

農林水産物の安定供給及び ブランド力強化について

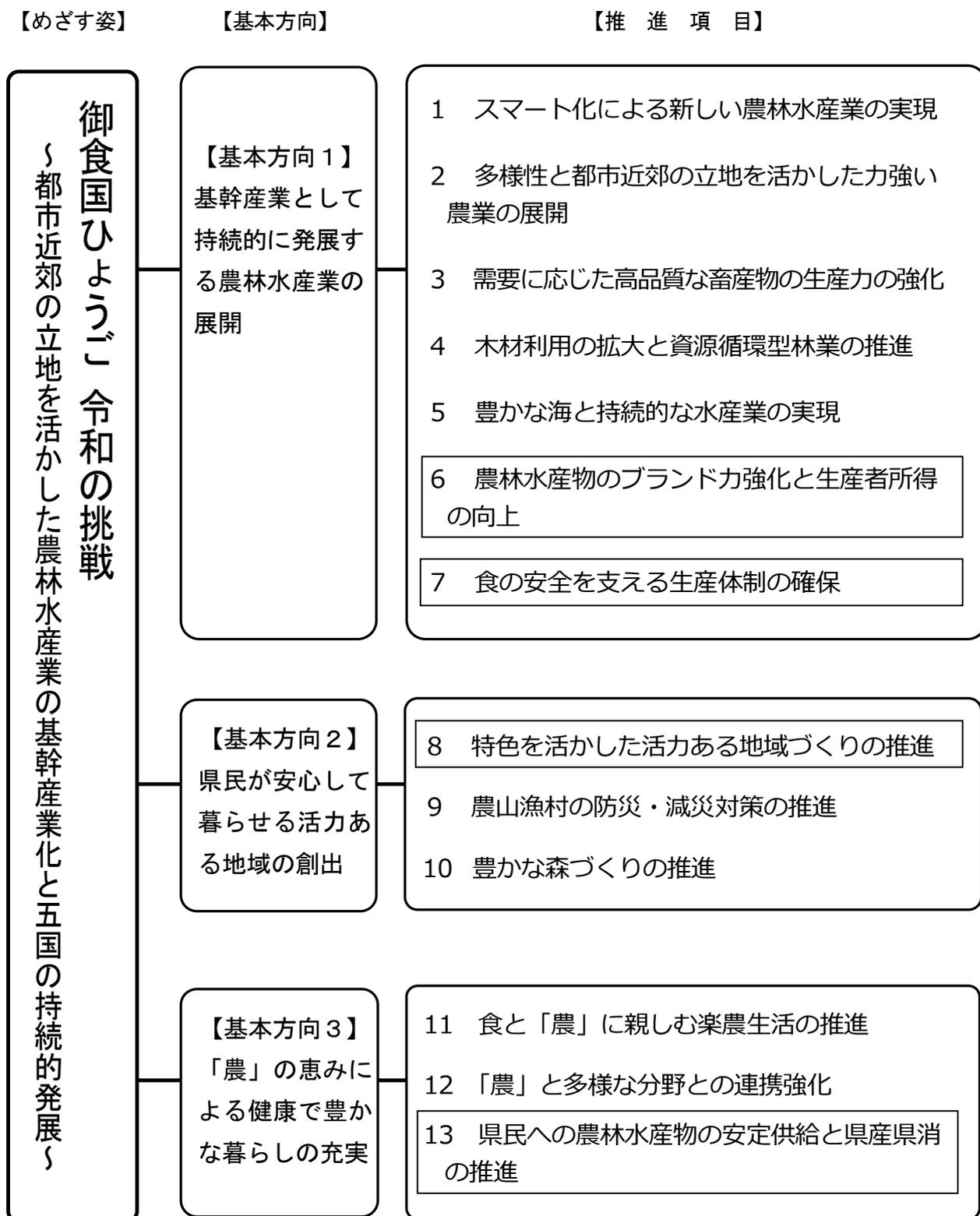
令和6年1月

農林水産部流通戦略課

目 次

ひょうご農林水産ビジョン2030施策体系表	3
I 食への信頼確保	
1 食を巡る状況とその対応	4
2 食品への消費者の信頼確保	4
II 食の安定供給	
1 卸売市場の現状	7
2 卸売市場の機能強化に向けた取組	9
III 農林水産物のブランド化と需要の開拓	
1 ブランド戦略の推進	11
2 国内・海外市場の戦略的な開拓	14
IV 県産県消等の推進	
1 購入機会の拡充	20
2 学校給食における県産食材の供給拡大	20
3 おいしいごはんを食べよう県民運動の推進	22
V バイオマスの活用を通じた地域活性化の推進	
1 兵庫県バイオマス活用推進計画の推進	23
2 バイオマス利活用の推進状況	24

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



※ は、本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県立消費生活総合センター等における総合相談窓口の設置、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」に基づく食の安全と消費者の信頼確保のための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や消費の拡大などに取り組んでいる。

【食の安全と消費者の信頼確保に係る主な取組】

年度	主な取組	主な出来事
15	○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	◆米国産牛肉の輸入停止（BSE）
16	◎ひょうご食品認証制度創設	
18	◎「食の安全安心と食育に関する条例」施行	
20	◎「兵庫県食品表示連絡協議会」設置	◆中国産うなぎ蒲焼きの産地偽装 ◆事故米穀の不正規流通
21	○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）	
22	○米トレサ法により取引等記録の作成保存が義務化	
23	○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）	◆原子力発電所事故に伴う食品の放射能汚染問題発生
27	○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	○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	◆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
R3	○全ての食品事業者へ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	◆外国産のアサリの産地偽装
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（R4.12施行）	
R5	○遺伝子組換えに関する新たな任意表示制度施行	◆本県内の農場で豚熱発生

○：国の取組 ◎：県の取組

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適正表示等に関する監視・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している。

