

# 石川県食品産業戦略(案)

平成 26 年 月

石川県

## 目次

1. 策定の背景
  - (1) これまでの取り組み
  - (2) 本県食品産業をとりまく状況の変化
2. 基本的視座
3. 本県食品産業の特徴
  - (1) 出荷額に比して雇用効果が大きい職種
  - (2) 少量多品種の独自性のある食材
  - (3) 加賀料理に代表される総合力の高い食文化
  - (4) 高等教育機関の集積と発酵に関する知見の蓄積
  - (5) 陸・海・空における交通インフラの整備が進展
4. 今後10年を見据えた内外の環境変化
  - (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
  - (2) 消費者ニーズの変化と新市場の拡大
  - (3) アジア等の新興国を中心とした海外市場の拡大
  - (4) 国際的な穀物等の原料価格の高騰
  - (5) 生産年齢人口の減少
5. アンケートによる県内企業のニーズ
  - (1) 県内企業の経営に影響を与える環境変化
  - (2) 県内企業の重点的な取り組み及び行政に求める支援
6. 石川県食品産業戦略の柱と主な取り組み
  - (1) 新商品開発・販路開拓の促進
  - (2) 食文化の発信・ブランド構築の促進
  - (3) 海外市場の取り込みの促進
  - (4) 事業基盤の強化
  - (5) 人材の育成・確保
7. 戦略推進の仕組み

## 1. 策定の背景

### (1) これまでの取り組み

石川県の食品産業は、加賀百万石の歴史と伝統から発する本県の食文化とも融合しながら、「食品王国いしかわ」とも呼べる極めて特徴のある産業を形成している。石川県の製造業における製造品出荷額等は、平成 22 年度工業統計によると、製造業全体 23,696 億円のうち、機械が 16,197 億円 (37.7%)、繊維が 1,806 億円 (10.0%)、食品が 1,442 億円 (5.9%) となっており、食品産業は本県第 3 位の基幹産業である。

この基幹産業の一つである食品産業の振興を図るにあたり、平成 17 年 3 月に策定した「石川県産業革新戦略」においては、地域ブランド創造産業の創造を掲げ農商工で連携した商品開発を、平成 20 年 3 月には、業種別戦略としては初めて食品産業の今後の目指す方向性を示す「石川県食品産業戦略」を策定し、地域資源を活用した新商品開発、食文化の発信等の国際展開、発酵食品等の機能性調査、企業誘致など、様々な取り組みを進めてきた（「産業革新戦略」については、途中、リーマン・ショックを経て「石川県産業革新戦略 2010」に改定）。

こうした取り組みの結果、地域資源を活用した国内外で著名な商品が生まれた事例や、乳酸菌を活用した乳酸菌飲料、機能性を有する乳酸菌を活用したヨーグルトが開発された事例や、海外のオピニオンリーダーによって石川の産品が紹介された事例など、一定の成果をあげてきた。

#### ①新商品開発

平成 20 年に創設した基金規模 300 億円の「いしかわ産業化資源活用推進ファンド（通称、活性化ファンド）」を活用して、食材等の地域資源を活用した製品開発を支援（採択件数 367 件のうち、食品は 176 件）。採択した案件からは、全国でも著名な商品や大臣賞を受賞する商品、海外の有名ブランドで採用される商品が生まれている。その他、石川ブランド事業により、製品開発にあわせてブランド化支援等を実施してきた。

#### ②食文化の発信等の国際展開

世界のトレンド発信地であるニューヨークや、成長著しい中国等の新興国を対象に、酒、食材、発酵調味料、伝統工芸品（器）等の本県の食文化を発信。国内においても、世界的な有名シェフを本県に招へいしたり、欧米をはじめとする海外のオピニオンリーダーや富裕層エージェントに対して、ファムトリップや食文化提案会を実施し、本県の食文化を PR。その他、食品協会が主導して海外の食品関連の展示会に出展。その結果、海外の 3 つ星レストランで採用されるに至った商品が生まれた他、酒類などの輸出額が増加。

### ③発酵食品等の機能性調査

国事業である「都市エリア産学官連携促進支援事業」では、平成 21 年から平成 23 年にかけて高機能発酵食品や速醸・均一発酵システムの開発を支援した。その結果、菌のライブラリができており、米を原料とした乳酸菌飲料（ANP71）の販売（約 1 年間で 1 万本以上の売り上げ）に結びついている。

また、平成 22 年に地域独自の基金規模 130 億円で創設した「いしかわ次世代産業創造ファンド」（次世代ファンド）」においても、加賀野菜や中島菜などの機能性を調査している。

### ④企業誘致

里山里海の安全安心イメージや、能登有料道路の無料化などの交流基盤の充実を背景に、能登にブナシメジの大手、ミスズライフが誘致された。また、農業法人を中心に耕作放棄地などにおいて耕作地拡大の動きが見られる。

## （２）本県食品産業をとりまく状況の変化

「石川県産業革新戦略」の策定後、平成 20 年 9 月のアメリカの金融危機に端を発した世界同時不況や平成 23 年 3 月の東日本大震災、さらには新興国の成長を背景とした原材料価格の高騰、消費税の増税など、食品産業は大きな環境変化に直面してきた。

昨今の鉱工業生産指数や有効求人倍率を見ると、全体としてはリーマン・ショック以前の水準以上となっており回復基調にあるものの、業種別に見ると回復の状況はまちまちである。今後も、我が国全体として、急速に進む人口減少や少子高齢化による国内市場停滞への懸念に加えて、新興国企業のキャッチアップの加速化による価格低下などの脅威にさらされている。他方で、新興国等の海外市場の成長は今後も見込まれ、また、平成 26 年度末に予定されている北陸新幹線金沢開業は本県に多くの交流人口をもたらす、食品産業の成長の大きな機会となる可能性がある。こうした状況の変化を踏まえ、「石川県食品産業成長戦略」を策定する。

## 2. 基本的視座

戦略策定にあたっては、本県の強みや特徴を再整理し、今後、本県食品産業に訪れる様々な環境変化を予測した上で、これに対応していくことで、本県食品産業の持続的な発展を目指す。将来については、今後 10 年を見据えたものとする。

