

< 農業流通ブランド課 >

県民、関係団体や他産業との連携のもと輸出・流通、6次産業化、みやざきブランドや競争力強化を図ります。

－ 農業流通ブランド課 －

1 重点目標

- ① 本県産農産物の輸出の促進
- ② 農業流通の合理化の推進
- ③ 6次産業化の推進
- ④ 社会構造の変革の推進
- ⑤ 食の安全・安心の確保

2 令和5年度事業の概要

① 本県産農産物の輸出の促進

- みやざき輸出対応力強化推進事業 40,321千円【輸出・流通担当】
香港をはじめとした主要輸出先国・地域への本県農水産物の更なる輸出拡大を図るため、香港事務所を核としたプロモーション活動等の展開により輸出対応力を強化する。
- 世界市場で稼ぐ！輸出強化事業（58ㄱ） 48,883千円【輸出・流通担当】
国事業を活用したグローバル産地の拡大や輸出に挑む産地を支援するとともに、産地と海外の消費地をつなぐ輸出パートナーや香港事務所と連携し、コロナ禍で変化した消費ニーズを踏まえた販促展開や新たな需要が見込まれる中華圏等の販路拡大を強化する。

② 農産物流通の合理化の推進

- みやざき農の物流革新事業（60ㄱ） 9,063千円【輸出・流通担当】
持続可能で効率的な農畜水産物の輸送体制の構築を図るため、パレット化等による輸送の効率化や共同輸送等の新たな物流網の構築を支援するとともに、ICT等のデジタル技術を駆使し、モノと情報を届ける輸送体制への変革を推進する。

③ 6次産業化を中心とした県産食資源の高付加価値化

- 地域食資源高付加価値化推進事業 20,944千円【6次産業化推進担当】
6次産業化事業者への相談対応や専門家派遣など、サポート体制を強化するとともに、市町村等を単位とした「産地型商社」を育成し、地域の多様な事業者が連携して取り組む地域ぐるみの6次産業化を推進する。

○ **みやざきローカルフードプロジェクト（LFP）強化事業（62万円）** **47,300千円【6次産業化推進担当】**
 地域食資源の高付加価値化に向けた取組を強化するため、多様化するポストコロナの消費
 費・販売促進を図る。

④ **社会構造の変革に対応したみやざきブランドの推進**

㊦ **みやざき農畜水産物の架け橋構築事業（64万円）** **58,555千円【ブランド担当】**
 「おいしさ日本一宮崎牛」を冠とした県産農畜水産物の産地と消費者等をつなぐ架け橋
 とする「場」を創出することにより、県民の理解と消費行動を促すとともに、大都市圏で
 の認知度と購入意欲を向上させる。

○ **信頼と情熱を未来につなぐ新たなブランド対策推進事業（66万円）** **13,500千円【ブランド担当】**
 みやざきブランド認証品目の商品価値の維持・向上を図るため、ブランド認証制度の見
 直しにより、安全・安心の取組や脱炭素をはじめとする環境負荷軽減の取組を強化する
 ・プロモーション活動を支援する。

㊦ **みやざきブランド「強み」向上支援事業（68万円）** **39,725千円【ブランド担当】**
 食の安全・安心の確保や環境配慮の「産地の強み」の向上に向けて、GAPの実践や地
 域単位の活動等を支援する。
 また、県産農畜産物の「商品の強み」の向上に向けて、保健機能食品のシリーズ化や簡
 便性等のニーズを捉えた商品開発を支援する。

⑤ **食の安全・安心の確保と食育・地産地消の推進**

㊦ **みやざき「食」のもったいない実践推進事業（70万円）** **7,100千円【食の安全推進担当】**
 食品小売業者等との連携強化による啓発活動や幅広い世代に向けての食育活動によって
 県民の「もったいない」の実践を促し、食品ロス削減に対するさらなる意識向上を図る。

○ **みやざき食の安全・県産県消推進事業（57万円）** **8,627千円【食の安全推進担当】**
 食の安全・安心を確保するため、食品事業者を対象とした適正な食品表示定着のための
 普及啓発活動を実施するとともに、県民の県産県消への意識向上を図るため、幅広い世代
 への食育チャーター等による食育・地産地消活動を展開する。

農業流通ブランド課
 直通電話番号 0985-26-7126
 FAX番号 0985-26-7332
 E-mail nogyoryutsu-brand@pref.miyazaki.lg.jp

