

農商工連携など地域資源を活用した新成長産業の創出

目 次

はじめに	1
I. 現状	5
(1) 農林水産業の地位	5
(2) 食料品製造業の現状	15
(3) 東北地域のポテンシャルを活かした先進的な取り組み事例	19
(4) 東北地域内での農商工連携促進に向けた取り組み	21
(5) 中小企業地域資源活用プログラムにより指定された地域資源からみた東北地域のポテンシャル	25
(6) 東北地域の農商工等連携促進法認定事例の特徴	28
(7) 本調査で実施した事業ならびに農商工連携WGでの意見等について	30
(8) まとめ	31
II. 課題	32
(1) 新たな販路開拓に向けた取り組みが不足	32
(2) 経営感覚のある農商工連携人材やコーディネート人材の確保	33
(3) 農商工連携のさらなる浸透と裾野の拡大	33
III. 取り組みの方向	34
(1) 新たな販路開拓に向けた支援の強化	34
(2) 人材育成（経営能力を持った人材やコーディネート人材の強化）	34
(3) ターゲットを絞った普及啓発や成功事例の創出	34
IV. アクションプラン	35
《テーマ（1）新たな販路開拓に向けた支援の強化》	35
《テーマ（2）人材育成》	39
《テーマ（3）ターゲットを絞った普及啓発や成功事例の創出》	41

はじめに

本報告書は国土形成計画法に基づき、平成21年8月に国土交通大臣決定された「東北圏広域地方計画（以下「地方計画」という。）」において、新しい東北圏¹の将来像の実現のため、今後重点的に進めていく取り組みを示した広域連携プロジェクトについて具体的なアクションプランを提案したものである。

東北地域は、多様で豊かな農林水産資源に恵まれ、食料品製造業が製造業に占める割合も高い。また地域内には、様々な食文化が存在している。東北地域経済が、自立的・持続的な成長を実現し、地域経済を支える強靱な産業構造を構築していくため、農商工連携における地域の資源、技術等を活用した優れた取り組みや、可能性を掘り起こし、それをいかに発現させていくかという戦略と具体的な行動計画（アクションプラン）について調査・検討を行った。

検討体制は、地域計画で取り上げた13の広域連携プロジェクトのうち、東北経済産業局がアクションプランとして検討する3項目について、全体的に検討する「東北地域産業創造戦略会議」を設置し、その下部組織として項目毎にワーキンググループが設置された。

農商工連携分野については、「農商工連携WG」を設置し、2回の議論を経て取り纏めを行った。また、専門委員による事例研究会、農商工連携バスツアー、農商工連携推進フォーラム in 横手を開催し、東北内外のヒアリング調査を実施、広く様々な分野の人々に、様々な機会を通じて調査を実施した。また、過去の東北地域における農商工連携や地域資源等に関する調査や、経済産業省が実施した農商工連携事例についての各種調査、東北地域内の農商工連携に関連した調査等の中から、特に本調査の検討に資するとみられる調査を参考にした。

なお、計画期間については、地方計画においては「今後概ね10年間」としているが、アクションプランの有効性に鑑み、本報告書においては3年間の計画期間として検討を行った。

（なお、上記WG及び本稿において東北地域とは、特段の注記がない場合、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県の6県の総称とする。）

¹ 東北圏広域地方計画においては青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、新潟県を一体とした区域として定義

《農商工連携ワーキンググループの概要》

①検討項目

- ・ 東北地域の農林水産業や農商工連携に係る現状分析
- ・ 先進的な事例についての調査研究
- ・ 農商工連携に係る課題の抽出
- ・ アクションプランの検討

②メンバー（50音順、敬称略）

[農商工連携ワーキンググループ委員]

- 座長 大泉 一貫 宮城大学副学長・事業構想学部長
委員 高島 宏平 オイシックス(株) 代表取締役
委員 南谷 和彦 イオンリテール(株) イオン東北食品商品部長
委員 西山 博文 (株)日本政策金融公庫 仙台支店 宮城県農林水産事業統括
委員 降矢 セツ子 (有)降矢農園 取締役 (日本農業法人協会副会長)
委員 望月 孝 (株)プロジェクト地域活性 代表取締役社長

[専門委員]

- 専門委員 漆山 馨 (財)山形県企業振興公社 経営支援部 新事業支援課長
専門委員 千葉 大貴 (有)マイティーク千葉重 代表取締役

[行政機関] (オブザーバー)

- 東北農政局
青森県 商工・農林水産 担当
岩手県 商工・農林水産 担当
宮城県 商工・農林水産 担当
秋田県 商工・農林水産 担当
山形県 商工・農林水産 担当
福島県 商工・農林水産 担当

③開催状況

- 【第1回】 12月24日 WGの設置趣旨・論点整理、現状分析
＜南谷委員、降矢委員によるプレゼンテーション＞
【第2回】 2月15日 方向性、アクションプラン案について
＜高島委員によるプレゼンテーション＞

《専門委員等事例研究会の開催》

＜目的＞

東北地域内での農商工連携について先進的に取り組んでいる専門委員から、テーマに沿った取り組みについて内容と課題点、及び東北地域で取り組みを広めていくための方策について話を聞き、委員等との意見交換を行う。

＜開催日時＞ 平成22年1月19日（火）

＜テーマ＞

テーマ1：農商工連携事例発掘に係る取り組み事例

～農商工連携発掘の現場から、今後の課題と展開を探る～

講師：(財)山形県企業振興公社 漆山 馨氏

テーマ2：インターネットを活用した地域資源の販売事例

「につぼんe物産市」の取り組みとIT技術を活用した販路の開拓について

講師：有限会社マイティ千葉重 代表取締役 千葉 大貴氏

テーマ3：農商工連携に係る人材育成の取り組み事例

「農商工連携プロデューサー育成塾」の取り組みから見えてきた人財像

講師：株式会社 プロジェクト地域活性 代表取締役社長 望月 孝氏

《農商工連携バスツアーの概要》

<目的>

東北地域内の農商工連携に関心の高い事業者を対象に、農商工連携に先進的に取り組んでいる東北地域(宮城県)内の事業者を訪問し、その活動内容や将来計画、課題点等を伺い、参加者のビジネスの参考にしていただくとともに、農商工連携の促進のための検討材料とする。

<開催日時> 平成22年2月2日(火)

<参加者数>

31名 (他事務局4名)

個人農家、食料品製造業、機械器具製造業、情報通信業、専門サービス業、広告業、農協、日本貿易振興機構、独立行政法人中小企業基盤整備機構、行政各部署等

<視察先>

有限会社未来彩園
(「安全・良質・安定」の
施設野菜トマトの生産・販売)



有限会社伊豆沼農産
(赤豚生ハム等多くのブランド
食品の生産・販売)



有限会社登米ライスサービス
(米穀・同加工品(米粉)等の生産・
販売)



《東北地域農商工連携促進フォーラム in 横手の概要》

<目的>

地域における農商工連携への取り組みの更なる進展に向けて、新技術を活用した先進的な取り組み事例の紹介、地域における農商工連携を通じた地域活性化等を含めた、東北地域における農商工連携施策の一層の普及促進及び農商工連携による新事業展開への意識の醸成を図る。

<開催日時> 平成22年2月18日(木) 13:30~16:30

<場所> 横手セントラルホテル(横手市平和町9番10号) 愛宕の間

<主催> 東北経済産業局

<共催> 東北地域農商工連携促進協議会

<後援> 東北農政局、秋田県、横手市、独立行政法人中小企業基盤整備機構東北支部

<対象> 農林水産業者、農業関係団体、商工関係団体、商工業者、行政機関等

<参加者数> 65名

<参加費> 無料

<内容>

(1) 基調講演「IT等を活用した農商工連携について

～ハイテク技術による高品質イチゴ生産～

農事組合法人 布引施設園芸組合 代表理事 倉本 強 氏

(2) パネルディスカッション「農商工連携による地域産業活性化」

(コーディネーター)

株式会社三菱総合研究所 主任研究員 伊藤 保 氏

(パネラー)

農事組合法人 布引施設園芸組合 代表理事 倉本 強 氏

独立行政法人農業・食品産業技術総合研究機構野菜茶業研究所

高収益施設野菜研究チーム長 高市 益行 氏

株式会社管与 代表取締役社長 菅原 一範 氏

横手市 農業近代化ゼミナール会長 農業 戸巻 透 氏

紅ドリームプロジェクトの会 代表 農業 平良木 亨 氏

《東北内外ヒアリング調査》

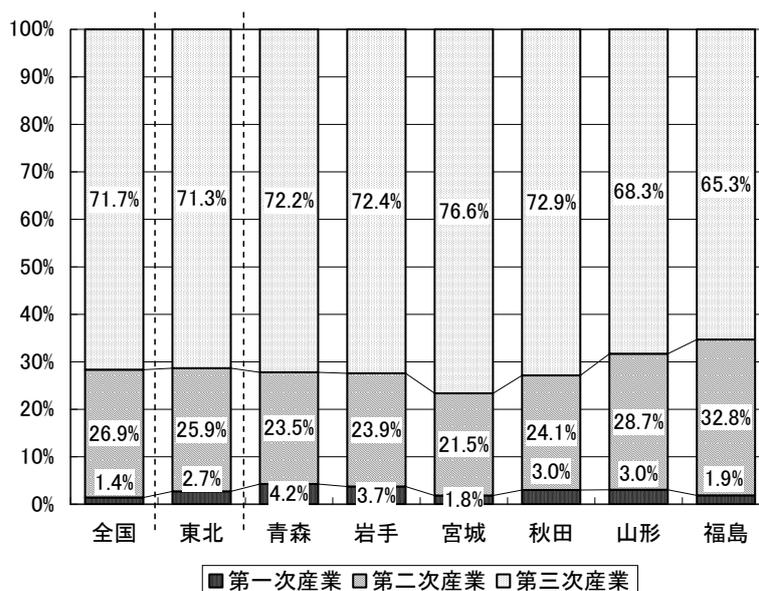
視点	主なヒアリング先
地域資源の活用による農商工連携	登米ライスサービス、伊豆沼農産、登米町森林組合、柏崎青果、和郷園、せりた
外部要素の導入による地域活性	未来彩園、モクモク手作りファーム
IT等の活用	仙台水産、マイティー千葉重、こもろ布引いちご園、新福青果、Oisix
海外展開	片山りんご、ひびきの郷、川秀
人材育成	プロジェクト地域活性、真庭バイオマスタウン、山形大学食品MOT
その他	山形県企業振興公社

I. 現状

(1) 農林水産業の地位

GDPに占める第一次産業の割合は、全国の1.4%に対して、東北地域計で2.7%とほぼ2倍近くとなっており、東北各県の割合も、特に青森(4.2%)、岩手(3.7%)、秋田(3.0%)、山形(3.0%)で高くなっており、これらの地域で第1次産業が他地域より重要度が高いことが伺える。GDPに占める第一次産業の割合の推移は、東北各県も全国の傾向と同様に微減となっているが、産業構造にみる第一次産業の依存度は高く、地域を代表する産業となっている。

図表 I - 1 業種大分類別 GDP 内訳 (割合) (2006 年)



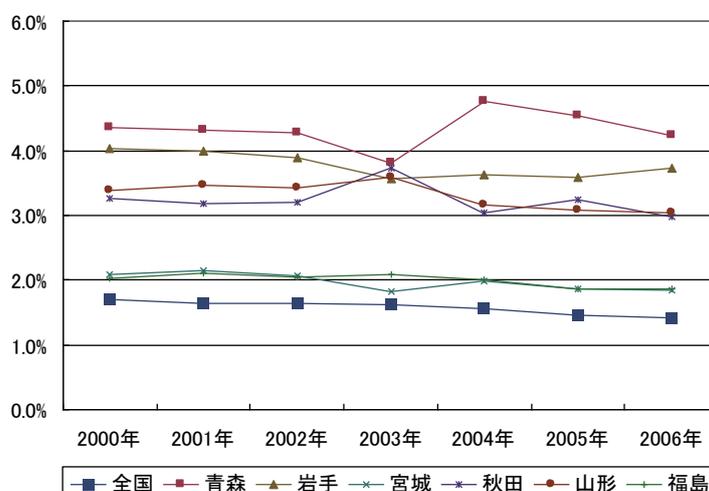
資料：国民経済計算、県民経済計算より作成

※GDP は名目値

※輸入品に課される税・関税等、総資本形成に係る消費税(控除)、帰属利子(控除)を含まず

※東北の値は、各県百万円単位の積み上げ値である。

図表 I - 2 GDP に占める第 1 次産業割合の推移 (2006 年)



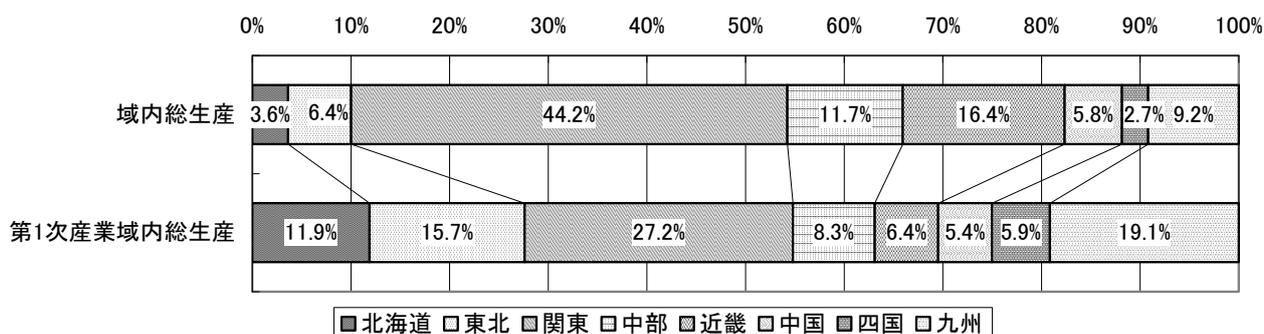
資料：国民経済計算、県民経済計算より作成

※GDP は名目値

※輸入品に課される税・関税等、総資本形成に係る消費税(控除)、帰属利子(控除)を含まず

東北地域の全産業の域内総生産は対全国比で6.4%にとどまるが、第1次産業に限ると対全国比で15.7%と高くなっている。第1次産業の域内総生産を地域別割合で比較すると、東北地域は、関東や九州に次いで全国第3位のシェアを占めている。また、北海道や九州と並んで、全産業で占める割合に比べて第1次産業で占める割合が特に高くなっており、わが国における食料供給基地の一翼を形成している。

図表 I - 3 域内総生産の比較 (2006 年)



※地域区分は、各地方経済産業局管轄地域（県）別とした

資料：県民経済計算より作成

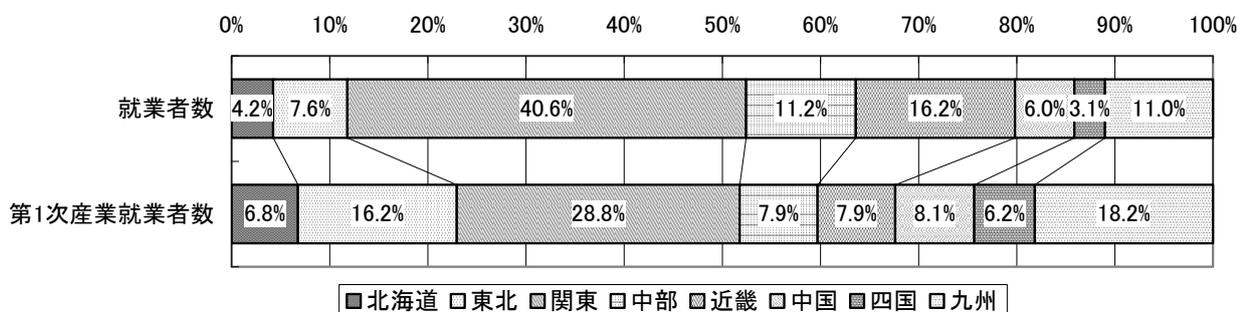
※GDP は名目値

※輸入品に課される税・関税等、総資本形成に係る消費税（控除）、帰属利子（控除）を含まず

※各地域ブロックの値は、県民経済計算による各県別の値の積み上げ値である。

全国の就業者数を地域別割合でみると、東北地域の就業者数は全国の7.6%を占めるが、第1次産業就業者数だけでみると、対全国比16.2%と高くなっており、全就業者の占める割合より2倍以上比率が高くなっている。これは国内他地域のいずれよりも高く、東北地域の就業者の中で、第1次産業就業者が如何に多いかを示しており、これらの人材から農商工連携の担い手が輩出されることが期待される。

