

緊急課題解決7

三重の食を拓く「みえフードイノベーション」～もうかる農林水産業の展開プロジェクト

【主担当部局：農林水産部】

プロジェクトの目標

三重の食を拓く「みえフードイノベーション」の創出をとおして、本県の「食」の魅力等を生かした新商品が活発に生まれる環境整備や発信力強化、それを支える農・林・水のものづくり風土の醸成などに取り組むことによって、消費者が求める県産品が増加しています。

評価結果をふまえたプロジェクト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、活動指標は目標値に達していることから「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）】

プロジェクトの数値目標

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
「みえフードイノベーション」から生まれる新商品等の数（累計）	/	50件	112件	0.98	162件	200件
	-	62件	111件		/	/

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	「みえフードイノベーション」に係る活動等から創出される新たな商品等の数
26年度目標値の考え方	平成25年度目標値に単年度目標の50件を加え、162件としました。

実践取組の目標

実践取組	実践取組の目標	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
1 「発信力・営業力の強化に向けた課題」を解決するために	大都市圏等への販路拡大をめざす事業者の売上げ伸び率	/	101	105		108	110
		100	104	(5月中確定予定)		/	/
2 「商品開発力の強化に向けた課題」を解決するために	「みえフードイノベーション」による連携プロジェクト創出数（累計）	/	10件	(達成済)	1.00	(達成済)	25件
		-	29件	37件		/	/
3 「創造力の強化に向けた課題」を解決するために	地域活性化プラン等の策定・実践への支援	/	110プラン	170プラン	1.00	230プラン	290プラン
		50プラン	126プラン	190プラン		/	/

(単位：百万円)

	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度
予算額等	370	848	672	

平成 25 年度の取組概要

【実践取組 1 「発信力・営業力の強化に向けた課題」を解決するために】

- ①首都圏営業拠点「三重テラス」(平成 25 年 9 月 28 日オープン)において、多目的ホールを活用したイベント(126 件:3 月末見込)、ゲストを招いて三重の旬な魅力を語り合う「知事トークライブ」、三重の食材を引き立てるペアリング講座、県内でのフィールドワークを組み入れた多様な講座を開催
- ②「三重テラス」で取り扱う商品を公募及び選定、オリジナル商品を開発、県内事業者の開発商品等のブラッシュアップを実施、テストマーケティングによるトライアル支援を実施
- ③「三重テラス」のオープンに向け、「三重テラス」近隣の商業施設等と連携した三重県フェアを開催(9 月 28 日～10 月 19 日:オープン記念、3 月 16 日～3 月 30 日:三重うらら)、日本橋イベント等を活用した PR、情報発信(18 回)の実施、日本橋地域の三重ゆかりの企業等との連携、三重の応援企業や応援店舗等との連携などによるフェア、イベント、商談会等を開催
- ④首都圏におけるコアな三重ファンとなる「三重の応援団」の拡大に向けての取組を実施、三重の情報発信や営業活動に協力いただける「三重の応援企業」や「三重の応援店舗」のネットワークの拡大に向けた営業活動を展開(3 月末実績:応援団員 802 名、応援企業 23 社、応援店舗 45 店舗)
- ⑤「三重テラス」の活用に向けた県内市町や商工団体等との意見交換及び協議を実施(地域別意見交換会 6 地域×各 4 回実施、訪問による協議を随時実施(延べ 302 回))、三重県営業本部に関わる庁内の連絡会議である営業本部推進チームの会合及び協議を実施(3 月末現在 10 回)
- ⑥関西圏の店舗や企業などのニーズを踏まえた県産食材等のスーパー等への紹介、観光展・物産展への出展、関西圏の商業施設や集客施設等での三重県フェアの開催(3 回)
- ⑦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て、全国の百貨店と協力した「平成おかげ参りプロジェクト」の実施、台湾、タイにおける三重県物産展の開催など国内外での県産品の情報発信やブラッシュアップ、販路開拓等の取組強化、輸出に関する事業者のニーズ把握調査の実施
- ⑧「あかね材」を実際に利用し、その利用意義等を PR する「パートナー企業」の選定と支援の実施及び公共建築物への利用促進

