

農林水産物の安定供給及び ブランド力強化について

令和7年1月

農林水産部流通戦略課

目次

I 食への信頼確保	4
1 食を巡る状況とその対応	
2 食品への消費者の信頼確保	
II 食の安定供給	8
1 卸売市場の現状	
2 卸売市場の機能強化に向けた取組	
III 農林水産物のブランド化と需要の開拓	12
1 ブランド戦略の推進	
2 国内・海外市場の戦略的な開拓	
IV 県産県消等の推進	21
1 購入機会の拡充	
2 学校給食における県産食材の供給拡大	
3 おいしいごはんを食べよう県民運動の推進	
V バイオマスの活用を通じた地域活性化の推進	25
1 兵庫県バイオマス活用推進計画の推進	
2 バイオマス利活用の推進状況	



ひょうご農林水産ビジョン2030施策体系表における位置づけ

【めざす姿】

御食国ひょうご 令和の挑戦
 ↳ 都市近郊の立地を活かした農林水産業の
 基幹産業化と五国の持続的発展↳

【基本方向】

【基本方向1】
 基幹産業として持続的に
 発展する農林水産業の展
 開

【基本方向2】
 県民が安心して暮らせる
 活力ある地域の創出

【基本方向3】
 「農」の恵みによる健康
 で豊かな暮らしの充実

【推進項目】

- 1 スマート化による新しい農林水産業の実現
- 2 多様性と都市近郊の立地を活かした力強い農業の展開
- 3 需要に応じた高品質な畜産物の生産力の強化
- 4 木材利用の拡大と資源循環型林業の推進
- 5 豊かな海と持続的な水産業の実現
- 6 農林水産物のブランド力強化と生産者所得の向上
- 7 食の安全を支える生産体制の確保

- 8 特色を活かした活力ある地域づくりの推進
- 9 農山漁村の防災・減災対策の推進
- 10 豊かな森づくりの推進

- 11 食と「農」に親しむ楽農生活の推進
- 12 「農」と多様な分野との連携強化
- 13 県民への農林水産物の安定供給と県産県消の推進

: 資料に掲載している施策項目

I 食への信頼確保

1 食を巡る状況とその対応

- ・不適正な食品表示、原産地偽装や残留農薬問題など、食の安全や消費者の信頼を損なう様々な問題の発生を契機に、法制度の改善が行われてきた
- ・本県においては、①相談窓口の設置、②食品表示法に基づく表示の適正化や食品製造事業者の安全対策に関する相談体制の整備、③「食の安全安心と食育に関する条例」に基づく総合的かつ計画的な取組の推進、④「ひょうご食品認証制度」による安全・安心で個性・特長のある県産食品の生産・消費の拡大を実施

【食の安全と消費者の信頼確保に係る県・国での主な出来事と取組】 ◎：県 ○：国

年度	主な出来事	主な取組
H15	○米国産牛肉の輸入停止（BSE）	○食品安全基本法制定、食品安全委員会設置、○牛トレーサビリティ法制定
H16		◎ひょうご食品認証制度創設
H18		◎「食の安全安心と食育に関する条例」施行
H20	○中国産うなぎ産地偽装、事故米穀不正規流通	◎「兵庫県食品表示連絡協議会」設置
H21		○消費者庁、消費者委員会の設置、○食品産地偽装の直罰化（JAS法）
H22		○米トレサ法により取引等記録の作成保存が義務化
H23	○原子力発電所事故に伴う食品の放射能汚染問題発生	○米トレサ法の完全施行：産地情報の伝達が義務化 ◎放射性物質検査・相談体制の整備（測定機器整備等）
H27		○JAS法、食品衛生法、健康増進法のうち、食品表示部分を一元化した食品表示法の施行
R2	◎本県内農場としては初の高病原性鳥インフルエンザ発生	○加工食品の栄養成分表示の義務化 ◎県立消費生活総合センターの監視・指導体制の強化
R3	○外国産のアサリの産地偽装	○全ての食品事業者にはHACCPに沿った衛生管理が義務化 ○玄米・精米の産地・品種・産年の表示制度の見直し ◎新しい表示制度の巡回普及指導の開始
R4		○全ての加工食品に原料原産地表示を義務化、○水産流通適正化法の施行
R5	◎本県内の農場で豚熱発生	○遺伝子組換えに関する新たな任意表示制度施行

I 食への信頼確保

2 食品への消費者の信頼確保

「食の安全安心と食育に関する条例」を所管する保健医療部と連携し、食品表示等に関する①相談体制の整備、②監視・指導、③食品製造業における安全安心対策の促進など、食品に対する消費者の信頼確保を図る取組を展開

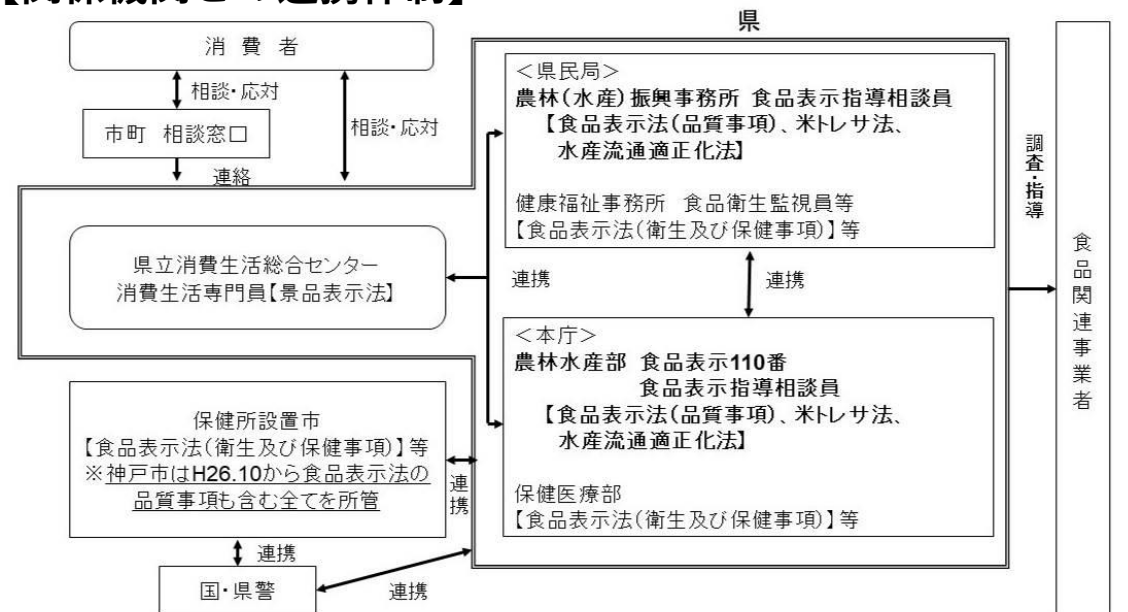
(1) 食品表示等適正化対策

- ・ J A S 法、食品衛生法及び健康増進法の食品表示に関する規定を統合した**食品表示法及び食品表示基準等について関係機関と連携して周知**
- ・ 本県では、食品表示法で規定する表示事項のうち、①品質事項（J A S 法由来）を農林水産部が所管、②衛生事項（食品衛生法由来）及び③保健事項（健康増進法由来）を保健医療部が所管。
- ・ 消費者や食品関連事業者からの食品表示等に関する相談に対応するとともに、「**食品表示110番**」を設置し、法令違反の疑いのある事案については、**関係機関と情報共有や役割分担をしながら、必要な調査指導等を実施**

