

# 県内食品産業等における県産農産物の利用促進策（案）

平成 21 年 7 月 21 日

## 目 標

- 県内食品製造業者(酒造メーカー含む)及び飲食店・宿泊業における県内産農産物の仕入額を増やすことにより、県内産農産物を使った製造品や料理等の付加価値を高め、農林水産業の活性化に繋げていく。

### 【参考】

食品製造業	(19年工業統計調査 製造品出荷額 2,891億円)
・県内産農産物を使った製造品の付加価値	409億円(推計)
・県内産原材料使用額	548億円(推計)
飲食店・宿泊業	(16年サービス業基本調査 収入額 1,692億円)
・県内産農産物を使った製造品の付加価値	統計資料なし
・県内産原材料使用額	統計資料なし

## 現状と課題

- 県内の中央卸売市場及び地方卸売市場を合わせた青果物と水産物の市場取扱数量・金額が年々減少している。(10年度と19年度の取扱金額比較 △34%)
- 外食産業、スーパー・量販店、学校給食業者が求めるカット野菜、冷凍野菜には対応し切れていない。
- 生産者は、高齢化により生産時期に人手をさけないという問題がある。このため市場に出荷するだけにとどまり、自ら販路開拓や販売まで手が回らない。
- 地元では美味しいと評価されても、県外では食文化の違いにより同様の評価を受けない場面も多い。
- 県として生産量が多く、消費拡大が課題となっている米、大豆、果実に焦点を当てて対応策を検討すべきである。
- 米飯・調理パン・調理麺・惣菜製造業者と生産者を結びつけることにより、県産農産物の消費拡大につなげていけないか。
- 売れる商品づくりのためには、生産者と食品製造業者だけでなく、流通、販売関係者とも連携していくことが大事である。

- ホテル、旅館、料理店等が直売所から必要な食材を安定的に仕入れるシステムがない。
- 加工用の県産農産物は、一般的に安い価格で取引される。
- 産地や農産物に関する情報が加工メーカーや消費者に伝わらない。
- 外国産に比べて国産大豆の価格が高く、県内産についてはしっかりと選別が行われていない。(豆腐・味噌・醤油・納豆製造業)
- 端境期のいちごの確保が難しい。(菓子製造業)
- ブランド力を高める政策がほしい。(漬物製造業など)
- 米粉の需要拡大について、国の交付金制度があるうちに、生産者の所得が確保されるしくみと小麦粉製品に負けない価格形成と製品づくりを進めるべきである。

## 対 応 策

- 県産農産物がホテル、旅館、料理店、外食産業等の実需者に対して安定的に供給されるよう、契約栽培の一層の推進を行うほか、生産農家の高齢化や産地の偏りなどを踏まえ、生産農家や直売所間等の物流面でのネットワーク化を図る。
- 県は、野菜のカット、パッキング、冷凍などの一次加工を行う民間企業の誘致又は、卸売業者や民間企業・団体等に設備の導入を促すことにより、学校給食メーカー、スーパー・量販店、惣菜メーカー等が求めるものを安定的に供給できるしくみをつくっていく。
- 生産者は、加工メーカーや外食産業の求めに応じて加工用に適した品種、大きさ、品質の農産物を栽培することにより、生産者が再生産可能で利益が生まれる価格での契約に結びつけていく。  
なお、県ではいちごのオリジナル新品種「サマーティアラ」の本格出荷、豆腐加工適性に優れた「里のほほえみ」の利用を検討中である。
- 県外での販路拡大を図るためには、目的とする地域の食文化を含めたマーケティングを十分行ったうえで、商品開発を行う。
- 生産者サイドから取引、商談相手の加工メーカーに対して生産情報を提供する一方、加工メーカーから生産者に対しては、求める品種、

量、時期を提示するなど、お互いに情報交換を活発に行っていく。

- 付加価値の高い加工食品を開発、販路拡大を行うことや地元食材を使った付加価値の高い料理、加工品を提供することにより、山形産の農産物に付加価値をつけ、適正な価格づくりを行っていく。  
なお、付加価値の高い商品づくりのためには、生産者と食品製造業者だけでなく、流通・販売関係者とも連携を図りながら、販路を確実なものとするべきである。
- 県産生産額の多い大豆、米及び果実の消費拡大を行うため、特に大豆加工品や米粉製品、果実を使ったスイーツ等にターゲットを当て、加工品における「地産地消」あるいは「地産外消」のビジネスモデルをつくっていく。
  - ・大豆については、引き続き、生産者と加工メーカーが連携して紅大豆、秘伝豆、だだちゃ豆といった特色ある原材料を使った付加価値の高い加工食品づくりに取り組んでいくほか、県は、生産者、大豆卸商、加工業者、流通業者が連携して付加価値の高い製品が製造・販売される連携体が多く作られるよう支援していく。
  - ・米粉については、県は、生産者に対して米粉用の多収穫米の生産や低コスト生産指導を行いながら生産費の低減を行うとともに、実需者については、新たな米粉製品の開発など小麦粉製品との差別化を行い、割高でも売れる商品づくりに努める。また、小麦粉製品の一部代替製品の開発についても積極的に行い、米粉需要拡大を図っていく。
  - ・果実については、生産者と菓子メーカーとが連携しながら、果実の収穫期にあわせて特色あるスイーツを製造・販売していく。県としてもスイーツ王国として全国区になるよう支援していく。
- 生産者、実需者、流通業者が連携して県産農産物を使ったこだわりをもった農産加工品のブランド化を進め、県は販路拡大に向けて商談会等の場の設定や支援を行っていく。