

# 中国地域における農水産品の高付加価値化に 向けた取組み推進方策検討調査 報告書 (概要)

2026年3月

公益財団法人 中国地域創造研究センター



公益財団法人

中国地域創造研究センター



## はじめに

---

- ✓ 当センターでは賛助会員や自治体の皆さまなどから、今後の中国地域の産業・地域振興に関わる調査希望テーマを毎年募集し、テーマごとに学識経験者や企業の実務者などで構成するプロジェクト調査委員会を立ち上げ、アンケート、個別ヒアリング、先進地域事例調査などを通じ、課題を深掘りし、地域に必要とされる方策を提言し、広く発信しています。
- ✓ このたび、2025年度調査の概要を本スライドにまとめましたのでご案内します。
- ✓ また、当センターでは、過年度に実施したプロジェクト調査における提言の実現化に取り組む団体等に対し、事業・活動を立上げる際の費用を助成する「立上げ助成事業」も実施しています。
- ✓ なお、調査報告書の本編・ダイジェストや立上げ助成事業の応募要領は当センターホームページに掲載いたしておりますので、ご活用をお願いします。





# 【目次】

---

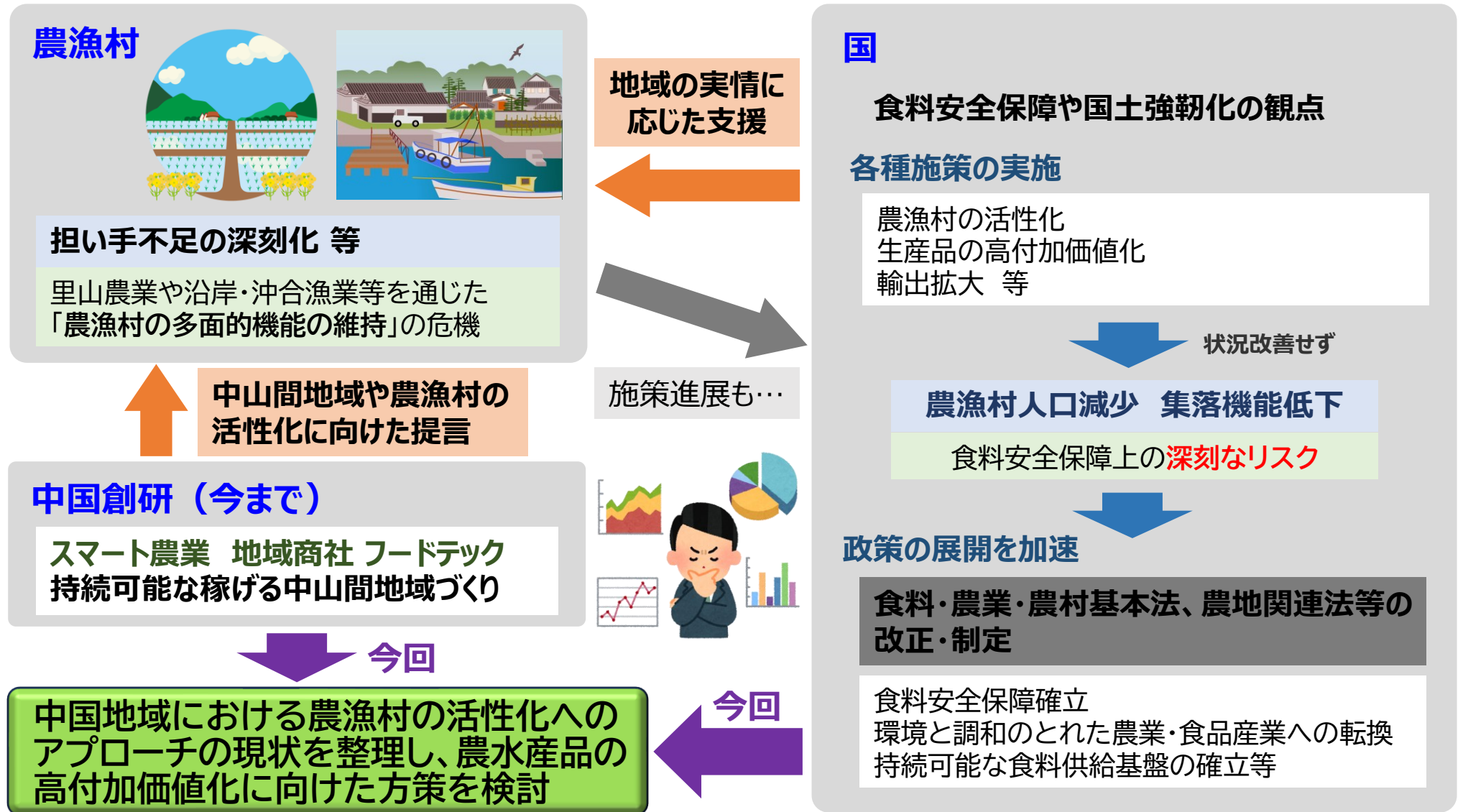
1. 調査概要
2. 農水産業の現状（文献調査）
3. 農水産品高付加価値化の取組み事例（文献調査）
4. 有識者ヒアリング調査
5. 中国地域における取組みに関するヒアリング調査
6. 他地域における取組みに関するヒアリング調査
7. 中国地域の生産者等へのアンケート調査
8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策





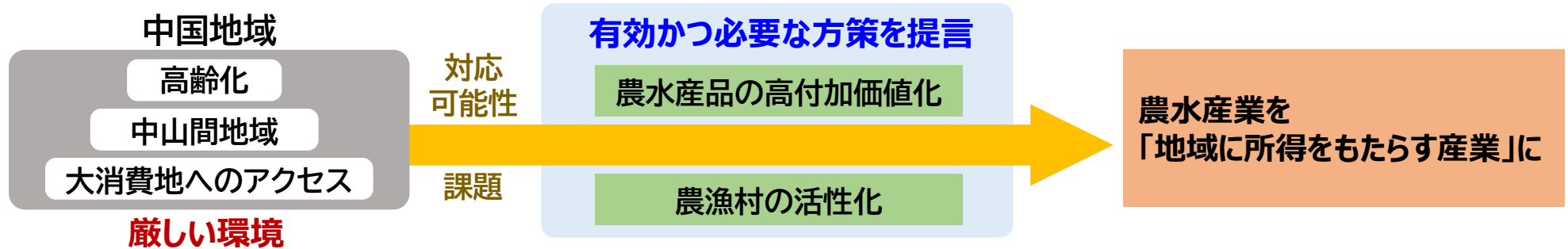
# 1. 調査概要

## (1) 調査背景



# 1. 調査概要

## (2) 調査の目的と3つの視点



### 【3つの視点】

#### ①「プロダクト」としての価値向上

売上(単価)上昇に係る課題への対応  
コスト削減に係る課題への対応

ブランド化等を通じた売上(単価)アップや、スマート農業・水産業等によるコスト削減により、農水産品自体の付加価値を高められないか

#### ②「地域産業」としての価値向上

フードバリューチェーンでの  
協業化を通じた価値向上

農水産業と他産業が連携する仕組みをつくり、地域産業の総合的な経済価値を高められないか

#### ③担い手不足への対応

新規に農水産品関連事業に就業する人材の不足への対応／後継者不足への対応

適切な賃金設定、副業人材の確保、法人化等による組織経営推進、新規就農の推進等により、人材不足や後継者不足に対応できないか

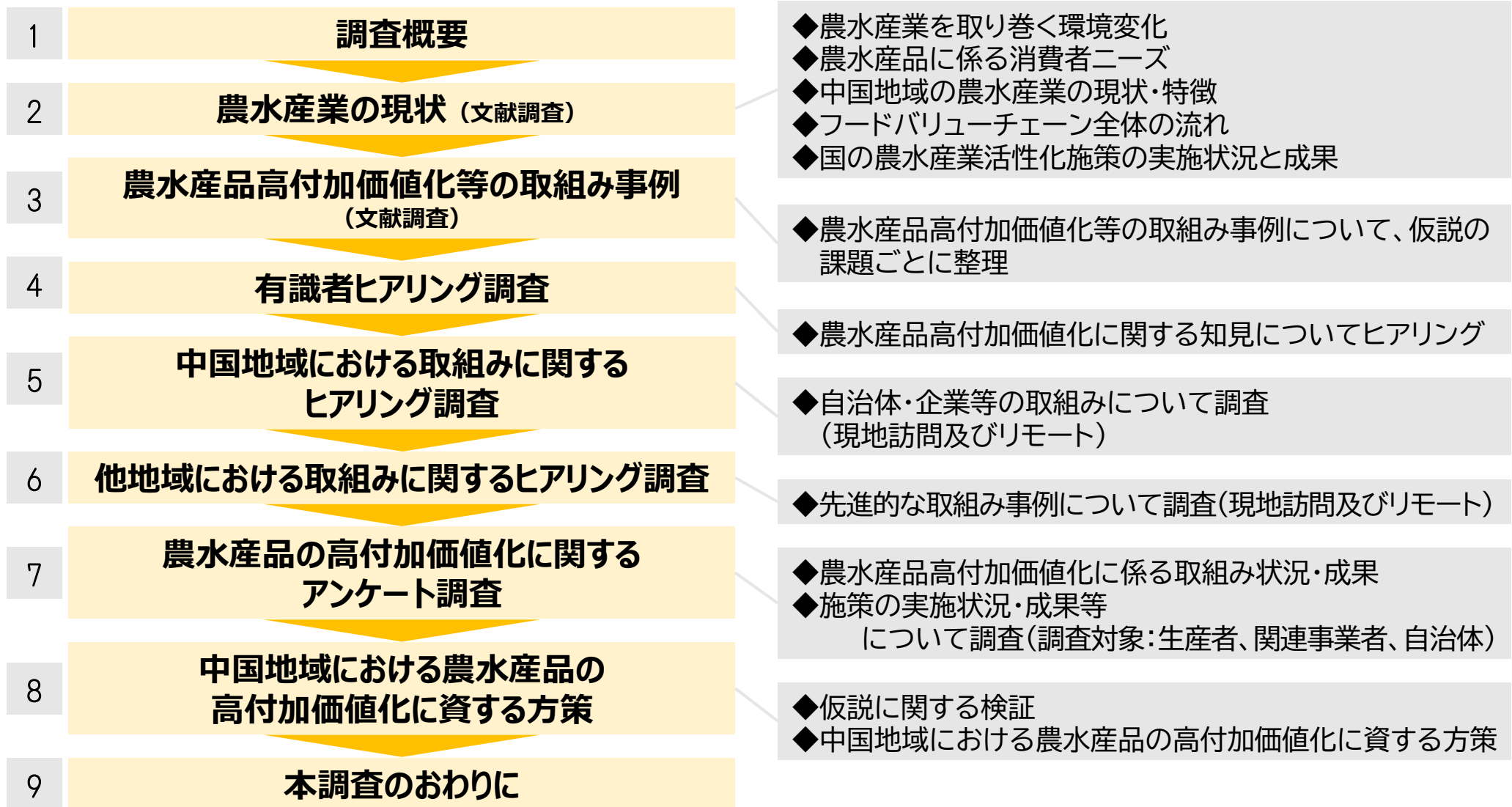
# 1. 調査概要

## (3) 農水産品の高付加価値化における課題と対応策（仮説）

		課 題	対応策(例)
プロダクトとしての価値向上	売上(単価)上昇	消費者ニーズの変化とのギャップ解消	◆品種改良 ◆簡便に調理できる加工品開発 ◆マーケティング強化
		ブランド力の向上	◆地理的表示保護制度(GI)や地域ブランド認証の活用 ◆消費者に響くストーリーづくり ◆情報発信にSNSを効果的に活用 ◆観光分野との連携強化
		販路の拡大	◆消費者への直販強化 ◆食品関連分野(加工業、飲食業)との連携推進 ◆地域商社の活用 ◆輸出拡大 ◆医療など新分野での用途開発
		一層の品質向上	◆新技術導入による適切な生育管理・環境管理・漁獲の実施 ◆保管・流通手法の見直し ◆GAP(農業生産工程管理)の取組み推進
	コスト削減	スマート農業・水産業導入の促進	◆新技術活用による生産者のニーズに即した機器・システムの開発 ◆個別の生産者ではなく地域全体での導入を通じた普及促進 ◆技術習得への支援
		流通コスト削減	◆サプライチェーン全体での効率化 ◆需要予測の精度向上
単位当たりコスト引き下げに向けた収量・漁獲量拡大		◆作付面積や栽培設備の最適化 ◆気候変動に対応した栽培方法の開発 ◆高収量品種の開発 ◆規格外品・未利用魚の活用 ◆漁業分野の適切な資源管理 ◆大規模経営の推進	
地域産業としての価値向上	フードバリューチェーンのプロセスにおける連携		
担い手不足への対応	新規就業人材の不足への対応	◆適切な賃金設定 ◆生産者と企業や大学等との連携推進 ◆副業人材の確保	
	後継者不足への対応	◆法人化等による組織経営推進 ◆第三者による継承の推進 ◆新規就農の推進	