図表 I - 4 第1次産業就業者の割合 (2005 年)



資料：国勢調査（2005 年）より作成

東北各県の県別食料自給率（カロリーベース）は宮城県と福島県を除き 100%を超えており、我が国にとって東北地域は食料供給基地となっていることがうかがえる。

品目別にみると、米を除いた自給率では全国平均を下回る県もあり、全体的には米中心の生産体制であることがわかるが、一方、青森県や山形県では野菜や果実、青森県、岩手県、宮城県、太平洋沿岸県では魚介類の自給率が高い。

図表 I - 5 東北 6 県のカロリーベース食料自給率（品目別・平成 19 年度概算値）

（単位：％）

	県別 自給率	（単位：％）												
		米	米を 除いた 自給率	小麦	大豆 (食用)	野菜類	果実	肉類	牛肉	豚肉	鶏肉	鶏卵	牛乳・ 乳製品	魚介類
青森	119	298	64	6	64	263	569	28	27	21	39	32	24	313
岩手	104	318	39	8	45	99	79	47	32	22	97	29	76	204
宮城	80	244	30	4	93	40	7	10	17	7	7	17	27	244
秋田	177	688	21	1	148	85	64	9	8	16	2	13	14	16
山形	133	491	24	0	102	125	151	11	19	12	4	5	33	12
福島	85	302	19	1	28	95	75	10	19	8	5	17	23	69
東北	108	359	32	3	75	109	140	18	20	13	23	19	32	154
全国	40	96	23	14	24	77	37	8	11	5	7	10	27	62

資料：農林水産省「食料需給表」を基に東北農政局で試算

注：1) データの制約から各都道府県の生産・消費の実態を十分把握できていない部分があること。

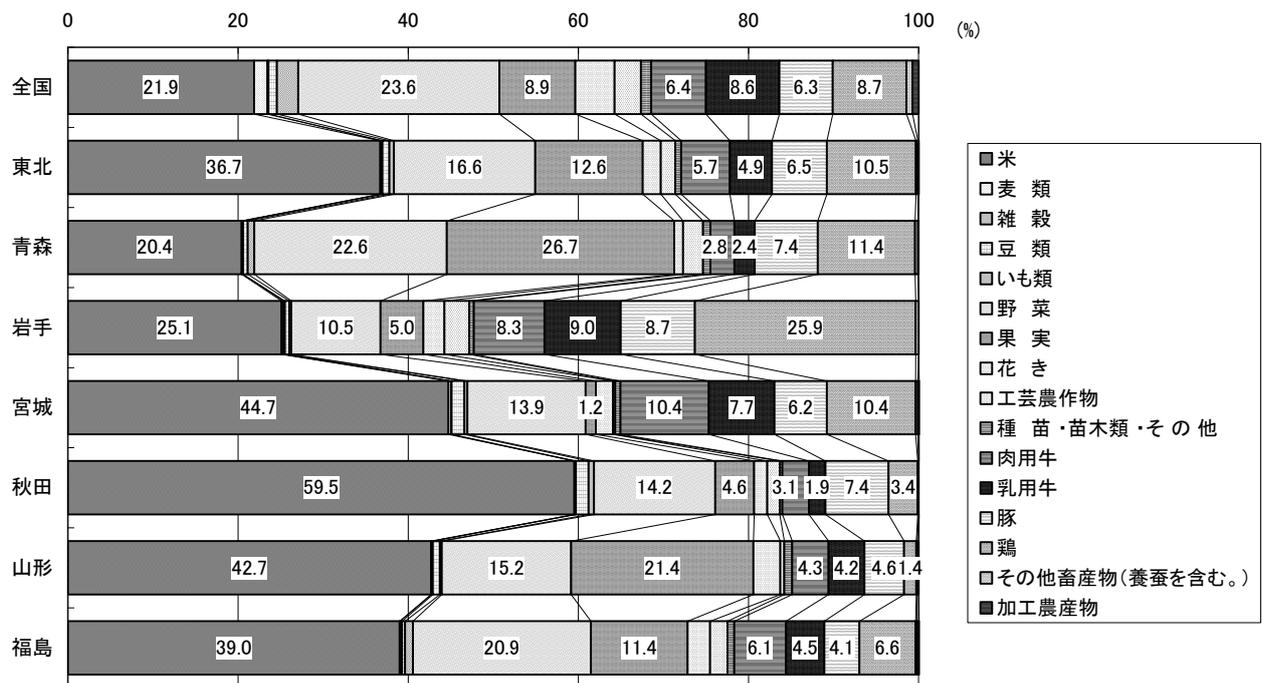
注：2) 各地域の自然・社会・経済的な諸条件が異なっていることから、その水準を各都道府県で単純に比較できるものではないこと。

農業産出額の構成比をみると、全国と比して東北においては、米作、果実、養鶏の占める割合が高い。一方で、野菜、肉用牛、乳用牛、養豚などの占める割合は低い。

各県別に見ると、米作の割合が特に高いのは秋田県で、全農業産出額の 59.5% を占め他県に比べて圧倒的に高い。次いで宮城県 (44.7%)、山形県 (42.7%) の割合が高く、「あきたこまち」や「ササニシキ」などブランド米産地での米作依存度が高い。一方で同じ東北地域でも青森県や岩手県の米作割合はそれぞれ 20% と 25% となっている。これは冷涼な気候や「やませ (冷たい湿った北東風)」等の影響等で米作に適した耕地が少ないためと考えられる。岩手県では、米作に適しにくい環境から、雑穀や畜産、野菜等の畑作を積極的に推進している。

また、果実の割合が高いのは青森県と山形県となっており、青森県は津軽地方を中心にりんご生産が盛んであり、三八上北地方の青森県南部町等ではさくらんぼや、スチューベンといったぶどうなど、様々な果物生産が行われている。山形県でも内陸の山形盆地を中心に、さくらんぼやラフランス等の生産が盛んであり、両県とも日本を代表する果樹王国を形成している。畜産業ではブランド肉を有する岩手県や宮城県で肉用牛が盛んであるほか、養鶏では岩手県や青森県の割合が高く、多様で特徴ある地域資源が存在する。

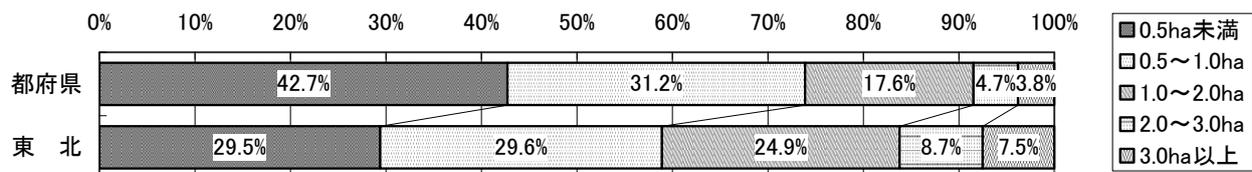
図表 I - 6 農業産出額構成比



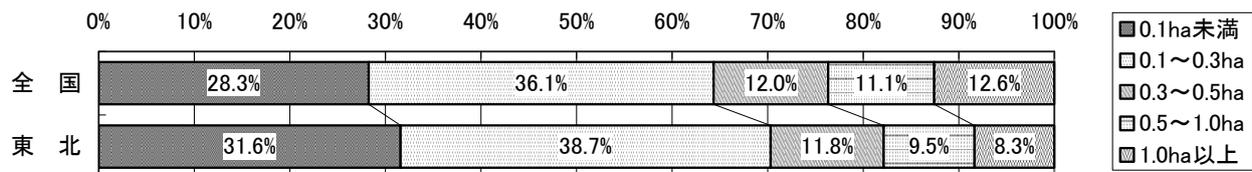
資料：生産農業所得統計より作成

さらに農業分野について、経営母体である農家規模を比較する。全国（米は都府県）と東北の耕地面積 1ha 以上の作付面積農家数の割合を見ると、米作は都府県計が 26.1% に対して東北が 41.1%、野菜類は全国の 12.6% に対して東北が 8.3%、果樹類は全国の 19.1% に対して東北が 24.2% となっており、米と果樹については、作付面積規模の大きい農家の割合が全国に比して高い。前述したように野菜生産については、生産割合でも全国より低くなっており、相対的に野菜産地としての地位は低いが、米作と果樹類については産出額割合、農家規模共に高く、大規模産地化が進んでいることが伺える。

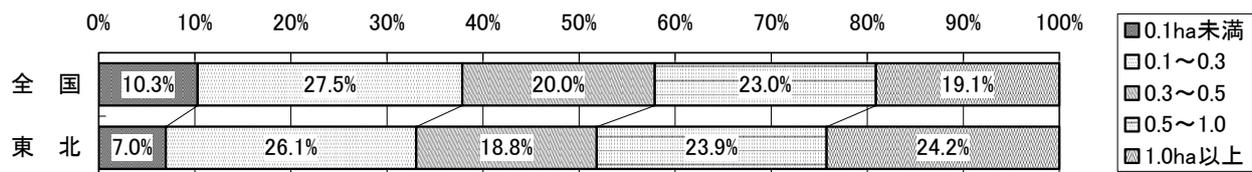
図表 I - 7 販売目的の水稻作付面積規模別農家数の全国との比較



図表 I - 8 野菜類（露地）の作付面積規模別農家数の全国との比較



図表 I - 9 果樹類の栽培面積規模別農家数の全国との比較



資料：2005年農林業センサスより作成

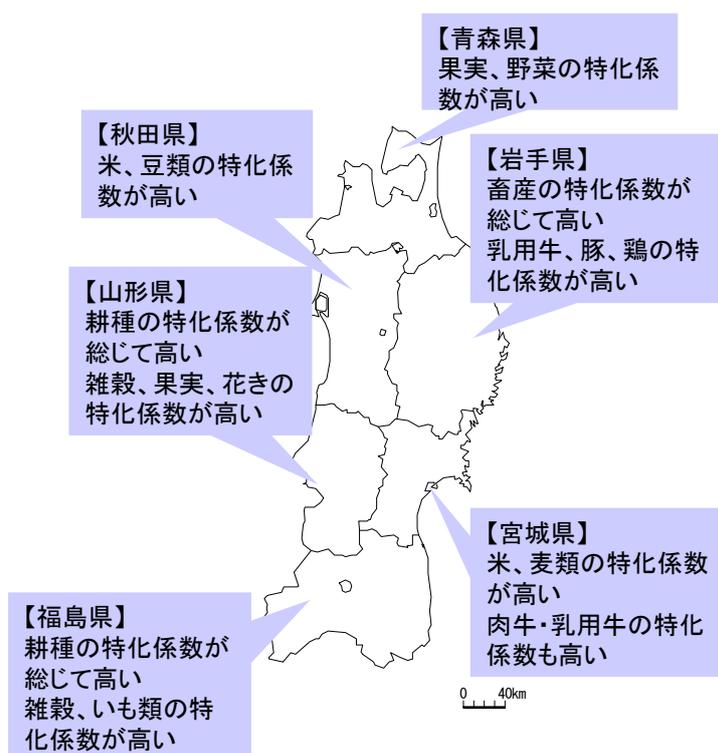
東北各県の生産物別農業産出額の特徴を、東北全体の生産物別割合と比較した特化係数で見ると、青森県は果実や野菜の特化係数が高く、岩手県では畜産、特に鶏や乳用牛の割合が高い。宮城県は米や麦等の穀物類や肉用牛の割合が高く、秋田県も同様に米の割合が高い。山形県は青森県と同様に果実のほか、雑穀や花卉の割合が高く、福島県は雑穀やいも類の割合が高くなっており、東北地域が食料供給基地でありながら、地域によってそれぞれ特徴があり多様な側面を有していることがわかる。

図表 I - 10 農業産出額特化係数

特化係数		青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島
耕種	米	0.56	0.68	1.22	1.62	1.16	1.06
	麦類	1.07	1.82	2.40	0.41	0.00	0.31
	雑穀	0.27	1.21	0.40	0.83	1.43	1.85
	豆類	0.68	0.63	1.85	1.85	1.03	0.44
	いも類	1.41	0.44	0.67	1.19	0.43	1.70
	野菜	1.36	0.63	0.84	0.86	0.92	1.26
	果実	2.12	0.40	0.09	0.36	1.70	0.90
	花き	0.49	1.16	0.95	0.73	1.49	1.24
	工芸農作物	1.39	1.72	0.15	0.86	0.27	1.20
	種苗・苗木類・その他	1.24	0.79	0.89	0.46	1.33	1.14
畜産	肉用牛	0.49	1.45	1.81	0.54	0.75	1.06
	乳用牛	0.48	1.81	1.56	0.39	0.86	0.91
	豚	1.15	1.35	0.96	1.15	0.72	0.64
	鶏	1.09	2.48	1.00	0.33	0.14	0.63
	その他畜産物(養蚕を含む。)	1.50	1.53	1.12	0.47	0.40	0.69
加工農産物	0.32	0.00	1.44	0.50	1.72	2.22	

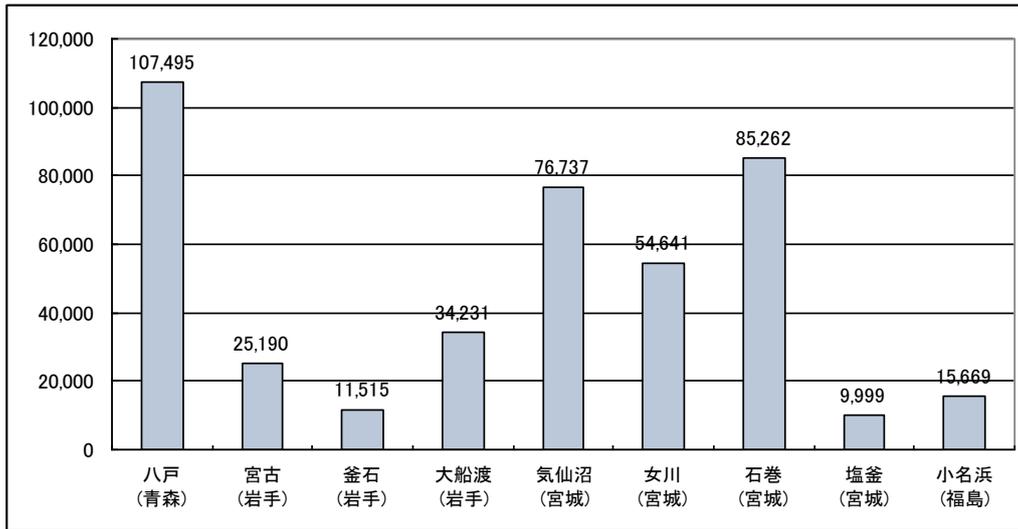
資料：生産農業所得統計より作成

※特化係数とは、それぞれの産業の占めるシェアを、同様の東北のシェアで序したものであり、東北平均との乖離を見る指標である。特化係数が1.0を超えていれば、各県における当該産業は東北に比べて相対的にウェイトが大きいと判断される。



東北地域の水産業をみると、東北各県の漁港別水揚げ量では、青森県の八戸港の水揚げが最も多く、次いで石巻港（宮城県）、気仙沼港（宮城県）、女川港（宮城県）、大船渡港（岩手県）となっており、青森県、宮城県、岩手県が水産業の盛んな地域であることがわかる。特に青森県と宮城県は、食料品製造業の占める割合が高く、地元の豊富な水揚げ量を背景とした水産加工業が盛んであることが伺える。

