

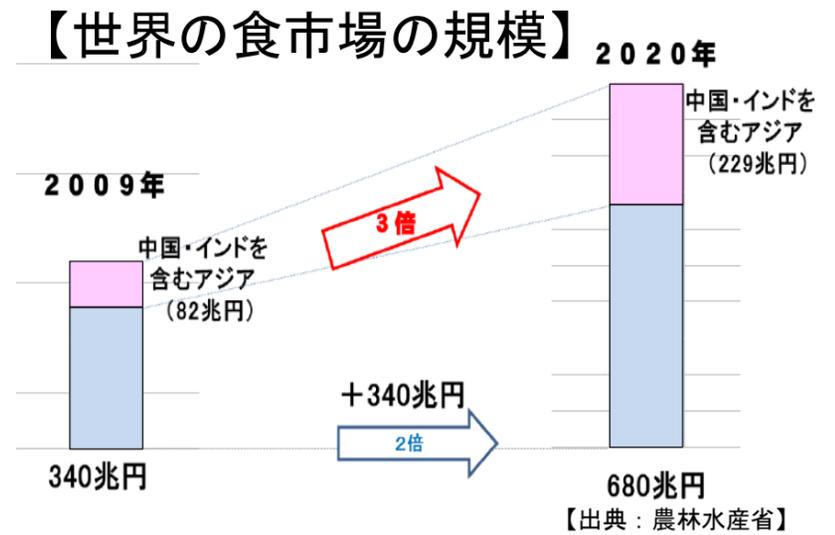
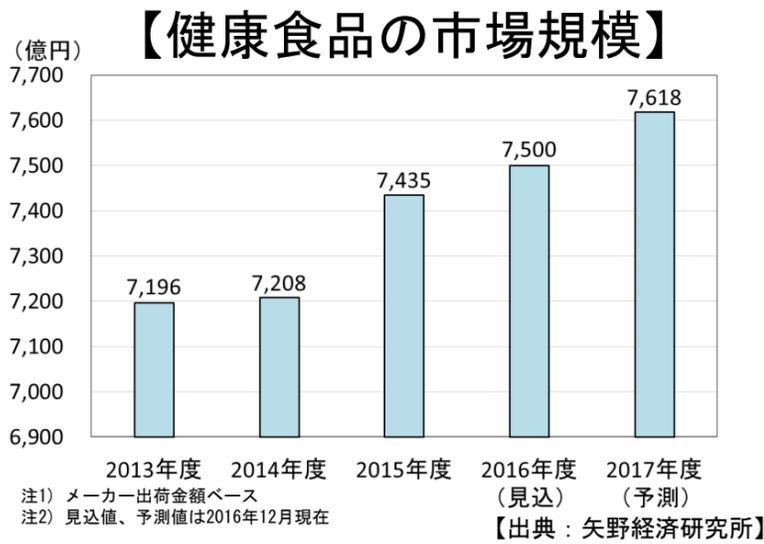
【策定の背景】

- ・ 国内市場の減少（人口減少）および健康食品等の需要増大
- ・ 世界の食市場の拡大（富裕層の拡大）と堅調なインバウンド需要



国内シェアの獲得
世界市場への展開

<食品製造業を取り巻く状況の変化>



【長野県産食品の特徴】

<p>味噌</p> <p>【出荷額 全国1位】 【消費量 全国1位】</p>	<p>日本酒</p> <p>【酒蔵数 全国2位】</p>
<p>こうや豆腐</p> <p>【出荷額 全国1位】</p>	<p>ジュース</p> <p>【出荷額 全国2位】</p>

- ・ 高いシェアを誇る「発酵食品」や「農産加工品」など
- ・ 「漬物」や「こうや豆腐」などの伝統的食品

長野県の製造品出荷額が全国第1位の品目（2013年 従業者4人以上の事業所）

製造品名	全国出荷額 (億円)	本県出荷額 (億円)	全国比 (%)
寒天	79	67	85
野菜缶詰(瓶詰等を含む)	352	47	13
その他の缶詰(瓶詰等を含む)	127	48	38
味そ(粉味そを含む)	1,265	553	44
こうじ、種こうじ、麦芽	51	9	18

【出典：経済産業省】

【ビジョンの位置付け】

- ・ 長野県ものづくり産業振興戦略プランの分野編（目指す分野：健康・医療）
- ・ 長野県食品製造業の旗印、他産業との連携による相乗効果の発揮

【目指す姿】

長寿県NAGANOの「からだに優しい食品※」の創出・提供を核として、国内外の食市場で優位性を確保する食品製造業の実現

※「からだに優しい食品」：美味しく健康維持・増進に役立つ食品
(例：美味しい低カロリー食、高齢者用栄養食、嚥下食、機能性伝統食など)

