

令和7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

令和7年7月8日「近いがうまい埼玉産」地産地消推進会議をオンライン開催により実施し、令和6年度の県及び各団体の取組実績、令和7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7年度に開催された主なイベント

開催月	イベント	内 容
8 月	味彩コンテスト2次審査 (国際学院埼玉短期大学主催)	県民による県産農産物を使用したレシピコンテスト
11 月	2025彩の国食と農林業ドリームフェスタ	農産物即売会、県産グルメ、ステージイベント、農林水産業の紹介展示など県内最大級の農林業の祭典
	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主催 ホテル プリランテ武蔵野)	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



2025彩の国食と農林業ドリームフェスタ



埼玉県地産地消ブランド農産物を味わう集い

令和7年度に開催されたイベントの様子

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、埼玉県産農産物プレゼントキャンペーンをはじめ、33の市町村や商工会がマルシェや産業祭等を実施するなど集中的なPR活動を展開した。

(3) 県産農産物を知って買って食べる機会の創出

ア 大田市場におけるトップセールス

青果物の取扱いが日本一の規模を誇り、また、県産野菜の最大の取引先である大田市場において、知事、全農埼玉県本部運営委員会会長が、買参人に対し、直接、県産春野菜のPR活動を行った。（令和7年4月22日）



大田市場でのトップセールス

イ 梨の販売促進

旬の時期に合わせて、県内量販店と連携したPR販売、知事会見や県広報紙「彩の国だより」、SNS等による情報発信、各種キャンペーンを実施した。

また、（一社）日本野菜ソムリエ協会主催の第4回全国梨選手権（令和7年9月）における各種受賞についてPRを行った。



ウ いちごの販売促進

（一社）日本野菜ソムリエ協会主催の「第1回全国いちご選手権」（令和5年2月）での最高金賞ほか多数の受賞を皮切りに、同協会が開催した全国選手権において、埼玉県の生産者が6度の最高金賞受賞を達成した。また、埼玉県は全国で唯一「プレミアムいちご県」に認定されている。

これらの評価を生かし、県産いちごの販売促進を図るため、都内・県内における埼玉いちごスイーツフェアや知事のトップセールス、3回目となる埼玉いちごの祭典「埼玉いちご祭」を開催したほか、SNS等による情報発信や各種キャンペーンを通じてPRを行った。



埼玉いちご祭（2月）



伊勢丹新宿店 トップセールス（2月）



伊勢丹浦和店 トップセールス（2月）

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

6月の八尾百貨店創業祭で豚ロース味噌漬け、11月の彩の国食と農林業ドリームフェスタでメンチカツの即売を実施した。

また、12月の埼玉県農商工連携フェアでは、豚バラ焼肉の試食展示、1月の埼玉県食材提案会では肩ロースを提供し、シェフによる料理提案試食会を実施した。

(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「いまドキッ！埼玉」（テレ玉）や、ラジオ番組「朝情報★埼玉」（FM NACK5）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7年度は、年間で656,463件のアクセスがあった。

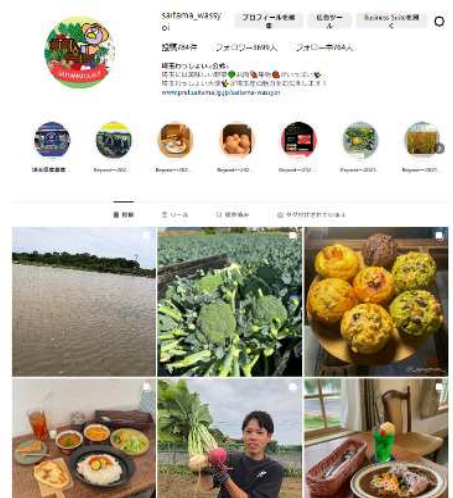


埼玉農産物ポータルサイト「SAITAMAわっしょい！」

ウ 県公式Instagram「埼玉わっしょい」

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7年度は、公募により5名を埼玉わっしょい大使に任命し、Instagramを使った情報発信を行った。年間で232回発信し、総閲覧数は約180万回であった。また、月に1回程度生産・販売の現場を知るためには場見学を行い、深掘りした発信を行った。



公式Instagram「埼玉わっしょい」

エ 「あまりん」「かおりん」「べにたま」販売農園リスト

いちごのシーズンに合わせて、県育成品種「あまりん」「かおりん」「べにたま」を取り扱っている農園情報をHPに掲載し、情報発信を行った。

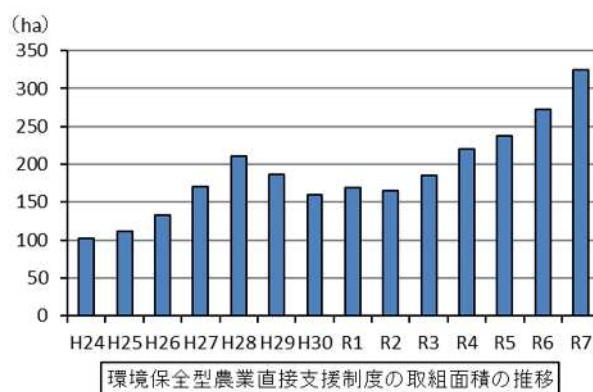
2 安全で安心な県産農畜産物を安定的に生産する仕組みづくり

(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7年度は47件、325haの取組に対し、補助金を交付した。



