

# 本県の「強み」を生かした食産業の振興について

平成22年4月  
あおり食品産業振興チーム

県では、本県の強みである農林水産業の力を生かし、食産業の育成・強化を図るため、1次産業の農林水産業と2次産業の食品加工、3次産業の流通販売部門等の連携による6次産業化に向けて、農商工の部門間連携を総括的に担当する「農商工連携推進監」を新設するとともに、食産業を具体的に支援する「あおり食品産業振興チーム」を組織しました。

## 1. 伸び悩む本県の農林水産業

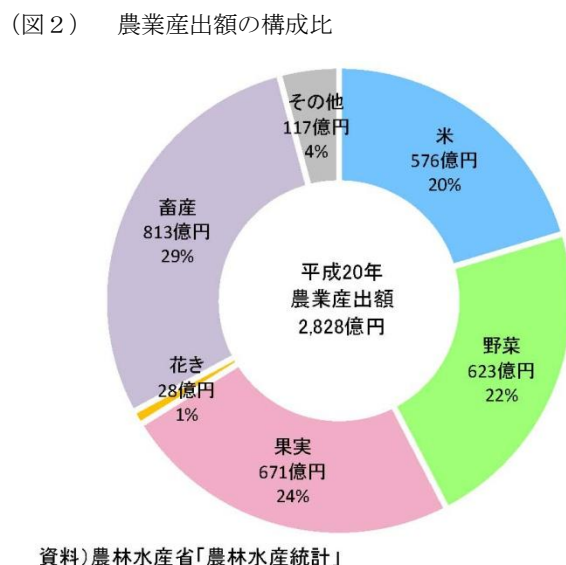
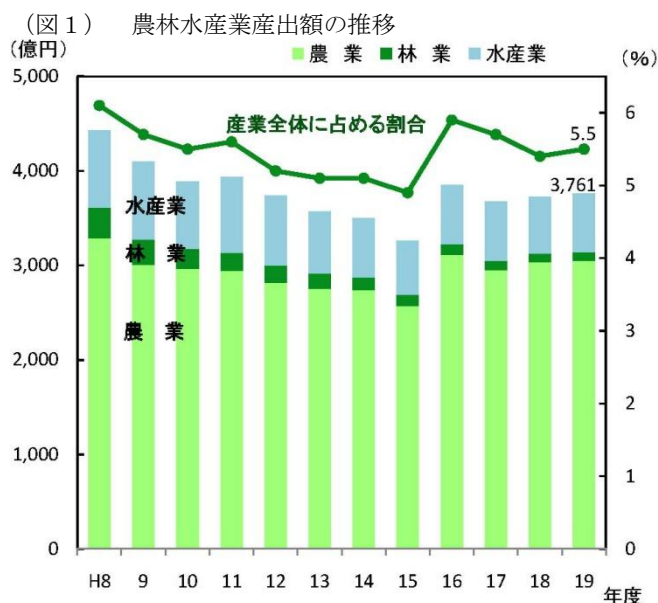
本県の農林水産業は、夏季冷涼な気象、生産力の高い農地、三方を海に囲まれた多様な海域と好漁場など、豊かな自然の恵みを巧みに生かし、比較優位な産業部門として地域経済に貢献してきました。

その結果、本県は、米、野菜、果実、畜産、水産等の品目のバランスがとれた全国有数の食料生産県となっています。

また、後継者の減少と高齢化が全国的に問題となる中で、本県は他県に比べて若手農業者が多いことから、人的資源を生かして農業を発展させていくことができる可能性を持っています。

県民経済計算によれば、本県における平成19年度の農林水産業の産出額は、前年度を34億円上回る3,761億円となっています。

しかしながら、農業産出額は、長引く農産物の価格低迷が大きく響き減少基調で推移しており、平成20年は2,828億円で前年を30億円下回る一方、水産物では、海面養殖業はほぼ横ばいとなっているものの、大部分を占める海面漁業の減少が大きく、どちらも減少傾向となっています。