【農林水産部が所管する食品表示等に関する関係法令】

法令等名	品名	義務表示事項等
食品表示法	生鮮食品（農畜水産物）	名称、原産地等
	加工食品	名称、原材料名、内容量、消費（賞味）期限、保存方法、原料原産地名等
米トレーサビリティ法	米・米加工品	取引等の記録作成・保存、事業者間及び一般消費者への産地情報の伝達
食糧法	米	加工用米等の定められた用途への使用、食用不適米穀の食用転売防止等
水産流通適正化法	アワビ、ナマコ（加工品含む）	取扱事業者の届出、漁獲番号又は荷口番号の伝達等

【関係機関との連携体制】

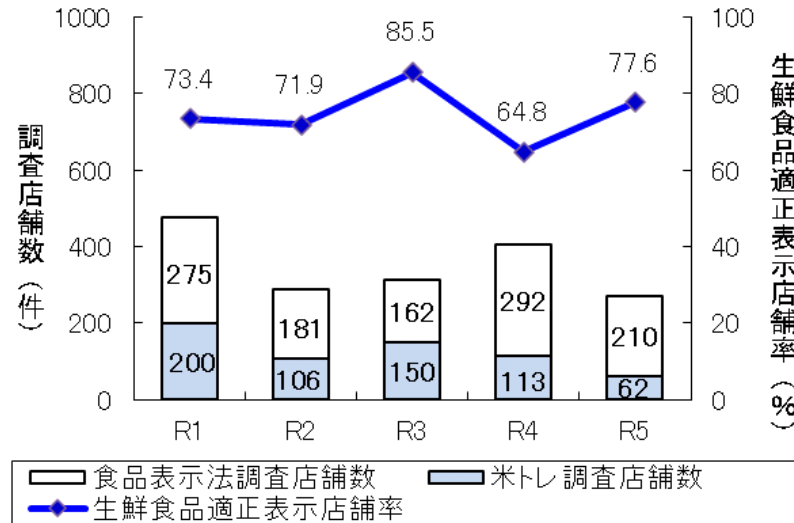


I 食への信頼確保

ア 食品表示等に対する監視・指導

食品表示指導相談員を流通戦略課（2名）と農林(水産)振興事務所（5名）に配置し、相談窓口を開設するとともに、小売店、食品製造業者等に対し、監視・指導を実施

【県内における食品表示巡回調査結果】



職員による小売店等での食品表示の監視・指導

イ 食品表示110番の受付

県民等から不適切な表示の情報提供を受ける「食品表示110番」を流通戦略課に設置し、関係機関と連携を図り、立入調査等により迅速かつ的確に対応

【食品表示110番通報受付件数】

R1年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度
36件	67件	65件	45件	47件

ウ 不適正表示に対する措置

表示に不備または疑義がある場合、発生原因や背景等について事実確認を行い、その内容に応じて、法令に基づく指示・公表等の措置を実施

【食品表示法に基づく指示・公表件数】

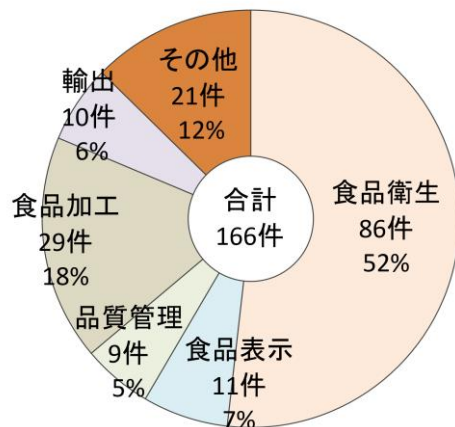
R1年度	R2年度	R3年度	R4年度	R5年度
1件	0件	0件	0件	0件

I 食への信頼確保

(2) 食品製造業者の安全・安心確保に向けた取組に対する支援

- ・ 県内の食品製造業の約 8 割を占める従業員30人未満の小規模な企業では、単独で食の安全・安心確保に関する部署を設置しにくい状況
- ・ このため、県では一般社団法人兵庫県食品産業協会に「**食品企業安全・安心相談室**」の設置を委託し、**各企業からの品質・衛生管理や食品表示等に関する相談の対応や助言、研修等を行い、食品製造業者の安全・安心確保に向けた取組を支援**

ア 相談対応（令和5年度）



イ 研修会、会議での指導助言（令和5年度）

回数	参加者	テーマ
26回	食品企業・加工グループ等	・食品製造に係る衛生対策 ・食品ロス削減対策 等

一般社団法人兵庫県食品産業協会

設立趣旨：食品の安全性及び品質を向上させるための事業等を行い、県民の健全な食生活の安定を図り、食の安全・安心及び食育の推進に寄与する。

会員数：県内の食品製造・流通等関係 96団体・企業

ウ 「食品企業安全・安心管理マニュアル」の策定支援

HACCPに基づく衛生管理研修や、農産物加工製造工程での現地指導等を通じて、食品製造業者における適切な衛生・品質管理のための体制づくりやコンプライアンス意識の確立などの基本的事項を定めた行動マニュアルの策定を支援（マニュアル作成指導（令和5年度）：19件（延べ133者））

