

<地域産業課 地域資源活用推進グループ>

- 地域資源の活用による産業振興
- 伝統工芸産業の振興
- 農商工連携による産業振興
- 中小企業の販路拡大の支援

○ 地域資源活用推進Gのミッション

グループの目標

地域資源等を活用した産業振興

取組方針

農商工連携
の推進

ライフスタイル
商品・工芸品の
開発支援

食品製造業

伝統工芸
産業

新商品・サービスの開発

地域資源:新しい価値発見

販路の開拓・ECサイト活用

販売体制の構築

あおり藍の利活用→産業化

ライフスタイル商品・工芸品の開発支援

商品企画力の向上

販路の開拓

新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越えつつ、さらに、その先を見据えながら

多様な仕事づくりと外貨獲得

○ 各事業の全体構成

地域間競争を勝ち抜き、外貨を獲得していくためには、本県の強みを生かし、農林水産物をはじめとする優れた地域資源を最大限に活用した新たな取組を促進していく必要があることから、農商工連携の推進をはじめ、豊富な地域資源を活用した新商品開発及び販路開拓などの支援を通じて、「多様なしごとづくりと外貨獲得」につなげる。

- 中小企業地域資源活用促進法
- ライフスタイル商品・工芸品展開事業
(重点・継続)

- ・首都圏ライフスタイルショップと連携した事業者育成
- ・改良した商品のテスト販売など

地域資源
の活用推進

- ECサイトを活用した「メイドインあおもり」応援事業(重点・新規)
- ・ECサイトを活用して県産商品を購入する際、ポイントを付与する

販路開拓の支援

- 「選ばれる青森」食品事業者スキルアップ支援事業(重点・継続)
- 「売り手上手あおもり」推進事業(一般政策・継続)

- ・SMTS、西日本商談会における青森県ブース出展(個別指導、フォローアップ研修含む)
- ・県外向け商品企画力向上に向けた勉強会
- ECサイト活用事業者支援事業(重点・新規)
- ・講座及び成果発表会の開催
- ・複数のECサイトでのテストマーケティング
- ・テスト販売結果のフィードバック、バイヤーによるアドバイス会議



農商工連携
の推進

- 「あおもり農商工連携推進プラン」(H29.2)の推進
- 農商工連携成長産業化支援事業(一般政策・継続)

- ・農商工連携推進セミナー
- ・専門家派遣制度
- ・あおもり藍利活用研究会

多様な仕事づくり
と外貨獲得

伝統工芸産業
の振興

- ライフスタイル商品・工芸品展開事業
- あおもり工芸品販売体制構築(重点・継続)
- ・「工芸品を売る人材」の体制づくり、能力向上、販路開拓
- ・首都圏で開催される国際的な見本市に青森県ブースを出展



○ 令和2～3年度当初予算(経費区分別)

【重点枠事業】 R2合計:22,443千円 R3合計:18,343千円 R2(2月補正):190,703千円

【地域資源】	【伝統工芸】
<p>ライフスタイル商品・工芸品展開事業 (R2～3 11,953千円)</p>	
<p>【取組1】首都圏ライフスタイルショップと連携した事業者育成</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品の開発(既存商品のブラッシュアップ) 首都圏店舗でのテスト販売 情報発信ツールの制作 	<p>【取組2】あおり工芸品販売体制構築</p> <ul style="list-style-type: none"> 「工芸品を売る人財」の体制づくり 「工芸品を売る人財」の能力向上 「工芸品を売る人財」の販路開拓 小規模製造者向けのステップアップ支援

【販路開拓支援】
<p>「選ばれる青森」食品事業者スキルアップ支援事業 (R2 10,490千円/R3 6,390千円)</p>
<ul style="list-style-type: none"> こだわり食品ECサイト向け販路開拓に取り組む事業者の育成 小売店向け販路開拓に取り組む事業者の育成 (首都圏及び西日本で実施する大型展示会に出展) 首都圏・西日本向け商品、流通動向勉強会 商品企画相談会

* ECサイト向け事業を抜き出して拡充

<p>ECサイト活用事業者支援事業 (R2・2月補正 10,396千円)</p>
<ul style="list-style-type: none"> ECサイト向けノウハウ取得支援 (講座の開催、成果発表会の実施) ECサイト活用支援 (個別指導、モール、セレクトショップでのテストマーケティング、フィードバック、バイヤーによるアドバイス会議)

【一般政策経費・経常経費】 R2合計:7,837千円 R3合計:7,769千円

【農商工連携】	【販路開拓支援】	【伝統工芸】
<p>農商工連携成長産業化支援事業 R2 5,261千円 R3 5,208千円</p>	<p>「売り手上手あおり」推進事業 R2 1,523千円 R3 1,508千円</p>	<p>伝統工芸経常経費 R2 1,053千円 R3 1,053千円</p>
<ul style="list-style-type: none"> 農商工連携セミナー 専門家派遣 あおり藍利活用推進協議会及び分科会の開催 	<ul style="list-style-type: none"> 個別指導 提案力向上セミナー 	<ul style="list-style-type: none"> 工芸品及び工芸士の指定及び認定事務

<p>ECサイトを活用した「メイドイン青森」応援事業 (R2・2月補正 180,307千円)</p>
<ul style="list-style-type: none"> 県内事業者を支援するため、ECサイトを活用して、県内で製造された商品を購入する際、購入者に一定の割引ポイントを付与する 県内外からの商品へのEC需要喚起及びPR

中小企業地域資源活用プログラム

国が基本方針を策定



都道府県が地域資源を指定



中小企業が地域資源活用事業計画を作成
(国の地方支部局が認定)

地域資源を活用して新商品開発等を行う計画



支援措置

事業計画を認定された中小企業者等
に対する支援措置

- 国内・海外販路開拓強化支援事業(補助金)
→商品・サービスの開発に係る経費の一部を補助(限度額500万円/年、1~3回 補助率1/2以内)
- 政府系金融機関による融資制度
- 信用保証枠の拡大
- 専門家等によるアドバイス等

