

【主担当部局：農林水産部】

県民の皆さんとめざす姿

食への期待が多様化する中、農林水産業や関連産業等に関わるさまざまな主体によって創出された新たな価値が地域資源を活用した商品等の開発に生かされ、商品として提供されることで、県民の皆さんの豊かな暮らしや「もうかる農林水産業」の実現につながっています。

平成 31 年度末での到達目標

「みえフードイノベーション」や食のバリューチェーンの構築、農林水産業技術の開発と移転などの取組を進める中で、地域資源などを生かして新たなビジネスに取り組む農林水産業者や企業、地域などが増加するとともに、こうした事業者を含むさまざまな主体の連携が強化、高度化することで、新たな需要の開発や市場の開拓などの取組が拡大しています。

| 県民指標 | | | | | | |
|----------------------------------|---|------------|------------|------------|------------|------------|
| 目標項目 | 27 年度 | 28 年度 | 29 年度 | 30 年度 | | 31 年度 |
| | 現状値 | 目標値 実績値 | 目標値 実績値 | 目標値 実績値 | 目標達成 状況 | 目標値 実績値 |
| 魅力ある県産農林水産物や加工品が販売されていると感じる県民の割合 | | 44.0% | 46.0% | 48.0% | | 50.0% |
| | 42.1% | 45.2% | 43.5% | | | |
| 目標項目の説明と平成 31 年度目標値の考え方 | | | | | | |
| 目標項目の説明 | 「みえ県民意識調査」で、魅力ある県産農林水産物や加工品が販売されていると感じる「どちらかといえば感じる」と回答した県民の割合。 | | | | | |
| 31 年度目標値の考え方 | 平成 31 年度の「みえ県民意識調査」において、回答した県民の半数（50%）が実感していることをめざして設定しました。 | | | | | |

| 活動指標 | | | | | | | |
|--|-----------------------------------|-------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 基本事業 | 目標項目 | 27 年度 | 28 年度 | 29 年度 | 30 年度 | | 31 年度 |
| | | 現状値 | 目標値 実績値 | 目標値 実績値 | 目標値 実績値 | 目標達成 状況 | 目標値 実績値 |
| 31101 食のバリューチェーン構築による新たなビジネスの創出（農林水産部） | 「みえフードイノベーション」から生み出される商品等の売上額（累計） | | 12 億円 | 26 億円 | 38 億円 | | 43 億円 |
| | | 9 億円 | 19 億円 | 33 億円 | | | |
| 31102 農林水産技術の研究開発と移転（農林水産部） | 農林水産技術の研究開発成果が活用された商品等の数（累計） | | 195 件 | 235 件 | 275 件 | | 315 件 |
| | | 155 件 | 196 件 | 239 件 | | | |

| 活動指標 | | 27年度 | 28年度 | 29年度 | 30年度 | | 31年度 |
|---|--|---------------------------------------|-------------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| 基本事業 | 目標項目 | 現状値 | 目標値 実績値 | 目標値 実績値 | 目標値 実績値 | 目標達成 状況 | 目標値 実績値 |
| | | 31103 県産農 林水産物の魅力 発信（農林水産 部） | 魅力発信により 生み出された企 業との連携（累 計） | — | 50社 | 100社 | 175社 |
| 31104 イノベ ーションを担う 人づくり（農林 水産部） | 「みえ農林水産 ひと結び塾」に おける人材養成 数（累計） | — | 10人 | 20人 | 30人 | | 40人 |

