

広島県地産地消促進計画（第3次）



ひろしま地産地消ファンクラブ公式キャラクター
【ひろしまさんちょくん】

令和3（2021）年3月

広島県

目 次

第1章 計画改定にあたって

- 1 計画改定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2 計画の位置づけ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 3 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 4 関連する広島県の計画・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

第2章 地産地消をめぐる現状

- 1 これまでの取組の結果と評価・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- 2 取り巻く環境の変化・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
- 3 世論調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6

第3章 基本的な考え方

- 1 「ひろしま地産地消」の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
- 2 計画の目指す姿・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
- 3 施策推進の基本方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
- 4 数値目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10

第4章 取組の方向と具体的施策

- 1 知ってもらう・知る・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 11
- 2 作る・届ける・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
 - 農業・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
 - 畜産業・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 23
 - 水産業・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 24
- 3 買う・使う・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 26
- 4 つながる・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 30

第5章 計画の推進にあたって

- 1 推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34
- 2 計画の進行管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 34

第1章 計画改定にあたって

1 計画改定の趣旨

広島県では、平成23年3月に「ひろしま地産地消推進県民条例」（平成23年条例第24号）を制定し、条例第9条に基づき、「広島県地産地消促進計画」を平成23年12月に、これに続く「広島県地産地消促進計画（第2次）」を平成28年2月に策定し、「地産地消」を推進するための施策を総合的に展開してきました。

この間、県民の地産地消に対する意識は着実に高まってきており、また最近では、新型コロナウイルス感染症の影響により里山里海の価値や魅力が再認識されるなど、地産地消の気運醸成は進んできています。

しかしながら、一方で、県民の需要やニーズに応える農林水産物の供給は十分にできておらず、また、地産地消に対する意識についても若い世代の方が比較的低い傾向が見られます。

こうした状況を踏まえ、今回の改定にあたっては、これまでの取組を検証したうえで、地産地消をさらに進めていくために必要な新たな取組を盛り込んでいきます。

2 計画の位置づけ

本計画は、「ひろしま地産地消推進県民条例」第9条に基づく「広島県地産地消促進計画」であり、「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」（六次産業化法）第41条に基づく「地域の農林水産物の利用の促進についての計画」と位置づけます。

ひろしま地産地消推進県民条例

地産地消の推進に関する基本理念を定め、県の責務並びに生産者、事業者及び県民の役割を明らかにするとともに、地産地消の推進に関し基本となる事項を定めることにより、本県における農林水産業の持続的な発展並びに県民の豊かな食生活の実現及び地域の伝統的な食文化の継承を図ることを目的に、平成23年3月に施行。

第1章

計画改定にあたって

第2章

地産地消をめぐる現状

第3章

基本的な考え方

第4章

取組の方向と具体的施策

知

ってもらう

届ける

使う

つながる

第5章

計画の推進にあたって

3 計画の期間

本計画は、令和3（2021）年度から令和7（2025）年度までの5年間とします。

4 関連する広島県の計画

本計画は、「安心▷誇り▷挑戦 ひろしまビジョン」及び次の計画等と連携しながら推進します。

- 2025 広島県農林水産業アクションプログラム
- 広島県環境にやさしい農業推進方針
- 食品の安全に関する基本方針及び推進プラン
- 第3次広島県食育推進計画
- 第5次広島県環境基本計画
- 広島県中山間地域振興計画（第Ⅱ期）
- ひろしま観光立県推進基本計画

第1章

計画改定にあたって

第2章

地産地消をめぐる現状

第3章

基本的な考え方

第4章

取組の方向と具体的施策

知ってもらう

作る届ける

買う使う

つながる

第5章

計画の推進にあたって

第2章 地産地消をめぐる現状

1 これまでの取組の結果と評価

結果

前計画では次の指標及び目標値を定めて、地産地消を推進するための施策を実施してきました。その結果、各指標の実績（直近値）は次のとおりとなりました。

安全・安心な農林水産物の安定的な生産・供給

指標	計画策定時	目標値 (R2)	直近値
農業産出額（億円）	1,125 (H25)	1,200	1,187 (R1)
認定農業者数 （一般法人及び個別経営体）	1,158 (H26)	1,390	1,399 (R1)
担い手への農地集積率	19% (H26)	41%	24% (R1)
県産和牛出荷頭数（頭）	4,000 (H26)	6,000	3,700 (R1)
海面漁業生産額（億円） ※イワシ類，アサリを除く	44 (H25)	42	31 (H30)
かき生産額（億円）	174 (H25)	174	151 (R1)
海面漁業担い手グループ数	21 (H26)	33	31 (R1)

県内農林水産物等の利活用の促進

指標	計画策定時	目標値	直近値	
県内需要量 のうち県産 シェア率	キャベツ	7% (H25)	56%	15% (R1)
	アスパラガス	40% (H25)	70%	52% (R1)
	和牛	32% (H25)	51%	36% (R1)
	集中放流4魚種 （ガサミ，キジハタ， オニオコゼ，カサゴ）	43% (H26)	61%	54% (R1)
六次産業化法による認定計画数	28 (H26)	63	39 (R1)	
直売所売上（億円）	120 (H24)	130	130 (H30)	
県内農産物を意識して 購入している人の割合	53% (H26)	70%	81% (R1)	

第1章

計画改定
にあたって

第2章

地産地消を
めぐる現状

第3章

基本的な
考え方

第4章

取組の方向と
具体的施策

知って
もらう

作る
届ける

使う

つな
がる

第5章

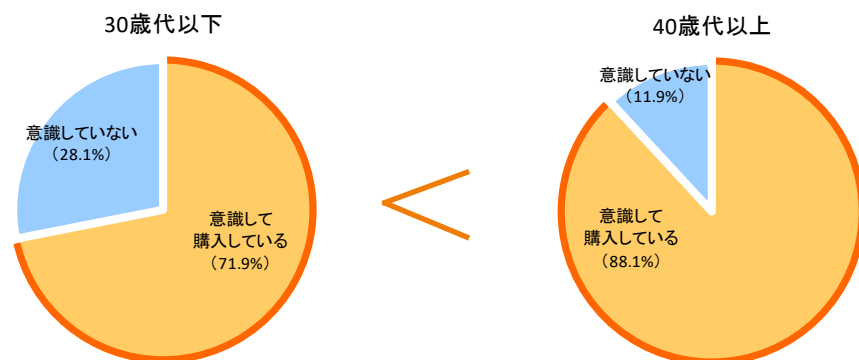
計画の推進
にあたって

生産者、県民等の理解・協働の促進

指標	計画策定時	目標値 (R2)	直近値
生産者と企業・大学等との連携・協働活動数	— (H26)	25	16 (R1)
農林漁業体験を行った人の割合	23% (H25)	30%以上	23% (H29)
学校給食における地場産物を使用する割合	36% (H26)	40%	31% (R1)