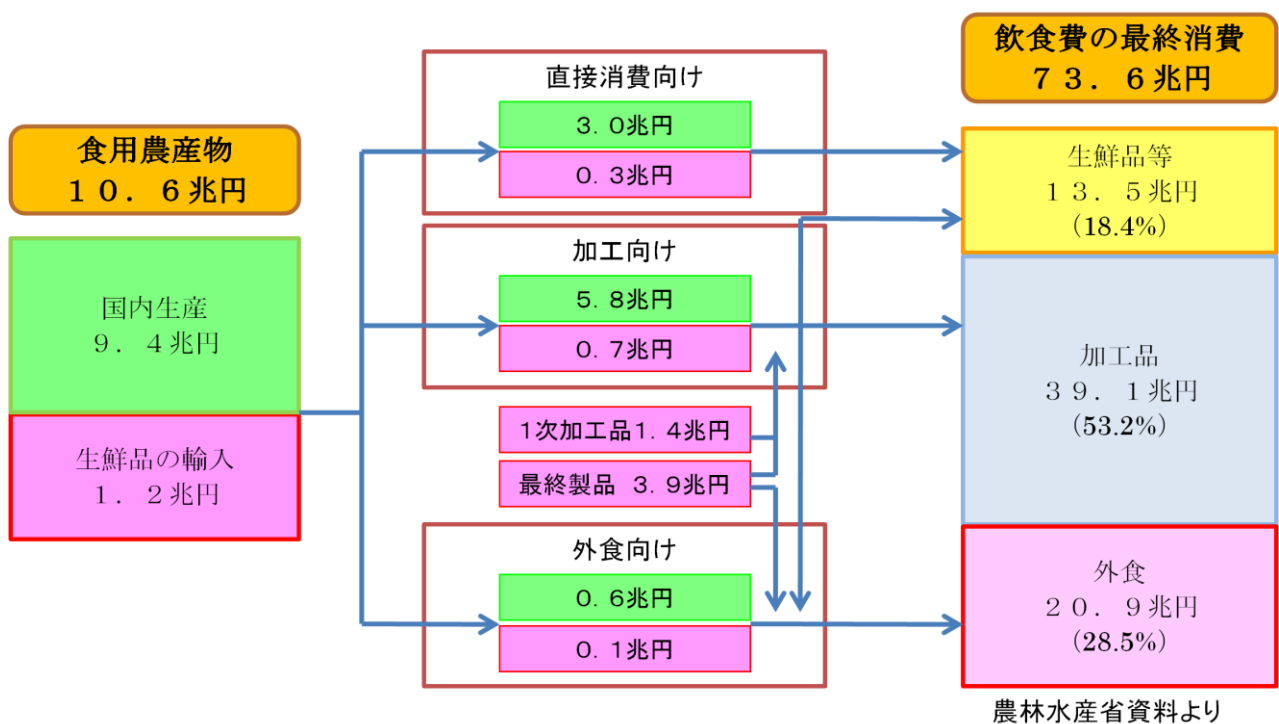


## 2. 生産物の7割が生鮮食品のまま県外へ

農林水産省の試算によると、国内の農林漁業の生産額は約9兆円となっていますが、食料品製造業や小売業を経て、付加価値や流通コストが加わり、最終消費段階では約74兆円と約8倍規模になっています。

ところが、本県では、平成17年青森県産業連関表から県統計分析課が試算した結果によると、県内で食用として生産された農林水産物のうち約7割が、生鮮食品のまま県外へ出荷されていると見られています。

(図3) 農産物の生産から流通までの流れ



## 3. 県外依存度の高い加工産業

本県の食料品製造業は、製造業全体に占める事業所数の割合が26.2パーセントと全国平均の12.6パーセントに比べて非常に高く、本県経済の大きなウェイトを占める重要な産業となっています。

しかし、本県からは、精米や各種肉類、冷凍魚類など、多くが加工度の低い食品として県外に移輸出され、逆に加工度の高い食品が県外から移輸入され消費されているのが実態となっており、本県の食料品製造業の出荷額は減少を続けています。

(表1) 県内の食料品製造業の年次別出荷額(単位:億円)

