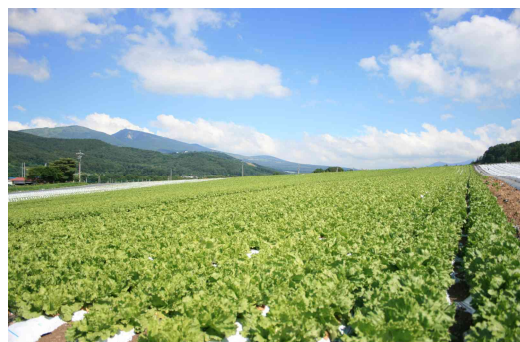
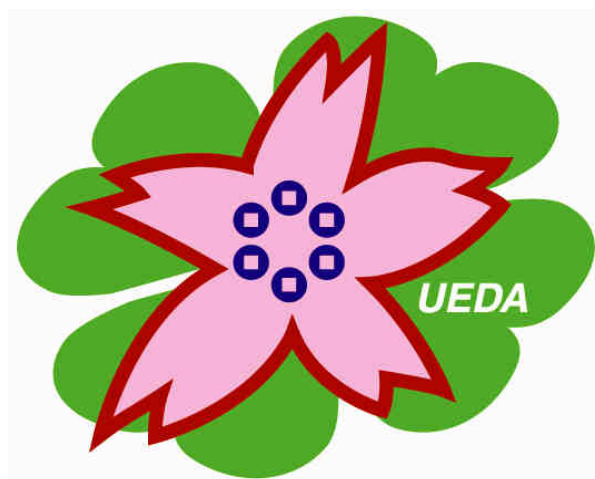


上田市地産地消推進基本計画

(平成24年度～平成27年度)

うまい！ 新鮮！ 上田を味わおう！



平成24年5月

上田地産地消推進会議

目 次

第 1 章 計画の策定にあたって

1	計画策定の趣旨	2
2	計画の位置づけ	2
3	計画の期間	3
4	地産地消の範囲の考え方	3

第 2 章 上田市における地産地消の現状

1	学校給食における地産地消の現状	4
2	地元農産物直売所・加工品等の現状	5
3	米の消費拡大の現状	6
4	畜産等の現状	7
5	上田産農畜産物の P R、販売促進の現状	9
6	都市と農村の交流の現状	10
7	地産地消の P R の現状	11
8	食育との連携・地域の食文化継承の取組の現状	11

第 3 章 具体的な取組

1	学校給食における取組	12
2	農産物直売所における取組	13
3	米の消費拡大の取組	14
4	畜産・水産物の取組	14
5	上田産農畜産物の P R、販売促進の取組	15
6	都市と農村の交流の取組	16
7	地産地消の情報提供・P R の取組	17
8	食育との連携・地域の食文化継承の取組	18
9	消費者ニーズに対応した上田産農畜水産物の生産振興	19
10	行政・団体等との連携	19

第 4 章 推進体制

1	推進体制	20
2	関係者の役割	20
3	計画の進行管理	21

第1章 計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨

上田市の農業を取り巻く情勢は、農業者の高齢化・担い手不足・後継者不足や農産物の輸入自由化、消費量の減少などによる農産物の価格の低迷により農業生産基盤の弱体化を招き、中山間地域を中心とした農地の荒廃化など農業・農村を取り巻く環境は厳しさを増しています。

また、BSE、(牛海綿状脳症)・高病原性鳥インフルエンザの発生や食品の不正表示事件のほか、原子力災害に伴う放射性物質等、消費者の「食」に対する関心が高まっています。

このような状況の中、食の安全安心を求める消費者と消費者ニーズに対応しながらその地域にあった作物振興と生産を行う農業の取り組みが「地産地消」として注目されています。

地産地消は、生産者と消費者の距離が近く鮮度の高いものが入手できることや地域の伝統的食文化の維持と継承、地域経済の活性化や農産物の輸送に係るエネルギーの削減による環境保全など多くの効果が期待されています。

また、少量多品目の農産物を生産する小規模農家や大規模農家であっても農産物の規格が揃わず市場に出荷できない場合などに農産物直売所等を活用することによって流通コストの軽減や新たな収入源になるなどのメリットがあります。

「地産地消」の取り組みは、消費者ニーズに対応した農畜産物の生産と地元のもの消費する両者が、信頼しあうとともに共生していける仕組みづくりが求められています。

そのためには、「食」と「農」が抱える諸問題の解決を消費者と生産者、JAや流通業者が一体となった地域住民参加型の活力ある地域づくりを進め、地域の実情にあった活動をしていく必要があります。

