

施策の方向性	主な取組	取組例	委員意見
1 食品製造事業者の競争力強化	(1) 県内食品産業を牽引するリーディングカンパニーの創出	事業拡大や経営革新など、地域経済の底上げや好循環につながる積極的な取組に対するソフト・ハード両面からの支援	
		モデルの創出による県内への波及・横展開	
	(2) 事業者間連携・事業承継の促進	生産性の向上に向けた協業化など事業者間連携の取組への支援	【安藤委員】 ・秋田県はせっかく良いものを持っていますが、それを「魅せる」ことができていないように感じる。デザイン会社などと繋がって外部の視点を持つことも必要ではないか。 【鎌田委員】 ・良い商品を作っていくための出会いの場が必要。生産者と加工会社のマッチングや、生産者・製造者と企画側・デザイナーなどのクリエイター側のマッチング機会を増やして底上げを図ってはどうか。 ・量が多く、使い切れない、食べきれないと感じる商品が多い。少量包装で、同業者の垣根を越えて「秋田のジャムセット」、「秋田のお味噌セット」のようなパッケージを作り、お土産として「これが秋田です。」と持って行けるようなものがあれば面白い。
		意欲的な事業者同士のマッチングによるコラボレーションの展開とネットワークづくりの支援	・県内にどれだけの食品事業者があるのか、どこに誰がいるのかよく見えていない。県では、食品業界や店舗、ブランドなどが、ビジュアルとして見えるプラットフォームを作り、事業者同士がコンタクトを取りやすい仕組みを作るのはどうか。 【國重委員】 ・自社の事業以外に単独で取り組むのは難しいが、新しくチームを立ち上げることで取り組みやすくなり、それぞれが持っているノウハウや、人脈、関係事業者等を活かして取り組める。 【タベルスキ委員】 ・マッチングのために作った資料はしっかりと活かしてほしい。 ・一緒に何かやりたいと考えているような元気な方のネットワークづくりができれば良い。
		M&Aなど経営規模の拡大に取り組む県内企業への支援	
		金融機関や商工団体など関係機関との連携による事業承継への支援	

施策の方向性	主な取組	取組例	委員意見
1 食品製造事業者の競争力強化 (続き)	(3) 経営の安定・発展に向けた 取組への支援	商工団体等との連携による持続的な経営への支援	
		比較的規模の小さい企業がステップアップに向けて行う経営革新や事業拡充への支援	
		1次加工の充実など、加工分野の県内内製化の促進	
		運送事業者と連携した地域ごとの集荷場所の拠点化や混載による共同配送など、効率的な配送システムの構築に向けた検討と取組の推進	【タベルスキ委員】 ・共同配送で、同じトラックに乗せたりできれば良いと思うが、事業者単独では難しい。この問題は多くの事業者が困っていると思う。
		食品製造現場におけるカイゼン活動の取組及び定着の支援	
	(4) デジタル技術の活用促進	県内企業のデジタルリテラシーの向上に向けた支援	
		デジタル技術の普及に向けた先進技術の活用に関するセミナーの開催	
		I o T等を活用した新商品の開発や新たな生産方式の導入支援	
		県内企業のデジタル化に向けた県内I C T企業とのマッチング支援	
		先進技術の導入や加工品の県内内製化に取り組む事業者への支援	
		電子商取引（E C）の普及・拡大	

施策の方向性	主な取組	取組例	委員意見
2 時代のニーズを先取りした商品づくり	(1) 産学官連携による研究開発の促進	秋田産学官ネットワークを拠点とした産学官の交流の推進	【柴田委員】 ・伝統的な食材について、売り出し方を含め、もう少し掘り下げた提案を事業者と一緒に考えていければ、PRの仕方も違ってくるのかなと感じる。
		研究機関や大学等が有する研究シーズと企業ニーズの戦略的なマッチング	
		付加価値の高い新商品・新サービスの開発の核となる研究シーズの開発・育成	
		最新技術に関する産学官における情報共有と食品製造事業者への技術移転の推進	
	(2) 価値ある「食」の開発促進	研修等を通じたネットワークの拡大や人づくりによる商品開発力の強化	
		本県の強みである「コメ」を活用した高品質な県産清酒や米加工品等の開発への支援	【鎌田委員】 ・お米を食べる機会が減りつつある中、お米の加工技術を上げていくことが重要。 ・食べるお米のブランド化だけでなく、加工米のブランド化を図る必要があるのではないか。
		SDGsの推進による県産食品のイメージアップと付加価値の向上	
		高齢化や健康志向の高まりに対応した商品開発の促進	【國重委員】 ・介護事業との連携として、介護食をより楽しんでもいただけるような食事になりたいということで、隣の町のデイケアセンターと、教育機関の先生、行政と連携しながら、介護の現場で実証実験を行っている。食は生活の基本になるものなので、どんな産業とも連携できる余地があると思う。
		ビーガンやグルテンフリーなど、多様な食ニーズに対応した商品開発の促進	
		資源循環型日本酒製造モデルの確立・普及	【柴田委員】 ・「秋田の商品は安心して買える」、「秋田は自然環境にやさしい製造をしている」ということを知ってもらい、事業者はそれに向けて努力していただくことが必要。
		アンテナショップを活用した首都圏等の消費者ニーズの把握と売れる商品づくり	
		輸出対象国のニーズに対応した商品開発と商談会等の実施への支援	
		異業種間連携による6次化商品の開発・販売の促進	

