

食品製造業の振興方向

元気あおもり食品製造業振興プロジェクトチーム

本県の食品製造業の現状

年次別出荷額の推移(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%

資料:「青森県の工業」商品分類別製造品出荷額統計表(青森県)
注)表中の「食料品」は「食料品」+「飲料・飼料・たばこ(飼料・肥料除く)」の合計

年次別食料品製造業事業所数の推移(箇所)

区 分	H11	H13	H15	H17	H19	H19-H11	H19/H11
食 料 品	650	617	605	561	530	△ 120	81.5%
全 体	2,438	2,221	2,059	1,881	1,748	△ 690	71.7%
割 合	26.7%	27.8%	29.4%	29.8%	30.3%	—	—

資料:「青森県の工業」商品分類別製造品出荷額統計表(青森県)
注)表中の「食料品」は「食料品」と「飲料・飼料・たばこ」の合計

年次別食料品製造業事業所労働者数の推移(人)

区 分	H11	H13	H15	H17	H19	H19-H11	H19/H11
食 料 品	21,021	20,528	19,360	18,012	17,792	△ 3,229	84.6%
全 体	74,911	68,358	62,795	58,843	65,475	△ 9,436	87.4%
割 合	28.1%	30.0%	30.8%	30.6%	27.2%	—	—