事業名 みやぎ食の安全・県産県消推進事業	新規・改善・ 既定	課名 農業流通 ブランド課
	国庫 ・ 県単	

1 事業の目的・背景

食の安全・安心を確保するため、食品事業者を対象とした適正な食品表示定着のための普及啓発活動を実施するとともに、県民の県産県消への意識向上を図るため、幅広い世代への食育テイチャー等による食育・地産地消活動を実施する。

2 事業の概要

- (1) 予算額 8, 627千円
- (2) 財 源 国庫：5, 500千円 一般財源：3, 127千円
- (3) 事業期間 令和4年度～令和6年度
- (4) 事業主体 みやぎの食と農を考える県民会議、市町村等、県
- (5) 事業内容

- ① 食の安全・安心確保推進事業 1, 692千円
食品事業者に対する食品表示研修会及び個別相談会の実施、店舗への個別巡回調査及び指導
- ② 食の魅力発信・県産県消推進事業(県定額、県1／2以内) 6, 935千円
食育テイチャー等による県民への食育活動や地産地消啓発イベントの開催、ウェブ配信による食育・地産地消活動や地場産品のPR活動支援

3 事業効果

《適正な表示を行っている店舗数の割合 R2年度75% → R6年度100%》
 《地場産・宮崎県産を意識して購入する県民の割合 R2年度32% → R6年度 45%》

適正な食品表示の定着により、消費者への本県の食に対する信頼が確保される。また、県内の豊かな食を幅広くPRすることにより、県産県消への意識向上が図られる。

事業名	世界市場で稼ぐ！輸出強化事業	新規・改善・ 既定	課名	農業流通 ブランド課
		国庫 ・ 県単		

1 事業の目的・背景

世界の食市場で稼ぐため、グローバル産地の拡大や輸出に挑む産地を支援するとともに、輸出パートナーや香港事務所と連携し、コロナ禍で変化した消費ニーズを踏まえた販促展開や新たな需要が見込まれる中華圏等の販路拡大を強化する。

2 事業の概要

- (1) 予算額 48,883千円
- (2) 財源 国庫：42,000千円 一般財源：6,883千円
- (3) 事業期間 令和3年度～令和5年度
- (4) 事業主体 農業法人、農業団体等、県
- (5) 事業内容
 - ① G F P産地による輸出拡大支援事業（国定額） 42,000千円
国の農林水産物・食品輸出プロジェクト（G F P）産地の輸出拡大を支援
 - ② 輸出に挑む産地づくり支援事業（県定額、県1／2以内）2,600千円
輸出先国のニーズや規制に対応した産地づくり、輸出パートナーと連携した取引づくり等を支援
 - ③ 輸出促進支援事業 1,878千円
香港事務所による市場調査や関係機関と連携した販売促進等を実施
 - ④ 県推進事務費 2,405千円

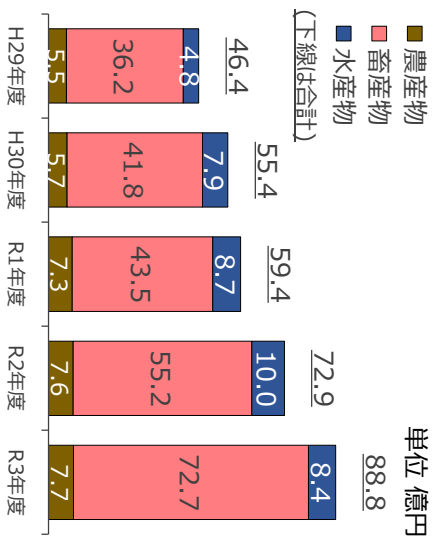
3 事業効果

《農畜水産物輸出額 令和元年度 59.4億円 → 令和7年度 102億円》
アジアを中心に世界の食の市場規模が拡大する中、輸出産地の育成と取引づくりにより更なる輸出拡大が図られることで、農業者の所得向上と産地の持続的な発展につながる。

世界市場で稼ぐ！輸出強化事業

1 背景、ねらい

- 国内の食市場は縮小、海外は拡大傾向。農畜水産物の更なる輸出拡大が重要。
- 世界市場で安定して稼ぐには、リスク軽減と流通コスト削減を図り、輸出パートナーとの取引を太く・強くする必要があります。
- 需要が伸びるアジアへの輸出拡大は有望。本県の強みである香港事務所のネットワークやコーディネータを生かす。