そこで、消費者団体・生産者団体・JAや流通業者を中心に地域住民が一体となり農業振興と安心・安全な食生活の確立と実践を目指した「上田地産地消推進会議」を平成20年7月に設立し、地場農産物の消費拡大を通じて農業振興と安心・安全な食生活の実現のために地産地消の諸事業を進めてまいりました。本計画は、このような地産地消の取組を総合的かつ計画的に推進するために策定するものです。

2 計画の位置づけ

この計画は、本市における地産地消に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るために、個別的事項を定めるもので、第一次上田市総合計画「第2編産業・経済」重点的な取組「地産地消の推進と安全・安心な食の提供」の行動計画として位置づけられます。

3 計画の期間

計画の期間は、平成24年度から平成27年度までの4年間としますが、必要に応じて計画の見直しを行います。

4 地産地消の範囲の考え方

「四里四方(16km四方)」で採れるものを食べることが健康に良いという「身土不二」の考え方が地産地消の原点とも言われていますが、交通手段の発達した現代においては、地産地消の範囲をあまり限定的に捉えると、現実的な活動にはなりません。

本計画では、基本的には市内での活動を想定していますが、文化的、経済的にまとまりのある地域との連携も視野に入れ、幅広い可能性を探ります。

このようなことから食材の調達については、上小産を基本としながら、優先順位を1位：上小産、2位：東信地域内産、3位：県内産 とすることで、地産地消の活動をより消費者のニーズに適合するよう、発展的に捉えます。



第2章 上田市における地産地消の現状

1 学校給食における地産地消の現状

地元農産物利用率 (平成23年度)	44.5% (上小産青果物・米、重量ベース) 31% (上田市内産、品目ベース)
----------------------	---

(上段：学校教育課資料、下段：県産農産物利用状況調査(長野県))

(1) 学校給食における地元農産物使用状況(対象：市内全域)

青果物

	20年度	21年度	22年度	23年度
総使用量(kg)	428,030.8	431,500.9	407,725.2	409,621.0
うち地元(kg)	76,630.7	87,470.9	89,383.7	91,118.5
地元産割合%	17.9	20.3	21.9	22.2

米

	20年度	21年度	22年度	23年度
総使用量(kg)	152,530	157,068	155,137	158,609
うち地元(kg)	152,530	157,068	155,137	158,609
利用割合(%)	100.0	100.0	100.0	100.0
1人当たり年間 使用量(g)	9,945	10,370	10,440	11,146

米・青果物

	20年度	21年度	22年度	23年度
総使用量(kg)	580,560.8	588,569.2	562,862.2	574,082.1
うち地元(kg)	229,160.7	244,539.2	244,520.5	255,579.6
利用割合(%)	39.5	41.5	43.4	44.5

(学校教育課資料)

(2) 学校給食における農産物使用状況比較

上田市内産・長野県内産、食材品目ベース(平成23年度)

	6月	11月	平均
上田市内産	24%	39%	31%
長野県内産	43%	54%	48%

県内産食材利用状況調査……食材品目ベースによる県内産食材使用割合は6月と11月の年2回のみ抽出調査であり、あくまでも参考数値です。

2 地元農産物直売所・加工品等の現状
農産物直売所の現状

(平成24年3月現在)

農産物直売所			インショップ
個人	組合組織で運営		
季節開設	常設	季節開設	
6	7	15	10
計			38箇所

農産物直売所の売上の推移

年度	19年度	20年度	21年度	22年度
販売金額	67,239万円	74,027万円	79,507万円	95,383万円
一人当り 平均売上	409,245円	441,425円	472,693円	444,055円
採用会員数	1,643名	1,677名	1,682名	2,148名

注) 調査対象は、組合組織等で運営される23直売所。



市内直売所のネットワークづくりの場として始まった「上田産直まつり」も直売所だけではなく、地産地消推進の店も集結して毎年盛大に開催されています。

地元農産物を活用した加工品(平成24年3月現在)

品目数 50(みそ、菓子、豆腐、酒、ワイン、ジュース、ジャム、そば、うどん、漬物等)

加工業者等 31(団体・グループ10、法人・個人事業者21)

