

元気B

秋田の、“食・農・観”を丸ごと売り出す

多様な農畜水産物資源、魅力あふれる自然、伝統・文化など、本県が秘めている潜在力を大きく引き出しながら、秋田ブランドのトータルイメージを創り上げ、ブランド産地づくりを進める農業、地域の資源を生かした食品産業、本県の魅力を総合的に生かしていく観光業などが一体となって、秋田を丸ごと売り出していきます。

◎これまでの取組と成果

○農業経営の法人化や多角化

農業経営の法人化を支援したことにより、集落営農を母体とする「集落型農業法人」が着実に増えています。また、100ha 超の大規模経営や多角化・周年化に取り組む法人が誕生するなど、競争力強化・体質強化に向けた取組が加速しています。

また、女性による起業活動については、取組件数が409件（H23年度）と全国トップレベルにあり、体験交流型の直売所や農家民宿・レストランなどの高度化した取組が増えています。

○水田フル活用に向けた生産基盤の整備

大区画ほ場整備等が進展し、平成23年度までの計画面積85,150ha に対して実績85,265ha と、公共予算が厳しい中で、大規模経営や複合化に不可欠な基盤づくりが着実に進んでいます。

また、戦略作物の生産拡大に向けて、モミガラ補助暗渠による排水強化対策を県内全域で推進した結果、品質・収量の向上や農作業の効率化に大きな効果が見られ、普及してきています。

○「秋田を元気に！農業夢プラン実現事業」による産地化の推進

戦略作物の生産・出荷等に必要な機械・施設等の導入を支援したことにより、産地化や経営の複合化に向けた取組が広がっています。



えだまめ農家のみなさん

○えだまめ日本一への取組

えだまめの出荷量日本一を目指し、生産から販売に至るまで“オール秋田”で産地化を推進したことにより、平成23年8月～10月の東京都中央卸売市場における入荷量で初めて全国1位を奪取しました。

また、新品種の開発などにより100日出荷体制が確立しつつあり、日本一に向けた体制整備が進んでいます。

○リンドウ・ダリアのトップブランド化

リンドウとダリアの産地化を重点的に進めたことにより、販売額が2倍以上に増加しています。特にダリアは、世界的に著名な民間育種家との連携により開発した「NAMAHAGEダリア」シリーズとして5品種がデビューし、今後もラインナップの充実を図るなど、全国トップブランドを目指した取組が進展しています。

○あきた総合家畜市場のオープンと高能力種雄牛の誕生

平成24年4月に、畜産関係者の長年の願いであった「あきた総合家畜市場」がオープンしたほか、県有種雄牛「義平福」号を父とする肥育牛が全国和牛能力共進会において優れた成績を収めるなど、今後の肉用牛振興に向けた基盤が整いつつあります。

あきた総合家畜市場の初競り



○実需者ニーズに対応した産地加工の推進

加工・業務用需要に対応するため、野菜の一次加工施設の整備に支援するとともに、学校給食向けに県産農水産物を旬の時期に加工・冷凍保存して長期間供給する仕組みづくりを進めたことにより、産地加工への取組が広がりつつあります。

○売れる商品づくりの推進と食品産業をリードする中核事業者の育成

首都圏等のマーケットに受け入れられる商品づくりや販路開拓を目指し、食品事業者のニーズに即した各種専門家を派遣し、商品開発・改良や販売戦略などに関する助言を行なったほか、総合食品研究センターの技術を活用し、食品事業者の商品開発を支援したことなどにより、多くの新商品が開発されています。

また、ものづくり中核企業の育成を目指して、食品関連企業5社を支援対象企業として認定し、集中的な支援を行っており、将来の秋田の食品産業を支える企業づくりが進んでいます。

○食・農・観連携ビジネスの促進

食・農・観連携ネットワーク会議を設置し、全県的な機運の醸成を図るとともに、「食農観ビジネス等推進重点支援地域形成事業」に5地域を選定したほか、「食・農・観」連携ビジネススクールにおける実践的な人材育成、農山漁村地域における体験型・着地型旅行の企画・実施、情報誌「秋田ぐりーんのおと」の作成などによるグリーンツーリズムに関する情報の発信などにより、付加価値を生む多様なビジネス展開が図られています。

○多様な販売チャネルの確保による販路拡大

総合食品研究センター、あきた企業活性化センター、東京事務所等が連携し、県内食品事業者と首都圏小売業者・外食産業などとのマッチングを行なうとともに、JR東日本グループや京急電鉄グループなど、民間事業者との共同による「あきたフェア」を首都圏で展開したほか、アンテナショップ等を活用し、県産品のPRや県内事業者へのマーケット情報のフィードバックを行ったことなどにより、県産品のマーケットにおける認知度の向上、意欲ある事業者の販路開拓が促進されました。

