

くまもと県南フードバレー構想

平成25年3月

熊本県

目次

第1章 フードバレー構想とは

(1) 構想策定の趣旨	1
(2) 熊本県の現状と課題	1
(3) 日本における「農林水産業」「食」の可能性	2
(4) 『フードバレー構想』の展開	2
(5) 『フードバレー構想』の対象となる産業等	3
(6) 構想推進エリア	4

第2章 県南地域を取り巻く環境

2-1 県南地域の社会的状況	5
2-2 県南地域の産業等の現状	8
(1) 産業構造	8
(2) 農林水産業	9
(3) 製造業	14
(4) 八代港	18
2-3 「食」関連産業の現状とニーズ	20
(1) 3つの分野における強みと課題	20
(2) 「食」関連産業の振興に係るニーズ	23

第3章 構想推進に向けた取組みの方向性

～ニーズから見えてきたもの～

(1) 6次産業化・農商工連携による地域内生産物等の高付加価値化	25
(2) 地域内生産物等を活かす企業・研究開発機能等の集積	27
(3) アジアとの貿易拡大・首都圏等への販路拡大	29
(4) 人材育成の強化・推進体制の構築	31

第4章 推進体制

4-1 構想推進のための役割分担・・・・・・・・・・・・・・・・	34
(1) 農林水産業者・商工業者に期待される役割	
(2) 大学・研究機関に期待される役割	
(3) 行政機関（県、関係市町村）が果たすべき役割	
4-2 『フードバレー構想』の推進体制の構築・・・・・・・・	35
資料編・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	36

第1章 フードバレー構想とは

(1) 構想策定の趣旨

平成23年12月に策定した「政令指定都市誕生後の県内各地域の将来像」(以下、「ビジョン」という。)において、県南地域^{※1}の主な取組みの一つとして、県内有数の農業生産地という特性に着目し、食品関連産業を中心とした企業、研究施設等の誘致や地場企業の振興により集積を図ることを位置づけています。

また、平成24年6月に策定した「幸せ実感くまもと4カ年戦略」においては、このビジョンの考え方を基に、県南地域活性化の起爆剤として、『フードバレー構想』を策定し、関係自治体や産業界と一体となって展開することとしています。

こうしたことから、今回、県南地域の豊富な農産物等を活かした産業の振興と地域の活性化を目指す『フードバレー構想』を策定します。

(2) 熊本県の現状と課題

急速に進む人口減少や少子高齢化、県内における地域間格差や一極集中への懸念など、本県を取り巻く状況は厳しさを増しています。

このような状況の中、本県では平成23年3月の九州新幹線の全線開業、平成24年4月の熊本市の政令指定都市移行と、まさに百年に一度のビッグチャンスの時期にあります。このチャンスを最大限に活かし、県内各地域の活性化や県勢全体の発展につなげていくことが必要です。

県内各地域に目を向けると、県央・県北地域では昭和50年代から先端産業の集積を目指して進められた「テクノポリス構想」により、半導体生産・研究拠点の形成が進み、半導体関連産業は今や本県を支える重要な産業へと成長しています。

一方で、県南地域には、その効果が十分には及んでおらず、地域経済は厳しい状況にあり、県内第2の都市である八代市を中心とした県南地域の活性化は、本県の最重要課題の一つとなっています。そのため、“広大な優良農地や整備された施設園芸ハウス、豊かな森林や漁場によってもたらされる豊富な農林水産物”や“九州新幹線・高速道路などの高速交通網の結節点としての機能”、“アジアに向けた物流の拠点としての八代港”といった県南地域が有するポテンシャルを最大限に活用した戦略が求められています。

※1 「県南地域」とは、ビジョンで示した、概ね八代地域、水俣・芦北地域、人吉・球磨地域の3地域からなる広域的な地域を指す。

(3) 日本における「農林水産業」「食」の可能性

経済の急速なグローバル化や歴史的な円高等の影響により、これまで日本を支えてきた自動車や家電などの高度なものづくり産業の優位性が揺らぎつつあります。そうした中、安全・安心な食料の供給に加え、自然環境の保全、水源のかん養、良好な景観の形成など、農林水産業が有する多面的な機能が注目されています。また、健康・教育・観光等の様々な領域で「食」を活用する取組みが始まっており、農林水産業や「食」に関連する産業は我が国における新たな成長産業として期待され、市場規模の拡大が予想されています。

(4) 『フードバレー構想』の展開

県南地域では、この地域が持つ豊富な農林水産物をはじめとする様々なポテンシャルを鑑みると、農林水産物を中心としながらも広く「食」に関連する産業の活性化を図ることが有効だと考えられます。

そこで、6次産業化^{※2}や農商工連携の促進により、地域内の農林水産物の高付加価値化を図るとともに、食品・バイオなどの研究開発機能や企業を集積させる「フードバレー^{※3}」の形成を推進することで、県南地域全体の活性化を目指します。

そのため、今後の目指すべき姿や取組みの方向性を示す『フードバレー構想』を策定し、「食」関連産業の振興に向けた幅広い取組みを展開していきます。

なお、個別具体の取組みについては、実施計画を策定しながら進めていくこととしています。

※2 「6次産業化」とは、農業者が生産（第1次産業）、加工（第2次産業）、販売・流通（第3次産業）の一体化により付加価値を増大させる経営の多角化の取組みのこと。

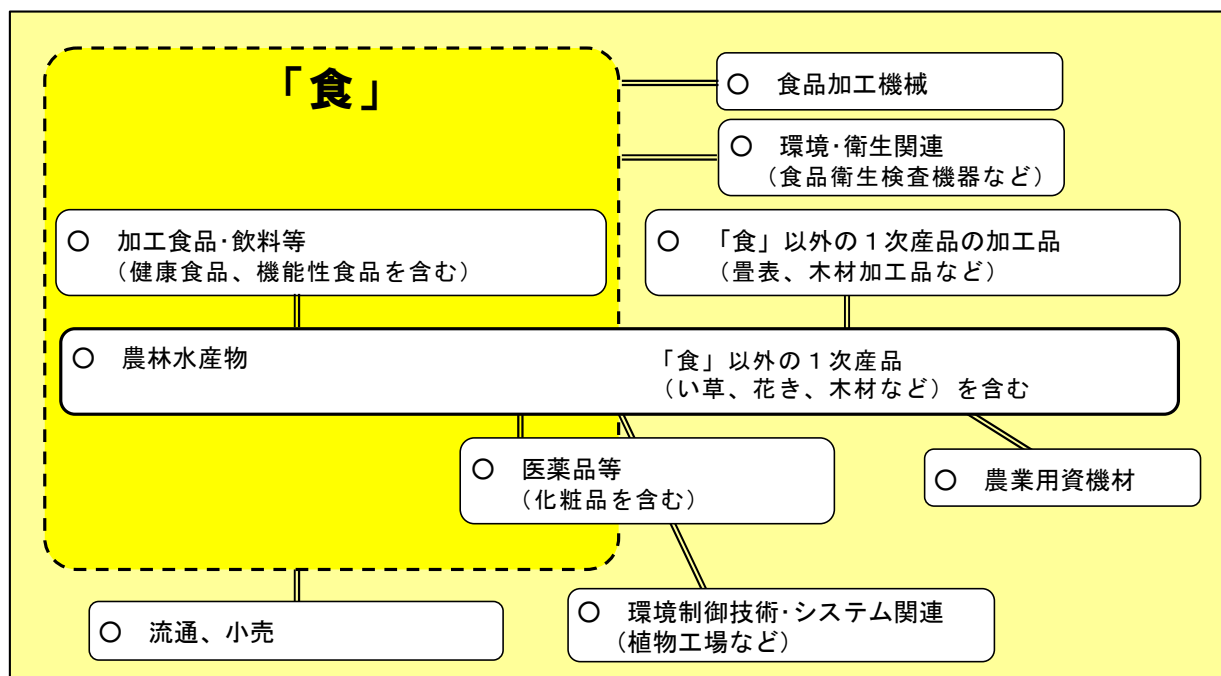
※3 「フードバレー」とは、アメリカ・カリフォルニア州の先端技術産業の集積地である「シリコンバレー」に由来し、「フード(食)」関連産業の集積地という意味で使われている。オランダのワーヘニンゲン市周辺の食品関連産業の集積地が「フードバレー」と呼ばれており、日本国内では静岡県富士宮市をはじめ、北海道帯広市や栃木県が「フードバレー」の形成を目指した取組みを行っている。

(5) 『フードバレー構想』の対象となる産業等

本構想では、以下に掲げているように、農林水産物や加工食品・飲料等といった「食」そのもの、また、これらを原料とする医薬品や化粧品などの製品に加え、生産や流通、小売に至るまでの様々な過程に関わる幅広い分野の産業も対象としています。さらには、県南地域で生産が盛んない草や花き、木材などの「食」以外の1次産品やそれに関連する産業も同様に「食」関連産業と位置付け、本構想の対象とし、取組みを展開していきます。

- 農林水産物（い草、花き、木材なども含む）
- 加工食品・飲料等（健康食品、機能性食品を含む）
- 医薬品等（化粧品を含む）
- 「食」以外の1次産品の加工品（畳表、木材加工品など）
- 農業用資機材
- 食品加工機械
- 環境・衛生関連（食品衛生検査機器など）
- 流通、小売
- 環境制御技術・システム関連（植物工場^{※4}など）
- その他（「食」関連製品など）

【「食」関連産業のイメージ】



※4 「植物工場」とは、施設内で植物の生育環境（光、温度、湿度、二酸化炭素濃度、養分、水分等）を制御して栽培を行う施設園芸のうち、環境及び生育のモニタリングを基礎として、高度な環境制御と生育予測を行うことにより、野菜等の植物の周年・計画生産が可能な栽培施設（完全人工光型、太陽光利用型）のこと。

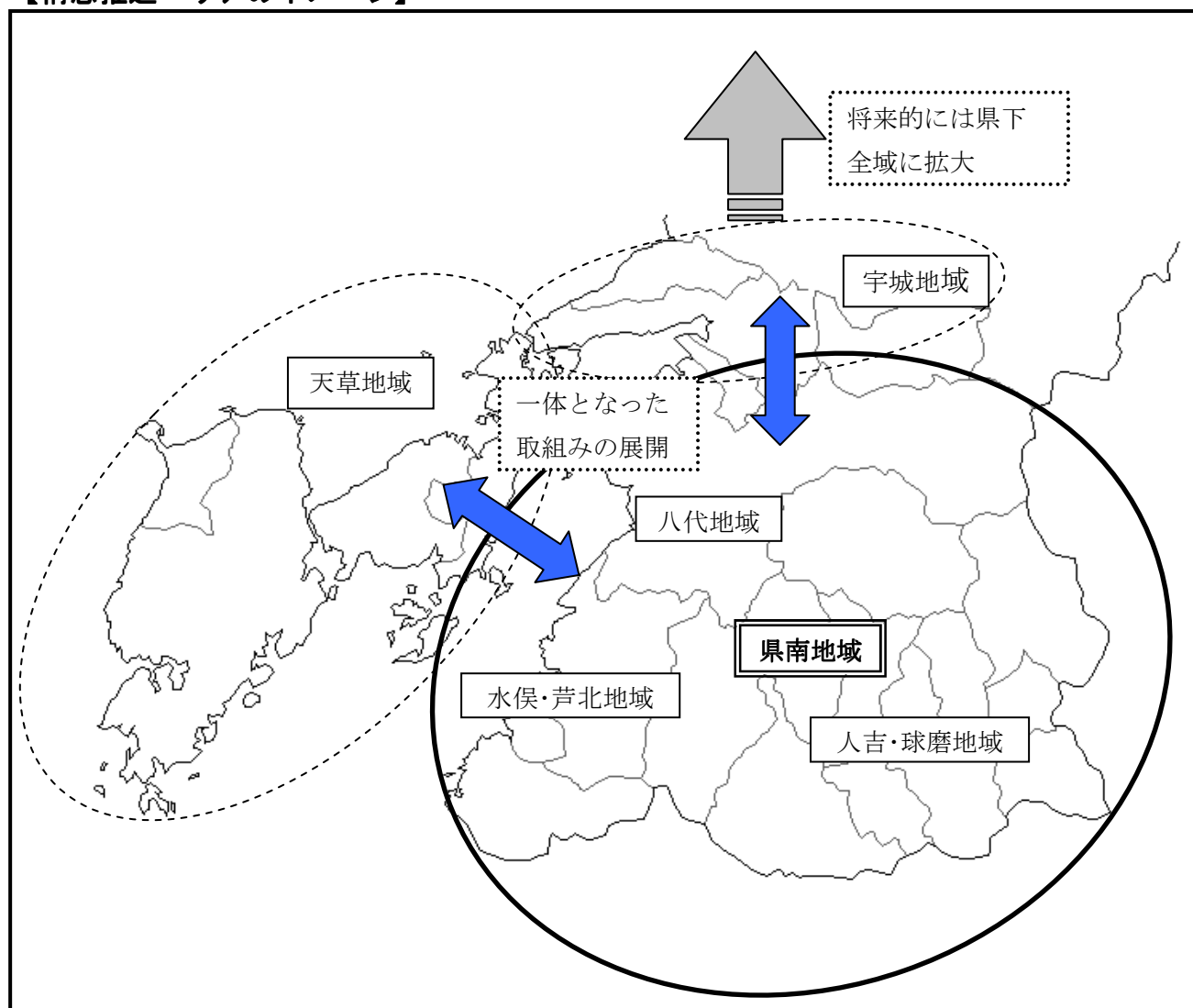
(6) 構想推進エリア

本県第2の都市であり、九州新幹線や高速道路、八代港などにより交通の結節点となっている八代市を中心として、八代地域、水俣・芦北地域、人吉・球磨地域からなる県南地域において、この構想を展開します。

その際、広大な平野部が広がる八代地域、リアス式海岸と九州山地の起伏に富んだ地形をもつ水俣・芦北地域、九州山地に囲まれ盆地を形成している人吉・球磨地域と、異なる地理的条件をはじめ、独自の文化圏の形成など、それぞれの地域特性とともに、「第五次水俣・芦北地域振興計画」や「ふるさと五木村づくり計画」といった個別計画も踏まえながら進めていきます。

また、隣接する宇城地域及び天草地域において地域の特徴を活かしながら本構想と同じ方向性を目指す取組みについては、一体となった展開を図ります。なお、将来的には取組みを県下全域に拡大していくことを目指します。

【構想推進エリアのイメージ】



第2章 県南地域を取り巻く環境

『フードバレー構想』の推進により県南地域を活性化するためには、地域の現状をしっかりと踏まえながら、地域が有する強みを最大限に活かし、課題の解決を図っていくことが求められます。

そこで、本章では、県南地域における社会的な状況や産業の現状などを分析するとともに、この構想の中心となる「食」関連産業における地域の強みや課題を整理します。

2-1 県南地域の社会的状況

八代地域、水俣・芦北地域、人吉・球磨地域の3地域からなる県南地域の人口は、平成22年国勢調査によると、約29万人と県全体の約16%を占めています。

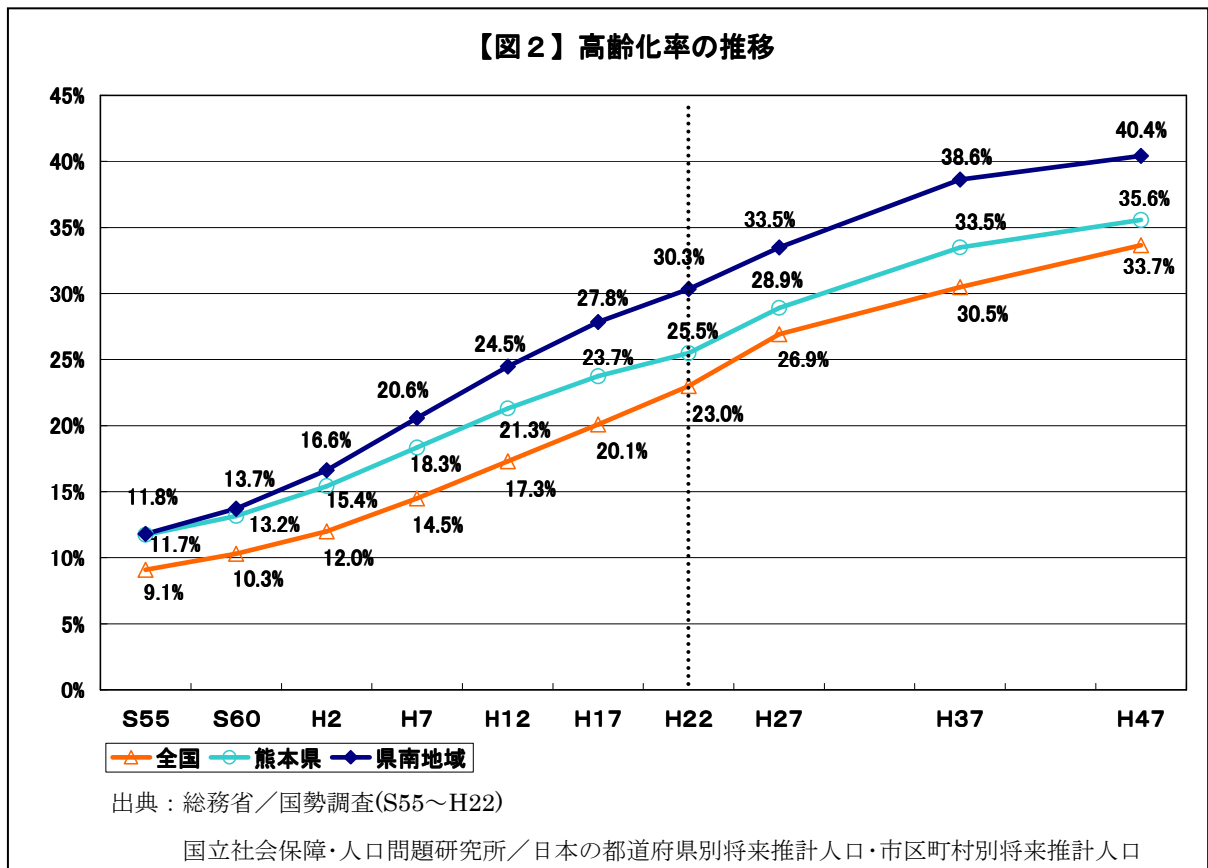
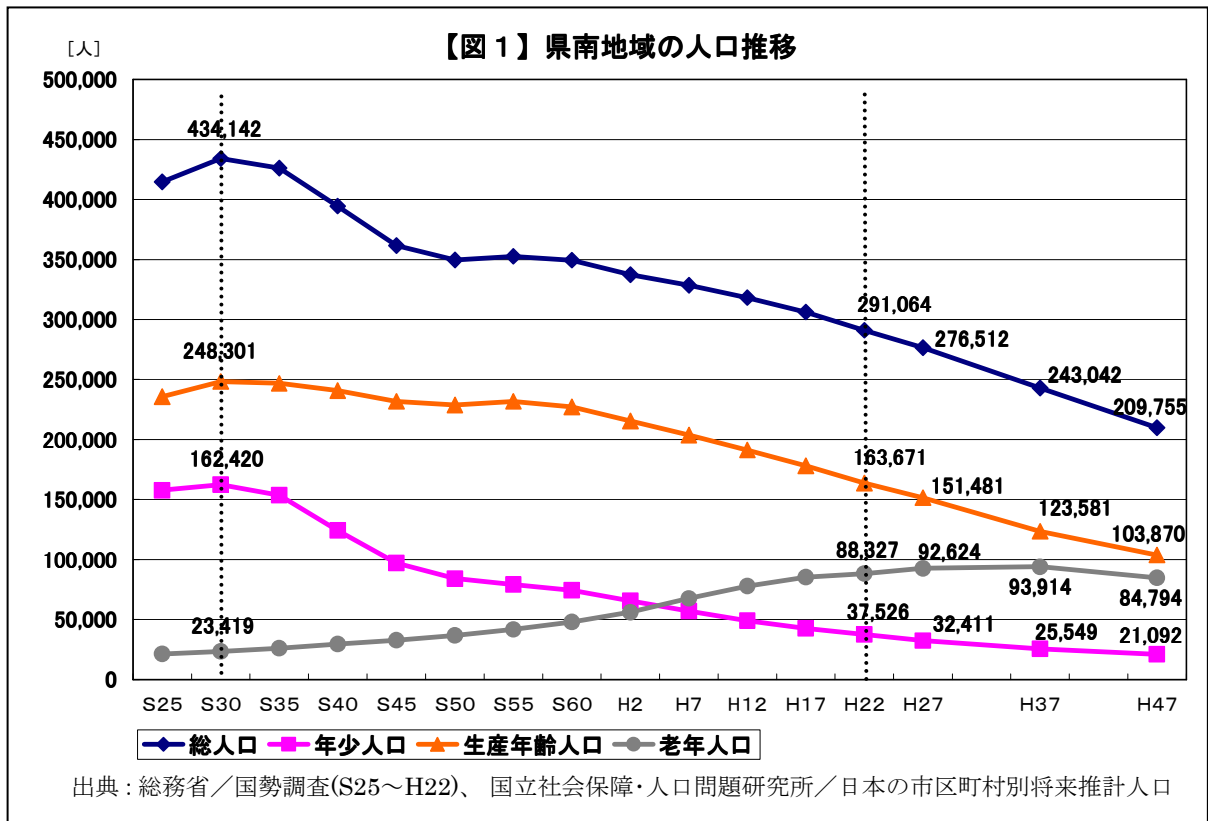
県南地域の人口は、昭和30年をピークに減少傾向にあり、平成22年までに30%以上減少しています。特に年少人口の減少が著しく、昭和30年と比較すると80%近く減少しています。また、平成17年国勢調査を基にした将来推計でも、県南地域の人口は減少を続け、平成47年には約21万人となり、昭和30年の半分以下、平成22年と比較しても30%近く減少することが予想されています。(図1)

一方で、老年人口は増加しており、年少人口・生産年齢人口の減少と併せて、少子高齢化が急速に進んでいます。平成22年の県南地域の高齢化率は30.3%と全国より7.3ポイント、県全体の平均より4.8ポイント高くなっており、今後も更に高齢化が進むことが予想されています。(図2)

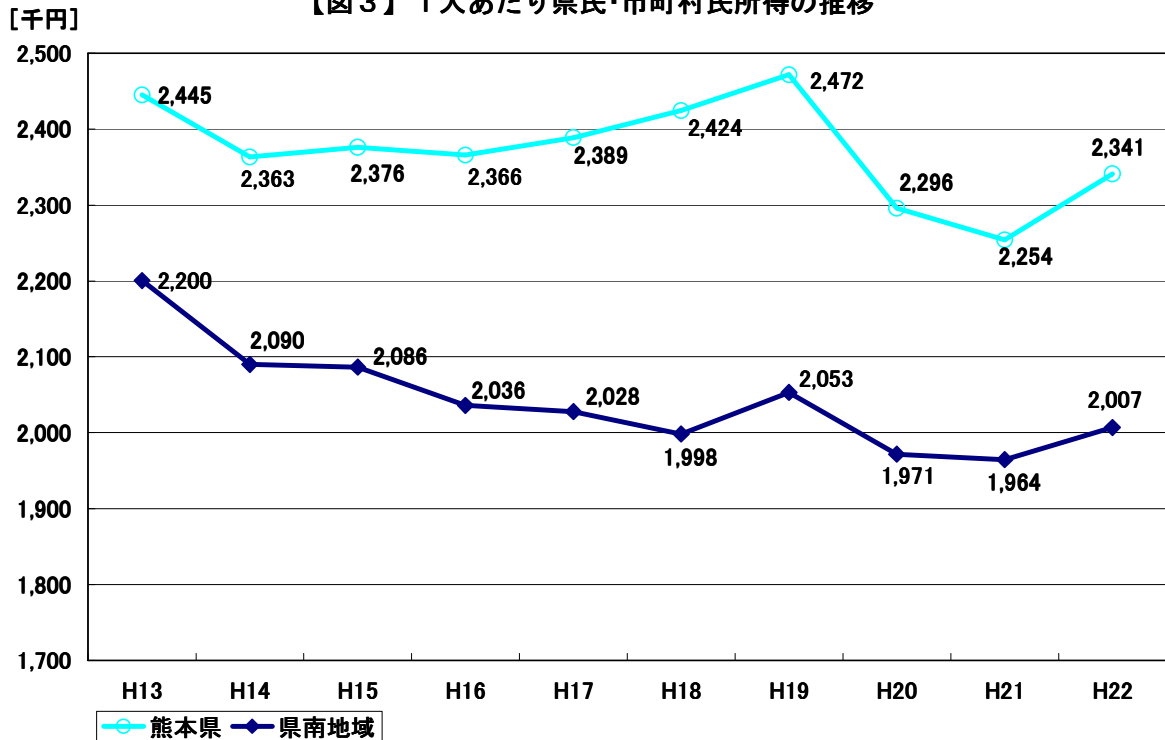
このように人口減少・少子高齢化が急速に進む県南地域は、経済的にも厳しい状況にあります。過去10年間の1人あたり市町村民所得^{※5}の推移を見ると減少傾向にあり、その水準は1人あたりの県民所得と比較して33万円ほど低くなっています。(図3)

また、雇用状況を見ても、県南地域の有効求人倍率はリーマンショックなどの世界的な経済危機の影響などから大きく落ち込み、平成21年度には0.30倍となりました。平成22年度以降は回復傾向にあるものの、平成24年度(4～翌1月)における有効求人倍率は県平均を0.12ポイント下回る0.55倍となっており、依然として厳しい状況が続いています。(図4)

※5 「1人あたり市町村民所得」とは、雇用者報酬や財産所得(利子・配当など財産の運用による所得)、企業所得(法人企業などの利潤)を合計した市町村民所得を総人口で割ったもの。市町村の経済水準を比較するための指標の一つであり、個人の所得を示すものではない。

