

今後の地産地消の推進について

～福井県地産地消率状況調査を踏まえた提言～

平成22年3月

福井県地産地消率検討委員会

目 次

1 地産地消率の算定	1
2 地産地消率と調査結果に見る福井県の特徴と課題	4
3 今後の地産地消の推進	7
（参考1）地産地消率状況調査 県内農林水産物の消費割合イメージ図	12
（参考2）地産地消率と都道府県別食料自給率との違い	13
（参考3）県内の地産地消の現状	14
○ 地産地消の道標	16
○ 提言に寄せて	18
○ 福井県地産地消率検討委員会 委員名簿と経過	21

1 地産地消率の算定

本県の地産地消を進めるにあたっては、県内の消費・生産・流通の実態を把握する必要がある。国は、都道府県別食料自給率を公表しているが、各県ごとの消費実態や県間の流通量、1アール未満の家庭菜園を考慮していない。

そこで、福井県では、全国で初めて福井県地産地消率状況調査（以下「調査」という）を行い、

- 地産地消の実態を明らかにする（食料自給率は県外転出分を含んでいる）
- 県民の消費の実態を明らかにする（食料自給率は全国一律の平均である）
- 家庭菜園の実態を明らかにする（食料自給率は1アール未満の家庭菜園は含まない）

ことで、独自に本県の特徴と課題を踏まえた。これを元にした地産地消率の設定により、本県の地産地消をより一層推進してほしい。

(1) 調査結果の概要（重量ベース）

調査では、夏・秋・冬に行った消費世帯調査および飲食店調査、生産量調査、流通・加工調査を行った。その結果によると、県内産農林水産物の消費割合等は以下のとおりであった。

（イメージ図は参考に掲載）

【結果概要】

- ①県民が消費する食料総量（家庭食、総菜、外食の計）のうち、県内産品の比率は、平日と休日の平均で、59%
- ②県内で生産される農林水産物全体のうち、県内向けに出荷（おすそ分け、自家消費含む）している比率は、67%
- ③県民が消費する県内産品食材（家庭食、総菜、外食の計）のうち購入している比率は、平日と休日の平均で、54%

【調査方法】（全て重量ベース）

(A) 消費世帯調査・集計

- ・期 間) 3シーズン（夏/秋/冬）で、それぞれ2日（平日・休日）ずつ調査
- ・対 象) 1400世帯（県内から無作為抽出した28地区×50世帯）
- ・項 目) 1日に消費世帯全員が食べた量、産地、購入先、家庭菜園の規模、収穫量

(B) 生産・流通調査

- ・期 間) 平成20年の実績を調査
- ・対 象) JA経済連、青果市場、水産市場、県漁連、漁協、水産市場仲卸、直売所、百貨店、量販店、コンビニエンスストア、個人商店、食品加工業、酒造業および生産統計
- ・項 目) 事業者における食材の仕入れ量と出荷量、うち県内産品の量

(3) 飲食店調査

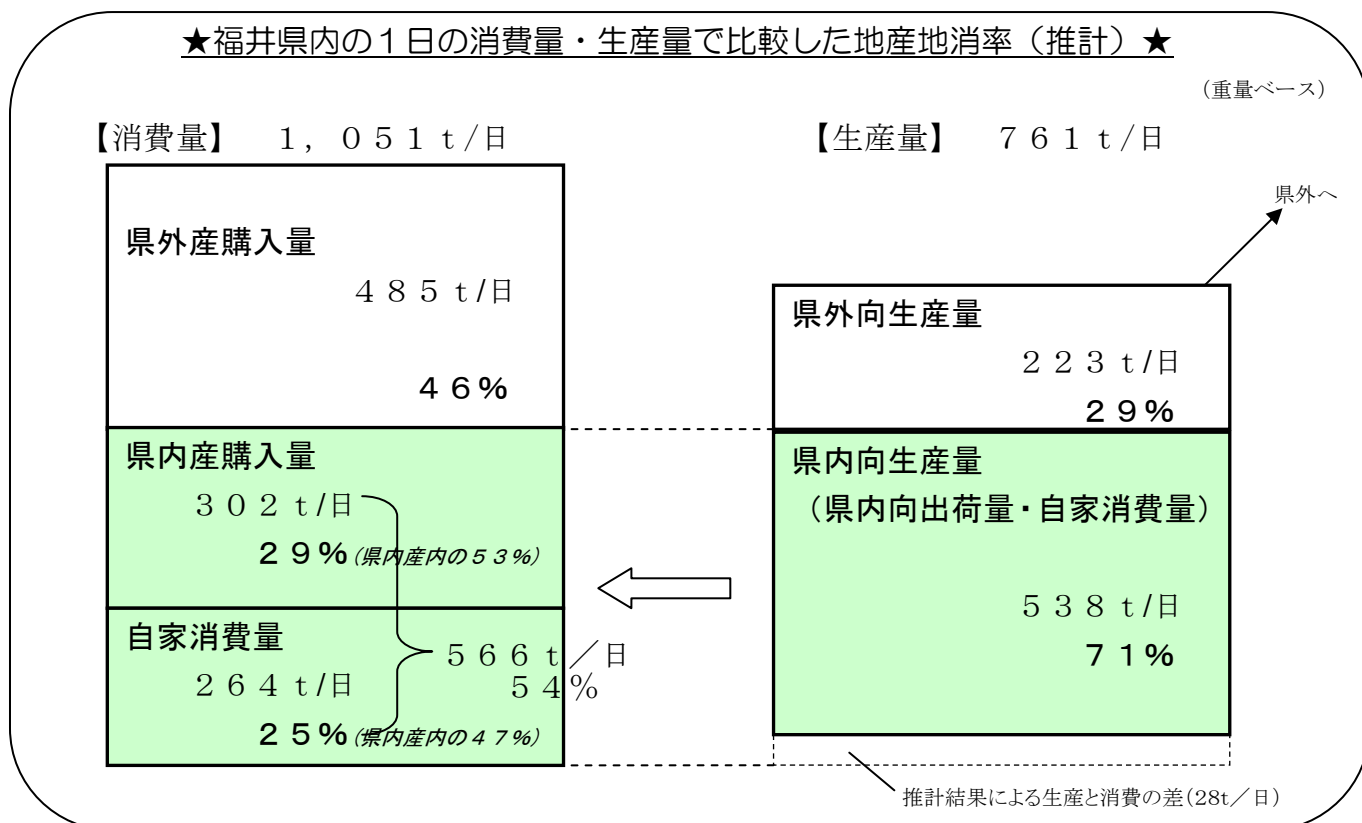
- ・期 間) 秋/冬で、それぞれ定められた1週間を調査
- ・対 象) 飲食店、ホテル・旅館・民宿、弁当・配送業、病院・福祉施設
- ・項 目) 食材の仕入れ量と販売量、うち県内産品の量

なお、品目ごとの地産地消率を算出して今後の生産や消費の指標とすることや、全体を見ても県内と県外の取引がほとんどの品目で行われていることから、調査はすべて重量ベースで行っている。

