

令和3年度 広域農林水産業振興の取組について

令和4年1月24日
広域産業振興局農林水産部

資料2



関西広域連合
UNION OF KANSAI GOVERNMENTS

関西広域農林水産業ビジョン(H25年11月策定)のポイント

関西農林水産業の現状認識

【現状と特徴】		
多様な 農林水産物	歴史と伝統 ある食文化	大消費地が 内在
【課題】		
所得の減少、 不安定化	就業者の減少、 高齢化	生産基盤の 弱体化

関西農林水産業が目指す将来像(20~30年後)

歴史と伝統ある関西の 食文化を支える農林水産業	異業種と連携した競争力 ある農林水産業
- 食文化は関西のアピールポイント - 多様な農林水産物の域内外への供給を強化・拡大 - 食文化の海外発信により需要を拡大	- 商工業や医療・福祉等、多様な産業との連携 - 大学等研究機関との連携 6次産業化の推進 - 企業等の参入促進
関西の食文化と域内外の消費を支える農林水産業へ	付加価値の高い商品開発や国内外への販路拡大へ

都市と共生・交流する活力 溢れる農林水産業・農山漁村	多面的機能を発揮する関西 の農林水産業・農山漁村
- 直売所やマルシェ、観光農園、農家民宿等により安全・安心な食材提供 - グリーンツーリズムや市民農園等の推進 - 都市部からの移住・定住	- 水源かん養、国土保全、景観形成等、様々な役割 - 都市農業においては緑地空間の提供等 - 多面的機能は都市を含む全ての住民が享受
都市と農山漁村が互いの魅力を分かち合う関係へ	府県市民が多面的機能の認識を共有し、基盤の保全へ

将来像の実現に向けた6つの戦略(今後10年)

戦略1 地産地消運動の推進による域内消費拡大 食育による啓発、学校給食での利用促進、直売所間の連携促進等により、エリア内農林水産物の広域圏内での消費拡大を推進
戦略2 食文化の海外発信による需要拡大 観光・文化振興分野と連携し、食文化と農林水産物をセットにしたプロモーション、訪日外国人を農山漁村に誘致すること等を通じ、関西食文化とそれを支える農林水産物の素晴らしさをPR
戦略3 国内外への農林水産物の販路拡大 広域内の高品質で競争力ある農林水産物と加工品について、スケールメリットを活かした効果的な情報発信、プロモーションにより、国内外に販路を拡大
戦略4 6次産業化や農商工連携の推進などによる競争力の強化 府県市域を越えた農林水産業と異業種・異分野とのマッチング等により、6次産業化、農商工連携をすすめ、域内農林水産物を活用した新たな商品開発と販路開拓を促進
戦略5 農林水産業を担う人材の育成・確保 農林水産業に関する就業相談会、各府県農業大学校の連携、林業大学校の広域での活用等により、後継者はもとより、都市住民の新規参入、法人経営体への就業促進等、多様な就業者を育成・確保
戦略6 都市との交流による農山漁村の活性化と多面的機能の保全 農山漁村の魅力や多面的機能のアピール、市民農園等のあらゆる空間での実践の促進により、食と農林水産業への理解の醸成、都市と農山漁村の交流等につなげ、農山漁村の活性化・多面的機能の保全

ビジョンの実現に向けた関西広域連合と構成府県市の役割

戦略の推進にあたっては、関西広域連合はシナジー効果が見込まれる事業など、その枠組みにおいて実施可能な範囲で役割を果たし、各地域の特徴・実情を踏まえた事業は個々の構成府県市が取り組む

戦略1 地産地消運動の推進による域内消費拡大(1)

「まず地場産・府県産、なければエリア内産」を基本に、特産農林水産物のエリア内での消費拡大を図る。

- 1 「おいしい！ KANSAI応援企業」の登録
- 2 学校への特産農林水産物利用促進のための啓発
- 3 直売所の交流促進

1 「おいしい！ KANSAI応援企業」の登録

(ア)「おいしい！ KANSAI応援企業」の登録

広域連合が取り組む地産地消運動の趣旨に賛同する企業等を、“おいしい!KANSAI応援企業”として登録し、社員食堂などでのエリア内特産農林水産物を使った料理の提供を通じて消費拡大を図る。

参考)登録数 145(R3.12月末現在)
HP掲載数 93(R3.12月末現在)

主な登録企業

- ・TOTO(株)滋賀工場
 - ・オムロンヘルスケア(株)
 - ・関西電力株式会社
 - ・株式会社クボタ
 - ・(株)アシックス
 - ・(株)紀陽銀行
 - ・鳥取大学
 - ・大鵬薬品工業株式会社
 - ・カルビー(株)湖南工場
 - ・株式会社ワコール
 - ・(株)近鉄百貨店
 - ・株式会社カプコン
 - ・イケアジャパン(株)IKEA神戸
 - ・和歌山大学
 - ・大塚製薬株式会社
- ほか