【実践取組 2 「商品開発力の強化に向けた課題」を解決するために】

- ①産学官連携による「みえフードイノベーション・プロジェクト」のさらなる創出の促進及び県外からの来訪者を意識した売れる商品づくりや県内農林水産業を牽引していく新商品の開発強化
- ②県研究所における「みえフードイノベーション・ネットワーク」等との連携による研究ニーズの的確な把握や、研究成果に関する評価・活用を行う仕組みの強化、産学官の研究コンソーシアムによる企業・大学等との共同研究などの実施
- ③産学官のさまざまな主体の知識や技術等の結集による、消費者のニーズに対応した農畜産商品の開発及び農業者等への技術等の移転・普及
- ④工業研究所による食品関連企業を対象とした技術支援・技術相談と食品加工トライラボの機器を活用した企業の課題解決型共同研究を実施
- ⑤マダイ、マグロ、ノリ、アサリにおける「みえフードイノベーション・ネットワーク」を活用した新たな商品開発、生産体制の確立・強化、流通販売体制の構築と充実
- ⑥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

- ⑦付加価値の高い農産物生産等を実践できる、マーケティングスキルの高い農業者の育成に向けた、農業大学校における研修の実施

【実践取組3 「創造力の強化に向けた課題」を解決するために】

- ①市町、農協等と連携した「地域活性化プラン」の策定地域の拡大と継続的な実践支援、販路開拓等の人材育成や6次産業化事業等の活用への誘導、農村地域団体のリーダー等を対象にしたビジネス展開に向けた意欲の醸成、商品等のさらなる高付加価値化に向けた「みえフードイノベーション・ネットワーク」等を活用した企業等との連携促進
- ②「地域水産業・漁村振興計画」の策定支援ならびに計画の実践を通じた「もうかる水産業」をめざす商品化等の取組の加速化や地域の特性に応じた水産業・漁村の活性化の促進
- ③農山漁村の豊かな地域資源を生かし、都市との交流等を通じて地域の活性化や就業機会の拡大、所得の向上を図る「いなかビジネス」の創出と質的向上に向けた、交流アドバイザー派遣などによる活動支援や農村起業を促進するコーディネーターの育成及び、さまざまな情報媒体を活用した情報発信の実施

平成25年度の成果と残された課題

【実践取組1 「発信力・営業力の強化に向けた課題」を解決するために】

- ①「三重テラス」において、オープンに向けた多様なPR活動やメディアへの情報提供などを行うとともに、オープン後は多様なイベントの開催やショップ、レストランの運営、神宮式年遷宮の効果もあり、来館者数は約27.5万人に達しました。今後は、来館者増に向けてメディアの特性に応じた情報提供や旬の情報の効果的な発信、2階の多目的ホールと1階のショップ・レストランが連動したイベント展開など、「三重テラス」全体を活用した運営改善等に取り組む必要があります。
- ②「三重テラス」で取り扱う商品は、約2,100商品を選定し、これまで約1,500商品を取り扱い、季節や年中行事などにきめ細かく対応し、常に三重の旬の情報を発信できる店舗づくりに努めました。今後は、生鮮品の取扱や試食等の販売方法の工夫等による販売促進、旬の魅力を訴求する新たな商品の発掘、首都圏の消費者ニーズ等をフィードバックしていく仕組みの構築を進める必要があるとともに、県内事業者の首都圏での販路開拓においては、流通のしくみ・ルートが少ないため、商品を首都圏へ供給するための環境づくりを進める必要があります。
- ③日本橋地域の企業、団体、商業施設、日本橋で活躍する個人などとのネットワークづくりを進めてきたことにより、具体的な連携事業を企画できる環境が整いつつあり、「ECOEDO日本橋・ダイナミッククラブ・ナイトアクアリウム」での三重の地酒を味わう「三重ナイト」の開催や、「江戸桜ルネッサンス&夜桜うたげ」でのPR機会の創出などにつながりました。なお、日本橋再生計画の一環として「三重テラス」周辺に大規模商業施設がオープンするため、今後は、幅広い顧客の獲得に向け、周辺施設や団体等とのさらなる連携に取り組んでいく必要があります。
- ④「三重テラス」の活用や三重の情報発信に協力いただけるネットワークづくりとして、営業活動や加入促進の取組を行い、三重の応援団や応援企業、応援店舗の登録拡大につながりました。今後は、ネットワークをさらに拡大するための取組内容を充実していくことが必要です。
- ⑤県内市町や商工団体等との連携強化に向けて、職員をエリア別に担当として配置し、意見交換や訪問活動を進めてきた結果、共同で企画を考えることができる関係の土台づくりができつつあります。今後は、さらに十分な意思疎通ができるよう、「三重テラス」活用イベントの事前・事後のフォローを丁寧に行うなどの取組を続けていく必要があります。また、県庁内の横の連携を図っていく必要があります。

