

令和6年度「おいしい！広島」プロジェクトの取組成果について

1 要旨・目的

県の多彩な食資産を多様な主体と磨き上げるとともに、その魅力を発信する「おいしい！広島」プロジェクトについて、令和7年3月の取組状況及び令和6年度の取組成果について報告する。

2 現状・背景

サミットで高まったプレゼンスを追い風に、広島の「おいしい」イメージを定着させ、「ひろしまは美味しさの宝庫である」という、ひろしまブランドの強化につなげるためには、その価値・魅力をさらに高め、県内外から広く共感を獲得する必要がある。

そのため、瀬戸内さかなや広島和牛、日本酒など、県産農林水産物等を使った新たな食の魅力や価値を創り、伝える取組を、多様な主体と共に推進した。

これらの取組を通じて、食の魅力や価値を高め、観光消費額の上昇や、県産農林水産物の消費拡大などにも波及させることで、県内の生産者、観光事業者、飲食店、小売など、県内事業者の収益力向上にもつなげる。

3 令和7年3月の取組状況

次の取組により、広島の食の魅力や価値を磨き、県内外へ発信した。

(1) 価値づくり

ア 強固なブランドイメージを創るための新たな強みの創出に向けた取組

項目	概要	取組状況
《瀬戸内さかな》		
1 瀬戸内さかな魅力体験モニターツアー（3月4日）	・瀬戸内の多島美を楽しみながら、こだわり漁師や和食料理人の技能を見て・学び・楽しむ「瀬戸内さかな魅力体験」モニターツアーを開催。 ・HIT ひろしま観光大使、インバウンド層、SNS インフルエンサー、旅行・観光事業関係者から幅広い参加があり、普段目にする機会のないリアルな漁業現場体験に対して、特に高い評価が得られた。	 https://www.instagram.com/reel/DH3hF1KShU3/?igsh=bWQ3dHh4MTVsYXE2

2	市場まつりでの瀬戸内さかな×日本酒ペアリング発表会（3月8日）	瀬戸内さかな×広島日本酒ペアリングチャートを制作し、市場まつりでお披露目会を実施。	 https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/611943.pdf
3	「瀬戸内さかなと広島日本酒の新たな発見」試飲交流会（3月12日）	- 県内酒蔵、瀬戸内さかなのブランド化に取り組む飲食店、酒類流通関係者を対象に、広島日本酒との組み合わせを味わいながら学び、交流する「試飲交流会」を開催。 - 講師に元『dancyu』副編集長、神吉佳奈子（かんき かなこ）氏を招き、試飲・試食も交えながら、ペアリングを探究する勉強会を実施。	 https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/612164.pdf

イ 食の多様性の創出に向けた取組

項 目		概 要	取組状況
《広島和牛》			
1	お土産商品等の完成お披露目会（3月19日）	- 広島新駅ビル「minamoa」内「miobyDoTS（ミオバイドッツ）」メディア内覧会にあわせ、「比婆牛ブランド共創プロジェクト」採択商品の完成お披露目イベントを開催。 - 流通に課題がある部位を活用した“お土産商品部門”でグランプリを受賞したレトルトカレーの試食を実施し、新駅ビル開業の3月24日から数量限定で先行販売することを発表した。 - 高級部位の付加価値向上を目的とした“贈答品部門”でグランプリを受賞したローストビーフについても完成を発表した。	  https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/614440.pdf

《食の多様性》			
2	ひろしま春の菓子・スイーツまつり 大試食祭 in ひろしまブランドショップTAU（3月1日～2日）	・県内の菓子・スイーツ 23 種類の中から2種類を選んで試食ができる試食会を実施 ・あわせて試食対象商品をお得に購入できるクーポンを配付	
3	牡蠣食う研 春の牡蠣祭り（3月1日～4月13日）	・広島県産春牡蠣の美味しさを PR する「ひろしま春の牡蠣まつり」を開催し飲食店で牡蠣料理を提供。 ・広島県内 163 店舗が参加したほか、スーパー「フレスタ」や、「おりづるタワー物産館人と樹」の協力も獲得。	 https://kakiuken.com/news/archives/44
4	ホテルグランヴィア広島における旅するbuffetイタリア&スペインの美食+瀬戸内の恵みbuffet（3月1日～5月6日）	・ホテルグランヴィア広島において、広島県産トマトを使用した「ひろしまパスタ」をはじめ、広島県産のお肉や瀬戸内さかなを使用したメニューなどが堪能できる期間限定のランチ&ディナーを開催。	 https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/609931.pdf
5	日本航空の会員向けの現代の名工による特別ランチへの招待や広島県産品の提供（3月5日～7月11日）	・日本航空が実施するキャンペーンと連携し、9月実施予定の現代の名工による特別ランチに招待するとともに、料理人コンクールのPR等の機会を創出。	 https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/611667.pdf

