

食品産業の特徴

1. 製造品出荷額等の割合
 - 製造品出荷額、事業所数、従業員数とも、機械産業、繊維産業に次いで第3位。
 - 事業所数、従業員数は横ばい。製造品出荷額は大手企業の撤退に伴い減少。
2. 絶対量は少量だが種類豊富な独自性のある食材
 - 少量多品種。加賀野菜などの特産食材(地域資源)が豊富。
 - 豊かな自然環境等に基づいた安全・安心のイメージ。
 - 一次加工施設の不足。
3. 加賀料理に代表される総合力の高い食文化
 - 海・山の新鮮食材、発酵調味料、酒、器、茶の湯文化と和菓子等の多彩な産品
 - 食文化のショーケースである著名な料亭、高級旅館等の存在
4. 高等教育機関の集積と発酵に関する知見の蓄積
 - 人口あたりの高等教育機関数全国2位。国事業を通じた発酵に関する知見蓄積。
5. 陸・海・空における交通インフラ整備の進展

食品産業を取り巻く今後10年を見据えた環境変化

1. 人口減少による国内市場の縮小と新幹線開業による本県交流人口の増加
 - 国内人口は約660万人減少(現在の石川県人口の5.6倍に相当)
 - 本県においては、北陸新幹線金沢開業を契機に交流人口が拡大
2. 消費者ニーズの変化と新しい市場の拡大
 - 安全・安心など健康志向の高まり
 - 中食・惣菜市場の拡大
 - 介護食市場(160%増)、高齢者向け宅配サービス市場(200%増)が拡大
3. アジア等の新興国を中心とした海外市場の拡大
 - アジア等の新興国における中間層の拡大
 - ヘルシー志向や日本ブームによる日本食の浸透
4. 国際的な穀物価格等の原料価格の高騰
 - 世界的な人口増や新興国の経済成長に伴い穀物や燃料等の原料価格が高騰
5. 生産年齢人口の減少による働き手の減少
 - 本県生産年齢人口は63%から58%に。高齢者人口は24%から30%に。

県内食品企業の声(アンケート結果など)

1. 経営に影響を与える環境変化
 - ①消費者ニーズの多様化
 - ②人口減少による国内市場の縮小
 - ③価格競争による単価の低下
2. 県内企業が重点的に取り組んでいること
 - ①新製品・新技術の開発
 - ②国内販路開拓
 - ③財務体質の強化
3. 新商品の開発やPRに有効なもの
 - ①専門家のアドバイス
 - ②モニター調査
 - ③展示会・商談会への参加

食品産業戦略の柱と主な取組み

戦略目標

本県食品産業は、独自性のある食材や、藩政期以来の伝統文化に根差した食文化、豊かな自然環境等に基づいた安全・安心イメージといった強みに恵まれている。こうした地域の強みに加え、本県食品産業の高い加工技術を活用し、本県食品産業を総合力の高い食文化として国内外に発信することにより、市場の開拓を進め、多くの産業・人材が関わる基幹産業として「食品王国いしかわ」が持続的に発展していくことを目指す。

新製品開発・販路開拓の促進

少量だが独自性のある、本県の多様な食材を活用した新製品開発や販路開拓を促進し、特産品需要の獲得を目指す。

また、新市場への展開や、新たな視点に立った商品の開発により新規需要の獲得を図るとともに、地場食材の有効利用を促進することで、食品産業の付加価値を高める。

■ 今後の主な取組み

- 地域資源を活用した商品開発支援
- 産学や企業同士の交流の場を創出
- 食材の機能性調査支援
- 健康食品市場など新分野への展開支援
- 新たな視点の商品開発支援
- 展示会出展支援
- 1次加工施設など、設備導入を支援
- 農業者と商工業者のマッチング支援

人材の育成・確保

人口減少により働き手の減少が進む中、新幹線開業にあわせた首都圏市場の獲得や、新興国等の成長市場への進出により、産業の持続的な成長を図るため、女性・高齢者・若年層も含めた様々な人材の確保・育成を推進する。

■ 今後の主な取組み

- 高度専門人材の確保支援
- 女性や高齢(退職)者の活用支援
- インターンシップの充実

食文化の発信・ブランド構築の促進

加賀料理を中心とした、総合力の高い本県の食文化を国内外に発信し、輸出の増加や富裕層誘客の増加による消費拡大につなげる。また、個々の製品についてもブランド構築を促進する。

■ 今後の主な取組み

- 戦略的な国内外への食文化発信
- アンテナショップや首都圏PRを通じたブランド発信
- 新製品のブランド化支援

海外市場の取り込みの促進

中間層の拡大やヘルシー志向による日本食の浸透など、アジア等新興国市場の拡大を睨み、展示会出展等により海外市場を積極的に取り込む。

■ 今後の主な取組み

- セミナー等による現地情報の提供
- 東南アジア等における展示会出展等支援
- 現地卸売業者とのマッチング支援

事業基盤の強化

国際的な穀物価格等の原料高騰や、グローバル競争による製品価格低下圧力に対し、セーフティーネットを敷きつつコスト削減を進め、事業基盤を強化する。

■ 今後の主な取組み

- 専門家派遣による経営支援
- 十分な制度融資枠の確保