

第1部（特集編）

「関東地域における地産地消のこ・れ・か・ら」

～食卓と地域の大地との関係づくりから広がるフロンティア～

第1部(特集編)「関東地域における地産地消のこ・れ・か・ら」

～食卓と地域の大地との関係づくりから広がるフロンティア～

はじめに

地産地消は、地域の消費者ニーズを的確にとらえて生産を行う取組と、地域で生産された農産物を地域で消費しようとする取組の両面をもつものである(注)。

近年、消費者の農産物・食品に対する安全・安心の志向は、食品表示偽装問題や輸入食品の健康被害事例の発生などによりますます高まってきている。また、消費者において、世界的な穀物価格の高騰や石油価格の上昇により、これまでのように安価な輸入食品に頼ることに対しての危機感が生じつつあり、国産の農産物・食品へ目が向けられているところである。国産の農産物は、消費者の身近で生産されており、それを消費すること、まさに「地産地消」の取組に光が当たってきているところである。

この地産地消の取組は、地域で生産したものを地域で消費するため、輸送コストの低減、輸送距離の短縮による環境負荷の低減といったように、様々な効果をもっている。

関東農政局管内(以下「管内」という。)は、首都近郊に代表されるように住宅が集中し、人口密度が高い大消費地から、長野県に代表される山々に囲まれた中山間地といった様々な地域を抱えており、その中で地域の特色を生かした地産地消の取組が行われている。

以上のような実態を踏まえ、関東農政局では、地産地消の取組を形態的に分類し、現場での取組に関しての現地調査や、管内の農林水産情報交流ネットワーク事業のモニターを対象にアンケート調査を行い、管内における地産地消の現状やその振興を図るうえでの課題・対応方向について取りまとめた。

(注)「食料・農業・農村基本計画」(平成17年3月閣議決定)抜粋

第1 食料、農業及び農村に関する施策についての基本的な方針

2. 改革に当たっての基本的視点

(5) 農業・農村における新たな動きを踏まえた「攻めの農政」の展開

(略)

地域の消費者ニーズを的確にとらえて生産を行う取組と、地域で生産された農産物を地域で消費しようとする取組の両面を持つ地産地消や、地域に根ざした食材や食文化を見直すスローフードの活動は、生産と消費の関わりや伝統的な食文化等、国民全体で食や農についての認識を深める機会を提供している。

第2 食料自給率の目標

3. 食料自給率向上に向けて重点的に取り組むべき事項

(1) 食料消費

ア 分かりやすく実践的な「食育」と「地産地消」の全国展開

(略)

地域の消費者ニーズに即応した農業生産と、生産された農産物を地域で消費しようとする活動を通じて、農業者と消費者を結び付ける地産地消の取組を推進する。

第3 食料、農業及び農村に関し総合的かつ計画的に講ずべき施策

1. 食料の安定供給の確保に関する施策

(4) 地産地消の推進

地域の農業者と消費者を結び付ける地産地消を、地域の主体的な取組として推進する。これにより、消費者が、生産者と「顔が見え、話ができる」関係で地域の農産物・食品を購入する機会を提供するとともに、地域の農業と関連産業の活性化を図る。

さらに、地産地消の取組の一環として、直売や加工等の活動を促進するとともに、研修や講習会の実施等を通じて地産地消に取り組む人材の育成・確保を図る。加えて、成功事例の収集・紹介や地域間の情報交換を実施する。

第1部 関東地域における地産地消のこ・れ・か・ら

I 地産地消の意義・効果

1 地産地消の位置付け

地産地消：消費者が生産者と『顔が見え、話ができる』関係づくり

「食料・農業・農村基本計画」（平成17年3月閣議決定）では、食料自給率向上に向けて重点的に取り組むべきべき事項において、「地域の消費者ニーズに即応した農業生産と、生産された農産物を地域で消費しようとする活動を通じて、農業者と消費者を結び付ける地産地消の取組を推進する。」と記述するとともに、食料の安定供給の確保に関する施策において、地産地消の推進として、「地域の農業者と消費者を結び付ける地産地消を、地域の主体的な取組として推進する。」としている。これにより、「消費者が生産者と『顔が見え、話ができる』関係で地域の農産物・食品を購入する機会を提供するとともに、地域の農業者と関連産業の活性化を図る。」と位置付けている。