イ 特別栽培農産物の普及啓発

化学合成農薬及び化学肥料を慣行の半分以上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

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7年度に7団体の支援を行った。



商談会への出展



自主企画研修会開催風景

(2) 安全で安心な農産物の確保対策

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。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」として評価するとともに、イベント等に出展して流通・加工業者や消費者にPRを行った。



S-GAPガイドブック

イ 放射性物質調査

令和7年度の県産農畜産物の放射性物質調査では21品目、45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。



ロゴマーク

(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)	225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) 野菜産地の育成

元気な野菜産地づくり支援事業では、市場価格の影響を受けにくい契約取引に取り組む産地における生産拡大のため、産地の核となる農業法人等を対象に契約取引拡大に向けた生産拡大に必要な機械等や流通の効率化に必要な機器・設備等の整備補助を行った。

また、施設園芸パイオニア技術推進事業では、施設園芸の生産性向上を図るため、栽培管理や環境管理の自動化・省力化などに資する機器・設備の整備補助を行った。



ねぎの収穫機



出荷用鉄コンテナ

契約取引拡大に向けた生産拡大や流通の効率化に必要な機械・設備等の整備



統合環境制御装置



CO2 施用装置

施設園芸の栽培管理や環境管理を自動化・省力化する機器等の整備

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

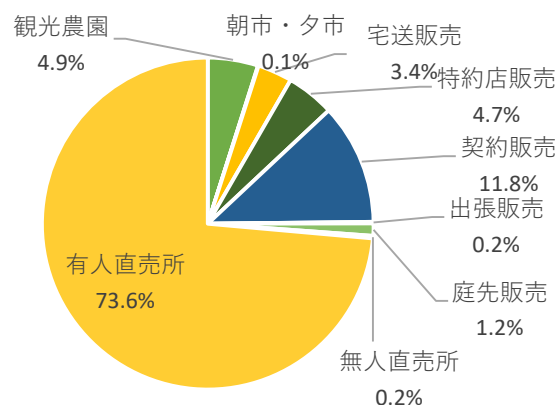
(1) 農産物直売所の充実強化

令和6年度の産直全体の販売額は約11億円で、令和5年度の販売額と比較して約21億円増加した。

産直全体のうち有人直売所（266か所）での販売額は約304億円で、令和5年度から17億円増加した。

なお、有人直売所の販売額は、産直全体の販売額の73.6%に相当する。

（令和7年度農業ビジネス支援課調べ）



産直販売方法別 販売額の構成比

(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、本庁舎北側道路農林会館前付近において、平成24年10月から毎月第3日曜日に「県庁朝市」を開催し、平成26年4月以降は県庁朝市出店者の会が運営している。

販売品目は、旬の農産物の他、埼玉県産の小麦粉を使ったシフォンケーキ、お茶等の農産物加工品となっている。令和7年度においては11回開催し、ひと月あたり平均して539人の来場者があった。

(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7年度は30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7年度末時点で635となっている。



県産農産物コーナー

項 目	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
量販店等での県産農産物コーナー設置数	597店舗	615店舗	606店舗	617店舗	635店舗

（埼玉県農林水産業振興基本計画）

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7年度までに累計2,775店舗を登録し、地産地消シンボルマーク入りの木製看板又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

ア 埼玉県ふるさと認証食品

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7年度末現在で384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7年度末現在で158製品を認証している。



天日丸干し芋・天日平干し芋
(ますだのやさい)



苺と小麦のあいすくりーむ
(株)あぐりスタジアム



春日部笑顔
(春日部内牧せんべい)

令和7年度新規に認証した「ふるさと認証食品」の例

イ Made in SAITAMA 優良加工食品大賞

令和2年度から、県産農産物の需要拡大と県内食品産業の発展を図るため、県産農産物を活用した加工食品を製造、販売する優秀な県内の事業者等を表彰し、その成果を称え広く発信している。

