

第1回「食のみやこ熊本県」創造推進ビジョン有識者会議 議事概要

【日 時】令和7年（2025年）2月17日（月）10時00分～12時00分

【場 所】熊本県庁本館5階 知事応接室

【有識者委員（敬称略、五十音順）】

氏 名	役 職 等
有村 友美	人吉温泉あゆの里 代表取締役社長
桑原 健太	熊本県青年農業者クラブ連絡協議会 会長
けんさむ	けんさむの熊本紹介 ブロガー
島田 源太	熊本経済同友会 熊本の魅力発信委員長
長尾 康	SGS 株式会社 代表取締役/CEO
外村 仁	フードテックエバンジェリスト
宮本 けんしん	Antica loanda MIYAMOTO オーナーシェフ
守田 真里子	尚絅大学生生活科学部教授
藤川 修朗	JA 熊本中央会 農政・営農支援センター所長 ※山本委員代理

＜事務局（熊本県）＞

木村 敬（熊本県知事）

辻井 翔太（食のみやこ推進局長）

杉谷 将洋（食のみやこ推進局 政策調整監）

林田 慎一（食のみやこ推進局 流通アグリビジネス課 課長）

宮崎 公一（食のみやこ推進局 販路拡大ビジネス課 課長）

【議事要旨】

1. 開会

2. 知事挨拶

○木村知事

・本日はこれだけの有識者の方にお集まりいただき感謝申し上げます。

- ・4月に知事に就任させていただいたが、熊本県の持つ力はすごいものがあり、それを極限まで引き出していきたいということで私は残りの半生をこの熊本に骨を埋める覚悟で熊本に移住し知事になった。
- ・熊本の最大の魅力が食である。熊本は全国5位の農業産出額であり、それ自体素晴らしいがバランスの素晴らしさは日本一だと思う。また、長い歴史の中で生まれた、焼酎や日本酒、様々な伝統食品など、熊本は素晴らしい食文化を持っている。
- ・昨今、熊本ではTSMCを中心にした半導体産業が盛り上がっている中、日本人がこれまでそれぞれの地域の伝統や文化でつくり出してきた食産業が、最後まで日本が世界で戦える産業ではないかと思っている。
- ・未来の熊本をどう伸ばしていくかという中で、「食のみやこ熊本県」の創造というテーマで、熊本県の食の方向性や地域の盛り上げ方について、ぜひ皆様方と議論を重ねたい。それぞれの専門から忌憚ない御意見を賜りたい。

3. 委員紹介

(各委員から自己紹介)

4. 意見交換

(1) 事務局説明

- ・辻井局長より会議資料に沿って概要説明。

(2) 意見交換

委員からの主な意見は以下のとおり。

(1) 熊本の「食」の強み

(多数委員)

- ・食材のバランス・豊富さ・新鮮さ・水資源。

(有村委員)

- ・味噌、醤油、球磨焼酎などの発酵文化。人吉地域にはハラール対応の工場もある。

(桑原委員)

- ・全国的な人材不足の中、他県と比べると若手生産者や後継者が多く、安定的な農業生産が維持できている。

(けんさむ委員)

- ・街中だけでなく郊外にも魅力的なレストランが多い。

(藤川代理)

- ・施設園芸が全国1位であるなど生産基盤が強いことが生産額や農業所得につながっている。

（２）熊本の「食」の課題

（多数委員）

- ・熊本の食材の認知度やリピート率は意外と低く、これといった名物料理が少ない。
- ・対外的なブランディングが不足している。

（有村委員）

- ・台湾をはじめとしたインバウンドが増える中、旅館・ホテル、飲食店等においては、食の多様化（ヴィーガン、ベジタリアン、ハラール等）に対応することが求められる。

（桑原委員）

- ・生産者自身が所得向上という視点で、経営への関心を高めるべき。IT リテラシー教育や DX 化を推進することが経費削減ひいては所得向上に繋がる。

（けんさむ委員）

- ・観光地としては東京、大阪、京都が人気で、九州ではまず最初に福岡が選択されてしまう。日本人から見ても福岡はグルメ都市のイメージ。

（島田委員）

- ・熊本は食材が豊富にもかかわらず食のイメージが低いのはブランディングが不足していることが原因。
- ・若者の県外流出が多い原因は、学んだことを熊本で活かせる場所が少ないからで、食に関して言うと、県外で学んだ技術を活かして熊本の食材を使って熊本で料理をしようとしても、熊本県民が食にお金を使う意識が低すぎて、技術と単価が合わず県内でお店を出せない。

（長尾委員）

- ・大都市圏における熊本フェアの実施後、協力店舗が熊本県産品をリピートする割合は低いのが現状。熊本は食材が豊富という強みがあるが、単なる生産量だけではなく、いかに熊本県産品を使ってもらうか（熊本県産品のイメージを印象付けるか）という視点でのブランディングが不足している。
- ・川上（生産）から川中（流通・卸し）、川下（料理・消費）までの一体的な連携（流通の可視化）が不足している。

（外村委員）

- ・せっかくいいビジョンを作っても伝わらなければ意味がない。食のみやこ熊本県を強力に推進していくために局の広報機能を拡充させることが重要。
- ・海外のフードショーで日本食は人気だが、具体的に販路を確保していないのでビジネスに繋がらない。

(宮本委員)

- ・週末や仕事の合間を縫って行政の事業に協力する料理人や農家等への報酬（営業補償）が十分でない。例えば、県が実施するイベントにおいては、売り上げやスポンサー収入を協力する料理人や農家への営業補償に充てるなど、仕組みを見直すことも検討していただきたい。
- ・酒税法等の関係で、球磨焼酎として販売できないお酒（成分の関係でリキュールになってしまう）もあるなど、ブランディングや販路拡大の妨げとなっていることがある。

