

「食のみやこ熊本県」の創造に向けて



令和7年（2025年）11月6日
熊本県 食のみやこ推進局

熊本県の「食」を取り巻く現状

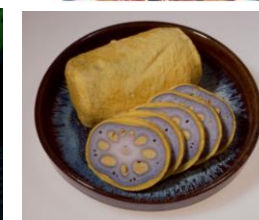
- 本県は、変化に富んだ地形や気候、豊富な水資源を活かした多様な食資源(農林畜水産物)が存在。また、各地域で育まれた郷土料理や県産酒などの加工品も豊富
- 他方、本県の農業産出額が全国トップクラスであることを知らない県民は6割超。食のイメージ等に関する都道府県ランキング調査では苦戦

(熊本の農林畜水産業)

- ・ 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)
- ・ 農林畜水産物の輸出額過去最高を更新

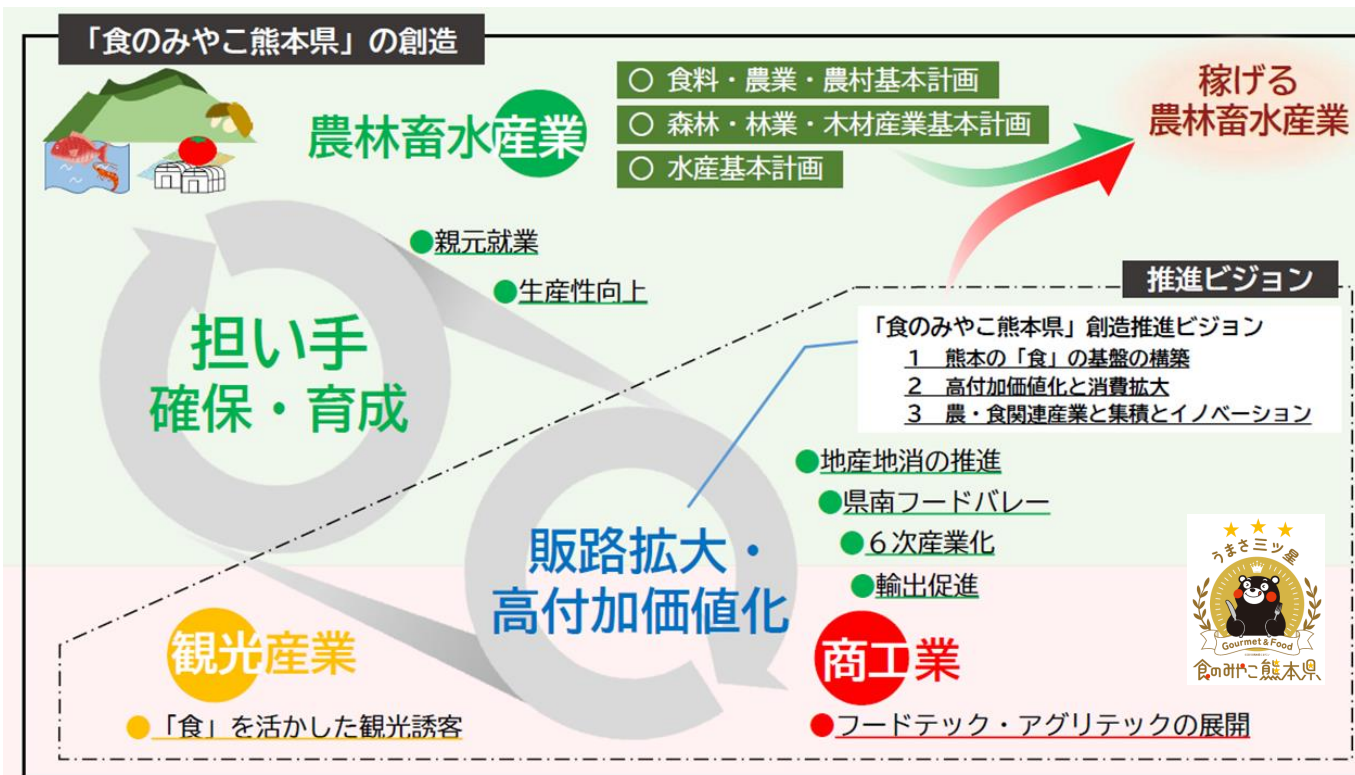
(各種調査結果)

