

# 令和2年度 県域における取組

## 1 地産地消を積極的に推進する仕組みづくり

### (1) 地産地消推進組織の円滑な運営

「近いがうまい埼玉産」地産地消推進会議の開催

新型コロナウイルス感染症の感染拡大を踏まえ、令和2年8月20日「近いがうまい埼玉産」地産地消推進会議を書面開催により実施し、令和元年度の県及び各団体の取組実績、令和2年度の取組方向等について検討した。

### (2) 地産地消の普及啓発

#### ア 各種イベントの開催

埼玉の優れた農産物や加工品への理解を深め、その利用を促進するため、県産農産物をPRする各種イベントの開催や支援を行った。

令和2年度に開催された主なイベント等一覧

開催月	イベント	内容
11月	埼玉県地産地消ブランド農産物を味わう集い (全日本司厨士協会関東総合地方本部埼玉県本部 パレスホテル大宮)	県産ブランド農産物を食材に用いた 着席スタイルの会食
8月～ 2月	埼玉農産物キャンペーン (埼玉県、JAグループさいたま)	県産ブランド農産物の試食・販売等 県内量販店等

#### イ 「埼玉県地産地消月間」の実施、取組の推進

平成19年度から11月を「埼玉県地産地消月間」と定め、地産地消をより一層浸透させ、関係者が積極的に地産地消に取り組む機会としている。

期間中は、埼玉県産野菜スイーツフェアをはじめ、マルシェやウェブ産業祭などのイベントを7市町(8イベント)で実施するなど集中的なPR活動を展開した。



地産地消フェアなどの埼玉農産物キャンペーン

### (3) 県産農産物を知って買って食べる機会の創出

#### ア ブランド農産物PR動画による情報発信

平成28年度に作成したブランド農産物である「野菜」「米」「狭山茶」「梨」の、生産から消費までの一連の流れを約1分に凝縮し、強烈な印象を残すため農産物の特徴を「ラップ」で表現した動画を作成し、動画配信サイト（Youtube）内で当課が管理する埼玉県農産物チャンネル及び同サイト内の㈱ポニーキャニオン公式チャンネルで配信した。

また、県内量販店、直売所等に電子POP（動画再生機器）を貸与し、店頭での上映を行った。



#### イ 幅広い年代層への販売促進

県産農産物の購買意欲を喚起するため、駅など多くの方が行き交う場所で、県産農産物のPR販売を実施した。

##### 駅でのPR実績

実施日	実施場所	主な販売品目	主な出店者
令和2年10月15日 ～18日	大宮駅	お茶、米、花植木	埼玉県茶業協会 JAさいたま馬宮米部会等
令和2年11月22日 ～26日	大宮駅	埼玉県産農産物、花植木等	さいたまの花普及促進協議会 JA全農さいたま等



令和2年10月15日～18日（大宮駅）



令和2年11月22日～26日（大宮駅）

#### ウ 県産畜産物の消費拡大

県産畜産物の消費拡大を図るため、下記の取り組みを行った。

- ・量販店における県産牛乳の販売。

イオンリテール㈱の県内4店舗にて、令和2年5月19日から5月31日に県産牛乳(1ℓ)を2,200本販売。

- ・ 子供食堂、フードバンクなどに牛乳を無償提供。

200ml 43,452本 1ℓ 1,033本

- ・ 学校給食に県産牛肉を供給。

899校 381,414人(延べ2,208校 927,573人)、45,491.82kg

#### (4) 県産農林産物情報の充実

##### ア マスメディアによる情報発信

県広報テレビ番組「魅力まるごと いまドキッ!埼玉」(テレ玉)や、ラジオ番組「彩の国トレたてMorning」(FM 79.5)、「まとめて!埼玉応援団」(TBSラジオ)など、マスメディアによる啓発活動を行った。

さらに、各種イベントを活用し、消費者や実需者等の各方面に対して県産農林産物の積極的な利用を働きかけた。

##### イ 埼玉農産物ポータルサイト「SAITAMAわっしょい!」

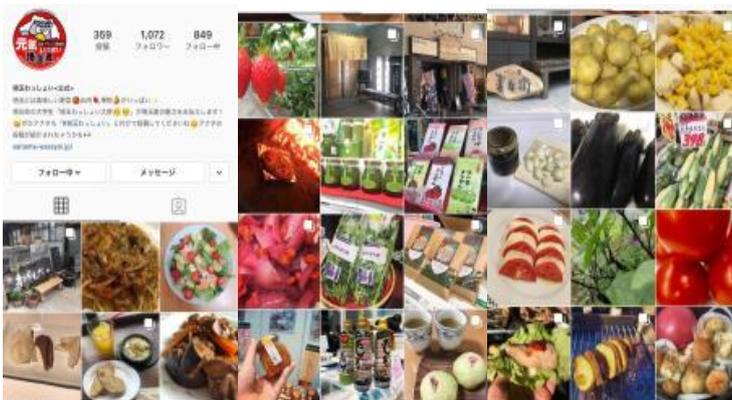
ブランド推進品目やイベント情報等を広く紹介し、県民参加によるブランドづくりを進めるため、埼玉農産物ポータルサイト「SAITAMAわっしょい!」を運営している。