資料:「青森県の工業」商品分類別製造品出荷額統計表(青森県)
注)表中の「食料品」は「食料品」と「飲料・飼料・たばこ」の合計

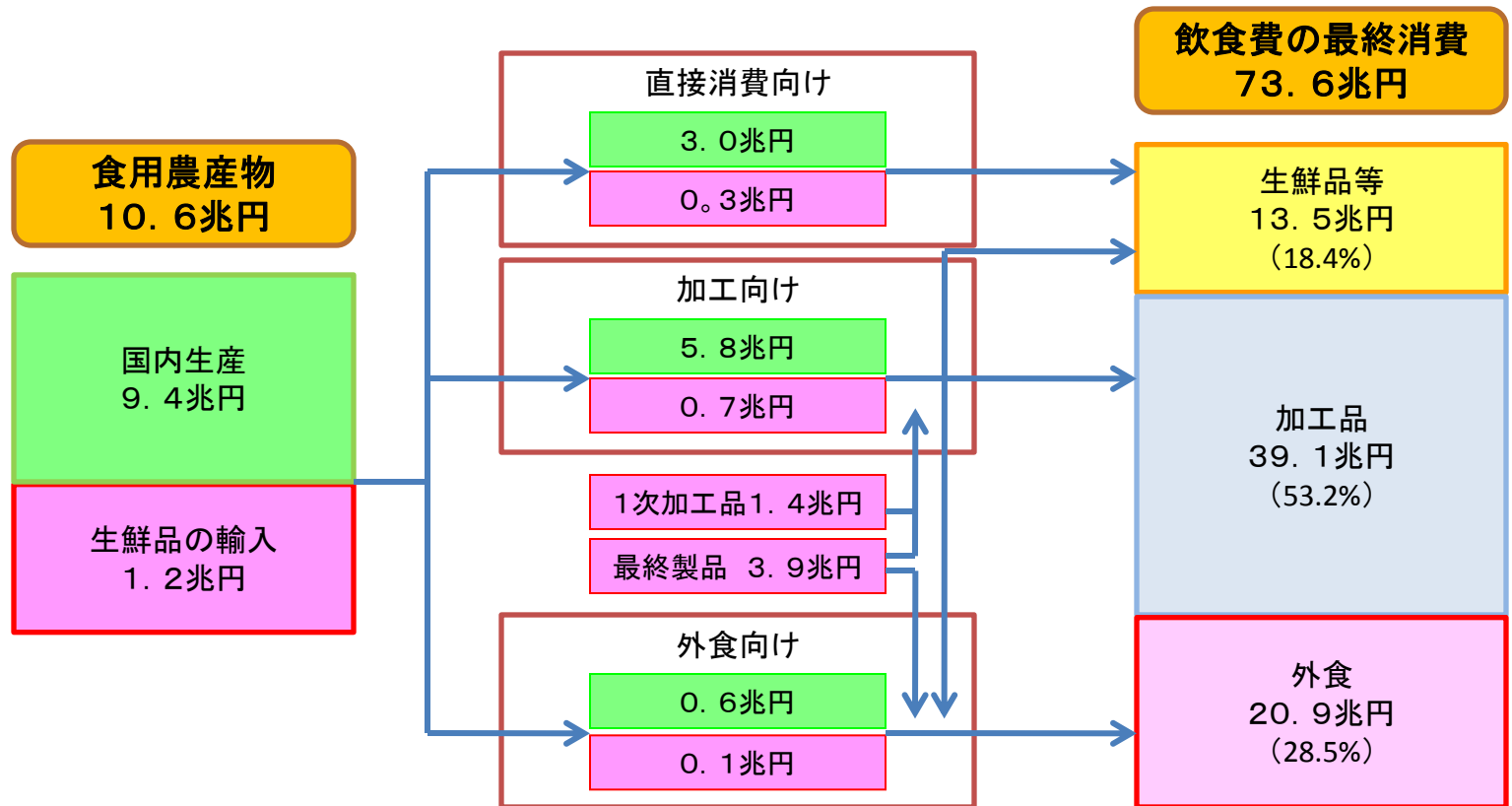
本県の食品製造業の現状

<まとめ>

- 本県の食料品製造業の出荷額は一貫して減少を続けており、極めて厳しい状況にある。
- 内訳では、水産食品と飲料の減少が著しく、農産食品は緩やかに減少している。一方、畜産食品は増加傾向にある。
- 製造業事業所数、従業員数も年々減少傾向。食料品製造業は、事業所数の減少割合が製造業全体に比べて低く、事業規模の拡大による雇用力の向上が期待できる分野である。
- 食品製造業は、県内の産業及び雇用に大きな役割を果たしている。

食品産業をめぐる情勢(1)

国内の農林漁業の生産は9兆円であるが、最終消費段階での市場規模は約74兆円となっており、加工・流通段階での付加価値の増加が大きくなっている。



農林水産省資料より

食品産業をめぐる情勢(2)

- 国産農水産物の3分の2が食品産業仕向けとなっている。(野菜は全体の55%が加工・業務用)
- また、食品産業が利用する原材料(農水産物・加工品)のうち、7割強が国産農産物となっているなど、食品産業と国内農業は相互に強い関係にある。
- 食品産業の強化は地域の農林水産業の強化につながる。

図1 国産農水産物の用途別仕向割合(平成17年)

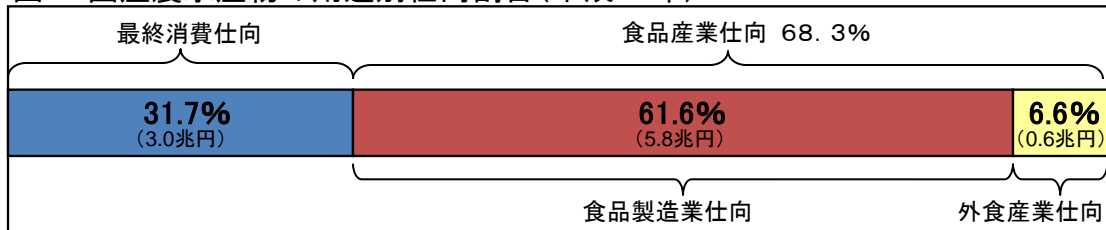


図2 食品製造業の加工原材料調達割合(国産・輸入)(平成17年)

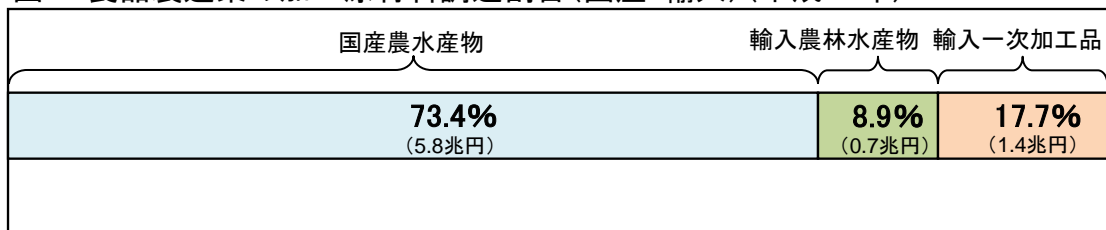
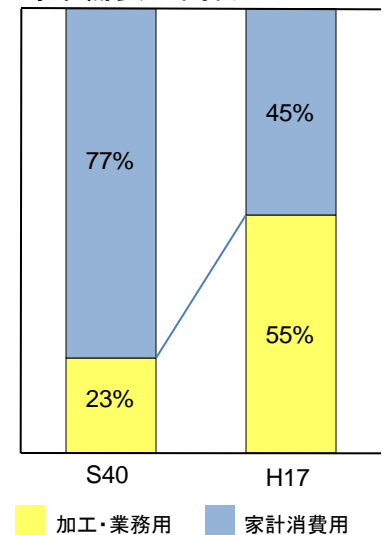