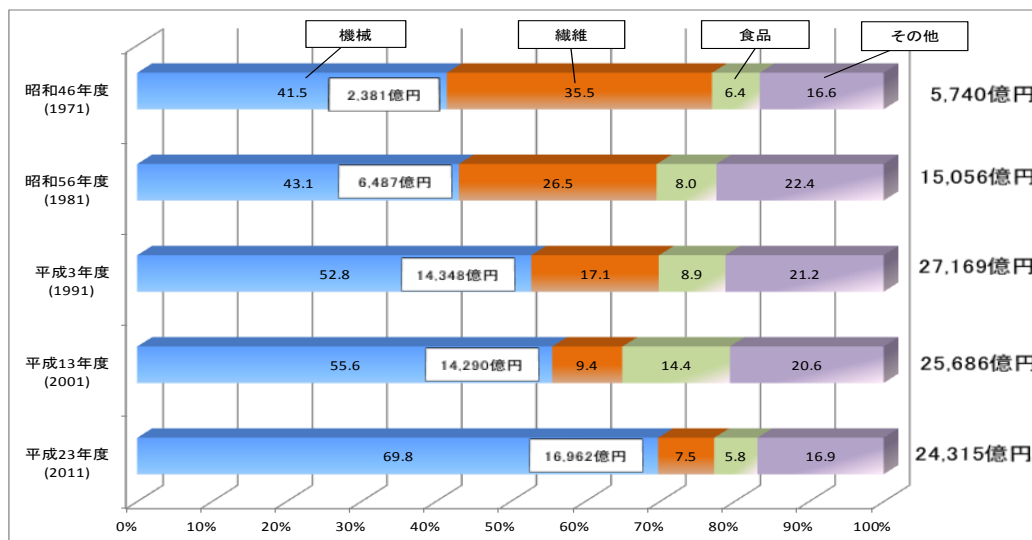
本県食品産業は、これまでも様々な変化に影響を受け幾多の困難を乗り越えてきたが、国内人口の減少や経済のグローバル化が益々進展していくにしたがって、こうした環境変化が及ぼす影響が増大していくことが想定される。少量だが独自性のある食材や総合力の高い食文化という強みを整理して、将来の環境変化に打ち勝つための方向性を指し示し、具体的な取り組みを進めていく。これにより、平成 20 年 3 月に策定した「石川県食品産業戦略」に謳われている「食品王国いしかわ」の世界ブランド化を目指す。

### 3. 本県食品産業の特徴

#### (1) 出荷額に比して雇用効果が大きい業種

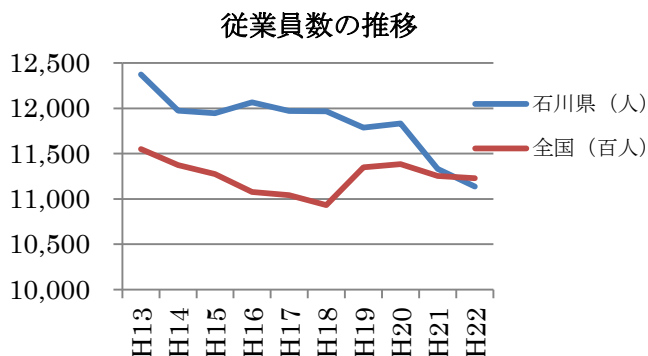
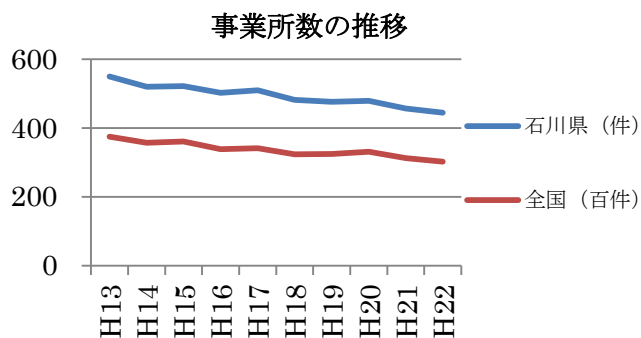
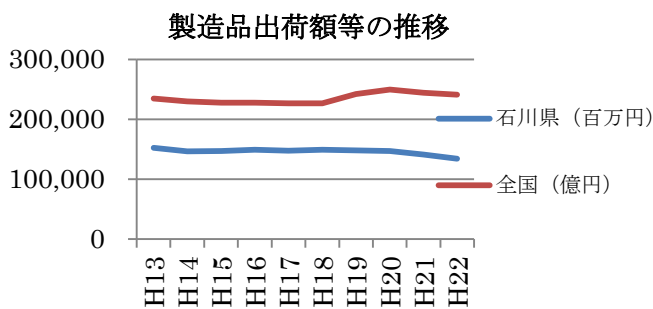
本県の食品産業の製造品出荷額等は、平成24年経済センサスで、1,348億円であり、本県製造品出荷額の約6%を占めており、機械、繊維、IT（機械産業及びサービス産業の内数）産業と並んで、本県の基幹産業の一つであるといえる。

本県製造品出荷額に占める機械産業の割合と出荷額の推移



出展：2001年以前は石川県工業統計各年(全事業所)、2011年は「経済センサス-活動調査(従業員4人以上)」を用いている。経済センサス-活動調査は、(1)商業・法人登記等の行政記録を活用して、事業所・企業の捕捉範囲を拡大しており、(2)本社等の事業主が支所等の情報も一括して報告する本社等一括調査を導入しているため、石川県工業統計と単純に比較することは適切ではない。

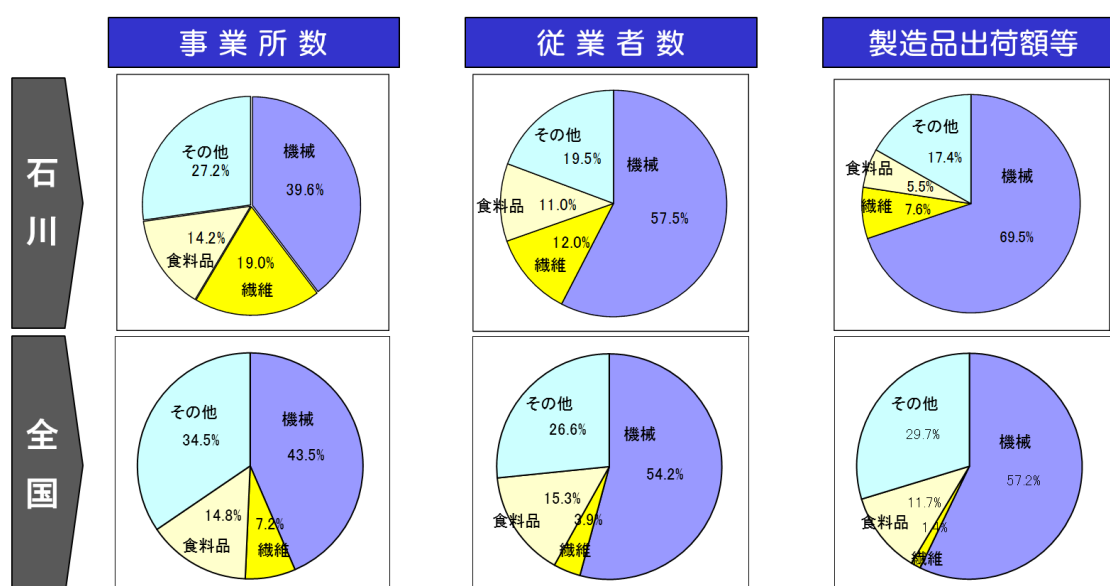
平成13年から平成22年までの従業員4人以上の規模の事業所における事業所数、従業者数、製造品出荷額等の推移をみると、概ね横ばいからなだらかな減少傾向にある。



製造業の種類ごとに事業所数、従業員数、製造品出荷額を比較すると、食品産業は、本県、全国とも、製造品出荷額の占める割合に比して、事業所数、従業員数の割合が高く、比較的中小規模の多くの事業所で、多くの従業員が従事していることが分かる。

すなわち、食品産業は機械産業と比較すれば、労働集約型の産業であり、そのため、食品産業は出荷額に比して本県の雇用を支えている効果が大きい業種であるとともに、小売業、卸売業、流通業等の他業種との関連も踏まえれば、本県の雇用に与える影響が益々大きい業種であるといえる。