施策の方向性	主な取組	取組例	委員意見
3 秋田の「食」のミライを切り拓く人づくり	(1) 若い世代の斬新なビジネスアイデアの実現	意欲的なビジネスプランの策定支援	
		ビジネスアイデアの実現に向けた施設整備・設備導入の支援	
		若い感性を存分に発揮した「秋田らしさ」を超える商品開発への支援	
		若手経営者によるネットワークづくりへの支援	
	(2) 食品産業の未来を担う人材の育成	マーケティングや製造管理手法等の知識を有する人材への支援	
		従業員のキャリアアップ等に向けた訓練の実施など、在職者の学び直しへの支援	
		県内企業のデジタルリテラシーの向上に向けた支援（再掲）	
		デジタル技術の普及に向けた先進技術の活用に関するセミナーの開催（再掲）	
		最新技術に関する産学官における情報共有と食品製造事業者への技術移転の推進（再掲）	
		研修等を通じたネットワークの拡大や人づくりによる商品開発力の強化（再掲）	

施策の方向性	主な取組	取組例	委員意見
4 「食」のブランド化と輸出を含めた県外への販路開拓の促進	(1) ニーズの発掘と「食」の差別化の実現	マーケティングや製造管理手法等の知識を有する人材の育成への支援（再掲）	
		本県の強みである「コメ」を活用した高品質な県産清酒や米加工品等の開発への支援（再掲）	
		SDGsの推進による県産食品のイメージアップと付加価値向上（再掲）	
		漬物など県産農産物を活用した加工品の製造への支援	
		秋田の素材の「魅せる」磨き上げと「健康」や「美」、「持続可能性」など、新たな切り口によるブランディングの推進	【安藤委員】 ・秋田県はせっかく良いものを持っていても、それを「魅せる」ことができていないように感じる。デザイン会社などと繋がって外部の視点を持つことも必要ではないか。 ・統一性を持たせるため、終わりにする、切り替えるといったこともブランド化においては必要であり、変えるにしてもぶれない軸をしっかりと作らないといけない。 ・秋田の事業者で共通するテーマは「健康」や「美」ではないか。「秋田美人」は一つのブランドであるので、そうしたところを旗本にして展開していければビジョンとして見えるところがあると思う。 【鎌田委員】 ・食べるお米のブランド化だけでなく、加工米のブランド化を図る必要があるのではないか。 ・安易に洗練されたものを作ろうとせず、目的意識をはっきり持つことが必要。 ・エピソードやブランドとして確立していく過程として、地元の人たちが知っているもの、愛しているものが、全国に広がっていく流れはとても共感できる。長い時間をかけてそうしたものが作れるといい。
		秋田の顔となる新たな加工食品の創出とブランド化	【米田委員】 ・ブランド化を図るにあたって、会社としての方向性はぶれてはいけないと考えており、徹底的な差別化を図っている。 【塚本委員】 ・味や品質、環境問題への取組などに取り組むことがブランド化にも繋がる。