「地域資源」とは

- (1) 地域の特産物として相当程度認識されている農林水産物や鉱工業品
- (2) 地域の特産物である鉱工業品の生産に係る技術
- (3) 文化財、自然の風景地、温泉その他の地域観光資源として相当程度認識されているもの

青森県の地域産業資源 【令和2年3月17日現在】

農林水産物	鉱工業品	観光資源	合計
131	101	134	366

東北各県の計画認定件数 (令和2年3月17日現在)

東北地域合計	162件
青森県	40件
岩手県	19件
秋田県	16件
宮城県	28件
山形県	38件
福島県	21件

* 法律廃止後の認定された地域資源及び計画の取り扱いについては、何も決まっていない状態が続いている

《中小企業地域資源活用プログラムによる支援》

地域資源活用事業認定計画認定事業者

認定年度	事業者名	活用する地域資源	認定年度	事業者名	活用する地域資源
19	ブナコ漆器製造(株)(弘前市)	ブナ材	25	(株)ツガルサイコー(黒石市)	お山のおもしえ学校
20	(株)ディメール(八戸市)	サバ		(有)柏崎青果(おいらせ町)	ごぼう
	(株)スパン・ライフ(八戸市)	にんにく		(有)村口産業(風間浦村)	青森ヒバ
	十和田おいらせ農業協同組合(十和田市)	にんにく		なんぶ農援(株)(南部町)	妙丹柿
	(有)十和田乗馬倶楽部(十和田市)	乗馬場	26	つがるりんごセラミド(株)(弘前市)	りんご
21	(有)田向商店(青森市)	サメ		(有)サンマモルワイナリー(むつ市)	りんご
	ミリオン(株)(青森市)	ながいも		河野商店(むつ市)	アピオス
	青い森国土保全協同組合(つがる市)	杉	27	(有)十和田乗馬倶楽部(十和田市)	流鏝馬
22	(有)ゆめりんご(弘前市)	岩木山		(有)島木材工業(大間市)	青森ヒバ
	(有)鳶温泉旅館(十和田市)	鳶温泉		日本ハルマ(株)(弘前市)	りんご
23	(有)イシオカ工芸(弘前市)	津軽塗		山野りんご(株)(弘前市)	りんご
	(有)アラコウ水産(平内町)	ホタテ・ナマコ	(株)北彩屋(むつ市)	ニジマス、イカ	
	農業生産法人合同会社津軽ぶどう楽園(鶴田町)	スチューベン(ぶどう)	28	(株)エビスワ農園(東北町)	ヤーコン、にんにく
	(株)駒嶺商店(風間浦村)	あんこう		Yプロジェクト(株)(大間町)	あわび、イカ、大間マゴロ、青森ヒバ等
24	あおもり藍産業協同組合(青森市)	藍		(有)こめいち奥本商店(佐井村)	ナマコ
	三浦醸造(青森市)	りんご	29	(有)二階堂(青森市)	藍、りんご、カシス
	熊谷食品(株)(弘前市)	津軽の漬物		ブナコ(株)(弘前市)	ブナコ
	農業生産法人四季菜にんにく(株)(三戸町)	にんにく	(株)ふかうら開発(深浦町)	クロマゴロ、雪中にんじん、白神山地等	
	(株)菊駒酒造(五戸町)	青森県の日本酒	(株)天の川(青森市)	ブラックベリー	
25	(株)今井産業(平川市)	りんご、杉材	30	(株)ツガルサイコー(黒石市)	黒石温泉郷

《地域資源の活用による産業振興：令和2年度の実績》

ライフスタイル商品・工芸品展開事業

1 首都圏ライフスタイルショップと連携した事業者育成

ビームスジャパンと連携して、本県産のインテリア・ライフスタイル商品の新しい価値を提案できる事業者を育成することを目的として実施。公募により選ばれた県内9事業者が、(株)ビームスのバイヤーから助言を受けながら新商品の開発に取り組んだ。

○事業説明会

- 開催日／令和2年6月29日(月) 13:30～15:35
- 場所／青森県観光物産館アスパム 4階 十和田
- 出席／79名(県内事業者等)
- 講師 ○(株)ビームス 鈴木 修司 氏、太田 友梨 氏
○Cul de Sac-JAPON 村口 実姉 氏



【業務フロー】



○商品開発会①～③

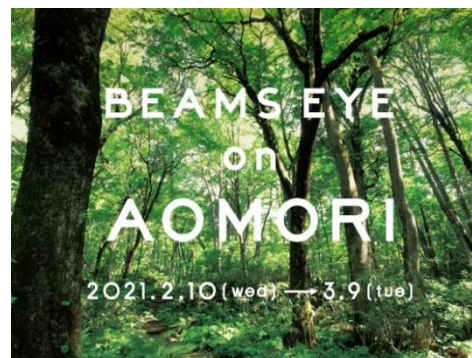
応募者数38社から選考された9事業者に対して、(株)ビームスのバイヤーが新商品の開発や既存商品のブラッシュアップするために3回の個別指導を実施。参加者は、アドバイスを受けながら、新商品を開発した。

ねぶた祭衣装の生地からできたトートバックや大鰐温泉もやしをイメージしたタオル、りんごのシールドルなど約60種類を開発。

○新商品テスト販売の実施

「新商品開発会」で完成された新商品については、東京都新宿区のビームスジャパン及び公式オンラインショップにおいてテスト販売を実施

- 期間／令和3年2月10日(水)～3月9日(火)
- 場所／ビームスジャパン(東京都新宿区)
ビームス公式オンライン
- イベント名 B E A M S E Y E on AOMORI
- 販売実績 売上737,434円(店舗54%、OL46%)



イベントビジュアル(青森ヒバ)



店舗の様子

ライフスタイル商品・工芸品展開事業

2 あおもり工芸品販売体制構築

1 個人製造者向けの支援

県内で製造されている工芸品について、県内の作り手の販路開拓及び労働力不足の緩和を促進するため、作り手自らが販路開拓までを行う従来のスタイルに加えて、「作る」と「売る」の分業化による新たな販売体制を構築することとし、「工芸品を売る人財」の育成に取り組んだ。