(2) 調査結果を用いた福井県の地産地消率の全体像

今回の調査を県内全体に置き換えて地産地消率を考え、地産地消の推進を図ることが大事である。しかし、調査結果を単純に県内全世帯や年計ベースに換算する際には注意を要する。調査期間等の調査条件が異なるため、生産や流通の量と、家庭における消費量の間には重量に差が生じる。

そこで、調査期間が県内産野菜の比較的収穫量が多い時期であること、また家庭における食材消費量が多い時期であること等を考慮し、福井県の地産地消率の全体像の推計を試みた。



推計によると、福井県の地産地消率は、次のとおりとなった。

- 1) 消費・地産地消率（消費のうち、どれくらい県内産を食べているか）は 54%
- 2) 生産・地産地消率（生産のうち、どれくらい県内に向けられているか）は 71%
- 3) 流通・地産地消率（県内産品の入手において、購入（流通）の割合）は 53%

なお、推計で生じる生産と消費の差は、食料入手時の消費者の産地誤認や調査による誤差等とした。また、この試算は、調査結果を基に以下の算出方法により委員会で試算したものである。消費や生産、流通の各領域において、必要に応じてさらに様々な諸条件をもとに詳細な推計を行い、地産地消率を算出し、取り組みを進めてもらいたい。

【今回の推計方法】

- ◆消費量の推計
 - ①【曜日】平日と土日の日数バランスを実際にあわせた推計 → (県内産品 +9t/日) (県外産品 -9t/日)
 - ②【県内野菜生産の季節変動】中央市場の月別入荷量で推計 → (県内産品-6.5t/日) (県外産品+6.5t/日)
 - ③【消費量全体の季節変動】家計調査の月別食材購入量で推計 → (県内産品-6.5t/日) (県外産品-5.6t/日)
- ◆生産量の推計
 - ①【1㎡以上で行う家庭菜園の生産量】生産統計と今回調査の単収の差で推計 → (県内産品+7.8t/日)

(3) 簡易算出方法

今回の取組みの成果を福井県内に止まらせることなく、広く活用することで、各地の地産地消を推進することが重要である。そこで、品目別に地産地消率を求め、生産振興、販売の仕組みのあり方を再検討できないか、という観点から簡易な地産地消率の算出法の提示を、野菜を例に試みた（下表）。

生産量は野菜生産出荷統計（農林水産省）ならびにJA経済連、卸売市場調べ、さらに県独自に実施した統計に表れない家庭菜園での生産量を加えた。

一方、消費量は食料需給表（農林水産省）の一人当たり供給数量とし、純食料を基礎とした。ただし魚介類、肉類にあつては他の食料と比べ歩留まり率が低いことから粗食料も考慮する必要がある。

なお、食料需給表では、野菜の品目別供給量が公表されていないことから、家計調査（総務省）の生鮮野菜の消費量を基礎に、惣菜や外食への食材利用分を考慮して、先の食料需給表水準に割り戻して換算し、消費量を推計するという操作を加えた。

この簡易算出法により求めた野菜の消費・地産地消率は36.1%となる。

これは、福井県で1400世帯を対象に行った調査で算出された消費・地産地消率とは大きく異なるが、県の調査が8～12月に行われたことで、だいこんやはくさいなど重量野菜の収穫時期と重なったこと、また生産統計に表れていない家庭菜園やおすそ分けの量を最小限に見積もったことが要因として考えられる。また、県産品への期待感や店舗の表示等により県内・県外産の区分であいまいになってしまった可能性も推察される。

いずれにしても、地産地消率の簡易算出に関しては、統計上表れない家庭菜園等の生産量を加えることで実態に近づくと考えられるので、各地域で何らかの調査を行い実勢に応じた修正を加えてほしい。

(消費・地産地消率 簡易算出法 —野菜を例に—)

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
		①－②		①＋④		③＋④＋⑥
生産量 (品目別) 注1)	出荷量 (品目別) 注2)	統計上把握 される自家 消費量・お すそわけ等	統計に表れ ない1㎡未 満の家庭菜 園量 注3)	県内総生産 量	経済連・青 果卸売市場 県内産品仕 向量 注4)	県内向け量
野菜計 36,821t	19,849t	16,972t	5,220t	42,041t	5,393t	27,585t
大根計 7,560t	4,570t	2,990t	1,967t	9,527t	569t	5,526t
注1、注2)とも 野菜生産出荷統計（農林水産省）						
注3) 県独自の消費世帯へのアンケート調査			注4) 経済連、青果卸売市場調べ			
a	b	c	d	e		f
		b ÷ a	a × c	d × 県民人口(81.2万)		⑦ ÷ e
一人当たり 年間消費量 (品目別) 注5)	食料需給表 一人当たり 年間供給数 量 注6)	換算係 数 注7)	一人当たり 年間消費量 (品目別) 注8)	県民年間消費推計量 (品目別)		消費・地産地 消率 (品目別)
野菜計 50.5kg	94.2kg	1.87	94.2kg	76,490t		36.1%
大根計 4.2kg	—	—	7.9kg	6,394t		86.4%
注5) 家計調査（総務省）より品目別に消費量を推計						
注6) 農林水産省食料需給表			注7) 食料需給表水準に消費量を換算する係数			
注8) 家計調査の「生鮮野菜」には惣菜や外食等が含まれないため、食料需給表により再計算						

2 地産地消率と調査結果に見る福井県の特徴と課題

(1) 消費面

○地産地消に寄与する「高い自給」

調査では、消費世帯の食材に占める県内産品の割合は、59%と高い。その要因としては、食材の入手先に占める家庭菜園の割合が18%、「おすそ分け」が11%を占め、合わせて約3割の自給活動が地産地消率を押し上げている。

○思いやりの心（おすそ分け）

調査では、食材の入手に占める「おすそ分け（もらいもの）」の割合が11%となっており、親戚間や近所・知人間で、できた農作物を送り合う生活が定着している。また、農業も家庭菜園も行っていない世帯にも「おすそ分け」の作物が広く提供されており、大都市には少ない人と人とのつながりによって、県内産品の消費割合が押し上げられている。

福井県は、親族や近所、知人間で思いやり、助け合う心（文化）が形成されている。これは、本県は稲作中心の農業形態であることや日々の暮らしに報恩講料理や精進料理などが今も息づくなど、共同で助け合う生活スタイルなどが要因として考えられる。

○安全への関心が高い

家庭菜園を行う一番の理由は「安全な農作物を食べたいから」（33%）であることから、単に趣味や健康のためではなく、納得して安全な食材を食べたいという県民の要望が伺える。

○若い世代や核家族世帯の地産地消に対する取組みが相対的に低い

調査では、県内産品の消費割合について、買い物をする人の年齢が若い世帯（20～40代）が、高齢者が買い物をする世帯に比べ低い。また、核家族世帯がその他に比べ低い。

○男性への浸透の地産地消に対する取組みが相対的に低い

調査では、県内産品の消費割合について、買い物をする人が男性の場合、女性に比べ低い。

(2) 生産面

○家庭菜園王国・福井

家庭菜園の実施率は、農家も含めると全体の45%が、何らかの形で自ら農作物を作っている（農家以外で家庭菜園を行っている世帯は全体の21%）。また、今後機会があればやってみたい世帯を加えると全世帯の約6割となるなど、家庭菜園に対する関心が非常に高い。