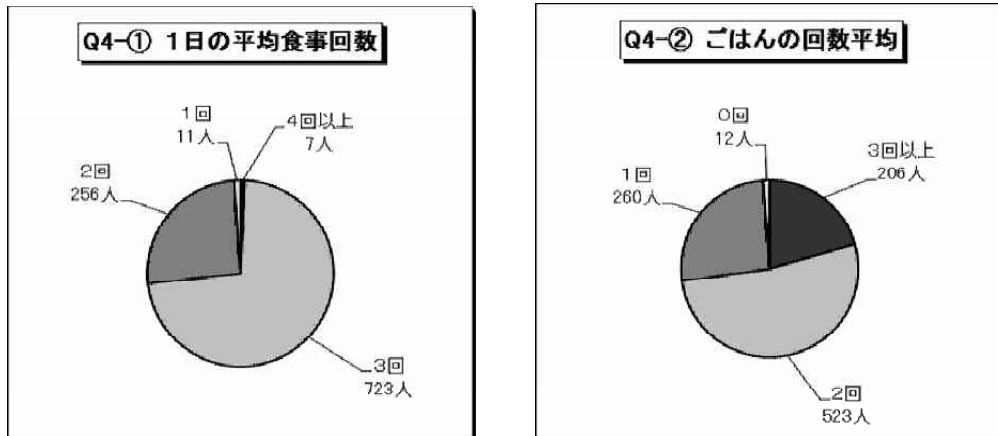
3 米の消費拡大の現状

(1) 米の消費に関する状況

市内大学生に対する米及び米粉に関するアンケート結果

(平成22年度実施。一部抜粋)

対象：信州大学繊維学部、長野大学、上田女子短期大学の学生(回答数1003人)



対象の学生は、1日2回以上米飯を食べるという割合が比較的高いことがわかりました。

学校給食における米粉パンの使用状況

	21年度	22年度	23年度
使用回数	46回	36回	220回
米粉使用量	3,072kg	1,181kg	5,852kg

使用回数 = 各学校給食センターや自校給食校における1年間の米粉パン使用回数の合計

学校給食(米飯)における地元産米の使用量

	20年度	21年度	22年度	23年度
米使用量	152,530kg	157,068kg	155,137kg	158,609kg
上田市産割合	100%	100%	100%	100%

学校給食においては、上田市産のお米が100%使用されています。

米飯給食は、真田地域で週5回、その他の地域では週3回の頻度で実施されています。

(2) 米の消費拡大に向けた取組の現状

上田地産地消推進会議米消費拡大部会を中心に米の消費拡大に向けた取組を実施
 上田地域産業展フードフェアに出展し、米料理としてライスバーガーの調理
 体験 (H 2 1)

やうす焼き等の試食提供 (H 2 1 ~ H 2 3)

上田染谷丘高等学校において、保健福祉事務所主催の「若者の一人暮らし支
 援事業」とタイアップし、郷土料理 (米を使った料理) を紹介 (H 1 9 ~ H 2 3)

米粉普及活動を行う個人・団体・事業者に対する米粉の現物給付による支援
 (H 2 3 ~) 実績：平成 2 4 年 1 月 1 日現在、4 組。



高校等での料理講習会

4 畜産等の現状

(1) 畜産物

市内で飼育された牛や豚、鶏などは、市外でと畜から精肉処理され、ほとん
 どが「国産、信州産、長野県産」として店頭に並びます。一部の小売店や飲食
 店で地元産が提供されていますが、地元産を扱う店舗が少数で限られているた
 め、購入が難しい状況です。

市内の食肉加工業者により、市内産畜産物を食材とした加工品が企画、販売
 されています。

一部の生産者は、精肉処理した食肉を買い取り、精肉や加工品にして消費者
 に提供している事例があります。

生産者や加工業者が、市内のイベントや物産展などに出展し、市民や観光客、
 姉妹都市への販売促進に取り組んでいます。

(2) 鶏卵

生産者によっては、市内の大型スーパーや直売所で玉子の販売促進に取り組んで
 います。

平成 2 4 年 2 月 1 日現在

	乳用牛	乳肉 複合	肉用牛 繁殖	肉用牛 一貫	肉用牛 肥育	養豚	採卵鶏	ブロイラー
戸数	7	5	1	2	8	3	2	2
飼養 頭数	102	407	60	51	829	2,375	17,163	13,550

