

島根県地産地消促進計画<H27~H31>のポイント

「県民による地消」、「県民のための地産」
～豊かな食生活の実現と農林水産業・地域経済の活性化を目指して～

計画策定の背景等

計画の位置づけ

〇「六次産業化・地産地消法」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」とする。

〇関係する計画等と連携し、効果的に推進する。

「島根県食育推進計画(第二次計画)」
「新たな農林水産業・農山漁村活性化計画」
「第2期しまね教育ビジョン21」 など

島根県地産地消促進計画

市町村
地産地消促進計画

これまでの取組と成果

本県の地産地消の取組は、平成15年7月に、しまね地産地消推進協議会が策定した「島根県における地産地消推進の基本的な考え方」を基に実施してきた。

- ・広報誌による普及啓発
- ・直売所や学校給食へ集荷する生産者組織の育成
- ・地産地消に協力する飲食店や量販店等における県産品の利用拡大
- ・「しまね故郷料理店」認証制度の創設 など

①県民の地産地消に対する理解の広がり
地産地消という言葉を知っている県民の割合 93%
地産地消の意義を知っている県民の割合 77%

②直売所及び「しまね故郷料理店」における県産品の利用拡大
・直売所数(H23) 農産物直売所 320
水産物直売所 10
・しまね故郷料理店(H26.10月) 172

③学校給食における地元食材の活用割合の向上
H17:35% → H25:51%

◎「六次産業化・地産地消法」
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(H22.12.3)
(都道府県及び市町村の促進計画)
第41条
都道府県及び市町村は、基本方針を勘案して、地域の農林水産物の利用の促進についての計画を定めるよう努めなければならない。

主な課題

「食」と「農林水産業」をめぐる変化

- ①消費者の食の安全・安心に対する意識の向上
- ②県民の食習慣の多様化(外食、中食の増加等)
- ③生産者の販売手法の多様化
- ④農林漁業に携わる者の高齢化

地産地消に関する意識

「今、地域で何が生産されているか」、「旬の食材は何か」、「どこで購入できるか」などの旬の食材情報や「食」のイベントの開催情報などを分かりやすく県民へ提供

個人消費

〇消費者に選ばれる魅力ある「商品」づくり

〇消費者が購入しやすい直売所や量販店等における県産品の充実

業務系消費

県内産の農林水産物を利用した加工品の拡大

観光との連携

農林水産物の観光への積極的な活用及び「食」を通じた地域の魅力発信

生産と流通

〇県内の消費需要に対応した安全・安心な農林水産物の供給

〇県産品の地域内及び地域間流通の促進(物流の改善)

推進の柱、項目、方策

【推進の柱1】「知る」 ～地域食材や農林水産物を「知る」～

(1)地域食材と農林水産業に関する情報発信と啓発

①旬の食材の流通情報(今、どこで、何が購入できるか等)、「食」のイベントの開催情報など地産地消に関する情報を発信 ②地域、学校及び企業等の活動を通じた地域食材や農林水産業に関する啓発

(2)体験・交流を通じた消費者と生産者の絆づくり

①消費者の農林漁業体験活動や生産者との交流活動の促進 ②消費者と生産者が支え合う仕組みづくり

【推進の柱2】「味わう(使う)」 ～県産品を「味わう(使う)」～

(1)個人(家庭)消費における利用拡大

①消費者に向けた県産品のPRと消費拡大 ②直売所、量販店、飲食店等での県産品の利用拡大

(2)給食施設における利用促進

①学校給食における和食献立の充実と県産品の利用促進 ②保育施設、病院・福祉施設及び企業の社員食堂における県産品の利用促進

(3)観光と連携した利用拡大

①宿泊施設・飲食店等における県産品の利用拡大 ②観光客に向けた地域食材や郷土料理などのPR

【推進の柱3】「伸ばす」 ～県産品の生産を「伸ばす」～

(1)魅力ある「商品」づくり

①地域の特色を活かしたより魅力ある「商品」づくり ②農林水産物の付加価値を高め、流通を促進する「加工品」づくり

(2)安全・安心な農林水産物の生産と流通体制づくり

①安全・安心を担保する生産・流通体制の整備 ②県内の消費需要に対応した農林水産物の供給 ③一次加工・業務用に対応した農林水産物の供給 ④県産品の地域内及び地域間流通の促進と提供の場づくり ⑤6次産業化・農工商連携による農林水産物の利用拡大

【推進の柱4】「伝える」 ～和食、食べる知恵、地域食文化等を「伝える」

(1)食育との連携強化

「島根県食育推進計画(第二次計画)」及び「第2期しまね教育ビジョン21」と連携した、学校、家庭及び地域等における地産地消の推進

(2)「旬」を体感できる健康で豊かな食生活の推進

①和食文化の普及推進 ②地域食材や郷土料理など地域食文化の継承

成果指標と数値目標(目標年度H31)

- | | |
|---|---|
| ①県産品を優先的に購入する意識が「強くある」県民の割合
現況:18.8% → 30.0% | ③六次産業化・地産地消法に基づく「総合化事業計画」の認定数
現況:13計画 → 30計画 |
| ②県内の量販店等のうち、具体的な目標を掲げて地産地消に取り組む「推進店」として認証した店舗数
現況:0店舗 → 50店舗 | ④学校給食における県内産食材の活用割合
現況:51.0% → 63.0% |

推進の体制

〇計画の進行管理は、県の関係課で構成する進行管理のための会議を設置し、毎年度、実施する。また、市町村と地産地消に関する意見交換や施策調整をする場を設け、それらを進行管理に反映させる。

〇計画の進捗状況は、関係者と情報共有するとともに、県のホームページに掲載する。