評価

- 農林水産物の安定的な生産・供給については、農産物や畜産物については一定の取組成果が上がっていますが、品目によってはニーズに対応できていないものもあります。また、水産物については、安定的な生産・供給は実現できていません。
- 県産農林水産物の利活用については、直売所の売上や県内農産物を意識して購入している人は増加しています。一方で、学校給食における地場産物を使用する割合は減少しており、利活用を進めるためには取引実態を踏まえた取組が必要です。
- 地産地消に対する県民の意識は高まってきていますが、世代別で見ると30歳代以下の若い世代の意識が比較的低い傾向がみられます。



県（販売・連携推進課）が令和元年に実施したアンケート調査より

2 取り巻く環境の変化

◆SDGs

- ・持続可能な社会の実現に向けた取組への気運の高まり（エシカル消費，食品ロス削減，フードバンクなど）
- ・CO₂削減や生物多様性などに配慮した環境にやさしい農業の必要性の高まり

◆顕在化する気候変動の影響

- ・異常気象や自然災害の多発により農業生産の不安定要素が増大
- ・気候変動の影響への適応策の必要性の高まり

◆グローバル化の進展

- ・TPP11，日米貿易協定等による関税引き下げにより輸入機会が増加
- ・世界の食市場が増大し，輸出機会が増加
- ・訪日外国人の増加に伴うインバウンド需要の拡大

◆ウィズコロナ／アフターコロナ

- ・里山里海の価値や魅力の再認識による田園回帰志向の高まり
- ・住居や企業の地方への分散など新しい生活様式の定着

◆進む食料消費総量の減少と食の外部化

- ・人口減少，少子・高齢化による国内市場の縮小傾向
- ・単身や高齢者世帯の増加やライフスタイルの変化による消費者ニーズの多様化，個別化

◆その他

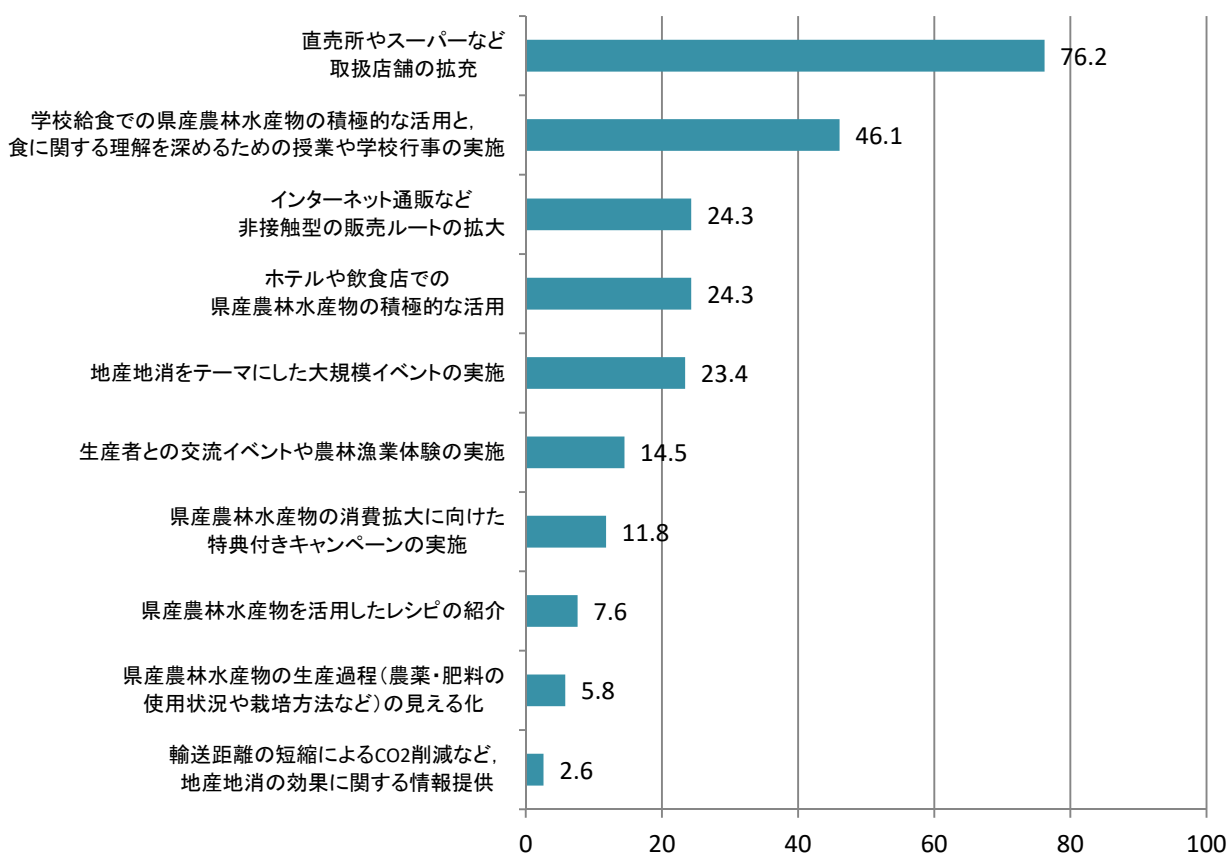
- ・HACCP に沿った食品の衛生管理の制度化
- ・ロボット技術やICT等の先端技術を活用したスマート農業技術の実装の進展

3 世論調査

令和2年に行った県政世論調査で、「どのような取組があれば、地産地消が進むと考えるか」という質問に対して、結果は下図のようになりました。

地場産物の取扱いのある店舗が充実することや、学校教育に積極的に取り入れることで地産地消が進むという意見が多い結果となりました。

(問) あなたはどのような取組があれば、地産地消が進むと考えますか。
 主なものを3つ以内で選んでください。



第3章 基本的な考え方

1 「ひろしま地産地消」の目的

地産地消は、地域と食の関わりを見つめ直し、県内生産者と県民の間の結びつきを深めることを通じて、県内農林水産物等の需要の増加、安全・安心な食料の供給、地域間の交流人口の増加等をもたらす効果が見込まれます。