図表 I - 1 1 漁港別上場水揚量（単位：トン）



資料：平成 19 年水産物流通統計年報より作成

魚種別にみると、『さば類』が八戸港、石巻港、釜石港、大船渡港などで上位を占めるほか、『さんま』が女川港、宮古港、気仙沼港、大船渡港など多くの港で上位を占めている。他に『かつお（生鮮）（冷凍）』が気仙沼港、石巻港など、『するめいか（生鮮）』が八戸港、石巻港などでの水揚げが上位を占めている。

また、漁港別・魚種別の上場水揚量構成比をみると、宮古港、女川港、大船渡港では、『さんま』の水揚げ量だけで約 7～8 割を占めるなど、それぞれの漁港を代表する魚種が存在し、それぞれに様々な特徴があることが伺える。

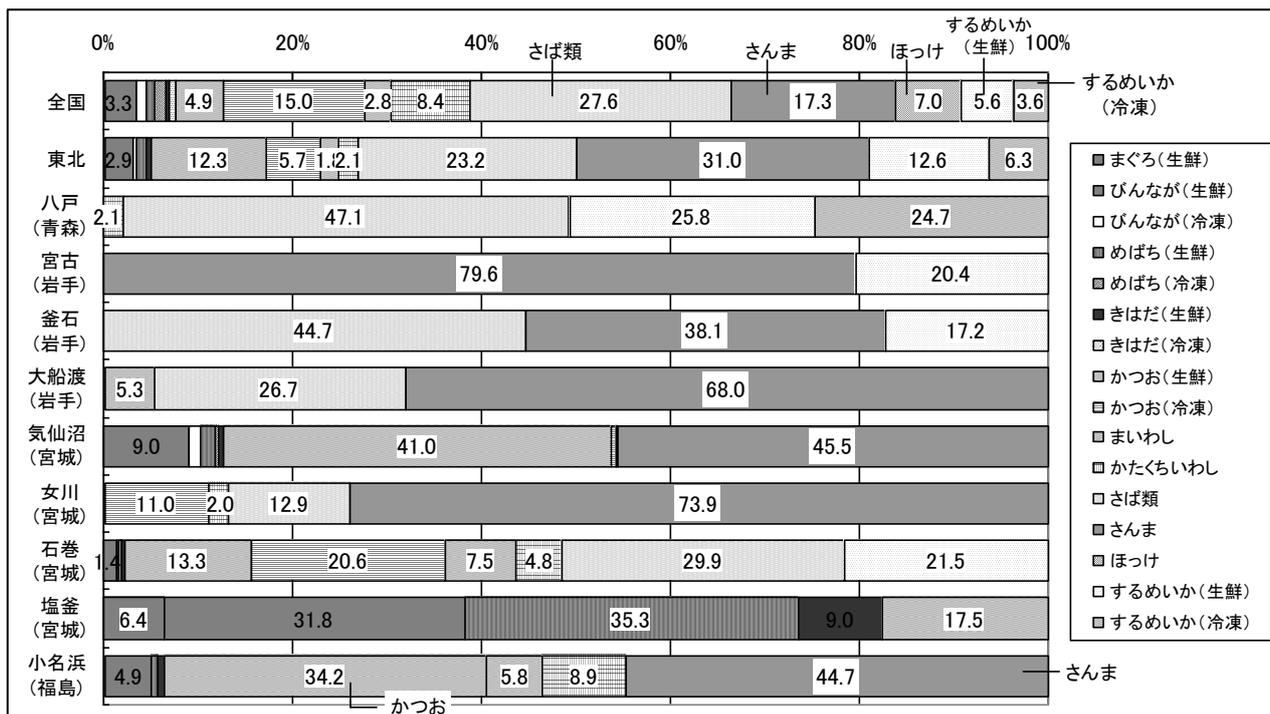
図表 I - 1 2 漁港別上場水揚量上位 3 品目（単位：トン）

	八戸(青森)		宮古(岩手)		釜石(岩手)		大船渡(岩手)		気仙沼(宮城)	
第1位	さば類	50,680	さんま	20,052	さば類	5,143	さんま	23,273	さんま	34,905
第2位	するめいか(生鮮)	27,764	するめいか(生鮮)	5,135	さんま	4,388	さば類	9,133	かつお(生鮮)	31,479
第3位	するめいか(冷凍)	26,538	まぐろ(生鮮)	3	するめいか(生鮮)	1,979	かつお(生鮮)	1,805	びんなが(生鮮)	6,889

	女川(宮城)		石巻(宮城)		塩釜(宮城)		小名浜(福島)	
第1位	さんま	40,393	さば類	25,516	めばち(生鮮)	3,525	さんま	6,998
第2位	さば類	7,033	するめいか(生鮮)	18,334	びんなが(生鮮)	3,179	かつお(生鮮)	5,362
第3位	かつお(冷凍)	6,003	かつお(冷凍)	17,573	かつお(生鮮)	1,753	かたくちいわし	1,402

資料：平成 19 年水産物流通統計年報より作成

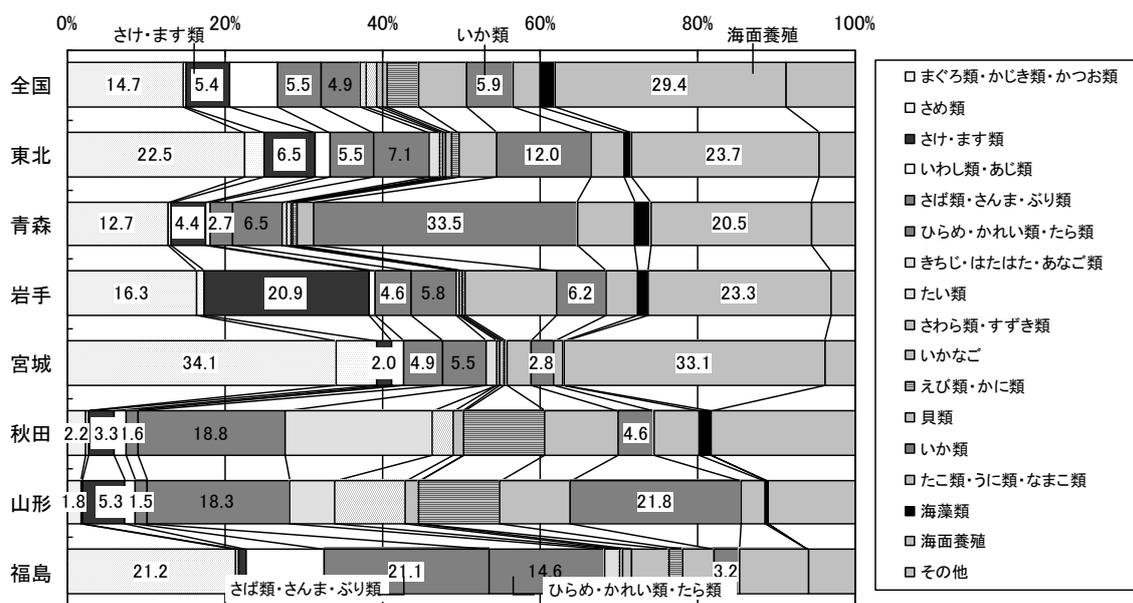
図表 I - 1 3 漁港別主な品目別上場水揚量構成比



資料：平成 19 年水産物流通統計年報より作成

また、県別の海面漁業・養殖業の生産額構成をみると、岩手県や宮城県、福島県では「まぐろ類・かじき類・かつお類」の生産額割合が高く、青森県や山形県では「いか類」の生産額割合が高い。なお、まぐろ類は魚種の特徴として単位量あたりの生産額が高いため、全体の水揚げ量に比べて生産額では高い割合になる。

図表 I - 1 4 海面漁業・養殖業別魚種別生産額構成比



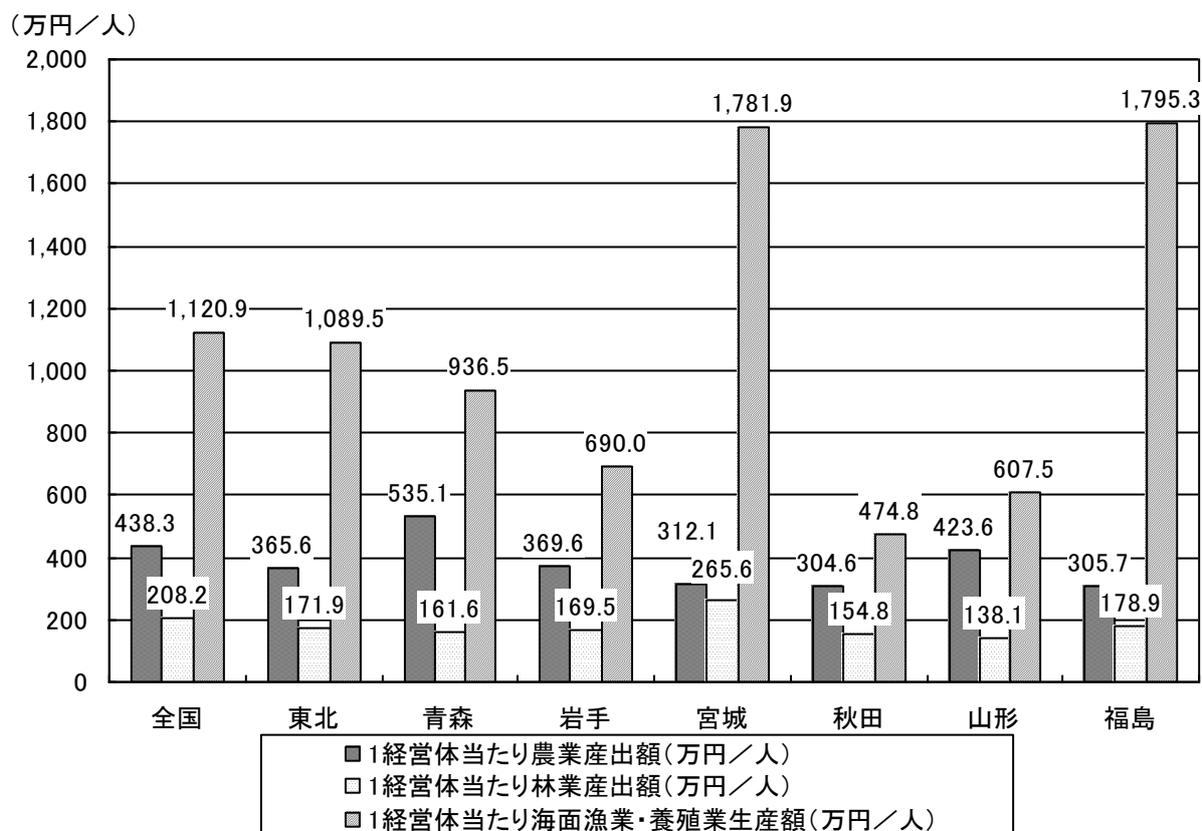
注：秋田県・山形県・福島県の合計は海面養殖業を含まない

資料：平成 18 年漁業・養殖業生産統計年報より作成

農業、林業、漁業の1経営体当たり産出額（生産額）を比較すると、全体では漁業（海面漁業・養殖業）の生産性が高く、農林業と比べても特徴的となっている。 全国と東北で比較すると、農林水産業のいずれでも全国に比べて東北の1経営体あたりの産出額（生産性）が低くなっている。

各県別にみると、農業については、青森県のみ全国平均を上回る生産性を示しており、林業については宮城県のみ全国平均を上回る生産性を示している。また漁業では宮城県と福島県の生産性が高いが、これは気仙沼港や小名浜港でのまぐろの水揚げが多いことが関係しているとみられる。

図表 I - 15 農林水産業の1経営体あたりの生産性

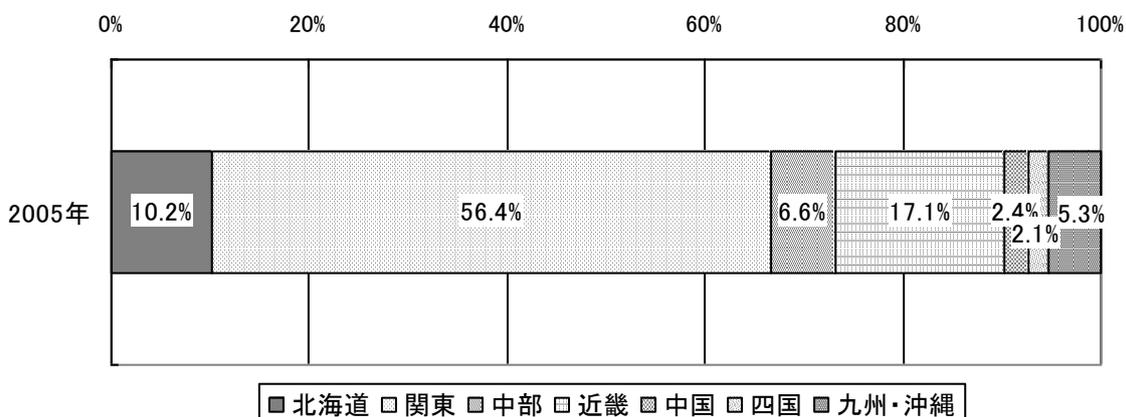


注：1経営体当たりとは、農業や林業、水産業等を営む場合の事業単位。

資料：生産農業所得統計、2005年農林業センサス、漁業・養殖業生産統計年報より作成

東北地域と他地域との農林水産業に関する移出の状況を見ると、東北地域からの移出先としては関東地域の構成比が最も高く56.4%を占め、次いで近畿地域が17.1%、北海道が10.2%となっている。これによると、生産地としてみた東北地域にとって関東は、域外への全移出額の過半を占める最大かつ重要な市場であることが伺える。そのため、東北地域における農商工連携等による様々な商品開発やサービス提供等については、移出先である関東地域での最終消費を念頭に置きながら、商品のマーケティングや、様々なサービスや技術等の提供を行うように検討していくことが重要である。

図表 I - 1 6 東北地域からの移出先地域の構成（農林水産業）



資料：東北地域産業連関表（東北経済産業局）より作成

(2) 食料品製造業の現状

食料品製造業についてみると、東北地域の対全国比は事業所数で 11.0%、製造品出荷額で 7.8%を占める。

全製造業に占める食料品製造業事業所数の割合は、全国は 12.6%であるが、東北地域は 19.4%となっている。特に青森県 (26.2%) と宮城県 (26.3%) は、全製造業の 1/4 を食料品製造業が占めており、同産業が地域の製造業の中で重要な地位を占めていることが伺える。