6	「FooDrinpic Runway」 企画の実施 (3月5日～17日)	・ FooDrinpic にエントリーした各地の自慢の食テーマやメニューに対して広島県一流料理人が食材の魅力を引き出したり、提供店舗と生産者の意見交換を通して、食材のストーリーとメニューを一層豊かに結びつけるなど、磨き上げる企画を実施。	 https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/609476.pdf (第1弾) https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/611945.pdf (第2弾)
7	広島県民が推す「ご当地グルメ総選挙」結果発表 (3月10日)	・ 県民にとって身近な食である「お好み焼」や「もみじ饅頭」などについて、来広者などの他者に自慢できる『推し食』を掘り起こす投票企画を実施。 ・ 投票は、4つのエリア・7つの食ジャンル毎にX上で実施した。	 https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/611210.pdf
8	春の集大成イベント「FooDrinpic 広島紅白“食”合戦！」(3月18日)	・ 県内各地の10の推しメニュー・テーマで、紅白に分かれ、渾身の品々を3名の審査員が実食審査を実施。 ・ これまでに開催されたSNS推し活合戦のポイントを加味して紅白の勝敗を決定。	 https://oishii.hiroshimakensan.org/information/7523/
9	コウネを食べにエキニシ行コウネキャンペーン (3月18日～29日)	・ 広島駅ビル「minamoa」の開業に合わせ、エキニシ29店舗でコウネメニュー注文の方にその場で景品が当たる「コウネを食べに行コウネキャンペーン」を実施 ・ 合わせて#ヒロシマコウネのハッシュタグをつけてSNS投稿いただいた方に豪華景品が当たるWチャンスキャンペーンを実施	 「コウネを食べにエキニシ行コウネ」プレゼントキャンペーンをエキニシ29店舗にて実施いたします。 - 広島県 コウネを流行らせたいんじゃ！ (koune.hiroshima.jp)

10	River ジャズ横丁 (3月22日)	・ジャズを中心にした音楽と屋台で広島のを楽しめる体験型イベント「River ジャズ横丁」と連携し、コウネプロジェクト参加店や牡蠣食う研が出展	 2025 3/22(土) 開催! https://hiroshimajazz.jp/river
11	ひろしまパスタ発売 記念イベント (コンビニエンスストア) (3月28日)	・カゴメ (株) と (株) セブン-イレブン・ジャパンがタッグを組み、広島県産原材料を使用した『ひろしまパスタ』を継続して販売するにあたり、知事を表敬訪問し、取組の報告を実施。 ・第二部として元カープ選手安部友裕氏をお招きしてイベントを実施。	 https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/615702.pdf
12	フェミナーレ in HIROSHIMA 出展 (3月29日、30日)	・広島テレビ社屋・エキキターレで開催されたフェミナーレに「おいしい! 広島」プロジェクトのブースを出展 ・「瀬戸内さかな×広島のお酒 ペアリングチャート」を活用したペアリング体験の実施や、Foodrinpic2025 (春) にエントリーいただいた三次市 (みよし和牛)、北広島町 (芸北サーモン)、坂町 (さつま) を出品	 おいしい! 広島プロジェクト フェミナーレ in HIROSHIMA 出展 お知らせ おいしい! 広島 (hiroshimakensan.org)

ウ 食を支える人たちを応援する取組

項 目	概 要	取組状況
1 ひろしま料理人コンクール成績優秀者協力による新駅弁の発表会 (3月17日)	ひろしま料理人コンクール成績優秀者が考案した新駅弁の発売に伴う発表会を行った。 ・「めで鯛 たべ鯛 楽しみ鯛」〈考案者〉村田 憲洋さん ・「比婆牛のローストビーフ弁当」〈考案者〉迫谷 心さん	 https://hiroshima-shokudo.com/article/article-1617/

エ 食を学び楽しむ人たちを応援する取組

項 目	概 要	取組状況
1 小学生対象ひろしまパスタメニュー募集企画授賞式・お披露目会 (3月25日)	・カゴメ（株）が、広島名産食材とトマト商品を使った“赤いパスタ”である「ひろしまパスタ」の取組のなかで、小学生を対象としたメニュー募集企画を実施。 ・本企画で選ばれたメニューが飲食店等で実際に提供・販売されるにあたり、メニュー考案した小学生の表彰式・お披露目会を実施	 https://www.pref.hiroshima.lg.jp/uploaded/attachment/614130.pdf

