

(案)

第5期 藤沢市地産地消推進計画



「藤沢産」ロゴマークは、藤沢産農水産物の安全・安心、新鮮、おいしい・旬を表し、市の地産地消の推進を目的とした取組において活用するものです。

藤 沢 市

目次

第1章 計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置づけ	3
3 計画の期間	3
4 地産地消とは	4

第2章 藤沢市の農水産業

1 藤沢市の農水産業の現状	
(1) 野菜	5
(2) 水稻	7
(3) 果樹	8
(4) 花き	9
(5) 植木	10
(6) 畜産	11
(7) 水産	13
2 藤沢産農水産物カレンダー	15

第3章 第4期計画で実施した取組と進捗状況

1 第4期計画の取組	17
2 重点的に取り組む施策の状況	
(1) 藤沢産農水産物等の需要拡大・供給強化	17
(2) 藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化	21
(3) 地産地消の普及啓発・健康施策との連携強化	24
3 長期的に取り組む施策の状況	
(1) 藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策	26
(2) 本市農水産業を維持・発展させるため継続的に取り組む施策	30
(3) 関連する施策との連携	32

第4章	第5期計画に向けた施策の検討	
1	重点的に取り組む施策の検討	33
(1)	3つの専門部会の設置	34
(2)	抽出した課題及び検討事項	34
2	長期的に取り組む施策の検討	38
(1)	藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策の検討	38
(2)	本市農水産業を維持・発展させるため 継続的に取り組む施策の検討	40
(3)	関連する施策との連携	40
第5章	第5期計画における施策	
1	重点的に取り組む施策	
(1)	藤沢ブランドの創出	41
(2)	藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化	43
(3)	地産地消の普及啓発・食育施策等との連携強化	47
2	長期的に取り組む施策	
(1)	藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策	49
(2)	本市農水産業を維持・発展させるため継続的に取り組む施策	52
(3)	関連する施策との連携	54
3	第4期計画と第5期計画の比較表	55
第6章	計画の推進にあたって	
1	計画の推進体制	56
2	関係者の役割	57
資料編		
1	令和2年度地産地消に関するアンケート調査結果	59
2	藤沢市地産地消の推進に関する条例	93
3	藤沢市地産地消推進協議会規則	96
4	藤沢市地産地消推進事業実行委員会規約	98
5	藤沢市地産地消推進協議会委員名簿	100

第1章 計画の策定にあたって

1 計画策定の趣旨

本市では、トマト・キャベツ・キュウリなどの野菜、ブドウ・ナシなどの果物、シクラメン・ラン・パンジーなどの花き、水稻、また、藤沢の海で水揚げされた魚介類や、銘柄畜産物など豊かな農水産物が生産されています。これら豊かな藤沢産農水産物の市内流通を促進し地産地消を図ることは、健康的で豊かな市民生活を実現することにつながります。

この地産地消を積極的に推進するため、本市では、2009年(平成21年)9月議会において、議員提案による「藤沢市地産地消の推進に関する条例」(以下「条例」という。)が制定され、2010年(平成22年)6月に「藤沢市地産地消推進計画(以下「計画」という。)」を策定、2013年(平成25年)4月に第2期計画を策定し、様々な取組により生産者と消費者の架け橋となる地産地消を推進してきました。

また、2016年(平成28年)4月に策定した第3期計画及び2019年(平成31年)4月に策定した第4期計画については、目標の施策を重点的に取り組む施策と長期的に取り組む施策に大別したことにより、計画期間の成果目標を明確にして計画の実行に取り組んできました。

この度、第4期計画が2021年度(令和3年度)で終了することから、これまでの成果や取組、令和2年度に地産地消及び藤沢産農水産物に対する意識や消費者の購買動向などを把握するため、市民を対象に実施した地産地消に関するアンケート調査の結果等を踏まえるとともに、ウィズコロナやアフターコロナを見据えた取組などを取り入れた第5期計画を策定しました。

なお、地産地消を進める上において、SDGs^{※1}や国が示すみどりの食料システム戦略^{※2}、デジタルトランスフォーメーション(DX)^{※3}などの考え方を取り入れながら取組を推進していきます。

用語解説

- ※1 SDGs (Sustainable Development Goals)
持続可能な開発目標。2015年(平成27年)に国連サミットにおいて全会一致で採択された国際目標で、「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のための2030年(令和12年)を年限とする17のゴールが掲げられています。