II 食の安定供給

多様化する消費者ニーズに対応し、卸売市場を通じた総合スーパー等向けの供給や直売所での販売、生産者による直接販売等、多様なチャネルにより食の安定供給が図られている

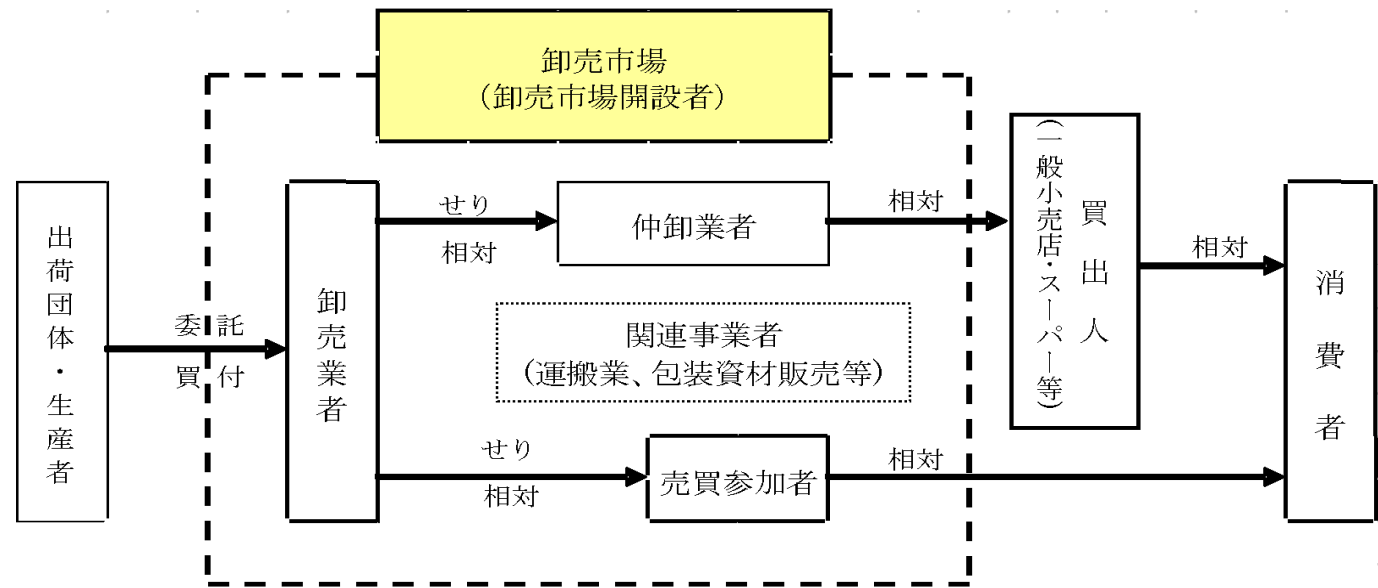
卸売市場は、生産者に対する確実な販路の提供や小売業者、飲食業者等の実需者に対する取引の場の提供、消費者へ生鮮食料品等を安定供給する流通拠点となる基幹的な社会インフラであり、非常に重要な役割を果たしていることから、県内卸売市場の活性化に向けた取組を支援

1 卸売市場の現状

(1) 卸売市場の機能・役割

機能	説明
集荷・分荷	全国各地から多種多様な商品を集荷するとともに、需要者のニーズに応じて迅速かつ効率的に、必要な品目・量に分荷
価格形成	需給を反映した迅速かつ公正な評価による透明性の高い価格形成
代金決済	販売代金の迅速・確実な決済
情報受発信	需給に係る情報を収集し、川上・川下にそれぞれ伝達

【卸売市場流通における生鮮食品の主な流れ】



II 食の安定供給

(2) 本県の卸売市場の認定状況(令和6年11月末現在、水産産地市場除く)

種類	取物品目	総合	青果	水産	食肉	花き	計	取扱金額※ (億円)
中央卸売市場		3	0	0	1	0	4	1,233
地方卸売市場		7	1	2	3	1	14	751
計		10	1	2	4	1	18	1,984

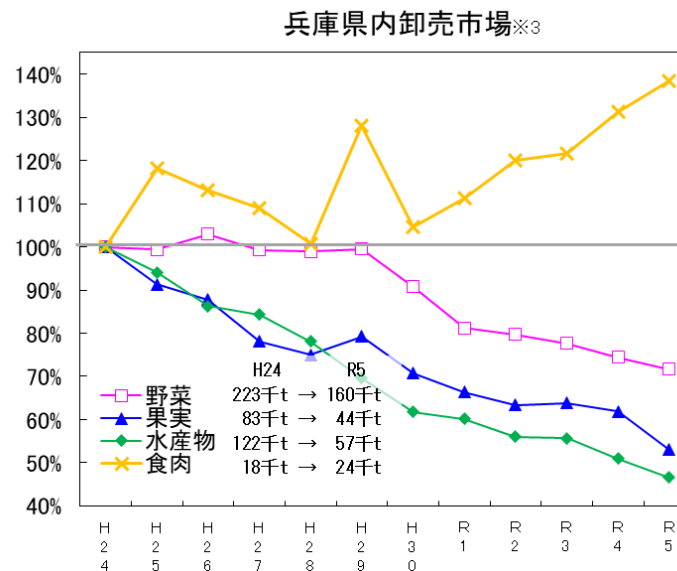
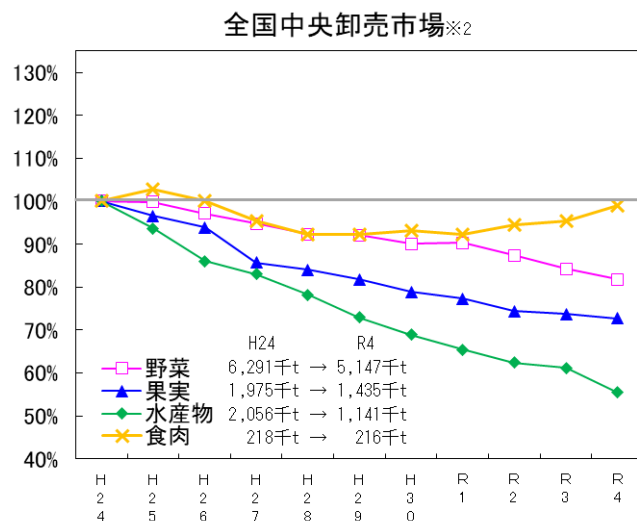
※ 取扱金額は令和5年度実績(資料:流通戦略課調べ)

種類	主な要件
中央卸売市場 (大臣認定)	<ul style="list-style-type: none"> 地方公共団体、法人が開設 施設(卸売場、仲卸売場、倉庫・冷蔵庫)面積が下記以上 (青果・水産:10,000㎡ など)
地方卸売市場 (知事認定)	<ul style="list-style-type: none"> 地方公共団体、法人が開設 中央卸売市場以外

(3) 卸売市場流通の現状

- 食の流通が多様化し、全国的に卸売市場の取扱量が減少する中、本県では青果物や水産物の取扱量が全国と比べて更に減少
- これは、県外の大型産地が高い売値や物流コストの削減を求めて大阪等の大規模市場に出荷を集中させる傾向があることや、大型総合スーパー等が流通コストの削減を図るため、多品目の農林水産物が大量に集まる大規模卸売市場に仕入れを集中していることなどが要因と推察

