




第5次 沖縄県 地産地消 推進計画

令和6年度～10年度

ていだサンサン 食べたらがんじゅう 沖縄産



令和6年3月

 沖縄県

— 地産地消とは —

「地域生産、地域消費」の略語で、地域で生産された農林水産物等をその地域で消費することです。

現在では、単に地域で生産された農林水産物を地域で消費しようとするだけでなく、地域の消費者ニーズに対応し、生産された農林水産物を地域で消費しようとする活動を通じ、農林漁業者等と消費者を結びつける取組であり、これにより、地域の農林水産業への理解促進や関連産業の活性化などの効果が期待されています。



目次 CONTENTS

第1章 はじめに

- 1 計画策定の趣旨（目的）…………… 4
- 2 計画の位置づけ（法定計画）…………… 5
- 3 計画期間…………… 5
- 4 計画の推進体制と進行管理方策…………… 5

第2章 沖縄県における地産地消の現状

- 1 現在の沖縄県をとりまく環境…………… 6
 - (1) 県民意識の現状…………… 6
 - (2) 生産者の現状…………… 10
 - (3) 学校給食の現状…………… 11
 - (4) 観光関連の現状…………… 12
 - (5) 野菜の収穫量・家畜頭数・漁業生産量・きのこ類生産量の現状…………… 13
 - (6) 農業産出額及び漁業産出額の現状…………… 15
 - (7) 卸売市場における県産農林水産物の取扱の現状…………… 16
 - (8) 県内農林水産物直売所の現状…………… 17
 - (9) 中食需要の現状…………… 18
- 2 第4次沖縄県地産地消推進計画の指標の達成状況…………… 19

第3章 地産地消の課題抽出と目指すゴールの設定

- 1 第4次計画の成果と課題…………… 22
 - (方策1) 県民のニーズに応じた品質・生産量の確保と安全で安心な供給体制の構築…………… 22
 - (方策2) 地産地消と沖縄の食文化に対する消費者の理解と関心の推進…………… 23
 - (方策3) 小売等身近で出荷できる機会の拡充…………… 24
 - (方策4) 成長産業における県産農林水産物の利用の促進…………… 25
 - (方策5) 多様な主体の連携による地産地消の推進体制の確保…………… 25
- 2 第5次計画において目指すゴール…………… 27
- 3 施策体系…………… 29

第4章 地産地消推進方策と推進体制

- 推進方策1 県産品の安定的な供給と、消費者が使いやすい仕組みづくり…………… 30
 - (1) 生産者と流通・小売業者間での消費者ニーズの共有と対応…………… 30
 - (2) 消費者ニーズが高い県産食材の生産推奨…………… 31
 - (3) 県産品に関する消費者への情報発信…………… 32
 - (4) 次世代への食文化の継承…………… 33
 - (推進方策1) 【成果指標】…………… 34

推進方策2 需給バランスがとれた効率のよい流通構造の構築	35
(1) 産地・流通段階における保管・一次加工の強化	35
(2) 域内流通の合理化	36
(推進方策2)【成果指標】	36
推進方策3 各主体の連携による、県産農林水産物の利用促進	37
(1) ホテルや飲食店における県産食材の利用促進	37
(2) 学校給食における県産食材の利用促進	38
(3) 中食産業における県産食材の利用促進	38
(4) 6次産業化に取組む人材の育成・支援	39
(推進方策3)【成果指標】	40
推進方策4 多様な主体の連携による「沖縄型地産地消」の推進	41
(1) 地産地消推進県民会議の活動強化	41
(2) 沖縄型の地産地消を定義する	42
(3) 県と市町村の連携	42
(推進方策4)【成果指標】	43
第5次沖縄県地産地消推進計画の全体像及び成果指標一覧	44
SDGsの実現に向けた地産地消の取組	46
用語解説	47
【資料編】	
「地産地消」に関する県民意識調査の内容	49
沖縄県地産地消推進県民会議設置要綱	64
沖縄県地産地消推進県民会議幹事会設置要領	67

