

農林水産物の安定供給及び ブランド力強化について

令和8年4月

農林水産部流通戦略課

目次

<u>I 人と環境にやさしい農業で育まれた農産物等の流通・消費拡大</u>	4
1 県産有機農産物等の出荷・流通モデルの構築	
2 学校給食等での有機農産物の活用促進による県民への理解醸成	
<u>II 農林水産物のブランド化と需要の開拓</u>	5
1 ブランド戦略の推進	
2 国内・海外市場の戦略的な開拓	
<u>III 県産県消等の推進</u>	14
1 購入機会の拡充	
2 学校給食における県産食材の供給拡大	
3 おいしいごはんを食べよう県民運動の推進	
<u>IV 食の安定供給</u>	18
1 卸売市場の現状	
2 卸売市場の機能強化に向けた取組	
<u>V 食への信頼確保</u>	22
1 食を巡る状況とその対応	
2 食品への消費者の信頼確保	
<u>VI バイオマスの活用を通じた地域活性化の推進</u>	26
1 兵庫県バイオマス活用推進計画の推進	
2 バイオマス利活用の推進状況	

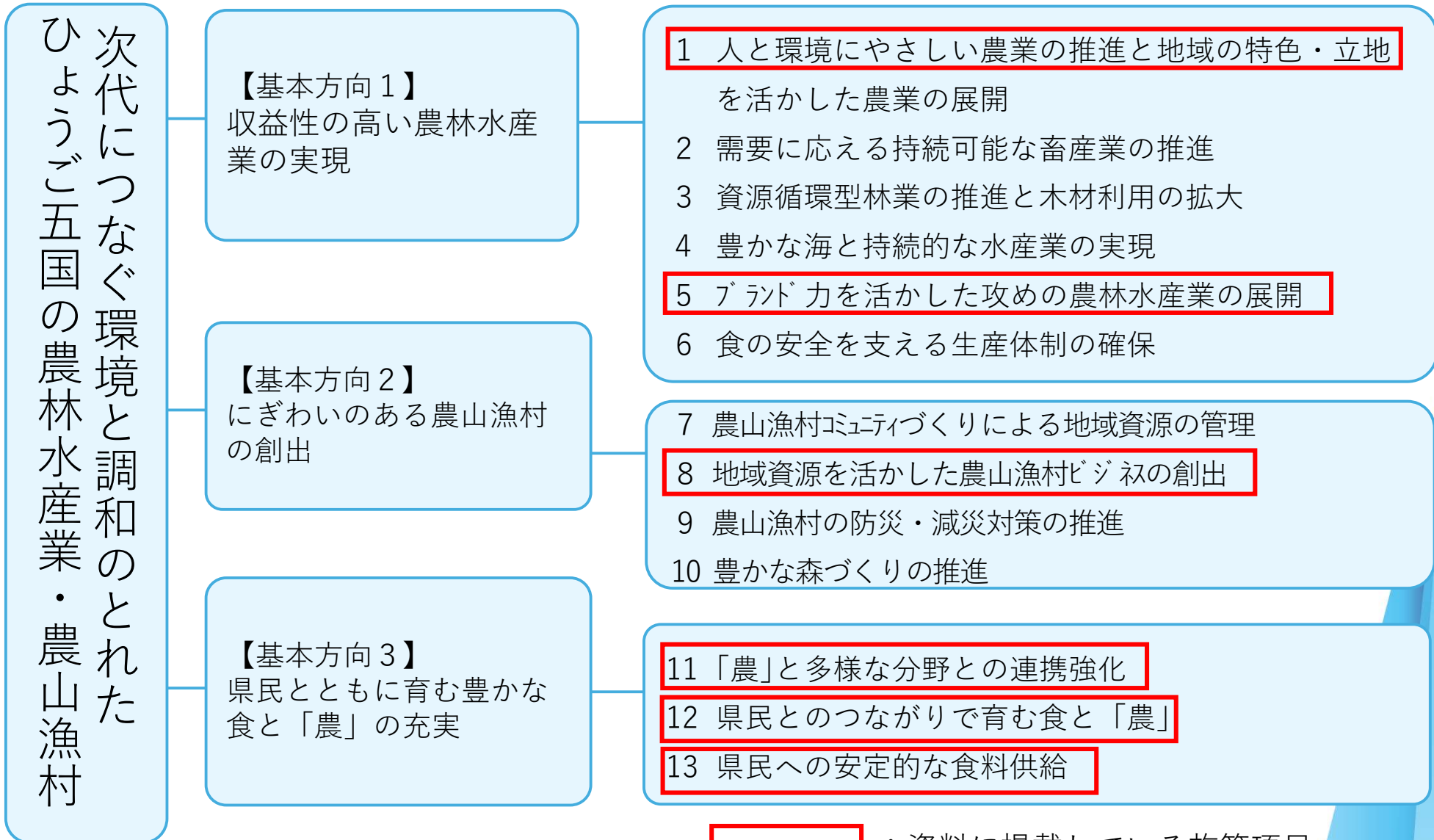


ひょうご農林水産ビジョン2035施策体系表における位置づけ

【めざす姿】

【基本方向】

【推進項目】



: 資料に掲載している施策項目

I 人と環境にやさしい農業で育まれた農産物の流通・販売拡大

- ・有機農業をはじめとする環境創造型農業によって生産された県産農産物の量販店等での購入機会の拡大に向けた効率的な流通モデルの構築を推進
- ・学校給食や幼稚園・保育所等を通じた安定的・継続的な利用と食農教育を通じて、子どもたちや保護者の理解を深め、消費者による「買い支え」の意識を醸成

1 県産有機農産物等の出荷・流通モデルの構築

県産有機農産物等を県民により身近なものとするため、生産者の出荷コスト・労力を削減し、消費者が量販店等で日常的に購入できる**効率的な出荷・流通モデルの構築を支援**

(令和7年度実績：2モデル)

2 学校給食等での有機農産物の活用促進による県民への理解醸成

A 県産有機農産物の学校給食での活用促進

児童や栄養教諭が、県産有機農産物の特長や環境負荷の少ない農業の価値への理解を深められるよう、給食への食材提供と出前講座を行う生産者団体等を支援 (令和7年度実績：5件)

I 幼稚園・保育所等における県産有機農産物理解醸成

幼少時から有機農産物への親しみを育むため、未就学児とその保護者を対象として給食への食材提供、出前授業、保護者向け販売を行う生産者団体等を支援 (令和8年度：10件予定)