(守田委員)

- ・からし蓮根は、武将の養生食が発祥で、作り方が門外不出だったので熊本に根付いてきた歴史ある伝統的な郷土料理である。いきなり団子も他県にはない料理であり、こういう伝統的なものをもっと発信していくべき。

(藤川代理)

- ・生産者側も消費者の幅広いニーズや流通の現状を意識した販売チャネルを検討していくべき。
- ・ブランディング戦略の波及効果をどの程度把握しているのか。

(3) 取組みの方向性（ビジョン骨子案）

(有村委員)

- ・料理の面でのサステナビリティは重要（海外の方は地元の食材なのかを重要視する）。
- ・食のアップデートが必要（外国人に人気の食べ物（ラーメンや寿司などを、地元食材でどう表現するか）
- ・フランスではシェフの社会的地位が高い。海外とのシェフの交流・交換留学制度やシェフの評価制度があれば料理人のモチベーション向上に繋がるのではないかな。
（例：熊本県と交流のあるフランスのディジョン市とのシェフの交流等）。

(桑原委員)

- ・人材不足解消のためにフードテックの活用は期待できる。

(けんさむ委員)

- ・全国でも有数の食のスポットである福岡に来る観光客を熊本に呼び込むため、福岡にはなく熊本にはあるものをピックアップして戦略を立てるべき。
- ・熊本の食文化と歴史を組み合わせた（熊本城など）体験ツアーをたくさん企画すると魅力的ではないか。

(島田委員)

- ・安くて美味しいという考え方もいいが、お金をかけてでも美味しいものを食べるという考え方も大切である。
- ・県外、海外に向けた食文化の発信も重要。海外の方が語学を活かせる場や高級ホテルなどの観光面での取り組みなどを通じて食や観光業が盛んになることが、熊本での人材獲得にも繋がる。

(長尾委員)

- ・川上から川下までが連携して流通を把握できるといい。生産だけではなく流通にも熊本の人が携われることが理想。

(外村委員)

- ・他地域の良い取組みを参考にする。例えば、山形県の庄内地区では幅広い年代の生産者や主婦等にスポットを当てて町の魅力として紹介するショウナイズカン（その後拡大して、現在はヤマガタズカン (<https://partner.chiiki-zukan.com/yamagata/>) になっている）というものを作成しており、生産者等のモチベーション向上にも繋がっている。宮城県と宮城大学は連携して、食産業を含めたリカレント教育を開始する。
- ・特にアメリカ人の日本食への興味が近年非常に高いので販路拡大の大チャンス。現地の商流を知っている米国系の流通業者に直接つながることが、輸出増のカギ。
- ・5年先10年先を見据えて、フードテック・アグリテックだけでなく、生産・加工・流通・消費面におけるリジェネラティブ（サステイナブル、循環型）という視点も重要。

(宮本委員)

- ・新しいものを生み出していくだけでなく、今あるいいものをさらにPR・活用したり、ブランディングしたりしていくことも重要（あか牛、世界農業遺産等）。
- ・熊本県民は個々で頑張る気質なので、行政が点と点を上手く面にできるよう支援していただきたい。
- ・人件費高騰や若手料理人の県外流出等の影響で、人材確保が厳しい状況。外国人材確保のための支援があれば有難い。
- ・地産地消に特化し高付加価値化を推進していくも重要（スペインのサンセバスチャンが1つの事例）。海外との交換留学の中で地産地消協力店限定で働いてもらう制度を作るのもいいのではないか。

(守田委員)

- ・熊本の魅力を活かした郷土料理の体験ツアーは他県の人にとっては非常に魅力的だと思う。
- ・若い人からは、ワンピースとコラボしたら面白いのではと意見があった。小山アドバイザーの意見にも県庁自身が旗振りをすべき、日本一の県庁食堂という意見があったが、ワンピースとコラボしたメニューを県庁食堂で提供したりすると、県庁食堂に足を運んでもらう人が増えるのではないかな。

(藤川代理)

- ・後継者、担い手確保が重要。
- ・消費者が何を求めているか、流通から販売までのストーリー、輸出戦略などについて、生産者側に浸透するような取組をしていただきたい。

委員意見に対する事務局からのコメント

- ・食のみやこを実現するためには、まずは食を通じて県民が盛り上がらないといけないので行政として施策を検討していく。
- ・人材確保・育成も重要であり、料理人や外国人人材への支援の在り方についても検討していく。
- ・福岡との連携や食のみやこ局としての広報機能体制を検討していく。
- ・引き続きビジョン策定に向けて御意見をいただきたい。

5. 知事総括

○木村知事

- ・各分野から多くの意見を頂き感謝申し上げる。
- ・食に対するリスペクトが必要。熊本は安くておいしいものがたくさんあることが当たり前で、そのありがたみに県民の皆さんが気づいていない部分があるのではないかな。
- ・シェフや料理人に焦点を当てたり、子供たちが何か学ぶ機会作りを検討していきたい。
- ・生産者の方は販路まで意識を向けることが難しいと思うので、県としてブランディングや輸出も含めた販路に対する意識の変化のため、農家の方が学ぶ機会が必要だと強く感じた。
- ・引き続き御意見を頂きながら方針を磨き上げていきたい。

6. 閉会

- ・本日いただいた意見を参考にビジョンの策定を進めていく。
- ・第2回目の有識者会議は4月下旬頃を予定。

以上