

# 天童市地産地消推進計画（案）



平成27年10月

天童市

## 目次

### I 天童市地産地消推進計画策定の趣旨

1 計画見直しの背景.....	1
2 計画策定の主旨.....	2
3 計画の位置付け.....	2
4 計画期間.....	2

### II 地産地消の現状と課題

1 農業の現状と課題.....	3
2 天童市の農家及び農畜産物の農家数等.....	3
3 食に関する現状と課題.....	10
4 地産地消の現状と課題.....	11
5 地産地消アンケート調査結果の概要.....	18
6 農産物地産地消等実態調査結果の概要.....	22

### III 地産地消に関する基本目標、重点施策及び数値目標

1 基本目標.....	24
2 重点施策.....	24
3 地産地消の推進に関する数値目標.....	26

### IV 地産地消推進に関する施策の展開

1 消費者が求める農産物の生産.....	27
2 農産物の安定的な供給体制の強化.....	28
3 消費者ニーズに対応した農産物の生産.....	29
4 食品産業等との連携による農産物の消費拡大.....	29
5 農商工連携による新たな付加価値づくり.....	29
6 生産者と消費者の交流等による相互理解の促進.....	30
7 学校給食における地産地消の推進.....	30
8 地場農産物に関する情報提供.....	31
9 地場農産物直売所の連携による活動の拡大.....	31
10 観光と連携した体験農業等の促進.....	32

### V 天童市地産地消推進計画の推進体制

1 天童市地産地消推進協議会.....	34
2 計画推進のための役割.....	34

## 天童市地産地消推進計画資料編

# I 天童市地産地消推進計画策定の趣旨

## 1 計画見直しの背景

天童市では、平成14年3月に天童市農業基本条例（平成14年条例第12号。以下「農業基本条例」という。）が制定され、安全かつ安定的な食料供給の確保や農業・農村の在り方に関する基本方針が定められました。この基本方針に基づく重点施策として、地産地消を推進し、市民の需要に応じた農産物の生産体制を整備することが定められました。

また、その条例の制定を受け、平成15年4月に天童市農業基本計画（以下「農業基本計画」という。）が策定され、基幹プログラムとして、「地産地消の推進」が盛り込まれました。

農業基本条例や農業基本計画に定められた地産地消のあるべき姿を示すとともに、その実現に向けて必要な施策を総合的かつ計画的に推進するため、平成20年10月に天童市地産地消推進計画（以下「計画」という。）を策定しました。

計画策定後、国では、近年の食料・農業・農村をめぐる情勢の変化を踏まえ、今後重点的に取り組むべき課題や施策を明らかにした新たな食料・農業・農村基本計画や農林漁業者による「6次産業化」に関する施策と地産地消を総合的に推進する「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（平成22年法律第67号。以下、「6次産業化法」という。）」が制定されました。

さらに、平成23年3月には、健全な食生活を実践することにより心身の健康増進と豊かな人間形成を図ることを目的に食育推進基本計画が策定され、県においては、都道府県食育推進計画であるやまがた食育計画が、食育と地産地消を含めた山形県食育・地産地消推進計画に改定されました。

この間、農畜産物の輸入自由化の拡大、政権交代による政策転換と国による新たな農業・農村政策の施行など、本市農業を取り巻く環境の変化に対応するため、平成27年3月には第三次農業基本計画が策定されました。その基幹プログラムとして、市内で生産される新鮮で安全な農産物を市民が安心して購入・消費できる地産地消のシステムを構築することが盛り込まれています。

具体的には、消費者が身近に生産者と直接ふれあい、地場農産物を購入することができる機会を創出し、生産者と消費者の「顔の見える関係」の構築を推進します。また、学校給食などの公的部門や食品加工品部門、旅館・ホテル・飲食店などの民間部門を含めた広い分野で、地場農産物の取扱量と消費の拡大を図ることを定めるとともに、食育や6次産業化の促進を図ることなどが盛り込まれました。

これを受け、本市における地産地消のさらなる推進を図る必要があることから、計画の見直しを行うものです。

## 2 計画策定の趣旨

地産地消により地場農産物の流通と消費を推進することは、消費者にとっては、生産者の顔が見て安全・安心感があり、かつ、新鮮でおいしい農産物を安く購入できるというメリットがあります。

また、生産者にとっても、流通経費が削減され、少量・多品目生産で一定の収入が見込めるため、女性農業者や高齢者（農業従事者）の所得向上につながるほか、大規模農家にとっても、規格外優良品等の流通ルートとして活用できます。

さらに、観光施設や外食産業等で地場農産物を使用してもらうことは、食農教育はもちろん、地域内の連携が生まれ、消費者のニーズを捉えた生産を可能とし、農家の所得向上にもつながります。

このように、生産者と消費者の双方にメリットがある地産地消の取り組みを推進することにより、食に対する不安を解消し、地場農産物の消費を拡大することで天童市の元気な農業の展開を図ることができます。

この計画は、関係機関が一丸となり、生産者と消費者に食に対する正しい理解を深め、安全・安心な地場農産物の生産と消費を拡大することにより、市民が健康的な食生活を享受し、豊かな食文化を次世代に引き継ぐとともに、天童市の豊かな自然環境や農村環境の保全に寄与するため、地産地消の推進に関する施策を定めるものです。

## 3 計画の位置付け

この計画は、農業基本条例第9条及び農業基本計画第4章の2に定められた地産地消のあるべき姿を示すとともに、その実現に向けて必要な施策を総合的かつ計画的に推進するための基本方針となるものです。

また、国の食料・農業・農村基本計画、山形県の山形県食育・地産地消推進計画等と連携・補完しながら、効果的な推進を図るものとし、6次産業化法の基本方針等に則り、同法第41条第1項の規定に基づいた地域の農林水産物の促進についての計画と同等の計画と位置付けるものです。

## 4 計画の期間

この計画の期間は、平成27年度から平成33年度までの7年間とし、この期間を経過した後は、この計画の進捗状況、農業生産の状況、消費動向、社会経済情勢の変化等を踏まえ、必要に応じて見直しを行います。

## II 地産地消の現状と課題

### 1 農業の現状と課題

農業就業人口の減少や高齢化の進展、耕作放棄地の増加等によって、農業の生産体制は急激に変化しつつあり、国新たな農業・農村政策による構造改革が進められています。また、米の生産流通システムの変化やＴＰＰ（環太平洋経済連携協定）をはじめとする農産物の輸入自由化の拡大、産地間競争の激化、安全・健康・高品質といった消費者ニーズの変化など、農業を取り巻く環境は厳しさを増しています。

一方、大量生産・大量消費型社会から省資源を基本とした循環型社会への転換とともに、生命と暮らしの根幹をなす食料と、それを支える農業・農村の価値が再認識されています。

こうした中、国では将来にわたる食料の安定供給等を柱とした食料・農業・農村基本法を平成11年に施行するとともに、天童市においても、今後の農業振興の指針となる天童市農業基本条例を平成14年4月に施行しました。

また、国では、農業の構造改革、輸出拡大、農業の産業としての強化、農業・農村の所得倍増を目指し、我が国の農林水産業と地域の活力を創造する政策改革のグランドデザインとして平成25年に「農地中間管理機構の創設」「経営所得安定対策の見直し」「水田フル活用と米政策の見直し」「日本型直接支払制度の創設」の4つの政策を含む「農林水産業・地域の活力創造プラン」が策定されました。

これらのことを受け、安全な農産物の安定的な生産と消費拡大、農業の生産基盤の整備・管理と生活環境の整備、農業の担い手の育成のための人づくり、農業・農村の持つ多面的機能の維持向上、そして、農業・農村の持つ役割に対する市民の理解の促進を柱に、農業者や関係機関、団体と連携を取りながら各種施策を開していくことが求められています。

### 2 天童市の農家及び農畜産物の農家数等

天童市の農家及び農畜産物の農家数とその栽培面積、または家畜飼養頭数等は、次のとおりです。なお、天童市の農業の現状に係る関係資料については、資料編に記載しています。

【農家人口】

単位:人、%

区分 年次	総人口	農家人口	農家率(※)	農家人口占める65歳以上の割合
平成12年	63,231	14,713	23.3	27.4
平成17年	63,864	11,059	17.3	30.7
平成22年	62,214	9,554	15.4	32.6

(※) 農家率 = 農家人口 ÷ 総人口 × 100

(資料: 国勢調査、農林業センサス)

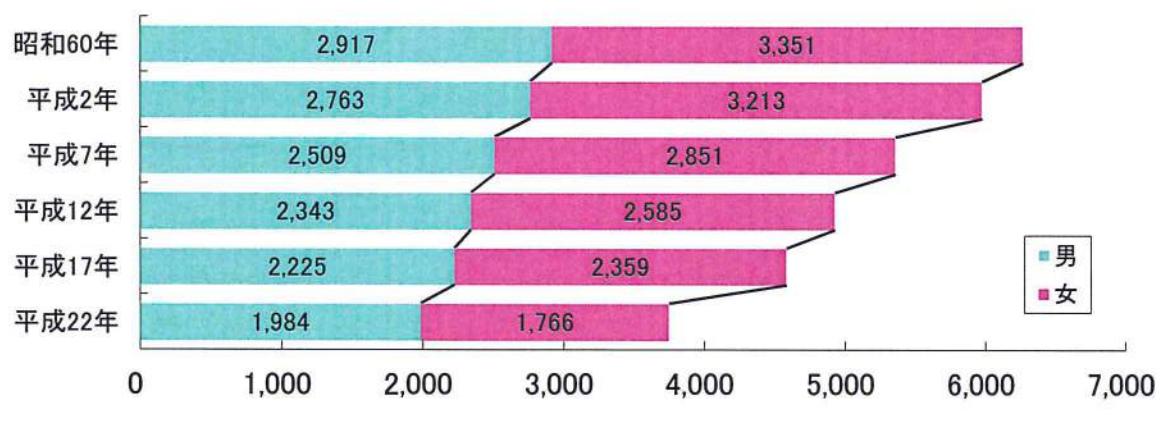
【年齢階層別農家人口の推移】

単位:人

階層 年次	0~14歳	15~29歳	30~49歳	50~64歳	65歳以上	計
平成2年	3,340	2,583	4,643	3,928	3,376	17,870
平成7年	2,609	2,355	4,306	3,200	3,808	16,278
平成12年	2,015	2,309	3,548	2,805	4,036	14,713
平成17年	1,243	1,799	2,281	2,345	3,391	11,059
平成22年	1,019	1,307	1,803	2,310	3,115	9,554
構成比	平成17年	11.2	16.3	20.6	21.2	30.7
	平成22年	10.6	13.6	18.8	24.1	32.6
						100.0

