



地産地消運動の推進による 農林水産業の振興



— 新・とやま地産地消推進戦略 —

「地産地消運動の推進による農林水産業の振興」を目指して

農業や食に対する関心が年々高まっているなか、健全な食生活の実現や消費者と生産者の信頼関係を構築させるためには、より安全な県産品の生産と消費の拡大が重要です。

このため、県では、平成21年6月に設置した「とやま地産地消県民会議」での提言を受けて、「とやま地産地消推進戦略」を策定し、「県民ぐるみで地産地消で県産品を大きく育てる地産地消運動」に取り組んでまいりました。

農林水産業や農山漁村を取り巻く情勢が大きく変化するとともに、北陸新幹線の開業という大きな変化を迎える中、「新・とやま地産地消推進戦略」を策定(平成27年3月)し、今後、この戦略をもとに県産品の生産・供給及び消費の拡大を推進していきます。

現状と課題

■県産食材への期待の高まり

近年、食品偽装や農薬残留など、食品に関わる事件・事故の発生により、県民の食品の安全に関する関心が高まっており、生産者の顔が見える県産品の安定した供給に対する期待が大きくなっています。

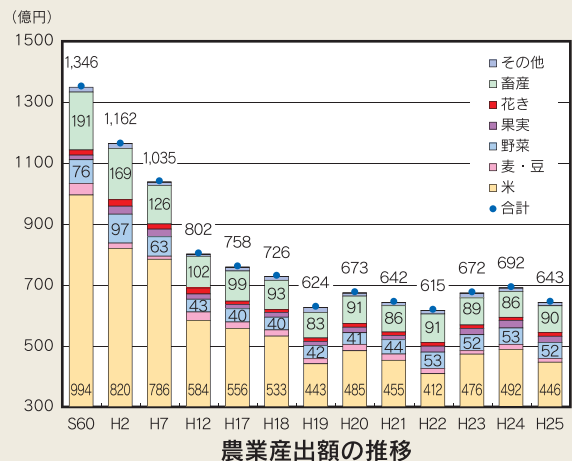
また、北陸新幹線開業により県外からの観光客等の来県者が一層増加することが見込まれており、県産品のさらなる消費拡大が期待されるため、来県者に「とやまの食」を積極的にPRする必要があります。

より安全な農産物の安定供給のため、多様な消費者ニーズに対応した生産供給体制の整備の強化が必要です。

■園芸生産の拡大等、バランスのとれた生産構造へ

富山県の農業生産は、全国一高い水田率(平成25年度95.8%)などから米に特化しており、米の農業産出額は全体の約7割を占めています。

県民のより安全で新鮮な県産野菜や果実等への期待が大きくなっていることから、新たな園芸生産等の拡大を図り、バランスのとれた生産構造に誘導していく必要があります。



資料：「富山農林水産統計年報」(北陸農政局)

■直売・6次産業化の取組拡大

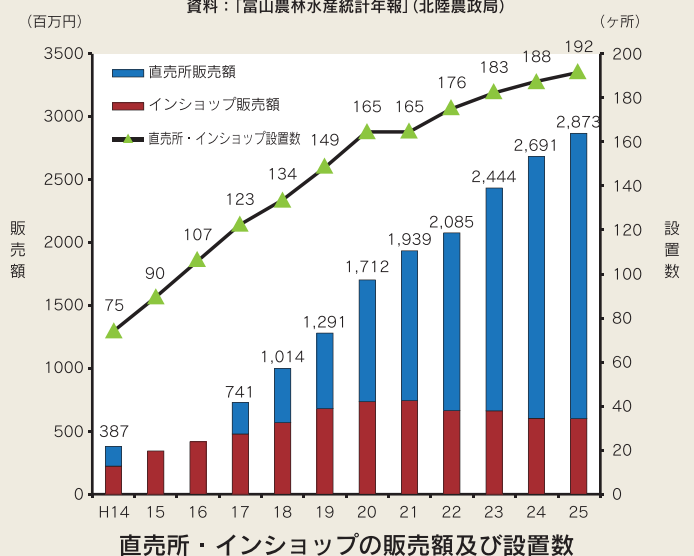
生産者がお客さんと対面販売する「直売所」や、スーパーなどに設置されている「インショップ」の設置数や販売額が増加するとともに6次産業化の取組みの輪が広がっています。

農産物の安定供給と品質向上や農産加工品の開発・販売を強化し、それぞれの直売所の発展段階に応じた運営の支援を行い、消費者の満足度を高める取り組みを推進するほか、6次産業化や農商工連携の一層の推進に取り組む必要があります。

■農山漁村の活性化

国民・県民の価値観やライフスタイルが多様化するとともに、田舎暮らしや食の安全に関する関心が高まっており、豊かな自然や美しい景観、優れた伝承文化等に恵まれた農山漁村地域がその受け皿として期待されています。

それぞれの地域の資源と特色を活かした生産活動の維持に取り組むとともに、グリーンツーリズムなど都市住民との交流の促進による活性化が必要です。



資料：「直売所の設置・販売状況調査」(農産食品課・農業技術課)

