

(案)

# 富士見市地産地消推進計画



**富士見市**

**平成23年 月**

## 目 次

1. はじめに・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
2. 目 的・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
3. 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
4. 推進方針・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
5. 農業の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
6. 地産地消の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
7. 地産地消推進の取組み・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
8. 地産地消推進の取組み計画・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
9. 推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 10

# 富士見市地産地消推進計画

## 1. はじめに

近年、BSE(牛海綿状脳症)をはじめ、口蹄疫、鳥インフルエンザ、食品添加物、遺伝子組み換え作物、残留農薬など「食」を取り巻く多くの問題が発生し、「食」の安心・安全に対する消費者の関心が高まっています。

このようなことから、「食」と「農」を取り巻く環境に対する取り組みとして「地産地消」が、注目されています。

さて、富士見市の農業は、首都 30km 圏内に位置し、市の面積の約 4 割が農地で生産地と消費地が隣接する、立地条件に恵まれた首都近郊農業です。

しかし、昭和 40 年頃から本市においては都市化の影響により、農地と住宅地が混在し、営農環境は大変厳しい状況にあります。

また、農産物の輸入による農産物価格の低下や農業資材の高騰は、農業所得の減少を招くと共に、後継者不足による耕作放棄地の増加など、本市の農業に深刻な影響を与えてきています。

そうしたことから、本市の「地産地消」を推進していくことが、「食」と「農」についての認識を深め、「消費者」と「生産者」の良好な関係を構築する上で大変重要なことでもあります。

## 2. 目的

富士見市の農業を担ってきた、昭和一桁世代の方々にとって、農業を継続していくことが困難になってきています。そうしたことから、次世代の担い手に円滑に引き継げるよう、農業の担い手を育成し、農家が自立できるような農業所得の向上や、やりがいの創出と魅力ある産業としての確立を図っていく必要があります。

また、本市の主な生産物として、米、ほうれん草、かぶ、小松菜、梨などがありますが、一番身近な農地で生産された新鮮な農産物を、一番身近な所で購入することができる地域内流通を促進し、安全・安心で新鮮な旬の農産物を消費者に供給できる体制をつくる必要があります。

このような状況を踏まえて、市では「第5次基本構想」において、身近な消費者のニーズを的確にとらえ、地域内自給率の向上と新たな需要を掘り起こし、地元消費の拡大を図る「地産地消」の推進に努めることとしています。

「地産地消」の推進にあたっては、「市内で生産された品質と安全性の高い新鮮な農産物が市内を中心に消費される取り組み」や「農業を身近に感じられるよう、生産者との交流や農業に触れ合える環境づくり」を推進し、「農」の魅力づくりを推進するため、消費者、生産者、商工業者、各種団体、行政が連携した、「富士見市地産地消推進計画」を策定するものです。

### 3. 計画の期間

本計画の期間は、平成23年度から平成27年度までの5年間とし、必要に応じて計画の見直しを行います。

### 4. 推進方針

農業が持っている多面的機能について認識し、消費者と生産者が「顔が見え、話ができる」関係を構築して、地元農産物の地域内流通を促進することで、安全で安心な農産物の生産と消費の拡大を図り、地域の自給力を高めるとともに地域の活性化を目指します。

### 5. 農業の現状

富士見市は、埼玉県の南部で都心から30km圏に位置し、生産者と消費者が隣接する都市近郊に位置し、交通・運輸条件に恵まれています。

地形は南西部の武蔵野台地と北東部の荒川低地に大きく二分されています。

武蔵野台地は大半が住宅地と畑作地になっており、火山灰からなる赤土(関東ローム層)でおおわれている一方、荒川低地は荒川と新河岸川の2つの一級河川を有する水田地帯となっており、黒泥層が広く分布しています。

