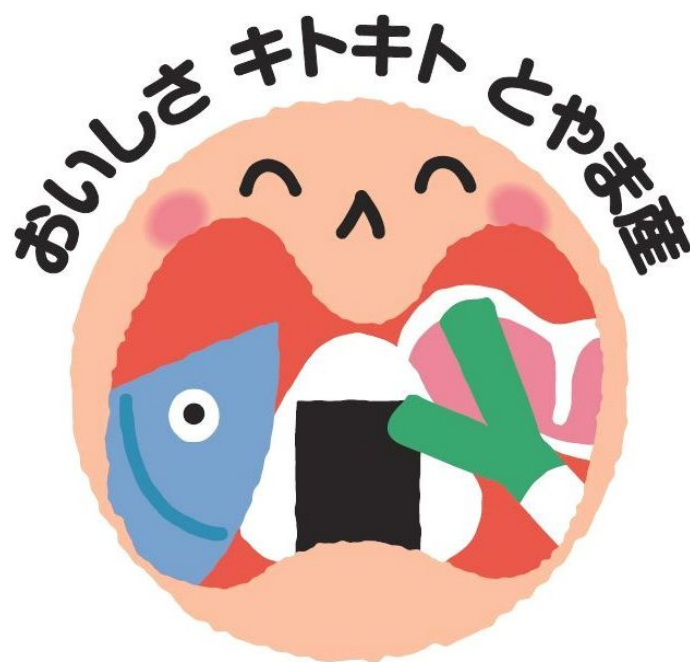


# 第3期とやま地産地消推進戦略



令和4年3月

とやま地産地消県民会議  
富 山 県

# 第3期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～

### 1 生産・供給体制の強化 ～食料自給率の向上～

- 県民の食を支える農林水産物の生産拡大
- より安全な県産品の生産体制の確立
- 直売や契約的な生産販売の拡大
- 中山間地域の特色ある農産物の生産

(主な県の取組み)

- ・高品質で選ばれる米づくりの推進
- ・GAPの普及推進等による安全・安心で高品質な農産物の生産拡大
- ・消費者や実需者のニーズに応じた生産・流通体制の確立
- ・地域資源を活用した新たな農産物の産地育成

### 2 高付加価値化と消費拡大 ～評価・認知度の向上～

- 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
- 県産品の高付加価値化
- 食文化の伝承・創造と魅力発信

(主な県の取組み)

- ・6次産業化や農商工連携に取り組む農林漁業者の育成と収益性の向上
- ・「とやま和牛」のブランド化の推進
- ・とやまの食文化を伝承・創造する人材による知恵と技の継承

### 3 生産者と消費者の活動促進 ～県民運動の展開～

- 県民運動としての気運高揚
- 学校給食などでの県産食材活用拡大
- 交流活動の支援

(主な県の取組み)

- ・若者を含めた幅広い世代に向けた県産品の活用拡大を促進する機運醸成
- ・学校給食を通じた県産食材への理解増進
- ・農林漁業者と都市住民の交流拡大

# 第3期とやま地産地消推進戦略

## 目 次

|                                |           |
|--------------------------------|-----------|
| はじめに                           | 1         |
| <b>第1章 現状と課題</b>               | <b>2</b>  |
| 1 米に特化した農業生産からバランスのとれた生産構造へ    |           |
| 2 直売・6次産業化の取組拡大                |           |
| 3 県産食材への期待の高まり                 |           |
| 4 農山漁村の活性化                     |           |
| 5 情勢の変化を踏まえた取り組むべき課題           |           |
| <b>第2章 推進方向</b>                | <b>8</b>  |
| 1 基本目標                         |           |
| 2 基本施策                         |           |
| 3 これまでの取組みを踏まえた強化ポイント          |           |
| <b>第3章 地産地消の推進施策</b>           | <b>12</b> |
| <b>I 生産・供給体制の強化</b>            |           |
| 1 県民の食を支える農林水産物の生産拡大           |           |
| 2 より安全な県産品の生産体制の確立             |           |
| 3 直売や契約的な生産販売の拡大               |           |
| 4 中山間地域の特色ある農産物の生産             |           |
| <b>II 高付加価値化と消費拡大</b>          | <b>20</b> |
| 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 県産品の高付加価値化                   |           |
| 7 食文化の伝承・創造と魅力発信               |           |
| <b>III 生産者と消費者の活動促進</b>        | <b>26</b> |
| 8 県民運動としての気運高揚                 |           |
| 9 学校給食などでの県産食材活用拡大             |           |
| 10 交流活動の支援                     |           |
| <b>第4章 戦略の推進方法</b>             | <b>32</b> |
| 1 推進体制                         |           |
| 2 戦略の進行管理・評価                   |           |



## はじめに

### 1 第3期とやま地産地消推進戦略策定の趣旨

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、新型コロナウイルス感染症の拡大による県民の食に対する意識・関心が高まる中、長期的展望に立って、安全・安心な県産品の生産・供給及び消費の拡大に県民運動として取り組むための方向と施策を明示するものです。

### 2 推進戦略の位置づけ

この推進戦略は、富山県総合計画「元気とやま創造計画」並びに「富山県農業・農村振興計画」及び「富山県食育推進計画」の地産地消に関する戦略と位置づけます。

また、本戦略は、「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年法第67号）」第41条第1項に基づき都道府県が定める「地域の農林水産物の利用の促進についての計画（促進計画）」としても位置づけます。

### 3 推進戦略の期間

この推進戦略の目標年度は、令和8年度とします。ただし、期間中に情勢の変化などが生じた場合は、必要に応じ所要の見直しを行うこととします。

# 第1章 現状と課題

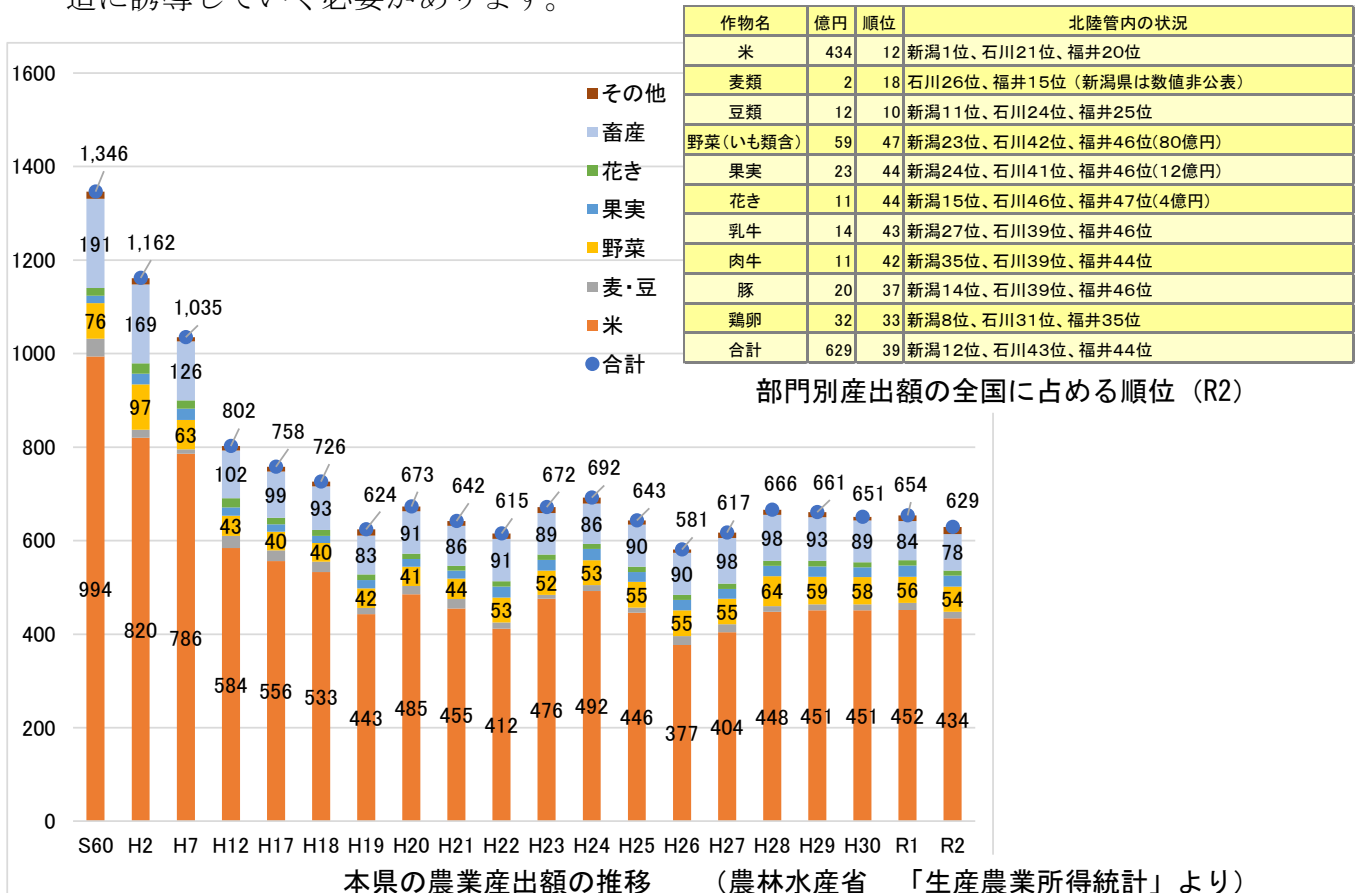
## 1 米に特化した農業生産からバランスのとれた生産構造へ ～野菜・果実などの園芸生産の拡大～

### 【現状】

- ・ 本県の農業生産は、全国一高い水田率（令和2年度 95.4%（全国平均 54.4%））や農業産出額に占める米の割合は約7割と、米に特化しています。米は需要量の減少による生産調整の拡大や価格の低下により、産出額は減少し、また、厳しい産地間競争の中にあります。
- ・ 園芸品目は、白ねぎやりんご、なし等の既存産地に加え、主穀作経営体における園芸作物の導入やJAを中心とした「1億円産地づくり」などが進められています。
- ・ 畜産においては、輸入飼料の高騰や高齢化等から小規模経営の廃業が進んでいますが、一方では1戸当たりの飼養頭羽数が増加するなど、経営基盤の拡充が図られています。

### 【課題】

- ・ 消費者や食品製造業者等の実需者の多様なニーズに対応していくためには、需要の的確な把握と、それに応じた競争力のある産地づくりを進める必要があります。このため生産面では、売れる米づくりを中心としながらも、それぞれの地域に応じた園芸品目の選定や、主穀作農家の経営の複合化を推進するとともに、安定的な供給と品質の向上に取り組むこと、また、流通面では、集出荷機能の整備・強化や新たな販路を開拓することなどにより、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。