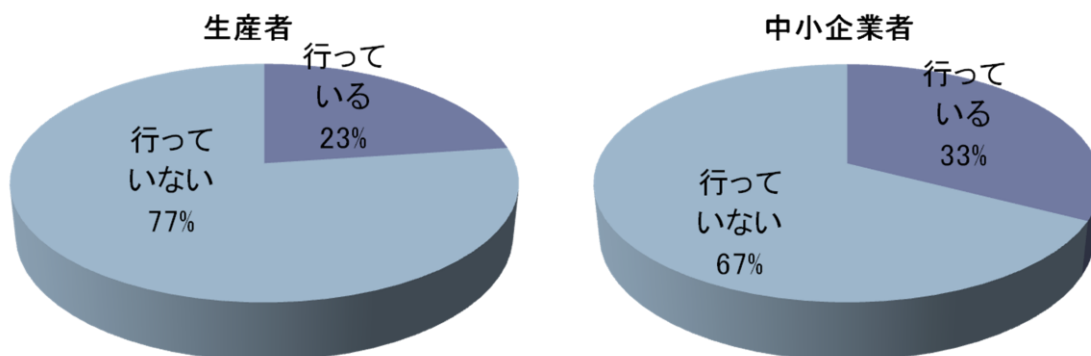
区 分	H11	H13	H15	H17	H19	H19-H11	H19/H11	
食 料 品	3,658	3,696	3,119	3,007	2,881	△ 777	78.8%	
全 体	13,466	11,295	12,074	12,004	15,868	2,402	117.8%	
割 合	27.2%	32.7%	25.8%	25.1%	18.2%	△ 9.0	—	
主 な 内 訳	農 産 食 料 品	577	534	513	536	515	△ 62	89.2%
	畜 産 食 料 品	736	750	749	833	869	133	118.0%
	水 産 食 料 品	1,443	1,266	1,168	1,029	934	△ 509	64.7%
	飲 料 品	394	265	250	245	131	△ 263	33.2%
	そ の 他	503	457	433	358	426	△ 77	84.7%

#### 4. 本県「食」産業の課題

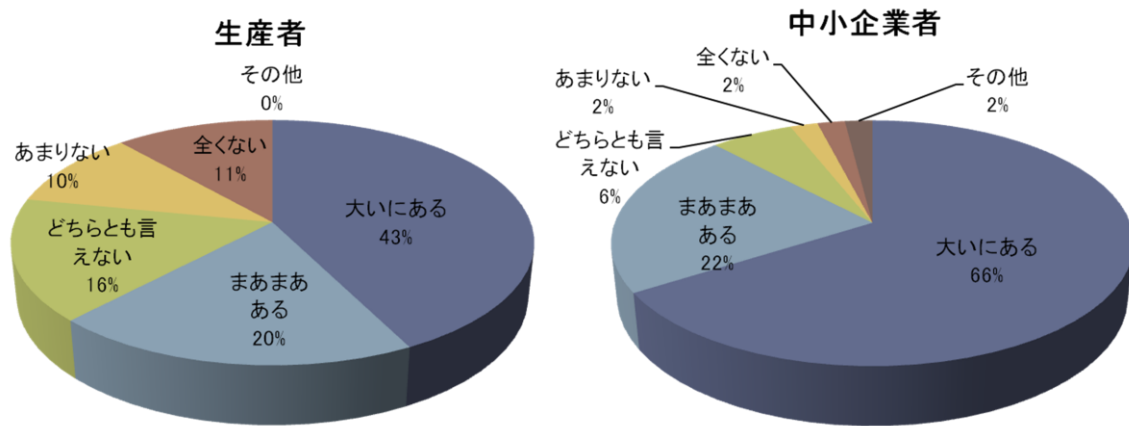
平成21年度に県総合販売戦略課が行った農商工連携に関する調査によると、農商工連携に「大いに関心がある」「まあまあある」と答えた中小企業全体が全体の88パーセント、生産者が同じく63パーセントであるのに対し、実際に行っていると答えた中小企業は全体の33パーセント、生産者はわずかに23パーセントでした。食品加工の基本となる農商工連携はなかなか進んでいないのが現状です。

(図4) 農商工連携に関するアンケート

#### 問 農商工連携を行っていますか。



## 問 新しい商品づくり・販路拡大に向けた生産者・企業との連携に関心はありますか



(資料：総合販売戦略課)

この原因について、平成21年度に県の「元気あおもり食品製造業振興プロジェクトチーム」が調査、検討したところ、

- (1) 農林漁業者と食品製造業者がお互いを知らず、交流不足から信頼関係が構築されていないこと
- (2) 農林漁業者や小規模な食品製造業者は、商品開発のアイデアはあっても、それを企画・実行できるノウハウと労力が不足していること。
- (3) 農林水産物の出荷ルートが固定化していること
- (4) 中小企業は資本の蓄積が不十分で加工用施設の整備が進んでいないこと。特に中間加工分野への投資が遅れていること。