○「北限の秋田ふぐ」をはじめとする水産物のブランド化

「北限の秋田ふぐ」の県内飲食店等への普及を進めるとともに、東京の商店街とタイアップして大型で新鮮な「秋田ハタハタ」を売り込みました。また、「北限の秋田ふぐ」の生産拡大に向けてトラフグ種苗の生産・放流を行ったほか、ワカメ養殖への取組が拡大し、県産生鮮ワカメが流通するなど、新たなブランド確立に向けた足がかりができました。

○原木の低コスト・安定供給システムの構築

高能率生産団地を中心に森林施業の集約化や路網の整備、高性能林業機械の導入等を一体的に実施するとともに、原木安定取引協定による素材生産現場から加工施設への直送を推進するなど、原木の低コスト・安定供給システムの構築に向けた基盤整備が着実に進んでいます。

○大規模製材工場を核とした「木材総合加工産地・あきた」の確立

秋田スギの需要拡大と県内製材業の構造改革の中核施設として、年間14万8千m³の原木を消費する、東北では最大級の大規模製材工場の整備を支援しました。また、県内9社における木材乾燥機等19台の導入に支援するなど、品質・性能の確かな製品の加工・供給体制づくりを進めました。

【その他の主な取組】

- 優良な県産品の発掘とPRのため、特産品開発コンクールを実施
- 情報収集やマッチングを行う農商工連携推進員のあきた企業活性化センターへの配置
- 「あきた美彩館」等の活用による新商品のテスト販売及び情報収集
- 大手量販店を対象としたあきた米試食販売会の開催
- 首都圏における幼稚園の食育イベントや大手料理教室グループでのあきた米プロモーションなどの宣伝活動
- 東京事務所への企業開拓員・秋田コーディネーターの配置による産地と実需者とのマッチング支援
- 新規就農者の相談から技術取得研修まで、就農定着に向けて総合的に支援
- 地下水熱等の新エネルギーを活用した周年農業の実証に着手
- 漁獲物の加工施設整備への支援及び技術研修会の開催
- 林業従事者の育成に係る支援や定着奨励金等の支給
- 農業法人やNPO等による耕作放棄地の再生を支援
- 特色ある県オリジナル品種の開発
- 豪雪被害からの果樹産地復旧対策
- 化学肥料や化学合成農薬の使用低減等に取り組むエコファーマーの育成
- 安全・安心の確保に向けて秋田県版GAP（農業生産工程管理）導入を推進
- 県独自の基準によるカドミウム含有米全量買入制度の創設
- 県産農産物の放射性物質検査の実施
- 水稻直播栽培の導入支援及び技術支援
- 漁港防波堤の静穏域を活用したアワビの粗放的養殖など、秋田型養殖方式の拡大を支援
- 食・農・観連携ビジネスに取り組む人材の育成及び施設整備への支援
- 米粉用米の低コスト・販売供給体制の整備、及び大手製粉会社への販路開拓

◎課題と今後の推進方針

■消費・流通構造の変化への対応

（課題）

ライフスタイルの多様化や中食・外食の増加等によりニーズが多様化してきており、こうした消費・流通構造の変化に的確に対応していく必要があります。また、林業・木材産業では、震災復興等による木材需要の変化に的確に対応していく必要があります。

【今後の推進方針】

食品の安全性やロット、規格など多様化・高度化するニーズにきめ細かく対応し、県産農産物等の取引が拡大するよう、首都圏等におけるマーケティング活動を強化し、産地とのマッチングに努めます。また、木材需要に関するタイムリーな情報収集活動を実施し、県産材の需要拡大に取り組みます。

■農林漁業の未来を拓く担い手の育成と生産基盤の整備

(課題)

農産物や魚介類等の生産物価格の低迷や燃油・資材等の高騰など、農林漁業経営を取り巻く環境は依然として厳しいため、経営の効率化や生産物の高付加価値化を加速するほか、全国的に増加傾向にある就農希望者の受け皿の拡大を図る必要があります。

また、戦略作物の生産拡大や原木の安定供給等に向けた基盤づくりを進める必要があります。

【今後の推進方針】

競争力のある担い手を育成するため、経営の規模拡大や複合化を推進するとともに、野菜の一次加工を取り入れた周年農業の実践など、次代をリードする農業法人を育成するほか、県の就農研修制度のあり方を質・量両面から見直します。