また、回転寿司のコンベア、びん詰め機械、業務用揚げ焼き物機、豆腐製造機械など、食品産業を支える食品機械の分野において、多くのニッチトップ企業が存在するのも特徴である。



(資料)H23 工業統計(従業員4人以上の事業所)など

## (2) 少量多品種の独自性のある食材

本県の地域団体商標件数は 27 件で全国 3 位であり、そのうち、食材・食品が 8、発酵調味料が 2 と、独自性のある食材の宝庫である。世界農業遺産に指定されている「能登の里山里海」に象徴されるように、陸、海の豊かな自然の恵みを受けた食材が豊富な一方で、その生産量については限度がある。

### 【本県の地域団体商標について】

<加賀〇〇：6 件>

加賀みそ／加賀友禅／加賀蒔絵／加賀野菜／加賀太きゅうり／加賀れんこん

<能登〇〇：3 件>

能登牛／能登大納言／能登井

<金沢〇〇：2 件>

金沢仏壇／金沢箔

<その他：16 件>

七尾仏壇／中島菜／牛首紬／山代温泉／片山湯温泉／和倉温泉／粟津温泉／山中温泉  
輪島塗／九谷焼／大野醤油／能州紬／美川仏壇／田鶴浜建具／小松瓦／沢野ごぼう

また、食材は多彩なもの、本県には食材を余すところなく有効活用できるだけの十分な一次加工施設が不足している。例えば、加賀棒茶については加工施設を導入することで県内で処理できるようになり、素材の力を容易に活かすことができるようになったが、少し前までは加工施設がないため、県外に持ち込み素材の力を維持するために相当な注力が注がれていた。その他、市場に流通しにくい海産物や規格外の農産物なども含めれば、十分な加工施設がないとの指摘がある。

### (3) 加賀料理に代表される総合力の高い食文化

本県には山、里、海の豊かな自然を背景に、加賀百万石の豪華絢爛な文化をルーツとして、料亭や高級旅館をショーケースとする総合力の高い食文化がある。

加賀野菜や能登野菜、ブリ、カニなど、本県の大地や海で育まれた、独自性のある豊かな食材。佃煮や麩、塩、いしる、醤油、味噌、国際的な評価も高い質の高い清酒、かぶら寿司をはじめとする発酵食品など、古来から伝わる知恵が凝縮された食品。輪島塗、九谷焼、山中漆器など器としての巧みな伝統工芸品。それらを仕立てるおもてなしの心、茶道・華道・芸能の心得、料理人の匠の技。滋力を回復させる温泉。

これら全てが石川県には揃っており、これらのもつ潜在的な輸出力や、富裕層、歴史・文化に関心のある知識層に対する誘客力は、極めて高いと考えられる。

### (4) 高等教育機関の集積と発酵に関する知見の蓄積

本県には、18におよぶ高等教育機関（大学、短期大学、高等専門学校）が集積している。本県の人口当たりの高等教育機関数では、京都府に次いで全国2位、人口当たり学生数で全国6位となっている。

特に、本県においては、食や農業を専門とする石川県立大学を有しており、金沢大学等と連携して取り組んだ国事業「都市エリア産学官連携促進支援事業」では、本県食品の特徴ともいえる、様々な発酵食品について機能の分析を行い、一部では企業との連携により、商品化につながる製品も出てきたところである。

このように、本県においては、発酵など食品の機能研究について、産学の豊富な知見が蓄積されているといえる。



## (5) 陸・海・空の交通インフラの整備が進展

本県は、三大都市圏のほぼ中間に位置し、各都市圏へのアクセスが容易な環境にある。

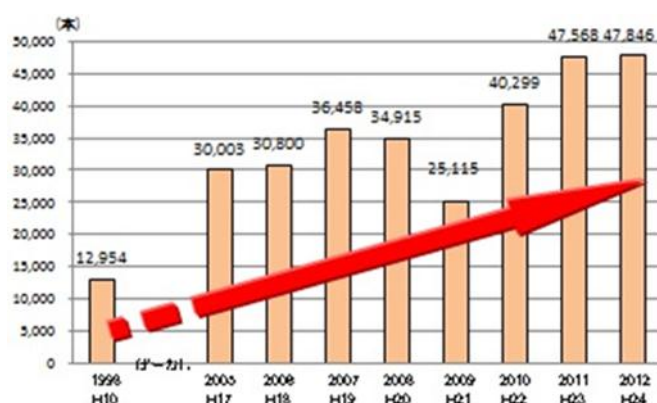
陸路では、平成 26 年度末には北陸新幹線が金沢まで開業することで、首都圏と 2 時間半で結ばれることとなる。また、高規格道路の整備が進展するとともに、能登有料道路をはじめとして、県内有料道路の無料化も進展している。

空路では、本県は小松・能登の 2 つの空港を有しており、羽田乗継便を通じて国内各地域と結ばれている。また、小松空港からは、台北・ソウル・上海への定期航路が就航するとともに、日本海側では唯一欧米向けの貨物路線を有するなど、物流の拠点としても機能している。

海路では、金沢港からアジア向けのコンテナの国際定期航路が運行されており、近年はコンテナ取扱量が過去最高を更新するとともに、クルーズ船の寄港も増加するなど、港の整備・活用が安定して進展しており、富裕層の来県も増えていると推定される。



(資料)金沢港の定期貨物航路



(資料)金沢港の貨物取扱量の推移

## 4. 今後 10 年を見据えた内外の環境変化

### (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

総務省の調査によれば、我が国は既に本格的な人口減少時代に突入しており、約 10 年後の平成 36 年 (2024) までに、本県人口の 5.6 倍にあたる約 660 万人が減少することが予想されている。本県においても同様に、平成 32 年 (2020) には、約 110 万人 (平成 22 年 (2010) 現在は約 117 万人) に減少する見込みである。

食品産業にとって人口減少は、一人当たりの消費単価が上がらない限り、国内市場の縮小に直結する問題である。

一方、本県においては、平成 26 年度末の北陸新幹線の金沢開業により、交流人口が現在の 60 万人から 90 万人へと増える見通し (県調査) であり、こうした交流人口の増加がもたらす市場の拡大も想定されるところである。

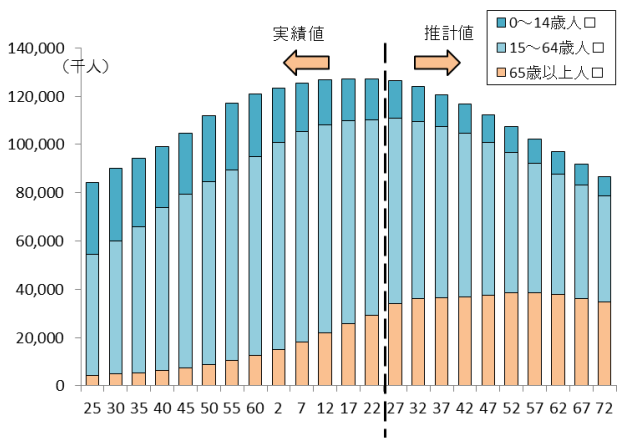
旅行先の「食」は観光客の心を惹きつける重要な要素であるが、民間調査 (じゃらん宿泊旅行調査 2013) によれば、「地元ならではのおいしい食べ物が多かった」ランキング