- ⑥関西圏での営業活動の展開においては、ネットワークの拡大、市町との連携や観光事業者との連携の強化を図るなど、ネットワーク形成が進みました。今後は、兵庫県や京都府などの人的ネットワークの形成など、関西圏全域でのさらなるネットワークづくりや、関西圏のメディアで取り上げてもらえるよう効果的な情報発信に努める必要があります。また、3月に策定しました関西圏における三重の魅力の効果的な情報発信、観光誘客、「食」の販路拡大につなげる営業展開の基本的な方向性等を示す「関西圏営業戦略」に基づき、取組を具現化していく必要があります。
- ⑦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。
- ⑧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年目は売上げが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年の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、輸出促進の取り組み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。また、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。
- ⑨住宅や商業施設に「あかね材」を利用してPRする「パートナー企業」20社を選定し支援しました。また、市町における「公共建築物等木材利用方針」の策定を働きかけた結果、新たに11市町（合計27市町）で方針が策定されるなど、公共建築物への利用促進に取り組みました。今後も、「あかね材」のさらなる認知度の向上と新たな販路開拓が必要です。

【実践取組2 「商品開発力の強化に向けた課題」を解決するために】

- 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や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に開催することで、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。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。

- ③水産研究所では、マサバ、アカモクなど未利用資源の学校給食での利用を進め、一部の学校で給食での提供が始まりました。さらに、塩辛など塩蔵食品加工業者に対して製造過程における温度管理等に関する指導を行い、商品性の向上の取組を支援しました。ゴマサバやアカモク等低未利用水産資源の学校給食等での利用促進、塩蔵食品加工業者の品質管理方法の改善が課題です。
- ④工業研究所と農業研究所による研究プロジェクト「ニホンナシの新しいドライフルーツ作製と省力栽培技術の確立」が公益財団法人中央果実協会の補助事業である果実加工需要対応産地育成事業に採択され、工業研究所の特許を活用した商品づくりが促進されました。今後は、県内の食品関連企業への技術移転が円滑に進むように、各機関等との連携を強化することが必要です。
- ⑤「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。
- ⑥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、研修を通じた事業者の商品力・営業力向上に向けた取組が必要です。
- ⑦付加価値の高い農産物の生産、販売を實踐できる農業者の育成に向け、農業者のマーケティングスキル向上に向けた研修プログラムを農業大学校において4講座開講（延べ41経営体が受講）しました。受講した経営体による商談会シートの作成実績は23件、商談会への出展実績は25件となり、実践力向上成果が見られました。引き続き講座の周知と的確な実施に努めるとともに、研修終了後も、研修効果を高めるための継続的な支援に取り組む必要があります。