などの課題が明らかとなりました。

さらに、県民局ごとに、新商品開発のための農林水産業と食品製造業の連携モデルを設け、県職員がそのプロセスに積極的に関与しながら、連携手法について具体的に検証した結果、

- (1) 情報を提供するだけでは連携につながりにくく、「情報+企画」、「情報+調整」等のフォローが必要であること
- (2) 連携を進めるためには、中核となる分野の専門家や技術者が不可欠であること
- (3) 中小規模の事業者が多い本県においては、事業拡大や意欲的投資につなげるための小回りのきく支援策が必要であることが確かめられました。

(表2) 連携モデルの取組一覧

地域	連携タイプ	ねらい	最終ライン試作
東青	製造アプローチ	食品製造業者の既存技術を活用し、こんにやく芋など県産農産物を利用した商品開発	・ねぎこんにやく ・味噌カレー牛乳こんにやく缶
中南	生産アプローチ	越冬野菜の規格外品を活用し、素材の良さを生かした商品開発	・冬野菜スープ
三八	製造アプローチ	地域の原料にこだわった新商品の開発と商品バリエーションの拡大	・紅玉のりんご冷製スープ ・チキンステーキ (こんにやく味噌)
西北	実需アプローチ	季節限定で販売している地場産スイカ商品の通年化と地場産メロンを原料とする新商品開発	・スイカスムージー ・メロンコンフィチュール
上北	流通アプローチ	地場産ゴボウを利用した調理済み食品の開発	・たたきごぼ
下北	実需アプローチ	地場産食材を原料とするアイスクリームの開発と地場産の乳酸菌を活用した商品開発	・嶽きみアイス ・一球入魂カボチャアイス ・赤〜いりんごアイス ・スイカアイス ・下北産乳酸菌の豆乳ヨーグルト

生産アプローチタイプ:生産者が中核となって関連する事業者と連携していくタイプ

製造アプローチタイプ:食品メーカーなどの製造業者が中核となるタイプ

流通アプローチタイプ:卸売業や問屋業などの流通・販売業者が中核となるタイプ

実需アプローチタイプ:最終的に消費者に食品を提供する外食業等が中核となるタイプ

## 5 課題解決の3つの柱

このような現状を踏まえ、農商工連携による食産業の充実・強化を図っていくためには、次の3つがポイントとなります。

### (1) 食産業情報の集約とフル活用

情報不足と交流不足を解消するため、農林水産分野や商工分野などに分散している情報を集約し、相互に利用しやすい体制を整える必要があります。特に、生産、加工、製造、流通、実需など、食産業に関する情報を集中的に収集し、その情報を駆使しながら、新たな連携や事業化を総合的に支援していく体制を構築することが大切です。

### (2) 加工・業務用対策の充実強化

本県農林水産物の「品質」を生かしたこだわりの加工品「いいモノづくり」を推進するとともに、「量」を生かせる「加工・業務用」対策を強化する必要があります。特に、1次加工などの中間加工分野を拡大するため、中小企業が保有する既存施設の有効利用を進め、実需に基づいた加工・業務用商品を開発・製造する地域内の連携づくりが重要となります。

### (3) 農業から食産業への意識改革

農林漁業者の意識転換も重要です。農水産物を優れた農水産物としてのみ生産・出荷する農林漁業から、原材料として安定的に生産・供給したり、需要に合わせて加工したりと、食品を供給する食産業としての農業へステップアップしていくことが大切です。食品製造業等と連携した原材料の安定供給や加工分野への企業的進出、食産業に関する幅広い知識と取組意欲を持った人材の育成など、産地自らが農業の食産業化を進めていくことが重要です。