このことは、県内の食料自給率の向上や耕作放棄地の解消等、地域の農業を元気にするとともに、豊かな自然環境の保全、地域における伝統文化の継承、地域社会の活性化等にもつながるものであり、食育と連携することで、郷土を愛する心を育み、家族とのきずなを深める効果も期待されます。

その一方で、農林水産物を取り巻く消費や流通の形態は、中・外食化の進行、小売等の大型化や加工・業務需要の増加等大きく変化しており、これら変化に対応し、自立できる農林水産業を実現するには、生産者が消費者や実需者のニーズを的確に把握し、それに応える農林水産物の供給体制を構築していく必要があります。

これらを踏まえ、本県農林水産業の持続的な発展並びに県民の豊かな食生活の実現及び地域の伝統的な食文化の継承を図るため、県内農林水産物等に対する理解と愛着を深め、健全な食生活や地域の活性化を促進し、ひいては、県民の郷土愛等を育む取組を『ひろしま地産地消』と位置付け推進することとします。

ひろしま地産地消の目的

- 県農林水産業の持続的な発展
- 豊かな食生活の実現
- 地域の伝統的な食文化の継承

第1章

計画改定にあたって

第2章

地産地消をめぐる現状

第3章

基本的な考え方

第4章

取組の方向と具体的施策

知ってもらおう

作る

買う

つながる

第5章

計画の推進にあたって

2 計画の目指す姿

「ひろしま地産地消」の目的を達成するため、本計画では当面5年後の目指す姿を次のとおり位置付け、地産地消の取組を推進します。

生産者・里山里海の目指す姿

- SDGs や新型コロナウイルスなど社会情勢の変化と県民のニーズに対応して、安全・安心な農林水産物等を生産・供給している。
- また、農林水産物等そのものの価値に加えて、農林水産業・里山里海が持つ自然環境の保全や景観形成、文化の継承といった多様な価値を生産者自身が理解し、誇りを持ち、その発揮に努めている。
- さらに、農林水産物等や自然環境など多様な価値を消費者・実需者へ積極的に情報発信するとともに、消費者・都市住民と幅広い交流を行っている。
- こうした情報発信や交流によって、多様な地域人材や地域外の交流人口との連携・協働が生まれ、地域の農林水産業やコミュニティが活性化している。

消費者・都市住民の目指す姿

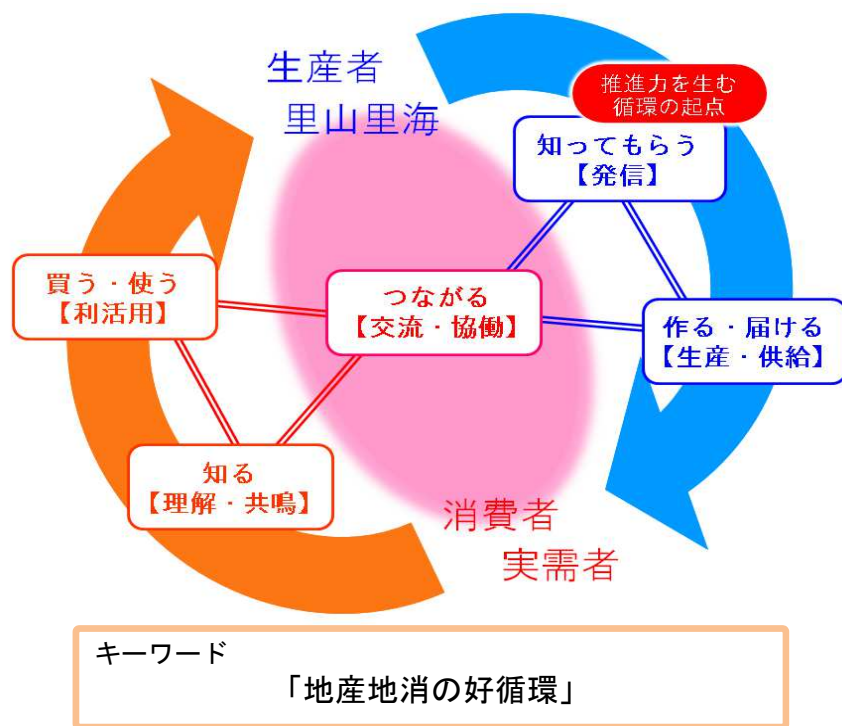
- SDGs や新型コロナウイルスなど社会情勢の変化を背景に里山里海の価値が再認識されるとともに、県内農林水産物等そのものの価値や農林水産業・里山里海が持つ自然環境の保全や景観形成、文化の継承といった多様な価値を理解・共鳴し、誇りを持つ者が多数を占めている。
- その結果が日常の消費行動に反映され、県内農林水産物等を優先的・積極的に利活用し、食の豊かさを享受している。また、余暇活動にもつながり、里山里海における体験活動などの幅広い交流が積極的に行われている。
- さらに、生産者と連携した棚田保全活動といった協働の取組に参加する者や、移住やリモートワークといった生活や仕事の場所として里山里海を選択する者が増えている。
- こうしたことが若年層や子育て世代にも広がっており、農林水産業・里山里海への理解・共鳴が世代間で継承されている。

3 施策推進の基本方針

目指す姿を実現するため、「地産地消の好循環」をキーワードとした次の基本方針に基づいて施策を推進します。

その際、基本方針に対応した「知ってもらう・知る」「作る・届ける」「買う・使う」「つながる」の4つの施策体系ごとに、総合的かつ計画的に関連する施策に取り組みます。

基本方針	施策体系
<ul style="list-style-type: none"> いつ・どこで・どんな農林水産物等が手に入る、イベントが行われるといった「鮮度の高い情報」、美味しさや新鮮さ、安全性といった「商品そのものの価値」、自然環境の保全やCO₂削減といった「地域や社会への貢献につながる価値」を消費者に伝え続ける。 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">知ってもらう</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">知る</div>
<ul style="list-style-type: none"> 生産者と消費者、都市と里山里海が農林水産物等の生産・供給と活用により支え合う。 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">作る・届ける</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">買う・使う</div>
<ul style="list-style-type: none"> 相互の理解・交流・協働が深まることで、地産と地消の好循環を生み出す。 	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">つながる</div>



