

施策311

農林水産業のイノベーションの促進

【主担当部局：農林水産部】

県民の皆さんとめざす姿

豊かで健全な食生活への志向が広がる中で、多様化する期待に応える新たな価値が農林水産業や食品関連産業等に関わるさまざまな主体から積極的に提案され、地域資源の特徴を生かした競争力ある商品等が提供されることにより、県民の皆さんの豊かな暮らしや「もうかる農林水産業」につながっています。

平成27年度末での到達目標

本県がこれまで取り組んできた食育や地産地消運動、三重ブランドをはじめとする取組の戦略的な発展と商品等の研究開発を強化する中で、地域の資源や特徴を生かして新たなビジネスに取り組む農林水産業者や事業者、地域が増加するとともに、新たな市場の開拓や環境など社会の成熟化に伴うさまざまな期待に対応した取組が増加しています。

評価結果をふまえた施策の進展度と判断理由

進展度 *	B (ある程度進んだ)	判断理由	県民指標は目標値を下回りましたが、活動指標はすべて目標を達成していることから「ある程度進んだ」と判断しました。
----------	----------------	------	---

【*進展度：A（進んだ）、B（ある程度進んだ）、C（あまり進まなかった）、D（進まなかった）】

県民指標						
目標項目	23年度	24年度	25年度		26年度	27年度
	現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
県産品に対する消費者満足度	25.2%	28.0%	33.0%	0.94	36.5%	40.0%
		29.5%	30.9%			
目標項目の説明と平成26年度目標値の考え方						
目標項目の説明	県産の農林水産物に対して、満足していると回答した県内消費者の割合					
26年度目標値の考え方	平成25年度目標値に、残り2か年で目標値の40%を達成するよう、その差の半分の3.5%を加え、36.5%としました。					

活動指標							
基本事業	目標項目	23年度	24年度	25年度		26年度	27年度
		現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
31101 新たなビジネス創出に向けた基盤づくり（農林水産部）	農林水産資源を高付加価値化するプロジェクトの創出数（累計）	—	10件	(達成済)	1.00	(達成済)	25件
			29件	37件			

基本事業	目標項目	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	
		現状値	目標値 実績値	目標値 実績値	目標達成 状況	目標値 実績値	目標値 実績値
31102 農畜産 技術の研究開発 と移転(農林水産 部)	農畜産技術の開 発成果が活用さ れた商品等の数 (累計)		25件	50件	1.00	75件	100件
		—	25件	50件			
31103 林業・森 林づくりを支え る技術の開発と 移転(農林水産 部)	林業の研究結果 が活用された商 品および技術の 数(累計)		5件	10件	1.00	15件	20件
		—	5件	11件			
31104 水産技 術の研究開発と 移転(農林水産 部)	水産技術の開 発成果が活用さ れた商品等の数 (累計)		5件	15件	1.00	25件	35件
		—	9件	19件			
31105 県民の 皆さんと農林水 産業の支え合う 関係づくり(農林 水産部)	企業との連携に よる食育等のP R回数		8回	8回	1.00	8回	8回
		—	11回	11回			

(単位：百万円)

	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度
予算額等		801	909	922	
概算人件費		1,785	1,830		
(配置人員)		(198人)	(199人)		

平成25年度の取組概要

- ①「みえフードイノベーション・ネットワーク」等を活用したさらなるプロジェクトの促進による、市場ニーズや県外からの来訪者を意識した売れる商品づくり
- ②地域の特徴を生かした戦略的なブランド化に向けた支援やマーケティングが実践できる人材の育成の推進
- ③「みえセレクション」などによる県内の優れた商品の選定及び首都圏営業拠点等を活用した積極的な営業支援
- ④神宮式年遷宮や日台観光サミットの機会等を最大限生かした、国内外における物産と観光を合わせた情報発信と販路開拓の積極的な推進
- ⑤農林水産各研究所における、食品産業事業者等のニーズを踏まえた研究テーマの設定及び「みえフードイノベーション・ネットワーク」等との連携や研究コンソーシアムの形成、研究所と企業等をつなぐ「商品化等コーディネーター」の活用等による研究成果を生かした商品開発等の取組の展開
- ⑥農業生産の効率化技術や実需者が求める食味等を実現するための環境制御技術、畜産の生産性を向上させるための飼料給与技術など、農業・畜産研究所における生産現場の課題解決に向けた技術の開発や移転を図るための取組の実施
- ⑦林業研究所における先進的な森林管理システムや新たなきのこ栽培などの技術開発やニホンジカによる食害防除に関する調査研究及び林業者等への技術移転・商品化の推進
- ⑧水産研究所における真珠やイセエビの生産効率向上のための技術開発、放流技術や養殖技術などの漁業生産技術の向上、低未利用水産資源の新たな活用や水産物の付加価値向上などの漁業者等への技術移転・商品化の推進