また、モミガラ補助暗渠等の産地づくりと一体となった基盤整備を推進するとともに、漁業では鮮度保持や加工等による高付加価値化を推進するほか、林業では路網整備と併せて高性能林業機械の導入を推進します。

■トップブランド産地づくりの推進

(課題)

本県の基幹作物である米の食味の向上や需要の拡大、全体として伸び悩んでいる園芸品目のトータルでの底上げを図るとともに、様々な地域ブランドで販売されている肉用牛の有利販売体制を構築する必要があります。

また、「秋田ブランド」魚種の安定生産や品質・性能の確かな木製品の加工・供給体制づくりなど、トップブランドを目指した産地づくりを着実に進める必要があります。

【今後の推進方針】

安全・安心の確保を前提に、食味の向上など秋田米ブランドの再構築に取り組みます。園芸では、えだまめに次ぐ品目としてネギについて“オール秋田”の取組を進めるとともに、加工・業務用野菜の契約栽培等を促進します。肉用牛については、県産肉用牛の統一ブランド化を推進するとともに、大規模経営体の育成に取り組みます。

また、トラフグなどの重要魚種の種苗生産技術の向上を図るとともに、県内製材工場等における木材乾燥機等の施設整備を支援します。

■食品産業を支える事業者の育成

(課題)

本県では、多彩な発酵食品のほか、米粉を活用した加工食品や、特産の果樹を原料とするジュースなど、地域資源を活かした付加価値の高い商品の開発が行われ、首都圏でヒット商品となったものも出てきており、こうした取組を継続する必要があります。

【今後の推進方針】

引き続き、ものづくり中核企業育成集中支援事業により、県内食品産業をリードする中核事業者の育成に努めるほか、小規模事業者向けの支援制度の強化、総合食品研究センターやあきた企業活性化センターの技術・経営指導の活用により、事業者の商品開発力等の底上げを図っていきます。

■マーケットインによる付加価値の高い商品づくりと販路の拡大

(課題)

市場が成熟期を迎え、縮小していく中で、従来の生産を起点とした発想から脱し、消費者視

点に立った、高付加価値の商品づくりを徹底することが必要となっています。

また、食品の安全性・品質に対する消費者の関心の高さや生活様式の多様化に対応したマーケットの開拓を進めていく必要があります。

【今後の推進方針】

農業者や観光業者など地域の様々な関連異業種の連携によるサービスの組み合わせを新たなビジネスや商品開発の糸口としながら、本県の多彩な地域資源を生かした付加価値の高い商品の開発を支援するとともに、「食農観マッチングネット」や各種商談会を活用したマッチングを進めていくほか、県産品の認知度の向上を促進していきます。

■異業種連携等による付加価値創出と競争力の高い製品づくりを核とした木材産業の活性化

(課題)

加工や直売、レストラン等の農業経営の多角化への取組は進んでおり、今後は、地域の資源を活用し地域全体で付加価値を高め、雇用を創出する取組へと広げる必要があります。また、一次加工品などの加工・業務用需要が増加しており、衛生基準も含めて加工基盤を強化する必要があります。

木材産業では、大規模製材工場を核として県内製材業の構造改革を進める必要があります。

【今後の推進方針】

「食・農・観」の関係事業者が連携した6次産業化などの取組を一層促進します。また、野菜等の産地加工を推進するとともに、加工に取り組む生産者の衛生管理能力の向上や施設整備等を支援します。

木材産業については、木材加工企業等による施設整備を引き続き支援し、競争力の高い製品づくりや集成材における外材からスギへの原料転換等を推進します。

総合戦略産業としての観光の推進

地域の豊かな資源を活用し、本県の魅力を高めながら、真の秋田らしい観光を創造するとともに、食・農・交通・文化・スポーツなど観光と密接に関連する分野との連携を図り、総合戦略産業として一層発展させていきます。

◎これまでの取組と成果

○国内外からの誘客の促進と東日本大震災の影響からの回復

食農観連携による首都圏等への売り込みを強化するとともに、東北新幹線新青森駅延伸による誘客の促進に取り組んだほか、韓国ドラマや韓国国際定期便等を利用した韓国からの誘客、台湾・香港に対する秋田泊の旅行商品造成の働きかけ、情報発信の強化等に取り組んだが、平成23年3月に発生した東日本大震災による自粛ムードや風評等により、本県への観光客は激減し、観光産業は大きな打撃を受けました。