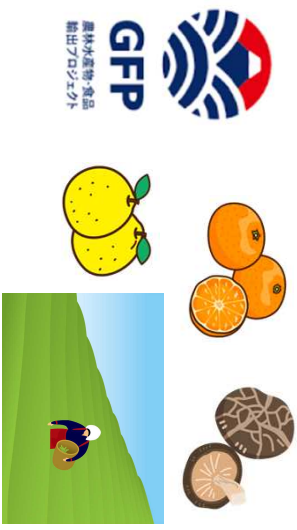
本県の農畜水産物の輸出額の推移

2 事業内容

① GFP産地による輸出拡大支援事業

- 国の農林水産物・食品輸出プロジェクト (GFP) 産地による輸出拡大を支援 [国※1 定額]

※1 GFPグローバル産地づくり推進事業



② 輸出に挑む産地づくり支援事業

- GFPに挑む産地の商品づくり、取引づくりを支援 [県 1/2以内]

- みやぎ『食と農』海外輸出促進協議会、県法人協会等による産地サポート [県 定額]



③ 輸出促進支援事業

- 香港事務所によるマーケット調査、販路開拓や販売拡大のサポート、関係機関等と連携した販促・PR等を実施



事業名	みやぎ農の物流革新事業	新規・改善・ 既定	課名	農業流通 ブランド課
		国庫・ 県単		

1 事業の目的・背景

持続可能で効率的な農畜水産物の輸送体制の構築を図るため、パレット化等による輸送の効率化や共同輸送等の新たな物流網の構築を支援するとともに、ICT等のデジタル技術を駆使し、モノと情報を届ける輸送体制への変革を推進する。

2 事業の概要

- (1) 予算額 9,063千円
- (2) 財源 一般財源：9,063千円
- (3) 事業期間 令和3年度～令和5年度
- (4) 事業主体 みやぎ農の物流DX推進協議会、農業団体、農業法人等、県
- (5) 事業内容
 - ① 農の物流DX推進事業（定額） 4,587千円
パレット化に向けた規格統合の検討、ローカル及び幹線物流の改善実証、共同輸送のマッチング、DX技術の導入に関する調査を支援
 - ② 農産物の物流革新に向けた条件整備支援事業（1／3以内） 4,200千円
デジタルシフトに必要な情報端末、パレット、冷蔵施設等の整備を支援
 - ③ 県推進事務費 276千円

3 事業効果

農畜水産物の輸送の効率化、新たな物流網の構築、モノと情報を届ける輸送体系への変革により、輸送コストの低減や労働環境の改善が図られ持続可能な農畜水産物の輸送体制を実現することができる。