#### ア. 水 稲

水稻は、本市農業の基幹的作物であるものの、兼業農家が主体であり、品種は作付面積割合でコシヒカリが76%、キヌヒカリが16%です。

農業生産基盤整備や近代化施設整備を行い、生産性の向上を図っていますが、高齢化などによる担い手不足は進んでいます。

販売形態は、JA、直売、米穀店などです。

#### イ. 野菜

露地野菜は、かぶ、ほうれん草、小松菜、枝豆が主な作目であり、ビニールハウス等を用いた施設野菜はキュウリ、トマトが主な作目です。

生産安定と収益性の向上や農地の活用を図っていますが、農業従事者の高齢化によって、作付面積は減少傾向にあります。

販売形態は、JA、市場、直売などです。

#### ウ. 果樹

果樹は、日本梨の幸水と豊水を中心に栽培されていますが、後継者不足により、栽培面積が減少する傾向にあります。

販売形態は、主に直売ですが、一部JAに出荷しています。

#### エ. 花き

花きは、洋ラン、パンジー、シクラメンなどの鉢物を中心に生産されていますが、販売価格の低迷や消費者の購入量の減少により、厳しい状況にあります。

販売形態は、直売と市場出荷しています。

#### オ. 畜産（乳用牛）

都市近郊型畜産経営のため、近隣住民との共存や後継者不足など、深刻な問題を抱えています。



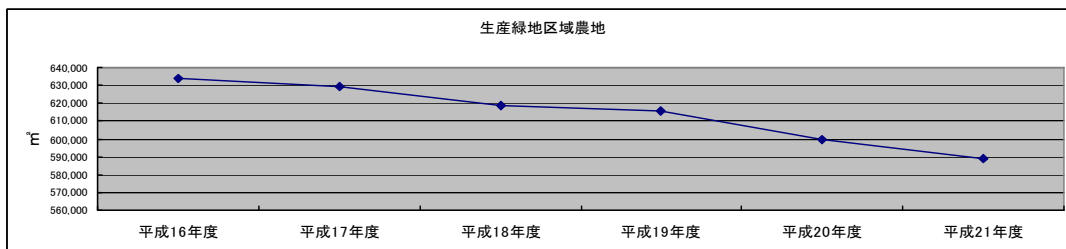
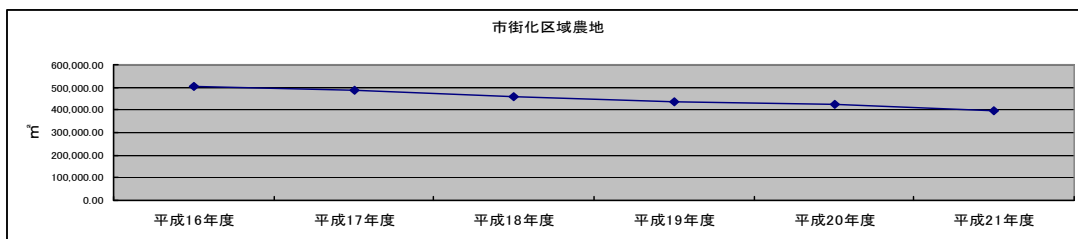
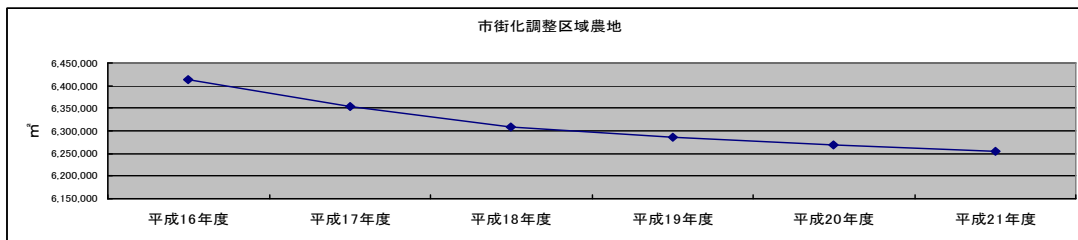
富士見市産の農産物

