

「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョン（概要版）



目指す姿

熊本の食で世界を魅了し、農・食関連産業が活性化しながら県民が豊かになる

ビジョン策定の主旨

・農・食関連産業は生産・加工・流通から観光業まで裾野が広く、雇用の創出や経済発展に大きく寄与する重要な産業。

・日本の食を支える本県のポテンシャルを最大限に活用し、関係者が一丸となって農林畜水産物等の高付加価値化や販路拡大を推進していくため、その道標となるビジョンを策定するもの。

熊本の農林畜水産業の現状

・農業産出額全国5位／生産農業所得全国2位
・バランスよく多彩な営農（野菜、畜産、果実等）
・首都圏等へ多くの農産物を流通・販売
・農林畜水産物の輸出額過去最高を更新

農と食を取り巻く情勢と課題

【農と食を取り巻く情勢】

・担い手の減少や高齢化
・生産資材価格、輸送コスト等の高騰
・地産地消行動の低下、県民の食関心度の不足
・「食」のイメージ、認知度の不足
・国内外からの観光客の増
・世界の食関連市場規模の拡大



（ビジョン策定に向けた課題）

- 県民の食関心度の向上（地産地消、食育）
- 高付加価値化（6次産業化・ブランド戦略）
- 販路拡大に向けたPRの強化
- 観光客の食の消費拡大（レストラン等の充実）
- 輸出の拡大
- 農・食関連産業の集積

方針及び取組み



熊本の「食」の基盤の構築

～県民が熊本の食の豊かさを知る・食でつながる～

- ◆ 1-1 「食」への関心度・理解の醸成
- ◆ 1-2 食の関係者によるネットワークの構築
- ◆ 1-3 地産地消の推進
- ◆ 1-4 食育・食文化の継承



高付加価値化と消費拡大

～熊本の食を買いたくなる・訪ねたくなる～

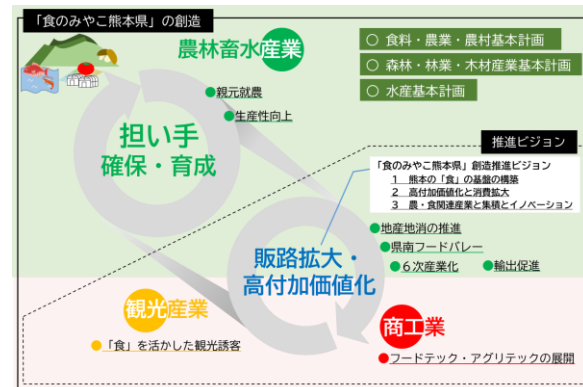
- ◆ 2-1 6次産業化（加工・新商品開発）の推進
- ◆ 2-2 認知度向上と販路開拓
- ◆ 2-3 食をフックとした観光誘客の推進
- ◆ 2-4 食の魅力向上につながる料理人の育成
- ◆ 2-5 輸出拡大支援と海外での認知度向上
- ◆ 2-6 官民による食を消費する機会の創出



農・食関連産業の集積とイノベーション

～食を起点とした新産業が活性化する～

- ◆ 3-1 地域内生産物を活かす企業・研究開発機能等の集積（県南フードバレーステージ2の展開）
- ◆ 3-2 産学官連携によるフードテック・アグリテックの展開



推進体制

関係機関連携による推進体制を構築

5. 重点7項目のプロジェクト



1 くまもとの「食」県民運動！

・SNSで期間ごとに1品目に絞ったPRや県内の「食」が集結するイベントを開催し、食への理解・関心を醸成。



2 オンラインによる販売強化！

・大都市圏でのフェア開催や展示会への出展などの取組みと並行して、ECによる流通・販売網を強化。



3 来なっせ 食べなっせ くまもと！

・熊本の「食」コンテンツの磨き上げとPRを強化し、「食」による観光誘客と観光消費額を増加。



4 情報発信力のある料理人の育成！

・県産食材の高付加価値化と消費拡大を図るため、県産食材を活かし、魅力を発信する料理人を育成。



5 ブルーオーシャンへの輸出開拓！

・輸出拡大に向けて、市場調査やテストマーケティングを実施し、次なる市場（新規国）を開拓。



6 くまもと県南フードバレーステージ2！

・県南の食文化を活かした商品開発支援と、食関連企業の育成と誘致に取り組み、県南地域を活性化。



7 熊本発フードテックの展開！

・先端技術を活用し、食の可能性を広げるフードテックの取組みを支援し、優良事例を創出。

対象期間

R7～R9年度とし、『くまもと新時代共創総合戦略』及び『食料・農業・農村基本計画』等の具体的施策として位置づけ。