(1) 「工芸品を売る人財」の体制づくり

○商品紹介・意見交換会の開催

- ・参加者 作り手21者、工芸品を売る人財5者
- ・開催回数 2回（令和2年6月22日、23日）
- ・開催場所 弘前市内、八戸市内
- ・内容 作り手と売る人財のマッチング機会を設定

(2) 「工芸品を売る人財」の能力向上

○研修会及び個別指導の開催

- ・参加者 工芸品を売る人財5者
- ・開催回数 5回（令和2年8月7日、9月15日、10月16日、11月25日、12月8日）
- ・開催場所 青森市内
- ・内容 作り手とのコミュニケーション方法や商品の伝え方についてなど

(3) 「工芸品を売る人財」の販路開拓

○県内バイヤー向け工芸品展示商談会「FIND!AOMORI」の開催

- ・開催日時：令和2年11月25日（水）14:00-17:00
- ・開催会場：青森県庁西棟8階中会議室
- ・来場者：県内土産品売り場担当者など 32名
- ・出展商品：14工房の商品（南部菱刺し、津軽組ひもなど）



商品紹介・意見交換会



工芸品展示商談会

ライフスタイル商品・工芸品展開事業

2 あおもり工芸品販売体制構築

2 小規模製造者向けの支援

国際見本市「東京インターナショナル・ギフト・ショー春2021」の青森県ブースに県内工芸品事業者9者が出展し、国内外のバイヤーをターゲットとして本県工芸品の価値と魅力を発信した。

(1) 出展前研修会の開催

- ・参加者 参加事業者全員
- ・開催回数 3回（令和2年6月22日～23日、9月16日、10月15日）
- ・開催場所 青森市内など
- ・内容 商談の手法、ディスプレイ方法など



(2) ギフト・ショーへの出展

○ギフト・ショー春2021の概要

- ・会期 令和3年2月3日～5日
 - ・会場 東京ビッグサイト
 - ・来場者数 13,748人
- ※LIFE×DESIGNのみ



○青森県ブースの概要

- ・出展商品 96商品
 - ・小間数 3小間
- ※弘前市と共同出展
- ・名刺交換 186者



(3) 出展後個別指導の実施

- ・参加者 参加事業者全員
- ・開催日 令和3年2月25日、3月10日
- ・開催方法 オンライン開催
- ・内容 出展後のフォローアップ

ライフスタイル商品・工芸品展開事業費（継続）

予算額11,953千円

現状と課題

現状

- 高級店やセレクトショップなど、地域資源の主要なターゲット層としていた中高年層に向けて、本県地域資源を活用した商品の魅力と価値の発信に取り組んだ結果、販売促進につながった。
- これまで地域資源との接点が低かった若者が、生活スタイルや価値観の多様化により、地域資源の新たなターゲットになりつつある。
- 従来の工芸品の主な販路である百貨店の売上が減少している一方、工芸品を取り扱うセレクトショップ等が伸長するなど、販売チャンネルが多様化。

課題

- 若者に訴求力のある商品を開発するにあたり、マーケティング力、商品開発力、販売ルート等が不足。
- 県内工芸品製造者は個人事業者が多く、マーケティングや営業などの「作る」以外の部分に自らの労働力を割くことが難しい。
- バイヤーは個人製造者との直接取引を敬遠する傾向にある。

事業内容

地域資源を効果的に売り込むために、ライフスタイルショップを活用するなどして、本県産のインテリア・ライフスタイル商品の新しい価値を提案できる事業者を育成する。また、工芸品の販路開拓に向けて販売体制の構築を支援する。

取組1 首都圏ライフスタイルショップと連携した事業者育成 6,258千円

青森県の地域資源を活用した衣食住に関するさまざまな商品について、若者を始め、高感度層やインバウンド客も注目しているライフスタイルショップと連携して商品開発を行うことにより、地域資源の新しい価値を提案できる事業者を育成する。

(1) 商品の開発(既存商品のブラッシュアップ)

- ・県内事業者向けワークショップを1回開催。
- ・ライフスタイルショップの助言による商品のブラッシュアップを行う県内事業者を選定し、バイヤーによる商品ブラッシュアップに係るアドバイスを実施。

(2) 海外店舗でのテスト販売

上記開発した商品を、海外店舗(台湾)で1週間程度テスト販売を実施。

(3) 新商品ガイドブックの作成

県内事業者向けに広く新商品開発及び改良のポイントを盛り込んだガイドブック等の情報発信ツールの作成。



取組2 あおもり工芸品販売体制構築 5,695千円

(1) 「工芸品を売る人財」の体制づくり(製造者とのマッチング)

製造者に対して説明会の開催及び「工芸品を売る人財」による工房訪問を行い、「工芸品を売る人財」と製造者のマッチングを行う。

(2) 「工芸品を売る人財」の能力向上(研修会の開催)

「工芸品を売る人財」向けに「作る」以外の一連のプロセスを学ぶための研修会を開催する。研修会でのアドバイザーは、専門性の高い外部人材を活用する。

(3) 「工芸品を売る人財」の販路開拓

県内土産品売り場責任者との商談会開催

(4) 小規模製造者向けのステップアップ支援

- ①販路拡大のためのセミナー ②首都圏展示会への出展 ③出展後の商談フォローアップ

事業効果

- 地域資源の新たな切り口による商品開発ができる事業者が育成される。
- 高感度層やインバウンド客から、一般の消費者に効果が波及することにより、本県産のライフスタイル商品の魅力が広い範囲に浸透する。
- 「作る」と「売る」の分業化で得意分野へ労力を集中できるため、生産性向上及び労働力不足の緩和
- 販売体制構築により、海外ビジネス展開を視野に入れた個人・小規模製造者が育成されることで産業振興につながる。