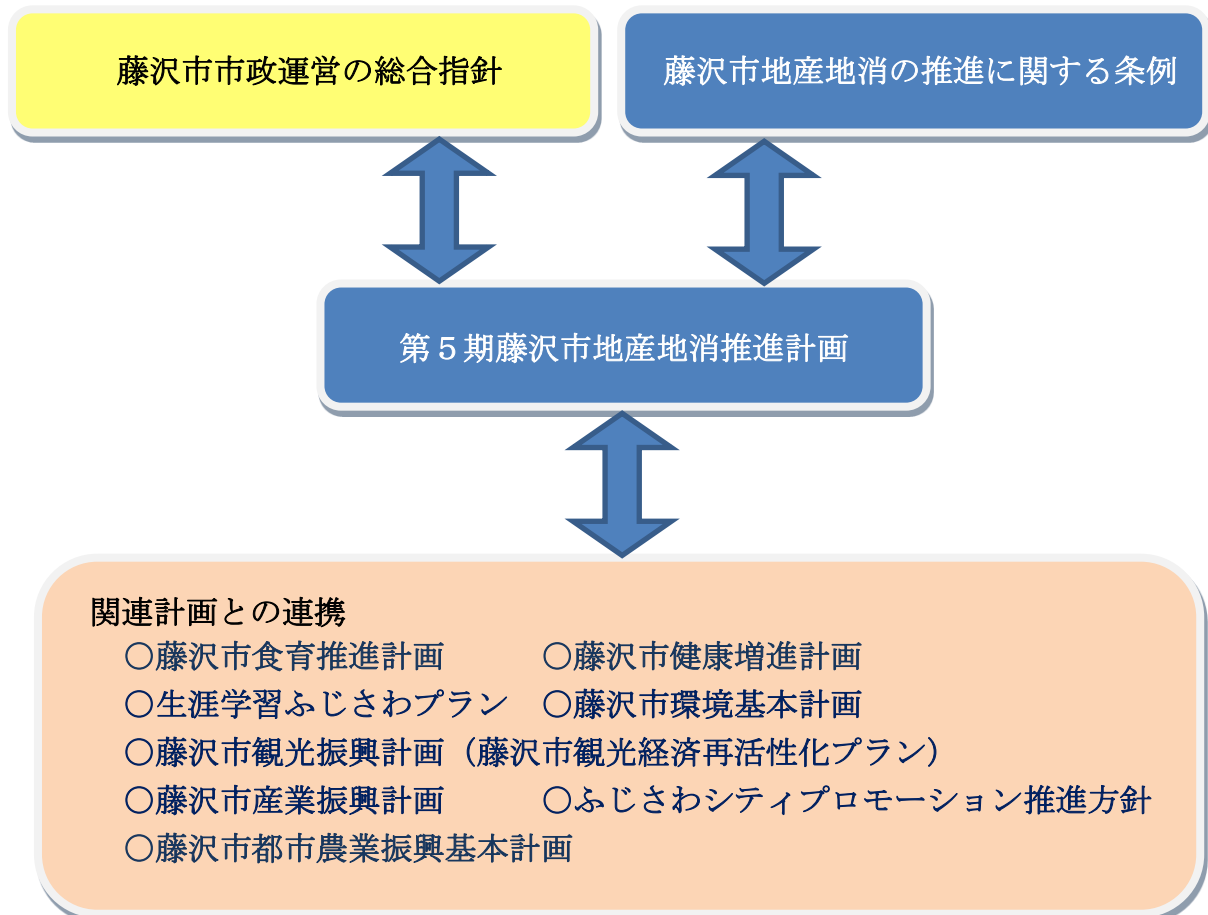
- ※2 みどりの食料システム戦略
2021年(令和3年)5月12日に、国が、食料・農林水産業の生産力向上と持続性の両立をイノベーションで実現する「みどりの食料システム戦略」を策定したもの。
2050年(令和32年)までに目指す姿として、「農林水産業のCO2ゼロエミッション化(二酸化炭素を一切出さない資源循環型の社会システム)の実現」、「化学農薬の使用量をリスク換算で50%低減」、「化学肥料の使用量を30%低減」、「耕地面積に占める有機農業の取組面積を25%、100万haに拡大」等の目標を掲げました。

- ※3 デジタルトランスフォーメーション(DX)
「ITの浸透が、人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させる」という概念で、2004年(平成16年)にスウェーデンのウメオ大学エリック・ストルターマン教授が提唱し、世界的に拡散したもの。

2 計画の位置づけ

本計画（第5期）は、条例第13条に基づき、地産地消の推進に関する施策を計画的に推進するため、関係機関と連携し、総合的かつ効果的な計画を策定し、本市における地産地消を推進するための指針とするものです。

また、計画の推進にあたっては、「藤沢市市政運営の総合指針」と整合を図り、他の関連する計画や施策と連携していきます。



3 計画の期間

本計画（第5期）の期間は、2022年度（令和4年度）から2026年度（令和8年度）までの5年間とし、本計画期間内においても必要に応じて計画の見直しを行うものとします。

4 地産地消とは

本計画（第5期）における地産地消とは、地域で生産された農産物、畜産物、林産物及び水揚げされた水産物並びにこれらを加工したもの（以下「農水産物等」という。）をその地域で消費する（食べる・利用する）こと、地域で生産されたものをその地域で消費するだけでなく、地域で生産された農水産物等を通じて、生産者と消費者を結び付ける取組などのことをいいます。

このことにより、顔が見える関係が構築され、安全・安心で新鮮な農水産物等を消費すること、輸送距離が短いため、環境負荷の低減にも貢献することができます。

地産地消を推進することは、単に地域の農水産物等の消費拡大という面だけでなく、「旬と食文化への理解」「食育」「健康的な食生活の実現」「環境保全」「良好な景観の形成」「防災」「地域の活性化」などの様々な効果が期待できます。

第2章 藤沢市の農水産業

本市の面積は69.56km²、関東平野の西南部に広がる相模台地の南に位置しています。

市の西南部は砂質土壌、中・北部は火山灰土壌が広がり、平坦な土地が多く、畑作、果樹栽培等に適しており、東西を潤す河川の流域では稲作が行われています。また、南は相模湾に面し、漁業が行われています。

本市の人口は441,051人(2021年(令和3年)11月1日現在)で、販売農家戸数は557戸となっています。経営耕地面積は566.43haで、地目別には畑405.05ha(72%)、田92.8ha(16%)、樹園地68.58ha(12%)となっており、耕種、畜産、加工農産物を合わせた農業算出額(推計)は52億円で県内4位となっています。<2020年農林業センサス^{※4}、平成31～令和2年関東農林水産統計年報>

