

## <平成20年度>

### 農林水産部における地産地消の主な取組実績及び今後の必要な取組みについて

平成21年6月1日  
農産物流通課

## 1 生産・流通に関する推進項目

### <ア 消費者ニーズに応じた生産拡大の促進>

#### 1 現状

- (1) 県育成オリジナル品種ぶどう「あづましずく」、日本なし「涼豊」の県内における消費拡大を図るため、消費者動向を探るべく、グループインタビューを実施し、販売戦略に活用するとともに、栽培面積の拡大を図った。
- (2) 大豆、麦については、県内加工業者と連携し、福島県産大豆使用ロゴマークの利用推進及び消費者への県産大豆製品のPR、加工適性の高い大豆奨励品種の選定、地場産小麦の中華麺への活用などを進めた。  
また、そばについては、県内のそば振興団体等と連携し、県オリジナルそば品種「会津のかおり」の生産拡大とイベント等でのPRを行った。
- (3) 「会津地鶏」及び「川俣しゃも（ふくしま赤しゃも）」の消費拡大を図るため、地鶏リーフレット等を作成してPRするとともに、県内生産者へ地鶏の雛を安定的に供給する体制を確立するため、種鶏の造成に取り組んだ。
- (4) きのことでは、県オリジナル品種の産地化を促進するとともに、消費者へのPRと、生産から流通販売までの体制の整備に取り組んだ。



「あづましずく」グループインタビュー



<県産大豆の製品のPR>



<種鶏舎（会津地鶏）>

#### 2. 成果

- (1) 消費者の購買行動に係る情報の収集と販売戦略上の課題の洗い出しを行い、今後の生産拡大対策に活用する材料を得ることができた。
- (2) 大豆については、福島県産大豆使用ロゴマークが104アイテム（21年3月末現在）まで拡大するとともに、平成21年より「あやこがね」が奨励品種に採用される見込みである。  
また、そばについては、「会津のかおり」の評価が高まるとともに、「会津のかおり」種子協議会が設立され、種子供給体制が整備された。
- (3) 「会津地鶏」が県ブランド認証産品として認証されるなどブランド認知度の向上が図られるとともに、生産者意欲の向上につながった。
- (4) きのこと産地のモデル地区を設定（20か所）し、種菌の配布と現地栽培指導を徹底した。これにより新規栽培者もでてきており、中山間地域を中心に特産物としての産地化への意欲が高まった。



<オリジナル品種きのこの試食会>

#### 3. 今後必要な取組み

- (1) 県育成オリジナル品種の独自性を生かした販売戦略による品種の定着と生産拡大
- (2) 大豆・麦については、県内加工業者との連携を密にした県産大豆・麦のPR及び活用の推進

そばについては、会津のかおりの生産拡大とともに、そば振興団体等と連携した地産地消による産地づくりの推進

- (3) 「会津地鶏」、「川俣しゃも」は、孵化場等施設の円滑な稼働と安定的な雛の供給が図られるよう支援、種鶏の造成
- (4) きのこ産地モデル地区に応じた栽培技術・販売体制の確立

## <イ 環境と共生した農業の取組支援>

### 1 現状

(1) 有機農産物、特別栽培農産物等に関する事例を紹介し、制度の周知を図り、取組みの推進を図った。

### 2 成果

(1) 県内全域に「ふくしま型有機栽培」「ふくしま型特別栽培」「エコ農産物」など、技術体系の確立と普及拡大により、産地づくりが進んできた。



有機農産物研修会

### 3 今後必要な取組み

(1) 有機農産物、特別栽培農産物、エコ農産物に関する制度周知のためのPRや消費者と生産者との絆づくり交流会等の開催

## <ウ 県産農林水産物の高付加価値化への取組み支援>

### 1 現状

- (1) 農産加工技術センターで研究開発された成果を普及させるため、果樹のペースト、ナツハゼ、大豆添加のパン等の加工技術研修により技術開発支援を行った。
- (2) 各農林事務所において地元農産物を活用した加工品の商品開発や販売戦略をテーマとした研修会を開催した。
- (3) 農業者の加工品への取組み意欲の高揚や情報交換のため、農産物加工品コンクールを開催した。

### 2 成果

- (1) 受講生は農産物加工研修で得た知識を生かし、販売に向けた活動を行っている。また、新商品の開発にも活かされている。
- (2) アグリビジネスの一環として農産物加工へ取り組む意欲の高い農業者が増えてきた。
- (3) 農産物加工品コンクールの出展や出展者同士の交流により、生産者の意欲向上につながった。

