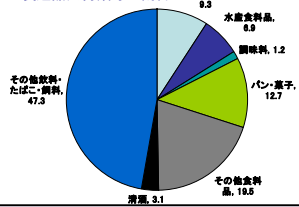


## 1. 石川県の食品産業の現状と主な課題 ~2次産業からの考察~

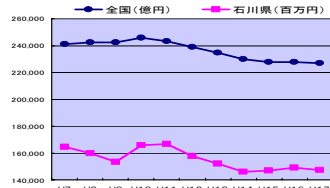
### 1. 食品製造業の業種別状況(H17工業統計)

※ 製造品出荷額等の割合 食品製造業



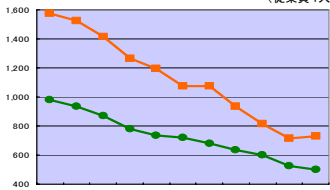
### 2. 食料品の製造品出荷額等の推移(工業統計)

(従業員4人以上)



### 3. 清酒製成数量の推移(国税庁調べ)

(従業員4人以上)



### 4. 細分類別のデータ

全国順位が中位以上の主な分類(製造品出荷額等)

細分類名	全国順位	人口当り
1 生菓子製造業	12位	2位
2 清酒製造業	11位	8位
3 水産練製造業	15位	6位
4 ビスケット類・干菓子製造業	15位	7位
5 塩干・塩蔵品製造業	15位	13位
6 醤油・食用アミノ酸製造業	20位	14位
7 あん類製造業	21位	10位
8 豆腐・油揚げ製造業	24位	13位
9 他に分類されない食料品製造業	26位	11位
10 味噌製造業	27位	19位

注1 H17工業統計  
注2 調査対象者が少なく秘密がもれる可能性のあるデータについては考慮していない。従って、本県のビール製造業、たばこ製造業についても考慮していない。

## 現状

### 1. 石川県の食品産業の位置づけ (H17工業統計)

- ① 本県食品産業(食料品製造業(畜産食料品~その他食料品)、飲料・たばこ・飼料製造業の合計)の製造品出荷額等は、H17年工業統計では、**約2,970億円**である。これは、**機械工業の約15,310億円に次いで第2位**である。(第3位は約1,882億円の繊維工業)
  - ② 全国的に見ると、**約0.9%のシェア**であり、**全国第37位**となっている。
  - ③ 人口当たりでは、**全国で第25位(食料品製造業は第37位、飲料・たばこ・飼料製造業は第9位)**となっている。
- (注) 飲料・たばこ・飼料製造業で全体の50.4%を占めているのは、キリンビール 北陸工場、JT金沢工場の影響がとて大きい。

### 2. 石川県の食品産業の主な「強み」

- ① 加賀百万石の文化に端を発した**加賀料理、菓子類**  
~ 料亭から発信される加賀料理、茶の湯文化と共に育まれ地域に密着した生菓子 等
- ② 清酒、味噌、醤油等の**伝統的な発酵食品**  
~ 質の高い日本酒、大野醤油、いしり 等
- ③ 水産資源を活用したかまぼこ、珍味等の**水産食料品**  
~ カニかまぼこ、フグの卵巣の糟漬、魚の一夜干し 等
- ④ 地元の食生活に密着した**豆腐、惣菜等の加工食品**  
~ 各種豆腐、佃煮、麩、寿司・弁当 等
- ⑤ 誘致企業等による**飲料・たばこ**  
(製造品出荷額等の半分近くを占める)

## 課題

### 1. 消費者市場の変化によるもの

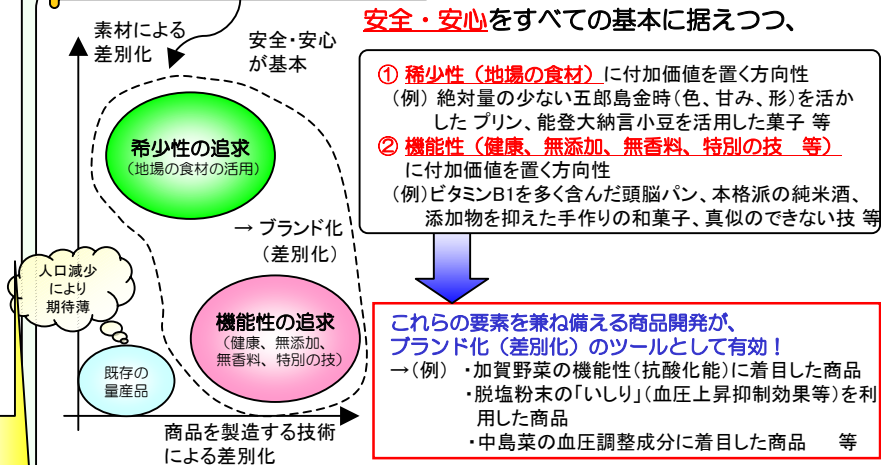
- ① 食料品の製造品出荷額等は、日本の消費人口の減少、デフレの進行等により、**なだらかに減少傾向**(全国も同様の基調)  
→ **国内市場は成熟化**
- ② 清酒製成数量は、消費者ニーズの多様化(焼酎、発泡酒、ワイン等)、若者の日本酒離れなどが影響し、**ここ10年間で半減**(全国も同様の基調)。 → **日本酒離れの進展**  
※ 但し、本格的な造りである純米酒、純米吟醸酒は横ばい。
- ③ 流通の進展による全国企業の急激な浸透と、舌の肥えた**消費者による製品の選別の急速な進展**。 → **競争の激化**
- ④ 食の**安全・安心**への不信感が増大すると同時に、**健康食品ブームの到来** → **消費者は食品が持つ機能に重大な関心**

