

平成24年度における施策評価

施策評価調書

政策コード	1	政策名	産業経済基盤の再構築			
施策コード	4	施策名	戦略的展開による食品産業の振興			
幹事部局コード	3	幹事部局名	観光文化スポーツ部	担当	秋田うまいもの販売課	
評価者・実施日	1次評価（観光文化スポーツ部長）		平成24年7月31日	2次評価（企画振興部長）		平成24年8月31日

1 施策の方向性（必要性と目的）

これまで消費者ニーズに十分応えられる商品の提供ができていなかったため、マーケットインの視点から新商品開発や販売戦略等の専門家を生産現場に派遣し売れる商品づくりを支援していかなければならない。また、東京アンテナショップ「あきた美彩館」を拠点に、首都圏マーケットの情報収集とそれらを食品事業者へフィードバックし、消費者ニーズを踏まえた商品づくりを進めていかなければならない。

総合食品研究センターによる研究開発の支援体制も整備されているが、小規模零細企業のため新商品の取組は低調で支援体制は生かし切れていない。首都圏等の食品流通業者からは、オリジナリティの高い新商品が欲しいという要望があり、同センターの技術シーズを生かした新商品開発を支援する必要がある。

本県の食品産業は、従業者50名未満の小規模事業者が9割以上を占めており、他県と比較してもその割合が高く、経済状況に大きく左右される産業構造となっている。また、食品産業を支える生産基盤が圧倒的に不足しており、加工の付加価値が県外へ流出するとともに、多くのビジネスチャンスを逃がしている状況にある。こうしたことから、本県食品産業の持続的な発展のため、意欲の高い中核的な食品事業者を育成する必要がある。

2 施策の状況

(1) 施策目標及びその達成状況

●施策目標(評価指標)		基準値	年度	H22	H23	H24	H25	備考
		年度						
①	新商品開発数(年間) (単位:件)	38	目標値	35	35	35	35	
		H20	実績値	58	81			
	(出典)食品産業課まとめ	—	達成率	165.7%	231.4%			
②	農商工連携体の育成件数(年間) (単位:件)	8	目標値	15	15	15	15	
		H20	実績値	15	17			
	(出典)食品産業課まとめ	—	達成率	100.0%	113.3%			
③	食料品の製造品出荷額(年間) (単位:億円)	1,011	目標値	1,050	1,100	1,150	1,200	翌年10月頃に速報値公表
		H20	実績値	991				
	(出典)秋田県工業統計	—	達成率	94.4%				
達成度		—		B				

達成度 A:「全て達成」 B:「半分以上達成」 C:「達成が半分未満」 D:「全て未達成」 E:「その他」

(2) 施策の推進状況

①「売れる商品づくり」の推進と中核事業者の育成

■取組内容

- 新商品の開発や商品改良、販売戦略などに関して、食品事業者の要請により、専門家を派遣した。
- あきた美彩館による商品販売を通じた情報収集のほか、商工団体、民間事業者の試験販売の場として活用することにより、県内事業者等へ情報をフィードバックした。
- 総合食品研究センターとの連携により、食品事業者の商品開発を支援した。
- 総合食品研究センターの有する研究シーズと事業者ニーズとのマッチングを加速するため、食品開発推進監を中心としたマッチング活動を展開した。
- 地域経済の牽引に大きな役割を果たす地域のリーダー企業（中核企業）を育成する「ものづくり中核企業育成集中支援事業」において、平成23年度から食品関連企業も対象として支援対象企業の認定を行った。

