

I 経済上昇くまもと ～ 農林水産業、商工業、観光 ～

1 戦略の概要

【戦略1：農林水産業】

魅力的で、豊かな基盤を持ち、世界に飛躍する農林水産業

農林漁業者の安定した所得を確保します。

【目標】

【重点的に取り組む施策】

- 01 県産品の認知度向上と販売チャネルの拡大
- 02 担い手の育成
- 03 耕作放棄地及び休耕田の有効利用促進

【戦略2：商工業】

活力があり、雇用を創出する商工業

リーディング産業の更なる集積と中小企業の振興により、地域経済を活性化させ、雇用の場を確保・充実します。

- 04 戦略的企業誘致の推進
- 05 中小企業の技術・経営・販路開拓の支援

【戦略3：観光】

「記憶に残る観光地」歴史回廊くまもと

県内の観光宿泊客数を増やします。

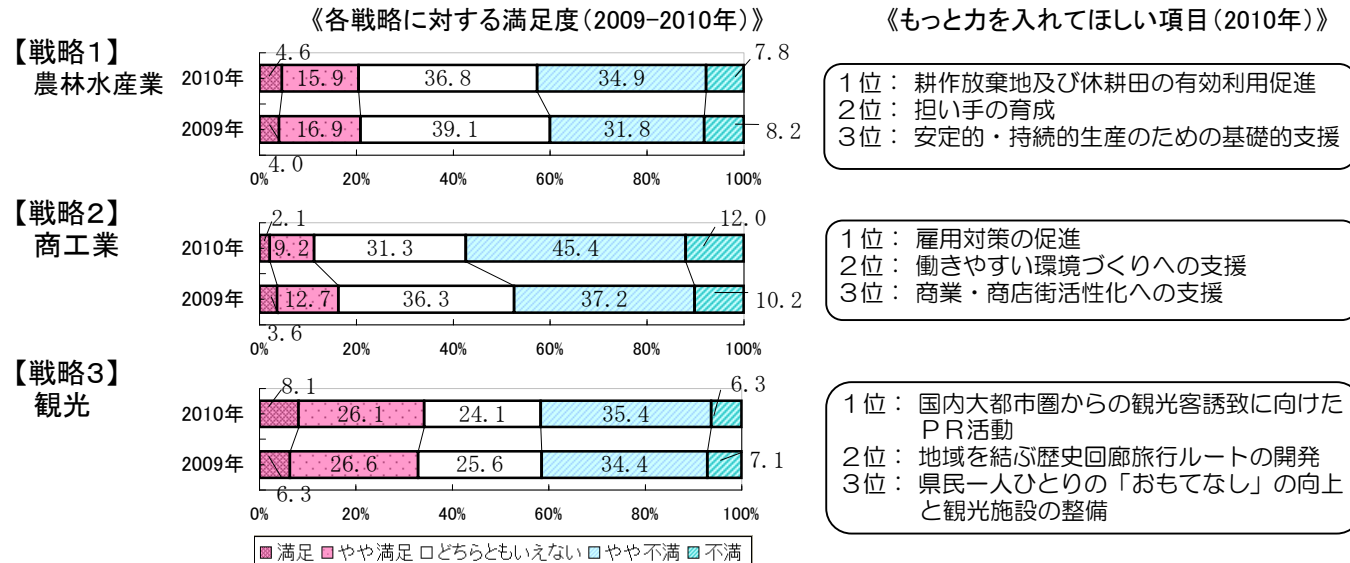
- 06 歴史回廊くまもと観光立県の推進

2 指標の動向

○戦略指標の状況

指 標	戦略策定時 (平成20年度)	評 価 時 (平成22年度)	目 標 値 (平成23年度末)
農林水産業の生産額	3,517億円/年 (農2,984,林145,水388) (H18)	3,564億円/年 (農3,053,林141,水370) (H20)	3,800億円/年 (農3,240,林170,水390)
県内食料自給率(生産額ベース自給率)	152% (H17)	138% (H20)	167%
認定農業者数	11,266経営体 (H19)	11,412経営体 (H21)	11,000経営体以上
耕作放棄地・休耕田の解消による作付増加面積 (平成20年度からの累計)	0ha (H19)	643ha (H21 暫定値)	1800ha
県産農林水産物輸出額	27.7億円/年 (農0.8,林0.03,水26.9) (H18)	19.7億円/年 (農1.5,林0.8,水17.4) (H21)	43億円/年 (農1,林1,水41)
企業誘致件数 (平成20年度からの累計)	114件/4年 (H16~H19)	35件 (H21)	100件/4年間
製造品出荷額	2.8兆円/年 (H18)	2.8兆円/年 (H20)	4兆円/年
新規雇用者数 (平成20年度からの累計)	5,371人/4年 (H16~H19)	6,196人/年 (H21)	1万人/4年間
観光宿泊客数	691万人/年 (H19)	680万人/年 (H20)	750万人/年
外国人宿泊客数	40万人/年 (H19)	36万人/年 (H20)	55万人/年