令和2年度は年間で275,797件のアクセスがあった。



埼玉農産物ポータルサイト「SAITAMAわっしょい!」

##### ウ 県公式Instagram「埼玉わっしょい」



公式Instagram「埼玉わっしょい」

平成29年12月に埼玉大学の学生からの政策提言を受けて、平成29年度から大学生を「埼玉わっしょい大使」に任命し、投稿を行ってきた。

令和2年度からは「埼玉わっしょい大使」をより発信力のある一般の方に変更して、圃場見学等を行い埼玉県産農産物の魅力を一層PRした。

## エ ポケットブック「まいたま」

埼玉県公式スマートフォン用アプリ。県（情報システム課）が運営し、様々な県政情報（子育て、福祉、安全安心、観光、地域情報等）を発信している。

農林部では、「おいしい埼玉」タブにより、農産物関連のイベント情報などを発信した。



ポケットブック「まいたま」

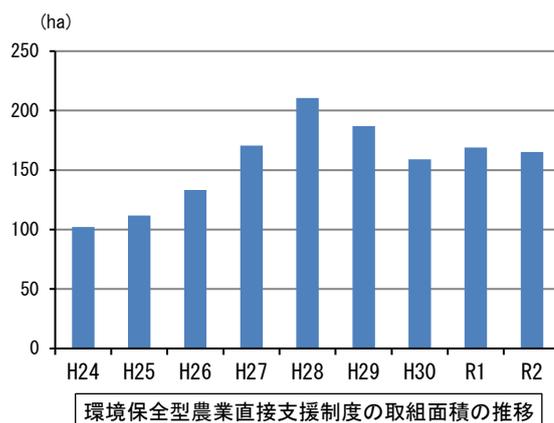
## 2 安全で安心な県産農畜産物を安定的に生産する仕組みづくり

### (1) 環境保全型農業の推進

#### ア 環境保全型農業直接支援制度

平成 24 年度から、カバークロープ（緑肥）の利用など地球温暖化防止に効果の高い生産技術や有機農業など生物多様性保全につながる生産方式に取り組む農業者に対し、取組面積に応じた支援金を交付している。

令和 2 年度は 32 件、165ha の取組に対し、補助金を交付した。



環境保全型農業直接支援制度の取組面積の推移

#### イ 環境保全型農業に対する理解促進

化学合成農薬及び化学肥料を慣行の半分以下に減らして栽培した特別栽培農産物を使用する飲食店及び総菜店を「埼玉県特別栽培農産物利用店」として指定し、各種イベント等でPRを行い、環境にやさしい農業の普及啓発を図った。



特別栽培農産物の県認証マーク



特別栽培農産物利用店の看板とガイドブック

## ウ 有機農業の推進

環境にやさしい農業の1つである有機農業について、研修会の開催や商談会の出展支援により、有機農業者の技術向上や販路の拡大を支援した。また、農業者団体が企画した研修会を支援する「自主企画研修会」では、令和2年度に3団体の支援を行った。



自主企画研修会開催風景



商談会への出展

## (2) 安全で安心な農産物の確保対策の推進

### ア S-GAPの取組

埼玉県独自の農業規範「S-GAP」は、食品安全・環境保全・労働安全などに関する正しい農業のやり方をまとめたもので、生産者が「S-GAP」を実践することにより、その農場で生産された農産物の信頼性向上が期待される。そのため、県はJAグループと連携し、「S-GAP」を普及している。

また、生産者の「S-GAP」実践状況を県職員が評価する「S-GAP農場評価制度」を運営し、全取組項目を実践している農場を「S-GAP実践農場」として評価している。さらに、平成29年度には、東京オリンピック・パラリンピック競技大会の食材調達基準に対応した新たな評価基準「S-GAP実践農場2020」を農場評価制度に追加した。

令和2年度にはS-GAP実践農場数は657農場となり、今後も増加が見込まれる。



S-GAPガイドブック



S-GAPツールブック

その他、令和2年度には、GAPに取り組む際に活用できる様式集「S-GAPツールブック」を1,000部作成し、生産者や指導者等に配布するとともに、県ホームページに掲載した。

