

## 令和3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3年9月14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2年度の県及び各団体の取組実績、令和3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3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

## 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（10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

ブランド農産物PR動画を県内量販店や埼玉150周年プロジェクト実施店舗において上映した。また、知事による県産農産物のPR動画を大田市場におけるトップセールスで上映し、PR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

品目名（ブランド推進品目）	時期	実施駅	実施主体
いちご、こまつな、トマト	4月08日～11日	大宮駅	県物産観光協会
えだまめ、とうもろこし	7月24日～25日	所沢駅	西武鉄道
狭山茶、いちご	10月13日～16日	大宮駅	県物産観光協会
栗	10月20日～22日	所沢駅	西武鉄道
いちご	2月16日～18日	所沢駅	西武鉄道



大宮駅(4月)



所沢駅(7月)出典: インスタグラム@oyonechan



#### ウ 県産畜産物の消費拡大

県畜産物の消費拡大のため、下記の取組を支援した。

- 令和3年11月、浦和競馬畜産フェアWEB版においてクイズを出題し、正解者の中から抽選で、県産純粋蜂蜜（あかしあ、百花）を50名にプレゼント。

#### (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

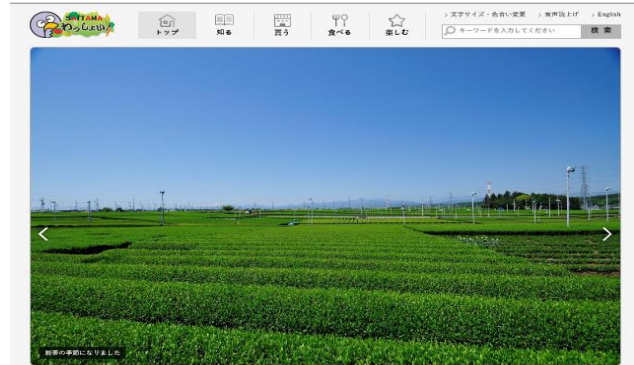
県広報テレビ番組「魅力まるごと いまドキッ！埼玉」（テレ玉）や、ラジオ番組「彩の国トレたてMorning」（FM 79.5）、「まとめて！埼玉応援団」（TBSラジオ）など、マスメディアによる啓発活動を行った。

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！」

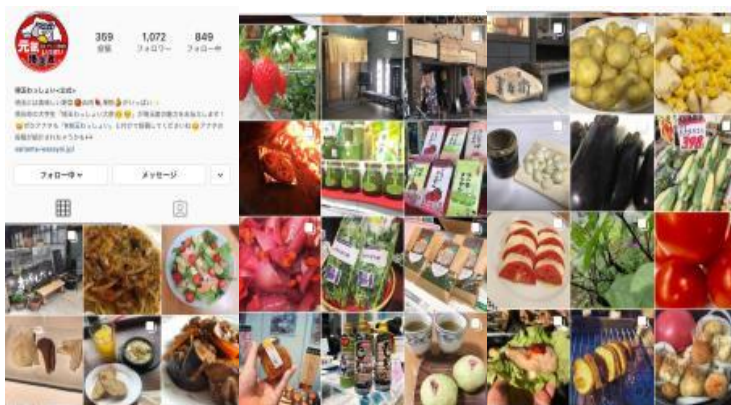
ブランド推進品目やイベント情報等を広く紹介し、県民参加によるブランドづくりを進めるため、埼玉農産物ポータルサイト「SAITAMAわっしょい！」を運営している。

令和3年度は、年間で485,280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年度に埼玉大学の学生からの知事への政策提言「Instagram×若者×県産農産物」を採用し、県産農産物の魅力をPRする県公式Instagramアカウント「埼玉わっしょい」を開設した。

令和3年度は、公募により5名を大使に任命し、Instagramを使った情報発信に加えて圃場見学を行い、生産者との交流を行った。



## 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」

## オ あまりん・かおりん農園MAP



埼玉県育成いちご品種あまりん、かおりん  
の販売農園、直売施設を掲載した紹介リー  
フレットを配布、県 HP へ掲載し、いちごシ  
ーズの到来に向けて情報発信を行った。

あまりん・かおりん紹介リーフレット

(5) 県産農産物を知って買って食べる機会の創出

ア 県産農産物販売促進キャンペーンの実施

直売所などでの県産米の増量や飲食店での特別メニューの提供など、県産農産物全体の消費を喚起するキャンペーンを実施した。

区分	事業者数	交付額 (千円)	店舗数	米販売量 (トン)
直売所等での県産米増量キャンペーン	22	11,199	135	507
量販店など小売業の店舗でのポイントキャンペーン	7	58,128	734	871
飲食店での特別メニュー提供キャンペーン	13	7,883	123	34
県産農産物を使った特別弁当キャンペーン	4	2,231	129	3
地産地消イベント	1	10	1	0
合計	47*1	79,541	1,122*1	1,415