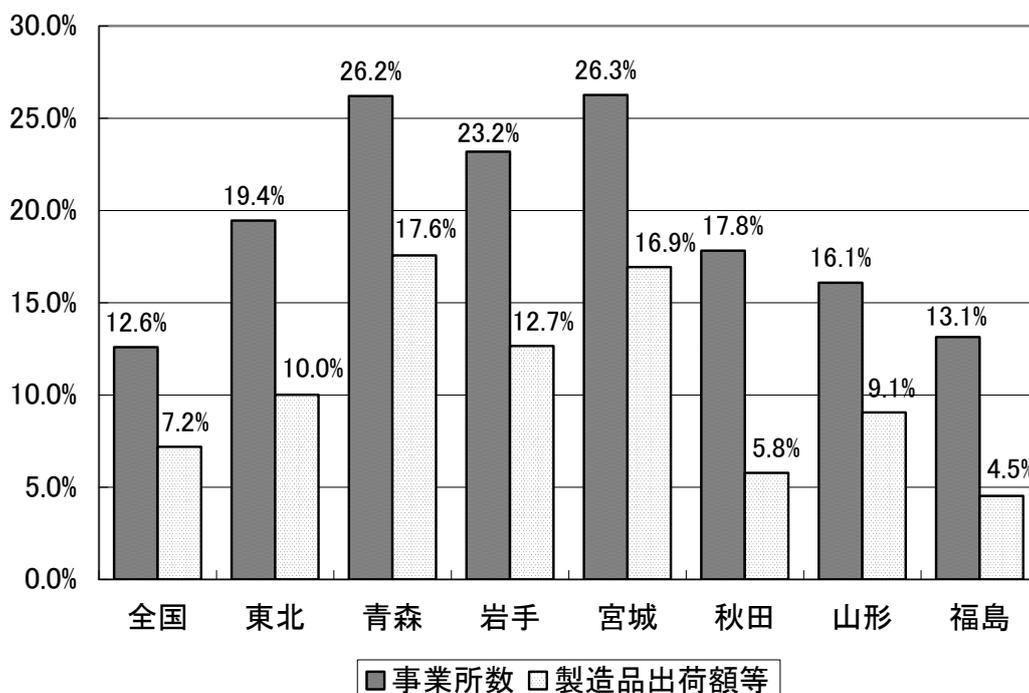
また、製造品出荷額等でみても、東北地域の割合は 10.0%と全国より高く、特に青森県 (17.6%)、宮城県 (16.9%) で高い。東北地域の中でも特に青森県や宮城県で食料品製造業の割合が高いのは、両県とも農業生産のほかに水産業が盛んであり、水揚げした水産物を利用した水産加工品等の製造が盛んであることから、同業を支える中小規模の水産加工会社が多数立地しているためと考えられる。また岩手県等でも三陸地域の水産加工のほか、畜産や野菜等の加工などがある。そのため、農商工連携推進に際しても、これら各県の特徴を活かして、林業や水産業、畜産業等と商工との連携についても、より一層促進していくことが期待される。

図表 I - 17 東北における食料品製造業の集積状況 (2007 年)

	事業所数		製造品出荷額等(百万円)	
	実数	割合	実数	割合
全国	32,508		24,196,346	
東北	3,564	11.0%	1,890,419	7.8%

資料：平成 19 年工業統計調査より作成

図表 I - 18 全製造業に占める食料品製造業の割合 (2007 年) (域内シェア)

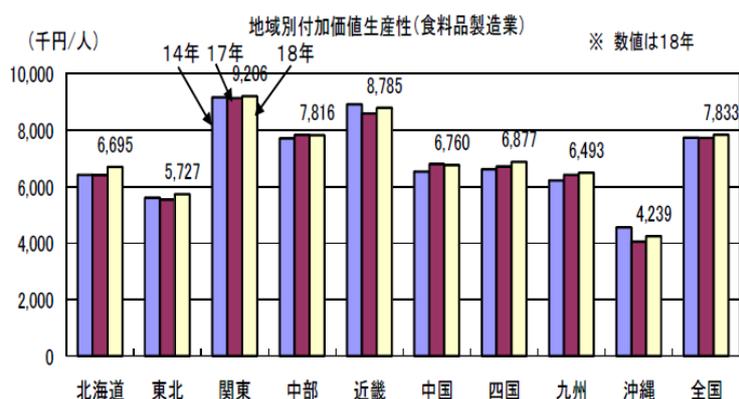


資料：平成 19 年工業統計調査より作成

※全国、東北、各県における全製造業に占める食料品製造業の割合を示したもの。

一方で食料品製造業の付加価値生産性は5,727千円/人と全国(7,833千円/人)を下回っており、全国トップの関東地域の6割程度となっている。東北地域には中小規模の事業所が多いうえに、基本的に産地立地型が中心で、相対的に最終消費の加工品より、原材料の一次加工を中心にした加工業が多いと考えられる。そのため、食料品製造業の面から見ても、農商工連携を推進することで、東北域内での食品加工の高付加価値化を実現し、産業としての付加価値向上を目指すことが期待される。

図表 I - 19 食料品製造業の地域別付加価値生産性 (2006年)



資料：東北経済産業局 「東北地域における製造品出荷額等の主要6業種の付加価値生産性について」より引用

食料品製造業における事業所当たり従業者数を比較すると、東北地域の食料品製造業の事業所規模は全国よりも小規模となっている。1事業所当たりの生産額及び付加価値額についても、東北地域は全国計と比べて低くなっている。この傾向は従業者1人当たりの生産額及び付加価値額についても同様であり、東北地域は全国に比べ低くなっている。

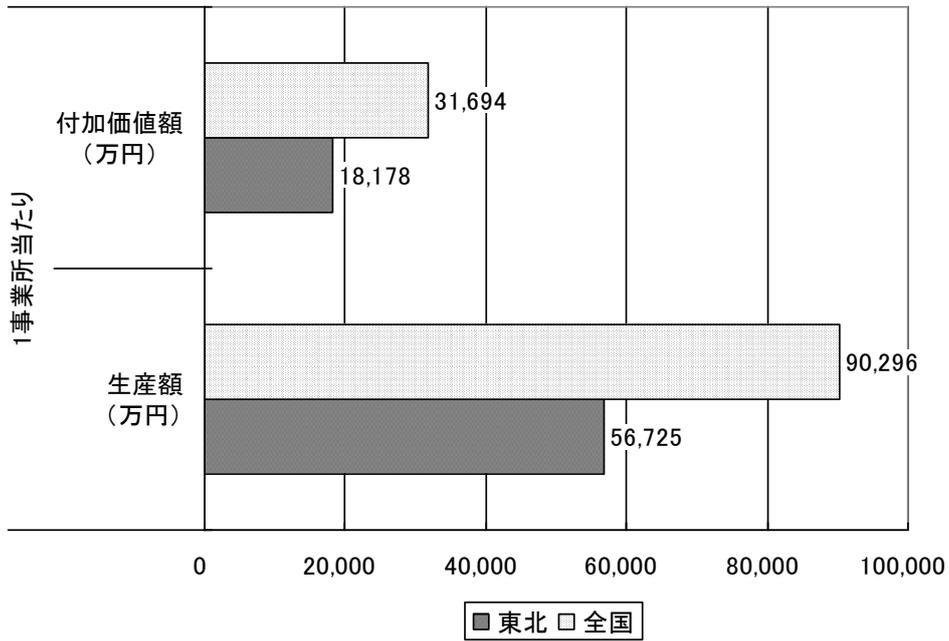
このことから、東北地域の食料品製造業は全国的にみても、中小規模の事業者が多いとみられ、製造分野としても、いわゆる産地での1次加工や下処理加工など、加工度の低い食品生産の割合が高いことがうかがえる。

図表 I - 20 食料品製造業における1事業所当たり従業者数

	1事業所当たり 従業者数(人)
東北	29.6
全国	33.5

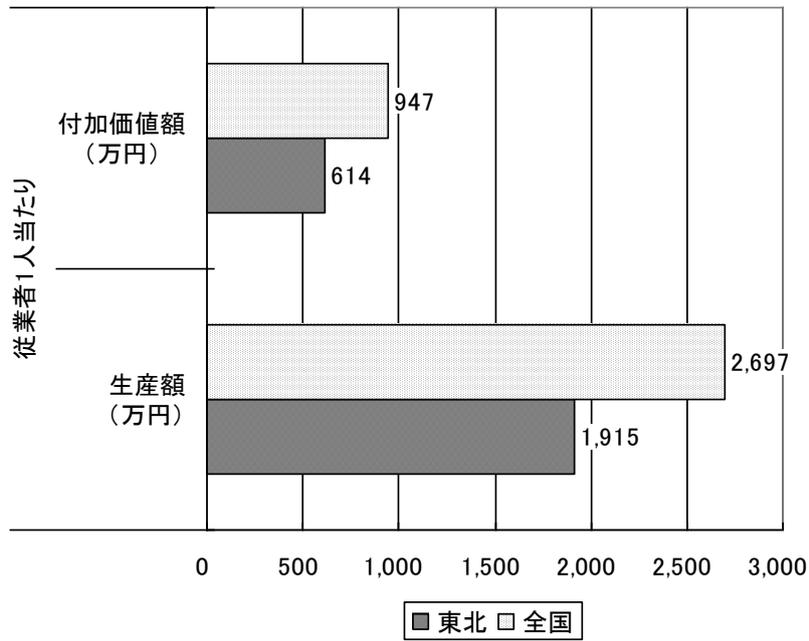
資料：平成19年工業統計調査より作成

図表 I - 2 1 1 事業所当たり食料品製造業の生産額等



資料：平成 19 年工業統計調査より作成

図表 I - 2 2 1 従業者当たり食料品製造業の生産額等



資料：平成 19 年工業統計調査より作成

食料品製造業の細分類を見ると、食料品製造業の事業所数が多く、多数の産業細分類が上位に挙がる。

一方、食料品製造業の製造品出荷額等は、上位に挙がる産業細分類が少ない。ただし、食料品製造業の製造品出荷額等の特化係数は高い。これは、東北地域の食料品製造業に中小規模の事業所が多く、事業所数では多数を占めるが、1事業所当たりの出荷額が少ないため、出荷額全体の割合で見ると、必ずしも上位を占める額に至っていないことを示している。しかし、東北地域では製造業全体に占める食料品製造業の出荷額シェアが高いため、結果的に特化係数は高くなっている。

以上のように、東北地域における食料品製造業は、事業所数が多く地域にとって重要な産業となっているものの、1事業所あたりの出荷額が少ない中小規模の事業所が多いことが分かる。

図表 I - 2 3 東北地域における製造業細分類の上位 30 業種

【製造業のうち産業細分類で見た事業所数上位 30】

産業分類	事業所数	
	割合	特化係数
1 印刷業	4.50%	0.92
2 成人女子・少女服製造業	3.63%	3.15
3 一般製材業	2.90%	2.04
4 他に分類されない食料品製造業	2.57%	1.54
5 建設用金属製品製造業	2.41%	1.19
6 その他の電子部品製造業	2.14%	2.18
7 自動車部分品・附属品製造業	1.93%	0.56
8 生コンクリート製造業	1.93%	1.53
9 その他の水産食料品製造業	1.79%	1.51
10 生菓子製造業	1.75%	1.57
11 製缶板金業	1.64%	0.72
12 めん類製造業	1.60%	1.39
13 金型・同部分品・附属品製造業	1.48%	0.74
14 工業用プラスチック製品製造業(加工業を除く)	1.40%	0.75
15 金属工作機械用・金属加工機械用部分品・附属品製造業(機械工具、金型を除く)	1.30%	0.65
16 建築用金属製品製造業(建築用金物を除く)	1.27%	0.82
17 清酒製造業	1.17%	2.62
18 木製家具製造業(漆塗りを除く)	1.17%	0.87
19 コンクリート製品製造業	1.16%	1.47
20 豆腐・油揚げ製造業	1.05%	1.46
21 建具製造業	1.04%	1.09
22 内燃機関電装品製造業	1.00%	1.65
23 ニット製アウターシャツ類製造業	0.98%	3.03
24 冷凍水産食品製造業	0.97%	2.49
25 事務用・作業用・衛生用・スポーツ用衣服製造業	0.95%	2.73
26 野菜漬物製造業(缶詰、瓶詰、つぼ詰を除く)	0.86%	1.53
27 看板・標識機製造業	0.84%	1.07
28 開閉装置・配電盤・電力制御装置製造業	0.83%	0.70
29 肉製品製造業	0.79%	1.71
30 半導体製造装置製造業	0.79%	1.41

【製造業のうち産業細分類で見た製造品出荷額等上位 30】

産業分類	製造品出荷額等	
	割合	特化係数
1 自動車部分品・附属品製造業	4.46%	0.45
2 集積回路製造業	3.41%	1.96
3 その他の電子部品製造業	3.36%	1.59
4 抵抗器・コンデンサ・変成器・複合部品製造業	3.07%	6.96
5 パーソナルコンピュータ製造業	2.83%	5.33
6 医薬品製剤製造業	2.37%	1.25
7 電気音響機械器具製造業	1.79%	4.41
8 ビデオ機器製造業	1.71%	2.52
9 半導体製造装置製造業	1.58%	1.68
10 印刷業	1.51%	0.84
11 洋紙・機械すき紙製造業	1.44%	2.20
12 無線通信機械器具製造業	1.40%	1.20
13 肉製品製造業	1.35%	2.20
14 プリント回路製造業	1.34%	1.78
15 他に分類されない電気機械器具製造業	1.21%	1.75
16 コネクタ・スイッチ・リレー製造業	1.19%	2.66
17 印刷装置製造業	1.08%	3.51
18 事務用機械器具製造業	1.07%	1.68
19 他に分類されない食料品製造業	1.03%	1.20
20 工業用プラスチック製品製造業(加工業を除く)	1.02%	0.92
21 建設用金属製品製造業	1.02%	1.40
22 その他のガラス・同製品製造業	0.95%	6.45
23 蓄電池製造業	0.89%	3.35
24 油圧・空圧機器製造業	0.88%	2.47
25 半導体素子製造業	0.86%	2.11
26 製鋼・製鋼圧延業(転炉・電気炉を含む)	0.82%	0.64
27 建築用金属製品製造業(建築用金物を除く)	0.80%	1.10
28 内燃機関電装品製造業	0.78%	1.27
29 有線通信機械器具製造業	0.77%	2.81
30 冷凍水産食品製造業	0.74%	3.68

※特化係数とは、それぞれの産業細分類の占めるシェアを、同様の全国のシェアで序したものであり、全国平均との乖離を見る指標である。特化係数が 1.0 を超えていれば、東北における当該産業は全国に比べて相対的にウェイトが大きいと判断される。

資料：平成 19 年工業統計調査より作成

(3) 東北地域のポテンシャルを活かした先進的な取り組み事例

前述したように、東北地域は食料供給基地として、豊富でかつ多様な農林水産業が盛んであり、かつ各地にはこれら農林水産資源を活用した食料品製造業が多数立地し、地域の製造業の重要な地位を占めてきている。これらの農林水産業と商工業が地域で連携することで、いわば地域内の長い期間をかけて築き上げてきた信頼関係にもとづく、農商工の双方にメリットのある関係による優れた農商工連携事例が存在する。

特に東北地域の特徴としては、比較的大規模生産者が多いことなどから、農業者自らが商品開発や販路開拓等に取り組み、新たな生産・流通体制を構築したり、周辺農家と連携して、新たな農商工連携を構築する例などがみられる（事例1、事例2参照）。

また、秋田県や宮城県、山形県は、前述したように米の生産が多く、米作に関連した農商工連携の事例がみられる（事例3参照）。なお、東北地域では青森県や宮城県、岩手県で水産業が盛んになっており、水産資源を活用した農商工連携事例が見られる（事例4参照）。

全国の農商工連携事例から特徴的かつ優れた事例を収集した農商工連携88選では、88事例のうち11事例が東北地域からの事例であり、2010年2月末現在、農商工等連携促進法によって36案件が認定されている。

事例1 有限会社伊豆沼農産（宮城県）

＜農家から自らが商工へと転換、周辺農家を連携先「農」として農商工連携を実現＞

- 1988年創業、1990年仙台三越店開店、2000年直売会発足、周辺農家との提携強める、2004年には伊達赤豚を香港に輸出開始
- 農業を食業に変えるを基本に、農業の生産・加工・販売に取り組む。生産者の気持ちを理解したものが加工・販売まで手がけないと持続できる農商工連携はできないとして、自ら周辺農家と連携した直売会を発足。



- 赤豚を生産する畜産農家には、飼料提供（指定）から、肥育方法の指導まで行い、全量買い取りを実現。出荷段階で全頭検査を行い、精肉として出荷しない肉は、生ハム等の加工原料として利用し、精肉の高品質安定確保と、全量買い取り維持を実現。生産者の理解と協力を得て、事業拡大。

事例2 株式会社平田牧場（山形県）

＜休耕田で生産した飼料用米でブランド豚化に成功＞

- 平成8年以降、農家と協力して飼料用米生産の取り組みを開始。休耕田の活用により地域農家とWin Winの関係を構築し、地域の活性化に貢献。
- 東北農業研究センターや山形大学とも連携して、新たな豚の品種開発、飼育方法、飼料の吟味に取り組む。飼料用米で飼育した豚は「こめ育ち豚」としてブランド化に成功。首都圏でのレストラン経営など、販路拡大とブランドイメージの向上にも積極的に取り組む。