こうした地産地消の考え方は、消費者の農産物・食品に対する安全・安心への志向によるもので、食と農との距離を縮めたい、生産者と顔の見える関係をつくりたいという要求が高まってきたことによるものと考えられる。

このような動きは世界的に広がっており、イタリアの「スローフード」をはじめ、アメリカの「CSA (Community Supported Agriculture)」や、韓国しんどふじの「身土不二」などの運動のほか、イギリスの「フードマイル」のように、生産地から食卓までの距離が短い食料を食べた方が輸送に伴う地球環境への負荷が少ないといった考え方もある。

地産地消は、各地でその取組が草の根的に広がっているが、関東では首都圏という我が国人口の4割の人々が住む巨大な消費地を擁しており、その消費者すべてに地場農産物により食料供給することは困難である。したがって、地産地消の活動は地場の消費者・実需者ニーズにこたえるものとして、地場の生産技術条件や市場条件に見合った可能な方法で経験を積み重ねながら段階的に広げていくことが現実的と考えられる。この場合、地産地消の取組を維持・発展させるためには、できるだ

一口メモ

「世界の地産地消の取組」

★身土不二(しんどふじ)

元々は仏教の言葉で、人間の身体は、その人が住んでいる風土と切り離せないという意味。
韓国では、「食べ物に宿る風土と人体に宿る風土が一致すればするほど身によい、体と土とは一体だ」という、身土不二の運動が展開されている。

地産地消は、世界的にいろいろな動きがあるのね!!!

★スローフード(運動)

1985年にイタリアでファーストフードの進出に際し、ピザなどの伝統的な食事が忘れられるという危惧から始まった運動。
具体的には、①地域の味を大切にしながら郷土料理と食材を守る、②質の良い素材を提供する小規模生産者を守る、③子ども達を含め消費者の食教育の推進など、「食」を通じて関連する伝統文化、地域社会等の復興・保存を図る運動。

★CSA(Community Supported Agriculture)

アメリカでは、「地域が支える農業」のCSA運動が進められている。地域ごとに消費者と農家が結び付いて、作付前にその年1年分の農産物の代金の一部を前払いして購入する運動を中心に、1,000以上の地域で取り組まれている。



け近くのを優先しつつも、周年販売や品目・品質上の品揃えを考えると、柔軟な工夫も必要となってくる。

地産地消の主な取組を形態的に見ると、①農産物直売所や量販店での地場農産物の販売、②学校給食、③福祉厚生施設（病院、デイサービス施設等）、④^{なかよしよく} 外食・中食事業、⑤食品加工業、⑥観光関連施設（旅館等）での地場農産物の利用の形態がある。

なかでも、農産物直売所の取組は、消費者にとって生産者と「顔が見え、話ができる」最も身近な機会となる。

管内の産地直売所数は、全国の 4 割の 5,696 施設があり、全国的に見て取組が進んでいると考えられる（表 I-1-1）。

表 I-1-1 管内都県別産地直売所の設置数（H17年）
（単位：施設、人）

都県名	産地直売所数	利用者数
茨城県	449	7,905,160
栃木県	537	8,206,245
群馬県	1,107	10,429,253
埼玉県	328	11,631,128
千葉県	1,062	8,148,092
東京都	30	1,462,114
神奈川県	801	5,812,012
山梨県	583	3,748,560
長野県	540	7,383,820
静岡県	259	4,000,129
管内	5,696	68,726,513
全国	13,538	230,015,158

