

(3) マーケットニーズに対応した県産農畜産物の販路開拓・拡大

【現状と課題】

近年の少子高齢化や少人数世帯の増加などにより、ライフスタイルが変化する中で、食の多様化・外部化や孤食が進展してきましたが、新型コロナウイルスの感染拡大が、このような食料消費の動向に大きな影響をもたらしました。学校の休校、外出自粛、インバウンド需要の減少等により、外食事業者をはじめとした関連産業に大きな影響が発生する一方で、テレワークや新しい生活様式が求められる中、家庭での調理やテイクアウト・デリバリー、ネット通販等の利用増加など消費者の消費行動も大きく変化しています。

また、ウクライナ情勢など、激変する世界情勢の中で、世界的な食料供給に対する懸念も生じており、食料自給率の向上や食料安全保障の強化への感心も高まっています。

さらに、コロナ禍において家庭での調理が増えたこともあり、消費者の意識として農畜産物は消費財としての側面だけでなく、生産された歴史や風土などの背景を含めた地域資源としての側面も重視されるようになってきています。

本県で生産される農畜産物の多くは県外の大都市圏などの消費者へ供給されています。大消費地の消費動向や生鮮・業務用・加工用といった消費者ニーズに対応して農畜産物を継続的・安定的に消費者に提供することは、供給産地としての責務であり、引き続き、消費地への農畜産物の責任供給産地としての責務を果たすとともに、需要に対応した物流・供給のネットワークを拡大し、物流システムの更なる効率化・合理化・質の向上に取り組んでいく必要があります。加えて、農産物直売所など地域内消費に対応した流通やコロナ禍でニーズが高まったネット販売など物流の多様化への対応も必要となっています。一方、農畜産物の地域資源としての価値が再認識される中で、こうした付加価値を更に高め、農村地域の所得と雇用機会の確保につなげるためには、6次産業化等に取り組む事業者の経営力を高めるとともに、フードチェーンに関わる多様な事業者と連携して新たな商品やビジネスを生み出していくことが必要となっています。

コロナ禍においても本県の農畜産物等の輸出額は増加しており、令和3年産は17.7億円と調査開始以降過去最高を更新しています。人口減少社会を迎え、国内需要の減少が懸念される中で、海外では、「和食」ブームを契機に、日本の食文化や日本で生産されている高品質な農畜産物に対する関心が高まっています。また、経済発展の著しいアジア諸国では富裕層が増加していることから、海外も新たな有望市場として位置づけ、輸出先国の需要を捉えた確実な販路を確保するとともに、輸出に必要な検疫、残留農薬検査、食品衛生基準対応、鮮度保持技術・包装資材導入等の輸出環境を整備し、輸出拡大の取組を進めていくことが必要となっています。

【施策の基本方向】

県内で生産されている農畜産物やその加工品について、それぞれが生産された信州の豊かな自然環境や歴史文化などの背景と合わせ、県民が共感できるブランド「おいしい信州ふード」として県内外にその魅力や価値を発信するとともに、生産者団体や流通事業者等の関係機関と連携を図りながら、多様なマーケットニーズに的確に対応し、「最適なタイミングかつ最高の状態」で流通・供給できる体制を構築します。

また、海外も新たな有望市場ととらえ、加工品を含めたオールNAGANOでの取組を進めるとともに、国がオールジャパンの輸出体制として取り組む全国的品目団体や他県産地とも連携した輸出体制を構築しながら、輸出拡大を図ります。

ア 県オリジナル品種など県産食材の魅力・価値の発信

信州の豊かな風土に育まれた農畜産物や主原料が信州産の加工食品、信州の暮らしに根差した郷土食など県産食材の価値を「おいしい信州ふード」として県民と広く共有し、県内外へその魅力や価値を発信することで、県産農畜産物のブランド力の向上と県民との意識共有を図ります。

また、商談会や EC サイトを通じて農業者・事業者の販売促進・所得向上を図ります。

【具体的な施策展開】

● 購入先や食べ方など県産農畜産物の情報発信を強化

- ・「おいしい信州ふード」の中でも、厳選素材の「プレミアム」、県開発品種の「オリジナル」、固有価値の「ヘリテイジ」、環境配慮の「サステイナブル」のカテゴリーごとの特に厳選された価値を、優位性や魅力を含めてわかりやすく伝えます。
- ・民間企業や団体等と積極的に連携し、商品や広告への「おいしい信州ふード」のロゴやデザイン等の掲載などにより、県内外へ広く発信します。
- ・「おいしい信州ふード」の価値や魅力を多くの方に知ってもらえるように、目に触れる機会を増やす情報発信を強化します。