# 1. 調査概要

## (4) 調査フロー



## 2. 農水産業の現状（文献調査）

### (1) 農水産業を取り巻く環境変化

#### 国際情勢

世界の食料需給等をめぐるリスクが拡大(ウクライナ・中東)

#### 気象条件

気候変動への対応が必要に(生産安定技術・品種の開発・普及)

#### 産業人口

農漁村の人口減少、従事者減少、高齢化の進展

### (2) 農水産業に係る消費者ニーズ

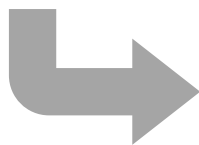
#### 食の志向

「経済性志向」「健康志向」  
「簡便化志向」

#### 消費傾向

「トキ消費」「イミ消費」「エモ消費」  
「エシカル消費」

重要に



- ▶ 消費者ニーズの変化を的確にとらえるマーケティング
- ▶ 体験価値・環境配慮・ストーリー訴求 など

### 2024年度の諸外国での主な動き



(資料) 農林水産省「令和6年度 食料・農業・農村白書」

## 2. 農水産業の現状（文献調査）

### (3) 中国地域の農水産業の現状

**農業従事者** 40.2%の減少  
(2005年→2020年増減率、全国比-1.0%)

**漁業従事者** 50.4%の減少  
(2008年→2023年増減率、全国比-5.1%)

**平均年齢** 72.5歳  
(全国比+3.8歳/2023年基幹的農業従事者)

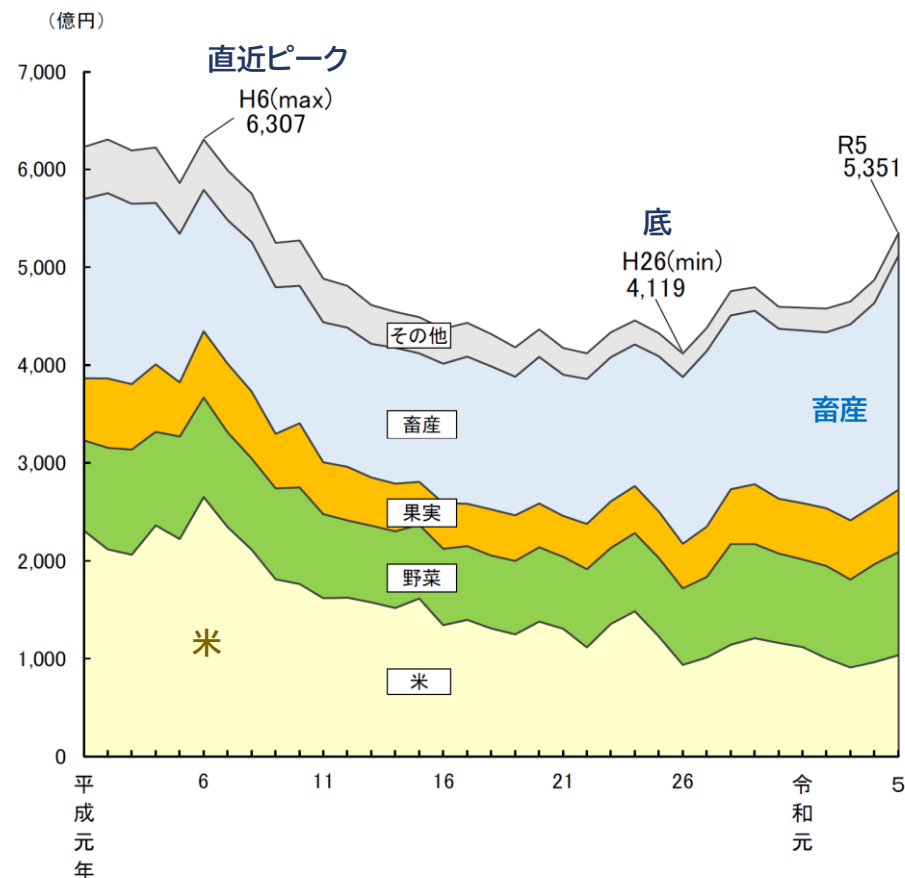
**農業算出額** 直近ピークの1994年対比85%  
(2014年底に回復傾向/コメ大幅減、畜産増)

#### 農水産業従事者数の状況

	中国地域		全国	
	従事者数	増減率	従事者数	増減率
農業従事者	102千人	-40.2%	1,363千人	-39.2%
漁業従事者	9,416人	-50.4%	-	-45.5%

注) 農業従事者数 | 基幹的農業従事者数 2020年および対2005年増減率  
中国四国農政局「図表でみる中四国農林水産業の概要」他より  
漁業従事者数 | 漁業就業者数2023年および対2008年増減率  
農林水産省「漁業センサス」より

#### 農業産出額の推移



(資料) 中国四国農政局「図表でみる中四国農林水産業の概要」

## 2. 農水産業の現状（文献調査）

### （4）中国地域の農水産業の特徴

#### 中山間地域

- 中国山地により中山間地域が多い
- ✓小規模・小ロット
  - ✓高コスト・低生産性
  - ✓農業集落の縮小



- ✓稼ぐ農水産業で産地を維持
- ✓単価上昇による収益確保  
(量の拡大は困難)

#### 産出額上位の産品

- 産出額で全国上位に位置する産品も多い
- ✓ぶどう、もも、日本なし、すいか、みかん 等
  - ✓かき(牡蠣)、まいわし、ベにずわいがに 等



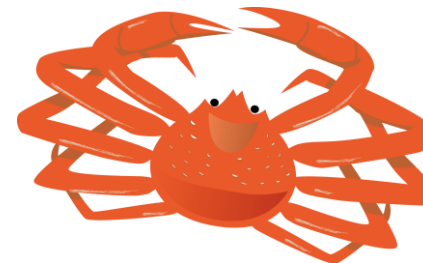
- ✓ブランド化による高付加価値化の可能性

#### 消費地からの距離

- 首都圏や関西圏などの大消費地から離れている
- ✓鮮度、コスト面で不利



- ✓鮮度・コストをカバーする品質の確保
- ✓さらなるコストダウンの必要性



## 2. 農水産業の現状（文献調査）

### （4）中国地域の農水産業の特徴

各県における主要農畜産物の産出額（2023年）

島根県		
総額：676億円 全国順位：40位		
品目	産出額	順位
1 米	174億円	30位
2 生乳	96億円	14位
3 肉用牛	93億円	23位
4 鶏卵	50億円	33位
5 ぶどう	31億円	12位
6 豚	30億円	33位
7 トマト	17億円	34位
8 プロイラー	13億円	34位
9 ほうれんそう	12億円	21位
10 ねぎ	10億円	35位

鳥取県		
総額：766億円 全国順位：36位		
品目	産出額	順位
1 米	127億円	36位
2 プロイラー	104億円	8位
3 生乳	77億円	19位
4 肉用牛	72億円	28位
5 日本なし	56億円	3位
6 豚	45億円	29位
7 すいか	44億円	4位
8 ねぎ	40億円	13位
9 プロッコリー	23億円	9位
10 トマト	18億円	33位

岡山県		
総額：1,172億円 全国順位：20位		
品目	産出額	順位
1 鶏卵	433億円	4位
2 米	305億円	18位
3 ぶどう	221億円	3位
4 生乳	144億円	9位
5 肉用牛	110億円	22位
6 プロイラー	108億円	7位
7 もも	55億円	3位
8 豚	36億円	32位
9 トマト	25億円	26位
10 なす	16億円	13位

広島県		
総額：1,448億円 全国順位：24位		
品目	産出額	順位
1 鶏卵	361億円	5位
2 米	247億円	23位
3 豚	146億円	14位
4 肉用牛	77億円	27位
5 生乳	59億円	24位
6 ねぎ	48億円	8位
7 トマト	44億円	16位
8 みかん	40億円	9位
9 ぶどう	39億円	6位
10 ほうれんそう	23億円	10位

山口県		
総額：689億円 全国順位：38位		
品目	産出額	順位
1 米	183億円	29位
2 鶏卵	85億円	27位
3 肉用牛	49億円	33位
4 プロイラー	43億円	18位
5 豚	27億円	34位
6 ねぎ	23億円	23位
7 いちご	23億円	23位
8 生乳	19億円	41位
9 みかん	15億円	18位
10 トマト	15億円	38位

各県の主要魚種における漁業生産量（2023年）

島根県		
生産量：102,795t		
魚種	生産量	全国順位
1 まいわし	36,912t	7位
2 さば類	20,146t	3位
3 うるめいわし	13,741t	2位
4 まあじ	11,298t	2位
5 ぶり類	6,059t	4位
6 ペにずわいかに	2,509t	1位
7 かれい類	1,422t	4位
8 きだい	815t	2位
9 さわら類	693t	4位
10 まだい	485t	8位

山口県		
生産量：24,912t		
魚種	生産量	全国順位
1 かたぐちいわし	4,622t	9位
2 まいわし	2,901t	18位
3 さば類	2,295t	20位
4 まあじ	1,909t	11位
5 ぶり類	1,667t	15位
6 まだい	657t	5位
7 きだい	646t	3位
8 なまこ類	578t	3位
9 かれい類	521t	11位
10 さわら類	482t	7位

広島県		
生産量：111,088t		
魚種	生産量	全国順位
1 かき類(養殖)	89,192t	1位
2 かたぐちいわし	14,810t	2位
3 くろのり(養殖)	2,629t	11位
4 しらす	1,441t	10位
5 まだい	437t	11位
6 ぶり類	184t	31位
7 たこ類	150t	16位
8 わかめ類(養殖)	146t	10位
9 くろだい	119t	6位
10 すずき類	83t	20位

鳥取県		
生産量：102,302t		
魚種	生産量	全国順位
1 まいわし	60,550t	3位
2 さば類	10,550t	9位
3 かつお	8,893t	10位
4 まあじ	2,616t	8位
5 かれい類	2,583t	2位
6 ペにずわいかに	2,190t	2位
7 きはだ	2,145t	11位
8 うるめいわし	2,116t	9位
9 ぶり類	1,825t	13位
10 むろあじ類	1,104t	6位

岡山県		
生産量：19,804t		
魚種	生産量	全国順位
1 かき類(養殖)	11,557t	3位
2 くろのり(養殖)	4,983t	8位
3 しらす	991t	12位
4 まだい	385t	13位
5 くろだい	180t	4位
6 たこ類	118t	19位
7 いかなぎ	116t	4位
8 なまこ類	76t	17位
9 ばらのり(養殖)	75t	9位
10 かれい類	60t	28位