また、「S-GAP」を広く周知するため、イベント等に出展して流通・加工業者や消費者にPRするとともに、令和3年2月5日に『埼玉県GAPセミナー』をオンラインで開催した（参加者89名：生産者、食品関連企業、JA、行政等）。



イベントへの出展

## イ 放射性物質調査

令和2年度の県産農畜産物の放射性物質調査では50品目、117検体の調査を行った結果、全ての検体で食品衛生法に定められた食品中の放射性物質の基準値を超過していないことが確認された。

### (3) 県産畜産物のトレーサビリティシステムの推進

消費者等の県産畜産物に対する信頼を確保するため、生産履歴情報等を付加したトレーサビリティに取り組む生産者を育成し、生産履歴情報等を把握できる県産畜産物の供給拡大を推進している。

品名	生産戸数	記録、保存している主な情報
畜産物 (牛肉・豚肉・卵)	326戸 (深谷市他)	生産者情報、品種、 飼料の給与状況、出荷日、と畜日

### (4) ブランド農産物の生産・販路拡大

国内外の産地間競争が激化する中、県産農産物が消費者や実需者から評価・選択されるよう県産農産物のブランド化に取り組み、認知度の向上や生産・販路の拡大を図っている。

#### ア 各種キャンペーン等の実施

認知度の向上や販路拡大を推進し、多くの方に県産農産物を購入いただくため、県と農業団体等が連携し、知事のメッセージ動画による大田市場でのトップセールスをはじめ、各農産物の旬にあわせて県内の農産物直売所や道の駅、イベント会場など106か所で、34回PRキャンペーン等を実施した。

## イ 量販店における埼玉ブランド農産物のPR

県内外量販店 80 店舗において、埼玉ブランド農産物のPR販売を実施した。



イオンレイクタウン店



ヤオコー浦和パルコ店

## ウ 県産農産物の販路拡大

埼玉県産の農産物や加工品をお取り寄せして、おいしさを楽しむことを目的に、県産の花や狭山茶、畜産物などをご自宅から電話やWEBで注文できる農園や農家などをまとめた、「お取り寄せ埼玉県産農産物応援サイト」を県HPに立ち上げ、販売促進を支援した。

また、ネット販売割引キャンペーンや飲食店舗割引キャンペーンを実施した。



お取り寄せ埼玉県産農産物応援サイト

## エ 県産ブランド畜産物の販路拡大

県産ブランド畜産物の販路拡大のため、下記の取り組みを行った。

### ・彩の国黒豚

県内イトーヨーカドー8店舗にて、5月下旬にスポットで2,654kg販売した。また、ネット販売割引キャンペーン(30%オフ)、飲食店舗割引キャンペーンを実施した。

### ・武州和牛、彩々牛、彩の国黒豚、彩たまご、彩の国地鶏タマシヤモ

県HPに「お取り寄せ埼玉県産農産物応援サイト」を立ち上げ販売促進を支援した。また、ネット販売割引キャンペーン(30%オフ)、飲食店舗割引キャンペーンを実施した。

## (5) 野菜産地の育成

埼玉野菜プレミアム産地づくり事業では、農地の集約化による露地野菜の生産拡大を図るため、産地の核となる農業法人等を対象に機械化一貫体系等の導入に必要な機械等の整備補助に取り組んだ。