令和7年度は37点の応募があり、大賞、優秀賞、特別賞を各1点ずつ表彰し、県HP等でPRを行った。



forelato(季節の6種ギフトセット)
(株式会社島野造園 緑育けんこう
ステーション 東松山ふおれ)
大賞



Kamisato 月にあこがれた梨
-日本酒仕立て-
(権田酒造株式会社、上里町)
優秀賞



CRAFT LAB -Yogurt-
(麻原酒造株式会社)
特別賞

Made in SAITAMA 優良加工食品大賞 2026 受賞商品

(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、百貨店・量販店・小売店など4社、飲食店28社、JAグループ、農産物直売所5社などが、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、「埼玉県産農産物プレゼントキャンペーン」と題し、インスタグラムでキャンペーン用の投稿にコメントした方の中から、抽選で10名に「桂木ゆず」または「さといも」をプレゼントした。

○百貨店・量販店・小売店による地産地消フェアの実施

- ・株式会社コモディイイダ 「彩の国フェア」
- ・株式会社セブン-イレブン・ジャパン 「彩の国フェア」など

○外食産業と連携した取組

- ・株式会社フォーシーズ ピザーラ「ピザーラ地産地消プロジェクト」など

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。

○県庁内食堂における取組

- ・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

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 スキルアップ研修会及び情報交換会の開催

農業者等に6次産業化に関する情報を広く周知すると同時に、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スキルアップ研修会及び情報交換会を開催し、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年度実績	R5年度実績	R6年度実績	R7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（累計）	51品目	104品目	157品目	208品目	259品目

（埼玉県農林水産業振興基本計画）

スキルアップ研修会及び情報交換会開催結果

開催回	テーマ	講師	参加人数
第1回	百貨店で売れる商品開発と商談成約率アップに繋がる交渉術	㈱三越伊勢丹 藤原 直氏、 マーケティング部 阿部 秀規氏	34人
第2回	食の安全は、知識より実践！ 現場のプロが教える衛生管理 &自己対策	㈱ハウス食品分析テクノサービス 本田 浩一氏 (株)クレオ 八木 亘氏	12人

イ 埼玉県農商工連携フェアの開催

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アリーナで開催した。65団体が出展し、食品バイヤー等、3,946人の来訪者があった。



ご案内



会場全景



商談風景

埼玉県農商工連携フェアの様子

ウ 農業発！新商品お披露目会の開催

令和7年度に開発された新商品をバイヤー等の意見を取り入れてブラッシュアップするとともに商品をPRするため、「農業発！新商品お披露目会」を埼玉県農商工連携フェアと同時開催した。

19事業者が、FCPシートを活用しながら、来場者に対して新商品の特徴を説明し、バイヤー等と積極的な情報交換を行った。



6次産業化商品のPR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制度」を実施している。



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・流通施設の整備状況

年度	R3	R4	R5	R6	R7
補助内容	2 件	3 件	2 件	4 件	要望なし
整備内容	グレーディングマシン等	モルダー加工機等	プレカット加工機等	プレカット加工機等	—

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	R4年度実績	R5年度実績	R6年度実績	R7年度目標 (実績集計中)	R8年度目標
県産木材を利用した公共施設数	1,241施設	1,289施設	1,356施設	1,420施設	1,420施設

(埼玉県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、令和3年に都市（まち）の木造化推進法が制定されたことに伴い、令和4年4月に「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」を策定し、県有施設での木材利用に取り組むとともに、市町村施設での木材利用を支援してきた。令和8年4月1日には「埼玉県県産木材利用促進条例」を施行し、さらなる県産木材の利用促進を図る。



県産木材が使用された庁舎（小鹿野町）

エ 民間住宅等での利用促進

①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以上使用した場合、工務店に対して補助を行う取組を令和5年度から実施している。



県産木材を60%以上使用した住宅

②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。

③農林公園木育ひろばや県内小学校等で、県産木材に直接触れ合える「木育」を実施している。



農林公園木育ひろばの様子

④県と建築物木材利用促進協定を締結した民間事業体では、民間建築物における木材利用の促進に取り組んでいる。

○令和５年度に締結した協定

株式会社埼玉りそな銀行

「埼玉県産木材に関する建築物等木材利用促進協定」

○令和６年度に締結した協定

西川地区木材業組合、飯能商工会議所、飯能市

「優良木材「西川材」の利用促進に関する協定」

(株)アラ井

「埼玉県産木材活用に関する木材利用促進協定」

○令和７年度に締結した協定

一般社団法人埼玉建築士会（令和３年度協定の更新）

「木造建築物の設計・施工に係る人材育成等に関する建築物木材利用促進協定」

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7年度に農業ビジネス支援課が実施した調査「令和6年度学校給食への地場産農産物利用状況について」によると、県内全市町村が地場産農産物を学校給食で利用したと回答した。また、令和6年度の学校給食への地場産農産物の延べ利用品目数は1,056品目で、1市町村当たりの延べ利用品目数は、16.8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（4市町）や民間団体（2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 農業支援

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7年度末で累計392人を認定している。

『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。