(1) 食品表示等適正化対策

JAS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、周知を図っている。

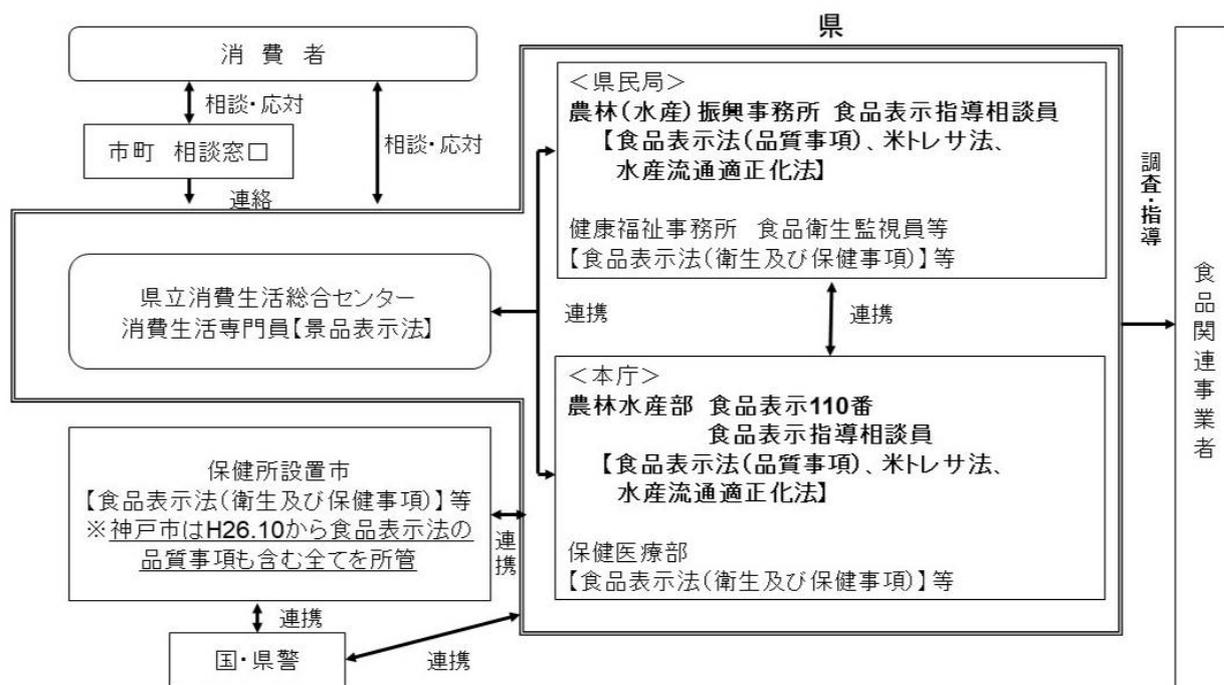
本県では、食品表示法で規定する表示事項のうち、品質事項（JAS法由来）を農林水産部が、衛生事項（食品衛生法由来）及び保健事項（健康増進法由来）を保健医療部が所管している。

また、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行っている。

【農林水産部が所管する食品表示等に係る関係法令】

法令等名	品名	義務表示事項等
食品表示法	生鮮食品（農産物・水産物・畜産物）	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、製造業者、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	用途限定米穀（加工用米、飼料用米等）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措置等
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】

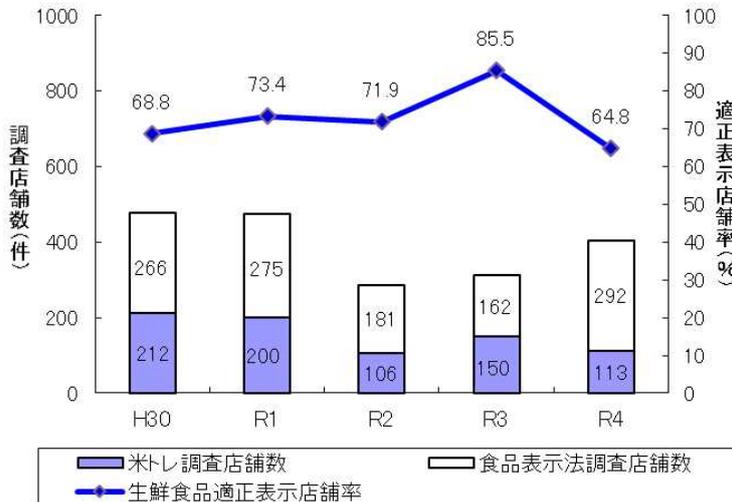


[参考：景品表示法は、一般消費者に誤認される「優良誤認表示」等不当な表示を禁止]

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・指導を実施している。

県内における食品表示 巡回調査結果



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な対応を行っている。

【食品表示110番通報受付件数】

H30年度	R1年度	R2年度	R3年度	R4年度
89件	36件	67件	65件	45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・公表等の措置を行っている。

【食品表示法に基づく指示・公表件数】

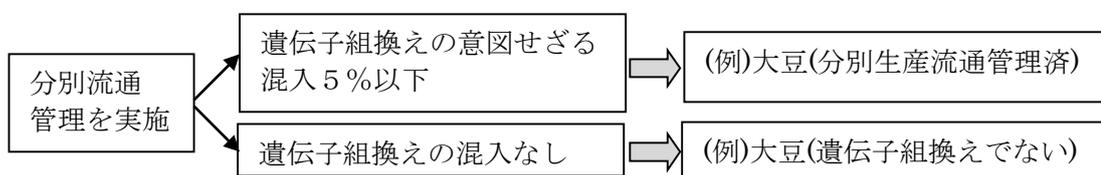
H30年度	R1年度	R2年度	R3年度	R4年度
1件	1件	0件	0件	0件

※ 不適正表示の例：実際の産地と異なる産地を表示するなどして販売等

【遺伝子組換えに関する任意表示制度（令和5年4月～）】

食品表示基準の改正により、大豆及びとうもろこし並びにそれらを原材料とする加工食品について、分別流通管理を行い、遺伝子組換えの混入がないと認められるもののみ非遺伝子組換え農産物である旨の表示が可能になった。

事業者等の相談受付や巡回指導、セミナー開催により周知を図っている。



(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にある。

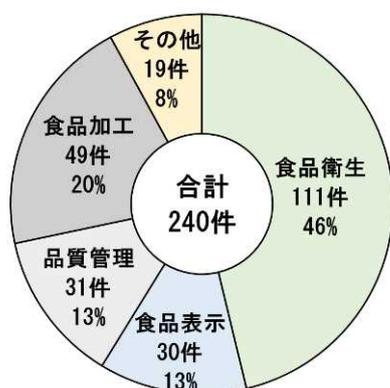
このため、県では一般社団法人兵庫県食品産業協会に「食品企業安全・安心相談室」の設置を委託し、各企業からの品質・衛生管理や食品表示等に関する相談の対応や助言、研修等を行い、食品製造業者の安全・安心確保に向けた取組を支援している。

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 98 団体・企業

ア 相談対応（令和4年度）



区分	主な相談内容
食品衛生	製造所・製品等の衛生管理 等
食品表示	食品の種類に応じた表示方法 等
品質管理	加工施設の管理、加工食品の保存性、保存方法 等
食品加工	特産品の活用、新製品開発 等
その他	食品産業振興策 等

イ 研修会、会議での指導助言（令和4年度）

回数	参加者	テーマ
33回	食品企業・加工グループ等	<ul style="list-style-type: none"> 食品製造に係る衛生対策 農産加工品等の開発企画 等

ウ 「食品企業安全・安心管理マニュアル」の策定支援

県は、一般社団法人兵庫県食品産業協会による農産物加工製造工程やHACCPに基づく衛生管理研修、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している。