県産有機農産物の量販店でのPR販売（伊丹市）



有機農業の出前講座による小学生への食農教育（南あわじ市）

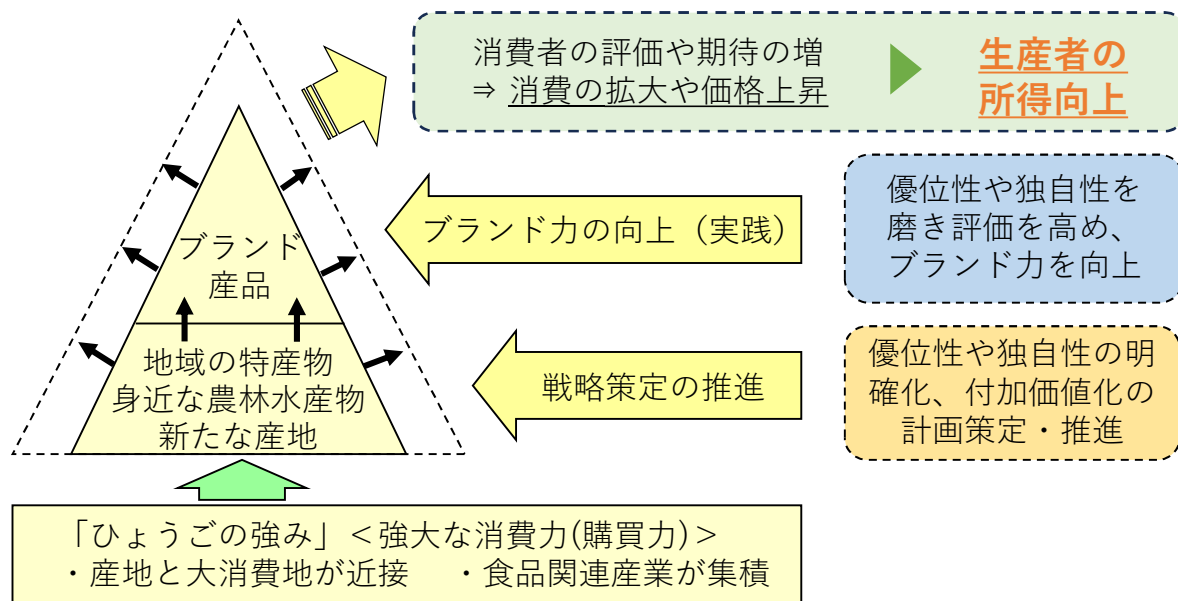
II 農林水産物のブランド化と需要の開拓

- ・ **県産農林水産物のブランド戦略やひょうご食品認証制度の推進**により、食品の付加価値や消費者の信頼を高め、生産・加工・流通・消費の拡大及び生産者の所得向上を図っている
- ・ また、その認知度向上や需要拡大、販路開拓を図るため、**国内・海外市場の戦略的な開拓**（県域、国内、海外）を進めている

年度	現状 (R7)	中間 (R12)	目標 (R17)
ブランド戦略策定品目数	49品目	54品目	59品目

1 ブランド戦略の推進

- ・ 県産農林水産物について、産品が持つ**優位性や独自性（魅力）を明確にする**とともに、大消費地に近接し、食関連産業が集積*する本県の強みを活かしつつ、**価値を高めるための取組などを示した「ブランド戦略」の策定と実践**を推進（※食品出荷額全国第4位 令和3年経済センサス調査）
- ・ ブランド戦略の実践においては、①**産品の魅力に磨きをかける**とともに、②**産品の認知度向上や販路開拓、需要拡大に向けた各種施策の展開**というアプローチで推進



【参考：ブランド等の定義】

○ブランド

他の産品と比べ、品質等の優位性や独自性を備え、また消費者がその存在や価値を認知し、これに対して評価と期待を抱いている状態。

○ブランド戦略：

産品の優位性や独自性（魅力）を明らかにするとともに、生産・流通消費を一連で捉え、価値を高めるための取組などを示したもの。

II 農林水産物のブランド化と需要の開拓

(1) ブランド製品の強化や新ブランドの育成

ブランド製品の強化や新ブランドの育成を図るため、**民間企業と連携したPR**や**知的財産保護（地理的表示（GI）取得）への助言**などを実施

（ブランド製品の例：丹波黒大豆、岩津ねぎ、朝倉さんしょ、淡路島えびす鯛、淡路島3年とらふぐ）

「淡路島手延べそうめん」の地理的表示（GI）取得

令和8年3月25日に**淡路島手延べそうめん**（登録団体 淡路島手延素麺協同組合）が**地理的表示（GI）制度に登録**
県産品の登録は神戸ビーフ、但馬牛、佐用もち大豆、淡路島3年とらふぐ、揖保乃糸に続き6例目

新ブランド「東播磨産六条大麦」のブランド化の推進状況

昭和56年頃から東播磨で栽培が開始され、現在では西日本でも有数の産地となっており、

令和6年度にブランド戦略を策定

令和7年度には、**県×県立農業高校×（株）オイシス×JA兵庫南の協同**で、
 六条大麦を使った商品開発を行い、「**パクっと！麦っと！ほんのリビタードーナツ**」を販売

【販売概要】

期 間：令和8年3月9日（月）～4月8日（水）

場 所：にじいろふぁーみん、マザーバスケット7店舗



企業と連携した県産食材を
活用した商品(ポスター)

(2) 製品の魅力の磨き上げ

- ・「**ひょうご農畜水産物ブランド戦略スキルアップスクール**」を開催し、商品企画や開発に精通した講師が、**商品のブラッシュアップや販路開拓の助言指導**を実施（令和7年度：令和7年11月11日 テーマ：ECサイト運営の基礎及び実践）
- ・（一社）**全日本司厨士協会兵庫県本部との情報交換会**を開催し、料理に精通したシェフ等が、**商品開発や販売に関するアドバイス**を実施（令和7年度実績：3回開催）



事業者の販売力向上に向けた
ECサイトセミナー

II 農林水産物のブランド化と需要の開拓

(3) ひょうご食品認証制度の推進(安心ブランド、推奨ブランド)

県産食品の安全・安心に対する信頼性を確保するため、県が**個性・特長のある県産食品を確認し認証する「ひょうご食品認証制度」を推進**

ア 認証食品数

年度	R3	R4	R5	R6	R7	目標 (R17)
認証食品数	2,315	2,347	2,354	2,324	2,305	2,500
流通割合※	40.7%	39.4%	37.8%	36.1%	35.4%	

※県内向け生産出荷量に占める認証食品の割合

イ 主な認証食品 (令和8年3月末現在)

区分	食品名	認証数
農産物	米、丹波黒大豆、たまねぎ、レタス、だいこん、葉物野菜、岩津ねぎ、ピーマン、いちじく 等	1,748
畜産物	牛肉(但馬牛、加古川和牛、淡路ビーフ等)、豚肉(三田ポーク、ひょうご雪姫ポーク等)、鶏肉(播州百日どり等)、鶏卵、牛乳 等	37
水産物	ベニズワイガニ、ガザミ、かき、淡路島3年とらふぐ、ほたるいか 等	30
加工食品	ジャム、みそ、豆腐、もち、麺、バジルペースト、ヨーグルト、いかなごくぎ煮、ちりめん、のり、干カレー、日本酒、純米酢 等	490

ウ 適正な制度運営のための審議・審査体制

- ・ひょうご食品認証**制度推進に係る有識者会議**の開催
- ・ひょうご食品**認証審査に係る有識者会議**の開催
(食品区分ごとの4審査会×年3回)