【卸売市場取扱量の増減率※1】



※1 平成24年を100%とした増減率を示している。

※2 農林水産省調べ

※3 流通戦略課調べ

II 食の安定供給

2 卸売市場の機能強化に向けた取組

(1) 卸売市場活性化推進方策の策定、推進

- ・令和2年の卸売市場法の改正により、全国一律の規制が撤廃されるなど、市場の実情に合わせたルールづくりや取組が可能
- ・各市場での個別の取組に加え、**兵庫県卸売市場活性化推進方策（令和3年2月）に基づき、県内市場が連携、協力して集荷力や販売力を強化する取組を推進**

(2) 卸売市場の活性化に向けた取組強化

ア 主要品目の集荷の確保（卸売市場間での協働集荷の拡大）

県内市場が連携して集荷力の強化を図る「**ひょうご卸売市場協働ネットワーク推進協議会**」の活動を促進し、協働集荷の拡大を推進

ひょうご卸売市場協働ネットワーク推進協議会((H14.5月設立)

設立趣旨：県内各市場の卸売業者・仲卸業者・開設者が協力し、市場の活性化に取り組む。

構成員数：県内主要卸売市場の卸売業者7団体、仲卸業者組合5団体、開設者7団体、兵庫県 計20団体

兵庫県卸売市場活性化推進方策に掲げる取組

1 集荷・販売力の強化

- (1) 特色ある品揃えの強化(地場産品の産地育成、開拓)
- (2) 流通の効率化(特長ある品目の効率的な集荷の推進)
- (3) 時代に即した卸売市場の多機能化

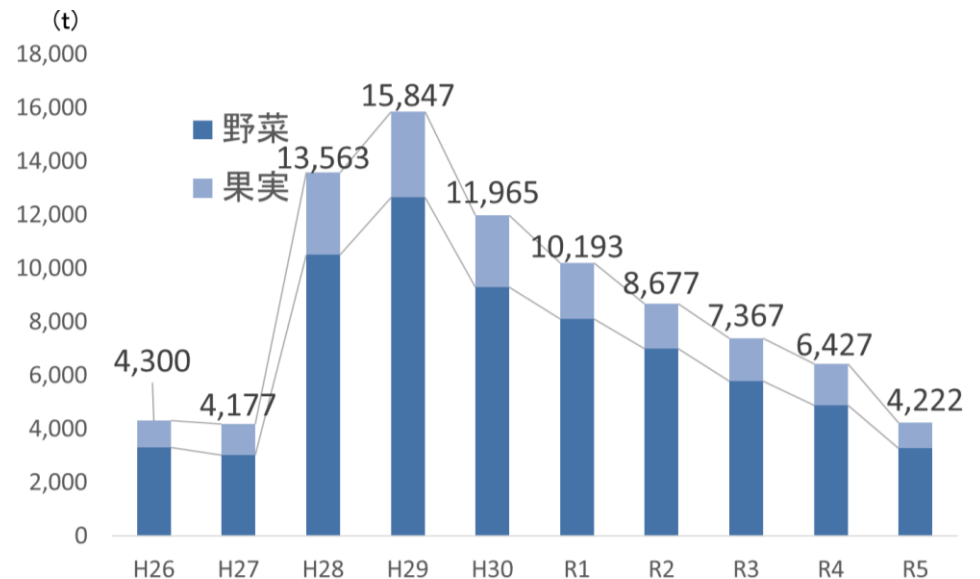
2 衛生管理の向上

- (1) HACCPの考え方を取り入れた衛生管理の導入による品質管理体制の構築
- (2) コールドチェーンの確立に向けた取組推進

3 社会的要請への対応

- (1) 地域密着の市場運営
- (2) 事業継続計画(BCP)の策定による災害時等の安定的な食料供給体制の整備

【協働集荷取扱数量の推移】



II 食の安定供給

イ 県内農林水産業との密接な連携による特色のある品揃え

兵庫県認証食品等、県外大規模卸売市場では集荷しにくい特色のある独自製品の品揃えを充実し、卸売市場ごとに特色を出して、他市場との競争力を強化

【県内産地での現地研修会の実施】

県内の卸売市場の活性化に向けて、県内産地との交流機会を創出するため、今後産地拡大が期待される「但馬ピーマン」をテーマとした現地研修会を開催し、卸売市場における集荷・品揃えの強化を推進。



市場関係者によるJAたじまピーマン選果施設の見学を通じた産地との交流

(3) 食育活動の推進と卸売市場のPR

料理教室など消費者を対象とした食育活動を行うとともに、市場まつり等、県民を対象にしたイベントの開催により、卸売市場の果たす役割や機能に対する理解醸成を推進

(4) 食の安全・安心の確保

生鮮食料品の安定供給を図るための集荷・販売力の強化及び、生産から消費段階まで低温に保った流通のための卸売市場内のコールドチェーン確立に向けた施設整備を推進



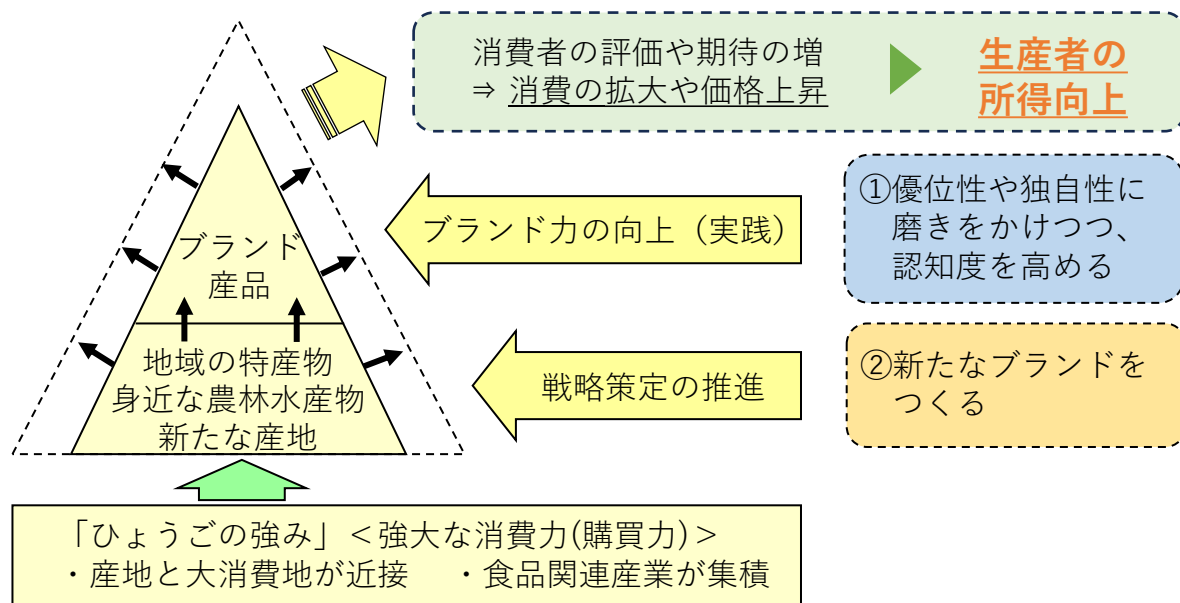
「東部市場フェスタ」での一般県民を対象とした模擬せり
(神戸市中央卸売市場東部市場)