図1、図2は産業連関表(平成17年)に基づく農林水産省の試算

図3 国内の加工・業務用野菜需要の割合



加工・業務用 家計消費用

図3は農林水産省資料

食品産業をめぐる情勢

農商工連携促進法(平成20年7月21日施行)

(中小企業者と農林漁業者の連携による事業活動の促進に関する法律)

中小企業者と農林漁業者が連携して行う新商品等の開発・販売促進等の取組を支援

支援措置

- 補助金による活動・施設整備支援
新商品開発等に係る試作、実験、研究会、市場調査等に要する経費の補助
上限3,000万円 補助率2/3以内の補助金
- 政府系金融機関による低利融資
- 信用保証や農業改良資金等の特例
- 所得税・法人税の特別償却等の設備投資減税

あおもり農商工連携支援基金(農商工連携ファンド)

基金(28億円)の運用益を活用し、農商工連携の取組を支援

新商品開発等に係る調査、技術開発、販路開拓等に要する経費の助成
上限500万円 助成率1/2以内(雇用創出が伴う場合は2/3以内)

県内における農商工連携の取組状況(1)

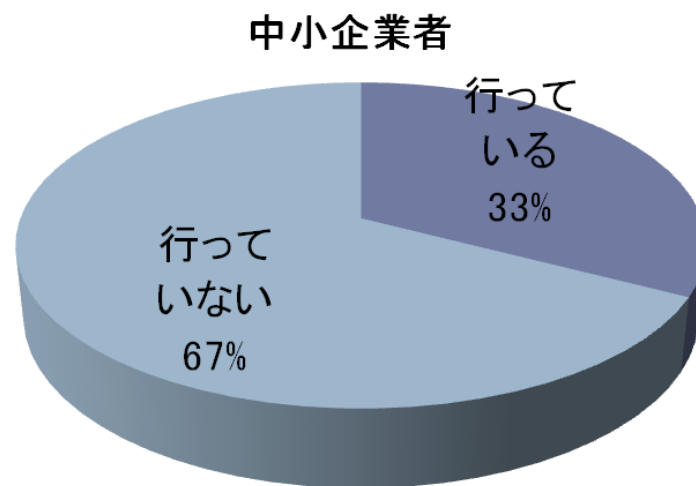
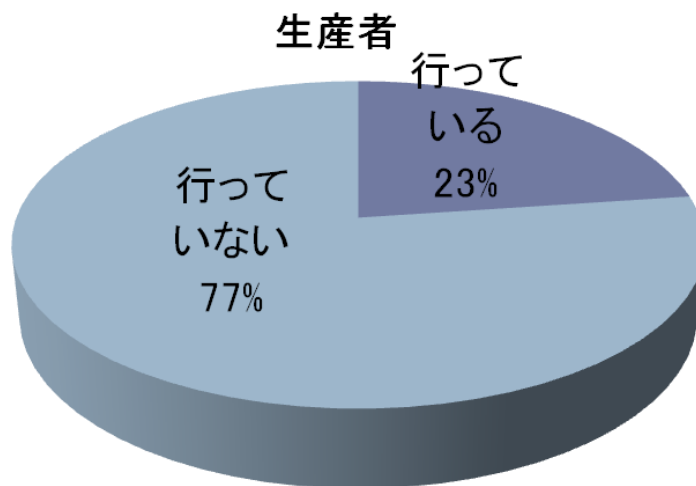
総合販売戦略課が実施したアンケート結果から

調査対象:農協、漁協、農業生産法人(回答率26% 95/367)

食品製造業者、食品加工業者(〃42% 51/122)