■取組の成果

- 各事業者の求めに応じて、食品関係専門アドバイザーを10回派遣し、商品開発・販路開拓等を支援した。
- 県が開催する会議や商談会等、秋田の物産総合情報サイト「NEMARE」を活用して、あきた美彩館の商品情報、イベント活用情報を提供した。
- 自治体等があきた美彩館を活用して30件のイベントが開催されたほか、秋田県産品テスト販売制度の活用を希望する民間事業者の商品について、あきた美彩館が12社18商品のテスト販売を行った。
- 商品開発の支援により、81件の新商品が開発された。
- 総合食品研究センターの技術を活用し、食品事業者が、10事業者が商品開発を行う取組に対して支援を行い、うち2事業者については、新商品製造に必要な機器導入に対する支援も行った。
- 食品開発推進監は、県内外において82件の商談や情報交換をすすめ、ニーズの掘り起こしやシーズ情報の提供を行った。
- 「ものづくり中核企業育成集中支援事業」において、食品関連企業4社を支援対象企業として認定した。

■課題と今後の推進方向

- 県内食品製造業は、従業者9人未満の事業所が45%以上を占めるなど、零細な事業所が多くを占めており、こうした状況の中で、意欲の高い中核的な食品事業者を育成していくことは容易でないが、中長期的な視点から、継続的に新商品開発支援、設備整備支援などを進める。
- 商品力向上について、行政からの意見よりも、首都圏のバイヤーなど食品流通の専門家による具体的かつ実践的な指導・助言が有効であるため、継続して実施する。
- 民間事業者等の商品開発等を支援するため、県が開催する会議や商談会、NEMAREに加えて、新たに制作した食農観マッチングネットも活用して、県内事業者へ情報をフィードバックするとともに、テスト販売の場として、あきた美彩館の活用を促進させる。
- 総合食品研究センターでは、引き続き、食品開発推進監を中心にニーズとシーズのマッチングを促進するほか、平成24年度からの観光文化スポーツ部の新体制の下、発酵など本県の強みである微生物活用技術や、地域資源を活用した「売れる商品」開発等を一層強力に進める。

②農林水産業や観光産業との連携強化

■取組内容

- 「あきた農商工応援ファンド事業」を実施する（財）あきた企業活性化センターに、食品事業者や農林水産業者などの訪問をしながら、情報収集やマッチングを行う農商工連携推進員1名を平成22年度に引き続き配置した。
- 平成22年度に開設した食農観連携ネットワーク会議及び地域ネットワーク会議を基盤として、新たに「食農観ビジネス等推進重点支援地域形成事業」を創設し、公募により3地域（三種町、男鹿市、仙北市）を重点支援地域として選定して、新たな食農観ビジネスの創出の支援を行った。
- 新たにネット上でのマッチングを支援する「食農観マッチングネット」を開設し、関係機関が一体となって、食品事業者、農林水産漁業者、観光事業者等の取組の支援を行った。
- 売れる商品づくりのため、「食品事業者ステップアップ事業」及び「食品事業者製品開発事業」により、県内事業者の食品加工設備導入や試作品作成の支援を行って、新商品開発を進めた結果、支援した結果、農林水産事業者と食品事業者との連携体構築につながった。

■取組の成果

- 「あきた農商工応援ファンド事業」では、10連携体の事業が認定され、新商品開発や販路拡大に取り組んだ。
- 「食農観ビジネス等推進重点支援地域形成事業」では、3地域3団体の支援を行い、農林水産漁業者と食品事業者、観光事業者などの連携体が構築され、食農観の関係事業者の裾野が拡大した。
- 「食品事業者ステップアップ事業」及び「食品事業者製品開発事業」により、新たに4件の連携体が構築された。
- 振興局単位での食農観の関係事業者のネットワークが継続して開催されることで、各地域における食農観関連事業者の連携に向けた意識が醸成された。

■課題と今後の推進方向

- 「あきた農商工応援ファンド事業」について、連携体に参画する農業者が一次産品供給者の立場にとどまらないよう、各事業者の意識を高めていく。
- 食農観連携ネットワーク会議では、食農観マッチングネットを活用し、成功事例の紹介や事業者のマッチングなどの取組を支援することとしており、会議から派生した取組が関係機関により支援され、新商品開発等へつながっていくための運営に努める。
- 地域の関係者が連携して食農観ビジネスに取り組む地域に対し、重点的かつ集中的な支援を行い、食農観推進拠点の形成を進める。
- 平成24年～26年までの大型観光キャンペーン推進期間において、食や食文化をテーマとした大規模誘客イベントを開催する民間主導の取組に対する支援を行い、本県の食農観資源に関する情報発信力の強化や食農観ビジネスの育成を図る。