(注) 本文中の語句の末尾に「★」があるものは、用語解説に掲載しています。

第1章 はじめに

1 計画策定の趣旨（目的）

本県においては、平成18年3月に策定した「沖縄県地産地消推進計画」に続き、第2次計画（平成20年9月）、第3次計画（平成26年3月）、第4次計画（平成31年3月）にわたって、地産地消の推進に関する施策や目標値を掲げ、多様な主体と連携して様々な施策に取り組んできました。

その結果、県産食材を意識する県民の割合の増加をはじめ、直売所における販売額の増加や、地場産コーナーを設置している量販店の拡大、県産食材を積極的に活用する飲食店である「おきなわ食材の店」[★]の登録店舗数の拡大など一定の成果が現れています。また、市町村において地産地消推進に関する計画の策定が進むなど、地産地消の取組は着実に進んでいます。

しかしながら、生産者の高齢化や園芸作物の生産量が減少傾向にあることから、新規就農者を増やすなど持続可能な農業を支える体制を整え、生産量を維持する必要があることや、学校給食や宿泊施設における県産食材利用率の改善に向け、引き続き取組んで行く必要があります。

また、近年の消費者の食品に対する安全安心への高まりやSDGs[★]推進にともなう「エシカル消費[★]（※1）」の動きもあり、消費者と生産者との距離が近い地産地消の取組が求められています。さらに、物流コストの上昇や自然災害による物流システムへの影響などから、地産地消を推進し、物流の効率化や域内経済の活性化を図ることはこれまで以上に必要な状況となっています。

加えて、コロナ禍を経て、今後、観光客の回復が期待される本県においては、観光客の食のニーズを捉え、宿泊施設や飲食店等における県産農林水産物の消費拡大を図ることは、地産地消を推進する上で、ますます重要となってくると考えられます。

このようなことから、これまでの地産地消推進の成果や近年の食や農林水産業をとりまく現状等を踏まえ、生産者、流通・加工事業者、消費者、県・市町村が連携し、本県の地域特性を生かした地産地消を効率的かつ効果的に推進するため、第5次沖縄県地産地消推進計画（以下「本計画」という）を策定しました。



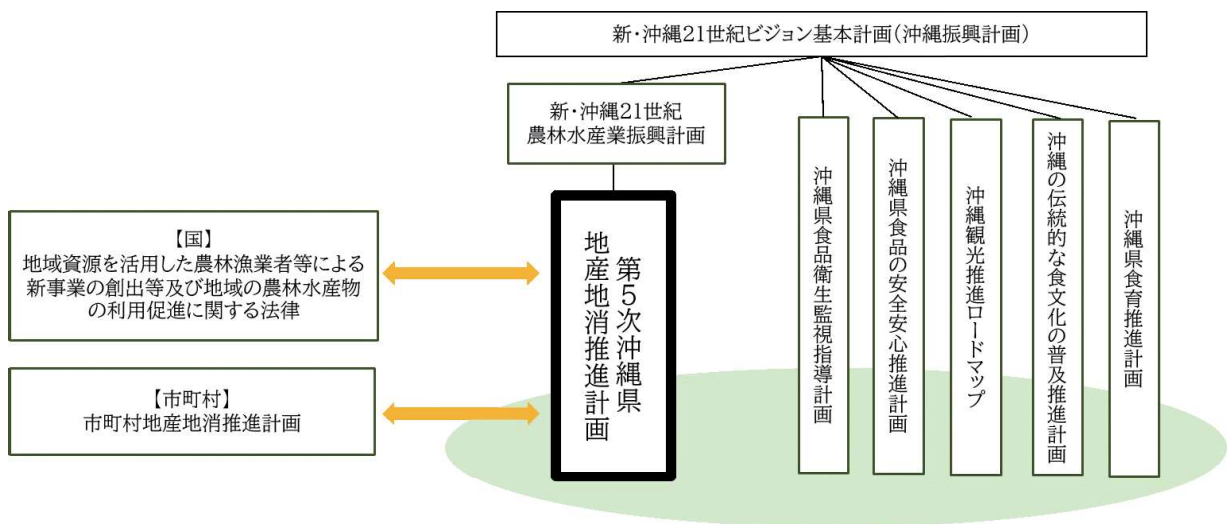
（※1）エシカル消費：消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮し、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと。