(2) 価値発信

メディアミックスによる広島のおいしいストーリーを発信

項 目	概 要	取組状況
1 県内メディアを通じた発信	・おいしい一皿を生み出すために切磋琢磨する料理人と生産者が「主役」となり、こだわりのストーリーを深掘し、①テレビ、②新聞、③タウン誌、④ラジオにより発信。	① 夕方ワイド番組「テレビ派」：(3/5、3/12) ② 中国新聞：全5段広告(3/13) ③ TJ Hiroshima：座談会、連載企画(4月号) ④ 広島エフエム(2/28、3/10、12)
	・県産の食材や料理人の魅力をテレビで発信。	・「てっぺん」(3/7) 瀬戸内さかな ・「丸ごと！好奇心の知っとる!？」(3/14) 瀬戸内さかな・比婆牛 ・「Dear ポス」(3/16) チーズ
	デジタルサイネージを通じた発信 (11月1日～3月31日) ・広島駅や平和記念公園レストハウス(～12月末)、広島空港(～3月末)において、県民や国内外からの観光客へ、上記のメディアミックスで発信する広島の食材や料理人、食べられる飲食店を紹介。	

2	全国メディアを通じた発信	・取組の独自性に話題性等の切り口を掛け合わせたメディアへの提案 ・メディア取材・ロケの受け入れ（4月以降の露出分）	【比婆牛】 「SDGs MAGAZINE」 広島県が誇る幻のブランド和牛「比婆牛」とは（3/11 公開） テレビ朝日「じゅん散歩」 G7 首脳も堪能！幻の比婆牛 （4/18 放送） 【瀬戸内さかな】 テレビ朝日「食彩の王国」 肉厚美味！瀬戸内の春わかめ （3/8 放送） 日本テレビ「ヒルナンデス！」 二十歳になった福くん旅 in 尾道 （3/20 放送） エー・アール・ティ「江戸楽」 宝の海が育む瀬戸内さかな （3/20 発売） KADOKAWA「WalkerPlus」 広島・江田島で「瀬戸内さかな」や絶景を堪能！日々の疲れを吹き飛ばす、癒やしの島旅へ （3/26 公開） TBS「ラヴィット！」 鶴崎&見取り図の大人も楽しめる修学旅行（4/9 放送） テレビ朝日「じゅん散歩」 ご当地にこだわり！旬の瀬戸内を味わう…（4/16 放送） 【その他】 テレビ朝日「相葉マナブ」 マナブ！はじめまして食材！ （3/16 放送） 日本テレビ「ヒルナンデス！」 春のしまなみ海道 福くん離島巡り（4/3 放送） テレビ朝日「じゅん散歩」 ご当地名物“コウネ”の専門店 （4/14 放送）
---	--------------	--	---

4 予算

100,000 千円

5 取組成果等

これまでに、様々なステークホルダーと合計 50 件以上の共創事例を創出し、その価値を伝える取組を実施してきた。

瀬戸内さかなのこだわり漁師による新たな競りの定期開催や比婆牛の常時取扱店舗の増加、また、市町の首長による SNS 発信等、ステークホルダー主体の取組が増えており、県内の多様な主体の参画による「おいしい！広島」のイメージづくりに向けた機運が高まっているものの、県民や首都圏の「おいしい共感度」の向上までには至っていない。

(1) 取組実績

内容		実績
	おいしい！広島プロジェクトの機運醸成を図る決起会	1 件
価値づくり	ア 強固なブランドイメージを創るための新たな強みの創出に向けた取組	12 件
	イ 食の多様性創出に向けた取組	36 件
	ウ 食を支える人たちを応援する取組	6 件
	エ 食を学び楽しむ人たちを応援する取組	12 件
価値発信	県内メディアを通じた発信	TV 113 件 新聞・雑誌・ラジオ 156 件
	全国メディアを通じた発信	TV 51 件 雑誌・新聞 39 件 WEB 1,580 件
	SNS を通じた発信	投稿キャンペーン 2 件 市町連携動画配信 5 件 知事メッセージ 6 件 市町首長メッセージ 4 件 瀬戸内さかな 108 件

(2) 事業目標及び実績

項目	現状値 (R5)	R6 目標	R6 実績
① 県民のおいしい共感度	22.8%	23.0%	20.5%
② 首都圏のおいしい共感度	59.6%	60.0%	50.5%

※県の独自調査における質問項目「美味しさの宝庫である」において、

- ① 「非常にそう思う」と回答した県民の割合
- ② 「非常にそう思う」もしくは「ややそう思う」と回答した首都圏在住者の割合

6 今年度の取組

本県の多彩な食資産・食文化の認知を更に高め、県内外から広く共感を獲得するため、首都圏等でのプロモーションを展開する。

併せて、県内の盛り上がりを創出する取組や、プロモーションをきっかけに広島を訪れる多くの方々を対象に、「おいしい！広島」を体験できる店舗の可視化や、体感した評価の発信を誘導し、来広を検討中または滞在中の方へ伝える仕組みづくり等、来広者の動線を捉えた切れ目ない情報発信を実施する。