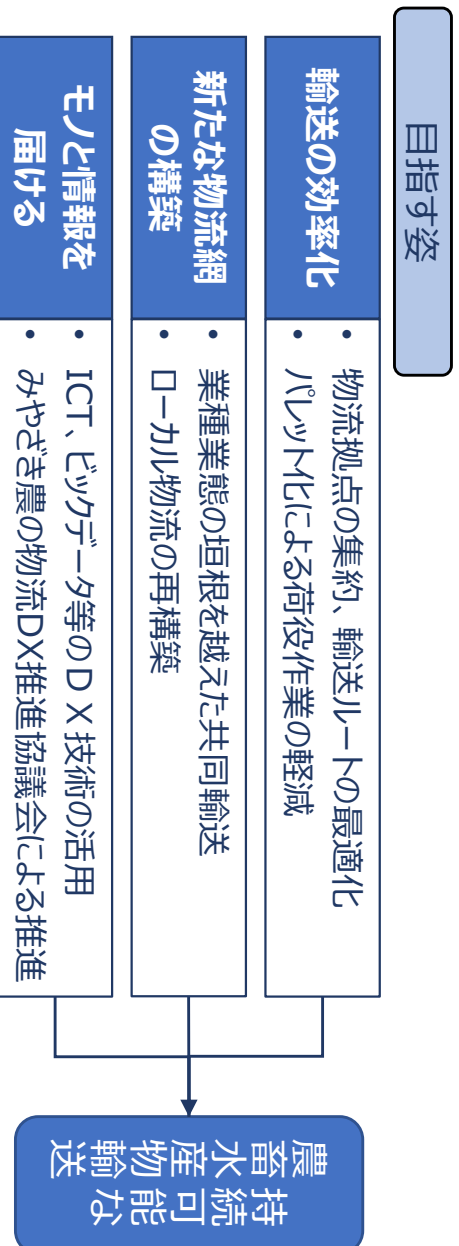
みやざき農の物流革新事業

1 背景、ねらい

物流を巡る現状

- 長距離トラックドライバー不足、労働環境の改善（2024年から時間外労働の上限規制適用）
- “ファースト・マイル”問題（人手や労働力不足で出荷できなくなる問題）
- ポスト・コロナ社会への対応（農畜水産物の物流におけるデジタルシフトが必要）
- 令和2年度に農業団体、農業法人協会、トラック協会、フリー事業者、県を構成員とする「みやざき農の物流DX推進協議会」を設立し、課題解決に向けた検討を本格化

※DX(デジタルトランスフォーメーション)デジタル技術を活用し、経営のあり方、生活、働き方を変革すること。

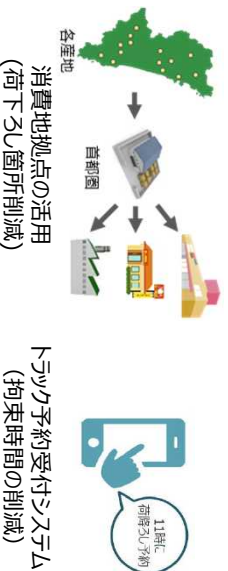


2 取組内容

農の物流DX推進事業

主体 = みやざき農の物流DX推進協議会

- 効率的な輸送ルート、ツールの検証

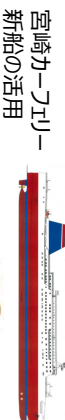


- 積み合わせ輸送の実証

JA、農業法人等の垣根を越えた連携



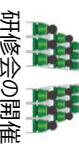
- 船舶の利用拡大の推進



- 地域物流網に関する意見交換や実証



- デジタル技術の活用など先進事例調査、情報共有

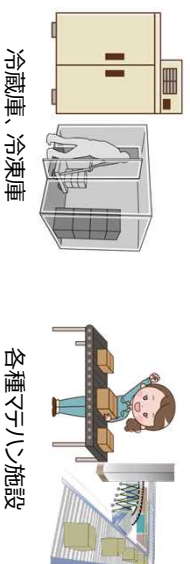


研修会の開催

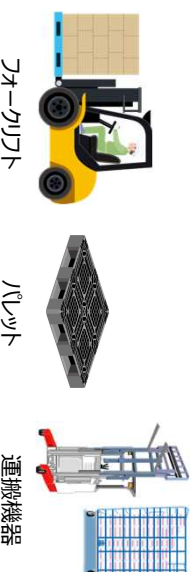
農産物の物流革新に向けた条件整備支援事業

主体 = 農業団体、農業法人等

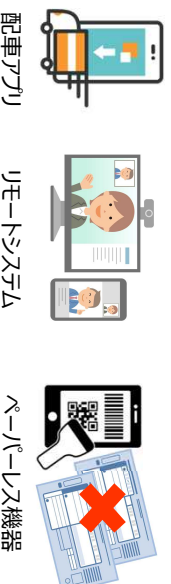
- 物流拠点の整備・機能強化



- 荷役の省カ化



- 物流のデジタルシフト



令和5年度新規・重点事業説明資料

(農政水産部)

事業名	みやぎローカルフードプロジェクト (LFP) 強化事業	新規・改善・ 既定		課名	農業流通 ブランド課
		国庫	県単		

1 事業の目的・背景

地域食資源の高付加価値化に向けた取組を強化するため、多様化するポストコロナの消費ニーズに対応した新商品・サービスの開発等を支援するとともに、新商品の魅力発信・販売促進を図る。

2 事業の概要

- (1) 予算額 47,300千円
- (2) 財源 国庫：30,650千円、寄附金：15,000千円
一般財源：1,650千円

(3) 事業期間 令和4年度～令和6年度

(4) 事業主体 農業者・加工販売業者等によるプロジェクトチーム、県

(5) 事業内容

- ① LFP新商品・新サービス開発支援事業 24,000千円
ポストコロナの消費ニーズに対応した新商品・サービス開発等の支援
(国・県定額)
- ② 地域食資源の魅力発信・販売促進事業 14,000千円
ア LFP商品の背景にある食のストーリーコンテンツの制作 (5,000千円)
イ ふるさと納税、企業コラボ、KONNE、各種メディア等活用による販売促進 (9,000千円)
- ③ 県推進事務費 9,300千円