事例3 有限会社せりた（秋田県）

＜米の産直を早期に始め、地域循環有機農法のもとで加工付加価値化と直接販売を実現＞

- 昭和47年に父親の後継者として八郎潟で就農。昭和60年より米の産直を開始、平成8年に15haから20haに規模を拡大し法人化を図る。
- 平成16年に5ha売却し15haのうち水稻10ha、峰浜村で借地して畑作(ねぎ、えだまめ、大豆、にんじん、さつまいも等)16haを行う。
- 直接販売は、減農薬白米、玄米、もち米を中心に、大豆、味噌、小麦、卵、漬物、まいたけ、還元水など、加工販売、他の生産者の商品を含め販売アイテム数を拡大する。



事例4 株式会社仙台水産（宮城県）

＜消費地卸として生産者、消費者の課題に、川上川下のつなぎ役として対応＞

- 魚食の拡大、マーケティング、ブランド作り、生産と消費の協働など、生産者、消費者の課題に対応することが消費地卸としての役割と認識。
- 相場・売買における(情報を隠す)差益ビジネスから、機能の対価としての(情報を公開する)ビジネスへ転換を図る。
- ニーズに応じて他がやらないこと(いやがること)を、自動化システムなどITを導入することにより対応している。
- 競争環境の中で、常にスピード感を持って取り組んでおり、環境が厳しくなればなるほど、問題解決型の仕事は増え、最終的には人材の勝負となると認識。



(4) 東北地域内での農商工連携促進に向けた取り組み

東北地域の農商工連携を普及促進し、地域を核とした農商工連携の取り組みを増加、高度化していくことを目的として、域内112の関係機関が参加した東北地域農商工連携促進協議会が、2008年9月に発足した。各地域での農商工連携の取り組み促進を図るとともに、東北地域全体としての農商工連携力強化に向けた産学官一体となった取り組みの展開を目指している。

協議会では、具体的に毎年1回開催される総会のほかに、普及啓発に向けたフォーラムの開催、販路開拓のための「東北の魅力彩発見フェア」等のマッチングイベントの開催などを行っている。

なお、本協議会が平成21年度に実施した協議会会員向けのアンケート調査から、今後の農商工連携の普及促進に向けて課題が提起され、それを受けて以下のような取り組みの方向性をまとめた。

- ・ 普及啓発事業、マッチング事業等への事業者の参加を促す事業内容の工夫、効果的な広報活動の実施。
- ・ 成功事例、モデル事例の発掘と相談会、研修会でのPR。
- ・ 幅広い異業種とのマッチングの促進。
- ・ 農林漁業及び商工業に精通したコーディネーターを介した質の高いマッチングの実施。
- ・ 農林漁業者に対するサポート体制、支援の強化。
- ・ 顧客ターゲットのニーズを明確化した商品づくり。
- ・ 流通業コンサルタント、バイヤー等を活用した販路開拓。
- ・ 効果的な商談会の開催等による販路拡大事業の拡充。
- ・ 農林漁業、商工業の両分野に精通したコーディネーターの育成、活用の促進。
- ・ 新たな案件発掘及び創出の強化。

このほかにも、東北地域の各県では、農商工連携を地域単位で促進するための連携組織の設立が進んでおり、『いわて農商工連携促進会議』『やまがた農商工ファンド事業推進連絡会』『ふくしま農商工連携推進協議会』などが各県で設立されている。また、農商工連携の事業化を支援する動きとして、『あおり農商工連携支援基金』『あきた農商工応援ファンド』などが各県、地方銀行等の民間金融機関、中小企業基盤整備機構等の出資により設立されている。さらに、農商工連携に関する人材育成として、『農商工連携プロデューサー育成塾』『やまがた6次産業（農商工連携）人材創生プロジェクト』などの取り組みが始まっているほか、各地域で、セミナー等の普及啓発、商談会・マッチング等の販路開拓、新商品開発に向けた支援などが行われている。

<協議会によるこれまでの主な活動>

- ◆「東北地域農商工連携促進協議会」発足記念フォーラムの開催（平成20年9月19日、仙台市）
「農商工連携促進協議会」の設立、農商工等連携促進法に基づく第一回事業計画認定書を交付
- ◆「東北地域産業活性化フォーラム～農林水産資源を活用した企業立地の促進による地域活性化を目指して～」の開催（平成21年2月20日、郡山市）
農商工連携に取り組む事業者の事例発表等
- ◆「東北地域農商工連携促進フォーラム in はなまき」の開催（平成21年3月19日、花巻市）
植物工場の紹介や認定事例発表
- ◆東北の魅力 彩発見フェア（平成21年3月7日・8日、仙台市）
仙台市一番町四丁目商店街、5万人の人出
- ◆「東北地域農商工連携促進協議会」、「東北地域農商工連携促進フォーラム」の開催（平成21年11月9日）
協議会構成機関による先進的取り組み事例の紹介、農商工連携に取り組む事業者の事例発表等

<農商工連携組織の設立状況>

○いわて農商工連携促進会議【岩手県】

- ・平成20年11月28日設立。
- ・会員は岩手県、金融機関（ファンド出資3行）、地域力連携拠点、全国農業協同組合連合会岩手県本部、岩手県漁業協同組合連合会ほか10機関。
- ・農商工連携推進に向けた課題や連携体の構築支援に係る意見交換を実施。

○やまがた農商工ファンド事業推進連絡会【山形県】

- ・平成21年7月3日設立。
- ・会員は各商工会議所、山形県農業協同組合中央会、山形県中小企業団体中央会など24機関。
- ・農商工連携ファンドの事業推進と関係機関の連携促進を目的に活動。

○ふくしま農商工連携推進協議会【福島県】

- ・平成21年7月29日設立。
- ・会員は福島県内農林水産団体、商工団体、金融団体、大学関係、行政機関など20機関。
- ・福島県全体の農商工連携の推進を目的に活動。

資料：東北地域農商工連携促進協議会アンケート回答より協議会作成

<農商工連携の相談会やマッチング支援の状況>

○ABC相談会及びABC専門家派遣事業【財団法人21あおり産業総合支援センター】

農商工連携・地域資源活用案件発掘を目的とするABC（アグリビジネスチャレンジ）相談会を月3回開催。また、ABC相談会にて農商工連携及び地域資源に関する施策説明やビジネスプランの整理を行い、事業内容が条件に沿う場合、ABC専門家派遣事業に移行。専門家を派遣し、法認定申請に向けたビジネスプランのブラッシュアップ及び申請書記載のアドバイスなどを実施。並行してハンズオン支援事務局と連携し、プロジェクトマネージャーを交えた打合せを行い法認定に取り組んでいる。

○「農商工連携推進チーム」によるマッチング支援【岩手県】

流通業者OBと県職員で構成するチームにより、アカモク、米、キクラゲ等に関する農商工連携の取り組みを支援（7件支援中）

○県産小豆を使用した新たな山形銘菓の開発【山形県中小企業団体中央会】

山形県内菓子店と小豆生産農家のマッチングを実施。農商工連携促進法による認定をして、事業計画を支援。

資料：東北地域農商工連携促進協議会アンケート回答より協議会作成

<農商工連携の新商品等開発支援の状況>

○登米の食材“魅力アップ”支援事業【宮城県】

宮城県東部地方振興事務所登米地域事務所の取り組み。地元農産物を活用した新商品開発に向けた研修会を実施。

○あきた食と農応援ファンド事業（特産物の高度加工技術の開発）【秋田県】

秋田県上小阿仁村の活性化を目的に、特産のコハゼのポリフェノールを有している機能性を利用した菓子類の新商品開発を支援。

○地域力連携拠点事業【山形県商工会連合会】

尾花沢市特産のスイカを活用した化粧品開発、尾花沢産米「さわのはな」と地元名水を活用した新酒開発を支援。

資料：東北地域農商工連携促進協議会アンケート回答より協議会作成

<農商工連携の販路開拓支援の状況>

○商談会の開催【宮城県】

宮城県産農林水産物を活用して開発された商品等の新たな流通・販路を開拓するための商談会を開催（県内2回、県外1回）。

○マーケティング戦略による支援【社団法人東北経済連合会】

東北経済連合会事業化センターの支援チームにより、㈱マーマ食品のマーケティングビジネスプランを策定。地域食材を活用した高級総菜のブランド化及び全国展開を支援（ほか2社の販路拡大も支援中）。

○東北の魅力 彩発見フェア【中小企業基盤整備機構、東北農政局、東北経済産業局】

平成21年3月7日（土）～8日（日）に仙台市一番町商店街で農商工連携・地域資源活用事業の支援企業21社が自社開発商品の展示・販売を行うフェアを開催。約5万人を集客。

資料：東北地域農商工連携促進協議会アンケート回答より協議会作成

<農商工連携型中小企業応援ファンド>

	青森県	岩手県	秋田県	山形県	福島県
ファンド名	あおもり農商工連携支援基金	いわて農商工連携ファンド	あきた農商工応援ファンド	やまがた農商工連携ファンド	ふくしま農商工連携ファンド
設立	平成21年6月11日	平成21年3月12日	平成21年8月25日	平成21年9月30日	平成21年9月25日
ファンド総額	28億円	29億1千万円	25億3千万円	25億2千万円	25億円
出資者	中小機構、青森県 県内金融機関	中小機構、岩手県 岩手銀行、北日本銀行 東北銀行	中小機構、秋田県 秋田銀行、北都銀行 全農秋田、JA秋田中央会	中小機構、山形県ほか	中小機構、福島県 県内金融機関、JAなど
運営管理者	(地独)青森県産業技術センター	(財)いわて産業振興センター	(財)あきた企業活性化センター	(財)やまがた農業支援センター	(財)福島県産業振興センター

資料：東北経済産業局作成

<農商工連携の人材育成支援の状況>

○農商工連携人材育成研修【岩手県中小企業団体中央会】

農商工連携に取り組もうとする人材を発掘し、地域の資源の強みを活かした売れる商品作りを進めるためのマーケティング知識の取得を重視した農商工連携に取り組む人的基盤の形成を目指した人材育成研修を実施。

○いわき農商工連携人材育成塾【財団法人いわき産学官ネットワーク協会】

農商工連携の先進事例や中小企業経営について、専門家による講義と先進事例の現地実習・事例研究等を組み合わせた実践型プログラムによる人材育成研修を実施。

○農商工連携プロデューサー育成事業【東北経済産業局、社団法人東北経済連合会、(株)プロジェクト地域活性ほか】

東北地域において、農・商・工・観光等の連携の中核となり、付加価値の高い新しい商品・サービス、ビジネスモデル等を実現する経営人材である「農商工連携プロデューサー」の育成を目指す事業を実施。

○やまがた6次産業（農商工連携）人材創生プロジェクト【東北経済産業局、山形県農業会議、(株)荘銀総合研究所ほか】

第6次産業（第1次産業をベースに2次、3次の各産業を組み合わせることにより創出される、高付加価値な新たな食と農の関連ビジネス）を担う人材創出のための教育プログラムの開発、実施及びその支援体制の整備を目指す事業を実施。

資料：東北地域農商工連携促進協議会アンケート回答より協議会作成

（５）中小企業地域資源活用プログラムにより指定された地域資源からみた東北地域のポテンシャル

前述のデータでみたように、東北地域には多様で豊かな農林水産資源が存在する。各地では、これらの地域資源を活用した農商工連携や地域資源活用の事業化が進行している。これは、各県では、中小企業地域資源活用プログラムに基づき、地域内の資源を指定したもので、これらをあらためて整理すると、以下の通りである。

これによると、東北地域内の農業地域資源は 226 あり、各県とも 20～45 近くの固有の地域資源を有する。また水産業では、特に水産業が盛んとされる青森県や宮城県、岩手県等での地域資源数が多くなっている。畜産では岩手県の地域資源数が多い。さらにこれらの他に農林水産物を素材とした加工品等では 179 の地域資源があり、東北地域が農林水産物について、豊かで多様な地域資源を有していることが明らかである。

＜青森県の地域資源ポテンシャル＞

青森県では、八戸港で水揚げされる『サバ』は、従来まで地元ではほとんどが鮮魚として消費され、加工消費されることはほとんどなく、加工用はもつぱらメ鯖（しめさば）や棒鮭用として西日本に出荷されていた。こうして域外で評価の高い『サバ』を再認識しようとする動きが地元商工会議所を中心に広がり、地域資源として地元での活用が進んでいる。また抗アレルギー物質を含む『青森ヒバ』は、県の公設試験研究機関が中心となりエキスを抽出し、アレルギー反応を緩和する素材として加湿器に組み入れたり、室内芳香剤等の原料に活用するなど、様々な商品開発が進んでいる。

＜岩手県の地域資源ポテンシャル＞

岩手県では、『前沢牛』『いわて短角和牛』が肥育されるなど、和牛産地としてのブランド化が進んでいる。やませ（山背）の影響で米作が少ない同県では古くから『雑穀』が栽培されていたが、近年の健康食志向から「国内最大の雑穀産地」として輸入品にはない安全安心な雑穀供給を目指し、積極的に多種の雑穀栽培を進めている。また、主に北上川流域を中心に生産が盛んな『りんご』は、地域の特産品として加工等を含めた商品開発が進められている。

＜宮城県の地域資源ポテンシャル＞

宮城県はササニシキを生んだ『米』づくりの盛んな地域であるが、同時に水産業の盛んな地域でもあり、『さめ』や『まぐろ』などの水産資源のほか、『笹かまぼこ』などの水産加工品の地域資源にも恵まれている。特に水揚量の多い気仙沼港等では、地元水産業者や水産加工業者が連携して消費者へのマーケティングを行いながら、新たな販路開拓や、小売・流通とのネットワーク形成等に取り組んでいる。

＜秋田県の地域資源ポテンシャル＞

秋田県は、『秋田杉』に代表されるように林業の盛んな地域であり、『曲げわっぱ』等の伝統的な木材加工品のほか、『建築用木製品』や『樺細工』などの林業を活かした地域資源が存在する。

また東北有数の『米』どころとして、米粉を利用した新たな商品開発に向けた取り組みなども進められている。

<山形県の地域資源ポテンシャル>

山形県は、庄内地方などを中心に県内全域で盛んな『米』作りのほか、山形盆地等の内陸部では『さくらんぼ』や『西洋梨』（ラフランス）、『ぶどう』など、果樹王国として多様な果実が地域資源として存在している。特に『さくらんぼ』は寒河江地区を中心に、農協や生産者、行政等が協力して積極的に振興しており、道の駅や観光農園での展開など、サービス業と連携した取り組みも盛んに行われている。

<福島県の地域資源ポテンシャル>

福島県は、太平洋側の水産資源のほか、『桃』や『会津身不知柿』などの内陸部の資源にも恵まれている。特に会津地方等は、地域の観光資源との連携などを含めて、様々な農商工連携の可能性を有している。

図表 I - 24 県別地域資源数

	農林水産物				鉱工業品又は鉱工業品の 生産に係る技術
	農業	林業	水産業	畜産業	
東北計	226	26	71	27	179
青森県	42	4	28	5	24
岩手県	45	5	19	10	27
宮城県	23	12	26	3	45
秋田県	36	1	2	5	27
山形県	40	2	1	3	30
福島県	40	2	15	6	26