また、施設園芸先端サポート技術導入事業では、施設園芸の労働負担を軽減するスマート農機等の整備補助に取り組んだ。



ねぎの収穫機



ねぎ根葉切・皮むき機

露地野菜の機械化一貫体系等の導入に必要な機械の整備



統合環境制御装置



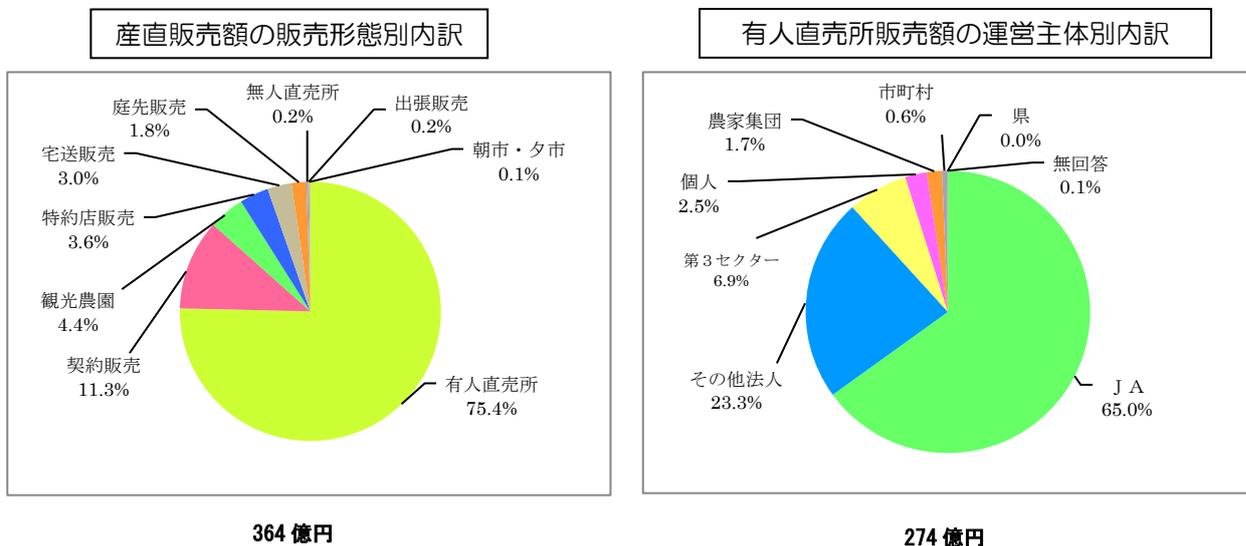
CO2 施用装置

施設園芸の労働負担を軽減するスマート農機等の整備

### 3 消費者などの要望に応えられる多様な流通ルートづくり

#### (1) 農産物直売所の充実強化

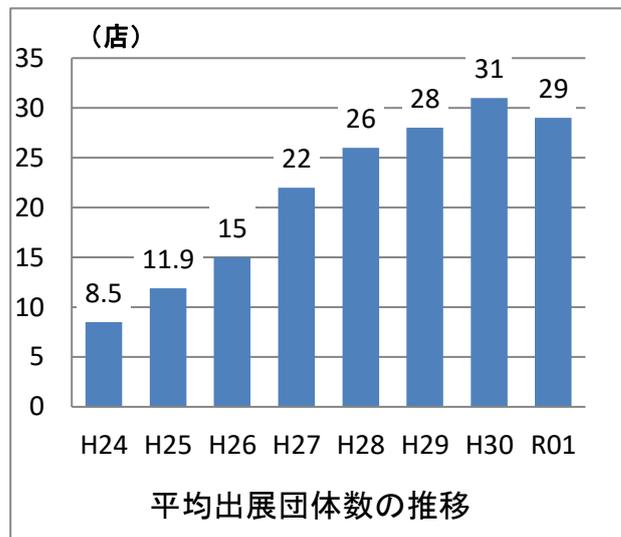
令和元年度の産直全体の販売額は約 364 億円で、うち有人直売所（277 か所）での販売額は約 274 億円となっていた。これは、産直全体の販売額の約 75%に相当する。



#### (2) 朝市・夕市の取組推進

旬の県産農産物のPRと県庁周辺の賑やかさを創出するために、本庁舎と第2庁舎間の道路及び県庁みどりの広場のスペースを利用して、「県庁朝市」を平成24年10月から毎月第3日曜日に開催している。

平成26年3月に『県庁朝市出店者の会』が発足し、それ以降の県庁朝市は『県庁朝市出店者の会』が運営している。販売されている品目は、旬の農産物の他、味噌やジャム、お茶等の農産加工品等となっている。令和2年度は、新型コロナウイルス対策のため開催が中止となった。



県庁朝市の様子

### (3) 多様な流通ルートの整備促進

県民が身近な場所で県産農産物を購入できる機会を拡大するため、県産農産物コーナーの設置を推進した。令和2年度末時点で581の県内量販店で設置されている。



県産農産物コーナー

項目	H28年度実績	H29年度実績	H30年度実績	R1年度実績	R2年度実績
県産農産物コーナー	536店舗	560店舗	577店舗	563店舗	581店舗

## 4 県産農林産物の利用拡大を進める仕組みづくり

### (1) 県産農産物情報の充実

平成17年度から県産農産物を加工原料やメニューの素材として使いたい、家庭で味わいたいといった問合せに対して情報を提供するため、農業ビジネス支援課内に相談窓口を開設している。