(資料: 農林業センサス)

【農業就業人口の推移】



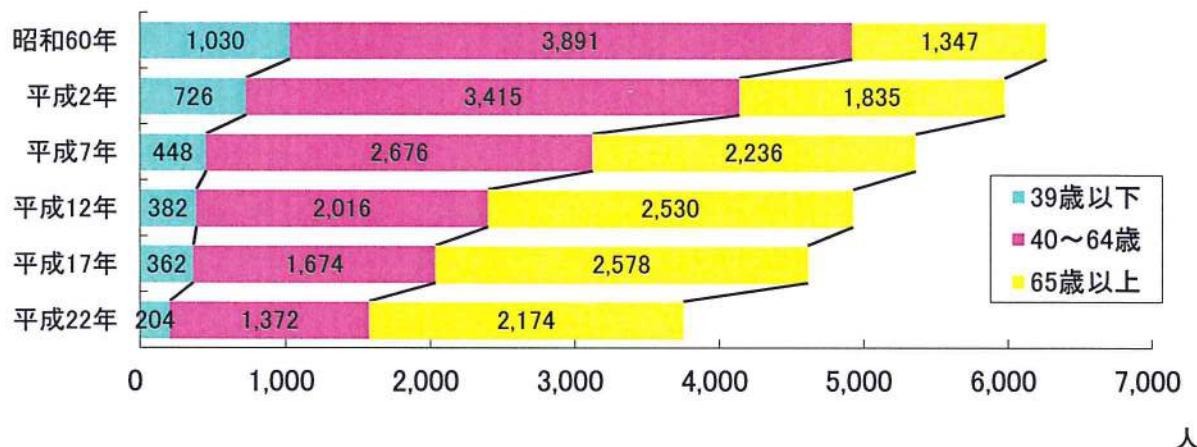
(資料: 農林業センサス)

【年齢階層別農業就業人口(販売農家)】

単位:人、%

年次	階層	39歳以下		40~64歳		65歳以上		計	
		実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率	実数	増減率
平成2年		726	△29.5	3,415	△12.2	1,835	36.2	5,976	△4.7
平成7年		448	△38.3	2,676	△21.6	2,236	21.9	5,360	△10.3
平成12年		382	△14.7	2,016	△24.7	2,530	13.1	4,928	△8.1
平成17年		362	△5.2	1,674	△17.0	2,578	1.9	4,614	△6.4
平成22年		204	△43.6	1,372	△18.0	2,174	△15.6	3,750	△18.7
構成比	平成12年	7.8		40.9		51.3		100	
	平成17年	7.8		36.3		55.9		100	
	平成22年	5.4		36.5		57.9		100	

(資料: 農林業センサス)



【男女別年齢階層別農業就業人口(販売農家)(平成22年)】

単位:人、%

階層	項目		計(男女別構成比)
	男(男女別構成比)	女(男女別構成比)	
30歳未満	50 (68.5%)	23 (31.5%)	73 (100%)
30歳～39歳	79 (60.3%)	52 (39.7%)	131 (100%)
40歳～49歳	95 (45.9%)	112 (54.1%)	207 (100%)
50歳～59歳	305 (47.1%)	342 (52.9%)	647 (100%)
60歳以上	1,455 (54.0%)	1,237 (46.0%)	2,692 (100%)
計	1,984 (52.9%)	1,766 (47.1%)	3,750 (100%)

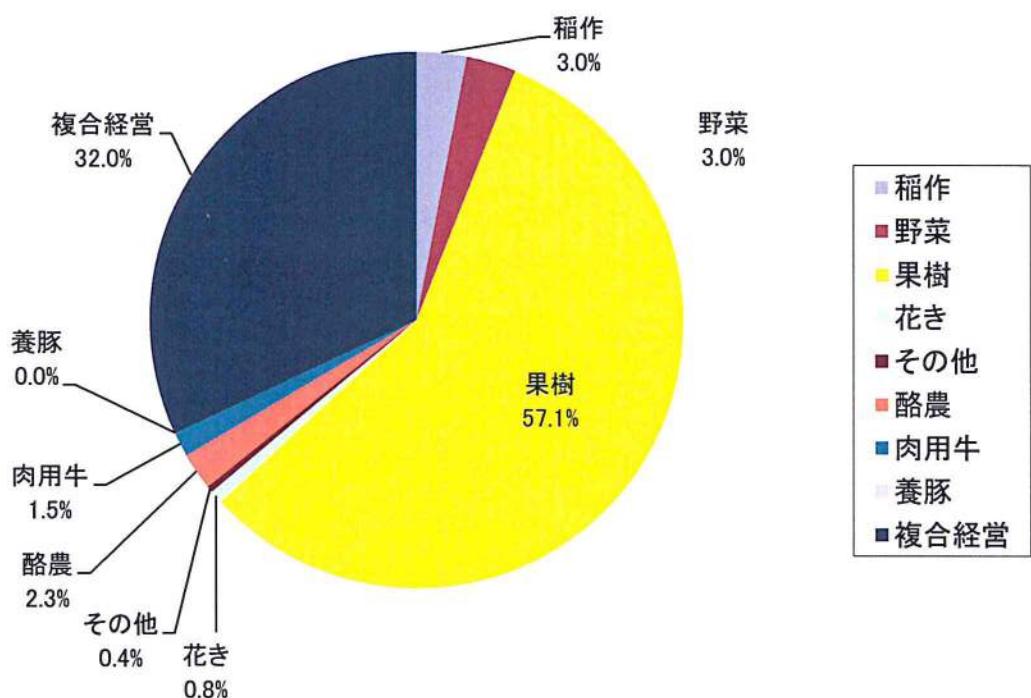
(資料: 農林業センサス)

【経営形態別認定農家数（販売農家）】

単位：戸、%

部門別 項目	販 売 農 家 計	認定農家											
		単一經營							複合經營				
		作物					畜産			飼育 総頭数			
稻作					酪農			肉用牛		養豚			
平成 農家数	2,553	298	162	8	2	136	2	1	10	2	1	136	119
12年 構成比		100	54.4	2.7	0.7	45.6	0.7	0.3	3.4	0.7	0.3	45.6	39.9
平成 農家数	2,362	267	193	4	6	170	2	2	5	3	1	74	47
17年 構成比		100	72.3	1.5	2.3	63.7	0.7	0.7	1.9	1.1	0.4	27.7	17.6
平成 農家数	2,144	266	181	8	8	152	2	1	6	4	0	85	65
22年 構成比		100	68.0	3.0	3.0	57.1	0.8	0.4	2.3	1.5	0	32.0	24.4

(資料：農林業センサス)

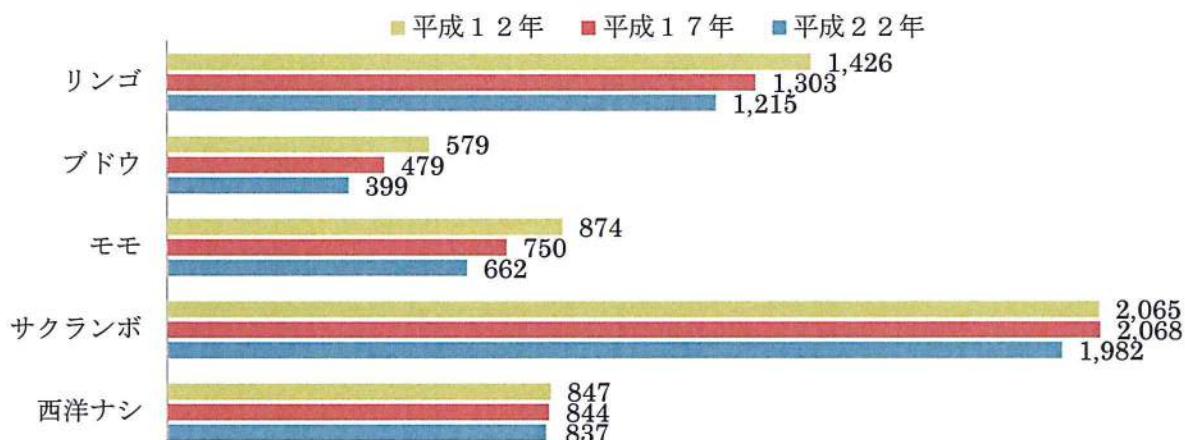


【主要果樹の栽培農家数（販売農家）】

単位：戸、%

項目	区分	リンゴ	ブドウ	モモ	サクランボ	西洋ナシ
		平成 12 年	1,426	579	874	2,065
実 数	平成 17 年	1,303	479	750	2,068	844
	平成 22 年	1,215	399	662	1,982	837
	増減率 平成 22 年/平成 17 年	△6.8	△16.7	△11.7	△4.2	△0.8

(資料：山形農林水産統計年報)