## 2 直売・6次産業化の取組拡大

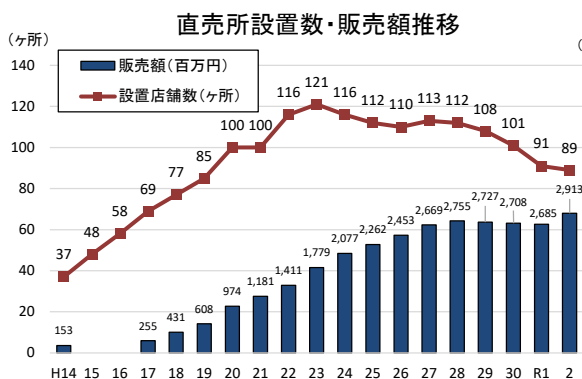
～付加価値向上を目指した、農林漁業者等による加工や販売等の取組拡大～

### 【現 状】

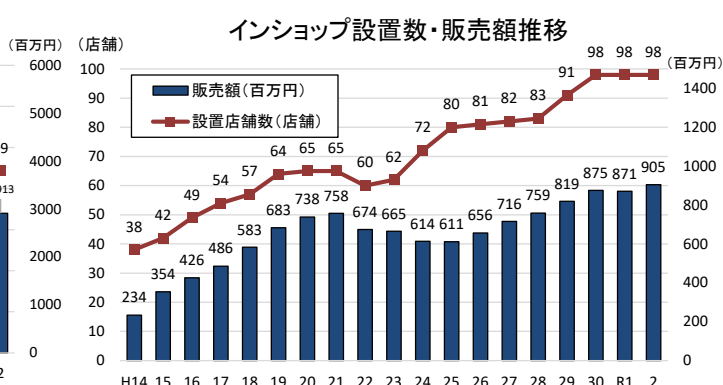
- ・ 従事者の高齢化や生産物価格の低迷など農林水産業を巡る情勢が厳しい中で、農林水産業の収益性の向上を目指して、直売や6次産業化などの経営の多角化が拡大しています。
- ・ 県内における直売所の設置数は、平成14年度の37箇所から、平成23年度には121箇所となりましたが、小規模店舗の閉店等により、令和2年度では、89箇所となっています。販売額は年々増加し、平成28年に2,755百万円となって以降、ほぼ横ばいとなっていました。新型コロナウイルスの感染が拡大した令和2年度では、外出自粛による家庭内での食の需要の高まりなどにより、比較的規模の大きい直売所で販売額が増大し、2,913百万円となっています。
- ・ 食品スーパーの店舗内における県産品コーナー、いわゆるインショップの設置も、食品スーパーの新規開店に伴い増加しており、販売額は、令和2年度は、905百万円となっています。
- ・ 六次産業化法（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（平成22年法律第67号））の施行以降、これまで、法に基づく計画認定者数が北陸3県で最多の36件となるほか、農村女性の起業件数が、平成18年の144件から令和2年には190件となるなど、6次産業化の取組みの輪は着実に広がっています。

### 【課 題】

- ・ 直売活動の充実のためには、地産地消の拠点となる直売所の整備と手軽に立ち寄れるインショップの充実を図るとともに、多様な消費者ニーズに対応できる農産物生産と年間を通して供給できる体制づくりが求められています。
- ・ 新型コロナウイルスの影響による新しい生活様式の定着や高齢化社会の進展による新たなビジネス機会の出現など環境が変化する中で、新たな商品・サービスの開発のほか、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。



※H15、16年度は調査実績なし



(富山県農林水産企画課調べ)

### 3 県産食材への期待の高まり

～食品安全への期待、「和食」を始めとする食文化の発信～

#### 【現 状】

- ・ 食中毒や食品偽装等の食品に関わる事件・事故などの発生により、食品安全に対する信頼が揺らぐ中、県民の食品の安全に関する関心は依然として高く、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。
- ・ 県では、食品安全に関する制度や「富山県食品安全基本方針」に基づき、生産から消費にいたる一貫した食の安全・安心施策を講じ、県民との意見・情報交換や安全な食品の生産指導、食品の安全性の確保、食品表示の適正化に努めています。
- ・ また、「とやま『人』と『環境』にやさしい農業推進プラン」（平成27年3月策定）に基づき、従来環境にやさしい農業の推進に加え、富山県適正農業規範に基づく農業推進条例の趣旨を踏まえた、農業生産活動における環境の保全、農産物の安全、農業者の安全を確保するなど、「とやまGAP」を通じた富山県農業の持続的な発展のための取組みを計画的かつ着実に推進しています。
- ・ 学校給食については、各市町村において県産食材の活用を図る地域協議会が設置され、供給体制の整備や特別給食の実施、生産者との交流、農業体験授業の実施などに取り組みされているほか、青果市場のコーディネートにより市町村域を越えた食材の活用拡大に取り組んでいます。
- ・ 食の簡便化、外部化が進み、家庭の味や地域の食文化が継承されにくくなっており、伝統的な郷土料理への関心が薄れる一方で、ユネスコ無形文化遺産に登録（平成25年12月）された「和食：日本人の伝統的な食文化」が改めて見直されています。

#### 【課 題】

- ・ 安全・安心な農産物の安定供給のため、「とやまGAP」による生産活動を県下全域に普及拡大していくとともに、環境負荷の軽減につながる地元の「食」を積極的に選択する消費者の意識を高めることが必要です。
- ・ 学校給食への県産食材の活用拡大を一層推進するとともに、社員食堂や施設給食などへの供給拡大についても取り組む必要があります。
- ・ 伝統的な郷土料理、さらに県産食材を活かした創作料理など、地域で育まれてきた「とやまの食」の継承を図る必要があります。
- ・ 食品の衛生管理や適正な表示の徹底を図るため、食品事業者への周知指導に努める必要があります。



#### 4 農山漁村の活性化

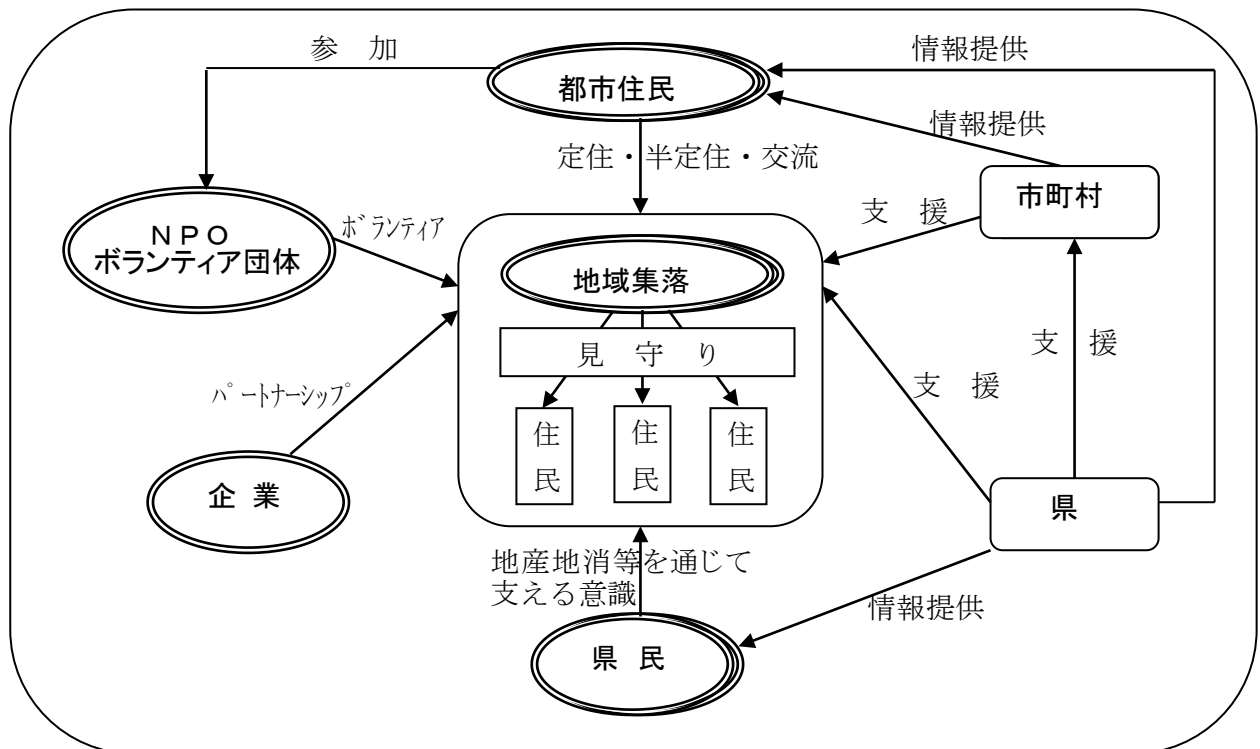
～高齢化や人口減少が進行する中で、中山間地域の振興と耕作放棄地対策の推進～

##### 【現 状】

- ・ 農村では、混住化や過疎化、高齢化の進展により、生産基盤である農地・農道や用排水路等の維持管理が困難になってきています。また、自然環境や景観、伝統文化や行事の伝承など、本来、集落が持つ機能も低下してきています。
- ・ 特に、平地に比べ地理的、社会的条件が不利な中山間地域などにおいては、高齢化が進行しており、また担い手の確保が難しいことから、生産活動の停止のみならず、耕作放棄地の拡大や集落機能の低下が懸念されています。
- ・ 一方、国民・県民の価値観やライフスタイルが多様化し、田舎暮らしや食の安全・安心への関心が高まっており、豊かな自然や美しい景観、優れた伝承文化などに恵まれた農山漁村が、その受け皿として期待されています。
- ・ また、NPO法人や多様な主体のもと開催されるイベントを通じ、都市住民との交流や子どもたちの体験学習が推進され、農山村の活性化につながっています。

##### 【課 題】

- ・ 生産基盤や集落機能の維持を図るため、農山村の受け入れ施設や組織を整備するとともに、地域住民を中心とした取組みを強化し、集落機能を維持していく必要があります。
- ・ 特に、中山間地域においては、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。