③多様な販売チャネルの確保による販路拡大

■取組内容

- 県外に向けて積極的に販路を拡大しようとする意欲のある事業者に対し、首都圏等における商談会や展示会への積極的な参加を支援した。
- 総合食品研究センター、東京事務所、あきた企業活性化センターが連携し、県内食品事業者と首都圏の卸小売業者・外食産業などとのマッチングを行った。
- ㈱ぐるなびとの連携により、レシピコンテストに協賛するとともに、首都圏の飲食店等へ県産食材をPRし、販売先を開拓した。
- 県物産総合情報サイト「NEMARE」を運営して、お勧め商品や著名人のコラム等の連載により「食」情報を提供した。
- JR東日本グループや京急電鉄グループ、イトーヨーカ堂、藤田観光との共同による「あきたフェア」を開催した。
- 販路拡大に意欲的な事業者を支援するためアンテナショップ、秋田県物産振興会等と連携しながら、新商品等のテスト販売を実施した。
- 新たな販売チャネルの開拓のため、首都圏等の商店街で県産品販売を行う市町村等の取組に対して支援した。

■取組の成果

- 国内最大級の食品飲料展示商談会である「FOODEX JAPAN 2012」及び国内最大の機能性食品・素材の展示会である「食品開発展2011」にそれぞれ秋田県ブースを出展し、参加した県内18事業者の販路開拓を支援した。
- 総合食品研究センターの食品開発推進監1名、東京事務所の販路開拓員1名及びあきた企業活性化センターに配置した「食品開発コーディネーター」1名の3名が連携してマッチング活動を行った。
- 首都圏飲食店等のシェフ11名を招聘し、食材探しの旅を行って県産食材を提案したほか、参加したシェフの所属する11店舗において、県産食材を活用したメニューを1カ月提供した。
- NEMAREの定期的な情報更新に努めた結果、アクセス件数（ページビュー数）は、月平均で26,735件となり、平成22年度の18,921件から41%増となった。
- 京急あきたフェアでは、中心となる京急百貨店において県内10社が出展して物産展を開催したほか、京急グループ30店舗で秋田フェアが開催された。イトーヨーカドーあきたフェアでは、県内12社が出展し、県産品を売り込んだ。
- あきた美彩館、秋田ふるさと館等で県内12社が18件のテスト販売を行った。
- 首都圏等の商店街で県産品販売を行う市町村の店舗が新たに4店舗開設された。

■課題と今後の推進方向

- 平成25年度のJRディステーションキャンペーンを契機に、集客力を有するJRや京急の鉄道事業者と連携し、首都圏で展開するキャンペーンにおいて、県産品の販売促進を図っていく。
- 県産食材を使用したメニュー提供や標榜看板の設置等、県産食材の販売促進に協力してもらう「県産食材使用協力店」については、㈱ぐるなびと連携しながら、ぐるなび加盟飲食店を対象に、3カ年度で300店（各100店）に拡大していく。
- 新たな販売チャネルとして、首都圏商店街と連携して県産品販売を行う市町村等の取組を継続する。
- イトーヨーカドーと連携し、新たにネットショッピングを活用した販売チャネルの拡大を図る。
- 平成24年度からは、観光文化スポーツ部の創設に伴い、農林水産部流通販売課の農産物の売り込み部門と産業労働部食品産業課の加工食品の売り込み部門が、秋田うまいもの販売課に統合され、一次産品から加工品までが一体となった販売支援が求められている。