資料提供：上田市農林部農政課

(3) 水産物

市内では、千曲川から水揚げされた天然の鮎やはや、ため池などから獲った鮎や「もろこ」など旬の川魚を加工した商品が販売されています。

捕獲時期以外では、千曲川の伏流水を使った養殖場で生産された鮎や鯉などを使い、通年消費者への提供が可能となっています。

近年では、直売所でも旬な川魚を使った加工品が販売され、大型スーパーでも上田産特産品コーナーの設置により、市民、観光客に向けた販売が行われています。

生産者によっては、市内のイベントや姉妹都市の物産展などで、市民や観光客、姉妹都市等への販売促進に取り組んでいます。



平飼で育てられる地鶏



高原で放牧される乳用牛



鮎は千曲川の旬の味

食肉流通の現状

食肉の流通の特徴として、流通過程で何度も形態が変化する点があげられます。野菜や魚の流通では、形態的には捕れたままの姿で消費者の手に届きますが、食肉はすっかり姿を変えてしまいます。形態から順を追うと、と畜後の枝肉（半丸枝肉）そして部分肉（ヒレやロースなどの部位別）となり、更に店頭で並ぶ時は精肉（部位毎にカットやスライス）という3つの段階を経るのが一般的です。

こうした過程の中で、牛肉や豚肉は厳しい検査を何回も受け、その結果合格したものだけが市場、問屋、スーパー等に出されます。特に、牛肉についてはトレーサビリティが義務化されており、豚も自主的なトレーサビリティを実施し、食の「安全・安心」が守られています。

反面、商品として店頭で並ぶ時は、国産・信州産・長野県産といった表示となり、生産者が心を込めて育てた畜産物へのこだわりを消費者に伝えることが難しいです。

生産者によっては、精肉処理した食肉を買い取り、精肉や加工品を消費者に提供している事例がありますが、生産者等が買い取る場合は、一ないし二頭と頭数単位で買い取らなければならないため、人気の部位を求める消費者のニーズに対応した販売ができません。

5 上田産農畜産物のPR、販売促進の現状

<地元におけるPR及び販売促進>

- 上田市ホームページ「農産物・農林業体験ページ」開設による情報発信
- 「うえだ地産地消ナビ」による情報発信
- 上田産直まつりにおけるPRの取組
- 各直売所における地元農産物のPRの取組
- 上小地方事務所主催の農商工連携事業への関与
(旅館・ホテルを対象とした食材PR)

<県内外におけるPR及び販売促進>

姉妹都市等の物産展におけるPR

- ・平成21年度15箇所 販売金額(斡旋販売分含む)10,188千円
(地産地消推進会議関係分)
- ・平成22年度13箇所 販売金額(斡旋販売分含む)9,053千円
(地産地消推進会議関係分)
- ・平成23年度10箇所 販売金額(斡旋販売分含む)7,733千円
(地産地消推進会議関係分)

(内訳 鎌倉市、上越市、九度山町、練馬区、大阪市、所沢市、豊岡市、上尾市、沼津市、港区麻布)