都市住民との交流の促進による中山間地域活性化のイメージ図

## 5 情勢の変化を踏まえた取り組むべき課題

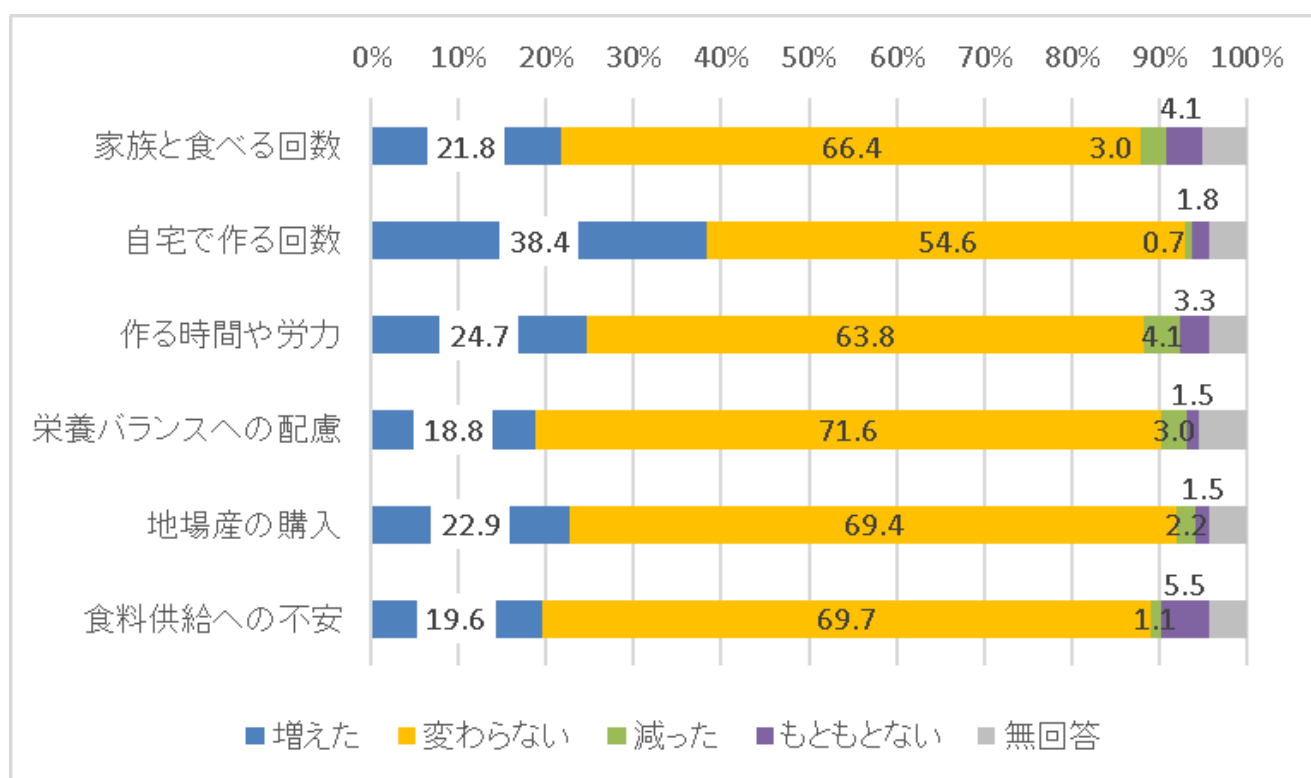
### 【新型コロナウイルス感染拡大による影響と課題】

新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、人々の生活は大きく変わりました。食生活も自宅での調理や食事する機会（内食）が増える一方、外出自粛等により飲食店等の利用機会が減る（外食の減少）など「新しい生活様式」への対応が進みました。

このことにより、外食向けに供給されていた農畜産物の需要が減少しています。特に米については、全国の近年の消費量は年10万トン減少しており、加えて新型コロナの影響により全国的に在庫量が大幅に増加していることから、富山米の安定的な生産・供給を維持するためには、消費拡大を図るとともに、引き続き消費者・実需者から選ばれる高品質で良食味による需要に応じたな米づくりの推進が必要です。また、主食用米から需要が高く収益性の高い作物への転換を進めるため、園芸作物の生産拡大を図るとともに、飲食店等で利用される加工業務用野菜や水産物等の需要減に対応するため、新たな需要を開拓していく必要があります。

食品製造業界では、観光客向け特産品の売上が減少し、飲食業界では、会食の機会が減少することによる売上の減少など、食を支える各業界において、新型コロナウイルスによる影響は大きく、食を支える産業全体の事業継続に向け、県民ぐるみによる一層の応援消費の喚起が必要です。

### 新型コロナウイルス感染症の感染拡大により食生活の変化があった富山県民の割合



（富山県農林水産企画課調べ「食育に関するアンケート調査」）

## 【社会の情勢、国の動き】

持続可能な開発目標（SDGs）において、持続可能な生産・消費を確保するため「つくる責任、つかう責任」が目標の一つに掲げられています。農業生産における環境負荷低減の取組みを進めるとともに、農産物の安全性確保も一体的に取り組んでいくことが求められます。あわせて、県民の食と農を取り巻く環境に対する理解の醸成やエシカル消費に繋げることも必要です。

令和2年3月に閣議決定した国の「食料・農業・農村基本計画」では、食料自給率の向上と食料安全保障の確立に向け、国内の農業生産の増大を図ることが必要であり、生産面の取組みと併せて、国産農産物が消費者から積極的に選択される状況を作り出す消費面の取組みが重要とされています。こうした取組みとして地産地消の推進が効果的であると考えられます。

さらに、農林水産省が令和3年5月に策定した「みどりの食料システム戦略」では、生産、加工・流通、消費に至る持続的な食料システムを構築するための取組みのひとつとして、地産地消を含む環境にやさしい持続可能な消費の拡大や食育の推進を行うこととしています。



SDGsは持続可能な開発のための2030年に向けた世界の目標です。多くの地域で、企業や市民団体等がこの目標に向かって取組みを進めています。この取組みに参加し「地域で作ったものを地域で食べる」ことはSDGsと同じ目標を持った社会貢献活動となります。

## 第2章 推進方向

### 1 基本目標

#### 「地産地消運動の推進による農林水産業の振興」

地産地消の推進にあたっては、生産者は、安全で高品質な農林水産物を安定して生産することに努め、消費者は、地域の農林水産業や食文化についての理解を深め、地域で生産された農林水産物の良さを評価して積極的に購入し、活用するといった姿を目指します。

また、生産者はもとより、家庭、学校、企業など多様な主体の参加と連携・協力による県民ぐるみの運動として取り組み、相互理解を深めることにより、地域の農林水産業の活性化や県民の人間性を育む健全で豊かな食生活の普及を図ることとします。

このため、「地産地消運動の推進による農林水産業の振興」を基本目標とし、

(1) より安全な農林水産物の生産を拡大し、供給体制を整備すること

(2) 県産品の購買気運を醸成するとともに活用を促進し、消費拡大につなげることをめざしつつ、新たに

- ① より若い世代への意識付けを強化
- ② 「つくる」と「つかう」を「つなぐ」
- ③ デジタル技術の活用

の取組みを促進し、生産から消費への両面において、各種施策を総合的に展開します。

### 2 基本施策

#### I 生産・供給体制の強化 ～食料自給率の向上～

多様なニーズを的確に把握し、地域の特色や生産者の創意工夫などにより、高品質で選ばれる米づくりや野菜・果物などの生産拡大を推進するとともに、GAPの普及推進等による安全・安心な県産品の生産体制を強化し、持続可能な環境にやさしい農業を確立します。市場流通を基幹としながらも、直売所やインショップの量的充実や加工業務用の販路拡大など流通関係者のコーディネートによる新たな流通体制の確立に取り組みます。

また、つくり育てる漁業の推進や安全で良質な水産物の安定供給に努めるほか、中山間地域では、地域資源を活用した特色ある農産物の生産に取り組みます。



にんじん機械収穫作業



クロダイ種苗の放流

## Ⅱ 高付加価値化と消費拡大～評価・認知度の向上～

県産品の価値を高め、消費拡大を図るため、6次産業化や農商工連携に取り組む農林漁業者の育成や農村女性への起業支援、農福連携の推進と多様なネットワーク構築による新たな価値の創造に取り組むとともに、富山ならではの地域特産品の差別化を図りつつ、新たな富山の食材のブランド化にも取り組みます。

また、とやまの食文化を伝承・創造する人材による知恵や技の継承を進めるとともに、様々な機会において「とやまの食」の魅力を発信し、オンラインの活用等も取り入れながら新たな販売チャネルの拡大に努めます。

## Ⅲ 生産者と消費者の活動促進 ～県民運動の展開～

県民の食や農林水産業に対する関心と理解の増進を図るとともに、若者を含めた幅広い世代に向けた県産品の利用を促進する気運の醸成に努めます。また、産地と給食関係者の連携を強化することによる、学校給食や企業の社員食堂、施設給食などへの県産食材の安定供給と活用拡大を図ります。

また、魅力ある食の情報発信を行うとともに、農林漁業者と都市住民との交流拡大、多様な人材の参画による農山漁村の活性化を進めていきます。



栄養教諭等による産地視察



オンライン帰農塾



### 【コンセプト】

#### ・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大きく育てようという願いを表現しています。

### 3 これまでの取組みを踏まえた強化ポイント

#### 【若い世代への意識啓発の強化】

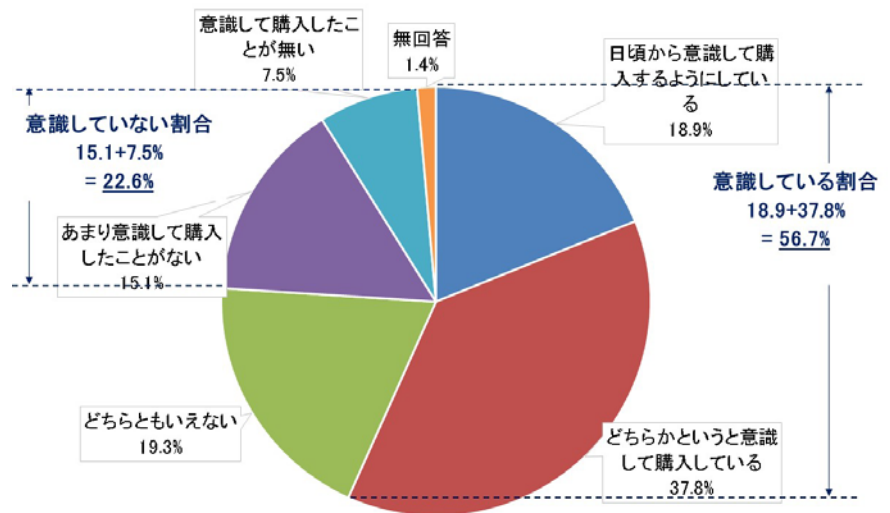
地産地消を県民総ぐるみの幅広い活動とするため、地産地消に積極的に取り組む企業・団体、個人を「とやまの旬」応援団として平成21年度から募集・登録しており、令和2年度では1,525団体、個人5,499人と令和3年度の目標（1,500団体、個人5,000人）を達成しています。

また、平成22年から実施している、県産品購入ポイント制度においても、応募数が着実に増えており、令和2年度の実績は、3万件を超える（30,064件）など、本制度を通して地産地消に取り組む県民が着実に増えています。しかし、応募者の約7割が50代以上を占め、若い世代の応募が少ない状況です。

さらに、令和3年度に実施した県政世論調査によると、県産農林水産物を意識して購入している人の割合は、56.7%と、平成26年度の調査時の60.1%からやや減少していますが、世代別にみると、30代では「意識して購入している」人の割合が増加しています。一方、「意識して購入していない」人の割合は、20代が40.6%、30代が30.5%と若い世代ほど高くなっていることから、若い世代に対する地産地消の意識付けを強化していくことが重要であるといえます。