3 事業効果

《ローカルフードプロジェクト取組実践数 令和3年度 8件 → 令和6年度 26件》
多様な食農関係者等が連携した新商品・サービスの開発により、本県農林水産物の消費・販路回復と地域経済の活性化が図られる。

みやぎきローカルフードプロジェクト（LFP）強化事業

現状と課題

応援消費や巣ごもり需要の拡大等を背景としたポストコロナの新たな消費ニーズ・生活様式への早急な対応が必要

食資源の高付加価値化や新たな活用に向けた仕組として、多様な事業者の参画の下、新たな商品・サービスの開発に取り組む「みやぎき食農連携プロジェクト（LFP）プラットフォーム」を令和3年7月に設立

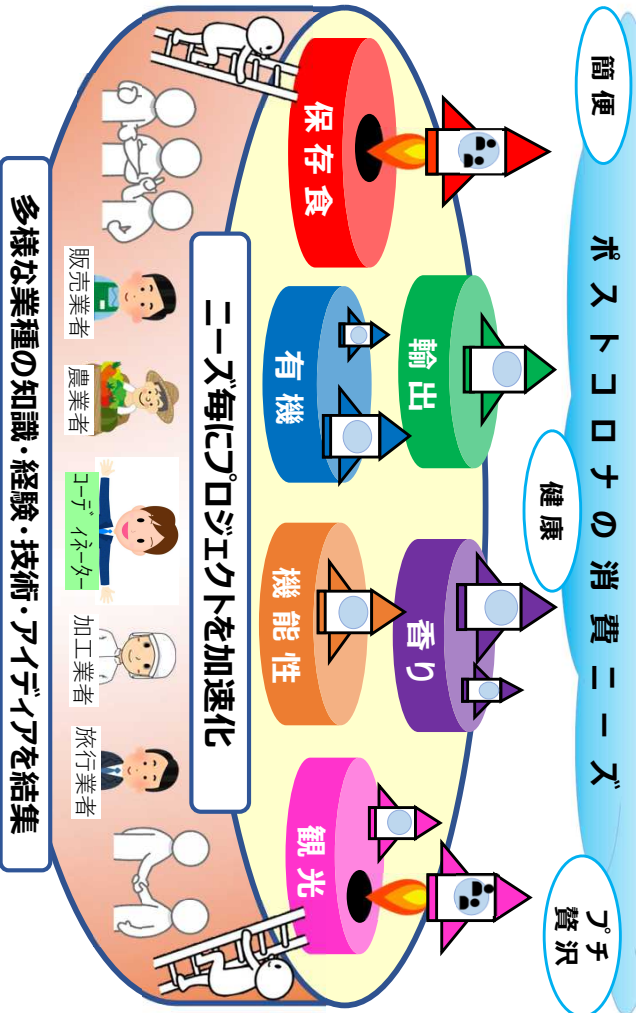
更なる新商品・サービス開発の充実、情報発信・販売促進の強化が必要

対 応 策

※ LFP: Local Food Project の略

1 LFP新商品・新サービス開発支援事業

- ポストコロナの消費ニーズに対応した新商品・サービス開発等の支援

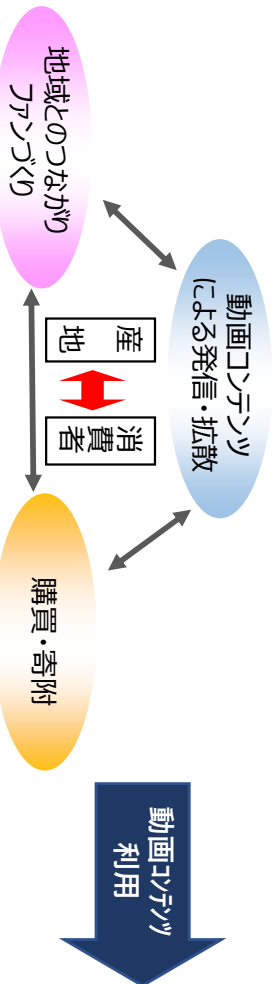


【プロジェクト例】

- レトルト・冷凍食品開発
- オーガニック商品開発
- オンライン観光農園

2 地域食資源の魅力発信・販売促進事業

- LFP商品の背景にある食のストーリーコンテンツの制作
- ふるさと納税、企業コラボ、KONNE、各種メディア等活用による販売促進



企業コラボ



全国KONNE



ふるさと納税



さとふる

効 果

新商品・サービスの開発による本県農林水産物の消費・販路回復と地域経済の活性化

改 みやざき農畜水産物の架け橋構築事業

農業流通ブランド課 58,555千円
【財源:宮崎再生基金】

事業の目的


「おいしさ日本一宮崎牛」を冠とした県産農畜水産物の産地と消費者等をつなぐ架け橋となる「場」を創出することにより、県民の理解と消費行動を促すとともに、大都市圏での認知度と購入意欲を向上させる。