【実践取組3 「創造力の強化に向けた課題」を解決するために】

- ①「地域活性化プラン」については、前年度までの113プランに加え、新たに54プランが策定されました。また、これまでに策定された167プランのうち、ビジネス指向の取組には専門家を派遣し、取組のスタートアップを促すための試作・試行等への支援（H25:33プラン、累計93プラン）を行い、ビジネス指向の取組が始まっています。引き続き、プラン策定地域のさらなる拡大と、プランの実践により新たに創出された産物や商品の改良、販路開拓など、実践取組のステップアップを支援するとともに、今後は、少子化など地域の社会的課題の解決に向けた新たな取組を促進する必要があります。
- ②水産業・漁村振興計画の策定については、鳥羽市答志地区など10地区での計画策定を支援しました。また、平成24年度までに計画を策定した伊勢市今一色地区における黒ノリ加工製品の開発や紀北町三野瀬地区におけるヒロメの試験養殖など7地区の活動経費を補助しました。今後は、各地区でリーダーとなる人材の確保・育成や地域間における活動の情報共有が必要です。
- ③「いなかビジネス」に取り組む団体は140団体（平成24年度末125団体）に、三重の里ファン倶楽部会員数も6,500名（平成24年度末5,800名）に増加しました。また、日替わりシェフによる農村レストランの開店や、都市部の若者をターゲットとして農業を体験させるビジネスなど新たな発想による農村起業の取組が生まれつつあります。「いなかビジネス」のさらなる取組の拡大に向け、引き続き取組に対する支援を行うとともに、企業等との連携による情報発信やPRイベントの開催などにより、

集客力の向上に向けた取組を進める必要があります。また、交流人口の増減に関する要因分析のために実施した交流施設調査や利用者アンケート調査の結果を踏まえ、課題に対応していくとともに、集客数が減少している団体・施設に対する重点的な支援に取り組む必要があります。

平成 26 年度の改善のポイントと取組方向

【実践取組 1 「発信力・営業力の強化に向けた課題」を解決するために】

- ①「三重テラス」において、集客力を強化し、リピーター獲得につなげるため、来館者が新しい発見や三重の本物を実感していただけるようにショップ、レストラン、多目的ホールが連動した拠点運営など、常に旬な三重の魅力を感じられる拠点づくりに取り組みます。また、「熊野古道世界遺産登録 10 周年」、「遷宮おかげ年」の機会を捉え、旬発力（旬な情報の発信力）のある活動を効果的に展開し、三重の魅力発信・三重テラスへの集客活動につなげていきます。
- ②「三重テラス」における県内企業・事業者のチャレンジ支援を強化するため、県、市町、関係団体、運営事業者が連携して、魅力ある三重ならではの商品や生鮮品、小規模事業者ならではのまだ知られていない逸品など、商品等の発掘と出品に向けた支援に取り組むとともに、出品前段階から店頭販売までの一連の取組の中でのフォローアップを通して、商品のブラッシュアップにつなげます。また、首都圏への県商品の供給体制が弱いなどの課題等について、具体的な解決方法を検討・整理し、「三重テラス」における県内事業者を支援するトライアル機能の強化につなげていきます。
- ③「三重テラス」周辺施設や団体等との連携については、島根県や奈良県との三県が連携したイベントの開催等、連携によるメリットを活かせるよう、「三重テラス」での企画づくりに取り組んでいくとともに、平成 26 年 4 月に日本橋にオープンした福島県の情報発信拠点とも連携し、県域を越えた多様な取組を進めていきます。
- ④首都圏におけるネットワークの拡大と連携を進めるため、三重県出身者、三重県関係企業、日本橋地域の勤務者・居住者・来訪者をメインターゲットとして、三重の応援団・応援企業・応援店舗等への加入促進など、ネットワークづくりに取り組み、コアなファン層の拡大をめざします。また、2 階の効果的なイベント企画や日本橋周辺地域でのイベント等とのタイアップ企画など、ネットワークの強みを活かしたイベント等の企画を展開します。
- ⑤市町や商工団体等関係団体との連携の強化を図るため、市町や商工団体等関係団体等に、「三重テラス」を有効に活用いただけるよう、一層の情報共有を図り、「三重テラス」での企画立案、告知等連携を密にして効果的な催しの開催を支援します。そのため、三重県営業本部の推進体制を十分活用し、営業本部員会議と営業本部推進チーム会議を開催し、情報共有を図り横の連携を強化していきます。
- ⑥「関西圏営業戦略」に基づき、効果的な営業活動を展開するため、関西圏での効果的な情報発信により、一般消費者、マスコミ等に三重の魅力を訴求し、三重への観光誘客増や「食」の販路拡大につなげていきます。また、営業活動展開の基盤となる多様なネットワークの充実・強化を図り、経済界（関西経済連合会など）、マスコミ、旅行会社、小売・流通関係者、三重ゆかりの店舗、三重の応援団、県人会、高校同窓会の会員等との「顔の見える」関係を構築するとともに、市町、商工団体、事業者、広域的な組織等との連携を強化していきます。
- ⑦「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。
- ⑧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。