#### 【令和3年度県政世論調査結果】

◇県産農林水産物を意識的に購入しているか



| 単位(%) | 意識して購入している |      |        | どちらともいえない |      |        | 意識して購入していない |      |        |       |
|-------|------------|------|--------|-----------|------|--------|-------------|------|--------|-------|
|       | H26        | R3   | R3-H26 | H26       | R3   | R3-H26 | H26         | R3   | R3-H26 |       |
| 全体    | 60.1       | 56.7 | ▲ 3.4  | 17        | 19.3 | 2.3    | 21.3        | 22.6 | 1.3    |       |
| 年代    | 20代        | 44.6 | 36.2   | ▲ 8.4     | 21.7 | 20.5   | ▲ 1.2       | 33.7 | 40.6   | 6.9   |
|       | 30代        | 41.9 | 47.1   | 5.2       | 23.1 | 21.7   | ▲ 1.4       | 34.4 | 30.5   | ▲ 3.9 |
|       | 40代        | 59.3 | 59.9   | 0.6       | 18.7 | 18.6   | ▲ 0.1       | 21.0 | 21.1   | 0.1   |
|       | 50代        | 64.9 | 57.6   | ▲ 7.3     | 17.3 | 21.7   | 4.4         | 17.3 | 19.7   | 2.4   |
|       | 60代        | 68.1 | 62.9   | ▲ 5.2     | 14.0 | 20.1   | 6.1         | 15.2 | 16.4   | 1.2   |
|       | 70代以上      | 70.0 | 62.9   | ▲ 7.1     | 9.2  | 17.4   | 8.2         | 16.1 | 17.6   | 1.5   |

※「意識して購入している」は、「日頃から意識して購入するようにしている」と「どちらかという意識して購入している」の回答の合計%

※「意識して購入していない」は、「意識して購入したことがない」と「あまり意識して購入したことがない」の回答の合計%

## 【学校給食での県産食材の活用拡大】

県産食材を積極的に活用できる取組みを強化するため、食材流通の拠点となる「青果市場」をコーディネーターとし、学校給食関係者と給食食材の納入業者（青果組合等）等との情報共有等により県産食材の活用を拡大する「県産食材活用拡大コーディネーター事業」を令和元年度から実施し、事業を実施したモデル市町村では、県産食材の活用率が向上し、県全体の県産食材の活用率は大きく増加しました。

こうした生産の現場である「つくる」と消費の現場である「つかう」をコーディネートする「つなぐ」という成功事例を、モデル以外の市町村へも横展開するとともに、学校給食以外の分野でも展開していくことが県産食材の活用拡大に有効であると考えています。

## 【新型コロナによる新たな交流活動スタイルへの移行】

新型コロナ感染防止のため、人々の移動が抑制され、グリーン・ツーリズムなどの農山漁村と都市住民との交流や地場産食材を活用した料理教室など、人が交流する地産地消の取組みの一部は、実施が困難となり、規模の縮小や中止といった対応を余儀なくされました。

一方でオンラインでの交流活動など工夫を凝らした取組みが行われるなど、デジタル技術（DX）を活用した、新たな地産地消の取組みも展開されてきています。

特に、若い世代は、最新のデジタル技術に対しても順応が早く積極的に利用されており、効果的なアプローチにもなることから、若者を含めた幅広い世代に向けた地産地消の取組拡大を図るため、デジタル技術の積極的な活用を推進します。

### 地産地消の効果

～ 目指す姿 ～

- 地域経済の活性化(生産と消費の好循環)
- 県民への新鮮で安全な食の提供
- 生産者と消費者との顔が見える関係づくり
- 地域の食材を活用した伝統的な食文化の継承
- 県民の農林水産業への理解促進
- 輸送距離の短縮による環境負荷低減
- 食を通じた地域の魅力発信による関係人口の拡大



## 第3章 地産地消の推進施策

### I 生産・供給体制の強化 ～食料自給率の向上～

#### 1 県民の食を支える農林水産物の生産拡大

##### 【目指す方向】

##### ○高品質で選ばれる米づくりの推進

コシヒカリ栽培における5月15日を中心とした田植えの確実な実施等の重点技術対策や適正な品種構成への誘導などにより、高温等の気象変動に打ち勝つ米づくりに取り組むとともに、「富富富」の生産と消費拡大を推進します。

##### ○園芸作物の生産力の強化・拡大

水田での作付拡大や各地域の特徴ある品目の生産拡大、担い手育成を図るとともに、マーケティングの強化による販路の開拓・確保など、ニーズに対応した生産・供給体制の強化を図ります。

##### ○つくり育てる漁業の推進

クロダイ種苗の増産、キジハタ・アカムツ栽培漁業の事業化に向けた技術開発を加速化します。

##### 【現状と課題】

本県は水田率が約95%と高く、良質米生産地として定着していますが、米の需要量が減少傾向のなか、産地間競争に打ち勝つ売れる米づくりをより一層進めていく必要があります。特に「富富富」については、生産者登録制度の導入により、高品質・良食味に向けて取り組んでおり、将来的にはコシヒカリに替わる中生の主力品種となるよう生産拡大を図っていくこととしています。

園芸作物では、県内15農協による1億円産地づくりにより、たまねぎ、にんじん、加工用キャベツなどの生産拡大や経営の複合化に取り組む主穀作営農組織等が増加し、野菜の作付面積は拡大傾向にあります。果樹では、既存産地の作付面積が漸減傾向の中、新規生産者も育成されつつあり、近年では、ぶどう（生食・醸造用）の生産者が増加しています。花きでは、チューリップ球根生産の減少により、全体の作付面積が減少傾向となる中、球根ネット栽培による省力栽培体系の確立に取り組んでいます。今後、ニーズに応じた生産体制の強化や産地を担う経営体の育成などにより、園芸産地の拡大を図っていく必要があります。

水産物では、県氷見栽培漁業センターの改修整備により、生産を拡大するクロダイやヒラメ、アワビ等の種苗放流のほか、漁業者と連携した資源管理により、水産資源の維持に取り組んでいます。

また、現在、種苗生産・放流技術の開発を進めているキジハタやアカムツの早期事業化や、氷見と滑川の両栽培漁業センターの適切な役割分担を図り、つくり育てる漁業を一層推進する必要があります。



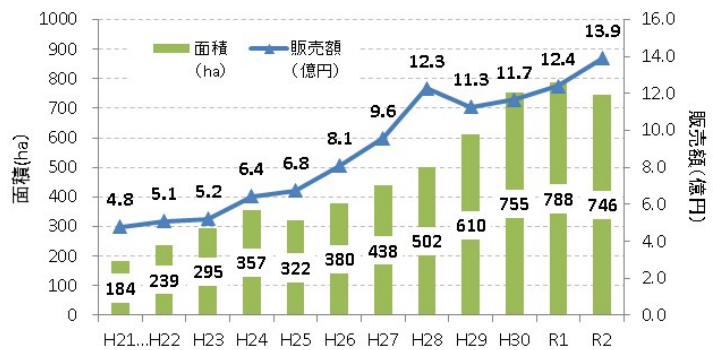
【取組内容】

- 土づくりや高温登熟対策などの徹底による高品質・良食味米生産を推進するとともに、大麦・大豆・園芸作物等の作付け拡大による水田のフル活用を図り、県産農産物の高品質化と生産拡大を進めます。
- 富富富における栽培マニュアルの遵守の徹底や、共同乾燥調製施設等の利用促進、作期分散と作業適期を拡げる栽培体系の確立等により、高品質・良食味生産を図ります。
- 農協営農指導員などの園芸指導力やマーケティング活動を強化するとともに、収量性の向上により園芸産地を牽引するリーディング経営体を育成し、そのモデルを産地に横展開するとともに、農業支援サービスの活用による労働力補完や新規生産者の早期技術習得や生産基盤の強化を図るなど、収益性の高い園芸産地づくりを推進します。
- 冬期の気象条件等を十分活かした「とやまのカン（寒）カン（甘）野菜」や加工業務用としての生産流通体制の整備など、多様な園芸産地の育成を図ります。
- チューリップ球根ではネット栽培の普及拡大と植付・収穫ロボットの広域利用による省力化等の実証などに取り組み、生産性の向上を図るとともに、小ギク等切花では契約的栽培による生産拡大を図ります。
- 持続可能な水産資源の管理に努めつつ、キジハタ、アカムツの種苗生産技術の確立やクロダイ等の種苗放流を拡大し、つくり育てる漁業を推進します。

【具体的な取組事例】



機械によるたまねぎの収穫作業



1億円産地づくりの戦略品目の推移  
(富山県農産食品課調べ)

◇量販店での「とやまのカンカン野菜」の販売

県では、「低温下でゆっくり育てる」「寒気にさらす」「一定期間貯蔵する」等により、野菜の糖度が増すなど、冬の寒さで美味しくなるメカニズムを最大限に利用した“とやま”ならではの冬期限定の高付加価値野菜を「とやまのカン(寒)カン(甘)野菜」と名付け、ブランド化を図っている。

カン(寒)カン(甘)野菜のマーク



目標指標

|                   | 現状 (R 2) | R 8            |
|-------------------|----------|----------------|
| 園芸産出額 (いも類含む)     | 9 3 億円   | 1 2 0 億円       |
| 《参考指標》 「富富富」の生産目標 | 1,282 ha | 2,000 ha (R 7) |

# I 生産・供給体制の強化 ～食料自給率の向上～

## 2 より安全な県産品の生産体制の確立

### 【目指す方向】

- GAPの普及推進等による安全・安心で高品質な農産物の生産拡大  
とやまGAPの普及推進と第三者認証GAPの取得を支援するとともに、畜産物の安全性を確保するため、農場HACCPの導入や家畜衛生対策を推進します。
- 持続可能な環境にやさしい農業の推進  
有機農業などへのスマート農業技術等の導入により、生産性と持続性の両立を目指した環境にやさしい農業を推進します。
- 安全で良質な水産物の安定供給  
水産物が安定的、衛生的に流通できるよう、産地市場での高度な衛生管理を行う荷さばき施設等の整備を推進し、高品質化と高付加価値化を図ります。
- 衛生管理の徹底による安全な食品の安定供給  
HACCPに基づく衛生管理が適切に実践されるよう、食品事業者への指導・相談対応等の取組みを実施します。

### 【現状と課題】

富山県適正農業規範に基づき、農産物による食品事故を起こさないための農業者や農業団体等による農業生産活動における農産物の安全性を確保するための取組みを徹底することが重要になっています。

また、国では農林水産業の生産力向上と持続性の両立をイノベーションにより実現する「みどりの食料システム戦略」を策定（令和3年5月）するなど、環境負荷低減の取組みに注目が集まっており、消費者等の理解促進を図ることが求められています。

畜産分野では、県産畜産物の新鮮さと品質の高さを一層普及浸透する取組みを推進するとともに、高病原性鳥インフルエンザや豚熱など家畜伝染病の発生を防ぐために飼養衛生管理基準の遵守の徹底を図ることが、今後ますます重要になります。