で本県は沖縄、北海道に次いで第3位（2013年）、「魅力のある特産物や土産物が多かった」ランキングでは第7位となっている。

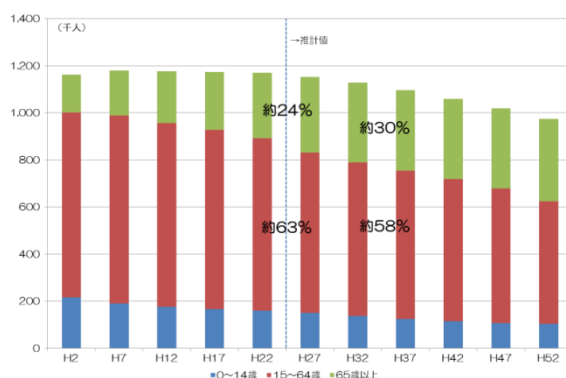
本県食品産業においては、新幹線開業を控え、こうした地域の強みをよりいっそう引き出すことが重要である。

全国の人口推移と見通し



注釈）平成22年までは総務省「国勢調査」、平成27年以降は国立社会保障・人口問題研究所  
 「将来推計人口（平成24年1月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

【石川県人口の推移及び将来見通し】



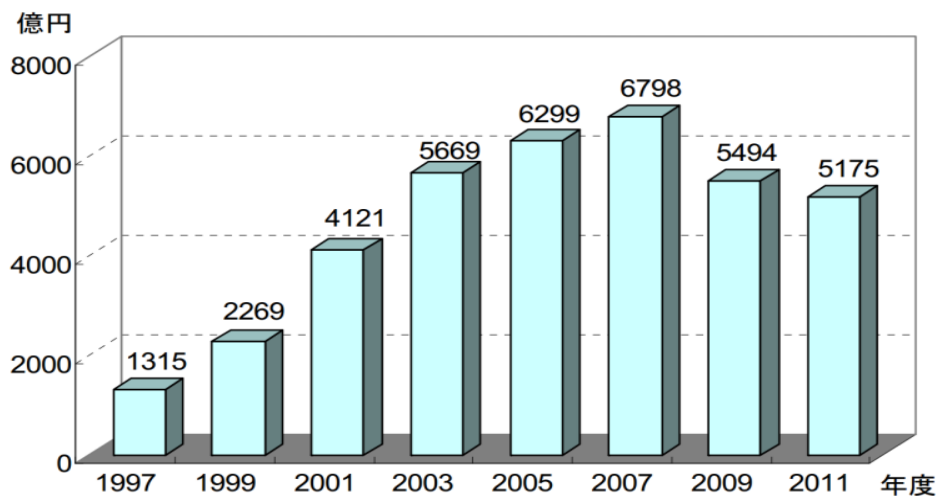
資料）総務省統計局「国勢調査報告」（各年）および国立社会保障・人口問題研究所「都道府県の将来推計人口」（平成25年3月推計）より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

(2) 消費者ニーズの変化と新市場の拡大

一方で、消費者ニーズの変化に伴い、食品産業においても、従来とは異なる新たな市場が成長しつつある。

近年、食については、安心・安全など健康面を重視する傾向が高まりつつある。

機能性食品の市場を見ると、特定保健用食品の市場規模は、増加基調にあったが、特定機能性食品の適用を受けた機能性食用油の安全性問題が指摘された2007年をピークに横ばい傾向となっている。

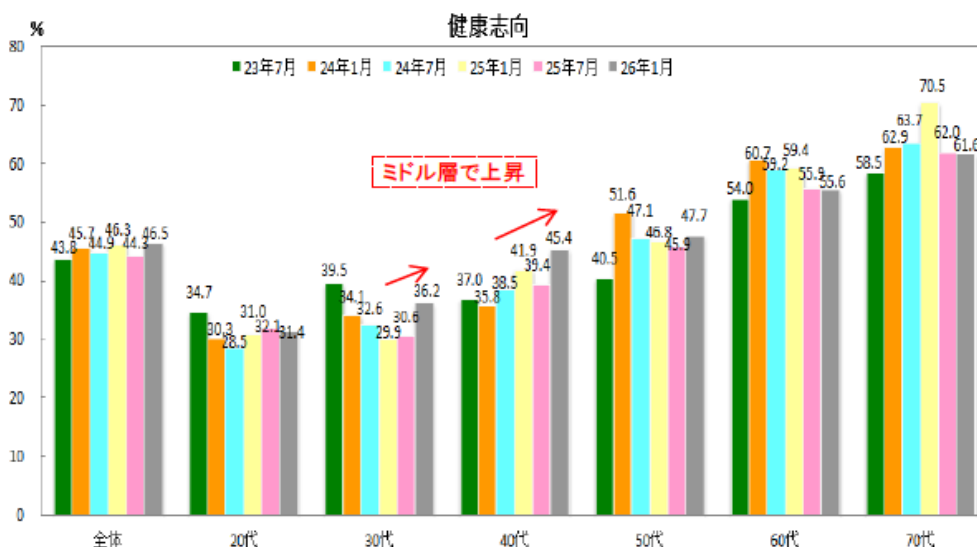
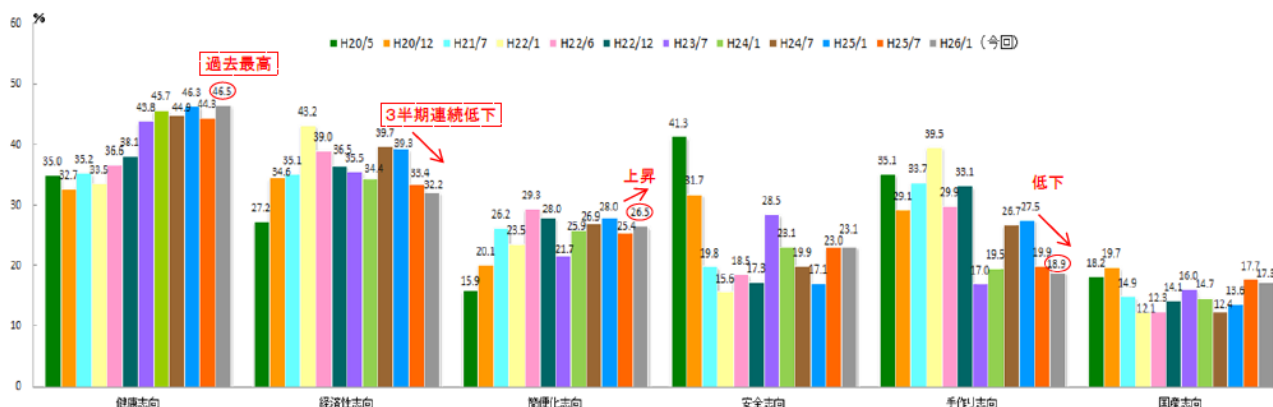


資料）公益財団法人日本健康・栄養食品協会 2011年度調査

一方、平成 20 年の中国製冷凍餃子による中毒事件や平成 25 年の冷凍食品への農薬混入事件、大手百貨店等での食品偽装などを通じて、食の安全についての消費者の目は益々厳しくなっている。