新・とやま地産地消推進戦略のポイント

～地産地消運動の推進による農林水産業の振興～

生産・供給体制の強化 ～食料自給率の向上～

- 消費者ニーズに応じた地域の特色を活かした野菜・果実などの生産拡大
- 安全な農林水産物の生産拡大と供給体制の整備
- 直売活動の充実や、契約販売など新たな流通チャンネルの開拓
- 耕作放棄地の利活用・発生防止と地域特産物の創出

主な県の取組み

- ・ 農協主導による大規模園芸産地づくりの推進（1億円産地づくり）
- ・ 適正な農業生産活動の実践（とやまGAP）の推進
- ・ 市場流通や直売、契約販売等の多様な販売体制づくりの支援
- ・ 耕作放棄地や遊休農地を活用した薬用作物等の作付けやその利用支援

新たな県産品の活用 ～評価・認知度の向上～

- 6次産業化などの推進による魅力ある商品・サービスの提供
- 地域特産品の差別化や表示の適正化、食品産業の振興
- 来県者に向けた農林水産業や食の魅力のPRと県産品の利用拡大

主な県の取組み

- ・ 6次産業化や農商工連携、農村女性起業化への支援
- ・ ふるさと認証食品の登録等による食品産業の振興
- ・ 県内外のホテル・レストラン等への県産食材・商品のPRと利用拡大

生産者と消費者の活動促進 ～県民運動の展開～

- 県産食材に対する理解の促進と優先的に選択する環境づくり
- 県産食材の利用拡大を推進する気運の醸成と食文化の理解の促進
- 多様な人材の参画による農山漁村の活性化

主な県の取組み

- ・ 地産地消「とやまの旬」応援団の登録と県産品購入ポイント制度の推進
- ・ 都市住民や子ども達と農村との交流の推進
- ・ 「とやま食の匠」の認定、派遣等による食文化の伝承活動の推進
- ・ 旬の食材やイベント開催の情報のメールやホームページでの発信

●基本施策と推進施策

1 農林水産物の生産拡大

- 次代を担う新たな農林漁業者を確保・育成します。
- 富山ならではの魅力ある品目など新鮮でより安全な農林水産物の生産を拡大します。



機械による玉ねぎの収穫作業

- 園芸産出額
87億円(H25) → 110億円(H33)
- 1億円産地づくり戦略品目総販売金額
6億円(H25) → 20億円(H33)

2 より安全な県産品の生産体制の確立

- 消費者等に信頼される農産物を供給するため、生産資材の適正使用や農産物の衛生的な取り扱いなど、富山県適正農業規範に基づく適正な農業生産活動の実践(とやま^{ギャップ})の取組を通じた安全な農産物の生産を推進します。
- 環境保全効果の高い農業に取り組むエコファーマー等の育成を推進します。
- エコファーマー延べ認定者数
3,279人(H25) → 4,000人(H33)



5 6次産業化や農商工連携による魅力ある商品・サービスの提供

- 6次産業化や農商工連携による商品・サービス開発、販路開拓、加工機材や加工販売施設等の整備に支援します。



農家レストラン・カフェの開設

- 6次産業化による年間販売金額
91億円(H24) → 500億円(H33)
- 農村女性起業数
164件(H25) → 200件(H33)

6 食品産業の振興

- ふるさと認証食品の生産・販売の拡大を支援するとともに、消費者へのPRを推進し、富山ならではの商品の育成を図ります。



- 「ふるさと認証食品」とは県内で生産される良質な農林水産加工食品について、一定の基準(主原料が県産100%であること、県内で製造されている等)を満たした地域特産品です。



認証マークと「ふるさと認証食品」

- ふるさと認証食品の商品数
322商品(H25) → 350商品(H33)

8 県民運動としての気運高揚

- 「とやまの旬」応援団の登録を推進し、地産地消運動の拡大に努めます。
- 「県産品購入ポイント制度」により、県産品を優先的に選択する運動を推進します。



地産地消県民交流フェア

- 県産品を意識して購入する人の割合
60.1%(H26) → 80%(H33)
- 地産地消「とやまの旬」応援団登録者
1,119企業・団体(H25) → 1,500企業・団体(H33)
1,955個人(H25) → 5,000個人(H33)

9 学校給食などでの県産食材利用拡大

- 給食事業者や病院・福祉施設などと連携した県産食材の活用拡大などに取組みます。
- 栄養教諭の計画的な配置により、家庭・地域と連携した食育・地産地消活動を推進します。



- 学校給食での県産食材活用量
564t(H25) → 700t(H33)

3 直売や契約的な生産販売の拡大

- 直売やインショップ活動の拡大と充実に努めます。
- 消費者・実需者ニーズを把握し、直売メリットを活かした多種多様な商品づくりを支援します。



直売所における地産地消の推進

●直売所・インショップ販売額
28.7 億円 (H25) → 32 億円 (H33)

