競争が激化することが見込まれます。

マーケットニーズを確実に捉えながら、本県の食の魅力・価値を高め、消費者の共感を広げていく取組等を進めることで、競争力の強化を図ることがますます重要となります。

県際収支の状況

(億円)

	移輸出額	移輸入額	県際収支
全体	16,596	20,795	△4,199
農林水産業	1,963	988	975
食料品	3,920	3,071	849

(H28 年度県民経済計算から推計)

(3) 低い労働生産性

フードビジネスにおいて大きな役割を占め、今後も成長が期待される食品等製造業においては、機械の導入による自動化が難しく、労働集約的になっていることなどから、労働生産性が低いことが指摘されています。

また、農林水産業の分野も含め、今後、労働力人口の減少に伴い働き手の確保がますます困難になることを考慮すると、業務・生産工程の検証・最適化やAIやIoTなどの先端技術の導入をはじめとするスマート産業化の取組により、生産性を高めていく必要があります。

製造業における一人当たり付加価値額（H28）

（全国）

	付加価値額 (百万円)	事業従事者数	一人当たり付加 価値額 (万円)
製造業全体	58,881,863	8,923,721	660
食料品・飲料等製造業	6,644,120	1,432,416	464

（本県）

	付加価値額 (百万円)	事業従事者数	一人当たり付加 価値額 (万円)
製造業全体	299,053	60,388	495
食料品・飲料等製造業	89,252	19,972	447

(H28 経済センサス)

(4) 働き手の不足

農業分野では、高齢化の進行等により担い手の減少が進んでおり、販売農家数は毎年約1,000戸のペースで減少しています。

近年、新規就農者数は増加傾向にあり、平成30年には402人と、2年連続で400人を上回り、このうち約6割の238人が農業法人等への雇用就農者となっていますが、働き手不足の解消には至っていません。

水産業分野でも担い手の減少が進んでおり、漁業就業者数は平成20年の3,360名から10年間で1,158名減少しています。また、平成30年には65歳以上が全体の約3割を占めるなど、農業分野と同じく高齢化も進んでおり、近年、新規漁業就業者は毎年40名程度となっているものの、今後、就業者数の更なる減少傾向及び高齢化は避けられないと考えられ、働き手不足が懸念されます。

食品等製造業においても、平成30年度の新規求人数に対する充足率が26.8%となるなど、働き手が不足する状況が見られます。

こうした状況を考慮すると、農林水産業、食品等製造業をはじめとするフードビジネス産業への就業者の確保等に取り組むとともに、ロボットやAI、IoT、ドローン等の先端技術の導入などによるスマート産業化を推進する必要があります。

3 今後取り組むべき事項

本章で述べた素材供給型の産業構造であることをはじめとする本県フードビジネス産業の課題等に加え、前章で述べたフードビジネスを取り巻く環境の変化を踏まえると、今後、次のような事項に注力して取り組む必要があります。

- 県産の農林水産物を県内で加工する産地加工の推進やマーケットニーズに対応した選ばれる商品づくり

- ブランド力向上などを通じた国内外への積極的な販売展開

- 情報発信の強化によるみやぎの食のファンを増やす取組や観光資源としての幅広い活用の推進

- フードビジネス産業の生産性向上

- 人材の確保・育成や地域と一体となった企業等の参入促進

第3章 構想の方向性と展開

前述のとおり、これまでの産学金労官が一体となったフードビジネス推進の取組により、多くの成果が得られています。

一方で、人口減少が進む中で、本県フードビジネス産業の成長を確かなものとしていくためには、フードビジネスを取り巻く環境の大きな変化や、素材供給型の構造が続いていることをはじめとする本県フードビジネスの現状等を踏まえ、商品の付加価値を高め、しっかりと販売に繋げていく必要があります。

また、フードビジネス産業のスマート化の推進などにより、生産性の向上を図るとともに、産業としての魅力を高めていくことも重要です。

今回のみやざきフードビジネス振興構想においては、本県フードビジネスのさらなる成長に向け、関係機関の連携の下で、前構想を継承し、さらに充実・強化を図りながら、着実に成果へと繋げていきます。

1 構想の方向性

構想の推進に当たっては、次の3つの視点に沿って、産業間及び産学金労官の連携を強化し、取組を展開していきます。

- | |
|------------------------------|
| 視点1 高付加価値化の推進 |
| 視点2 みやざきの食の魅力の発信と販路拡大 |
| 視点3 フードビジネス産業の生産性向上と良質な雇用の創出 |

2 主な成果指標

主な成果指標	基準値	目標値
食品関連産業生産額	1兆4,734億円 (H28)	1兆6,000億円
農業産出額	3,524億円 (H29)	3,665億円
食料品・飲料等出荷額	5,498億円 (H29)	5,998億円