また、本市には、江の島片瀬漁業協同組合と藤沢市漁業協同組合があり、両組合の漁業者数の合計は85人となっています。<令和2年港勢調査^{※5}>

用語解説

※4 農林業センサス

日本の農林業の生産構造や就業構造、農山村地域における土地資源など農林業・農山村の基本構造の実態とその変化を明らかにし、農林業施策の企画・立案・推進のための基礎資料となる統計を作成し、提供することを目的に、5年ごとに国が行う調査をいう。

※5 港勢調査

漁業の利用状況等の実態を明らかにし、漁港行政及び水産基盤整備事業の実施に必要な基礎資料とするため、漁港の利用状況・水揚げ状況等について年に1度国が行う調査をいう。

1 藤沢市の農水産業の現状

(1) 野菜

本市の野菜生産は、温暖な気候と大消費地を抱える都市近郊という立地条件の有利性を生かし、農業経営の基幹部門をなしています。特に、施設野菜の冬春トマト、露地野菜の春キャベツは国の指定産地となり、広く消費地に供給されています。

施設栽培ではトマトとキュウリが中心に生産されています。生産者は

消費者のニーズに対応するために品種の多様化や、種苗会社や先進産地等への視察を積極的に行っており、その栽培技術の水準は極めて高いといえます。

露地栽培では主にキャベツ、レタス、ダイコン、ほうれん草等が生産され、農協共販や湘南藤沢地方卸売市場^{※6}等を通じて市内小売店や首都圏で流通するとともに、直売所でも販売されています。

なお、レタスやトマトは、「さがみのレタス」「さがみのトマト」として、かながわブランド^{※7}に登録されています。

☆国指定野菜^{※8} 作付面積及び収穫量

- ・冬春トマト（12～6月） 21ha 1,830t（県内1位）
- ・春キャベツ（4～6月） 23ha 873t（県内4位）

【平成31～令和2年関東農林水産統計年報】



(冬春トマト)



(春キャベツ)

用語解説

※6 湘南藤沢地方卸売市場

1981年（昭和56年）4月に藤沢市中央卸売市場として開設し、2007年（平成19年）4月に藤沢市地方卸売市場として地方市場に転換した。その後、2012年（平成24年）4月に藤沢市から民間事業者へ開設権を譲渡したことにより民営化され、現在の湘南藤沢地方卸売市場が誕生した。
生鮮食品の流通の拠点となっており、安全で安心な青果物を安定的に藤沢商圏の消費者に届ける役割を担っている。

※7 かながわブランド

県と生産者団体で構成する「かながわブランド振興協議会」では、統一の生産・出荷基準を守り、一定の品質を確保するなどの要件を満たしている農林水産物や加工品を「かながわブランド」として登録している。

※8 国指定野菜

野菜のうち特に消費量が多く国民生活にとって重要な野菜として野菜生産出荷安定法で定められた野菜で、キュウリ、キャベツ、サトイモ、ダイコン、タマネギ、トマト、ナス、ニンジン、ネギ、ハクサイ、ピーマン、ジャガイモ、ほうれん草、レタスの14品目をいう。本市では、冬春トマトと春キャベツが指定野菜となっている。

(2) 水稲

本市の水稲うるち米は、神奈川県奨励品種であるはるみ、キヌヒカリが中心に生産されており、その中でも、「はるみ」は県内で開発がされた品種で、日本穀物検定協会が実施した2016年(平成28年)産米の「米の食味ランキング」において、県内産として初となる最高評価の「特A」の評価を獲得し、近年生産量が増加しています。また、令和2年11月に神奈川県が新たに「てんこもり」を奨励品種に決定し、今後の生産拡大が見込まれています。収穫量のほとんどを直接取引や自家消費(縁故米等を含む)が占め、農協への出荷は収穫量の1割程度と推測されます。

水稲生産者の多くは神奈川県からエコファーマー^{※9}の認定を受けており、環境に配慮した生産を行っています。本市のエコファーマー数は県下で最も多く、水稲生産者を中心に127人(令和2年度末)が認定を受けています。

☆水稲作付面積及び収穫量

・作付面積 106ha 収穫量 495t

【平成31～令和2年関東農林水産統計年報】



(市内の水稲生産の様子)

用語解説

※9 エコファーマー

1999年(平成11年)7月に制定された「持続性の高い農業生産方式の導入の促進に関する法律(持続農業法)」に基づき、「持続性の高い農業生産方式の導入に関する計画」を都道府県知事に提出し、認定を受けた農業者の愛称。

(3) 果樹

本市の果樹は、明治から昭和の初めには「桃の藤沢」として有名でしたが、病虫害の発生によって栽培面積が減少しました。昭和20年代中頃にはモモに代わってナシが新植され、その後、ブドウ、カキ、リンゴなどを新植し、直売を中心とした販売形態となりました。

ナシについては、「幸水」を中心に県の育成品種の「香麗」、その他「豊水」や「あきづき」など様々な品種が生産されています。また、ナシの栽培技術として神奈川県農業技術センターが考案した「樹体ジョイント仕立て」^{※10}をいち早く導入し、改植後の超早期成園化と作業時間の大幅な短縮を図るなど、ナシの先進産地として全国から注目されています。

ブドウについては、藤沢生まれの品種「藤稔」が最も有名ですが、市内果樹生産者は、新たな品種の導入を積極的に行っており、近年では種がなく、皮ごと食べられる緑黄色大粒品種の「シャインマスカット」が注目を集めています。