\*1：事業者数及び店舗数の合計は延べ数。区分を2つ実施する事業者あり。



直売所の様子



量販店の様子



彩のきずなを使用したメニューの例

埼玉県産農産物を食べよう！キャンペーン

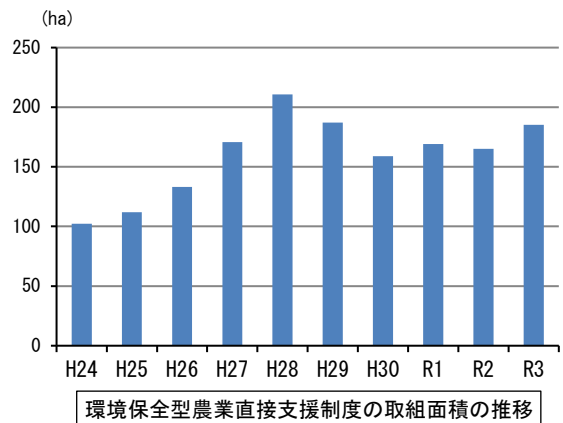
## 2 安全で安心な県産農畜産物を安定的に生産する仕組みづくり

### (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 3 年度は 33 件、185ha の取組に対し、補助金を交付した。



#### 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 3 年度に 4 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。

令和3年度にはS-GAP実践農場数は705農場となり、今後も増加が見込まれる。

その他、令和3年度には、S-GAPに集団で取り組む際の手順やポイント等を具体的にまとめた「S-GAP集団評価取組マニュアル」を約750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4年1月13日に『埼玉県GAPセミナー』を対面及びオンラインで開催した（参加者95名：生産者、食品関連企業、JA、行政等）。

### イ 放射性物質調査

令和3年度の県産農畜産物の放射性物質調査では51品目、115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。

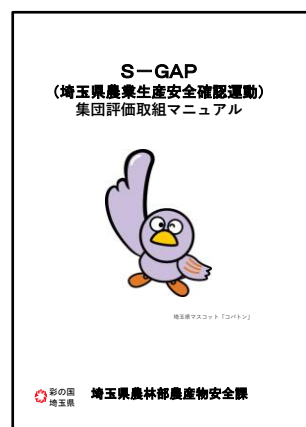
## (3) 県産畜産物のトレーサビリティシステムの推進

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



S-GAPガイドブック



S-GAP集団評価取組マニュアル



イベントへの出展

#### (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

直売所や道の駅などにおける試食を伴うキャンペーンは、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から中止したが、のぼり旗の掲示やフリーペーパーへの掲載、SNS を活用するなど様々な媒体を活用してPR した。(19 か所、26 回)

##### イ 量販店等における埼玉ブランド農産物のPR

県内外量販店 70 か所において、埼玉ブランド農産物のPR 販売を実施した。



ヤオコー渋沢栄一フェア (6月)



イオン埼玉フェア (9月)

##### 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。



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

県内イオンレイクタウン店舗にて、9月上旬にスポット販売（実店舗及びネットスーパー）を実施した。

令和2年度から彩の国黒豚の生産に取り組んでいる県立熊谷農業高校が初出荷を行い、令和3年5月に熊谷市内のスーパーやJAくまがや箱田直売所で販促販売された。12月には熊谷市、深谷市のスーパーでも販売され、いずれも好評を得ている。

