

第4章 施策の展開

2 施策の展開方向 稼げる農林水産業

基本施策Ⅲ 需要を捉えた販売力の強化と輸出促進

大消費地である首都圏に位置し、世界とつながる成田空港を持つ本県の優位性を生かし、県産農林水産物の魅力を積極的に発信するとともに、食の多様化による消費者ニーズを的確に捉え、多様な需要に対応できる体制を整備することにより、販売力強化を図るほか、食の市場規模拡大が見込まれる海外への輸出促進を図ります。

第4章 施策の展開

2 施策の展開方向

稼げる農林水産業

基本施策III 需要を捉えた販売力の強化と輸出促進

《現状と課題》

本県は、国内最大の消費地である首都圏に位置し、県内外の大消費地への食料供給を担っている全国屈指の農林水産県です。

近年、個人消費において、ライフスタイルの変化に伴う食の多様化が進むとともに、小売など実需者からの需要の大口化、加工・業務用需要の拡大、県外産地の台頭など、需給構造の変化が進む中、国内需要に的確に対応していくためには、産地の流通販売体制の強化や生産と流通の連携体制を強化していくことが重要です。また、生産者側の視点でより良い商品を提供するプロダクトアウトの発想に加え、消費者ニーズを捉え商品を提供するマーケットインの発想による販売力の強化が必要です。

本県の魅力的な地域資源を活用し、需要の創出・拡大を図るためには、地産地消の拠点である直売所の魅力を高め、情報発信力の強化を行うとともに、多様な事業者との連携による6次産業化等の推進を図る必要があります。

加えて、食の市場規模は国内では縮小する一方で、海外では拡大が見込まれていることや輸入規制撤廃の動き、成田市公設地方卸売市場（以下「成田市場」とする。）の本格稼働等を踏まえ策定した、千葉県農林水産物輸出活性化取組方針（以下「輸出活性化取組方針」とする。）に基づき、輸出の一層の推進を図る必要があります。

今後は、生産・流通・販売の各段階における輸出支援を行うとともに、成田市場及び成田空港を活用した県産農林水産物の輸出拡大を図る必要があります。



県産農林水産物の魅力を発信

第4章 施策の展開

2 施策の展開方向

稼げる農林水産業

基本施策III 需要を捉えた販売力の強化と輸出促進

《基本方向》

1 戦略的な販売促進とブランディングの強化

県産農林水産物の販売力の強化に向け、大口需要に対応できる主要園芸品目の産地間連携や、加工・業務用需要に応じた契約取引を促進するとともに、建築物等における木材利用促進、水産バリューチェーンの強化など、多様な需要に対応できるよう産地の供給体制を強化し、国内需要への的確な対応を図ります。

あわせて、県産農林水産物について、「千葉県の顔」となる品目を核とした集中的なプロモーションの展開や、県が開発した新品種の知名度向上、料理を通じた県産農林水産物の魅力発信に取り組みます。

2 地域資源を活用した需要の創出・拡大

地産地消やグリーン・ブルーツーリズム、海業を推進するとともに、地域資源を活用したブランド化支援と魅力ある商品開発などを促進し、県内需要の拡大を進めます。また、地方卸売市場の施設整備の推進による流通の効率化や食の安全確保、食育の推進による農林水産業や食に対する消費者理解の醸成を図ります。

成果 目標

東京都中央卸売市場における野菜主要10品目※の販売額シェア

14.4%（令和6年）▶ **維持しつつ向上を目指す**

※ さつまいも、ねぎ、にんじん、トマト、だいこん、キャベツ、きゅうり、いちご、すいか、ほうれんそう

県産農林水産物の輸出額

106億円（令和3～6年平均）▶ **110億円**

3 新たな販路開拓に向けた輸出促進

輸出活性化取組方針で定めた輸出ポテンシャル品目の中から輸出重点品目を定め、県産農林水産物の海外市場への展開を図るとともに、輸出に係る生産・流通・販売の各段階における支援を行います。

また、「成田市公設地方卸売市場経営戦略」における令和12年度（2030年度）までの農水産物の取扱高の見通しに向けて、成田市や市場関係者等と連携しながら、成田市場で輸出に取り組む事業者の商流構築や成田空港周辺における輸出産地形成など、成田市場及び成田空港を活用した県産農林水産物の輸出拡大に取り組みます。



ちばの醤油グルメフェア



ちばまるいせキャンペーン

Ⅲ－１ 戦略的な販売促進とブランディングの強化【主な取組】

(1) 市場動向を捉えた産地体制強化

- ◆ 大口化する実需者の要望や加工・業務用需要などに対応するため、産地間連携による生産力・販売力強化に向けた協議を進めるとともに、出荷規格・出荷容器の統一による販売ロットの拡大、品質向上対策、販売戦略の構築等の取組を支援します。
- ◆ 卸売市場における本県産主要園芸品目のシェアを拡大するため、産地と流通業者(卸・仲卸業者)とをつなぐ産地見学会や情報交換会、産地と連携した卸売市場内でのセールスプロモーションを開催するとともに、マーケットインに対応できる産地の育成を図ります。
- ◆ 地球温暖化を見据えた品種・品目導入を、消費動向にも応じ市場と連携して進めます。

