

みえ食の産業振興ビジョン（概要）

はじめに（策定趣旨）

- 豊かな食材や多様な食文化を背景に高いポテンシャルを有する三重県の食関連産業は、農林水産業・製造業・サービス業が関わる裾野の広い産業であり、多くの県民の「働く場」を提供している。
- 本県は、「『食』で拓く地域活性化」をテーマに、国の地域再生法に基づく地域再生計画の認定を受けた（平成27年1月）。
- 今後、5年程度の本県の食の産業振興の方向性を定めた「みえ食の産業振興ビジョン」に基づき、集中的に施策を展開していくこととする。

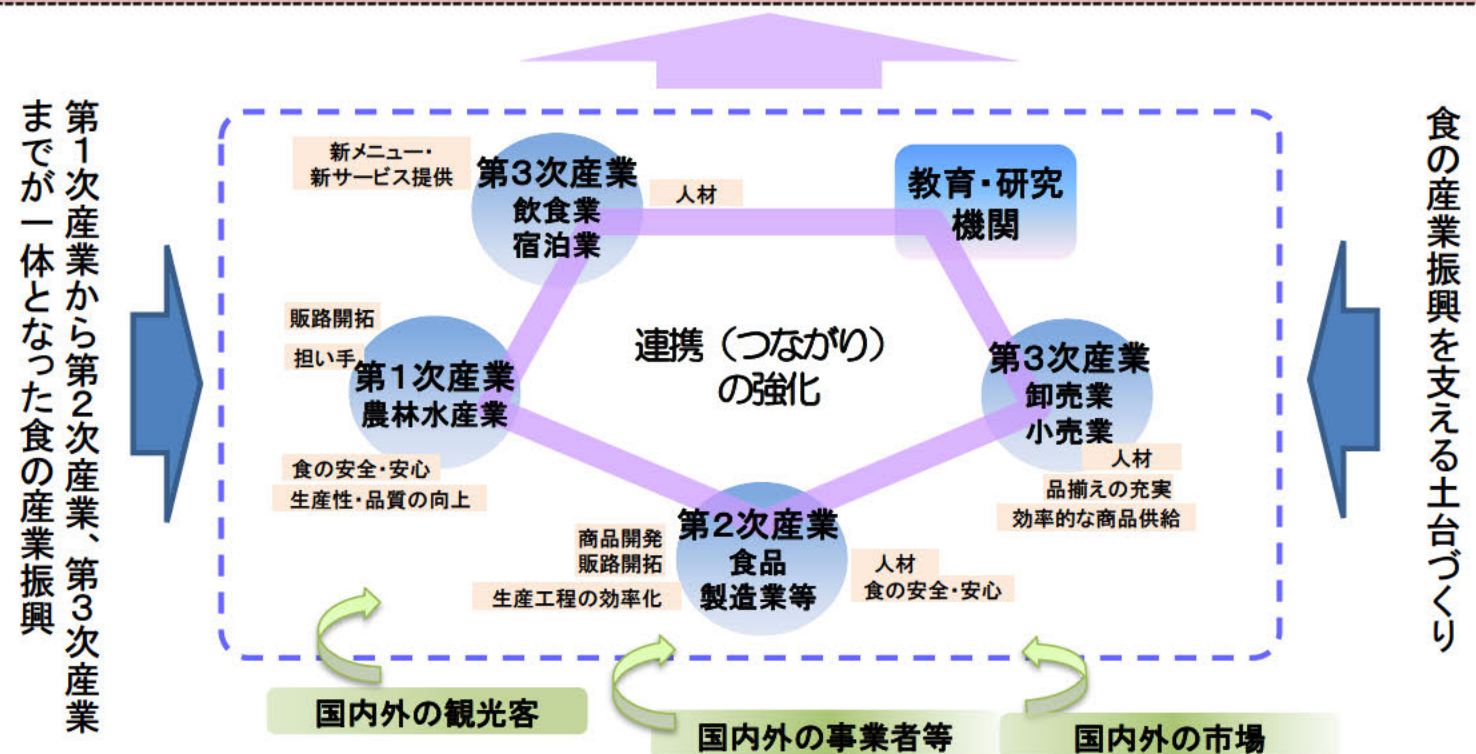
第1章 三重の食が持つポテンシャル

1. 三重の食のバックグラウンド～歴史、風土、文化など～
2. 食に関連する産業の裾野の広さ
 - (1) 1次産業（農林水産業）
 - 豊かな食材、食文化
 - 三重ブランド等、品質管理された食材 など
 - (2) 2次産業（製造業）
 - 食文化に根ざした加工食品（米菓、酒、水産加工品等）
 - ダイニングを彩る製品群（陶器、織物、木材、鋳物等）
 - 日本を代表する食品企業の製造拠点や機能性食材等の研究開発型企業、食品製造の生産設備を担う企業の存在
 - (3) 3次産業（サービス業）
 - 豊かな観光資源、国内有数のレジャー施設や宿泊施設
 - 優れた料理人
 - 地産地消に取り組む小売業や革新的な卸売業
3. 教育・研究機関
 - 実践的な調理技術教育を行う高等学校や、地域の食の知が集積している専門学校
 - 大学や県公設試験機関、国や民間の研究機関

ポテンシャルを最大限に活用

第3章 食の産業振興の目指すべき姿

- ◆県内の雇用を創出し、地方創生の鍵となる「三重の食関連産業」
- ◆国内外の多くの人を惹きつける「三重の食関連産業」
- ◆県民の安全・安心、健康づくりに寄与する「三重の食関連産業」