農家、農林水産物加工業者による物産展への参加に伴う経費に対する支援
(運搬費、宿泊費等に対する補助) 平成23年度 11件 409千円



姉妹都市等の物産展への参加

6 都市と農村の交流の現状

オーナー制度の現状（平成 23 年 12 月現在）

- ・りんごオーナー 4 箇所（東山（鎌倉市民対象）、麻蒔（上尾市民対象）、やまじょう（市民向け・千葉市民対象）、真田（首都圏向け）

契約総本数 2 5 7 本

- ・棚田オーナー 3 5 組

市民農園の現状（平成 23 年 12 月現在）

- ・全体 2 1 箇所 設置区画数 2 6 1

利用区画数 2 4 8

内訳 上田地域 1 4 箇所 設置区画数 1 9 9

利用区画数 1 9 2

（上記のうち 5 箇所 93 区画は平成 20 年 4 月から個人開設）

丸子地域 3 箇所 設置区画数 2 2

利用区画数 1 6

真田地域 4 箇所 設置区画数 4 0

利用区画数 4 0

農作業体験（平成 2 3 年度実績）

- ・稲倉棚田での田植え、稲刈り体験

埼玉県内高校 1 校 3 2 0 名

千葉県内中学校 1 校 1 9 7 名



首都圏の高校生の棚田田植え体験

- ・市内小学校等での学童農園事業（米作り等）

千葉市農山村留学の受入（平成 2 3 年度実績）

千葉市内 2 小学校 6 8 名（川西地区 2 8 名、豊殿地区 4 0 名）

7 地産地消のPRの現状

以下のとおり様々な媒体及びイベント等により情報を発信している。

「広報うえだ」への記事掲載

市ホームページによるPR（市トップに「地産地消」）

「食」と「農」を結ぶ情報誌「うえだ地産地消ナビ」の発刊

（年3回発行2月、6月、10月）

当会議直営イベント「産直まつり」によるPR

県の地産地消推進キャラクター「旬ちゃん」によるイベントの開催

上田地域産業展、給食まつり等への出展によるPR

旬のカレンダーの作成

のぼり（「地元の食材を使っています」、「上田を味わおう！」）

の掲示

上田市「地産地消推進の店」による取組

上田地産地消推進会議推奨品による原材料、商品の紹介

学校給食現場にて「給食だより」等によるそれぞれの取組



8 食育との連携・地域の食文化継承の取組の現状

保育園・幼稚園、小学校において、農業体験や給食等を通じて児童・生徒、園児に対する食への感謝と理解を深める取組が行われている。

3世代同居家族が減るとともに、外食の増加、加工食品を利用した食事の増加等により、地域の食文化の伝承が難しくなっている。



第3章 具体的な取組

1 学校給食における取組

課題

< 学校給食センター >

学校給食に求められる規格と品質を兼ね備えた食材の確保が困難です。

学校給食に求められる量を地元農産物のみで確保することが困難です。

地元産と地元産以外のものを合わせて発注するには手続きが複雑になり、コストが上がります。

< 自校給食校 >

納入量が少ないため廉価での納入が難しい傾向があります。

< 共通 >

学校給食へ地元農産物を通年供給することが困難です。

地元で収穫される農産物についての情報が提供されていません。

目標

安全安心な食材を子どもたちに提供できる体制整備を推進します。

旬の農産物を旬な時期に食べてもらえる取組を推進します。

地域の農業や地域の食文化への関心を高め、理解を深める取組を推進します。

学校給食における地元産食材の使用割合の向上

- ・ 平成 22 年度 43.4% 平成 27 年度 46% (重量ベース)
- ・ 平成 22 年度 29.8% 平成 27 年度 33% (食材品目ベース)

行動計画

地域の特性に応じた効率的な受発注システムの構築を推進します。

市場、流通業者、JA等が持つ農産物情報(供給可能な時期や供給可能な品目・量など)を積極的に学校給食へ提供するとともに、学校給食側からも需要情報(献立や発注予定品目・発注予定量、使用したい時期や品目など)を伝えることができるように、関係者間の情報提供体制や情報共有体制の整備を促進します。