III 農林水産物のブランド化と需要の開拓

- ・ **県産農林水産物のブランド戦略やひょうご食品認証制度の推進**により、その付加価値や消費者の信頼を高め、生産・流通・消費の拡大及び生産者の所得向上を図っている
- ・ また、その認知度向上や需要拡大、販路開拓を図るため、**国内・海外市場の戦略的な開拓**（県域、国内、海外）を進めている

1 ブランド戦略の推進

- ・ 県産農林水産物について、産品が持つ**優位性や独自性（魅力）を明確にする**とともに、大消費地に近接し、食関連産業が集積*する本県の強みを活かしつつ、**課題や価値を高めるための取組などを示した「ブランド戦略」の策定と実践**を推進（※食品出荷額全国第4位 令和3年経済センサス調査）
- ・ ブランド戦略の実践については、①**産品の魅力に磨きをかける**とともに、②**産品の認知度向上や販路開拓、需要拡大に向けた各種施策の展開**というアプローチで推進



【参考：ブランド等の定義】

○ブランド

他の産品と比べ、品質等の優位性や独自性を備え、また消費者がその存在や価値を認知し、これに対して評価と期待を抱いている状態。

○ブランド戦略：

産品の優位性や独自性（魅力）を明らかにするとともに、生産・流通消費を一連で捉え、課題や価値を高めるための取組などを示したもの。

III 農林水産物のブランド化と需要の開拓

(1) ブランド製品の強化や新ブランドの育成

ブランド製品の強化や新ブランドの育成を図るため、**民間企業と連携したPRや知的財産保護（地理的表示（GI）取得）への助言**などを実施

（ブランド製品の例：丹波黒大豆、岩津ねぎ、朝倉さんしょ、淡路島えびす鯛、淡路島3年とらふぐ）

「淡路島3年とらふぐ」の地理的表示（GI）取得

令和6年1月29日に、**淡路島3年とらふぐ**（登録団体 福良漁業協同組合）が**地理的表示（GI）制度に登録**。水産物としては関西初であり、**県産品の登録は神戸ビーフ、但馬牛、佐用もち大豆に続き4例目**。

新ブランド「北播磨のもち麦キラリモチ」のブランド化の推進状況

2017年から加東市で栽培開始、西脇市や多可町に広がり、**令和5年にブランド戦略を策定**。地域では「ひょうごもち麦プロジェクト」としてもち麦の魅力発信に取り組まれている。また、令和6年には、県と**（株）セブン-イレブン・ジャパンとの包括連携協定の取組の一環**で、「兵庫をまるっとグルメフェア」を開催し「**もち麦もっちり！塩こんぶ枝豆おむすび**」を販売。

【フェア概要】

期 間：令和6年4月16日（火）～29日（月）

販売場所：近畿（二府四県）のセブンイレブン約2,790店舗



企業と連携した県産食材を活用した商品のフェア（ポスター）

(2) 製品の魅力の磨き上げ

- 「**ひょうご農畜水産物ブランド戦略スキルアップスクール**」を開催し、商品企画や開発に精通した講師が、**商品のブラッシュアップや販路開拓の助言指導**を実施（令和6年度：令和6年11月27日 テーマ：ECサイト運営の基礎および実践）
- 全日本司厨士協会兵庫県本部との情報交換会**を開催し、料理に精通したシェフ等が、**商品開発や販売に関するアドバイス**を実施（令和5年度実績：3回開催）



事業者の販売力向上に向けたECサイトセミナー（チラシ）

III 農林水産物のブランド化と需要の開拓

(3) ひょうご食品認証制度の推進(安心ブランド、推奨ブランド)

県産食品の安全・安心に対する信頼性を確保するため、県が**個性・特長のある県産食品を確認し認証する「ひょうご食品認証制度」を推進**

ア 兵庫県認証食品数

年度	R元	R2	R3	R4	R5	目標 (R12)
認証食品数	2,172	2,246	2,315	2,347	2,354	2,400
参考 (流通割合※)	39.5%	40.0%	40.7%	39.4%	37.8%	

※流通割合とは県内向け生産出荷量に占める認証食品の割合を示す

イ 主な兵庫県認証食品 (令和6年3月末現在)

区分	食品名	認証数
農産物	米、丹波黒大豆、たまねぎ、レタス、だいこん、葉物野菜、岩津ねぎ、ピーマン、いちじく 等	1,646
畜産物	牛肉 (但馬牛、加古川和牛、淡路ビーフ等)、豚肉 (三田ポーク、ひょうご雪姫ポーク等)、鶏肉 (播州百日どり等)、鶏卵、牛乳 等	40
水産物	ベニズワイガニ、ガザミ、かき、淡路島3年とらふぐ、ほたるいか 等	26
加工食品	ジャム、みそ、豆腐、もち、麺、バジルペースト、ヨーグルト、いかなごぐぎ煮、ちりめん、のり、干カレー、日本酒、純米酢 等	642

ウ 適正な制度運営のための審議・審査体制

- ・ひょうご食品認証**制度推進に係る有識者会議**の開催
- ・ひょうご食品**認証審査に係る有識者会議**の開催
(食品区分ごとの4審査会×年3回)

エ 認証基準

ひょうご推奨ブランド

- ・生産方法、品質等の個性や特長があること
- ・生産履歴の開示体制の整備
- ・関係法令の遵守 など



ひょうご
推奨ブランド
HYOGO RECOMMENDED BRAND

ひょうご安心ブランド

- 推奨ブランドの基準に加え
- ・化学肥料・農薬を5割以上低減
 - ・残留農薬等が国基準の1/10以下
 - ・HACCP認証製造所での製造 など



ひょうご
安心ブランド
HYOGO CONFIDENT BRAND

III 農林水産物のブランド化と需要の開拓

2 国内・海外市場の戦略的な開拓

ひょうご食品認証制度の推進、ブランドの確立による競争力強化及び海外での販路開拓を通じ、県産農林水産物・加工食品の生産・流通・消費の一層の拡大を図ることを目的とした、「ひょうごの美味し風土拡大協議会」が中心となり、**エリア（県域、国内、海外）に応じた各種施策を展開**