○県民アンケート結果



3 戦略の推進状況・今後の方向性

【戦略1】 魅力的で、豊かな基盤を持ち、世界に飛躍する農林水産業

【01 県産品の認知度向上と販売チャネルの拡大】

- ・国内外での知事トップセールスやくまもと誘友大使への情報発信により県産品の認知度向上を図った。また、地魚マスターを認証し、「四季のさかな」等の地産地消を推進。
- ・特別栽培農産物、原木しいたけ、適正養殖業者の認証制度の周知活動により安全、安心な県産品をアピール。
- ・県産品の消費地量販店でのPR活動、産地研修等により、産地理解と販売力を強化。
- 店頭等での県産品の認知度は向上しているものの、全国ブランドとしての確立にまでは至っていない。今後は、「くまもとイチ押しブランド」「熊本の顔」としての育成を目指す10品目の確立に向け、生産量拡大と品質向上、県内外での消費拡大をめざす。また、減少傾向にある輸出については、世界的な不況からの回復基調にあるなかで、富裕層が拡大している東アジア等、海外市場のニーズや消費環境に合わせた品目の充実、拡大をめざす。



くまもとオリジナル米粉新商品発表

【02 担い手の育成】

- ・生産技術、経営両面からの支援により認定農業者が増加、地域営農組織の法人化も支援。
- ・地域農業サポーターによる営農支援、漁業者セミナーによる中核漁業者の育成を実施。
- ・更に、林業と建設業者との連携会議を設置、施業集約化や技能研修、就業体験を実施。
- 農業従事者の減少、高齢化が進むなか、県内食料自給率は低下してきており、食料の安定的な生産、供給を行うためには、効率的、安定的な農業経営を行う基幹的経営体である認定農業者等の育成、支援が重要。今後は、農家経営支援システムを活用した支援体制の整備を促進させる。また、農業大学と連携した新規就農者の育成システムの構築をめざす。

【03 耕作放棄地及び休耕田の有効利用促進】

- ・耕作放棄地の実態調査を実施。市町村耕作放棄地対策協議会を設立し、手引き・事例集の発行により耕作放棄地の解消を促進。
- ・学校給食での米粉パン提供、地元原料米による焼酎のブランド化など需要拡大を推進。
- 耕作放棄地対策においては、耕作者の確保、経営的な安定が根本的な課題。今後は、加工用米や飼料米の需要拡大、商品開発への支援、加工・販売ルート開拓による収益性の高い作物の導入、放牧利用等、県内一円への総合的な取組みの拡大をめざす。また、教育、福祉等他分野とも連携しながら景観作物の栽培等を進め、県民運動としての展開を図る。

【戦略2】 活力があり、雇用を創出する商工業

【04 戦略的企業誘致の推進】

- ・知事トップセールスや都市圏でのトップセミナー開催、展示会出展等により17社を誘致。
- ・グリーンデバイスや食品、健康食品、医薬品関連企業に対し重点的に誘致活動を実施。
- ・熊本県産業人材強化戦略に基づき、ワンストップサービス窓口を設置し、企業のニーズを把握、整理するとともに、九州各県の人材育成情報を網羅するポータルサイトを開設し、企業の人材育成、確保を支援した。
- 景気の回復を受け、企業の設備投資が活発化することが予想されることから、企業の投資情報を確実に捉え、展示会等を通じた人脈開拓や本県の立地環境のアピール等、戦略的な誘致活動を行う必要がある。また、工業団地整備等受け入れ体制を整備するとともに、教育・人材育成分野の関係機関との連携を強化し、企業が求める人材の育成を実現していく。



国際太陽電池展への出展(東京ビッグサイト)

【05 中小企業の技術・経営・販路開拓の支援】

- ・産業技術センターが今年度、竣工、オープン予定。有機薄膜技術を核とする産学官連携による技術拠点の形成に向け、若手研究者を育成しながら研究等を推進。
- ・中小企業の技術保護と経営支援のため「地域企業のための熊本県知的財産活用戦略」を策定。
- ・住宅、事業所向け太陽光発電システム導入への補助によりソーラー関連産業を振興。
- ・上海、シンガポールにアドバイザーを配置するほか、国内外での知事トップセールス等により中小企業の販路開拓等を支援。
- 今後も激化するグローバルな競争の中で県内企業が生き残るためには、新たに本県の地域経済を牽引するリーディング産業の育成が必要。競争力のある産業分野を強化するとともに、強みを活かした新分野の展開、新規創業を一層支援する。

【戦略3】 「記憶に残る観光地」歴史回廊くまもと

【06 歴史回廊くまもと観光立県の推進】

- ・スザンヌ宣伝部長を起用し、JRとのタイアップにより新幹線全線開業準備キャンペーンを実施。更に、今年度は関西以西を主なターゲットに開業半年前からキャンペーン展開。
- ・歴史、文化資源を活かした旅行商品企画への支援により「歴史回廊くまもと」をPR。
- ・県内各地で観光関連団体、地域づくり団体等が行う環境美化等のおもてなし活動を支援。
- ・更に、自然公園施設において4カ国語(日・英・中・韓)表記による案内標識等を整備する。
- ・外国人観光客の誘客を促進するため、知事トップセールスをはじめ、現地セールス・商談会や旅行社の招待事業等を実施。
- 厳しい経済情勢により観光宿泊客数は減少傾向にあるが、世界同時不況からの回復基調にあるなかで、国内外からの誘客の促進が課題。今後は、新幹線全線開業を契機に、関西以西を中心とした都市圏への効果的な情報発信、海外へのプロモーション活動の強化、受け入れ体制の充実等を図る。



スザンヌ宣伝部長のラッピング・特急列車出発式(JR博多駅)