3 取組の展開

視点1 高付加価値化の推進

- 素材供給型となっている本県のフードビジネスの現状を踏まえ、県内加工を進めることで、県内における付加価値の創出を図ります。
- 多様化する市場ニーズを踏まえ、本県の産学金労官連携による推進基盤等をいかしながら、安全・安心や健康、おいしさ、調理しやすさなどに着目した選ばれる産地・商品づくり等を進めます。

〔取組内容〕

◇産地加工の推進

- ・ 県内の加工・製造におけるニーズと原材料供給のそれぞれの情報を集約し、生産者と加工・製造事業者をマッチングする人材を配置すること等により、県産の農林水産物の県内加工を推進するプラットフォームの構築を進めます。
- ・ 市場ニーズを踏まえ、県産の農林水産物をいかした商品開発や原材料の県産農林水産物への転換等について支援を行います。
- ・ 産地加工の推進に向けたセミナーの開催など、産地加工の普及・啓発を実施します。
- ・ 食品等製造業等における設備・機器等の県内調達に向け、情報の集積や相談対応などの取組を進めます。
- ・ 中小企業者と農林漁業者が連携して行う新商品の開発や改良、販路開拓等を支援することで農商工連携の取組を推進します。
- ・ 専門家の派遣や実践的セミナーの実施などにより、農林漁業者自らが加工・販売等に取り組み、付加価値創出を図る6次産業化の取組をさらに推進するとともに、特に、マンパワー不足等により6次産業化の拡大が難しくなっている中山間地域においては、地域の強みを生かし、各事業者が連携して取り組む「地域ぐるみの6次産業化」を推進します。

- ・ 焼酎原料用かんしょなどの加工・業務用農産物の生産体制を強化するとともに、加工・業務用野菜のニーズに着目し、収穫作業等を担う経営体の育成など、生産から加工販売までの一貫した「耕種版インテグレーション」を推進します。
- ・ 畜産物流通の拠点となる食肉・食鳥処理施設を核とした産地づくりを進め、県内での畜産物の加工等を促進します。
- ・ 販売部門と直結した畜産加工業態の拡大に取り組み、県内での畜産物の付加価値の創出を図ります。

◇安全・安心や健康、おいしさ、調理しやすさなど食の志向に着目した選ばれる産地・商品づくり

- ・ 全国トップクラスの残留農薬検査体制に加え、農業生産でのリスク低減を目的としたGAPの実践・定着を推進し、安全・安心を確保する体制の充実に取り組みます。
- ・ 本県が全国に先駆けて取り組んでいる保健機能食品など、健康に着目した商品の開発や畜産物・水産物の美味しさの見える化など、多様な消費者ニーズに応える商品の開発等を支援します。
- ・ 食品開発センターが有するフード・オープンラボやおいしさ・リサーチラボなどの設備等を活用し、食品等製造事業者が行う新商品の試作・開発を支援します。

◇フードビジネスを支える企業の育成

- ・ 総合相談窓口を設置し、商品開発や販路拡大などの取組に対し、マーケットニーズや相談企業の状況等を踏まえた、効果的な支援を実施します。
- ・ 食品等製造事業者の取引拡大に向けて、食品加工支援アドバイザーや食品表示アドバイザーを活用し、工場の衛生管理・品質管理の向上や食品表示の作成等を支援します。
- ・ 食品開発センターが有する設備や技術、ノウハウを活用した技術相談や技術指導等を通じ、食品等製造事業者の技術力向上を支援します。

視点2 みやぎの食の魅力の発信と販路拡大

- 生産者所得の向上に向けた安定的な取引づくりとインターネット販売をはじめとする多様な販売チャンネルの拡大を図ります。
- 輸出に取り組みやすい環境づくりや海外市場のニーズを踏まえた商品づくりを進め輸出を促進します。
- 地域の特性や生産者の思いの発信、大規模イベント等における積極的なプロモーションの実施などみやぎの食のファンを増やす取組を進めるとともに、観光資源としての幅広い活用を図ります。

〔取組内容〕

◇国内外への戦略的な販路拡大

- ・ 商談会の開催や展示会・見本市への出展、地域や品目に応じた専門コーディネーターの配置などにより、本県の農林水産物や加工品の販路拡大を支援します。
- ・ ターゲットを明確にした食や焼酎のPRイベントを展開するとともに、新宿みやぎ館KONNEを活用した首都圏での情報発信に取り組むなど、県産品の需要拡大を図ります。
- ・ 農産物の「太い・強い・新しい」取引づくりを目指し、量販店等取引先とのパートナーシップの強化を図るとともに、契約取引などによる安定的な取引、社食や惣菜向け等消費動向に対応した新たな取引などの促進に取り組めます。
- ・ 農産物の輸出拡大に向け、輸出サポーターや農業団体による農業法人等への情報提供や技術支援により、海外のニーズや残留農薬等の基準に合った新たな品目・産地の育成を図るとともに、香港事務所や海外のコーディネーターと連携したテストマーケティング等により輸出先国・地域を拡大します。
- ・ 水産物の輸出拡大に向け、生産・流通業者等と連携した新たな輸出体制の構築や、船便での超低温コンテナを活用した高品質な冷凍品（フィレ加工）の輸送体制確立を支援します。