エ 認証基準

ひょうご推奨ブランド

- ・生産方法、品質等の個性や特長があること
- ・生産履歴の開示体制の整備
- ・関係法令の遵守 等



ひょうご
推奨ブランド
HYOGO RECOMMENDED BRAND

ひょうご安心ブランド

- 推奨ブランドの基準に加え
- ・化学肥料・農薬を5割以上低減
 - ・残留農薬等が国基準の1/10以下
 - ・HACCP認証製造所での製造 等



ひょうご
安心ブランド
HYOGO CONFIDENT BRAND

II 農林水産物のブランド化と需要の開拓

2 国内・海外市場の戦略的な開拓

ひょうご食品認証制度の推進及びブランドの確立による競争力強化、海外での販路開拓を通じ、県産農林水産物・食品の生産・加工・流通・消費の一層の拡大を図るため、「ひょうごの美味し風土拡大協議会」がエリア（県域、国内、海外）に応じた各種施策を展開

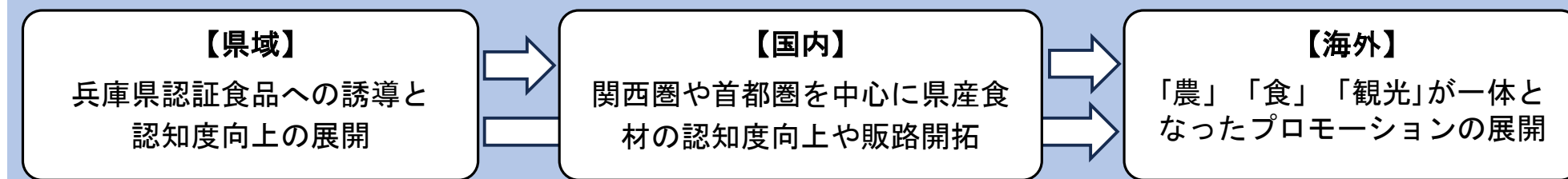
ひょうごの美味(うま)し風土(FOOD)拡大協議会

設立年月：平成22年4月27日

構成員：40団体（生産関係(10)、流通関係(9)
消費関係(5)マスコミ(12)、行政等(4)）

事務局：流通戦略課

【エリア毎の戦略】



(1) 県域での展開

認証制度等を活用した県域での販路拡大を進めるため、量販店での認証食品コーナーの設置や飲食店でのPR等を通じて、認知度向上と販売の拡大を推進

ア 兵庫県認証食品登録販売店でのPR

- ・ 認知度向上・販売拡大を図るため、認証食品を取り扱う登録販売店と連携し認証食品を集めた売り場づくり等を通じたPR活動を実施

（登録販売店：501店舗 令和8年3月末時点）

- ・ 認証食品の需要拡大を図るため、生産者と登録販売店等との商談会を開催



生産者と登録販売店等とのマッチングを進める商談会

II 農林水産物のブランド化と需要の開拓

イ 兵庫県認証食品登録飲食店でのPR

- ・飲食店での認証食品取扱量の増加を目指し、**認証食品を食材利用する飲食店**を「認証食品が食べられるお店」として**登録**
(登録飲食店：159店舗 令和8年3月末時点)
- ・**Instagram**にて、認証食品の魅力や生産者の思い等を発信するとともに、登録飲食店で提供される認証食品を使ったメニュー等を紹介する**キャンペーンを実施**（実施期間：令和7年7月～令和8年2月）



SNSを活用したPRキャンペーン

ウ 保育園等での兵庫県認証食品のPR

認証食品応援モデル園で、認証食品を題材とした紙芝居の読み聞かせや、認証食品のロゴマークとなっている「はばタン」の着ぐるみを活用した**PR活動を実施**（令和7年度実績：5園、時期：令和7年10月～令和8年2月）



モデル園でのPR活動の様子

【認証食品フェスティバルによる認知度向上】

県産農林水産物の展示・販売・体験等を通じて、ひょうごの「食」と「農」への県民理解を促す第46回兵庫県民農林漁業祭との同時開催により「兵庫県認証食品フェスティバル2025」を開催し、来場者に対して認証食品の魅力発信とブランド価値向上を目的

- 日 時：令和7年10月18日(土)、19日(日)
- 場 所：県立明石公園内（千畳芝）
- 出展者数：92出展者（うち認証関係:22出展者）
- 来場者数：約21,000人



認証食品フェスティバルによる県民へのPR

II 農林水産物のブランド化と需要の開拓

(2) 国内での展開

関西圏や首都圏を中心に**県産農林水産物・加工食品の認知度向上や販路開拓**に向け、**展示商談会出展**や、**外食チェーン店や百貨店等と連携した食材フェア、情報発信**などを展開

ア 食品展示商談会への出展

全国最大規模の展示商談会「**スーパーマーケット・トレードショー2026**」(令和8年2月18日～20日、幕張メッセ)や「**フードストアソリューションズフェア2025**」(令和7年9月4日～5日、インテックス大阪)で県ブースを設置(平均商談数：51件/社(SMTS2026)、22件/社(FSSF2025))



首都圏の展示会での兵庫県ブース出展による販路開拓支援(令和7年度)

イ 外食チェーン店等と連携した食材フェアの開催

(ア) 「TOOTH MART HYOGO EXPO 2025」における県産食材グルメフェア～

- 場所：神戸最大級のフードホール「TOOTH MART」
- 期間：令和7年4月18日～6月30日(県産食材グルメフェア)
令和7年4月29日(生産者との交流イベント)
- 食材：神戸ビーフ、兵庫のり、県産いちごなど12品目
- 結果：来場者数48,000名



兵庫の食材の紹介や生産者との交流を行うグルメフェア

(イ) 飲食店でのフェアの開催

・コレも兵庫！HYOGOうまいもんCOLLECTION(株)ワールド・ワンと連携)

- 場所：「ひょうご五国ワールド神戸三宮横丁」ほか計3店舗
- 期間：令和7年9月3日～9月16日
- 食材：播州百日どり、もち麦、ゆず 3品目
- 結果：来店者数4,428名、うちフェアメニュー381品提供

・兵庫県産食材を味わうこなの春パスタ(株)ポトマックと連携)

- 場所：和パスタのお店「こなの」17店舗(県内、関西、首都圏)
- 期間：令和7年3月5日～6月3日
- 食材：播州百日どり、神戸ポーク、ペリーラ 3品目
- 結果：来店者数264,270名、うちフェアメニュー36,161品提供



フェアメニュー
(左) HYOGOうまいもんCOLLECTION
(右) こなのの春パスタ

II 農林水産物のブランド化と需要の開拓

ウ 百貨店と連携した食材フェアや地域商社を介した規格外品活用の拡大

- ・全国最大規模の売上を誇る「伊勢丹新宿店」で**五国の食材を販売するフェアを開催**

○期 間：令和7年10月15日～10月21日
 ○食 材：丹波黒大豆枝豆、播州百日どり、明石鯛 など24品目
 ○その他：同店の食メディア「ISETAN FOOD INDEX」で食材や生産者の情報を発信