おいしい信州ふード

生鮮品：県内で生産された「農畜水産物」

料理・加工品：次のいずれかに該当するもの

- ・主原料が長野県産である「加工食品」
- ・信州に根差した「郷土食」等

特にブランド力の強化に取り組むもの



	<ul style="list-style-type: none"> ● 信州プレミアム牛肉認定制度 ● 長野県原産地呼称管理制度（シードル、焼酎、米） ● GI 保護制度（市田柿、すんき、日本酒、ワイン） ● 信州産シカ肉認証制度の登録産品 	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 県オリジナル育成品種（クイーンルージュ®、シナノリップ、ナガノパープル、風さやか、信州黄金シャモ、信州サーモン、信州大王イワナ 等） 	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 県選択無形民俗文化財の郷土料理（手打ちそば、おやき 等） ● 信州伝統野菜認定制度による野菜（ていざなす、松本一本ねぎ 等） 	
	<ul style="list-style-type: none"> ● 信州の環境にやさしい農産物認証制度 ● JGAP、ASIAGAP、GLOBALG.A.P. ● 有機 JAS 規格 	

● マーケットニーズに沿った商談会の開催や EC サイトの活用等による新たな需要創出

- ・大消費地等の消費者ニーズ・トレンドや大都市の卸売市場の動向等を把握し、産地へフィードバックします。
- ・環境にやさしい農産物など実需者のニーズにきめ細やかに対応した商談会を開催します。
- ・「しあわせ商談サイト NAGANO（事業者向けマッチングサイト）」を活用した WEB 商談会や展示商談会において、実需者とのマッチングを進めます。
- ・「オール NAGANO モール（一般向け長野県産品紹介サイト）」を活用し、EC サイトを運用する農業者・事業者の販売促進を支援します。
- ・自ら販路開拓を行おうとする農業者・事業者の販路開拓に向けたスキルアップを支援します。

【達成指標】

項目	2021 年度 (現状)	2027 年度 (目標)	設定の考え方
県が主催する商談会による 農業者等の成約率	14.6%	20%	県産農産物及び食品を県内外に広く周知し、 事業者等との取引拡大に取り組む



【県が主催する商談会】



【「しあわせ商談サイト NAGANO」による販売促進】

① 稼ぐ力の強化につながる輸出の拡大

海外も新たな有望市場と捉え、加工品を含めたオール NAGANO での取組を進めるとともに、国が進める品目団体や他県産地とも連携した輸出体制を構築し輸出拡大を図ります。