【今後の方向性】

令和2～3年度の調査内容や提案内容を踏まえ、事業主体の取組を促す。

《伝統工芸産業の振興》

伝統工芸品の指定及び伝統工芸士の認定

(1) 伝統工芸品の指定

○目的

青森県の歴史と風土に培われ、県民の生活の中で育み受け継がれてきた工芸品を、青森県伝統工芸品として指定することにより、その声価を高め、工芸品の製造に携わる事業者等の製造意欲の高揚及び工芸品産業の育成・振興を図る。

○指定要件

1. 主として、日常生活の用に供される工芸品であること。
2. その製造工程の主要部分が手工業的であること。
3. 伝統的な技術又は技法により製造されるものであること。
4. 原材料が伝統的に使用されてきたものであること。
5. 当該工芸品が、概ね50年以上の歴史を有するものであること。

○指定件数

32工芸品69製造者（令和3年3月現在）

○近年の指定状況

令和2年度 3製造者の指定・3製造者の解除
平成31年度 1製造者の解除



(2) 伝統工芸士の認定

○目的

県指定伝統工芸品の製造に従事している技術者のうち、高度の技術・技法を保持する者を県伝統工芸士と認定することにより、社会的な評価を高めるとともに、従事意欲と技術の向上を図り、伝統的技術又は技法の指導者として、工芸品の振興、後継者の育成と伝統工芸品の次世代への継承に寄与する。

○認定要件

1. 青森県内に居住していること。
2. 伝統工芸品の製造の実務経験が12年以上あり、かつ現在もその製造に従事していること。
3. 伝統工芸品の製造に関する高度の技術又は技法及び必要な知識を有し、その維持又は発展に努めていること。
4. 後継者育成に熱意のある人。
5. 青森県伝統工芸士にふさわしい高潔な人格を有すること。
6. 経済産業大臣認定の伝統工芸士でない人。

○認定件数

65名（令和3年3月現在）

○近年の指定状況

令和2年度 7名認定、3名解除
平成31年度 3名認定、2名解除



《農商工連携による産業振興》

あおもり農工ベストミックス新産業創出構想（平成18年3月策定）

基本理念

ローカルテクノロジーを活用した農工の連携・融合等による新産業の創出・育成を通じ、本県の産業の活性化、県土の均衡ある発展を図ります。

基本方針

《産業クラスターの手法による地域産業の振興》

- 地域の企業等が、大学、研究機関、支援機関等の関係機関と連携
- 農作物の生産管理技術、グリーンエネルギーやバイオマス資源、機能性を追求した加工・製造等のシーズなどを活用
- 新事業を創出・育成し、これらをクラスターとして形成