【5年後の長野県の食のイメージ】

- ・ 健康に寄与する「からだに優しい食品」製造業が県下各地に集積している。
- ・ 大学や研究機関では健康に寄与する研究が行われ、企業が積極的に成果を活用している。
- ・ 国内外で長野県の食に対する評価が高まり、県産農産物・酵母、伝統技法によるプレミアム食品が提供されている。
- ・ レストランでは、「からだに優しい食品」を活用したメニューが提供されている。
- ・ 県民の食に対する意識が高く、品質の高い食を求めた観光ツアーが好評を博している。

【目標値(2022年度)】

(計画期間：2017年度から2022年度まで)

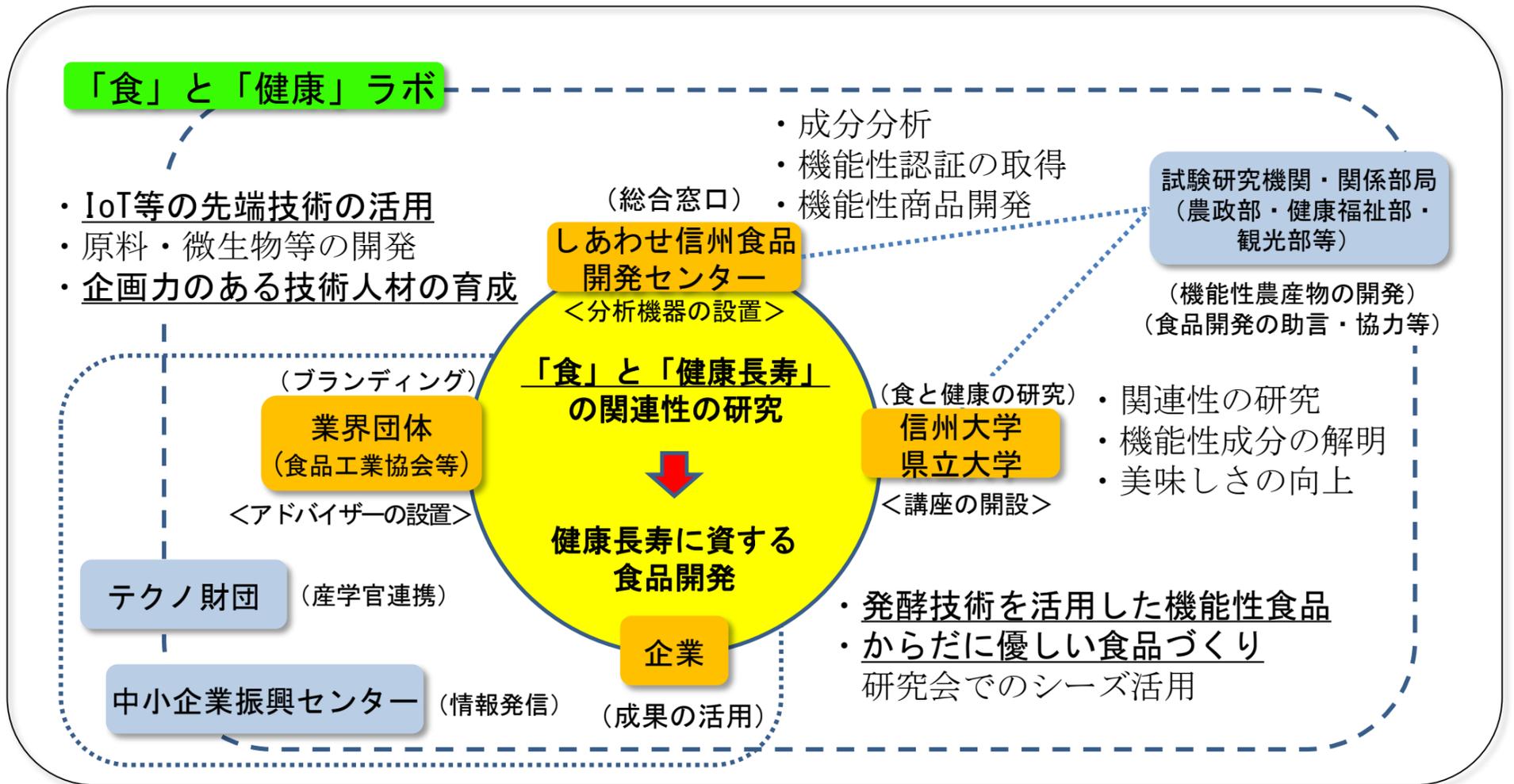
達成目標：食品製造業の製造品出荷額等 7,700億円 (2014年：6,511億円)