ほか



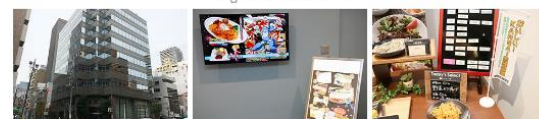
株式会社カブコ
大宮市中央区西新町二丁目1番地

1983年、大阪市で創業された株式会社パソコン。家庭用テレビゲームソフト、オンラインゲーム、モバイルコンテンツおよびアミューズメント機器等の企画、開発、製造、販売、配信ならびにアミューズメント施設の運営を行っており、資本金332億39百万円、売上770億21百万円(2015年度実績)、従業員数2,839人(連結、2016年3月31日現在)を擁する企業です。

「ストリートファイター」や「バイオハザード」もモニター・ハンターなど、グローバルで売っているタイトルを発売。創業以来、大阪の地から世界を相手にビジネスを展開しています。

15年に1回リニューアルされた社員食堂でも関西エリアの食材を積極的にメニューに取り入れており、今回「おいしい」KANSAI応援企業に選ばれたのも、世界的なローカル・フーズの社会貢献が「食」にあり、よう！

 画像をクリックすると拡大します。



大阪市中央区にあるカブコン本社ビル。2016年には新たに研究開発第2ビルを竣工、開発環境を充実させています。

「おいしい!KANSAI応援企業」紹介ページ

戦略1 地産地消運動の推進による域内消費拡大(2)

(イ)「おいしい！KANSAI応援登録企業」紹介ページの作成と社食でのイベントによるPR

登録企業の社員食堂のメニュー紹介をはじめ、CSR活動、社風、社員の声などを取材形式で紹介するページを広域連合ホームページ内に作成するとともに、当該社食において構成府県の食材を使った料理の提供や産品販売イベントを実施し、エリア内産農林水産物の消費拡大に繋げる。

参考) 社食でのイベント実施数 2 (R3.12月末現在)



「おいしい!KANSAI応援企業」での産品販売イベント(6府県市が参加)

戦略1 地産地消運動の推進による域内消費拡大(3)

2 学校への特産農林水産物利用促進のための啓発

(ア) 出前授業による特産農林水産物の啓発

生産者団体が実施する府県域を越えた出前授業の取組を促進するため、広域連合が受け入れ希望校とのマッチングを実施。

参考)実績 R3 16小学校等で実施(R3.12月末現在)

(イ)学校給食への域内特産農林水産物の提供

学校給食における府県域を越えた地産地消を進めるため、構成府県市内小学校等へ域内特産農林水産物を提供。

※コロナ影響品目を優先的に提供

参考)実績 R3 70小学校等で実施(R3.12月末現在)

3 直売所の交流促進

○直売所交流イベントの拡大

広域連合がマッチングを行うとともに、府県域を越えたイベントへの支援により、直売所の新たな参加や交流の拡大を図る。

参考)実績 R3 コロナ禍により2直売所のみで実施 (R3.12月末現在)



JAによる出前授業風景



直売所交流イベント

戦略2 食文化の海外発信による需要拡大

関西全体の食文化のすばらしさを高品質で多様な農林水産物・加工品の情報と合わせて海外に発信することにより、需要の拡大につなげる。

「関西の食リーフレット」等の活用

関西の農林水産物・加工食品及び食文化の情報をリーフレットやHPを通じて海外へ発信。

参考)実績 R2 リーフレット増刷 5,000部
(英語、中国語)
R3 リーフレット増刷なし(R2までの在庫で対応)



リーフレット

関西の食文化

「和食」と「関西の食文化」

日本食は、いまや世界中で注目されており、2013年12月、国際連合教育科学文化機構(ユネスコ)の無形文化遺産に「和食：日本人の伝統的な食文化」として登録されることになりました。和食とは、個別の料理そのものを指すものではなく、これまでの日本人が築き上げてきた食に関する知恵・工夫・習慣など、有形無形のもの全てを含んだ概念であり、文化ともいえます。

現在ほど科学や技術が発展していなかった時代、日本人は、自然には神が存在するとの考えから、「自然を尊重する精神」を育んできました。先人たちは、自然と共に生きること、つまり、四季の変化をうまく活用しながら生き抜いてきた「食」に関する知恵の数々が、食文化として各地域に残り、それが子孫に代々伝えられ発展させてきたことによって、現在の和食というかたちがあるものといえるでしょう。

千有余年にわたり、日本の中心地として栄えた関西には、商業や物流の発展とともに、全国各地から様々な食材等が集まるようになり、関西の食文化は上方の味として洗練された料亭文化や茶屋文化に発展していきました。その集大成といえる「京料理」には、旬の食材を活かす「だし」を基本にした調理法のもとに、季節や風情