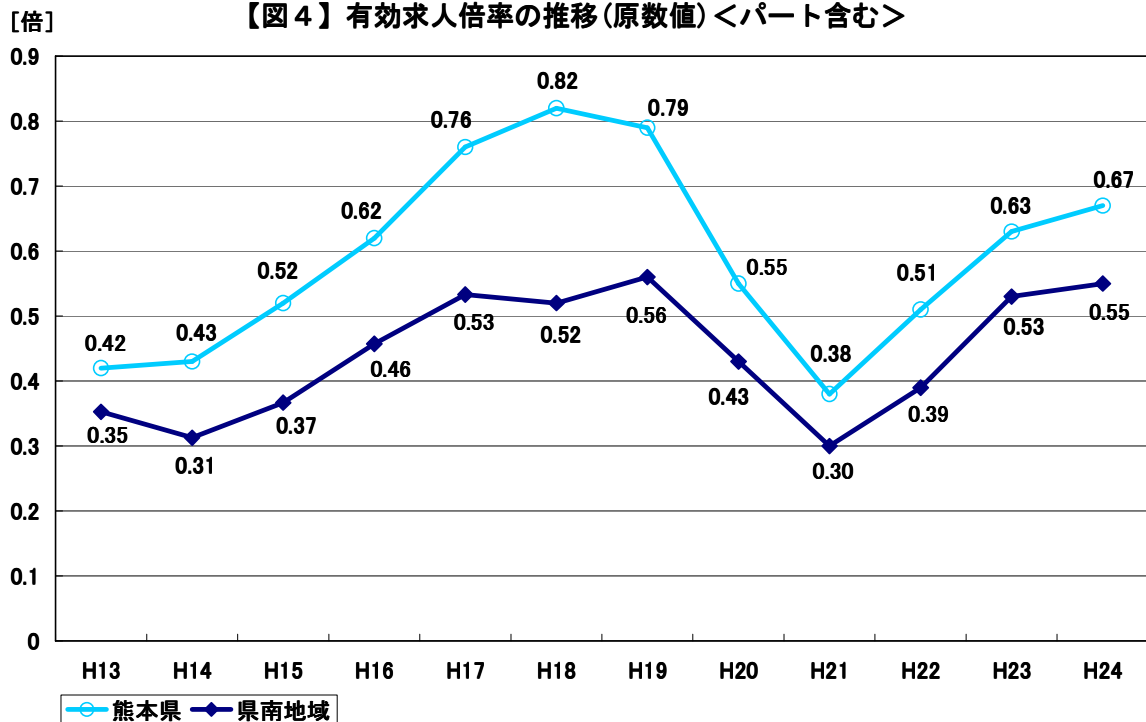


【図3】 1人あたり県民・市町村民所得の推移



出典：熊本県統計協会／市町村民所得推計報告書(H13~22年度)

【図4】 有効求人倍率の推移(原数値)＜パート含む＞



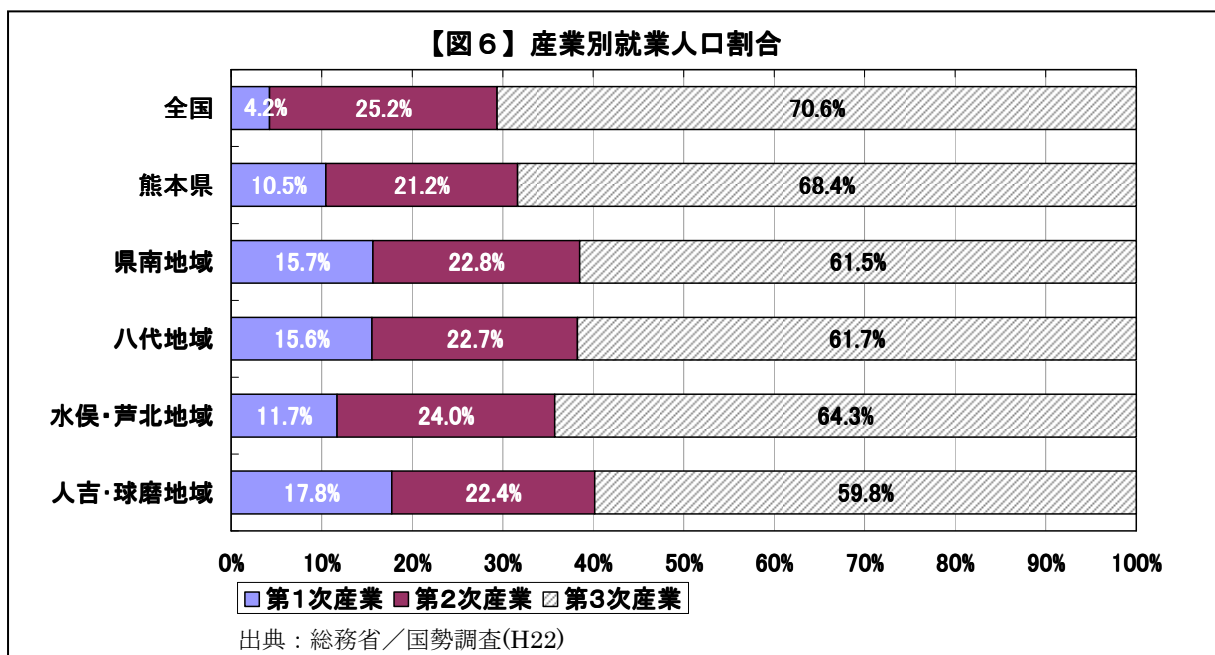
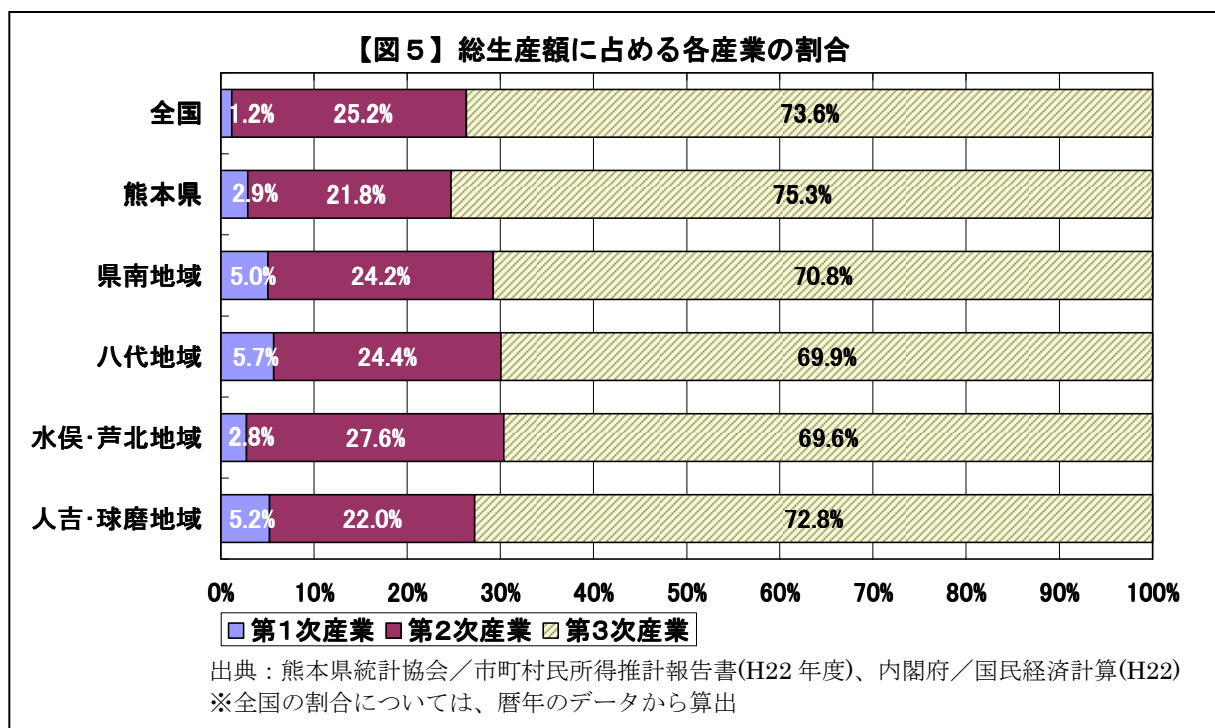
※H24年度は H24.4月～H25.1月の数値。

出典：熊本労働局／くまもと職業安定業務月報、職業安定年報

2-2 県南地域の産業等の現状

(1) 産業構造

平成22年度における県南地域の総生産額は約7,900億円で、県全体の約14%を占めています。総生産額に占める第1次産業の割合は5.0%と全国や県全体と比較しても高くなっています。(図5) また、産業別就業人口割合においても、第1次産業は15.7%と全国における割合の3倍以上、県全体と比較しても1.5倍となっており、地域の産業において農林水産業が大きなウェイトを占めています。(図6)



(2) 農林水産業

県南地域における第1次産業総生産額に占める農業・林業・水産業の割合は、それぞれ87.8%、9.4%、2.8%となっており、全国や県全体の傾向と比較すると、林業の占める割合が高く、水産業の占める割合は低くなっています。地域別に見ると、八代地域においては90%以上を農業が占めており、林業や水産業の占める割合は非常に低くなっています。他の2地域については、どちらの地域も農業が70%以上を占めていますが、水俣・芦北地域では林業が約16%、水産業が約9%を、人吉・球磨地域では林業が約18%を占めており、各地域で特徴が異なっています。(図7)

農業では、県南地域の農業産出額は約687億円^{※6}となっており、県全体の約23%を占めています。特に耕種^{※7}では地域の特徴が強く、八代地域は産出額の約60%を野菜が占めているのに対し、水俣・芦北地域では約60%が果樹、人吉・球磨地域では米・野菜・工芸農作物の3品目がそれぞれ30%前後となっています。(図8) また、畜産については、水俣・芦北地域では農業全体の約20%を、人吉・球磨地域では約45%を占めており、各地域でそれぞれの特長を活かした多彩な農業が営まれています。(図9)

1経営体あたりの生産農業所得^{※8}を見ると、全国より約40万円、県全体より約8万円高くなっています。特に、八代地域は全国や県全体の金額を大きく上回っています。(図10)

また、6次産業化への取組状況を見ると、農産物の加工については、全国や県全体と比べ、やや高くなっており、消費者への直接販売については、県南地域としては全国よりも低いものの、水俣・芦北地域ではやや高くなっています。(図11)

次に、農業従事者について見ると、八代地域では全国や県全体よりも若い世代の割合が高くなっています。(図12)

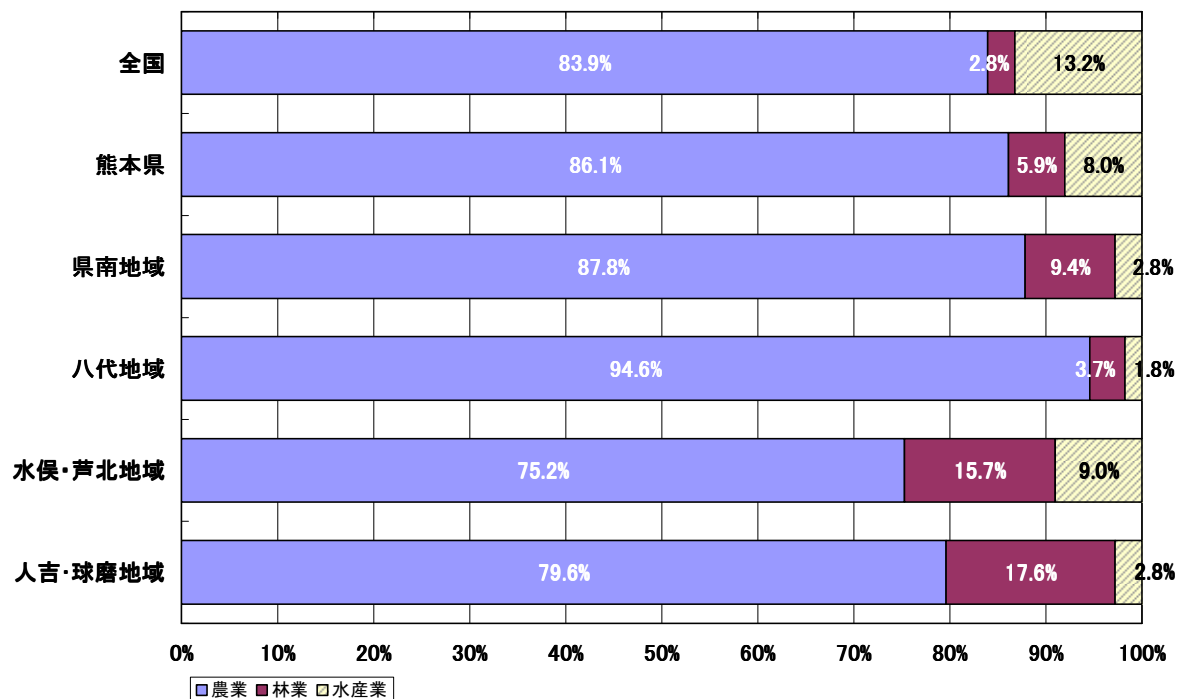
林業では、本県の林業総生産のうち約39%を県南地域が占めており、非常に林業が盛んな地域です。中でも人吉・球磨地域がそのほとんどを占めており、木材生産においては全国有数の産地となっています。(図13)

※6 「平成18年 生産農業所得統計(農林水産省)」より。平成19年以降は市町村別の統計が存在しないため、地域別に算出可能な数値で最新のものを使用した。なお、県南地域が県全体に占める割合についても同統計から算出した。

※7 「耕種」とは、水稻、陸稻、麦類、雑穀豆類、いも類、野菜、果樹、工芸農作物、飼肥料作物、花き、薬用作物、採種用作物、桑の栽培を行う農業のこと。

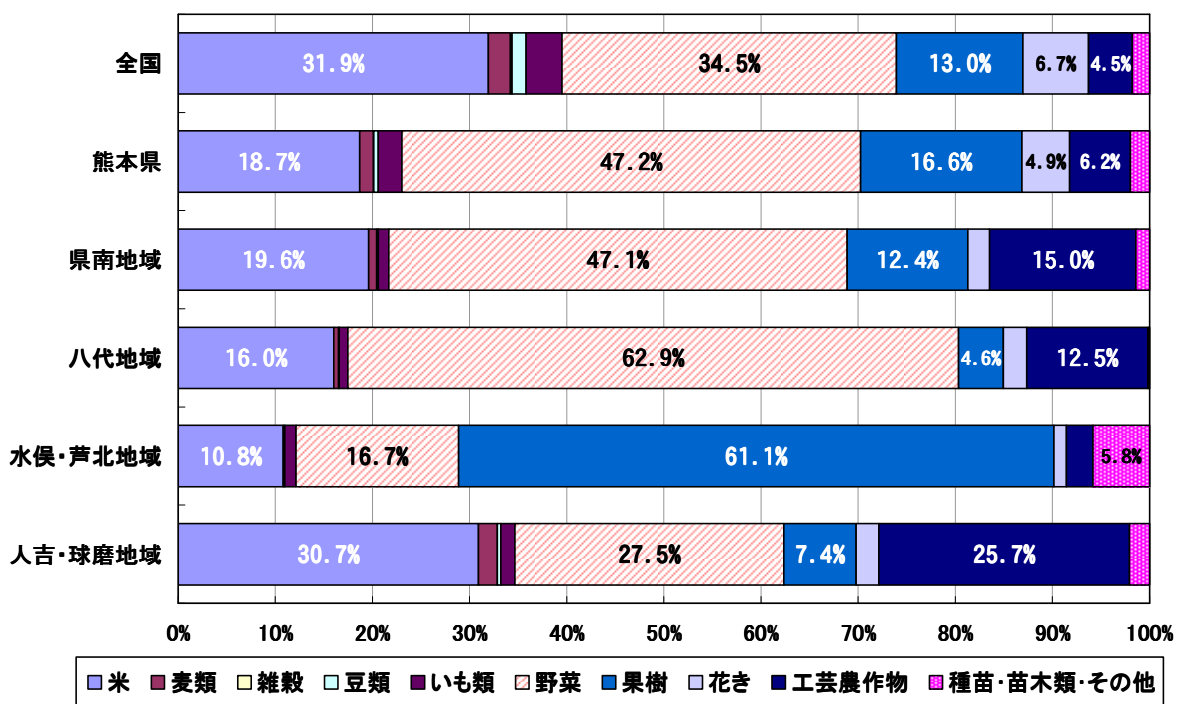
※8 「生産農業所得」とは、農業産出額から物的経費を控除し、経常補助金等を加算した農業純生産(付加価値額)。

【図7】 第1次産業総生産額に占める各産業の割合



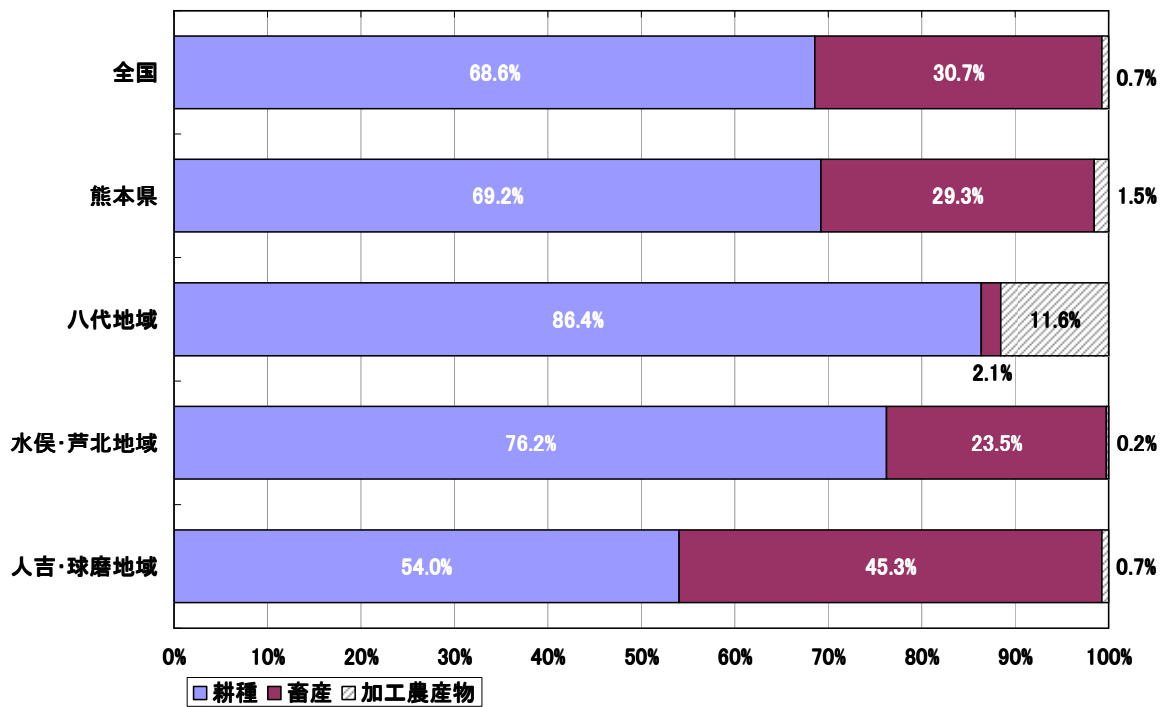
出典：熊本県統計協会／市町村民所得推計報告書(H22年度)、内閣府／国民経済計算(H22)
 ※全国の割合については、暦年のデータから算出

【図8】 耕種部門における算出額の割合



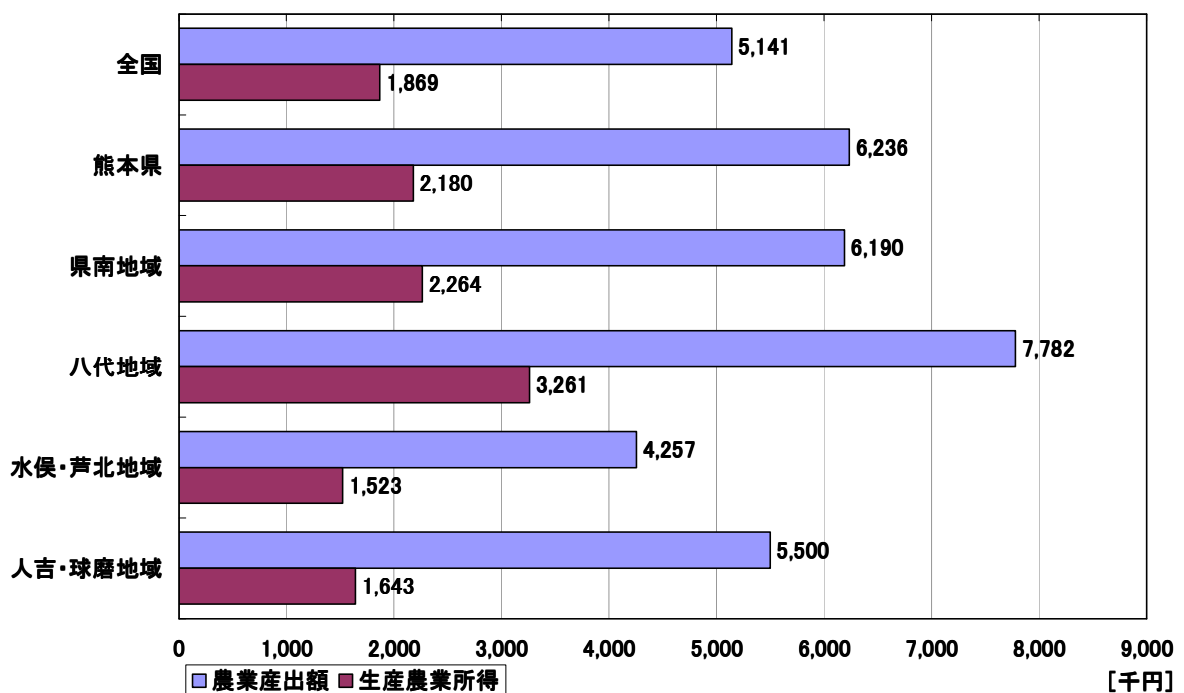
出典：農林水産省／生産農業所得統計(H18)

【図9】農業産出額の割合



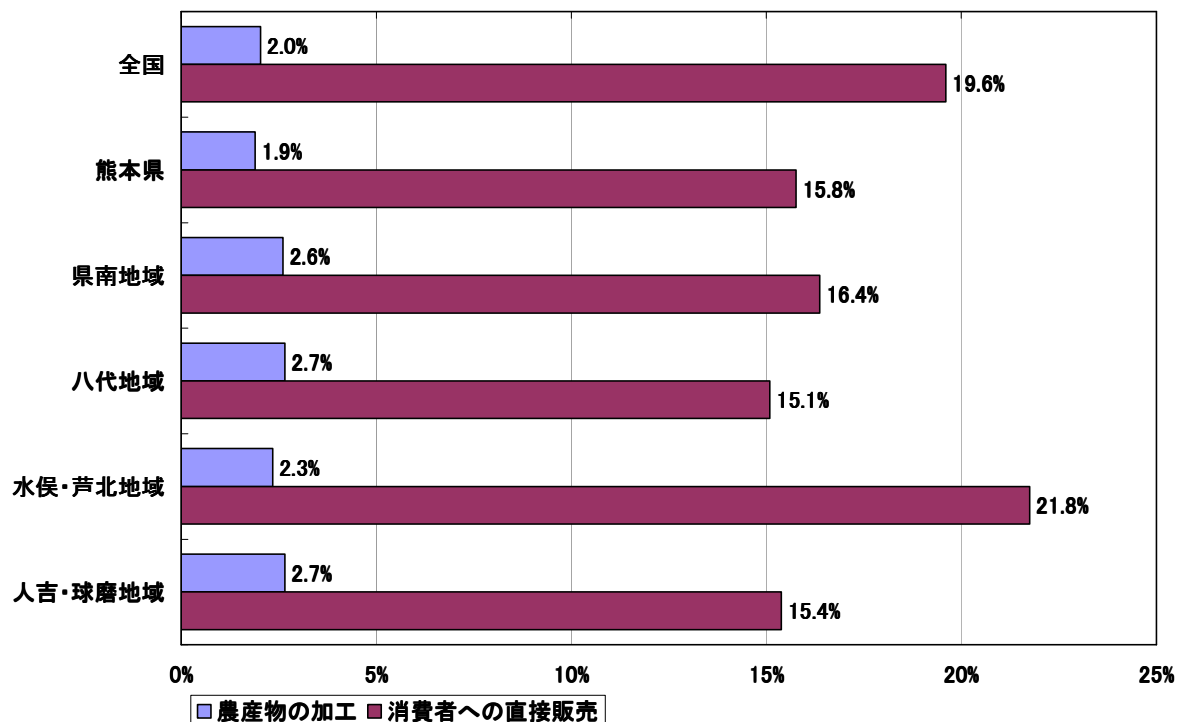
出典：農林水産省／生産農業所得統計(H18)