家庭菜園の平均面積は約200㎡と、比較的広い。なお、生産統計に表れない1アール未満で行う家庭菜園の平均面積は約30㎡である。

家庭菜園のみ行っていると答えた世帯で、生産量の多い品目は、米を除くと、だいこん、

ばれいしょ、たまねぎ、はくさい、なすなど、料理によく使われる品目となっている。

福井県は、自家菜園からの消費量が全国平均の2倍以上である（家計調査より）。

○野菜生産の半数以上は自給目的

米を除くと、家庭菜園を行っている世帯の生産量の98%、農家の生産量の60%が自家消費とおすそ分けに使われている

○野菜、果樹、林産物、畜産物は生産量のほとんどが県内向けであり、水産物はほとんどが県外向けである。

野菜などはほとんど県内需用分の生産しかなされていないので、さらなる生産振興が必要
また、水産物はほとんどが県外に出荷されているので、県内の需要喚起が必要

(3) 流通・加工面

○家庭と市場・小売業の県内産品扱い量にギャップ（取扱い拡大の可能性）

県内産品の消費割合は、家庭で59%に対し、事業者の県内産品の仕入量割合は青果市場で16%、量販店で24%、専門店・個人商店で34%、飲食店で40%となっており、家庭での県内産品需要（消費）に比べ、流通段階の仕入れ割合は低い傾向にある。

○小売業や加工業、飲食店で県内産品取扱いの意欲は高いが、量は少ない

調査では、小売業…県内産品を扱っている店舗は82%、県内産仕入割合は24%

加工業…県内産品を扱っている事業所は73%、県内産仕入割合は52%

飲食店…県内産品を扱っている店舗は86%、県内産仕入量は40～43%

であることから、これらの事業者は地産地消への意欲の高さに比べ、量や価格、安全性の課題から、実際の県内産品の仕入割合は低い傾向にある。

○小売業、飲食業における県内産品の量の把握が困難

調査では、小売業者より「県内産品の取扱量を把握できない」「市場任せにしている」「県内産品の取扱い金額は把握しているが、量は把握していない」などの意見が多く寄せられた。

○県民の消費量が多い県産農産物と、市場が取り扱う県産農産物の取扱量のギャップ

【県産農産物の消費および取扱量の多い順】

消費世帯：だいこん、ばれいしょ、たまねぎ、はくさい、トマト、きゅうり

市場：すいか、トマト、さといも、きゅうり、キャベツ、ねぎ、ほうれんそう

直売所：だいこん、かぼちゃ、キャベツ、はくさい、きゅうり、すいか、トマト

消費と直売所の傾向は似ており、今後、直売所以外でも規格外や小ロットの農産物の扱いを増やすことで、県内産品の流通量が増える可能性がある。

(4) 関係性（量だけでは図れない福井力）

○流通業者の多くが生産者と意見交換をしており、今後県内産品の取扱を増やしたい意向である

青果市場100%、水産市場の仲買人51%、量販店83%、加工業53%、飲食店55%が県内産の扱いを増やしたいという意向である。

青果市場100%、水産市場の仲買人53%、量販店87%、加工業77%、飲食店60%が納入している生産者や業者と意見交換を行っている。

○県民の多くが「食育」に関心があり、購入時の県内産品へのこだわりや「農林水産物の収穫時期」を分かっている。

食育に関心がある世帯は、未回答を除くと90%である。また購入時に県内産品にこだわっている世帯は35%、農林水産物の収穫時期が分かる世帯は66%にのぼる。

○家庭菜園王国・福井（再掲）

○思いやりの心（おすそわけ）（再掲）

3 今後の地産地消の推進

《福井県の地産地消はどこへ向かうべきか》

調査結果により、本県は、各家庭レベルで数多く行われている「家庭菜園」「おすそ分け」が、高い地産地消率を下支えしていることが明らかとなった。

地産地消は、文字通り地域で「生産されたものを地域で消費する行為」であるが、そこには生産者と消費者が異なるケースだけではなく、自分で生産した農産物を自分で消費する「自産自消」が内包されており、この量が多いことが福井県の大きな特徴となっている。

この「自産自消」ともいえる行動が年間一定して行われていると仮定とすると、家計調査の生鮮食品の購入額をもとに換算した経済効果（金額的価値）は、農家分も含めた県内全体で年間およそ200億円、生産統計に表れない1アール未満の世帯だけでもおよそ28億円と推計される。

これは、福井県が兼業農家比率の全国で最も高い地域であり、また三世帯同居率も全国トップクラスであることを背景に、専業農家以外でも農が身近にあり、食と農がつながっている豊かな地域であることを示している。

他方で、共稼ぎ世帯の割合も全国トップクラスであり、惣菜や外食の購入割合が高い地域でもある。全国的な傾向と同じように高齢化が年々進んでいる。こうした、一般的な農村地域のイメージに止まらない多様な消費・生産の構造が福井県にはある。

消費面では自産自消世帯と購入世帯が混在し、生産面でも非農家（家庭菜園）世帯が農産物の生産に大きく貢献しているのである。こうした多様性を視野に入れて、地産地消を消費、流通、生産の各方面で進めていく必要がある。

また、地産地消をふるさとづくりの重要なキーワードとして社会的理解を得ることが、さらなる浸透のためには重要である。例えば「地産地消ポイント制度」というような行動が目に見える形で蓄積され、これが地産地消のみに使われるのではなく地域の食育活動など地域に還元されるようなアイデアはどうだろうか。単なる「農業」施策というだけではなく、地産地消を行うことが社会貢献になり、地域づくりに役に立つような仕組みを考えていくべきである。

(1) 消費面での推進策

消費面では、家庭菜園とおすそ分けで全消費量の3割を占め、地産地消率を高めている。一方で家庭菜園を行っていない食材購入世帯では、平均よりもかなり地産地消率が低いと予想され、世帯間格差が大きいと考えられる。食材購入世帯への働きかけが重要である。

○各家庭で地産地消率をチェック

今回の地産地消率調査を広く県民に知らせるとともに、各家庭でも実際にどれくらい県内産品が使われているか調査結果を比較することで、県内産品の消費割合が低い項目がないように啓発

○地域の特色のある農林水産物の消費拡大

地産地消の象徴として、本県の食文化を支えてきた「ふくい伝統野菜」や伝統食の食べ方や背景をPRし、消費拡大を推進

○「自産自消」の継続・拡大

また、本県の特色である家庭菜園を活用した「自産自消（自分で生産し自分で消費する）」や「おすそわけ」といった豊かな社会を今後も持続し、地産地消を下支えするシステムを継続