- ⑨産地情報や旬に応じた食品の良さやおいしさに加え、機能性や環境保全等の着眼点も加えた情報を「みえ地物一番」キャンペーン等の活動を通じて発信することによる食育・地産地消に対する消費者の理解促進及び購買促進
- ⑩給食現場のニーズに対応した県産食材の供給体制の構築及び食材加工や商品開発の推進による学校給食への県産食材の活用の拡大
- ⑪「みえの安全・安心農業」の定着に向けた、地球温暖化防止に効果の高い営農活動等を行う農業者に対する支援及び消費者の理解促進
- ⑫産学官のさまざまな主体の知識や技術等を結集した新たな商品開発、生産体制の強化、販路の確立等の推進

平成 25 年度の成果と残された課題

- ①みえフードイノベーションでは、ネットワーク会員数は 302 者（H26. 3. 31 現在）となり、平成 24 年度に立ち上げたプロジェクトを引き続き支援するとともに、新たに 8 つのプロジェクトを立ち上げ、みえのソフトクリーム、みえックスキャンディ、鹿肉の調味生肉、みえの調味料等の販売を開始しました。また、新たな連携を促進するためシンポジウムや素材提案会を開催しました。もうかる農林水産業を実現するためには、販売力のある事業者や研究機関等との連携のもと開発商品の商品力を強化し、売れる商品を生み出す取組や県内資源の活用検討会などを定期的で開催することで、さらなる連携を促進する必要があります。また、経営アドバイスや 6 次産業化ファンドなどと連動したサポート体制により、企業と連携できる意欲ある生産者の 6 次産業化を支援する必要があります。
- ②戦略的ブランド化推進事業に関しては、三重ブランド認定志向を持つ事業者に対し、実施計画に沿った支援を進めています。みえセレクションについては、平成 25 年 8 月、平成 26 年 3 月に選定を行い、合計 35 品目を選定しました。フードコミュニケーションプロジェクト集中研修については、受講者 12 者を対象に、事業者の商品力・営業力向上に向けた研修を実施しました。引き続き、みえセレクションなどの品目の増加を図るとともに、研修を通じて事業者の商品力・営業力向上に向けた取組を促すことが必要です。
- ③県産品の販路拡大と県内への誘客を図るため、神宮式年遷宮と連動した「平成おかげ参りプロジェクト」を平成 25 年 10 月から実施し、全国 15 店舗の百貨店で物産展を開催しました。平成 26 年度も引き続き実施し、効果的な情報発信を進めていくことが必要です。
- ④日台観光サミットと連動した台湾での「三重県物産展」については、平成 25 年 8～9 月及び平成 26 年 3 月に計 2 回実施し、延べ県内 19 事業者、55 商品が出品され、平成 24 年度からの累計で延べ 52 事業者 212 品目、合計約 429 万円の売上があり、1 年目と比較して 2 年目は売上が 30% 向上しました。また、平成 22 年度から三重南紀みかんの輸出を始めたタイでは、高級スーパーにおいて南紀みかんの他にいちご、柿といった生鮮食品と加工品を販売する物産展を平成 25 年 11～12 月に初めて開催し、県産品の販路拡大に取り組みました（6 事業者 19 品目、販売実績約 1,065 万円）。これら取組の結果、日本酒や醤油などが定番商品となったほか、現地で売り込みを行った事業者が現地ニーズ等を把握できたことで、現地での営業展開と定番化への足掛かりを築きました。また、輸出促進の取組をさらに進めるため、平成 26 年 3 月に三重県農林水産物・食品輸出促進協議会を設置しました。今後は、物産展開催にとどまらず、さらなる販路開拓に向け現地バイヤーとの商談会や意見交換の場作りを進めていくことが必要です。加えて、タイにおける青果物の販路拡大のためには、輸送保管方法や販売時期の検討並びに輸出向けに産地の生産供給体制整備も必要です。
- ⑤農林水産各研究所における、研究所と企業等をつなぐ「商品化等コーディネーター」の活用等によ