事業の概要

(1) 事業内容

- ① 県内対策事業（補助率 定額、上限額500万円）
 - ・ 農畜水産業関連団体が一丸となった物産イベント開催を支援
 - ・ 飲食店等と連携した「旬」を発信するイベントの開催等を支援
- ② 大都市圏対策事業（補助率 定額）
 - ・ SNSによる情報発信や水産物のECサイト構築
 - ・ 県産農畜水産物の産地と連動した消費イベントの開催
 - ・ シェフによる新メニュー開発等の実施

(2) 事業の仕組み

- ①② 県  団体等 ② 県  民間企業等

(3) 成果指標

- ・ イベント等参加者における宮崎県産品への関心が高まった人の割合
現状（令和3年） - → 令和7年 80.0%
- ・ みやざきブランドの購入経験者（1品以上）の割合（ブランド認知度調査）
現状（令和3年） 60.9% → 令和7年 70.0%

事業の期間

令和5年度～令和7年度

【別紙】改 みやざき農畜水産物の架け橋構築事業

① 県内対策事業

県内の消費者や店舗を中心に、県産農畜水産物への県民の理解と消費行動を促す取組を支援。



農畜水産物の関係団体が一丸となった物産イベントの開催



飲食店等と連携した青果物の「旬」を発信するイベント開催

② 大都市圏対策事業

県外事務所の活動を強化し、県産農畜水産物の認知度を向上させ、産地と消費者を繋ぐ架け橋となる「場」を創出。

SNSによる情報発信や水産物のECサイト構築
プレゼントキャンペーンの実施

青果物の「旬」を発信するイベント開催
シェフによる新メニュー開発



宮崎と繋がりのある方々
店舗・ホテル等でのPRイベント実施



商品コラボ 等

コロナ禍の状況下で関係を構築した
飲食店等での中小規模のプロモーション

消費地

産地

令和5年度新規・重点事業説明資料

(農政水産部)

事業名 信頼と情熱を未来につなぐ新たなブランド対策推進事業	(みやざき農水産業グリーン化推進事業)		課名 農業流通 ブランド課
	新規・改善・ 既定	国庫 ・ 県単	

1 事業の目的・背景

みやざきブランド認証品目の商品価値の維持・向上を図るため、ブランド認証制度の見直しにより、安全・安心の取組や脱炭素をはじめとする環境負荷低減の取組を強化するとともに、デジタルマーケティングや中食需要への対応等、新たな消費形態に対応した販売・プロモーション活動を支援する。

2 事業の概要

(1) 予算額 13,500千円

(2) 財源 国庫：2,000千円、一般財源：11,500千円

(3) 事業期間 令和4年度～令和6年度

(4) 事業主体 みやざきブランド推進本部、関係団体

(5) 事業内容

① 認証制度アップグレード推進事業 (県1/2以内) 2,000千円

- ア 産地の将来を見据えた認証基準の見直し
- イ モデル産地の育成、県内外への取組の発信

② 多様な販路構築支援事業 (県1/2以内) 10,200千円

- ア 消費形態の多様化への対応
 - ・ デジタルマーケティングの推進、ネット販売の拡大
 - ・ 中食ニーズ等新たな業種との取引拡大
- イ 新たな認証制度と連動したプロモーション活動
- ウ バリュチェーンパートナーと連携した情報発信・販売拡大

③ 県推進事務費 1,300千円

3 事業効果

価値観や消費形態の変化に対応した商品づくりや販売・プロモーション活動が進展することにより、本県農畜産物のブランドイメージの向上が図られる。

信頼と情熱を未来につなぐ新たなブランド対策推進事業

背景

- 【現行の商品ブランド認証制度】
- ・平成13年に制度を創設し、39品目96産地を認定 (R4.3時点)
 - ・SDGsの広がりに伴う環境負荷低減の取組等、社会情勢に合わせた変革が必要
- 【新しい取引・情報発信】
- ・情報化社会の進展や新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、ネット販売や中食需要が増加
 - ・デジタル機器による商品説明や産地情報発信に着手