### 3 今後必要な取組み

- (1) 食文化の伝承もあわせた伝統食や伝統食材を活用した加工技術の普及
- (2) 農産物加工施設の運営能力の向上支援及び商品PR機会の確保
- (3) 農産物加工者の交流会の開催



米粉パンの研修

加工者の交流会



農産物加工品コンクール最優秀賞作品

## <エ 卸売市場等を核とした地産地消システム構築の支援>

### 1 現状

学校給食センター等との連携による卸売市場からの県産農産物の供給体制の推進を図った。

### 2 成果

学校給食等における県産農産物の確保において、直売所のみでなく卸売市場への情報提供により供給体制の充実を図ることにより、県産農産物の利用率向上につながった事例がでてきた。

### 3 今後必要な取組み

集団給食等における卸売市場の県産農林水産物の供給体制の確立

## <オ 直売所施設（インショップを含む）の多彩な機能発揮の支援>

### 1 現状

- (1) 直売所運営者等へ作付講習会、適正表示、販売PR、経営管理等の研修会を開催し、運営者の資質向上を図った。
- (2) 直売所ネットワークの活動支援を行い、販路の拡大や連携強化を図った。

### 2 成果

- (1) 効率的な計画出荷、作付計画の啓発ができた。
- (2) ネットワークへの参加により、他の地域や直売所の運営方法等情報交換することができ、参加者のよい刺激となった。

### 3 今後必要な取組み

- (1) 農産物直売所、農産物加工施設運営者の資質向上の支援
- (2) 直売所・農産物加工施設をPRする機会の確保
- (3) 直売ネットワーク活動の支援



ハタケシメジ栽培研修（県南）



直売所運営セミナー（会津）



マコモタケ栽培研修会（県南）



野菜・花き研修（いわき）



直売ネットワーク先進地研修（南会津）

## 2 利用拡大に関すること

### 1 現状

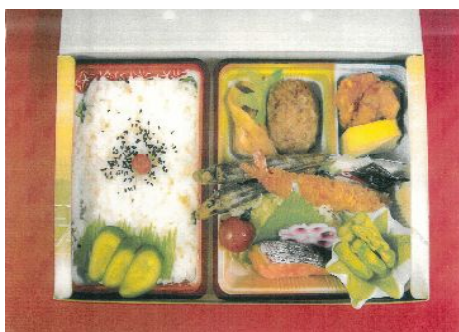
- (1) 会議等の茶菓、弁当、コンクールの記念品、県農業総合センター農業短期大学校食堂において県産品を積極的に利用した。
- (2) 公共事業や公共施設において、間伐材を活用した施設整備・製品の導入を推進した。
- (3) ペレットストーブの民間施設への導入を支援し、県内の木質バイオマス利用を促進した。

### 2 成果

- (1) 県産品利用の意識は、定着してきており、あらゆる機会を活用して利用促進を図っている。
- (2) 県内各方部の県有施設に県産間伐材を使用したテーブルやベンチ、ブックスタンド等を導入した。
- (3) ペレットストーブの普及とともにバイオマス利用を着実に促進することができた。

### 3 今後必要な取組み

- (1) 県産品の利用を念頭においた物品調達努力の継続
- (2) 各部署及び県有施設等に対する県産品の利用拡大についてのPR
- (3) 木質バイオマス利用をさらに促進するためのペレットストーブの導入支援



緑の少年団全国大会での「地産地消弁当」提供



「ほっとスペース」間伐材使用製品の設置（会津農林）



ペレットストーブの導入推進



林道開設事業での間伐材利用（法面保護工）

### 3 食育推進との連携による消費拡大に関すること

#### <ア 生産者と消費者との絆づくりによる消費拡大>

##### 1 現状

「ふくしま食と農の絆づくり運動」を地域で浸透させるため、各農林事務所が各団体・関係機関と連携し、地方の特色を生かした消費者と生産者の交流促進を図るなど、様々な取組みを展開した。

また、農業体験や料理教室等の実施により、県産農林水産物の消費者の理解を深め、消費拡大を図った。

##### 2 成果

旬の地元の農産物に着目し、農林水産業の大切さや食の安全・安心確保に向けた取組みなどを消費者の理解を深めることができた。また、生産者も消費者との交流を持つことにより、各自の取組みを見つめなおす良い機会となっている。