地域の農業や地域の食文化への関心を高め、理解を深めるための取組を支援するとともに、既存の取組を継続していきます。

2 農産物直売所における取組

課題

直売所会員の高齢化が進む一方、それぞれの直売所には新規入会者の制限もあり、全体として出荷量が伸び悩んでいます。

直売所の運営状況について、内外に向けて情報提供することは、直売所の課題や問題を把握するうえで必要ですが、現状の把握や分析、情報交換の機会が不足しています。

地元の農産物直売所で「安全・安心・新鮮」な農産物を求める消費者が増加している中、出荷農家の農薬の適正使用や生鮮・加工食品の表示などの徹底が求められています。

消費者の多様なニーズに対応できる直売所やスーパーマーケットへ消費者が移行しています。

多品目・安定生産を支える農家が不足しているため、多様な農業技術の向上が必要です。

目標

農家の農業所得の向上を目指し、継続して経営ができる直売所の運営を目指します。

地域の風土に合った「安全・安心・新鮮」な旬の農産物を消費者にお届けします。

小規模農家、女性等の多様な農業の担い手等と連携した直売所運営を目指します。

地場産農産物を活用した加工食品の開発と販売促進により農業所得の確保・向上を目指します。

通年営業の直売所の年間販売額に関する目標

年度	直売所数	販売額
平成22年度 現状数値	7	851,020千円
平成27年度 目標数値	7	1,000,000千円

行動計画

直売所相互の情報交換会を開催します。

直売所間の農産物融通の取組を推進します。

計画的な生産と出荷の取組を推進します。

直売所の経営の効率化や集客力の向上等に効果のあるPOS（ポイントオブセール）システムに係る機器等を導入する取組を支援します。

長野県・農業改良普及センター・JA・関東農政局長野地域センター等と連携し、農薬の適正使用や生鮮・加工食品の適正表示を徹底し、GAP手法の導入の取組を推進します。

地元産品の旬や入手方法など消費者への情報提供を推進します。

高齢などにより出荷に行けない農業者からの出荷物の集荷サービスについて研究します。

地域食文化への理解と継承を目指す取組を推進します。（販売している農産物のレシピの作成、地域に受け継がれる「伝統食」をPRするちらし作成、料理教室の開催など。）

直売所と加工施設の連携により、地場農産物を活用した土産品等の開発や販売促進の取組を支援します。

3 米の消費拡大の取組

課題

食生活の変化の中で米の消費が減少しており、自給率の低下にもつながっています。小麦粉に比べ、米粉の値段が割高となっています。

目標

米の消費拡大を推進します。
米の消費拡大に向けて米粉の普及を図ります。

行動計画

料理教室や各種イベントへの出展などを通して消費者である市民に米や米粉の魅力をPRし、米消費拡大の推進を図ります。

パンや菓子製造業者、製麺業者等の商業者や一般消費者による米粉の利用促進を図るとともに、市民による米の消費拡大活動や米粉の普及促進活動を支援します。

米及び米粉の魅力やそれを引き出す方法に関する部会員の知識、技能を研鑽します。

4 畜産・水産物の取組

課題

上田産畜産水産物にどのような商品があるのか、産地や旬の時期、味、料理方法、購入場所など、消費者への情報提供が求められています。

目標

地元畜産水産物やその加工品の商品紹介や購入方法を市民や観光客に広く情報提供し、消費の拡大、販売促進を図ります。

行動計画

直売所や大型スーパー等の協力をあおぎ、地元産販売コーナーにおける産地情報等の掲載等により上田産畜産水産物の魅力を伝える取組を推進します。

市内の旅館・ホテル・飲食店への地元産畜産水産物の情報提供を行い、地元産畜産水産物の利用拡大への取組を推進します。

地元畜産水産物やその加工品を市民や観光客に知ってもらうため、商品の紹介や購入できる場所などを、上田市公式ホームページや直売所等でのチラシ配布や情報掲載に取り組みます。

5 上田産農畜産物のPR、販売促進の取組

課題

< 地元における地元農産物のPR・販売促進 >

どんなものが、いつ、どこで買うことができるのか、また、食べられるのかという情報が広く消費者に伝わっていません。

特に、お米、りんご、レタス、ぶどう等の上田市の主要農産物や特徴のある素晴らしい農産物の情報が消費者に伝わっていません。

生産者と実需者の間に顔の見える関係が築かれ、相互の信頼により、取引が行われていることもありますが、広がってはいません。

< 県内外における地元農産物のPR・販売促進 >

市場や姉妹都市等における一部のファンを除き、上田市の農産物の情報が全国の消費者に伝わっていません。

生産者と実需者の間に心が通じた顔の見える関係が築かれ、相互の信頼により、取引が行われていることもありますが、広がってはいません。

農産物そのものだけを直接PRするのではなく、収穫体験やオーナー制度等を通じて、観光、商工分野とも連携し、「上田」そのもののファンを増やす中で農産物をPRするアプローチが必要です。

目標

上田産の農産物の良さを地元住民の皆さんにお伝えし、消費定着を図ります。県内外における地元農産物販売促進の取組を支援します。

行動計画

< 地元における地元農産物のPR・販売促進支援 >

ホームページ、紙媒体、店舗で掲示物等、機会を捉え様々な媒体により各層への情報発信を行います。

市内のホテル・旅館、飲食店における地元食材の利用拡大への取組を推進します。

上田市を中心市とする定住自立圏の圏域市町村との協働により地元農産物の消費拡大に向けた取組を検討・実施します。

< 県内外における地元農産物のPR・販売促進支援 >

姉妹都市等における物産展に参加し、上田市の豊かな自然や文化等の地域資源の魅力とともに農産物をPRします。

生産者と実需者とのマッチングの機会を設けます。

上田市を中心市とする定住自立圏の圏域市町村との協働により首都圏におけるアンテナショップの設置について検討します。

6 都市と農村の交流の取組

課題

りんごオーナー、棚田オーナー、農業体験、農山村留学、農村体験の受け入れ等（以下「都市農村交流事業」という。）により都会の住民との交流が図られ、遊休農地の利活用や経済効果に一定の成果がありますが、宿泊施設、飲食店、直売所等との連携が少ないため様々な分野におけるビジネスチャンスを逃しています。

農業体験の少ない市民に対して収穫の喜びや食の大切さを伝え、地産地消を理解いただく取組が少ない状況です。（子どもだけでなく親の層も農業・農村のことがわからない方が多い。）