こうした事情を背景に、近年、消費者からは、食品について、経済性よりも安全性や健康面を重視するニーズが、全年齢層において高まりつつある。

現在の食の志向（上位）の推移/2つ回答

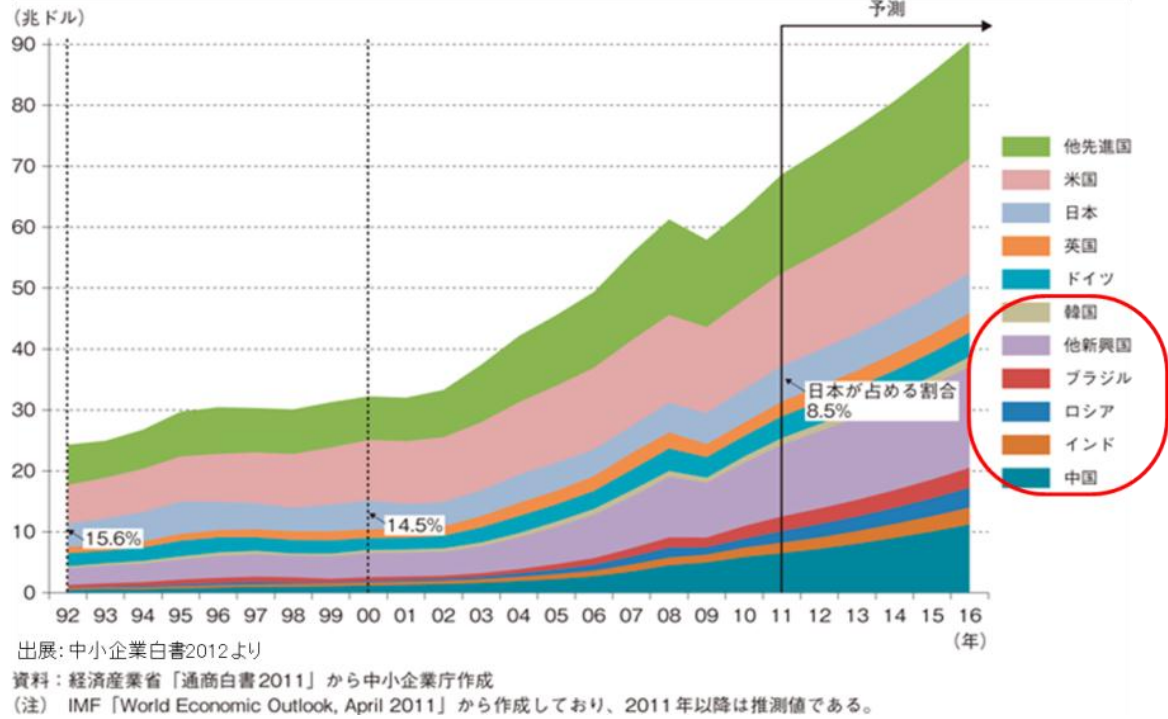


資料) H25 年度下半期消費動向調査 (日本政策金融公庫)

### (3) アジア等の新興国を中心とした海外市場の拡大

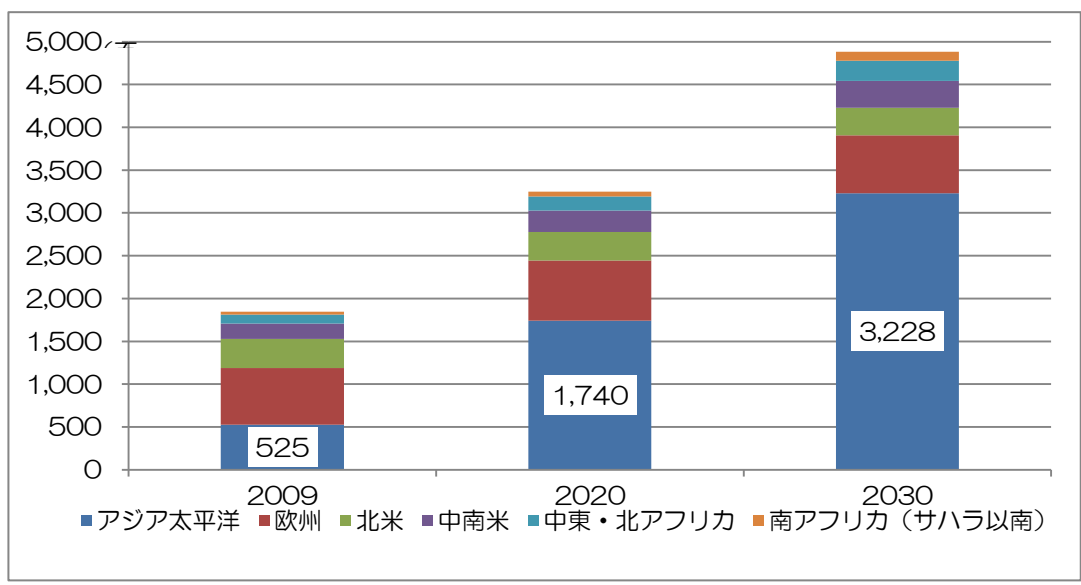
世界の名目GDPの推移を見ると、我が国のGDP成長の伸びが緩やかな一方、中国や東南アジア等の新興国のGDPは大幅に拡大する傾向にあり、今後もこの傾向は続く、もしくは、より鮮明になると見込まれる。したがって、人口減少により国内の食市場が縮小する一方で、近隣のアジア諸国等の新興国市場では成長が続き、国内市場より遥かに大きな食市場が形成される見通しである

世界の名目GDPの推移



また、アジア各国をはじめとする新興国では経済成長に伴い、所得が増加し、いわゆる中間層が急増する見通しであり、従来よりも一人あたりの食料品・飲料品の購入単価が上昇する可能性がある。

世界の中間層人口の推移



注釈) 1日の収入(または支出)がUSD10~100の人々を中間層と定義している  
 資料) UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME「HUMAN DEVELOPMENT REPORT 2013 -THE RISE OF THE SOUTH-」(平成25年3月)より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成より三菱UFJリサーチ&コンサルティング作成

これら事情を背景として、我が国からの食料品・飲料の輸出量の増加基調にあり、今後についても、世界に約 20 億人いるムスリム市場など、我が国にとって、開拓は緒に就いたばかりで潜在的な成長力を秘めている市場が散在している。

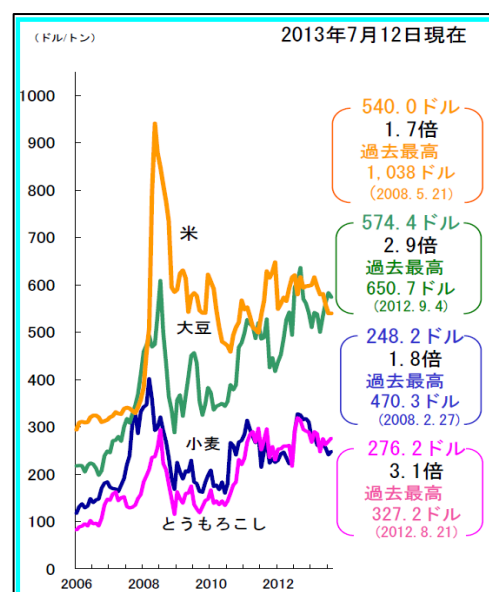
さらに、和食は、一般的に油分の使用量が少ないことから、健康的な印象を持たれており、和食の世界文化遺産登録なども背景に、今後、世界的な日本食マーケット全体が広がっていく可能性がある。

