

# 福島県農林水産部における「地産地消」の推進方向 について<平成20～22年度>

平成19年10月29日策定  
平成20年4月1日改正

福島県農林水産部地産地消推進会議

## 1 策定の趣旨

福島県は、平成14年6月10日に「福島県地産地消推進プログラム」を策定（平成17年11月14日改訂）し、各部局等の主体的な取組みと連携により、県政のあらゆる分野に地産地消を展開してきたところである。

また、福島県農林水産部では、平成14年4月8日に「福島県農林水産部における『地産地消』推進のための取組方針」を策定（平成18年3月20日最終改正）し、県産農林水産物の積極的な消費・利用の拡大による本県農林水産業の活性化に関する取組みを積極的に展開してきたところである。

その結果、「地産地消」の概念が広く県民に浸透するとともに、農産物直売施設数の増加や「食」関連産業における多様な取組みなど、多くの成果が認められるところである。

しかしながら、実際の消費行動に結びついていないことや、「食」関連事業者への一層の情報提供が必要であることなどの課題も指摘されている。

さらに、最近においては県産農林水産物の流通販売対策や食育推進等の面からも、「地産地消」の一層の推進が期待されるところである。

こうした今までの経過と課題を踏まえ、県産農林水産物の生産振興と消費拡大に加え、生産と消費のより一層密接な関わりや伝統的な食文化の継承等、「食」と「農」についての認識を深める新たな動向も加え、今後の「地産地消」を効果的に展開するため、本推進方向を定めるものである。

## 2 農林水産部における推進内容

### (1) 生産・流通に関すること

（消費者ニーズに対応した生産の振興を図るとともに、流通体制の整備促進を図る。）

- ア 消費ニーズに応じた生産拡大の促進
- イ 環境と共生した農業の取組支援
- ウ 県産農林水産物の高付加価値化への取組支援
- エ 卸売市場等を核とした地産地消システム構築の支援
- オ 直売施設（インショップ等も含む）の多彩な機能発揮の支援

### (2) 利用拡大に関すること

（県産農林水産物を県自ら利用することを通じて、広く消費者や実需者への啓発により利用拡大を図る。）

- ア 県の物品調達面での県産農林水産物の積極的な利用
- イ 公共事業や公共施設等における県産農林水産物の積極的な利用
- ウ 県産木材・木製品等の利用促進

### (3) 食育推進との連携による消費拡大に関すること

（生産者と消費者との共生による農林水産業への理解促進を通して、県産農林水産物の消費拡大を図る。）

- ア 生産者と消費者との絆づくりによる消費拡大
- 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
- 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
- エ 「食」「農」に関する人材の育成・確保

- (4) 食品産業・観光産業等との連携に関すること  
 (県産農林水産物や地場産品を改めて見直し、広く「食」に関連する事業者との連携を深め、地域経済を支える農林水産業の活性化を図る。)  
 ア 「食」関連事業者との連携強化による県産農林水産物の利用促進  
 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  
 ウ 交流施設等を活用した県産農林水産物の利用拡大
- (5) 情報発信に関すること  
 (県産農林水産物等の良さを広く啓発するため、各種広報媒体等を活用した効果的な情報提供の充実を図る。)  
 ア 県産農林水産物等のトータルPRの展開  
 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  
 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  
 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レ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

### 3 「地産地消」推進により期待される効果

「地産地消」の推進に当たっては、次の三つの期待される効果を視野に置き、積極的に展開するものとする。

- (1) 地域の活性化  
 消費者・実需者ニーズに対応した生産振興と地場流通の拡大  
 地域の農林水産業を支える多様な人材の育成・確保  
 県産農林水産物の利用をベースとし、地域の創意工夫を活かした多様な産業の育成
- (2) 食育の推進  
 バランスのとれた日本型食生活の普及・啓発  
 体験交流等を通じた農林水産業への理解促進  
 食へ感謝する心や郷土愛の醸成
- (3) 環境との共生  
 安全・安心な県産農林水産物の購入意欲の拡大  
 農林水産業の環境負荷軽減対策への寄与  
 環境と共生し持続的な農林水産業の維持・発展

### 4 数値目標

「地産地消」の推進に当たっては、次に掲げる目標に向け、部内一体となって効果的な各種施策を展開するものとする。

- (1) 県産農林水産物に対する優先的購入率

現状 (H19)  
33.5%

目標 (H22)  
40%以上

現状：H19年度 県政世論調査結果より

[消費者による県産農林水産物の優先的な購入は、生産者の意欲向上や、輸送・販売資材等の環境負荷軽減にもつながることから設定した。]

(2) 学校給食における県産農林水産物の利用率

現状 (H15)  
33%

目標 (H22)  
40%以上

現状：H15年度 学校給食における地場産物活用状況等調査より

〔「福島県食育推進計画」の基本目標と整合を図った。〕

(3) 直売施設における販売額

現状 (H17)  
60億円

目標 (H22)  
70億円以上

現状：H17年度 農産物直売施設調査結果より

〔直売施設の多様な機能の発揮による販売額の拡大は、地産地消の推進を測る主要な指標であるため設定した〕

## 5 推進体制

農林水産部においては、次の推進体制により「地産地消」の効果的な推進や適切な進行管理を行うものとする。

(1) 農林水産部での推進体制

ア 本庁における推進体制

「福島県農林水産部地産地消推進会議」は、毎年度の取組状況を9月末及び年度末に評価・検討する。

農産物流通課は、農林水産部内の地産地消推進の窓口となり、部内、関係各部署及び関係機関・団体との連携調整を図る。

本庁各課(室)は、「推進方向」に基づき所管する各種事業を積極的に展開するとともに、関係する団体等において主体的な取組みが行われるよう助言・指導を行う。

イ 地方における推進体制

農林事務所(企画部地域農林企画課)は、地方における農林水産部の窓口となり、部内、関係各部署及び関係機関・団体との連携調整を図る。

部内の出先機関は、「推進方向」に基づき、担当する各種事業を積極的に展開する。

(2) 関係機関・団体等と連携した推進体制

「食彩ふくしま地産地消推進会議」(本庁)

「食彩ふくしま地産地消推進会議」において、広く民間団体等の参画・協力を得ながら横の連携を図り、農林水産分野での「地産地消」を効果的に推進する。

「ふくしま食と農の絆づくり運動地方推進本部」(地方)

「ふくしま食と農の絆づくり運動地方推進本部」において、関係機関・団体との連携を図りながら、地方における取組みの着実な推進を図る。

## 6 推進期間

平成20年度から平成22年度までの3年間とする。