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している。

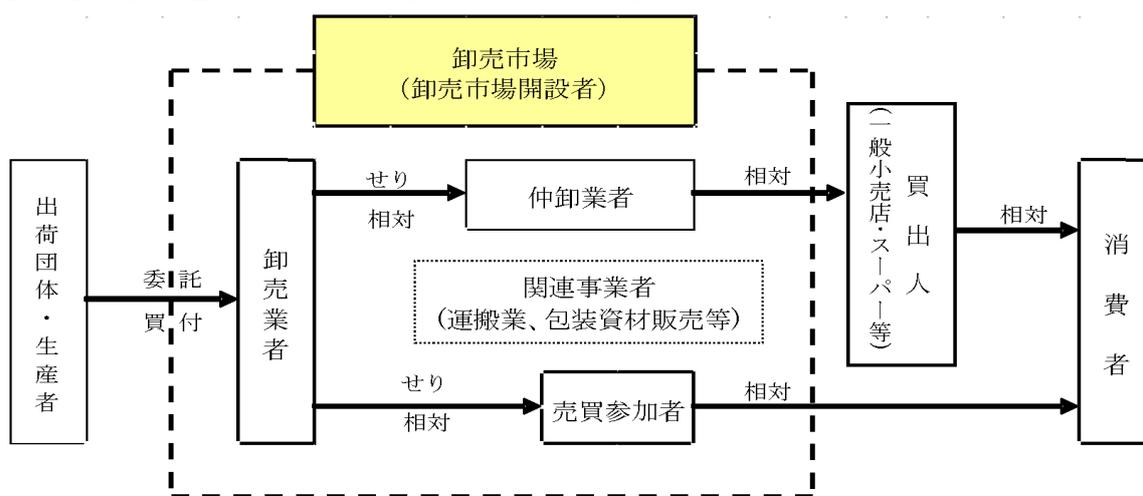
1 卸売市場の現状

(1) 卸売市場の機能・役割

【卸売市場の主な機能】

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】



【卸売市場の種類】

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㎡、それ以外：1,500㎡)
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

(2) 本県の卸売市場の認定状況(令和5年11月末現在、水産産地市場を除く)

取扱品目 種類	取扱品目						取扱金額※ (億円)
	総合	青果	水産	食肉	花き	計	
中央卸売市場	3	0	0	1	0	4	1,230
地方卸売市場	8	1	2	3	1	15	714
計	11	1	2	4	1	19	1,944

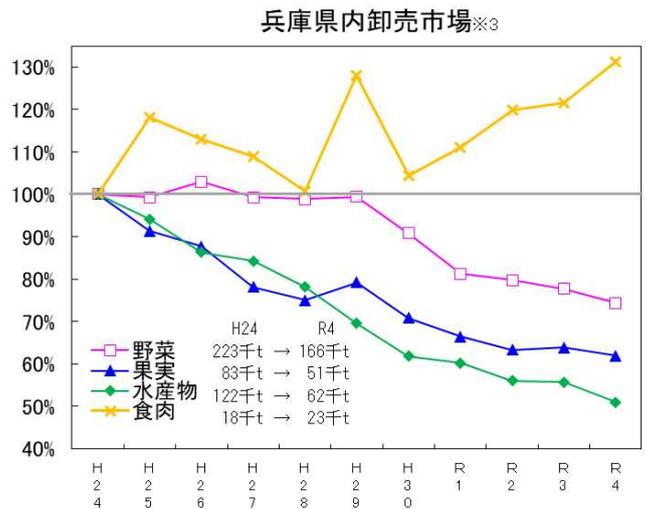
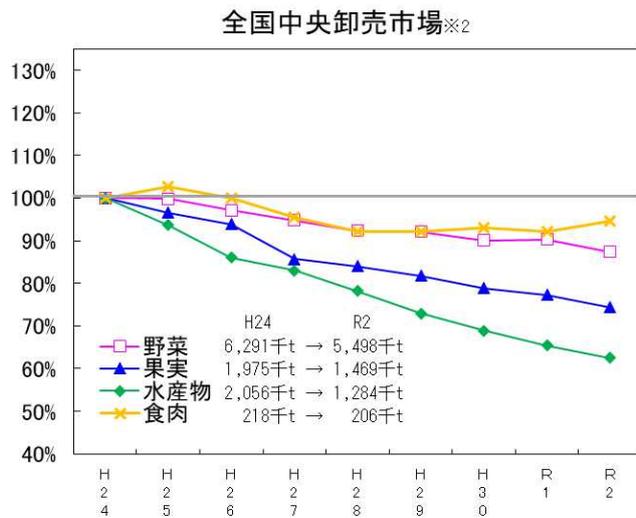
※ 取扱金額は令和4年度実績（資料：流通戦略課調べ）

