

地域ブランド化・新需要創造支援事業

【平成22年度概算決定額 132(0)百万円】

対策のポイント

地域ブランドの確立に向け、ブランド・コンセプトの設定、生産・品質管理、マーケティング力向上等の一貫した取組に対しアドバイスするプロデューサーの招へいや個別課題の専門家の招へい、機器整備等を支援します。

また、公的研究機関・民間企業の研究成果や地域特産物などの機能性を活かした新食品・新素材の事業化を推進します。

(農林水産物・食品における地域ブランドによる経済効果)

- ・ 馬路村のゆず(高知県JA馬路村)：ゆず加工品全体での売上高が上昇(1994年12億円から2005年32億円に。)
- ・ 関あじ・関さば(大分県漁業協同組合佐賀関支店)：価格が上昇(さばの価格が、取組前は200円~300円/kgだったものが、90年代末には最高3,400円/kgに。)
- ・ だだちゃ豆(山形県JA鶴岡等)：キロ単価が上昇(平成元年483円から平成15年1,002円に。)

(機能成分を多く含む農作物等)

- ・ 公的研究機関の開発した新品種(例：良食味低グルテリン米「ゆめかなえ」、高アントシアニン紫さつまいも)
- ・ 民間企業の研究成果(例：りんごポリフェノール、明日葉カルコン)
- ・ 地域特産物(例：フラクトオリゴ糖を多く含むヤーコン芋)

政策目標

- (1) 事業実施地区の全てがブランド化商品の開発、販路開拓を実現(平成23年度)
- (2) 新食品・新素材の市場規模を5年で3倍超に拡大
約200億円(平成17年度)→700億円程度(平成22年度)

<内容>

(1) 農林水産物・食品地域ブランド化支援

①地域段階

取組主体に対し、以下の事項について支援。

- ・ アドホックなアドバイスだけでなく、ブランドの形成過程すべてを対象に提案から実現まで一貫してアドバイスを行うプロデューサーの招へい。

(プロデューサーのアドバイス業務)

- ・ ブランド・コンセプトの設定、技術の開発・導入、品質管理、マーケティング力の強化等
- ・ デザイン、農業技術、表示管理、マーケティング等の専門家の招へい。
- ・ 生産体制の整備や品質向上・管理のための機器整備や市場調査、商品の特性調査、試作品開発、見本市出展等。

②全国段階

地域段階の取組を支援するための協議会の運営、プロデューサー会議の開催、地域ブランドの取組状況の調査等を実施。

(2) 新需要創造対策

① 新需要創造フロンティア育成事業（全国段階）

取組主体に対し、以下の事項について支援。

- ・農産物の機能性成分の発掘・評価と栽培・加工技術を含めたデータベース化。
- ・公的研究機関の開発した新品種・新技術に加え、民間企業の研究成果や地域に埋もれた地域特産物について、新商品の提案・試作や産地と企業のマッチング。
- ・農産物に含まれる機能性成分や栄養成分の表示に向けたモデル的取組。

② 成分保証・分別管理システム確立推進事業（地域段階）

高品質な新食品・新素材を安定供給するため、機能性成分を多く含む新品種や地域特産物のほか、遺伝子組換えカイコ等の新技術について、技術実証やマニュアルの作成、収穫機械等の整備に対して支援。

<事業実施主体> (1) 農林水産物・食品地域ブランド化支援

全国段階：民間企業等

地域段階：農業協同組合・漁業協同組合・事業協同組合 等

(2) 新需要創造対策

全国段階：民間企業等

地域段階：新需要創造協議会、構成員である農業生産法人等

<補助率>

(1) 農林水産物・食品地域ブランド化支援

全国段階：定額

地域段階：プロデューサー招へい費用：定額（上限有り）

その他の費用：1／2等

(2) 新需要創造対策

全国段階：定額

地域段階：1／2

<事業実施期間> (1) 農林水産物・食品地域ブランド化支援

平成20年度～平成22年度

(2) 新需要創造対策

平成22年度～平成24年度

担当課：(1) 農林水産物・食品地域ブランド化支援
生産局知的財産課 (03) 3502-5525 (直通)
(2) 新需要創造対策
生産局技術普及課 (03) 6744-2435 (直通)