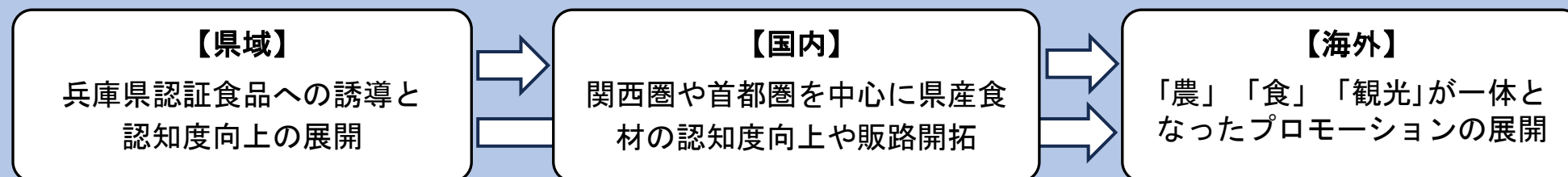
ひょうごの美味(うま)し風土(FOOD)拡大協議会

設立年月：平成22年4月27日

構成員：40団体（生産関係(10)、流通関係(9)
消費関係(5)マスコミ(12)、行政等(4)）

事務局：流通戦略課

【エリア毎の戦略】



(1) 県域での展開

量販店での兵庫県認証食品コーナーの設置やキャンペーン、PRイベントなどを通じ、消費者への認知度向上を図りながら、販売拡大を推進

ア 兵庫県認証食品登録販売店でのPR

- ・ 認知度向上・販売拡大を図るため、認証食品を取り扱う**登録販売店と連携し**、認証食品を集めた売り場づくり等を通じた**PR活動を実施**
(登録販売店：539店舗 令和6年10月末時点)
- ・ 認証食品の需要拡大を図るため、**生産者と登録販売店等との商談会を開催**（実施時期：令和7年2月上旬を予定）



認証食品モデルショップでのPR
(イオン神戸南店)

Ⅲ 農林水産物のブランド化と需要の開拓

イ 兵庫県認証食品登録飲食店でのPR

- ・飲食店での認証食品取扱量の増加を目指し、**認証食品を食材利用する飲食店**を「認証食品が食べられるお店」として**登録**
(登録飲食店：155店舗 令和6年10月末時点)
- ・県内の兵庫県認証食品登録飲食店27店において、三田ポークのロースカツ丼など、兵庫県認証食品が食べられる「**これも兵庫～兵庫県認証食品オータムフェア**」開催(実施期間：令和6年11月1日～11月30日)
来店者からは「フェアで初めて知った」「購入したい」との声



これも兵庫～兵庫県認証食品
オータムフェア～ポスター

ウ 保育園等での兵庫県認証食品のPR

認証食品応援モデル園(公募による5園)で、認証食品を題材とした紙芝居の読み聞かせや、はばタン着ぐるみとのふれあいを通じた**PR活動を実施**(実施時期：令和6年12月～令和7年2月を予定)



認証食品や「食」へ関心を高めるための
保育園でのPR活動(令和5年度)

エ 県内スーパー等での販売拡大支援

県南地域の量販店等での県産農林水産物の販路拡大を図るため、量販店等への**新たな広域配送ルートモデルづくりや、店頭でのPR活動に対し支援**(新たに量販店16店舗へ配送するルートを構築(令和6年11月時点))

【兵庫県民農林漁業祭の開催】

県産農林水産物の展示・販売・体験等を通じて、ひょうごの「食」と「農」への県民理解を促すため、第45回兵庫県民農林漁業祭を開催。
(兵庫県認証食品フェスティバル2024を同時開催)

- 日時：令和6年10月19日(土)、20日(日)
- 場所：県立明石公園内(千畳芝)
- 出展者数：91出展者、○来場者数：約14,000人



認証食品フェスティバルコーナー
を設置し県民へPR

III 農林水産物のブランド化と需要の開拓

(2) 国内での展開

関西圏や首都圏を中心に**県産農林水産物・加工食品の認知度向上や販路開拓**に向け、**展示商談会出展**や、**外食チェーン店や百貨店等と連携した食材フェア**、**情報発信**などを展開

ア 食品展示商談会への出展

全国最大規模の展示商談会「**スーパーマーケット・トレードショー2025**」（令和7年2月12日～14日、幕張メッセ）や「**フードストアソリューションズフェア2024**」（令和6年9月4日～5日、インテックス大阪）で県ブースを設置（平均商談数：48.6件/社（SMTS2024）、20.3件/社（FSSF2024））

イ 外食チェーン店等と連携した食材フェアの開催

(ア) 和・洋菓子店での「**コレも兵庫～HYOGO SWEETS FAIR～**」の開催

- 開催場所：県内の和・洋菓子店40店舗
- 開催期間：令和6年10月1日～10月31日
- 使用食材：いちじく、丹波大納言小豆、コトリ育むお米 など12品目

(イ) 飲食店でのフェアの開催

・**コレも兵庫！HYOGOうまいもんCOLLECTION**（株ワールド・ワと連携）

- 開催場所：「ひょうご五国ワールド神戸三宮横丁」ほか3店舗
- 開催期間：令和6年10月9日～11月4日
- 使用食材：丹波黒大豆、丹波栗、香住ガニ、もち麦 など18品目
- 開催結果：来店者数26,180人、うちフェアメニュー6,679皿提供

・**兵庫県産食材を味わうこなの春パスタ**（株ホトマックと連携）

- 開催場所：和パスタのお店「こなの」18店舗（県内、関西、首都圏）
- 開催期間：令和6年3月1日～5月31日（令和6年度は3月～実施予定）
- 使用食材：淡路島えびす鯛、淡路島産玉ねぎ、ペリーラ など4品目
- 開催結果：来店者数270,543人、うちフェアメニュー15,524皿提供



首都圏の展示会での兵庫県ブース出展による販路開拓支援（令和5年度）



（左）いちじくのケーキ
（右）丹波黒大豆のシフォンケーキ



フェアポスター
（左）HYOGOうまいもんCOLLECTION
（右）こなの春パスタ（令和5年度）

III 農林水産物のブランド化と需要の開拓

ウ 百貨店と連携した食材フェアや地域商社を介した規格外品活用の拡大

- ・全国最大規模の売上を誇る「伊勢丹新宿店」で**五国の食材を販売するフェアを開催**

- 開催期間：令和6年2月21日～2月27日（令和6年度は2月に実施予定）
- 販売食材：ズワイガニ、ホタルイカ、播州百日どり、岩津ねぎ など16品目
- その他：同店の食メディア「FOODIE」で食材や生産者の情報を発信
- 結果：総来店者数248,293人、FOODIE発行数33,000部



伊勢丹新宿店でのフェアによる首都圏消費者へのPR（令和5年度）

- ・農産物の規格外品の活用など、**地域商社を介してSDGsに配慮した商品を開発・販売**

- 主な取組：オックス・ラ・大地(株)で有機ほうれんそうを使ったレトルカレー（R6.8～）を販売
- (株)オイシスであまクイーンを使った菓子パン（R6.10～）を販売