【図10】1経営体あたりの農業産出額・生産農業所得



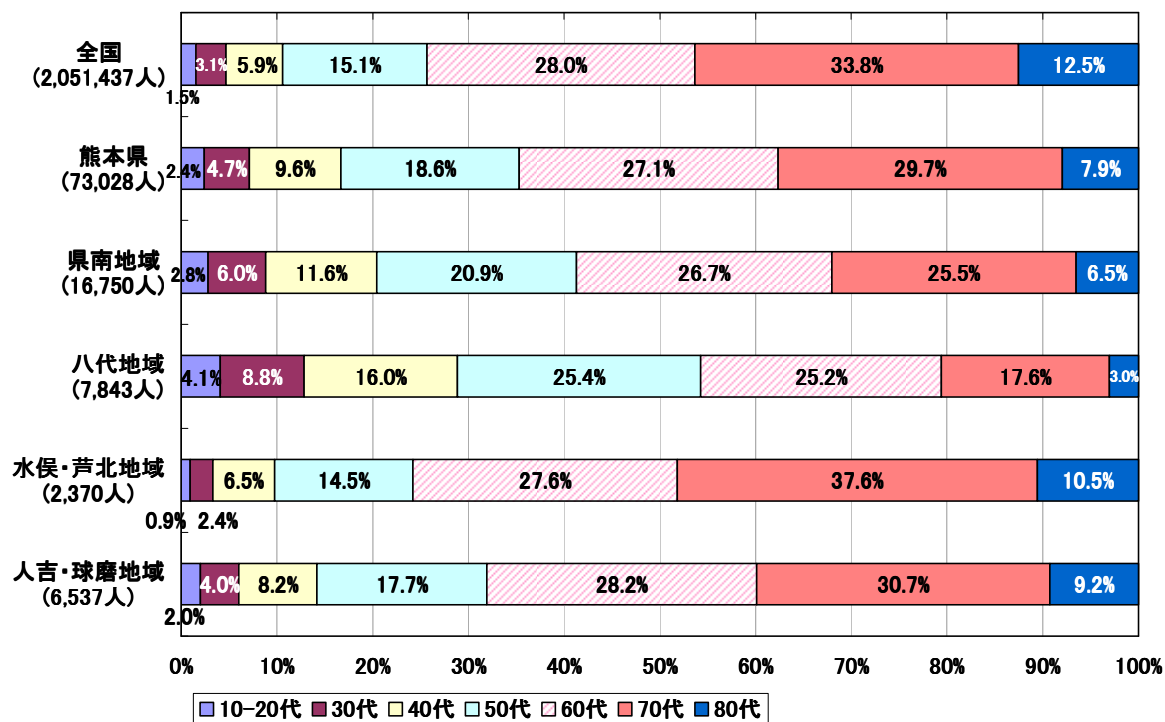
出典：農林水産省／生産農業所得統計(H18)、世界農林業センサス(H22)

【図 1 1】農産物の加工・消費者への直接販売を行う農業経営体の割合



出典：農林水産省／世界農林業センサス(H22)

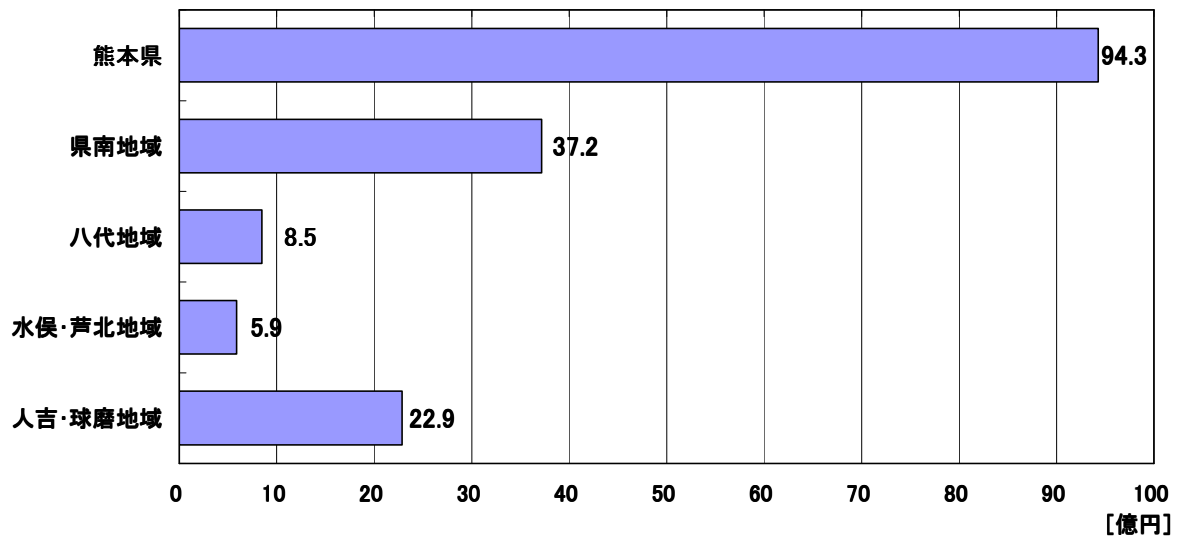
【図 1 2】基幹的農業従事者*の年齢構成



出典：農林水産省／世界農林業センサス(H22)

* 「基幹的農業従事者」とは、自営農業に従事した世帯員（農業就業人口）のうち、調査期日前1年間の普段の主な状態が「仕事に従事していた者」のこと。（ ）内は基幹的農業従事者数

【図13】地域別林業総生産



出典：熊本県統計協会／市町村民所得推計報告書(H22年度)

(3) 製造業

県南地域における平成22年の製造品出荷額は約4,100億円、事業所数は480事業所となっており、それぞれ県全体の約16%、22%を占めています。

製造業の中でも食料品、飲料等の食品関連製造業は、県南地域の製造品出荷額の約21%を占めています。県全体と比較すると食品関連が占める割合はやや高くなっており、比較的食品関連の製造が盛んな地域であると言えます。特に焼酎製造が盛んな人吉・球磨地域においては、出荷額の約20%を飲料等が占めており、地域の中心的な産業の一つとなっています。(図14)

製造品出荷額を見ると、食料品が425億円、飲料等が416億円、食品関連を合わせると841億円となっており、県全体の約19%を占めています。(図15)

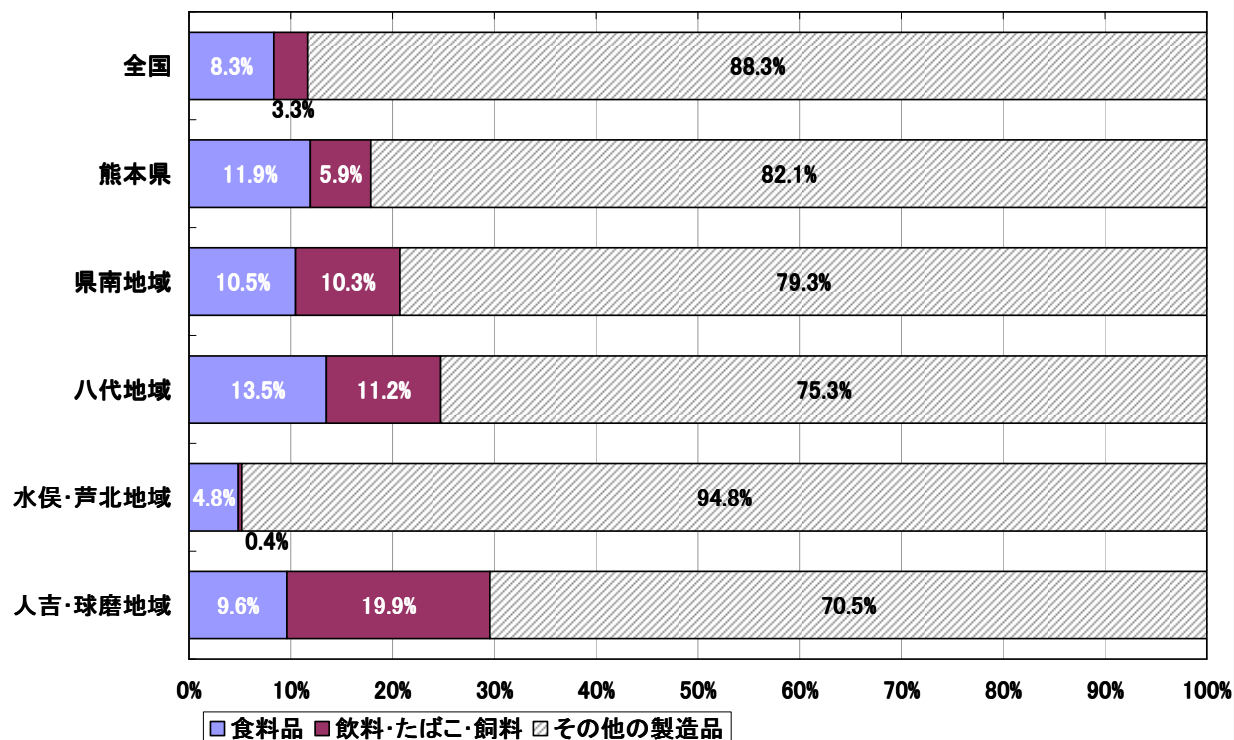
また、事業所数については、食料品が106事業所、飲料等が41事業所となっており、飲料等においては県全体の半数以上の事業所が県南地域に立地しています。(図16)

1事業所あたりの製造品出荷額を見ると、食料品・飲料等ともに全国平均の半分程度となっており、一部に大規模な事業者は存在するものの、地域全体としては小規模な事業者が多い地域です。(図17)

また、食品関連の製造品出荷額に占める付加価値額^{※9}の割合では、全国と比較して10%ほど低くなっています。(図18)

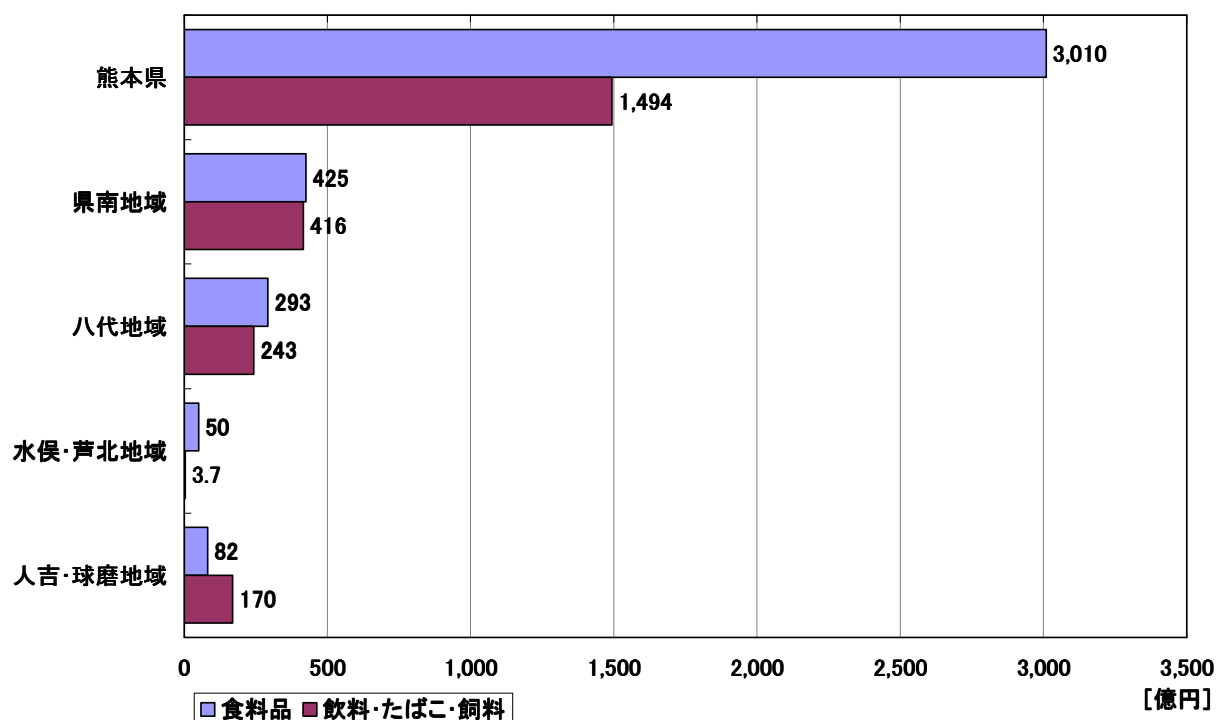
※9 「付加価値額」とは、事業所の生産活動において新たに付け加えられた価値のこと。生産額から原材料費や減価償却費などの諸経費を差し引いたもの。

【図14】 製造業に占める食品関連の割合(出荷額ベース)



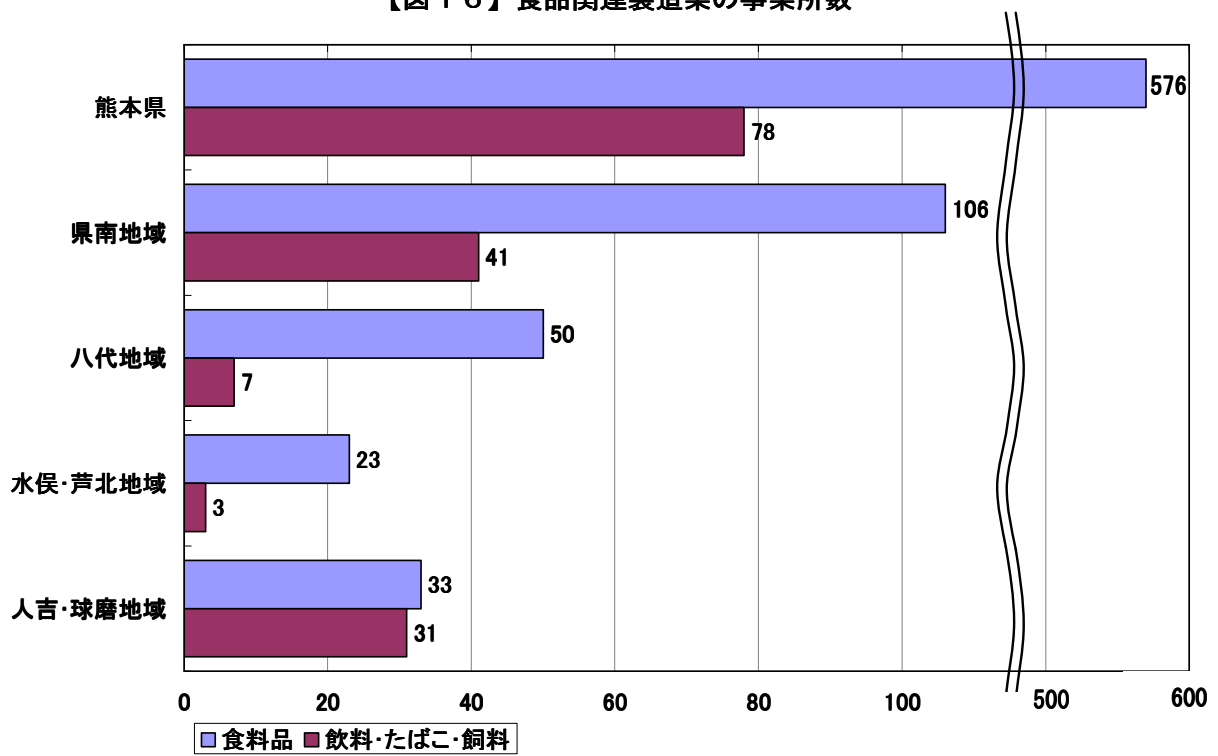
出典：経済産業省／工業統計調査(H22)

【図15】 食品関連の製造品出荷額



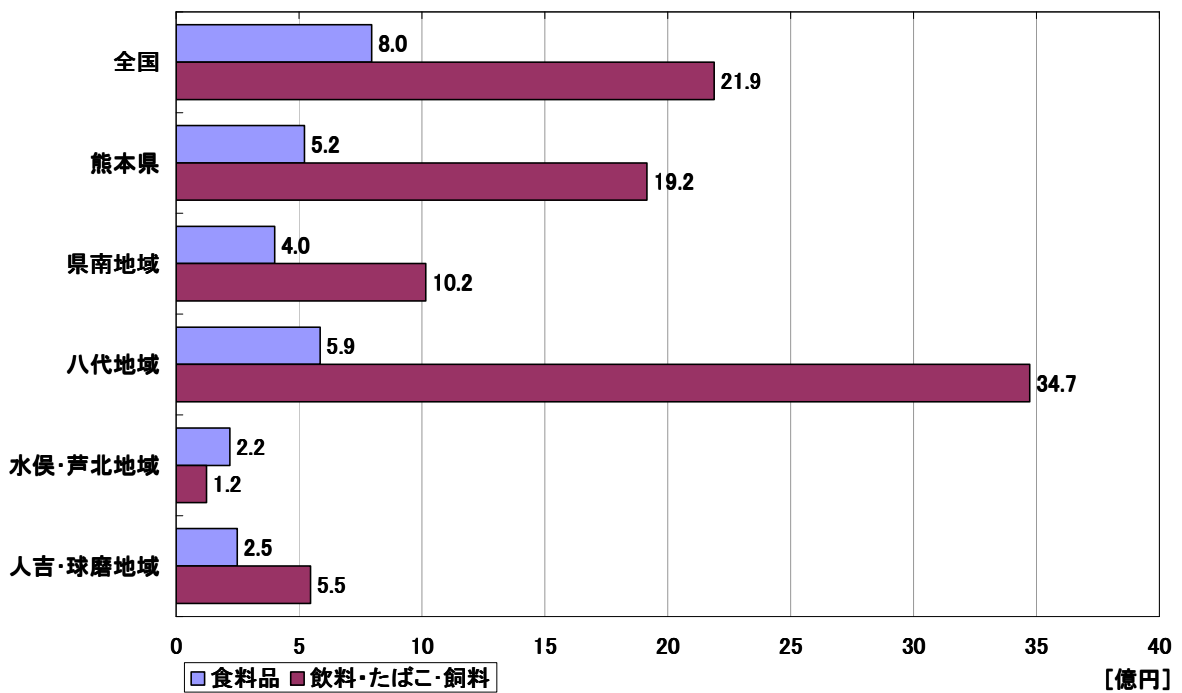
出典：経済産業省／工業統計調査(H22)

【図16】食品関連製造業の事業所数



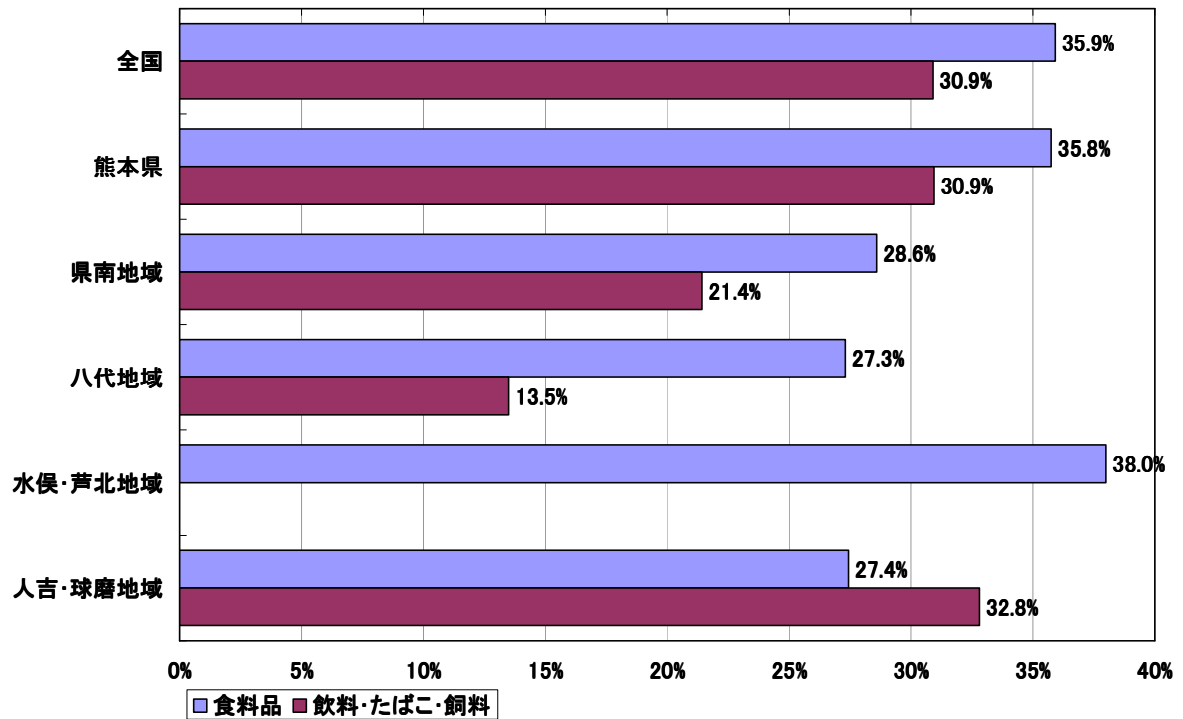
出典：経済産業省／工業統計調査(H22)

【図17】1事業所あたりの製造品出荷額



出典：経済産業省／工業統計調査(H22)

【図18】 製造品出荷額に占める付加価値額※の割合



出典：経済産業省／工業統計調査(H22)

※ 従業員 29 人以下については粗付加価値額

※ 水俣・芦北地域の飲料・たばこ・飼料については、工業統計にデータがないため（秘匿情報）、記載していない。

(4) 八代港

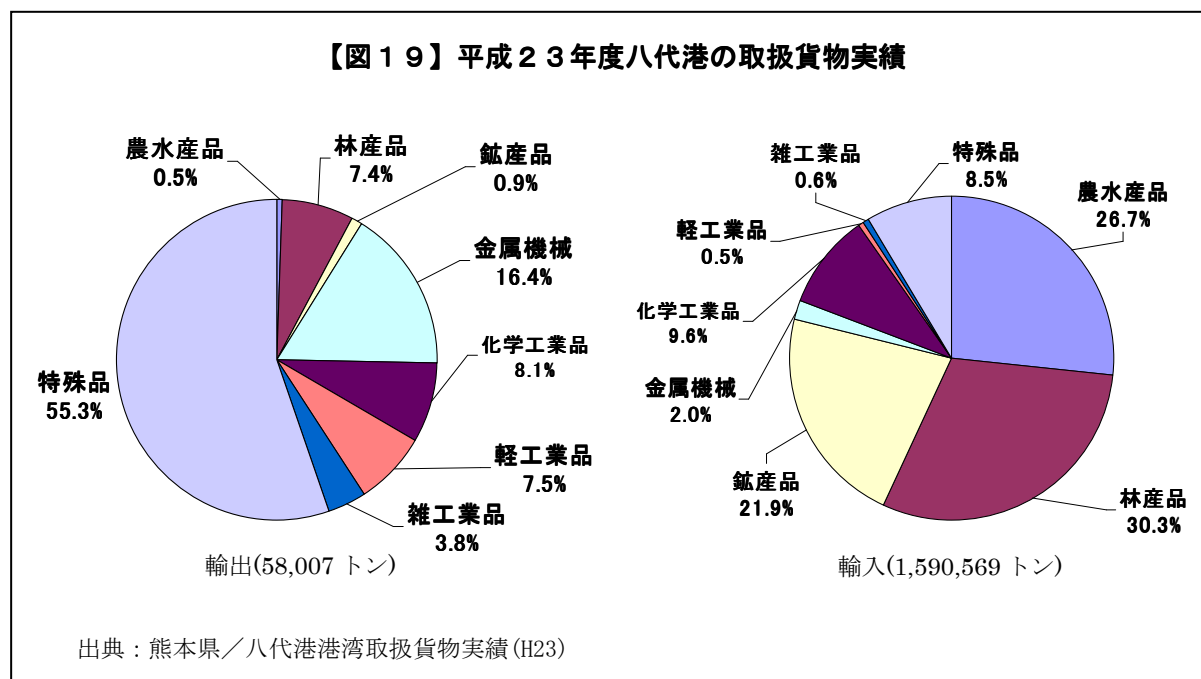
県南地域は八代市を中心に宮崎県や鹿児島県までつながる九州縦貫自動車道と南九州西回り自動車道の2つの高速自動車道、福岡県から鹿児島県まで九州を南北に結ぶ新幹線、アジアに向けた物流拠点である八代港など、物流・人流の結節点となっています。

中でも、八代市に位置する八代港は県内で最大の物流拠点港であり、いわゆる国の重点港湾に指定されています。八代港の内港地区には-5.5m岸壁、-7.5m岸壁を、外港地区には-7.5m岸壁、-9.0m岸壁、-10.0m岸壁、-12.0m岸壁を有しており、現在、平成24年度末を目途に5万トン級の大型貨物船が接岸可能な-14.0m岸壁の整備を進めています。

八代港では主に金属機械、化学工業品などの工業製品を輸出し、1次産品を輸入しており(図19)、コンテナ船に関しては、韓国・釜山とを結ぶ定期航路が週2便就航しています。

八代港は貨物取扱量が県内最大となっていますが、輸入が輸出を大きく上回っています。(表1、図20)