調査時期:平成21年5月~6月

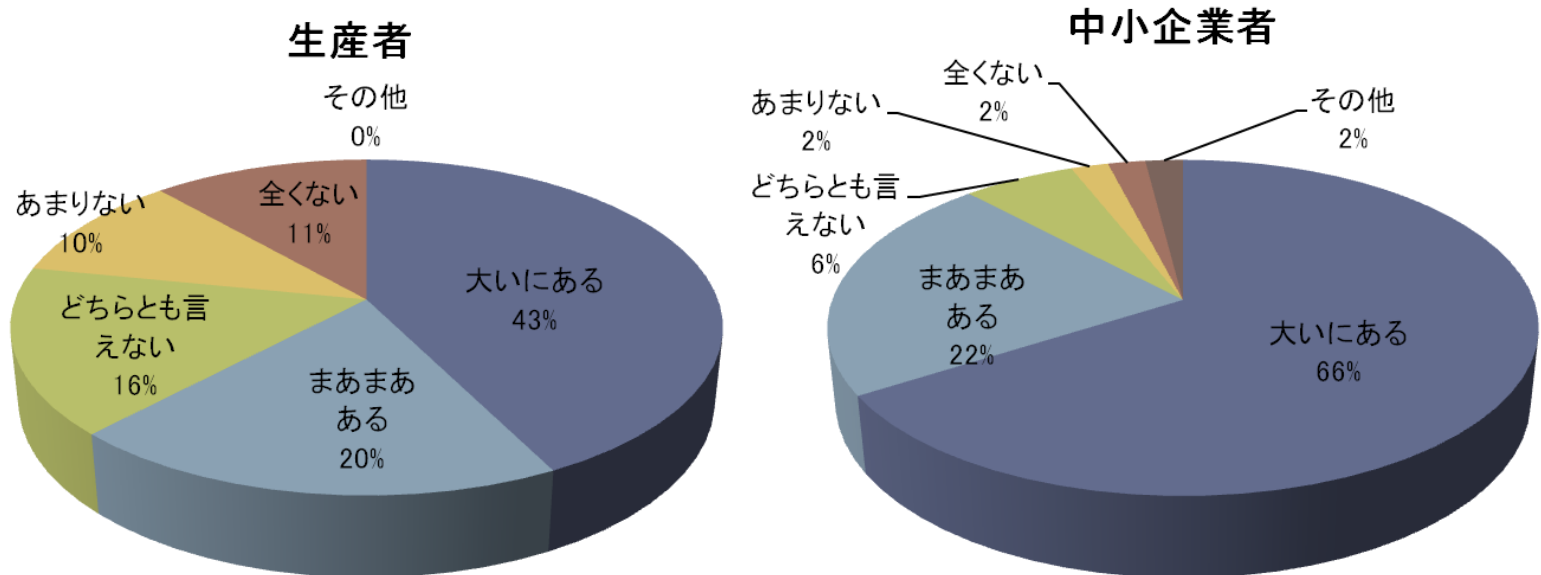
問 農商工連携を行っていますか。



農商工連携が進んでいない

県内における農商工連携の取組状況(2)

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



半数以上が農商工連携に意欲がある

県内食品製造業者の意向(1)

食品製造業者詳細ヒアリング調査結果から

食品製造業者詳細ヒアリング調査

調査目的：食産業の振興を図るため、連携に関する意向や連携可能な技術や施設等の詳細な情報を収集する。

調査対象：県内の食品製造企業395社(※)

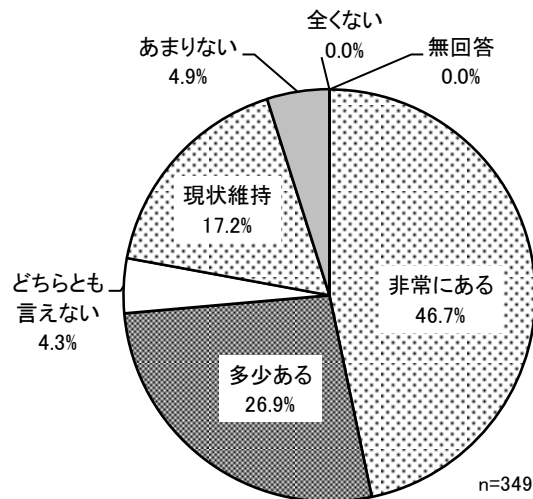
※民間信用調査会社に委託してリストアップした企業

調査時期：平成21年7月～平成22年1月

調査方法：訪問し代表者又は担当者から聞き取り

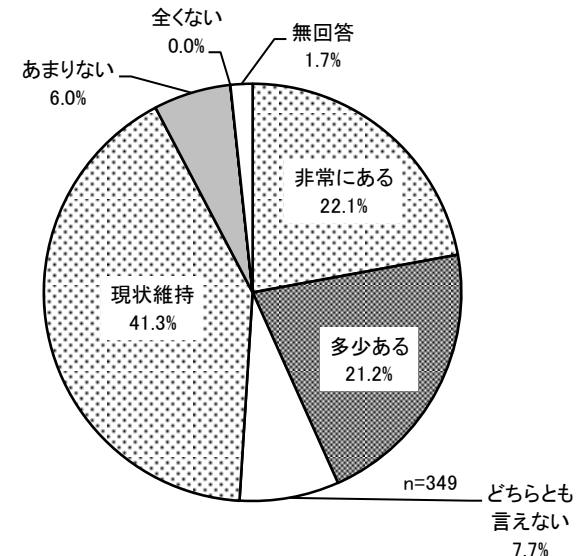
調査協力：349社(88%)