施策の方向性	主な取組	取組例	委員意見
4 「食」のブランド化と輸出を含めた県外への販路開拓の促進 (続き)	(2) 新たな県外市場の開拓	商談会・展示会の開催やバイヤーの招致等による国内での販路拡大の支援	
		各種媒体を活用した県産食品に係る情報発信の強化	【安藤委員】 ・SNSをはじめとして、デジタル分野の強化が必要。 【國重委員】 ・SNS等で地域の方から少しずつ広がっていったり、逆に、地域でないところで見つけてもらったりできれば良い。 【米田委員】 ・このご時世、SNS等を含めて、お金をかけずに知ってもらえる機会も増えている。向こう10年先を見た時にデジタルマーケティングは非常に価値あるものだと思う。 ・様々な機会、著名な方々を通じた発信を含めて、どれだけ露出できるかが勝負だと思う。
		ネット取引等の拡大に向けた取組への支援	
		首都圏等における県産品の売込み態勢の強化とアンテナショップ等を活用した戦略的なプロモーションの実施	【タベルスキ委員】 ・東北隣県からのバイヤーの招致については、秋田も力を入れていった方が良いと思う。 ・沖縄県は東京に県産品の販売促進のための会がある。秋田県もアンテナショップや事務所に元気な人を置いて、こうした取組をしてはどうか。 【米田委員】 ・スーパーなどで「秋田フェア」の企画をされていたりするが、こうした取組を県としても力を入れてはどうか。そうした働きかけを首都圏で行う売込み隊の設置を検討してもらいたい。
		地域商社機能の強化	
	(3) 輸出の促進	産学官連携による輸出プロジェクトの推進	
		輸出に取り組む県内企業への段階に応じた支援	
		輸出対象国のニーズに対応した商品開発と商談会等の実施への支援(再掲)	
		輸送コストの削減に向けた共同輸送への支援	
		地域商社機能の強化(再掲)	
		ペアリングの活用等による県産食品と酒類の一体的な売込みの推進	
		複数の県内企業・団体が「チーム秋田」として行うPR活動への支援	

施策の方向性	主な取組	取組例	委員意見
5 関連産業との連携強化による「食」の高付加価値化	(1)「食」と観光、文化、スポーツなど、多様な分野との融合・連携	誘客ツールとなり得る魅力的な「食」の発掘・磨き上げと各種媒体を活用した情報発信の促進	【安藤委員】 ・SNSをはじめとして、デジタル分野の強化が必要。 【國重委員】 ・食は生活の基本になるものなので、どんな産業とも連携できる余地があると思う。同じ想いに共感してくれる方がいれば、同じ方向に向かっていける。そうした取組を通じて地域全体を高付加価値化していければ。 【米田委員】 ・このご時世、SNS等を含めて、お金をかけずに知ってもらえる機会も増えている。向こう10年先を見た時にデジタルマーケティングは非常に価値あるものだと思う。 ・様々な機会、著名な方々を通じた発信を含めて、どれだけ露出できるかが勝負だと思う。
		食と観光コンテンツを組み合わせた周遊ルートの確立とツアー造成	【タベルスキ委員】 ・観光客が東北を周遊する中で、秋田に立ち寄っていく人がどの程度いたのかデータを集め、そうした人向けに、県内を回るコースを提案できるような取組を、隣県とも協力しながら取り組んでほしい。 【柴田委員】 ・周辺の観光地と一つにパッケージングしたPRの仕方が必要。 ・秋田の発酵ツーリズムの特徴を一般の人にも分かりやすくPRしていく必要がある。 ・モノ消費からコト消費になっている中、ニーズに上手く乗っていくことも必要。
		文化・スポーツイベントでの県産食品のPR	
		高齢化や健康志向の高まりに対応した商品開発の促進（再掲）	【國重委員】 ・介護事業との連携として、介護食をより楽しんでもらえるような食事になりたいということで、隣の町のデイケアセンターと、教育機関の先生、行政と連携しながら、介護の現場で実証実験を行っている。食は生活の基本になるものなので、どんな産業とも連携できる余地があると思う。
		秋田の素材の「魅せる」磨き上げと「健康」や「美」、「持続可能性」など、新たな切り口によるブランディングの推進（再掲）	【安藤委員】 ・秋田県はせっかく良いものを持っていますが、それを「魅せる」ことができていないように感じる。デザイン会社などと繋がって外部の視点を持つことも必要ではないか。 ・秋田の事業者で共通するテーマは「健康」や「美」ではないか。「秋田美人」は一つのブランドがあるので、そうしたところを旗本にして展開していければビジョンとして見えるところがあると思う。

施策の方向性	主な取組	取組例	委員意見
5 関連産業との連携強化による「食」の高付加価値化（続き）	（２）６次産業化の促進	農家レストランや加工品開発など食を起点としたビジネスの創出	
		異業種間連携による６次化商品の開発・販売の促進（再掲）	
		漬物など県産農産物を活用した加工品の製造への支援（再掲）	
その他	（１）食品の安全確保	食品事業者によるHACCPの導入等への支援	【柴田委員】 ・「秋田の商品は安心して買える」、「秋田は自然環境にやさしい製造をしている」ということを知ってもらい、事業者はそれに向けて努力していただくことが必要。
		生産者・商品関連事業者・消費者による食品の安全・安心に関する地域懇談会の開催	
	（２）企業立地等の促進	企業の新規立地・増設や本社機能等の移転への支援	
		誘致済企業に対するフォローアップの充実と県内企業とのマッチングへの支援	