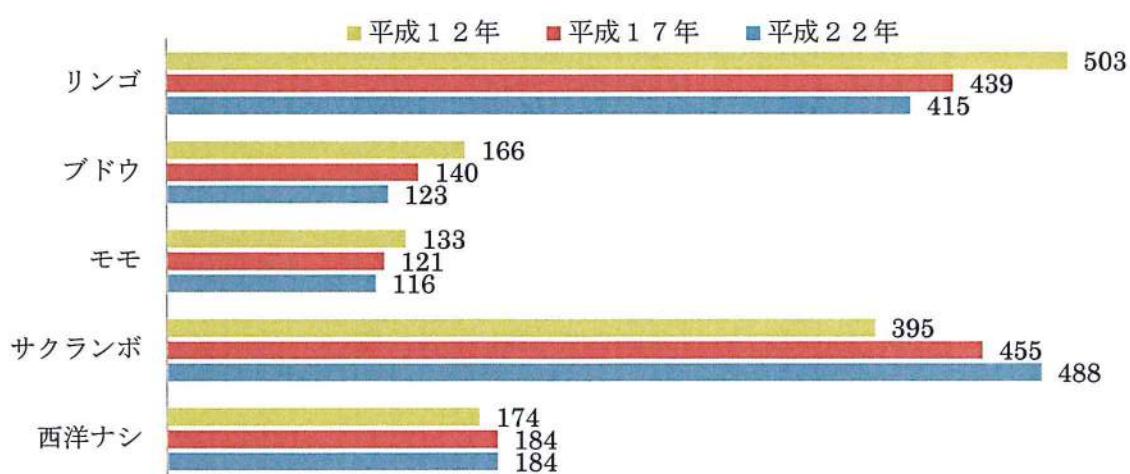


【主要果樹の栽培面積（販売農家）】

単位：ha、%

項目	区分	リンゴ	ブドウ	モモ	サクランボ	西洋ナシ
		平成 12 年	503	166	133	395
実 数	平成 17 年	439	140	121	455	184
	平成 22 年	415	123	116	488	184
	増減率 平成 22 年/平成 17 年	△5.5	△12.1	△4.1	7.3	0.0

(資料：山形農林水産統計年報)



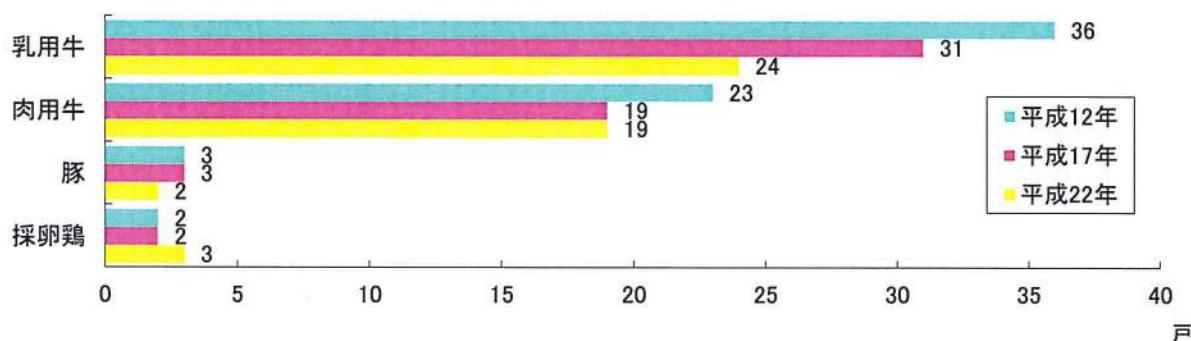
【家畜の飼育状況】

単位：戸、頭、羽、%

区分 年次	乳用牛		肉用牛		豚		採卵鶏	
	農家数	頭数	農家数	頭数	農家数	頭数	農家数	頭数
平成 12 年	36	894	23	701	3	3,234	2	...
平成 17 年	31	557	19	546	3	2,308	2	32,000
平成 22 年	24	597	19	864	2	...	3	30,070
増減率 平成17年平成12年	△ 13.9	△ 37.7	△ 17.4	△ 22.1	0.1	△ 28.6	0.0	...
増減率 平成22年平成17年	△ 22.6	7.2	0.0	58.2	△ 33.3	...	50.0	△6.0

(資料：農林業センサス)

【畜産農家数】



【県内 13 市の比較（平成 22 年）】

区分	農家数(戸)	専業農家数(戸)	専業農家率(%)	農業就業人口(人)	うち女性の割合(%)	うち高齢者の割合(%)	経営耕地面積(a)	1農家あたり経営耕地面積(a)
1位	鶴岡 5,651	山形 692	東根 20.18	鶴岡 7,864	寒河江 50.43	新庄 49.03	鶴岡 1,648,041	酒田 376.90
2位	山形 4,603	鶴岡 577	天童 17.18	山形 5,245	村山 50.42	酒田 51.22	酒田 1,019,522	新庄 294.17
3位	村山 2,753	東根 551	尾花沢 16.11	東根 3,964	東根 49.42	鶴岡 53.62	新庄 490,671	鶴岡 291.64
4位	東根 2,731	天童 469	村山 15.80	天童 3,750	山形 48.98	南陽 53.64	尾花沢 462,088	米沢 217.52
5位	天童 2,730	村山 435	上山 15.78	酒田 3,354	上山 48.14	米沢 57.87	山形 430,553	尾花沢 208.52
6位	酒田 2,705	尾花沢 357	南陽 15.14	村山 3,320	酒田 47.76	天童 57.97	米沢 392,839	長井 195.86
7位	尾花沢 2,216	酒田 351	山形 15.03	尾花沢 3,012	天童 47.09	東根 59.76	村山 371,027	南陽 160.69
8位	寒河江 2,158	上山 297	米沢 13.84	寒河江 2,449	鶴岡 47.01	尾花沢 59.93	天童 314,071	村山 134.77
9位	上山 1,882	米沢 250	酒田 12.98	上山 2,316	尾花沢 46.65	上山 61.40	東根 284,235	天童 115.04
10位	米沢 1,806	南陽 229	新庄 12.53	新庄 2,278	米沢 45.62	長井 62.08	長井 276,161	寒河江 104.51
11位	新庄 1,668	新庄 209	長井 10.50	南陽 2,049	新庄 44.51	寒河江 64.39	南陽 243,123	東根 104.08
12位	南陽 1,513	長井 148	鶴岡 10.21	米沢 2,008	南陽 44.41	山形 64.48	寒河江 225,541	上山 99.48
13位	長井 1,410	寒河江 145	寒河江 6.72	長井 1,498	長井 43.52	村山 65.90	上山 187,230	山形 93.54

(資料：農林業センサス、山形農林水産統計年報)

### 3 食に関する現状と課題

食は、私たちが心身ともに豊かで健康的な生活をおくるために一日も欠かせない大切なものです。しかし、食生活の欧米化やライフスタイルの多様化により、食品を選択する幅が拡大したことに伴い、生活習慣病の増加や食事の不規則化などが課題となっています。

また、原子力発電事故による放射能問題、食品の表示に関する偽装、輸入農産物の安全に関する不安などにより、何をどのように食べるかが重視されています。

これらの課題に対応するためにも、食に関する理解を深め新鮮で、安全・安心な旬の地場農産物や地域食材を利用した食生活を推進することで、市民の健康づくりに寄与することができます。

#### 【食に関する現状と課題】

- (1) 国内の食料自給率の低下
- (2) 地球温暖化による干ばつ被害、バイオエタノールの増産、世界の人口増加等に伴う輸入食料の価格高騰
- (3) 鳥インフルエンザ・BSEの発生、原子力発電所の事故による放射能問題、食品の産地偽装表示、不適正な農薬の使用、輸入農産物の安全に関する不安、食品への毒物混入等に伴う食の安全性に対する消費者の不安
- (4) 伝統的な郷土料理や食文化の消失、食を大切にする心の欠如、食べ残しや食品廃棄などによるごみの増加
- (5) 栄養バランスの偏った食事、不規則な食事、肥満などの生活習慣病の増加
- (6) 生産者と消費者の相互理解の不足

## 4 地産地消の現状と課題

### (1) 農産物直売所の現状

平成19年4月に市内9か所の農産物直売所で組織する天童市グリーン・ツーリズムネットワーク（以下「天童市G T N」という。）が設立されました。現在は、市内7か所の団体で活動しており、農産物直売所等の連携を図っています。主に地産地消に係る情報交換や先進地視察、イベントへの共同出展などを実施しています。また、観光客や消費者向けに、観光スポットをはじめ、各農産物直売所の位置や営業内容などを紹介するガイドマップを作成し、市内の主要施設に配置しています。

さらに、平成25年度から、天童市では、県内初の試みとして軽トラックの荷台で農産物の販売を行う「軽トラ市」が開催され、消費者と生産者の交流を深め、地域の活性化にもつながっています。

天童市G T Nでは、「軽トラ市」や「平成鍋合戦」に共同で参加し、地場農産物の販売を促進しています。

#### 【天童市グリーン・ツーリズムネットワーク加入団体】

産直団体等名	場所	販売品目
マルトヨ農産物直売センター	東長岡地内	果物、野菜、手作り惣菜等
龍神の里じゅがらむら	上貫津地内	果物、野菜、手打ちそば等
産直もり～な	道の駅天童温泉	果物、野菜、米
㈱ジェイエイてんどうフーズ	道の駅天童温泉	果物、野菜、お土産用お菓子各種等
産直めんこい畑	北久野本地内	果物、野菜、干し物等
新鮮組	パルテ内	果物、野菜、漬物等
特定非営利法人N P O天童高原	天童高原	そば打ち体験やこんにゃく作り体験等

### (2) 学校給食における地産地消の現状

#### ア 米飯学校給食の実施

天童市では、米の消費拡大と地産地消を推進するとともに、ご飯を中心とする日本型食生活や児童・生徒の健康に望ましい食習慣の定着を図るため、市内の小中学校で米飯学校給食を実施しています。本市の学校給食では、平成22年から、週に4・25回、米飯給食の提供をしています。使用している米は天童産はえぬきの1等米で、標準米との差額を天童市農協と市が半分ずつ負担しています。また、28日は「つや姫の日」ということにちなんで、つや姫の提供を行っています。はえぬきとの銘柄差額は全農山形が負担しています。

#### イ 学校給食センターへの地場野菜の供給体制

天童市教育委員会と天童市農業協同組合が学校給食における学校給食物資青果物購入に関する契約を締結し、地場野菜を学校給食センターに納入しています。

現在は、大根や伝統野菜である赤根ほうれん草など野菜8品目について供給を行っております。

#### 【平成26年度の使用率】

大根	ネギ	白菜	ほうれん草		カブ	小松菜	中玉トマト
			赤根ほうれん草	100%			
21%	52%	45%	15%	100%	57%	72%	100%

