

兵庫県における県産農林水産物のブランド戦略

兵庫県 農林水産部 流通戦略課

兵庫県は、「日本の縮図」ともいわれるように、北は日本海、南は瀬戸内海および太平洋に続く紀伊水道に面し、中央部には中国山地が東西に横たわり、高原、平原、島々など広大で変化に富んだ

地形と厳寒、降雪、乾燥、温暖というさまざまな気候が存在するなど、他府県に類を見ない多様な自然環境を有しています。さらに、歴史的に形成されてきた特色ある固有の風土、文化を有する摂津（神戸・阪神）、播磨、但馬、丹波、淡路といった5つの地域で構成

られています。地域的には淡路地域など農林水産業の盛んな地域を有していますが、食料自給率（令和2年度）はカロリーベースでは15%（全国37%）、生産ベースでは35%（全国67%）と全国平均よりも低く、人口の多い神戸・阪神地域を有する消費県でもあることがわかります。

以上を踏まえ、兵庫県では、県産農林水産物の生産から流通・販売までを一連のものとして捉え、製品ごとのブランド戦略の推進、ひょうご食品認証制度の推進等により、付加価値を高め、消費者に信頼される県産農林水産物の生産、流通、消費の拡大を図り、生産者の所得向上につながる産地の育成・強化等を進めています。

1 ブランド戦略の推進

生産量で全国上位を占める農林水産物が多く、主なものとして、農産物では、山田錦（酒米）、丹波黒（黒大豆）（以上1位）、たまねぎ（3位）、いちじく、カーネーション（以上4位）、また、水産物では、シラス、ズワイガニ、ハタハタ、ホタルイカ（以上1位）、ノリ養殖、タコ類、スズキ類（以上2位）、イカナゴ（3位）などがあります（表）。

また、神戸ビーフ、明石鯛などは、全国的にも有名なブランドとして知られています。地域的には淡路地域など農林水産業の盛んな地域を有していますが、食料自給率（令和2年度）はカロリーベースでは15%（全国37%）、生産ベースでは35%（全国67%）と全国平均よりも低く、人口の多い神戸・阪神地域を有する消費県でもあることがわかります。

表 全国上位を占める主な農林水産物

項目	生産量等	全国シェア	全国順位	県内の主な産地	備考(資料)	
米	山田錦〔酒米〕(出荷量)	15,951 t	57.8%	1	播磨地域	農林水産省「令和3年度米の農産物検査結果(確定値)」※山田錦出荷量は検査数量ベース
豆	丹波黒〔黒大豆〕(収穫量)	1,059 t	41.1%	1	丹波・播磨地域	県農産園芸課調べ(令和3年)
野菜	たまねぎ(収穫量)	100,200 t	9.2%	3	淡路地域	農林水産省「令和3年度野菜生産出荷統計」
	レタス(収穫量)	25,900 t	4.7%	5	淡路地域	〃
	しゅんぎく(収穫量)	1,230 t	4.5%	7	神戸・阪神地域	〃
	はくさい(収穫量)	22,600 t	2.5%	10	淡路地域	〃
	キャベツ(収穫量)	26,200 t	1.8%	11	淡路・神戸地域	〃
	いちじく(収穫量)	1,297 t	11.2%	4	神戸・阪神地域	県農産園芸課調べ(令和元年)
果実	びわ(収穫量)	163 t	5.6%	6	淡路地域	農林水産省「令和3年度果樹生産出荷統計」
	くり(収穫量)	417 t	2.7%	9	丹波・阪神地域	〃
花き	カーネーション(出荷量)	17,400千本	8.6%	4	淡路地域	農林水産省「令和3年度花き生産出荷統計」
	花壇用苗等の類(出荷量)	24,800千本	4.5%	6	神戸・播磨地域	〃
畜産物	生乳(生産量)	77,936 t	1.0%	15	淡路・播磨地域	農林水産省「令和3年度牛乳乳製品統計」
	肉用牛(飼養頭数)	56,400頭	2.2%	11	淡路・播磨・但馬地域	農林水産省「令和3年度畜産統計」
	鶏卵(生産量)	100,789 t	3.9%	12	播磨地域	農林水産省「令和3年度畜産物流通統計」
	ブロイラー(出荷羽数)	12,494千羽	1.7%	12	但馬地域	農林水産省「令和3年度畜産統計」
	はちみつ(生産量)	64 t	2.3%	15	播磨・阪神地域	農林水産省畜産振興課調べ(令和3年)
	シラス(漁獲量)	13,972 t	23.6%	1	瀬戸内海	農林水産省「令和2年度漁業・養殖業生産統計」
	イカナゴ(漁獲量)	142 t	2.2%	3	瀬戸内海	〃
	ノリ養殖(収穫量)	63,135 t	22.5%	2	瀬戸内海	〃
	ズワイガニ(漁獲量)	787 t	28.1%	1	日本海	〃
	ハタハタ(漁獲量)	1,783 t	36.7%	1	日本海	〃
水産物	ホタルイカ(漁獲量)	3,377 t	57.6%	1	日本海	県水産漁港課調べ(令和2年)
	タコ類(漁獲量)	1,570 t	4.8%	2	瀬戸内海	農林水産省「令和2年度漁業・養殖業生産統計」
	カレイ類(漁獲量)	1,860 t	4.7%	4	日本海・瀬戸内海	〃
	ベニズワイガニ(漁獲量)	1,829 t	14.6%	3	日本海	〃
	マダイ(漁獲量)	1,664 t	11.1%	3	瀬戸内海	〃
	カキ(漁獲量)	9,115 t	5.7%	4	瀬戸内海	〃
	スズキ類(漁獲量)	483 t	8.6%	2	瀬戸内海・日本海	〃