○農家の知恵を活かした保存・加工方法の活用

冬場など地産産品が少なくなる時期の供給を補う方法として、農家が昔から育んできた保存・加工の知恵や各地のアイデア保存・加工方法を活用

○地産地消の具体的なメリットの広報

地産地消がイメージだけに止まらず、具体的な意義やメリットを広く県民に啓発し、地産地消への行動を促進。

特に、学校や地域などで、福井の特徴的な野菜や林産物の栽培を体験し、継続して指導していくような活動を推進。

(2) 生産面への推進策

地産地消は、少量多品目を生産する農林漁業者の収入増や生きがいがいづくりに有効であると同時に、本県の農林水産物生産の大部分を担い、県内外に多く供給している専業農家、漁業者、林業者も積極的に関わることで、初めて持続的な地産地消が可能になる。

専業、小規模、高齢、女性の各農林漁業者の多様な担い手を活かし、生産と消費がマッチできる仕組みづくりが必要である。

○安定供給に向けた質・量の向上

冬場の生産量を拡大するため、生産に必要となる設備の支援

園芸の導入を志向する集落営農組織に対する支援

園芸生産の拡大を図るため、技術指導や現地での実践的な研修、初期投資の軽減など、個人レベルでの新たな担い手づくりを支援

○専業園芸農家の地産地消への参加促進

安定した量や一定以上の品質を持った農産物を提供できる専業園芸農家も積極的に地産地消に参加してもらうため、量販店と生産者とのマッチング等を支援

○エコ農産物の生産振興

エコ農産物の生産拡大を図るため、化学肥料・農薬を削減する栽培技術を開発
地域ごとに生産者や市場、地域のJAなどの連携によるネットワークを形成

○耕作放棄地、休耕地の活用

県内産品の生産量を増やすため、定年退職した会社員や自家菜園（自産自消）、学校給食等、貸し農園などによる耕作放棄地や休耕地の活用

○埋もれた農産物や規格外農産物、未出荷農産物の活用

県内産品でも直売所や家庭内では使われているが、流通には乗らない規格外や未出荷の農作物の取扱いを市場や小売業、加工業で増やしてくために、量販店と生産者とのマッチングや集荷・保冷施設の支援

○地域の特色のある農林水産物の活性化（再掲）

(3) 流通・加工面への推進策

本県の多様な消費構造に対応して、県内産品を流通・供給するシステムづくりが必要である。今、市場や量販店、飲食店が求めているのは、形のそろった規格品であり、これを供給する農家は一定

の出荷ロスを負担しなくてはならない。消費者は規格品を望んでいるわけではなく、安全性や新鮮さ、味を求めていることから、こうした規格品ありきの流通構造を改め、地産地消を求める消費者マインドにあった物流づくりが必要である。

また、特定時期に特定品目が大量に収穫・出荷されるのが地産地消に多い品目の特徴である。これを定期的に量販店や飲食店などに供給し、グランドメニューやメインの食材として取り扱ってもらうことが県内産品の供給量アップには欠かせない。このため、冷凍や加工などの保存技術の導入・活用への支援が必要である。

また、最終食品は収穫時のおよそ7倍の付加価値がつくことに着目し、その利益を県内にもたらしすためにも、県内の流通・加工(=地加工)を充実することが地産地消を継続する上で大事である。

さらに、生産と消費の距離を近づけ、情報を得る場として、特定の直売所等に限らず、県内産品を買える「売り場づくり」が重要である。

○埋もれた農産物や規格外農産物、未出荷農産物の活用(再掲)

○「地加工」の支援・促進

本県は米以外の生産量が少ないといわれるが、旬の時期には大量に同種の農林水産物が一時に生産される。これを地元で保存・加工できるよう支援し、長期的な供給と付加価値による本県産業の収益を増加

○県内産品取扱いのための売り場支援

食材入手の最も大きな割合を占める量販店や飲食店などで県内産品の扱う量を増やすため、県内産品の売り場の拡大や供給体制づくりを支援
また、県外に本拠を置く量販店に対しても、県内産品の取扱いを働きかけ

○いつでも誰でも県内産品を買える仕組みづくり

県内産品を買いたいという県民が分かりやすくいつでも買えるよう、直売所の機能向上(仕入れ時間や営業時間など)を検討
また、量販店や飲食店も含め、店頭における産地の表示を正しく分かりやすく行うよう働きかけるとともに、惣菜等などの加工品も、県内産を表示するよう働きかけ

○県内産品取扱店の表示

県内産品を取り扱っている量販店や飲食店において、店頭自ら地産地消の表示を掲げるなど、消費者に対する目印づくり。
量販店や飲食店は、表示することで自ら県内産品の取扱量や金額を把握

(4) 継続的な調査

地産地消の表す調査は、何年かおきに定期的実施し、施策の実施効果や各ステージにおける県内農林水産物の実態を把握する必要がある。

(5) 国への提案

「地産地消の実態を表す新しい全国指標の設定」

福井県の調査で明らかになったように、地産地消に大きなウエイトを占めている要素に「家庭菜園」や量販店など流通面での県内産品の取扱割合、個人取引の実態などがあるが、このような地産地消の実態をつかむ統計は、現在行われていないのが現状である。

各都道府県、各市町村、各地域の地産地消の割合が、全国の同じ基準で表せるようになることで、各地が正確に現状を把握でき、国内の地産地消が一層進むことになる。

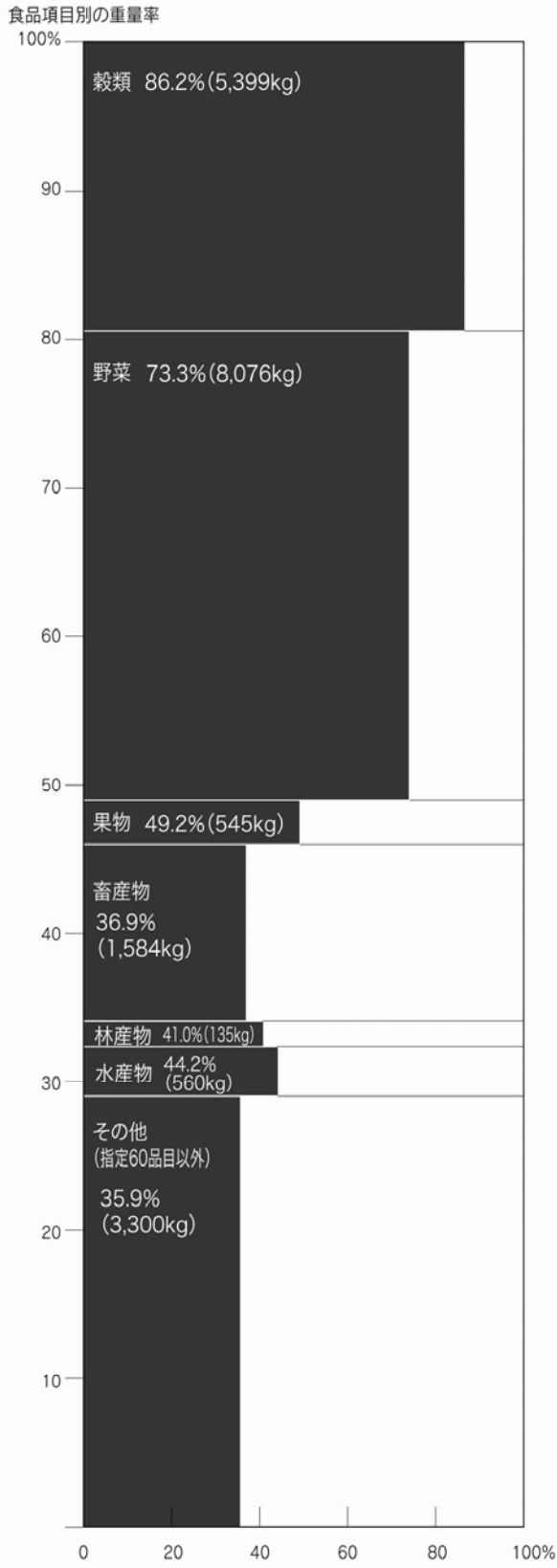
地産地消は、毎日の「食」から生産現場「農」の大切さに思いをはせる消費者が増え、また「農」から「食」卓に思いをはせる生産者や流通業者が増えるという効果をもっている。これを浸透させるための指標を作り、またそのための統計を行うことが、「農」をまさに自分の問題とする国民が増やし、日本の食料自給率向上につながる。