戦略プロジェクト

① 新生産システム・グリーンエネルギー活用型生産プロジェクト

農産物生育管理、新エネルギー、バイオマス資源の多角的利用技術の開発・導入等による新たな生産システムの確立を目指す

② グリーンフード&テクノロジープロジェクト

県産農林水産資源が有する生理機能を研究し、機能性食品の商品化や省力・操作性に優れた農業機器等の研究開発・企業化の取組の強化

③ 戦略的流通・販売システム活用プロジェクト

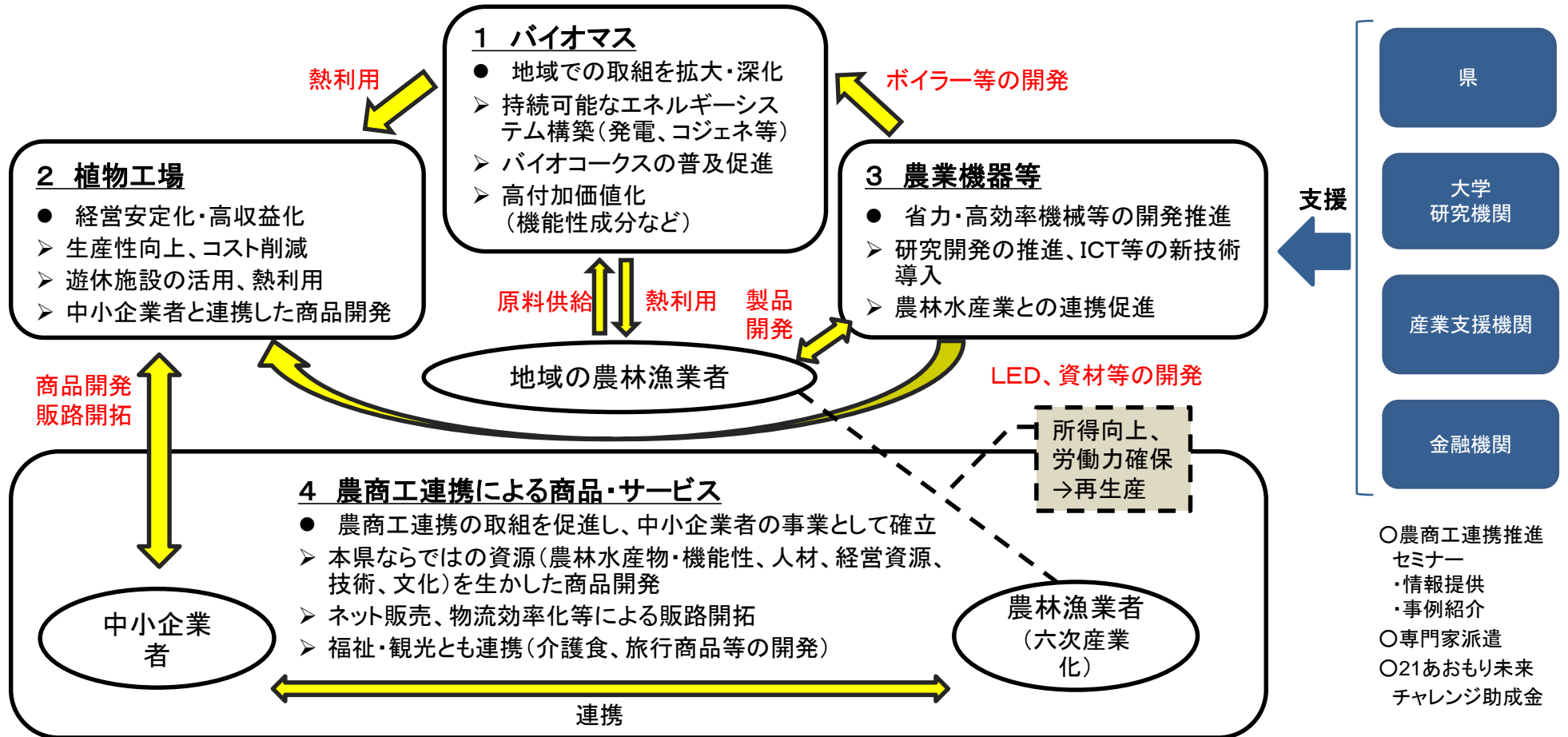
食産業や流通産業と連携した新事業の展開やweb市場等を活用した販路開拓を促進



《農商工連携による産業振興》

あおもり農商工連携推進プラン 概要図

～ 各分野を相互に関連付け・融合させながら、地域の中小企業等の連携を推進 ～ 【実施期間：H29～R3年度】



《農商工連携による産業振興：令和2年度の実績》

1 セミナーの開催

「あおり農商工連携推進プラン」(平成28年2月策定)に掲げる重点分野(バイオマス、植物工場、農業機器等、農商工連携による商品・サービス)における業界の動向や先進事例等に関するセミナーの開催を通じて、農商工連携による事業化の促進につなげる。

名称	開催日・場所	参加者数	内容
あおり藍利活用推進セミナー (あおり農商工連携推進セミナー)	令和2年7月28日 (ラプラス青い森)	75名	<p>■植物が作る化学物質 ～藍に含まれる生物活性物質の追求～ 講師 東京大学大学院 教授 浅見 忠男</p> <p>■分野別勉強会 「農業・水産分野」 AD 東京大学大学院 教授 浅見 忠男 AD 京都大学大学院 教授 中野 雄司 「医療・健康分野」 AD 弘前大学 学長 福田 眞作 AD 弘前大学大学院 特任教授 中根 明夫 「食品加工分野」 AD 東北医科薬科大学 教授 佐々木 健郎 ※「あおり藍」の利活用を検討している事業者等とアドバイザーとの質問や意見交換の場として、3分野の勉強会を実施した。</p>
あおり藍利活用研究会 ワーキンググループ勉強会	令和3年1月18日 (県庁会議室)	35名	<p>■弘前大学藤崎農場における農業用あおり藍エキスの実証実験について 講師 弘前大学 助教 林田 大志</p> <p>■地域資源を活かした地元企業との商品開発について 講師 弘前大学 准教授 前多 隼人</p>



《農商工連携による産業振興：令和2年度の実績》

2 農商工連携の取組に対する専門家派遣

(1) 農商工連携の取組に対する専門家派遣の概要
 県内の農林漁業者や中小企業等の連携による新商品開発や販路開拓等の取組を支援するため、知見のある専門家をした。

募集期間：令和3年4月から募集開始
 対象：農商工連携の取組を行う、県内の企業・個人、農林漁業者、上記2者を支援する団体

派遣回数：1事業者につき最大3回
 派遣専門家：希望等を聞きながら、選定費用：原則無料
 2年度実績：6者11回

事業者	派遣回数	指導希望内容
一般財団法人 ブナの里白神公社	3回	西目屋村の特産品である、熊肉・大豆・トマト・そばを活用した既存メニュー及び新商品への開発指導
一般財団法人 深浦町食産業振興公社	1回	深浦町の特産品「ふかうら雪人参」を使用した世の中のニーズに対応した新商品の企画・開発指導
丸大堀内株式会社	2回	青森県発の地域資源である「あおもり藍」を利活用した新商品の企画・開発
株式会社シュタインズ	3回	八戸市の特産品である食用菊の「阿房宮」を使用した新商品開発及び食用菊の栽培についての指導
株式会社天の川	1回	ブラックベリー加工場の新設へのノウハウ指導
一般社団法人 ユニバーサルネット	1回	乾燥椎茸・木耳の加工場へのHACCP対応指導

3 あおもり藍利活用研究会

(1) あおもり藍利活用研究会の概要

県内で農薬不使用により栽培された「あおもり藍」の持つ様々な機能性に着目し、県内での幅広い利活用による産業振興、また、青森県発の地域資源としてブランド化を推進することを目的として、研究会を開催した。

開催回数：年2回(7月、2月)
 会員：県内事業者(WG)、研究者等有識者、行政関係者(経産局、青森市、県)

	事業者名	主な出展商品
1	第3回あおもり藍利活用研究会	令和2年7月28日 (ラプラス青い森) ※出席者は会員等のみ
2	第4回あおもり藍利活用研究会	令和3年2月24日 (アップルパレス青森) ※ワーキングメンバーも参加
3	あおもり藍利活用推進セミナー	令和2年7月28日 (ラプラス青い森) ※第3回研究会と同日開催出席者は県内外事業者、農業者、一般県民等