また、農林水産物の中でも輸出量が多い木材について見ると、平成23年度の輸出額は約1億円で、県内港からの木材輸出の8割を占めています。

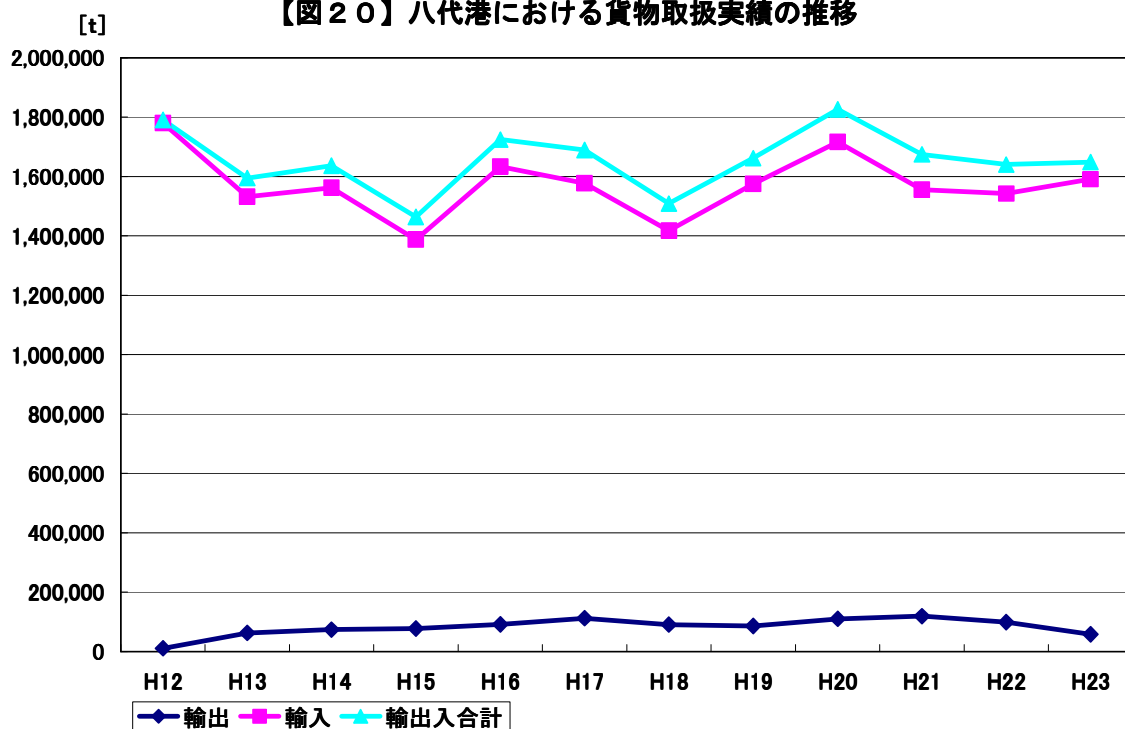


【表 1】平成 23 年 県管理各港湾の利用状況

	港湾取扱貨物量(トン)					入港船舶数(隻)	フェリー・旅客船 利用者数(人)
	輸出	輸入	移出	移入	計		
三角港	8,286	1,300	183,322	83,706	276,614	4,582	17,627
八代港	58,007	1,590,569	221,642	2,376,870	4,247,088	7,022	33,408
熊本港	32,996	34,796	156,612	445,465	669,869	6,172	956,269
水俣港	0	85,239	14,786	70,362	170,387	2,378	12,720
百貫港	0	0	0	270	270	0	0
河内港	0	0	0	4,722	4,722	500	0
長洲港	0	0	5,850	311,198	317,048	6,453	838,745
佐敷港	0	0	142,288	2,197	144,485	1,853	0
田浦港	0	0	92,868	0	92,868	65	0
本渡港	0	0	4,764	71,872	76,636	4,963	52,644
大門港	0	0	4,140	14,049	18,189	2,654	0
合津港	0	0	532	911	1,443	3,067	28,760
大浦港	0	0	360	308	668	600	0
姫戸港	0	0	7	173	180	1,479	876
鬼池港	0	0	0	10,899	10,899	5,341	299,040
富岡港	0	0	1,800	52,098	53,898	1,448	25,656
高浜港	0	0	0	0	0	820	0
牛深港	0	0	0	49,945	49,945	32,206	159,963

出典：熊本県／県管理港湾統計データ

【図 20】八代港における貨物取扱実績の推移



出典：熊本県／八代港港湾取扱貨物実績(H23)

2-3 「食」関連産業の現状とニーズ

(1) 3つの分野における強みと課題

前節までの地域の現状の分析とともに、構想策定に向け地域の食品関連事業者等を対象に実施したヒアリングやアンケート調査の結果を基に、①生産・加工、②流通・販売、③研究開発の3つの分野における県南地域の「食」関連産業の強みや課題を整理しました。

(資料編(P36～)に関連データ、アンケート・ヒアリング結果を記載しています。)

①生産・加工における強みと課題

【強み】

- ・ 県南地域では、1農業経営体あたりの生産農業所得が高く、また、農産物の加工に取り組む農家の割合も高いことから、農業生産や6次産業化におけるポテンシャルが高いと考えられます。
- ・ 八代地域においては若い世代の農業者の割合が高く、また、県南地域の農業関係高校では加工品製造の取組みが盛んに行われるなど、次世代の担い手確保において恵まれた状況にあると言えます。
- ・ 八代地域では野菜、水俣・芦北地域では果樹、人吉・球磨地域では畜産や林業といったように、それぞれ地域の特徴を活かした品目が生産されていることから、各地域が連携することで、多種多様な農林水産物の提供が可能です。
- ・ 水俣・芦北地域では、柑橘類やサラダたまねぎ等を活用した付加価値の高い商品の開発等、6次産業化に積極的に取り組むJA・企業があるほか、漁協によるクマモト・オイスターの試験養殖も行われています。
- ・ 人吉・球磨地域では、製菓会社からの委託生産方式で菓草栽培を行うなど、農商工連携で成果を挙げている農家が存在しています。
- ・ 地域内に食品関連、特に飲料(焼酎)等の製造業者が数多く立地しており、地元農林水産業者との連携(農商工連携)が広がる素地があります。
- ・ イノシシやシカ肉を利用したジビエ料理の特産品化など、これまで活用されていなかった地域資源を用いた「食」の取組みが見られます。

【課題】

- ・ 食品関連製造業では、1事業所あたりの出荷額が低く、小規模な事業者が多くなっています。また、出荷額に占める付加価値の割合も低い傾向にあります。
- ・ アンケート結果等をみると、県南地域の食品関連事業者は、事業規模は横ばい傾向にあるものの、収益性は低下している状況にあります。また、生産者と加工業者の連携体制がうまく構築されていない面も見られ、6次産業化や農商工連携への取組みを加速化することが必要です。
- ・ 食品関連製造業において、県外からの原材料調達が多く行われている例もあり、地域で生産された農林水産物の利活用促進が課題です。

②流通・販売における強みと課題

【強み】

- ・ 水俣・芦北地域では、J Aによる拠点的な直売所の設置、コンビニエンスストアとの連携等により、地域製品の販売力が向上しており、生産者と消費者をつなぐ取組みの拡大が見込まれます。
- ・ 県内最大の取扱量がある八代港は、九州のほぼ中央に位置し、台湾や香港さらにはアセアン諸国など成長著しいアジア市場に近く、地理的優位性を持っています。
- ・ 林業が盛んな人吉・球磨地域を後背地に持つ八代港は、県内港からの木材輸出の約8割を占めており、今後更なる木材輸出の拡大が期待されます。

【課題】

- ・ アンケート結果では、現在販路開拓に取り組んでいない事業者が4割強を占めており、開拓方法が分からないと回答している事業者もあります。また、ヒアリング調査においても、販路の確保・拡大が課題との意見が多くみられます。
- ・ 小規模加工業者が多く、流通面でロットとしてまとまりにくい状況にあります。
- ・ 消費者への直接販売を行っている経営体の割合については、県南地域内でも地域間の格差が大きく、取組状況に温度差があります。
- ・ 八代港は、国際コンテナ定期航路が限られているため、近隣への関連事業者の立地が少なく、県南地域からの輸出農産物の多くは博多港が利用されている状況にあります。
- ・ 八代港では、輸入が輸出を大きく超過しており、輸入品を運搬してきたコンテナが空で戻るなど、輸出量の確保が求められています。

(特にブランド面)

【強み】

- ・ 県南地域には、トマトやショウガ、不知火類(デコポン)、い草・畳表など、国内シェアが高く競争力を持つ産品や、W T Oの地理的表示^{*10}の指定を受けた「球磨焼酎」など、潜在的なブランド力を持った産品があり、地域ブランドの創造に向けた素地があります。
- ・ 人吉・球磨地域には、日本で唯一、インドネシアからハラール認証^{*11}を受けたと畜場を有するなど、消費者の多様なニーズへの対応に向けた取組みを積極的に行っている事業者が見られます。

【課題】

- ・ 熊本県は米焼酎の産地としてのイメージが薄く、また、米焼酎の知名度は、芋焼酎や麦焼酎と比較して低い状況にあります。
- ・ 米やトマトなど県南の主要な生産物について、九州外では消費者の認知度が低く、更なるP Rの展開や販路開拓が必要です。

③研究開発における強みと課題

【強み】

- ・ 独立行政法人農業・食品産業技術総合研究機構九州沖縄農業研究センター（合志市）や熊本県農業研究センター（合志市）、熊本県水産研究センター（上天草市）、熊本県産業技術センター（熊本市）が立地するなど、県内には公設試験研究機関が充実しています。
- ・ 特に県南地域には、熊本県農業研究センターい業研究所（八代市）、球磨農業研究所（あさぎり町）など地域の農業をサポートする研究基盤があります。
- ・ 県南地域には自社で研究・開発を行っている企業が数多く存在していることから、公設試験研究機関との連携を図っていくことで、更なる研究開発機能の強化が見込まれます。

【課題】

- ・ アンケート結果によると、県南地域に数多く立地する中小規模の食品関連製造業者には、技術や消費者ニーズの把握などに課題を抱える事業者が多く存在します。
- ・ また、地域の事業者からは、意欲ある事業者が、効果的に研究開発や新商品開発の成果を挙げることができるような機能の強化や支援機能の充実を図ることが求められています。

※10 「WTOの地理的表示」とは、ある商品の品質や評価が、その地理的原産地に由来する場合には、その商品の原産地を特定する表示のこと。条約や法令により、知的財産権のひとつとして保護される。

※11 「ハラール認証」とは、イスラム圏に食品などを輸出する際に、輸入国側から提出を求められる認証で、その食品などが、イスラム教徒が「口にすることを許されたもの」であることの証明となる。

(2)「食」関連産業の振興に係るニーズ

前節まで見てきたように、県南地域においては、八代、水俣・芦北、人吉・球磨のそれぞれの地域によって異なる特徴や課題もありますが、これらの課題などから、県南地域全体で「食」関連産業を振興していく上で求められる様々なニーズが読み取れます。

そこで、本節では、浮かび上がったニーズを関連性などから大きく4つにまとめました。

- 農林水産業が主要産業となっている県南地域は、高い農業生産力や活発な農産物加工の取組み、豊富な森林資源に加えて、若い農業者の存在、6次産業化・農商工連携の成功例、地域に立地する多くの食品関係の製造業者など、高いポテンシャルを有しています。

その一方で、生産者と加工業者の連携体制がうまく構築されておらず、一体的な取組みが進んでいない面や地域ごとにと取組みへの温度差なども見られ、地域が有するポテンシャルを十分には活かしてきれていない状況があります。

こうしたことから、地域全体として地域内の生産物の価値を更に高めていく6次産業化や農商工連携を更に推進することが求められています。

- 県南地域では、食品関連の製造業の事業所が数多く立地しているものの、規模が小さく、事業所あたりの出荷額等は低い傾向にあります。また、事業規模は横ばい傾向にあるものの、収益性が低下している事業者も多くなっています。

研究開発や新商品開発については、自社で研究・開発を行っている企業も多く存在する一方、機能強化や支援充実を要望する企業も多く、これらの企業に対しては、公設試験研究機関との連携により、研究開発機能の強化による収益性の向上が見込めます。

こうしたことから、「食」に関連する企業・研究機関の機能等の強化・集積につながる取組みが求められています。

- 県南地域には、国内シェアが高く、競争力を持つ産品（トマト、ショウガ、不知火類(デコポン)、い草・畳表など）、潜在的なブランド力を持つ産品（球磨焼酎など）が存在するものの、首都圏等における消費者の認知度はあまり高くなく、地域ブランドの形成には至っていません。また、アジアとの貿易において地理的な優位性を持つ八代港ですが、十分に活用しきれていない状況にあります。

これらのポテンシャルを最大限に活かすため、県南地域の生産品の国内外への販路拡大に向けた取組みが求められています。

- 高齢化が進む県南地域にあって、八代地域では若い世代の農業者の割合が高く、各地域にある農業関係高校では加工への取組みも積極的に行われるなど、食関連産業の担い手の確保については恵まれた条件を有しています。一方で、生産者と加工業者の連携の弱さが指摘されるなど、事業者間には連携に係る課題もあることから、地域のリソースを活かした人材育成や関係者の連携の強化につながる取組みが求められています。

第3章 構想推進に向けた取組みの方向性 ～ニーズから見えてきたもの～

第2章で示した県南地域の現状、強みや課題、その分析から見えてきたニーズなどを踏まえ、この地域における「食」関連産業の振興のために、次の4つの方向性に沿った取組みを進めます。

- (1) 6次産業化・農商工連携による地域内生産物等の高付加価値化**
- (2) 地域内生産物等を活かす企業・研究開発機能等の集積**
- (3) アジアとの貿易拡大・首都圏等への販路拡大**
- (4) 人材育成の強化・推進体制の構築**

この章では、構想の実現に向け、地域の農林水産業者、商工業者、企業、関係団体、行政機関などが意識を共有し一体となって取組みを進めることができるよう、これらの4つの取組みの方向性ととも、その目指す姿を明らかにします。

なお、個別の取組みについては、4つの方向性を踏まえたうえ、県南各地域の特長を活かしながら展開していきます。

(1) 6次産業化・農商工連携による地域内生産物等の高付加価値化

【目指す姿】

- 6次産業化や農商工連携が地域全体に展開されるとともに、農林水産物の高品質化が進み、多様な高付加価値商品の生産が行われている。
- フードバレーとしてのブランドが確立し、地域内の生産物が高い評価を受けている。

〔当面の目指す姿〕

- ① 農林水産物を活用した商品開発等が、数多く行われている。
- ② 各種認証の取得等による農林水産物の高付加価値商品が流通している。
- ③ 集出荷体制の効率化が図られている。

【取組みの方向性】

この地域で生産された多くの農林水産物が地域外において加工されている現状を踏まえ、1次加工を中心とした地域内での加工を促進するため、6次産業化や農商工連携を積極的に支援します。

また、輸送コスト等の面で有利な大消費地近郊との競争を勝ち抜き、消費者に選ばれるため、高品質な農林水産物の生産に加え、その加工や機能性を活かした商品開発による生産物の高付加価値化を促進します。

併せて、集出荷体制や共同輸送などの流通体制の整備による物流コストの削減を図り、さらなる競争力の強化を図ります。

① 6次産業化・農商工連携の活発化

農林水産業者などの加工・販売施設導入や農林水産物を活用した商品開発を支援するとともに、1次加工を中心とした地域農産物の域内加工を推進し、6次産業化や農商工連携の促進を図ります。

また、地域における農林水産物や生産者、商工業者や彼らが有する加工技術等の情報をはじめ、大学等研究機関における研究シーズ等を関係者で広く共有できる体制や、6次産業化プランナーや商品開発アドバイザー、コーディネーターなどの人材を活用しやすい環境を整えます。

② 他地域との差別化による高付加価値化

トマト、ショウガ、不知火類(デコポン)、い草・畳表などの全国シェアが高い生産物や、「球磨焼酎」など地域独自の製品の認知度向上の取組みを進め、県南地域ブランドの確立及び他地域との差別化を図り、熊本を代表するブランドに育てます。

また、消費者ニーズを見据えた戦略に基づく商品開発への支援を強化することで、より高付加価値な商品の開発を促進します。

さらには、農業者や食品製造業者における、GAP^{※12}やHACCP^{※13}といった認証の取得等を促進するなど、食の安全・安心に関する取組みを強化し、地域の生産物の高付加価値化を推進します。

併せて、県南地域全体をフードバレーとしてPRすることで、農林水産物・食料品の生産地としての知名度を向上させ、ひいては地域のブランド力の向上を図ります。

③ 生産・流通体制の整備

加工用の農産物の生産拡大や安定生産に対する支援を行い、加工用原材料の供給体制の強化を図ります。

また、農林水産業分野へICT^{※14}等の先端技術を取り入れることで、生育状況をはじめとした生産管理や受発注の一元管理による均一化・高品質化や機械化による省力化・効率化等を進め、生産力の向上につなげていきます。

さらには、老朽化した農産物集出荷施設等の再編や広域利用を進めるなど、消費者の細かいニーズに対応できる集出荷体制の再編・強化を図っていきます。

併せて、出荷資材のコスト削減や、中山間地域の農林水産物等をはじめ小ロットの生産物の共同輸送体制を整備し、流通コストの低減につなげます。

※12 「GAP」とは、Good Agricultural Practice（農業生産工程管理）の頭文字をとったもの。農業生産活動を行う上で必要な関係法令等の内容に則して定められる点検項目に沿って、農業生産活動の各工程の正確な実施、記録、点検及び評価を行うことによる持続的な改善活動のこと。

※13 「HACCP」とは、Hazard Analysis and Critical Control Point（危害要因分析重要管理点）の頭文字をとったもの。食品製造において、原料の受け入れから製造・出荷までのすべての工程において、危害の発生を防止するための重要ポイントを継続的に監視・記録する衛生管理手法のこと。

※14 「ICT」とは、Information and Communication Technology（情報通信技術）の頭文字をとったもの。情報・通信に関連する技術やその社会的な応用技術の総称。

(2) 地域内生産物等を活かす企業・研究開発機能等の集積

【目指す姿】

- 食品関連の企業や研究開発機能の集積が進み、「食」関連産業を中心に地域経済の活性化、雇用の創出などにつながっている。

〔当面の目指す姿〕

- ① 県南で数多くの農業参入が行われるとともに、「食」関連の企業が数社立地している。
- ② 地場企業の「食」関連産業への参入や事業の高度化が多く行われている。
- ③ 公設試験研究機関の機能が強化されている。

【取組みの方向性】

新たな雇用創出や地域経済の活性化のため、地場企業の育成や企業等の農業参入、企業誘致などに積極的に取り組む必要があります。そのことで、農林水産業や流通をはじめとする周辺産業へもその効果の波及が期待されます。

また、様々な「食」関連の企業等が、ネットワークを形成し、併せて研究開発機能の充実・強化が図られていくことで、「食」という地域イメージの外部に向けた発信力が強化され、6次産業化・農商工連携、企業等の農業参入、企業誘致の可能性が更に高まっていきます。

このような好循環を生むため、県南地域一帯への「食」関連企業や研究開発機能の緩やかな集積を図ります。

① 企業等の農業参入促進、「食」関連企業・研究開発部門の誘致

セミナーの開催などによる情報発信の強化や、各種支援策の充実を図ることで、農業に関心を持つ企業の農業参入をはじめ、アグリビジネスを活性化させるとともに、これらの展開と併せた加工施設などの食関連施設の設置を促進します。

さらに、季節や天候に左右されずに計画的で安定的な生産が可能であり、地域の雇用創出にもつながる植物工場について、企業のビジネスモデルの構築を支援します。

加えて、県南地域には豊富な農林水産物や水資源とともに、未活用の工業団地や工業用水などもあることから、フードバレー構想の展開の中で、これらを積極的に活用し、県南地域への「食」関連企業・研究開発部門の誘致を推進します。

② 地域の「食」関連産業の育成・振興

地域の「食」関連企業に対し、商品開発や販路開拓など、高度化、高付加価値化を目指す取組みへの支援を充実していきます。

また、様々なニーズを汲み上げて行うビジネスマッチング、商品開発アドバイザーの派遣や研究機関等との連携による技術力の向上など、小規模な事業者が抱える課題の解決を図り、地場産業の育成・振興を図ります。

③ 「食」関連の試験研究機能の強化・連携

県南地域には、農業研究センターの研究施設が立地していることから、その機能の強化を図り、農産物に関する試験研究を活性化します。

また、食品加工に関する試験・研究・開発等の機能を有する県産業技術センターとの連携を強化し、県南地域における食品加工に関する研究開発の促進を図ります。

これらの公設試験研究機関を中心に農林水産業者や商工業者、民間研究機関、大学などによるネットワークを構築し、研究機能の集積に向けた取組みを進めるとともに、食品加工に関するオープンイノベーション^{※15}の推進につなげます。

※15 「オープンイノベーション」とは、自社技術だけでなく他社が持つ技術やアイデアを組み合わせ、新たな商品やビジネスモデルを生み出すこと。

(3) アジアとの貿易拡大・首都圏等への販路拡大

【目指す姿】

- 県南地域の農林水産物や加工品が、重点港湾である八代港の活用等によりアジアを中心とした海外へ活発に輸出されている。
- 首都圏等の大消費地において、県南地域の生産物の認知度が向上し、シェアを拡大している。

〔当面の目指す姿〕

- ① アジアを中心とした海外への輸出が増加している。
地域の「食」関連のいくつかの品目が、八代港を活用して輸出されている。
- ② 県南地域の生産物の国内大消費地への販売額（流通量）が増加している。

【取組みの方向性】

県南地域の競争力を高めるためには、南九州の高速交通網の結節点という優位性を活かしながら、成長著しいアジア諸国とつながることが重要です。

そのためには、農林水産物やその加工品の輸出を見据えた商品の開発や生産・流通の体制整備を進め、販路を開拓するとともに、船便や空輸など商品の性質に応じた輸送ルートを確立する必要があります。その際、県南地域においては、アジアに向けた大量輸送を可能とする八代港の活用が有効であり、積極的にポートセールスを展開するとともに、輸出入などの物流状況を踏まえた港の活性化に取り組んでいきます。

併せて、安定した需要が見込める国内市場も重要であることから、首都圏をはじめとした大消費地への販路拡大にも積極的に取り組みます。

なお、販路拡大の取組みにあたっては、ブランド化の推進や他地域との差別化など、高付加価値化の取組みとの一体的な展開を図ります。

① 八代港の活用等によるアジアとの貿易拡大

拡大するアジア市場に向け、専門的な知見を有するアドバイザーを設置するなど、地域の農林水産物や加工品等の輸出に対する相談・助言体制の充実を図り、新たに輸出に取り組む事業者を積極的にサポートします。

また、現地での需要調査等に基づくニーズに応じた新商品の開発や現地商談会への参加支援など、海外の販路開拓に対して様々な支援を行っていきます。

併せて、本県の熊本上海事務所や熊本広西館¹⁶などを活用した情報発信、アジアにおける熊本フェア等への出展により、フードバレーの取組みを広くアジア

にもPRします。

特に、八代港を活用する場合の課題である物流コスト低減に向け、農林水産物等の船便利用に関する実証実験を行い、港の更なる利便性の向上に取り組むとともに、木材需要が増加しているアジアに向けた木材輸出を促進するなど、八代港を活用した輸出の拡大に向けた取組みを進めていきます。

② 首都圏等への販路拡大

国内外の「食」関連産業の関係者が一堂に会する展示会等への出展や百貨店・量販店等での熊本フェアの開催により、県南地域の生産物の販路拡大につなげるとともに、フードバレーにおける取組みを多くの関係者にPRしていきます。

また、知事や関係市町村長等と、外食・流通産業、食料品製造業及び農業参入検討企業等との交流会を開催し、県南地域の魅力について、直接トップセールスを行います。

さらに、ICTを活用し、首都圏や関西圏のレストランやホテル等のニーズに合わせて農産物等が提供できる産地直送システムを構築するなど、新たな販路の開拓に向けた取組みを進めます。

※16 「熊本広西館」とは、中国広西壮族自治区南寧市（なんねい）に所在する県の活動拠点。平成24年に当該自治区やアセアンを含む周辺地域との経済交流を目的に開設された。

(4) 人材育成の強化・推進体制の構築

【目指す姿】

- 農林水産業者、商工業者に流通や経営、加工、研究開発など幅広い知識を備えた人材が育ち、地域経済の牽引役となっている。
- 「食」に関する活発なネットワーク活動から「新たな企業」「高付加価値商品」が数多く生まれている。

〔当面の目指す姿〕

- ① 人材教育・担い手育成の取組みにより、6次産業化など各分野における中核的な人材が育っている。
- ② 構想推進のための組織が活発に活動している。
- ③ 企業、研究機関、生産者等で形成されたネットワークから具体的な成果があがっている。

【取組みの方向性】

農林水産物をベースとした産業の活性化を図っていくため、農林水産業者や商工業者の専門性の向上や、それぞれの分野を超えた幅広い知識を持った人材の育成に取り組むとともに、様々な業種間で顔の見える交流を生み出すネットワークの形成を図っていきます。

こうした取組みをはじめ、構想の推進に向け、農林水産業者、関係企業、行政機関等からなる組織を設置します。

① 人材育成

6次産業化や農商工連携等を活発化させるため、農林水産業者への食品加工や販売などの新たな技術習得に対する支援の実施や、商工業者に対する農林水産業に関する知見を広げるための研修の実施など、専門分野の知識のみならず、異分野の知識を併せ持った人材育成に取り組めます。

また、公的試験研究機関や高等教育機関、農業関係高校等との連携により、将来の県南地域の「食」関連産業を担う人材育成を行います。

② 推進組織の設立、機能強化

『フードバレー構想』を推進していく組織として、地域の農林水産業者や商工業者、商工会議所やJA等の関係団体、県や関係市町村等の関係者で構成する「フードバレー推進協議会（仮称）」（以下、「協議会」という。）を設立します。

協議会においては、会員相互の情報共有や連携の体制を構築し、「食」に関連したネットワークの形成を図ります。また、フードバレー構想推進の総合窓口として、生産物や技術、人材、さらには生産から加工、流通、販売までの幅広い情報提供を行うとともに、フードバレーを支える幅広い人材の育成などを実施します。