(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している。

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考えられる。

【卸売市場取扱量の増減率※1】

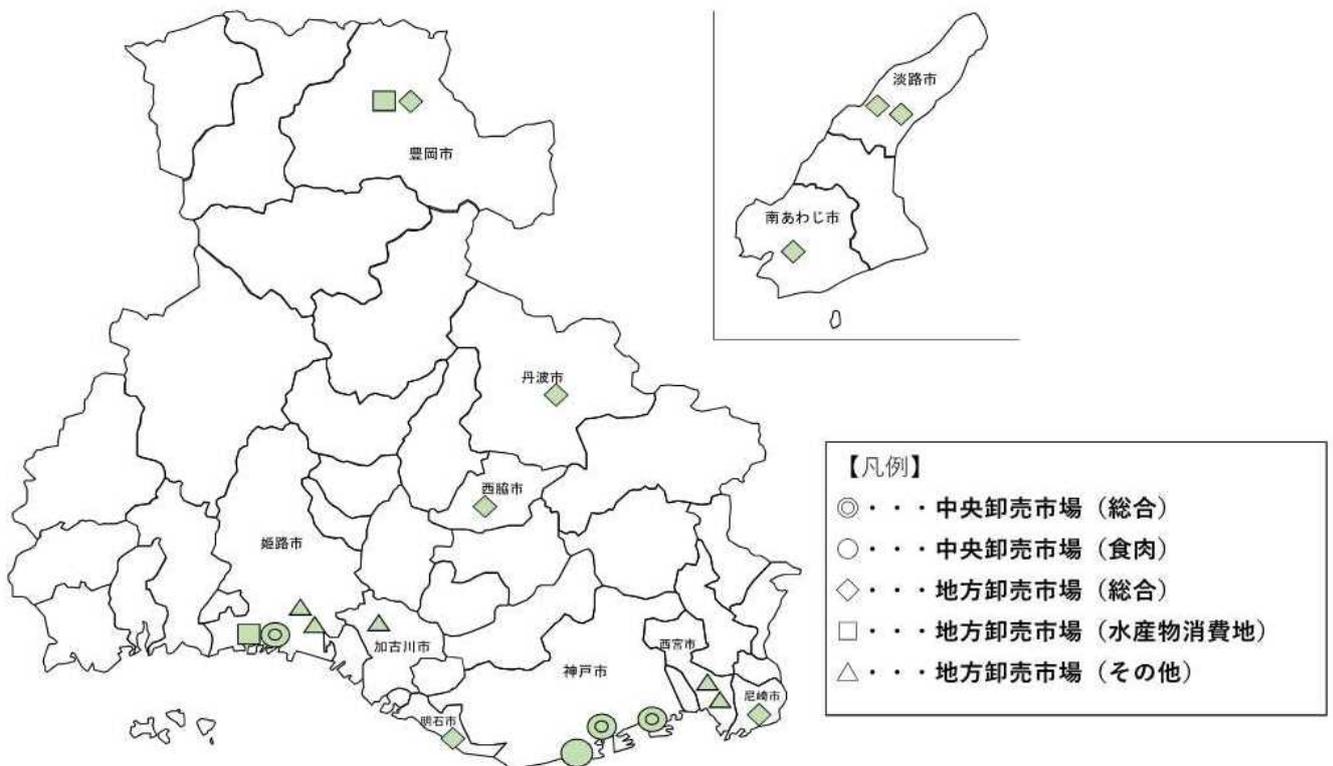


※1 平成24年を100%とした増減率を示している。

※2 農林水産省調べ、R3年度以降非公表

※3 流通戦略課調べ

【本県卸売市場位置図】



2 卸売市場の機能強化に向けた取組

県内卸売市場は、生産・流通・消費の各段階をつなぐ役割を担う施設として、立地条件、規模、取扱品目など各卸売市場の特長を活かして、機能を維持、強化していく取組を進めている。

(1) 卸売市場活性化推進方策の策定、推進

令和2年6月の改正卸売市場法の施行により、直荷引き（仲卸業者が産地等から卸売業者を介さずに商品を仕入れること）の禁止等の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となった。

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する。

兵庫県卸売市場活性化推進方策に掲げる今後の取組

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

(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）

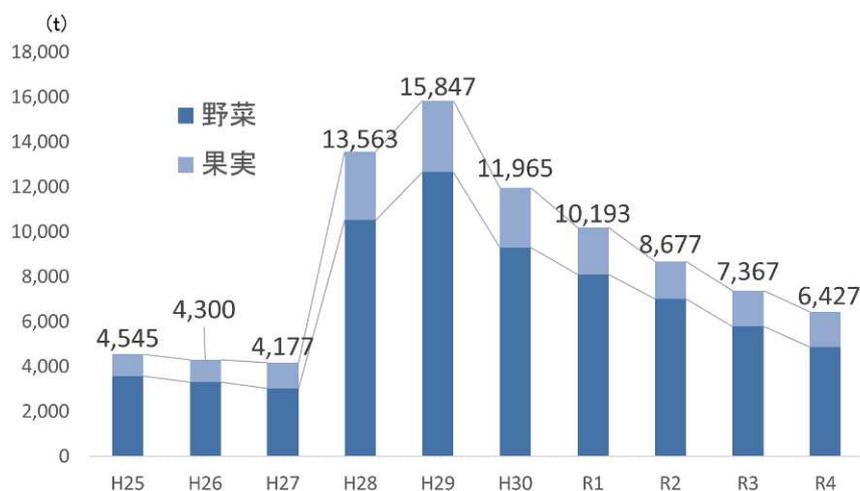
県内市場が連携して集荷力の強化を図る「ひょうご卸売市場協働ネットワーク推進協議会」の活動を促進し、協働集荷の拡大を進めている。

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

【協働集荷取扱数量の推移】



【協働集荷】

ある卸売業者が取り扱う商品を他市場の卸売業者の分もまとめて発注するなど、各卸売業者間で連携して集荷する方法。

今まで取扱いの無い産地や時期の商品を仕入れることができるようになり、県内市場の集荷力が高まる。

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高めている。

(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図っている。



姫路市中央卸売市場での親子料理教室

(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している。

【姫路市中央卸売市場が移転、開場】

姫路市中央卸売市場が、白浜地区への移転を完了し、令和5年3月に新市場が開場した。新市場は、閉鎖型で温度・衛生管理を高度化し、コールドチェーンへの対応が可能な施設となっている。また、場内物流の効率化や防災機能の向上が図られた。



新市場でのせりの様子（青果）

Ⅲ 農林水産物のブランド化と需要の開拓

生産から流通、販売までを一連のものとして捉え、①製品ごとのブランド戦略の推進、②ひょうご食品認証制度の推進等により、付加価値を高め、消費者に信頼される県産農林水産物の生産、流通、消費の拡大を図り、生産者の所得向上につながる産地の育成・強化等を進めている。

1 ブランド戦略の推進

県産農林水産物について、それぞれの産品が持つ優位性（魅力）を明確にしながら、大消費地に近接し、食関連産業が集積している本県の強み^{*}を活かし、生産、流通、消費の全体を見通した製品ごとのブランド戦略の策定・実践を進めている。

ブランド戦略については、①既存のブランド産品に磨きをかけるとともに、②地域の特産物を新たにブランドとして高めるという2つのアプローチを進めている。

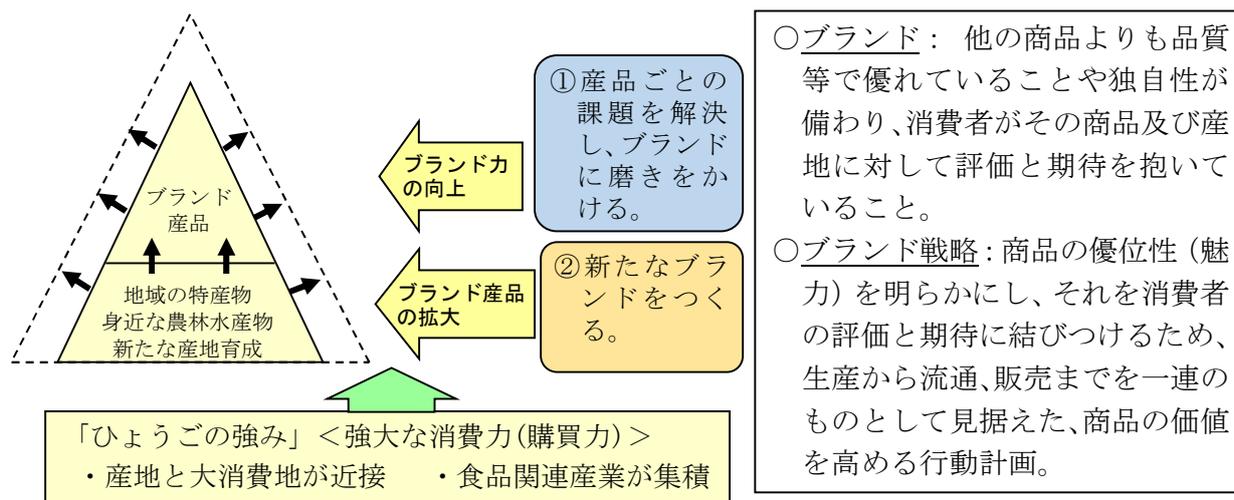
^{*}出荷額は全国第4位であり、全国有数の食品製造県である。

【本県の食品製造業（4人以上事業所）の地位（令和3年経済センサス活動調査）】

区分	食品製造業	県内製造業に占める割合	備考
事業所数	1,040 箇所	14.6%（第2位）	第1位 金属製品 第3位 生産用機械
従業員数	58,855 人	16.9%（第1位）	第2位 輸送用機械 第3位 電気機械
製造品出荷額	21,708 億円	14.3%（第1位）	第2位 化学 第3位 鉄鋼