## ○ 農地の状況

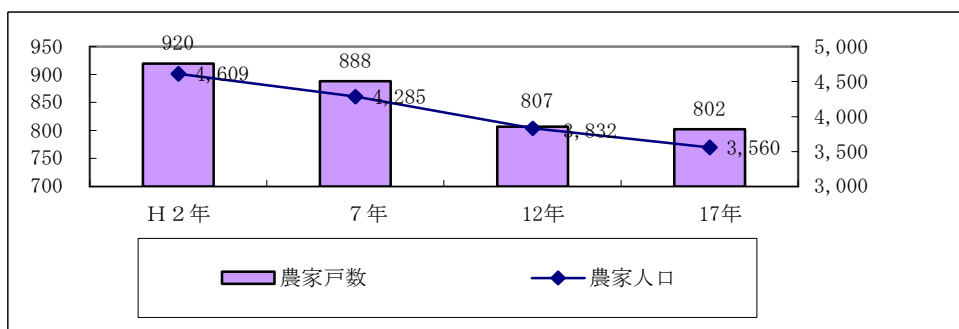
市内農地面積 7,237,556 m<sup>2</sup> (平成 22 年 3 月 31 日現在)

内 訳	田 (m <sup>2</sup> )	畑 (m <sup>2</sup> )
市街化調整区域	4,563,850	1,689,501
市街化区域	15,398	379,713
生産緑地	1,685	587,409
計	4,580,933	2,656,623

資料：農業委員会



## ○ 農家人口、農家戸数

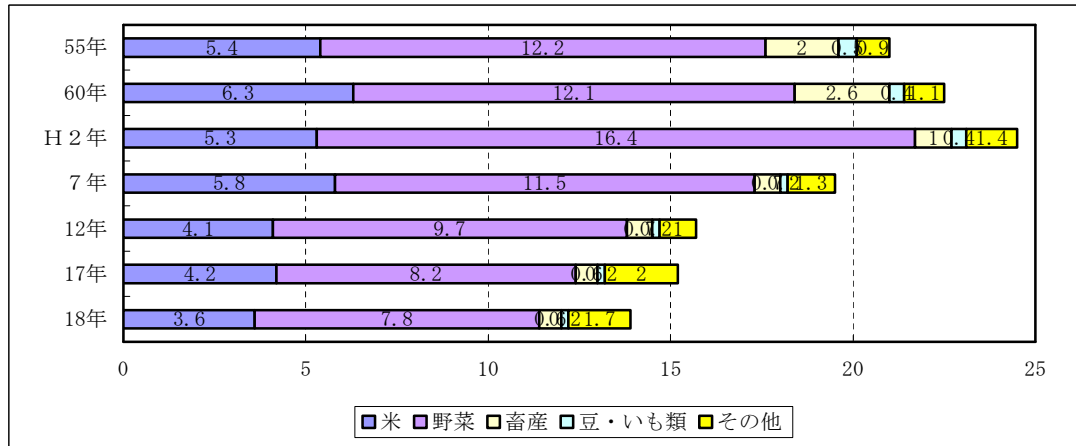


資料：農林業センサス

## ○ 農業算出額及び生産農業所得

### ・ 農業産出額

(単位：億円)



### ・ 生産農業所得 (推計期間：平成18年1月1日～12月31日)

生産農業所得	6億4千万円	農家1戸当り	80万3千円
		耕地10a当り	9万8千円
		農業専従者1人当り	68万2千円

資料：埼玉農林水産統計年報

## 6. 地産地消の現状

富士見市産の農産物は、一部農家の庭先販売やスーパー・直売所等で販売されていますが、取扱い場所や品目が少ないため、消費者からは「地元産が手に入りにくい」などの声があります。

### < 地産地消の取組み状況 >

施設等	取組み状況	主な品目
学校給食センター	富士見市産の米・野菜を取り入れた給食づくり	米・小松菜・かぶ・ほうれん草・きゅうり・枝豆・にんじん・味噌・梨 他
保育所等	富士見市産の米・味噌を取り入れた給食づくり	米・味噌・梨 他
スーパー、直売所、庭先販売等	富士見市産の農産物取扱店 (ヤオコー羽沢店、コープみずほ台店、JAいるま野直売店、南畑直売センター、ゆいの里市役所売店、びん沼直売所)	米・ほうれん草・小松菜・大根・にんじん・トマト・ブロッコリー 他