さらに、安全で良質な水産物を供給するため、衛生管理施設の整備や氷の大量使用等による鮮度保持に取り組んでおり、今後も、衛生的で高品質な水産物の供給に努める必要があります。

食品衛生法の改正により、原則として全ての食品事業者にHACCPに沿った衛生管理が求められていることから、食品事業者が対応できるよう、指導や相談対応等の実施が必要です。

安全な農産物の供給のための「とやまGAP」の推進イメージ



※ とやまGAP…富山県適正農業規範に基づき、適正な農業生産活動の実践に取り組むこと

**【取組内容】**

- 安全な県産農産物を安定的に供給するため、適正な生産資材の取扱いや生産履歴の記帳、農産物の衛生的な取扱いなど、「とやまGAP」の取組みを促進し、第三者認証GAPの取得を支援します。
- 畜産物の安定的な供給に向けた生産基盤の整備に加え、HACCP手法の導入を目指した指導と、飼料、動物用医薬品の適正使用や家畜衛生対策の徹底に向けた監視を実施します。
- 農薬削減による労力増への対応や環境負荷をより低減する新技術等の導入を支援し、生産性と持続性の両立を目指した有機農業等の環境にやさしい農業を推進します。
- 高度な衛生管理や鮮度保持対策を講じた、安全で良質な水産物を供給するため、荷捌き施設等の整備を推進するとともに、生産者と流通事業者が連携したトレーサビリティ確保の取組みを支援します。
- 生産者が行う流通の多元化、流通業者との連携促進による販売力強化と価格の安定化を図ります。
- HACCPに沿った衛生管理が適切に実践できるよう、研修会や個別の指導・相談対応等を実施します。

**【具体的な取組事例】**

**◇第三者認証GAPの取得の増加**

取引先や消費者が直接確認できない生産工程における安全管理や持続可能性のある取組みを、第三者（認証機関）が審査して証明する第三者認証GAP（JGAP、ASIAGAP、GLOBALG. A. P. など）を取得する経営体が増加しています。



←えだまめの袋に表示してあるJGAP認証マーク



高度な衛生管理が導入された流通施設

**◇高度な衛生管理を行う荷捌き施設**

県内で水揚げされる良質な水産物を効率的かつ衛生的に流通できるよう、産地市場では、高度な衛生管理が可能な荷捌き施設等の整備や、衛生管理・鮮度保持マニュアル等の作成とその徹底に取り組んでいます。

**目標指標**

|              | 現状（R2） | R8    |
|--------------|--------|-------|
| GAPの認証取得経営体数 | 52経営体  | 80経営体 |

3 直売や契約的な生産販売の拡大

【目指す方向】

- 直売所等による地域の農林水産物の生産・販売体制の確立  
新鮮で安全・安心な農産物の提供を通じ、生産者と消費者との信頼関係の構築を図るとともに、新たな直売所の整備やインショップ活動を支援します。
- 消費者や実需者のニーズに応じた生産・流通体制の確立  
市場・流通関係者等と連携した契約的な生産販売体制の構築や生産者と実需者とのマッチングなどにより、ニーズに応じた生産・流通体制の確立を推進します。

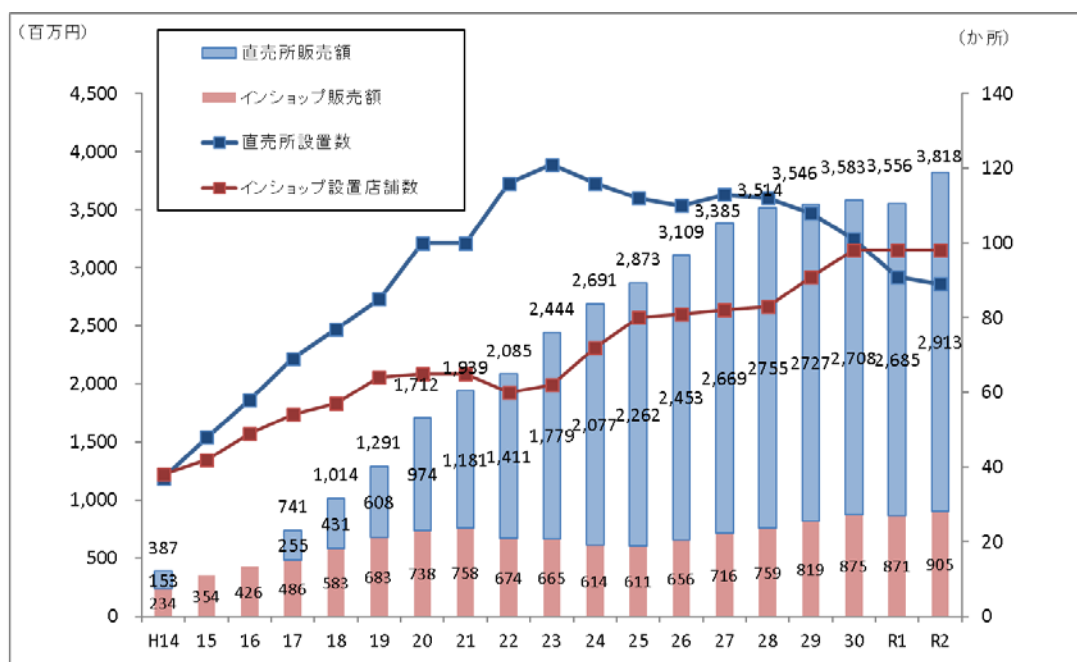
【現状と課題】

消費者の新鮮で安全な食品へのニーズの高まりから、直売所やインショップでの販売が拡大しています。直売所は、小規模店舗の集約により設置数は減少傾向にありますが大規模直売所の販売額の伸びにより、販売額全体としては近年増加しています。インショップは販売額、設置店舗数ともに、近年はほぼ横ばいになっています。

さらなる直売活動の充実のためには、地産地消の拠点となる直売所の整備と手軽に立ち寄れるインショップの充実を図るとともに、多様な消費者ニーズに対応できる農産物生産と年間を通して供給できる体制づくりが求められています。

また、「とやまのカン(寒)カン(甘)野菜」等では、市場を介した契約的な生産販売や一部品目で通いコンテナの利用による流通コストの低減に取り組まれています。

さらに近年では、加工業務用野菜の需要が拡大しており、ニーズに応じた生産・流通体制の構築を図る必要があります。



直売所・インショップの販売額及び設置数（富山県農林水産企画課調べ）

## 【取組内容】

- 直売所やインショップ等の運営支援や情報発信により、魅力ある販売拠点として育成し、高齢者や女性の活動の場の創出や生産者と消費者の交流拡大を推進します。
- 直売所等における消費者ニーズの把握や、直売の強みを活かした多種多様な品目の生産・供給体制の構築を支援します。
- 道の駅などの大規模な農林水産物直売所の計画策定や事業展開の支援と合わせて、地域の特色ある農産物や加工品の生産販売体制の構築を支援します。
- 生産者や市場・実需者等とのマッチングを促進し、契約取引の拡大や通いコンテナによる流通など、安定した収入が得られる生産販売システムの定着や流通コストの削減を推進します。
- 消費者・実需者のニーズに対応した農産物の生産拡大と安定供給を図るため、栽培技術指導や機械施設等の整備支援に取り組みます。
- 県内実需者ニーズの把握や実需者とのマッチング、生産体制の強化により、県産野菜を安定的に生産供給するための一体的な流通体制を構築します。

## 【具体的な取組事例】

### ◇直売所の情報発信

県内の直売所を応援するために、とやま直売所マップ「ToyaMarket-「キトキト」などやまをさがそう！-」を作成し、情報発信をしています。



ToyaMarket  
-「キトキト」などやまをさがそう！-



実需者とのマッチング商談会の様子

### ◇県内マーケットの開拓

実需者とのマッチング商談会等を通じて、県産野菜の新たなマーケットが開拓され、需要に応じた生産体制が構築されてきています。

## 目標指標

|                | 現状 (R 2) | R 8  |
|----------------|----------|------|
| 直売所・インショップの販売額 | 38.1億円   | 45億円 |

# I 生産・供給体制の強化 ～食料自給率の向上～

## 4 中山間地域の特色ある農産物の生産

### 【目指す方向】

#### ○地域資源を活用した新たな農産物の産地育成

日本型直接支払制度（中山間地域等直接支払制度等）の活用により、農業生産活動の維持を支援し、耕作放棄地の発生防止に努めます。

豊かな自然、景観、気候など中山間地域の特性を生かし、地域特産農作物などの新産地の育成を図ります。

### 【現状と課題】

農地として利用すべき土地や景観上重要な地区を中心に荒廃農地の再生・解消に取り組んでいます。その結果、令和2年時点の荒廃農地面積の少なさは全国第2位、経営耕地面積に対する面積率0.6%は全国第2位となっています。

今後とも、市町村や耕作放棄地対策協議会、農業委員会等の関係機関と連携して、農地利用者の確保にも努め、荒廃農地の草刈りや土壌改良、作物栽培などによる、再生・解消を一層進める必要があります。

中山間地域での取組みが期待される薬用作物は、シャクヤク、トウキを中心に、令和2年には6.3haが作付されています。今後、耕作放棄地等を活用し、生産を拡大するためには、生産の効率化や利用・販売ルートの確保を図る必要があります。

### 荒廃農地面積の推移

(ha)

| 区分          | 平成27年 | 平成28年 | 平成29年 | 平成30年 | 令和元年 | 令和2年 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|------|------|
| 面積          | 313   | 324   | 300   | 319   | 353  | 352  |
| うち<br>農振農用地 | 85    | 96    | 91    | 113   | 129  | 115  |

### 地域活性化に向けた「パートナーシップ推進デスク」のイメージ



**【取組内容】**

- 日本型直接支払制度（中山間地域等直接支払制度等）を活用し、集落ぐるみの取組みにより、農業生産活動の維持や耕作放棄地の発生防止と解消を図ります。
- 地域の状況把握と話し合いをもとに、耕作放棄地の営農再開、薬用作物や景観作物などの作付けを提案し、その活用を支援します。
- 特に、薬用作物については、シャクヤク、トウキなど本県での栽培に適した品目について機械化による省力低コスト化を支援するとともに、様々な用途への活用を推進します。
- 「パートナーシップ推進デスク」を相談窓口として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。また、企業等との連携を通じて、集落との結びつきを深め、継続的な協働活動につながるよう「中山間地域チャレンジ支援事業」や「とやま農業・農村サポーター活動支援事業」などにより支援します。
- 中山間地域の特徴を生かした高収益作物の生産やブランド化、販売力強化、新規作物導入の取組みなどを支援し、新産地の育成を図ります。

**【具体的な取組事例】**

**◇耕作放棄地対策として行う山ぶどうの栽培と商品開発**

南砺市西太美地区では、地域の特産品として山ぶどうの栽培を行っており、ワインの県内外の販売や加工品（アイスクリーム・ぶどう茶葉）の開発を行い、販売を計画しています。また、地元への移住者を招いた収穫体験を企画し、地域の活性化と地産地消を図っています。