資料：各県計画をもとに三菱総合研究所 集計

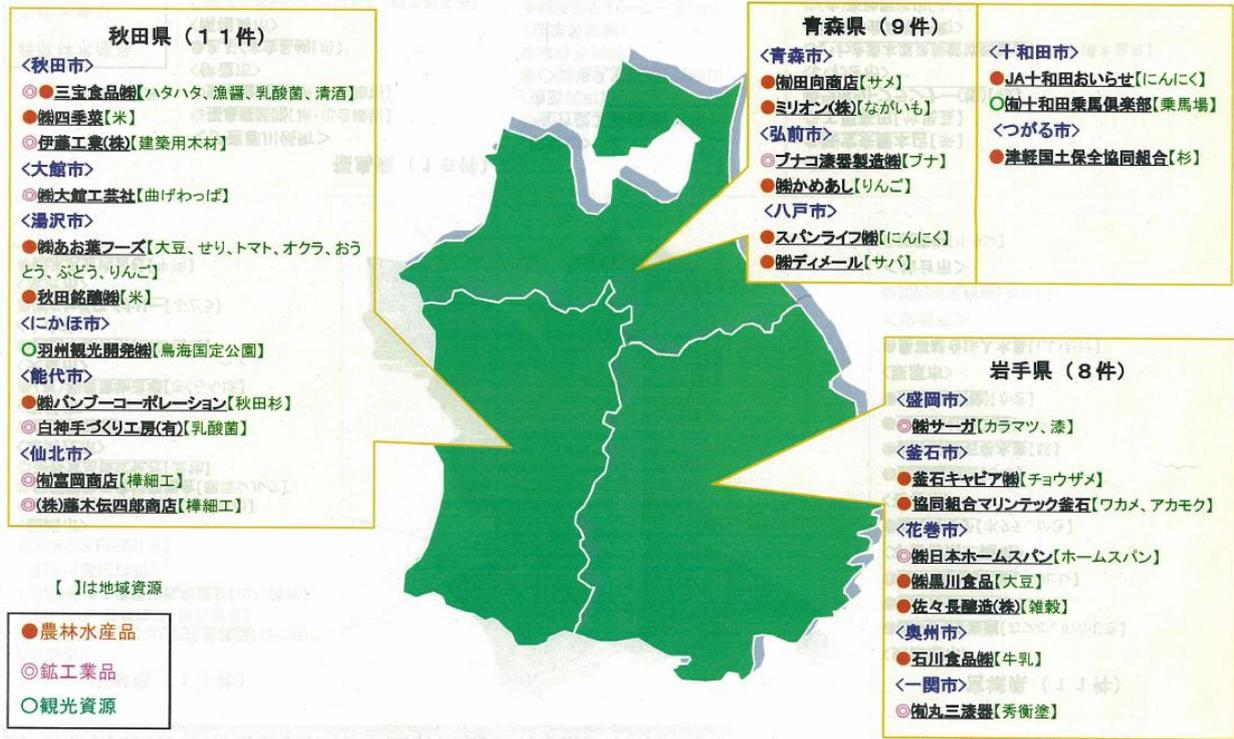
注意：「鉱工業品又は鉱工業品の生産に係る技術」では、農林水産業の加工品と見られる製品についてのみ抽出集計した

また、これら地域資源を活用した東北管内の地域資源活用事業計画認定事例については、65件（2010年2月時点）となっている。県別認定状況では、福島県15件、秋田県、宮城県、山形県がそれぞれ11件、青森県9件、岩手県8件となっている。

それぞれの事業計画を分類すると、地域資源活用事業計画では、農林水産資源活用が37件、鉱工業品が25件、観光資源が5件となっている（計画によっては、複数資源を活用しているため、各資源の件数を合計すると、65件を上回る）。

東北地域における地域資源活用事業計画認定の状況 <北東北>

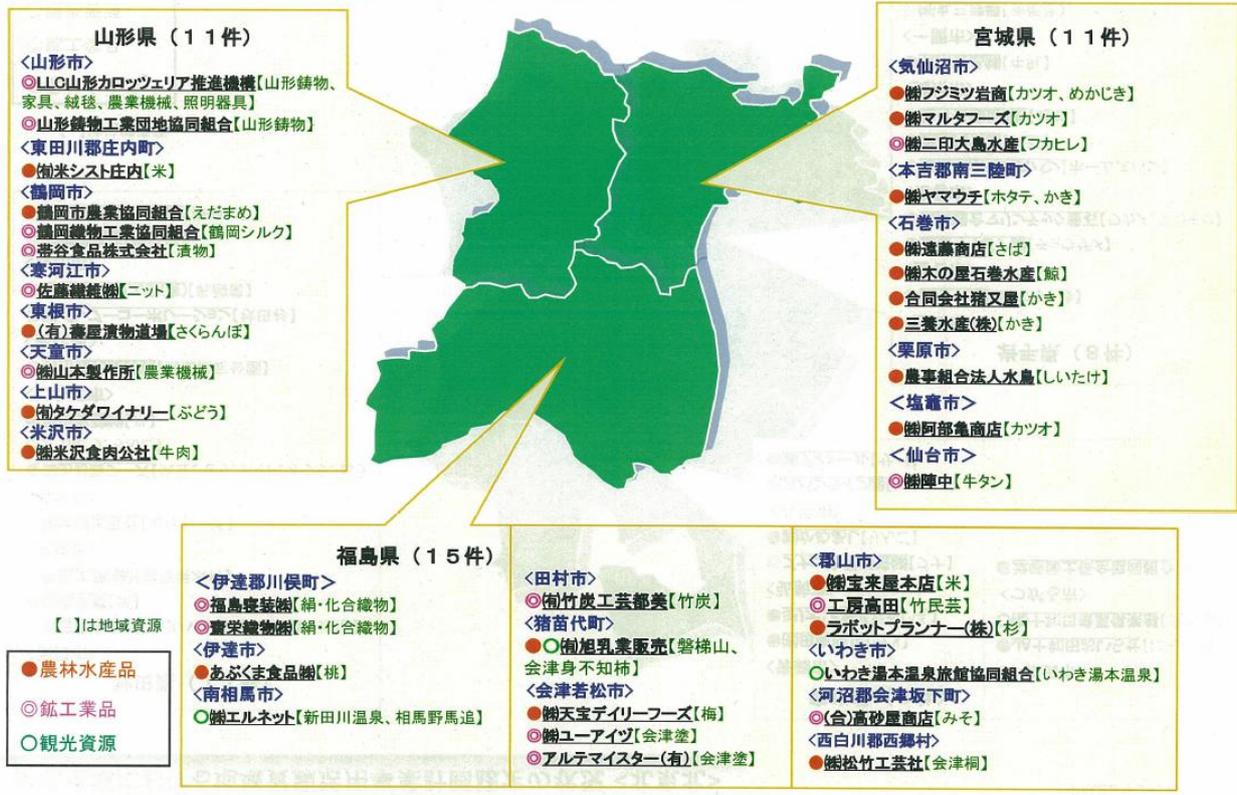
(平成22年2月10日現在)



資料提供：中小企業基盤整備機構（東北支部）

東北地域における地域資源活用事業計画認定の状況 <南東北>

(平成22年2月10日現在)



資料提供：中小企業基盤整備機構（東北支部）

(6) 東北地域の農商工等連携促進法認定事例の特徴

東北管内の商工等連携事業計画認定事例は 36 件となっている。事業計画を分類すると、新商品開発型が 35 件、新生産方式導入型が 0 件、新サービス開発型が 1 件となっている。連携体別では、農工連携が 25 件、農商連携が 5 件、農商工連携が 2 件、漁工連携が 3 件となっている。

2009 年度経済産業省による農商工連携 88 選調査でも、商工業者には企画配発力と販路開拓力を求める意見が強いが、東北地域の農商工連携に認定された計画に参加している「商」業機能は、特定分野の飲食料品販売会社や系統小売業等が中心となっており、今後、販路拡大に向けた連携先となる中堅卸会社を中心とした流通部門の関与が期待される。

中堅食品卸や、地域の食品卸会社へのヒアリングによると、従来まで加工食品類は、小売店側の発注に対応するケースがほとんどで、各地支店は小売店向け営業が主力だった。しかし小売店間での厳しい競争の中で、PB 商品や新機軸商品の提案のため、卸等の流通部門が、生産者側に積極的に入り込み、地域資源の掘り起こしを行い、商品企画や商品提案を行うなど積極的に取り組む企業が増加している。このような流通部門を取り込むことで、販路開拓力の充実に図ることが期待される。

また、農商工等連携事業計画に認定されている案件では、農業に比べて、林業や水産業と商工業との連携パターンは少ないように見えるが、一方で、地域資源活用事業計画での認定案件をみると、水産業や林業関連の認定案件もみられることから、今後より一層の、水産業や林業関係者への農商工連携の取り組みについての普及啓発に取り組むことで、同分野での連携事例が増加することが期待される。

特に農業については、東北地域は前述したように大規模農家の割合が多く、農業法人も各地域で積極的に活躍していることから、これら法人化した農家等向けの普及啓発を進めることで、大規模経営に基づく、企業的農業者との農商工連携の取り組み事例が増加していくことが期待される。

例えば、代表的な農商工連携の事例としては、米生産農家と、魚介類等の冷凍加工技術を有する企業が連携し、新たに冷凍しても食味が落ちない冷凍押寿司を開発・販売した例が挙げられる。

事例 ディメール（青森県）

＜地域企業の冷凍技術と冷凍しても食味の落ちない地元産の米が融合した冷凍押寿司＞

- 株式会社ディメールの経営資源である魚介類の冷凍加工技術と、寒冷地に適した低アミロース米「ゆきのはな」を活かし、地元の水揚げされる鮭、鮪などの魚介類を原料とし、安心・安全・トレーサビリティを確保した冷凍押し寿司を開発。
- 稲作に不利な寒冷な気候の青森県下北地方で、はまなす農業協同組合が丹誠込めて生産する「ゆきのはな」は、適度なねばり、つやがあり、冷めても軟らかく、ぼろぼろになりにくい特徴を持っており、冷凍押し寿司はこの特徴が最大限生かされた商品。
- 米の販路が広がったことにより、生産農家の生産意欲も上昇した。



■東北計36件

凡例【開発商品等】〈代表者所在地〉
●：中小企業者 ◆：農林漁業者

秋田県【7件】

- 【あきたこまち100%のこめ類】〈湯沢市〉
●：佃メルコレディ ◆：菅忠一郎ほか5名
- 【まるごと秋田清酒】〈湯沢市〉
●：秋田銘醸㈱ ◆：こまち農業協同組合
- 【香味オイル、ドレッシング】〈鹿角市〉
●：佃ベジ&フルあきた ◆：佃採物産
- 【用途別米粉（ライスパウダー）】〈潟上市〉
●：佃淡路製粉 ◆：平野久悦
- 【フリーズドライフワフワ】〈由利本庄市〉
●：佃フワフワ ◆：佃あぐり大内、農事組合法人羽後フワフワファーム
- 【ハタハタ加工食品】〈山本郡八峰町〉
●：八峰白神自然食品㈱、佃鈴木水産 ◆：秋田県漁業協同組合
- 【単一農家米】〈秋田市〉
●：秋田印刷製本㈱ ◆：伊藤巧一

山形県【6件】

- 【こくワリキュール】〈寒河江市〉
●：山山酒造㈱ ◆：土田耕二
- 【新製法・プレミアム米菓】〈寒河江市〉
●：佃寒河江屋、東北ぼんち製菓㈱ ◆：鈴木耕二郎
- 【王将野菜の常温乾燥加工品】〈天童市〉
●：佃黒田吉五郎商店 ◆：佐藤武志
- 【総品あご（飛び魚）だし】〈酒田市〉
●：山形県農村工業農業協同組合連合会 ◆：山形県漁業協同組合
- 【すももスパークリングワイン】〈山形市〉
●：佃武田庄二商店、高畠ワイン㈱ ◆：鈴木徹雄
- 【地元産小豆を使用した和菓子】〈山形市〉
●：佃戸田屋 ◆：佃みさおちゃんファーム

青森県【5件】

- 【冷凍押し寿司】〈八戸市〉
●：佃ディメール ◆：はまなす農業協同組合
- 【本格醤油】〈南津軽郡藤崎町〉
●：佃中村醸造元 ◆：佃黄金崎農場
- 【新食感温泉納豆】〈黒石市〉
●：佃黒石納豆 ◆：佃エコネット
- 【雪むろ漬物】〈黒石市〉
●：食菜八幸 ◆：佃東北有機リサイクル
- 【琥珀にんにく加工品】〈三戸郡田子町〉
●：田子かわむらアグリサービス㈱ ◆：宇藤正悦

岩手県【2件】

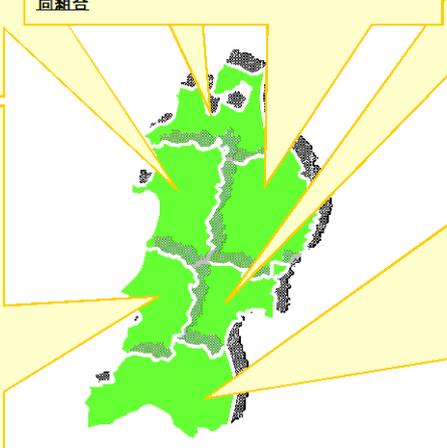
- 【あらびきハンバーグ】〈北上市〉
●：佃真木沢ミートピア ◆：佃ありす畜産
- 【糖類無添加リキュール】〈二戸市〉
●：佃南部美人 ◆：黒石梅の里生産組合、新岩手農業協同組合

宮城県【6件】

- 【栗原特産ずんだ】〈栗原市〉
●：佃パレット ◆：佃愛宕産土農場
- 【くりこま漢方牛】〈栗原市〉
●：佃ダイチ ◆：関村清幸
- 【業業ワサビ】〈仙台市〉
●：奥田建設㈱ ◆：加美町わさび生産組合
- 【高機能桑茶、桑茶パウダー】〈仙台市〉
●：佃プロジェクト・エム ◆：佐藤公一
- 【カルシウム肥料「斬右衛門」】〈仙台市〉
●：佃グリーンマン ◆：宮城県漁業協同組合鳴瀬支所
- 【古代米を活用した餡と菓子】〈大崎市〉
●：佃貝茶舗 ◆：佐藤正弘

福島県【10件】

- 【ダチョウ卵のスイーツブランド】〈双葉郡双葉町〉
●：まがら洋菓子研究所㈱ ◆：佃シュトラウス
- 【川俣ジャモの焼き加工品】〈伊達郡川俣町〉
●：佃川俣町農業振興公社 ◆：佃川俣ジャモファーム
- 【超甘口料理酒】〈西白河郡矢吹町〉
●：？ 大木代吉本店 ◆：農業生産法人佃白河園芸総合センター
- 【国産ミド酒（蜂蜜酒）Aizu Mead】〈喜多方市〉
●：佃峰の雪酒造場 ◆：佃ハニー松本
- 【指定栄養食の配食サービス】〈喜多方市〉
●：佃ダイゴ ◆：佃ダイゴ農園
- 【新食感・新形状 餡ペースト商品】〈会津若松市〉
●：佃餡のおおすか ◆：羽柴藤吉
- 【新カテゴリー・甘味料（お米だけの甘味料）】〈須賀川市〉
●：佃ジェイエイあぐりすかがわ岩瀬 ◆：すかがわ岩瀬農業協同組合
- 【高級チョコレート洋菓子】〈いわき市〉
●：佃いわきチョコレート ◆：農業生産法人佃伊達水蜜園
- 【自然派トマトソース】〈いわき市〉
●：遠野産業振興事業協同組合 ◆：佃いわき遠野らばん
- 【サンマの燻製】〈いわき市〉
●：タムラ電子㈱ ◆：小名浜機船底引網漁業協同組合



資料提供：中小企業基盤整備機構（東北支部）

(7) 本調査で実施した事業ならびに農商工連携WGでの意見等について

本調査では、農商工連携WGでの委員による検討のほか、専門委員との事例研究会、東北地域内の先進的な取り組みを視察するバスツアー、農商工連携推進フォーラム等を開催し、様々な立場の方々からご意見をいただいた。

- ① 農商工連携WGおよび専門委員等事例研究会では、「普及啓発」「販路開拓」「人材の育成・活用」等を中心に意見交換がなされた。

「普及啓発」については、『現場では農商工連携という言葉は知っていても、どのように連携すればいいのか分からないという声はまだ多い』とか『農林水産業者をはじめ、商業者、IT関係者等への浸透も足りない』と、更なる普及啓発の必要性を指摘する意見が多かった。