イベント等	富士見市産の農産物の普及・販売や消費者との交流等 (富士見ふるさと祭り、なんばた青空市場、菜の花まつり、ふじみマーケット)	米・野菜・農産物加工品 他
公共施設やホームページでの情報提供	・市ホームページ ・農業マップ作成等	米・野菜・果樹 他



富士見ふるさと祭りでの農産物直売



なんばた青空市場での農産物直売

## 7. 地産地消推進の取組み

### (1)消費者に信頼される産地づくり

- ①生産者は地元の消費者に支持されるものを作るため、栽培技術講習等により優良で新鮮な農産物の生産に努めるとともに、農薬適正使用、生産履歴記帳を徹底し、消費者への信頼確保に努めます。
- ②消費者が求める高品質で安全・安心な\*特別栽培農産物の生産を行う農業者を支援します。  
\*特別栽培農産物：化学合成農薬、化学肥料双方を慣行の5割以上減らして栽培した農産物。
- ③生産者は消費者のニーズにあった、農産物の生産と供給に努めます。

### (2)生産者と消費者の交流

- ①消費者と生産者が相互に理解を深め信頼関係が構築できるよう、イベントで地元農産物の直売を行い、交流と情報交換の機会を設けます。
- ②食に対する正しい知識を養うとともに、農への理解が深められるよう、料理教室や研修会、農業体験など食育活動との連携を図ります。

### (3)学校、福祉施設における地元農産物の利用促進と食育の推進

- ①学校給食は地元産の米をはじめ積極的に地元農産物を使用していますが、現状の仕組みでは、供給に限界があるため、供給体制を整備し地元農産



物の一層の活用促進を図ります。

- ②公立保育所等の給食に、新鮮な地元農産物の利用拡大に努めます。
- ③幼稚園、病院、老人福祉施設等における地元農産物の利用を促進します。
- ④地元農産物の利用拡大と併せて、食育活動の推進を図ります。

#### (4) 外食産業等における地元農産物の利用促進

- ①外食、食品製造関係の事業者等に対して、地元産農産物に関する情報提供や、供給ルート確立の支援をします。
- ②地元農産物を使用した季節限定メニューなどの開発とPRを支援し、地元農産物の利用促進に努めます。

#### (5) 地元農産物を利用した加工品の開発

- ①農産物加工品に対する消費者のニーズを把握して、加工用農産物の栽培を検討します。
- ②規格外等の農産物を利用した加工品の開発と、普及啓発に努めます。

#### (6) 地産地消の情報提供

- ①環境にやさしい地産地消の利点なども含め、地産地消推進のための広報・宣伝活動（広報紙、パンフレット、HP等）を行い、情報提供を充実します。
- ②アンテナショップを設置して、新鮮で安全安心な地元産の農産物や特産品を広く紹介し、地元産品の消費拡大を図ります。

#### (7) 推奨農産物の選定

- ①地元産の農産物に、他産地の農産物と区別できるオリジナルシールを貼付し、いつでも地元農産物を選択でき、愛着をもっていただくことにより、消費拡大を図ります。
- ②農業の振興と併せて地域の活性化に向けて、優れた地元産品に対して、推奨農産物や富士見ブランドの選定について検討します。

#### (8) 直売所、加工施設の整備

- ①消費者が地元農産物を購入しやすいように、直売所や小売店等の地元産品コーナーの設置を促進します。
- ②地産地消推進の新しい地域流通を生み出す施設として、直売所及び農産物加工施設の整備について検討します。