なお、フードバレー構想を推進していく中で、会員からの要望等を踏まえながら、必要とされる機能の充実・強化を図っていきます。

③ ネットワーク形成

協議会においては、参加した事業者の情報をデータベース化するなど、関係者間における情報の共有化を図ります。

また、6次産業化や農商工連携による新商品開発や販路開拓等を促進するため、会員相互の交流・情報交換を行う異業種交流会を開催します。

さらに、交流会から派生したテーマについて、関係する生産者や事業者による研究会の立ち上げを支援し、新商品開発等につなげていきます。

『フードバレー構想』が目指す姿（イメージ）

○アジア・首都圏等への販路拡大

- ・ 県南地域の生産物が首都圏をはじめとした大消費地でのシェアを拡大し、更には八代港などを活用した、アジアへの輸出が活発になっている。

○活発なネットワーク活動

- ・ 様々な業種の事業者が参加する「食」に関するネットワークが活発に活動している。

○地域内生産物等の高付加価値化

- ・ 県南地域において、6次産業化や農商工連携が活発化し、多様な高付加価値商品の生産が行われている。

○地域内生産物等を活かす企業・研究開発機能等の集積

- ・ 「食」関連の企業や研究開発機能が県南地域一帯に集積し、地域経済の活性化、雇用の創出につながっている。

○人材育成の促進

- ・ 生産から流通・販売、研究・開発など、幅広い知識を持った人材が育ち、地域経済の牽引役となっている。

第4章 推進体制

4-1 構想推進のための役割分担

本構想を実現するためには、農林水産業者、商工業者はもちろん、大学や研究機関、さらには県や市町村といった行政機関などが、連携を強化しながら、それぞれの役割を積極的に担っていくことが求められています。

(1) 農林水産業者・商工業者に期待される役割

本構想に掲げる取組みを推進していくためには、主役となる農林水産業者や商工業者の役割はたいへん大きいものがあります。

そのため、農林水産業者や商工業者には、本構想の十分な理解とともに、構想に沿った各種取組みへの積極的な参画・協力が期待されます。

すでに商品開発や販路開拓、6次産業化などにおいて積極的な取組みを行っている例も見られるところですが、本構想を契機に、農林水産業者や商工業者が、このような取組みに更にチャレンジしていくことが期待されます。

(2) 大学・研究機関に期待される役割

本県には、多数の高等教育機関や公設試験研究機関が存在し、研究開発の基盤が備わっています。

これら大学・研究機関には、研究・開発に必要な技術シーズの提供や共同研究など、農林水産業者・商工業者と更に連携した取組みが期待されています。

今後、研究・開発面で幅広い、積極的な交流・連携を図ることにより、新たな商品の開発や栽培・加工技術の進歩など、生産物の高付加価値化や生産の更なる効率化につながっていくことが期待されます。

(3) 行政機関（県、関係市町村）が果たすべき役割

県や市町村は、本構想について、地域住民をはじめ、農林水産業者や商工業者、関係団体などに十分な理解・参画が得られるよう取り組んでいくことが必要です。

また、フードバレーの関係者によるネットワーク形成など交流・連携体制の整備とともに、構想を進めていく上で必要な事業の実施等により、農林水産業者や商工業者などの主体的な取組みを促進していくことが求められています。

構想の着実な推進に向け、県と市町村がこうした役割を積極的に果たしていきます。

4-2 『フードバレー構想』の推進体制の構築

平成25年度の早い時期に、県や市町村をはじめ農林水産業者や企業、商工会議所やJA等の関係団体などの関係者で構成する協議会を立ち上げ、推進体制を構築します。

協議会では、農林水産業者や商工業者の主体的な取組みへの支援の充実や、ネットワークを活用したビジネスマッチング・共同研究の推進など関係者間の連携強化を中心とした取組みを推進するとともに、構想で示したそれぞれの方向性に沿った取組みに関する幅広い情報共有を行うなど、構想推進の総合窓口としての役割を果たしていきます。

こうした協議会を中心としながら、関係者がそれぞれの役割を担いながら県南地域が一体となって構想実現に向け取り組んでいきます。

資料編

資料編目次

I 関連データ

【人口・産業構造】 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	39
資料1 熊本県の人口に対して各地域が占める割合 [本編P5]	
資料2 熊本県の総生産額に対して各地域が占める割合 [本編P8]	
資料3 熊本県の第1次産業総生産額に対して各地域が占める割合	
資料4 熊本県の第2次産業総生産額に対して各地域が占める割合	
資料5 熊本県の第3次産業総生産額に対して各地域が占める割合	
【農林水産業】 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	42
資料6 熊本県の農業産出額に対して各地域が占める割合 [本編P9]	
資料7 平成23年度県内港湾からの木材輸出実績 [本編P18]	
資料8 県南地域の農産物の全国シェア(出荷量ベース) [本編P21]	
資料9 九州の1次産品として思い浮かぶもの(熊本の主な農産物) [本編P21]	
【製造業】 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・	44
資料10 熊本県の製造品出荷額に対して各地域が占める割合 [本編P14]	
資料11 熊本県の製造業事業所数に対して各地域が占める割合 [本編P14]	
資料12 1事業所あたりの製造品出荷額	
資料13 熊本県の製造業従事者数に対して各地域が占める割合	
資料14 熊本県の製造業従事者数に対して各地域が占める割合(食料品)	
資料15 熊本県の製造業従事者数に対して各地域が占める割合(飲料等)	
資料16 米焼酎のイメージがあてはまる九州の県 [本編P21]	
【県南地域の農業関係高校における取組み】 [本編P20]・・・・・・・・	48
(1) 熊本県立八代農業高校	
(2) 熊本県立芦北高校	
(3) 熊本県立南稜高校	

Ⅱ 県南地域食品関連事業者アンケート調査・・・・・・・・・・・・・・・・	49
【調査方法】	
【アンケート設問】	
【調査結果概要】	
【設問別の集計結果】	
Ⅲ 県南食品関連事業者ヒアリング調査・・・・・・・・・・・・・・・・	61
【調査方法】	
【調査結果概要】	
【主な意見（分野別に整理）】	

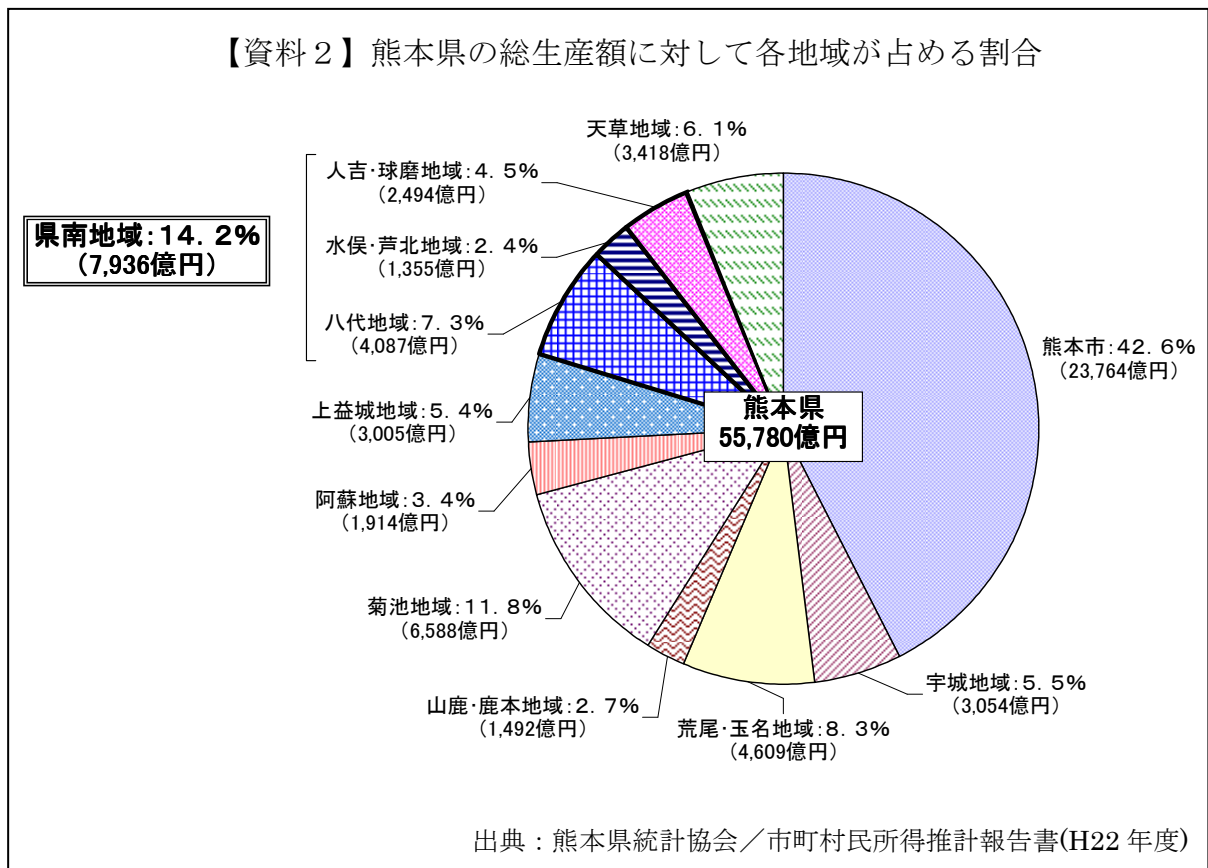
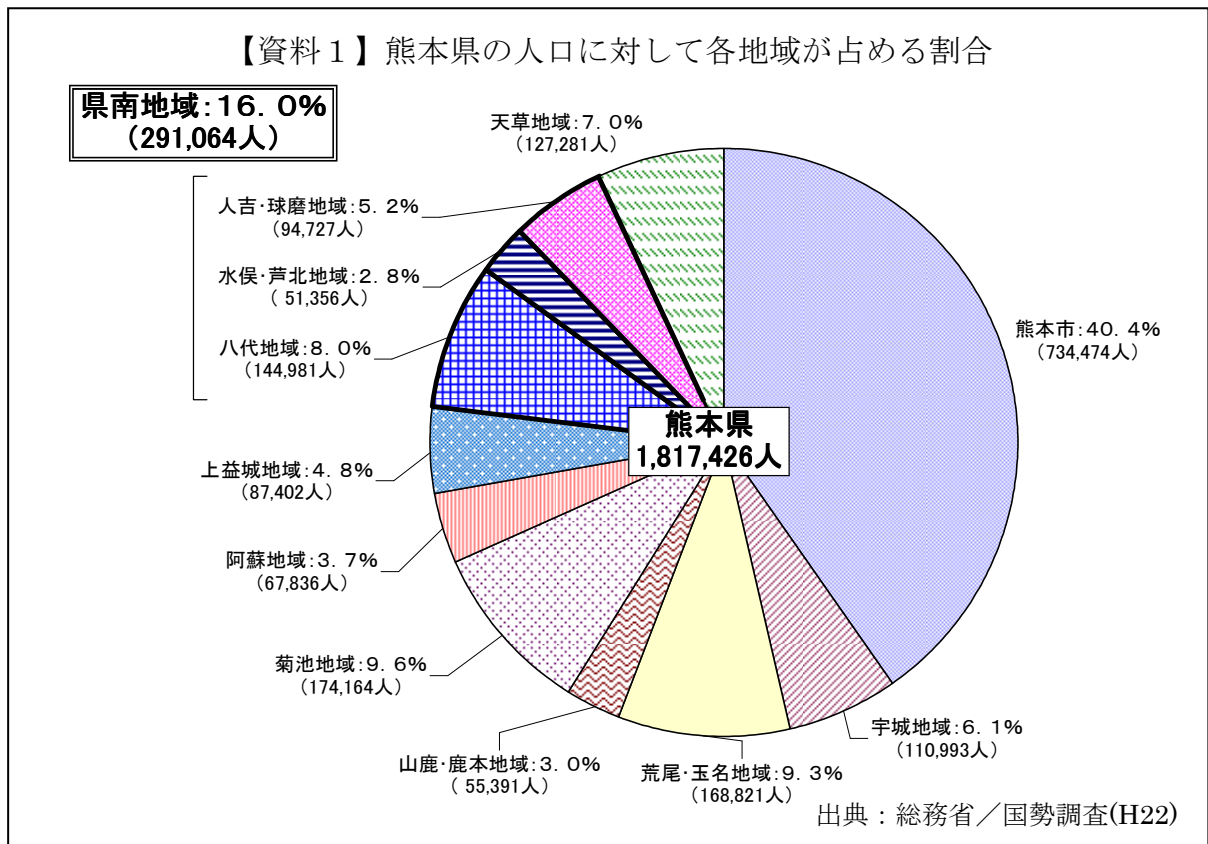
※ 資料編におけるデータは端数処理の関係上、各地域における数値の合計値と熊本県全体の数値とが一致しない場合や構成比の合計が100%とならない場合があります。

※ 各資料における熊本市のデータについては、平成22年3月23日の熊本市・城南町・植木町の合併後の数値で集計しています。

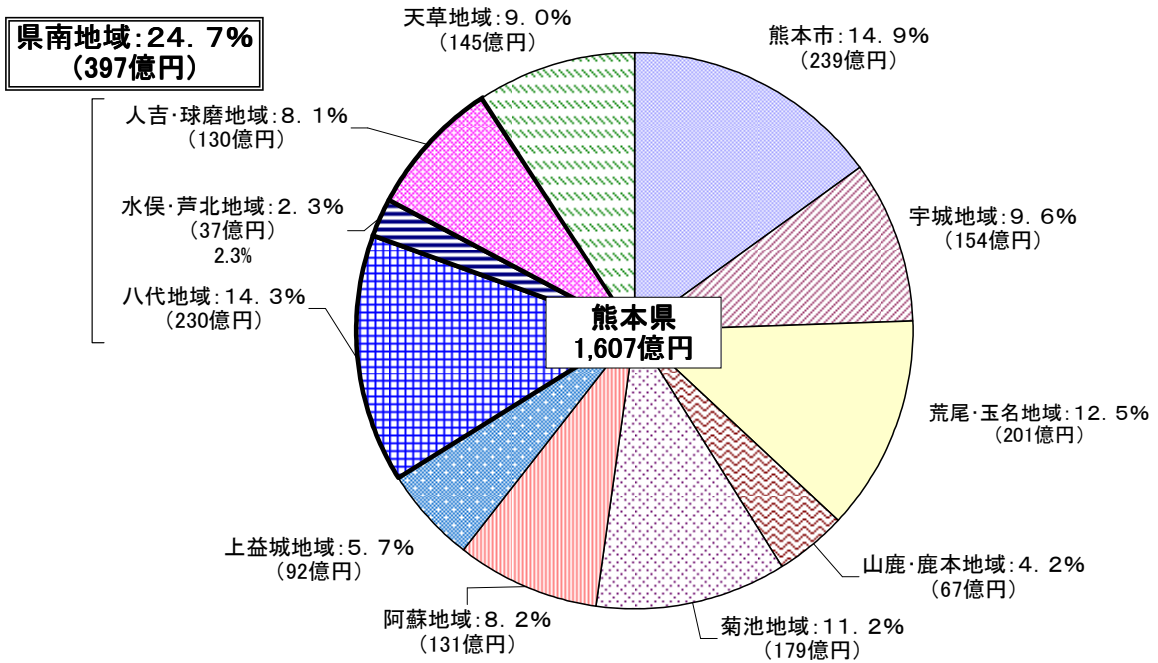
※ 本編中に上記資料に基づく記載があるものについては、該当ページを記載しています。

I 関連データ

【人口・産業構造】(資料1～5)

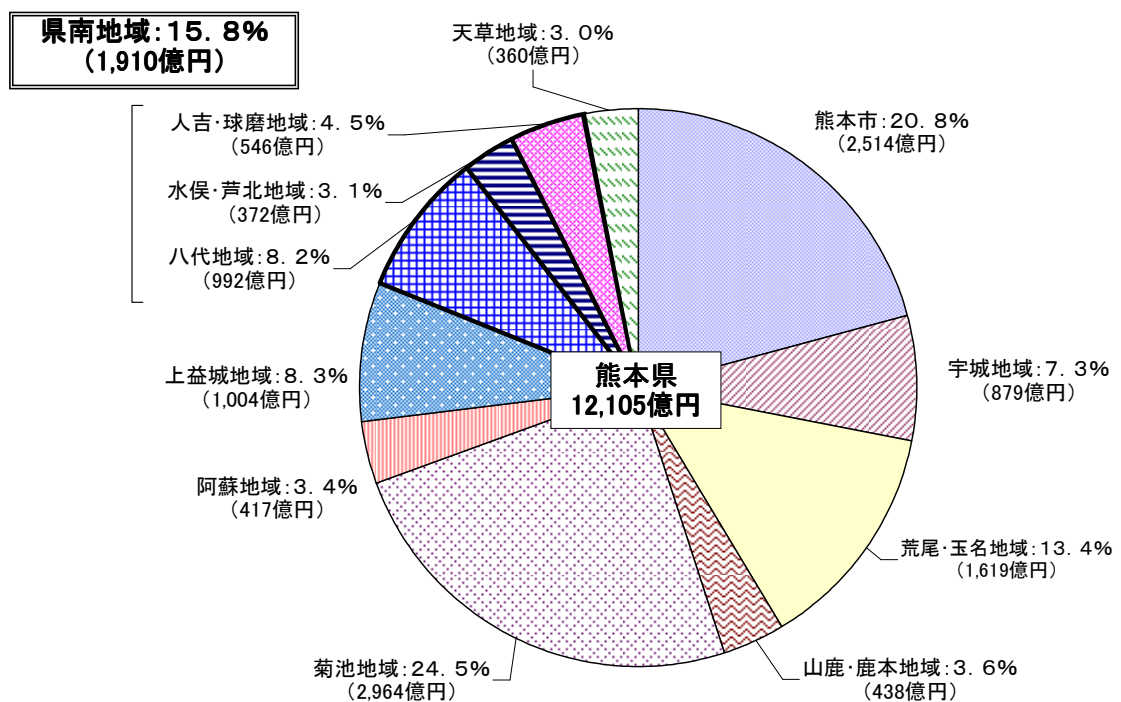


【資料3】 熊本県の第1次産業総生産額に対して各地域が占める割合



出典：熊本県統計協会／市町村民所得推計報告書(H22年度)

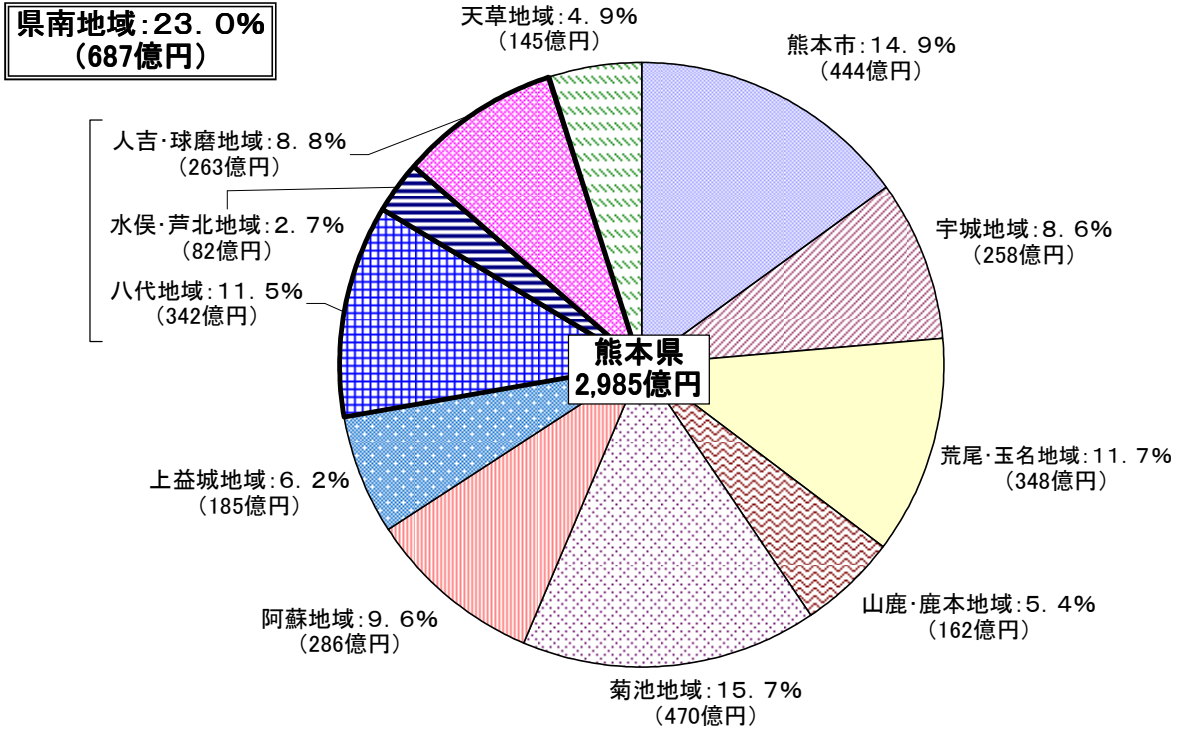
【資料4】 熊本県の第2次産業総生産額に対して各地域が占める割合



出典：熊本県統計協会／市町村民所得推計報告書(H22年度)

【農林水産業】（資料6～9）

【資料6】 熊本県の農業産出額に対して各地域が占める割合



出典：農林水産省／生産農業所得統計(H18年)

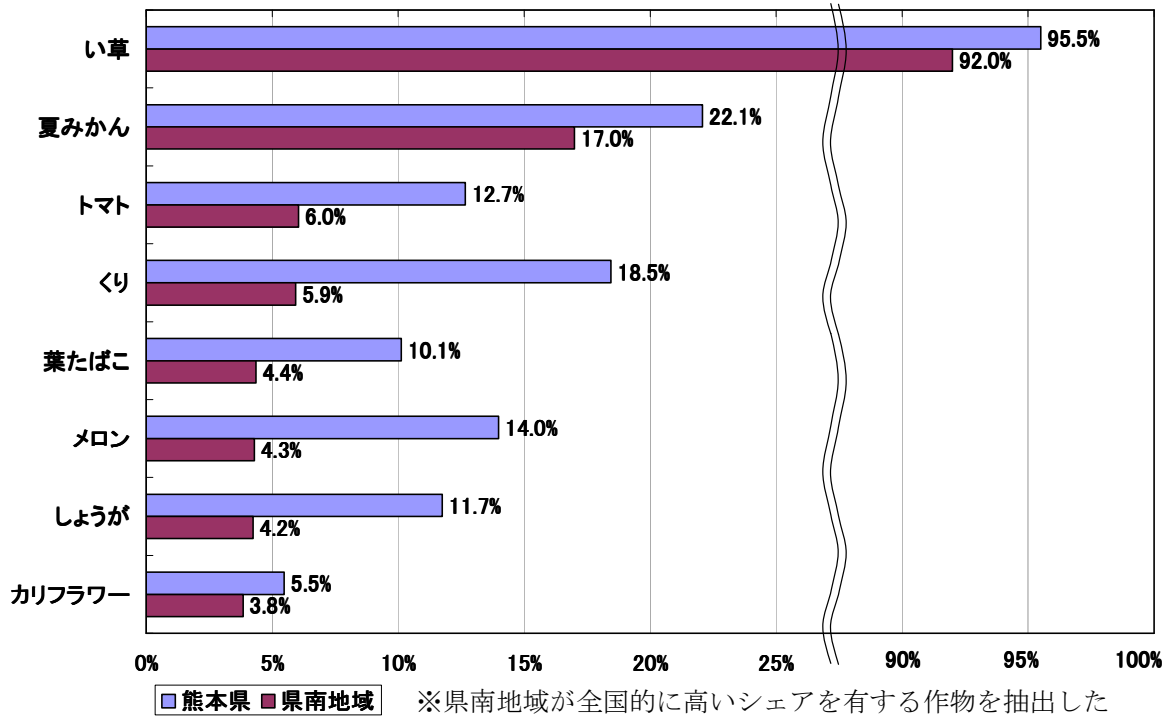
【資料7】 平成23年度の県内港湾からの木材輸出実績

輸出港	輸出国名	材積(m ³)		金額(千円)	
			県内シェア		県内シェア
八代港		10,930	91.4%	98,437	81.0%
	大韓民国	312	2.6%	7,313	6.0%
	中華人民共和国	4,369	36.5%	38,858	32.0%
	台湾	6,249	52.3%	52,266	43.0%
熊本港		1,024	8.6%	23,074	19.0%
	ベトナム	1,024	8.6%	23,074	19.0%
合計		11,954	100%	121,511	100%

※製材品も含む

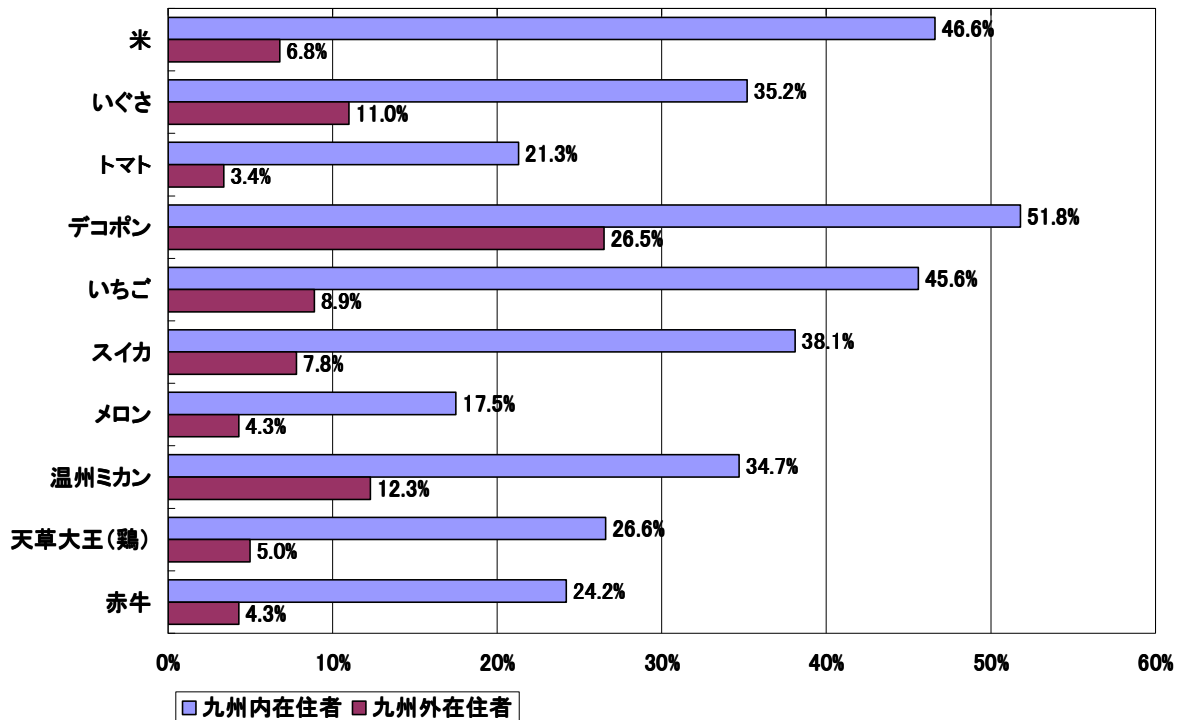
出典：熊本県／林業振興課調べ

【資料 8】 県南地域の農作物の全国シェア(出荷量ベース)