規格外農産物を活用した商品開発（ほうれんそうのカレー）

エ ECサイトを活用した県産農林水産物の販売支援 [再掲]

ECサイトへの出店に向けた基礎知識等を習得するためのセミナーを開催

オ 情報発信の強化

(ア) 兵庫の美味しいものまとめサイト「御食(みけつ)国(くに)ひょうご」

- ・全農兵庫や県漁連等の県内農林水産団体等が運営する10のECサイトの情報が1カ所で閲覧できる「**兵庫の美味しいものまとめサイト『御食国ひょうご』**」を運営
- ・サイト内では、県産食材の魅力や調理方法や購入場所、イベントの情報も発信

(イ) SNS等の活用

協議会ホームページの情報充実や、**メールマガジンやフェイスブックなどで食材やイベントの情報を発信**



複数ECサイトの食材が一括で検索できる「御食国ひょうご」



III 農林水産物のブランド化と需要の開拓

(3) 海外向けの展開

- ・人口減少等に伴う国内市場の縮小が予測される中、新たな需要先となる海外市場での販路開拓を図るため、**アジアやEU、北米をターゲットとした輸出プロモーション**を実施
- ・**輸出先国での規制対応に必要な施設整備の支援**や**輸出に関する情報を事業者等へ発信**

【主な兵庫県産品の輸出額（推計）】

年度	R3年度	R4年度	R5年度
輸出実績	139.8億円	143.9億円	129.0億円

※兵庫県調べ

【神戸ビーフ、兵庫県産米等の累積輸出実績】

神戸ビーフ(H23~R5)	549.0 t
兵庫県産米(H24~R5)	523.3 t
日本酒(H27~R5)	78,917kℓ

※兵庫県調べ

ア 現地でのプロモーション

(ア) フランス（パリ）

- ・現地日本食材店「TAKUMI FLAVOURS」での**一般消費者に向けたテスト販売**
 - 販売期間：令和6年10月15日～12月中旬（参加事業者：7事業者）
 - 販売商品：明石のり、コトリ育むお米加工品、丹波大納言小豆加工品など
- ・世界最大規模の食品・飲料展示会「**SIAL Paris**」での**全国知事会主催イベント**において**バイヤーやメディアに県産食材・加工品をPR**

- 開催日：令和6年10月21日
- 展示商品：丹波黒大豆加工品など
- 開催結果：イベント出席バイヤー等120名

(イ) アメリカ（ロサンゼルス）

- ・食品・飲料展示会「**Japanese Food Expo in ロサンゼルス**」での**一般消費者やバイヤーに県産食材・加工品をPR**

- 開催日：令和6年11月2日（参加事業者：5事業者）
- 販売商品：ハモ、丹波黒大豆加工品、もち麦加工品など
- 開催結果：入場者数約2,000名（業界関係者及び一般消費者）



全国知事会主催イベントでの兵庫県ブース設置によるバイヤー等へのPR(パリ)



Japanese Food Expoでの兵庫県ブース設置によるバイヤー等へのPR(ロサンゼルス)

III 農林水産物のブランド化と需要の開拓

【参考：近年の主な県産品輸出促進プロモーションの取組】

年度	実施国・地域	出品者等
R3	香港、マレーシア、フランス（パリ）、UAE（ドバイ）	明石だこ、牡蠣、明石鯛、朝倉山椒等 111品目/60事業者
R4	香港、マレーシア、フランス（パリ）	牡蠣、明石鯛、日本酒、朝倉山椒、等 60品目/26事業者
R5	香港、マレーシア、タイ、フランス（パリ）	香住ガニ、明石鯛、日本酒、朝倉山椒、海苔等 57品目/31事業者

イ 国内での取組

(ア) バイヤー招聘

日本食材を取り扱う**香港のバイヤー**を**県内の生産地等に招聘し、生産者等との商談を実施**

- 〔○実施日：令和6年12月9日、10日（訪問先：5事業者）〕
- 〔○商品：乾麺、香住ガニ、朝倉山椒、マガキ、ノリの生鮮品や加工品〕

(イ) 海外の規制への対応（HACCP等対応施設整備事業）

輸出向けHACCP等の認証の取得による**輸出先国の規制対応に必要な施設や機器の整備**を支援（令和6年度実施見込：2件）

ウ 輸出セミナー等の開催

(ア) 輸出商社と連携した情報交換会

生産者等のニーズに合わせた**セミナー**や**県内輸出商社との情報交換**を実施

(イ) ひょうご農畜水産物・加工食品輸出促進ネットワーク

輸出志向の高い県内企業等が参画する「**ひょうご農畜水産物・加工食品輸出促進ネットワーク**」（平成26年度にジェトロ神戸と共同で設立）において、**輸出に関する研修会等の情報を提供**

- 〔○ネットワーク参画数：269 企業・団体等〕
- 〔○メールマガジン配信数：21件（令和6年度11月時点）〕



香港のバイヤーによる
産地訪問



輸出を見据えた包装時の品質保持
に必要な機器(封函機)の導入支援

IV 県産県消等の推進

- ・ 県民と生産者の接点となる直売所の整備や機能強化などにより生産者による直売活動を進めるなど、県産県消を実践できる機会創出を推進。
- ・ 特に、次代を担う児童・生徒に対しては、県内の農林水産業と結びついた身近な食材に接することができる学校給食を通じ、本県の食と「農」への理解促進を図っている。

1 購入機会の拡充

(1) 直売所の魅力向上に向けた取組

- ・ 新鮮で安全な旬の県産農林水産物等の購入機会の拡大を図るため、直売所の整備や機能強化及び直売所向け生産活動に必要な機械や資材の導入を支援（生産強化5件、整備7件 令和6年11月末時点）
- ・ また、販売手法等に高いノウハウを持つ専門アドバイザーの派遣を通じて、直売所利用者の目にとまる商品POPの作成、売り場レイアウトの改善など魅力ある売り場づくりやSNS等を用いた新たな販路開拓を支援（派遣団体：15団体 令和6年11月末時点（予定含む））

(2) 情報発信力の強化

県内直売所がSNSで発信する旬の農林水産物情報を、流通戦略課インスタグラムやECサイト「御食国ひょうご」でもまとめて紹介し、情報発信力を高めることで集客力の向上を図っている。