##### 3 今後必要な取組み

生産者と消費者・実需者の交流会等の開催



「県北あぶくま農業応援隊」  
県北農林事務所



「園芸産地応援学習会」  
県中農林事務所



「米粉セミナー」  
県南農林事務所



「ボナペティあいづ」  
会津農林事務所



「森と大地の恵み体験ツアー-南会津 2008」  
南会津農林事務所



「大地の恵み in 相双」  
相双農林事務所



「大豆づくり体験」  
いわき農林事務所



「園芸産地応援交流会」  
食との絆づくり運動産地交流会

## <イ 食文化の継承や日本型食生活の普及・啓発を通じた消費拡大>

### 1 現状

- (1) 地域の特徴を活かした様々な体験・交流活動を展開することにより、地域の食材や食文化の良さなどを理解する一連の活動を「食の楽校（がっこう）」と称し、県内各方部7小学校で実施した。
- (2) 米飯を中心とした地産地消型学校給食メニューのモデルを開発し、県内4小中学校のモニター校での試食・アンケートを実施したほか生産者との交流会を実施した。
- (3) 若年層の地産地消や健全な食生活の推進を目的に、高校生を対象とした「食彩ふくしま弁当チャレンジコンテスト」を実施した。また、量販店の協力を得て、コンテスト入賞作品のレシピを店内掲示・配布を行い、地産地消のPRを実施した。
- (4) 教育庁事業「キッズ野菜ソムリエ講座事業」において、各教育事務所で開催する管内の子どもや保護者を対象にした食農体験の実施を農林事務所支援した。

### 2 成果

- (1) 対象地域における関係者・団体のネットワークが形成され、体験活動や交流が円滑に実施された。
- (2) 生産者との交流により、児童や保護者の地元農産物の理解や食べ物へ感謝の気持ちが深まった。  
また、モデルメニュー作成の過程で、栄養士と生産者、農林事務所など関係機関との連携を強化したことで、地元農産物の利用率が向上し、かつ郷土食を見直すことにより食文化の伝承につなげることができた。
- (3) コンテストの応募を機会に、地元農林水産物を見直すことができた。
- (4) 親子で事業に参加したことから、地産地消の大切さを学び、家庭での学習へと繋がった。

### 3 今後必要な取組み

- (1) 児童・保護者・学校及び協力者等の連携を図るための仕組みづくり
- (2) 若年層をターゲットにした食農教育の場の設定やアプローチ



食の楽校（がっこう）



米飯給食地産地消メニュー



弁当コンテスト入賞者

## <ウ 学校給食、病院、福祉施設等における県産農林水産物の利用促進>

### 1 現状

- (1) 県内の企業社員食堂や病院、福祉施設を訪問し、食堂・給食等における県産農林水産物の利用促進を図った。また、訪問後の要望等についてフォローアップを行った。
- (2) 浜通り及び浜通り近隣市町村の小中学校で実施する地元水産物（ホッキガイ、コウナゴ、サケ、カレイ等）を使用した学校給食への支援を行った。
- (3) 学校給食等における食材情報の提供や、生産者との意見交換の場を設けることにより、給食における地元農林水産物の利用率の向上を図った。

## 2 成果

- (1) 「地産地消」強化期間や「ごはんの日」をPRしたことにより、県産農林水産物の理解も深まり、メニューでの産地表示や「地産地消メニュー」の提供を実施するところが増えてきた。
- (2) 地元水産物を使った学校給食を提供することにより、漁業に対する理解や魚の栄養などを直接学機会を与えることができた。
- (3) 集団給食等への農林水産物の情報提供により、県産農林水産物の利用拡大につながった。

## 3 今後必要な取組み

- (1) 集団給食等への県産農林水産物利用促進
- (2) 学校給食等における食材情報の充実や供給体制の整備



県産水産物を使用した学校給食メニュー      社員食堂における地産地消メニューの提供      社員食堂における産地表示

## <エ 「食」「農」に関する人材の育成・確保>

### 1 現状

- (1) 「食と農に関するボランティア」等への活動に関する情報提供を実施した。

### 2 成果

- (1) (旧) 食農サポーター等、ボランティア活動のニーズに対応することができた。

### 3 今後必要な取組み

- (1) 「食」「農」に関するボランティアや講師等の情報提供
- (2) ボランティア等と連携した消費者にもわかりやすい資料の作成

## 4 食品産業・観光産業等との連携による関すること

## <ア 「食」関連事業者との連携強化における県産農林水産物>

### 1 現状

- (1) 介護食をテーマとした商品開発について、食品加工業者と連携し、病院・福祉施設の商品ニーズを的確に把握しながら実施した。
- (2) 地産地消強化期間や毎月8日の「ごはんの日」の普及啓発を図るため、県産農林水産物を活用している「食彩ふくしま地産地消推進店」を公募・認定し、県産農林水産物の利用促進とPRを図った。また、推進店の一覧パンフレットを作成し、県内道の駅等への配布を行い、周知を図った。
- (3) 大豆実需者と生産者との情報交換の場を設定し、県産大豆の利用促進を図った。また、県内大豆加工業者に対して福島県産大豆使用ロゴマークの利用を推進した。
- (4) 菓子パン事業者や飲食店などを対象に、県産米粉を使用した商品開発検討会や米粉製品のPR活動を行った。