3 評価

(1) 施策幹事部長による1次評価

評価結果	<p>●施策の推進状況</p> <p>①「売れる商品づくり」の推進と中核事業者の育成 専門家や総合食品研究センターによる新商品の開発支援やアンテナショップ等を活用した販路拡大支援を実施した結果、81件の新商品開発がなされるなど一定の成果を挙げている。</p> <p>②農林水産業や観光産業との連携強化 全県レベル・地域レベルで事業者連携の取り組みを支援する体制を基盤として、食農観ビジネスを推進する拠点づくりを進めたほか、農商工応援ファンドや商品開発を支援する取組によって食農観連携体構築へ誘導し、17件の連携体構築につなげるなど、食農観連携が拡大している。</p> <p>③多様な販売チャネルの確保による販路拡大 首都圏等における展示商談会への参加支援、鉄道事業者等と連携したフェア開催、首都圏等の商店街を活用した市町村等の県産品販売など、新たな販売チャネルで販路を拡大したほか、webサイトを活用した県産品のPR・情報提供を行い、一定の成果を挙げた。</p>
概ね順調	<p>●課題と今後の推進方向</p> <p>①「売れる商品づくり」の推進と中核事業者の育成 さらなる継続的な販売促進が必要であり、マーケットインの視点から、消費者ニーズはもとより食品メーカーや流通販売業者等川下のニーズを把握するための企業訪問を実施しながらマッチングを推進するとともに、専門アドバイザーの指導のもと、零細な食品事業者の商品開発や食品加工設備導入を支援し、本県の食品産業を牽引する中核企業者の育成に結びつける。また、食農観マッチングネットなどを活用した情報提供、総合食品研究センターによる支援を引き続き行う。</p> <p>②農林水産業や観光産業との連携強化 農商工応援ファンド事業の対象事業者のさらなる掘り起こしを行うとともに、食農観連携への取組を促進するため、食農観連携推進拠点形成のための重点的かつ集中的な支援、食農観連携ネットワーク会議における情報提供やマッチング支援を実施する。</p> <p>③多様な販売チャネルの確保による販路拡大 平成25年度のデスティネーション・キャンペーンや平成26年度の国民文化祭に向けて、観光文化スポーツ部の新体制により展開するキャンペーンにおいて、県産品の販売促進を図る。また、首都圏商店街との連携など、多様な販売チャネル確保による販路を拡大しながら、商談会や物産展等の活用、アンテナショップ機能の充実、首都圏商店街との連携などにより「首都圏等への販売の拡大」を推進する。</p>

(2) 企画振興部長による2次評価

評価結果	<p>●施策の推進状況</p> <p>マーケットインの視点からの商品開発を支援し、総合食品研究センターとの連携や専門アドバイザーの派遣などにより、多くの新商品が開発されている。</p> <p>また、県組織においても食農観連携を推進する体制を強化したほか、首都圏等での販路拡大のため、アンテナショップのほか多様なチャネルを活用した販路拡大に取り組んでおり、施策は概ね順調に進んでいる。</p>
概ね順調	<p>●課題と今後の推進方向</p> <p>本県の豊富な食資源を活用して、引き続き売れる商品づくりを支援するとともに、販売戦略にも注力していく必要がある。</p> <p>また、「食料品の製造品出荷額」の拡大を図るため、食品関連の中核企業を育成していく必要がある。</p>

4 評価結果の反映状況等（対応方針）

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・経営指導体制をフル活用するほか、商品改良や設備導入など、小規模事業者向けの支援制度の強化を図り、小規模から中核企業へのステップアップを後押しするとともに、「食農観マッチングネット」や各種商談会を活用した連携体構築を進め、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たビジネス展開を支援するなど、意欲ある事業者の育成に取り組んでいく。

また、大消費地である首都圏へのプロモーションを強化するとともに、マーケットインからの情報を踏まえ、こだわりのある消費者をターゲットとした商品づくりなどを促進していく。

5 政策評価委員会の意見