	全体	輸出企業		
	企業数	企業数	輸出企業 比率	輸出金額 (百万円)
<b>製造業</b>	13,104	4,518	34.5%	51,384,509
<b>食料品製造業</b>	1,484	151	10.2%	97,407
畜産食料品製造業	288	15	5.2%	20,756
水産食料品製造業	190	26	13.7%	5,029
精穀・製粉業	34	4	11.8%	1,919
その他の食料品製造業	972	106	10.9%	69,703
<b>飲料・たばこ・飼料製造業</b>	197	58	29.4%	21,637
清涼飲料・酒類・茶・たばこ製造業	150	50	33.3%	20,031
飼料・有機質肥料製造業	47	8	17.0%	1,606

資料) 経済産業省「平成 23 年企業活動基本調査 (平成 22 年度値)」  
(平成 24 年 8 月) より三菱UFJ リサーチ&コンサルティング作成

#### (4) 国際的な穀物等の原料価格の高騰

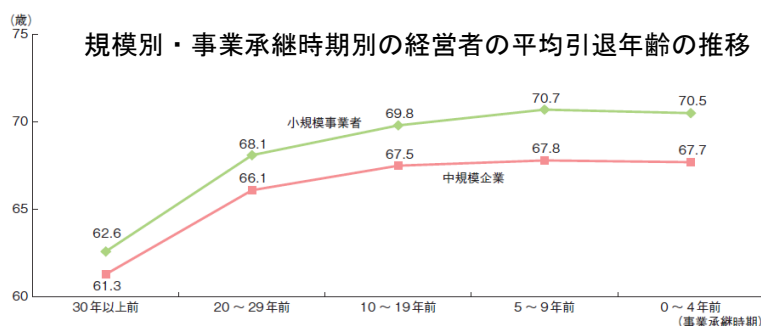
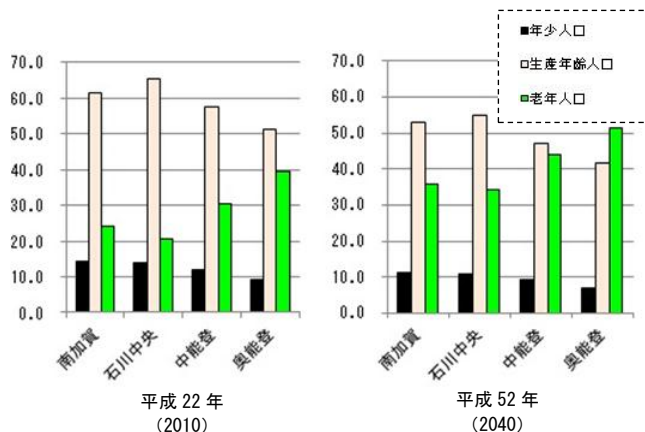
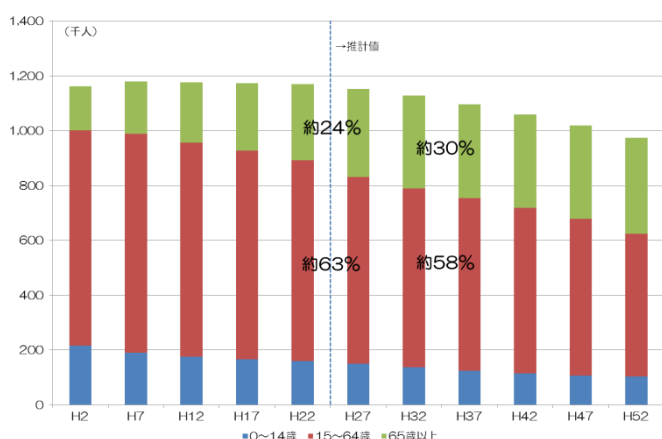
新興国等の経済成長や世界的な人口増加を背景に、リーマン・ショック等による変動や季節変動はあるもの、国際的に穀物価格や原料価格は増加基調にある。その結果、穀物価格については、現在は、2006 年秋頃に比べ 1.7~3.1 倍と高水準、原油価格については、2000 年頃の 3 倍を超えている。一次原料の価格上昇については、電気料金や加工食材等、様々な原材料価格の高騰に結び付く。したがって、国内的には商品価格が低下する、いわゆるデフレ化が継続していたが、一方で、原料価格の高騰が進展し、コスト上昇圧力が高まっている。



### (5) 生産年齢人口の減少

我が国全体として、今後、総人口の減少と同時に、生産年齢人口の減少が本格化する。本県においても、平成32年には、生産年齢人口が平成22年の63%から58%に減少する。一方で、65歳以上の高齢人口は24%から約30%に上昇する。地区別で見ると、能登地区で生産年齢人口の減少と高齢人口の増加が顕著となる。

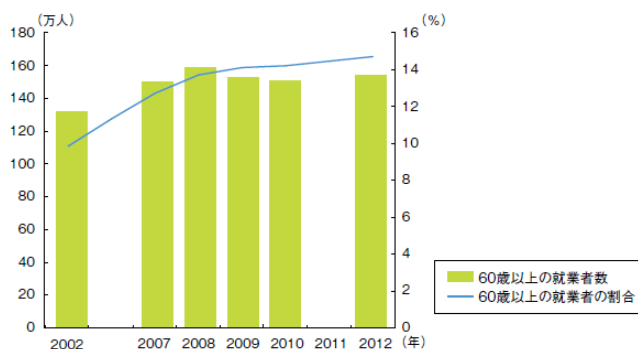
したがって、全国同様に、本県においても、経営者や現場の技能者の高齢化が進展しており、中小規模が多い業界では特に、今後、事業承継や技能の継承が課題として益々、顕在化する可能性がある。一方で、中小企業にとっては、技能継承上、継承のノウハウがないことや、その時間的・人的余力がないことが課題となっている。



資料：中小企業庁委託「中小企業の事業承継に関するアンケート調査」(2012年11月、(株)野村総合研究所)

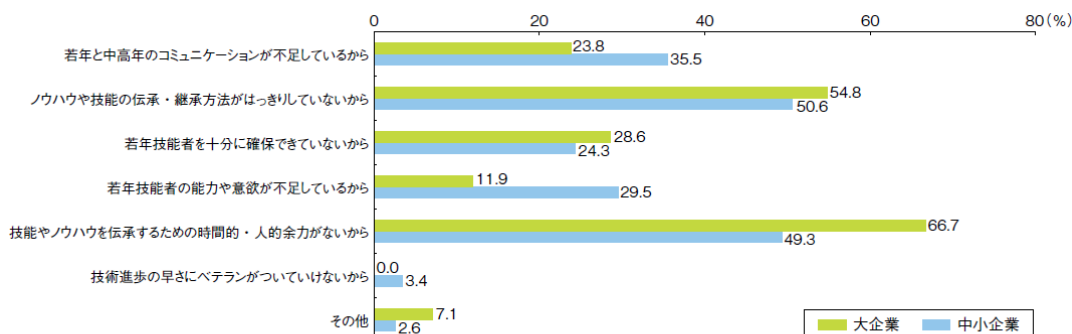
1 中小企業庁の委託により、(株)野村総合研究所が、2012年11月に2001年以前に創業した中小企業30,000社を対象に実施したアンケート調査。回収率21.3%。詳細は、参考資料を参照。