食品製造業者をはじめ、流通・サービス業者・消費者など幅広い分野からの問合せに対応しており、取引のきっかけとなっている。

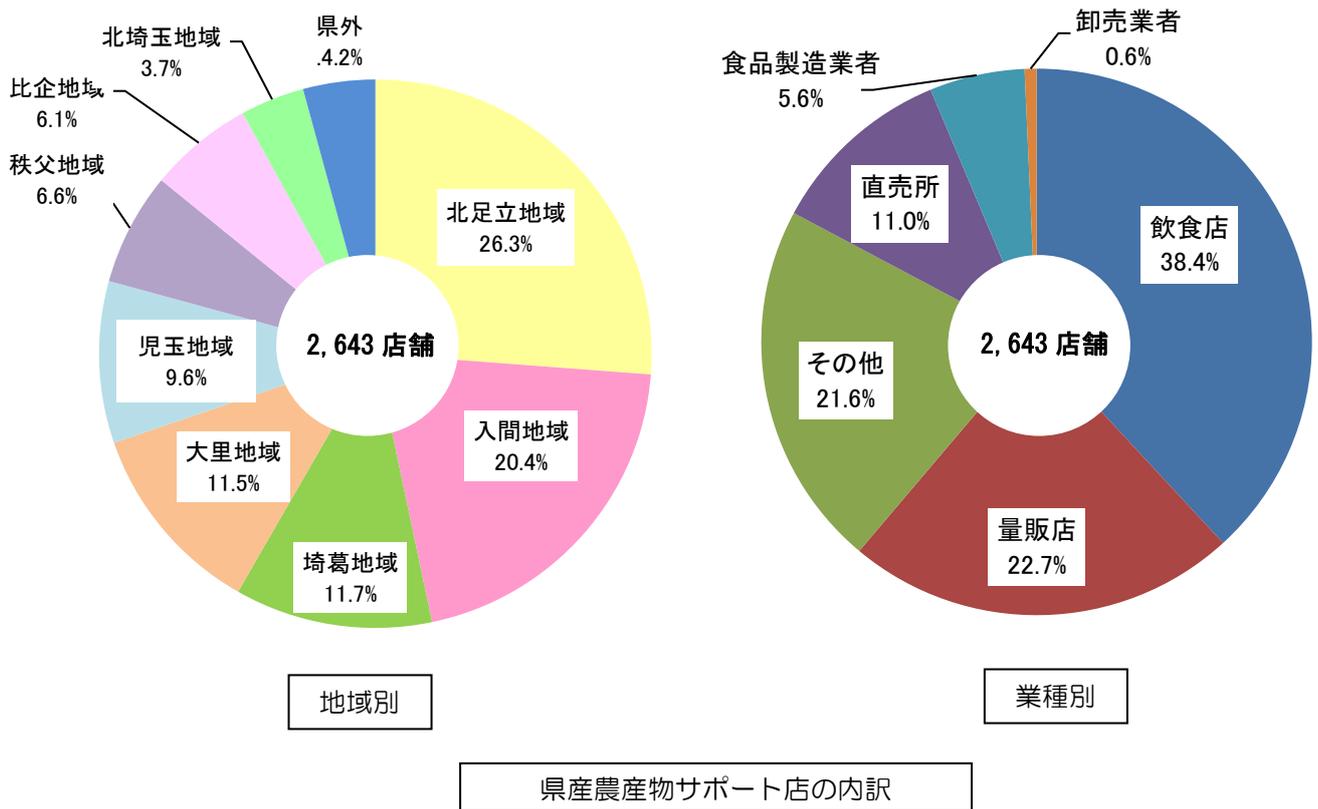
### (2) 県産農産物サポート店の登録拡大

県民がいつでもどこでも県産農産物を利用できるよう、県産農産物を利用している小売店、飲食店、食品製造業者及び卸売業者に対して「県産農産物サポート店」の登録を推進している。

令和2年度までに累計2,643店舗(令和3年3月末現在)を登録し、地産地消シンボルマーク入りの木製看板またはプレートを配布するとともに埼玉農産物ポータルサイト「SAITAMA わっしょい！」で紹介を行った。



看板・プレート



### (3) 県産農産物を活用した加工食品の拡大

県産の加工食品及び農産物の評価向上と需要拡大を図るため、主原料に 100%埼玉県産農産物を使用し製造された良質な加工食品を『ふるさと認証食品』として認証している。