に磨きをかけるとともに、地域の特産物を新たにブランドとして高めるという2つの方法で取り組んでいます。

具体的には、ブランド戦略の策定・実践に向けた指針となるマニュアルに基づき、以下の施策を通じてさまざまな取り組みを実施しています（図1）。

(1) 産地への支援

既存ブランドの強化、新たなブランドの育成を図るため、意欲的にブランド化に取り組む産地・品目を、SNSを活用したPR等による認知度向上の取り組みや産地のキーマンとなる人材育成、全国商談会への出展や輸出セミナーの開催等を通じた国内外での販路拡大等、その活動を支援しています。

(2) 人材育成

ブランド化に取り組む産地のキーマンを育成する「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・開発等に精通した講師が、参加事業者に各商品のプ

図1 ブランド等の定義

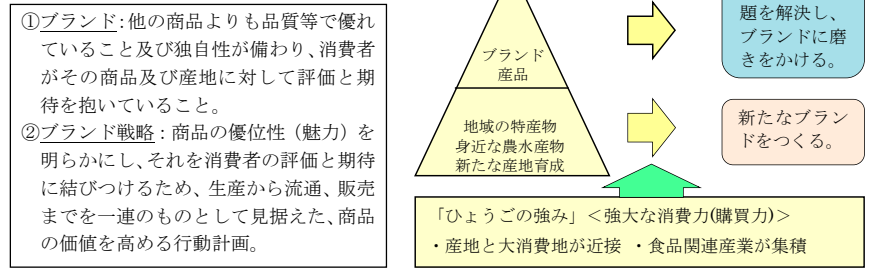
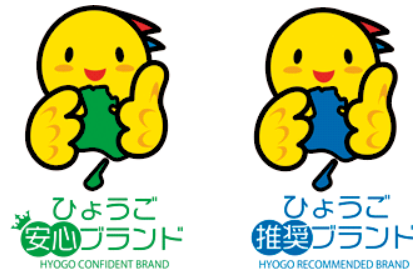


図2 ひょうご安心ブランド、ひょうご推奨ブランドのロゴマーク



ベースとなる兵庫県認証食品の生産、流通、消費の拡大を図っています。

2 国内・海外市場の戦略的な開拓

生産・流通・消費・マスコミ関係者と行政等が協働で兵庫県認証食品の拡大、輸出の促進、ブランド化を推進し、県産農林水産物・食品の生産、流通、消費の一層の拡大を図ることを目的とした「ひょうごの美味し風土拡大協議会」が中心となつて、販売エリア（県域、国内、海外）に応じた販路開拓等を支援しています。

(1) 県域での展開

量販店での兵庫県認証食品コーナーの設置やキャンペーン、PRイベントなどを通じ、消費者への認知度向上を図りながら販売拡大を推進しています。

(3) ひょうご食品認証制度の推進

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」を推進し、ブランド戦略を進めるうえで

ラッシュアップや販路開拓に向けた助言・指導を行います。

(2) 国内での展開

認証食品をはじめとする県産農林水産物・加工食品のさらなる販路開拓に向け、全国規模で開催される展示商談会への出店に加えて、外食チェーン店等と連携し、県産農林水産物を使用した食材フェア等の取り組みを展開しています。

(3) 海外向けの展開

海外における日本食人気の広がり等を県産品の輸出を進める好機と捉え、香港、東南アジア、EUをターゲットに輸出プロモーションを実施しています。

今年の7月～9月にかけて、兵庫県とJR6社のタイアップによる大型観光キャンペーン「兵庫デスティネーションキャンペーン」が展開されます。兵庫テロワール旅と銘打って、兵庫の豊かな食を知ることが魅力のひとつとしており、全国から多くの観光客の方々が、その期間に来県されることが期待されます。

また、令和7年には大阪・関西万博の開催が予定されており、兵庫県では、県内各所を「ひょうごフィールド・パビリオン」として地域のSDGsを体現する活動の現場（フィールド）と位置づけ、多くの人に見て、学んで、体験していただくよう準備を進めています。これらを好機として国内外の方々に多彩な風土が育んだ兵庫県の素晴らしい食材の魅力を伝えられるよう、引き続き取り組みを進めていきたいと思ひます。