☆主な果樹の栽培面積

・ナシ	15.02ha	・ブドウ	8.90ha
・カキ	4.09ha	・リンゴ	0.56ha

【第51回さがみ農協藤沢市果樹部通常総会資料より】



(左：藤稔、右：シャインマスカット)

(幸水)

用語解説

※10 樹体ジョイント仕立て（ニホンナシ）

これまでにない「樹と樹をつなげる」発想を生かし、これまで10年近くを必要としたナシ園の育成期間を半減する超早期成園化技術で、無収益期間もわずか1年に短縮される。また、直線的な単純樹形により、一定方向に剪定が行えるため、作業時間が大幅に短縮されることと、高度な熟練技術を必要としなくなることにより、これまでに困難であった規模拡大や新規参入を可能とする画期的な新技術である。

(4) 花き

本市の花きは、シクラメン・ランを中心とした鉢物、パンジー・ビオラ等の苗物、バラ・スイートピー等の切り花、観葉植物が主に生産されています。特に、パンジー・ビオラは県内でも生産量が多く、早期出荷の産地となっています。

また、本市の花き生産者は若い方も多く、事業拡大に対する強い意欲を持っており、作業効率化技術等の導入により、産地としての活性化を目指しています。

☆神奈川県的主要花き出荷量

・シクラメン 605,000鉢 ・パンジー 7,240,000本

【平成31～令和2年関東農林水産統計年報】

※神奈川県全体の数字で、市町村別には集計していません。



(シクラメン)



(左：パンジー、右：ビオラ)



(バラ)



(洋ラン)

(5) 植木

本市の植木は、1910年（明治43年）に宮原で生産されたのが、その発祥といわれています。当時は、大磯から葉山にかけての別荘地を販売のターゲットにしていたのですが、関東大震災後には、焦土と化した市街地に緑を取り戻すため、モチの木を東京、横浜方面に売り出したといわれ、これを契機に植木栽培の規模拡大が図られました。

戦中から戦後にかけては、食料増産のため伐採を余儀なくされましたが、1955年（昭和30年）頃から食料事情の好転に伴い、植木を農業経営の一環に取り入れる農家が増え、戦前以上の種類や量が生産されるようになりました。

1967年（昭和42年）には藤沢市植木生産組合が設立され、農業構造改善事業^{※11}の基幹作物として植木が取り入れられたことから近代化が進み、1974年（昭和49年）には宮原に緑化流通センターが建てられ、現在でも年間39回の植木セリ市が開催されています。

毎年10月に、緑化流通センターで開催される植木品評会には、100点を超える出品があり、審査後には一般展示と即売会が行われます。また、JAまつりでは模擬セリが開催されるなど、市民に対するPR活動も積極的に取り組んでいます。

☆植木セリ市取扱金額

- ・令和2年度 95,775千円

【第54回藤沢市植木生産組合通常総会資料より】



(植木セリ市の様子)

用語解説

※11 農業構造改善事業

1961年（昭和36年）に制定された農業基本法に基づき国の施策として実施された事業で、農業経営の規模の拡大等を通じ、生産性の向上、自立経営農家の育成などを目的とする。

(6) 畜産

本市の畜産業は、養豚、酪農、肉用牛、養鶏の4部門からなり、日々丹精を込めて生産・育成活動を行っています。中でも養豚は、近代養豚業の発祥が神奈川県であり、本市は常に飼養頭数が県内トップクラスの実績を誇る有数の産地となっています。これらの生産される豚は、「やまゆりポーク」「湘南ポーク」「かながわ夢ポーク」などのブランド豚として出荷されており、ファーマーズマーケットわいわい市^{※12}などで購入することができます。

酪農については、より多くの乳量を生産できるよう改良・繁殖事業を重ね、経営基盤の安定化を図っています。しかしながら、近年は2004年(平成16年)の家畜排せつ物法の本施行に始まり、2009年(平成21年)からの輸入飼料の高騰・高止まりなどの影響を大きく受け、生産者が大幅に減少する大変厳しい状況におかれています。このような中、市内の生産者はこれまで個別に販売していた生乳を、共同して全量を集乳し、市内乳業会社に販売することで、学校給食への供給量を増加するなど、地域に根ざした酪農業への転換を図っているところです。

肉用牛については、和牛(湘南和牛、横濱ビーフ等)や、交雑種(やまゆり牛)などのブランド牛をはじめ、一般的に国産牛と表示される乳用種去勢牛を生産・肥育しています。出荷される牛は東京や横浜の食肉市場でセリにかけられますが、ほぼ全量が神奈川県内に買い戻されており、生産者直売所などで購入することができます。

養鶏については、県が研究・育成した肉用鶏「かながわ鶏」の生産が始まり、県内量販店へ流通しています。また、鶏卵については、青みがかかった色彩が特徴の「アローカナ」や、赤玉の「ボリスブラウン」など、こだわりをもった品種の生産がされています。いずれも生産者直売所やファーマーズマーケットわいわい市で販売されています。

なお、養豚の「やまゆりポーク」「かながわ夢ポーク」「湘南ポークオリーブプレミアム」や肉用牛の「横濱ビーフ」「やまゆり牛」「さがみ牛」「湘南和牛」「生粋かながわ牛」、養鶏の「かながわ鶏」はかながわブランドに登録されています。

☆畜産農家戸数と飼養数

・養豚	7戸	16,602頭	・酪農	8戸	286頭
・肉用牛	3戸	949頭	・養鶏(肉用鶏)	2戸	X羽
・養鶏(採卵鶏)	2戸	X羽			

【令和2年神奈川県湘南家畜保健衛生所調べ】

※養鶏(肉用鶏、採卵鶏)については、農家戸数が2戸のため飼養数を公表していません。



(養豚)