また、地産地消は、人と人との関わりや絆の力、食や生活環境の豊かさなど、これまでのような経済指標ではなく、暮らしの質を表せる点で、多くの地域のふるさとへの自信と誇りを育てられる指標となり得る。

ぜひ、地産地消の実態をつかめる視点を様々な全国統計に新設・追加し、新たな地産地消の指標づくりを行っていただきたい。

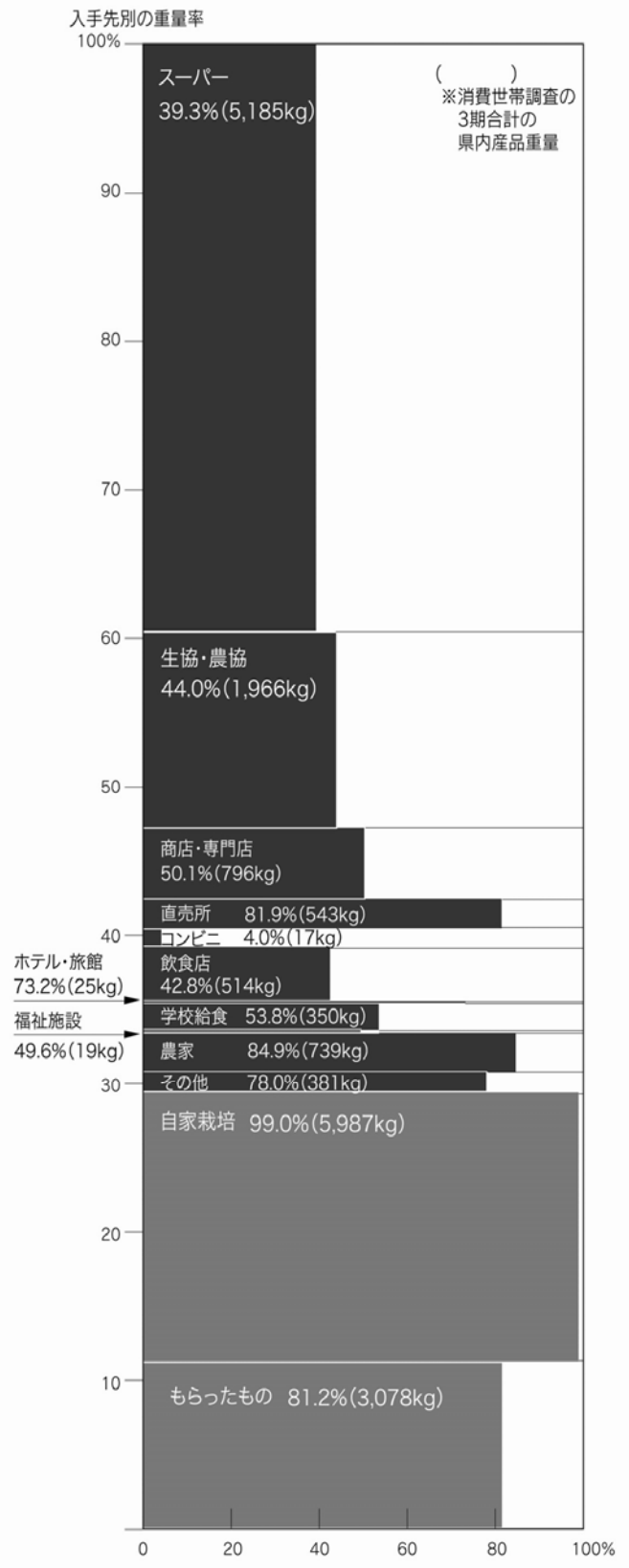
(参考1) 地産地消率状況調査 県内農林水産物の消費割合イメージ図

●食品項目別に見た県内農林水産物の割合



県内農林水産物の割合

●入手先別に見た県内農林水産物の割合



県内農林水産物の割合

(参考2) 地産地消率と都道府県別食料自給率との違い

■地産地消率

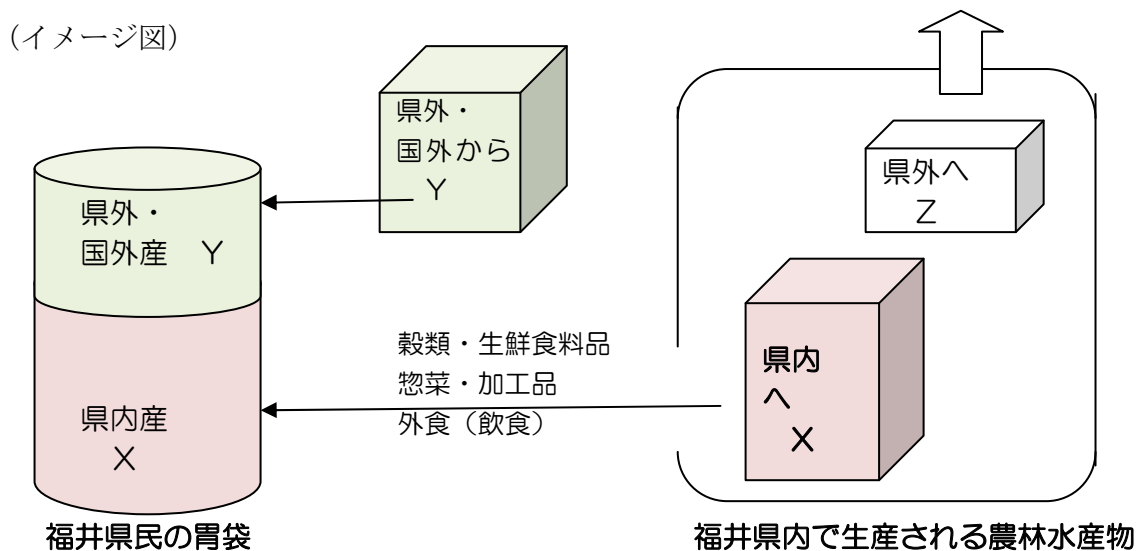
福井県民の胃袋は、県内産農林水産物（県内農林水産物を使った加工品、お惣菜、飲食店メニューを含む）のみで、どれくらい満たされているか。

$$\text{福井県の地産地消率} = \frac{X}{X + Y}$$

■都道府県別食料自給率

福井県民の胃袋を、仮に県内で生産される農林水産物だけで満たそうとしたとき、どれくらいの満腹感が得られるか。

$$\text{福井県の食料自給率} = \frac{X + Z}{X + Y} \quad (\text{カロリーベースで65\% H18農林水産省公表})$$