### 2. 世界環境の変化によるもの

- ① 中国等の経済成長、バイオエタノール等のエネルギー事情により、世界の**食糧事情が悪化(水産資源、大豆、水等)**しつつある(食材調達の高コスト化)。 → **食材確保が課題の一つ**
- ② 中国等の経済成長による**高級食品市場の拡大**、NY・欧州における**和食ブーム、日本酒ブーム**による、ビジネスチャンスの拡大。  
→ **海外展開の重要性の高まり**

## 2. 今後の方向性

### I. 商品開発の方向性



### ★ポイント

- ① **地場の食材を量的・質的に安定的に確保**することが必要
- ② 食品の持つ**機能性についての研究・データ**等が必要
- ③ **研究開発・商品開発の支援体制**が不可欠

### II. 販路開拓の方向性

#### 1. 石川の「食」のブランド価値の向上と食文化の提案 「食品王国いしかわ」

→ **洗練された食文化とセットにした展開により差別化、ブランド化**

- ① **内側** → 石川の食文化の**内なる魅力向上**  
~ 県内料理店等で積極的に地元産品、地酒、漆器等を利用推進できる体制の確立
- ② **外側** → 石川の食文化の**外への提案とブランドイメージの醸成**  
~ 首都圏等の大消費地、欧米等の海外向け

#### 2. 首都等におけるライフスタイルへの対応

地元に加え**首都圏等の消費者ニーズにも的確に対応**していくことが必要

- (例) 少子化・女性就業率の向上、ライフスタイルの変化に伴い、調理に手間がかからず、栄養バランスのよい惣菜の需要は根強く、**惣菜市場は拡大中(2005年対前年比 5.4%UP)**。

#### 3. 国際展開

国内消費量が飽和状態の中で**新たな消費地を模索することも必要**

- ① 経済成長が続く**中国等のアジア諸国**  
・高級品市場が急速に拡大している中国向けの市場を開拓(従来は日本人駐在員向けが多い)
- ② 和食・日本酒ブームの**欧米、富裕層の多い国(ドバイ等)に本物を提供**  
・トピック: インターナショナル・ワイン・チャレンジ2007(英国)で菊姫が最優秀賞を獲得(SAKE部門は2007年に新設)  
(ポイント) 成熟した国内市場で生き残るためには、商品のブランド化が有効。**日本人は海外でブームになったものを逆に重要がる傾向**があるため、**海外でのブランド展開も有効**。

# 【石川県食品産業戦略の概要 ②】 石川県食品産業戦略の施策について

## 施策イメージ

素材調達

基盤整備

研究開発

販路開拓

### 1. 地元食材の安定的確保に向けた取り組み

加工業者の用途に応じ**地元食材を安定的に確保する仕組み作り**が必要(加工業者は一定のロットが必要)。  
→ ひいては県産食材の本来の意味でのブランド化にもつながる。

### 2. 食の安全・安心の確保に向けた先端的な取り組み

生産者情報、原材料データ、加工条件等について、**一貫してトレースできる簡易で先端的なシステム**の導入を促す仕組みなどが必要。

### 3. 食品加工業者の事業基盤の整備

県内の食品加工業者の基盤整備・企業化を支援する。

- ① **5S(整理、整頓、清掃、清潔、躰)の徹底、HACCP(食品の衛生管理の手法)やISO(工業製品の国際規格)の取得、素材や加工品の保管・乾燥・冷凍等の技術の支援、経営指導等**による支援。
- ② 人材の育成・確保が課題となっている中で、**試験・検査、商品開発、販路開拓等、積極的な事業展開を行っていくための体制整備**。