- ・農産物の規格外品の活用など、**地域商社を介してSDGsに配慮した商品を開発・販売**

○主な取組：(株)万代で矢野メロンを使ったチューハイ (R7.9～) を販売
 (株)オイシスであまクイーンを使った菓子パン (R6.10～) を販売



伊勢丹新宿店でのフェアによる首都圏消費者へのPR

エ ECサイトを活用した県産農林水産物の販売支援 [再掲]

ECサイトでの販売拡大につなげるSNSを活用した販売戦略等を習得するためのセミナーを開催

オ 情報発信の強化

(ア) 兵庫の美味しいものまとめサイト「御食(みけつ)国(くに)ひょうご」

- ・JA全農兵庫やJF兵庫県漁連等の県内農林漁業団体等が運営する10のECサイトの情報が1カ所で閲覧できる「**兵庫の美味しいものまとめサイト『御食国ひょうご』**」を運営
- ・サイト内では、県産食材の魅力や調理方法や購入場所、イベントの情報も発信

(イ) SNS等の活用

協議会ホームページの情報充実や、**LINEやインスタグラムなどで食材やイベントの情報を発信**



規格外農産物を活用した商品開発
(メロンチューハイ)



特別栽培米 コノトリ育むお米
(無農薬) 白米 2kg 送料無……

3,780円(税込)

#たじまんまオンラインストア #但馬

複数ECサイトの食材が一括で検索できる「御食国ひょうご」

II 農林水産物のブランド化と需要の開拓

(3) 海外向けの展開

- ・人口減少等に伴う国内市場の縮小が予測される中、新たな需要先となる海外市場での販路開拓を図るため、**アジアやEU、北米をターゲットとした輸出プロモーション**を実施
- ・**輸出先国での規制対応に必要な施設整備の支援**や**輸出に関する情報を事業者等へ発信**

【海外向け販路開拓件数】 ※兵庫県調べ（品目別延べ数）

年度	現状 (R6)	中間 (R12)	目標 (R17)
輸出先国・地域数	165	195	220

【主な兵庫県産品の輸出額（推計）】 ※兵庫県調べ

年度	R4年度	R5年度	R6年度
輸出実績	143.9億円	128.9億円	134.4億円

ア 現地でのプロモーション

(ア) フランス（パリ）

- ・現地の**シェフ、バイヤー等に向けた営業代行を実施**

- 実施期間：令和7年10月1日～令和8年1月31日（5事業者参加）
- 参加商品：明石のり、日本酒、揖保乃糸等



バイヤー等への営業代行(パリ)

(イ) アジア（香港）

- ・過去のプロモーションで協力をいただいた**現地バイヤー等とのオンライン面談を実施し、当時PRした県産食材・加工品の再評価**とともに、**今後のプロモーションに向けたヒアリング**を実施

- 開催日：令和8年3月24日
- 対象商品：香住ガニ、乾麺、もち麦加工品等

【参考：近年の主な県産品輸出促進プロモーションの取組】

年度	実施国・地域	出品者等
R4	香港、マレーシア、フランス(パリ)	牡蠣、明石鯛、日本酒、朝倉山椒、等 60品目/26事業者
R5	香港、マレーシア、タイ、フランス(パリ)	香住ガニ、明石鯛、日本酒、朝倉山椒、海苔等 57品目/31事業者
R6	香港、フランス(パリ)、アメリカ	海苔、ハモ、もち麦、丹波大納言小豆等 31品目/14事業者

II 農林水産物のブランド化と需要の開拓

イ 国内での取組

(ア) 「日本の食品」輸出EXPO」への出展補助

日本最大級の食品輸出展示会「第11回“日本の食品”輸出EXPO」（令和7年12月3日～5日、幕張メッセ）に出展する県内事業者に対し、その**出展に要する経費を補助**

- 〔 ○補助：3事業者
- 商品：淡路島産たまねぎ加工品、明石だこ加工品など5品目



輸出EXPOへの
出展補助

(イ) バイヤー招聘

日本酒を取り扱う**アメリカのバイヤー**を県内の酒造業者に招聘し、**商談を実施**

- 〔 ○実施日：令和8年3月16日（バイヤー：1事業者）
- 商品：日本酒（訪問先：2事業者）

(ウ) 海外の規制への対応（HACCP等対応施設整備事業）

輸出向けHACCP等の認証の取得による**輸出先国の規制対応に必要な施設や機器の整備**を支援（令和7年度実施：1件）



輸出を見据えた包装時の品質保持に必要な機器(封函機)の導入支援

ウ 輸出セミナー等の開催

(ア) 輸出商社等と連携した情報交換会

生産者等のニーズに合わせた**セミナー**や**県内輸出商社等との情報交換**を実施

(イ) ひょうご農畜水産物・加工食品輸出促進ネットワーク

輸出志向の高い県内企業等が参画する「**ひょうご農畜水産物・加工食品輸出促進ネットワーク**」（平成26年度にジェトロ神戸と共同で設立）において、**輸出に関する研修会等の情報を提供**

- 〔 ○ネットワーク参画数：309 企業・団体等
- メールマガジン配信数：54件（令和7年度実績）

Ⅲ 県産県消等の推進

- ・ 県民と生産者の接点となる直売所の整備や機能強化などにより生産者による直売活動を進めるなど、県産県消を実践できる機会創出を推進
- ・ 特に、次代を担う子どもたちに対しては、県内の農林水産業と結びついた身近な食材に接することができる学校給食等を通じ、本県の食と「農」への理解促進を図っている

1 購入機会の拡充

(1) 直売所の魅力向上に向けた取組

- ・ 新鮮で安全な旬の県産農林水産物等の購入機会の拡大を図るため、直売所の整備や機能強化及び直売所向け生産活動に必要な機械や資材の導入を支援
(令和7年度実績：資機材導入3件、施設等整備5件)
- ・ また、販売手法等に高いノウハウを持つ専門アドバイザーの派遣を通じて、直売所利用者の目にとまる商品POPの作成、売り場レイアウトの改善など魅力ある売り場づくりやSNS等を用いた新たな販路開拓を支援
(令和7年度実績：派遣団体8団体11施設)

(2) 情報発信力の強化

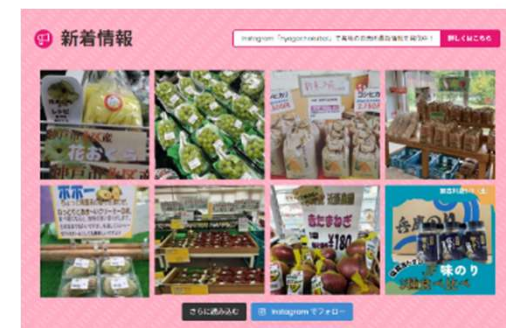
県内直売所がSNSで発信する旬の農林水産物情報を、流通戦略課インスタグラムやECサイト「御食国ひょうご」でまとめて紹介し、情報発信力を高めることで集客力の向上を図っている

