

## 需要を捉えた販売力の強化と輸出促進

### 目標

### Goal

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。

### 現状と課題

### Current Situation and Challenges

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有数の農林水産県です。

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、従来の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。

また、国内では少子高齢化・人口減少により食の市場規模の縮小が見込まれる一方、海外では経済成長や人口増加に伴い、食の市場規模拡大が見込まれます。

さらに、令和4年（2022年）1月には、卸売市場の機能に加え、衛生管理の整った加工施設や日本初のワンストップ輸出拠点機能を備えた成田市場が開場し、本格的に稼働してきたことから、成田市場及び成田空港を活用した県産農林水産物の更なる輸出拡大が期待されます。

## 取組の基本方向

## Basic Direction of Initiatives

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<sup>※</sup>や、加工・業務用需要に応じた契約取引、水産バリューチェーン<sup>※</sup>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。

また、地産地消やグリーン・ブルーツーリズム<sup>※</sup>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に取り組み、県内需要の拡大を図ります。

さらに、輸出に係る生産・流通・販売の各段階における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ります。

## 主な取組

## Main Initiatives

### II-2-③-1

### 戦略的な販売促進と ブランディングの強化

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、複数産地が一体となって行う出荷規格・出荷容器の統一や品質向上対策、販売戦略の構築等の取組を支援します。

また、産地や流通事業者と連携した量販店等での「千葉県フェア」の開催により、購入機会の増加や認知度の向上、マーケットインに対応できる産地の育成を図ります。

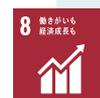
加えて、消費者の食の嗜好や購買スタイルの多様化に対応し県産農林水産物の更なる販売力強化を図るため、企業と生産者のマッチングを支援するなど、多様な販売チャネルの開拓に取り組みます。

さらに、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の展開により「おいしい千葉の農林水産物<sup>\*</sup>」としてのイメージアップを図ります。このほか、県オリジナル品種や「チバザポーク」「チバザビーフ」「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るとともに、飲食店などと連携し、多彩な県産農林水産物を堪能できる「黒アヒージョ」など料理を通じた県産農林水産物の魅力発信に取り組みます。

県産木材の利用促進に向けては、講習会の開催による普及啓発に取り組むほか、流通事業者が連携して行うイベントの開催等を支援し、関係事業者間の連携強化を図ります。また、多くの県民が利用する建築物等における木材利用を促進します。

水産物については、「さかなの日」に合わせて県産水産物の消費拡大と魅力発信に取り組むとともに、生産と加工・流通が連携して水産バリューチェーンを強化し、生産性・収益性を改善する取組を推進します。

### SDGs



市場動向を捉えた産地体制強化

県産農林水産物の魅力発信・販売促進

多様な販売チャネルの開拓

千葉県の顔となる品目を核とした  
ブランディング

県育成品種の普及促進

料理を通じた県産農林水産物の魅力発信

県産木材の利用促進

水産業における生産と流通の連携体制強化

## ちばコラム

### 令和8年は千葉県 落花生導入150周年

千葉県は落花生の生産量が日本一であり、国内シェアの約8割を占めています。

その歴史は、明治9年（1876年）に現在の山武市の牧野萬右衛門氏が試作したのが始まりとされています。昭和28年（1953年）には当時の千葉県農業試験場が育成した優良品種「千葉半立」が県の奨励品種に採用され、現在の主力品種のひとつとなっています。

直近では平成30年（2018年）に、さやが白くて、甘味が強い「Qなっつ」がデビューしました。

県では、150周年を契機とした魅力発信や消費拡大に取り組んでいきます。



紅（ルージュ）のご褒美～千葉県産さつまいも～



日本一の千葉の梨



さばとマッシュルームの黒アヒージョ



県産木材を利用した建築物



おいしい×サステナ=いい未来

さかなの日

「さかなの日」ロゴマーク

## 地域資源を活用した 需要の創出・拡大

農林水産物直売所や観光農園、地域の特徴ある加工品、食などの情報発信を強化するとともに、県内量販店、飲食店等と連携したフェアの開催や、グリーン・ブルー・ツーリズムなどを通じた農林水産業を知り、触れる機会を増大することで、地産地消の推進と県内需要の拡大を図ります。

また、地域資源を活用した魅力ある商品の開発を促進するため、農林漁業者等からの6次産業化の相談にワンストップで対応する「地域資源活用・地域連携サポートセンター」を設置し、専門家派遣や人材育成研修会を開催するほか、加工機械の導入や施設整備等に対して支援を行うとともに、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。

加えて、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、従来加工品の改良等に対する支援を行います。

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。

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、多様な関係者等と一体となった活動に取り組めます。

地産地消の推進と県内需要の拡大

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

県民への食料の安定供給

食育の推進



新たな加工品の開発（生食感に近いしめ鯖）

### SDGs



## II-2-③-3

### 新たな販路開拓に向けた輸出促進

海外市場の動向や県内事業者の取組状況などを踏まえ、海上輸送に適したさつまいも、日本なし、米、植木類、冷凍水産物などのほか、航空輸送に適したいちご、メロン、切花、キンメダイなどの輸出ポテンシャル品目を中心に、県産農林水産物の海外市場への展開を図ります。

生産段階においては、衛生基準や園地登録といった輸出特有の基準への対応を促すと同時に、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、まとまった量で輸出ができるよう生産者等の支援を行います。

流通段階においては、輸出ポテンシャル品目、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。

さらに、成田市場において輸出に取り組む事業者の商流構築や、成田空港周辺など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めます。

輸出に係る生産・流通・販売の  
各段階における支援

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



カンボジアでのイチゴフェアの様子



成田市公設地方卸売市場（外観）

## SDGs

