



令和8年7月17日

課名 農林水産局販売・連携推進課

担当者 課長 田中

内線 3581

課名 商工労働局観光課

担当者 担当課長 木津

内線 2420

「おいしい！広島」プロジェクトの令和8年度の取組状況について

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」プロジェクトの令和8年度の取組状況を報告する。

2 現状・背景

令和7年度は、首都圏等にひろしまの食資産・食体験の認知を広げ、県内の盛り上がりをもっと高めることを目指した「OK!!広島」プロジェクトによる「価値発信」と、広島を訪れる多くの方々に広島の食の魅力を体験・体感いただくための「価値づくり」を一体的に取り組んだ。

県内の多様な主体の参画により「おいしい！広島」のイメージづくりに向けた機運は高まっているものの、「おいしい共感度」の向上までには至っておらず、おいしいと評価される食資産の磨き上げと実食につながる取組を進める必要がある。

3 取組内容

プロジェクトによる各食資産への認知の高まりを、更なる実食体験につなげるため、首都圏等のホテルや飲食店等と連携したフェア等による広島の食の魅力発信、食体験を軸とした宿泊プランやツアー等の企画造成により、食をテーマとした広島への誘客促進を図る。

あわせて、来訪者の導線を捉えた情報発信により、広島を訪れた旅行者を瀬戸内さかなと日本酒のペアリングなどの食体験に誘導する。

また、広島の多彩な食資産を扱う料理人の育成・集積や、生産者と料理人との連携と相互研鑽を促し、地域に根差した食のブランド化を進める。

(1) 価値発信

ア プロモーションの実施

- ・首都圏等からの誘客促進に向けて、食をテーマとしたSNS等での話題化の取組を実施する。(7月下旬頃から)
- ・広島の食に触れる機会を増やすため、首都圏・関西圏におけるホテルや百貨店等において、広島フェアを実施する。(8月頃から随時)
- ・県内外の各種メディアやSNSを通じた情報発信を行う。

イ 食体験をテーマとしたツアー等の造成

- ・首都圏等をターゲットに観光地と広島の食を組み合わせた旅行プランの作成や食を楽しむ宿泊キャンペーンを実施する。(10月頃から)

ウ 魅力ある広島への食への誘導

- ・広島県民の「行きつけの店」を紹介するコンテンツの充実や、インフルエンサーを活用したショート動画の制作など、情報発信を強化する。
- ・広島への来訪者が多い時期を捉え、昨年度実施した「OK!!広島食べんさい店キャンペーン」の第2弾を実施する。(7月下旬から)

実施に当たっては、口コミの充実を図るほか、瀬戸内さかなと広島酒のペアリングを体験いただくと当選確率が上がる特典の付与により、付加価値の高い食体験への誘導を図る。

(2) 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

(ア) 瀬戸内さかなのブランド化

- ・共感店舗について、季節に応じた瀬戸内さかなを「こだわり漁師」から積極的に仕入れ、おいしさとともに食材の価値を効果的に伝達するモデル店舗を創出し、瀬戸内さかなが顧客の印象に残る店舗づくりを進める。

また、「瀬戸内さかなプレミアムグルメフェア 2026夏編」(7月1日～8月31日)を50店舗で実施するとともに、「こだわり漁師」や料理人と対話しながら瀬戸内さかなを味わえる「体験会」を実施し、瀬戸内さかなのおいしさへの共感獲得を図る。

- ・流通強化について、新たな「こだわり漁師」の掘り起こしを進めるとともに、「こだわり漁師」の魚の価値を流通事業者や共感店舗の料理人に理解してもらう取組として「マッチング品評会」を実施し、良質・良価な魚の需要と供給の拡大を図る。

(イ) 瀬戸内さかなと広島酒のペアリング推進

- ・瀬戸内さかなと広島酒のペアリングを、広島ならではの食の楽しみ方として普及するため、個別店舗に応じた伴走支援によるモデル店舗の創出と、取り組みやすさを重視しペアリングを提供する飲食店を広げる取組の両軸で進める。
- ・モデル店舗を創出する取組として、日本酒に対する一定の知識もありペアリングに積極的な店舗を対象に、ソムリエを講師として派遣し、各店における具体的なメニューとのペアリングをレクチャーするなど、ペアリングの実施支援を行う。
- ・ペアリングを提供する飲食店を広げる取組として、酒蔵と飲食店の交流イベントや、ペアリングの基礎について学ぶ研修会を実施する。