山ブドウの栽培



再生前



**◇荒廃農地の解消事例**

富山市山田沼又地区では、地域の担い手が雑草の刈取りや重機を用いた倒木の処理、耕起等により47aの農地を復元し、山田西部地域特産の「そば」を栽培し、農地の利活用を図っています。

荒廃農地の再生状況

**目標指標**

|                      | 現状（R 2） | R 8     |
|----------------------|---------|---------|
| 中山間地域等直接支払制度 協定締結集落数 | 404集落   | 400集落以上 |

## II 高付加価値化と消費拡大 ～評価・認知度の向上～

### 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

#### 【目指す方向】

- 6次産業化や農商工連携に取り組む農林漁業者の育成と収益性の向上  
農林漁業者等による新たな商品・サービスの開発や販売拡大等の取組みにより、付加価値を拡大し、農林水産業の収益性向上や農山漁村の活性化につなげます。  
農商工連携における新たな商品や販路拡大等の取組みにより、地域を支える農林漁業者や中小企業者の経営の向上や改善を図ります。
- 農村女性の起業支援と発展段階に応じた支援  
女性が持つ技術や知識を活かした直売や農産加工等の起業活動の経営基盤を強化し、女性の経営参画を促進するとともに、地域農業の活性化を図ります。
- 農福連携の推進と多様な関係者のネットワークの構築による新たな価値の創造  
農業分野と福祉分野が連携して魅力的な新商品を開発する農福連携を推進します。  
6次産業化や農商工連携などの相互連携に加え、生産者はもちろん、食品加工業者や卸業者、飲食業などの業種をこえて地域資源を活用する地域連携を支援します。

#### 【現状と課題】

農林漁業者が自ら加工や販売等に取り組む6次産業化は、農林水産業の収益性の向上や経営の多角化を図るための有効な方策であり、国の制度の活用や県独自の支援制度の実施などにより、六次産業化法（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〔平成23年3月施行〕）に基づく計画認定者数は36件となり、6次産業化の輪は着実に広がっています。

また、農産加工等のノウハウを有する農村女性の取組みを促進するため、農村女性を対象とした実践講座や商品開発から事業拡大まで発展段階に応じて支援しており、農家レストランの開設なども含め、農村女性の起業件数は190件まで増加しています。

一方、農林漁業者と中小企業者が連携して新たな商品・サービスの開発を行う農商工連携については、国や県の事業を活用して、これまで92件の取組みが行われ、新商品が開発・販売されてきています。

今後、アフターコロナを見据えた観光需要や農村回帰の新たな価値創造等によるビジネス機会が想定され、農山漁村や農林水産業の高付加価値化・収益性の向上に向け、異業種間連携の推進が重要となっています。

#### ◇ 6次産業化等の取組み事例【農家・漁家レストランやカフェの開設】



直売所ふくの里 農カフェ「つなぐ」(南砺市)



漁家レストラン「漁夫」(富山市)



**【取組内容】**

- 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。
- 中山間地域において、地域農業者や飲食業者との連携の下、ワイン用ぶどう面積の拡大やワイン醸造施設整備を支援し、地域農業の活性化を推進します。
- 農村女性を対象とした実践講座の開催、直売や農産加工、農家レストラン等に発展段階に応じた加工機材、施設整備等の支援をします。
- 地域農業活性化のため、女性のパワーを活かした意欲的な起業活動を支援するとともに「畑パーティとやま」等消費者イベントやSNSを通じ食の魅力を発信します。
- 本県の農や食の魅力を直接発信できる観光体験農園の整備などの取組みをはじめ、農福連携の取組みを推進します。
- 地域の食と農に関する多様な関係者が参画し、産地の未利用農産物の有効活用を目指す地域食農連携（LFP）の取組みなどにより、食育や新商品開発等を支援します。

**【具体的な取組事例】**

**◇6次産業化における農福連携の推進**

農林水産物の付加価値を高める県独自の6次産業化の助成制度に、平成30年度から農業分野と福祉分野が連携して魅力的な新商品を開発する「農福連携枠」を設け、支援しています。



農福連携による「さつまいも加工・焼きいも」



農村女性スキルアップ講座 調理実習

**◇農村女性の資質向上への支援**

農産加工等のノウハウを有する農村女性を対象に、商品開発に必要な知識や技術を習得する「農村女性スキルアップ講座」の開設や、より魅力ある商品づくりや販路開拓について助言する専門家（パティシエやバイヤーなど）の派遣などにより支援しています。

**目標指標**

|                                      | 現状 (R2)         | R8    |
|--------------------------------------|-----------------|-------|
| 6次産業化による年間販売金額                       | 109億円<br>(R1実績) | 150億円 |
| 農商工連携認定数（食に関する延べ件数）                  | 92件             | 120件  |
| 農村女性起業数<br>(農村女性が主体の直売・加工等の個人・グループ数) | 190件            | 210件  |
| 新たに農福連携事業に取り組む事業者数（延べ）               | 1事業者            | 12事業者 |

## II 高付加価値化と消費拡大 ～評価・認知度の向上～

### 6 県産品の高付加価値化

#### 【目指す方向】

##### ○とやまの食のイメージアップ

「とやまの特産品」のイメージアップを図るため、「富山県ふるさと認証食品（Eマーク）」の認証や、とやまの「食」の魅力を県内外に伝えるため「富のおもちかえり」商品の登録を推進します。

##### ○「とやま和牛」のブランド化推進

県産和牛のブランド力向上と特徴ある和牛肉生産を目指すため、県内で発生する「酒かす」をエサに利用した「とやま和牛」の新たなブランド化に取り組みます。

##### ○「富山のさかな」のブランド化推進

県産水産物の高付加価値化を図るため、ブリ・シロエビ・ホタルイカ・高志の紅（アカ）ガニを中心とした「富山のさかな」の一層のブランド化を推進するとともに各浜発のブランド魚の育成を支援します。

#### 【現状と課題】

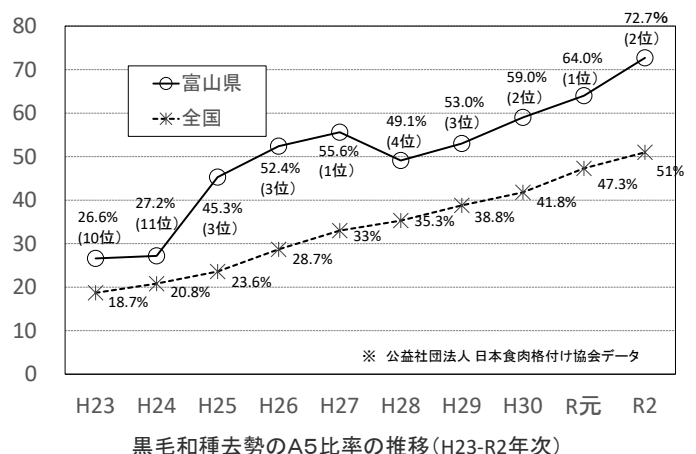
本県の特産品は、富山干柿、ます寿し、大門素麺等全国的に知名度の高い品目もありますが、多くは生産量に限りがある等が要因で、県外で一定の評価や知名度を得ているものはまだまだ少ない状況です。

アフターコロナを見据え、産地間競争の激化、消費者ニーズの多様化に対応するため、商品のブラッシュアップやPRにより、富山県産品の評価の向上を図る必要があります。

畜産物については、「とやま和牛」の肉質は、全国でトップクラスを誇ります（R2年A5比率：富山県73%、全国平均51%）が、他県のブランド牛と比較し認知度が低く、流通量が少ない（年間出荷頭数 600 頭/年）という課題があります。このため、今後、ブランド化に重要なエサに特徴を持たせ、「とやま和牛」のブランド力強化を図るとともに、増頭に向け、生産振興対策に努める必要があります。

水産物については、「富山のさかな」全体の知名度は全国的に向上しているものの、消費者の「魚離れ」や地域間競争が進んでいることから、「富山のさかな・水産加工品」全体のさらなるブランド力向上を図る必要があります。

食品表示法（R2.4 完全実施）や新たな原料原産地表示制度（R4.4 完全実施）など、食品表示制度の改正が頻繁に行われており、食品表示を適正に行うことが重要であり、食品事業者への周知指導に努める必要があります。



黒毛和種去勢のA5比率の推移 (H23-R2年次)

**【取組内容】**

- 良質な加工食品（地域特産品）を「富山県ふるさと認証食品（Eマーク）」として認証し、生産・販売・改良等を支援するとともに、消費者にPRします。
- とやまの農林水産品やその加工品を「富のおもちかえり」商品としてブラッシュアップし、観光客等に食の魅力をアピールします。
- 肉用牛農家において、酒かすで育った「とやま和牛」の生産拡大を推進します。また、ブランドの知名度向上のため、積極的なPR活動に努めます。
- 「富山のさかな」の認知度や付加価値向上を図るため、事業者の販路開拓・販路拡大に取り組みます。また、漁業協同組合が主体となって取り組む地域ブランド魚の育成や販売力強化等を支援します。
- 食品加工事業者への新商品開発や販売促進、各種技術研修会の開催等の活動を支援し、県産食材を活用した高品質で安全・安心な食品づくりを進めます。
- 食品表示制度について、「食品表示110番」による相談対応、食品表示講習会の開催等により食品事業者の適正表示を指導徹底するとともに、消費者に対しても、イベント等を通じ、表示制度の周知を図ります。

**【具体的な取組事例】**

**◇酒粕給与による「とやま和牛」ブランド化推進事業**

県肉用牛協会や県酒造組合と連携し、酒粕をエコフィードとした県産牛肉の新たなブランド化を推進しています。

2農場（21頭）で給与実証を実施（R2）し、牛の嗜好性が良く、肉質も高い（A5比率：95%）ことが明らかとなりました。多くの生産者が取り組めるよう、「酒粕入り補助飼料」を開発し、生産拡大を推進しています。



酒粕給与の状況



**◇ふるさと認証食品の普及拡大**

主要原材料が100%富山県産であること、製造された工場が富山県内にあること、食品としての品質が優れていること、の3つの基準に適合した食品を「富山県ふるさと認証食品」として認証し、県内での有利販売を推進しています。

**目標指標**

|                        | 現状（R2） | R8     |
|------------------------|--------|--------|
| 「富山県ふるさと認証食品」新規認証数（年間） | 7商品    | 10商品程度 |
| 酒粕を給与した和牛の頭数           | 21頭    | 500頭   |

## Ⅱ 高付加価値化と消費拡大 ～評価・認知度の向上～

### 7 食文化の伝承・創造と魅力発信

#### 【目指す方向】

- とやまの食文化を伝承・創造する人材による技の継承  
「とやま食の匠」による伝承料理や創作料理の普及に努めます。
- 多様な機会を捉えた「とやまの食」の魅力発信  
飲食店・宿泊施設などで、「富富富」をはじめとした富山米や旬の食材を活かした多彩な料理等を提供し、県内外の消費者に美味しく食べていただく取組みを実施します。
- 県産食材の県内外への販路拡大  
WEBシステムを活用した商品紹介や商談会等、対面とオンラインを融合した効果的なPRやマッチング機会を創出します。