#### ウ 県産農産物利用の促進

平成25年度より県産農産物の利用を増やす取組や県産米粉の利用を推進する取組を積極的に行ってきました。

また、県の特産品であり、安全で安心して食べることができる「総称 山形牛」の認識と理解醸成を小中学校に図るため、11月29日（いい肉の日）に学校給食にて「総称 山形牛」を使用した芋煮の提供を行っています。

さらに、学校給食を生きた教材と捉え、地域の食文化を生かした郷土料理給食、季節の行事に合わせた給食、地場食材を使用した天童デー給食を実施し、地域の特性や食材を生かした食育指導を行っています。

#### 【県内産及び天童産の全体から見た農産物の使用率】

品目	平成20年度の使用比率		平成26年度の使用比率	
	県内産 (%)	天童産 (%)	県内産 (%)	天童産 (%)
豆加工品	0.2	8.9	84.2	0.4
いも類	1.2	0	5.3	0
野菜	28.5	12.0	30.3	10.6
きのこ類	74.5	0	75.2	0
肉・たまご	8.9	0.8	31.5	0.3
合計	15.6	9.3	34.9	8.2

## 【米粉パン・麺・おかずなどの提供回数】

年度 種類	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度
米粉パン	年3回	年3回	年3回	年3回	年3回	年3回
米粉麺			年3回	年3回	年3回	年3回
米粉おかず、 デザート				年3回	年3回	年3回

### エ 学校給食における安全・安心に係る情報提供

学校給食センターでは、毎月の給食だよりで放射性物質検査の結果を公表するとともに、食育に関するコラムを掲載するなどの情報提供を行っています。

### (3) 地場農産物を利用した加工品の現状

#### ア JA女性部や農業生産法人の加工品

J A天童女性部、女性農業者グループ、農業生産組合法人などが地場農産物を使った漬物やジュース、玄米おやつなどの農産加工品を製造し、市内の直売所やインターネットを通して販売しています。また、地元のイベントなどにも積極的に出店し、米粉を使用したお菓子の試食なども行っています。

#### イ 酒造会社やワイン醸造会社の取組

市内の酒造会社やワイン醸造会社が、地場産の酒米やぶどうを使った地酒やワインを製造販売しています。

#### ウ 天童菓子商工組合のオリジナル・スイーツ

市、生産団体、天童菓子商工組合などの加工業との連携により、天童市の特産品ラ・フランスを使ったオリジナルゼリーや和菓子などが開発・販売されており、農業まつり等のイベントで試食・販売するとともに、ポスターやパンフレットを作成しながらその消費拡大を推進しています。

### (4) グリーン・ツーリズムの現状

農林水産省では、平成4年にグリーン・ツーリズムという言葉を提唱し、農山漁村における自然、文化、人々との交流を楽しむ滞在型の余暇活動と位置付けています。これは、「農山漁村などに長く滞在し、農林漁業体験やその地域の自然や文化に触れ、地元の人々と交流を楽しむ旅」と定義しています。

天童市においても、農村の持つ豊かな自然やゆとりある生活を求めてグリーン・ツーリズムに対する都市住民の関心が高まっています。このため、都市住民のニーズを的確に把握するとともに、天童市の豊かな自然や田園景観、新鮮でおいしい農産物や伝統文化を活用した都市と農村の住民の交流に関する次のような取り組みが行われており、グリーン・ツーリズムによる地産地消を推進しています。

## ア 観光果樹園

天童市内では、サクランボ、モモ、プラム、ブドウ、リンゴなどの観光果樹園に市内外から多くの観光客が訪れ、都市と農村の住民の交流が図られています。天童市観光果樹園連絡協議会では、県の日本一さくらんぼまつりへの協賛や県内外での各種誘客事業への協力などに積極的に取組み、「フルーツの里 天童」としてのイメージアップとPRに貢献しています。当協議会には、次の観光果樹園が加盟しており、旬の果実をおいしく食べることができます。

### 【天童市観光果樹園連絡協議会加盟店】

位置	観光果樹園
A K R 4 8 (国道48号線沿い)	王将観光果樹園、やまり観光果樹園、ふる里観光果樹園、仲野観光果樹園、矢萩勝雄、JAてんどうフルーツセンター直営店、山新果樹園、海鉢農園、仲野富男、天童フルーツランド、まるたん果樹園、カネハチ森谷果樹園
奥の細道フルーツライン方面 (県道天童・山寺公園線)	今野観光果樹園、花笠果樹園、天童観光果樹園、高柳観光果樹園
県道天童河北線方面	大町さくらんぼ園
山形空港南方面	平田農園

## イ 親子農業体験教室の開催

天童市農業士会が主体となって、平成15年度から毎年、親子農業体験教室を開催しています。地産地消と食育、そして、小学生やその保護者などに、農業に対する理解を深めていただくことが目的です。また、昼食交流では、天童産の食材をふんだんに使用した芋煮などがふるまわれています。

### 【親子農業体験教室事業の経過】

年度	内 容	参加者数
2 2	ラ・フランス収穫とラ・フランスセンターの見学、昼食交流	30組67人
2 3	トマトと白菜の収穫、昼食交流	23組47人
2 4	リンゴとネギの収穫、昼食交流	20組46人
2 5	花の摘み取り、フラワーアレンジメント教室、昼食交流	15組33人
2 6	リンゴの収穫及び食べ比べ（8種類）、昼食交流	20組50人

## ウ 市民農園

市民農園とは、都市住民が自家用野菜の生産や趣味・レクリエーションな

どの目的で、小面積の農地を利用して野菜や花などを育てる農園です。天童市においても、次のように市民農園が開設されております。

#### 【天童市内の市民農園開設状況】※平成27年3月現在

名称	開設主体	開設年月日	全体面積(m <sup>2</sup> )	利用料金(円/年)	設置区画数
柏木農園	個人	H15.4.1	3,292	5,000	42
国井貸農園	〃	H21.4.1	3,000	10,000	8
久野本古井戸貸農園	〃	H17.11.1	1,100	5,000	18
石澤貸農園	〃	H19.4.1	2,000	5,000	20
長岡農園	〃	H15.4.1	1,700	3,000	18
にれの木団地農園	〃	H18.5.1	750	3,000	10
菊地貸農園	〃	H22.6.15	1,292	5,000	10
千布地域づくり委員会市民農園	その他	H10.4.1	4,000	3,000	30

#### (5) 農業と地産地消に関する情報発信の現状

天童市では、平成17年に天童市の農業と農産物に関する情報を発信するとともに、生産者と消費者の架け橋にするため、天童市農業交流プラザホームページを立ち上げました。天童市農業交流プラザホームページでは、下記の情報を発信するとともに、随時、旬の情報を更新しています。

また、地場産の食材を使用した料理教室等を開催したり、毎年11月に開催している天童市農業まつりでは、地場農産物のプレゼントや即売、りんごの品評会やりんごジュースの試飲、地場農産物を使用したスイーツなどの加工品の即売などを実施したり、市民にPRしています。さらに、毎年8月の最終日曜日に開催している天童高原まつりでは、天童牛の焼肉パーティーを開催し、市民に天童牛のおいしさを広く周知しています。

##### ア 料理教室について

###### (7) 地産地消みそづくり教室の開催

寺津産の大豆などを使って、農家の方から「みそづくり」を教わります。手作りみそを通して、安全・安心な農作物を使った豊かな食文化を体験しながら、農業に対する理解を深めてもらうことが目的です。募集人数は、毎年30人限定ですが、毎回応募多数のため抽選で参加者を決定するほど好評です。

###### (1) ヘルシーかんたん♪米粉セミナーの開催

米の消費拡大と健康づくりにもつながる米粉を家庭でも気軽に活用してもらおうと、県内産米粉と天童産の野菜を使用して「米粉セミナー（料理教室）」を開催しています。平成26年度は24人が参加し、シチューや

カレーパンなどを作りました。

(ウ) 地産地消郷土料理集の発行

市では、平成24年3月に「地産地消郷土料理集」を発行し、地場農産物や四季折々の食材を使ったレシピを紹介しています。市内の小中学校や各公民館に配布することで、未来につなぐ郷土料理の普及に努めています。また、いきいきふれあい健康福祉まつりを通して、食生活改善推進協議会が考案した地場農産物を取り入れたアイディア料理を提供し、健康増進と食育、消費拡大を推進しています。

イ 農業交流プラザでの情報発信

(ア) 今週の一枚

(イ) 農村の風物詩（料理教室など）

(ウ) 農業技術指導（稲作、果樹等栽培技術、台風速報、病害虫防除等）

(エ) 年間イベント情報（農業まつりや親子農業体験など）の掲載

(オ) 農作物栽培情報

サクランボ、リンゴ、西洋ナシ、ブドウ、モモ、水稻、ネギ、トマト、花きの生産量や開花から出荷までの状況を写真で紹介

(カ) 農業者紹介コーナー

認定農業者やエコファーマー、農業士などの農業団体等の紹介

(キ) 地産地消コーナー

天童市内の農産物直売所の活動内容やアクセスマップや地場農産物の特設コーナーを設置している市内の量販店の紹介

(ケ) 観光農業情報コーナー

a 天童市の観光果樹園の案内とアクセスマップの掲載

b 地場農産物を使用し、材料にこだわったお店の紹介

(ケ) 農業関係統計資料の掲載

ウ 地場農産物に関する情報提供

(ア) 毎年秋の恒例となった天童市農業まつりは、平成27年度で第33回目を迎えます。生産者と消費者の交流を通して、地場産米の消費拡大をはじめ、農産物の直売や農産物加工品の試食・紹介など、地場農産物に関する情報提供に努めています。

(イ) 天童鍋合戦においては、地元の各種団体が地場農産物や食材を使ったオリジナルの鍋を開発し販売するなど、市民による積極的な取り組みがなされています。

(ウ) 天童菓子商工組合と天童市農協の協力のもと開発した本市の特産果実であるラ・フランスを使用したオリジナルスイーツについて、ポスターやチラシを市内の主要施設をはじめ、ホテル・旅館、菓子店などに掲示・配