(資料)中国四国農政局「図表でみる中四国農林水産業の概要」に基づき作成

(資料)中国四国農政局「図表でみる中四国農林水産業の概要」に基づき作成

### 3. 農水産品高付加価値化の取組み事例（文献調査）

#### (1) 「プロダクト」としての価値向上に係る取組み事例

##### ①売上上昇のための取組み（1/2）

仮説		検証結果	文献調査の結果
課題	対応策（例）		
消費者ニーズの変化とのギャップ解消	品種改良	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●高品質志向に対応した長期的な品種改良、簡便性を備えた加工品開発等を実施</li> <li>●市場での評価の向上や価格上昇、所得増加が実現</li> <li>★課題はニーズの変化に継続的に対応していく必要がある点や、特に品種改良については長い期間を必要とし、短期間に実行することは難しい点</li> </ul>
	簡便に調理できる加工品開発	○	
	マーケティング強化	○	
ブランド力の向上	地理的表示保護制度（GI）や地域ブランド認証の活用	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>●GI活用による信頼性構築、知財管理による品質面の統一、ストーリー性や体験価値の創出、観光分野との連携等実施</li> <li>●価格上昇や販路拡大、ひいては生産者の所得向上が実現</li> <li>●課題は認証取得や品質維持に係るコスト、ブランド化に向けた関係者間の合意形成等</li> </ul>
	消費者に響くストーリーづくり	○	
	SNSを効果的に活用した情報発信	○	
	観光分野との連携強化	◎	

注) ◎は仮説を強く肯定、○は仮説を肯定／★は仮説にない新たな視点

### 3. 農水産品高付加価値化の取組み事例（文献調査）

#### (1) 「プロダクト」としての価値向上に係る取組み事例

##### ①売上上昇のための取組み（2/2）

仮説		検証結果	文献調査の結果
課題	対応策（例）		
販路の拡大	消費者への直販強化	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 下記の販路拡大の取組みの実施               <ul style="list-style-type: none"> <li>・道の駅やオンラインでの直販による鮮度価値の訴求</li> <li>・食品メーカー等との商品開発を通じた需要拡大</li> <li>・地域商社による大市場へのアクセス</li> <li>・輸出による新市場獲得</li> <li>・化粧品への活用など異業種連携による新用途創出</li> </ul> </li> <li>● 単価向上や安定的な販路確保に寄与</li> <li>● 課題は販売先を開拓するノウハウの不足や、営業力を有する人材の確保・育成等</li> </ul>
	食品関連分野(加工業、飲食業)との連携推進	◎	
	地域商社の活用	○	
	輸出拡大	◎	
	医療など新分野での用途開発	○	
一層の品質向上	新技術導入による適切な生育管理・環境管理・漁獲の実施	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 下記の品質向上の取組みの実施               <ul style="list-style-type: none"> <li>・省エネや低農薬技術の導入による環境配慮と品質確保</li> <li>・GAP認証による安全性と透明性の担保</li> <li>・データ活用やDXによる再現性ある生産体制の確立</li> </ul> </li> <li>● 販路を確保しつつ、価格のプレミアム性を獲得（付加価値を向上）</li> <li>● 課題は技術導入や認証取得に要する時間、コスト、人材</li> </ul>
	保管・流通手法の見直し	○	
	GAP(農業生産工程管理)の取組み推進	○	

注) ◎は仮説を強く肯定、○は仮説を肯定

### 3. 農水産品高付加価値化の取組み事例（文献調査）

#### (1) 「プロダクト」としての価値向上に係る取組み事例

##### ②コスト削減のための取組み（1/2）

仮説		検証結果	文献調査の結果
課題	対応策（例）		
スマート農業・水産業導入の促進	新技術活用による生産者のニーズに即した機器・システムの開発	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>●導入に向け下記の取組みを実施               <ul style="list-style-type: none"> <li>・AIやドローン・センサー等を活用した精密管理や収量予測</li> <li>・自動化や設備のシェアリング</li> <li>・データ共有等</li> </ul> </li> <li>●肥料・農薬費の削減や欠品リスクの低減、労働負担と設備コストの抑制、販路拡大等が期待</li> <li>●課題は費用面に加えて、技術導入への対応や地域での体制づくり</li> </ul>
	個別の生産者ではなく地域全体での導入を通じた普及促進	◎	
	技術習得への支援	○	
流通コスト削減	サプライチェーン全体での効率化	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●パレット化による荷役時間の大幅短縮、集荷と幹線輸送を分けて積載率を高める仕組み等を実施</li> <li>●標準化と共同物流を通じて時間や燃料等のコストを削減し、鮮度維持にも寄与</li> <li>●課題は一定規模の設備投資が必要となる点や、輸送ルート構築に係る調整・ルール設定も必要となる点</li> </ul>
	需要予測の精度向上	○	

注) ◎は仮説を強く肯定、○は仮説を肯定

### 3. 農水産品高付加価値化の取組み事例（文献調査）

#### (1) 「プロダクト」としての価値向上に係る取組み事例

##### ②コスト削減のための取組み（2/2）

仮説		検証結果	文献調査の結果
課題	対応策（例）		
単位当たり コスト引き 下げに向け た収量・漁 獲量拡大	作付面積や栽培設備の最適化	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コスト引き下げに向け下記の対応を実施               <ul style="list-style-type: none"> <li>・輪作体系や土壌改良による多収化</li> <li>・排水対策による気象変動への耐性強化</li> <li>・未利用魚の加工原料としての活用</li> <li>・高生長品種の導入やICT活用</li> <li>・防護・観測システムによる生産量の安定化</li> <li>・資源管理による持続的漁獲体制の構築</li> </ul> </li> <li>●限られた生産基盤から大きな価値を得るなど収益性向上が図られる</li> <li>●課題は新品種導入や設備投資に係る資金面のほか、実証や技術習得に一定の時間を要する点</li> </ul>
	気候変動に対応した栽培方法の開発	○	
	高収量品種の開発	○	
	規格外品・未利用魚の活用	○	
	漁業分野の適切な資源管理	○	
	大規模経営の推進	○	

注) ◎は仮説を強く肯定、○は仮説を肯定

### 3. 農水産品高付加価値化の取組み事例（文献調査）

#### (2) 地域産業としての価値向上のための取組み事例

仮説	検証結果	文献調査の結果
課題・対応策（例）		
<b>フードバリューチェーンのプロセスにおける連携</b>	◎	<ul style="list-style-type: none"> <li>★事例を①6次産業化②農商工連携③農村RMO④その他の4パターンに分類可能</li> <li>●事例では地域の特性や生産者の有する経営資源等を踏まえた形で連携がなされており、実施体制づくりが極めて重要といえる</li> <li>●課題は運営を持続させる仕組みの構築や、関係主体の役割分担の明確化等</li> </ul>

注) ◎は仮説を強く肯定、○は仮説を肯定／★は仮説にない新たな視点

### 3. 農水産品高付加価値化の取組み事例（文献調査）

#### (3) 担い手不足への対応に係る取組み事例

仮説		検証結果	文献調査の結果
課題	対応策（例）		
新規就業 人材の不足 への対応	適切な賃金設定	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●賃金改善や柔軟な働き方の導入、生産者・企業・大学の連携を通じた次世代人材の育成と新商品の創出、副業や短期就労の受入れ等を実施</li> <li>●女性や若者を農業・水産業の現場へ呼び込むほか、事業の多角化や成長、繁忙期の労働力補完に加えて、外部の知見やネットワークを地域に取り込む効果あり</li> <li>●課題は受入れ体制の整備や人材育成に係るコスト等の負担のほか、副業や短期就労は人材の定着につながりにくい点</li> </ul>
	生産者と企業や大学等との連携推進	○	
	副業人材の確保	○	
後継者不足 への対応	法人化等による組織経営推進	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>●法人化、第三者による事業承継、公的機関による農業・水産業の実践教育等を実施</li> <li>●経営の見える化や就業環境整備等を通じて新たな人材を呼び込む基盤が形成されるほか、血縁に頼らず若手を迎え入れる仕組みにより事業継続が可能になる効果や、次世代の経営人材が地域の生産基盤の持続性を高めることに貢献するといった効果が期待できる</li> <li>●課題は第三者承継に要する時間・コストや継承者との相性の問題、法人化に係る各種手続の負担等</li> </ul>
	第三者による継承の推進	○	
	新規就農の推進	○	

注) ◎は仮説を強く肯定、○は仮説を肯定

## 4. 有識者ヒアリング調査

### (1) 中村学園大学 福田晋特命教授 (中村学園大学栄養科学部フード・マネジメント学科)

得られた知見・示唆	仮説に関連する視点
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 今後は調理済みのものへの志向が強まると考えられ、農産物を使って調理する段階も含めて考えるべき</li> </ul>	○ 消費者ニーズの多様化・細分化を踏まえ商品価値の向上を図る
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ コスト削減よりも商品価値を上げることがポイントになる</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 各産地の強みを捉えた上で、多様化・細分化している消費者のニーズ・志向とどうマッチアップさせるかが重要</li> </ul>	○ 産地の強みと消費者のニーズをマッチアップさせる
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 地域の特性、地域ブランドをベースに地域づくり、まちづくりを行い、それを強く訴求して商品ブランドにつなげていくという視点が重要</li> </ul>	○ 地域の特性や地域ブランドを商品ブランドにつなげていく。
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 第1次産業が積極的に第2次産業、第3次産業と連携していくことが重要</li> </ul>	○ 第1次産業から第2次産業、第3次産業へ働きかける
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ OEMを請け負うような地域内の食品メーカーが相談相手かつ取引相手、連携相手になる</li> </ul>	○ 地域の食品メーカーとのマッチングを進める
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 従来の単なる機械化とは異なり、今後のスマート農業では経営者の使いこなす能力が問われる</li> </ul>	○ スマート農業の知識習得に係る支援を行う
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 単価上昇のためには、産地自らが付加価値が何なのかを自覚した上で、その価値をきちんと提案することが大事</li> </ul>	★ 付加価値を踏まえた価格を提案する

注) ○は仮説を肯定する視点 ★は仮説にない新たな視点

## 4. 有識者ヒアリング調査

### (2) 宮崎大学 山本直之教授 (宮崎大学農学部)

得られた知見・示唆	仮説に関連する視点
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓いかにストーリーを持った魅力のあるものを作っているかが重要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○消費者を引き付けるストーリー性を持たせる</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓商品・サービス開発について、安全・安心にじっくり取り組むことや、その地域にしかない産物をいかに活かしていくかが重要</li> <li>✓また、規格外品をいかに有効利用するかも重要</li> <li>✓さらに、各々の地域の背景をうまく商品に落とし込んでいけるかということも重要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○安心・安全を重視する</li> <li>○その地域にしかない産品を活用する</li> <li>○規格外品を有効利用する</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓販路をいかに作っていくかが重要であり、身近な直売所、居酒屋、量販店などを活用することが考えられる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○身近な直売所、量販等と連携する</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓誰が味方で誰が競争相手なのかを見極めつつ、いかに連携の仕組みを作っていくかが重要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○連携の仕組みを作る</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓中心となるリーダーをいかに育てていけるかが重要</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>★リーダーとなる人材を育成する</li> </ul>