## (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

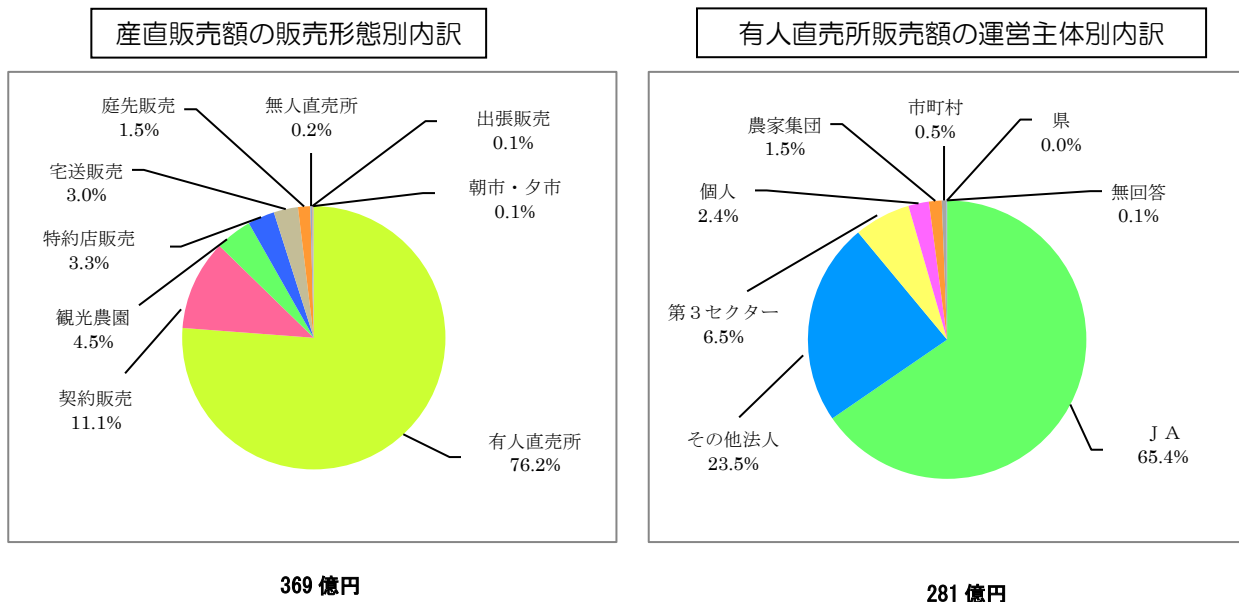
施設園芸の労働負担を軽減するスマート農機等の整備

### 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2年度の産直全体の販売額は約369億円で、うち有人直売所（276か所）での販売額は約281億円となっていた。これは、産直全体の販売額の約76%に相当する。

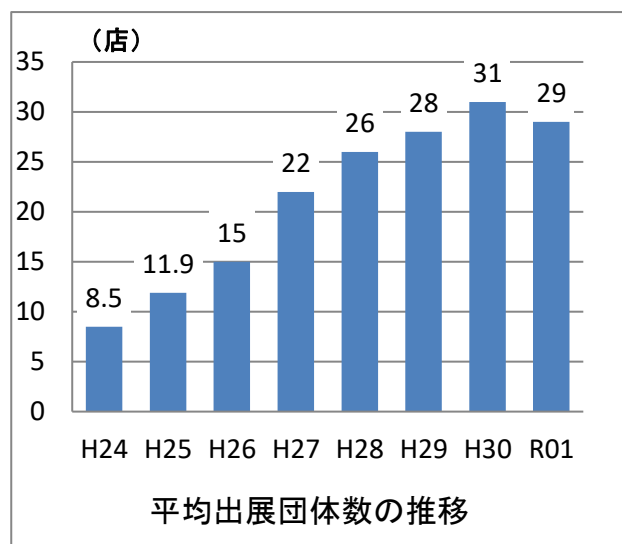
(R4.3.31現在)



#### (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・3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3年度は26の県内量販店等で新たに設置され、県内設置店舗数は令和3年度末時点で597となっている。



項目	H29年度実績	H30年度実績	R1年度実績	R2年度実績	R3年度実績
県産農産物コーナー	560店舗	577店舗	563店舗	581店舗	597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。