置し紹介しています。

- (I) 天童市グリーン・ツーリズムガイドマップを作成し、市内の農産物直売所や飲食店、観光イベントなどを含めた、多彩な情報を掲載しています。また、平成25年度は、明治大学生の提言のもとに、果物に特化したパンフレット「天童フルーツブック」を発行しています。
- (才) 市報「てんどう」やホームページ「天童市農業交流プラザ」を活用し、地産地消体験教室などの様子や、地場農産物を使った加工品を紹介しています。
- (カ) 農薬の適正処理に関する技術対策等の情報を、ホームページ「天童市農業交流プラザ」に迅速に掲載するとともに、無人ヘリによる水稻防除の実施日等について、小中学校などに直接チラシを配布するなど、安全を確保できるような対策に努めています。

#### (6) 今後の課題

体験教室やイベントへの出店をとおした交流では、消費者との交流により地場農産物に対する需要の高さが感じられるものの、販売場所が分からないなどの声が寄せられなどの課題があることから、今後は、農商工連携をはじめとした生産者と小売店などの需給のマッチングやさらなる情報発信が必要とされています。

消費者の安全・安心に対する意識が高まっている中、生産、流通、加工関係者が十分に理解しながら生産、販売を行っていくことが重要であり、また、消費者に対し安全・安心を伝えていくことが重要となってきます。このように、生産者と消費者が相互理解することが、「地産地消」を推進するうえで重要な課題となっています。

## 5 地産地消アンケート調査結果の概要

天童市では、地産地消の現状を把握し、今後の推進に役立てるため、平成26年3月に地産地消消費者アンケート調査と地産地消流通実態調査を実施しました。

この調査結果の概要は次のとおりです。なお、詳細は、資料編に記載しています。

### (1) 地産地消消費者アンケート調査

本調査では、無作為に抽出した市内300世帯の消費者を対象に実施しました。回答数は127件、回答率は42.3%でした。

質問項目ごとの回答結果は、次のようになりました。なお、図形、グラフ等については、小数点第2の数値を四捨五入しています。

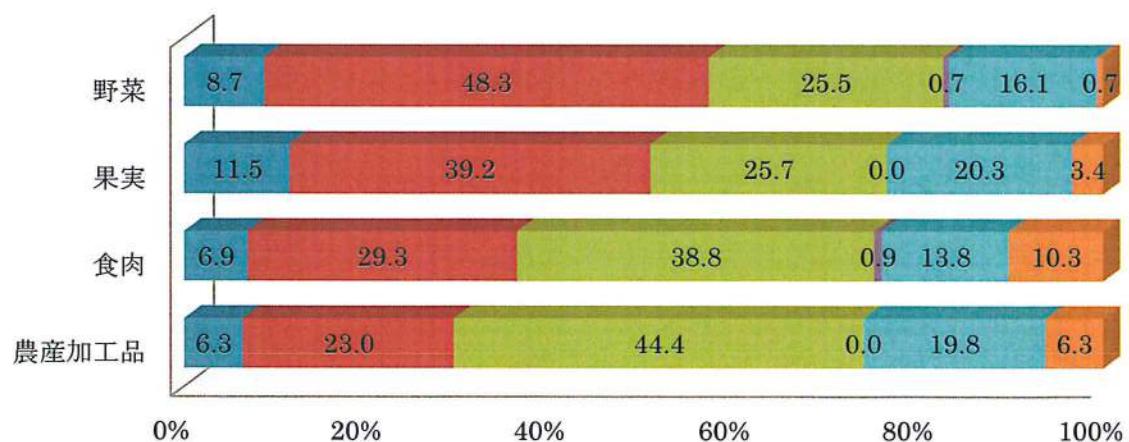
天童産農畜産物の購入については、「いつも購入している」、「できるだけ購入している」を合わせると前回の調査の70.8%から78.7%となり、天童産農畜産物に対する購入意欲がさらに高まっています。

また、購入理由としては野菜、果物については、「新鮮だ」の割合が高く、鮮度が重視される一方、食肉及び農産加工品については、「安全だ」の割合が高くなっています。安全性が重視されているところが、前回の調査とほぼ同じ傾向にあります。

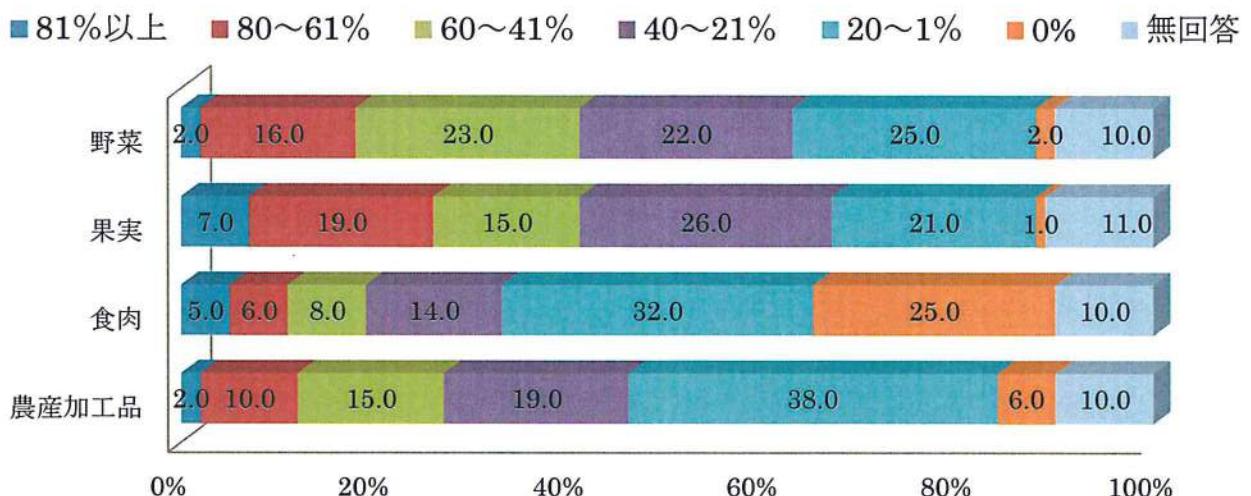
また、天童産農畜産物を購入している世帯の約40%以上が、果物と野菜の購入割合が41%以上で、地場産の購入割合が一番進んでいる一方、食肉や農産加工品では購入意欲の割合が高いものの購入している割合が低いことから、流通数量が少ないことが推測されます。

#### 【天童産農畜産物の購入理由】

■価格が安い ■新鮮だ ■安全だ ■見栄えが良い ■おいしい ■その他

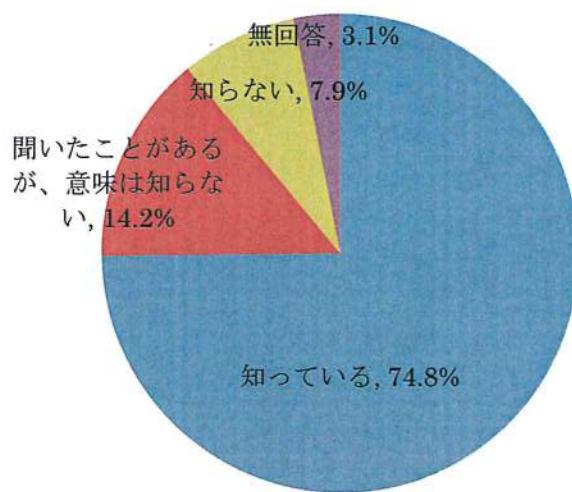


## 【天童産農産物の購入割合】



地産地消の認知度については前回の 69.7%から 74.8%と約 5 ポイント上昇し、消費者の地産地消に対する意識が高まったことが分かります。

## 【市民の地産地消の認知度】



地産地消を進める部門については、前回同様、「学校給食」や「旅館・ホテル」、「各家庭」の上位 3 つが高い割合を占めており、家庭、給食、事業者による地産地消の推進が求められています。

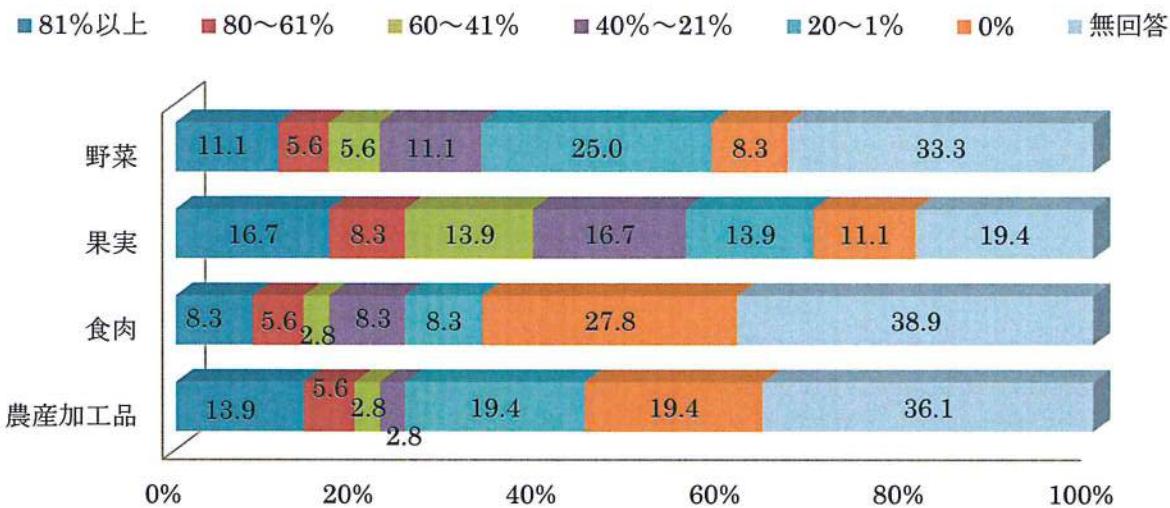
また、地産地消を推進するにあたっては、産直施設の充実や小売店などに売り場を設けるなど、施設整備はもちろん、PR 活動を実施するなどの情報発信面のさらなる強化も望まれています。