関西の田園風景



ホームページ

戦略3 国内外への農林水産物の販路拡大

関西の魅力ある農林水産物の効果的な情報発信や輸出に向けての機運醸成を図るセミナーを開催し、国内外への販路拡大につなげる。

1 国内外への販路拡大につなげる効果的な情報発信

構成府県市が実施する海外プロモーションなどのPRイベントで「関西の食リーフレット」を配布するなど情報発信を実施。

参考)実績 R3 リーフレット 950部配布 ※R3年12月現在
(滋賀県200部、京都府450部、徳島県200部、和歌山県100部)
・展示会、事業所等で配布

2 事業者向け食品輸出セミナーの開催

食品輸出の機運を醸成し、意欲のある事業者には有益な情報を提供するため、食品輸出セミナーを開催。

参考)R3年度はR4年1月27日開催予定
(オンライン配信による実施)

農林水産部・産品販売サイト等のご案内

関西広域連合構成府県市の産品を購入できるサイトをご案内します。この機会に、是非各地の産品を購入していただけたらと思います。

その他、各府県市の自産品の産品や食の情報・イベント情報等をお知らせするサイトもご覧ください。

1.産品販売に関するページ

各府県市の産品を直接購入できるサイトのご案内です。

- 兵庫県「兵庫県産物協会」
- 和歌山県「ふるさと和歌山わいわい市場」
- 鳥取県「鳥取の「食」買いたい!食べたい!」
- 徳島県「あるなつと徳島」
- 堺市「堺の特産品ネット商店街(イーモール堺)」

2.「ブランド産品」に関するページ

各府県市の自産のブランド産品を紹介するサイトのご案内です。

- 滋賀県「滋賀のおいしいコレクション」

販売促進サイト

講演1

● テーマ：中国 EC 市場の今と越境 EC

● 講師：中山 雄介 氏 (合同会社オーブンゲート 代表)

アマゾン、楽天等での経験を経て、酒類・食品の中国越境 EC・国内 EC コンサルティング等の分野で事業者支援に取り組む講師から、中国 EC 市場の最新の状況を中心に、越境 EC のノウハウなどについて講演いただきます。



講演2

● テーマ：日本産農畜水産物の海外での販売動向と物流

● 講師：遠近 和博 氏 (株式会社バン・パシフィック・インターナショナルホールディングス (PPIH) 執行役員 海外事業 MD サポート本部 本部長)

海外で、DON DON DONKI などの店舗を急拡大し、農畜水産物輸出のけん引役として存在感を高める PPIH。海外での販売動向と物流について、日本産品の輸出強化を見据えた内容で講演いただきます。



講演3

● テーマ：輸出に取り組む食品事業者の事例報告

● 講師：栗澤 仁雄 氏 (兵庫県明石市/明石酒造醸造株式会社 代表取締役)

大正7年に創業し、酒類の製造・販売を行う。輸出向け HACCP 等対応施設整備事業の実施など、コロナ禍においても精力的に海外への販路拡大を行っておられる事例をふまえ、輸出拡大に向けた取組について講演いただきます。



食品輸出セミナー(案内より抜粋)

戦略3 国内外への農林水産物の販路拡大

関西の魅力ある農林水産物の効果的な情報発信や輸出に向けての機運醸成を図るセミナーを開催し、国内外への販路拡大につなげる。

3 WEB型マッチング商談会の開催

コロナ禍において多様な販路の開拓を支援するため、域内の特色ある農林水産物の生産者や食品加工事業者と小売や外食産業バイヤー等との商談機会を創出。

参考)実績 R3年11月9日開催

域内65事業者が参加し、29バイヤーを招聘、143件のWEB商談を実施。

大阪府	京都府	兵庫県	滋賀県	和歌山県	鳥取県	徳島県	大阪市	堺市	京都市	神戸市
22	33	21	12	36	7	8	2	0	2	0

※各構成府県市のWEB商談件数

小売:(株)大丸松坂屋百貨店、イオンリテール(株)、(株)東急ストア
通販:(株)JALUX、(株)千趣会、アスクル(株)、オイシックス・ラ・大地、(株)ベルーナ、(株)ウィルズ、
(株)47CLUB、技わざ、(株)ふるさとサービス、(株)セイノー商事、ジュピターショップチャンネル
卸・商社:(株)高山、(株)フィッシェル、(株)エス・トラスト、(株)ARAN、(株)銀座花のれん、
(株)パイオニア企画、プリセプト(株)、(株)ミトク
輸出入商社:MKトレーディング、Daisho (Thailand) Co., Ltd.、KCセントラル貿易
外食:(株)グリーンハウスフーズ
ホテル:(株)ホテルプリンセス京都、T Hotel竜王マネジメント(株)、(株)パレスホテル

