

平成27年度 広域農林水産業振興の取組について

平成27年7月18日
広域産業振興局農林水産部

関西広域農林水産業ビジョンのポイント

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 <ul style="list-style-type: none"> 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 	異業種と連携した競争力ある農林水産業 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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 	多面的機能を発揮する関西の農林水産業・農山漁村 <ul style="list-style-type: none"> 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、スク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

27年度の事業計画

（基本方針）

関西広域連合農林水産部では、25年11月に策定した関西広域農林水産業ビジョンに基づき、各構成府県市におけるこれまでの農林水産業に関する振興施策を十分に尊重しつつ、府県市域を超えた行政組織であるという新たな視点と立場から、農林水産業を成長産業として位置付け、関西の産業分野の一翼を担う競争力のある産業として育成・振興する。

戦略1 地産地消運動の推進による域内消費拡大

- 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

戦略2 食文化の海外発信による需要拡大

「関西の食リーフレット」等の活用

戦略3 国内外への農林水産物の販路拡大

国内外への販路拡大につなげる効果的な情報発信

戦略1 地産地消運動の推進による域内消費拡大(1)

関西広域連合農林水産部における地産地消の取組は、「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より一層の消費拡大を図る。

1 「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、社員食堂や職員食堂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)登録企業数 9社(7月1日現在)
関西経済連合会を通じ、企業へ啓発



応援企業の食堂

2 学校への特産農林水産物利用促進のための啓発

(ア) 学校栄養士等への啓発

広域連合が構成府県市の学校給食会や学校栄養士等が参集する場に出向き、「学校給食で利用可能な特産農林水産物リスト」や「産地ならではの料理方法」を示してエリア内特産農林水産物の利用促進を啓発する。

参考)H26実績 5府県で実施(延べ470名)



学校栄養士を対象とした啓発

戦略1 地産地消運動の推進による域内消費拡大(2)

(イ)関西広域連合給食の試食会開催 **拡充**

「関西広域連合給食レシピ」の導入促進を図るため、構成府県市の学校栄養士等が参集する機会を利用し、試食会を開催する。

参考)H26実績 給食レシピ集作成(6プレート)
域内すべての小中学校等へ配布(5,000部)



(ウ)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する。

参考)H26実績 4府市の7小学校で実施



JAによる出前授業風景

3 直売所の交流促進

(ア)関西広域連合によるマッチング

直売所の集客の増加とエリア内特産農林水産物の消費拡大を図るため、広域連合が直売所間交流のマッチングを行う。

参考)H26実績 8直売所で実施
直売所ホームページの作成



直売所交流によるイベント

(イ)マッチングサイトの開設 **拡充**

直売所交流の一層の拡大を図るため、マッチングサイトを開設し、直売所間の直接交渉を促進する。

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する。

※海外物産展等でリーフレットを活用

リーフレット



戦略3 国内外への農林水産物の販路拡大

スケールメリットを活かした効果的な情報発信やプロモーション活動により、国内はもとより、今後、経済成長が見込まれるアジア等を中心とする海外への輸出振興につなげる。

国内外への販路拡大につなげる効果的な情報発信

広域観光・文化振興局との連携によるプロモーション活動やその他国内外で開催されるPRイベント等へ、域内の農林水産業者及び加工業者に出展を呼びかけ、販路の拡大につなげる。

また、HP内の商品販売サイトにより、農林水産物・加工食品の販売を促進する。



2014関西物産展inマレーシア