- ・ 畜産物の輸出拡大に向け、輸出に対応した産地づくりを進めるとともに、輸出先においてターゲットとなる販路を持つパートナーの発掘及び効果的なプロモーションを展開します。あわせて、輸出を阻害する家畜伝染病の発生防止対策に取り組みます。
- ・ 山村地域の重要な短期換金作物である乾しいたけについて、県内事業者が取り組む商品開発や国内外への販路拡大を支援するとともに、乾しいたけ料理の店の認定などを通じて食材としての魅力向上を図ります。
- ・ 焼酎の輸出有望市場である北米でのプロモーション活動の実施などを通して、海外における焼酎の認知度向上を図り、輸出を促進します。

◇販路拡大を進める環境づくり

- ・ 県内の商社等と連携し、本県産加工食品等の海外市場との商流拡大を図るとともに、継続的、安定的に輸出ができる民間主導の体制の構築を促進します。
- ・ 輸出事業やインターネット販売事業への参入、スキルアップ等を目指す事業者を対象とした各種セミナーを実施します。
- ・ 専門コーディネーターの活用等により、県内をはじめとする販路の拡大など中山間地域のフードビジネスの推進を支援します。
- ・ 持続的な物流体制の形成に向け、モーダルシフトや集出荷体制の効率化、共同輸送などの取組を促進します。

◇みやぎきの食のファンを増やす取組や観光資源としての幅広い活用

- ・ 本県産の農林水産物や加工品について、地域の特性や生産者の思いなどを広くPRすることで、共感や信頼感を引き出してみやぎきの食に対する根強いファンづくりを一層進め、販売促進につなげていきます。
- ・ 2020年東京オリンピック・パラリンピックや国文祭・芸文祭みやぎ2020をはじめとする大規模イベントの機会を捉え、本県の食の魅力を積極的に発信します。
- ・ 観光客に、「食」をいかした農業体験や加工品づくり体験等を提供するなど、観光資源としての幅広い活用を推進します。

視点3 フードビジネス産業の生産性向上と良質な雇用の創出

- 業務工程の検証・最適化や先端技術の活用等により、農林水産業、食品等製造業の生産性向上を図ります。
- フードビジネスにおける人材の確保・育成を進めるとともに、地域と一体となった企業等の参入を促します。

〔取組内容〕

◇フードビジネス産業の生産性向上

- ・ 食品等製造事業者にアドバイザーを派遣し、業務工程の検証・改善指導や先端技術の導入に向けた助言等の支援を実施します。
- ・ 省力化や生産性向上など大きな可能性を秘めたスマート農水産業について、本県に適した形での開発・実証、普及を推進します。
- ・ 魚類養殖業の生産性向上及び生産増大を図るため、沖合域での大型浮沈式生け簀を活用した取組を推進します。

◇フードビジネスにおける人材の確保・育成

- ・ 就職説明会の開催や県内企業の情報発信、マッチング・定着促進に向けたコーディネーターの配置などにより、県内フードビジネス産業における人材の確保・定着を支援します。
- ・ 働きやすい環境づくりや農福連携等を促進するとともに、業界団体との連携による外国人材の受入れ・定着のための環境づくり等に取り組み、女性、高齢者、障がい者及び外国人材等の多様な人材の活用を推進します。
- ・ 県内外での就農相談や実践的な技術・知識を習得できる研修体制、中古ハウスなどの経営資源の承継による初期負担の軽減、経営の発展段階に応じた指導等により、希望者が安心して就農できる伴走支援体制の充実を図ります。
- ・ 漁業就業等に関する情報の積極的な発信や就業フェアなどによる就業希望者の掘り起こしを行うとともに、各種研修の実施及び着業時の初期投資軽減や着業後の経営安定対策等の支援を実施します。

- ・ フードビジネスを担う人材の育成に向けたセミナーについて、高付加価値化の推進や販路拡大、生産性向上といった本構想の取組の視点を踏まえ、充実を図ります。
- ・ 専門的な知識を有するコンサルタント等を講師とした実践的セミナー等を通じて、6次産業化に取り組む農林漁業者の人材育成を図ります。
- ・ フードビジネスの将来を担う人材の育成に向け、実践的なカリキュラムの実施など、産学金労官連携による教育の充実を図ります。

◇地域と調和した企業参入

- ・ 全国有数の食料供給地である本県の優位性を最大限にいかしながら、原材料流通の効率化や、地域及び地元企業との連携が期待でき、フードビジネス産業の生産性向上に資する企業立地に取り組めます。
- ・ 市町村と連携した参入候補地や支援策の情報提供など、地域提案型誘致活動を推進するとともに、地域の農業者や農業団体等とのパートナーシップの下、新たな技術や高度な経営ノウハウを有する企業等の農業参入の取組が新たなビジネスモデルの創出につながるよう支援します。

推進体制

フードビジネス推進体制