食や農への関心の高まりを背景に市民が市民農園等を借りて野菜などの農産物の栽培をしたいという潜在的なニーズがあります。

目標

都市農村交流事業により都市住民との交流を更に進め、農産物販売拡大及び地産地消を推進します。

市民向けの農業体験の取組や市民農園の設置により地産地消を推進します。

行動計画

都市住民と市民との深い絆を構築するため民間レベルでの都市農村交流事業を推進します。

都市農村交流事業の実施にあたっては、観光分野や直売所等との連携を通じ、農産物及び関係分野全体の消費拡大を図り、「地産地消(地産他商)」につなげます。

市民向けの農業体験の取組により、地産地消につなげます。

市民向けの市民農園を設置し、地産地消につなげます。

交流の一手手前としての農業収穫体験である観光農園(りんご、ぶどう、いちご、ブルーベリー等のもぎ取り等)の充実及び情報発信に努めます。

7 地産地消の情報提供・PRの取組

課題

地元農畜水産物とその旬の時期、購入できる場所の情報を様々な機会を捉えて提供する必要があります。

地元農畜水産物を使った飲食店、旅館・ホテル等の情報をこれまで以上に提供していく必要があります。(地産地消推進の店、上田地産地消推進会議推奨品)

消費者からは地元農畜水産物の調理方法や利用方法に関する情報提供が求められています。

市や推進会議からの情報発信に加え、生産、流通、消費者の立場からの情報発信も必要です。

家庭・地域・学校などいつでも、どこでも実践できるように広く市民に周知を図る必要があります。

目標

地産地消の普及・啓発を様々な機会を捉えてこれまで以上に推進し、市民が自主的に取り組む機運を醸成します。

行動計画

「上田を味わう日」の定着を図り、それぞれの立場での取組が広がるよう推進します。具体的には、毎月第3日曜日(家庭の日)を含む金・土・日を「上田を味わう日」とし、生産者、直売所、小売店、飲食業、旅館業、給食など関係者が、旬の食べ方のPR、のぼりなどによる地産地消のPR、特別料理の提供等自主的な取組を行うよう呼びかけます。

地元農産物や加工品、生産者、地産地消推進の店、上田地産地消推進会議推奨品、消費者の声、その他地産地消の取組等を市のホームページや「うえだ地産地消ナビ」等により市民に情報提供するとともに、イベント等を通じて紹介周知します。

農産物の旬を紹介したカレンダーや地元食材を使って製造した加工品等のチラシ、郷土料理のレシピ等を直売所や宿泊施設等で紹介し、市のホームページでも周知します。

地元食材を積極的に販売、提供している小売店・量販店、飲食店、旅館・ホテル等を地産地消推進の店として認定し、認定店の取組も情報発信します。

上田地域産の農産物及び原材料で製造した加工品等を上田地産地消推進会議推奨品に認定し、認定シールを貼ることにより地元産商品の表示を行います。

学校給食における地産地消の取組については、地域食材供給の日(食育の日19日)における児童・生徒への周知のほか保護者向けに「給食だより」を発行する等引き続き周知・PRに努めます。

8 食育との連携・地域の食文化継承の取組

課題

個人の各ライフステージにおける食育推進施策及び地域における食育推進施策とも連携した取組が必要です。

生産現場の顔が見えにくくなったことや、生活様式の多様化により食の大切さに対する意識の希薄化、食生活の乱れ、伝統ある食文化の喪失など様々な問題が生じていることから、地域の食材を使った伝統食や行事食が後世まで伝承されるよう、家庭や地域での取組が必要です。

目標

様々な食体験を通じて食への感謝と理解を深めます。(上田市食育推進計画の基本目標3)

地元農産物を使用した伝統料理や郷土食の継承を行うとともに旬のものを旬の時期に食すことにより地域食文化への理解、農業への理解を深めます。

行動計画

保育園・幼稚園、小・中学校の給食へ生産者・農産物直売所等から地元食材を提供することを通じて、子どもたちの農業生産や郷土料理など地域の食文化に対する関心を高め、安全・安心な食習慣に対する理解を深めます。

学童農園等において、園児・児童による米や野菜などの作物栽培の農業体験を通して農業に関する理解や食への関心を高めます。

伝統料理や郷土食、行事食、新たな料理方法や加工品づくりの料理教室等の開催支援や地元食材を利用したレシピ等による情報提供を行います。

地域及び家庭でも食と農に対する理解を深まるよう、教育ファームに取り組みます。

毎月19日の食育の日及び毎月第3日曜日を含む金・土・日曜日の「上田を味わう日」を連携してPRします。

9 消費者ニーズに対応した上田産農畜水産物の生産振興

(1) 上田産農畜水産物の生産振興への取組と連携

地産地消は、地域内の生産と消費、「農」と「食」を結びつける取組ですが、この取組を一層推進するためには、消費者のニーズに対応した農畜水産物の生産に努めることが必要です。また、食の安全・安心の確保も、食を生み出す側である生産者に求められています。