問 商品の販路開拓や新たな事業展開に対する関心



事業拡大に関心を持っている食品製造業者は多い。

問 原材料の農林漁業者との連携に対する関心

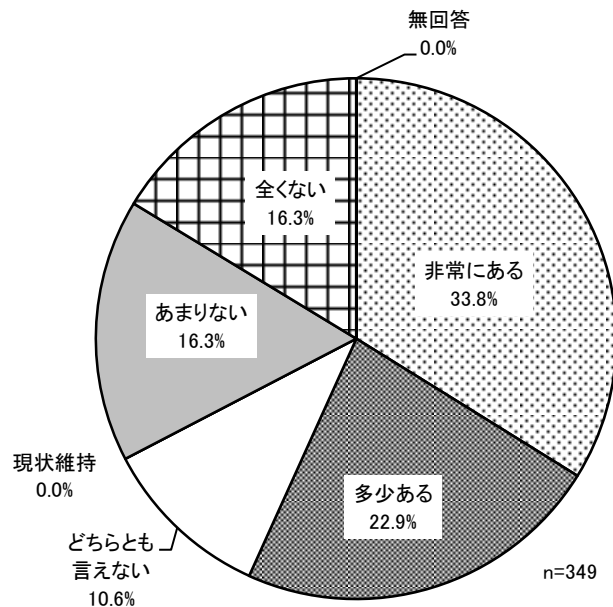


原材料の仕入先は、現状維持と新たな連携開拓がほぼ同数。

県内食品製造業者の意向(2)

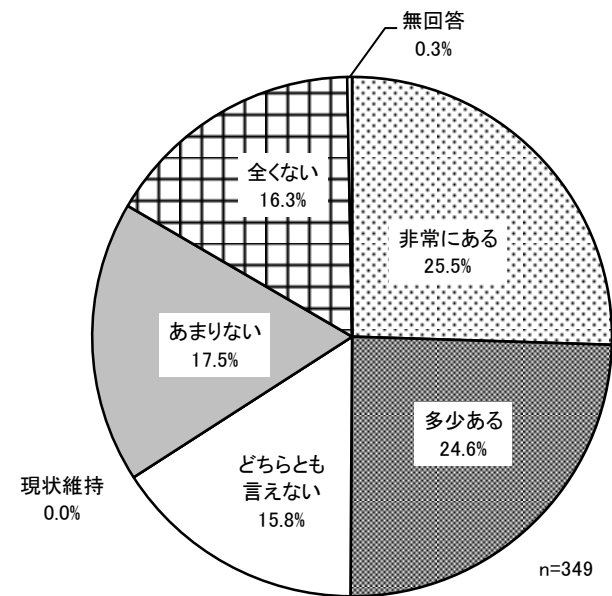
食品製造業者詳細ヒアリング調査結果から

問 異業種や他業種と連携した商品開発の関心



企業間連携による商品開発への関心は比較的高い。

問 自社の技術を活用した他社との連携に対する関心

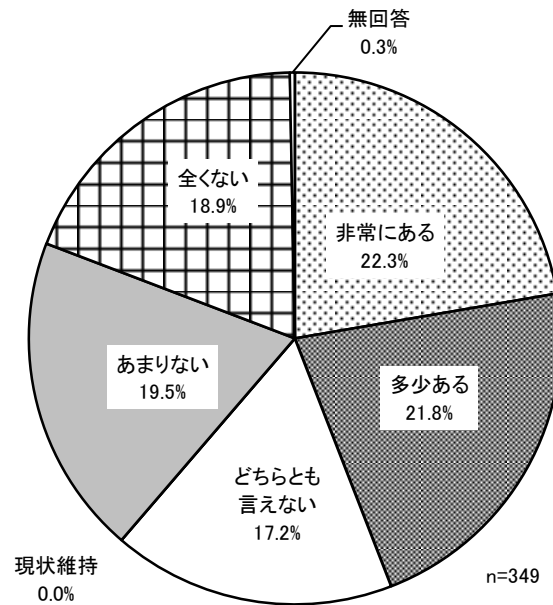


保有技術の連携は、相手次第、ニーズ次第という意識が強い。

県内食品製造業者の意向(3)