目的：真に力のある「地域ブランド」を広範に創出

ねらい：課題をかかえる地域ブランド化の取組を支援することにより、課題解決の方策を蓄積し、地域ブランドの成功例を拡大する。

【事業の内容】

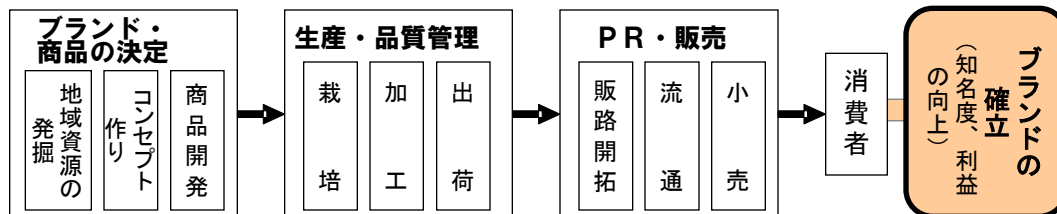
●農林水産物・食品の地域ブランド化に取り組む主体に対し、以下の費用の一部（定額、1/2、1/3）を支援 【地域段階】

- ・ プロデューサー招へい費用・・・外部の者の視点の導入
- ・ 知的財産権の取得やマーケティング等のためにプロデューサーを補佐する専門家の招へい費用
- ・ 地域ブランド化を図るために必要な品質等に係る統一基準の作成費用
- ・ 品質管理のための機器の購入費用
- ・ 市場調査、商品の特性調査のための費用、試作品開発、見本市出展 等

●全国協議会の運営、地域段階の取組のサポート活動等の支援 【全国段階】

プロデューサーとは・・・

地域ブランドの形成過程すべてを対象に、一貫してアドバイスを実施



【事業実施主体】

地域段階：農業協同組合、漁業協同組合、事業協同組合等

全国段階：民間企業等

【概算決定額】132百万円の内数

新需要創造対策

目的:新食品・新素材の市場規模の拡大

【事業実施主体】

- ・新需要創造フロンティア育成事業(全国段階):民間企業等
- ・成分保証・分別管理システム確立推進事業(地域段階):
新需要創造協議会、構成員である農業生産法人等

【対策のポイント】

公的研究機関の開発した新品種・新技術に加え、民間企業における農産物に関する研究成果や、地域特産物などの機能性を活かした新食品・新素材の事業化を推進

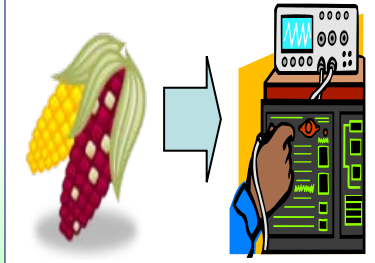
【事業の内容】

(1)新需要創造フロンティア育成事業(全国段階)(補助率:定額)

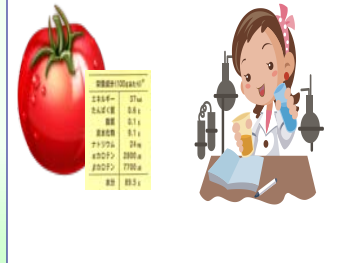
①産地と企業の マッチング



②発掘・評価



③表示等の支援



(2)成分保証・分別管理システム 確立推進事業(地域段階) (補助率:1/2)

栽培技術の実証、マニュアル作成、
共同利用機械の整備



例:栽培法の検討

○支援対象となる農産物の事例

- ①公的研究機関の開発した新品種
例:低グルテリン米(タンパク質摂取制限が必要な方向けの米)
- ②地域特産物
例:ヤーコン芋(フラクトオリゴ糖)
- ③民間企業の研究成果
例:りんご(ポリフェノール)

【概算決定額】 132百万円の内数