注) ○は仮説を肯定する視点 ★は仮説にない新たな視点

## 5. 中国地域における取組みに関するヒアリング調査

### ◆ 仮説検証及び新たな視点

ヒアリング先	仮説に関連する視点
株式会社 まごやさい	<ul style="list-style-type: none"> <li>○商品の強みを消費者に適切に伝えることで、付加価値が高まる</li> <li>○ネット販売に優れた情報システムを活用する</li> <li>★収益力のある販売モデルが、地域の小規模農家の収入拡大や、中山間地域の活性化に寄与する</li> </ul>
ひろしまスマート 農業推進協議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>○スマート農業の普及や技術習得を自治体が支援する</li> <li>○スマート農業技術を中山間地域に適応させる</li> </ul>
株式会社 角屋食品	<ul style="list-style-type: none"> <li>○高品質化により他商品と差別化することで高付加価値化を実現する</li> <li>○商品の価値を消費者に認知してもらうためには、効果的な手法が必要となる</li> <li>★スーパー等では販売せず、販路をネットと百貨店等に限定することでブランド力を維持する</li> </ul>
株式会社 島ごころ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○商品そのものの品質を高めるとともに、直営店での販売を通じて消費者に商品の価値を伝えることで、高付加価値化を実現する</li> <li>○企業、JA、観光協会、商工会、市などが連携し、地域全体を盛り上げる</li> <li>★JAを通じて原材料を仕入れることで、地域全体の農家に利益を行き渡らせる</li> </ul>
JAひろしま せとだ 柑橘事務所*1	<ul style="list-style-type: none"> <li>○消費者の求めるものをどうやって実現するかが重要であり、特に安心・安全に対するニーズは高い</li> <li>○JA、行政、商工会、観光協会など地域全体が連携してブランド化に取り組む</li> <li>○JAが規格外品の付加価値を高めるために加工品を開発している</li> <li>★JAが加工会社への原材料の販売も引き受けることで、生産者と加工会社をつなぐ役割を果たす</li> </ul>
JA全農ひろしま	<ul style="list-style-type: none"> <li>○JAが地域の農水産品のブランド化のためのプラットフォームを構築している</li> <li>○エシカル消費層に訴求する商品開発、ブランド化を検討している</li> <li>★環境問題への感応度が高そうなターゲットに絞り込んで販路開拓を実施している</li> </ul>

注) ○は仮説を肯定する視点 ★は仮説にない新たな視点 \*1 JAひろしま三原地域営農経済センターせとだ柑橘事務所

## 6. 他地域における取組みに関するヒアリング調査

### ◆ 仮説検証及び新たな視点

ヒアリング先	仮説に関連する視点
<b>株式会社 伊賀の里モクモク 手づくりファーム</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○作り手の努力や情熱を消費者に伝える</li> <li>○商品そのものの価値に体験が加わることにより付加価値が高まる</li> <li>○6次産業化により高付加価値化を実現する</li> <li>★独自の販売チャネル(会員制のカatalog販売等)を持つことにより「ファンづくり」を行う</li> </ul>
<b>株式会社秋津野</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○宅配便や直売所を活用した消費者への直接販売や、加工・販売(6次産業化)の実施により、販売単価が上昇する</li> <li>★地域コミュニティを維持する地道な取組みが地域の活性化につながる</li> <li>★健全な地域コミュニティの存在が様々な取組みの土台となる</li> <li>★地域の様々な組織が連携して地域課題の解決に取り組む「農村RMO」</li> </ul>
<b>株式会社 早和果樹園</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○観光客需要をターゲットにすることで高単価での販売を実現する</li> <li>○高付加価値化実現のため、栽培から加工、販売までを自社で行う(6次産業化)</li> <li>○高付加価値化実現のため、店舗やインターネットによる消費者への直接販売を行う</li> <li>○高付加価値化実現のため、農産物の品質を高める</li> <li>○廃棄していた非可食部のアップサイクルは、高付加価値化とSDGsに貢献する</li> <li>★安定した収益を確保できる事業の存在が地域の活性化に貢献する</li> </ul>

注) ○は仮説を肯定する視点 ★は仮説にない新たな視点

## 7. 中国地域の生産者等へのアンケート調査

### (1) アンケート概要

農水産品の高付加価値化に向けた取組み状況や成果、行政による支援の状況等を把握するため、中国地域の生産者、関連事業者、自治体へのアンケート調査を実施した。

実施方法	郵送調査
調査対象	中国地域の農水産品生産者 1,200件 中国地域の農水産品関連事業者 800件 中国地域の自治体 112件
調査時期	2025年11月27日～12月15日
質問項目	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 農水産品の高付加価値化に向けた取組み状況・成果</li><li>・ 取組みにあたっての連携先</li><li>・ 高付加価値化を進める上での課題</li><li>・ 行政による支援状況 等</li></ul>
回収数	農水産品生産者 331件（回収率27.6%） 農水産品関連事業者 137件（回収率17.1%） 自治体 59件（回収率52.7%）

## 7. 中国地域の生産者等へのアンケート調査

### (2) 調査結果

#### ◆ 総括

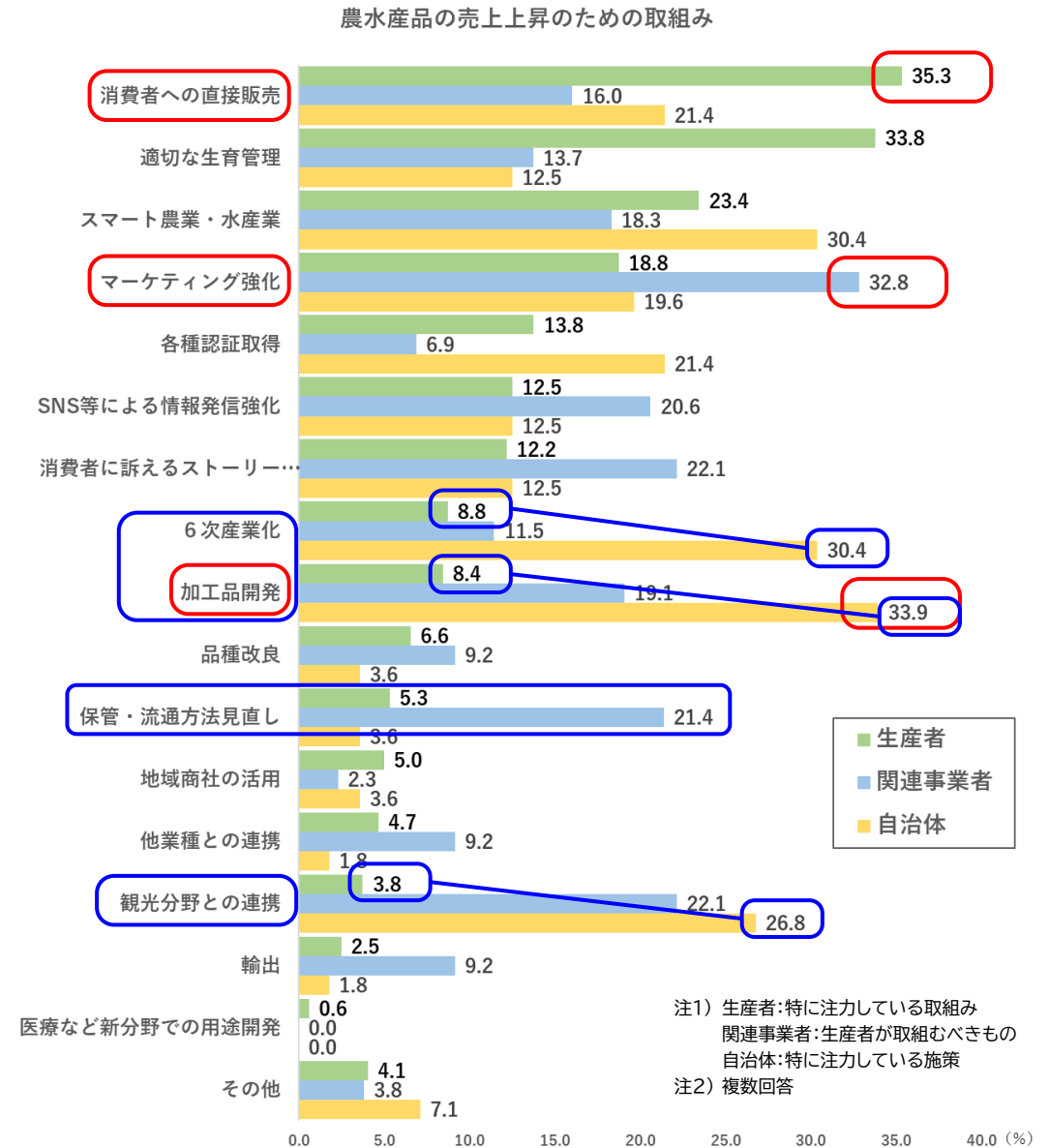
課題		仮説検証結果
プロダクトとしての価値向上	売上上昇	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 仮説で掲げた取組みの重要性を確認 (マーケティング強化やストーリーづくり、直接販売、加工品開発、品質向上)</li> <li>● 品質向上に関し、保管・流通方法の見直しを関連事業者が重視</li> <li>● 品種改良、地域商社活用や新分野用途開発の重要度は低い</li> </ul>
	コスト削減	<ul style="list-style-type: none"> <li>● スマート農業・水産業の重要性を確認</li> <li>● 収量拡大に関して仮説で掲げた事項の重要性を確認 (作付面積・栽培面積の最適化や気候変動への対応、規格外品の活用など)</li> <li>● 高収量品種の開発については重要度が低い</li> </ul>
担い手不足への対応		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 生産者・関連事業者・自治体とも大きな課題と認識しており、高付加価値化に向けた根本的な課題であることを確認</li> </ul>
その他 (アンケートで明らかになった課題・対応策)		<ul style="list-style-type: none"> <li>● 生産者と関連事業者や自治体とでは、取組み内容や認識にギャップが存在し、これらについて対応が必要といえる(観光分野との連携、保管・流通方法の見直し、販売チャネルや販促方法の工夫など)</li> <li>● 生産者や自治体では、取組み内容と成果との間に大きな乖離があり、これまでの手法を見直すことが重要となる</li> <li>● 人材の問題が極めて重要であり、高付加価値化に向けた様々な取組みとは別に、特に注力していく必要がある</li> </ul>

# 7. 中国地域の生産者等へのアンケート調査

## (2) 調査結果

### ① 売上上昇のための取組み

- 生産者は直接販売に最も注力
- 関連事業者はマーケティング強化が重要と認識
- 自治体の施策としては加工品開発関連が中心
- ★保管・流通方法の見直しは生産者の取組みと比べて関連事業者が特に重視
- ★加工品開発、観光分野との連携、6次産業化は生産者よりも自治体での注力度が高い
- ★取組み内容と実際の成果に大きな乖離が存在 ※別資料にて確認
- ★自治体での6次産業化の成果は芳しいものではない ※別資料にて確認