2 計画の位置づけ（法定計画）

本計画は沖縄県の総合的な基本計画である、新・沖縄21世紀ビジョン基本計画及び実施計画を補完する個別計画である「新・沖縄21世紀農林水産業振興計画」を上位計画とする、沖縄県における「地産地消」を推進する上での基本となる計画です。

また、本計画は、「沖縄県食育推進計画」をはじめとする、各種関連計画との連携を図り、本県における地産地消を推進するために作成されるものです。

加えて、「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」第41条に基づく「地域の農林水産物の利用の促進についての計画」にも位置付けられます。



3 計画期間

本計画の期間は、令和6年度から令和10年度までの5か年計画とします。

なお、計画期間中に社会経済情勢の変化等の影響が大きく、変更の必要が生じた場合には、計画の見直しを行うこととします。

4 計画の推進体制と進行管理方策

本計画の確実な推進とその進行管理は「[★]沖縄県地産地消推進県民会議」が主たる役割を担います。

本計画で定めた推進方策の柱に沿って16の成果指標を設け、計画期間の中間年度及び最終年度に進捗状況の管理を行うこととします。

第2章 沖縄県における地産地消の現状

1 現在の沖縄県をとりまく環境

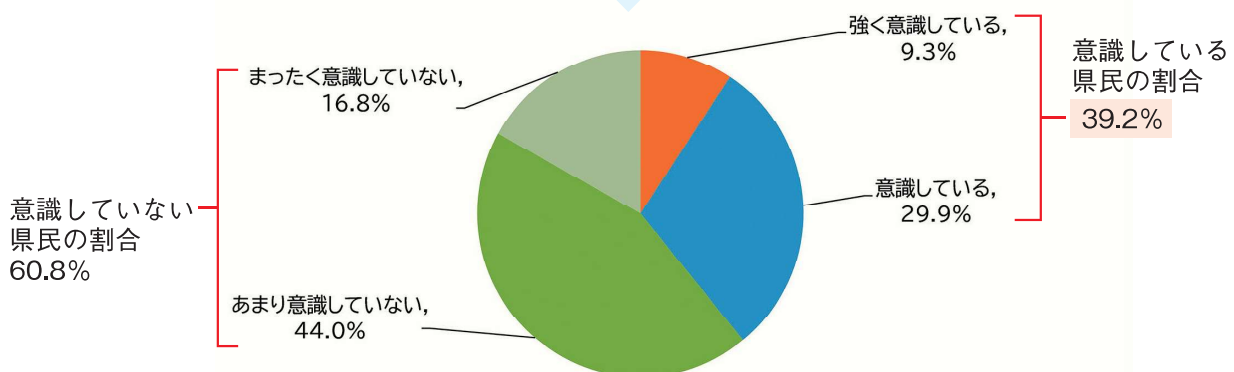