注：食品製造業は「飲料・たばこ」を含む。

【参考：ブランド等の定義】



(1) ブランド戦略の展開

ブランド戦略の策定・実践に向けた指針となるマニュアルに基づき、ブランド化に取り組む産地を支援するとともに、商品開発や販路開拓などの専門知識を有する人材を育成するため、実践的なセミナーを開催している。

また、ブランド産品の認知度向上を図りながら、その産品に合った販売エリア（県域、国内、海外）を設定し、そのエリアに応じた販売や販路開拓を支援している。

ア モデル産地への支援

既存ブランドの強化、新たなブランドの育成を図るため、意欲的にブランド化に取り組む産地・品目（品目例：丹波黒大豆、岩津ねぎ、コウノトリ育むお米、朝倉さんしょ、淡路島たまねぎ、明石鯛など）をモデル産地として、SNSを活用したPR等による認知度向上の取組や産地のキーマンとなる人材育成、全国商談会への出展や輸出セミナーの開催等を通じた国内外での販路拡大等、その活動を支援している。

【「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を開始し、現在では西脇市・多可町でも拡大し、令和5年にブランド戦略を策定した。

もちりとした食感や特性を活かした麺類、パン、菓子等の商品開発、ホテルやレストランでの料理提供など、もち麦の魅力を発信する「ひょうごもち麦プロジェクト」に取り組んでいる。



イ 人材育成

ブランド化に取り組む産地のキーマンを育成する「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・開発等に精通した講師が、参加事業者へ各商品のブラッシュアップや販路開拓に向けた助言・指導を行った。（令和5年度スキルアップスクール参加事業者数：9事業者）



商品プレゼンの状況

ウ 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」を推進し、ブランド戦略を進めるうえでベースとなる兵庫県認証食品の生産、流通、消費の拡大を図っている。

(7) 兵庫県認証食品数

年度	H30	R元	R2	R3	R4	目標 (R12)
認証食品数	2,130	2,172	2,246	2,315	2,347	2,400
参考(流通割合*)	39.1%	39.5%	40.0%	40.7%	39.4%	

※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

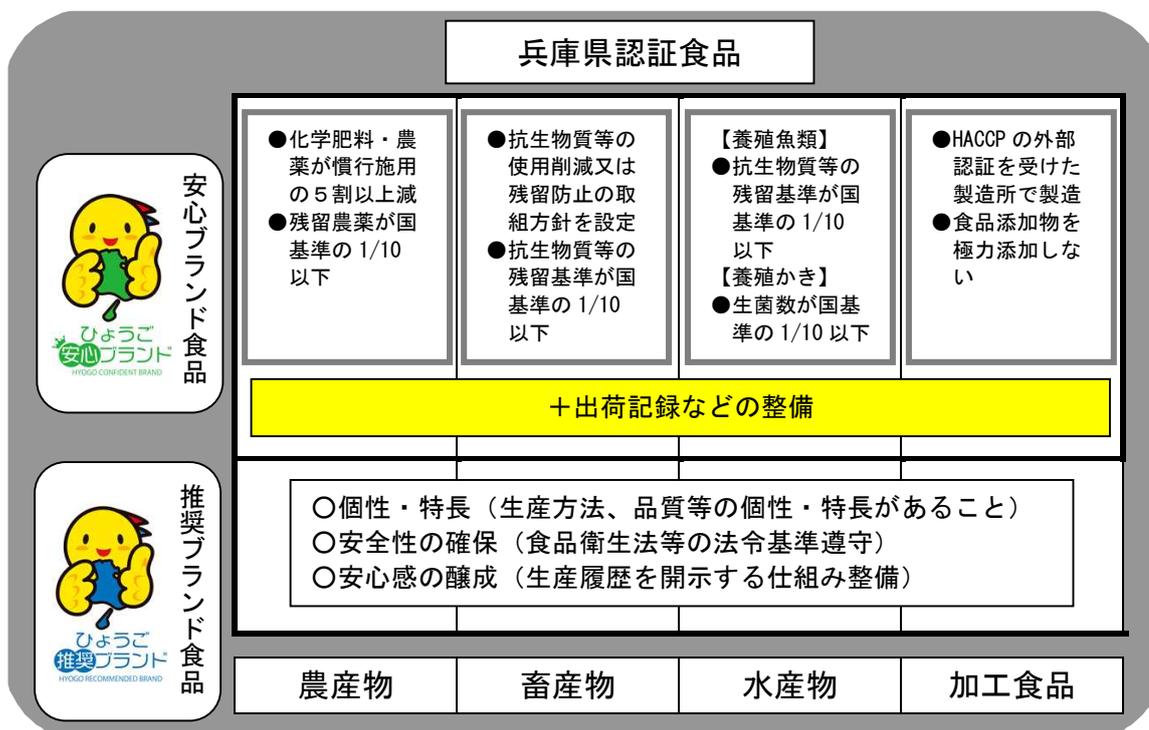
(令和5年3月末現在)

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(ちんげんさい・こまつな・みずな等)、岩津ねぎ、ピーマン、いちじく等	1,575
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	41
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	山椒佃煮、漬物、みそ、豆腐、ジャム、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	705

(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(4審査会×年3回)
- 〔食品区分(農産物、畜産物、水産物、加工食品)ごとに設置
新規認証申請、既存認証の更新申請(認証期間:3年)について審査〕

(イ) 認証基準



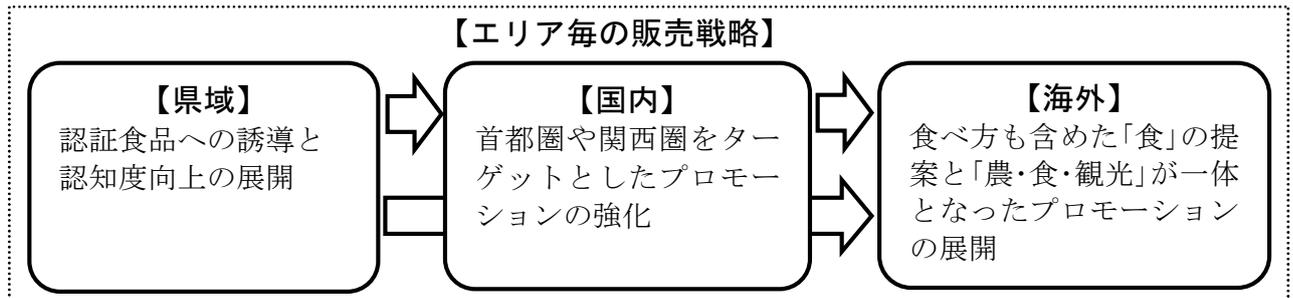
2 国内・海外市場の戦略的な開拓

生産・流通・消費・マスコミ関係者と行政等が協働で兵庫県認証食品の拡大、輸出の促進、ブランド化を推進し、県産農林水産物・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^{うま F O O D}拡大協議会〔事務局：流通戦略課〕」が中心となって、販売エリア（県域、国内、海外）に応じた販路開拓等を支援している。

