

## 1 販売力強化 -所得向上につながる販売戦略の展開-

## (1)商品づくり

## プロジェクト ニーズに対応した食品の県内加工推進（拡充）

## 目 標

・ 食料品及び飲料製造業付加価値額 R4：1,206億円 → R10：1,327億円

## 挑戦する内容

・ 社会環境や市場ニーズの変化を捉えた食品産業の振興

関係者の声  
=対話

- ・ 最終製品メーカー等からのニーズに対応できる原材料確保が困難（農業法人）
- ・ 県内に一次加工できる事業者が少ない（#あおばな、加工事業者等）
- ・ 首都圏企業のオーダーに対応した原料供給や中間加工ができるところを紹介して欲しい  
（大手回転ずしチェーン、大手飲料品メーカー）
- ・ 小規模なので、何社かでまとめて大口ロットに対応できるようにできないか（県内加工業者）
- ・ 農家の高齢化も進んでおり、収穫作業支援等もしながら、規模拡大を図り、原料確保と加工作業の効率化を図りたい（農業法人）
- ・ 県内主要産業の食料品製造業だが、全国的なヒット商品が出ていない（県関係者）

## 役割分担

- ・ 県内事業者：商品開発、連携モデル実証、加工体制強化、販路開拓
- ・ 産技センター：加工技術開発、技術指導
- ・ 県：モデル加工食品開発企画コンペ運営、研究会開催、相談・マッチング、連携モデル実証進捗管理

## 変革後の姿

・ 多様なニーズに対応した食品の県内加工推進により、食品産業が成長

## 令和8年度計画

## 挑戦する内容

- 1 社会環境や市場ニーズの変化を捉えた食品産業の振興
  - (1) 食品加工開発チャレンジ支援
    - ・ モデル加工食品開発企画コンペ、開発支援、商品プロモーション
  - (2) 業務用商品づくり体制強化
    - ・ 研究会設置、連携モデル実証
  - (3) 最終製品メーカーからのニーズに対応し、産地と連携した一次加工商品の生産体制強化
    - ・ 県内農業法人、加工事業者などが参画し、法人間の原料や加工作業の融通を検討するほか、契約数量を増加するため、最終製品メーカーとの商談活動やニーズのヒアリングを実施



一次加工体制強化の検討会

## 対話

- ・ モデル加工食品の企画提案（6月）
- ・ 部会を開催し、事業の進捗状況を把握するとともに、意見を参考に事業構築（7月、1月）
- ・ 業務用商品づくりに向けた研究会の開催（年2回）及びモデル実証プロジェクト進捗管理（随時）
- ・ 県内農業法人、加工事業者、県関係部局が参画し、原材料確保、加工作業の効率化等を検討（2回）
- ・ 最終製品メーカーなどとの商談活動等によりニーズ把握（随時）