【直売所販売金額の目標】

現状(R6)	中間(R12)	目標(R17)
310億円	381億円	437億円



アドバイザー派遣により魅力ある売り場づくりを指導（南あわじ市）



「御食国ひょうご」で県内直売所の情報を一元的に発信

III 県産県消等の推進

2 学校給食等における県産食材の供給拡大

(1) 学校給食アドバイザーの派遣

学校給食関係者、生産者などそれぞれの課題解決やニーズの調整をサポートする学校給食アドバイザーの派遣を通じて、県産食材の利用拡大や供給体制の構築に取り組む市町等を支援
(令和7年度実績：1件)

(2) 学校給食ファームの育成支援

学校給食での使用頻度が高い農産物を安定的かつ継続的に供給できる生産体制の構築や、県産農産物の利用時期の拡大を目的とし、試験研究に取り組む生産団体等を支援
(令和7年度実績：3件)

(3) コーディネート事業者支援

安定的なロット確保と栄養教諭の業務負担軽減のため、学校給食に納品する生産者を取りまとめ、学校給食との調整を行う体制をモデル的に構築する事業者をコーディネート事業者として支援
(令和7年度実績：1件)

(4) 県産農林水産物理解促進

学校給食における県産農林水産物の利用促進及び児童・生徒の県産農林水産物への理解醸成に向け、栄養教諭等を対象に県産農林水産物の特徴に関するセミナーを開催
(令和8年度：5回開催予定)

【学校給食を通じて生産者等と連携した食農教育を行う市町数】

現状(R7)	中間(R12)	目標(R17)
10市町	41市町	41市町



学校給食向けにトマトの安定生産を目指す実証ほ場の設置（豊岡市）

III 県産県消等の推進

3 おいしいごはんを食べよう県民運動の推進

- ・平成9年から、①国内の食料自給率の向上、②生活習慣病を予防する食生活の啓発、③**水田の持つ環境保全と災害防止機能の維持**、④**震災を教訓とした農業・農村の活性化**をテーマに、「**ごはん**」中心の健康的な食生活を推進する「**おいしいごはんを食べよう県民運動**」を展開
- ・県域団体、企業、行政と学識経験者を会員とする協議会を設立し、各会員が県内で様々な実践活動を実施
- ・県民の自発的な実践活動を促し、県民運動を持続的に盛り上げていくため、世代に応じた施策を進め、**特に次代を担う若い世代**を意識した普及啓発を継続的に推進

(1) おいしいごはんを食べよう県民運動の活動内容

ア かまど炊飯体験の実施

幼児と保護者に対して、かまど炊飯による感動体験と保護者への食育講義を組み合わせた啓発活動を実施
(令和7年度実績：14園、参加者数：1,183人)

イ お弁当・おむすびコンテストの開催

小・中・高校生がお米やごはん食について学び、アイデアあふれるお弁当・おむすびのメニューを考案してもらうコンテストを開催（平成10年～）
(令和7年度実績：応募総数10,568点)

おいしいごはんを食べよう県民運動推進協議会

設立年月：平成11年7月19日

構成員：225団体（団体(112)、企業(64)、
県・市町(43)、学識経験者(6)）

事務局：流通戦略課



お弁当コンテスト最優秀賞



おむすびコンテスト最優秀賞

III 県産県消等の推進

ウ お米de部活応援！プロジェクトの実施

高等学校で部活動を行う生徒を対象に、部活動の前後に補食でごはんを食べることを通じ、お米やごはん食の大切さについて理解を深め、ごはん食を増やす取組を実施。併せて、取組内容を若い世代に広く紹介するため、ラジオ番組やWEBサイト・SNSで広く情報発信
(令和7年度実績：30校 参加 1,546人)



おむすびの補食を通じ米や農業への意見を交わす高校生（西宮市）

エ お米・ごはん推進フォーラムの開催

生産者の現状や思いを消費者に理解してもらい、将来に亘って米を買い支えるという意識を醸成するため、生産者による講演会及び意見交換会を開催

- 開催日：令和8年2月14日（土）
- テーマ：生産者と消費者をつなぐ～お米の魅力、価値を見つめなおす～
- 登壇者：(株)丹波たぶち農場 代表取締役 田淵 真也 氏
ファームハウス代表 飯塚 祐樹 氏
(株)小池農園こめハウス 代表取締役 小池 潤 氏



米作りの現状や生産者の取組についての意見交換（神戸市）

IV 食の安定供給

多様化する消費者ニーズに対応するため、卸売市場を通じた小売店等への安定供給に加え、直売所での販売や生産者による直接販売など、多様な流通チャネルを活用し、県民への安定的な食の供給を図っている

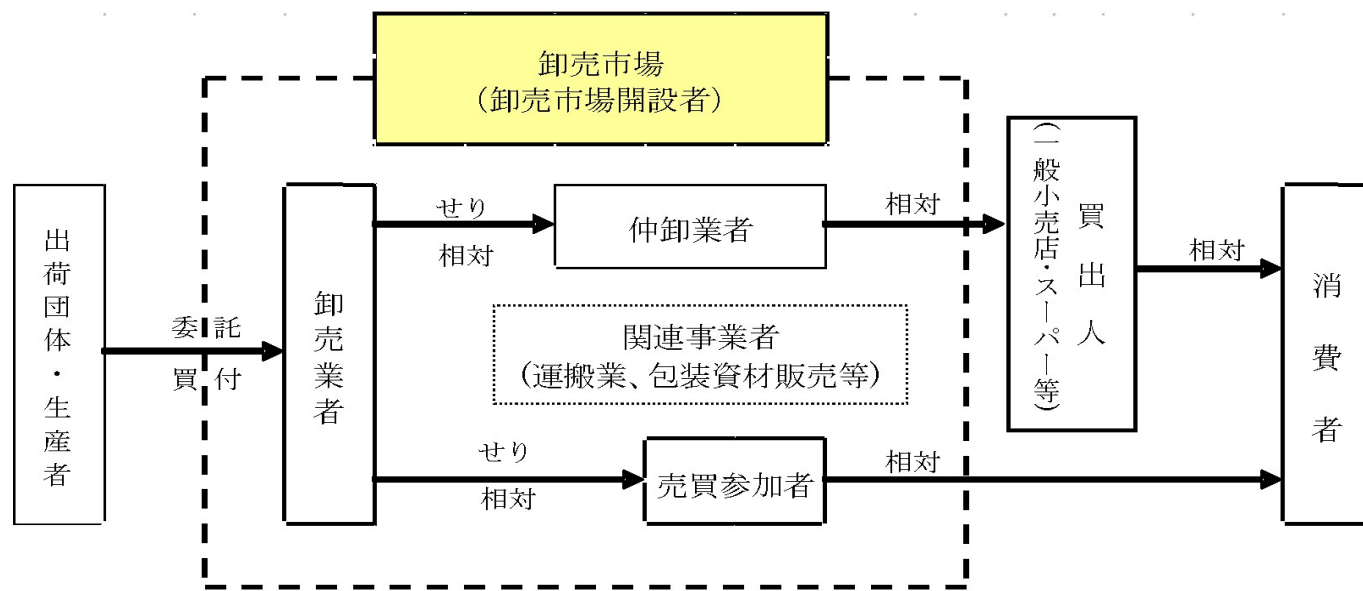
卸売市場は、生産者の販路確保や実需者への取引機会の提供を通じて、生鮮食料品等の安定供給を支える流通拠点であるため、卸売市場の活性化に向けた取組を支援