課題

社会的ニーズに対応した
認証制度への転換

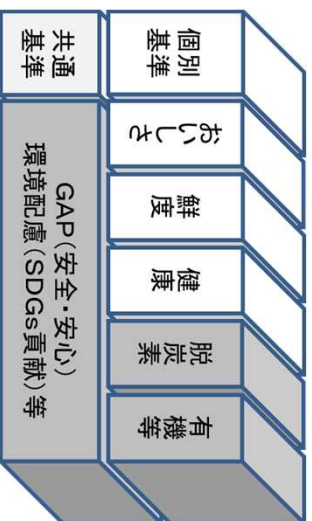
消費形態に対応した
商品づくり・情報発信

ブランド認証品
目の価値向上

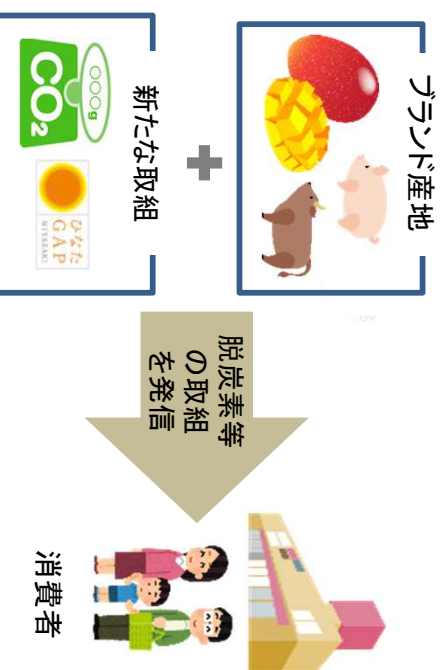
① 認証制度アップデート推進事業

ア 産地の将来を見据えた認証基準の
見直し

個別基準：脱炭素、有機栽培等新たな
商品カテゴリを創出
共通基準：GAPや環境配慮等の視点
を追加



イ モデル産地の育成、県内外への取組の
発信



② 多様な販路構築支援事業

ア 消費形態の多様化への対応

- ・デジタルマーケティングの推進、
ネット販売の拡大
- ・中食ニーズ等新たな
業種との取引拡大



イ 新たな認証制度と連動したプロモーション活動



ウ バリエーションパートナーと連携した
情報発信・販売拡大



効果

本県農畜産物のブランドイメージの向上

改 みやざきブランド「強み」向上支援事業

農業流通ブランド課 39,725千円

【財源：国庫、産業廃棄物税基金、大規模災害対策基金、一般財源】

事業の目的

食の安全・安心の確保や環境配慮等の「産地の強み」の向上を図るとともに、保健機能食品等の「商品の強み」の向上を図る。

事業の概要

(1) 事業内容

① 「産地の強み」向上支援事業（補助率 定額、1/2以内、1/3以内）

- ア 国際水準GAPの推進
- イ 産地の強みを引き出す地域活動の支援



GAP推進

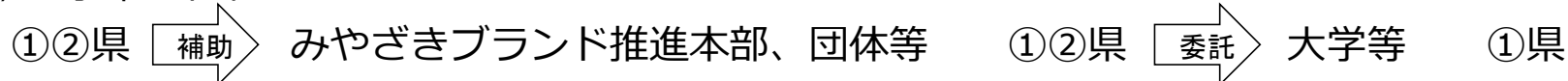


保健機能食品

② 「商品の強み」向上支援事業

- ア 商品の価値を高める開発の支援（補助率 定額）
- イ 商品の価値の基盤となる研究の実施

(2) 事業の仕組み



(3) 成果指標

保健機能食品数	現状（令和3年）	8商品	→	令和7年	12商品
GAP認証取得経営体（延べ数）	現状（令和3年）	335経営体	→	令和7年	400経営体

事業の期間

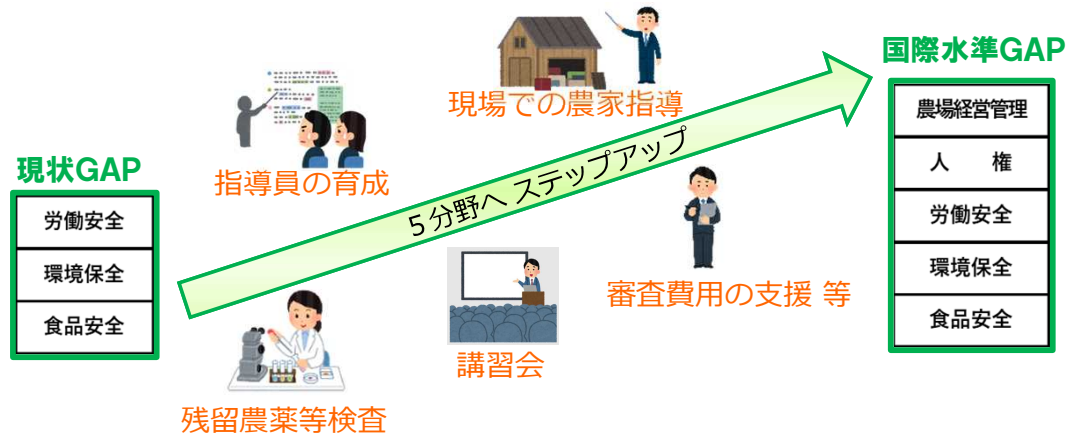
令和5年度～令和7年度

【別紙】 改 みやざきブランド「強み」向上支援事業

① 「産地の強み」 向上支援事業

ア 国際水準GAPの推進

- ・ 国際水準GAPの実践に向けた産地の育成
- ・ 企業の調達基準に対応したGAP認証産地の支援



イ 産地の強みを引き出す地域活動の支援

- ・ 地域の実状に応じた環境配慮等の取組やPR活動等の支援