直面している対外的変化に的確に対応

◆伸びない国内市場・生産年齢人口の減少

- 人口減少、国内需要の減退等の中、消費者ニーズの変化を的確に捉える必要。

◆拡大する世界の食の市場

- 急速に拡大する世界の食市場を取り込み、三重県の食産業の成長を促進する必要。

◆情報通信技術の進展

- ICT・ビッグデータの発達により新しい産業分野の創出など様々な取組が展開。

みえ食の産業振興ビジョン（概要）

第4章 今後の取組の方向性

第1次産業から第2次産業、第3次産業までが一体となった食の産業振興

1. 素材（農水産品）の磨き上げ・試験研究

- 生産コストや病原菌リスクの低減等、農水産業にかかる技術課題についての試験研究の実施
- 海外マーケットのニーズ等に即した栽培技術の確立とJGAP認証取得の促進
- 海女の漁獲物のブランド化による付加価値向上の支援

2. 商品開発支援

- 農林水産資源を活用し、産学官連携による新商品等を生み出す「みえフードイノベーション」の推進
- 医療食・介護食など機能性食品・作物の創出、地域資源を活用した医薬品、化粧品、健康増進・維持につながる食品等の製品化支援
- 「みえ“食発・地域イノベーション”創造拠点」を通じた研究開発・技術支援
- 海外・大都市圏を目指すグローバル食品の開発促進
- 伝統産業・地場産業における、デザイナー等との連携による商品開発及び販路拡大等支援

3. 販路開拓支援

- 「三重セレクション」認定による県産品の販路拡大
- 大都市圏のバイヤー・シェフ等と県内事業者とのネットワーク構築及びマッチング等の支援
- 地域資源を活用した医薬品、化粧品、健康維持・増進につながる食品等の販路開拓に向けた支援
- 海外市場調査を通じた県産水産物の輸出促進
- 台湾、アセアン諸国での物産展の開催、海外に販路を持つバイヤーの招聘による県産品の輸出拡大支援、台湾およびタイへの現地アドバイザーの設置等による営業活動支援
- 沖縄国際物流ハブ機能を活用した県産品のアジア市場への展開促進
- 獣肉等（ジビエ料理）の需要拡大のための供給体制の整備や商品開発・販売促進

4. 三重の食の情報発信

（海外への情報発信）

- 三重県フェアによる県産品の魅力発信、展示会等に出展する事業者への支援
- OCIA（カリナリー・インスティテュート・オブ・アメリカ）で開催される「ワールド・オブ・フレーバー（WOF）」への参加（H27.4）
- ミラノ国際博覧会（テーマ：食）への出展（H27.7）
- 県産品を活用し、三重らしさや機能性を生かした日本食、日本食レシピの提案・紹介
- 県産ブランド牛肉の海外メディアや料理人等への情報発信
- 主要国首脳会議（サミット）開催（H28）
- 海外誘客のためのプロモーションや無料公衆無線LANや免税店など受け入れ環境の整備支援

（国内への情報発信）

- 「全国菓子大博覧会・三重」の開催（H29）
- 三重テラスを中心とした首都圏でのネットワークの強化・拡大及び情報発信
- 関西圏からの観光誘客や食の販路拡大につながる関西圏営業戦略の展開
- 三重県フェアによる県産品の魅力発信、展示会等に出展する事業者への支援
- 「三重ブランド」認定による優れた県産品の情報発信
- 米の流通事業者との連携による県産米のPR、魚食普及の取組の推進

5. 新たな価値を創造する基盤の構築

- 個々の事業者の経営力の強化
- 食関連産業（サービス産業含む）等の誘致、外資系企業の誘致

食の産業振興を支える土台づくり

1. 食の安全・安心に向けた取組

- 農業や水産用・動物用医薬品等の適正使用の推進や、トレーサビリティの適正実施等による食の安全・安心の確保
- 加工・業務用野菜の安全性確保に向けた体制の構築

2. 多様な連携（つながり）を生み出す仕組みづくり

- （ICTを活用したネットワークづくり）
 - ICT等の活用による、生産、加工、流通、販売に至る事業者間の連携の強化、ビッグデータを活用できる環境の整備や人材の育成
 - 三重の食が一元的に把握できる消費者目線での情報発信のしくみの構築
- （多様な業種の顔の見える関係づくり）
 - 従業員も含めた事業者との勉強会や事業者間連携の構築につながるネットワーク形成のための、専門家によるコーディネート組織の形成

3. 食関連産業の人材の確保・育成

- （農林水産業における人材育成と担い手確保）
 - 農業者のマーケティングスキルの体系的な習得の支援
 - 農業への企業等の参入促進や意欲ある多様な農業者の育成、新規就農希望者や障がい者などの就労支援
 - 漁業への新規就業者の初期投資費用の軽減や障がい者の就労支援
- （食品製造業における人材育成）
 - 商品の差別化に向けた取組や、事業活動の信頼性、営業力の向上支援
- （飲食業・宿泊業などサービス産業における人材育成）
 - マーケティングスキルの向上やおもてなし経営手法の体系的な習得の支援
 - 県内高等学校への食に関わる専門教育の充実や世界に通用する料理人の輩出を視野に入れた米国料理大学との連携
 - サービス経営学プログラムの県内大学への導入、海外の食の総合大学との連携の検討
- （県民の親しみ・理解の醸成）
 - 県民に三重の食や食文化への親しみや理解が深まるような新たな施策の検討