(1) ひょうごの美味し風土^{うま F O O D}拡大協議会の概要

ア 設立年月 平成22年4月27日

イ 構成員 41団体【生産関係(10)、流通関係(9)、消費関係(6)、マスコミ(12)、行政等(4)】



(2) 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、販売拡大を推進している。

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活動を実施している。

（登録販売店：533店舗 令和5年11月末時点）

また、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実施する。（実施予定：令和6年2月）



認証食品モデルショップ
（イオン神戸南店）

イ 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県産農林水産物の販路拡大を図るため、量販店等への出荷に対応する新たな広域配送ルートモデルづくりや、店頭でのPR活動への支援を行っている。

〔支援状況 1ルートモデル、14店舗（令和5年11月末時点）〕



マックスバリュ平岡店でのPR販売
（令和4年度）

ウ 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」として登録を進めている。

（登録飲食店：158店舗 令和5年11月末時点）

神戸・阪神・明石地域の兵庫県認証食品登録飲食店19店において、神戸ビーフと神戸ポークのハンバーグなど、兵庫県認証食品が食べられる「これも兵庫～兵庫県認証食品オクタムフェア2023」開催した。

（実施期間 令和5年11月1日～11月30日）



これも兵庫～兵庫県認証食品
オクタムフェア～ポスター

エ 保育園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活動を実施している。



保育園でのPR活動

【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44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2023を同時開催）。

今回は、原発処理水放出に伴う風評被害の懸念に対応し、福島産水産物を応援するとともに、本県産水産物の消費喚起を図るブースを設置。

- 日時：令和5年10月14日（土）、15日（日）
- 場所：県立明石公園内（千畳芝）
- 出展者数：72出展者、○来場者数：21,000人



果物等の特産物の販売状況

【「兵庫の農林水産業支援自販機」の設置】

キリンホールディングス(株)との包括連携協定に基づき、売上金の一部を「ひょうごの美味し風土拡大協議会」が行う県民向け食育イベントなどに活用する、「兵庫の農林水産業支援自販機」を設置。

第1号機は、12月6日（水）に「JAたじまファーマーズマーケットたじまんま」（農産物直売所）に設置。



兵庫の農林水産業支援自販機

(3) 国内での展開

認証食品をはじめとする県産農林水産物・加工食品のさらなる販路開拓に向け、全国規模で開催される展示商談会への出店に加えて、外食チェーン店等と連携した県産農林水産物を使用した食材フェア等の取り組みを展開している。

ア 展示商談会への出展

食品スーパー、百貨店、レストラン等全国の流通・販売業者が参加する全国最大の食品展示商談会「スーパーマーケット・トレードショー」へ出展している。

（2月15日～17日、幕張メッセ、出展予定者：37事業者）

また、大阪で開催されたフードストアソリューションズフェア2023に出展した。

（9月6日～7日、インテックス大阪、出展者：5事業者）



スーパーマーケット・トレードショー
兵庫ブース（令和4年度）

【展示商談会を活用した取引開始の事例】

養父市で農産加工を行う法人は、朝倉山椒の加工品（オイル、佃煮等）について、加工品の風味などの特長をPRし、商談を重ねることにより量販店との取引を開始した。

また、姫路市の製麺業者は、野菜入りの離乳食用のそうめんについて、ミニサイズで手軽であることをPRし、大手量販店等との取引を開始した。



朝倉山椒のオイル

イ 県産農林水産物を活用した食材フェアの開催

関西圏の外食チェーン店等と連携し、県産農林水産物を使用した食材を提供するフェアを実施している。

(ア) 洋菓子店でのフェアの開催

いちじく、卵、黒豆、米粉などの県産農産物を使ったスイーツフェアを、神戸・阪神間の洋菓子店で開催した。

- 開催時期 令和5年9月1日～9月30日
- 開催場所 神戸・阪神間の洋菓子店 20店



スイーツフェアポスター（左）
提供されたスイーツ（右）

(イ) 食品事業者と連携したおつまみセットの販売

兵庫DC期間中に、食品事業者と連携し、県産の茎わかめの甘煮、いかなごのくぎ煮、朝倉山椒入り牛肉のしぐれ煮等をまとめたおつまみセットを販売した。

- 販売期間 令和5年7月1日～9月30日
- 販売場所 新神戸駅、三ノ宮駅、神戸空港等



県産食材を使ったおつまみセット

(ウ) 飲食店でのフェアの開催

居酒屋チェーン店の協力を得て、須磨海苔、淡路島えびす鯛、はも、播州百日鶏などの季節の県産食材を使用した料理を提供するフェアを開催した。

また、原発の処理水放出で風評被害が懸念される福島産水産物の応援と本県産水産物の消費を喚起するフェアも実施した。

- 第1回フェア 令和5年5月16日～6月18日
- 第2回フェア 令和5年8月8日～9月10日
- 第3回フェア 令和6年1月10日～2月12日
- 兵庫&福島フェア 令和5年11月8日～11月30日



提供メニュー
(淡路島えびす鯛を使った料理)



兵庫&福島フェアのポスター

ウ 商社や百貨店と連携した流通販売の拡大

地域商社を介して、実需者と生産者のマッチングを行い、規格外品の利用などSDGsに配慮した商品の開発を行うとともに、百貨店のメディア等を活用して販路拡大に取り組んでいる。



商品開発例
(規格外枝豆を用いたパン)

エ ECサイトを活用した県産農林水産物の販売支援

県内農畜水産業者等の販路開拓及び経営安定化を図るため、ECサイトへの出店に向けた基礎知識や集客方法を習得するためのセミナーを開催している。

- 開催予定 令和6年2月
- 内容 EC運営の基礎および集客方法について



ECサイトセミナーの開催
(令和4年度)

オ 情報発信の強化

(ア) 兵庫の美味しいものまとめサイト「御食国ひょうご」

県産農林水産物等をインターネットで購入しやすくするため、県内農林水産団体等が運営する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』」を令和2年10月に開設した。

県産食材の魅力や調理方法や購入場所などもサイト内で合わせて発信し、県産農林水産物等の販売促進を図っている。

【まとめサイトの概要】

- URL <https://hyogo-umashi.com/ec-bookmark>
- 全農兵庫や県漁連等の10のECサイトで販売している約400商品を一度に閲覧可能
- 商品の写真をクリックするとECサイトに移動して購入可能
- 認証食品の紹介や食のイベント情報等を掲載

※ECサイト：自社の商品等をインターネット上で販売するサイト
ECはエレクトロニックコマース（電子商取引）の略



QRコード

【トップページ画面】



【商品紹介ページ】



【特産品紹介ページ】



(イ) SNS等の活用

県産農林水産物や認証食品の認知度向上、流通・消費の拡大を図るため、協議会ホームページの情報充実、メールマガジンやフェイスブック（1回/週）等での情報発信を実施している。