4 数値目標

4つの施策体系ごとに、取組の成果や達成状況を客観的に把握・評価できるように、次の数値目標を設定します。

施策体系	指標	現状	目標（R7年度）
知ってもらう 知る	県内農産物を意識して購入している人の割合（全体）（％）	80.6（R元）	現状の高水準を維持
	県内農産物を意識して購入している人の割合（30歳代以下）（％）	71.9（R元）	80
	多少高くても県内産を購入する人の割合（％）	— （R3調査）	R3から10%増
	GAP認証経営体数（累計）	46（R元）	R3～R7 156
作る・届ける	キャベツの県内消費量に占める県内産割合（％）	30.2（H30）	46
	米の県内消費量に占める県内産割合（％）	73.0（R2）	80
	広島和牛の県内向け出荷頭数（頭）	3,100（R元）	3,460
	水産物の県内市場における県内産割合（％）	21.8（R元）	24
	かき生産量（むき身）（トン）	16,100（R元）	20,000
買う・使う	直売所売上（億円）	130（H30）	150
	学校給食における地場産物を使用する割合（金額ベース）（％）	58.1（R元）	県教委整理中
つながる	年間総観光客数（全域過疎市町）（万人）	1,543（R元）	R4までに 1,709 〔R4以降も同水準を維持〕
	農林漁業体験を行った人の割合（％）	22.7（H29）	R5までに 30以上 〔R6以降は食育推進計画と連動して見直し〕

第4章 取組の方向と具体的施策

1 【知ってもらう・知る】

取組の方向

「地産地消の好循環」の推進力を生み出すのは、生産者・里山里海からの積極的な情報発信である「知ってもらう」取組です。

「鮮度の高い情報」や「農林水産物等そのものの価値」、「地域や社会への貢献につながる価値」を消費者・実需者へしっかりと伝え続けることにより、生産者・里山里海との相互理解を深め、農林水産業・里山里海の価値に共鳴する人を増やすよう取り組めます。

特に、地産地消の意識が比較的低い傾向が見られる30歳代以下の若い世代を念頭において取組を進めます。

これまでの主な取組と成果

- ひろしま地産地消推進協議会が運営する「ひろしま地産地消ファンクラブ」のウェブサイトやSNSを活用して、県内の主な産直市や量販店の常設地場産コーナーの所在地や特徴などの情報や、旬の農産物カレンダー、地産地消メニューのレシピなどの情報を発信しました。
- 県が運営する「広島県産応援登録制度」※1のウェブサイトで、登録商品や生産者メッセージ、販売情報、レシピなどの情報を発信しました。
- 県ホームページで、農林漁業体験施設の体験内容や連絡先などの基本的な情報を提供しました。
また、「ひろしま版食事バランスガイド」、「ひろしま県の味料理集」を掲載し、食生活の改善や食文化の継承に向けた情報発信を行いました。



第1章

計画改定にあたって

第2章

地産地消をめぐる現状

第3章

基本的な考え方

第4章

取組の方向と具体的施策

知ってもらう・知る

作る 届ける

使う

つながる

第5章

計画の推進にあたって

■ 「ひろしまフードフェスティバル」を開催し、地域特産物や里山里海の魅力を発信しました。

■ 広島和牛の認知度向上に向けて、広島固有の血統を前面に打ち出したブランド化やPRに取り組みました。

■ 「安心！広島ブランド」認証制度^{※2}を消費者へ周知するため、店頭掲示用のPOPを作成し、道の駅や量販店等へ配布するとともに、認証制度の内容や認証農産物に係る情報を県ホームページで発信しました。



「安心！広島ブランド」認証のPOP

※1 「広島県産応援登録制度」は、生産者等から申請があった農林水産物等の商品を、実需者による審査に合格した上で登録し、登録した商品の販路拡大やPRを支援する県が運営する制度です。

※2 「安心！広島ブランド」認証制度は、トレーサビリティシステムの導入や農薬等を低減して栽培を行った農林水産物を県が認証する制度です。

課題や環境変化

■ マルシェや農業体験といったイベントや取組は県内各地で様々なものが実施されていますが、そういった鮮度の高い多彩な情報の発信が十分にできていません。

また、アンケート調査から、地産地消の意識が比較的低い傾向が見られる30歳代以下の若い世代をターゲットとした意識的・重点的な情報発信が必要です。

■ 広島県産応援登録商品に関するウェブサイトでの情報発信については、登録時の情報のまま掲載され続ける商品があるなど、タイムリーに現状を反映した情報の更新ができていません。

- 農林漁業体験に関する情報発信については、各体験施設でいつ・どのようなイベントが行われるといった鮮度の高い情報の発信ができていません。
- 「ひろしまフードフェスティバル」などの大型イベントの開催にあたっては、新型コロナウイルス感染症が収束するまでは、適切な対応が求められます。
- 広島和牛の銘柄間の違いを明確にすることができておらず、ブランディングができていないため、県民や観光客へ広島和牛の魅力が十分に伝わっていません。
- 「安心！広島ブランド」認証制度に対する消費者の認知は依然として低い状況です。また、食の安全・安心が一層求められる中、農業生産工程管理（GAP）を導入・実践する生産者は増えてきていますが、消費者の認知度は低い状況です。

具体的施策

インターネットによる若い世代への積極的な情報発信

- 「ひろしま地産地消ファンクラブ」のウェブサイトやSNSを活用し、県内各地で開催されるマルシェや農業体験といったイベント情報など、鮮度の高い多彩な情報を積極的に発信します。

また、30歳代以下の若い世代が目を向けるような動画配信など、ファンクラブのコンテンツを強化します。



広島市中心部で開催されたマルシェ

- 広島県産応援登録制度のウェブサイトで、登録商品や生産者からのメッセージ、販売情報、レシピなどの情報を、適切に更新できるよう改善しながら、引き続き発信します。

- 県ホームページでは、引き続き農林漁業体験施設の体験内容や連絡先など基本的な情報を提供するとともに、各施設のイベント情報などの鮮度の高い情報は「ひろしま地産地消ファンクラブ」のウェブサイトやSNSなど県ホームページ以外の手法も活用して、積極的に情報発信します。

また、「ひろしま版食事バランスガイド」、「ひろしま県の味料理集」を掲載し、食生活の改善や伝統的な食文化の継承に向けた情報発信を引き続き行います。



ひろしま地産地消ファンクラブのホームページ
<https://www.hiroshimakensan.org/>

戦略に基づくイベントや店舗等での効果的なPR

- 新型コロナウイルス感染症対策を十分に講じたうえで、「ひろしまフードフェスティバル」をより魅力的なイベントとなるよう工夫して実施します。
- 瀬戸内の地魚の持つ強みや特徴を活かした「瀬戸内の地魚」のブランド戦略を策定し、それに基づいて効果的な情報発信の取組を進め、瀬戸内の地魚の認知度向上を図ります。