- ・ 熊本県の農業産出額は全国トップクラス(5位)であることを知っていますか？ (令和7年 県民に対する調査結果)
はい36.8% いいえ63.2%
- ・ 食のイメージがある都道府県ランキング 25位
(食のイメージ調査2024)
- ・ 食事がおいしい都道府県ランキング 28位
(地域ブランド調査2024)



「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョンの策定

- 有識者会議による議論を経て、本年7月に「食のみやこ熊本県創造推進ビジョン」を策定
- 「食のみやこ熊本県」創造の要となる農林畜水産業の担い手確保・育成や生産性向上に取り組むとともに、高付加価値化や販路拡大の施策を推進。稼げる農林畜水産業を実現する好循環を創出



【委員】観光 有村 友美 (ありむら ゆみ) ・人吉温泉あゆの里 代表取締役社長 ・人吉温泉観光協会インバウンド委員長	【委員】若手生産者 桑原 健太 (くわはら けんた) ・県青年農業者クラブ連絡協議会会長 ・やつしろサニーサイドファーム代表
【委員】食通・インフルエンサー けんさむ ・けんさむの熊本紹介 プロガー ・「くまもとグッドプロダクト賞」審査員	【委員】商工・経済 島田 源太 (しまだ げんた) ・熊本経済同友会熊本の魅力発信委員長 ・(株)あつまるHD 取締役副社長
【委員】販路開拓 長尾 康 (ながお やすし) ・SGS株式会社代表取締役／CEO ・元県民百貨店食品部マネージャー	【委員】フードテック 外村 仁 (ほかむら ひとし) ※海外在住 ・フードテックエバンジェリスト ・京都芸術大学「食文化デザインコース」客員教授
【委員】飲食店・料理人 宮本 けんしん (みやもと けんしん) ・antica locanda MIYAMOTO オーナーシェフ ・ASO GIAHS FOOD アンバサダー	【委員】食文化・食育 守田 真里子 (もりた まりこ) ・尚絅大学生活科学部教授 ・くまもと食文化アドバイザー
【委員】農林畜水産業団体 山本 浩二 (やまもと こうじ) ・JA熊本中央会常務理事 ・(一社)熊本県農業会議副会長	【特別アドバイザー】 小山 薫堂 (こやま くんどう) ・N35インターナショナル株式会社代表取締役社長(放送作家、脚本家) ・熊本県地域プロジェクトアドバイザー

食のみやこ熊本県創造推進ビジョン（概要）

方針及び取組み

1 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

2 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

3 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

重点7項目のプロジェクト

1

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

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。

2

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。

2

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。

2

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。

2

3

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、食品関連企業の育成と誘致に取り組み、県南地域を活性化。

3

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。

- SNS等を通じた県産農林畜水産物や加工品等の魅力発信や、県内の「食」が集まるPRイベント開催等により、県民の「食」への関心度・理解を醸成

(SNS等による情報発信)

- ・ 知事や「食いしん坊大使」くまモンによるマスメディアや県公式SNSを通じた発信
- ・ くまモンの食いしん坊弁当メニューの募集



KUMA RICH
「食のみやこ熊本県」の情報を発信



(県内PRイベントの開催)

- ・ 県南フードバレーフェスタ(令和7年10月18日、19日@花畑広場)
- ・ 「食のみやこ熊本県」PRイベント(令和8年2月21日、22日@花畑広場、新市街等)