(乳用牛)



(肉用牛)



(採卵鶏)



(肉用鶏)

用語解説

※12 ファーマーズマーケットわいわい市
JAさがみが運営する農産物の大型直売所。市内では、六会地区に藤沢店がある。
藤沢店は、2010年（平成22年）12月24日に開設。



(7) 水産

本市の水産業は、江の島沖を回遊する魚や「江の島カマス」などをとる大型定置網漁業、「湘南しらす」をとる船曳網漁業、サザエやイセエビ等をとる刺網漁業など代表的なものがある他、多くの方が訪れて本市の豊かな海と自然を体験する「観光地引網」である地引網漁業があります。

大型定置網漁業でとれる魚は、横須賀や小田原で取引されていることから市内で流通されておりませんが、片瀬漁港で開催されるイベント等では、鮮度の良い魚を購入することができます。サザエやイセエビ等は、江の島島内等の飲食店で流通し、「湘南しらす」は、市内の学校給食に提供がされています。また、本市にはおおぶりで味が濃いのが特徴の「湘南はまぐり」があり、藤沢市漁業協同組合が経営する直売所で購入できるほか、市内の飲食店で味わうことや地方へのお土産として全国へ発送を行っています。

なお、「湘南しらす（生、加工品）」「湘南はまぐり」「江の島カマス」は、かながわブランドに登録されています。また、「湘南しらす」「江の島カマス」「湘南はまぐり」は、プライドフィッシュ^{※13}にも登録されています。

☆主な水揚げ量

・シラス	79.7 t	・ワカメ	7.5 t	・ハマグリ	5.8 t
・サバ	2.8 t	・カツオ	1.6 t	・ヒラメ	1.3 t
・サザエ	1.0 t	・カマス	0.3 t	・その他の魚類	10.6 t
合計	110.6 t				

【令和2年港勢調査】

用語解説

※13 プライドフィッシュ（PRIDE FISH）

全国漁業協同組合連合会が中心となり、各都道府県の漁業協同組合連合会・漁業協同組合が選定した、漁師が自信をもって推奨する魚介類。都道府県を単位として季節ごとに旬を迎える魚介類を選定し、消費者へ訴求している。



(定置網漁業)



(湘南しらす)



(湘南はまぐり)



(江の島カマス)




(観光地引網)

2 藤沢産農水産物カレンダー

品目	時期	春			夏			秋			冬		備考	
		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月		2月
農産物	枝豆				■	■	■							
	カブ	■							■	■	■	■	■	
	キャベツ		■	■	■				■	■	■			
	キュウリ	■	■	■	■		■	■	■	■	■			
	小松菜	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	サツマイモ							■	■					
	サトイモ								■	■	■	■		
	ジャガイモ				■	■	■		■	■				
	ダイコン		■	■					■	■	■	■		
	タマネギ				■	■	■							
	トウモロコシ				■	■	■							
	トマト	■	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■	
	ナス					■	■	■	■					
	ニンジン			■					■	■	■			
	ネギ									■	■	■	■	■
	ブロッコリー		■	■					■	■	■	■		
	ほうれん草	■	■					■	■	■	■	■	■	■
	レタス		■	■	■				■	■	■	■		
	落花生						■	■	■	■	■			
	果物	イチゴ	■	■									■	■
イチジク							■	■	■					
カキ									■	■	■			
ナシ							■	■	■	■				
ブドウ							■	■	■	■				
ミカン											■	■		
リンゴ								■	■	■	■			
穀物		小麦				■								
	米							■	■	■				
	大豆									■	■			
花き	シクラメン									■	■			
	スイートピー	■									■	■	■	■
	バラ	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	パンジー・ビオラ	■	■					■	■	■	■	■	■	
	観葉植物	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
	ラン	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	

胡蝶蘭・カトレア・シンビジウム・オンシジウム・デンファレなど

品 目		春			夏			秋			冬			備 考	
		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月		
農 産 物	植 木	キンメツゲ													
		コニファー													
		サルスベリ													
		ソヨゴ													
		ブルーベリー													
	畜 産	牛													湘南和牛・やまゆり牛・さがみ牛など
		鶏													かながわ鶏
		豚													やまゆりポーク、湘南ポーク、かながわ夢ポークなど
		牛乳													
		卵													
水 産 物	イセエビ				×	×								6、7月：禁漁期間	
	イワシ類														
	カマス類														
	サザエ														
	サバ類														
	シラス	×										×	×	1月～3月10日：禁漁期間	
	スルメイカ														
	ソーダガツオ														
	タチウオ														
	ナガラミ														
	ハマグリ														
	ヒラメ														
	マアジ														
ワカメ															

 収穫期・漁期・出荷時期

 禁漁期

第3章 第4期計画で実施した取組と進捗状況

1 第4期計画の取組

(期間：2019年(令和元年)4月～2022年(令和4年)3月)

第4期計画においても、引き続き施策体系を重点的に取り組む施策と長期的に取り組む施策に大別しました。重点的に取り組む施策では、第3期計画で設置された3つの専門部会を編成し、これまでの計画で抽出された課題及び検討事項について具体的な取組と目標値を定めて計画の実行に取り組みました。長期的に取り組む施策では、藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策や、本市農水産業を維持・発展させるため継続的に取り組む施策、その他関連する施策との連携を進めているところです。