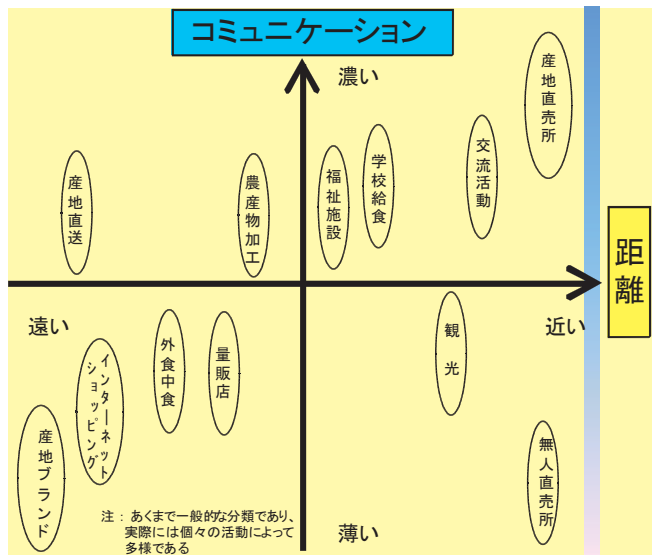
資料：農林水産省「農林業センサス」

注：産地直売所とは、生産者が自ら生産した農産物を生産者又は生産者のグループが、定期的に地域内外の消費者と直接対面で販売するために開設した場所又は施設をいう。無人施設や自動車等による移動販売は除く。

2 地産地消の意義・期待される効果

地産地消の特徴：「距離の近さとコミュニケーション」から期待される効果の数々

図 I-2-1 地産地消の分類（イメージ）



資料：「地産地消推進検討会中間取りまとめ」

平成13年に我が国初の牛海綿状脳症（BSE）発生などを契機に消費者の安全・安心に対する要求が高まり、食と農との距離が意識されることとなった。地産地消は、消費者が生産者と『顔が見え、話ができる』関係で地域の農産物・食品を購入する機会を提供する取組であり、その特徴として、両者の距離の近さ（主として生活圏内の距離）とコミュニケーションがある。距離の近さは、流通経費等の節減などの現実的効果をもたらすとともに、コミュニケーションをより容易にする意義がある。そして、コミュニケーションによって、消費者・生産者とも購買・販売を機会に互いの思い・

ニーズを理解し合い、よりよい地域の農産物・食品を求め提供し合う関係づくりの可能性が高まる。

第1部 関東地域における地産地消のこ・れ・か・ら

以上のような地産地消の性質から、地産地消は、消費者において以下の効果が期待できる。

- ①身近な場所から新鮮な農産物を得られる。
- ②流通経費等の節減等により安価に購入できる。
- ③消費者自らが生産状況等を確認でき、安心感が得られる。
- ④食と農について親近感を得るとともに、生産と消費のかかわりや伝統的な食文化について、理解を深める絶好の機会となる。

また、地産地消はその性質から、生産者において以下の効果が期待できる。

- ①消費者との顔の見える関係により地域の消費者ニーズを的確にとらえた生産を行うことができる。
- ②対面販売により消費者の反応や評価が直接届き、生産者が品質改善や顧客サービスに前向きになる。
- ③流通経費等の節減等により、生産者の手取り割合が市場流通と比べて高くなり、収益性の向上が図られる。
- ④少量な産品を安定して販売できる。また、加工・調理品等は、付加価値を付けて販売できる。さらに、品質に問題はなくても市場流通から除外されやすい不揃い品や規格外品も販売可能となる。
- ⑤直売所での販売による現金収入などにより、高齢者は生きがい、女性はやりがいを実感できる。また、地域づくりの連帯感が強まる。
- ⑥耕作放棄地や捨て作りを防止して農地を保全するとともに、地域特産物や食文化、伝統的調理法を次世代に継承できる。

さらに、地産地消の取組は、生産者の生産意欲を高めることにより、地域農業を活性化させ、その取組が全国的に広がり、消費者が国産品を優先的に消費することを通じて食料自給率の向上につながる可能性がある。「食料・農業・農村基本計画」においても、地産地消により地域の農業と関連産業の活性化を図ると位置付けており、国・地方公共団体において積極的に支援を行っているところである。

Ⅱ 地産地消に関する政策

1 地産地消に関する国の取組

(1) 農林水産省における取組

地産地消については、「食料・農業・農村基本計画」に位置付けて推進しており、平成17年5月には有識者、地方公共団体、農業者団体、食品事業者等を構成員とする「地産地消推進検討会」（以下「推進検討会」という。）を立ち上げ、地産地消の推進施策をとりまとめた毎年度の「地産地消推進行動計画」の策定や地産地消の今後の推進方向について検討を行っている。推進検討会では、同年8月に今後の地産地消の方向性を考えるうえで参考になるよう「地産地消推進検討会中間取りまとめ」を作成し、ホームページ (http://www.maff.go.jp/www/press/cont2/20050810press_5b.pdf) に掲載している。