※招聘バイヤー一覧



WEB商談実施風景

戦略4 6次産業化や農商工連携の推進などによる競争力の強化

広域での農林水産業と異業種・異分野とのマッチング等により、府県市域を越えた6次産業化や農商工連携を促進し、新たな商品開発や販路開拓を進めることで競争力の強化を図る。

1 スマート農業の推進

各構成府県市で開催されるスマート農業の展示会等の情報を共有し、普及に係る取組を推進。

参考)実績 R3 (12月末現在:HPへ2件掲載)
(Facebookも活用)



スマート農業に関する情報ページ

2 府県域を越えた6次産業化や農商工連携の推進

農林漁業者が、府県市域を越えた商工業者とマッチングできるよう、異業種交流会等の開催計画を広域連合のホームページ等に掲載。

参考)実績 R3 (12月末現在:HPへ3件掲載)
(Facebookも活用)



6次産業化や農商工連携の推進ページ

戦略5 農林水産業を担う人材の育成・確保

構成府県市の農林水産就業支援情報を広く発信し、人材の育成・確保につなげる。

1 「関西広域連合農林水産就業ガイド」の作成

構成府県市の農林水産業への就業支援情報を掲載した「就業ガイド」を作成し、各府県市が実施する就業相談会やホームページ、FacebookでPRする。

参考)実績 R3 新・農業人フェア、構成府県市の就業相談会など、33イベントで情報発信

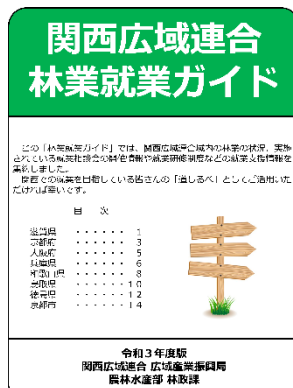
2 「農業大学校ガイド」の作成

各農業大学校の特徴や専攻コースなどを掲載した「農業大学校ガイド」を作成し、府県間で情報を共有するとともに、ホームページ、Facebook等で広く周知することで、人材の相互受入を進める。

参考)実績 連合域内のR3入学生の相互受入 9人

3 「農林水産就業促進サイト」の運営

農林水産業への就業希望者に各府県市の就業支援情報を広く発信する。



農林水産就業促進サイト（関西で農林水産業を始めたい方へ）

関西広域連合では、構成府県市が実施する農林水産業への就業相談会の開催情報や研修制度、補助事業の概要などの就業支援情報を集約した「就業ガイド（農業版、林業版、漁業版）」及び「農林水産就業促進サイト」を作成しましたので、情報収集にご利用下さい。

各種就業情報はここから

- ▶ [農業の情報（就農促進サイトへ）](#)
- ▶ [林業の情報（林業版就業促進サイトへ）](#)
- ▶ [漁業の情報（漁業版就業促進サイトへ）](#)

戦略6 都市との交流による農山漁村の活性化と多面的機能の保全

地域の活性化と多面的機能の保全を図るため、情報発信やイベントの開催等を通じ、都市農村交流活動を促進する。

1 都市農村交流の情報発信

(ア)「都市農村交流サイト」の運営と情報発信の強化

連合ホームページ内で、域内の優良事例や交流施設等を紹介するとともに、農林漁家レストラン等の情報を大手旅行会社のサイトへ掲載するなど、情報発信を強化。

参考)実績 41事例及び242施設掲載(R3.12月末現在)
JTBパブリッシングのサイト「るるぶ&more」等で掲載予定

2 都市農村交流のための人材育成

(ア)アドバイザーの追加登録と派遣

都市農村交流に関する知見を有する人材を「アドバイザー人材バンク」に登録し、地域からの要請に応じて派遣。

参考)登録 26名(R3.12月末現在) ※R3はコロナ禍により派遣実績なし

(イ)アドバイザーの活用促進

アドバイザー活動における優良事例を連合ホームページ内に掲載し、周知を図る。

参考)実績 17事例掲載(R3.12月末現在)



優良事例紹介サイト

JA紀の里ファーマーズマーケットめっけもん広場(関西広域連合域内直売所)
じょうじいりあいのとらふーまーずまーけっとめっけもんひろば かんさいこういせいのせいかいしきいせいかいじ

【和歌山県】【東牟婁郡】



行った 行きたい
1350平方メートルの広大な売り場に地元生産者が毎朝運び込む旬の野菜がスラリ、ボリューム大の花束が販売。ももやスイカ、きかんなど季節の果物も豊富。郷土食の試食や食育イベントなども毎月開催。

大手旅行会社等の検索サイト掲載イメージ
(参考:るるぶ&more)