※GAP (Good Agricultural Practice) : 農産物を作る際に、適正な手順や物の管理を行い、リスクの削減や生産管理の向上を図り、食品安全、環境保全等の適正化につなげる取組。

② 「商品の強み」 向上支援事業

ア 商品の価値を高める開発の支援

- ・ 簡便化等マーケットが求める商品開発への支援や保健機能食品のシリーズ化



美味しく食べる
簡単便利な保存食の開発
機能性成分分析 等

イ 商品の価値の基盤となる研究の実施

- ・ 保健機能食品のシリーズ化を支える研究



県産ブランド品目における
機能性探索
科学的根拠資料の作成 等

改 みやざき「食」のもったいない実践推進事業

農業流通ブランド課 7,100千円
【財源:産業廃棄物税基金】

事業の目的

食品小売業者等との連携強化による啓発活動や幅広い世代に向けての食育活動を通じて、県民の「もったいない」の実践を促し、食品ロス削減に対する一層の意識向上を図る。

事業の概要

(1) 事業内容

① もったいない実践推進事業（補助率 定額）

ア 食育による食品ロス削減推進

食育ティーチャー等による啓発活動の実施、学校等における食育の実施、
県民参加型イベント等による普及啓発の実施

イ 食品小売業者等と連携した食品ロス削減推進

食品ロス削減ネットワークの構築、モデル的取組の実施、
食品ロス削減への取組に対する効果検証

② 推進事務費

(2) 事業の仕組み

①県  みやざきの食と農を考える県民会議 ②県

(3) 成果指標

賞味・消費期限近くの食品でも購入する県民の割合 現状（令和3年）57% → 令和7年 80%

事業の期間

令和5年度～令和7年度

【別紙】 ② みやざき「食」のもったいない実践推進事業

① もったいない実践推進事業

ア 食育による食品ロス削減推進

○食育ティーチャー等による啓発活動

- ・啓発動画の作成
- 〔 可食部位の利用提案、料理のリメイク
レシピの紹介、生産者メッセージ等 〕



○学校等における食育の実施

- ・小学校への出張授業
- ・大学と連携した啓発活動等



○県民参加型イベント等による普及啓発

- ・食育シンポジウムの開催
- ・フェスタでの啓発ブース設置等



イ 食品小売業者等と連携した食品ロス削減推進

○食品ロス削減ネットワークの構築

- ・食品小売業者との意見交換会の実施
- ・事例収集や取組内容を検討



○モデル的取組の実施

- ・「てまえどり」の取組数拡大



- ・食品ロス削減キャンペーンの実施



○食品ロス削減への取組に対する効果検証

- ・食品小売業者等の取組結果の検証
- ・優良事例をHP等で情報発信



【県民会議HP】