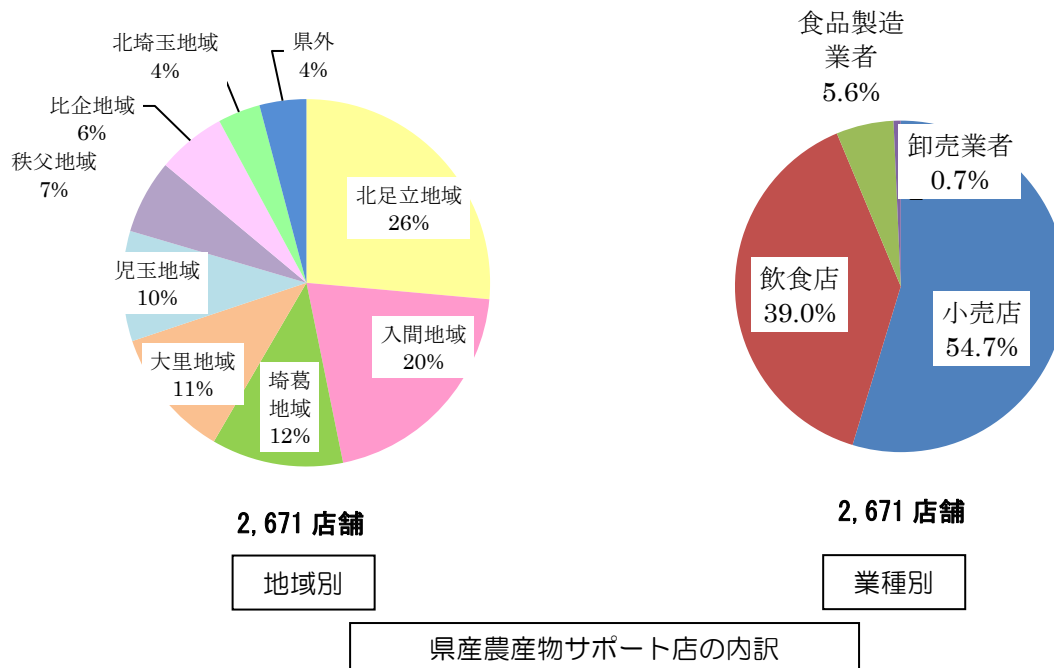
### (2) 県産農産物サポート店の登録拡大

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3年度までに累計2,671店舗(令和4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。







### (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。

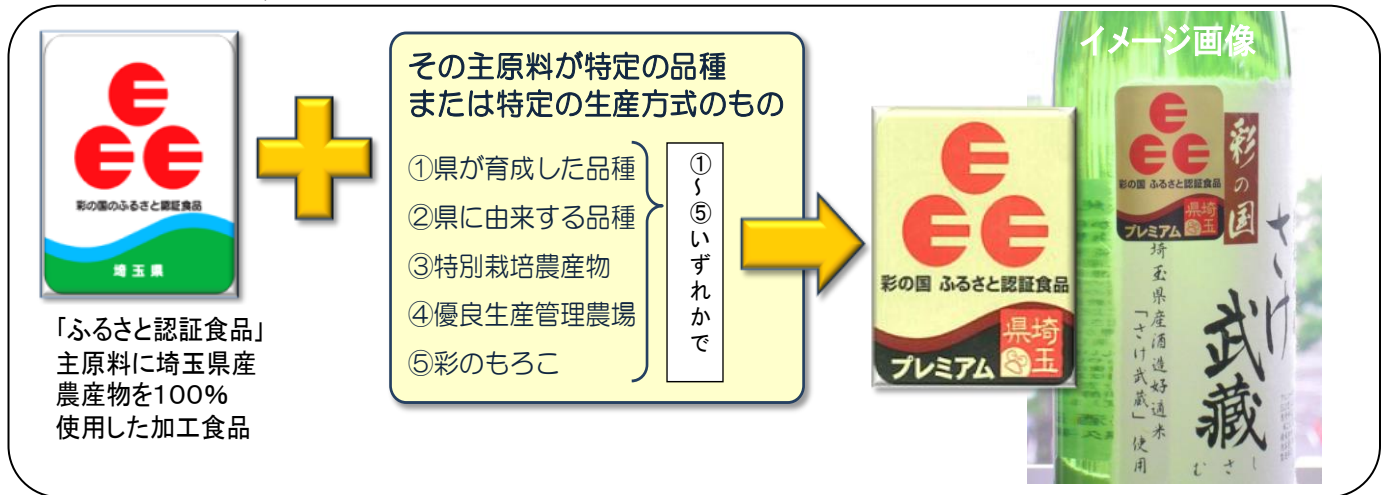
認証対象品目は 39 品目で、令和 3 年度末現在で 498 製品を認証しており、パンフレットやホームページで紹介している。

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 3 年度末現在で 164 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。埼玉県地産地消月間キャンペーンには、コンビニ2社や百貨店・量販店・小売店など36社、飲食店46社、JAグループ、農産物直売所14社などが参加市、各社県産農産物を使った取組を行った。

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39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

- ・ ぎょうざの満洲「埼玉県地産地消月間」(89店舗)

#### (イ) 百貨店、量販店による地産地消フェアの実施

- ・ (株)そごう・西武 西武所沢S.C. 「イトコ埼玉フェア」
- ・ イオンリテール(株)「埼玉県農産物販売」(5店舗)

#### (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(関東甲信越の約4,800店舗) :  
「狭山茶蒸しパン、中身たっぷりホイップあんぱん(狭山茶)」
- ・ セブンイレブンジャパン(県内約1,200店舗)  
「埼玉県産小麦使用武州煮ぼうとう、埼玉県産小松菜の白和え、狭山茶ばばろあ、豚カシラと焼ネギ 秩父味噌使用」