《農商工連携による産業振興：これまでの実績》

4 あおもり農商工連携助成事業（平成21～令和元年度） ※募集は平成30年度で終了

総額28億円のあおもり農商工連携ファンドを造成し、農林漁業者と中小企業者との連携による新商品開発等に対して助成。

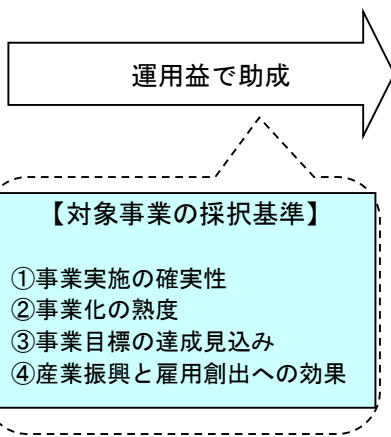
■管理運営：（地独）青森県産業技術センター（本部企画経営室）

※支援機関＝経営革新支援機関助成事業の略

あおもり農商工連携支援基金（農商工連携ファンド）の概要

**あおもり農商工
連携支援基金
28億円**

- 運用期間：10年
- 想定運用率（国債等購入）：1.30%
- 運用益：
3,640万円/年
- 管理運営者：
（地独）青森県産業技術センター



【助成事業】

①経営革新助成事業

【対象者】 中小企業者等と農林漁業者との連携体

【対象事業】 調査、新商品・新技術・新役務の開発、販路開拓

【助成限度額】 500万円以内（助成期間：2カ年以内）

【助成率】

- ・特定売上目標設定事業、農商工連携推進プラン関連事業 4/5以内
- ・支援重点分野または雇用創出 2/3以内
- ・その他 1/2以内

②経営革新支援機関助成事業

【対象者】 中小企業者と農林漁業者との連携体を支援する機関

【対象事業】 指導助言、販路開拓支援

【助成限度額】 100万円以内（助成期間：1カ年以内）

【助成率】 10/10以内

【助成実績】（H21～R1）

①経営革新助成事業

【件数】 116件

【助成額】 307,155千円

【事業化件数】 113件

②経営革新支援機関助成事業

【件数】 14件

【助成額】 12,546千円

<支援例>



最中で包んだ
嶽きみスープ



kimoriCIDRE
(キモリシードル)



おやさいクレヨン
Vegetabo~Season3



プロテオグリカン
のむヨーグルト



あおもり生プリン

《農商工連携による産業振興：令和3年度の取組》

平成29年2月に策定した「あおり農商工連携推進プラン」に基づき、同プランで定めた重点分野に取り組み、農商工連携産業の競争力強化を図ることにより、関連産業の集積を促進する。

【現状と課題】

県では、平成18年に策定した「農工ベストミックス構想」に基づき、農工連携による新産業の創出・育成に向けて取り組んできたところ。

これらを踏まえ、平成29年2月に「あおり農商工連携推進プラン」(事業期間平成29年度～平成33年度)を策定し、引き続き農商工連携による産業振興を一層推進していくこととしている。

<重点分野(方向性・課題)>

- ① バイオマス(発電等の取組拡大、高付加価値化)
- ② 植物工場(経営安定化・高収益化)
- ③ 農業機器等(省力化・高効率化機械等)の開発推進
- ④ 農商工連携による商品・サービス(本県ならではの資源を活用した商品開発等の一層の推進)

【事業内容】

概要

農商工連携成長産業化支援事業 (5,261千円)

【取組1】(1,628千円)

農商工連携に係る普及啓発等のためのセミナー等の開催

【取組2】(1,724千円)

専門家派遣事業

【取組3】(1,856千円)

農商工連携による地域資源活用研究会の開催及びワーキンググループの設置
(R2テーマは「あおり藍」)



【参考】あおり農商工連携支援基金 (農商工連携ファンド)

令和元年度で終了。農商工連携の取組に対する助成としては、令和元年秋募集分から(公財)21あおり産業総合支援センターで実施している「21あおり未来チャレンジ助成金(令和3年度から新事業へ移行予定)」で農商工連携を対象に加えている。

- ・助成率2分の1～3分の2
- ・助成額300万円以内

【事業効果】

「あおり農商工連携推進プラン」の推進

- ① バイオマス
⇒高付加価値化等による本県農林水産業・商工業の活性化
- ② 植物工場
⇒生産性向上等による雇用の確保・増加や農業の産業化
- ③ 農業機器等
⇒本県農林水産業の振興、製造業の経営基盤強化
- ④ 農商工連携による商品・サービス
⇒農林漁業者の所得向上、地域の企業等の売上向上



- 雇用の創出
- 地域経済の活性化

《販路拡大に向けた支援：令和2年度の実績》

○「選ばれる青森」食品事業者スキルアップ支援事業

【目的】

ECサイト(インターネット上で商品を販売するサイト)を活用した販路開拓や、首都圏・西日本等での販路開拓に取り組むための県内中小企業者のノウハウの取得を支援し、自社に適した販路開拓を自ら行う事業者の育成に取り組む。

【事業概要】

1. こだわり食品ECサイト向け販路開拓に取り組む事業者の育成

(1) EC活用プログラム

県内事業者を対象として、ECサイト向けの販路開拓やこだわり食品ECサイト向けの商品づくり等に関するセミナー及び個別指導を実施。

○参加者:7者

○開催日:令和2年9月4日、18日

○開催場所:青森市内



(2) ECサイトでのテストマーケティング

「おもてなしギフト」において、7事業者26セットのギフト化された県内加工食品等のテスト販売を3ヶ月程度実施。

○テスト販売期間:

令和2年11月4日～令和3年1月31日

○企画名:あおもりぎゅぎゅっとギフト



出店商品の一部

(3) テスト販売結果のフィードバック

テスト販売結果をフィードバックするとともに、今後の販路開拓に向けた意見交換会を実施。

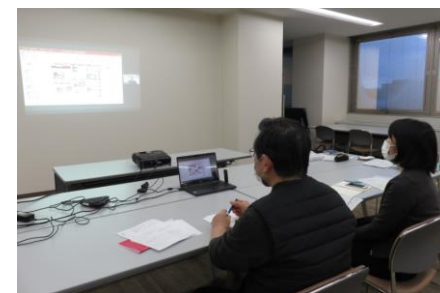
○参加者:7者

○開催日:

令和3年2月10日、17日

○開催方法:

オンライン開催



《販路拡大に向けた支援：令和2年度の実績》

2. 小売店向け販路開拓に取り組む事業者の育成

(1) 事前セミナー、個別研修の実施

県内事業者を対象として、販路開拓の手法及び各種媒体の効果的な活用方法等、提案力強化のためのセミナー及び個別研修を実施。

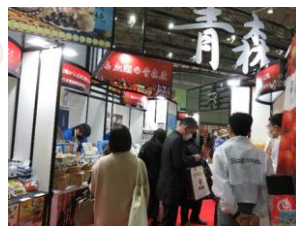


(2) 展示商談会への出展支援

首都圏及び西日本で開催される大規模展示商談会「スーパーマーケット・トレードショー2021」、「FABEX関西2020」に「青森県ブース」を設置し、県内事業者の出展・商談を支援。