【達成のための取組（重点施策）】

【業種別支援策】

個別プロジェクトにより具体的取組を推進

① 「食」と「健康」ラボによる食品開発 <目標：商品化16品目(2016年度) → 100品目(～2022年度)>



② 発酵を核としたブランド力の向上

エビデンスの確保

「食」と「健康」ラボの成果活用
エビデンスライブラリー（長寿食のエビデンス）
大学（醸造・バイオ）との連携

「発酵・長寿」の発信

全国発酵食品サミット（2018年度誘致）
「発酵・長寿」登録（飲食店等）
キャラバン（業界ごとのPR支援）

「発酵で目指す健康と長寿」



「発酵・長寿」県宣言

③ グローバル展開

<目標：輸出額 29億円（2014年度） → 69億円（2022年度）>

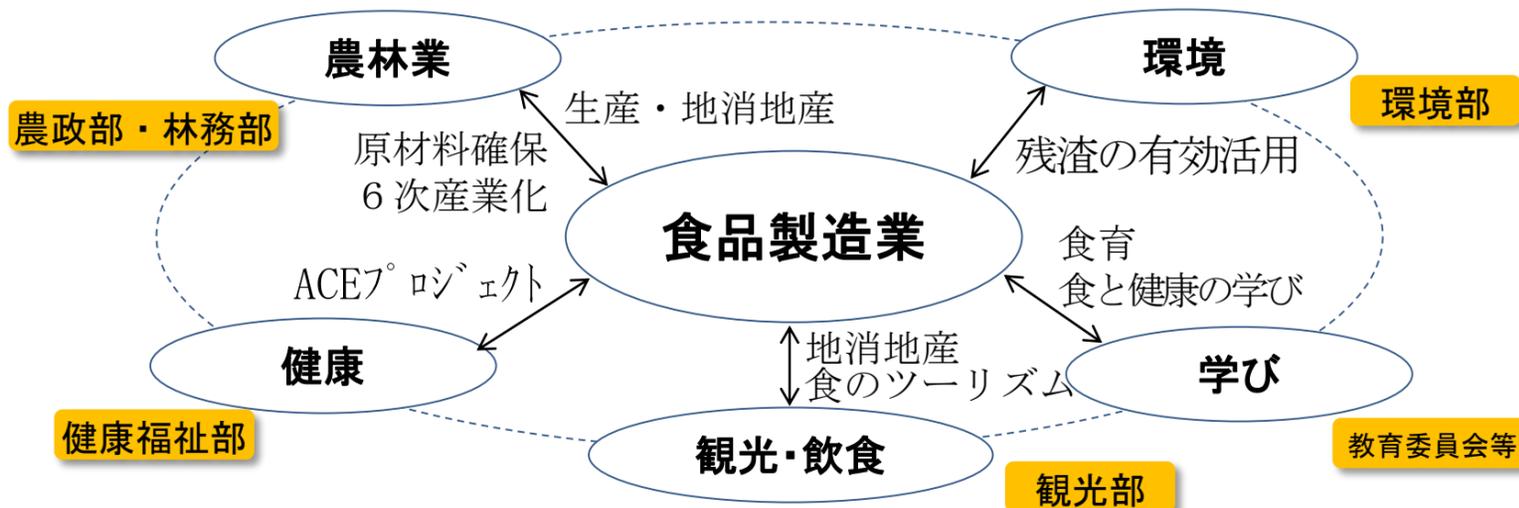
戦略的海外展開による市場開拓

- 世界の食市場の分析・調査
- 海外対応認証の取得、国際コンクール入選
- 民間企業と連携したアンテナショップの開設

インバウンド市場の開拓

- お土産用商品の開発（多言語対応、デザイン、PR等）
- 食ツーリズムへの対応（飲食+販売+工場見学の整備）

④ 関連分野との連携による相乗効果を生み出す仕組みづくり



長野県食品製造業振興ビジョンの推進のための新たな取組について

- 4つの重点政策を推進するための新たな取組として、以下のプロジェクトを構成し、ビジョンに盛り込む。

「からだに優しい食品づくり研究会」※ が取り組むプロジェクト（案）

※食と健康ラボで設置する食品製造企業等(約50社)で構成する研究会

【連携する部局】

☆：農政 ★：観光

◇：その他

プロジェクト名	参加予定企業等	具体的な取組	
		個別の取組	共通の取組
① 食×健康	ア 発酵 発酵食品製造企業(想定8社) 信州大学 等	<ul style="list-style-type: none"> ・発酵技術による機能性食品の開発 ・有用微生物の取得 ・醸造・バイオ系大学との連携協定締結 ・全国発酵食品サミット(H30誘致) ・「発酵・長寿県」宣言 	<ul style="list-style-type: none"> ・機能性分析装置をしあわせ信州食品開発センターに設置 ・県産農産物利活用食品の研究・開発、確保・供給 ☆ ・企業・大学等との新商品開発、試食会