## (2) 地産地消流通実態調査

地産地消流通実態調査では、市内の温泉旅館・ホテル、スーパーや小売業者など 76 件を対象に、農畜産物の流通実態について調査を行いました。回答数

は36件、回答率は47.4%です。

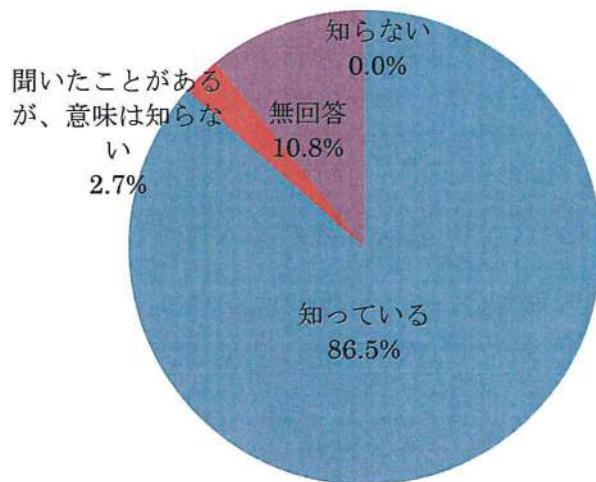
前回の調査より野菜など全ての項目において、天童産の購入割合が81%以上の事業所が増加しており、天童産農畜産物の今後の取り扱いについては、「取り扱いを維持する」と「取り扱いを増やしたい」が75%を占め、「取扱いを減らしたい」事業者はないことから、事業所の地産地消の意識が高まっていることが推測されます。



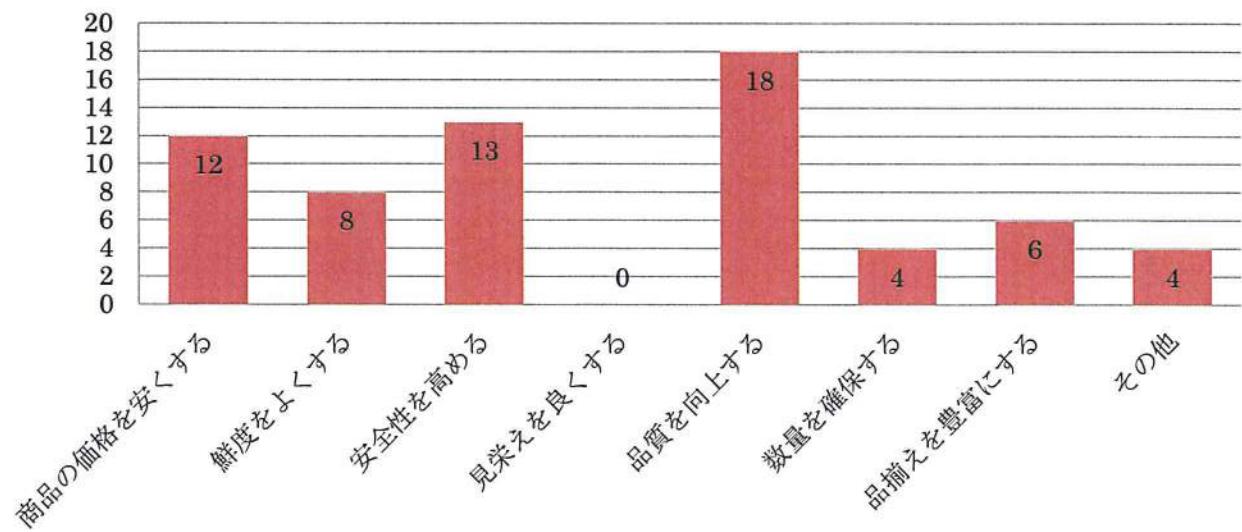
また、地産地消の認知度は86.5%となっており、多くの事業所では定着してきたことが分かります。

地産地消を進めるに当たっては、品質の向上や安全性といった農畜産物の質や価格が重要であるという結果で、地産地消を進める方法については、さらなる品質の向上を図るとともに、安全性などの生産情報の発信の強化が重要であることが分かりました。

#### 【事業所の地産地消の認知度】



## 【地産地消を進めるための課題】



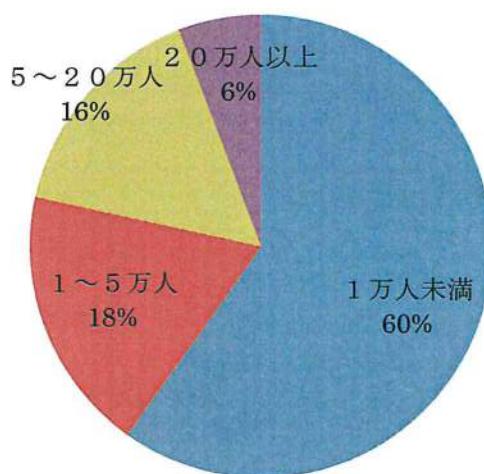
## 6 農産物地産地消等実態調査結果の概要

平成21年度の農産物地産地消等実態調査は、2010年度農林業センサスにおいて産地直売所数を把握した地方公共団体等が運営する産地直売所を対象に行った調査結果をもとに農林水産省が作成したものです。

### (1) 産地直売所の利用者状況

年間購入者数規模別の産地直売所数割合は、「1万人未満」が59.9%で最も高く、次いで「1～5万人」が18.6%となっています。また、「20万人以上」が5.8%となっています。

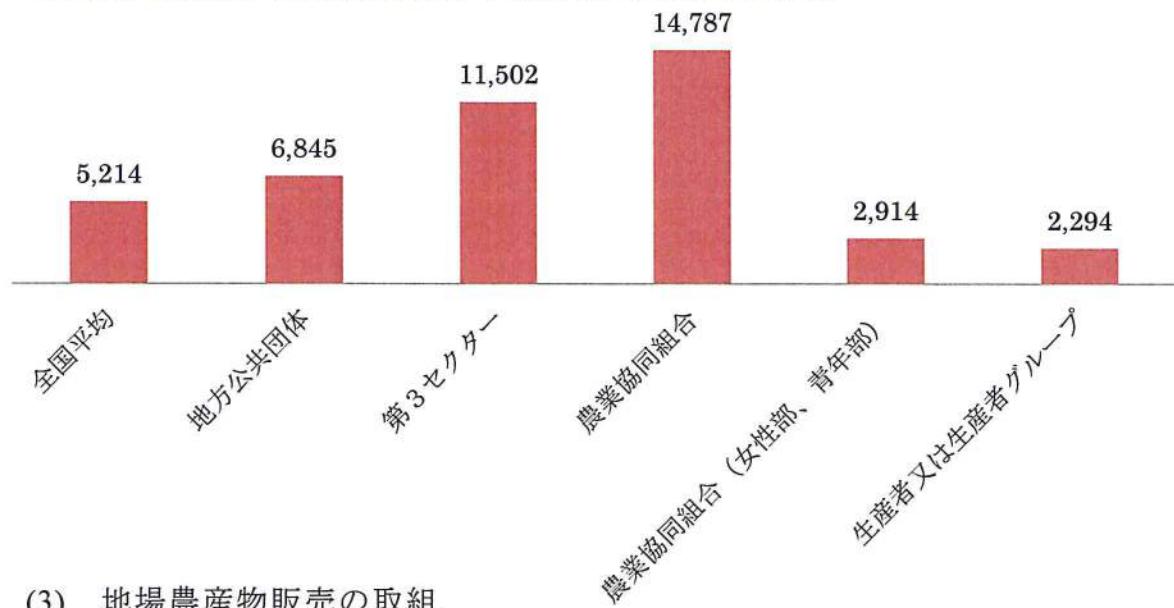
【年間購入者数規模別産地直売所数割合（全国）】



### (2) 産地直売所の年間販売金額とその割合

平成21年度の1産地直売所当たりの平均年間販売金額は5,214万円となっており、前回調査結果の3,387万円から53.9%増となっています。また個別に見ると、農業協同組合が最も高い14,787万円で、生産者または生産者グループが最も低い2,294万円になっている。また、産地直売所の産地別年間販売金額割合で地場農産物を使用している割合が全国平均で73.2%となっています。

## 【運営主体別の年間販売金額（1産地直売所当たり）】



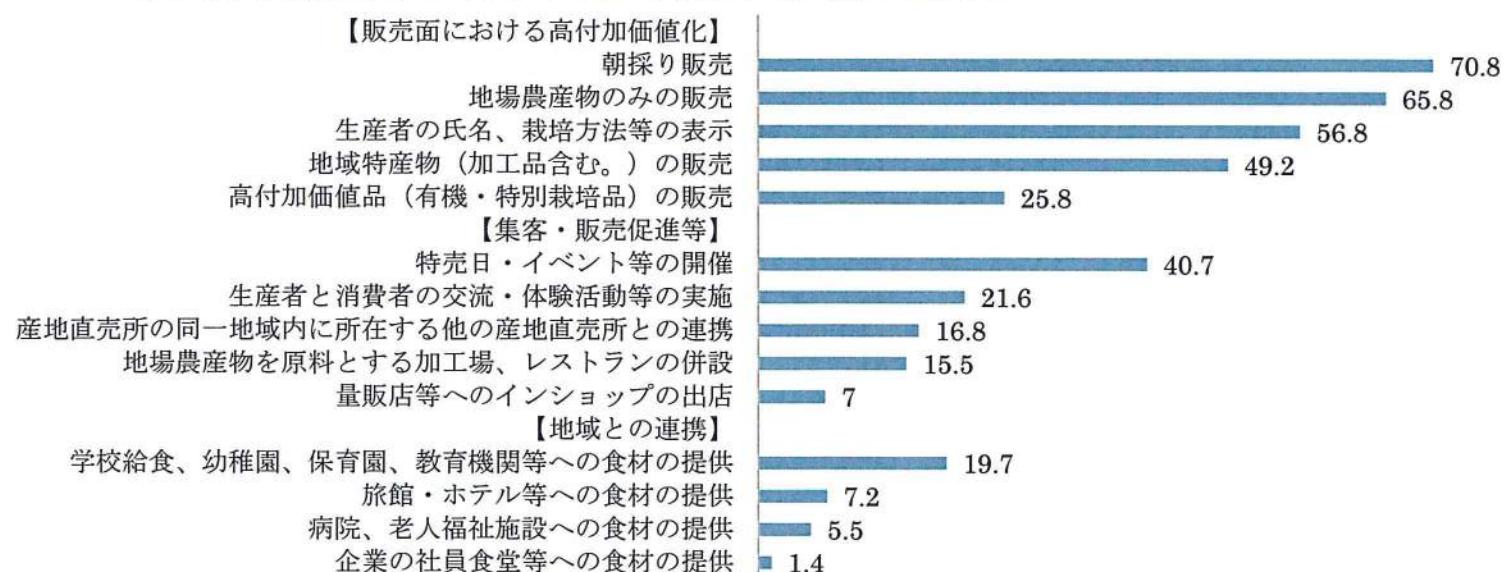
### (3) 地場農産物販売の取組

販売面における高付加価値化への取り組みを見ると「朝採り販売」が70.8%、「地場農産物のみの販売が65.8%と割合が高いものの、「高付加価値品（有機・特別栽培）の販売」は25.8%と他の取り組みに比べて低い割合となっています。