上田地産地消推進会議では、安全・安心な「食」を安定して市民に提供するため、上小農業改良普及センター・信州うえだ農業協同組合などの関係機関と連携して取り組みます。

(2) 主な取組の内容

次の機関の各計画の取組と連携します。

上小農業改良普及センター

- ・ 長野県「食と農業農村振興計画」

信州うえだ農業協同組合

- ・ 信州うえだ農業協同組合「農業振興対策」
- ・ 信州うえだ農業協同組合「各地区の農業振興方策」

上田市農業技術者連絡協議会の活動

10 行政・団体等との連携

(1) 行政・団体等の施策との連携

第3章1から9に掲げるほか、行政・団体等が連携して次の取組を推進します。

地域の農林水産物の利用の促進に寄与する直売所等の整備

地域の農産物の利用の促進に寄与する生産施設、処理加工施設、販売施設等の整備への支援に努めます。

生産者等による農林水産物の加工品の開発の促進

地域の消費者・実需者の需要に対応した農林水産物の付加価値の向上、周年的な品揃えの確保等により生産者の所得の向上を図るため、生産者等が農林水産物の冷凍処理、洗浄、カット等の一次加工やその加工品の開発・生産を行う取組への支援に努めます。

学校給食以外の分野における地産地消の取組の促進

幼稚園及び保育所、高等学校、大学、企業等の食堂、老人福祉施設、病院、宿泊施設、宅配給食等の中食産業、外食産業等の多様な施設・形態における地産地消を促進します。

食の安全と消費者の信頼の確保

国及び県が示す食品中の危害要因の含有実態調査や農林水産物・食品の安全性の向上のための取組についての情報が消費者に広く伝わるよう努めます。また、農産物の食品表示の適正化等の取組を推進するよう努めます。

第4章 推進体制

1 推進体制

生産者、流通・加工業者、卸・小売業者から消費者まで、各関係者の一体的な取組による地産地消を推進します。

具体的には、生産者団体・JA・流通業者・消費者団体、行政機関などからなる「上田地産地消推進会議」が中心となり、計画に基づいた地産地消の施策を推進します。

2 関係者の役割

(1) 農業者の役割

農業者は、地域の消費者のニーズを的確に把握し、安全・安心で質の高い農産物の生産と、学校給食をはじめとした地域への農産物の安定供給や消費者が農業に親しむ場の提供が期待されています。

(2) 農業団体の役割

農業者と地域住民が互いに農業と食に対する理解を深め、地域における地産地消の円滑な取組みがなされるよう、それぞれの団体の役割を十分に発揮し、各団体が連携した取組が期待されています。

(3) 直売所・量販店の役割

直売所・量販店は、地元農産物の購入促進のため、消費者と生産者の顔の見える関係の構築に協力し、地元農産物の消費拡大を進めていくことが期待されています。

直売所に出荷する生産者は、農産物の種類・量の充実と生産履歴の記帳に取組み、消費者ニーズに応える農産物の生産が期待されています。

量販店は、地元農産物の「安全・安心、新鮮、うまさ」をPRし、地場産コーナーの充実が期待されています。

(4) 農産物の流通・加工・販売等を行う事業者の役割

食品関連産業、ホテル・旅館、飲食店の事業者は、地元農産物の特性を理解し、消費者に対し安全・安心な食品を提供するため、地元農産物の利用促進、商品開発、市内外への情報発信などを通じて地産地消に取り組むことが期待されています。

(5) 教育関係者の役割

地域の食文化の継承や地元農産物の理解促進を図り、生産者や食物への感謝の心を育む観点から食育の取組との連携を図るとともに、学校給食における地産地消を推進することが期待されています。

(6) 市の役割

生産者、消費者、J A , 事業者等と連携を図り、市全域に地産地消活動が広がっていくよう、地産地消の普及啓発や各種事業の活動支援、調整等に取り組むよう努めます。

3 計画の進行管理

この計画に基づき実施する施策については、毎年度進行管理を行い、その結果を踏まえて見直しを行い、より効果的で実効性のある施策の推進を図ります。