(4) 海外向けの展開

海外における日本食人気の広がり等を県産品の輸出を進める好機と捉え、東アジア（香港）、東南アジア（マレーシア及びタイ）、EU（フランス）をターゲットに輸出プロモーションを実施している。

品目別には、神戸ビーフはマカオへの輸出を皮切りに香港、シンガポール、米国、EU、UAE等へと輸出先を拡大し、26カ国・地域に輸出されている。兵庫県産米は香港への輸出から始まり、現在は、オーストラリア、イギリス、アメリカ等にも輸出されている。

現地プロモーターによる営業活動を中心に、百貨店等でのテスト販売や日本食レストランでの県産食材フェア等のプロモーションを展開している。

【主な兵庫県産品の輸出額（推計）】

年 度	R2年度	R3年度	R4年度
輸出実績	94.3億円	139.8億円	143.9億円

【神戸ビーフ、兵庫県産米の累積輸出実績】

神戸ビーフ(H23～R4)	480.6t (7,786頭)
兵庫県産米(H24～R4)	501.6t

ア 香港でのプロモーション（9月～1月）

現地の百貨店（香港そごう）に兵庫県コーナーを設置してのテスト販売、レストランシェフやバイヤー等への営業活動を実施している。（参加：6事業者、12品目）



現地百貨店でのテスト販売

イ マレーシアでのプロモーション（9月～11月）

現地の高級日本食レストラン（Hibiki、KAITO）での兵庫フェアの開催、レストランシェフやバイヤー等への試食商談会を実施した。（参加：11事業者、14品目）



Hibiki での試食商談会

ウ タイでのプロモーション（2月）

現地の小売店（DON DON DONKI）に兵庫県コーナーを設置してのテスト販売や、同店との商談を実施する予定。（参加予定：10事業者）

エ フランスでのプロモーション（10月～12月）

日本食材取扱店（タクミフレーバーズ）でのテスト販売やレストランシェフやバイヤー等への営業活動を実施している。（参加：11事業者、16品目）



タクミフレーバーズでのテスト販売

【参考：近年の主な取組】

年度	取組	出品者等
R2	香港での県産品輸出促進 プロモーション	岩津ねぎ加工品、米、日本酒、素麺等 28品目/10事業者
	マレーシアでの県産品輸出促進 プロモーション	丹波大納言小豆、やまのいも加工品、牡蠣他 25品目/11事業者
	フランス（パリ）での県産品輸出促進 プロモーション	焙煎玄米、最中種、出石そば、日本酒等 20品目/13事業者
	UAE（ドバイ）での県産品輸出促進 プロモーション	淡路島たまねぎ、朝倉山椒、日本酒等 29品目/21事業者
R3	香港での県産品輸出促進 プロモーション	朝倉山椒加工品、卵、出石そば、日本酒等 16品目/10事業者
	マレーシアでの県産品輸出促進 プロモーション	明石だこ、牡蠣、手延素麺、日本酒等 34品目/14事業者
	フランス（パリ）での県産品輸出促進 プロモーション	もち麦加工品、出石そば、日本酒等 17品目/13事業者
	UAE（ドバイ）での県産品輸出促進 プロモーション	淡路島たまねぎ、朝倉山椒、日本酒等 44品目/23事業者
R4	香港での県産品輸出促進 プロモーション	牡蠣、出石そば、日本酒 等 34品目/10事業者
	マレーシアでの県産品輸出促進 プロモーション	朝倉山椒加工品、鯛加工品、出石そば等 14品目/8事業者
	フランス（パリ）での県産品輸出促進 プロモーション	ジャム、出石そば、日本酒等 12品目/8事業者

オ 輸出セミナー等の開催

海外展示商談会への出展等を目指す事業者を対象としたセミナーや商品販売に向けてのアドバイスを受ける個別相談会を開催した。

また、ジェットロ神戸と共同で平成26年度に設立した、県内の輸出志向の高い企業・団体や商社・貿易会社等が参画する「ひょうご農畜水産物・加工食品輸出促進ネットワーク」において、輸出に関する研修会等の情報を提供している。

(7) 海外展示商談会出展等に向けたセミナー・個別相談会

セミナー名	開催月日	テーマ
マレーシア輸出プロモーション 事前セミナー	6月16日	マレーシア駐在者から見た日本食市場・ニーズ・輸入規制について
フランス輸出プロモーション 事前セミナー	6月22日	フランスにおける日本食市場、有機食品市場、輸入規制について

(イ) ひょうご農畜水産物・加工食品輸出促進ネットワーク

○ネットワーク参画数：264 企業・団体等

○メールマガジン配信数：16件（令和5年11月末時点）

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一層推進している。

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や農作業体験等を通じ、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している。

(生産強化：1件、整備：7件 令和5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の支援をしている。(派遣団体：15団体 令和5年11月末時点)

【直売所の年間利用者数の目標】

現状(R4)	中間(R7)	目標(R12)
2,754万人	3,580万人	4,180万人

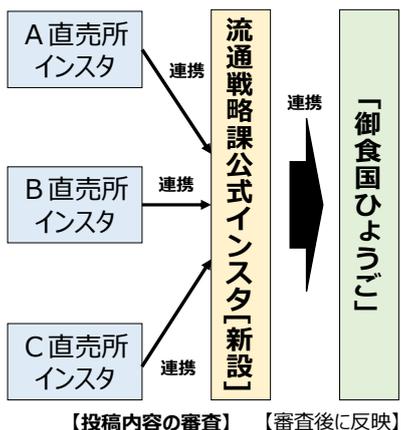


アドバイザー派遣の様子
(丹波市)

(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「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。

【直売所インスタとの連携】



【御食国ひょうごの掲載イメージ】

新着情報 各直売所の最新のインスタ投稿内容を8つ程度表示

エリア検索	全域	神戸(摂津)	神戸(阪神)	播磨
	但馬	丹波	淡路	
種別検索	野菜	魚	肉	その他

該当する直売所情報を表示

2 学校給食における県産食材の供給拡大

児童・生徒等の食と「農」への理解を深めるとともに、学校給食関係者と生産者等との連携体制を構築し、学校給食における県産食材の利用拡大に取り組む市町等を支援している。