また、普及啓発の実施にあたっては、『農林水産業者にもそのメリットが分かるような、農商工連携のモデルを提示していくことが必要だ』等の意見もあり、特筆されるような成功モデルのみではなく、普通の農業者等が自分にもできるのではないかと思えるような成功事例を提示していくことの必要性が指摘された。

「販路開拓」については、『東北には全国に知られていない食材など隠れた地域資源が多数存在しているものの、首都圏の流通事業者等にはほとんど知られていない』『首都圏のバイヤーが地方まで買い付けに来る例は少ない、地方から情報発信する仕組みや取り組みが必要』など、地方からの積極的な情報発信や地域ぐるみのブランド育成の取り組みが必要であるとの意見があり、首都圏等への販売を強化するための仕組みづくりなどの必要性が指摘された。

また、ホームページにアクセスする消費者（利用者）が、どの商品を開覧したかのクリック・アクセスの状況等から消費者ニーズを的確かつ詳細に把握することが可能である、インターネットならではのマーケティング戦略の重要性について指摘し、インターネットの活用をすすめることが、新たな販路開拓につながるポイントであるとの指摘もあった。

「人材の育成、活用」については、『商工業の知識だけあっても、農業の現場を知らない人間には本当の経営支援やコーディネートはできない』など、農商工連携のコーディネート人材や支援人材の育成、発掘の必要性に関する指摘がなされた。

また、『生産者との信頼のネットワークを築くためには、フェイス・トゥ・フェイスのつながりが基本である』など、生産者とコーディネーター等との出会いの場の必要性と同時に、信頼を深めるための場の設定が必要であるとの指摘があり、そのためには、生産現場の見学会や体験会のような取り組みや、交流会のような場の設定が有効ではないか等の意見があった。

さらに、『コーディネーターとしての能力を備えた人材を「農商工連携伝道師」として活用し、農商工の連携体のマッチングや販路開拓など多方面で活用を促す仕組みがあったらいいのではないか』との具体的な提案もなされた。

- ② また、今回実施したバスツアーでは、参加者から、このような機会を通じて関心のある事業者同士が交流することの必要性が指摘された。

特に農商工連携においては、単に農林水産業者と商工業者という当事者の連携だけでなく、

施設整備や事業拡大のための金融支援や、周辺の観光業者との連携、農商工連携で製品化した商品の地域での活用など、地域を巻き込んだ協力・連携の輪の広がりが重要であること、またこれらを繋ぐネットワーク人材の連携も重要であることが指摘された。

- ③ 秋田県横手市で開催した「農商工連携推進フォーラム in 横手」では、ITを活用した植物工場でイチゴ生産に取り組み、農業大賞を受賞した「こもろ布引いちご園」代表の倉本氏による講演のほか、地域内外で農商工連携に取り組む生産者や事業者によるパネルディスカッションを実施した。特に植物工場をはじめとするこれからの農業生産や農商工連携では、消費者ニーズをとらえたマーケティングと生産体制の充実が重要であり、そのためのITの利用可能性が高いことが指摘された。

また、地元若手生産者や畜産業に取り組む生産者からは、生産した農産物を活用した加工品の製造や流通販売の際に、これらの事業者との間をコーディネートする人材の重要性が指摘された。パネリストの経験では、自治体等の担当者の人的ネットワークによるマッチングや、金融機関等が仲介するケースなどが挙げられたが、個々の人材が有するネットワークには限りがあることから、これらネットワーク人材を連携させ、相互に保有する情報を行き来させる広域的なネットワークの必要性が認識された。

(8) まとめ

以上のように、様々な統計データのほか、本調査業務で実施したバスツアー、フォーラム、農商工連携専門委員等事例研究会、ヒアリング、ワーキングでの検討等の定量的、定性的な資料に基づき、東北地域における農商工連携の現状と課題を以下に整理できる。

東北地域の農林水産資源は、質量共に豊富でかつ多様に存在する。特に農業だけでなく、水産業や林業等にも特徴的な地域資源が多く存在し、農商工連携の重要なパートナーとして、より一層の展開が期待される。また、生産者についてみると、比較的大規模な農家が多いことや、地域内での第1次産業従事者割合が高いことから、地域内で農林水産業の担い手パートナーを探すことは、相対的には実現しやすい環境にある。また食料品製造業の比率も高く、パートナーとして有望である。そのため、特に企業の経営に取り組んでいる農業者等を中心に、農商工連携に関心が高い、あるいは農商工連携のパートナーとして期待される農業法人等を中心にして、農商工連携についての情報発信を行うことで、効果的・効率的な連携に向けた普及・促進を図ることが期待される。

一方で、各地域固有の資源が多数散在することで、より広域での連携等の阻害要因になる可能性も考えられ、広域的連携については、意識して積極的に推進することが望まれる。

また、食料品製造業については付加価値は相対的に低く、産地加工を中心としていることから、商品自体が最終消費者のニーズに充分応えているか検証が必要である。特に首都圏のバイヤー等によると、東北の農林水産品や加工食品の認知度は低く、消費者に十分に伝わっているとは言い難いと言われており、最終消費をイメージした、いわばマーケットインの発想による商品開発を、積極的に推進していくことがより一層求められる。

また、東北の食料品製造業の事業者は中小規模の企業が多いことから、これらの事業者と農林水産事業者を連携し牽引する、強いリーダーシップを持ったコーディネート人材が求められる。

II. 課題

東北地域は農林水産品をはじめとする多様な地域資源を産出し、とりわけ農林水産業、食料品製造業は他地域に比べ事業所数、従業者数の割合も高く、地域の基幹産業となっている。しかしながら、域内での食料自給率が高く、我が国の食糧供給基地として期待される現状とは裏腹に、生製品の付加価値額は低い現状にある。

今後はマーケットイン型の製品開発やブランド力の向上等により、付加価値生産性を高め、自立した新たな成長産業としていくことが、地域経済活性化のためには不可欠である。

(1) 新たな販路開拓に向けた取り組みが不足

統計データにみられるように、東北地域は豊かで多様な農林水産資源を産出する一方で、これらを素材にした食料品製造業も中小規模の企業を中心に多数立地している。しかしこれらの多くは、産地立地型の比較的付加価値の低い原材料加工を中心とした加工が中心とみられ、関東等の大規模で消費地に立地する食品加工業と比べると生産性が低い点が挙げられる。

一方で、東北地域からの移出先の多くは関東となっており、つまり東北地域は農林水産資源を比較的原材料に近い形で関東等に移出する形での食料供給基地となっているとみられる。そのため、基本的な流通も農協系統による農産物流通などに限られ、小売業や中食・外食、あるいはインターネット等の新たな販路の開拓の余地があると考えられる。実際にわが国最大規模のインターネットでの生鮮食品販売を手がけている企業の社長やバイヤー責任者でも、東北地域の農林水産品に関する情報がほとんど入手出来ないと指摘しており、これらは東北地域が、市場ニーズを踏まえたマーケットイン型への展開余地や、従来以外の新たな販売ルート開拓において、開拓余地が存在することを示している。

また、首都圏のバイヤー等でも、東北の産品や伝統的な食文化等についての情報がないと指摘しており、これら東北地域の農商工連携における地域の情報発信力、ブランド力の強化も重要な課題である。

- ・市場ニーズを踏まえた、マーケットイン型の製品開発の促進
- ・従来の販売ルートに依存しがちであり、海外も含めた多様な販路開拓が必要
- ・地域の情報発信力、ブランド力の強化

(2) 経営感覚のある農商工連携人材やコーディネーター人材の確保

東北地域の農商工連携促進協議会でのアンケート結果等によると、農商工連携を促進するための人材育成や発掘、様々な事業プランが実行されているが、各県や各地域主体となっており、全体の横展開や横方向での連携強化が課題となっている。特に、農林漁業と商工業の両分野の精通したコーディネーターの育成や、質の高いマッチング等を行っていくことが課題として出されており、これらは、各地域で活躍している農商工連携人材を地域の枠を超えて連携させ、点から面へと展開させることで、より一層充実した農商工連携が実現すると期待される。

また、前述したように、農林漁業と商工業の両分野に精通した人材育成の必要性が指摘されており、これら人材の不足に対して、人材育成と活躍の場の提供が求められる。

- ・経営感覚のある農商工連携人材が地域に散在し、面的な広がりには欠ける
- ・農林水産業と商工業をつなぐコーディネーター人材が不足し、活躍の場も少ない

(3) 農商工連携のさらなる浸透と裾野の拡大

農商工連携では、各県の地域資源数が物語るように、農業や水産業を始め、多数の地域資源が眠っている。これらの地域資源を活用して、農商工連携の更なる浸透と、裾野の拡大を図っていくためには、農商工連携への取り組み意欲と地力を有する事業者の掘り起こしと積極的な情報発信が必要である。特に東北地域は比較的大規模な農家の割合が高く、これら大規模でかつ企業経営的な農業に取り組んでいる農家等を中心に、即戦力となる事業者の再発見が必要である。

また、農業分野では、科学技術との連携により、植物工場等の新たな農商工連携のシンボルともいえる取り組みが進んでいる。東北地域では、青森県において、全国に先駆けて農業系研究機関と、工業系研究機関が一体化し、地域産業に関する公設試験研究機関が誕生した。これにより特に青森県内における農商工連携関連の技術シーズの更なる発掘と発展が期待されており、同様の連携促進が期待される。

- ・農商工連携の即戦力となるような事業者の掘り起こしの強化
- ・植物工場など最新の技術シーズの普及

Ⅲ. 取り組みの方向

(1) 新たな販路開拓に向けた支援の強化

安心安全で品質の高い東北地域の米・果物・水産物などの農林水産品等の地域資源が、その価値に見合う価格で評価されるよう、IT技術の活用や海外展開などの推進により、従来の販売ルート以外の新たな販路の開拓を支援する。

- ①東北地域農商工連携促進協議会参加機関、中小機構、地域力連携拠点等の関係機関の持つ支援ツールを結集し、効果的な販路開拓支援策を検討、展開する。また、東北地域の重要な販売先である関東圏や仙台都市圏のバイヤーや消費者の声を、生産者や加工業者が直接聞き取り、今後の商品開発に活かすことができるような、マーケットの声を聞く機会の充実等を図る。
- ②地域の情報発信力、ブランド力の向上や、アジアなどの海外展開、インターネットの活用などにより新たな販路の開拓に成功した事例など、他の参考となるような多様な地域事例を収集し、モデルとして情報発信するほか、関係者がそのような実践的なノウハウを高める機会を設ける。

(2) 人材育成（経営能力を持った人材やコーディネート人材の強化）

地域経済への波及効果が高い「農商工連携」の取り組みを担う農商工連携経営人材や、農林水産業と商工業との間を取り持つコーディネート人材を発掘・育成し、地域経営の中核的なモデルとしてネットワーク化し、地域的な広がりを出創する。

- ①経営感覚のある農商工連携人材、コーディネート人材を発掘する。
- ②地域に散在している農商工連携経営人材、コーディネート人材等をネットワーク化し、このような人材が「農商工連携伝導師」として活躍する場を出創することにより、農商工連携の地域への面的な広がりを持たせる。

(3) ターゲットを絞った普及啓発や成功事例の出創

東北の特徴である米、果物等の地域資源を活かした農商工連携の取り組みを促進するため、経営感覚のある農林水産業関係者など即戦力となる参画者を出掘し、地域経済への波及効果が高い「農商工連携」のモデルとなる成功事例を出創する。

また、農林水産業者のニーズの掘り起こしや植物工場などの新たな技術シーズの紹介を進め、農商工連携事業の裾野の拡大を図る。

- ①JAや農業法人協会など経営感覚のある農業者の集まる団体や、これまで法認定事例の少ない漁業・林業関連などにターゲットを絞りなど、効果的な普及啓発方法を検討し、展開する。
- ②中小機構、JETRO、各県の支援機関等と連携し、農林水産業関係者等へのワンストップの説明会の開催など、効率的な事業者出掘方法を検討し、展開する。
- ③植物工場などの新たな技術シーズの普及啓発に努めるほか、「農・商・工」の分野を越えた研究機関や支援機関等の連携を促進し、農林水産業や食料品製造業等のニーズとのマッチングの機会を設けるなどにより、農商工連携の裾野の拡大や付加価値生産性の向上を目指す。

IV. アクションプラン

以上の方向性を踏まえて、具体的なアクションプランとして、以下の提案を行う。

《テーマ（１）新たな販路開拓に向けた支援の強化》

【テーマ（１）－１】関係機関と連携した販路開拓支援活動の推進

＜事業概要＞

東北の豊かな農林水産品等の地域資源の新たな販路開拓への支援を強化するため、情報発信力、ブランド力の向上や、インターネットの活用などにより新たな販路の開拓に成功した多様な地域事例を収集し、モデル事例として情報発信するほか、インターネットの活用、海外販路開拓、JGAPなどの認証制度の取得ノウハウ等に係る啓発講座等を実施する。

＜事業例① 販路開拓の成功事例を活用した普及啓発活動の強化＞

- ・ITなど様々なツールを駆使し、また海外など新たなチャンネルにより販路拡大に成功した事例の成功要因を分析し事例集として取りまとめ、普及啓発活動に活用し、関係者のチャレンジ意識を高める。
- ・成功事例や分野ごとの専門家を活用した実践的な講座を開設し、関係者の実戦的ノウハウを高める。

例) インターネット販売、海外輸出、JGAPなどの認証制度等に係る講座など。

＜事業例② 関係機関の支援ツールを結集した、販路開拓の取り組み強化＞

- ・東北各県、中小機構、JETRO、地域力連携拠点、地方金融機関等の関係機関が持つ様々な支援ツールの連携を促進し、法認定事例等を中心に販路開拓を支援し、成功事例を創出する。

例) 関係機関によるワンストップのマッチング相談会等の開催。

例) 東北各県のアンテナショップと連携した販路開拓。

例) 地域活性化パートナー登録企業等既存のツールの活用促進。

＜実施主体＞

東北経済産業局が主体となり、東北農政局、中小機構、JETRO、東北地域農商工連携促進協議会等の関係機関と連携し事業を実施。

＜活用施策等＞ 地域競争力強化事業、新事業活動促進支援補助金等

＜事業期間＞ 平成22年度～平成24年度

	平成22年度	平成23年度	平成24年度
①販路開拓の成功事例を活用した普及啓発活動の強化	 ・新販路開拓成功事例調査・事例集作成 ・農工商連携販路開拓実践講座		
②関係機関の支援ツールを結集した販路開拓の取り組み強化	 ・ワンストップマッチング相談会開催 ・地域活性化パートナー制度、各県アンテナショップとの連携等、既存ツールの活用促進		
主体	実施主体 支援主体	東北経済産業局、中小企業基盤整備機構等 東北地域農工商連携等促進協議会会員機関等	
活用施策等	実施予算 支援予算	地域競争力強化事業 新事業活動促進支援補助金等	

【にっぽん e 物産市プロジェクト】（経済産業省支援事業）



「にっぽん e 物産市」は、地域の中小規模の生産者等の、インターネットサイトを活用した B to C の販路開拓を支援する試みである。

地域の隠れた食材を発掘し、インターネットによる販路開拓を支援するスキルを備えた“地域プロデューサー”を育成し、別途開設したインターネットサイト「にっぽん e 物産市」により創出した新市場上で、B to C の販路開拓を支援するプロジェクトである。本事業には、“地域プロデューサー”（2010. 1. 21 現在 374 名）の指導者的役割を担う中央エージェント（事務局メンバー）として、東北地域から 3 名のエージェントが参画している。