次に集客・販売促進等への取り組みを見ると「特売日、イベント等の開催」は40.7%と最も高く、「量販店等へのインショップの出店」は7%と他の取り組みと比べて低い割合となっています。

そして、地域との連携への取り組みをみると「学校給食、幼稚園、保育園、教育機関等への食材提供」は19.7%と最も高く、「企業の社員食堂等への食材の提供」は1.4%と他の取り組みに比べて低い傾向にあります。

## 【地場農産物販売に当たっての主な取組事例（複数回答）】



### III 地産地消に関する基本目標、重点施策及び数値目標

#### 1 基本目標

地産地消を推進するため、生産者においては、消費の動向を的確に把握とともに、作物等の特性を研究し、天童市の地理的、経済的及び社会的条件に合ったものを生産する取り組みを促進します。

また消費者に対しては、本市で生産した安全な農産物を率先して消費するよう理解を求めます。

事業者に対しては、地場農産物や加工品の積極的な流通、販売等に努めるとともに、農業者等との連携による新しい付加価値づくりへの積極的な取り組みを求めます。

さらに、生産者と消費者と事業者がそれぞれ相互に理解し合い、地域の特色を生かした地産地消のさまざまな取り組みを全市的に進めることにより、天童市の基幹産業である農業を活性化させ、将来にわたって安全・安心な食料を供給するとともに、これまで継承されてきた先人の取組を土台として、新しい時代に対応しながら農業・農村を持続的に発展させ、豊かな地域社会の構築を図ることを基本目標とします。

#### 2 重点施策

##### (1) 消費者のニーズに対応した安全・安心な農産物の生産及び流通の推進

市民が、新鮮で安全・安心な農産物による食生活を楽しむことができるよう、適切な情報提供と生産者の経営基盤強化等を行い、地場農産物の安定生産及び安定供給を推進します。

また、消費者が農産物の購入時に求める「鮮度」「価格」「品質」「品揃え」など、ニーズや嗜好を的確に把握し、地場農産物の流通の推進を図ため、消費者ニーズに対応した生産を振興します。

##### (2) 農業と食品産業等との連携強化

農業や食品産業等との連携を進め、地域内の生産流通体制の整備を促進します。また、加工品等の新たな利用を促進する方策として、農商工連携による商品の開発や地場農産物の高付加価値化を図ります。

##### (3) 生産者と消費者の相互理解の促進

地場農産物の生産流通や地場農産物を使った食文化に関する情報、安全・安心な農産物の生産・消費について、生産者と消費者が信頼関係を構築するための話し合いやふれあいの機会等を提供し、生産者と消費者の相互理解を促進します。また、食農教育を進め「食」について適切に判断しうる力の醸成を推進

します。

(4) 地場農産物直売所の連携の促進

地域で取れた旬の果物や野菜などの農産物やその加工品を販売する農産物直売所の連携を促進し、情報の共有化や質の向上を図り、消費者との交流を深めることで、地場農産物の消費拡大を推進します。

### 3 地産地消の推進に関する数値目標

地産地消を全市的に推進するため、次のとおり数値目標を掲げ、その達成を目指してこの計画に基づく取り組みを推進します。

#### 【地産地消の推進に関する数値目標】

項目	数値目標	
	現況	平成33年度
消費者の地産地消の認知度	74.8%	78%
事業所の地産地消の認知度	86.5%	99%
消費者の天童産農産物 (いつも購入する+できるだけ購入する)	78.7%	84%
学校給食における天童産農産物の使用割合 (米、豆加工品、野菜、果実、肉、卵、牛乳)	72.9%	75%

## IV 地産地消推進に関する施策の展開

### 1 消費者が求める農産物の生産

#### (1) 安全・安心な農産物の生産

天童市内では、安全・安心な農産物の生産に係るさまざまな取り組みが実践されています。今後は、天童市の農産物に対してさらなる信頼感が得られるよう、残留農薬のポジティブリスト制度<sup>1</sup>の遵守や農産物のトレーサビリティシステム<sup>2</sup>の導入など、安全・安心な農産物の生産と安定的な供給に努め、食卓に安全・安心な農産物が届くようにします。

具体的な施策は次のとおりです。

#### 【安全・安心な農産物の生産に関する施策】

- ア 農薬の適正使用と残留農薬のポジティブリスト制度の遵守の徹底
- イ 農産物の生産や流通に関するトレーサビリティシステム導入の推進
- ウ 有機農産物等検査認証制度<sup>3</sup>の活用の支援
- エ 特別栽培農産物<sup>4</sup>の栽培技術講習会等の開催支援
- オ 農業生産工程管理手法<sup>5</sup>の導入の支援
- カ 原子力発電所の事故に伴う正しい知識と情報提供
- キ 安全・安心な生産情報の提供

---

<sup>1</sup> 残留農薬ポジティブリスト制度

平成15年度の食品衛生法（昭和22年法律第233号）の改正に伴って実施された残留農薬等の規制強化制度で、原則として、すべての農薬に残留基準を設定し、基準を超えて農作物などの食品に農薬が残留する場合、その販売や流通が禁止されるもの。

<sup>2</sup> 農産物のトレーサビリティシステム

農産物の生産や流通経路情報を活用して、その生産、製造、加工、流通経路の追跡や遡及を可能にする仕組み

<sup>3</sup> 有機農産物等検査認証制度

有機農産物や有機農産物加工品の名称表示に混乱が見られ、一般消費者の選択に支障を来すようになったため、平成11年に農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（昭和25年法律第175号）が改正され、有機農産物やその加工品に関する日本農林規格が制定された。この規格を満たす農産物について、農林水産大臣の登録を受けた登録認定機関が格付を行い、有機JASマークを付ける制度が実施されている。

<sup>4</sup> 特別栽培農産物

農林水産省が定める特別栽培農産物に係る表示ガイドラインに基づいて、農産物の生産過程等における節減対象農薬の使用回数が、慣行レベルの5割以下であり、農産物の生産過程等において使用される化学肥料の窒素成分量が、慣行レベルの5割以下で生産された農産物

<sup>5</sup> G A P（農業生産工程管理手法）

農業者や産地が作物の安全生産について、「計画、実践、点検、活用」を行う一連の作業工程管理手法

## (2) 環境保全型農業の推進

農業は、食料供給機能のほか、農業生産基盤を持続させることにより、水源かん養、生態系や景観の保全といった多面的な役割を果たしています。

このような機能が将来にわたって發揮されるためには、農道等の保全管理とともに、化学肥料や化学農薬の使用を抑制し、環境負荷を低減することが効果的な手法となります。

現在、有機農産物や特別栽培農産物に対する消費者・実需者のニーズが高まっており、生産者に対しては、耕畜連携による家畜の堆肥を利用した土づくりやエコファーマー<sup>6</sup>の認定などを啓発するとともに、消費者に対しては、減農薬栽培や減化学肥料栽培の実践による生産者の負担増加についての理解を深め、市民との協働による環境保全型農業を推進します。

具体的な施策は次のとおりです。

### 【環境保全型農業の推進に関する施策】

- ア 耕畜農家の有機質資材等による土づくりの推進
- イ 畜産農家による良質な堆肥づくりの推進
- ウ 堆肥の成分分析や適合作物の調査研究等の推進
- エ 稲わら交換等による堆肥施用や緑肥作物等の作付けの推進
- オ 化学農薬の抑制に係る栽培技術の情報提供
- カ 環境保全型農業の推進に関する情報提供
- キ 市報等による農薬や肥料の適正使用に関する情報提供

## 2 農産物の安定的な供給体制の強化

農業生産の維持による農産物の安定供給を図るため、認定農業者等の担い手を確保し、地域で担い手を支える活動を支援するなど、農産物の安定的な供給体制の強化を図ります。また、農業経営の合理化や農地の集積を進め農業経営基盤の強化を図ります。

### 【農産物の安定的な供給体制の強化】

- (1) 新規就農者等担い手に関する支援
- (2) 農業経営基盤の強化に関する支援
- (3) 担い手の確保・育成による生産体制の強化
- (4) 高齢者の持つ知識・技術の伝承

---

<sup>6</sup> エコファーマー

持続性の高い農業生産方式の導入の促進に関する法律（平成11年法律第110号）に基づいて、土づくり、化学肥料低減、化学農薬低減の3つの技術に一体的に取り組む計画を作成し、県知事から認定を受けた農業者

### 3 消費者ニーズに対応した農産物の生産

地産地消を推進するためには、消費者ニーズに対応した農産物の生産や、農産物に関する情報の提供が求められることから、生産者においては、消費者ニーズを的確に把握するとともに、作物等の特性を研究し、本市の地理的、社会的条件に合った作物の栽培を進めます。また、多様なニーズに対応した生産を行うため、生産団体等の育成を図ります。

- (1) 消費者ニーズの把握と消費者への情報提供
- (2) 消費者ニーズに合わせた品種の選定
- (3) 生産条件に適応した栽培の促進
- (4) 消費者ニーズに対応可能な生産団体等の育成

### 4 食品産業等との連携による農産物の消費拡大

消費者の需要動向に対応した農産物の安定的な生産・供給体制を整え、市内の食品系スーパー・マーケットとの連携を強化することで、地元農産物の取扱量と消費の拡大を図ります。