注) ○は仮説を肯定する視点 ★は仮説にない新たな視点

# 7. 中国地域の生産者等へのアンケート調査

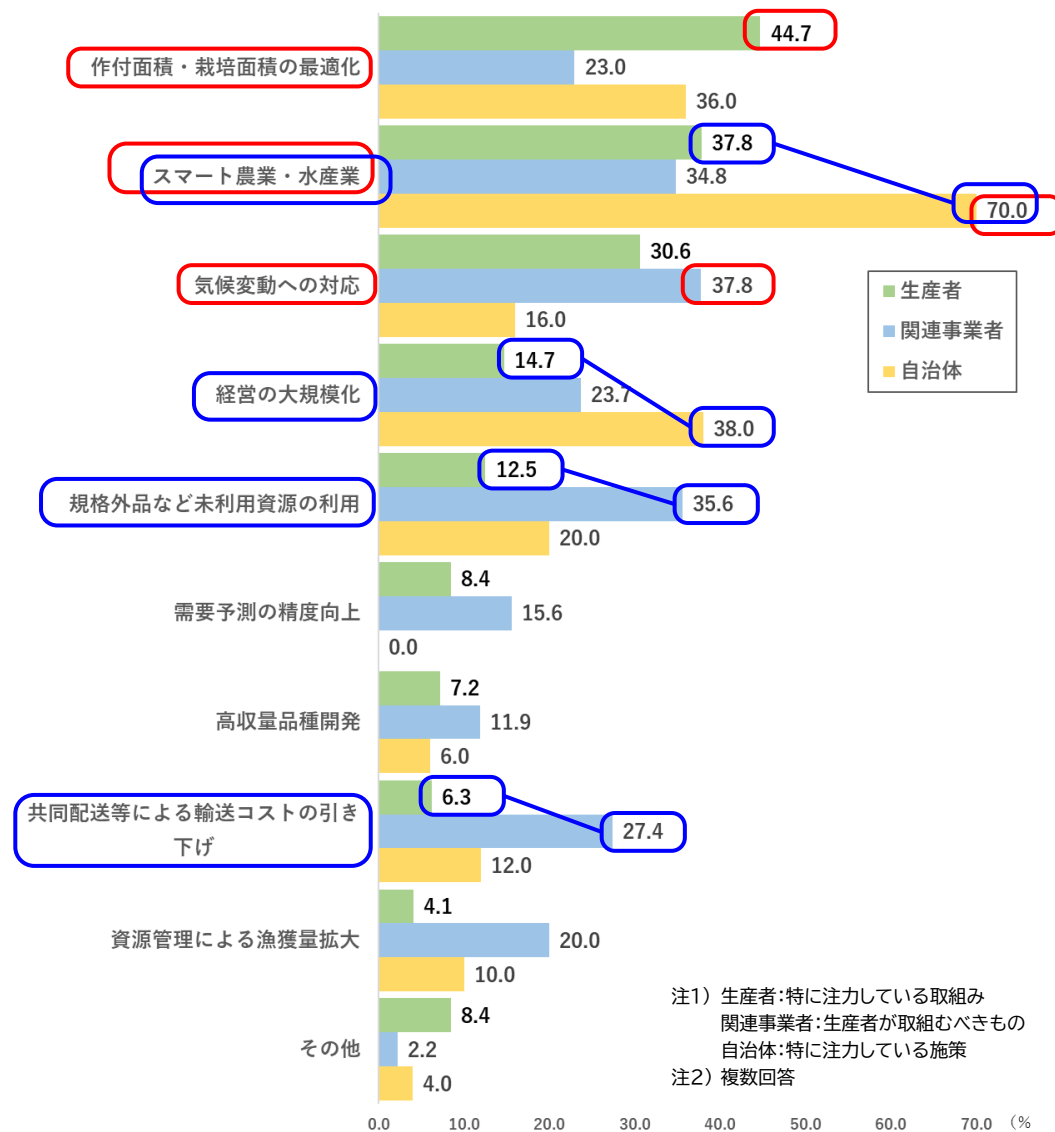
## (2) 調査結果

### ② コスト削減のための取組み

- 生産者は作付面積・栽培面積の最適化に最も注力
- 関連事業者は気候変動への対応が重要と認識
- 自治体の施策としてはスマート農業・水産業が中心
- ★未利用資源活用や共同配送等による輸送コスト引き下げは、生産者の取組みと比べて関連事業者が特に重視
- ★スマート農業・水産業や経営の大規模化は生産者よりも自治体における注力度が高い
- ★売上上昇のための取組みと同様に、取組み内容と実際の成果に大きな乖離が存在 ※別資料にて確認

注) ○は仮説を肯定する視点 ★は仮説にない新たな視点

農水産品の生産に係るコスト削減・利益確保のための取組み



# 7. 中国地域の生産者等へのアンケート調査

## (2) 調査結果

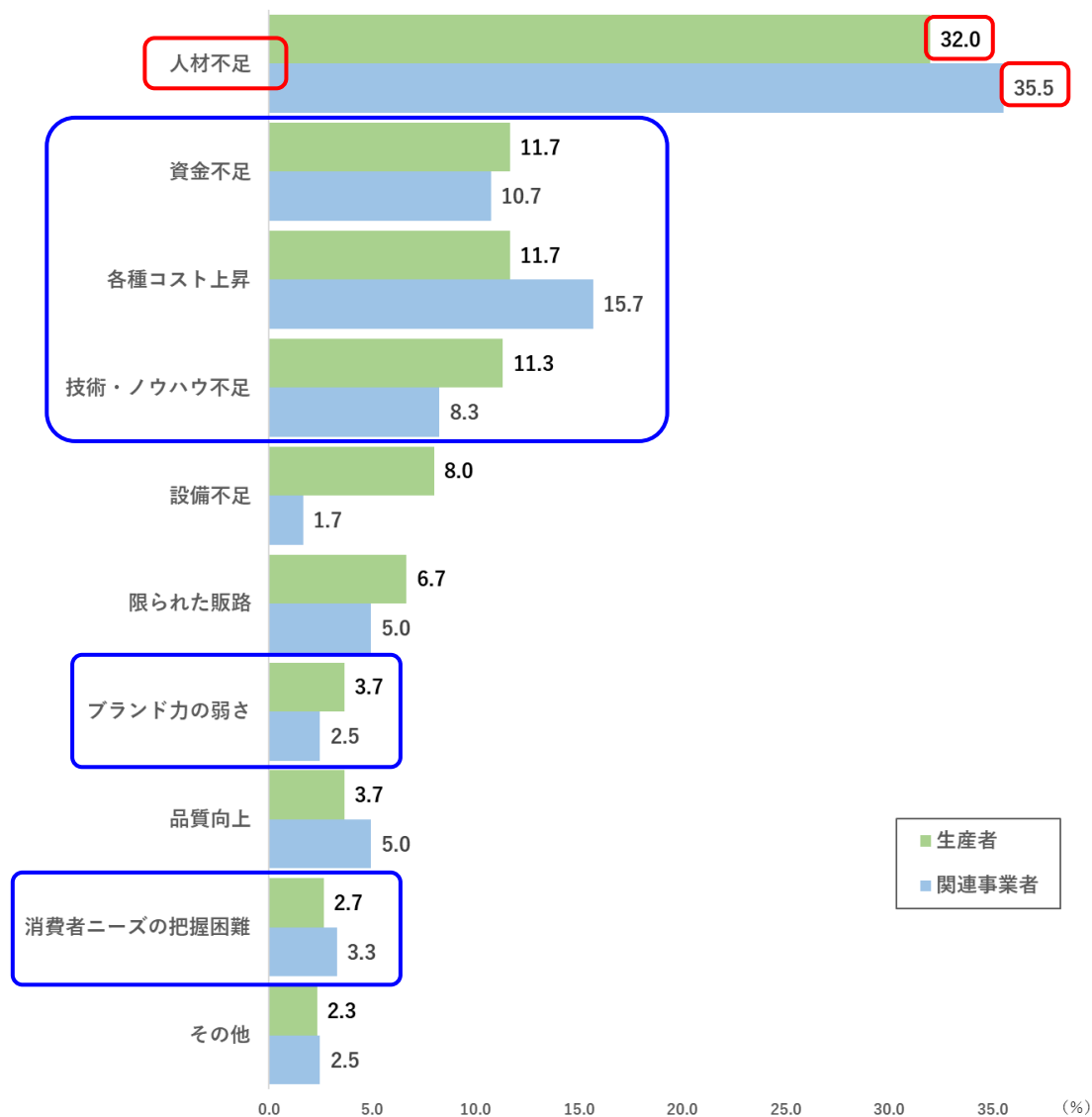
### ③ 高付加価値化を進める上での最大の課題

○生産者、関連事業者いずれも人材不足が最大の課題

★資金面やコスト上昇、技術・ノウハウ不足も主な課題

★ブランド力の弱さや消費者ニーズの把握困難といった点の回答は少数

農水産品の高付加価値化を進める上での最大の課題



注) ○は仮説を肯定する視点 ★は仮説にない新たな視点

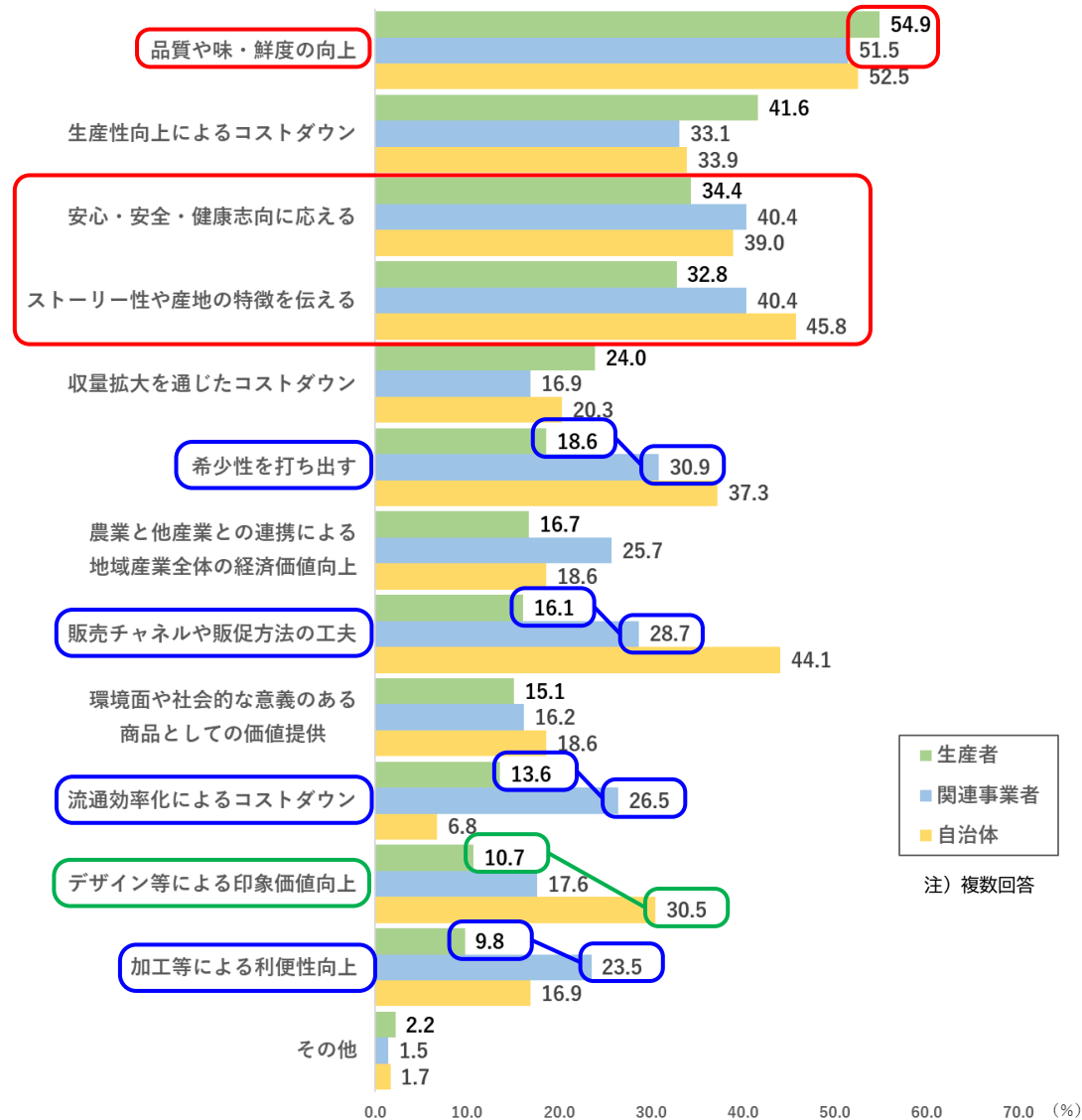
# 7. 中国地域の生産者等へのアンケート調査

## (2) 調査結果

### ④ 農水産品の高付加価値化に必要と思われるもの

- 生産者、関連事業者いずれも品質や味・鮮度の向上が最も必要と認識
- 安心・安全・健康志向への対応、ストーリー性や産地の魅力発信といった点も3者共通で必要性が高い
- ★加工等による利便性向上、流通効率化によるコストダウン、販売チャネルや販促方法の工夫、希少性を打ち出すといった点は、生産者よりも関連事業者の重視度が大きい
- ★デザイン等による印象価値向上は生産者よりも自治体の重視度が大きい