1 卸売市場の現状

(1) 卸売市場の機能・役割

機能	役割
集荷・分荷	全国各地から多種多様な商品を集荷するとともに、需者のニーズに応じて迅速かつ効率的に、必要な品目・量に分荷
価格形成	需給を反映した迅速かつ公正な評価による透明性の高い価格形成
代金決済	販売代金の迅速・確実な決済
情報受発信	需給に係る情報を収集し、川上・川下にそれぞれ伝達

【卸売市場流通における青果物の主な流れ】



IV 食の安定供給

(2) 県内卸売市場の認定状況(令和8年3月末現在、水産産地市場除く)

取扱品目 種類	総合	青果	水産	食肉	花き	計	取扱金額※ (億円)
中央卸売市場	3	0	0	1	0	4	1,217
地方卸売市場	7	1	2	3	1	14	817
計	10	1	2	4	1	18	2,034

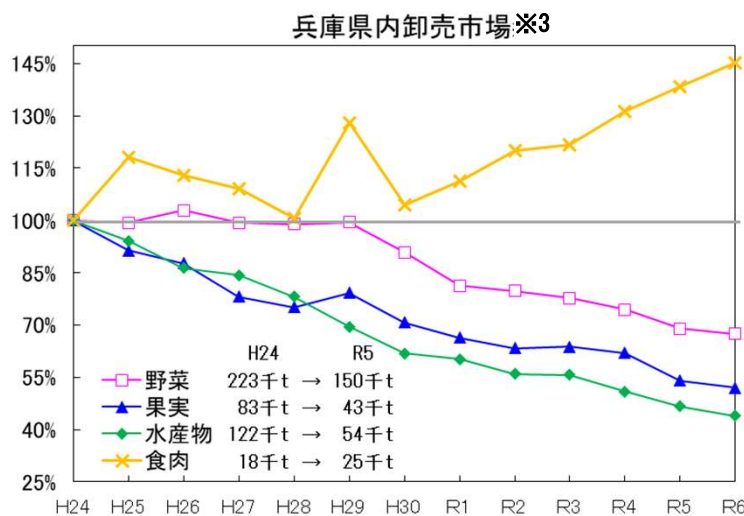
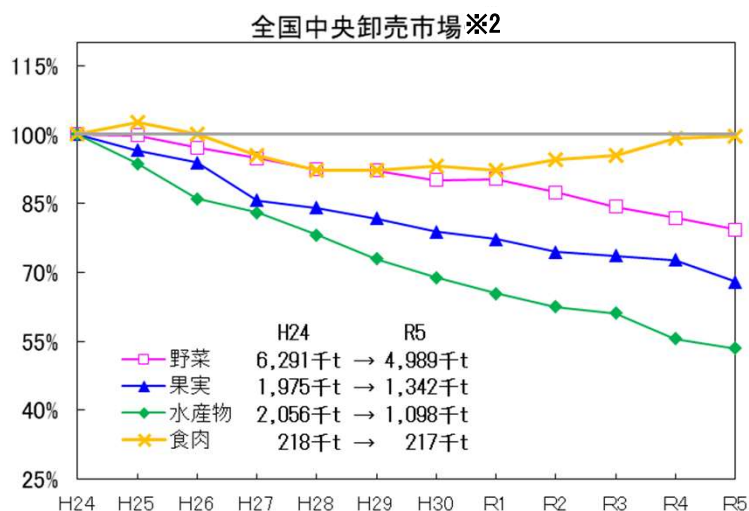
※ 令和6年度実績(資料:流通戦略課調べ)

種類	主な要件
中央卸売市場 (大臣認定)	・地方公共団体、法人が開設 ・施設(卸売場、仲卸売場、倉庫・ 冷蔵庫)面積が下記以上 (青果・水産:10,000㎡ など)
地方卸売市場 (知事認定)	・地方公共団体、法人が開設 ・中央卸売市場以外

(3) 卸売市場流通の現状

- ・食の流通が多様化し、全国的に卸売市場の取扱量が減少する中、本県では青果物や水産物の取扱量が全国と比べて減少割合が大きい
- ・これは、県外の大型産地が高い売値や物流コストの削減を求めて大阪等の大規模市場に出荷を集中させる傾向があることや、大型総合スーパー等が流通コストの削減を図るため、多品目の農林水産物が大量に集まる大規模卸売市場に仕入れを集中していることなどが要因と推測

【卸売市場取扱量の増減率※1】



- ※1 平成24年を100%
とした増減率を
示している。
※2 農林水産省調べ
※3 流通戦略課調べ

IV 食の安定供給

2 卸売市場の機能強化に向けた取組

(1) 卸売市場活性化推進方策の策定、推進

- ・ 令和2年の卸売市場法の改正により、全国一律の規制が撤廃されるなど、市場の実情に合わせたルールづくりや取組が可能
- ・ 各市場での個別の取組に加え、**兵庫県卸売市場活性化推進方策（令和3年2月策定、令和8年3月改定）**に基づき、**県内市場が連携、協力して集荷力や販売力を強化する取組を推進**

(2) 卸売市場の活性化に向けた取組強化

ア 集荷・販売力の強化

- ・ 県内市場が連携して集荷力の強化を図る「**ひょうご卸売市場協働ネットワーク推進協議会**」の活動を通じて、引き続き市場活性化対策の推進、協働集荷など県内市場間の連携の強化や、県内の生産者と市場関係者の関係性構築を支援

ひょうご卸売市場協働ネットワーク推進協議会((H14.5月設立)

設立趣旨：県内各市場の卸売業者・仲卸業者・開設者が協力し、市場の活性化に取り組む。

構成員数：県内主要卸売市場の卸売業者7団体、仲卸業者組合5団体、開設者7団体、兵庫県 計20団体

兵庫県卸売市場活性化推進方策に掲げる今後の取組

1 集荷・販売力の強化

- (1) 県内産地と県内市場の連携強化
- (2) 「ひょうご五国」の特長ある青果物の取扱拡大

2 地域密着の市場運営の強化

- (1) 市場機能の効果的な情報発信
- (2) 小売・量販店を通じた市場機能の理解醸成

3 市場機能の高度化・多機能化

- (1) 市場機能の高度化
- (2) 市場機能の多機能化

4 社会的要請への的確な対応強化

事業継続計画(BCP)の策定による災害時等の安定的な食料供給体制の整備



ひょうご卸売市場協働ネットワーク推進協議会による市場間の連携強化

IV 食の安定供給

【県内産地での現地研修会の開催】

県内の卸売市場の活性化に向けて、県内産地と県内市場との交流機会を創出するため、現地研修会を開催。

今後産地拡大が期待される「Aあわじ島の「ブロッコリー」について、品質保持のための製氷施設や生産現場の見学や、意見交換を行った。



ブロッコリー製氷施設の見学

イ 地域密着の市場運営の強化

- ・ **市場開放イベント情報の発信**など積極的な情報発信により、**市場の認知度向上を推進**するとともに、**小売店等と連携した市場の特産品フェアなどの販売企画を提案**し、地域における市場の存在意義等の理解醸成を推進