#### 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。

### 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	R3年度実績	R4年度目標	R5年度目標	R6年度目標	R7年度目標
新たに農業の6次産業化により開発された商品数(累計)	51品目	100品目	150品目	200品目	250品目

### 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	6次産業化に役立つセミナー YouTubeによるオンライン配信	(株)キースタッフ	39人
第2回	異業種マッチング YouTubeを活用したオンライン交流	(株)キースタッフ	16人
第3回	商品評価会 会場とZOOMを繋いだオンライン開催	(株)キースタッフ (株)ARAN. 坂本鉄男氏	14人

### 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、3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」として、オンライン開催した。89 団体が出展し、食品バイヤー等、6,855 人の来訪者があった。



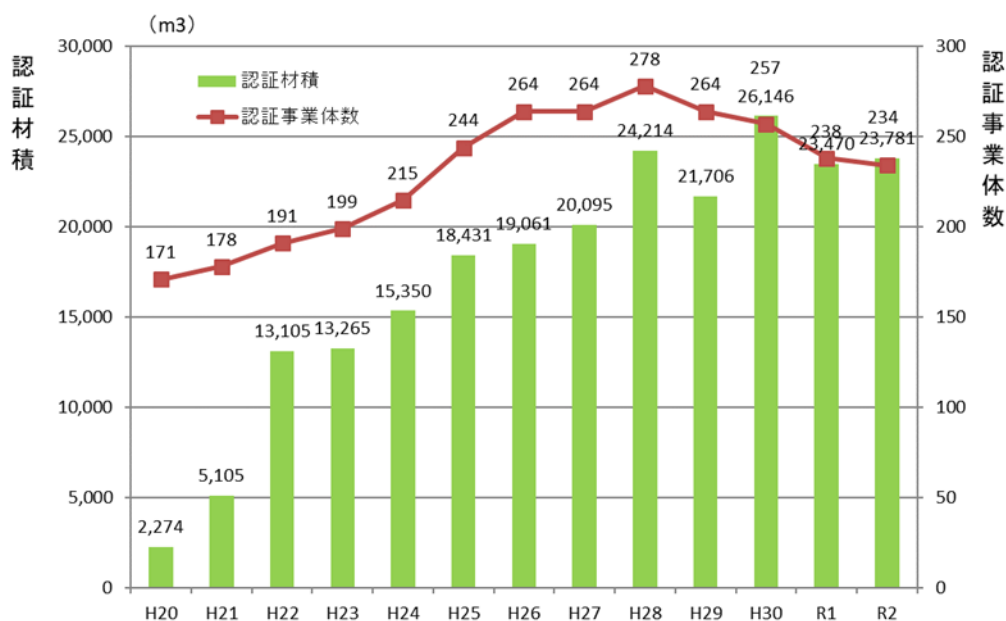
ご案内

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。



県産木材認証材積及び認証事業体の推移

### 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	埼玉木材市場(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
R3	(株)ウッディーコイケ	秩父市	モルダー、グレーディングマシーン、グラップル付トラック
	金子製材(株)	横瀬町	グレーディングマシーン

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	H30年度実績	R1年度実績	R2年度目標	R3年度目標 (実績集計中)	R4年度目標
県産木材を利用した公共施設数	996施設	1,059施設	1,114施設	1,180施設	1,240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。

令和3年度の木材利用促進法改正に伴い県指針を改正し、題名も「埼玉県内の建築物等における木造化・木質化等に関する指針」とした。

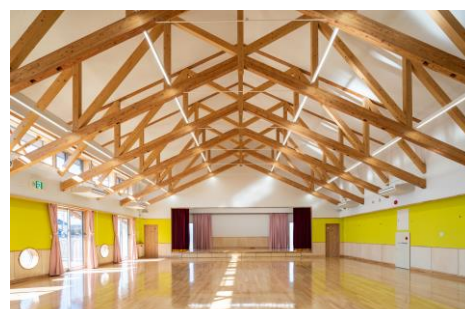
(令和4年4月1日改正)

## 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。

(ウ) 農林公園木育ひろばやイオンレイクタウン等で、県産木材に直接触れ合える「木育」を実施している。



県産木材が使用された保育所（神川町）



県産木材を60%以上使用した住宅



農林公園木育ひろば、イオンレイクタウンでの木育



## 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2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、46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1,026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。

### (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（6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3年度末で累計391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。