このため、こうした状況からの早期脱却を目指し、宿泊需要の創出や観光地での雇用確保のための施策を集中的に実施するとともに、本県観光の情報発信、誘客プロモーションの強化に努めた結果、震災による影響からの一定の回復が図られています。

○観光文化スポーツ部の設置

観光に加え、農産物や食品の販売、交通など観光に密接に関連する分野や観光と並んで交流の拡大による県経済の活性化に貢献する文化・スポーツを一元的に所管する新たな部を設置し、強力なリーダーシップを発揮し必要な施策を速やかに実行できる態勢を整えています。

また、官民が一体となった「秋田県観光キャンペーン推進協議会」を設立し、平成25年度の秋田デスティネーションキャンペーンを核とする、大型観光キャンペーンの推進体制を強化しました。



東京・有楽町駅前広場での大型観光キャンペーン
(ふさと秋田まつり in 有楽町 2012)



○イメージアップ戦略の展開

秋田の魅力を発信するため、「あきたびじょん」のポスター掲出など、秋田を売り込むコミュニケーションデザインの県外向け周知を進めているほか、各種メディアやSNS等を活用した秋田の認知度を高めるための効果的な情報発信を行っており、本県のイメージアップを図っています。

東京・銀座4丁目サッポロ銀座ビルの大規模壁面広告

【その他の主な取組】

- 先進的な取組をしている宿泊施設における実務研修によるおもてなし意識の向上
- 県境部への案内看板設置による県外からの誘客促進
- 山形・新潟と連携したスタンプラリーの実施などによる誘客の促進
- 本県で開催された全国大会等における観光PRによる誘客の促進
- 「かまくら点灯イベント in 有楽町」等冬季誘客のキャンペーンの実施
- 通訳及び観光案内が可能な人材の育成
- アイリスミュージアムの設営など、アイリスのコンテンツを活用した観光誘客の促進
- インターネット、フェイスブックの活用や外国版パンフレット作成等による海外への情報発信の強化による需要の喚起

◎課題と今後の推進方針

■ビジネスとして継続・成長していく秋田の観光産業の形成

(課題)

観光客の継続的な減少傾向と震災の影響により、県内観光地は大きな打撃を受けており、特に観光事業者は厳しい経営環境に置かれていることから、マーケットに訴えかける魅力ある観光地づくり、観光資源の磨き上げが不可欠となっています。

【今後の推進方針】

これまでの観光振興に向けた取組・方向性を抜本的に整理し、ビジネスとして継続・成長していく観光産業を形成します。

- ①本県観光をリードする意欲のある重点エリアを対象に、地域自らが意欲を持って行う課題分析と解決方策の検討を支援し、今後の取組・施策に反映します。
- ②「あきたびじょん」の県内外への発信とこれと連動した地域の取組（地域資源の商品化、ブランド化）を支援します。
- ③外国人観光客の誘致を強化するほか、隣県等との広域連携及び県民の県内における地域間流動の強化を図ります。
- ④デスティネーションキャンペーンや国民文化祭を契機に、首都圏等で集中的にキャンペーンを行うとともに、県内観光地が地域・文化資源を活かした特色ある取組を進め、継続していただけるよう支援します。

■多様な分野との総合的な連携による交流の拡大や誘客ビジネスの展開

（課 題）

県内人口や観光客数が減少傾向にある中で、これまでの狭い意味での観光の範囲を超えた分野・機会を活用した物産販売・情報発信や、観光目的以外のイベント等への参加などにより、様々な機会をとらえ、本県観光振興への契機としていく必要があります。

【今後の推進方針】

「食・農」「文化」「スポーツ」「交通」など多様な分野との総合的な連携を図り、交流拡大による地域の活性化や誘客ビジネスの展開につなげていきます。

- ①食・農との連携による誘客促進を図るため、本県の豊かな農産物や食文化を観光誘客の素材として活かしていきます。
- ②国民文化祭等の文化活動やスポーツイベント等を活かした誘客を促進します。

■県を挙げた取組態勢の再構築

（課 題）

民間事業者、民間団体、市町村、県など観光の担い手の役割分担が不明確であり、断片的な連携・協力態勢にとどまっているほか、受入環境が不十分なことからリピーターの増加につながっておらず、取組態勢を再構築する必要があります。

【今後の推進方針】

関係団体の組織体制及び役割分担の見直し、連携の強化を図るとともに、受入環境の充実を図っていきます。

- ①民間主導による地域と連携した県を挙げた取組態勢の再構築を推進します。
- ②「おもてなしムーブメント」等の取組の推進により、リピーターを増やしていきます。
- ③二次交通アクセスの強化など受入環境の充実強化を図ります。