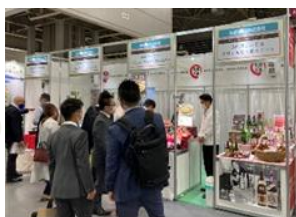
【スーパーマーケット・トレードショー2021】

- 日時：令和3年2月17日(水)～19日(金)
10:00～17:00(最終日は16:00まで)
- 会場：幕張メッセ(千葉市美浜区)
- 来場者数：26,385名
- 出展者数：22者



【FABEX関西2020】

- 日時：令和2年10月28日(水)～29日(金)
10:00～17:00
- 会場：インテックス大阪(大阪市住之江区)
- 来場者数：24,023名
- 出展者数：4者



(3) 事後研修の実施

展示商談会開催後、商談成立のためのアピール方法等について出展者ごとに専門家によるアドバイスを実施(取得名刺の分析・活用、見込み客への対応方法等)。



3. 県外向け商品企画力向上事業

首都圏・西日本向け商品開発に向けて、首都圏・西日本の商品の傾向や流通動向を学ぶとともに、商品企画のノウハウを指導することにより、県内事業者の県外向け商品企画力を向上させる。

○参加事業者数：5者

○商品企画相談会

各商品の味や量目、デザインを県外向けに指導。
(9月、10月、12月、2月)

○バイヤーヒアリング、代行商談

各事業者の希望する販路のバイヤーに商品のヒアリング、代行商談を実施。



《販路拡大に向けた支援：令和3年度の取組》

【令和2年度2月補正】ECサイト活用事業者支援事業費

予算額 10,396千円

現状と課題

【現状】

- ①国内の消費者向けEC(電子商取引)の市場規模は拡大傾向にある。
- ②新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、生活様式は変化し、この傾向はさらに加速していくものと認識。
- ③食品・非食品問わず、従来のモール型のほか、セレクトショップ型のECサイトが全国的に拡大傾向にある。
- ④食品・非食品問わず、競合するサイトが多いため、県内事業者がノウハウがなければ、消費者がサイトにたどり着くことはなく、商品が埋もれてしまう。

【課題】

ECサイト向けの商品企画や他社との差別化の図り方、情報発信の仕方などの最新のノウハウを保有している県内事業者が少ない。

事業内容

【概要】

新型コロナウイルス感染症の影響を乗り越えるため、現在実施している食品分野に加え、非食品分野(クラフトや日用雑貨等)のECサイトを活用した販路開拓に取り組む県内事業者のノウハウ取得を支援し、自社に適した販路開拓を自ら行う事業者の育成に取り組む。

1 ECサイト向けノウハウ取得支援

808千円

(1)講座の開催 (取組の拡充)

ECサイト向けの商品開発や販売先ECサイトの選定方法、新たな販売チャンネルにおける販路開拓に向けた講座を開催する。講座のテーマを複数設定し、事業者は自社の課題に合ったものを受講。

(2)成果発表会の実施 (新規)

取組2の成果発表会を開催し、その事業の成果を広く周知することにより、ECサイトを活用した販路開拓に関心のある県内事業者へノウハウを波及。

2 ECサイト活用支援

9,588千円

(1)専門家による個別指導 (取組の拡充)

ECサイト向けの商品開発や情報発信手法など、各事業者の課題解決に向けて専門家による個別指導を実施する。

(2)複数のECサイトにおいてテストマーケティング (取組の拡充)

モールやセレクトショップのECサイト等においてテスト販売を実施する。

(3)テスト販売結果のフィードバック

テスト販売結果等を事業者にフィードバックする。

(4)ECサイトバイヤーによるアドバイス会議 (新規)

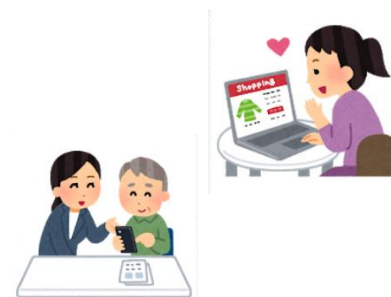
テスト販売終了後、各ECサイトバイヤーを県へ招聘し、アドバイス会議を開催する。

事業効果

時代の変化に対応し、自社に適した販路開拓を行う事業者の育成

具体的な事業成果(見込み)

- ◆14者がECサイトを活用した販路開拓に取り組むためのノウハウを取得
- ◆成功事例を広く周知し、県内事業者へノウハウを波及



《販路拡大に向けた支援：令和3年度の取組》

「選ばれる青森」食品事業者スキルアップ支援事業費（継続）

予算額 6,390千円

現状と課題

現状

- 新型コロナウイルス感染症感染拡大が消費活動に影響を及ぼし、消費需要の動向は予測できず、**より消費者に選ばれる商品の開発**が求められている。また、既存の県内の販路だけではなく、**より広く、県外への販路を拡大**することが求められている。
- 県内の市場規模が縮小するなか、首都圏・西日本等県外への販路開拓の**意欲が高まっている**。
- 消費者はより安心・安全な商品を探しており、首都圏や西日本において、**本県発の食品をPRする絶好の機会**が到来している。

課題

- 県内企業は、県外への販路開拓に意欲はあるが、輸送コスト等がネックとなり取組を躊躇。
- 首都圏・西日本に向けた、県内企業の**マーケティング・商品企画のノウハウ不足**。
- 商品企画力や商品提案力等により、個別事業者の商談成果には大きな差が発生。
- 専門家からは、県内事業者の、県内流通向け商品と県外向け商品の違いの認識の欠如が指摘されている。