また、生産・経営から流通までの総合的な強い農業づくりを支援する「強い農業づくり交付金」において、農産物直売所、農産物加工施設、農村レストランなど地産地消の取組に対し助成を行っている。管内における19年度取組実績は表Ⅱ-1-1のとおりである。

この他に農業・給食・商工・観光等、地域の関係者が一丸となって地産地消を推進する全国的モデル性の高い組織に対し、農畜産物処理加工施設、直売施設、集出荷施設等の整備に助成する「地産地消モデルタウン事業」、農林水産物直売施設の設置に助成する「農山村活性化プロジェクト支援交付金」や「広域連携共生・対流整備交付金」などの支援がある。

なお、関東農政局では地産地消の支援措置を農業生産現場に浸透させるため、19年6月から12月にかけて延べ6回にわたり「地産地消モデルタウン事業等に関する説明会」を実施した。当説明会は、普及指導員やJAの営農指導員などの現場指導者等と直接、意見交換等を行い、地産地消を進めるうえで有意義であることから、継続して実施していくこととしている。

表Ⅱ-1-1 強い農業づくり交付金による支援の実績（平成19年度）

（単位：千円）

県名	市町村名	事業実施主体名	事業概要		総事業費	備考
				(提供作物等)		
栃木県	さくら市	さくら市	農産物加工施設 (1棟 378㎡)	漬物、まんじゅう、赤飯、もち、米パン、総菜、おにぎり等	130,000	H18年度実施事業 (農産物直売所162㎡)
	真岡市	真岡市	農産物直売所・交流施設 (1棟 488㎡) 観光農園(ハウス32棟)	トマト・キュウリ・ナス等を 中心とした野菜等	131,189	
	西方町	西方町	農産物直売所及び農村レストラン の実施設	トマト・キュウリ・ナス等を 中心とした野菜等	6,220	H19、20年度継続実施事業
埼玉県	北本市	北本市	農村レストラン (1棟 132㎡)	そば等	30,897	
	熊谷市	(株)熊谷グルメファーマース	農村レストラン (1棟 258㎡)	うどん、おにぎり、地元野菜 を使ったカレー等	76,334	
	本庄市	埼玉ひびきの農協	農産物直売所 (1棟 380㎡)	トマト・キュウリ・ナス等を 中心とした野菜等	93,858	
千葉県	千葉市	千葉市	農産物直売所、農村レストラン、 農畜産物加工施設 (1棟 537㎡)	ほうれんそう、ごぼう、 ジャガイモ、だいこん、 米、みかん、チーズ、 地場野菜の薬膳料理等	244,671	
	南房総市	(農)かざぐるまファーム	農産物加工施設の実施設	ゆずみそ、もち	400	H19、20年度継続実施事業

資料：関東農政局調べ

第1部 関東地域における地産地消のこれから

また、関東農政局では、地産地消の取組への理解を幅広く醸成するために、消費者、生産者を対象としたパンフレット「地産地消推進のために！！」を作成し、市町村から関係団体まで幅広く配布した (<http://www.maff.go.jp/kanto/seisan/nousan/chisanchisyuu/pdf/070614panhusyoushisya.pdf>)。

(2) 文部科学省における取組

文部科学省では、「学校給食指導の手引き」(平成4年7月)や「学校給食における食事内容について」(平成15年5月30日付け文部科学省スポーツ・青少年局長通知)において、地場産物の活用について取り上げ、その推進を図っている。

また、全国の小学校5年生、中学1年生に配布している食生活学習教材において、地場産物を使用した郷土料理等を取り上げるなどの取組を行っている。



「学校給食における食事内容について」(平成15年5月30日付け文部科学省スポーツ・青少年局長通知) <抜粋>

3 学校給食の食事内容の充実等について

(1) 学校給食の食事内容は、成長期にある児童生徒等の健康の保持増進と体位の向上のため、多様な食品を組合せ、栄養的にバランスのとれた食事となるよう絶えず改善に努めること。また、学校給食の実施に当たっては、児童生徒等の発達段階に応じて指導するとともに、特に次の点に配慮すること。