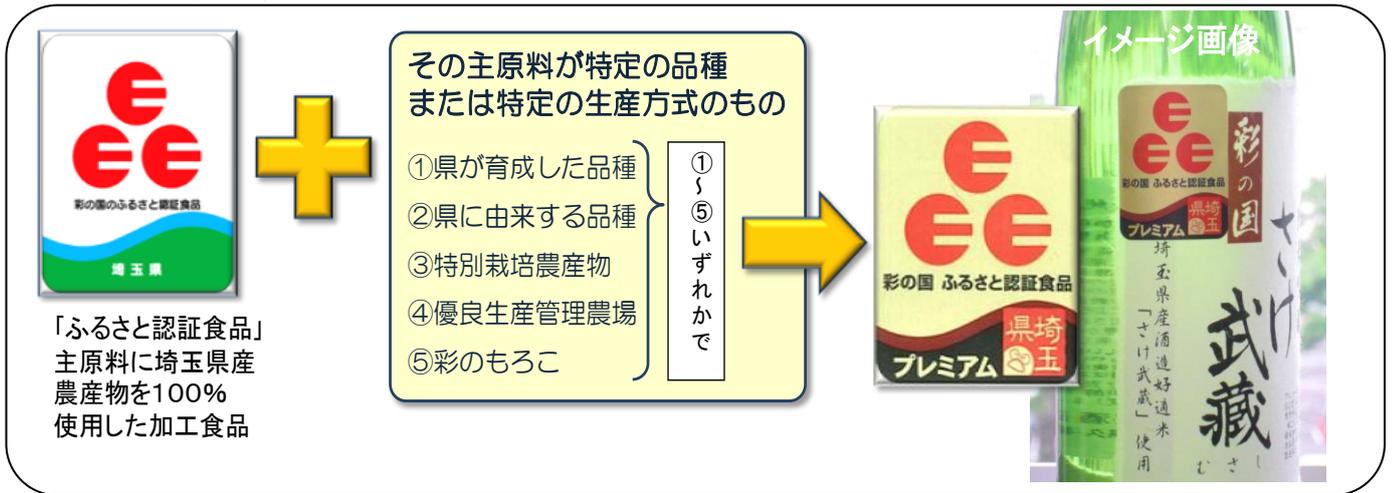
認証対象品目は 39 品目で、令和 2 年度末現在で 553 製品を認証しており、パンフレットやホームページで紹介している。

また、平成 24 年度からは、ふるさと認証食品のうち、特定の品種や栽培方式など厳選された農産物を主原料に 100%使用した加工食品を「プレミアム」として認証する制度をスタートした。令和 2 年度末現在で 175 製品を認証している。

#### 認証対象品目 (39 品目)

乾めん、生めん類、パン類、もち、生芋こんにゃく、干し柿、干しいも、豆腐、しゃくし菜の漬物、ねぎの漬物、農産物漬物、梅漬け・梅干、ジャム類、栗のシロップ煮、魚の甘露煮、ハム類、ソーセージ、ベーコン類、くん製類、牛乳、アイスクリーム類、プリン、はちみつ、米菓、まんじゅう類、米粉焼菓子類、小麦粉焼菓子類、清酒、ワイン、しそエキス入り飲料、果実飲料、みそ、しょうゆ、ビール、唐辛子調味料、氷菓、乾燥野菜・乾燥果実、焼酎、えごま油

## ふるさと認証食品プレミアムについて



### (4) 食品産業等における県産農産物の利用拡大

#### ア 埼玉県地産地消月間における取組

11月の埼玉県地産地消月間に合わせて、旬の県産農産物を活用した新商品の販売やイベント等が開催された。ホテルや大手飲食店等の外食産業では149店舗、百貨店や量販店135店舗等で、フェアやイベントが開催された。また、埼玉県地産地消月間の取組の一つとして、埼玉県産野菜スイーツフェアを実施し、県内の飲食店および小売・量販店など33事業者が埼玉県産野菜を用いたスイーツを提供した。

#### (ア) 外食産業と連携した取組

- ・株式会社ひびきの県内店舗で、彩の国黒豚、ねぎを使った地産地消メニューを提供。(11月1日～30日)
- ・ぎょうざの満州の埼玉県、東京都内店舗で、県産のこまつな、ねぎ、たまごを使ったメニューを提供。(11月1日～30日)

#### (イ) 百貨店、量販店による地産地消フェアの実施

- ・西友(県内店舗)：「埼玉県産野菜フェア」(11月1日～30日)
- ・ヤオコー(県内店舗)・熊谷果実株式会社：「埼玉県産野菜のPR」(11月1日～30日)
- ・そごう川口店：「埼玉秩父産野菜販売」(毎週金曜日)

#### (ウ) コンビニにおける県産農産物を使用した商品の販売

- ・ローソンは、関東甲信越の約4,800店舗で、以下の商品を販売した。  
ふわふわカフェオレブレッド：埼玉県の学校給食でおなじみ、わたぼく牛乳のクリームを使用(販売期間：11月3日～11月30日)