(2) 県産農林水産物の魅力発信・販売促進

- ◆ 県産農林水産物の旬の時期に合わせて、SNSやホームページなどを活用した効果的な情報発信を行います。
- ◆ 産地や流通事業者、食品関連企業等と連携した量販店等での「千葉県フェア」の開催により、県産農林水産物の購入機会の増加を図ります。
- ◆ 県オリジナル品種や「チバザビーフ」、「チバザポーク」、「千葉ブランド水産物」など特徴のある産品の認知度向上を図ります。

(3) 多様な販売チャネルの開拓

- ◆ 消費者の食の嗜好や購買スタイルの多様化に対応し、県産農林水産物の更なる販売力強化を図るため、量販店等での「千葉県フェア」に加え、企業と生産者のマッチングを支援するなど、多様な販売チャネルの開拓に取り組みます。



産地と連携した卸売市場内でのセールスプロモーション



量販店での千葉県フェア



商談会の様子

III - 1 戦略的な販売促進とブランディングの強化【主な取組】

(4) 千葉県の顔となる品目を核としたブランディング

- ◆ さつまいもや日本なしなど「千葉県の顔」となる品目を核とした集中的なプロモーションを展開していくことにより、「おいしい千葉の農林水産物」として更なるイメージアップを図ります。



紅(ルージュ)のご褒美～さつまいも～



日本一の千葉の梨

(5) 料理を通じた県産農林水産物の魅力発信

- ◆ 飲食店や食品関連企業等と連携し、多彩な県産農林水産物を堪能できる「黒アヒージョ」など、料理を通じた魅力発信に取り組みます。



さばとマッシュルームの黒アヒージョ

(6) 県産木材の利用促進

- ◆ 県産木材の利用促進に向けては、多くの県民が利用する公共建築物や民間施設等における県産木材の利用を支援することで、需要喚起と普及啓発を図ります。
- ◆ 流通事業者等が連携して行うイベントの開催支援等を行うことで、関係事業者間の連携強化を図ります。
- ◆ 建築物木材利用促進協定制度を活用した支援や講習会の開催、県内の建築物等における木材利用促進方針に基づいた取組を行います。

(7) 水産業における生産と流通の連携体制強化

- ◆ 水産物の消費量が長期的に減少している中、水産庁が制定した「さかなの日」(毎月3日から7日まで)に合わせて、県産水産物の消費拡大や魅力発信に取り組みます。
- ◆ 生産と加工・流通が連携して水産バリューチェーンを構築・強化し、生産性・収益性を改善する取組を推進します。



「さかなの日」ロゴマーク

III－2 地域資源を活用した需要の創出・拡大【主な取組】

(1) 地産地消の推進と県内需要の拡大※

- ◆ 新鮮な県産農林水産物が購入できる直売所や観光農園、地域の特色ある加工品や食などの情報を消費者が迅速かつ容易に入手できるよう、SNSやホームページなどを活用した情報発信の強化を推進します。
- ◆ 農林漁業体験、「農泊・渚泊」の推進など「グリーン・ブルーツーリズム」や「海業」を通じて県の農林水産業を知り、触れる機会を増やします。
- ◆ 花きの需要拡大に向け、「2027年国際園芸博覧会」開催を契機とした県産花植木のPRや教育機関との連携などにより、花育活動を推進します。
- ◆ 県民が木材に触れる機会を増やし、森林や木材に対する理解の醸成を図るため、イベントの開催等の木育活動の支援を行うとともに、木育の指導を行える人材の育成を行います。
- ◆ 令和9年(2027年)秋に開催する「第46回全国豊かな海づくり大会」を契機とし、本県の多様な水産物と海の魅力を全国に発信していきます。
- ◆ 若年層の魚離れ対策のため、小中学校や高等学校などに「おさかな普及員」を派遣し、地元の旬の魚介類を調理し、味わってもらう料理教室を開催するなど、地産地消を推進します。

※ 本項目は、「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農林水産物の利用促進に関する法律」第41条第1項の規定により「地域の農林水産物の利用の促進についての計画(促進計画)」に位置づけます。

(2) 地域資源を活用したブランド化支援と魅力ある商品開発

- ◆ 国、県、生産者団体、金融機関、食品産業事業者等を構成員とする「千葉県6次産業化・農商工連携推進協議会」により、関係機関が一体となって6次産業化の推進を行うとともに、6次産業化に取り組む農林漁業者と異業種との連携を進めていきます。
- ◆ 6次産業化等に取り組む農林漁業者等に対し、ワンストップ支援機関「千葉県地域資源活用・地域連携サポートセンター(6次産業化サポートセンター)」を設置し、専門家の派遣や人材育成研修会の開催により、経営改善に向けた支援を行うとともに、必要な機械・施設等の導入を支援します。
- ◆ 農林漁業者や多様な事業者が参画する地域ネットワークを構築するとともに、食品業界や観光業界等多様な事業者との連携による商品開発の取組や販路開拓のための商談会への出展等を支援します。さらに、地域の文化・歴史や森林、海、景観などの多様な地域資源を活用し、農山漁村における課題解決にもつながるような持続可能なビジネスモデルの創出を支援します。
- ◆ 県オリジナル品種や「チバザビーフ」、「チバザポーク」、「千葉ブランド水産物」など特徴のある製品の認知度向上を図ります。(再掲)
- ◆ 食の簡便化志向などの消費者ニーズに対応するため、調理に手間のかからないファストフィッシュ商品の開発や低利用・未利用魚の活用、加工品の改良等に対する支援を行います。