## 2 成果

- (1) 商品開発の上で、病院や福祉施設など利用者がモニターとして関わってもらったことから、ニーズにあった商品開発が行うことができ、商品としての取引も成立するなど成果を上げることができた。なお、病院食や介護食における県産農林水産物のニーズは高いので、利用率を向上させるには一次加工等商品の開発が期待されている。
- (2) 「食彩ふくしま地産地消推進店」を92店舗認定した。各店舗での積極的な地産地消メニューの提供を行った。
- (3) 福島県産大豆使用ロゴマークの申請アイテム数は昨年よりも増え、104件となった。実需者と生産者との交流により新たな取り組みが行われた。
- (4) 米粉商品の開発支援を行ったことにより、米粉製品の認知度向上が図られた。また、様々な場面での米粉製品導入の理解促進が図られた。  
しかし、県産米粉使用の拡大を図るためには、大口需要者の開拓と米粉の流通ルートの確立も必要である。

## 3 今後必要な取組み

- (1) 農商工連携による県産農林水産物を使用した商品の開発支援
- (2) 「食彩ふくしま地産地消推進店」認定による「地産地消」及び「ごはんの日」のPRと県産食材の利用促進
- (3) 生産者と実需者との連携強化による県産大豆使用の推進
- (4) 米粉製品のPR及び商品開発支援と米粉流通ルートモデルの構築



食品産業との連  
業との連携による商品開発  
(アスパラガスピューレ)



携による商品開発



(鮭と長いものつみれハンバーグ)



食品産



食彩ふくしま地産地消推進店  
認定証



米粉プレゼンテーション会



米粉セールスプロモーション  
(県中農林)

## <イ 観光・レクリエーションを通じた県産農林水産物の利用拡大>

### 1 現状

- (1) 旅館ホテル組合主催の「地産地消セミナー」において、県産食材PRを行い、ホテル旅館等における地産地消を推進した。
- (2) 観光旅館等での県オリジナル品種でウェルカムフルーツ等のおもてなしを実施し、消費者へのPRを図った。
- (3) 観光協会等との連携により農業体験、農産物の提供・販売等などのオプションツアーを実施した。

## 2 成果

- (1) 旅館ホテル組合等が主催する研修会へ参加したことにより地産地消の推進や県産農林水産物のPRを図ることができた。
- (2) 観光業との連携という新たな視点により、効果的にオリジナル品種の知名度向上を図ることができた。
- (3) 観光協会等からのツアー等に農業体験や直売所訪問などオプションツアーの取組みが増えてきた。  
また、観光物産展等の開催において、農林水産物のPR連携も図ることができた。

## 3 今後必要な取組み

- (1) 旅館ホテル等との連携による県産農林水産物の利用促進
- (2) 観光協会等との連携による農林水産業体験等による消費者への理解促進
- (3) 観光物産等における県産農林水産物のPR



旅館ホテル組合地産地消セミナー



県オリジナル品種ぶどう「あづましずく」ミニツアー

## 5 情報発信に関すること

### <ア 県産農林水産物等のトータルPRの展開>

#### 1 現状

- (1) 地産地消強化期間等を中心に県民や団体等の自主的な取組みを推進し、県産農林水産物のPRを図った。
- (2) 有機農産物生産者と実需者や消費者との交流を実施し、有機農産物の販路拡大や有機農産物等への理解促進を図った。
- (3) 「環境と共生する農業」の取組みによって生産された農産物について勉強会を開催し、あらゆる機会を捉え、パンフレットやリーフレット等の配布によるPRを実施した。
- (4) メールマガジン「ふくしま食農通信」の配布等各種情報の提供を行い、県産農林水産物のPRを図った。県産農林水産物の総合パンフレット「ふくしまの農林水産物」を作成し、集団給食事業や食品製造業者等へ配布した。

#### 2 成果

- (1) 県民や団体等の自主的な地産地消の取組みが行われた。  
また、県庁消費組合食堂における「地産地消定食」の提供が始まり、職員への地産地消の意識啓発や県民への取組み支援をPRすることができた。
- (2) 実需者や消費者において有機農産物へ理解促進が図られた。
- (3) 生産者をはじめ、消費者にも「環境と共生する農業」の理解が促進され、生産者の取組みも増えてきている。
- (4) 各種の情報提供を行うことにより、県産農林水産物のPRが図られた。また、今後より一層の認知度向上のためには効果的な情報提供が必要である。