### 製造業における60歳以上の就業者数及び就業者の割合の推移



備考：東日本大震災の影響により2011年は空欄とした。  
資料：総務省「労働力調査」

技能の伝承・継承がうまくいっていない理由（複数回答）



資料：(独)労働政策研究・研修機構「[全員参加型社会]の実現に向けた技能者の確保と育成に関する調査(2012年)」

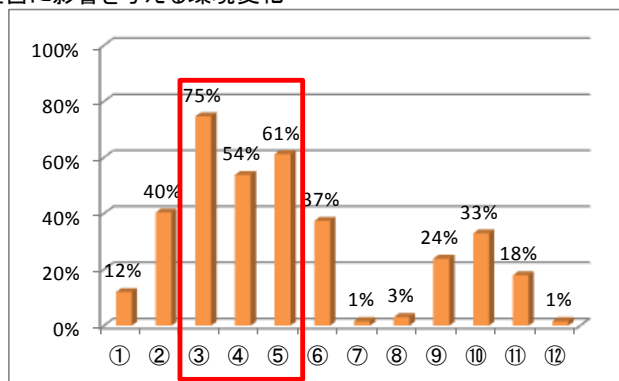
5. アンケートによる県内企業のニーズ

今回の食品産業戦略の策定にあたり、県では、県内企業のニーズを幅広く集めるためのアンケート調査を実施した。アンケートでは、東京商工リサーチ掲載企業中、従業員10人以上の従業員数または資本金1億円以上の企業106社を対象に、「各企業が直面する課題」「重点的に取り組む事項」「特に行政に求めること」等を調査し、半数を超える67社から回答を得た。

(1) 県内企業の経営に影響を与える環境変化

経営に影響を与える環境変化としては、「消費者ニーズの多様化」、「価格競争による単価の低下」「人口減少による国内市場の縮小」が上位にあげられた。食品産業は消費財を商品としているため、消費者ニーズの変化に敏感であり、かつその多様化が課題となっていることが浮き彫りになったほか、デフレに伴う単価の低下、人口減少は国内市場の縮小に直結することへの懸念が浮き彫りになった。こうした環境変化はデフレを除き、今後10年を見据えても更に進行し、県内企業への影響が強くなることが予想される。

経営に影響を与える環境変化



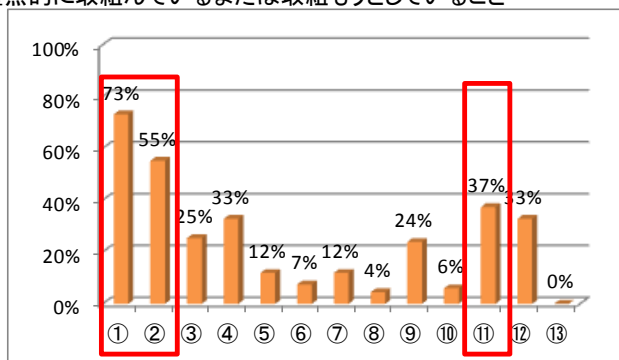
- ①新興国市場の拡大
- ②環境・健康等の新たな市場の拡大
- ③消費者ニーズの多様化
- ④価格競争による単価の低下
- ⑤人口減少による国内市場の縮小
- ⑥円高などの為替変動
- ⑦取引先企業の海外移転
- ⑧新興国の技術力等向上
- ⑨少子高齢化による労働力人口の減少
- ⑩人材不足・後継者不足
- ⑪電力・エネルギー政策の見直し
- ⑫その他



## (2) 県内企業の重点的な取り組み及び行政に求める支援

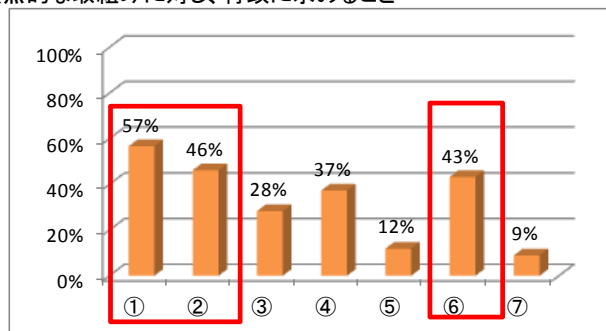
こうした環境変化に対して、県内企業が取り組んでいることとして、「新製品・新技術の開発」、「国内における販路開拓」、「財務体質の強化」が上位に掲げられ、行政に対しても、こうした動きや人材の育成・確保を後押しすることが期待されている。このことから、価格低下や消費者ニーズの多様化、国内市場の縮小に対して、県内企業は製品開発、販路拡大、財務体質の強化により打開を図ることを重視しており、そのための人材の育成・確保を重要視していることが示唆される。

重点的に取り組んでいるまたは取組もうとしていること



- ①新製品・新技術の開発
- ②国内における販路開拓
- ③海外展開
- ④仕入・製造・物流コストの削減
- ⑤販売・一般管理費の削減
- ⑥IT導入による業務効率化
- ⑦デザインの強化
- ⑧サービス(メンテナンス等)の強化
- ⑨品質検査体制の強化
- ⑩知的財産権の取得・管理の強化
- ⑪財務体質の強化
- ⑫人材の育成・確保
- ⑬その他

重点的な取組みに対し、行政に求めること



- ①新製品・新技術開発支援
- ②国内の販路開拓支援
- ③海外展開に関する支援
- ④製品改良や製品工程見直しに関する支援
- ⑤知的財産権の取得や財務体質の見直しに関する支援
- ⑥人材育成・確保に関する支援
- ⑦その他

## 6. 石川県食品産業戦略の柱と具体的な取り組み

国内では、人口が減少し、日本人の胃袋が縮小している中、本県食品産業が持っている強みに磨きをかけ、時代のニーズに合わせながら、他地域との差別化を図っていく必要がある。本県食品産業は、大規模ではないが、独自性のある多彩な食材や、藩政期以来の伝統文化に根差した総合力の高い食文化、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を有している。

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、付加価値を高めた製品で市場の開拓を進めていく。

また、高齢化や安全・安心への関心の高まりを背景に、健康食品市場などの新たな市



場を取り込んでいく。さらに、原材料の高騰など、食品産業が直面する課題を克服できるような強固な事業基盤を形成するとともに、様々なニーズ変化に対応できる人材の育成・確保を進めていく。

こうした目標の達成により、飲食・観光業をはじめ多くの産業・人材が関わる基幹産業として、「食品産業王国いしかわ」が持続的に発展していくことを目指す。

以上の観点から、「石川県食品産業戦略（仮称）」においては、下記の(1)から(5)の5つの点を柱として取り組みを進めていくこととする。

- (1) 新商品開発・販路開拓の促進
- (2) 食文化の発信・ブランド構築の促進
- (3) 海外市場の取り込みの促進
- (4) 事業基盤の強化
- (5) 人材の育成・確保