ウ 市場機能の高度化・多機能化

- ・ **HACCPに対応した品質管理体制**及び**低温施設の整備の推進**
- ・ 学校給食に安心安全な食材提供をする取組を強化するため、**HACCP導入による品質管理の高度化**や**協働集荷の有効活用**による必要量の確保を図るほか、県産品や地場産品の新たな販路確保や付加価値の向上を図るため、**海外マーケットの開拓を積極的に推進**

エ 社会的要請への的確な対応

- ・ **BCP（事業継続計画）の策定、更新作業を推進**し、有事の際にも市場機能を維持できるよう体制強化を推進



「市場市民大感謝祭」での
県民への兵庫県産青果物のPR
(姫路市中央卸売市場)

V 食への信頼確保

1 食を巡る状況とその対応

- ・原産地偽装や残留農薬問題など、食の安全や消費者の信頼を損なう出来事の発生を踏まえ、法制度の見直しが進められてきた
- ・本県では、①相談窓口の設置、②食品表示法に基づく表示の適正化や食品製造事業者の安全対策に関する相談体制の整備、③「食の安全安心と食育に関する条例」に基づく総合的かつ計画的な取組、④「ひょうご食品認証制度」による安全・安心で個性・特長のある県産食品の生産・流通・消費の拡大を推進

【食の安全と消費者の信頼確保に係る県・国での主な出来事と取組】 ◎：県 ○：国

年度	主な出来事	主な取組
H15	○米国産牛肉の輸入停止（BSE）	○食品安全基本法制定、食品安全委員会設置、○牛トレーサビリティ法制定
H16		◎ひょうご食品認証制度創設
H18		◎「食の安全安心と食育に関する条例」施行
H20	○中国産うなぎ産地偽装、事故米穀不正規流通	◎「兵庫県食品表示連絡協議会」設置
H21		○消費者庁、消費者委員会の設置、○食品産地偽装の直罰化（JAS法）
H22		○米トレサ法により取引等記録の作成保存が義務化
H23	○原子力発電所事故に伴う食品の放射能汚染問題発生	○米トレサ法の完全施行：産地情報の伝達が義務化 ◎放射性物質検査・相談体制の整備（測定機器整備等）
H27		○JAS法、食品衛生法、健康増進法のうち食品表示関連を一元化し食品表示法の施行
R2	◎本県内農場としては初の高病原性鳥インフルエンザ発生	○加工食品の栄養成分表示の義務化 ◎県立消費生活総合センターの監視・指導体制の強化
R3	○外国産のアサリの産地偽装	○全ての食品事業者へHACCPに沿った衛生管理が義務化 ○玄米・精米の産地・品種・産年の表示制度の見直し ◎新しい表示制度の巡回普及指導の開始
R4		○全ての加工食品に原料原産地表示を義務化、○水産流通適正化法の施行
R5	◎本県内の農場で豚熱発生	○遺伝子組換えに関する新たな任意表示制度施行
R6	○オオズワイガニ名称表示の問題発生	○流通実態の調査及び関係事業者等への注意喚起

V 食への信頼確保

2 食品への消費者の信頼確保

「食の安全安心と食育に関する条例」を所管する保健医療部と連携し、食品表示等に関する①相談体制の整備、②監視・指導、③食品製造業における安全安心対策の促進など、食品に対する消費者の信頼確保を図る取組を展開

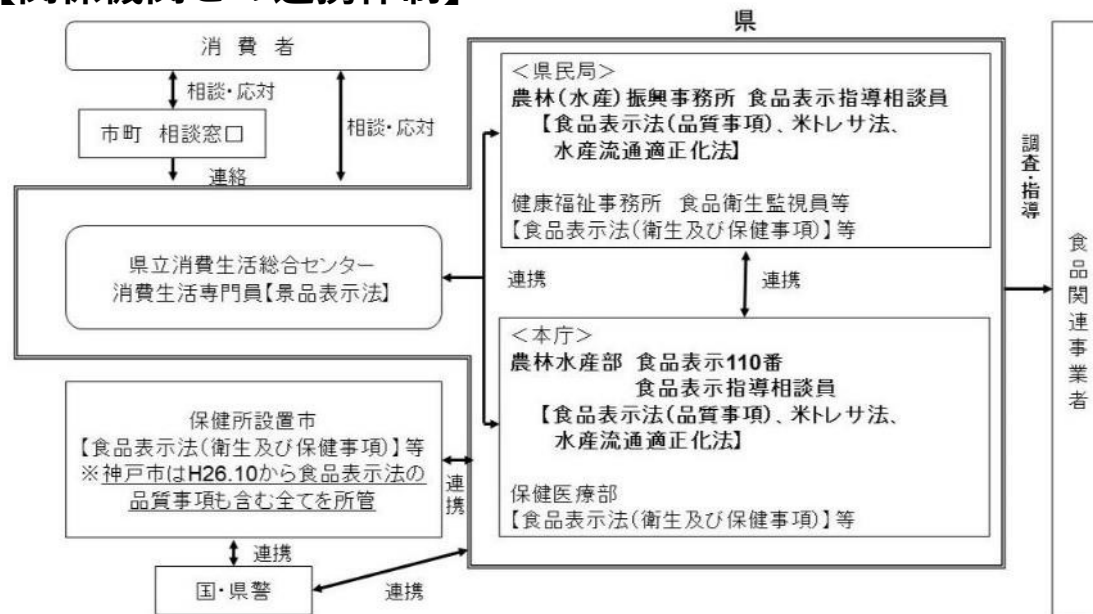
(1) 食品表示等適正化対策

- ・ J A S 法、及び食品衛生法、健康増進法の食品表示に関する規定を統合した**食品表示法、及び食品表示基準等について関係機関と連携して周知**
- ・ 本県では、食品表示法で規定する表示事項のうち、①品質事項（J A S 法由来）を農林水産部が所管、②衛生事項（食品衛生法由来）及び③保健事項（健康増進法由来）を保健医療部が所管
- ・ 消費者や食品関連事業者からの食品表示等に関する相談に対応するとともに、「**食品表示110番**」を設置し、法令違反の疑いのある事案については、**関係機関と情報共有や役割分担をしながら、必要な調査指導等を実施**