出典：農林水産省／作物統計調査(H18年)

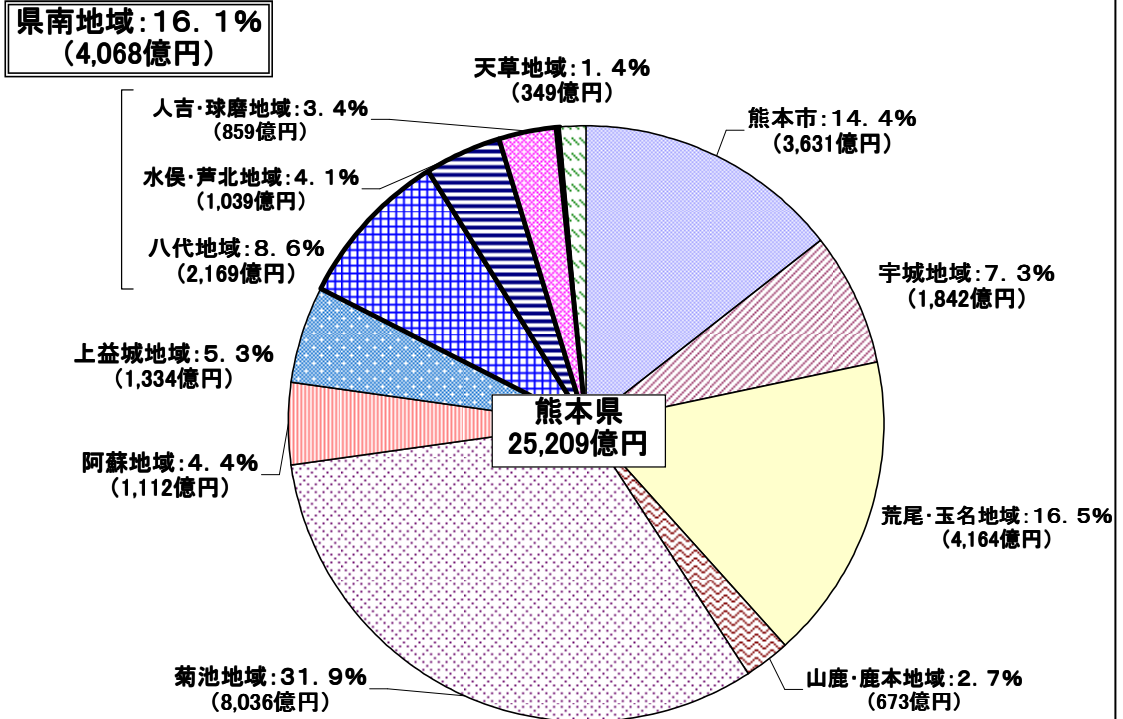
【資料 9】 九州の1次産品として思い浮かぶもの(熊本の主な農産物)



出典：公益財団法人地方経済総合研究所／観光新時代における九州・熊本の可能性 (H22)

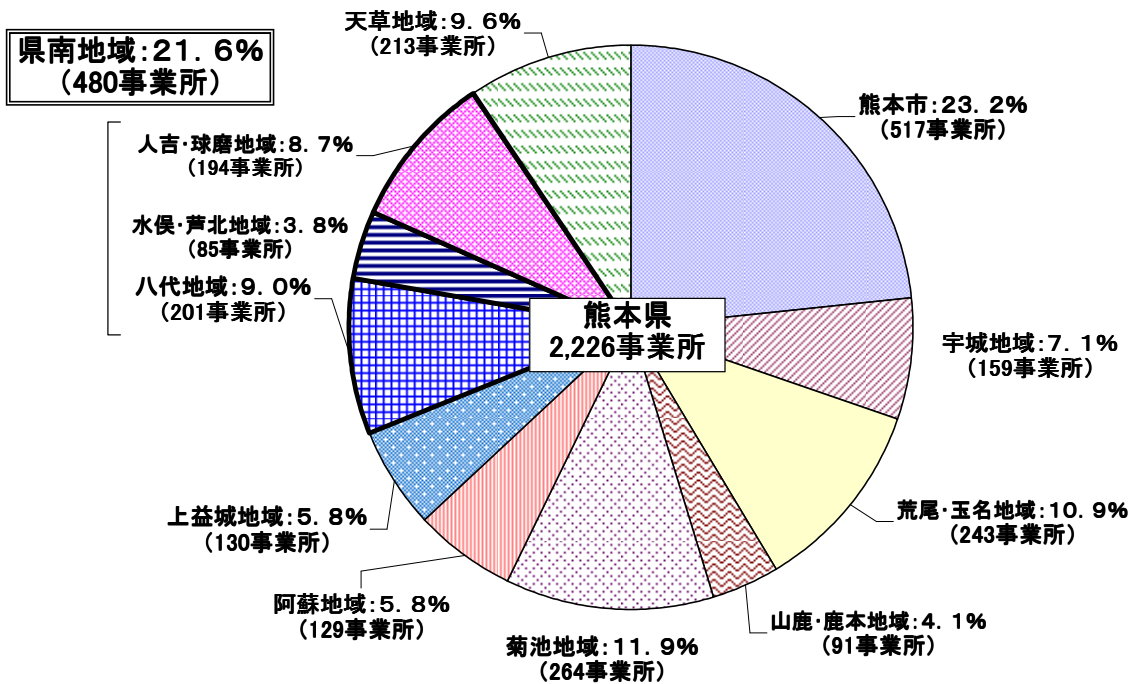
【製造業】（資料10～16）

【資料10】熊本県の製造品出荷額に対して各地域が占める割合



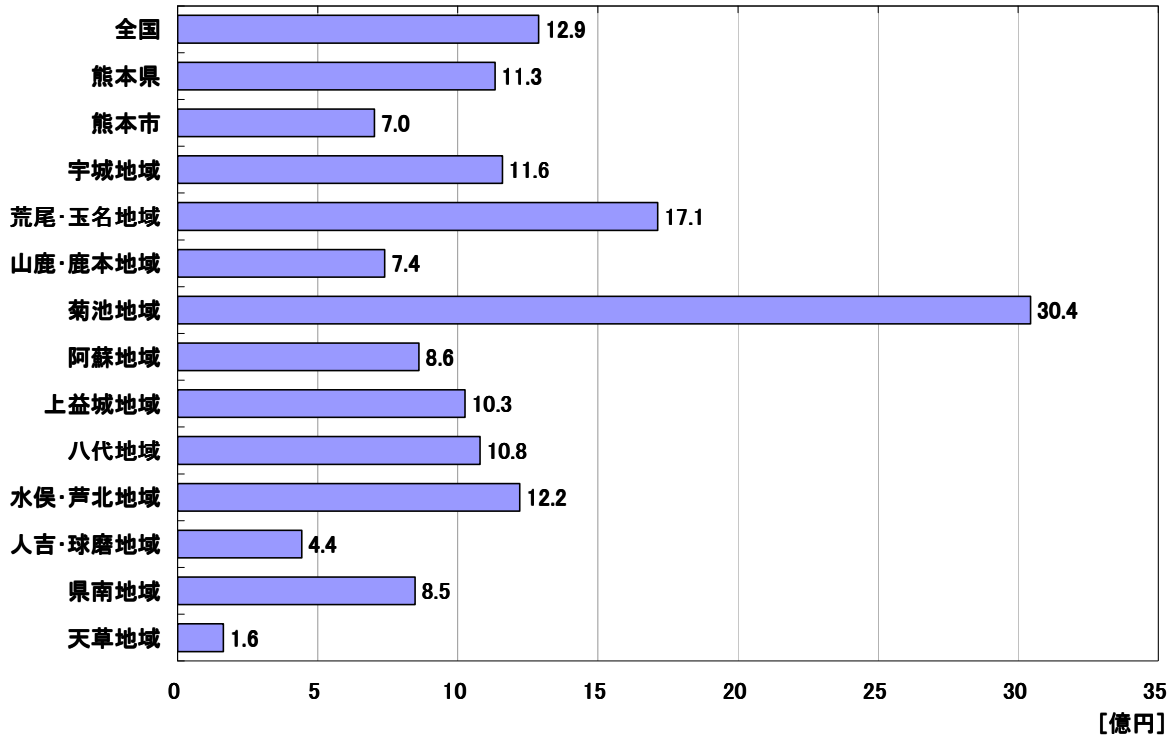
出典：経済産業省／工業統計統計(H22年)

【資料11】熊本県の製造業事業所数に対して各地域が占める割合



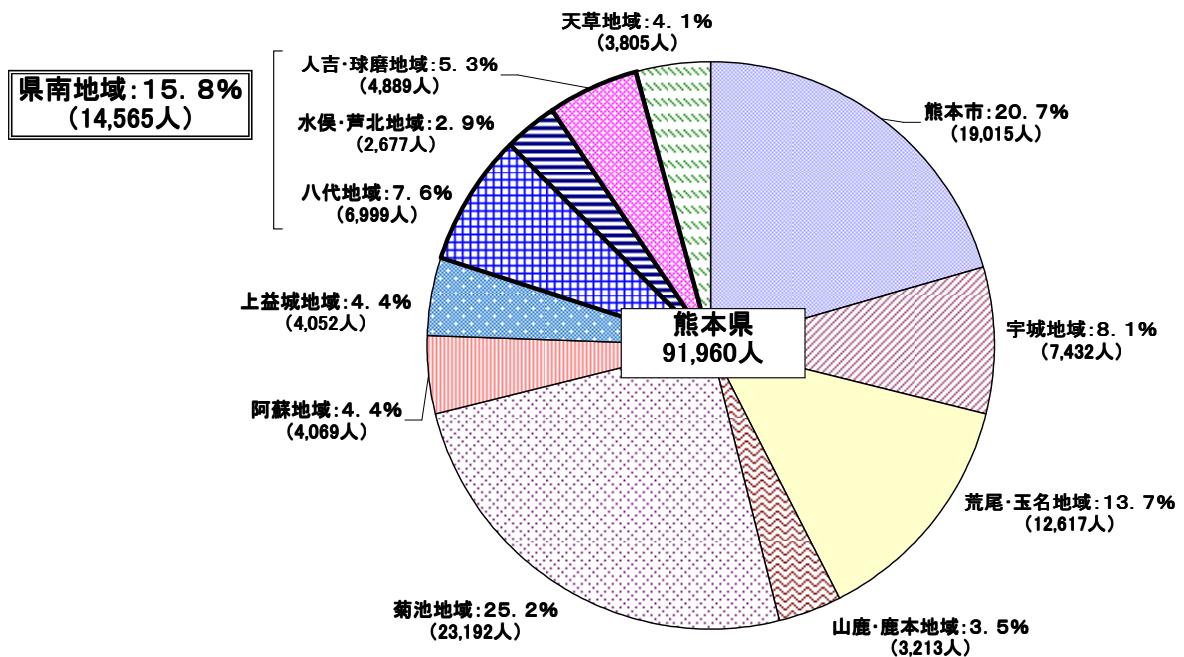
出典：経済産業省／工業統計調査(H22年)

【資料12】1事業所あたりの製造品出荷額



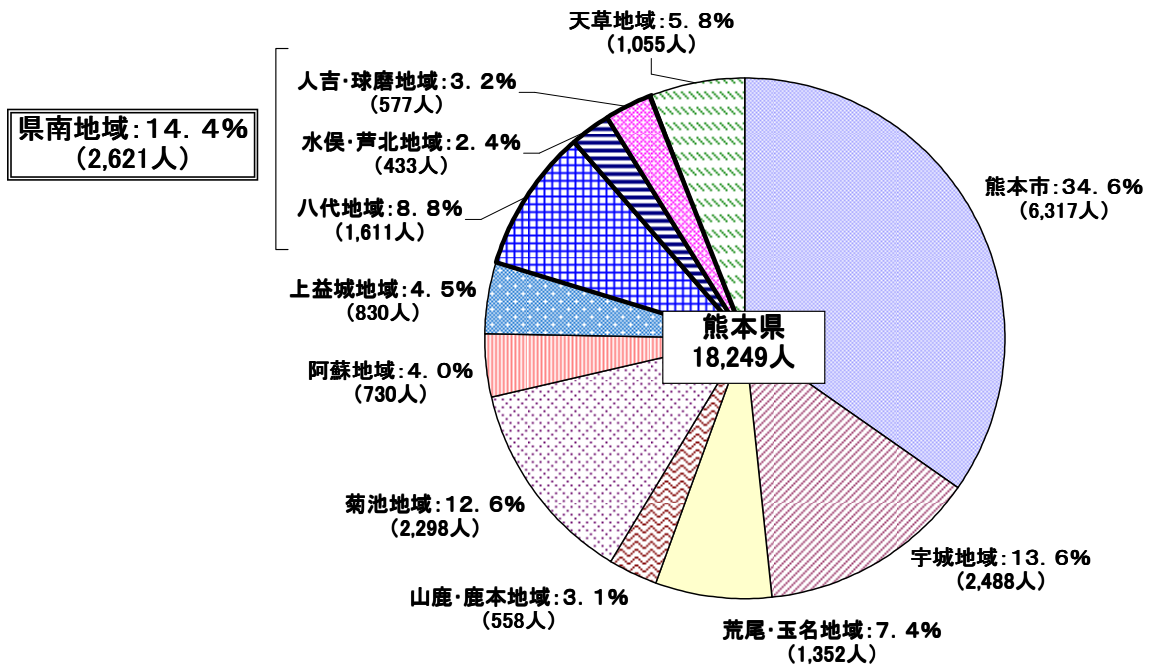
出典：経済産業省／工業統計調査(H22年)

【資料13】熊本県の製造業従事者数に対して各地域が占める割合



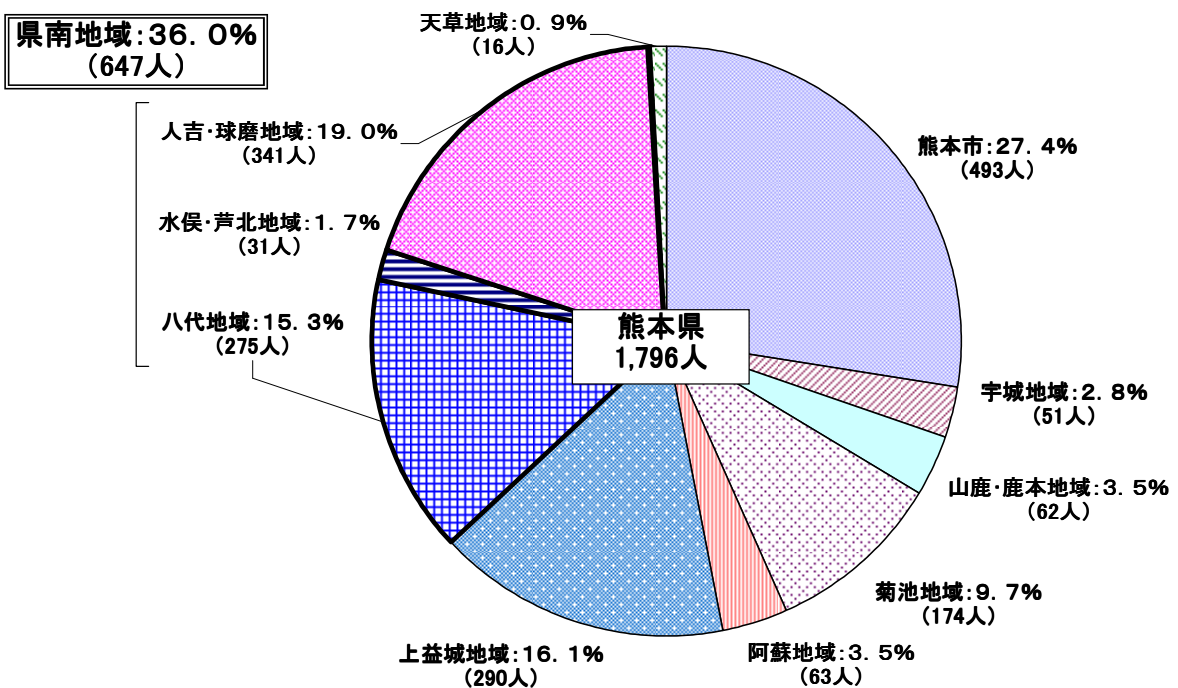
出典：経済産業省／工業統計統計(H22年)

【資料14】熊本県の製造業従事者数に対して各地域が占める割合(食料品)



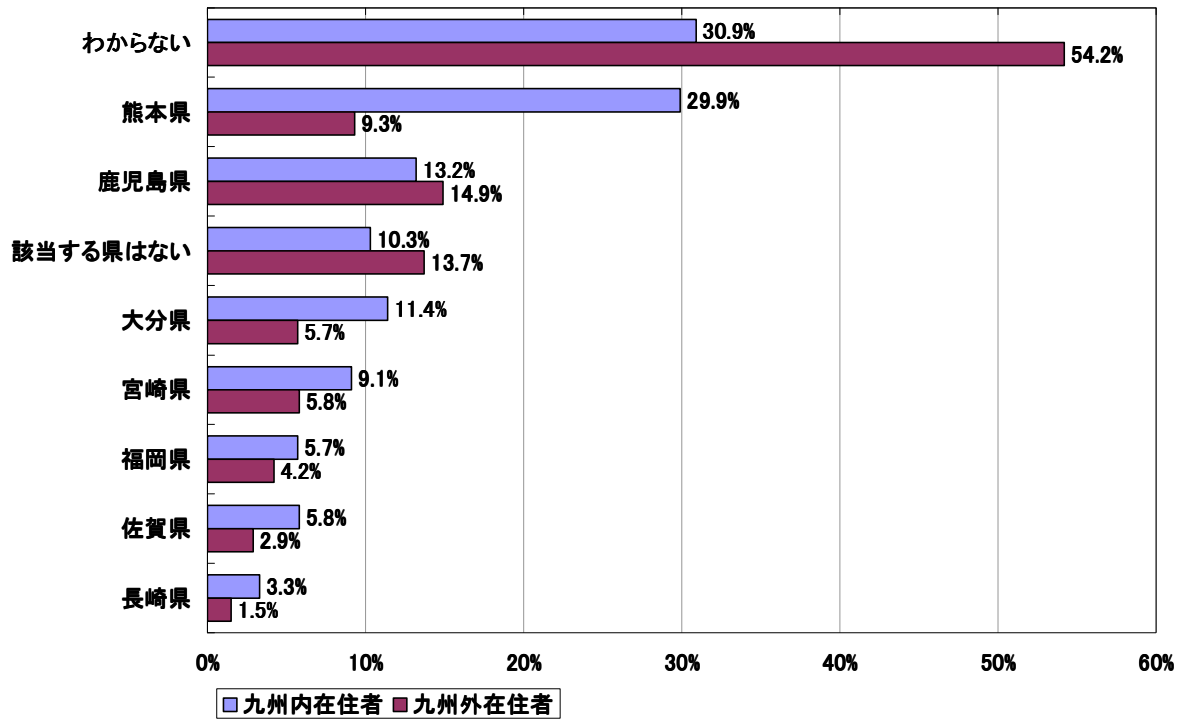
出典：経済産業省／工業統計調査(H22年)

【資料15】熊本県の製造業従事者数に対して各地域が占める割合(飲料等)



出典：経済産業省／工業統計統計(H22年)

【資料16】米焼酎のイメージがあてはまる九州の県



出典：公益財団法人地方経済総合研究所／観光新時代における九州・熊本の可能性（H22）

【県南地域の農業関係高校における取組み】

（１）熊本県立八代農業高校（八代市）

『万能たれ』『トマトケチャップ』

- 規格外として処分されていた完熟トマトの有効活用を目的に、地元加工グループと協力して加工品開発を進め、平成20年にトマト、梨、ショウガなど地元農産物を使った「万能だれ」と「トマトケチャップ」を商品化した。
- 商品は地元氷川町の道の駅「竜北」などで販売されており、人気商品となっている。



（２）熊本県立芦北高校（芦北町）

『甘夏マーマレード』

- 1953年から地元特産の甘夏をつかったマーマレードづくりが行われており、高校における農産物加工品づくりの草分け的存在である。
- 落果や豊作等による余剰果実の有効活用のため、加工品の研究や試作を繰り返し、当時はまだ珍しかったマーマレードにたどり着いた。
- 甘夏マーマレードは物産館などで販売されており、地元はもとより、県外にも多くの固定客を有する人気商品となっている。



（３）熊本県立南稜高校（あさぎり町）

『米焼酎』

- 同校では、平成17年に焼酎の試験製造免許を取得、全国的にも稀な学校設定科目「醸造」を開設し、人吉・球磨地域の伝統的な産業である焼酎造りを学んでいる。
- 後継者育成も兼ねて、球磨焼酎酒造組合がバックアップしており、原料である米（ヒノヒカリ）の生産から、焼酎製造、成分分析や利き酒（香りのみ）などを行っている。



II 県南地域食品関連事業者アンケート結果

【調査方法】

- アンケートは平成 24 年 9 月 10 日～21 日にかけて、県南地域の食品製造、卸売・小売業 70 事業者を対象に郵送にて実施した。
- 回答数は 35 件（回答率 50%）。未回答、複数回答等の設問があるため、回答数が異なる。

【アンケート設問】

I. 事業所の概要

- A. 事業所の形態 B. 法人設立年（創業年） C. 従業員数
- D. 支店数 E. 子会社数 F. 資本金
- G. 売上高 H. 業種（複数回答）

II. 仕入れ及び販売等の状況

- 問 1. 主要な原材料・商品の調達先（仕入れ先）
- 問 2. 製品・商品の販売先（納入先）（複数回答）
- 問 3. 販路開拓の状況
- 問 4. 販路開拓の方法（複数回答）
- 問 5. 販路開拓を行っていない理由

III. 研究・開発の取組状況

- 問 6. 新商品等の研究・開発の状況
- 問 7. 研究・開発の方法（複数回答）
- 問 8. 研究・開発を行っていない理由

IV. 事業展開と課題

- 問 9. 過去 5 年間の事業規模の傾向
- 問 10. 過去 5 年間の収益性の傾向
- 問 11. 今後の事業展開の方向性
- 問 12. 各分野における課題（複数回答）
 - （1）価格面についての課題
 - （2）販路についての課題
 - （3）商品開発（高付加価値化）についての課題

V. 熊本県及び「フードバレー構想」への希望・期待

- 問 13. 「フードバレー構想」における県の施策に期待すること（複数回答）
- 問 14. 「フードバレー構想」をはじめとした県南振興策に対するご意見・ご提案（自由記述）

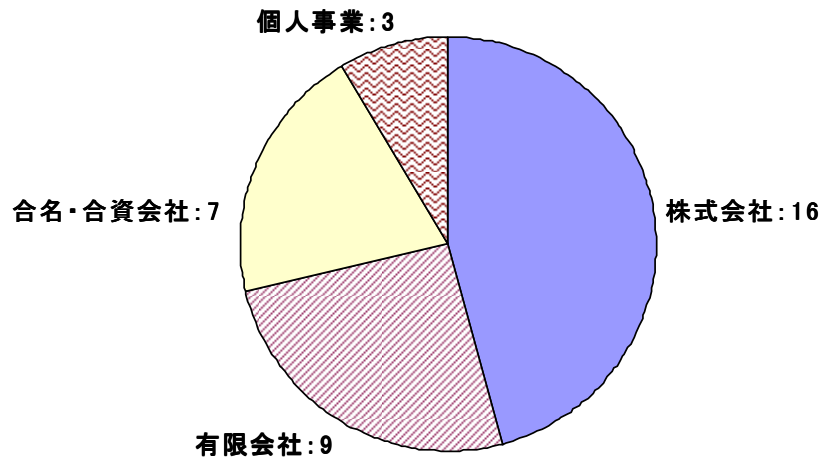
【調査結果概要】

- ◆ 従業員数20人以下の事業者、支店や子会社等を持たない事業者が全体の6割以上を占めており、全体として小規模な事業者が多い。
- ◆ 原材料は県南地域から調達している事業者が4割以上と最も多くなっているが、県外(九州)から調達している事業者も2割以上を占めている。
- ◆ 半数以上の事業者が県外に販路を持っているが、海外販路を有する事業者は2割弱と少ない。4割を超える事業者が現在販路開拓を行っておらず(今後予定している事業者も含む)、中には販路開拓の方法がわからないという事業者もある。また、今後の展開としては県内、九州外を重視している事業者が多いが、県内の販路開拓に課題を抱える事業者が多い。
- ◆ 製造業を営む事業者の6割以上が何らかの研究・開発を行っている。また、自社独自で開発に取り組む事業者が多いが、研究・開発における技術不足に課題を抱えている事業者が多い。
- ◆ 近年の傾向として、事業規模は横ばい傾向にある事業者が多く、収益性は低下傾向にある事業者が多い。
- ◆ 「フードバレー構想」への期待としては、「熊本ブランド(地域ブランド)の向上」への期待が最も多くなっている。続いて「販路開拓支援」「商品開発支援」となっている。