食料自給率は、県内の生産（供給）能力を表してはいるが、実際に県内産品がどれだけ県民に消費されているかは、地産地消率を調べてみないと分からない。

【地産地消率が高まることによる社会的効果】

- ・ 食と農の距離が縮まることにより、生産者と消費者、高齢者と若者の交流が促進され、地域の「つながり力」が強まる。
- ・ 地元食材へのこだわりから、地域の伝統食文化や家庭の味が継承され、「健康長寿は地産地消から」という意識も醸成されてくる。
- ・ 農産物直売所では、少量多品目野菜（伝統野菜を含む）や規格外品も商品化され、兼業農家、定年帰農者、新規就農者のさらなる所得確保の場ができる。また、農産物直売所などの売り場が近くにあることから、小区画農地も生産に利用される。
- ・ 農産物の輸送燃料が少なく済み、また通い容器等の活用により包装資材が節減されるなど、環境への負荷も低減する。

(参考3) 県内の地産地消の現状

・直売所活動の拡大

農林水産物を扱う県内の常設直売所の数は、5年前に比べて1.5倍。

そのうち大規模直売所と呼ばれる施設の売上も、5年前に比べておよそ2.5倍に増加しているなど、直売所活動がますます盛んになっている。

また、丹生膳野菜やもぎたて館などの直売所では、農林産物だけでなく魚介類を品揃えに加えるなど、直売活動の新たな挑戦も始まっている。

	H15	H21
常設店舗数	49	79 (61%増)
大規模直売所の売上(円)	6.6億	17億 (2.6倍)
常設店舗の運営形態		
・JA系		約30%
・生産者法人・グループ		約20%
・個人		約15%
・自治体等		約20%
・NPOその他		約15%

・米飯給食の増加(週あたり実施回数:全国2位)

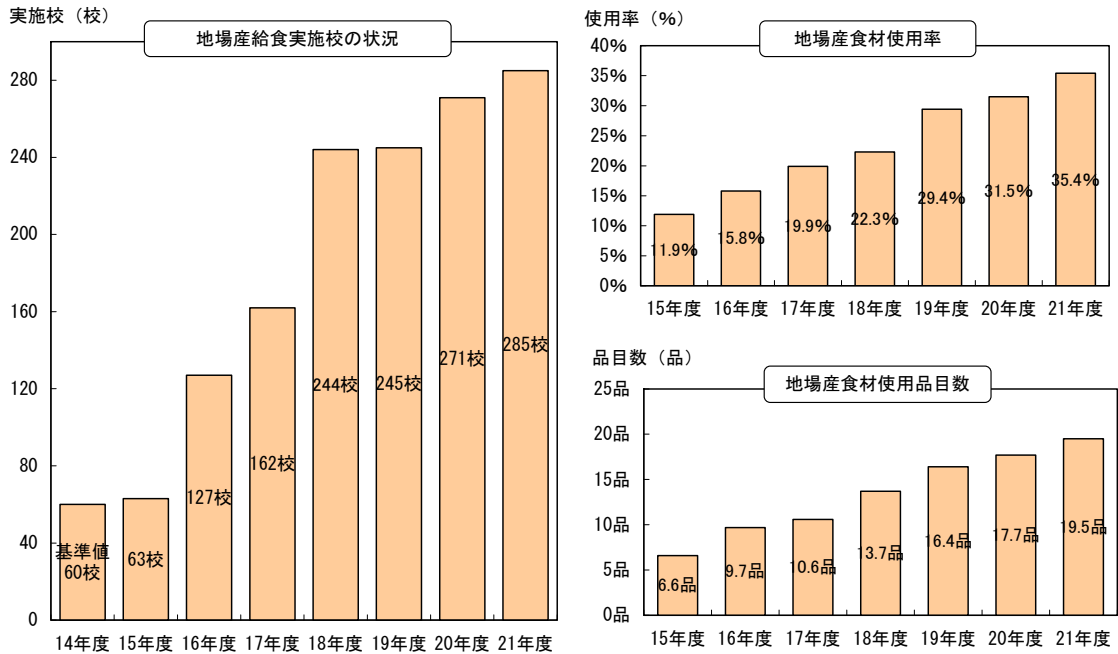
	H15	H21
福井県	3.4回	4.0回 (18%アップ)
全国	2.9回	(3.1回) H20

米飯給食に加えて、平成21年度から、学校給食に福井県産米を使用した米粉入りパンを導入する取組みがスタート。132の小・中学校で実施。

・地場産学校給食の増加（対象校：293校）

県内産品を扱う学校は年々増加傾向にある。学校・生産者・行政・直売所などが、各地域で協議会を持ち、協力しながら進めている効果が現れている

学校給食食材産地別使用量調査（21年6月調査）



また、給食への供給量を増やそうと、平成21年度から「学校給食畑」を県内の小学校に設置。3年間で63校を設置予定。



・福井県エコ農産物等の栽培面積拡大

H15	H21
562ヘクタール	3,450ヘクタール (6.1倍)

地産地消の道標①

演題「地産地消の現段階と将来

～コミュニティに溶け込んだ“地産地消“～

講師 筑波大学名誉教授 永木 正和 氏



1. 地産地消の背景：時代状況を読む

- ・ 日本は、世界第1位の農産物輸入国であり、食料需給のアンバランスが深刻な問題。
- ・ また、昨今の小麦やトウモロコシの価格高騰のように、食料相場は投機の対象となっている。
- ・ 課題は農業・農村だけが担うべき問題ではない。日本のほとんどは、生産者と消費者が混住している「農村」であり、利便性と自然環境をいかに融合し、共住していくか。
- ・ 「地域」で食料を確保し、資源を循環させることが、安心社会を形成、安定社会の防衛につながる。

2. 地産地消への取組み

- ・ これまで、日本は遠産遠消（広域流通）の方向で生産や産地づくりが行われ、これにより農と食の距離が広がった。生産に関する情報や旬、食文化が失われ、生産性の向上だけが追求された。
- ・ 一方、消費者が求めているのは、食と農の距離を縮め、生産者と顔の見える関係づくり。
- ・ 「地産地消」とは、地場で採れたものを地場で消費することであるが、これに加えてコミュニケーションを伴った広がりを考えてなくてはならない。
- ・ 「地産地消」により、単に「食べる人」から「関わる人」に意識が変わり、耕作放棄地やフードマイレージの削減、農村の保全によって、最終的には食料自給率の向上、農村の活性化につながる