県内各エリアの人気・名物グルメを集めたストリート
商談会、飲食店による地産地消キャンペーン 等



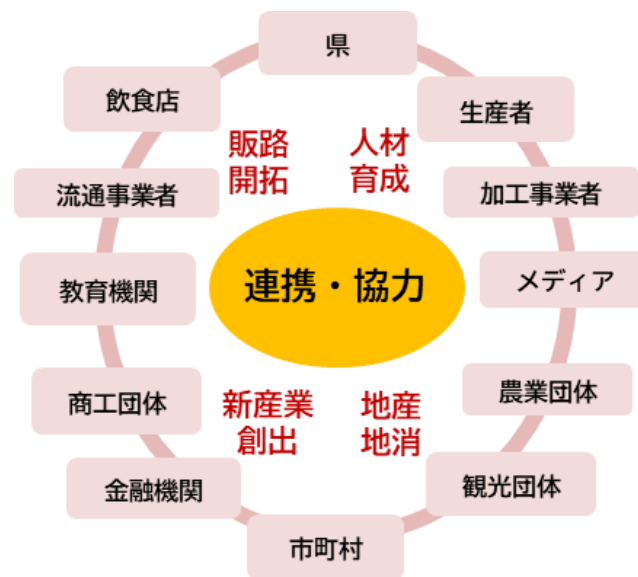
- 生産、加工、流通、販売、観光など、食に関わる各分野の関係者で構成するネットワークを構築

(チーム「食のみやこ熊本県」ネットワーク交流会)

- 本日11月6日、食関連約50団体及び各団体が推薦する流通業者や飲食事者等のメンバー約160名が参集
- 有識者会議委員や農業高校生による取組発表
- 関係者間の意見交換を通じてネットワークを強化



熊本農業高校 養豚プロジェクト



- 地産地消の意識啓発を目的として、若年層を主なターゲットとした情報発信、小学生と保護者向けのイベントを開催
- 県産品を購入・飲食できる地産地消協力店の指定(468店舗)、企業の社員食堂での県産食材の活用支援により、地産地消行動を促進

(意識啓発)

- ・ HP (アグリ&フード)、県公式SNS(KUMARICH)等を活用して県産品の魅力等を発信
- ・ 小学生等を対象としたイベントを開催(R7年8月)。同イベントの様子を小中学校等の地産地消啓発教材として活用



(地産地消行動促進)

- ・ 社員食堂における県産食材を活用した「熊本フェア」の開催を支援



- 「くまもとふるさと食の名人」と学校教育の連携による出前講座、学校給食における県産食材の活用などにより食育を進め、食文化を継承

（「くまもとふるさと食の名人」による活動）

- ・ 郷土の伝統料理等について卓越した知識、技術等を有し、伝承活動等に取り組む方を「食の名人」に認定（R7年現在262名）
- ・ 食の名人による小中高等学校での出前講座等により、次世代へ食文化の伝承を推進



食の名人による小学校での出前講座の様子

（学校給食を通じた食育活動）

- ・ 県産食材を活用した給食用加工品の開発と食育教材の作成※

※ R6年8月 県教委、県学校給食会、県農林水産部による連携協定

- ・ 「ふるさとくま(熊)さん(産)デー(毎月19日)※」における県産食材の積極的活用

※ 県産の農林畜水産物を活用した郷土料理等を学校給食で提供する取組



令和6年度に開発した「熊本県産トマトパン」と「熊本県産トマトゼリー」

- 農業者等による新商品開発の支援、地域の関係者によるコンソーシアムの活動支援などにより、6次産業化を推進

（新商品開発等の支援）

- ・ 農業者や事業者による商品開発のため、アドバイザー派遣を行うほか、施設・機器整備等を支援

（コンソーシアム支援）

- ・ 生産者や食関連事業者、行政など地域の関係者が一体となって取り組む食の高付加価値化やブランド化、PR等の活動を支援

R7年度 菊池えごま生産組合コンソーシアム

食のみやこ天草×SO1コンソーシアム

菊鹿ワインコンソーシアム



芦北町産オリーブの葉を使用した新商品



- 首都圏等でのトップセールスや熊本フェア、展示会への出展や商談成立の支援などにより、県産品の認知度を向上させ、販路を開拓

(首都圏等でのフェア、商談会等)

- ・ くまもとモン×福岡天神(10月)、大阪梅田(11月)、東京銀座(1月)を開催
- ・ 全国最大級の展示会(スーパーマーケットトレードショー)への熊本県ブース出展、出展者への商談能力向上支援

(企業と連携した商品企画)

- ・ 企業による県産食材を使用した商品企画等の支援



- 熊本の豊かな食文化を活かしたガストロノミーツーリズムや、県外からの誘客が見込める高級レストラン・シェフの拡充に取り組み、食をフックとした観光誘客を促進

(ガストロノミーツーリズム)

- ・ ほ場での収穫体験や酒蔵巡り、郷土料理の提供等、インバウンドをターゲットとした県南ガストロノミーツーリズムを実施

(高級レストラン・シェフの拡充)