各施策の具体的な取組とその進捗状況は次のとおりです。

2 重点的に取り組む施策の状況

(1) 藤沢産農水産物等の需要拡大・供給強化

【施策の目的】

市内で生産される農水産物等を「藤沢産」と位置づけ、量販店等における藤沢産農水産物等の需要拡大と安定供給を強化します。

また、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の選手村等大会関係施設に提供する食材の調達基準となる国際水準GAP(農業生産工程管理)等の認証取得への取組を推進するとともに、藤沢産農水産物等のPRに努めます。

【具体的な取組】

- ア 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会での藤沢産農水産物等の供給及び活用
- イ 藤沢産利用推進店の充実
- ウ 量販店等での藤沢産コーナーの設置促進
- エ 藤沢産農水産物等の流通促進
- オ 藤沢産農水産物等の表示

【進捗の状況】

ア 市内で国際水準 GAP^{※14}等の認証を取得した事業者が再度更新を行った。また、地域団体やJAさがみと連携し、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会が行われるセーリング会場付近の弁天橋において藤沢産花卉の植栽を行いました。



(JGAP 認証マーク)



(弁天橋の写真)

用語解説

※14 GAP (Good Agricultural Practice:農業生産工程管理)

農業において、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組をいう。

GAPには、様々な種類があり、オリンピック・パラリンピック競技大会の選手村等大会関係施設で提供する食材は、持続可能性の観点から調達基準に国際水準GAP等の認証取得が求められている。

国際水準GAP等とは、GLOBALG.A.P.、ASIAGAP、JGAPと、農林水産省の共通基盤ガイドラインに準拠した都道府県などのGAPで、公的機関による第三者認証を受けたものをいう。

イ 平成31年4月から認定審査の事務を藤沢市地産地消推進協議会から市に移管したことにより、認定の申請を受けてから認定結果を通知するまでの時間の短縮が図られました。

また、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた藤沢産利用推進店から要望を受けて、市役所本庁舎において藤沢産農水産物を使用した弁当販売を行いました。



(藤沢産利用推進店販売促進資材
(のぼり旗・プレート))



(弁当販売の様子)

ウ 量販店において試食宣伝をすることにより、量販店等での藤沢産農水産物等の販売コーナー設置の推進に取り組みました。その際、ロゴマークの入ったのぼり旗とエプロンを使用することで、ロゴマークの周知を図りました。

また、農産物にQRコードを貼付して、それを読み取った消費者に対して農産物の特徴や生産者などの情報を発信することで、藤沢産農産物のPRを行いました。



(左：販売の様子、右：QRコード)

エ 共販出荷される農産物について、市内市場に出荷される割合は増加しています。出荷用ダンボール箱等の購入やレンタルコンテナ^{※15}の利用料について継続支援したことで、生産者が安定して供給できる体制を維持しました。

用語解説

※15 レンタルコンテナ

出荷する際に使用するプラスチック製の折りたたみコンテナ。洗浄して繰り返し使用することが可能で、ゴミを削減できるため、環境にもやさしいものとなっている。



(レンタルコンテナで出荷される枝豆)

オ ファーマーズマーケットわいわい市藤沢店やイベント等で販売する藤沢産農水産物に藤沢産ロゴマークシールを貼り、藤沢産農水産物のPRを行いました。また、藤沢産農水産物等又は藤沢産利用推進店のPRをする団体等に対して、ロゴマークシールを交付しました。



(藤沢産ロゴマークシール)

【目標値の達成度】

取組項目：ア 東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会での藤沢産農水産物等の供給及び活用

目標値：市内事業者における国際水準GAP等の認証取得数

	目標設定年度 (平成29年度)	令和元年度	令和2年度	令和3年度
目標値		3事業者	4事業者	5事業者
実績値	2事業者	2事業者	2事業者	2事業者

※令和3年度の値は年度末見込数値

取組項目：イ 藤沢産利用推進店の充実

目標値：「藤沢産利用推進店」登録店舗数

①「ひとキュン」店舗数

	目標設定年度 (平成29年度)	令和元年度	令和2年度	令和3年度
目標値		119店	130店	143店
実績値	109店	83店	90店	96店

※令和3年度の値は年度末見込数値

②「ふたキュン」店舗数

	目標設定年度 (平成29年度)	令和元年度	令和2年度	令和3年度
目標値		29店	31店	34店
実績値	27店	29店	36店	38店

※令和3年度の値は年度末見込数値

(参考) 藤沢産利用推進店登録店舗数

	目標設定年度 (平成29年度)	令和元年度	令和2年度	令和3年度
目標値		148店	161店	177店
実績値	136店	112店	126店	134店

※令和3年度の値は年度末見込数値

取組項目：オ 藤沢産農水産物等の表示

目標値：藤沢産ロゴマークシールの配布枚数

	目標設定年度 (平成29年度)	令和元年度	令和2年度	令和3年度
目標値		458,106枚	503,916枚	554,307枚
実績値	416,460枚	435,650枚	1,054,060枚	1,503,240枚

※令和3年度の値は年度末見込数値

(2) 藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化

【施策の目的】

給食において、藤沢産農水産物等を活用することは、食に関する知識や農水産業に関する理解を深め、食育の推進を図るとともに、生産者と「顔が見える」関係づくりを通じた地域の活性化、農水産物等を供給してくれる人たちへの感謝の心を育むなどの様々な効果が期待できます。そのため、市は、給食における藤沢産農水産物等の利用品目・供給量の拡大に努めます。