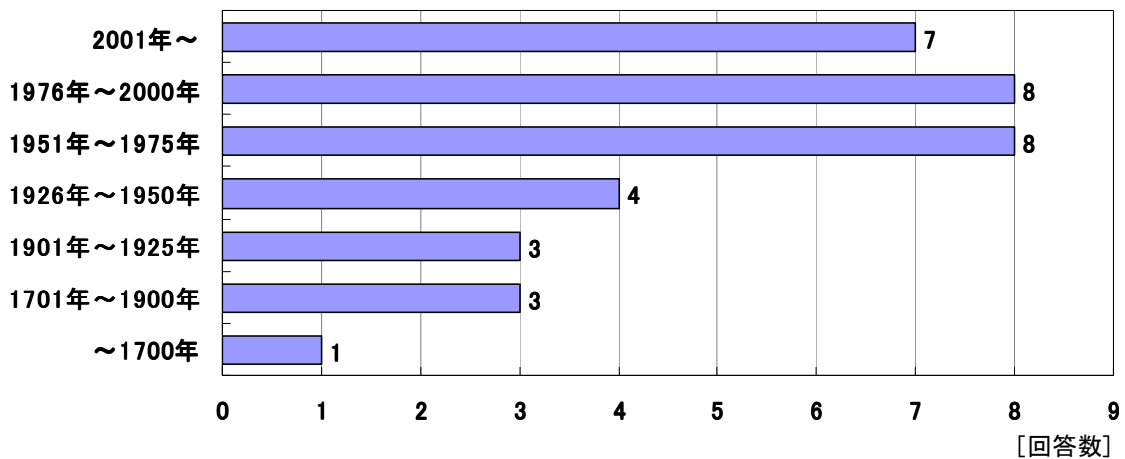
【設問別の集計結果】

I. 事業所の概要

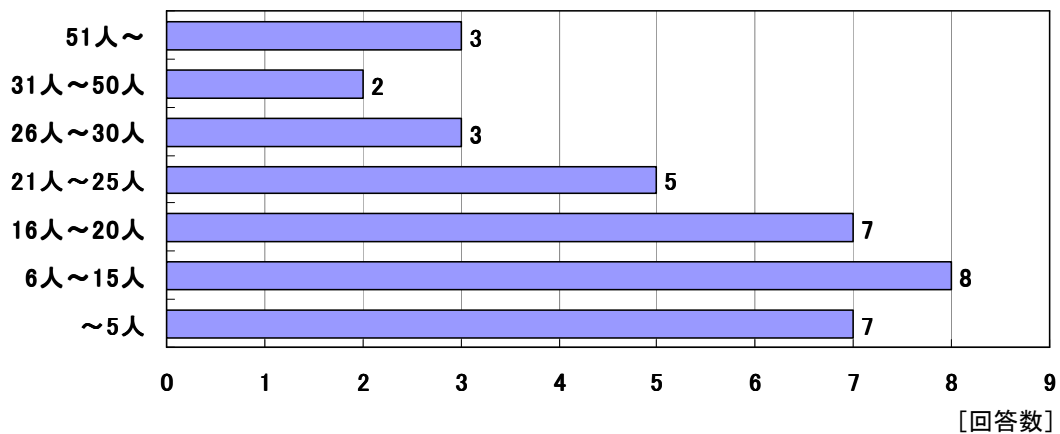
A. 事業所の形態：回答数 35 件



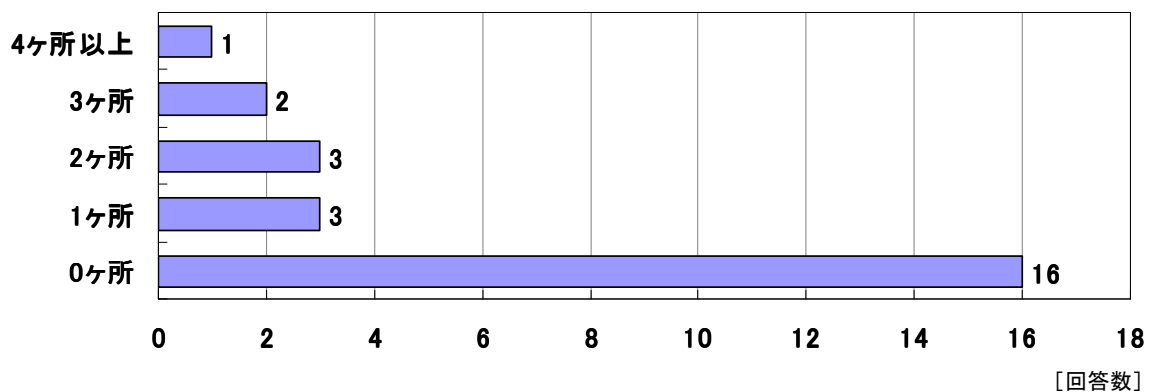
B. 法人設立年（創業年）：回答数 34 件



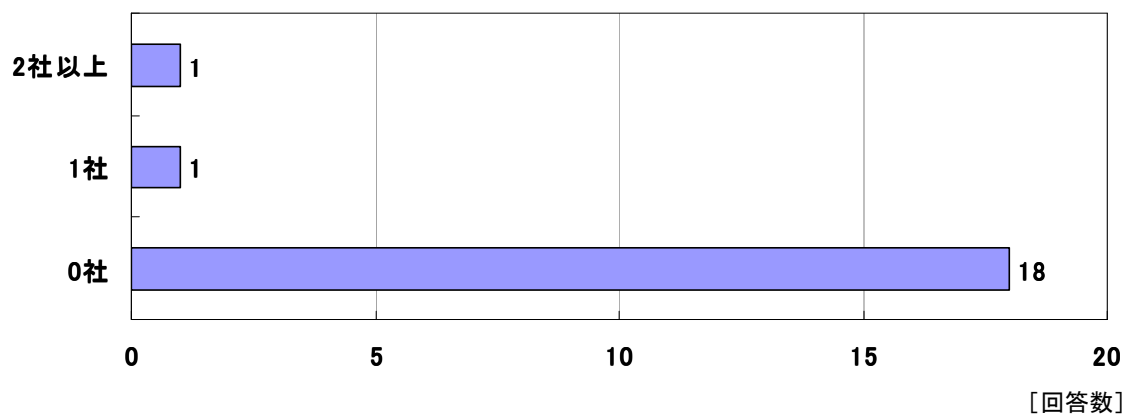
C. 従業員数（アルバイトを含む）：回答数 35 件



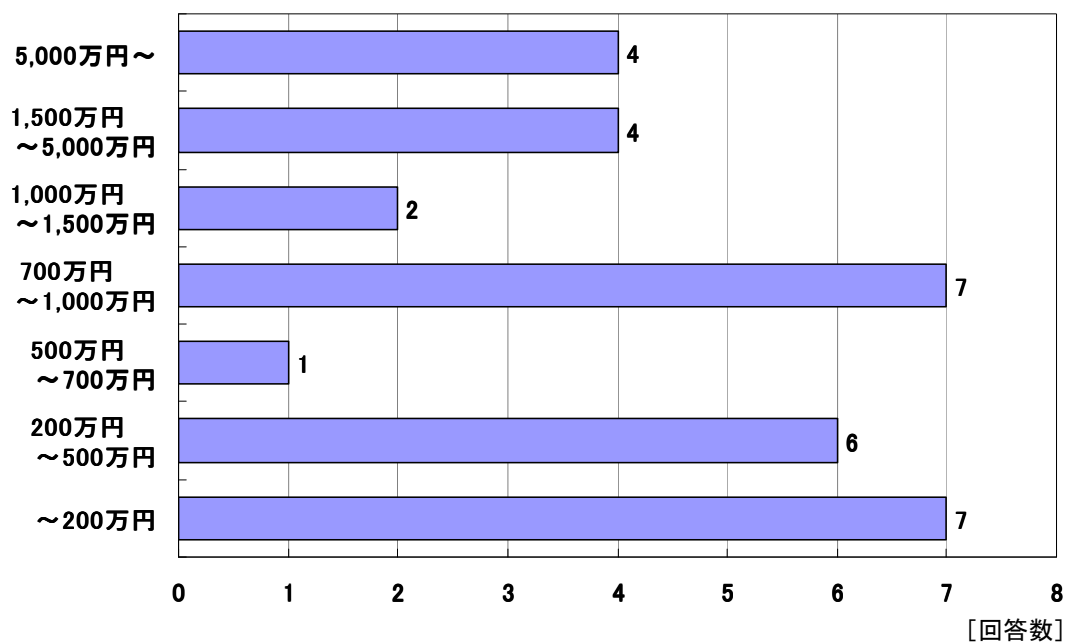
D. 支店数（本社を除く）：回答数 25 件



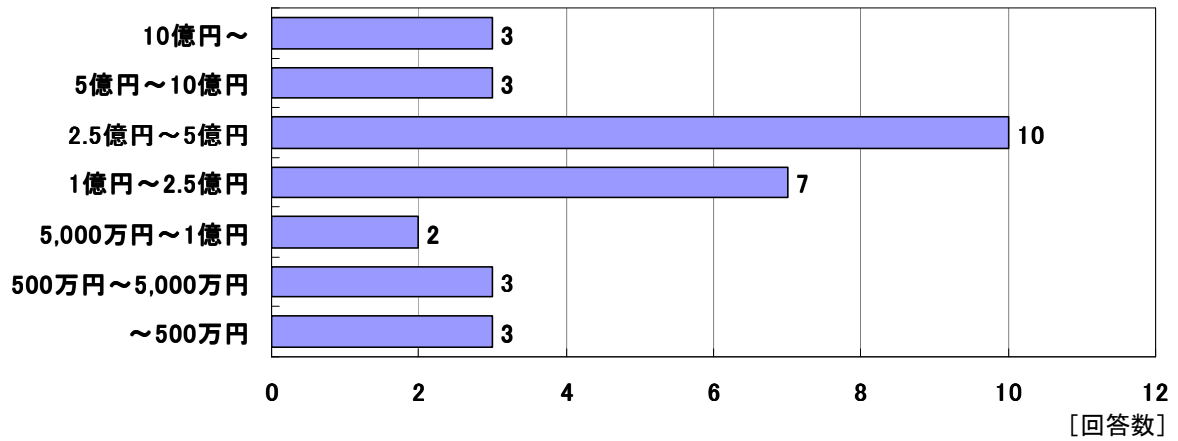
E. 子会社数：回答数 20 件



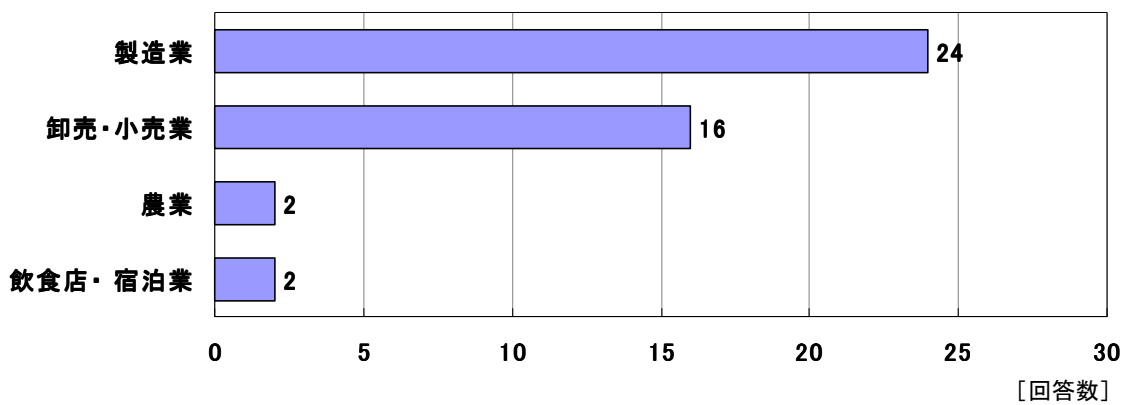
F. 資本金：回答数 31 件



G. 売上高：回答数 30 件

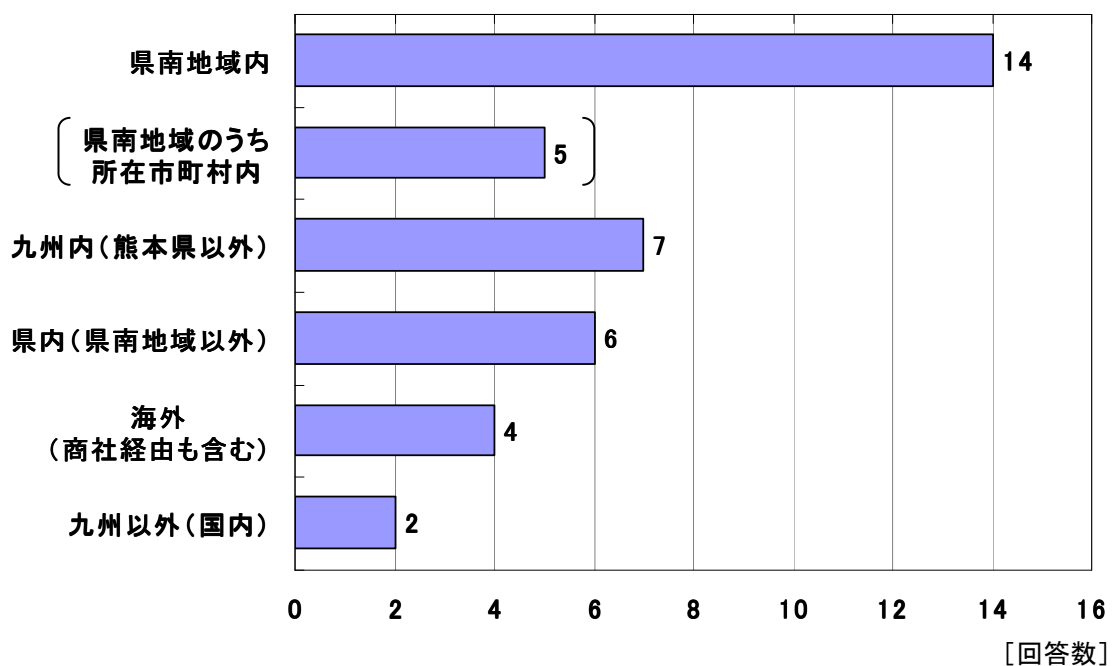


H. 業種：回答数 34 件（複数回答）

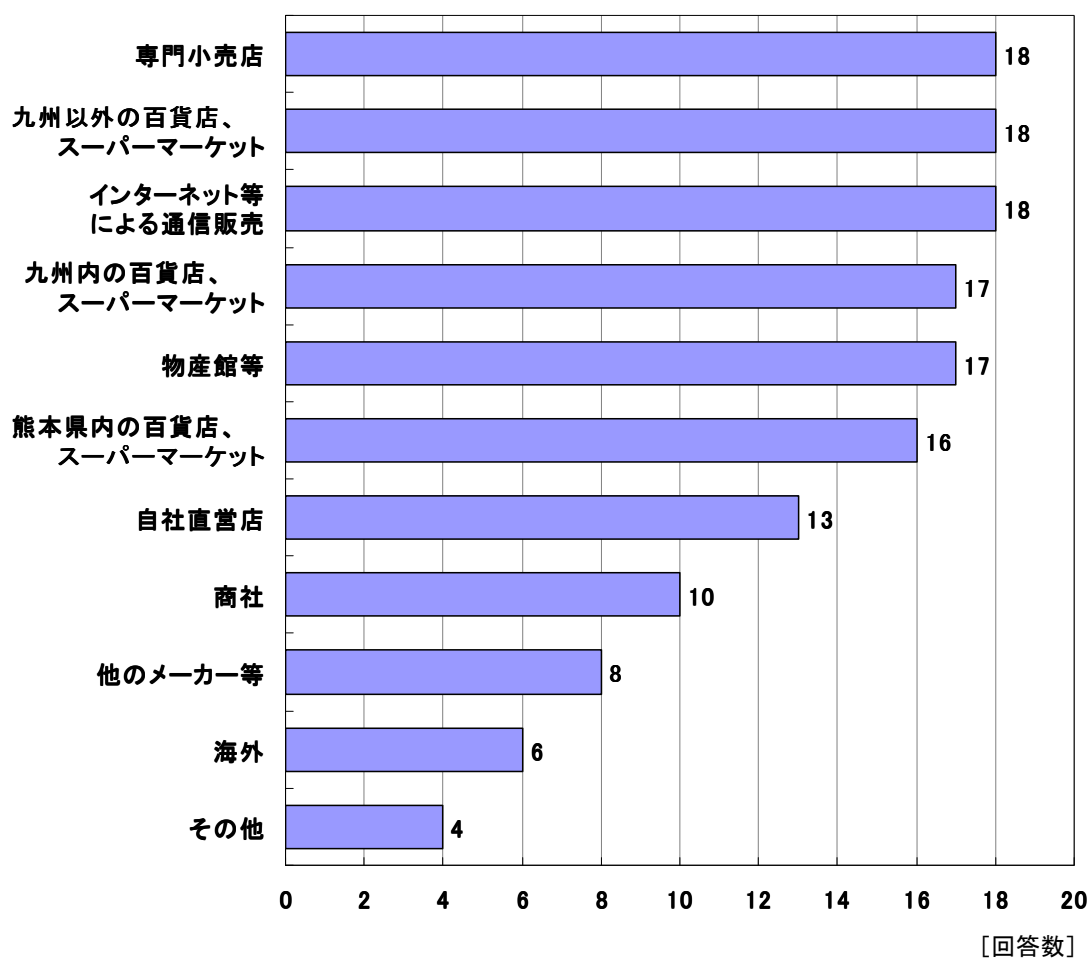


II. 仕入れ及び販売等の状況

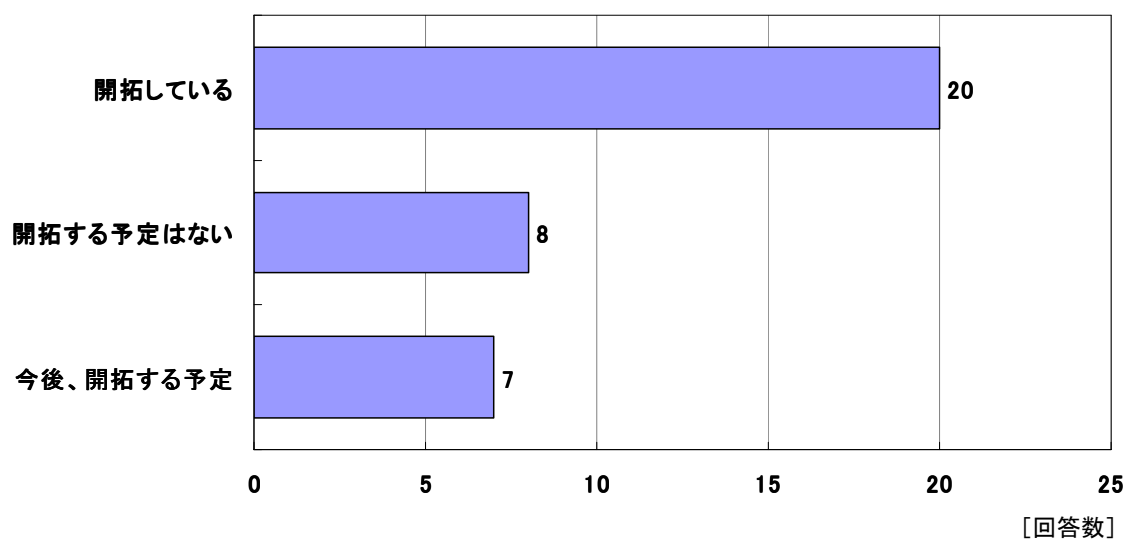
問 1. 主要な原材料・商品の調達先（仕入れ先）：回答数 33 件



問2. 製品・商品の販売先（納入先）：回答数 33 件（複数回答）

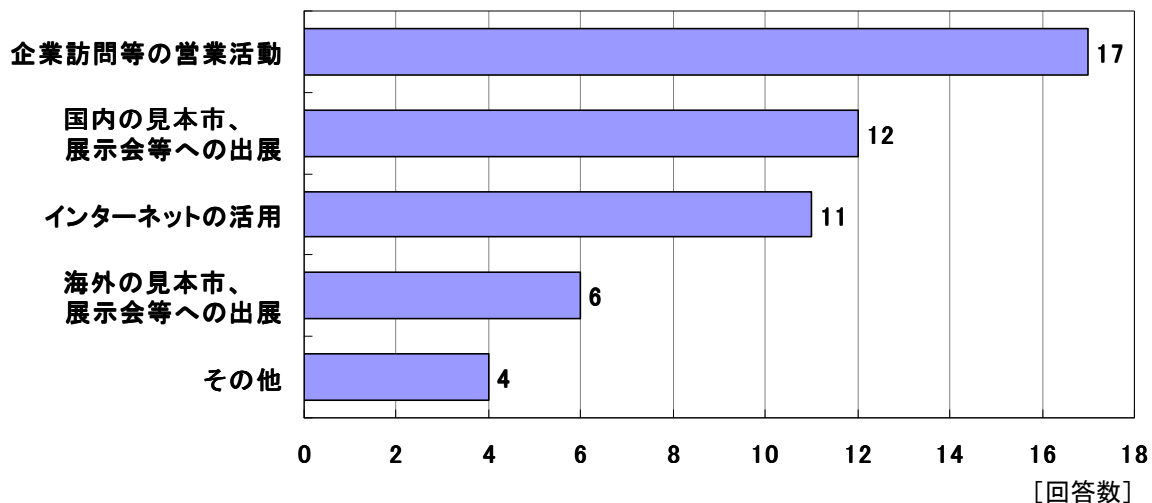


問3. 販路開拓の状況：回答数 35 件



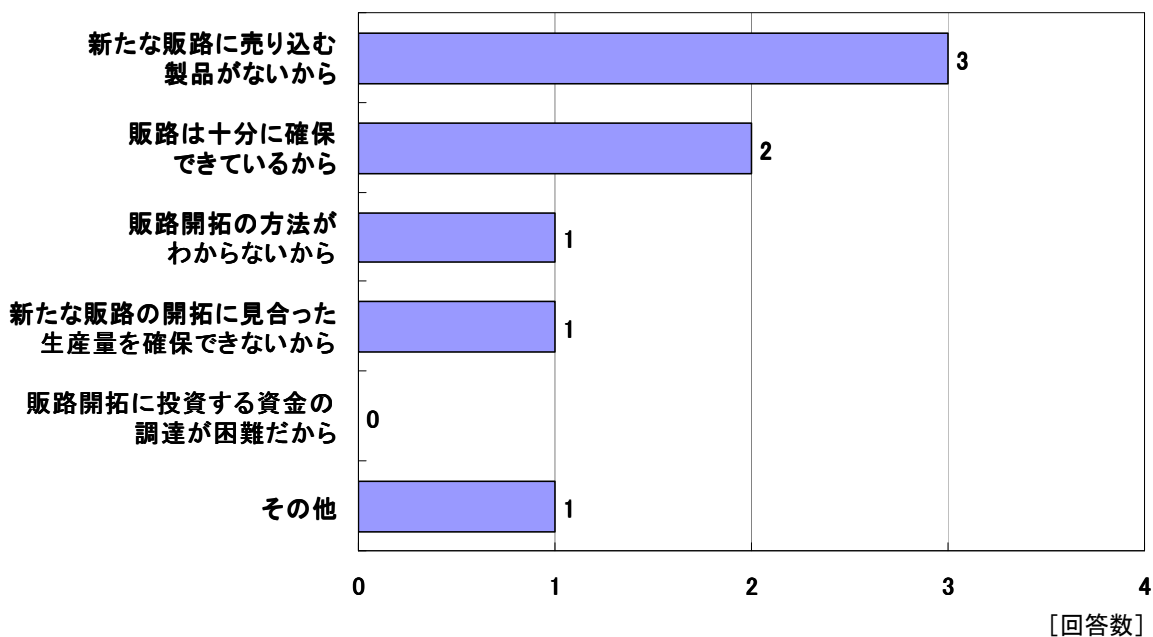
問4. 販路開拓の方法（予定を含む）：回答数 27 件

※問3で「開拓している」「今後、開拓する予定」と回答した事業所が対象（複数回答）



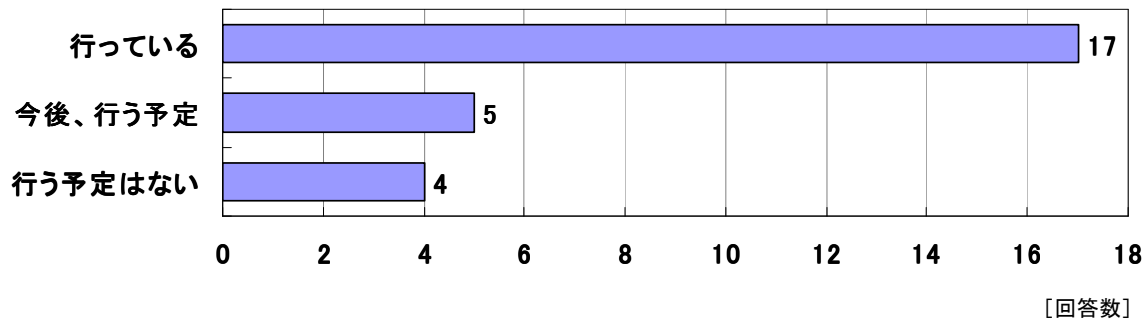
問5. 販路開拓を行っていない理由：回答数 8 件

※問3で「開拓していない」と回答した事業所が対象



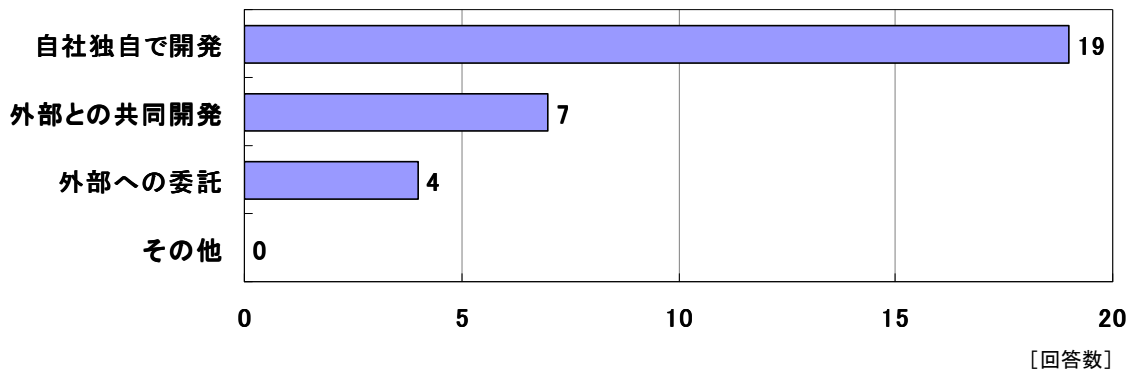
Ⅲ. 研究・開発の取組状況

問6. 新商品等の研究・開発の状況：回答数 26 件



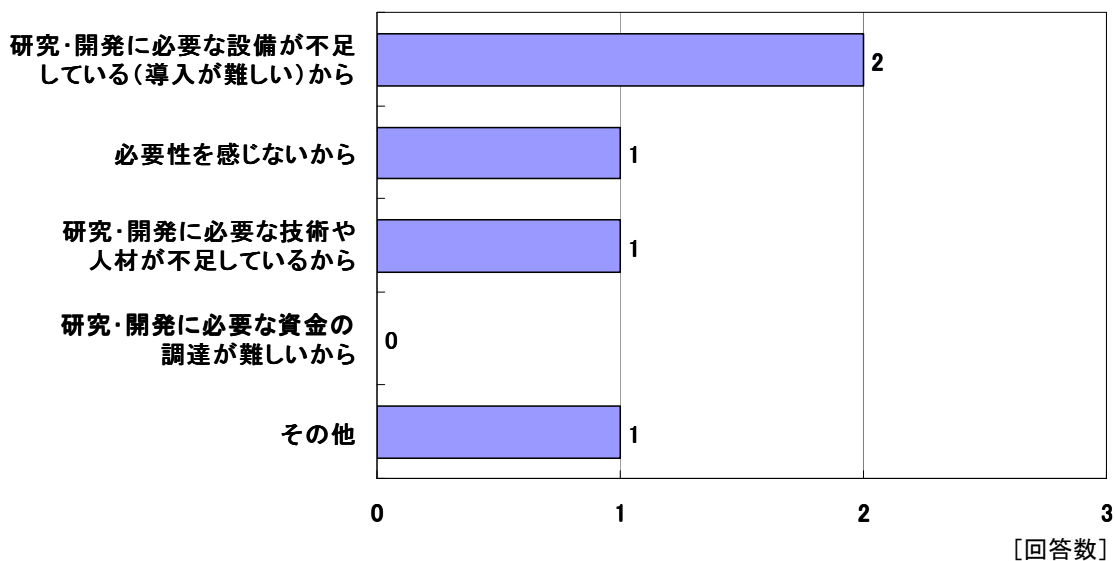
問7. 研究・開発の方法：回答数 22 件

※問6で「行っている」「今後、行う予定」と回答した事業所（複数回答）



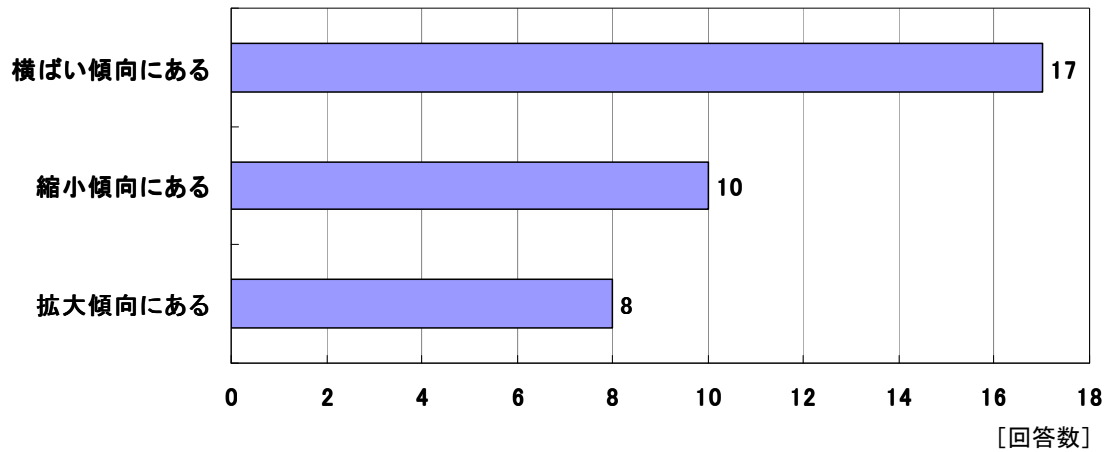
問8. 研究・開発を行っていない理由：回答数 5 件

※問6で「行う予定はない」と回答した事業所

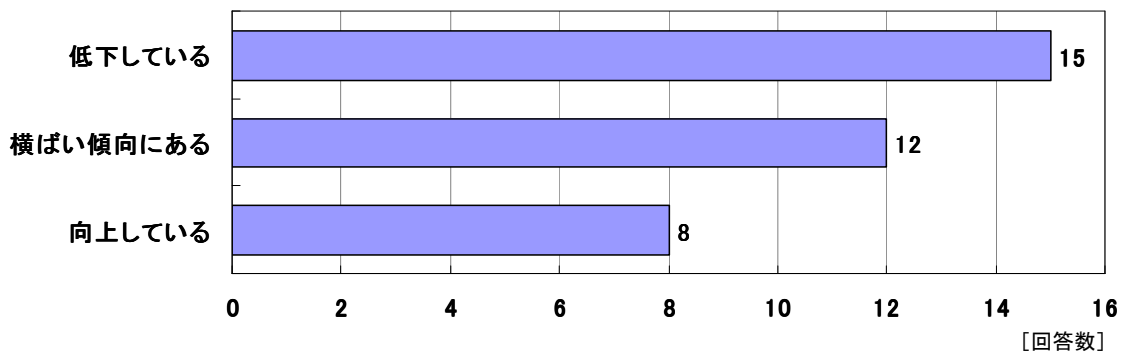


IV. 事業展開と課題

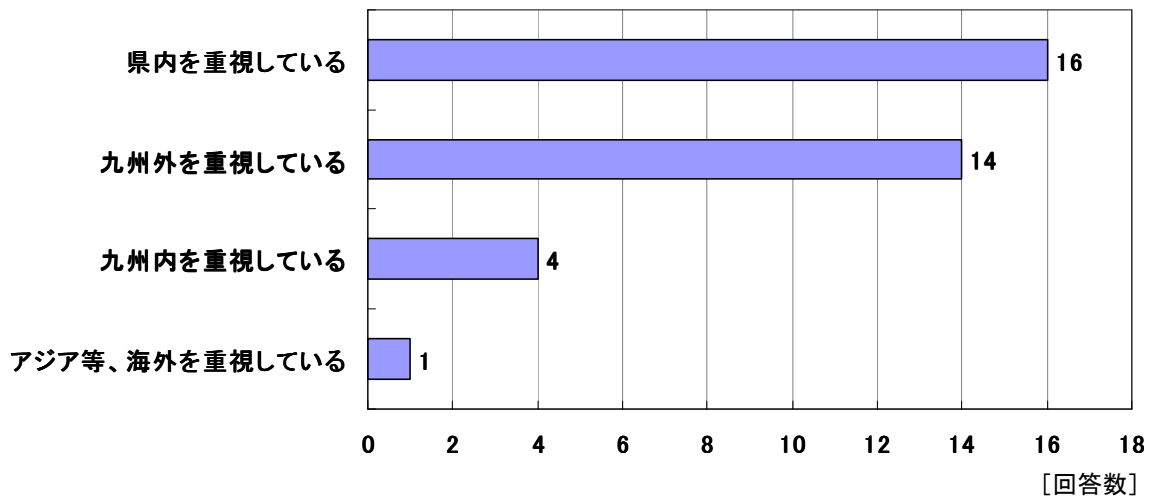
問9. 過去5年間の事業規模の傾向：回答数 35 件



問10. 過去5年間の事業の収益性の傾向：回答数 35 件

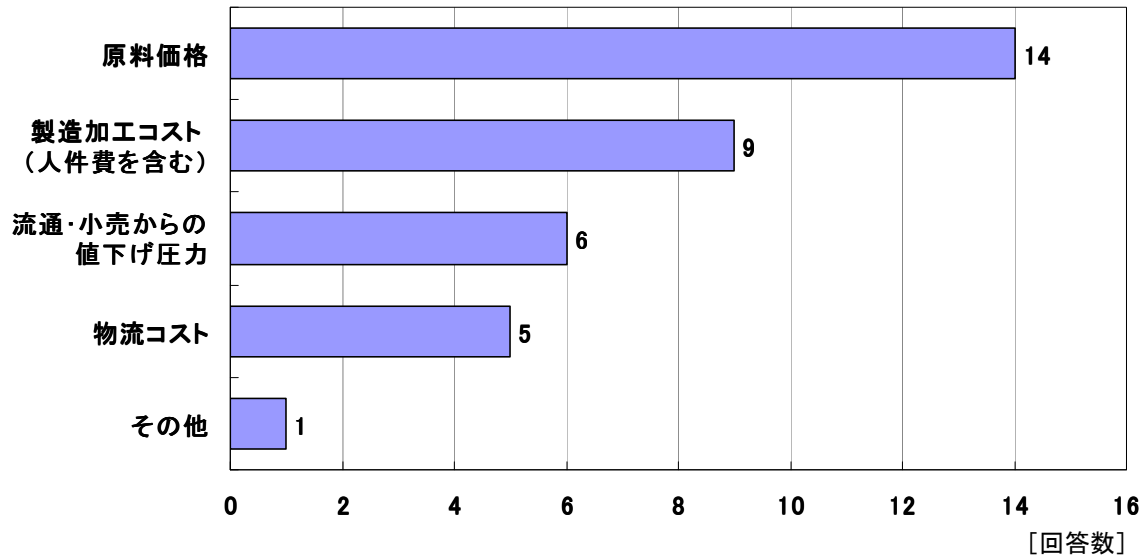


問11. 今後の事業展開の方向性：回答数 35 件

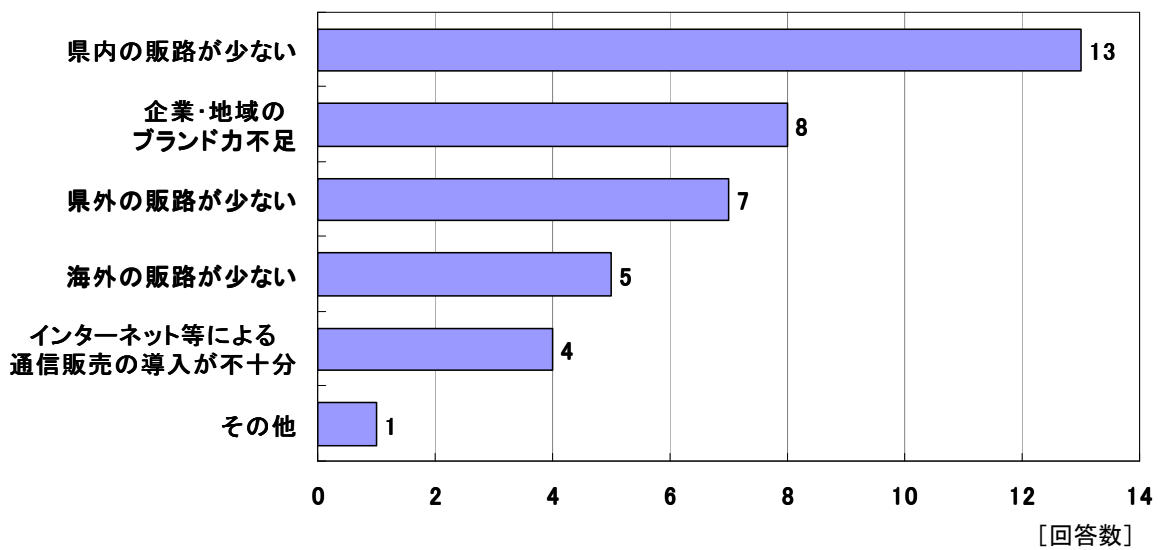


問12. 各分野における課題

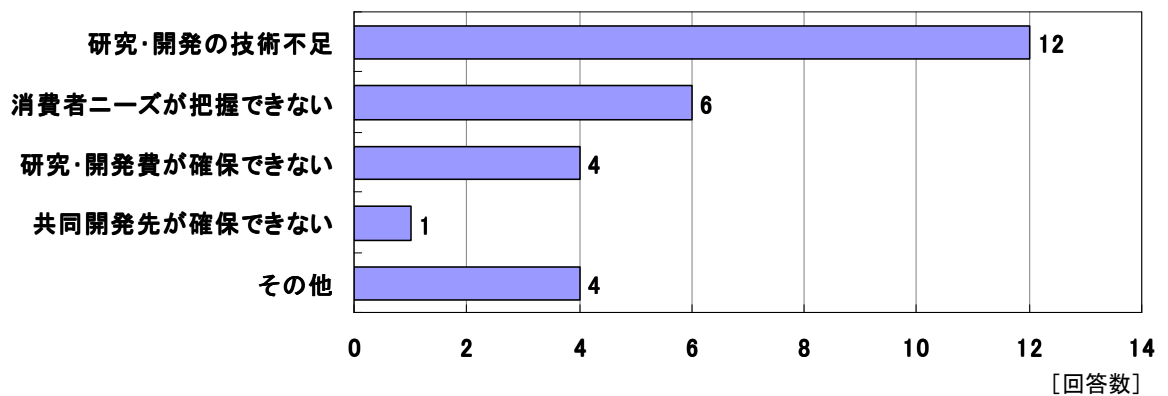
(1) 価格面についての課題：回答数 29 件（複数回答）



(2) 販路についての課題：回答数 30 件（複数回答）

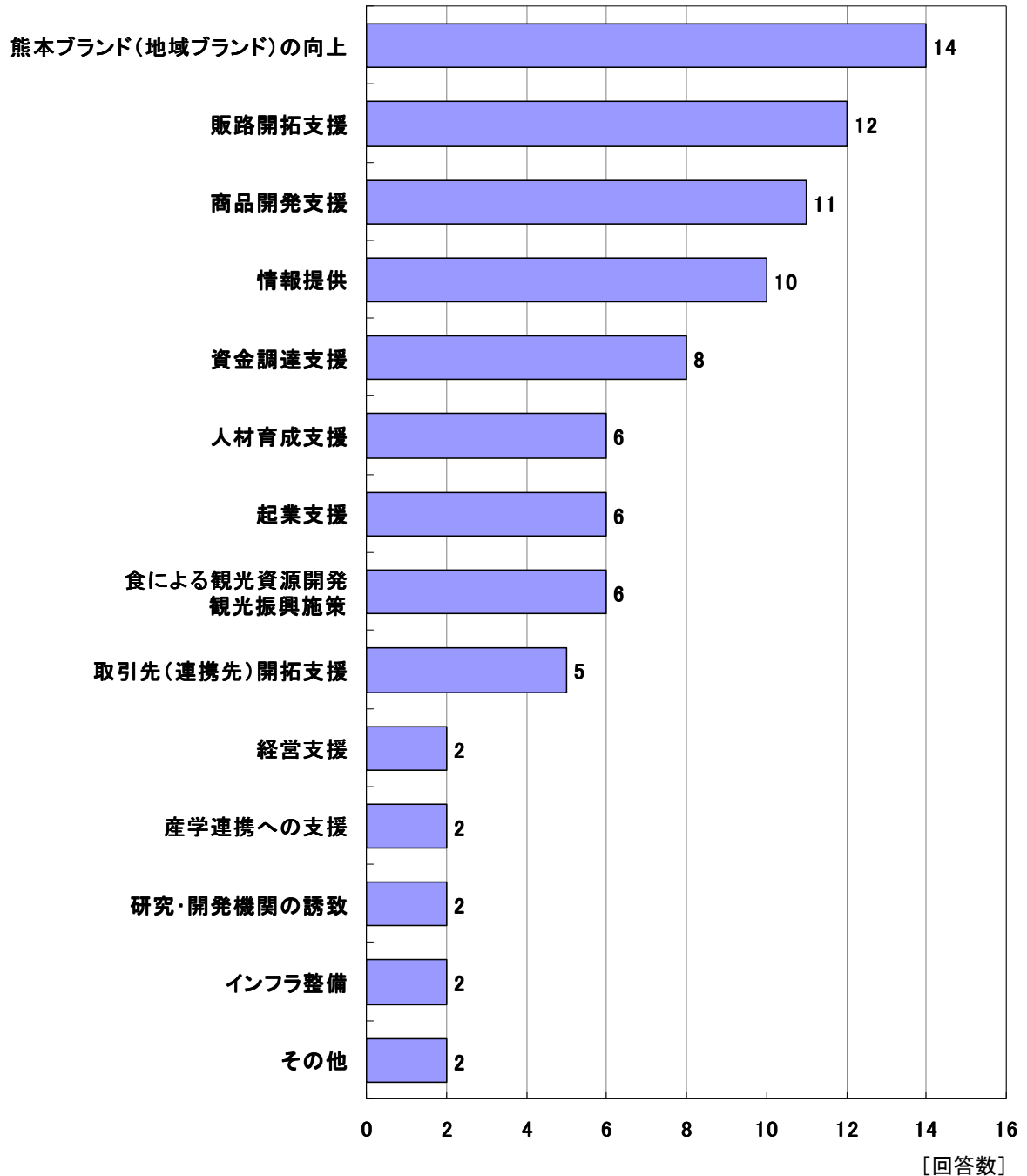


(3) 商品開発（高付加価値化）についての課題：回答数 24 件（複数回答）



V. 熊本県及び「フードバレー構想」への希望・期待

問13. 「フードバレー構想」における県の施策に期待すること
回答数 35 件（期待することを3つまで選択）



問14. 「フードバレー構想」をはじめとした県南振興策に対するご意見・ご提案（自由記述）

- フードバレー構想が地域住民の生活をどのように改善してくれるのかを具体的に示して欲しい。
- 構想における取組みを地域振興のモデルとして全国に発信して欲しい。
- 食品事業者がいつでも相談できる窓口を作って欲しい。
- 農業後継者の不足や高齢化により、野菜等の加工原料の不足が課題。農業法人への支援など、原料生産体制への支援も今後は必要なのではないか。

Ⅲ 県南食品関連事業者ヒアリング調査

【調査方法】

平成 24 年 9 月～12 月にかけて、県南地域の製造業を中心とした「食」関連の 21 事業者を対象に、各事業者の取組みや課題、フードバレー構想への期待・要望などについて、ヒアリング調査を行った。

【調査結果概要】

生産・加工

- ◆ 6 次産業化や農商工連携の取組みも多数見られたが、複数の事業者から連携先の開拓に苦勞したという意見もあり、生産者と加工業者の連携が弱い面が見られた。

流通・販売

- ◆ 販路の確保・拡大が重要であるという意見が多く見られた。また、販路が課題という事業者も多く、販路拡大に対する支援の要望があった。
- ◆ 小規模事業者が多く、流通面でロットとしてまとまりにくいとの意見があった。
- ◆ 海外輸出に積極的に取り組んでいる事業者もあるが、言語や商習慣の違い、現地情報の入手など課題も多いとの意見が見られた。

ブランド