	イ 適(減)塩 漬物、醤油、味噌製造企業(想定5社) 県立大学 等	<ul style="list-style-type: none"> ・適(減)塩食品の開発、発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・エビデンスの確立 ・飲食店等の「発酵・長寿」登録 ★ ・「食と健康」の学びの場の提供支援 ◇
	ウ 長寿(伝統)食 凍り豆腐、寒天、そば、乳製品製造企業(想定7社) 信州大学、県立大学 等	<ul style="list-style-type: none"> ・新たな長寿食レシピの研究、提案 	<ul style="list-style-type: none"> ・業界ごとのPRキャラバン(消費空白地域等)への支援 ・新商品PRのためのSNS発信 ★◇
② 食×観光・農業	酒、ワイン、ジュース、菓子、乳製品、加工食肉製造企業(想定10社) 観光事業者、工場・観光農園等の見学受入事業者 等	<ul style="list-style-type: none"> ・食ツーリズムと連携し、県内食品製造業の生産工程を見学できる体制等を整備(県内農産物等の地域資源調査、観光農園・工場等施設のルート開発、見(魅)せる工場等) ☆★ ・6次産業化による商品開発等の取組支援 ☆ ・地消地産の推進のための取組支援 ☆★ ・インバウンド向け土産品開発(持ち運び易さ、日持ち等)、試食会 ★ ・新商品等PRのためのSNS発信 ★◇ 	
③ グローバル展開	海外展開を目指す企業(想定7社) 中小企業振興センター 等	<ul style="list-style-type: none"> ・世界食市場の分析・調査(重点国:東南アジア、ハワイ、フランス等)の状況調査 ☆ ・食市場状況調査を踏まえた商品開発 ☆ ・小ロット品目(生鮮食品等)の輸出方法等の研究、試行 ☆ ・民間と連携したアンテナショップ開設(東南アジア、欧州等) ★ ・新商品等PRのためのSNS発信 ★◇ 	