Ⅲ－２ 地域資源を活用した需要の創出・拡大【主な取組】

(3) 県民への食料の安定供給

- ◆ 生鮮食料品の流通拠点である地方卸売市場においては、鮮度保持・衛生管理・防災機能などを備えた施設の整備を推進し、流通の効率化、食の安全確保を図ります。

(4) 食育の推進

- ◆ 食育の推進に向けては、旬の県産食材を取り入れたバランスの良い食生活（ちば型食生活）などの情報を広く発信し、ちば食育ボランティア等の主体的な取組を促すとともに、ちば食育サポート企業等の多様な関係者と一体となった活動に取り組めます。特に魚食の普及に向けては、漁業協同組合等と協力し、児童・生徒を主な対象に県産水産物や魚食文化等に親しむ機会の増加に取り組めます。
- ◆ 新鮮な農林水産物の直売や学校給食への地場産物の活用など、生産者の顔が見える地産地消の取組を進めるとともに、農林漁業体験等を通じた生産者と消費者との交流を促進し、農林水産業に対する消費者の理解を醸成します。
- ◆ 地域に密着した食育活動を推進するため、関係機関等と連携し、市町村における食育活動を支援します。



船橋市地方卸売市場（外観）



食育ボランティアを講師とした研修会の様子

Ⅲ－３ 新たな販路開拓に向けた輸出促進【主な取組】

(1) 輸出に係る生産・流通・販売の各段階における支援

- ◆ 海外市場の動向や県内事業者の取組状況などを踏まえ、航空輸送に適した「いちご」「メロン」「切花」「キンメダイ」や、海上輸送に適した「さつまいも」「日本なし」「米」「植木類」「鶏卵」「冷凍水産物」など、輸出ポテンシャル品目の中から輸出重点品目を定め、県産農林水産物の海外市場への展開を図ります。
- ◆ 輸入規制への対応については、国を通じて規制措置の即時撤廃を強く求めるとともに、撤廃の実現を想定し、輸出促進に向けた取組について検討します。
- ◆ 輸出の促進に当たり、輸出に取り組む生産者・団体の裾野拡大が重要であることから、生産段階においては、衛生基準や園地登録といった輸出国・地域特有の基準への対応、収量・品質の維持・向上を図った上での低コスト生産への転換や付加価値の高い品種の選定とその品種への転換を進め、計画的にまとまった量で輸出ができるよう、産地と連携した取組を推進します。
- ◆ 流通段階においては、輸出重点品目、輸出ターゲット国・地域を踏まえた輸送手段の選定や、収穫時期や梱包方法等の検証と普及、効率的な集荷ルート等の実証などの物流構築に必要な取組を支援します。
- ◆ 販売段階においては、輸出に取り組む事業者に対し、海外ニーズ調査や生産環境整備、テスト輸送など、輸出ステージ等を踏まえた継続的かつ戦略的な販路拡大支援を行います。

(2) 成田市場・成田空港を活用した県産農林水産物の輸出促進

- ◆ 今後の拡張事業により更なる機能強化が見込まれる成田空港や衛生管理の整った閉鎖型施設の中で植物検疫や通関等の輸出手続をワンストップで実施できる成田市場を活用し、他県とも連携しながら県産農林水産物の輸出拡大を図ります。
- ◆ 具体的には、輸出重点品目の中で航空輸送に適した「いちご」「キンメダイ」等の輸出に取り組む生産者や事業者の商流・物流の構築を支援するとともに、成田空港周辺における輸出産地形成に取り組めます。



成田市公設地方卸売市場（外観）

輸出重点品目の一覧

資料：県調べ

品目名		現況と輸出方針	輸出額(百万円)	
			現状値(R6)	目標値(R11)
航空輸送	農産物	いちご※1	13	30
		メロン※1		
		切花※1		
	水産物	キンメダイ	—※2	—※2
海上輸送	農産物	さつまいも※1	99	170
		日本なし※1	12	30
		米※1	33	288
		植木類※3	2,777	2,800
	畜産物	鶏卵※3	246	330
	水産物	冷凍水産物※1 (サバ類、カツオ、マグロ、イワシ類)	5,484	—※4

※1 県と連携しながら輸出に取り組む事業者を対象としたアンケート結果に基づいたもの。

※2 消費地市場を経由した輸出実態の把握が難しいことから、現状値、目標値は設定していない。

※3 植物検疫統計及び貿易統計から試算。

※4 水揚量等の影響を受けるほか、輸出先国の輸入規制の先行きが不透明であるため、目標値は設定していない。