(エ) 県庁内食堂と連携した取組

県庁内食堂において、県産農産物を使用したメニューを提供した。

食堂名	実施日	メニュー	埼玉県産使用食材
第二職員 食堂	11月 12日(木)	秩父産豚肉と野菜 のグリルサラダ	「秩父産豚肉」
	11月 13日(金)	SP和麺「ほうとう」 SPラーメン「県庁ラ ーメン」	「丸系八つ頭」 「こまつな」

イ 地産地消月間以外の取組

地産地消月間に限らず、民間企業による県産農産物を活用した新商品の発売やイベント等の取組が行われている。

(ア) 県庁内食堂と連携した取組

- ・毎月13日と14日を「地産地消の日」とし、県庁第一・第二職員食堂において県産農産物を使用したメニューを提供している。



地産地消の日メニュー



地産地消の日

(5) 付加価値を高める農業の6次産業化及び農商工連携の促進

ア 6次産業化ネットワークミーティングの開催

農商工連携や6次産業化を推進するため、農業者、食品事業者、流通業者、金融関係者等とのネットワーク構築に向けた6次産業化ネットワークミーティング(異業種交流会)を開催し、連携型6次産業化による商品開発を支援した。

項目	H28年度実績	H29年度実績	H30年度実績	R1年度実績	R2年度実績
新たに農業の6次産業化により開発された商品数	60品目	112品目	189品目	252品目	297品目

(埼玉農林業・農山村振興ビジョン)

6次産業化ネットワークミーティングをきっかけに7業種連携体により、11商品が開発された。

### 6次産業化ネットワークミーティング開催結果

開催実績	テーマ	講師	人数
第1回 (9月)	指名される商品を作ろう！6次産業化商品のブランドづくり 商品開発の教科書！6次産業化の新商品は「ズラして」作れ	(株)生産者直売のれん会 伊藤氏	55名
第2回 (11月)	テーマ：異業種マッチング	(株)生産者直売のれん会 伊藤氏、大場氏	39名
第3回 (1月～2月)	テーマ：商品評価会	(株)生産者直売のれん会 伊藤氏 (株)丸広百貨店 原嶋氏 (株)初々東日本リテイル 鈴木氏、坂本氏	9名

### イ 埼玉県農と食のオンライン展示・商談会の開催

令和元年度まで、農業者と食品関連事業者が商談や情報交換を行い、新たなビジネスチャンスを創出することを目的として「埼玉県農商工連携フェア」をさいたまスーパービジネスアリーナで開催してきたが、令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止の観点から、「農と食のオンライン展示・商談会 in SAITAMA 2021」として、オンライン開催した。121団体が出展し、食品バイヤー等、6,859人の来訪者があった。