#### 【現状と課題】

「とやま食の匠」として、とやまの食を支える卓越した知識や技能を有する人材を部門別に認定していますが、新規認定者は減少しており、今後は、その技能や知識を継承していく後継者の確保・育成や情報の保全が必要です。

本県の豊かな食文化や伝統料理など「富山ならではの食」に関する情報や代表的な食材である米や魚介類をはじめ、野菜・果実、畜産物などを提供する機会が求められることから、生産から流通・サービス・飲食業や宿泊施設等、県民が一体となり、「とやまの食のおもてなし」を実践していく必要があります。

一方、県内外の飲食業者等にとって、県産食材の購入に関する情報は必ずしも十分な状況ではなく、農林漁業者も、飲食業者等の実需者の求めに応じた食材や商品の生産・開発に取り組む必要があることから、両者のニーズとシーズをマッチングする機会を設けることなどが求められています。

#### 【取組内容】

- 学校、企業、地域や県のイベント等で「とやま食の匠」に、その卓越した技能や知識等により伝承料理や創作料理の普及活動を積極的に行ってもらうことにより、富山の食文化を支える人材を育成します。また、その活動や調理方法などをHP等で紹介することにより、「とやま食の匠」制度を広く周知します。



2021/9/10  
食ベトク旬だより「ベニスワイガニ」

食ベトク旬だより「ベニスワイガニ」  
こちらからご覧ください。  
<https://toyama-food.jp/news/20210910season/>

【目次】  
◆旬の食材のご紹介！「ベニスワイガニ」◆  
今回は、9月1日に漁の解禁を迎えたベニスワイガニについてご紹介いたします。  
◆旬の食材「ベニスワイガニ」を使ったレシピ◆  
今回は、ベニスワイガニの活用方法として、「おまかせ」

「食ベトクとやま」の食ベトク旬だより

- 「富富富」をはじめとする富山米や富山ならではの旬の食材を、飲食店・宿泊施設等で多彩なメニューとして提供し、県内外の消費者に美味しく食べていただく消費拡大運動を推進します。
- スマートフォンアプリを活用し、地産地消に取り組む飲食店の利用を促進するなど、若者世代を含めた幅広い世代への意識啓発に取り組みます。
- 「富山のさかな」の県内外での認知度や評価の向上を図るため、高品質で安定的な供給体制を構築するとともに、「うまさ一番 富山のさかなキャンペーン」において、おいしい魚と観光の魅力を発信します。
- 県産食材の県内外への販路拡大に向け、WEBシステムを活用した商品紹介や商談会の開催等、対面とオンラインを融合させた効果的なPRや農林業業者等と実需者とのマッチング機会を創出します。

【具体的な取組事例】

◇ 飲食店利用ポイント制度の実施 (R3)

県内の飲食店における富山県産食材（肉・水産物・野菜など）の継続的な消費を促進するため、地産地消に取り組む飲食店で行う、デジタルポイントを活用したプレゼントキャンペーンを実施しました。



飲食店利用ポイント制度のロゴマーク

◇ 「うまさ一番 富山のさかなキャンペーン」

富山の魚を食材として活用する、キャンペーン協力店（鮮魚店や飲食店など）へ「のぼり」や「タペストリー」を配布し、「富山のさかな」とそのおいしさをPRしています。

【協力店 (R3. 12. 28 時点)】 1, 307 店（うち県外 176 店）

目標指標

|                    | 現状 (R2)              | R8      |
|--------------------|----------------------|---------|
| 「とやま食の匠」の伝承活動参加者数  | 40人<br>(参考 R1: 179人) | 400人以上  |
| 県産食材提供協力店舗数 (県内) ※ | 1, 466店 (R3)         | 1, 700店 |

※ 美味しい富山米の店、県産肉提供店舗、「うまさ一番 富山のさかなキャンペーン」協力店、県産食材を提供する飲食店の利用を促進するキャンペーン等への参加店舗など

### Ⅲ 生産者と消費者の活動促進 ～県民運動の展開～

#### 8 県民運動としての気運高揚

##### 【目指す方向】

- 若者を含めた幅広い世代に向けた県産品の利用拡大を促進する機運醸成  
 県産食材についての県民の理解を促進していくために今後とも様々な機会を捉え、特に若い世代への地産地消の普及啓発を強化するとともに、県産食材を優先的に選択していただく環境づくりを促進します。
- 地産地消の取組みや魅力ある食の情報発信  
 県民はもとより、企業等においても地域社会の一員として、地域をより活性化するために、さまざまな地産地消の活動に取り組んでいただけるよう働きかけを実施します。

##### 【現状と課題】

平成21年度から募集している「地産地消『とやまの旬』応援団」の登録数は、令和2年度末で1,525団体、個人5,499人と年々着実に増加しており、これまで県内各地で様々な地産地消活動に取り組まれてきました。

また、令和3年度の県政世論調査によると、県政全般における満足度の高い政策として「食の安全確保と地産地消・食育の推進」が74項目中3位と平成26年度の調査結果（5位）から向上しており、県民運動としての地産地消の取組みが浸透してきています。

一方、「県産農林水産物を意識して購入している人」の割合では20代、30代など若い世代ほど低くなっており、若者への意識啓発を一層進めることが課題となっています。

今後はさらに、若者を含めた幅広い世代への発信力を強化するため、令和3年度に開発したスマートフォンアプリ「食ベトクとやま」のユーザー登録を促進し、富山の旬の農林水産物の情報を発信していくとともに、スマートフォンアプリを活用した地産地消の取組みなどにより、県産品を優先的に選択していただく機運の醸成を図っていくことが重要です。

1 調査対象： 県内に居住する  
 満18歳以上の男女4,000人  
 2 調査期間： 令和3年8月～9月  
 3 調査方法： 郵送調査  
 4 回収数(率)： 2,161(54.0%)

##### 【参考：令和3年度県政世論調査結果】

##### ◇政策の満足度について

| 順位 | 項目                       | %    | 参考 H26年度 |      |
|----|--------------------------|------|----------|------|
|    |                          |      | 順位       | %    |
| 1  | 北陸新幹線の整備促進               | 46.1 | 1        | 51.7 |
| 2  | 水資源の保全と活用                | 31.5 | 2        | 34.2 |
| 3  | <b>食の安全確保と地産地消・食育の推進</b> | 30.7 | 5        | 27.9 |
| 4  | 利便性の高い道路ネットワークの整備        | 28.1 | 10       | 25.3 |
| 5  | 子育て支援                    | 26.3 | 15       | 23.2 |

(富山県広報課 「県政世論調査」より)

【取組内容】

- 生産者と消費者が交流するイベントやスマートフォンアプリを活用した地産地消の取組みなどにより、若い世代を含めた県民の意識の高揚と県民ぐるみの運動となるよう啓発活動を強化します。
- 県民ぐるみの地産地消を進めるために、地産地消「とやまの旬」応援団の募集に努め、企業・団体の社員食堂や飲食店・宿泊施設における県産食材の活用を働きかけるとともに、応援団員が自ら企画し、実践する地産地消活動への支援を行います。
- 花きの地産地消を促すため、生産・流通・消費関係団体が連携したPRイベントや花育の取組みを支援し、県産花きの利用拡大に努めます。
- 「越中とやま食の王国」ホームページのほか、地産地消「とやまの旬」応援団メールマガジン、スマートフォンアプリ「食ベトクとやま」の食ベトク旬だよりを通じ、県内農林水産物の旬の情報や地産地消に関するイベント等の情報を発信します。

【具体的な取組事例】

◇スマートフォンアプリ「食ベトクとやま」

地産地消を幅広い世代の県民運動として推進するため、スマートフォンアプリ「食ベトクとやま」で、地産地消に関する情報発信を行い、本県の農林水産業に対する理解の醸成と活動の輪を広げる契機としています。

食ベトクとやま



「食ベトクとやま」のアイコン、アプリ紹介サイト



「越中とやま食の王国」のホームページ



◇越中とやま食の王国ホームページ

富山県の農林水産物、それらを使用した郷土料理、加工品など、さまざまな富山の魅力を県内外に広く発信し、食のとやまブランドの発展に努めます。

目標指標

|                            | 現状 (R2)     | R8      |
|----------------------------|-------------|---------|
| 県産品を意識して購入する人の割合           | 56.7% (R3)  | 80%     |
| 「食ベトクとやま」ユーザー数             | 1,410人 (R3) | 8,000人  |
| 越中とやま食の王国ホームページの閲覧件数 (月平均) | 20,000件     | 30,000件 |

### Ⅲ 生産者と消費者の活動促進 ～県民運動の展開～

#### 9 学校給食などでの県産食材活用拡大

##### 【目指す方向】

##### ○学校給食を通じた県産食材への理解増進

学校給食への多様な県産食材の活用を推進するとともに、学校給食を「生きた教材」として活用し、栄養教諭による食育や生産者と連携した食農教育の充実を図ります。

##### ○産地と給食関係者（施設給食、社食を含む）の連携強化による県産食材の活用拡大

安定的な供給・出荷体制を強化するとともに、産地情報と給食のニーズのマッチングにより、給食（施設給食、社食を含む）での県産食材の活用を促進します。

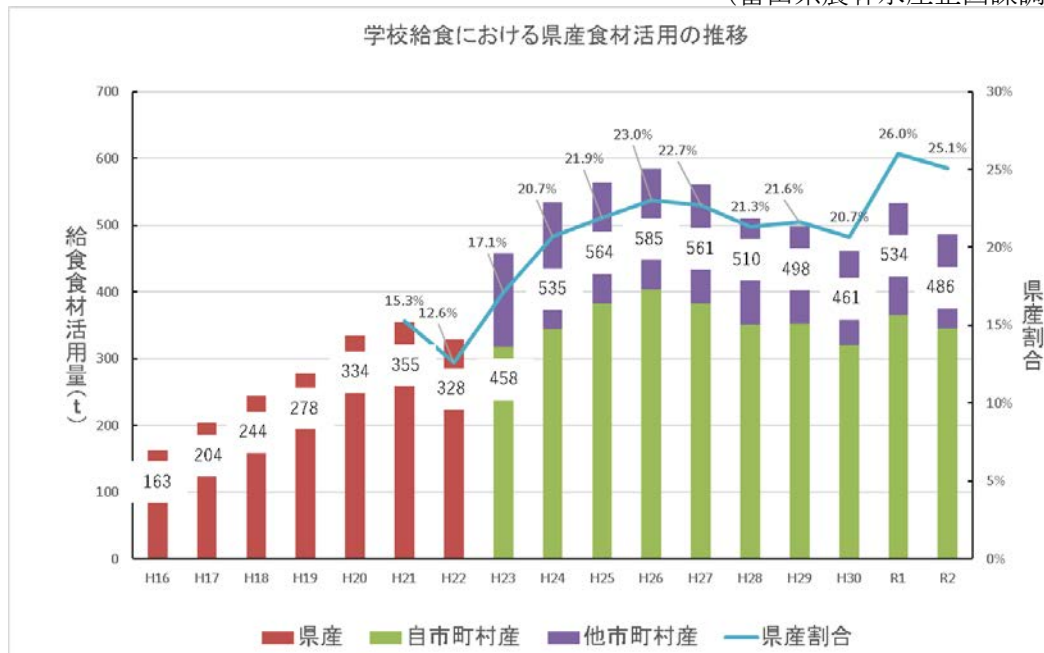
##### 【現状と課題】

学校給食を食に関する指導の「生きた教材」として活用し、栄養教諭による食育や生産者と連携した食農教育を推進することは、児童生徒が地域の自然、文化、産業等に関する理解を深めるとともに、生産者の努力や食に関する感謝の念を育む上で重要です。