- ・ 豊富な食材がある強みを生かし、首都圏等の高級レストラン・シェフを熊本へ誘致

(熊本デスティネーションキャンペーン2026)

- ・ JR各社と行政、観光関係者が連携して実施する大型観光キャンペーンを通じ、食や観光の魅力を全国へ発信



- 県産品への理解を深める産地見学や「食のストーリー」の情報発信に係る「食のみやこ熊本」シェフズアカデミーを実施し、熊本の食の魅力向上につながる料理人を育成

(シェフズアカデミー)

- ・ 県産食材利用やその魅力発信に積極的な県内料理人等を対象に、「食のみやこ熊本」シェフズアカデミーを開催

<産地見学会>

秋の実りと発酵の知恵(山江栗・球磨焼酎・味噌・からしレンコン)
海の幸とうま味文化(鯛・天草焼酎・雑節・塩・せんだご汁等)
山の恵みと世界農業遺産(あか牛・日本酒・有機農産物・田楽等)

<情報発信講座>

グルメインフルエンサーによる情報発信講座

<ゲストシェフによる講演>

島原市「Pesceco」のオーナーシェフ井上氏による講演

(情報発信)

- ・ 料理人等が、研修で学んだ「食のストーリー」を県内外の消費者に向けSNS等で情報発信



県内各地から38名の受講者



産地見学・伝統料理体験

- 輸出先国の規制・条件に対応した生産転換、施設・機器の整備等の支援、くまモンを活用した積極的なプロモーション等により、県産品の輸出を拡大させ、海外での認知度を向上

（輸出拡大支援）

- ・ 輸出先国の規制等に対応した生産転換や施設改修等を行う事業者を支援
- ・ 台湾やタイ、マレーシアにおいて現地商談会やバイヤー招へい、現地百貨店等でのフェアを実施



（海外プロモーション）

- ・ 知事によるトップセールを実施
- ・ くまモンの認知度が高いアジア圏において、くまモンを活用したフェアを開催



- 熊本の豊かな食文化を活かした官民による食を消費する機会の創出

(官民による食イベントの開催)

- ・ 商工会連合会等と連携し、「うまかもん、ぎゅっと集結！食のみやこ熊本県」をテーマに、魅力ある県産品を一堂に集めた物産フェアを開催(9月)
- ・ 「RKKまつり」と連携し、県南の食を集めた「くまもと県南フードバレーフェスタ」を開催(10月)
- ・ 県内マスメディアが、国の事業を活用し、地元グルメを熊本の新名物へ育て、食のみやこ熊本県の実現を図る「くまもと地元グルメ推し活プロジェクト」を開催(11月)。



(くまもと県産酒で乾杯条例の推進)

- ・ 県経済の活性化や郷土愛の醸成の寄与を目指し、県産酒による乾杯を推進



3 農・食関連産業の集積とイノベーション

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】

- 「県南フードバレーステージ2」として、県南の産物や食文化を活かした新商品開発等の高付加価値化及び食関連企業の育成・誘致等を推進

（高付加価値化支援）

- ・ 首都圏バイヤー等と連携し、くまもと県南フードグランプリを開催
- ・ 地域経済をけん引する事業者を対象に、施設整備等を支援（たもぎ茸製造装置、冷凍加工野菜製造機械導入等）

（食関連企業の育成・誘致）

- ・ 「スター事業者」候補者に対する伴走支援を実施
- ・ 産地見学など、県南の農産物に関する企業ニーズへの対応

👑 グランプリ・くまもと県南フードバレー協議会会長賞

ごろっと晩白柚

甘さ控えめで瑞々しく、本来の晩白柚の香みを残した味わい。
晩白柚のおいしさをそのままに運びやすくした画期的商品。熊本土産としても最適です。



たもぎ茸製造施設

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

- スタートアップをはじめとした企業が、農業者や大学等教育機関と連携して高付加価値の食品産業を展開できる環境を作り、産学官連携によるフードテック・アグリテックを展開

(高付加価値の食品産業を展開できる環境づくり)

- ・ 産学官金の連携体制によるスタートアップ企業創出支援を通じ、フードテック・アグリテック分野を含む新技術・新産業推進
- ・ 大学関係者、食品製造業者等を対象とした各種シンポジウムやセミナーを開催