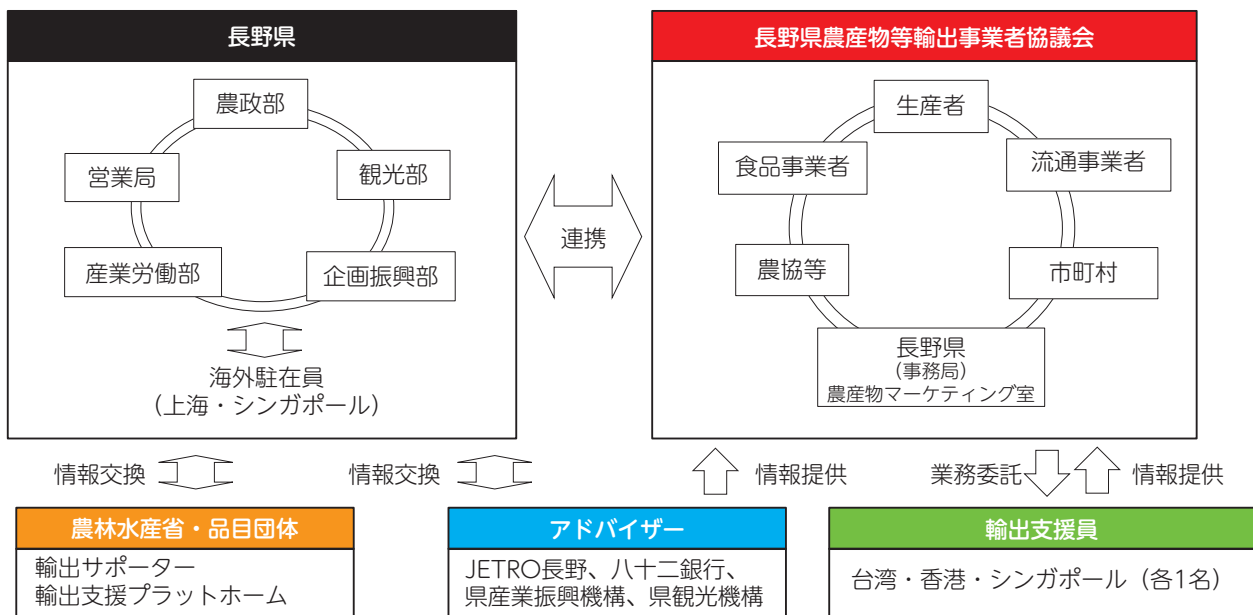
【具体的な施策展開】

● 品目団体及び他県産地の連携強化

- ・ コメ及び牛肉については、国が進める品目団体（輸出促進法に基づき国が認定する団体）との連携を図ります。
- ・ 品目団体・JETRO（日本貿易振興機構）・JFOODO（日本食品海外プロモーションセンター）等が行うオールジャパンのプロモーション活動との連携手法を検討します。
- ・ 青果物については、市場流通機能を生かし、他県産地と連携した輸出環境の整備を進めます。
- ・ 地方港湾、空港を活用した新たな輸出ルートについて、輸送コスト等の情報収集を図り費用対効果を検証します。

● 輸出関連事業者と連携した取組強化

- ・ 輸出先国での長野セール開催による県産農畜産物の認知度向上に加え、有望な輸入事業者（輸出支援員等）による支援体制を充実するなど、輸出に意欲的な事業者で組織する「長野県農産物等輸出事業者協議会」への支援を強化します。
- ・ 有望な輸出事業者・輸入事業者の産地招へいにより、産地・事業者等との信頼関係の構築を図りながら、商業ベースでの継続的・安定的取引の拡大を進めます。
- ・ 稼ぐ力の強化のため、計画的に輸出や産地のニーズに対応した取組を行う生産者に対し、国の輸出事業計画の作成や計画実現に向けた支援を実施します。
- ・ 輸出先国のマーケット情報や輸入規制など最新情報を提供する輸出セミナー等を開催し、新たに輸出に取り組む生産者等の掘り起こしを図ります。
- ・ 花きは、輸出に積極的な卸売市場等と連携を強化するとともに、国際的な博覧会（国際園芸博）への出展に併せた売り込みを強化します。



● 輸出先国の検疫などの規制に対応した産地づくりの支援

- ・ 輸出先国ごとの植物検疫、残留農薬基準等の規制への対応や、食品衛生基準に対応した食品安全マネジメントシステムの導入を支援します。
- ・ 輸出先国が求める植物検疫に対応可能な産地・事業者の育成を図ります。

● 市場流通機能を活用した効率的な物流機能の構築

- ・ 冷蔵施設の活用による生産出荷の長期化に加え、輸送中の品質を保つための鮮度保持技術・包装資材等の導入により長期出荷体系の確立を図ります。

【達成指標】

項目	2021年度 (現状)	2027年度 (目標)	設定の考え方
県産農畜産物の輸出額	17.7億円	28億円	海外も新たな市場として視野に入れ、商業ベースで継続的・安定的な輸出拡大に取り組む

🔄 地域農畜産物の活用による持続可能な新たなビジネスの創出

農業者自らによる6次産業化の取組に加え、食品事業者や異業種と連携した付加価値向上の取組を進めるとともに、食と農に関わる多様な主体が連携した一気通貫型の新たなビジネス創出の取組を進めることにより、農村地域の所得と雇用機会を確保し、地域の活性化を図ります。

【具体的な施策展開】

● 6次産業化をはじめとした農山漁村発イノベーションの取組の推進

- ・地域の農業者が自ら取り組む6次産業化をはじめ、食品事業者や製造業者、商工・観光団体等の多様な主体と連携して、地域資源の付加価値向上に取り組む「農山漁村発イノベーション」の取組を進めます。
- ・6次産業化に取り組む農業者等の経営改善と更なる発展に向けて、「信州6次産業化推進協議会」や中小企業診断士等の専門家と連携して、経営戦略の策定・実行に向けた支援を進めます。
- ・商品のブラッシュアップや商談会を活用した販路の開拓、経営全体のマネジメント能力の向上など、スキルアップに向けたセミナーの開催等により、経営者としての人材育成を進めます。
- ・生産者と異業種との交流会の開催等により、多様な主体が連携した新たなビジネスの創出の取組を支援します。
- ・生産者からの相談に対し、「信州6次産業化推進協議会」や関係機関等と連携して適切なアドバイスをを行うとともに、事業者が必要とする施設整備や機械導入等を支援します。