児童生徒への学校給食を通じた県産食材の理解増進に向けては、これまで、各地域の県産食材活用推進協議会等を中心に供給体制の整備、特別給食の実施、生産者との交流などにより県産食材の活用拡大を進めてきており、令和元年度からは青果市場のコーディネーターによる産地情報と給食のニーズのマッチングや給食関係者の産地視察等により、市町村域を越えた食材の活用拡大が進行し、その結果、県産食材の活用割合は令和2年度で25.1%となっています。

今後、学校給食をはじめとした施設給食や社員食堂などでの県産食材の活用を拡大していくためには、供給・出荷体制を強化するとともに、産地と給食関係者のマッチングを支援するなどの取組みが重要です。

（富山県農林水産企画課調べ）



○県産食材の活用実績（野菜・果実等）  
 使用量：H26 585t ⇒ R2 486 t  
 割合：H26 23.0% ⇒ R2 25.1%  
 品目：H26 109品目 ⇒ R2 92品目

28

○特別給食の実施実績  
 実施校数：H17 71校 ⇒ R2 256校  
 （小中学校及び一部幼稚園）



**【取組内容】**

- 生産者、市町村、給食センター、栄養教諭等と連携し、県産食材を活用した特色ある学校給食の充実を図るため、産地と学校給食の情報共有を図り、ニーズのマッチング強化を推進します。
- 栄養教諭を中心として、次代を担う子どもたちに、地域の農林水産業や食材への理解向上のための食育や、生産者と連携した食農教育の充実を図ります。
- 「富富富」の米飯給食を推進します。
- 社員食堂を運営する給食事業者や外食、病院・福祉施設などと連携した県産食材の新たな供給先の開拓と活用拡大に取り組みます。
- 野菜を摂取する必要性や目標量等について、普及啓発等を行うことで、県産野菜を中心とした野菜摂取量の増加を図るとともに県民の健康づくりと健康寿命の延伸につなげます。
- 給食事業者や飲食店等と連携し、県産野菜の活用と健全な食生活を実践しやすい環境づくりに取り組みます。

**【具体的な取組事例】**

**◇学校給食への県産食材の供給**

青果市場、青果商、学校給食等の関係者による情報共有体制を整備し、青果市場から献立情報を踏まえた県産食材の活用の提案を行うとともに、給食関係者の産地視察を実施するなど、学校給食と県内産地との連携強化を図っています。



産地視察（マコモタケ）



栄養教諭による食に関する授業

**◇栄養教諭による地産地消の推進**

栄養教諭が中心となって家庭・地域と連携した食育・地産地消活動を推進するとともに、地域の食文化や農林水産業等への理解を深めるため、地場産食材を学校給食に積極的に活用し、食に関する指導の実践に取り組んでいます。

目標指標

|                  | 現状（R2） | R8    |
|------------------|--------|-------|
| 学校給食における県産食材の活用率 | 25.1%  | 32.0% |

### Ⅲ 生産者と消費者の活動促進 ～県民運動の展開～

#### 10 交流活動の支援

##### 【目指す方向】

##### ○農林漁業者と都市住民の交流拡大

農林漁業者と消費者・企業等との交流拡大を支援し、県産農林水産物の生産と活用・消費の拡大や農山漁村が持つ豊かな自然や景観、魅力ある食と食文化の理解の醸成を図ります。

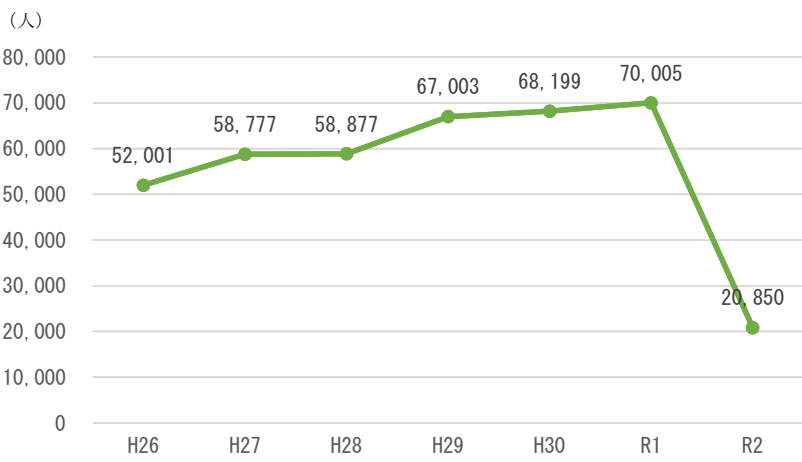
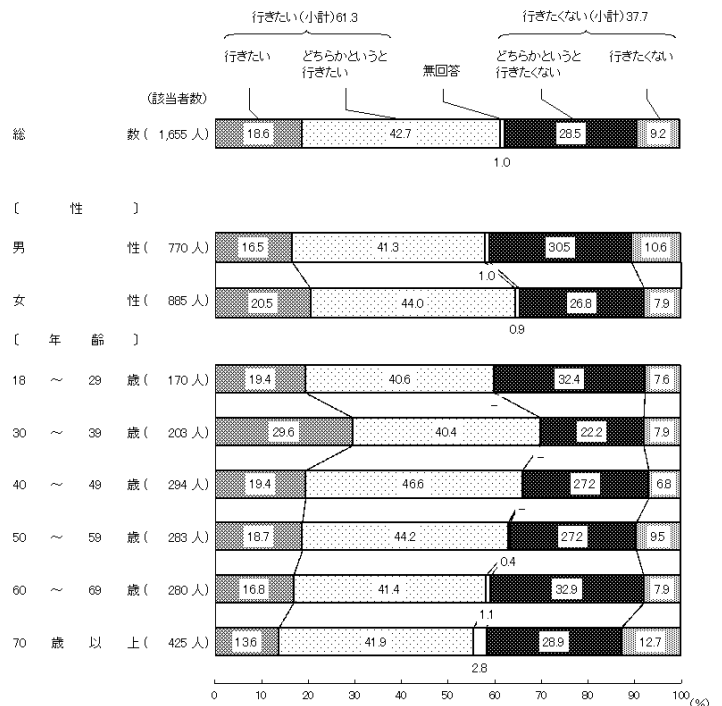
##### ○多様な人材の参画による農山漁村の活性化

次代を担う子どもたちとその保護者等が、農作業や農村生活を体験できる受入体制の整備や、地域住民との交流活動を支援によって地域の活性化を図ります。

##### 【現状と課題】

コロナ下において癒しや安らぎ、豊かな自然を求め、農山漁村での体験や交流等を求める都市住民が30代など比較的若い世代で多くなっており、農山漁村での体験や交流活動の充実を今後一層支援していく必要があります。

次世代を担う子どもたちに対する農林漁業体験の提供に力を入れていくとともに、地域の魅力ある食などの文化を継承し守っていくため、地域の交流人口・関係人口増加につながる支援を行っていく必要があります。



富山県農林漁業等体験者数の推移 (H26～R2)

(富山県農村振興課・中山間地域対策課)

農山漁村に関する世論調査 (農業体験への関心) R3.6 内閣府

**【取組内容】**

- 都市住民や子どもたち、企業等の農林漁業体験や交流の定着を図るため、地域の特色を活かした各種イベントの開催を通じて、農山漁村の魅力を発信し、交流拡大を推進します。
- 都市住民が田舎暮らしを体験する「とやま帰農塾」を通じ、都市住民との交流拡大を推進します。
- 県内で農泊に取り組む地域に支援し、魅力ある農業体験・食事・宿泊の提供を推進します。
- 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。
- 地域活性化に対する企業の参画を促進するとともに、食に関する団体との連携・強化により、地産地消や食育の情報発信と理解醸成を図ります。

**【具体的な取組事例】**

**◇都市住民との農林漁業体験交流**

田舎暮らしを体験する「とやま帰農塾」（高岡市国吉地域など7市町で9塾）の実施や、棚田オーナー（氷見市長坂地域など）を実施することにより、農山漁村が持つ豊かな自然や伝統、地域の食や食文化への理解向上が図られています。



とやま帰農塾の様子（高岡市 国吉地内）



地域内外の人の交流

**◇直売活動等による交流**

ガソリンスタンド跡地を活用した「村の駅 きたかんだの郷」（小矢部市）では、地域内外の人の交流拠点となる「カフェ」や「居酒屋」がある直売所として整備し、体験農園や「ふっとパス」等の交流人口拡大・移住促進の様々な事業を展開しています。

**目標指標**

|                 | 現状（R1）                      | R8      |
|-----------------|-----------------------------|---------|
| 農林漁業等体験者数（延べ人数） | 70,005人<br>（参考:20,850人（R2）） | 74,200人 |

※じゃがいも掘り、ぶどう狩り、そば打ち、地引網等の体験や交流イベント参加者

## 第4章 戦略の推進方法

### 1 推進体制

戦略で示した県民運動としての地産地消を実現するにあたっては、農林漁業者はもとより、関係団体や経済界、県民、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。

県においては、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

本県の農林水産業を支える一員としての自覚を持つとともに、地域の住民と「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、安全・安心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。

#### 農林水産関係団体

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。

#### 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。

#### 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。

#### 飲食・宿泊施設

県内に限らず、県外観光客にも飲食を提供することから、「地元ならではの」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。

#### 学校

学校給食での地場産食材の活用と、栄養教諭等による食育や食農教育を通じて、次代を担う子どもたちへの農林水産業への理解と食への感謝の念を育みます。

## 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ています。

## 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まれることを期待します。

## 市町村

市町村は、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関わり、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。

## 2 戦略の進行管理・評価

戦略に位置づけられた推進施策については、目標指標を基本に把握・評価することとします。併せて、その達成状況や課題については、とやま地産地消県民会議などで公表することとします。

また、目標の達成のために必要があると認められる場合には、とやま地産地消県民会議における検討を経て、取組内容の充実を図ります。