3. 地産地消の現段階、その展開、課題

- ・ 地産地消の代表的な例である農産物直売所でも、淘汰が行われている。
- ・ うまくいっている直売所では、元気に活動している農村女性、学校や施設の栄養士の協力、民間シェフなどの上手な活用が見られる。

4. 将来展望：これからの地域社会への整合

- ・ 地産地消は、市場競争ではなく、コミュニケーションによる「関係性の経済」によって成り立つ。
- ・ 関係性の経済とは、価格に見えない「信頼」や「納得」、「満足」によって成り立つ経済である。安全や安心、生産過程などを生産者と消費者が互いに理解し、こだわりに納得しあう新しい行動規範である。
- ・ スーパーやコンビニ、生協など強力なライバルに対して、地産地消が狙うところは、生消の共有意識を元にした3点セット（こだわりの商品づくり、食農教育、交流体験）を持った取り組みである。
- ・ 各直売所で直面している課題に、後継者やリーダーなどの人材育成や品揃えがある。特に、生産の端境期対策としての加工事業や顧客開拓のための地産都消を検討するものよい。
- ・ 今後は、さらに地産地消を広げるためには、「定量定質・定時」出荷の可能性も考えてほしい。
- ・ 最終的には、地産地消をキーに、その地域で「循環型社会」が形成され、農村らしい活力「農村力」のある安心社会が生まれることが望ましい。

地産地消の道標②

演題 「地産地消の意義について」

講師 福井県立大学 学長 祖田 修 氏



1 なぜ地産地消か

- ・ 21世紀に向かって私たち人類が目標とすべきことは、これまで重視されてきた経済的な価値に加えて生活（の質）と生態環境の3つの価値を調和的に実現すること。難しい課題だが、地産地消はその一つの答えではないか。
- ・ 地産地消が求められる背景には、1) 国産志向、2) 地元志向、3) 新鮮で長持ち、4) ロスが少ない、5) 流通経費の節約、6) 環境保全、7) 食育、8) 都市と農村の交流・連携、9) 直売や加工（付加価値）の推進、10) 主婦、高齢者等の労力活用、という点が挙げられる。
- ・ 地産地消の高まりは、市場経由が減り、直接取引が全体の1/3を占めることでも明らかである。
- ・ 地産地消を進める際にはまず地元の食材を選択し、次に国産、足りないときに海外から輸入を選ぶ。

2 福井県における地産地消推進の環境条件

- ・ 福井県は、1) 県全体が農村的であること、2) 地縁性の社会（兼業農家が多く、3世代同居率が高い、山や海、野の幸がそろっている）、3) 都市・農村の配置がよい、4) 学校給食の先進性、5) 食育の先進県、6) 食文化への関心が強い、など地産地消を進める条件が整っている地域である。
- ・ 特に、3万人以上の都市に県内どこからでも車で15分以内に行くことができ、中小都市と農村、「食」と「農」が上手く結合している。

3 地産地消の全体像

- ・ 地産地消を考える際には、生産－流通・加工－消費の各段階を重視しなくてはならない。
- ・ 特に、山菜等を自分で採って食べる「自取自消」や農家はもちろん盛んな家庭菜園での産物を自分で消費・販売する「自産自消」が相当量あり、これを漬物やみそ等に加工している。この存在を重視すべき。

4 地場加工の重視

- ・ 農業・農村白書によると、生鮮食品を生で販売するのに比べ、消費者の口に入る時には7倍の付加価値がついているのであり、この部分を享受しないと地産地消の実際上のメリットがない。
- ・ そのためには農業の6次産業化であり、生鮮食料品を作っただけでなく、自家や地元のグループ、企業で何らかの加工を行い、付加価値の過程へ参入していくことが大切である。
- ・ 福井県は、食品製造業が全産業に占める割合が全国の平均7.2%と比べて、2.8%と特に低い
- ・ 素材視点から流通加工視点に移し、「地産」「地（場）加工」「地消」の3つをセットに考えるべき。

5 福井県における地産地消の課題

- ・ 生産振興については、野菜づくりに興味ある農家の活用や冬場に農地を貸すなどのアイデアを検討。
- ・ 地産地消が長続きするためには、具体的なメリットを示し、県民全体が共通認識を持つことが大事。

漁師さんと同じ鮮度の魚が味わえる福井県民

福井中央魚市（株） 専務取締役 井上 幸喜

福井県の水産業の「強み」は何か、と問われれば、間違いなく「鮮度」である。

福井中央卸売市場で、水産荷受けの立場として考えてみるに、福井の水産業は、「漁場が近い」「漁港と消費地市場が近い」「底曳きは日帰りに近い形」「定置網が50%を超える」等の特色があり、全て高鮮度＝味の良さにつながる。他府県から来たお客さんが「福井の魚は美味しい！」と言うゆえんは此処にある。また、福井沖は寒流と暖流がぶつかる潮目ということで魚種が非常に多いことも強みの一つだ。

こうした地場産の水産物を、「近海今朝獲れ市」（3月後半から11月まで毎日実施）として中央市場で取引しており、好評を博している。県内の量販店・飲食店などが毎日利用し、当日販売されている。一昨年の燃油高騰以来、大手スーパー「イオン」の定置網産直は大きな話題になったが、昨年発表の実績によると1店舗当たり年間約4万円である。一方、福井のある地元量販店においては、当日獲れた魚の販売額だけでも1店舗当たり数十倍の取り扱いとなっている。

つまり、福井では、朝獲れた地場の魚が、昼には店頭並び、消費者は漁師さんと同じ鮮度の魚を食べられるという、極めて恵まれた環境にある。この事は、全国に誇れると同時に水産業に従事する人たち全員が共通認識すべきであり、また地元消費者にもこうした「強み」や「得意性」をもっと積極的にアピールすることが地産商品の消費拡大に繋がるものだと思う。

その上で、水産面で地産地消を進めるためには、どうしたらよいであろうか。

最近、魚の消費量が継続的に減っており、調理技術（前処理と料理）、鮮度管理技術、残処理の問題、肉との価格比較等々が主要因だと考えられている。丸の状態での販売が落ちる一方で、調理済み食品であったり、外食であったり、といった加工済や調理済のいわゆる「中食」・「外食」での消費は大きく伸張している。特に、福井県は総菜の消費量が全国一多い地域だ。つまり、地産地消を進め、魚食を拡大するためには、圧倒的な販売シェアを占めるスーパーを中心にした小売業者に、地元商品が店頭並びのような仕組みづくりとその支援体制ができるか。加えて、ますます大きなマーケットになる「中食」・「外食」に対する対応の強化が重要と考える。

水産物は一時に大量に獲れる。鮮度を維持しながら捌くには、県外の消費地市場に発送するか販売手段がない。地元消費者に届けるためには、買い場を増やす必要がある（スーパーや総菜店に扱いやすい形にして届ける）、取扱拡大のための支援（情報整備や規格化、販売支援）と安定供給・一次加工・高鮮度保管技術と物流整備が絶対条件となる。加えて流通加工段階では一時に大量な在庫を維持するための資金も必要となり、行政のバックアップが是非とも必要と考える。