4 耕作放棄地の発生防止・利活用

- 中山間地域直接支払制度等を活用し、農業生産の維持や耕作放棄地の解消を図ります。
- 企業や市民団体等と集落・地域との連携による遊休農地の有効活用や地域の活性化を推進します。



耕作放棄地の復元・除草作業

●中山間地域直接支払 協定締結集落数
395 集落 (H25) → 410 集落 (H33)

7 来県者による県産品の消費拡大

- 来県者が求める富山らしい食の提供を進めるとともに、県産品の知名度向上と利用拡大を図るため、県内外の実需者と県内生産者マッチングとの商談会を開催します。
- 県産品の活用拡大を目的とし、県産食材を提供する店舗を積極的にPRします。



県産食材協力店

●県産食材提供協力店舗数
1,356 店 (H25) → 1,850 店 (H33)

11 食文化の継承・発展

- 「とやま食の匠」の派遣等により、ふるさとの食文化の普及に努めます。



「伝承の匠」による料理実演

「とやま食の匠」とは
特産品の生産や、郷土料理、県産食材を使用した加工食品や創作料理について優れた技術・技能を有する方(団体)を認定しています。

●「とやま食の匠」認定数
165 個人・団体 (H25) → 180 個人・団体 (H33)

10 交流活動の支援

- 都市住民や子どもたち、企業等の農林漁業体験や交流活動を促進します。
- 学校農園などの活用により、子どもたちと生産者との交流を図り、生産から消費までを通じた食への関心を高めます。



農山村での農作業体験

●農林漁業等体験者数(延べ人数)
49,400 人 (H25) → 54,000 人 (H33)

12 情報発信の強化

- 「越中とやま食の王国」ホームページにおいて、農林水産物の旬の情報を掲載するなど、富山の食の魅力を積極的に発信します。



ホームページのトップ画面

●越中とやま食の王国HPへのアクセス件数
20,000 件 / 月平均 (H25)
→ 41,000 件 / 月平均 (H33)

戦略の推進方法 ～推進主体と役割の発揮～

県民運動としての地産地消を実現するには、農林漁業者はもとより、経済界や県民や企業、市町村等がそれぞれの立場を認識し、取り組んでいくことが重要です。

県では、これらの幅広い関係機関・団体等の連携を図り、県民ぐるみの運動を推進するため、「とやま地産地消県民会議」を平成21年6月に設置しています。

●生産者

農林水産業を支える一員として、地域住民と「顔が見える」関係を築くことで、消費者ニーズを的確に把握し、より安全な農林水産物の安定的供給と魅力ある商品・サービスの提供、それを実現する農山漁村づくりに取り組みます。

●食品製造業者

県産品の積極的な活用を通じて、生産者と相互の利益向上と地域活性化を図るとともに、地域の特性を捉えた新たな産品づくりに向けた、農商工連携などに取り組みます。

●飲食・宿泊施設

「地元ならではの」食材を活用したメニュー開発など、観光振興にもつながる地産地消に取り組みます。

●県民（消費者）

地域の農林水産業や食文化に対して幅広く興味を持ち、生産者との交流活動や農業体験といった地域の活性化につながる活動への積極的な参加など、地産地消活動に取り組みられることを期待します。

●農林水産団体

農林水産業者と県民をつなぐ組織として、相互のニーズに対応した生産体制の構築や地域が一体となった地産地消の推進に取り組みます。

●流通・販売業者

消費者に最も近い立場として、新鮮で良質な県産品の取り扱いを心がけ、生産者と消費者の「顔が見える」関係の構築と相互に理解できる価格形成に向けて、生産者と連携して働きかけていきます。

●企業

社会貢献活動（CSR）や地域密着型経済の展開、新たな事業シーズ発掘の観点からも、企業が行う地産地消活動への積極的な参加を期待します。

●市町村

地産地消推進戦略との一体的な施策の展開と、各地域の特性を活かした地域独自の施策に積極的に取り組み、地元住民に地産地消の重要性を理解していただくよう、努めることが重要です。

地産地消「とやまの旬」応援団を募集！

皆さんの地産地消活動でとやまの農林水産業を応援しませんか？

地産地消を、県民ぐるみの幅広い運動としていくため、積極的に取り組む企業・団体、個人を「とやまの旬」応援団として募集しています。

▶詳しくは、富山県農林水産部農林水産企画課までお問い合わせください。



とやま地産地消のシンボルマークとキャッチフレーズ



●シンボルマーク

子どもが元気よく富山の食材をほおぼる様子を、親しみやすさと温かさのあるイラストで表現しています。

大きな口は富山県の形をモチーフとして、中には富山を代表するブリ、米、白ねぎ、豚肉を配置しています。

●キャッチフレーズ

親しみのある富山の方言と、軽快な響きから印象に残るフレーズとなっています。また、富山には新鮮で美味しい食材が溢れ、これらを県民全員で支え、育てようという願いを表現しています。

富山県農林水産部農林水産企画課

〒930-8501 富山市新総曲輪1番7号
TEL 076-444-3368 FAX 076-444-4407
URL <http://www.shoku-toyama.jp/>