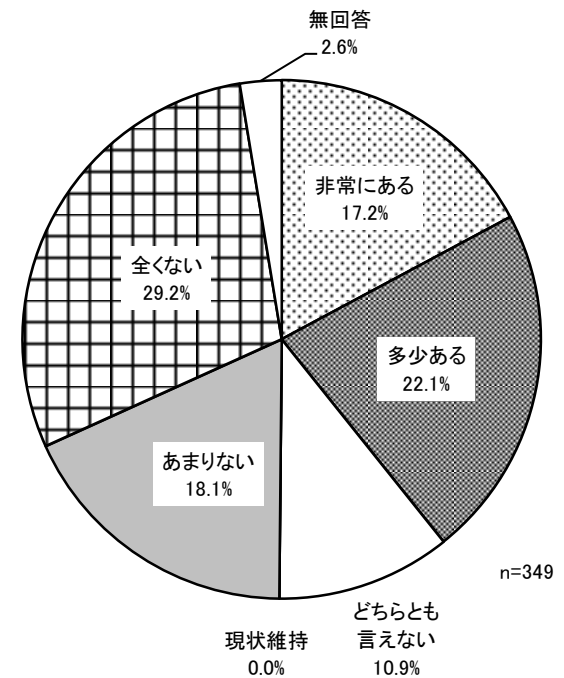
食品製造業者詳細ヒアリング調査結果から

問 作業受託に対する関心



作業受託は相手次第、内容次第ととらえている企業が多い。

問 他社の設備・技術との連携に対する関心



具体的なアイデアがまとまらないと、連携の意欲は高まらない。

農商工連携・食産業連携の課題①

農林水産部の関連事業から

- 農林漁業者の原料供給に対する意識が低く、食品製造業者との合意形成が進まない一因となっている。
- 加工用原料の生産は、専用の栽培体系が必要となるため、売り先が見つかってからでなければ取り組みにくい。
- 農林漁業者は、食品加工のための技術、設備、県内企業等の情報を持っていない。
- 情報が部分的で、多様化・高度化している消費者ニーズに対応できていない。



農商工連携・食産業連携の課題②

平成20年度未来の青森県づくりに向けた調査研究より

- 県内企業の情報がない。主な商品や製造能力がわかれば、加工委託や共同開発が可能となる。
- 生産者、加工業者、実需者の「つなぎ役」が不在。ここを信頼がある行政が担えば取引のチャンスが生まれる。
- 県産食材の利用、地域内連携のきっかけが少ない。ここにインセンティブを与える仕組みがあれば連携が加速する。
- 施設整備の負担を軽減する支援が必要。食産業を拡大していくためには、企業への支援が不可欠。

農商工連携・食産業連携の課題③

平成20年度青森県産加工・業務用農産物需要委託調査より

- 県内の農作物では、一部の品目で、カット、冷凍、乾燥等の加工品開発が進む一方で、サラダ用野菜、加熱用野菜の加工は総じて立ち後れている。
- 多くの食品関連企業が農商工連携事業に関心があり、活用できる加工設備を保有していながら、これまで県内事業者の情報が不足していた。県内メーカーへの原料供給、水産業が持つ高度な施設等の連携事業が成立する可能性がある。
- 首都圏有力卸売企業との連携、消費地の実需情報を産地につなぐ仕組みづくり、県内企業情報のデータベース化等情報開示等、産地での農商工連携を促進する仕組みづくりが必要。

農商工連携・食産業連携の課題④

平成18～19年度地域発新事業創出プロジェクト推進事業より

- 販路開拓は、中小企業の足りない部分を県がカバーし、先頭に立って取り組むべき。
- 県内中小企業の生産体制や衛生管理などが大手企業と取引できる水準まで達していない。
- これはという企業を集中的に支援し成功例をつくるべき。
- 食品衛生管理基準、工場設備、原材料、成分分析結果など、いつでも開示できる情報を準備させるべき。
- 食品産業のエキスパートを育てる人材育成機能が必要。