- 広島和牛のうち「比婆牛」に焦点を当ててブランド戦略を策定し、それに基づいて料理人へのPRや県内飲食店への情報発信などの取組を進め、効果的に比婆牛の認知度を高めます。

そして、比婆牛の認知度を高めることで、神石牛など他銘柄のブランド化にも波及し、広島和牛全体がひろしまの食の魅力向上に貢献するよう取組を進めます。



広島和牛の代表的な4銘柄のロゴマーク（左から、広島牛、元就、比婆牛、神石牛）

食の安全・安心などの普及啓発

- 流通業者及び消費者への周知・啓発により、GAPの認知度を高めます。

また、「安心！広島ブランド」認証制度の消費者への認知度を高めるため、県ホームページでの認証農産物に関する情報などの発信や、量販店等の店頭でのPOPの掲示に引き続き取り組みます。

- BSE（牛海綿状脳症）や貝毒[※]の検査結果など食の安全に関する情報を、県ホームページ等で引き続き情報提供します。



ひろしまブランドショップTAU（東京）で行ったGAPのPRイベント

※ アサリなどの二枚貝が毒素を持った植物プランクトンを食べることで体内に毒を蓄積させる現象。毒が蓄積した貝類をヒトが食べると、中毒症状を引き起こすことがあります。

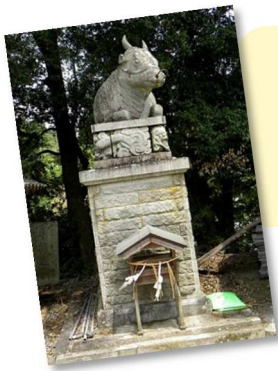
- 食品表示に関する正しい知識を、引き続き講習会等により普及啓発します。

- 「ひろしま環境の日」（毎月第一土曜日）における地産地消を含むエコな買い物等に取り組む団体の取組内容の発信など、引き続き環境などの関係分野と連携した普及啓発を行います。

地産地消コラム ～和牛編～

歴史と伝統ある広島和牛

広島は古くから優秀な和牛の産地として知られていました。
歴史を知れば、広島和牛がもっと美味しくなるかも？！



平安時代

三原市久井町が日本三大牛市として栄え、四国、九州、大阪方面からも牛馬や人々が集まっていました。



戦国時代

毛利元就が中国地方の覇権を握っていたころ、中国山地では「たたら製鉄」が栄えました。製鉄に必要な大量の木材を運ぶために馬よりも足腰の強い牛が活躍しました。



江戸時代

日本で本格的に和牛品種改良が始まった江戸時代後期、庄原市比和町（旧比和村）で日本最古の蔓（つる）の一つ「岩倉蔓」が誕生しました。

※蔓牛：素質が固定している優秀な系統。



近代～現代

大正天皇崩御の際、温順な性格、力の強さ、外観の美しさが評価され、広島の牛が轎車牽引牛に選ばれました。

その後始まった和牛の全国大会「全国和牛能力共進会」で2連覇を成し遂げるなど輝かしい実績を残しています。

2 【作る・届ける】

取組の方向

本県の農林水産物の多くは、県民の需要に対して十分な生産・供給ができていないことが課題となっています。

そのため、地域の核となる企業経営体の育成やスマート農業の実装等による生産性の向上などの推進を通じて生産性の高い持続可能な農林水産業の確立を図るとともに、デジタル技術の活用等による生産者と実需者のリアルタイムの情報共有の仕組みづくりや販売チャネルの多角化を支援することで、県民の需要に応えられる生産と供給の体制強化に取り組めます。

農業

これまでの主な取組と成果

- ひろしま農業経営者学校、専門家派遣等により、経営体の経営力強化を支援した結果、経営の課題解決が進むとともに、規模拡大に対する意欲が向上し、企業経営のモデルとなる経営体が育成されてきています。
- 重点品目（キャベツ、トマト、ほうれんそう等、ねぎ等、アスパラガス、レモン、水稻）を設定し、大規模団地の整備、規模拡大の支援、スマート農業の導入推進等に取り組めました。その結果、キャベツやレモンの大規模経営体や、飛躍的に収量を向上する事例が出てきています。



大規模団地の整備

(左：原山地区（安芸高田市） 右：大崎東地区（大崎上島町）)

- 独立自営就業者の確保・育成のため、実践型研修施設を整備するとともに、経営モデルの作成や就農時に必要な農地確保などを支援した結果、「経営モデル」、「技術習得」、「農地確保」が整っている研修制度は、一定数の就業者が確保されています。
- 雇用就業者は、規模拡大等をきっかけに受け入れ体制を整えた経営体への就業が増えつつあります。
- 「人・農地プラン」の実質化による集落法人等の担い手への農地集積や、担い手の借受希望に基づき、団地内の農地所有者への意向確認によって園芸用農地を集積するとともに、大規模団地の整備や水田の排水対策に取り組み、キャベツやレモンの農業団地を整備し、新たな担い手の定着や既存の担い手の規模拡大につなげました。
- 新商品の開発・製造に向けた専門家の派遣や施設整備を支援し、6次産業化による新商品の開発・製造を行う事業者が増加しました。



広島県産応援登録制度や6次産業化の商品

課題や環境変化

- 経営発展への関心が低い担い手や、予算・実行管理、組織管理や人材育成などの企業経営スキルが不十分な担い手がまだ多く、法人化や規模拡大に向けて専門家による経営発展段階に応じた体系的な支援が必要です。
- 生産性向上や労働力不足の解消に向け、更なるスマート農業の導入促進を図るため、導入コストの低減やデータの蓄積・解析等を進める必要があります。
- 独立自営就業については、就業時に希望する農地確保が難しい等の課題がある研修制度は定員が充足していないため、市町・農業委員会等と連携した農地集積の仕組みの構築などを進める必要があります。
- 集落法人などの担い手や地域住民の高齢化の進行により農地の維持がさらに困難となることが予想されるため、集落法人の連携や地域外の新たな担い手への経営移譲などを進める必要があります。
- 園芸作物の栽培拡大に向け、農地の大区画化や水田の排水改良による基盤整備が必要です。