り、研究成果の商品化を進めたところ、シマサルナシを使用したジェラートやアテモヤを使用したペースト加工品の試験販売等 6 件の商品化（実用化）を実現しました。引き続き、開発商品等の円滑な技術移転に向け、食品産業事業者や生産者等との連携強化が重要です。

- ⑥農業及び畜産研究所では、研究コンソーシアムによる活動などを通じ、これまでに、実需者のニーズに対応したトマトを生産するための「専用給液装置」の試作機や伊勢茶活用の「濃厚カテキン茶」の農業者への技術移転、育成した赤米品種を活用した甘酒や腎臓病患者向け低リン米の商品化、肉用牛への飼料米給与技術の畜産事業者への移転につなげることができました。また、国等の研究資金を活用し、トマト養液栽培における病害の簡易診断技術や田植えと同時に肥料を散布する機械に使用できる鶏糞肥料のペレット化などの技術を開発しました。今後も、食品産業事業者や農業者等との連携を強化し、生産現場の課題に応じて計画的に研究を行うとともに、開発した商品や技術については円滑に農業者等へ技術移転していくことが必要です。
- ⑦林業研究所では、全国で初めてのオオイチョウタケの施設人工栽培に成功したほか、林地における木材の収穫予測ができるシステム収穫表など 6 件の技術移転を行いました。さらに技術移転を促進するためには、林業者等が求めている技術をきめ細かく把握し、林業者等と連携して技術開発に取り組むことが必要です。
- ⑧水産研究所において、真珠の生産効率の向上、イセエビの稚エビ生残率の向上と人工飼料の開発、高品質マハタ種苗の提供等、重要水産資源の増養殖技術の研究開発やクルマエビ等放流マニュアルの漁業現場への普及を進めました。今後、高品質真珠の作出率の向上、イセエビの稚エビの大量生産技術の確立、マハタなどの魚類養殖や藻類養殖の生産性の向上、魚類養殖業における収益性の向上、放流マニュアルの遵守によるアワビやクルマエビ等の放流効果の向上が課題です。
- ⑨「みえ地物一番」キャンペーンの推進や、「みえの安心食材表示制度」の運用、学校給食への県産食材の活用を進めることにより、食育・地産地消の取組を強化し、消費者と農林水産業との支え合う関係づくりに取り組みましたが、県産品に対する県民の満足度は十分でない（平成 25 年度調査：生鮮物に満足している 41.4%、加工品に満足している 20.3%）ことから、県産食材の PR や「みえの安心食材表示制度」の活用促進をはじめ、県産食材を使った加工食品の商品力の向上が必要です。
- ⑩県産食材を利用した給食アイテムについては、三重県学校給食会において新たに 4 品目が加わりましたが、学校給食における県産食材の利用率は、平成 27 年度目標の 40% に対して平成 24 年度は 28.2% と依然低いため、商品のさらなる開発による利用率の向上が必要です。
- ⑪環境に配慮した農業生産活動に対する消費者の理解促進に向け、環境貢献度を示す指標を活用した販促ツールを用いて、農産物の販売実証の取組を進めています。今後、活用指標を用いた効果的な PR など情報発信手法を確立する必要があります。
- ⑫「みえフードイノベーション・ネットワーク」を活用して、産学官連携によるマダイ、マグロ、ノリ、アサリを対象とした新たな商品開発や商品化に向けた技術開発を進めました。特に水産研究所で作出し、養殖に成功したアサクサノリは、平成 25 年度の入札会で通常のノリの 5 倍の高値で取引されました。今後、マダイ、マグロにおいては知名度の向上や流通販売体制の充実が、ノリ、アサリにおいては生産の安定化や流通販売体制の構築が課題です。