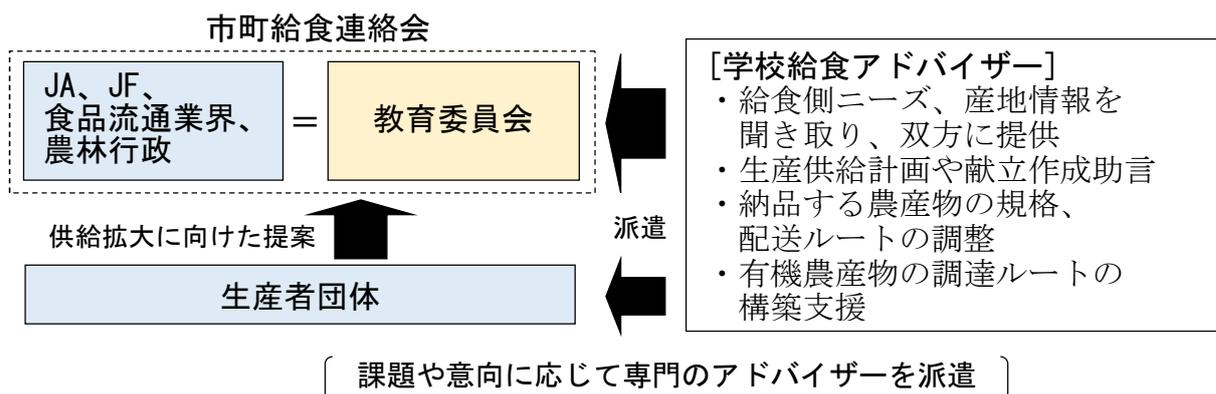
(1) 学校給食アドバイザーの派遣

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している。

さらに、学校給食での有機農産物の利用における課題整理や有機農業者との関係構築に向けた取組の検討を進める市町を支援している。

(支援件数：5件 令和5年11月末時点)

[派遣イメージ]



[検討事例]

検討項目	対応方針
納入事業者の掘り起こし	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の新規就農者のリスト化 ・給食で使用を希望する食材の情報を発信
生産者団体との連携強化	<ul style="list-style-type: none"> ・生産コスト増に対応した納入価格の見直し
県産農産物の利用拡大	<ul style="list-style-type: none"> ・地産地消を意識した給食献立の研究 ・給食向け一次加工の検討
有機農産物の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・有機農産物の定義の整理 ・県内有機農産物の産地の研究

(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している。

(利用市町：4市町 令和5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た保存・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している。(支援件数：4件 令和5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」に関する学びや体験学習、出前講座を行う生産者団体等を支援している。(支援件数：6件 令和5年11月末時点)

【児童を対象とした県産県消の取組（令和4年度実績）】

太子町では、地元産大豆を使用して製造した味噌を町内の幼稚園、小・中学校の給食に食材として提供した。

あわせて、町内小学生を対象に味噌づくり体験会を開催することで、児童が地元食材や地元農業に関心を持ち、理解を深めることができた。



味噌づくり体験会

(5) 情報交換・成果発表会の開催

学校給食アドバイザーの派遣により得られた成果を共有し、県産食材の利用拡大の取組を拡大するため、栄養教諭等を対象とした成果発表会を開催している。

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」を展開している。

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行っている。

【ごはん食普及啓発実践活動参加者数の目標】

現状(R4)	中間(R7)	目標(R12)
108万人	110万人	112万人

(1) おいしいごはんを食べよう県民運動推進協議会の概要

ア 設立年月 平成11年7月19日

イ 会員数 224団体（令和5年11月末現在）

（団体：111団体、企業：64団体、県・市町：43団体、学識経験者：6名）

(2) おいしいごはんを食べよう県民運動の活動内容

ア ごはん料理教室の開催

ごはんを中心に地域食材を利用した全世代向け料理教室や、大学生の企画・運営による子育て世代の親子を対象とするオンライン料理教室を開催している。

○料理教室 : 20回（参加者数：456人）
○オンライン料理教室：1回（視聴参加者数：31組）
（令和5年11月末時点）

イ 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している。（実施園：7園、参加者数：782人 令和5年11月末時点）



かまど炊飯体験

ウ 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している。

(令和5年度の応募総数：11,512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

エ お米 de 部活応援！事業の実施

高等学校で部活動に取り組む生徒がごはんの補食を通じてごはん食の大切さを学ぶとともに、生徒等が自らSNS等によりごはん食の有用性に関する情報を発信する取組を促している。

さらに、モデル校に対しては、お米の持つ健康機能性を中心とした栄養学講義を実施し、生徒等の日頃の疑問点とその回答、講義を受講した感想をラジオやSNSで広く情報発信を行っている。

(モデル校：3校、実践校：3校 参加者数：326人 令和5年11月末時点)

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している。

○開催日：令和6年2月17日（土）

○テーマ：こどもの体づくりとごはん食

○講師：山下 陽子氏（神戸大学大学院准教授）

（予定）中野 耕史氏（Kiss FM KOBEサウンドクルー）

小林 祐梨子氏（元オリンピック選手、Kiss FM KOBEサウンドクルー）

クック 井上氏（国産食材応援FANバサダー芸人（農林水産省））

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廃棄物や未利用資源を対象とし、肥料化や飼料化、エネルギー化等を図るバイオマス利活用を推進している。

推進にあたっては、県民や事業者等がバイオマス利活用の必要性を理解し、実践する必要があるため、県が率先して普及啓発や取組の促進を図っている。

1 兵庫県バイオマス活用推進計画の推進

県内でバイオマスを利活用する取組を一層拡大・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）」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進めていく。

バイオマス利活用の現状と目標

項目	現状 (R3)	中間目標 (R7)	最終目標 (R12)
バイオマス利活用率	90%	91%	92%
バイオマス eco モデル登録数	65 件※	80 件	100 件
バイオマス活用推進計画策定市町数	15 市町※	21 市町	26 市町

※令和4年度末現在

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」を開催し、普及啓発を行っている。

また、令和元年度より自然エネルギーの地産地消の普及と実践を目指す「地エネと環境の地域デザイン協議会（事務局：神戸新聞社、令和元年7月設立）」との共催行事等により、事業者、市民団体、市町など関係者との連携促進を図っている。

【バイオマス活用推進大会の開催】

県内のバイオマス利活用に関する先導的事例を紹介する「兵庫県バイオマス活用推進大会」を、令和5年7月にオンラインセミナーにより開催した。（参加者 65名）

令和4年度登録「ひょうごバイオマスecoモデル」3事例と、生活や産業活動で生じた排水や汚泥を再生利用する取組を紹介した。



下水汚泥からリンを回収する施設（神戸市）

(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（令和4年度末で65件）し、推進大会の開催やホームページ等での情報発信を通じて取組の普及・拡大を推進している。

【令和4年度登録モデル 放置竹林から発生する竹バイオマスの多段階利活用】

実施主体：㈱公栄水産（たつの市）

- ・ 放置竹林の整備のため間伐を行い、間伐材で牡蠣の養殖筏を製作。筏に使用できない部分はチップパーで粉砕し、マルチング材として竹林内に散布。
- ・ 養殖筏として使えなくなった廃竹材は破碎・粉末化し、野菜栽培等の土壌改良資材として試験中。



チップパーによる竹の粉碎（たつの市）

(3) フードバンクと食品関連事業者との連携推進

フードバンクと食品関連事業者等のマッチング支援により食品廃棄物の発生抑制の取組を行っている。近年、SDGs の推進や食品ロスの削減の観点からフードバンク活動への関心が高まってきており、食品企業や農業団体によるフードバンク活動への協力が増えている。