● 食と農のプラットフォームを活用した新たなビジネスモデル創出の推進

- ・地域食品産業連携プロジェクト（LFP^{*1}）として、生産、加工、流通・販売など、フードチェーンに係る多様な事業者が参画する「長野県LFPプラットフォーム^{*2}」を設け、各主体の知識や技術等を集積することで、農畜産物等の地域資源を活用して農村地域が抱える課題の解決をめざす新たなビジネス創出の取組を支援します。
- ・プラットフォームにより生み出された新たなビジネスの実現に向けて、商品開発や商品化に向けた評価会の開催、展示会等への出展による求評、販路開拓などの取組を支援します。

【達成指標】

項目	2021年度 (現状)	2027年度 (目標)	設定の考え方
6次産業化等の重点支援事業者の付加価値額の向上率	—	110%	地域資源を活用した付加価値向上に取り組む事業者の経営を充実させる

※1 LFP（Local Food Project）

地域食品産業連携プロジェクトの略称。地域の社会課題解決に向けて、農業や食品産業に関わる多様な事業者からなるプラットフォームを設置して、消費者への新たな価値を提供する新たなビジネスを継続的に創出する取組

※2 長野県LFPプラットフォーム

地域食品産業連携プロジェクトにおいて持続可能な新たなビジネスを創出するため、農業や食品産業に関わる多様な事業者の参画を得て、県（農産物マーケティング室）が主体となり設置するプラットフォーム

6次産業化など農山漁村発イノベーションの取組推進フロー図

重点的に活用する地域資源

- 実需者からのニーズの高い農畜産物
- おいしい信州ふーどのうち特にブランド力の強化に取り組む農畜産物
- 未利用農産物など、食品ロスやアップサイクルに資するもの 等

農山漁村発イノベーション長野県サポートセンター

〔信州6次産業化推進協議会（事務局：県農産物マーケティング室）〕

相談対応

- ・支援施策の紹介
- ・生産、加工、販売の事業者間調整

経営改善支援

- ・専門家派遣による経営改善戦略の策定・実行支援

研修会・交流会

- ・商品力、販売力、経営力の向上に向けた研修会の開催
- ・異業種交流会等の開催

めざす事業体の姿

明確な経営理念を持ち、戦略・目標の達成に向けた取組を自ら実行し、自立した経営を展開できる事業体の育成

事業者の経営発展、所得の増加、雇用の拡大、地域活性化

★ 食と農のプラットフォームを活用した新たな商品開発

地域食品産業連携プロジェクト（LFP）として、生産者や食品製造業者、流通・販売業者に加え、食と農に関する多様な主体が参画するプラットフォームを設置し、それぞれの知見、技術、販路などの経営資源を結集して新商品の開発、販売を進めています。

こうした取組を通じて、商品やサービスの価値とともに社会的な価値、新たな価値を消費者に届けることで、持続可能なビジネスの創出をめざしています。



【プラットフォームで生み出された新たな商品】

Ⅰ 多様なニーズに対応した流通機能の強化

消費者・実需者の多様なニーズを把握し、生産現場へフィードバックするとともに、需要に対応した物流・供給のネットワークを拡大し、物流システムの更なる効率化・合理化・質の向上に取り組めます。

【具体的な施策展開】

● マーケットニーズや消費動向に沿った県産農畜産物の新たな需要創出

- ・ JA グループとの連携によるトップセールスなどを通して、県内産地と卸売会社や有力な小売店等とのパートナーシップを強化します。
- ・ 銀座 NAGANO、名古屋事務所、大阪事務所を通じて大都市圏での消費者・実需者ニーズや中央卸売市場での市場動向等を把握し、生産現場へフィードバックを図ります。
- ・ 県内の宿泊施設や飲食店で地産地消の取組を継続的に進めるため、地域 DMO や観光協会、商工団体などのうち、食に関心を持つ実需者と連携し、地産地消の定着に取り組めます。
- ・ 食品企業と生産者とのマッチングによる県産農畜産物の利用拡大を進めるため、マッチング機会の創出や商談の経過・状況把握、フォローアップに向けたサポートを進めます。



【「クイーンルージュ®」トップセールス】



【観光協会との連携による県産ワインを活用したスイーツフェア】

● 卸売市場の機能強化支援

- ・ 卸売市場が持つ主要機能の発揮と、効率的かつ効果的な流通体制の構築を支援します。
- ・ 評価の高いりんご・ぶどうを中心に、長期出荷のための産地づくりや冷蔵保存技術の活用による長期出荷体系の整備を支援します。
- ・ 実需者や消費者から求められる安全・安心・新鮮な青果物の供給ニーズに応えるため、県内の主要卸売市場におけるコールドチェーン（低温流通体系）整備等を支援します。