長野県食品製造業の支援策について

業種	事業所数	従業者数	製造品出荷額等(H26)	出荷額の増減(H8年比)	現状	課題	支援策							
							「食」と「健康」ラボによる食品開発	発酵を核としたブランド力の向上	グローバル展開	その他				
		人	億円	億円										
食品製造業全体					784	25 377	6 511	▲ 1091	・人口減少による市場の縮小 ・世界の食市場の拡大	・製品の高付加価値化 ・インバウンド対応と市場開拓	・「食」と「健康長寿」の解明 ・「からだに優しい食品」づくり	・エビデンスの確保 ・「発酵・長寿」の発信	・インバウンド市場の開拓 ・戦略的海外展開による市場開拓	・地消地産、食ツーリズムの推進等
発酵食品	乳製品製造業(チーズ、ヨーグルト等)	13	513	319	▲ 227	・県内産チーズ・ヨーグルトに限れば出荷額は増加傾向 <企業状況> ・国際的なコンテストで最高賞を受賞(アリエト・フロマージュ)	・特徴的な微生物を活用した商品開発 ・長野県ブランドの構築	・チーズ、ヨーグルト用新規微生物の取得	・品評会による品質向上とブランド化	・賞味期限向上や容器改良によるインバウンド需要の取り込み	・ホテル、旅館、レストランなどの観光サービス業との連携による発信			
	野菜漬物製造業	71	1 565	200	▲ 215	・減塩運動や食生活の変化による出荷額の減少 ・原材料(野沢菜等)の確保 <企業状況> ・機能性野沢菜漬物の開発(竹内農産) ・すんき漬物の原料不足(アルプス物産)	・健康志向(機能性)の商品開発 ・健康イメージの確立	・機能性表示野沢菜漬物の開発 ・野沢菜の品種改良(やわらかさ)	・エビデンスによる健康イメージの確立	・農政部との連携による原材料の確保				
	味噌製造業	45	1 266	552	11	・全国シェア1位(35年連続でシェア増加) ・国内消費量の低迷(2000年に比べ30%減) <企業状況> ・味噌の健康イメージPRと海外展開(マルコム) ・減塩みそや麹関連製品の開発(マルコム、ハナマルキ、ひかり味噌)	・機能性の研究開発 ・イメージアップによる消費の喚起	・味噌の機能性(エビデンス)の検証 ・県産大豆の高品質化 ・味噌製造技術者の養成講座	・機能性によるイメージアップ	・食嗜好の調査研究による戦略的海外展開	・食育による機能性に関する啓蒙運動の実施			
	清酒製造業	60	884	187	▲ 65	・全国2位の酒蔵数(80か所) ・食嗜好の変化による出荷額の減少 <企業状況> ・オール長野県産の日本酒づくり(宮坂醸造、佐久の花酒造) ・海外展開と酒蔵ツーリズム(宮坂醸造)	・蔵の特徴づくり(味・原材料・酵母) ・海外やインバウンドへの展開	・オリジナル酵母や麹の開発 ・県産オリジナル酒米の開発 ・酒造技術者の養成講座	・蔵のこだわりを発信し見える化	・酒蔵ツーリズムによるインバウンド需要の取組と海外展開	・農政部と連携した酒米の育種 ・観光部と連携した食ツーリズム			
農産加工品	野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業(缶詰、ジャム等)	45	1 479	313	▲ 185	・食生活の変化による出荷額の減少 <企業状況> ・発酵ジャムの開発(デイリーフーズ) ・こだわりの原材料のソース(サンクゼール)	・健康志向(機能性)の商品開発 ・製造技術の開発	・高機能性加工品の開発 ・国産・県産原材料の確保	・県産原材料によるブランドの確立	・インバウンド需要の取り込み ・和テイスト食品の海外展開	・農政部と連携し、機能性を有する農産物を開発			
	生菓子製造業(ケーキ、ドーナツ等)	78	1 856	300	24	・PB商品(洋生菓子)の増加 <企業状況> ・長野県産食材の活用(天恵製菓、豊上製菓)	・地域資源(県内原料や観光資源)の活用 ・低糖質化、安心・安全の確保	・品質保持技術や低糖質製品の開発 ・ドライフルーツの製造技術向上	・地域資源の活用によるブランド化	・観光部との連携による食ツーリズムの実施				
	めん類製造業(うどん、そば等)	61	1 333	190	▲ 52	・信州そばのイメージ定着 ・食習慣の変化による出荷額の減少 <企業状況> ・難消化性麺の開発(柄木田製粉) ・信州ひすいそばの推進(日穀製粉)	・原材料の確保(価格と供給量の安定化) ・食習慣に合わせた食べ方	・信州ひすいそばを活用した商品開発 ・成分分析の迅速化(アレルギー対策) ・機能性エビデンスの研究	・食習慣に合わせた食べ方の提案	・日持ちの確保や食べ方の浸透	・農政部と連携し、信州ひすいそばの地消地産を推進			
	豆腐・油揚げ製造業	31	803	86	▲ 115	・豆腐製造企業数の減少(事業所数148所減) ・県外産豆腐の流入による出荷額の減少 <企業状況> ・スイーツ類の開発(富成伍郎商店) ・いなりあげの海外展開(みすずコーポレーション)	・スイーツなどの開発による多様化 ・こだわりの豆腐による差別化	・スイーツ、オカラを使った商品開発 ・県産大豆へのこだわり	・おいしさのエビデンス化 ・凍豆腐の健康効果の発信	・ベジタリアン向け製品の開発 ・ハラール対応食品の展開	・コンソーシアムによる県内産大豆の加工適正を評価			
	清涼飲料製造業(お茶、ジュース等)	24	1 851	1 207	105	・大企業のOEM製造が主体 ・出荷額は増加傾向 <企業状況> ・ミネラルウォーターの販売(ゴールドパック)	・自社ブランドの確立 ・製造技術(殺菌・ボトリング)の開発	・長野県オリジナル品種を活用した高リコピントマトジュースの開発 ・ナチュラルミネラルウォーターの開発	・新ジャンルの創出によるブランド化	・信州の環境(水や空気)のPR	・農政部と連携し、高リコピン含有の加工用トマトを生産			

(平成26年工業統計調査)