- ・（有）マイティ千葉重（宮城県）
- ・（有）会津食のルネッサンス（福島県）
- ・ホテリ・アアルト（株）（福島県）

【地域活性化パートナー制度】

地域活性化パートナー制度

小田急グループ（地域活性化パートナー）による物産展
「小田急がセレクトした日本の食と文化 東北篇」 平成21年7月8日～21日

農工商連携、地域資源、新連携を活用した新事業展開への取り組みを支援するため大都市圏や全国規模で活動する流通業（小売、卸売等）、情報サービス、観光関連等の企業・団体が「地域活性化パートナー」として登録。

地域活性化パートナーは、中小企業が企画・開発した新商品・新サービスに対する技術評価、マーケティング、販路開拓等の支援を行う。

登録されている企業・団体は 73。

登録企業には、小田急百貨店、東急百貨店、イオン、ぐるなび、楽天等がある。



【テーマ（１）－２】販路開拓に向けた実践的事業の実施

＜事業概要＞

新たな販路の開拓に向けて、マッチング事業、モデル事業等、実践的な事業を実施し、具体的な販路開拓支援を強化する。

＜事業例＞

- ・百貨店、スーパーのバイヤーやインターネット販売、海外展開などの専門家等によるマッチングボードを設置し、農商工連携に取り組む事業者が開発商品に対する評価やアドバイスを受けられる機会を創出し、マーケットイン型の製品開発意識を高めるとともに、新たな販路開拓に向けたパイプを強化する。
- ・バイヤー等を招待した産地マッチングバスツアーの実施。
- ・グリーンツーリズムなど地域観光と連携した、地域ブランドの構築による首都圏への販路開拓モデル事業を実施する。

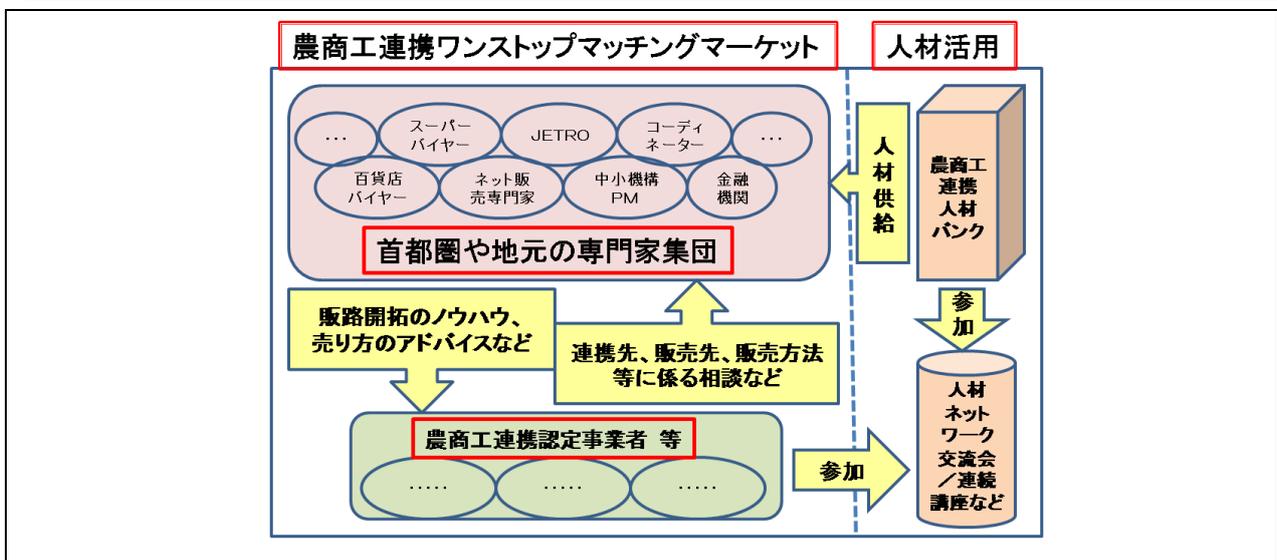
＜実施主体＞

東北経済産業局が主体となり、中小機構、JETRO、東北地域農商工連携促進協議会等の関係機関と連携して事業を実施。

＜活用施策等＞ 地域競争力強化事業、東北経済産業局の販路開拓支援施策、関係機関の関連施策 等

＜事業期間＞ 平成22年度～平成24年度

	平成22年度	平成23年度	平成24年度
①販路開拓に向けた実践的事業の実施		<ul style="list-style-type: none"> ・農商工連携販路開拓マッチングマーケット設置、開催 ・農商工連携販路開拓産地マッチングツアー ・観光資源連携型首都圏販路開拓モデル事業 	
主体	実施主体 支援主体 東北経済産業局、中小企業基盤整備機構等 東北地域農商工連携等促進協議会会員機関等		
活用施策等	実施予算 支援予算 地域競争力強化事業 新事業活動促進支援補助金等		



《テーマ（２）人材育成》

【テーマ（２）】人材の発掘とネットワーク化

＜事業概要＞

農商工連携等地域資源の活用を通じて、地域経済の中核的な役割を果たしている農商工連携経営人材とその取り組みを発掘するとともに、農林水産業と商工業との間を取り持つコーディネーター人材を発掘し、人材ネットワークを形成することにより、農商工連携の地域への面的な広がりを創出する。

＜事業例① 農商工連携経営人材、コーディネーター人材の発掘と人材バンク化＞

- ・「農商工連携プロデューサー育成塾」及び「やまがた6次産業ビジネススクール」など農商工連携人材育成に取り組む団体や東北地域農商工連携促進協議会参加機関等と連携し、東北地域で活躍する農商工連携経営人材やコーディネーター人材を発掘するとともに、そのベストプラクティスを事例集として取りまとめる。
- ・発掘した人材を人材バンク化し、東北地域農商工連携促進協議会、管内各自治体、農商工連携に取り組む団体等が実施する、各種普及啓発活動やマッチング事業等で「農商工連携伝道師」として活用する。

＜事業例② 人材バンクを核とした人材ネットワークの構築と交流会の実施＞

- ・人材バンク登録者を中心に、人材ネットワークを構築し、新たな連携を生み出すインキュベーターとして活用する。
- ・人材ネットワークを核とし、様々な支援機関、事業者等を集めた交流会を開催し、参加者相互の交流や情報交換の場を創出することにより、新たな連携の芽を育てる。

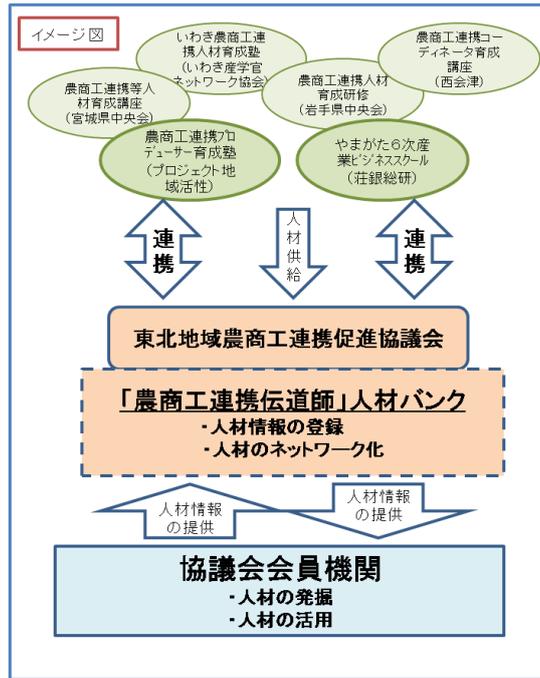
＜実施主体＞

東北経済産業局が主体となり、農商工連携プロデューサー育成コンソーシアム、やまがた6次産業ビジネススクール等の人材育成機関と連携して事業を実施

＜活用施策等＞ 地域競争力強化事業 等

＜事業期間＞ 平成22年度～平成24年度

	平成22年度	平成23年度	平成24年度
①農商工連携経営人材、コーディネーター人材の発掘と人材バンク化	 <ul style="list-style-type: none"> ・農商工連携経営人材活動事例調査 ・農商工連携コーディネーター人材活動事例調査 		
②人材バンクを核とした人材ネットワークの構築と交流会の実施		 <ul style="list-style-type: none"> ・「農商工連携伝道師」人材バンク構築 ・人材ネットワーク化 	 <ul style="list-style-type: none"> ・人材ネットワーク交流会開催
主体	実施主体 支援主体	東北経済産業局、中小企業基盤整備機構等 東北地域農商工連携等促進協議会会員機関等	
活用施策等	実施予算 支援予算	地域競争力強化事業 新事業活動促進支援補助金等	



《テーマ（３）ターゲットを絞った普及啓発や成功事例の創出》

【テーマ（３）－１】ターゲットを絞った普及啓発活動のさらなる展開

＜事業概要＞

農商工連携の即戦力となる農業関係者団体や、これまで掘り起こしが進んでいない漁業・林業関連事業者などにターゲットを絞った効果的な普及啓発活動やニーズの掘り起こしを展開し、新たな連携を創出して裾野の拡大を図る。

＜事業例＞

- ・ J Aや農業法人協会等の農業関係者団体にターゲットを絞った普及啓発活動を展開し、農商工連携の即戦力となりうる事例の発掘に努めるほか、これまで法認定事例の少ない水産業や林業関連事業者への普及啓発を強化する。

例) 戦略的な普及啓発策検討のため、東北地域農商工連携促進協議会に「普及啓発」専門部会を設置。

例) 先進事例調査の継続実施と普及啓発活動への活用。

例) 普及啓発セミナー、視察ツアー等効果的な普及啓発活動の継続。

- ・ 中小機構、J E T R O、各県の支援機関等と連携した農林水産業関係者等へのワンストップ説明会の実施。

＜実施主体＞

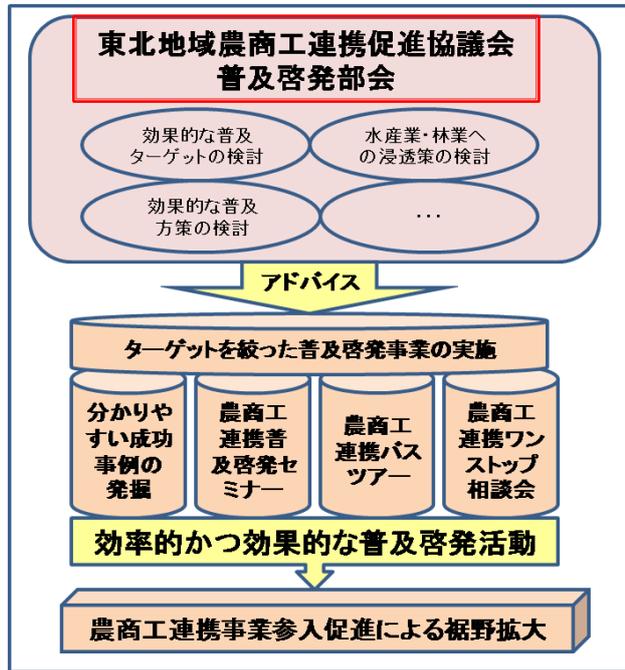
東北経済産業局、東北農政局、中小機構等が主体となり、東北地域農商工連携促進協議会「普及啓発部会」等関係機関と連携して事業を実施。

＜活用施策等＞ 地域競争力強化事業、農商工等連携促進法、中小企業地域資源活用促進法 等

＜事業期間＞ 平成22年度～平成24年度

		平成22年度	平成23年度	平成24年度
①ターゲットを絞った普及啓発活動のさらなる展開		<ul style="list-style-type: none"> ・農商工連携促進協議会普及啓発部会設置、開催 ・農商工連携先進事例調査 ・農商工連携セミナー等の開催 ・農商工連携マッチングツアー開催 ・ワンストップ説明会の開催 		
主体	実施主体 支援主体	東北経済産業局、中小企業基盤整備機構等 東北地域農商工連携等促進協議会会員機関等		
活用施策等	実施予算 支援予算	地域競争力強化事業 新事業活動促進支援補助金等		

【ターゲットを絞った効率的・効果的な普及啓発活動の展開】



【農商工連携視察ツアー】
(平成22年2月2日 未来彩園 宮城県大衡村)



【テーマ（3）－2】植物工場など新技術導入による裾野の拡大

＜事業概要＞

農商工連携の即戦力となる農業関係者団体や、これまで掘り起こしが進んでいない漁業・林業関連事業者等などにターゲットを絞った効果的な普及啓発活動やニーズの掘り起こしを展開し、新たな連携を創出して裾野の拡大を図る。

＜事業例① 農林水産業と工業の「農商工連携研究機関等ネットワーク」の構築＞

- ・農林水産業系と工業系の研究機関や支援機関、大学等の分野を超えた「農商工連携研究機関ネットワーク」の構築。
- ・農林水産業側の生産性向上、生産管理、品質管理、新商品開発等に係る技術ニーズ調査を実施し、研究機関ネットワークの技術シーズとのマッチングによる、研究開発を促進。

＜事業例② 植物工場など新技術導入による裾野の拡大＞

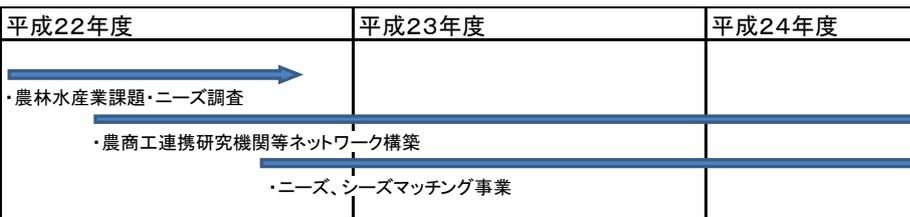
- ・植物工場など、農林水産業の6次産業化や農商工連携の付加価値向上に資する新技術の導入による参入事例を調査し事例集として取りまとめ、普及啓発活動に活用し、新たな連携事例の創出を図る。
- ・植物工場など有望な技術について、セミナー等の普及啓発活動を強化し管内での事業化を促進する。

＜実施主体＞

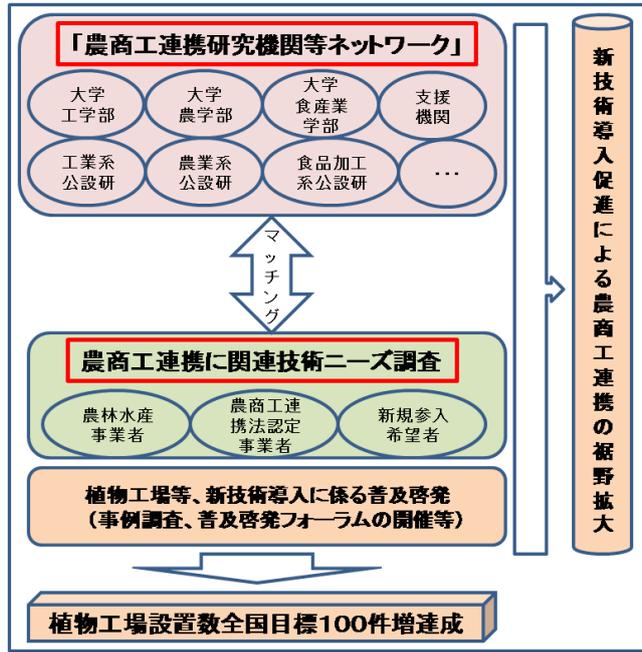
東北経済産業局が主体となり、各県農・工分野の公設研、大学等の関係機関等と連携して事業を実施。

＜活用施策等＞ 地域競争力強化事業、農商工等連携促進法、中小企業地域資源活用促進法 等

＜事業期間＞ 平成22年度～平成24年度

	平成22年度	平成23年度	平成24年度
①農林水産業と工業の「農商工連携研究機関等ネットワーク」の構築			
②植物工場など新技術導入による裾野の拡大			
主体 実施主体 支援主体	東北経済産業局、中小企業基盤整備機構等 東北地域農商工連携等促進協議会会員機関等		
活用施策等 実施予算 支援予算	地域競争力強化事業 新事業活動促進支援補助金等		

**【農商工連携研究機関等ネットワークの構築と
植物工場等新技術の導入促進】**



【先進的植物工場展示】
(平成21年11月～22年1月 仙台市)