また、分かりやすい訴求手法として、瀬戸内さかなを代表する“鯛”と広島が発祥である“吟醸酒”を合わせて提案することを「鯛吟醸」として推進する。

イ 食の多様性の創出に向けた取組

(ア) 広島和牛のブランド化

- ・比婆牛の県内高級飲食店での取り扱いの拡大に向けて、料理人を対象とした研鑽会や生産地・庄原を訪問する生産地ツアーなどを通じて、歴史・情景などに対する共感を獲得する。

- ・ブランドイメージ醸成に向けて、認知獲得や、比婆牛の喫食体験につながる情報発信を行うとともに、各ステークホルダー、特に比婆牛流通の川上に位置する繁殖経営者を含めた仲間づくりを進める。
- ・比婆牛堪能グルメフェアを実施する。（10～11月開催予定）

（イ）コウネの認知向上

- ・コウネ提供店の更なる確保と特設サイトによる情報発信を行う。
- ・県内外で開催される各種食イベントへコウネブースを出展する。
- ・日本最大級の総合観光イベント「ツーリズムEXP0ジャパン2026」の広島県ブースに出展し、コウネの認知向上と誘客促進を図る。（9月24日～27日）

（ウ）牡蠣を通じた観光PR

- ・県内のお好み焼店等と連携し、牡蠣を通じて、誘客につながるコンテンツを展開する。
- ・春牡蠣プロモーションを実施する。（「2027ひろしま春の牡蠣まつり」の開催）
- ・「ひろしまふるさとまつり」などの県外イベントへ出展し、広島牡蠣の認知向上と観光PRを行う。

ウ 食を支える人たちを応援する取組

（ア）料理人を応援

- ・食の魅力向上に向け、例年実施している料理人コンクールに加え、将来の料理人育成のための小中学生を対象とした体験講座を広島市と福山市で実施するほか、「食文化アカデミー」として、料理人が広島の食に関するテーマ（広島のジビエ等）ごとに、より深く学ぶことができる機会を創出する。
- ・広島の多彩な食資産を扱う料理人としての技術力や顧客満足度の向上、県外からの新たな顧客獲得を目指し、県内外の特別な食体験の場で料理を提供する経験を積むため、特別な食事会の開催や東京及びパリの「ラ・リスト」に出展する。

（イ）生産者を応援

- ・チア！ひろしま（広島県産応援登録制度）の審査会を年4回、定期的で開催するとともに、専用ホームページによる情報発信や商談会の開催、販売アドバイザーの設置等による生産者等の販売力の強化を支援することにより、魅力ある農林水産物の販路拡大や消費拡大を図る。

エ 食を学び楽しむ人たちを応援する取組

（ア）学校給食を活用した取組

- ・県内小中学校等の給食における、広島県産の和牛、水産物及び農産物等の提供を支援する。
- ・食育を通じ、県産農林水産物の魅力や、生産者のこだわりを伝えることで、子供達の地域への愛着心を醸成するため、副読本や映像コンテンツを作成・配布する。

（イ）企業、団体との連携（共創企画）

- ・包括的連携協定締結企業等を中心に広島の食を取り上げた連携企画を実施する。

(3) 地域に根差した食のブランド化

ひろしまの食の魅力を高める新たな軸の検討

- ・広島県のおいしいイメージ醸成につなげるため、ひろしまの食の魅力を高める新たな打ち出し軸の検討を進める。
- ・プロデュース、マーケティング、「食」メディア分野の専門家及び広島県の実情が分かる方で構成する検討委員会において、新たな打ち出し軸の仮説を構築する。
- ・仮説に基づき、生産者との現地交流会や食材勉強会等、生産者と料理人との相互研鑽や意見交換等を通じて、食体験へと具体化する。

4 予算

- おいしい！広島推進事業 125,031 千円
- その他関連事業
 - ・瀬戸内さかなブランド化推進事業
 - ・広島和牛ブランド構築事業
 - ・ひろしまの食の魅力向上事業
 - ・「おいしい！広島」農林水産物給食等提供事業 等

5 取組スケジュール

「おいしい！広島」プロジェクトに関連するスケジュール等、詳しい内容については、県ホームページのほか、次の特設サイトに掲載する。

- ・「OK!!広島」特設サイト (<https://ok-hiroshima.jp/>)
- ・おいしい！広島公式ホームページ (<https://oishii.hiroshimakensan.org/>)