- ◆ 「球磨焼酎」（米焼酎）については、芋焼酎や麦焼酎と比較して知名度の低さが課題との意見が多かった。
- ◆ ハラル認証の取得など、新たな販路開拓に向けた独自の取組みも見られた。
- ◆ （水資源など）原料のブランド力に関する意見も見られた。

研究・開発

- ◆ 独自に商品開発等を行っている事業者が多く、小規模事業者が生き残っていくためには、消費者ニーズに対応した商品開発力や企画・提案力、マーケティング力などを高めていくことが必要との意見もあった。

【主な意見（分野別に整理）】

【生産・加工】

- ・ 玉ねぎ、トマト、ショウガなど、全国的なシェアや競争力が高い製品については、生産・出荷体制の更なる充実が必要。
- ・ トマトは生食が多いが、消費拡大のためには温野菜としての普及も大事。温野菜としての利用が広がることで、糖度の低いトマトも加工用として出荷できるようになると良い。
- ・ 機械化による農作業の省力化が進まないと、生産物の加工まで目が向いてこない。
- ・ 地域の農産品を活用した1次加工（加工原料）処理・供給を行う工場が有望。他県との差別化、加工原料のユーザーからのニーズなどが期待できる。

【事業者間の連携】

- ・ 生産者に加工ニーズはあるが、生産者が単独で加工業者を探し出すのは難しいというケースも多い。
- ・ 農家の生産物に関する情報や加工業者の技術等を独自に調査、アプローチしなければならないため、連携先の確保に苦労した。
- ・ （生産から）加工まで取り組むには、設備資金がネックとなる。地域内に加工場があり、今取引しているところより高い値段で買ってもらえると良い。
- ・ 同じ県南地域でも、事業者によって取組みの方向性が異なる。エリア毎ではなく、目的毎の取組みが効果的ではないか。
- ・ 地域を活性化していくためには、農商工が連携していかなければならない。
- ・ 今後は、商工会議所や青年会など、地元企業の若手が集まり、地域の力を結集して、新しい商品や情報収集、イベント等を考えていくべき。

【販路拡大】

- ・ 販売先との連携強化など、販路拡大に取り組む事業者もあるが、販路拡大で行き詰まっているケースが増えている。
- ・ 加工・販売などの面でチャンネルを有していない事業者数が多く、販路確保で苦労している。地元企業の販路マッチングが効果的ではないか。
- ・ フードバレーとしてのターゲットをはっきりとさせることが重要。マーケティングをしっかりと、持続可能なサイクルを作らないと成功しない。
- ・ 拠点的なファーマーズマーケット（直売所）の設置により地域製品の販売力が向上している。

【流通】

- ・ フードバレー内に出荷調整用の倉庫等を整備することで、需要に即応した供給体制が実現できるのではないか。
- ・ 全体的に小規模加工業者が多く、ロットとしてまとまらないため、域内から域外へと販売する商社流通機能も弱い。海外展開に際しても、特定の販売先への流通に限られる。
- ・ 販路は、ほとんどが商社を利用。直販だといきなり契約を切られたり、クレーム処理にコストがかかるため、リスク回避の意味もあり卸を通してしている。

【海外輸出】

- ・ 国内の首都圏からの見方ではなく、東アジアの中でのポジショニングが重要。輸出促進を行う場合、広範囲に面的な戦略ではなく、中国ならば香港経由など、ピンポイントで攻めていく方が効果的。
- ・ 英語での受発注確認や文書作成などで苦労した。
- ・ 中国は外交問題や規制、商習慣の違いなども大きく難しい。香港やシンガポールなど、規制が緩く、日本食が浸透しているところの方がやりやすい。
- ・ 海外進出を目指すなら、単発のイベントに出るだけでは意味が無い。日本酒の蔵元などはイベント以外でも積極的に海外に拠点を置き、地道な営業を続けている。

【ブランド】

- ・ 全国的には芋焼酎や麦焼酎の方が知名度が高く、流通量も豊富なため、米焼酎は熊本県内であっても消費者訴求力が弱い。
- ・ 芋焼酎や麦焼酎のように、球磨焼酎を代表するブランド銘柄を育てないと、球磨焼酎の名前だけ売っても、具体的な購買行動にはつながらない。
- ・ 全国にあると畜場の中でも、肉牛だけを専門に扱う事業者は少ないため、それを活かして、ハラール認証を取得した。
- ・ 食品産業では良質な水源も重要。水にブランド力があれば付加価値になる。

【研究開発】

- ・ 小規模事業者が事業展開を拡大していくためには、消費者ニーズに対応した商品開発力や企画・提案力、マーケティング力の強化が必要。
- ・ 少量生産の特徴を活かして、原材料の生産者等からの委託生産のような形で商品の開発も行っている。

【人材育成】

- ・ 大手量販店等に出荷する場合、工場監査やそれに伴う内部監査などへの対応が求められる。食品表示の適正化も含め、法令や生産管理に精通した人材の育成が必要。
- ・ 将来のためにも、地元中高生など、若い人材にも米づくりの大切さや、球磨焼酎づくりの大切さを伝えて、若い人材の発掘と技術の継承を実現したい。

【雇用確保】

- ・ 地元就職を希望する若者も存在するが、地元はその受け皿がない。地域の雇用確保が必要。
- ・ 地元の会社のことなどが若い人に知られていないので、教育機関と企業とのマッチングなど、教育と経済とをつなげる取組みをしてほしい。

【その他】

- ・ フードバレーでは、企業集積も重要ではあるが、ファーマーズマーケットや観光農園など幅広い展開により、まずは地元の人々がリピーターとなって訪問するような仕掛けをつくることが重要。
- ・ 金融機関と連携した、もっと用途が自由な資金支援制度があるとよいのではないか。経営についてもアドバイスなどが受けられるし、その後の運転資金の融資にもつながる。