## 8. 地産地消推進の取組み計画

### ○推進のための計画表

取組み項目	現 状	課 題	取組み内容(平成23年度～平成27年度)	
			重点行動	目 標
(1)消費者に信頼される産地づくり	安心・安全な農産物は外見では判断が難しいので、どれを選べばよいのかわからない。	安全な農産物の裏づけと、消費者に伝える手段が必要です。	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産者は栽培技術講習等により高品質で新鮮な農産物の生産に努めます。</li> <li>生産者は農薬適正使用、生産履歴の記帳を徹底します。</li> <li>安全・安心な特別栽培農産物の生産を行う農業者を支援します。</li> </ul>	<p>消費者への信頼確保に努めます。</p> <p>生産者は消費者のニーズにあった「安心・安全」な農産物の生産と供給に努めます。</p>
(2)生産者と消費者の交流	市内で実施のイベントで、農産物の直売を行っています。	市場出荷された農産物が市内流通することが少ないため、流通経路の開拓が必要です。	<ul style="list-style-type: none"> <li>相互に理解を深め信頼関係が構築できるよう、イベントでの農産物の直売を行い、交流と情報交換の機会を設けます。</li> <li>食と農への理解を深めるため、料理教室や研修、農業体験等を実施します。</li> </ul>	<p>食と農に対する正しい知識と農への理解を深めます。</p> <p>食育活動との連携を図ります。</p>
(3)学校、福祉施設における地元農産物の利用促進と食育の推進	学校給食センターは、地元産の米・野菜を使用した給食づくりを行っています。 公立保育所等は米・味噌・梨等の地元農産物を使用しています。	地元農産物の量や品目の確保が必要です。	<ul style="list-style-type: none"> <li>農産物の供給体制を整備し、活用の増進を図ります。</li> <li>公立保育所・幼稚園・病院・老人福祉施設等における地元農産物の利用の促進に努めます。</li> </ul>	<p>農産物の活用により、消費拡大を図ります。</p>

(4) 外食産業等における地元農産物の利用促進	一部農家で契約栽培が行われています。	農産物の基準に基づく生産と継続的な供給の確保が必要です。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元農産物を使用した、季節限定メニュー等の開発とPRを支援します。</li> <li>・外食、食品製造関係の事業者等に対して地元農産物に関する情報を提供します。</li> </ul>	農産物の情報と供給ルートの確立を支援します。
(5) 地元農産物を利用した加工品の開発	農商工の連携を図った商品開発が検討されています。	加工品のための農産物の計画的な生産と原料の調整が必要です。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者のニーズを把握した、加工用農産物の栽培を検討します。</li> <li>・規格外等の農産物を利用した加工品の開発と、普及啓発に努めます。</li> </ul>	加工品のPRと販路の拡大を支援します。
(6) 地産地消の情報提供	地元産の農産物や購入できる場所等が、消費者に十分周知されていません。	世代を超えて広く注目されるPRが必要です。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元産の農産物や地産地消活動を市広報・ホームページ等で紹介します。</li> <li>・アンテナショップを設置して、地元産の農産物や特産品を紹介し、消費拡大を図ります。</li> </ul>	情報提供により生産者と消費者の相互理解と距離感を縮めます。
(7) 推奨農産物の選定	埼玉県のふるさと認定食品はありますが、市独自の推奨品はありません。	選定基準や品質の均一が必要となります。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元農産物を識別できるオリジナルシールを貼付し、消費拡大を図ります。</li> <li>・農業と地域の活性化を図るため、推奨農産物や富士見ブランドの選定について検討します。</li> </ul>	地元産への愛着と推奨農産物と富士見ブランドの選定により、地域の活性化を図ります。
(8) 直売所・加工施設の整備	庭先販売所の数は多いが、常設の有人直売所の数が少ない。	直売所と加工施設の設置と運営についての検討が必要となります。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者が地元農産物を購入しやすいように、直売所や小売店等の地元産品コーナーの設置を促進します。</li> <li>・地産地消推進の新しい地域流通を生み出す施設の整備について、検討します。</li> </ul>	直売所及び農産物加工施設の整備について検討します。

## 9. 推進体制

本計画の取組みを展開するため、(仮)地産地消推進会議を組織します。  
推進会議のメンバーは、消費者、農業関係者、商工業関係者、行政等で構成し、地産地消を推進していきます。

### 《 地産地消の推進体制 》