(1) 県民意識の現状

県民1,200人を対象にweb調査を行い、県産食材の印象や意識、接点などについて伺いました（巻末資料P49以降参照）。以下は調査の中から抜粋し記載しています。

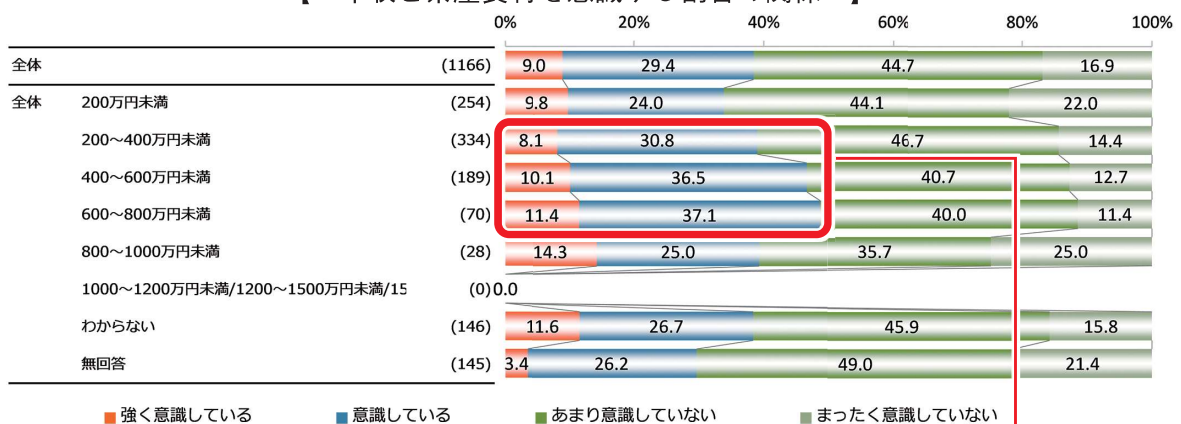
① 県産食材に対する意識について

ふだん食品を購入するときや外食される時に食材が沖縄県産であることを強く意識していると回答した県民の割合は9.3%であり、第4次計画策定時（5年前）の5%と比較し、4.3ポイント増加しました。成果指標である「県産食材を意識する県民の割合」も39.2%と目標である37%を上回っており、地産地消に対する県民意識の醸成は進んできたものと考えられます。しかしながら、意識していないと回答した県民の割合は60.8%であり、今後も地産地消に対する県民意識の向上に取り組むべきものと考えられます。

Q あなたはふだん食品（生鮮農林水産物、及びそれらを原料に使った加工品や惣菜、弁当など）を購入する時や外食をされる時に食材が沖縄県産であることを意識していますか？（N=1187）



【 年収と県産食材を意識する割合の関係 】



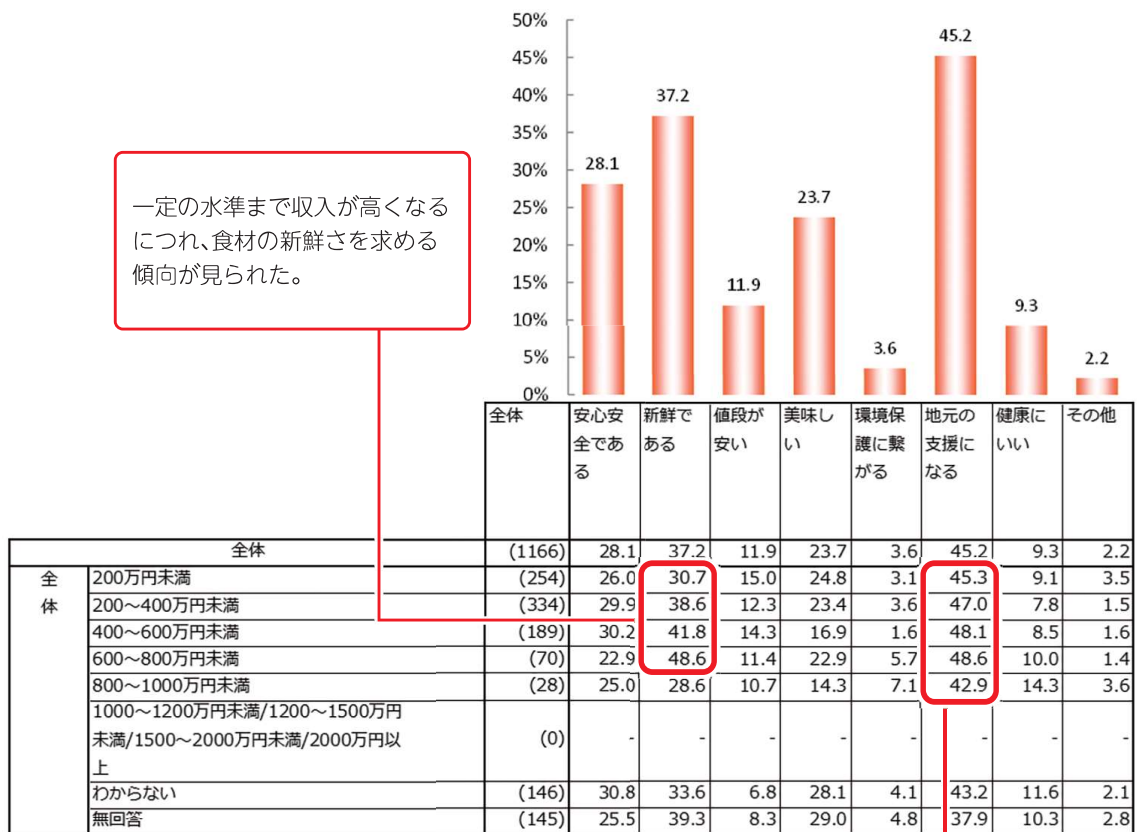
年収200万円～800万円の範囲では、年収が高くなるにつれ県産食材を意識する県民の割合は増加する傾向が見られました。