農水産品の高付加価値化に必要と思われるもの



注) ○は仮説を肯定する視点 ★は仮説にない新たな視点

## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (1) 仮説検証結果

#### ① プロダクトとしての価値向上：売上（単価）上昇

課題	対応策（例）	仮説の妥当性（★の数）と根拠
消費者ニーズの変化とのギャップ解消	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 品種改良</li> <li>● 簡便に調理できる加工品開発</li> <li>● マーケティング強化</li> </ul>	<p><b>仮説の妥当性：★★★</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 消費者の志向が多様化し、変化のスピードも早期化しており、適切な対応が必要</li> <li>● アンケートでは関連事業者がマーケティング重視との結果</li> </ul>
ブランド力の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地理的表示保護制度(GI)や地域ブランド認証の活用</li> <li>● 消費者に響くストーリーづくり</li> <li>● SNSを効果的に活用した情報発信</li> <li>● 観光分野との連携強化</li> </ul>	<p><b>仮説の妥当性：★★★</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ブランド化が価格プレミアムの獲得、販路拡大に寄与</li> <li>● ヒアリングでも具体的な事例がみられたほか、ストーリーづくりはアンケートでも重要性が指摘</li> </ul>
販路の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 消費者への直販強化</li> <li>● 食品関連分野（加工業、飲食業）との連携推進</li> <li>● 地域商社の活用</li> <li>● 輸出拡大</li> <li>● 医療など新分野での用途開発</li> </ul>	<p><b>仮説の妥当性：★★★</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 実店舗やネット販売など多様な販路の確保が効果的</li> <li>● ヒアリングでも直接販売やネット活用など様々な工夫がなされていることを確認</li> <li>● アンケートでは生産者が直接販売に最も注力との結果</li> </ul>
一層の品質向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新技術導入による適切な生育管理・環境管理・漁獲の実施</li> <li>● 保管・流通手法の見直し</li> <li>● GAP（農業生産工程管理）の取組み推進</li> </ul>	<p><b>仮説の妥当性：★★★</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 高品質により消費者の信頼向上、価格への反映も実現</li> <li>● アンケートでも生産者・関連事業者・自治体が最重視</li> </ul>

## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (1) 仮説検証結果

#### ②プロダクトとしての価値向上：コスト削減

課題	対応策（例）	仮説の妥当性（★の数）と根拠
スマート農業・水産業導入の促進	<ul style="list-style-type: none"><li>● 新技術活用による、生産者のニーズに即した機器・システムの開発</li><li>● 個別の生産者ではなく地域全体での導入を通じた普及促進</li><li>● 技術習得への支援</li></ul>	<b>仮説の妥当性：★★</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● スマート農業・水産業が生産効率向上等の効果もたらす</li><li>● アンケートでも重要な取組みであることが明らかに</li><li>● 品目や地域等の特性によっては、導入や効果発揮が難しい面もある</li></ul>
流通コスト削減	<ul style="list-style-type: none"><li>● サプライチェーン全体での効率化</li><li>● 需要予測の精度向上</li></ul>	<b>仮説の妥当性：★★</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 2024年問題も踏まえ、対応の重要性が高まる</li><li>● アンケート結果では重要度は必ずしも高くない</li></ul>
単位当たりコスト引き下げに向けた収量・漁獲量拡大	<ul style="list-style-type: none"><li>● 作付面積や栽培設備の最適化</li><li>● 気候変動に対応した栽培方法の開発</li><li>● 高収量品種の開発</li><li>● 規格外品・未利用魚の活用</li><li>● 漁業分野の適切な資源管理</li><li>● 大規模経営の推進</li></ul>	<b>仮説の妥当性：★★★</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 単価上昇限定的でも収量・漁獲量拡大により売上確保可能</li><li>● 規格外品・未利用魚活用により新たな収益源創出</li><li>● アンケートでは生産者が作付面積・栽培面積の最適化に注力との結果</li></ul>

## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (1) 仮説検証結果

#### ③ 地域産業としての価値向上

課題

仮説の妥当性（★の数）と根拠

フードバリューチェーンのプロセスにおける連携

仮説の妥当性：★★★

- 各種取組みは協業・連携なくして困難といえる

#### ④ 人手不足への対応

課題

対応策（例）

仮説の妥当性

新規就業人材の  
不足への対応

- 適切な賃金設定、生産者と企業や大学等との連携推進、副業人材の確保

仮説の妥当性：★★★

- マーケティングや営業等の人材確保・育成は不可欠

後継者不足への対応

- 法人化等による組織経営推進、第三者による継承の推進、新規就農の推進

仮説の妥当性：★★★

- 高付加価値化が後継者確保、事業継続にもつながる

# 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

## (2) 調査結果を踏まえた取組み推進方策検討の方向性



## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (2) 調査結果を踏まえた取組み推進方策検討の方向性

#### ① 経済的価値 ▶ 地域の強みの活用と連携を通じた稼ぐ力の向上

##### 調査結果から得られた高付加価値化に関する視点

- ▶ 地域が一体となり商品開発とブランド化を行う
- ▶ 商品価値を消費者に適切に伝え、利益を確保できる適切な価格を提案する
- ▶ 消費者への直接販売のほか、多様な販路を確保し、売上向上を図る
- ▶ 物流業者との連携により、鮮度維持、コスト削減を図る
- ▶ 中山間地域に適応したスマート農業・水産業を導入し、省力化・コスト削減を図る

##### 高付加価値化により実現される利益と実現方法 等

- ▶ 生産者の手取り収入の増加
- ▶ 事業規模拡大・新規事業創出による雇用の創出と地域経済の活性化
- ▶ 収入(売上)を増やす/支出(コスト)を減らす
- ▶ 持続的に価値を享受できることが重要

##### 価値向上に向けた主な取組み

- ▶ ブランド化等を通じて単価を引き上げる
- ▶ 販路拡大等を通じて販売数量を増加させる
- ▶ 新商品開発・規格外品活用等により収益源を創出する
- ▶ 生産・流通等のコストダウンを図る

## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (2) 調査結果を踏まえた取組み推進方策検討の方向性

#### ②消費者価値 ▶ 消費者に刺さる中国地域の価値創造と発信

##### 調査結果から得られた高付加価値化に関する視点

- ▶ 中国地域ならではの農水産品を産地のストーリーと併せてアピールする
- ▶ 安全性や健康を重視して生産および商品開発を行う
- ▶ 「トキ消費」「イミ消費」「エモ消費」「エシカル消費」などの消費者ニーズを踏まえたストーリー性のある商品開発により、消費者の満足度を向上させる

##### 高付加価値化により実現される利益と実現方法 等

- ▶ 消費者の生活満足度を高めるという視点での高付加価値化
- ▶ 健康、安全性、利便性、嗜好、ライフスタイル等の消費者ニーズに応える（イミ・エモ・トキ・エシカルといった消費行動も踏まえる）
- ▶ プロダクトそのものだけでなく、生産者の思い等に関するストーリーを通じて価値を提供することも重要

##### 価値向上に向けた主な取組み

- ▶ マーケティング活動強化等を通じて消費者ニーズを把握する
- ▶ 消費者ニーズを踏まえた新品种や加工品を開発する
- ▶ 環境配慮など生産面での工夫を行う
- ▶ 消費者に響くストーリーを作る
- ▶ 各種媒体を通じた情報発信を行う

## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (2) 調査結果を踏まえた取組み推進方策検討の方向性

#### ③ 社会的価値 ▶ 農業の多面的機能の発揮と持続可能な地域づくり

##### 調査結果から得られた高付加価値化に関する視点

- ▶ 地域の活性化により地域コミュニティを維持し、農水産業の多面的機能※を発揮する
- ▶ 多様な地域の関係者が連携し、地域課題を解決する
- ▶ 収益性の高い事業を創出し、中山間地域における農業の担い手の確保・増加、雇用の創出、地域活性化を図る

※国土保全、景観維持等の機能

##### 高付加価値化により実現される利益と実現方法 等

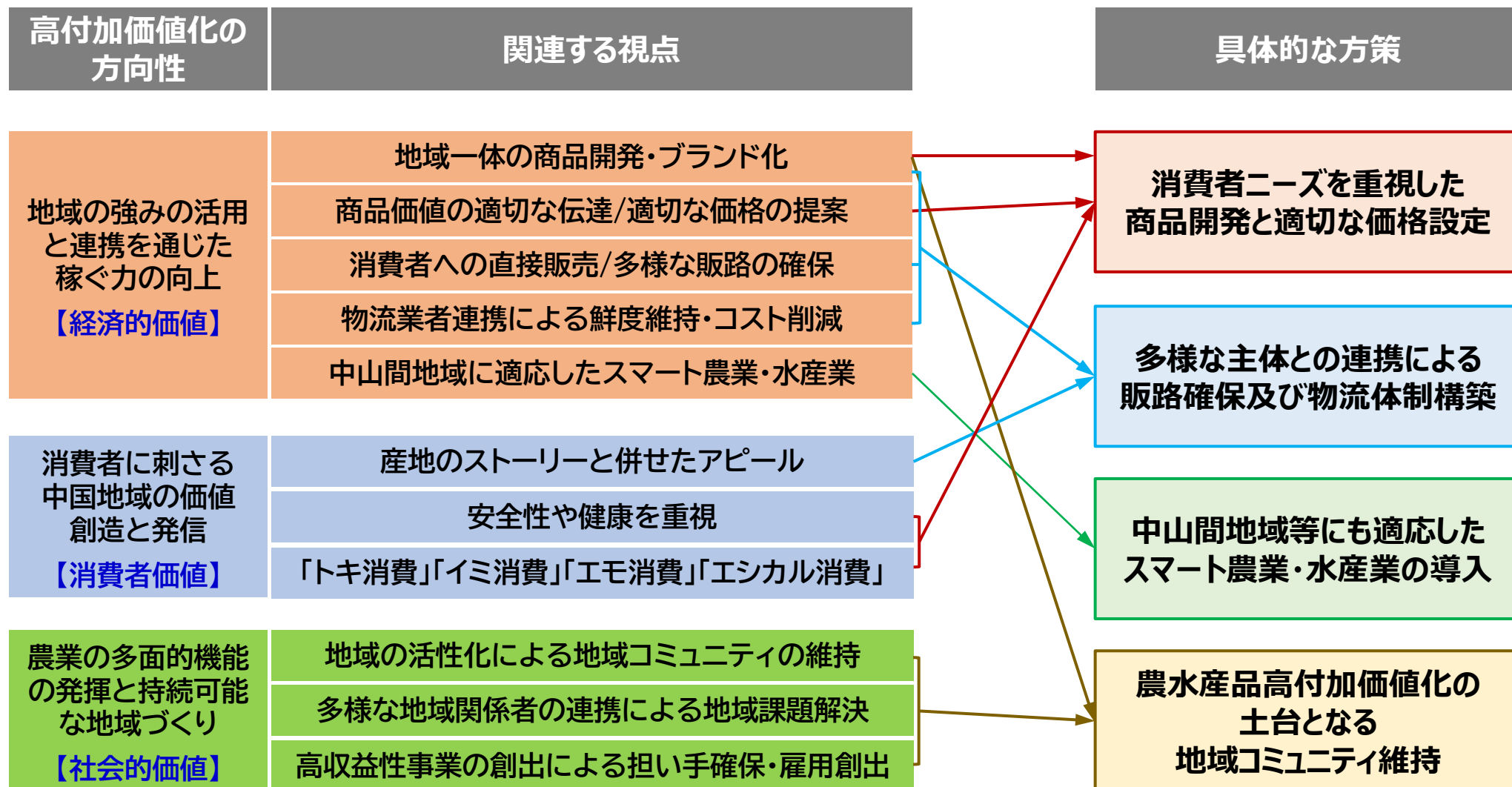
- ▶ 社会全体への波及(社会的インパクト)という視点での高付加価値化
- ▶ 景観や地域資源の保全、地域の賑わいの創出、地域に対する愛着や誇りの醸成、地域コミュニティの維持、次世代の担い手の確保などの実現
- ▶ 農林水産省が策定した農山漁村の社会的・環境的な効果の可視化ガイダンス(「農山漁村」インパクト可視化ガイダンス)の活用と官民共創による取組み
- ▶ 想定されるインパクトは地域経済活性化、持続可能な生活環境維持 等