【具体的な取組】

- ア 学校・保育園周辺で生産されている農産物の活用
- イ 藤沢産農水産物等の利用促進
- ウ 生産者等との主流による藤沢産農水産物等への理解促進
- エ 給食関係職員と生産者等との連携

【進捗の状況】

- ア 関係機関と連携を図り、御所見小学校、亀井野小学校、俣野小学校、中里小学校を地産地消モデル校に設定し、学校周辺で生産されている農産物を供給するシステムを構築するとともに、各小学校においてふじさわランチを実施しました。また、またの保育園を新たな地産地消モデル園に設定し、藤沢産米「はるみ」と津久井在来大

豆を使用したふじさわランチ^{※16}を実施しました。そのほかにも、農産物を供給してくれる生産者の動画を作成し紹介するなどして、生産者の紹介や地産地消の普及啓発に取り組みました。

用語解説

※16 ふじさわランチ

旬の藤沢産農水産物等を2品目以上使用して提供する給食で、藤沢産農水産物等のPRもあわせて実施しているものをいう。



(なしと小麦と大豆を使用したふじさわランチ)

イ 新型コロナウイルス感染症の影響を受けて学校給食が提供できない時期がありましたが、学校給食において流通業者に対して藤沢産農産物の供給について働きかけを行い、また、その入荷時期を考慮し、献立作成を実施しました。

ウ 俣野小学校では児童が学校給食に出荷している生産者の圃場へ行き、生産者へのインタビューや収穫体験を行いました。また、市内酪農家のインタビュー動画を用いて、ペットボトルでバター作りの体験授業を行いました。

中里小学校では、生産者が学校給食にやまゆりポークを寄贈するとともに、畜産の講義を行いました。また、市内酪農家を講師に招いてペットボトルでバター作りの体験授業を行いました。

市内水稻生産者の動画を作成し、学校給食での新米提供時期にあわせてYouTubeにアップし、小学校で視聴ができるようにしました。

このことにより、地域の農水産業の理解促進及び食育の推進が図られました。



(中里小学校で寄贈されたやまゆりポークを使用した給食)

エ 地産地消モデル校の御所見小学校、亀井野小学校、俣野小学校、中里小学校において学期毎の振り返り会議を開催し、生産者、JAさがみ、栄養士、学校給食課、農業水産課で意見交換を行いました。

また、栄養士が湘南中央商事の見学、農業水産課が主催でさがみ地粉の会が講師を務める大豆の食育講座の取材、市内梨園の見学、米生産者の見学、ブロッコリー・大根の畑収穫体験などの交流を通して地産地消への理解を深めました。

【目標値の達成度】

取組項目：ア 学校・保育園周辺で生産されている農産物の活用

目標値：学校・保育園周辺で生産されている農産物を活用する校数及び園数

(小学校) (3年間で1校増加)

	目標設定年度 (平成29年度)	令和元年度	令和2年度	令和3年度
目標値		4校	4校	4校
実績値	3校	3校	4校	4校

※令和3年度の値は年度末見込数値

(保育園) (3年間で1園増加)

	目標設定年度 (平成29年度)	令和元年度	令和2年度	令和3年度
目標値		1園	1園	1園
実績値	0園	0園	0園	2園

※令和3年度の値は年度末見込数値

取組項目：ア 学校・保育園周辺で生産されている農産物の活用

イ 藤沢産農水産物等の利用促進

目標値：ふじさわランチの回数

(小学校) (年間1回増加)

	目標設定年度 (平成29年度)	令和元年度	令和2年度	令和3年度
目標値		7回	8回	9回
実績値	6回	9回	3回	9回

※令和3年度の値は年度末見込数値

(保育園) (年間2回増加)

	目標設定年度 (平成29年度)	令和元年度	令和2年度	令和3年度
目標値		2回	4回	6回
実績値	0回	0回	0回	2回

※令和3年度の値は年度末見込数値

(3) 地産地消の普及啓発・健康施策との連携強化

【施策の目的】

藤沢産農水産物等を活用したイベント・講座を充実させるとともに、健康施策との連携強化を図り、地産地消の普及啓発及び藤沢産農水産物等への理解促進に努めます。

【具体的な取組】

- ア 農・畜・水を一体とした藤沢産農水産物等のイベントの開催
- イ 健康寿命日本一をめざす取組との連携
- ウ 農水産業ふれあい交流イベントの開催
- エ 旬の藤沢産農水産物等の普及イベントの実施
- オ 地産地消講座の開催

【進捗の状況】

- ア 農業・畜産業・水産業が一体となったイベント「みなと春まつり～藤沢産をまるごといただきます～」の開催を予定していましたが、新型コロナウイルス感染症の影響で中止にしました。
- イ 健康増進課と連携をして、ふじさわ夢チャレンジ～ふじさわ歩くプロジェクトや藤沢産サンセットマルシェなどのイベント等において健康づくりのための野菜摂取や藤沢産農水産物のPRを行いました。
- ウ JAさがみ等の関係団体・機関と連携しJAまつりや果樹持寄り品評会などのイベントを開催し、生産者と消費者の交流促進に努めました。
- エ ふじさわ元気バザール～藤沢野菜市～において、なしの試食・配布を行いました。旬の藤沢産農産物のPRを行いました。

また、10月・11月を地産地消推進強化期間として、ポスター・

チラシ・広報等にて藤沢産農水産物やイベントのPRを行いました。
 オ 収穫体験型講座、料理学習型講座、食育講座の地産地消講座を行
 いましたが、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた令和元年度
 は生産流通現場の見学会は中止し、令和2年度は上記の講座は行い
 ませんでした。