事業内容

首都圏・西日本等での販路開拓に取り組むための県内中小企業者のノウハウの取得を支援し、自社に適した**販路開拓を自ら行う事業者の育成**に取り組む。

取組1 販売チャネル開拓事業者支援事業（③3,911千円）

首都圏及び西日本における販路開拓に取り組む事業者の小売店向け販路開拓のノウハウ取得支援を行う。

(1) 展示会出席

首都圏・西日本の展示会に、青森県ブースとして出展。

●首都圏(市町村等による実行委員会)1回 ●西日本 1回

※西日本への販路開拓を進めるにあたっては、Aプレミアムや

総合販売戦略課の「西日本エリアでの販路開拓強化事業」と連携。

(2) フィードバック指導

展示・商談会後の商談の進め方について、出展企業ごとにアドバイスを行い、アフターフォローする。

※取得名刺の分析方法、商談先への営業の継続方法など

取組2 県外向け商品企画力向上事業（③2,479千円）

首都圏・西日本向け商品開発に向けて、首都圏・西日本の商品の傾向や流通動向を学ぶとともに、商品企画のノウハウを指導することにより、**県内事業者の県外向け商品企画力を向上**させる。

(1) 首都圏・西日本向け商品、流通動向勉強会(セミナー)

味や量目、物流コストを踏まえた価格設定などを学ぶ。

(2) 商品企画相談会

商品企画について、専門家から継続的な個別指導を受ける。

複数回の個別指導を受けた後は、ブラッシュアップした商品について、バイヤーからの評価を受け、最後にフィードバックの個別指導を受ける。

事業効果

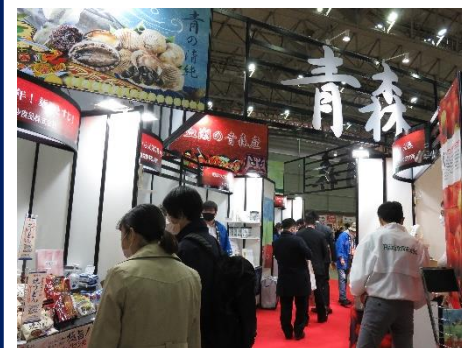
- ・首都圏、西日本等での販路開拓に取り組むためのノウハウの取得
- ・自社に適した販路開拓を行う事業者の育成



- ・外貨獲得の拡大
- ・「経済を回す」取組の強化

今後の方向性

- ・令和2～3年度を取組内容や実施結果を踏まえ、商工団体や事業者へのノウハウの移転を進める。
- ・展示会の開催方法の見直しは今後は予想されるため、出展方法について検討する。



《販路拡大に向けた支援：令和3年度の取組》

【令和2年度2月補正】ECサイトを活用した「メイドインあおもり」応援事業費

予算額180,307千円

現状と課題

現状

○国内の消費者向けEC(電子商取引)市場は拡大傾向にある。

○新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて、生活様式は変化し、この傾向はさらに加速していくものとみられる。

○ECサイトを活用する事業者支援については、これまで重点枠事業等により取組を進めているが、県内で製造された商品の県外における認知度の低さがECでの売上増につながらない一因となっている。

○また、県民のECサイト利用割合は全国平均(43.4%)と比較して低く(31.7%・全国44位)、ECサイト活用による消費拡大の伸びしろは大きい。

※総務省：令和元年度通信利用動向調査

課題

○県内外の一般消費者に向けた、「メイドインあおもり」商品(県産品)へのEC需要の喚起が必要。

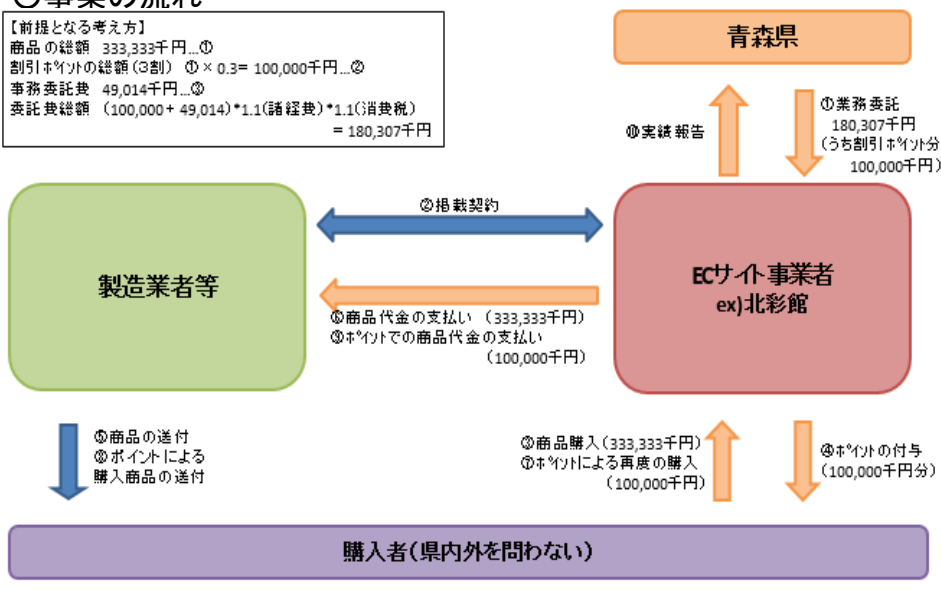
事業内容

新型コロナウイルス感染症の影響を受けて消費が冷え込む中、県内事業者を支援するため、ECサイトを活用して、県内で製造された商品を購入する際、購入者に一定の割引ポイントを付与する。

- ①ポイント付与率等 販売価格の3割を購入したECサイトで活用できるポイントとして付与
- ②ポイントの総額 100,000千円(総額333,333千円の3割)
- ③対象商品 県内で製造された商品(工業製品、加工食品、伝統工芸品、等)
- ④想定委託先 県産品を扱うECサイト事業者等

○事業の流れ

【前提となる考え方】
 商品の総額 333,333千円...①
 割引ポイントの総額(3割) ① × 0.3 = 100,000千円...②
 事務委託費 49,014千円...③
 委託費総額 (100,000 + 49,014) × 1.1(諸経費) × 1.1(消費税) = 180,307千円



事業効果

○非接触での商品の購入・送付による感染拡大防止

○県内外からの商品への需要喚起

○県外在住者に対する「メイドインあおもり」商品のPR

新型コロナウイルス感染症による製造業等への影響の緩和による経済活性化