### 3 今後必要な取組み

- (1) 県民や団体等の自主的な地産地消活動の支援
- (2) 生産者、消費者への有機農産物等の理解促進
- (3) 「環境と共生する農業」の取組み推進
- (4) あらゆる機会を活用した充実した各種情報の提供



旅館ホテル組合の「地産地消推進セミナー」



有機農産物ツアー（いわき）



環境と共生した農業のPR  
(食彩ふくしま地産地消フェスタ 2008)



そばオリジナル品種「会津のかおり」  
パンフレット



環境と共生する農業パンフレット



総合パンフレット

## <イ 「うつくしま農林水産ファンクラブ会員」を核とした県民参加による「地産地消」の推進>

### 1 現状

あらゆる機会を活用し「うつくしま農林水産ファンクラブ」会員の募集を行った。

### 2 成果

「うつくしま農林水産ファンクラブ」会員数も1, 827名（平成21年3月末）となり、事業所会員も増加し、会員としての活動を積極的に展開する会員もでてきた。

### 3 今後必要な取組み

- (1) 「うつくしま農林水産ファンクラブ会員」の会員拡大の推進
- (2) 会員の活動事例のPR

<事業所会員の活動事例>



県庁消費組合食堂「地産地消定食」



まちなか宝生園の地産地消フェスタ



(株)宝来屋の郡山産食材の味噌汁

## ＜ウ 「地産地消」の優良事例等の取組みの積極的紹介による効果的な推進＞

### 1 現状

「地産地消」の優良事例として表彰事業等への推薦を行った。

### 2 成果

- (1) 「地産地消優良活動表彰事業」では、本県が推薦した「相馬地方調理師会（南相馬市、相馬市、相馬郡）」が農林水産省総合食料局長賞、「東産直の会企業組合（白河市）」が東北農政局長賞を受賞した。

なお、受賞団体においては、構成員の地産地消への意識の高揚がより図られた。

- (2) 「地産地消の仕事人」として、本県より（社）全日本司厨士協会関東総合地方本部福島県本部長の山際博美氏を推薦し、認定を受けた。

### 3 今後必要な取組み

- (1) 表彰事業への推薦や、優良事例の情報収集と情報発信による地産地消の推進



総合食料局長賞受賞  
「相馬地方調理師会」



東北農政局長賞受賞  
「東産直の会企業組合」



「地産地消の仕事人」認定  
全日本司厨士協会福島県本部山際博美氏

農林  
水産省

## ＜エ 「地産地消強化期間（10月、11月及び毎月8日）を中心としたキャッチフ

### ーズやキャラクター等の活用による積極的なPR活動の展開＞

### 1 現状

- (1) 「地産地消強化期間」を中心に、「食彩ふくしま地産地消フェスタ2009」をはじめ、県内各地で地産地消推進のためのイベント等を関係団体等との連携により開催し、消費者への県産農林水産物や取組み等についてPRを行った。
- (2) キャッチフレーズ、などのキャラクターを使用した啓発資材やパンフレット等を活用し、地産地消の積極的なPRに努めた。

### 2 成果

- (1) 直売所・加工施設・関係団体等との連携強化により総合的なPRが行うことができ、より効果的に県民への県産農林水産物のPRが図れた。
- (2) キャッチフレーズやキャラクターにより「ごはんの日」「いいもの発見うつくしま」など、より効果的に周知することができた。

### 3 今後必要な取組み

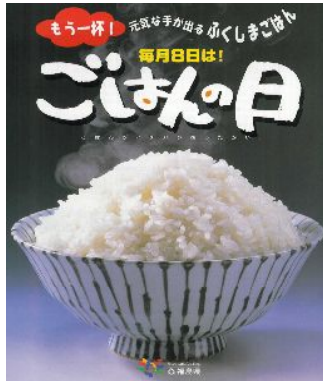
- (1) あらゆる機会を利用した生産者と消費者等が交流する機会の提供
- (2) 啓発資材やパンフレットの活用したより積極的なPR活動の実施



食彩ふくしま地産地消フェスタ  
(米粉かりんとうづくり体験)



食彩ふくしま地産地消フェスタ  
(あんぽ柿づくり体験)



「ごはんの日」パンフレット



食彩ふくしま地産地消推進店  
パンフレット



「いいもの発見うつくしま」ミニのぼり

地産地消強化期間のぼり →



食彩ふくしま地産地消推進店での  
ミニのぼりの掲示

