

熊本県支部

農産加工による高付加価値化に関する調査研究

1. 調査研究概要

(1) 調査目的

熊本県における農産加工の取り組みの状況を調査し、農産加工に関する課題および農産物の付加価値の向上のための方策をさぐることを目的に調査を行いました。

(2) 調査対象

調査の対象を、生産者（農産加工者）と消費者との中間に位置し、地域の情報拠点に位置づけられる県内の物産館（直売所）とし、地域における直売所の農産加工への取り組みを調査することで、加工の実態や課題を把握することにしました。

2. 農産物直売所の実態調査

(1) アンケート調査内容：県内の物産館（直売所）130 か所を対象

事業所回答数 48 件、回収率 36.9%

- ①地域の主要な農産物と収穫時期
- ②農産加工品の取扱品目と加工時期
- ③農産加工品の取り組み状況
- ④農産加工品の取扱強化の課題と取り組み
- ⑤支援施策の考え方や行政への意見・要望など

(2) 訪問調査内容：8 事業所を対象

- ①直営の加工場の有無
- ②食品加工業者、レストラン等への情報提供の状況
- ③商工業者との連携の状況
- ④消費者への情報提供活動
- ⑤加工用農産物（規格外等）の活用状況
- ⑥加工品開発に関する課題
- ⑦各種の支援施策の活用状況など

3. 農産加工の課題

アンケート調査結果および訪問調査に基づき下記の課題が浮かび上がりました。

(1) 加工品の生産体制

- ①加工場のある直売所は 29%であり、大半の直売所が直営または系列の加工場がない
- ②生産者の高齢化が進んでおり、会員数が減少傾向にある
- ③直営の加工場の経営で商品の開発や販路、製造原価率の抑制が厳しい声がある

(2) 店舗のリニューアル

事業年数が長くなるにつれ、店舗の老朽化による経営環境への対応が問題となってきた

いる。

(3) 原料農産物の規格

原料農産物の規格は、48の直売所の品目全体のうち加工品専用は3品目にとどまっている。加工による農産物の付加価値化には、規格外品の有効活用のほか、品目によってはさらに加工専用農産物による高付加価値化の方向もある。

(4) 新製品の開発

(5) 販路の開拓

(6) 人材・組織体制

(7) 商工業者などとの交流の状況

(8) 国の支援施策に対する認知度や活用不足

4. 農産加工の高付加価値化への提言

以上の課題に対して、以下の提言を行いました。

(1) 加工品の生産・供給体制の強化の取組み

- ①直売所の直営の加工所の整備を計画的に進める
- ②店舗の老朽化や消費者ニーズの変化に対応したハード面、ソフト面のリニューアル

(2) 商品の開発・商品力の強化

- ①消費者の利便性ニーズに対応した加工品の開発
- ②加工専用農産物による加工品の高付加価値化への取組み
- ③農産物や加工工程の生産履歴や品質管理の向上への取組み
- ④減農薬や添加物の少ない農産加工品の開発への取組み

(3) 独自性の発揮による差別化

- ①地域特産品の核となる農産加工品の育成…パブリシティの活用など
- ②「地域団体商標制度」への取組み

(4) 人材・組織体制の強化

- ①適材適所による人材の活用と育成
- ②会員相互の協力による組織力の発揮

(5) 連携の効果的活用による販路の開拓

- ①商工業者などとの交流促進
- ②物産館相互の商品交流
- ③「食料産業クラスター協議会」への加入

(6) 「農商工連携事業」「地域資源活用プログラム」「地域力連携拠点」の有効な活用

(7) 幅広い情報の収集

「J-net21」、中小企業庁ホームページや農林水産省、熊本県などのホームページなどの活用