また、県外資本スーパーの市場の利用率のアップにも目を光らせることも大事である。こうしたスーパーはえてして、県外の調達基地から店舗に配送されることが多い。福井県産品が県外市場に出荷され、逆送されることで県内店舗に陳列されるというおかしな現象も起こっている。こうしたところに、行政として地産地消をアプローチしていくことも大事ではないだろうか。

今後とも、県内水産業の流通起点に位置する者として、福井の高鮮度の魚を、県内へ、全国へ、さらに海外へ供給するため、小売業、生産者、行政と連携しながら「活性化」を進めていきたい。

地産地消へと誘う消費者心理

福井県立大学 教授 大東 肇

福井県は贅沢な県であると思う。地元で食材を生み出し、また食べることができるからである。また、専業とはいかないまでも、家庭菜園で作物を育てている多くの人たちがいる。家庭菜園からは「おすそ分け」といった形で、知り合いに配られる。都会にはない人との触れ合いのできる県である。地産地消を云々できる裕福な県と考えられる。第一次産業を主とする道府県の注目の的となっている県ではないか。そして、今回の地産地消率の算定は、よく似た環境にある他府県のモデルにもなるものと考えられる。

地元の食材を食べたいと思う人たちは何を望んでいるのであろうか。アンケート調査によれば、3人に1人は地元の食材にこだわっている県と理解した。このこだわりの理由は、“新鮮さ”、“安全で安心できる”、“美味しさ”が順に上位を占め、続いて“地域の農地保全や農業振興”となっている。そして“価格が安い”は5番目である。上位3つは、食にこだわりのある人たちを対象に調査を行えば、大きく結果が変わるのではないかと推測できる。しかしながら、“地域の農地保全や農業振興”が“価格が安い”を凌いでいる点は、県の特色をよく反映している結果と思われる。消費者の多くが生産（関係）者でもある県の特色であり、地産地消を公言するゆえんと感じる。

消費者が食に“新鮮さ”や“美味しさ”を求めていることは当然として、“安全・安心”も重要なものになっていることは時代的風潮であろう。子供たちのため、また、家族のために地元産の食材を懸命に探している主婦の姿が目につかんでくる。安心（安全とは違う）を買っているのであろう。このためには、少々の価格は犠牲にしても！との思い入れ・必死さが伝わってくるようである。地産地消は、私の頭で突き詰めてゆくと、よくわからぬ世界となる。でも、安全を保証（生産者が）し、安心を与える（消費者に）施策の一つであると思えば、それだけでも大きな意義があるように思う。その後には、巷間言われているいろいろなプラス面がついてくるに違いない。食のこだわる消費者の思いは生産者にも是非とも理解していただきたい。これが地産地消の第一歩と考えたい。

“地産地消”が世に出てきてから久しい。今では、憧れの言葉にもなっているように感じる。でも、世を憧れの世界に引き込む愚をなしてはいけない。どこまでの地産地消かなど、消費者をも含め先頭を走る県こそ冷静に受け止める必要があると感じている今である。

i f 福井県産だけで暮らしていける？

仁愛女子短期大学 准教授 牧野 みゆき

毎日何気なく食事をしているが、もしも福井県産しか食べられないとしたらどうなるのか真剣に考えたことがあったらどうか。

食料がいつも確保できると安心してはいられないのかもしれない。思わぬ凶作にみまわれたり、輸入が途絶えたりしないとも限らない。それゆえ、このような不測の事態を日頃から意識していることの必要性があるのだろう。

農林水産省が平成14年に策定した「食料安全保障マニュアル」においては、事態の深刻度（レベル）に応じて、情報収集・分析・提供、備蓄の活用、価格動向の調査・監視、緊急の増産、熱量効率の高い穀類やいも類への生産の転換、農地以外の土地の利用などの対策を実施することとしている。

平成18年に農林水産省が公表した福井県の食料自給率は、供給熱量ベースでは65%である。また、地産地消率状況調査において消費面からの地産地消率は59%という結果である。食材別ではかなり差があるものの、米やそばなどの主食となる穀類はほぼ地場産で賄え、野菜でもその割合が高いことがわかった。これらには家庭菜園による自給やもらったものもかなり含まれ、自家消費以外にもおすそ分けをする思いやりがさらに安心感を与えてくれる。パン食になじんできている日本人に、米粉でパンに挑んで消費拡大をはかるといのもよいアイデアである。

農林水産省が試算した国内生産のみで1人1日当たり2000kcal程度の供給が可能とするメニューは、米といも類を主にした質素なものである。

日本人が脂質の摂取過剰であるといわれて久しい。「もっと油をとりましょう」と熱量効率の高い油の消費拡大運動などは遠い過去のこととなってしまった。肉類などを多く使うようになり、バターやサラダ油などの油脂をふんだんに使った料理が食卓に登場するようになり、いわゆる食の欧米化が進んだ今日において、日本にいながらにして文化の異なる世界の料理を楽しむようになってきた日本人が、はたして伝統的な和食だけで満足できるだろうか。特に食に対する関心の薄い若い世代や男性には難しいように思う。過剰摂取は是正してほどほどの消費にとどめ、その消費量に見合った肉類や油脂類などの食材が県内で確実に調達できる生産・流通の面での努力が必要となる。

結論として、福井県産しか食べられないとしても、その中身に贅沢をいわずに無理ではないと思う。いのちをいただいているという感謝のこころを忘れず、地場のものを大切にしていきたいものである。

福井県地産地消率検討委員会 委員

所属・役職	氏名
福井県立大学経済学部長 教授 (委員長)	きたがわ たいち 北川 太一
福井県立大学生物資源学部生物資源学科長 教授	おおひがし はじめ 大東 肇
福井県立大学海洋生物資源学部 教授	かとう たつお 加藤 辰夫
仁愛女子短期大学生生活科学学科 准教授	まきの 牧野 みゆき
J A福井県女性組織協議会 会長	まつだ ちづこ 松田 千鶴子
武生青果(株) 専務取締役	おおたき ひろゆき 大瀧 宏之
福井中央魚市(株) 専務取締役	いのうえ こうき 井上 幸喜
(株)ユース 商品部長	おだ まもる 織田 護
(社)ふくい・くらしの研究所 事務局長	かえりやま じゅんこ 帰山 順子

外部アドバイザー

筑波大学名誉教授 農林水産省地産地消推進検討会座長	ながき まさかず 永木 正和
------------------------------	-------------------

話題提供 講師

福井県立大学学長	そだ おさむ 祖田 修
農林水産省北陸農政局 地域指導官	まつもと あさお 松本 朝男

(委員会の経過)

- 平成21年 8月11日 第1回検討委員会 (調査項目等の決定)
- 11月 5日 第2回検討委員会 (調査傾向と今後の調査の調整)
- 平成22年 1月22日 第3回検討委員会 (第1次調査結果とりまとめ・分析等)
- 2月18日 第4回検討委員会 (第2次調査結果とりまとめ・提言検討)
- 3月24日 第5回検討委員会 (全体とりまとめ)