現状と課題

- ①産学官連携の取組を進める「みえフードイノベーションネットワーク」は、参加事業者が636者（平成30年10月末現在）となり、ネットワークプロジェクト活動を通じ、農林水産物直売所とフードコートとの連携による県産食材を活用した新たなメニューが創出されました。また、6次産業化サポートセンターを設置し、6次産業化をめざす意欲ある農林漁業者等が抱える課題を解決するため、専門家の派遣や研修会を開催するなどの支援を行いました。6次産業化については、販売の促進など課題もあることから、引き続き、販路拡大に係る取組などを進めていく必要があります。
- ②伊勢志摩サミットで高まった県産食材の知名度や評価を生かしながら、東京オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「東京2020大会」）を契機とした取組を進める指針として、「三重県農林水産品販売拡大戦略」を策定しました。また、首都圏等大都市圏の3つのラグジュアリーホテルにおいて、三重県フェアが開催されるとともに、選手村等で飲食を提供するケータリング事業者等を対象とした食材レセプションを帝国ホテルで開催することで、県産食材の認知度を高めました。首都圏ホテルを対象としたマーケティング調査により判明した、ストーリー性の高い食材供給や三重県からの仕入れルートの確保に取り組むとともに、引き続き、東京2020大会の食材調達基準であるGAP等の取得農産物を中心にプロモーション活動を行い、県産食材の魅力を発信していく必要があります。
- ③食のバリューチェーン構築による県産農林水産物の高付加価値化の取組を進めるため、農林水産物に含まれる機能性成分を活用した商品開発や、生産現場でのICT技術活用による生産管理の改善を進めるため、各研究所を中心に、カンキツの高品質化の技術検証、海藻や養殖マダイ、地鶏の機能性成分向上に向けた研究、キノコの機能性成分の高い優良系統の選抜と生産技術の確立、ICT技術を活用したハウス内環境変化を可視化するソフトの開発に取り組んでいます。引き続き、検証、研究を進め、商品化や技術確立を図る必要があります。
- ④農林水産業におけるイノベーションを促進するため、農業研究所では、結びの神（品種名：三重23号）に続く新たな水稻品種の開発、林業研究所では、きのこの低コスト栽培技術の開発、水産研究所では、アサリ資源再生に向けた効果的な稚貝移殖の技術開発などに取り組んでいます。引き続き、検証・研究を進め、確立した技術の現場への移転につなげていく必要があります。
- ⑤「三重ブランド」については、首都圏等でのプロモーションの機会を捉えたPRや、SNS等の活用による情報発信に取り組むとともに、昨年度新たに認定した「青さのり」や「四日市萬古焼」をPRするリーフレット等の作成を進めています。今後、県産品のさらなるブランド力向上に向け、情報発信力を強化するとともに、「三重ブランド」認定事業者相互の連携促進や、「三重ブランド」認定をめざす機運の醸成に取り組む必要があります。

- ⑥県産農林水産物の魅力発信や地産地消の促進に向け、「みえ地物一番の日」の店頭キャンペーン、「みえの安心食材」のイベントでのPRを実施しました。また、学校給食における地場産物の活用率向上をめざして、栄養教諭や学校給食会等をメンバーとした「地場産物導入検討会」を開催しました。引き続き、「みえ地物一番の日」キャンペーン協賛事業者や「みえの安心食材」認定事業者と連携して、県産農林水産物の情報発信に取り組むとともに、市町および食育関係団体等と連携して食育を推進する必要があります。
- ⑦「みえ農林水産ひと結び塾」は、イノベーションの創出をさらに促進するため、生産、販売、商品開発等に関わる人材を対象に、各受講者が抱える課題等に応じたワークショップやマーケティングに関する講座を実施しています。引き続き、商品開発や販売のノウハウを学ぶための現地視察等、実践的な研修を実施することで、人材間の連携による新たな価値創出を担う人材の育成に取り組む必要があります。