【農林水産部が所管する食品表示等に関する関係法令】

関係法令	食品区分	義務表示事項等
食品表示法	生鮮食品（農畜水産物）	名称、原産地等
	加工食品	名称、原材料名、内容量、消費（賞味）期限、保存方法、原料原産地名等
米トレーサビリティ法	米・米加工品	取引等の記録作成・保存、事業者間及び一般消費者への産地情報の伝達
食糧法	米	加工用米等の定められた用途への使用、食用不適米穀の食用転売防止等
水産流通適正化法	アワビ [※] 、ナマコ、シラスワギ [※] 、クマガロ [※] (加工品含む)	取扱事業者の届出、漁獲番号又は荷口番号の伝達等

【関係機関との連携体制】

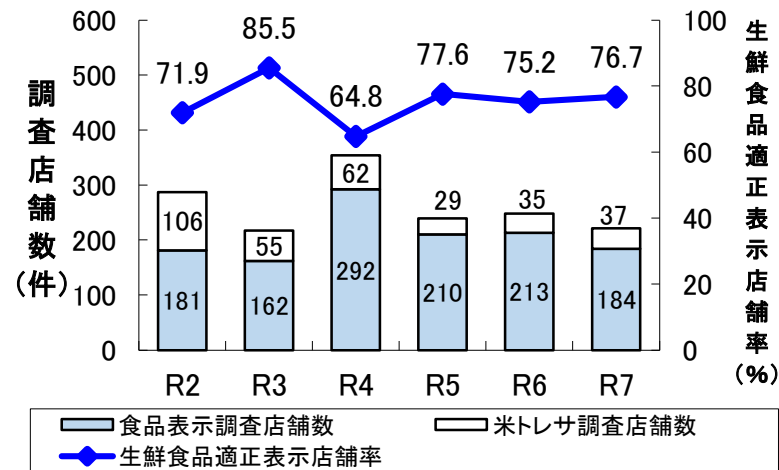


V 食への信頼確保

ア 食品表示等に対する監視・調査

食品表示指導相談員を流通戦略課と農林(水産)振興事務所に配置し、相談窓口を開設するとともに、小売店、食品製造業者等に対し、監視・調査を実施

【県内における食品表示巡回調査結果】



食品製造業者に対する食品表示の巡回調査

イ 食品表示110番の受付

県民等から不適切な表示の情報提供を受ける「食品表示110番」を流通戦略課に設置し、関係機関と連携を図り、立入調査等により迅速かつ的確に対応

【食品表示110番通報受付件数】

R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
67件	65件	45件	47件	38件	27件

ウ 不適正表示に対する措置

表示に不備または疑義がある場合、発生原因や背景等について事実確認を行い、その内容に応じて、法令に基づく指示・公表等の措置を実施

【食品表示法に基づく指示・公表件数】

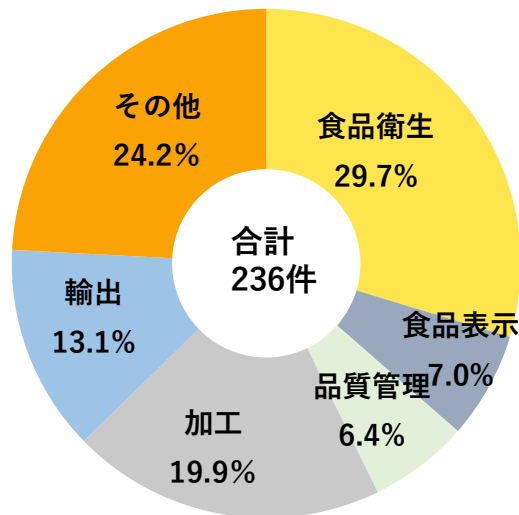
R2年度	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
0件	0件	0件	0件	0件	1件

V 食への信頼確保

(2) 食品製造業者の安全・安心確保に向けた取組に対する支援

- ・ 県内の食品製造業の約8割を占める従業員30人未満の小規模な企業では、食の安全・安心確保に関する部署の単独での設置が困難な状況
- ・ このため、県では一般社団法人兵庫県食品産業協会に「**食品企業安全・安心相談室**」の設置を委託し、**各企業からの品質・衛生管理や食品表示等に関する相談対応や会議等での指導・助言を行い、食品製造業者の安全・安心確保に向けた取組を支援**

ア 相談内容（令和7年度）



イ 会議等での指導・助言（令和7年度）

回数	参加者	テーマ
42回	食品企業・加工グループ等	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食品製造に係る衛生対策 ・ 地元産品を活用した商品開発 ・ 食品ロス削減対策 等

一般社団法人兵庫県食品産業協会

設立趣旨：食品の安全性及び品質を向上させるための事業等を行い、県民の健全な食生活の安定を図り、食の安全・安心及び食育の推進に寄与する

会員数：県内の食品製造・流通等関係 94団体・企業

ウ 「食品企業安全・安心管理マニュアル」の策定支援

- ・ HACCPに基づく衛生管理研修や、農産物の加工工程での現地指導等を通じて、食品製造業における適切な衛生・品質管理のための体制づくりやコンプライアンス意識の確立等の基本的事項を定めた行動マニュアルの策定を支援

年度	R7	目標
マニュアル策定指導数	15件	18件

VI バイオマスの活用を通じた地域活性化の推進

地域の活性化や**地球温暖化の防止、循環型社会の形成**を目指し、家畜排せつ物、食品廃棄物や農作物残さ、木質系未利用材などのバイオマスの肥料化や飼料化、エネルギー化等を図る利活用を推進

1 兵庫県バイオマス活用推進計画の推進

- ・バイオマス利活用の取組を一層拡大・発展させていくため、「**兵庫県バイオマス活用推進計画2035**」を策定（令和8年3月）
- ・計画に基づき、バイオマスの地産地消と利活用で生じる副産物の利用も含めたバイオマス資源の最大限の有効活用を促進

2 バイオマス利活用の推進状況

(1) バイオマス利活用の意識醸成と関係者の連携強化

県民、事業者、市町担当者等を対象に、バイオマス利活用の事例発表や講演を行う「**バイオマス活用推進大会**」の開催による**普及啓発**（令和7年度実績：参加者数56名）

(2) 「ひょうごバイオマスecoモデル登録制度」の推進

県内の市町や事業者等の先導的なバイオマス利活用の取組を登録し、推進大会での事例発表やホームページ等での**情報発信を通じて取組の普及・拡大を推進**（令和7年度登録：2件、累計：93件(令和7年度末時点)）

(3) フードバンクと食品関連事業者等との連携推進

マッチング支援により、食品企業や農業団体によるフードバンク活動への協力を促すことで、食品廃棄物の発生抑制の取組を実施

バイオマス利活用の現状と目標

項目	策定時 (R6)	現状値 (R7)	目標 (R17)
バイオマス利活用率	93% ※R5実績	91% ※R6実績	95%
バイオマスecoモデル登録数	91件	93件	124件



バイオマス活用推進大会での普及啓発



人と環境にやさしい農業の実現に向けた食品リサイクルループ(ecoモデルの事例)