- ⑨「あかね材」のさらなる認知度向上と利用拡大を図るため、住宅や商業施設に「あかね材」を利用する「パートナー企業」のPR活動について、ショッピングセンター等の商業施設に重点を置いて支援するとともに、県内外の工務店等に対して「あかね材」の利用を働きかけます。また、「あかね材」の公共建築物への利用促進のため、残り2市町について「公共建築物等木材利用方針」の策定を働きかけます。

【実践取組2 「商品開発力の強化に向けた課題」を解決するために】

- ①「みえ“食発・地域イノベーション”創造拠点」の活動を円滑に推進するために、研究プロジェクトのコーディネーター等を引き続き取り組み、食品加工機器や評価分析機器の活用を促進することで、企業がもつ課題の解決につなげます。
- ②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、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。
- ③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・営業力の向上に向けた支援を行います。
- ④農業大学校が行うマーケティングスキル向上に向けた研修プログラムについては、新たな受講者の確保に向け、講座を開催する各地域のニーズに応じて、開催時期や方法、内容などを見直していきます。また、講座修了者に対する研修後のフォローアップとして、地域農業改良普及センターによる、商工会等と連携した地域マッチング交流会の開催や助言、各種商談会情報の提供などに取り組みます。

【実践取組3 「創造力の強化に向けた課題」を解決するために】

- ①地域活性化プランについては、市町・JA等と連携し、農業者等の意欲醸成を図りつつ、策定地域の拡大と継続的な実践支援に計画的に取り組めます。また、販路開拓等へ向けて、みえフードイノベーション・ネットワークや展示・商談会等への参加促進や6次産業化事業等への誘導などビジネス展開に向けた意欲醸成を進めるとともに新たに創出された商品等の高付加価値化を目指して、食品関連事業者等異業種からの提案に対応できる産地づくり等を支援します。
- ②平成25年度までに策定済みの23地区における水産業・漁村振興計画の実践を支援するとともに、紀北町紀伊長島地区等新たに10地区での計画策定を促進していきます。また、地域リーダーの育成を通じて地域が主体となった推進体制の構築や、実践成果の共有を図るための発表会の開催などの活動を促進します。併せて、鳥羽市や志摩市の海女漁業を核とした活性化の取組など、漁村地域が所得向上のための取組を定めた「浜の活力再生プラン」の策定を推進することで、漁業者の所得向上に係る取組の実践に繋げていきます。

- ③「いなかビジネス」の取組拡大と顧客の獲得及びリピート率向上に向け、専門家派遣やコーディネーター養成講座開催などによる人材育成や、継続的な情報発信などに取り組むとともに、平成25年度の施設調査結果（要因分析）や利用者アンケート調査結果を踏まえ、より効果的な情報発信やサービス改善に繋げていきます。具体的には、集客力の向上に向け、体系的な選択専門研修（サービス開発、トレンドセミナー、おもてなし向上、SNS活用講座など）を開催し、取組団体の商品開発や情報発信などのスキル向上を支援します。