【直売所の年間利用者数の目標】

現状(R5)	中間(R7)	目標(R12)
2,432万人	3,580万人	4,180万人



アドバイザー派遣により魅力ある売り場づくりを指導（南あわじ市）



「御食国ひょうご」で県内直売所の情報を一元的に発信

IV 県産県消等の推進

2 学校給食における県産食材の供給拡大

(1) 学校給食アドバイザーの派遣

学校給食関係者、生産者などそれぞれの課題解決やニーズの調整をサポートする学校給食アドバイザーの派遣を通じて、県産食材の利用拡大や供給体制の構築に取り組む市町等を支援（支援件数：4件 令和6年11月末時点）

(2) 県産食材加工品の利用支援

県学校給食・食育支援センターが扱う県産食材を原料とする加工品等を学校給食に提供する際に、**県外産食材を原料とする加工品との価格差を補填**することにより、県産食材の利用拡大及び県産県消による食育を推進（利用市町：1市町 令和6年11月末時点）

(3) 学校給食ファームの育成支援

学校給食での使用頻度が高い農産物を安定的かつ継続的に供給できる生産体制の構築や、県産農産物の利用時期の拡大を目的とし、保存・一次加工に向けた試験研究に取り組む生産団体等を支援（支援件数：4件 令和6年11月末時点）

(4) 学校給食・食育活動の実践支援

児童、栄養教諭に対する食や「農」への理解を深める学びや**体験学習、出前講座を行う生産者団体等を支援**（支援件数：6件 令和6年11月末時点）

(5) 県産有機農産物学校給食活用促進事業

児童や栄養教諭が、**県産有機農産物の特長や環境負荷の少ない農業の価値への理解を深められるよう**、給食への食材提供と出前講座を行う生産者団体等を支援（支援件数：3件 令和6年11月末時点）



有機農産物の活用に向けて実施した給食アドバイザー派遣（明石市）



有機農業の出前講座により中学生へ食農教育（伊丹市）

IV 県産県消等の推進

3 おいしいごはんを食べよう県民運動の推進

- ・平成9年から、①国内の食料自給率の向上、②生活習慣病を予防する食生活の啓発、③**水田の持つ環境保全と災害防止機能の維持**、④**震災を教訓とした農業・農村の活性化**をテーマに、「**ごはん**」中心の健康的な食生活を推進する「**おいしいごはんを食べよう県民運動**」を展開
- ・県域団体、企業、行政と学識経験者を会員とする協議会を設立し、各会員が県内で様々な実践活動を実施
- ・県民の自発的な実践活動を促し、県民運動を持続的に盛り上げていくため、世代に応じた施策を進め、**特に次代を担う若い世代**を意識した普及啓発を継続的に推進

【ごはん食普及啓発実践活動参加者数の目標】

現状(R5)	中間(R7)	目標(R12)
110万人	110万人	112万人

おいしいごはんを食べよう県民運動推進協議会

設立年月：平成11年7月19日

構成員：226団体（団体(113)、企業(64)、
県・市町(43)、学識経験者(6)）

事務局：流通戦略課

(1) おいしいごはんを食べよう県民運動の活動内容

ア かまど炊飯体験の実施

幼児と保護者に対して、かまど炊飯による感動体験と保護者への食育講義を組み合わせた啓発活動を実施（実施園：14園、参加者数：1,439人 令和6年11月末時点（予定含む））

イ お弁当・おむすびコンテストの開催

小・中・高校生がお米やごはん食について学び、アイデアあふれるお弁当・おむすびのメニューを考案してもらうコンテストを開催
（令和6年度の応募総数：11,553点）



お弁当コンテスト最優秀賞



おむすびコンテスト最優秀賞

IV 県産県消等の推進

ウ お米de部活応援！事業の実施

高等学校で部活動を行う生徒を対象に、補食でごはんを食べることを通じ、お米やごはん食の大切さについて理解を深め、ごはん食を増やす取組を実施。併せて、取組内容を若い世代に広く紹介するため、ラジオ番組やWEBサイト・SNSで広く情報発信

(実施校：3校 参加者数：250人 令和6年11月末時点（予定含む）)

エ 大学生との連携事業

(ア) お米レシピブックの作成・配布

神戸女子大学健康福祉学部健康スポーツ栄養学科の学生と味の素株式会社との連携による、手軽で簡単に作れるお米レシピブックの作成・配布を通じ、家庭でのお米の消費拡大を推進



お米レシピブックを作成・配布し家庭での消費拡大を推進

(イ) 米粉スイーツの開発

神戸女子大学健康福祉学部健康スポーツ栄養学科の学生と株式会社ワールド・ワンの連携により開発した米粉スイーツの情報発信を通じて米粉の認知度を向上

(ウ) ワーキングチームの設置

大学生による事業計画の評価、検証を行い、若年世代の関心を引く事業を展開し、お米の消費拡大を推進するため、神戸大学農学部の学生によるワーキングチームを設置



若者の意見を取り入れるためのワーキングチーム活動

オ お米・ごはん推進フォーラムの開催

日本型食生活の大切さやごはん食の重要性を伝えるための講演会を開催

○開催日：令和7年2月15日（土）（予定）

○テーマ：ごはん食とスポーツ栄養学について（予定）

V バイオマスの活用を通じた地域活性化の推進

地域の活性化や**地球温暖化の防止、循環型社会の形成**を目指し、家畜排せつ物、食品廃棄物や農作物残さ、木質系未利用材などのバイオマスの肥料化や飼料化、エネルギー化等を図る利活用を推進

バイオマス利活用の現状と目標

項目	現状 (R4)	目標 (R12)
バイオマス利活用率	91%	92%
バイオマスecoモデル登録数	66件※	100件
バイオマス活用推進計画策定市町数	15市町※	26市町

※令和5年度末現在

1 兵庫県バイオマス活用推進計画の推進

- ・バイオマス利活用の取組を一層拡大・発展させていくため、「**兵庫県バイオマス活用推進計画2030**（令和3年7月）」を策定
- ・計画に基づき、バイオマスの地産地消と利活用で生じる副産物の利用も含めたバイオマス資源の最大限の有効活用を促進

2 バイオマス利活用の推進状況

(1) バイオマス利活用の意識醸成と関係者の連携強化

県民、事業者、市町担当者等を対象に、バイオマス利活用の事例発表や講演を行う「**バイオマス活用推進大会**」の開催による**普及啓発**（令和6年度 参加者53名）

(2) 「ひょうごバイオマスecoモデル登録制度」の推進

県内の市町や事業者等の先導的なバイオマス利活用の取組を登録し、推進大会での事例発表やホームページ等での**情報発信を通じて取組の普及・拡大を推進**（令和5年度登録2件、令和5年度末時点累計66件）

(3) フードバンクと食品関連事業者等との連携推進

マッチング支援により、食品企業や農業団体によるフードバンク活動への協力を促すことで、食品廃棄物の発生抑制の取組を実施



バイオマス活用推進大会での普及啓発



食品残さを活用したバイオマス発電プラント（ecoモデルの事例）