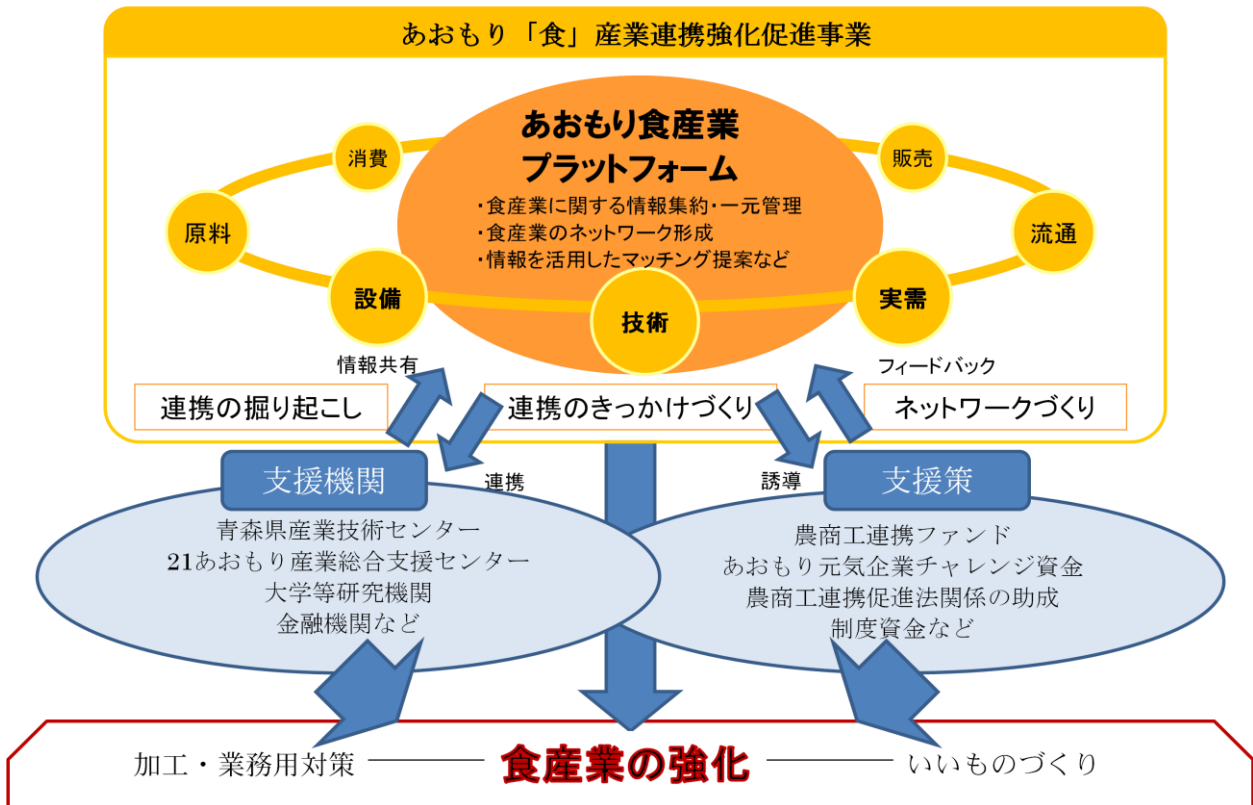
モデル実証で取り組んだ試作品の例

## 6 あおもり食産業連携強化促進事業について

県では、前年度までの取組を踏まえて、平成22年度から、農林漁業者と製造業者等の連携を一層強化するため、次の取組を行うこととしています。

- (1) 平成21年度に調査し整理した県内の食品製造業者約350社の情報に加え、県内の原材料生産者や県内外の実需者情報など、食産業の連携に必要な幅広い情報を収集し、必要に応じて効果的な情報提供を行います
- (2) 新たに設置した「あおもり食品産業振興チーム」では、関連情報の集約や提供、ネットワークづくりなど「あおもり食産業プラットフォーム」として活動しながら、農林漁業者や食品製造業者の相談に総合的に応じるとともに、新たな連携の可能性や企画を積極的に提案するなど、一歩踏み込んだ支援活動を行います
- (3) 商品開発の実現性が高い連携については、専門家の招聘や事業者との連絡調整を図るとともに、試作品の一部を購入することによって連携活動のスタートアップを支援します

# 「食」産業の振興イメージ



## 7 本県の食産業の充実・強化に向けて

食産業は、個々の産業や業種が独立して活動しているのではなく、生産や加工、流通、消費などが密接に結びつき、相互に影響を及ぼしながら成り立っています。

本県の強みである豊富な農林水産資源を生かして地域経済を活性化していくためには、安全・安心で良質な農林水産物の安定生産に加えて、加工や流通、販売が連携し、その付加価値を地域内で十分に高めた上で県外に販売し、より多くの外貨を県外から獲得することが重要となります。

さらに、消費者としての私たちも、できる限り本県で生産・製造された食品を購入するという「地産地消」の意識を高めて、県内の食産業を応援していくことが求められています。

本年は、東北新幹線全線開業の年であり、本県の「食」を売り出す大きなビジネス・チャンスです。「食」に関わる全ての分野の力を結集し、本県の食産業の充実・強化に取り組んでいきましょう。