第2章 沖縄県における地産地消の現状

県産食材と聞いて思い浮かぶ印象として、「地元の支援になる」という回答が最も多く、次に、「新鮮である」「安心安全である」と続きました。収入とのクロス集計で分析すると、「地元の支援になる」という回答は各収入層で最も選択されており「エシカル消費」と「地産地消」の親和性が高いと考えます。

また、「新鮮である」という選択については収入の一定水準まで相関関係が見られました。これは前述の調査にも表れており、県民の県産食材への意識を考える上で年収との関係性は高いと考えられます。

Q 沖縄県産食材と聞いて思い浮かぶ印象について思い当たるものを2つまで選んでください。



一定の水準まで収入が高くなるにつれ、食材の新鮮さを求める傾向が見られた。

地元の支援となるという回答が各収入層で最も高い印象となった。
県産食材に対する愛着度が高いと言える。

第2章 沖縄県における地産地消の現状

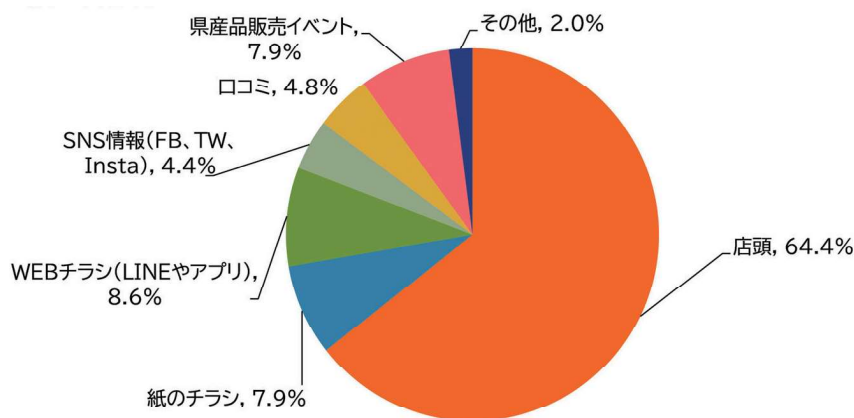
② 県産品と消費者との接点について

消費者である県民が、どのように県産品の情報を仕入れ、どこで購入しているか調査を行った結果、県産品の情報を64.4%の回答者が店頭で仕入れられていることがわかりました。

また、県産食材の購入場所としては、「近所のスーパーや小売店」が71.2%と多く、次に「道の駅や農産物直売所」が34.9%となりました。

以上のことから、回答者の多くは、県産食材の情報の入手、購入を近所のスーパーや小売店の店頭で行っているものと思われます。

Q あなたは、どのようにして沖縄県産品の情報を入手していますか (N=1187)



Q あなたは、どのようなところで沖縄県産の食材を購入していますか (複数回答可)

(N=1097)

近所のスーパーや小売店などで「沖縄県産」と表示している商品を探す

道の駅や農産物直売所に買い物に行く

県産食材を使用していると表示している飲食店や弁当屋で食事をする

県産食材を取り扱っている通信販売・ネット販売を利用する

地元食材の購入や試食ができるイベントに行く

無人販売所で購入している

親類・知人の生産者から直接買う(またはおすそわけしてもらう)

目についた時にだけ購入している

その他