具体的施策

地域の核となる企業経営体の育成

- 企業経営[※]を目指す経営体の確保・育成に向けて、経営発展意欲の醸成を図るための講座や自らの経営ビジョンを作成するための講座を実施するとともに、専門家の派遣を充実させながら、法人化や雇用拡大等の経営発展を推進します。

※ 企業経営とは、農業経営において明確なビジョンを掲げ、従業員の育成や財務管理等のマネジメントを着実に実施しながら効率的かつ持続的な経営発展を行うことができる経営。

- 企業経営に必要な販売力の強化に向けて、販売リスクの分散を図るため非接触型の取引方法の導入など販売チャネルの多角化を支援します。また、デジタル技術を活用して生産者と実需者がリアルタイムで販売情報を共有できる仕組みを構築します。
- 企業経営に必要なGAPの導入に向けて、経営の土台を構築する手法の一つとして生産者がGAPを理解し、実践につながるよう働きかけるとともに、認証取得を推進します。また、流通業者及び消費者に対してGAPの果たす役割を周知します。

スマート農業の実装等による生産性の向上

- これまでは、県が推進すべきと考える品目を重点品目として位置付け、経営モデルなどを提案しながら生産拡大を進めてきましたが、経営力の高い担い手は、自らが市場動向等から高収益作物を選定し、周辺の農業者を巻き込みながら産地を形成していく取組を進めつつあります。
 今後は、推進する品目を限定せず、担い手や産地の戦略に基づいた生産振興に取り組んでいくこととします。
- スマート農業を活用した技術体系を確立するとともに、スマート農業を活用できる人材を育成することで、生産性の向上を図ります。



キャベツにおけるスマート農業を活用した営農体系モデルイメージ

新規就業者等の新たな担い手の確保・育成

- 就業相談等支援体制…引き続き就業相談を実施するとともに、研修・雇用に至るまでのフォローアップ体制を強化することにより、新規就業者の確保につなげます。



就農フェアの様子

- 農業教育機関…農業技術大学校では、農業を職業として選択することに対して明確なビジョンと目標を持ち、経営力、マネジメント能力を備えた人材を育成します。また、農業技術大学校でのオープンキャンパスや体験研修等を通じ、高校生に対して就業イメージの醸成を図ります。
- 県内企業に対して、各企業の強みを生かした事業構想の構築を支援するとともに、県外の先進農業企業の誘致に向けて具体的な農地情報を提供するなど、積極的に企業の農業参入を進めます。

担い手への農地集積と基盤整備

- 優良農地を維持・活用するため、引き続き、大規模経営体など担い手への集積を進めます。特に、園芸用農地については、先行して実施した取組のノウハウを横展開し、県内全域で推進します。
- 生産品目の「品質と収量の確保」と「生産経費の削減」が実現できるよう、排水性の向上やスマート農業に対応できるほ場など、担い手の経営の将来像や発展段階を踏まえながら、必要となる基盤整備を推進します。

中山間地域農業の活性化

- 地域農業を担う体制の構築に向けて、集落法人同士や近隣の担い手等が連携することで、更なる経営の効率化を図ります。また、農地や施設等の資産を担い手等へ継承する仕組みの構築を進めます。
- 農地が活用され、多面的な機能が持続的に発揮されるよう、担い手による農地の有効活用に合わせて、持続的に地域の農地や農業用施設を保全する体制を構築するとともに、管理の効率化やスマート農業等を活用しながら省力化を推進します。



農地・農業用施設が有する多面的な機能のイメージ
(出典：農林水産省HP，農村フォトコンテスト)

- 鳥獣被害額の低減を図るため、「環境改善」、「侵入防止」、「加害個体の捕獲」による総合的な鳥獣被害対策を推進します。また、市町が作成する「鳥獣被害対策プログラム」の策定を支援します。

畜産業

これまでの主な取組と成果

- 広島和牛の生産体制の構築に向けて、牛舎整備や、経営力の向上などの支援に取り組んだ結果、繁殖牛の増加や繁殖肥育一貫経営化、法人化が進みつつあります。

課題や環境変化

- 肥育牛の安定供給体制の確立に向けた肥育経営体の規模拡大や事業承継、人材確保の仕組みづくりが必要です。
- 繁殖牛頭数は増加に転じましたが、市場流通における子牛の県外流出により、肥育牛出荷頭数の増加につながっていません。

具体的施策

持続可能な広島和牛生産体制の構築

- 経営体の企業化に向けて、個々の成長段階に応じた研修等を行うことにより経営力の向上を図るとともに、畜産GAPやスマート農業の導入等により生産性を高めます。
- 100頭以上の生産基盤の強化に向けて、規模拡大や受精卵産子の安定供給、繁殖肥育一貫経営の推進、経営継承の仕組みづくりを支援します。



畜産業におけるスマート農業活用の例

水産業

これまでの主な取組と成果

- 重点魚種等の種苗放流と資源管理, 藻場造成の一体的な実施により水産資源の増大に取り組んだ結果, キジハタなど一部の魚種では漁獲量の増加につながりました。
- 漁業就業相談会の開催や研修事業により新規就業者の確保に取り組むとともに, 海面漁業担い手グループの活動を支援し, 直接販売等に取り組むグループ数が増加しました。
- 夏期の生食用殻付かきの出荷に必要な新たな浄化技術を開発し, 県東部地区で生産・出荷を開始しました。また, 天然採苗を安定させるため, 関係機関と連携し採苗シミュレーションシステムの構築を進めてきました。



水産物の直接販売の様子

課題や環境変化

- 漁獲量が増加した魚種がある一方で, 減少を続ける魚種も見られるなど, 全体の漁獲量は減少しています。漁獲量減少の原因である水産資源の減少要因に対して講じることができる対策を複合的に実施していく必要があります。
- これまでグループ活動を支援してきましたが, 漁獲そのものが経験と勘に依るところが大きく, 漁獲量が不安定であることに加え, 実需者ニーズに対応した出荷・販売を行えていないことなどから, 漁業者の所得向上に結び付いていない状況があります。
- かきの採苗安定の取組を継続するとともに, 地球温暖化の影響による生育不良やむき身作業を行う人材不足などの課題にも対応していく必要があります。また, 生食用殻付きかきの周年供給体制の構築に向け, 引き続き, 東部地区における生産拡大を進めていく必要があります。