- ① 郷土食や地場産物の導入に関しては、様々な教育的意義があり、食に関する指導の生きた教材としてより効果的に活用できることから、地域の実情に応じた活用について十分工夫し、魅力あるものとなるよう努めること。



さらに、文部科学省では、18年2月に「学校給食における地場産物活用事例集」を取りまとめた。この事例集は、学校給食における地場産物の活用の意義、取組の現状や地場産物の調達・納入を取り上げた事例などを取りまとめており、全国各地の学校(調理場)で学校給食における地場産物の活用が一層図られることを目的に作成され、関係者に配布されているところである。

学校給食における
地場産物活用事例集

この中で、学校給食に地場産物を活用することによって期待される効果として、「①児童生徒が、より身近に、実感をもって地域の自然、食文化、産業等についての理解を深めることができる、②食料の生産、流通等に当たる人々の努力をより理解することができる、③地場産物の生産者や生産過程等を理解することにより、食べ物への感謝の気持ちを抱くことができる、④「顔が見え、話ができる」生産者等により生産された新鮮で安全な食材を確保することができる等の様々な効果が期待される。」としている。

2 地産地消に関する地方公共団体の取組

地産地消の推進については、地域段階での取組が重要であり、「食料・農業・農村基本計画」において、各地域において取り組むべき事項や目標を明らかにした地産地消の実践的な計画（以下「地産地消推進計画」という。）を策定し、関係者による自主的な取組を促進するよう位置付けている（注）。

これを受け、地方公共団体、農業者団体等が計画主体として地産地消推進計画を策定し、これに基づき地域での地産地消の取組が推進されている。

管内における地産地消推進計画は、平成20年4月の長野県の策定を最後に、全都県で策定されており、19年度末で都県、市町村あわせて184の計画が策定されている（表Ⅱ-2-1）。

また、管内各都県では、地産地消推進関連の都県単独事業として、

- ①インターネットやメールマガジンを活用した「食」や「農」の情報提供や、研修会・シンポジウムの開催を通じた地産地消の普及・啓発、
 - ②県産農産物等を提供する小売店、飲食店等の指定や認定を通じた地場産農産物のPR、
 - ③学校給食における地場産農産物の利用拡大の推進、
 - ④農協が行う地場産農産物直売所の整備助成
- などの様々な取組を展開している。

表Ⅱ-2-1 管内地産地消推進計画の策定状況

都県名	地産地消推進計画策定数		
		うち都県	うち市町村
茨城県	16	1	14
栃木県	25	1	25
群馬県	18	1	9
埼玉県	25	1	22
千葉県	34	1	25
東京都	3	1	2
神奈川県	21	1	19
山梨県	6	1	28
長野県	16	—	21
静岡県	20	1	18
管内計	184	9	183

資料：関東農政局調べ（20年3月末）

注：複数の市町村が一つの計画を策定するため、計画策定数より市町村数が多い場合がある。

（注）「食料・農業・農村基本計画」（平成17年3月閣議決定）抜粋

第3 食料、農業及び農村に関し総合的かつ計画的に講ずべき施策

1. 食料の安定供給の確保に関する施策

(4) 地産地消の推進

地域の農業者と消費者を結び付ける地産地消を、地域の主体的な取組として推進する。これにより、消費者が、生産者と「顔が見え、話ができる」関係で地域の農産物・食品を購入する機会を提供するとともに、地域の農業と関連産業の活性化を図る。

その際、各地域において取り組むべき事項やその目標等を明らかにした地産地消の実践的な計画の策定を促し、これに基づき、地元消費者のニーズを把握するための交流活動や地場産農産物の普及活動等、農業団体や食品産業等関係者による自主的な取組を促進する。

さらに、地産地消の取組の一環として、直売や加工等の活動を促進するとともに、研修や講習会の実施等を通じて地産地消に取り組む人材の育成・確保を図る。加えて、成功事例の収集・紹介や地域間の情報交換を実施する。