R7.3 産業支援講演会

「フード＆アグリテック分野における国際連携によるオープンイノベーション」
テーマ:海外研究機関との交流と取組紹介(植物肉・チーズの開発 等)

R7.7 第10回熊本テックプラングランプリ

創業前または創業初期の企業を対象としたビジネスプランコンテスト
フードテック・アグリテックを含む様々な分野からエントリー

R7.10 日仏連携シンポジウム

「フード・アグリテック分野での日仏連携の推進に向けて」
テーマ:学術交流(こうじ菌等微生物、ワイン等酒類、味覚・嗅覚 等)と産業交流



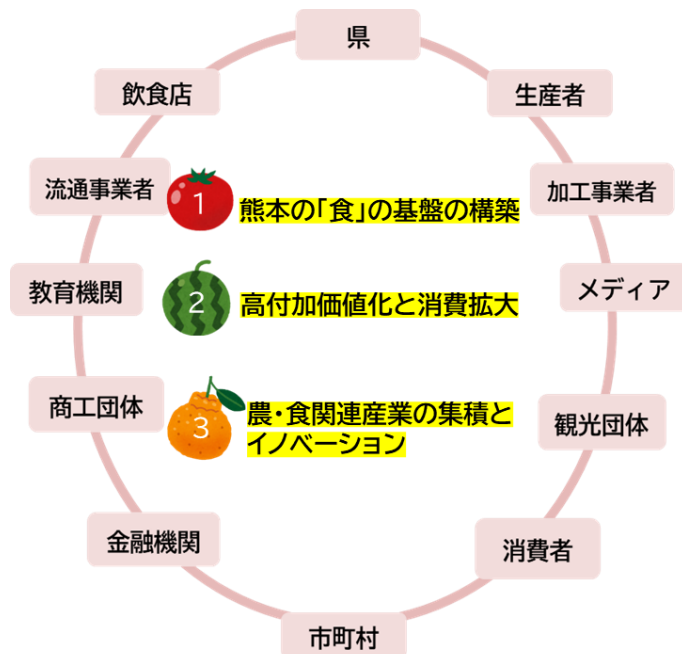
R7.7テックプラングランプリ



R7.3産業支援講演会

「食のみやこ熊本県」の創造に向けて

- 食のみやこは一日にして成らず。熊本の豊富な農林畜水産物と豊かな食文化を生かし、「食のみやこ熊本県」創造に向けて継続的かつ関係者一丸となった取組が必要
- 『熊本を「食」で盛り上げる宣言集』に基づき、関係者間の連携を一層強化した取組の展開を期待
- また、「食のみやこ熊本県」創造の機運を盛り上げるため、各団体及び会員等において、事業名での「食のみやこ熊本」の活用やロゴマークの活用をお願いしたい。



県民の食への関心度向上

県外でのイメージ・認知度向上

食関係者の連携強化

高付加価値化

販路・輸出拡大

郷土料理・酒の継承

熊本発フードテックの展開

食のみやこを担う料理人の増加

食の観光消費額拡大

関係企業・研究機関の集積

稼げる農林畜水産業の実現



- ・ 食のみやこ熊本を広くPRするため、食関連事業名での「食のみやこ熊本」の活用をお願いします。
- ・ ロゴマークについても、熊本の「食」のPRにつながるものであれば幅広く利用してできますので、積極的に活用をお願いします。



■シンボルマークについて

熊本の農林畜水産物にふさわしく、厳選された美味しさを表現するため、メダルや勲章のイメージでデザイン。

■キャッチコピーについて

三ツ星には以下の2つの意味を込めています。

- ・生産者、料理人等、消費者の三者どれもが大切に、それぞれに魅力があること。
- ・ミシュランの三ツ星の定義でもある「旅をしてでも食べるに値する味」という意味合いを熊本の食文化に重ね合わせていること。

活用例



名刺

のぼり旗

商品パッケージ



ノベルティ



「食のみやこ熊本県」ロゴマーク利用管理規程及びガイドラインをご確認の上、県庁に対し、利用申請書の提出をお願いします。詳細はHPをご覧ください。

HPはこちらから→



「食」を通じて
熊本を
盛り上げていきましょう！！