平成31年度の取組方向

- ①「みえフードイノベーションネットワーク」の取組を拡大するため、さまざまな関係事業者が一堂に会するシンポジウム等を開催し、会員同士の交流促進や特徴のある県産農林水産物の素材提案などを行うことで、新たなプロジェクトの創出や商品化に向けた取組を進めます。また、6次産業化に関しては、引き続き、三重県6次産業化サポートセンターを設置し、現場の課題やニーズに応じた研修会や個別支援を行うとともに、販売額の増加を図るため、販路拡大に取り組む事業者へのフォローアップの充実に努めます。
- ②県産農林水産物の販売拡大を図るため、県内関係者のめざす姿や取組の基本的な方向性等を示した「三重県農林水産品販売拡大戦略」に基づき、伊勢志摩サミットのレガシーを生かしながら、官民一体となったプロモーションを実施し、GAP等認証食材を中心とする県産食材の使用率を向上させます。また、ストーリー性の高い食材供給や三重県からの仕入れルートの確保が販路拡大のために必要となることから、県産食材の首都圏への効率的な供給を行うための体制構築を進め、県産食材の付加価値を高めます。
- ③食のバリューチェーン構築による県産農林水産物の高付加価値化を図るため、引き続き、生産現場でのICT技術の活用や生産物の機能性成分を高めたり効果的に機能性成分を表示する方法に関する研究、実証に取り組むことで、新たな技術確立や商品化につなげます。
- ④農林水産業におけるイノベーションを進めるため、農畜林水産分野の研究所が主体となり、それぞれの生産現場における課題解決や商品化に必要な技術の研究開発に取り組むとともに、実証研究を通じて得られた成果の現場へのさらなる技術移転に取り組みます。
- ⑤県産品のブランド力向上に向け、ブランド戦略に関する研修を実施するとともに、「三重ブランド」新規認定の募集や審査過程のフィードバック等に取り組みます。引き続き、食の関連事業者等をターゲットに、「三重ブランド」認定品に込められたストーリーを発信し、県内外における活用を促進するとともに、認定事業者の連携による情報発信機会の提供に取り組み、首都圏をはじめ県民への認知度向上を図ります。
- ⑥県産農林水産物の魅力発信や地産地消の促進に向け、「みえ地物一番の日」キャンペーンの展開や「みえの安心食材」のイベント出展など、さまざまな機会を通じて情報発信に取り組みます。また、「第3次三重県食育推進計画」に基づく食育の推進を図るため、学校給食における地場産物の活用しやすい環境づくり、市町と連携して取り組む体制づくりなどに努めます。
- ⑦「みえ農林水産ひと結び塾」事業により、多様な分野からの受講者の獲得に努めるとともに、受講者が抱える課題等に応じたワークショップ等実践型の研修を実施することで、人材間の連携による農林水産業での新たな価値創出を担う人材の育成を図ります。

主な事業

①みえフードイノベーション総合推進事業

【基本事業名：31101 食のバリューチェーン構築による新たなビジネスの創出】

予算額：(30) 64,259千円 → (31) 76,996千円

事業概要：「みえフードイノベーション」のさらなる拡大を図るとともに、ネットワーク活動を通じた県産農林水産物の活用促進に取り組みます。また6次産業化サポートセンターにより、6次産業化に取り組む意欲ある生産者等への支援を実施します。

②植物工場実証パイロット事業【基本事業名：31102 農林水産技術の研究開発と移転】

予算額：(30) 9,470千円 → (31) 9,788千円

事業概要：農業研究所に設置した太陽光利用型植物工場において、県内野菜生産額の多いトマト、イチゴについて、低コスト化、周年栽培の実証を行うとともに、実証技術を普及・拡大させるための人材育成に取り組みます。

③(新)ポスト東京オリパラを見据えたみえの食材イノベーション事業

【基本事業名：31103 県産農林水産物の魅力発信】

予算額：(30) — 千円 → (31) 8,300千円

事業概要：東京2020大会に関連するさまざまな場面において、県産食材が一品でも多く活用され、さらに大会後の恒常的な取引へと発展させていくため、ケータリング事業者や首都圏飲食店等に戦略的プロモーションを実施するとともに、商流・物流面での効率化を図る新たな仕組みの構築に取り組みます。

④(一部新)戦略的ブランド化推進事業【基本事業名：31103 県産農林水産物の魅力発信】

予算額：(30) 2,175千円 → (31) 2,868千円

事業概要：三重ブランドの新規認定に取り組むとともに、認定事業者と連携し、PRツールの作成・配布等により三重ブランドの情報発信に取り組みます。また、ブランド化をめざす事業者の育成に向け、ブランド戦略に関する研修を実施します。

⑤みえ農林水産ひと結び塾事業【基本事業名：31104 イノベーションを担う人づくり】

予算額：(30) 3,031千円 → (31) 2,042千円

事業概要：農林水産業に係る、生産、加工、流通、販売などの各分野において、新たな価値創出に取り組む意欲ある人材を募集し、新商品・サービス創出の機運を高める場づくりに向け、課題解決型の実践的な研修を実施します。