第1章

計画改定にあたって

第2章

地産地消をめぐる現状

第3章

基本的な考え方

第4章

取組の方向と具体的施策

知ってもらう

作る届ける

使う

つながる

第5章

計画の推進にあたって

具体的施策

瀬戸内の地魚の安定供給体制の構築

- 水産資源の回復・保全に向けて、資源の分析・評価に基づく資源管理や、藻場・干潟の回復、底質改善などの漁場環境の整備に取り組みます。
- デジタル技術を用いた効率的な漁獲技術の導入や担い手が中心となった組織的な出荷販売体制の整備を進めます。

かきの安定生産出荷体制の構築

- 採苗シミュレーションシステムによる採苗の安定化やデジタル技術を活用したスマート養殖により生育不良を防止する等、生産の安定化を推進します。また、むき身作業の共同化や機械化による省力化を推進します。
- SDGsの考え方に基づく水産エコラベル認証[※]の取得を推進するとともに、かき作業場の衛生管理の強化を進めます。

※ 「水産エコラベル」は、水産資源や生態系などの環境にやさしい方法で行われている漁業や養殖業を認証する仕組みです。

日本で活用されている主な水産エコラベルは次の3種類が知られています。



3 【買う・使う】

取組の方向

消費者・実需者の県内農林水産物等の利活用を効果的に促進するため、主な購入機会や場面ごとに必要な施策を整理して取り組みます。

また、購入による利活用のみでなく、SDGsの視点を踏まえ、新たに、フードバンクや子ども食堂などでの活用も地産地消の一形態と位置付け、促進します。

これまでの主な取組と成果

- 量販店の常設地場産コーナー「ひろしま菜'S」の設置拡大に取り組みました。

⇒設置店舗数 43店(H27) → 49店(R元)

- 広島県産応援登録商品の販売促進に向けて、量販店等実需者との商談会の開催や、ウェブサイトなどで登録商品を販売している店舗などの情報発信を行いました。

- 県内農林水産物を購入した方に賞品が当たる消費拡大キャンペーンを、量販店や直売所等と連携して実施しました。

- 食育の取組の一環である「ひろしま給食100万食プロジェクト」において、県産食材を使ったメニュー開発と給食での提供、生産者と連携した農業体験学習等を実施しました。また、学校給食での県内農林水産物の使用拡大に向けて、学校施設の給食現場に従事する栄養教諭等と生産者の交流会を3年間で4回開催しました。



ひろしま菜'S



栄養教諭等と生産者の交流会

課題や環境変化

- 多くの量販店において地場産コーナーの設置が進んだ状況にあり、今後の拡大余地は多くありません。一方、既存の地場産コーナーについては、設置後の目配りやフロアローが十分にできておらず、売上が低迷している売場もあります。
- 直売所についても、県内全体の売上では増加基調（西日本豪雨災害の影響を受けた平成30年度を除く）ですが、店舗によっては、時間帯によって欠品が増えたり、商品の特徴や食べ方等を紹介したPOPがないなど、店頭の魅力不足等により、売上が低迷しています。
- 広島県産応援登録商品が増えた一方で、量販店や飲食店など生産者が希望する販路が多岐にわたっています。
- キャンペーン参加者（応募者）の6割が60歳代以上で、若い世代への消費拡大に向けた訴求が十分にできていません。
- 栄養教諭等と生産者との交流会は、会場の近隣からの参加が中心であるため、年1～2回の開催では参加者が少なく、限定的な効果に止まっています。また、給食センターの統合等により、まとまったロットや機械調理に対応した規格での食材の供給が求められています。

具体的施策

量販店・直売所における売場の魅力向上

- 量販店の常設地場産コーナーや直売所の売場の魅力向上を、研修会や専門家派遣などを通じてサポートします。



直売所の売場の様子

- 広島県産応援登録商品の販売を、生産者の希望販路に応じたマッチング支援により促進します。
- 県内農林水産物の消費拡大につながるキャンペーンを、SNSの活用など若い世代の参加を促す工夫をして実施します。

学校における食育と給食での利活用の促進

- 引き続き、学校給食に地場産物を使用し、地域の農林水産業や伝統的な食文化などを学ぶ生きた教材として学校給食を活用した食に関する指導を推進します。
- 給食現場に従事する栄養教諭・学校栄養職員や食材の取引に関わる事業者等と生産者との交流会を年に複数会場で開催するなど効果的に実施し、地場産物を給食で使用する気運醸成を図ります。
- 自治体や給食施設ごとに、求められるロット・規格に応じた供給可能な品目の提案や産地側とのマッチングなどの働きかけを進めます。



小学校での食育の様子

飲食店等における地場産の可視化・多言語化

- 飲食店組合等と連携し、ステッカーの掲示やメニューへの表示などにより食材等が「地場産」であることの可視化・多言語化を促進します。
- 他県の先進事例等を参考に、生産者と飲食店をつなぐ効率的な小ロット物流のシステム構築を支援します。

- 食事を提供する県設置施設での県内農林水産物等の優先使用を促進するため、施設ごとの課題・要望に応じた食材提案等を行います。

フードバンク等における利活用の促進

- 生産者段階での未活用食材等の活用促進に向けて、生産者側とフードバンクや子ども食堂などをつなぐ取組を推進します。



広島市の施設からフードバンクへの寄付

地産地消コラム ～地魚編～

広島の魚を食べよう

水深や潮の流れの異なる多様な環境により、瀬戸内海には 700 種以上もの魚介類が生息しており、広島には美味しい地魚がたくさんあります！ぜひ味わってみてください。



4 【つながる】

取組の方向

生産者と消費者，都市と里山里海が、「知ってもらおう」⇔「知る」，「作る・届ける」⇔「買う・使う」の関係性を強めていくことで地産地消の循環が生じ，交流や協働の取組へと発展していくとともに，その交流や協働の取組がさらに力強い地産地消の循環を生み出していくものと考え，県内各地での様々な内容の交流や協働の取組を推進していきます。

特に，地産地消の好循環が幅広い世代に浸透し，世代間で継承されるよう，「知ってもらおう・知る」の取組の方向と同様，30歳代以下の若い世代を念頭において取組を進めます。

これまでの主な取組と成果

- マルシェなどの一部のイベントについて、「ひろしま地産地消ファンクラブ」のウェブサイトやSNSで情報発信しました。
- 管理栄養士の養成課程のある大学等と連携して，大学生が生産者と交流等を行い，地場産物を活用したレシピを開発し，地域のイベントや料理教室，ウェブ等でPRする取組を実施しました。
⇒4年間で延べ31大学と連携し，200のレシピを開発しました。
- 里山里海の特徴を生かした体験型修学旅行の誘致活動等を実施しました。