##### 価値向上に向けた主な取組み

- ▶ 農山漁村と都市住民との交流を進める
- ▶ 道の駅を中心とした地域拠点を形成する
- ▶ 農地保全・生物多様性保全を進める

## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (3) 中国地域における農水産品高付加価値化の具体的な方策



# 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

## (4) 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

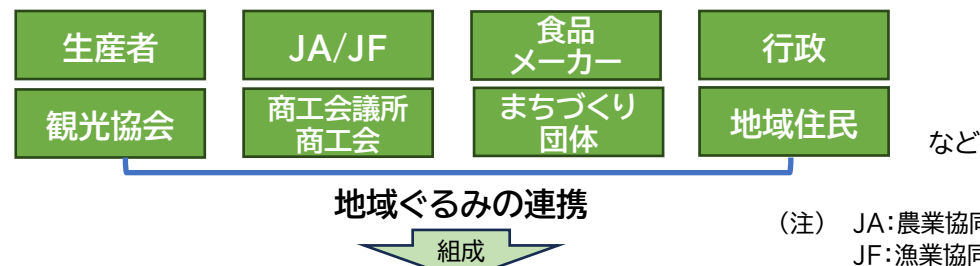
### ① 消費者ニーズを重視した商品開発と適切な価格設定

人材・ノウハウ等の面で生産者単独での対応が難しい

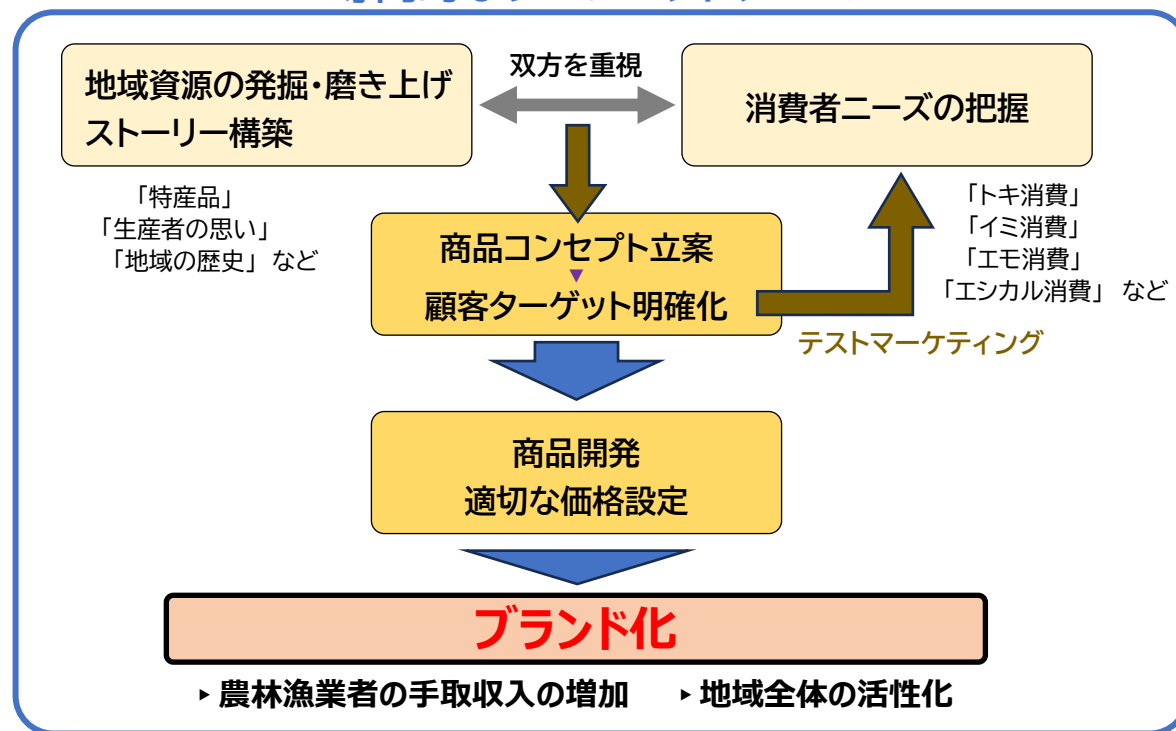
食品メーカー、行政、各種団体など地域の関係者が連携して専門的なプロジェクトチームを組成する

開発した商品の地域ブランド化を図ることで、

- ・農林漁業者の手取収入の増加
  - ・地域全体の活性化
- につなげる



### 専門的なプロジェクトチーム



## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (4) 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

#### ① 消費者ニーズを重視した商品開発と適切な価格設定

##### a) 消費者ニーズを踏まえたストーリー構築

- ・地域資源の発掘・磨き上げ、ストーリー構築を行う
- ・「トキ消費」「イミ消費」「エモ消費」「エシカル消費」などの消費者ニーズを踏まえたストーリー構築が重要であり、規格外品・未利用品の活用も含めた検討が必要となる

##### b) テストマーケティングによる顧客ターゲットの明確化

- ・テストマーケティングを実施し、顧客ターゲットを明確化した上で商品開発を行う
- ・生鮮品としての販売、加工品製造・販売のほか、飲食店等で料理として提供することも検討に含まれる

##### c) 商品価値を反映した適切な価格設定

- ・安全性、鮮度、品質、希少性などの商品価値を明確化した上で、その価値を反映した適切な価格を設定する

## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

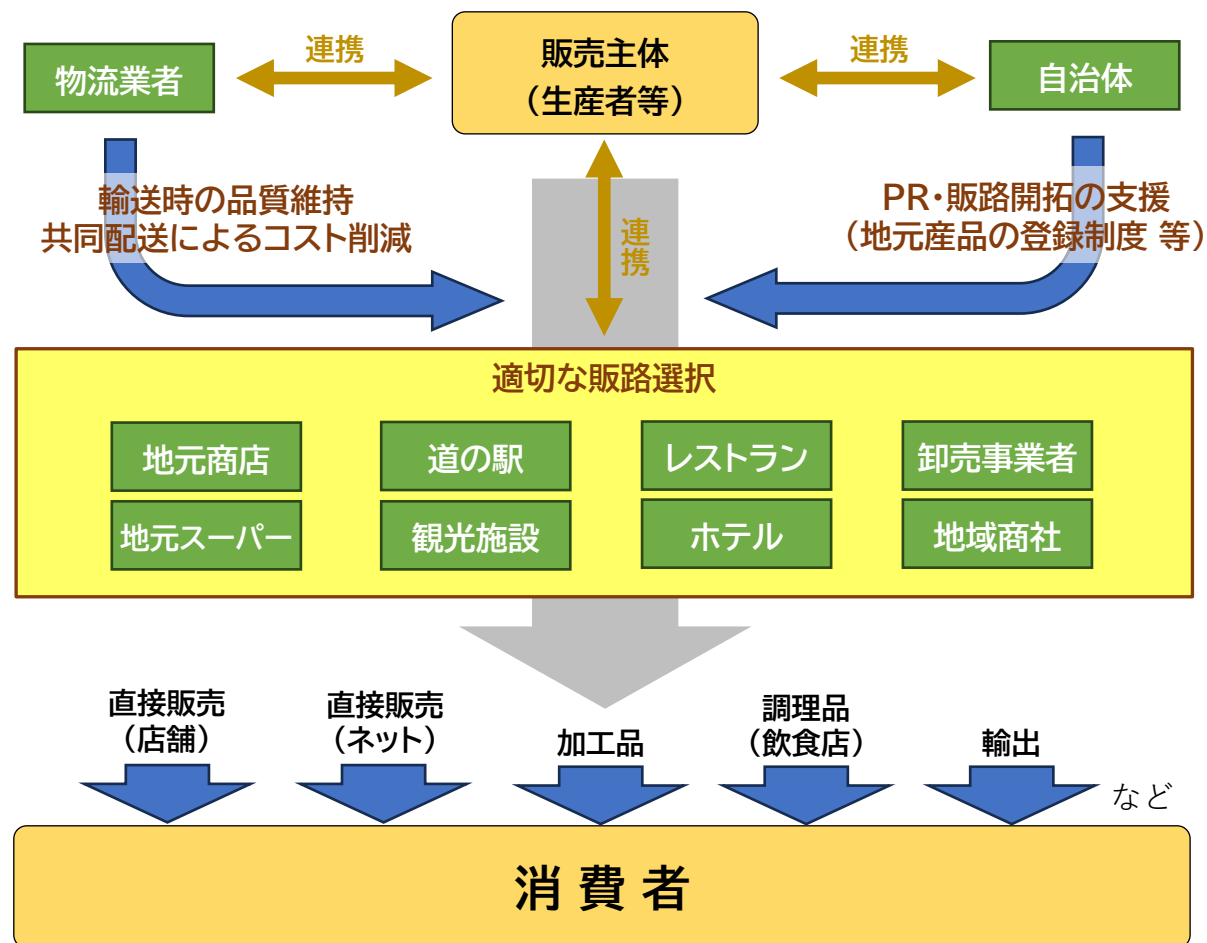
### (4) 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

#### ② 多様な主体との連携による販路確保及び物流体制構築

生産者等が販売主体として自前で対応できない部分

小売業者など多様な主体と連携することにより、

- ・農水産品の販路を確保する
- ・品質維持・コスト削減に向けた物流体制を構築する



## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (4) 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

#### ②多様な主体との連携による販路確保及び物流体制構築

##### a) 販路の検討

- ・農水産品の特性や販売コンセプト等を踏まえて、適切な販路を設定する  
(拡大のみならず限定することによる効果も想定する)