#### (1) 新商品開発・販路開拓の促進

国内市場の縮小に打ち勝ち、また、新幹線開業により見込まれる、交流人口増加による需要を獲得するため、豊かな地域資源を活用した商品開発を積極的に進める。商品開発に際しては、地場の素材を活用することによる希少性を追求し素材による差別化を図る、有機農法を用いた食材や化学物質を添加しない製法により健康面という観点から製品の安全・安心を訴求するといった手法も有効と考えられ、これらの二つの手法を組み合わせることにより、更に付加価値の高い商品を作ることが可能となる。この場合特に、地場の素材を安定的に確保することが重要となり、農業者と商工業者との連携や一次加工施設の整備も併せて進めていく必要がある。

また、健康食品等の新市場への展開や、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。

##### ◆ 今後取り組むべき具体的施策

- ▶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、設備導入の支援
- ▶農業者と商工業者のマッチング支援

## (2) 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、首都圏や海外のトレンド発信拠点におけるオピニオンリーダーをターゲットに国内外に発信し、現地の味方を増やすことで、輸出の増加や富裕層誘客の増加につなげていく。

従来、単品でPRしていた商品についても、器などと組み合わせることで、商品の利用価値を高め、セットでの魅力をPRし、販路拡大の相乗効果を狙う。

また、個々の製品についてもブランド構築を促進する。

### ◆ 今後取り組むべき具体的施策

- ▶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

## (3) 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や海外の知識層の潜在的な市場を睨み、国内外のトレンド発信拠点において、本県の食文化を発信し、現地販路に響くオピニオンリーダーに対してPRする。あわせて、現地卸売業者とのマッチングを図り、販路としての道筋を付けていく。

また、展示会出展や商談会開催を実施し、海外市場の開拓にあらゆる手法で取り込む。

### ◆ 今後取り組むべき具体的施策

- ▶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
- ▶戦略的な国内外への食文化発信（再掲）
- ▶現地卸売業者とのマッチング支援

## (4) 事業基盤の強化

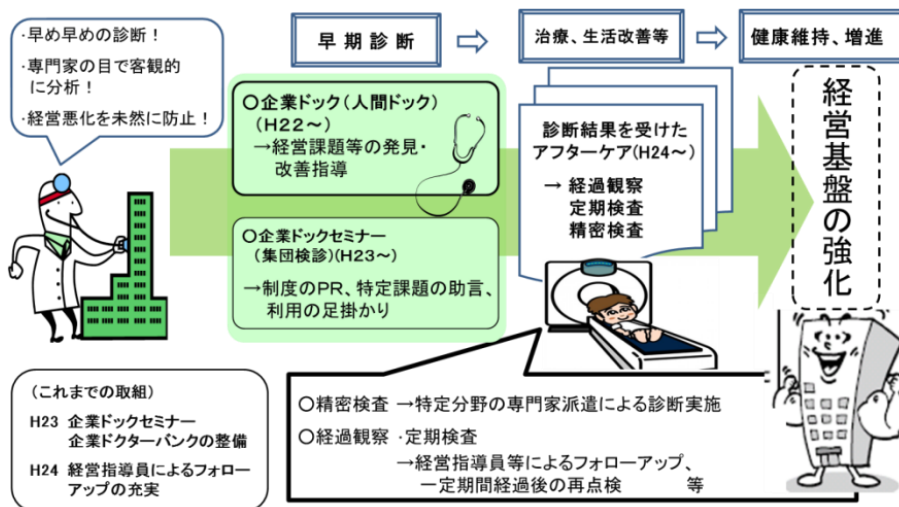
国際的な穀物等の原料価格高騰や、グローバル競争による製品価格低下圧力に対し、専門家派遣による財務体質の強化やコスト削減を進め、制度融資について十分な枠を確保する等のセーフティネットを敷くことで、食品産業全体の事業基盤を強化する。事業継承についても相談体制の充実を図るなど、地域全体で解決する仕組みを構築する。

また、安全・安心のイメージなど、地域特性を活かした企業誘致を進め、産業構造に厚みを持たせる。

### ◆ 今後取り組むべき具体的施策

- ▶専門家派遣による経営支援
- ▶十分な制度融資枠の確保
- ▶助成対象を拡大し地域特性を活かした企業誘致
- ▶事業承継に関する相談体制の強化

### 企業ドックによる経営悪化の未然防止



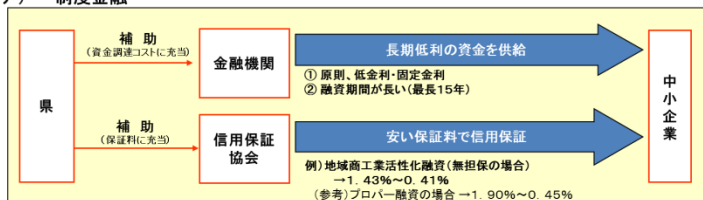
### 資金需要に応える融資枠の確保

制度名(主な融資対象)	融資対象要件	融資枠(H26)	融資実績(H25.1月末)	
設備投資	地域商工業活性化融資	設備投資をする方 など	220億円	51.5億円
	経営革新等支援融資	知事等の承認を受けた経営革新計画に基づき経営革新をする方 など	50億円	4.9億円
	事業転換支援融資	新たに異なる業種に進出する方	50億円	5.8億円
	創業者支援融資	新たに事業を開始する方 又は開業して1年以内の方	15億円	3.1億円
運転資金	小口零細融資	従業員20人以内(商業・サービス業は5人) など	135億円	21.2億円
	小口融資	従業員40人以内(商業・サービス業は10人) など	225億円	15.5億円
	経営安定支援融資	売上が一定以上減少 など	716億円	188.6億円
	(緊急経営安定支援融資)	最近3か月の売上3%以上減少 など	(300億円)	(190.6億円)
	(借換融資)	売上減少などにより経営に支障が生じている方の保証協会付き債務の借換え	(200億円)	(174.3億円)
連鎖倒産防止・災害対策融資	取引先の倒産により代金が回収不能となった方や災害により被害を受けた方	20億円	0.7億円	

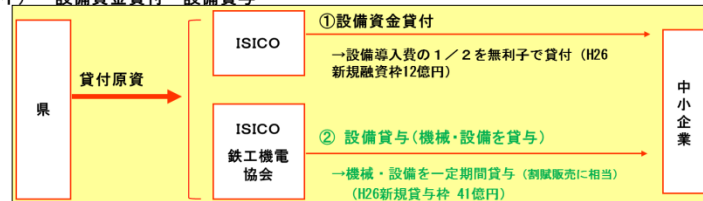
### 資金需要に応える融資枠の確保

#### ① 県の中小企業金融支援策

##### (ア) 制度金融



##### (イ) 設備資金貸付・設備貸与



### (5) 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。

#### ◆ 今後取り組むべき具体的施策

- ▶高度専門人材の確保支援
- ▶次代の経営者育成
- ▶女性や高齢（退職）者の活用支援
- ▶インターンシップの充実
- ▶首都圏での県内企業の魅力PR

## 7. 戦略推進の仕組み

産学官で連携して、本戦略の推進を図る。具体的な取り組みについては、状況の変化や政策効果を踏まえて、適時、見直していく。