青森県農政審議会における意見

意見1 情報の一元化とコーディネートを

食品加工業者が持っているアイデアを実現するためには情報が必要。県には、情報の一元化とマッチングのためのコーディネーター役を期待している。

意見2 幅広い分野の総合プラットフォームを

生産者、加工業者のみならず、販売先となる小売業者や飲食業者、観光業者、さらには大学関係者を含めた総合的なプラットフォームを構築する必要がある。

意見3 具体的なチャレンジに資金援助を

加工場の機能強化が課題。具体的な計画を持っているところには、補助事業や融資など資金面の援助が必要である。

「攻めの農林水産業」推進本部委員の意見

意見1 加工業者を育成し地域内循環を

加工作業を域外に依存している事業者が多い。

実態を把握した上で地元の加工業者を育成し、地域内循環を増やしていかなければならない。

意見2 大手企業との連携を

県内の食産業を効率的に強化するためには、中小企業の支援のほか、大手企業との連携を進めることが重要である。

意見3 原料供給の規模拡大を

地場産品を使いたくても、小中規模でなければ対応できない産地が多い。産直の連携や、農家グループ化との契約栽培など、大規模な安定供給の仕組みを構築してほしい。

食産業の連携が進まない理由

■ 情報量・情報交流が不足

農林漁業者と製造業者が互いを知らない。交流不足から信頼関係が構築されていない。

■ ノウハウ・労力が不足


商品開発や農商工連携に関する知識・経験が少ない。
中小企業や生産者には連携を企画・実行できる人手がない。

■ 原料供給が不安定

農林漁業者が生果主義の考えや従来の流通ルートから抜け出せない。

■ 中間加工分野が弱い

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まない。特に中間加工分野への投資が遅れている。



食品製造業の強化に向けた取組方向

1 食産業情報の集約とフル活用

食産業に関する情報を一元的に収集・管理し、多様な連携や事業化などを総合的に支援する体制を整える。

2 加工・業務用対策の充実強化

従来の「いいものづくり」支援に加えて、生産量が豊富な本県の強みを生かす加工・業務用対策を強化する。

3 農林漁業アプローチ型食産業の拡大

農林漁業者の意識改革を促し、原料供給のための体制整備や加工分野への企業的進出を促進する。



1


食産業情報の集約とフル活用

- (1) 農林水産分野や商工分野など、県庁内の各分野に分散している情報を集約するとともに、これらの情報を相互に利用しやすい体制を整える。
- (2) 生産、加工、製造、流通、実需、販売など、食産業に関する情報を集中的に収集・管理し、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サポートする体制を構築する。
- (3) それぞれの事業や分野ごとに形成されたネットワークの交流を促進する。



2 加工・業務用対策の充実強化

- (1) 本県農林水産物の「品質」と「多様性」を生かした「いいものづくり」を進めると同時に、「量」を生かした「加工・業務用」対策を強化する。
- (2) 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や大手企業との連携を進める。
- (3) 地域内外の実需者情報を収集・発信し、実需に基づいて加工・業務用商品を開発・製造する地域内の連携づくりを進める。
- (4) 加工・業務用の原料を安定的に収集し供給できる中間事業者を育成する。



3 農林漁業アプローチ型食産業の拡大

- (1) 農水産物を生産・出荷するだけの農林漁業から、食料を製造し販売する食産業へと農林漁業者の意識を高める。
- (2) 食品製造業と連携した原料産地づくりを進める。
- (3) 農林漁業者の加工分野への企業的進出を推進する。
- (4) 食産業に対する幅広い知識と取組意欲をもった人材を育成する。

「食」産業の連携手法(1)

食品製造業連携モデル実証から見た4つのパターン

生産アプローチ型

特徴

- ・ 発想の中心は規格外品の利用
- ・ 一次加工の機械施設が未整備で独自の取組は困難
- ・ アイデアはあるが需要の裏付けはなし。
- ・ 需要があれば取り組む受身型

連携のポイント

- ・ 消費動向分析
- ・ 技術情報の提供
- ・ 加工業者紹介
(施設整備支援)

製造アプローチ型

特徴

- ・ 発想の中心は所有技術、設備の有効利用
- ・ 原料情報、生産者情報が不足
- ・ 基本的な販売ルートは保有
- ・ 既存商品のバリエーション拡大を目指す部分拡張型

連携のポイント

- ・ 産地情報の提供
- ・ 生産者の紹介
(一次加工処理含む)

「食」産業の連携手法(2)