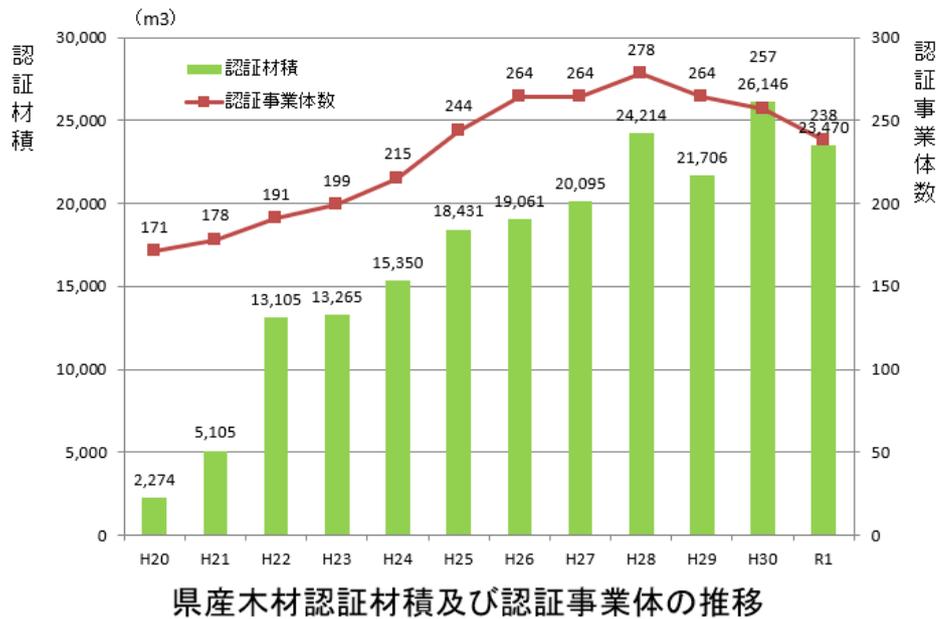
ご案内

商談風景

## (6) 県産木材の利用促進

### ア さいたま県産木材認証制度の運用

県内で生産された木材を「県産木材」と証明して需要者に供給する「さいたま県産木材認証事業」を進めている。



### イ 県産木材の加工・流通体制の整備

県産木材の加工・流通施設を整備し、安定的に県産木材を供給できる体制づくりを進めている。

#### 県産木材の加工・流通施設の整備実績

整備年度	事業主体	所在地	整備内容
26	(株)日本住建	飯能市	プレカット施設
	(株)横田木材	小鹿野町	オガ粉製造機・フォークリフト
	金子製材(株)	横瀬町	ツイン丸鋸ライン、ツインバンドソー
	島崎木材(株)	寄居町	プレカット施設一式
	(福)幸仁会	深谷市	4軸モルダー、木玉加工・研磨機
27	(株)吉貞	熊谷市	プレカット施設一式
	(株)ウッディーコイケ	秩父市	ツイン丸鋸、ツインバンドソーほか
	篠原商店(株)	本庄市	プレカット施設一式
	木村木材工業(株)	北本市	プレカット施設一式
28	埼玉林材市場(株)	飯能市	グラップルローダ
	熊谷木材工業(株)	熊谷市	プレカット加工施設

	山栃丸太(株)	寄居町	リングバーカ
29	大河原木材(株)	飯能市	製材施設
	(株)石井ウッド	日高市	木材乾燥機・モルダー
R1	秩父広域森林組合	秩父市	フォークローダ
R2	(株)フォレスト西川	飯能市	集塵機処理・部品交換一式
	島崎木材(株)	行田市	羽柄材・合板加工機、集塵ダクト
	(株)アラ井	飯能市	バイオマス温水ヒーター、木質燃料乾燥装置

## ウ 公共施設・公共事業での利用推進

民間への波及効果やPR効果の大きい公共施設・公共事業で県産木材の利用を積極的に推進している。

項目	H29年度実績	H30年度実績	R1年度実績	R2年度目標 (実績集計中)	R3年度目標
県産木材を利用した公共施設数	936施設	996施設	1,059施設	1,120施設	1,180施設

(埼玉農林水産業振興基本計画)

特に、学校、福祉施設、医療施設や土木工事などにおいて県産木材の利用を推進するため、公共建築物等木材利用促進法に基づき「県有施設の木造化・木質化に関する指針」及び「市町村施設の木造化・木質化に関する方針」を策定し、運用している。



県産木材が使用された保育所（寄居町）

## エ 民間住宅等での利用促進

(ア) 住宅・事務所等の建築において認証された県産木材を一定量使用した場合、建築主に対して補助を行う取組を平成26年度から実施している。

(イ) 住宅メーカー等は、県産木材の使用の働きかけにより、県産木材住宅の商品化やモデル住宅の設置を行っている。



県産木材を60%以上使用した住宅

(ウ) 県産木材に直接触れ合える「木とのふれあいまつり」等のイベントを実施している。

(令和2年度は新型コロナウイルス感染対策のため中止)



「木とのふれあいまつり」

## 5 食育による地域の食・農林業への理解促進

### (1) 学校給食における地場農産物の利用拡大

令和元年度の学校給食への地場農産物の利用状況として、地場産の米を供給している市町村は、44 市町村となっている。また、令和元年度の学校給食への地場産農産物の延べ利用品目数は1,025 品目で、1 市町村当たりの延べ利用品目数は、16.3 品目であった。

なお、令和2年度の学校給食調査は現在集計中である。

### (2) 食育を通じた県産農産物の消費拡大

地域の農林業や伝統的な食文化への理解の促進と県産農産物の消費拡大を目的として、市町村（5 市町）や民間団体（1 団体）が実施する食育の推進事業を支援した。

### (3) 学校ファームを通じた農業への理解促進

J Aグループさいたまの資材提供事業と連携し、学校を単位に種まきから収穫までの作物の栽培過程を体験する学校ファームの取組を支援した。



学校ファームでの作業の様子



#### (4) 地域における食文化の継承

食文化の伝承活動による地元農産物の普及と農業・農村の振興を図ることを目的として、伝統的食生活技術を有する者を『ふるさとの味伝承士』として令和2年度末で累計390人認定した。

『ふるさとの味伝承士』は各市町村において、公民館や学校等の伝承料理講習会講師を務めるなど、地域で日常食や行事食として昔から伝わっている料理の伝承に活躍している。