##### b) 連携を通じた販路確保

- ・自らの販売ルート以外に販路を広げる際には、地元の商店、スーパー、道の駅、観光施設、レストラン、ホテル、卸売事業者等との連携を図る

##### c) 物流事業者との連携による品質維持・コスト削減

- ・物流事業者との連携により鮮度維持につながる保管・輸送を行うとともに、同業者との共同配送等を通じてコスト削減を図る

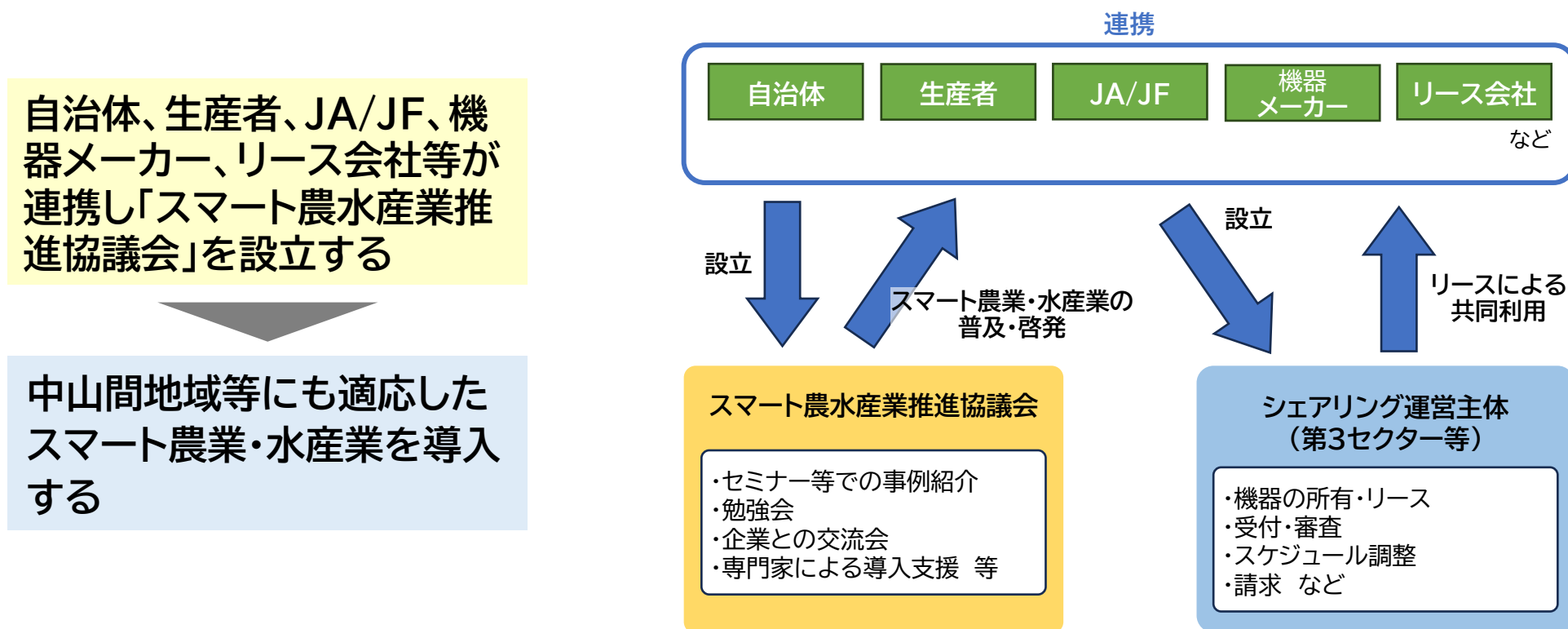
##### d) 自治体による支援

- ・地元産品の登録制度や、中国地域5県の産品を支援するサイトの設置等により、PR・販路開拓を支援する

## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (4) 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

#### ③ 中山間地域等にも適応したスマート農業・水産業の導入



## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (4) 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

#### ③ 中山間地域等にも適応したスマート農業・水産業の導入

##### a) 地域特性に応じた導入方法の検討

- ・中山間地域、都市近郊などの地域特性に応じたスマート農業・水産業の導入手法を検討する

##### b) セミナー等による普及・啓発

- ・セミナー等でスマート農業・水産業の事例紹介を行うとともに、勉強会、企業との交流会、専門家による導入支援等を実施し、スマート農業・水産業の普及・啓発を図る

##### c) シェアリングに係る対応

- ・スマート農業・水産業の導入にあたっては、資金面が大きなネックとなることから、対応策として機器のシェアリングを進める
- ・その際には、協議会とは別に、シェアリングの運営主体(第3セクター等)を設立することも想定される
- ・運営主体は機器を所有し、中立的な立場で使用希望の受付・審査、スケジュール調整などを行い、機器をリースする
- ・特に、スケジュール調整については、生産者が機械を必要とする時期が重なる可能性が高い点に留意する

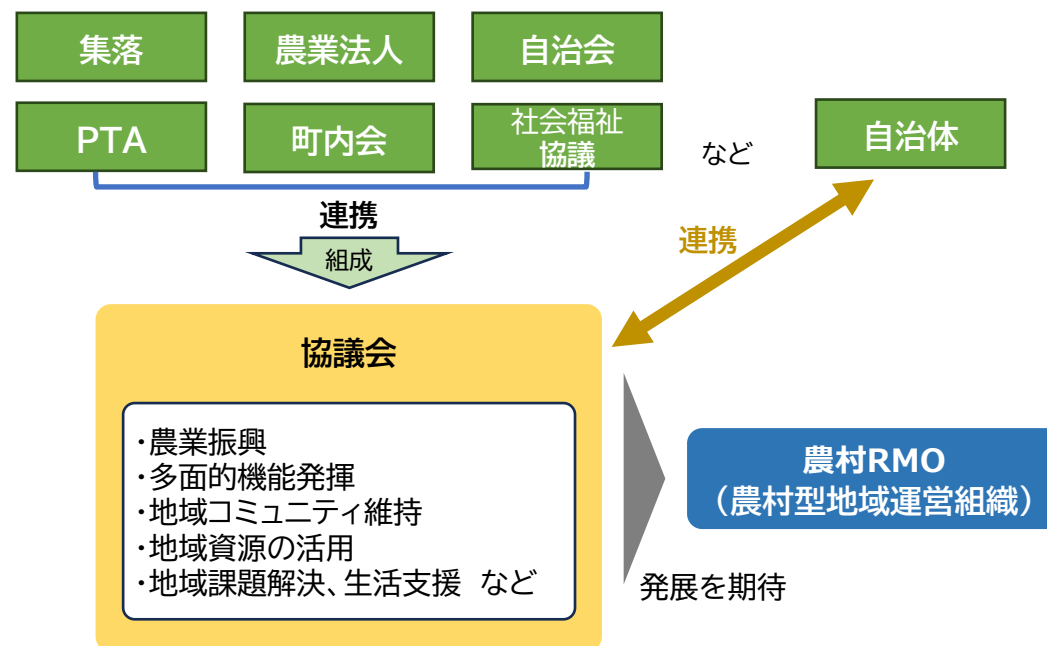
## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (4) 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

#### ④ 農水産品高付加価値化の土台となる地域コミュニティ維持

集落、農業法人、自治会、町内会など多様な地域の関係者が連携する

農水産品高付加価値化の土台となる地域コミュニティの機能維持・強化を図る



## 8. 中国地域における農水産品の高付加価値化に資する方策

### (4) 農水産品高付加価値化の具体的な方策実施手法

#### ④ 農水産品高付加価値化の土台となる地域コミュニティ維持

##### a) 協議会の設立

- ・集落、農業法人、自治会、町内会など多様な地域の関係者が連携し、地域の課題等に関する対応策を検討する協議会を設立する

##### b) 各種取組みの実施

- ・農水産品の高付加価値化等の経済活動のみならず、景観や地域資源の保全等の農業の多面的機能を重視する
- ・地域の賑わいの創出、地域に対する愛着や誇りの醸成、地域コミュニティの維持、次世代の担い手の確保などの社会的価値の創出を図る

##### c) 農村RMOへの発展

- ・協議会が経験やノウハウを活かし、地域の将来ビジョンの策定や農地保全、地域資源の活用、生活支援等の事業を実施するなど、農村型地域運営組織(農村RMO)へと発展していくことが期待される

## おわりに

---

- ✓ 農業・漁業従事者の減少や高齢化が進行するなか、食料の安定供給の観点からも、農漁村の活性化は重要な課題となっています。  
中山間地域が多く小規模事業者が中心の中国地域では、生産性の低さや流通面の不利から、関係者が連携して農水産業の収益性を高める、農水産品の高付加価値化の仕組みづくりが必要となります。
- ✓ 本調査では、高齢化が進み、中山間地域の割合が高く、大消費地へのアクセスが良くないなど、厳しい環境にある中国地域で農水産業の高付加価値化を進めるためには、ステークホルダーの連携が不可欠であるという認識を得て調査を進め、4つの方策実施手法を提示させていただきました。
- ✓ 本書で提示した方策はあくまで一例であり、各地域の特性や資源等に応じて、地域に即した取組みが進められることが望まれるものですが、これらの方向性や方策が、中国地域の自治体や企業等にとって今後の取組みの参考となり、農水産品の高付加価値化の推進、ひいては地域社会の持続的な活性化につながることを期待しております。



## 【参考】調査委員会名簿（1/3）

区分	組織名	所属・役職	氏名
委員長	広島大学	大学院 統合生命科学研究科 教授	細野 賢治
副委員長	国立研究開発法人水産研究・教育機構 水産大学校	水産流通経営学科 教授	大谷 誠
委員	株式会社IHI	中国支社 支社長	岡原 義人
委員	一般財団法人岡山経済研究所	主任研究員	千代 明弘
委員	株式会社奥村組	広島支店 執行役員 支店長	三村 仁士
委員	株式会社山陰合同銀行	地域振興部 産業調査グループ 企画役	田立 善人
委員	住友商事株式会社	中国支社 支社長代理	森野 泰仁
委員	株式会社ソルコム	みらいビジネス営業本部 みらいビジネス推進部 担当部長	斉藤 佳久
委員	中国経済産業局	産業部 経営支援課 課長補佐	柿本 剛
委員	一般社団法人中国経済連合会	常務理事	宮地 宏
委員	中国四国農政局広島県拠点	総括農政推進官	森永 文雄
委員	一般社団法人中国地域ニュービジネス協議会	専務理事	横山 利幸



公益財団法人

中国地域創造研究センター

## 【参考】 調査委員会名簿 (2/3)

区分	組織名	所属・役職	氏名
委員	中国地方整備局	企画部 企画調整官	大場 慎治
委員	中国電力株式会社	地域共創本部 総括・地域経済グループ	南 涼子
委員	株式会社中国放送	経営企画室 財務部 部次長	加登 良輔
委員	東広島市	産業部 次長 兼 農林水産課長	松島 玉奈
委員	株式会社ひろぎんホールディングス	経済産業調査部 経済産業調査グループ	稲田 睦子
委員	広島ガス株式会社	技術研究所 研究員	島尾 晶裕
委員	広島県	地域政策局 地域振興担当部長	三島 史雄
委員	広島県農業協同組合中央会	営農組織支援部 担当部長	能美 優子
委員	丸紅株式会社	中国支社 支社長代理	菊池 聡
委員	山口県	農林水産部 ぶちうまやまぐち推進課 主幹	山本 美佐
委員	山口大学	地域未来創生センター 大学研究推進機構 産学公連携・研究推進センター 准教授	林 里織
オブザーバー	一般社団法人中国経済連合会	地域づくり委員会 部長	小迫 義満



公益財団法人

中国地域創造研究センター

## 【参考】 調査委員会名簿 (3/3)

区分	組織名	所属・役職	氏名
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	専務理事	大井 博文
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	理事 事務局長	福澄 博道
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	調査・研究部 調査企画グループ長	浅野 拓治
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	調査・研究部 調査企画グループ 主任研究員	小出 修司
事務局	公益財団法人中国地域創造研究センター	調査・研究部 調査企画グループ 研究員	河野 彰徳
シンクタンク	一般財団法人ちいき未来研究所	副理事長	品川 智宏
シンクタンク	一般財団法人ちいき未来研究所	調査研究部 部長	能野 昌剛
シンクタンク	一般財団法人ちいき未来研究所	調査研究部 副部長	林 一夫
シンクタンク	一般財団法人ちいき未来研究所	調査研究部 主任研究員	安岡 和政



**中国地域における農水産品の高付加価値化に向けた  
取組み推進方策検討調査報告書(概要)**

発行月：2026年3月

発行所：公益財団法人 中国地域創造研究センター

住 所：〒730-0041

広島市中区小町4-33 中電ビル3号館5階

電 話：082-245-7900

U R L：https://crirc.jp

本書の一部または全部の無断転載、複写などを禁止します。