飲食店、食品加工業者、宿泊施設等における地域食材の活用などにより、地元農産物の消費拡大を目指します。

具体的な施策は次のとおりです。

- (1) 市内の食品系スーパー・マーケットとの連携の強化
- (2) 生産者、小売店、食品流通業者との交流と情報交換
- (3) 飲食店、食品加工業者、宿泊施設等における地域食材の利用促進

生産者、生産団体、直売所、農協、食品流通事業者等と連携しながら、次の取り組みを行い、地域で生産される食材の利用率の向上を促進します。

- ア 地域の食材の種類や出荷時期等の把握と情報提供
- イ 生産者と食品流通事業者との相互交流の支援
- ウ 生産者と実需者の生産・供給体制づくりの支援
- エ 地域食材を活用した伝統料理に関する情報提供
- オ 地域食材を活用した新メニューや加工品等の開発

### 5 農商工連携による新たな付加価値づくり

地域の農林水産物や資源を有効に活用し、農業と製造・販売業などの事業者との融合を図り、新たな付加価値を生み出すことによって、農林漁業の持続的かつ健全な発展と消費者に対して安全・安心な食の提供を行います。

さらに、天童菓子商工組合などの加工業と連携し、地場農産物を使ったオリジナルスイーツの開発・販売を進めます。

- (1) 試験研究機関等との連携による農産物の栽培技術の向上や加工食品に関する技術の開発
- (2) 6次産業化による農産物の高付加価値化及び人材の育成
- (3) 農商工連携強化によるアイデアのマッチングの促進
- (4) 特産品づくりに積極的に取り組む生産者やグループの支援

## 6 生産者と消費者の交流等による相互理解の促進

安全・安心な農産物の生産や消費について、生産者と消費者が信頼関係を構築するための話し合いやふれあいの機会を提供し、生産者と消費者の相互理解を促進します。

具体的な施策は次のとおりです。

### 【生産者と消費者の交流等による相互理解の促進に関する施策】

- (1) 消費者との信頼関係づくりの促進

食の安全の重要性に対する消費者の理解を深め、新鮮で栄養価の高い旬の地場農産物を活用した健康で豊かな食生活の実践を促進します。

- (2) 地産地消料理教室の開催

地場産の食材を使った料理講習会を開催し、消費者に地場農産物の安全性やおいしさをPRします。

- (3) 親子農業体験教室の開催

天童市農業士会と連携しながら、市内の小学校の児童及びその保護者を対象にした親子農業体験教室を開催し、食の重要性、地場農産物の消費拡大、地域の農業振興に対する理解を深めます。

- (4) 安全な農産物に対する正しい理解の啓発

生産者に対しては、適正な農薬やエコファーマーの認定を促進するとともに、消費者に対しては、天童市で生産された農産物の安全性や、有機農産物等の付加価値に関して正しい理解をしてもらうための啓発を行います。

## 7 学校給食における地産地消の推進

生産者、生産団体、農協、学校、教育委員会、事業所、家庭、地域等の連携により、学校給食において、市内で生産される農産物の利用を促進します。

また、学校給食への地場農産物納入について、生産者や生産者グループ、農協や関係団体の調整を行い、地域の食材の利用率向上を図ります。さらに、学校給食を生きた教材と捉え、地域の特性や食材を生かした食育指導を推進します。

具体的な施策は次のとおりです。

### 【学校給食における地産地消の推進に関する施策】

- (1) 学校給食における地場産米を利用した米飯学校給食、米粉パン、麺等給食、野菜、果実、畜産物、加工品などの地域食材の利用促進
- (2) 学校給食用の食材として、少量多品目の農産物の出荷に対応できる生産者や生産団体の育成
- (3) 生産者、学校、保護者、学校給食センター等との相互交流の機会づくりの支援
- (4) 学校給食用の野菜の計画生産・安定供給の支援
- (5) 旬の地場農産物を活用した学校給食メニューづくりの推進
- (6) 地産地消ウィーク<sup>7</sup>の設定による食育や地産地消の積極的な推進

## 8 地場農産物に関する情報提供

天童市が開設しているホームページ等において、地産地消の取り組みや旬の農産物、農産物直売所に関する紹介等を行い、市民や観光客などの消費者が安全・安心な地場農産物を身近に購入できるよう情報を積極的に発信するとともに、生産者と消費者の相互理解を進めます。

また、市報や各種イベントを活用し、地場農産物の生産と流通、特産加工品、食材等に関する情報を提供することにより、地場農産物の地域内流通を促進します。

さらに、天童菓子商工組合などと連携し、開発・販売する地場農産物を使ったオリジナルスイーツのポスターやパンフレットを作成し、その消費拡大を推進します。

### 【地場農産物に関する情報提供に関する施策】

- (1) イベント・市報・ホームページを活用した地産地消に関する情報発信
- (2) 農産物直売所やグリーン・ツーリズムに関するガイドマップの発行
- (3) 地産地消に関する体験教室等の開催
- (4) 地場農産物を使ったレシピの紹介
- (5) 地場農産物を使った加工品の紹介
- (6) 郷土料理や伝統野菜、地域の農産物などを学ぶ機会の創出

## 9 地場農産物直売所の連携による活動の拡大

地場農産物直売所は、新鮮で安全な農産物を販売するだけでなく、生産者と消費者が直接交流による顔の見える関係の構築や、女性農業者の参画による地域農

---

<sup>7</sup> 地産地消ウィーク

山形県では、毎月 19 日を「家族団らんの日」と位置付け、「食」について家庭で語り合うことを推奨しており、毎月その日を含む 1 週間を地産地消の強化週間としている。

業の活性化など多くの効果が期待されます。

今後は、市内の農産物直売所の連携を一層促進し、情報交換や研修会等により直売所の質を向上し、生産者と消費者の信頼関係を構築するとともに、活動の拡大による地場農産物の消費拡大を推進します。

具体的な施策は次のとおりです。

#### 【農産物直売所の連携による活動の拡大に関する施策】

- (1) 安全・安心な農産物の計画生産と安定供給の支援
- (2) 農産物直売所の運営等に関する研修会の開催の支援
- (3) 生産者と量販店などの流通関係者との相互交流の支援
- (4) 農産物の直売に関する先進地情報の紹介
- (5) 天童市G T Nを活用した情報共有化の支援
- (6) 地場農産物を利用したメニュー開発等の支援
- (7) 農産物直売所の整備支援

### 10 観光と連携した体験農業等の促進

田植え・稲刈り・果物のもぎ取りなどの農作業や観光農園の連携の促進、農産物の直売、農産加工品の開発、イベントの開催、教育活動としての農村や農業とのふれあいなどを推進することにより、地産地消への理解を促進します。

また、天童市の優れた自然、田園景観、地場農産物、伝統文化等を地域資源として生かし、都市との交流活動であるグリーン・ツーリズムを促進するなど農村と都市の交流人口の拡大を図ります。

さらに、農業、農村の持つ役割とその重要性を学ぶ機会を提供し、農村と都市がよきパートナーとして共に発展していくことができるよう、生産者や住民主導の活動を支援します。

具体的な施策は次のとおりです。

#### 【観光と連携した体験農業等の促進に関する施策】

##### (1) 都市と農村の交流体験

都市の住民が農村の豊かな自然に触れ、収穫の喜びや農業の良さを実感できるよう、次の事業を支援します。

ア 個人農業者、農業者グループ、生産団体による観光果樹園での収穫体験などのふれあい農業への支援及び情報発信

イ 市民農園の開設や農家へのファームステイの受入れの促進

##### (2) 女性農業者や女性農業者グループ等の起業化への支援

##### (3) 都市住民や消費者に対する情報発信

- (4) 地域の観光イベント等による地元農産物の販売促進
- (5) ホテル等宿泊施設による地産地消名メニューの提供促進

## V 地産地消推進計画の推進体制

### 1 天童市地産地消推進協議会

農業者、農業団体、市民、事業者、関係団体、行政等が、それぞれの役割に応じ、協働して地産地消を推進するため、天童市地産地消推進協議会（平成14年10月設置）において、調整や連携を図りながら、この計画の目標達成を図ります。

天童市地産地消推進協議会設置要綱は、資料編に掲載しています。

### 2 計画推進のための役割

天童市の特色に合った地産地消が推進されるよう、農業者、農業団体、市民、事業者、関係団体等に対しては次のとおり役割を分担していきます。

#### (1) 市民・消費者

ア 食を支える農業者の生産活動と市民の消費生活が密接に関係していることを理解していただき、農業と農村の環境を支えるため、地場農産物の消費に努めます。

イ 地域でどんな農産物がどのように生産されているかについて興味関心を持つとともに、生産者や生産団体に対し、地場農産物の生産に関する提案に努めます。

ウ 市民一人一人が、地産地消の様々な取り組みに参加して、地場農産物を消費することにより安全・安心で健康的な食生活を享受しながら、地域の食習慣や食文化の伝統を次世代へ引き継ぐよう努めます。

#### (2) 農業者及び農業団体

ア 農業者及び農業団体は、自ら生産する農産物が市民の健康を支えていることを自覚し、農産物の生産や食の安全に関する関係法令を遵守するとともに、地産地消の推進について主体的な取り組みを行います。

イ 地域で生産された農産物が、地域内で流通することができるような出荷形態や体制づくりに努めるとともに、生産された農産物や加工品について正確かつ適切な情報を消費者に提供します。

ウ 農業の持つ多面的な機能保全の担い手としての自覚を持って、農産物の生産に努めます。

エ 食品事業者等と連携して、農産物の地域ブランドづくりを推進します。

#### (3) 事業者

ア 事業者の活動が食料生産や農業・農村と密接に関係していることを踏まえ、

地場農産物とその生産活動について関心を持つとともに、消費者のニーズを農業者や農業団体に的確に伝え、天童市の農業・農村を支える取り組みに参加するよう努めること。

イ 地場農産物や加工品の積極的な流通、販売等に努めます。

ウ 農業者及び農業団体と連携して、農産物の地域ブランドづくりを推進します。

#### (4) 関係機関及び関係団体

市民、農業者、農業団体、事業者が行っている地産地消の取り組みや天童市が実施する施策について協力するよう努めます。