フードフェスティバルでのレシピのPR
(広島修道大学・小松菜のドライカレー)

課題や環境変化

- マルシェや農業体験といったイベントや取組は県内各地で様々なものが実施されていますが、そういった鮮度の高い多彩な情報の発信が十分にできていません。
- 大学等と連携して開発したレシピのPRや活用の機会が限定的で、十分に活用できていません。
- 新型コロナウイルス感染症の影響により里山里海の価値や魅力が再認識され田園回帰の志向が高まる中で、これを追い風として、交流人口の創出・拡大や移住の促進につながる仕掛けが必要です。

具体的施策

イベント開催など交流機会の拡充

- 交流機会の拡充につながる市町間で連携するイベント（例えば、特産品などの地域資源を切り口に周遊・交流を促すワインツーリズム・日本酒ツーリズムや直売所スタンプラリー、生産者との直接的な交流を生むマルシェ）の開催などを支援します。



東広島市で開催されたマルシェ

交流・協働の促進

- 県内各地で開催されるマルシェや農業体験といったイベントや取組などの情報を収集し、「ひろしま地産地消ファンクラブ」のウェブサイトやSNSを活用して鮮度の高い多彩な情報を積極的に発信します。(再掲)



稲刈り体験の様子

- 管理栄養士の養成課程のある大学等と連携したレシピ開発・PRの取組を、飲食店との連携などレシピの新たな活用機会やPR手段の確保に努めながら、引き続き実施します。

移住の促進

- 移住相談員による総合的なサポート等により移住を促進します。



広島県交流・定住ポータルサイト

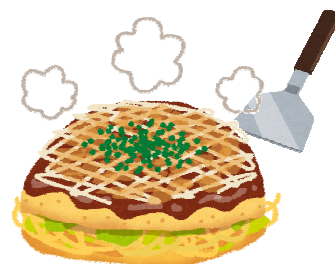
<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/site/kouryuuteizyuuportalsite/>

地産地消コラム
～お好み焼き編～

牡蠣を
トッピング！

チャレンジ！「お好み焼き」を県産食材だけで作れるか？！

広島県のソウルフードの代表格「お好み焼き」。
スーパーや直売所で簡単に手に入れられる県産食材だけではたして美味しく作ることはできるのでしょうか？



一般的な材料（調味料は除きます）ごとにみてみましょう！

小麦粉 (薄力粉)	⇒	残念ながら、県内では薄力粉に適した小麦の生産は多くありません。県産米からできた米粉で代用してみましょう！
キャベツ	⇒	県北部から島しょ部まで各地で栽培されていますが、県内消費量をまかなうにはほど遠く…スーパーではあまり見かけないかもしれませんが、直売所では近隣で採れたものが並んでいることも多いです。
もやし	⇒	県内で生産されたもやしはスーパーで販売されています！お好み焼きに入れたときに水っぽくなくなり、味が濃い細もやしの方が広島では好まれるようです。
豚バラ肉	⇒	県内では、エサや飼育環境にこだわった様々なブランド豚が生産されており、一部のスーパーやインターネット通販などで購入することができます。
そば (中華麺)	⇒	県内では麺に適した小麦の生産は多くありません。残念ながら、お好み焼きに使う生麺として手に入れるのは簡単ではありません。
卵	⇒	意外かもしれませんが…広島県は鶏卵の生産量全国第5位（R元）なんです！スーパーの店頭などでお買い求めいただけます。
青ねぎ	⇒	風味豊かな露地栽培から安定生産できる水耕栽培まで、県内各地で生産された青ねぎは、一年中スーパーで手に入ります。
牡蠣	⇒	牡蠣といえば広島！生産量はダントツの全国第1位！お好み焼きとの相性もバッチリです。

作れます！

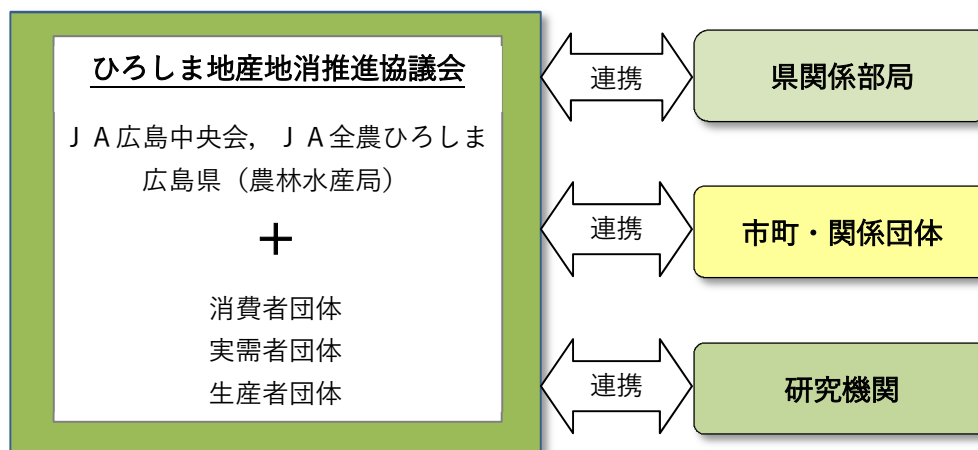
ただし、もちもち米粉クレープの「そば抜き」となります。悪しからず。
ご家庭のホットプレートでも美味しく作れますので、
ぜひ県産食材を使ったお好み焼きにチャレンジしてみてください！

第5章 計画の推進にあたって

1 推進体制

本計画の推進にあたっては、「ひろしま地産地消推進協議会」※を中心に、県関係部局及び関係団体、研究機関等が連携・協力して取り組みます。

※ 平成 19 年に設立された「ひろしま地産地消推進協議会」は、JAグループと県で構成され、オブザーバーとして消費者団体や実需者団体等が加わり、多様な意見を施策に反映するとともに、連携して取組を実施できる体制で運営されています。



2 計画の進行管理

各分野における関係者の取組状況の把握に努めるとともに、施策の実施状況については、「ひろしま地産地消推進県民条例」第 13 条に基づき、毎年公表します。

第1章

計画改定
にあたって

第2章

地産地消を
めぐる現状

第3章

基本的な
考え方

第4章

取組の方向と
具体的施策

知ってもら
う

作る
届ける

使う

つな
がる

第5章

計画の推進
にあたって