平成 26 年度の改善のポイントと取組方向【農林水産部 副部長 水島 徹 059-224-2501】

- ①引き続き、みえフードイノベーション・ネットワーク会員の拡大を図るとともに、事業者連携によるプロジェクトのさらなる創設と的確な進行管理に加え、生産者や事業者だけでは取組が困難な新品種の育成・改良や生産性向上技術の開発など農林水産各研究所が調整するプロジェクトや、マダイ、マグロ、ノリ（アサクサノリを含む）、アサリなどの生産流通体制の確立・強化、販売戦略の検

討など産地と連携したプロジェクトを推進します。また、バイヤー等の県内招へいや大都市圏での試験販売等による開発商品の商品力強化、さらには、三重県6次産業化サポートセンターによる支援、国交付金、6次産業化ファンドなどの活用による伊勢たくあん製造業者と連携した御菌大根の生産拡大や、県内若手農業者による次世代ファーマーズ「ミエル」、県内水産物の新たな流通に取り組む「三重水産クラブ」などの意欲ある生産者等の6次産業化支援などに総合的に取り組むことで、県内農林水産業を牽引する新たな商品やサービスを創出します。

②戦略的ブランド化推進事業では、平成25年度に支援対象となった事業者を優先して必要な支援を行います。また、みえセレクションの選定に引き続き取り組むとともに、フードコミュニケーションプロジェクトでは、事業者の商品力・営業力の強化に向けた支援を行います。

③「平成おかげ参りプロジェクト」では、県産品の販路拡大と県内への誘客につながるよう全国5店舗の百貨店で物産展を開催するとともに、平成26年秋にはおかげ参りの終着地の伊勢市内で、これまでプロジェクトに協力していただいた店舗の物産を販売する最終イベントを開催します。

○④台湾、タイでの三重県物産展の成果や課題並びに、輸出状況調査結果から明らかとなった県内事業者が抱える課題を踏まえ、三重県農林水産物・食品輸出促進協議会において、東アジア、アセアンを中心に、物産展を開催し商品の定番化を目指すとともに、国際見本市への出展やバイヤー招へいを通じた商談機会の確保、青果物の輸送保管方法等の検討などにより輸出拡大を図っていきます。

⑤農林水産各研究所の職員が商品化等コーディネーターとの連携を深め、より積極的に企業訪問等の活動を推進し、研究成果の商品化（実用化）に取り組みます。

⑥農業研究所では、植物工場を活用したトマトなどの周年栽培技術の実証、育成した種子繁殖型品種を用いたイチゴ生産技術やナシの無受粉栽培技術の開発などに取り組むとともに、畜産研究所では、飼料用米などの自給飼料を活用した牛乳生産技術の開発などを進め、その成果を農業者等に移転します。

⑦林業研究所では、オオイチョウタケ施設人工栽培の実用化に向けた安定的な栽培技術の確立や先進的な森林管理システム（e-forest）などの研究を推進するほか、新たに、低コスト搬出のための最適な搬出機械の選択や組み合わせ方法、伐採跡地の更新を促進するための広葉樹林の育成手法、ニホンジカの効率的な捕獲技術の研究など林業者等のニーズを的確に踏まえた技術開発に取り組み、情報発信を強化してその成果の移転を進めます。

⑧水産研究所では、低塩分養生技術を活用した高品質真珠の品質の安定化、イセエビの稚エビ飼育設備の大型化や人工飼料の栄養強化による大量生産技術の確立、マハタ種苗生産技術や藻類養殖技術の改良による生産性向上、魚類養殖業者の収益改善のための複合養殖技術の確立、クルマエビ等放流マニュアルの漁業者や市町への周知徹底等に取り組みます。

⑨事業者と連携した「みえ地物一番」等の活動を通じ、消費者の要望に対応できる販売促進員の設置や、他産地との交流による商品のブラッシュアップなどにより、県産食材の魅力アップを図ります。

⑩学校給食に対応した県産食材を使った加工食品の開発に取り組むとともに、県産食材の利用率を高めるために栄養教諭への県産食材の情報提供を進めます。

⑪有機農業など地球温暖化防止に効果の高い営農活動等を行う農業者を支援する「環境保全型農業直接支援対策」に取り組むとともに、環境貢献度を示す指標を活用した効果的な消費者への情報発信手法について検討を進めます。

* 「○」の付いた項目は、平成26年度に特に注力するポイントを示しています。