### 4. 企業ニーズに対応した研究開発の充実など

**企業と工試・県立大等が連携した新たな研究開発を推進**するとともに、技術相談・指導、測定・分析、機器の開放、ISICOによる販路開拓支援、i-BIRDの活用など、**各種支援施策のワンストップ化**も必要。

### 5. 地域資源活用推進プログラムによる集中支援

国の地域資源活用促進法(H19年度～24年度の5年間)により、地域の農林水産品等の**地域資源を活用した商品開発等を集中的に支援**するとともに県単独の支援施策を充実させる。

### 6. 首都圏等の「食」のニーズ・トレンドの把握

中小企業でも、**首都圏等における消費者ニーズ等も把握**しながら、販路開拓に向けた商品開発・改良を行う仕組み作りを支援していくことが必要。

### 7. 石川県の「食」に関する米国展開等の推進

米国における空前の和ブームを好機と捉え、**石川の歴史と文化に裏付けられた「食」を、日本酒、食器類と合わせ、ライフスタイルそのものを提案**。  
※ トrend発信の中心地ニューヨーク → 全世界へ

### 8. ブランド価値の向上に向けた取り組み

**国際的な見本市への出展**や、石川新情報書府事業で培った技術を活用して本県を代表する製品のブランド化に向けた**映像コンテンツ・HP等の作成を支援**するなどにより、「食品王国いしかわ」の具現化を図る。

## 具体的な施策

### 1. 農商工連携促進協議会の設置

食材提供者の農家、地元食材を利用した加工業者、県、ISICO、業界団体、専門家等からなる**協議会を設置し、農商工連携のための具体的な取り組みを促進**するための方策を検討。  
→ 農家、加工業者双方のニーズのマッチング(**新たにアドバイザーを設置**)・農産物のマッピング化(量・時期等)、一次加工場の確保等

### 2. 新しい食品加工ビジネスモデルの推進

市場のニーズを的確に把握している加工業者による、**先進的・モデル的な手法によりビジネスチャンスに結びつく取り組み**へ助成(上記1の具体化)  
→ 加工業者が直接農業に参入し、素材の安定確保等を行う取り組み  
・農家から外食産業までに一貫したトレーサビリティシステムの開発 など

### 3. 専門家派遣、セミナー等の積極的な活用

- ① ISICOが実施している**専門家派遣事業(衛生管理、経営戦略、販売管理、Web対策等)、セミナー(産業大学講座)の積極的な活用**
- ② 食の安全・安心を実現するための制度融資の活用
- ③ 工業試験場の研究員派遣制度、**理工系大学等からの新卒学生確保策** など

### 4. 食品技術研究者ネットワークの活用と研究開発等の推進

H19年度に発足した県内の公的機関の食品加工技術に関する研究者のネットワーク組織の活用を進める。  
→ ① 工試、農総研、ISICO、県立大等の横の連携を一層深め、**企業からの相談(食の安全、新製品・新商品開発、生産技術の高度化、販路開拓等)についてワンストップ的な解決が可能になるよう活動**する。  
② 新たに県のモノづくり産業生産技術高度化補助金の対象に**食品を加え**、ネットワークの中から生まれた企業の研究開発を積極的に支援(i-BIRDも活用)。  
③ 県・国等の支援施策をリスト化し、食品協会等を通じて、企業に情報提供。

### 5. 国の地域資源施策の活用と県単独施策の充実

国の支援措置の対象とならない取り組みに対する**新たな県単独支援策の構築**  
→ ① 地域資源を活用した**新商品等の開発・事業化の支援(企業)**  
② 産地として商品の新たな**販路開拓等**に取り組む活動の支援(**組合・協会**)  
③ **研究会・勉強会や専門家による指導**への支援(**組合・協会**) **先進企業の視察等**  
④ **機能性食品も対象**にした予防型社会創造のための新商品等開発・実用化支援事業

### 6. 消費者等のニーズの積極的な把握と見本市への出展

- ① 石川の食のオーディション事業の拡充  
開発した新商品について消費者・専門家モニターからの意見をフィードバックさせ改良につなげる取り組みを**拡充**する(例 新たに首都圏、関西等の地域や、女性・若者の消費者の声を聞く仕組みを構築するなど)
- ② **FOODEX JAPAN**への出展支援  
毎回、**テーマを掲げて**(例 加賀百万石の素材を利用した食品)、それに見合った製品を出展する企業に対して**出展経費を助成**することで、「食品王国いしかわ」をPR。
- ③ **中国の食品専門見本市**へ県として出展(FHC CHINA)

### 7. 石川県の「食」に関する米国展開等の推進

**米国のディストリビューターの招聘**、石川県とNYの**料理人・シェフのエクステンジ・プログラム**(交換研修)の実施、石川の食文化を紹介する**ブックレットやHPの作成** など

### 8. 石川新情報書府による石川の「食」のブランド化の推進

映像・HPなどによるブランド化の支援