食品製造業連携モデル実証から見た4つのパターン

流通(市場等)アプローチ型

特徴

- ・発想の中心は取扱食材の有効利用と高付加価値化
- ・生産、加工のつながりはあるが末端の消費情報は不十分
- ・生産～問屋のネットワークで連携を進める差配型

連携のポイント

- ・技術情報の提供
- ・加工業者の紹介
- ・需要情報の提供
- ・小売情報の提供

実需アプローチ型

特徴

- ・発想の中心は売りたい商品の原材料探し
- ・欲しいものは決まっているが技術的な裏付けはなし
- ・販路が明確で連携事業者のリスクが小さい絞り込み型

連携のポイント

- ・原料情報の提供
- ・技術情報の提供
- ・加工業者の紹介

「食」産業連携のポイント

身近な食産業連携のためには、どのような支援が必要か？

▶ 情報プラス活動

情報だけでは連携まで至りにくい。情報＋企画、情報＋調整等のフォローを含めた一体的な活動が有効。

▶ 専門家の参画

中核分野の専門知識・技術が必要不可欠。専門家を参画させることによって、商品化、事業化を加速させる。

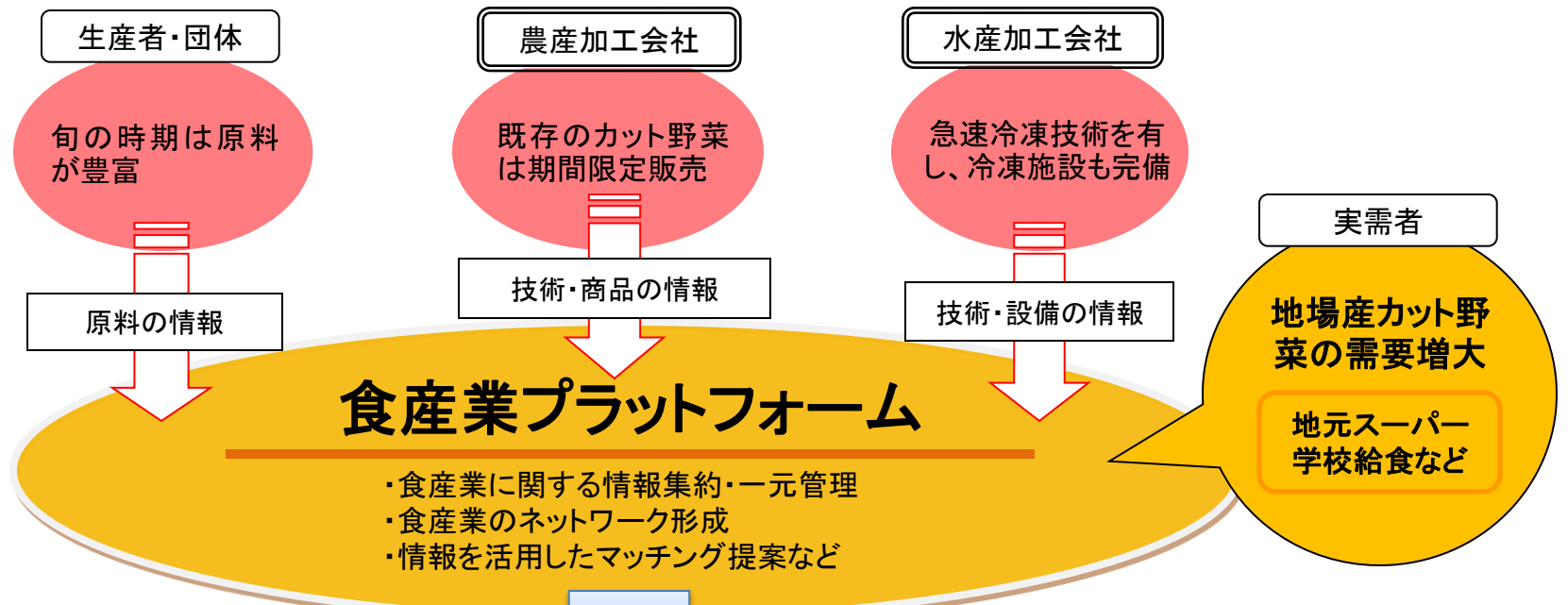
▶ きっかけづくり

連携に取り組むきっかけづくりが重要。大型補助事業、制度資金等に踏み出す前の機動的な支援が効果的。

あおもり食産業プラットフォーム

- 食産業に関するデータベースを構築し、その情報を駆使しながら、新たな連携や事業化を企画し、県内事業者に対して積極的に提案する。
- 実現の可能性がある連携や事業化については、関係機関・団体とともにプロジェクトチームを設置し、連携等に必要な情報収集や調整などの具体的な活動を行いながら総合的に支援する。

具体例で見るプラットフォームのイメージ



＜商品例＞
地場産野菜の調理用冷凍パック

生産者・団体：加工用契約出荷などにより収入が安定化
農産加工会社：地場産農作物の周年確保で製造量拡大
水産加工会社：冷凍・保管の受託で収益向上
実需者：県産野菜の通年利用で顧客満足度アップ

食品製造業の振興イメージ

あおもり「食」産業連携強化促進事業