(収穫体験型講座)



(料理学習型講座)

【目標値の達成度】

取組項目：ア 農・畜・水を一体とした藤沢産農水産物等のイベント
 の開催

目標値：来場者数

	目標設定年度 (平成29年度)	令和元年度	令和2年度	令和3年度
目標値		6,000人	7,000人	8,000人
実績値	5,000人	中止	中止	5,000人

※令和3年度の値は年度末見込数値

3 長期的に取り組む施策の状況

(1) 藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策

ア 安全・安心な藤沢産農産物の生産・流通体制の整備

【施策の目的】

消費者が求める安全・安心な農産物を提供するため、農業において、食品の安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組であるGAPの推進に努めます。

【具体的な取組】

(ア) GAP（農業生産工程管理）の取組

【進捗の状況】

(ア) JAさがみでは、GAP（農業生産工程管理手法）の普及推進について、神奈川県版GAPチェックシートを参照し策定したJAさがみ「良い農場」点検項目シートを用いて農薬保管状況調査を行い、直売出荷者を中心に指導を行いました。また、生産部会員に対しては継続的に各部会活動の中でシートの活用とGAPへの取組を進めました。なお、果樹部会においては、GAP講習会を開催しました。

イ 新鮮な藤沢産農水産物の提供

【施策の目的】

消費地に近い都市農業の強みを生かし、新鮮な藤沢産農水産物を提供します。

【具体的な取組】

(ア) 新鮮な藤沢産農水産物の提供

(イ) 朝採り野菜の集出荷拡大による供給強化

【進捗の状況】

(ア) ファーマーズマーケットわいわい市や直売所等において、新鮮な藤沢産農水産物が提供されています。また、ふじさわ元気バザールでの藤沢産米「はるみ」の配布や藤沢産果物の試食、藤沢産農産物の販売、市役所サンセット広場での藤沢産農水産物の販売などを行い、新鮮な藤沢産農水産物の提供に取り組みました。



(ふじさわ元気バザール～藤沢野菜市～) (藤沢産サンセットマルシェ)

(イ) JAさがみは、朝採りした春レタス・秋レタス・春キャベツ・トウモロコシを湘南藤沢地方卸売市場に出荷しました。

なお、出荷された農産物については、その日のうちに量販店に納品され、朝採り野菜として販売されました。

ウ 藤沢産農水産物等のおいしい・旬の普及啓発・情報提供

【施策の目的】

市民に、旬の農水産物等の購入場所やおいしい調理の方法等の普及啓発に努めるとともに、インターネットや様々なメディアを通じて藤沢産農水産物等のおいしさと旬の情報を広く伝えます。

【具体的な取組】

- (ア) 藤沢産農水産物等のおいしい食べ方等のPR
- (イ) 藤沢産農水産物等の生産情報の提供
- (ウ) 「おいしい藤沢産」ホームページ等での情報発信・情報交換

【進捗の状況】

(ア) ケーブルテレビの藤沢市広報番組のコーナー「ふじさわごはん」にて、日本大学と連携して藤沢産の旬の食材を使用したレシピを紹介することで、消費者に対して幅広く情報提供を図りました。また、「ふじさわごはん」で紹介されたレシピについて

ては、「おいしい藤沢産」ホームページに掲載しました。

また、湘南藤沢地方卸売市場では、市場内情報コーナーにて、旬の湘南野菜を取り上げた「野菜レシピ」を月600部配布するとともに、湘南朝市において、「野菜レシピ」から1品を試食会（1月、8月を除く毎月200食、新型コロナウイルス感染症の影響月は中止）で来場者に提供することで、消費拡大に向けたPRを行いました。

その他に、地産地消推進期間を設定し、ポスター、チラシ、広報ふじさわ、ホームページ等において、藤沢産農水産物等や各種イベントのPRを実施しました。

(イ) JAさがみは、わいわい市店長ブログにて、旬の藤沢産農産物等の情報を発信しました。

(ウ) 藤沢産農水産物等の直売所情報やイベント等の情報をホームページ、フェイスブックで発信するとともに、毎月1回、メールマガジン「おいしい藤沢産通信」で、旬の藤沢産農水産物等や直売所の情報を配信することで、市民等へ情報提供を図りました。また、「おいしい藤沢産サポーター^{※17}」へのアンケート調査を実施し、地産地消に関する意識調査や課題の把握に努めました。

その他に、テレビ及びラジオにて、「藤沢産トマト」「藤沢の水産業」「地産地消推進強化期間」「旬の藤沢産農水産物」「藤沢産利用推進店」のPRや「おいしい藤沢産」ホームページの情報を発信しました。

【参考】

○「おいしい藤沢産」ホームページビュー数

令和元年度	令和2年度	令和3年度
463,664件	249,685件	55,048件

※令和3年度の値は年度末見込数値

○おいしい藤沢産サポーター数

令和元年度	令和2年度	令和3年度
4,616人	4,635人	4,600人

※令和3年度の値は年度末見込数値

用語解説

※17 おいしい藤沢産サポーター

「おいしい藤沢産通信」のメールマガジン配信サービスに登録していただいている方をいう。おいしい藤沢産サポーターの方には、藤沢産農水産物等に関するアンケート調査など消費者ニーズを生産者へ伝えていく取組にご協力いただいている。

エ 6次産業化、ブランド化及び高付加価値化への取組に対する支援

【施策の目的】

藤沢産農水産物の付加価値を高めるために、生産者等が行う取組を推進します。

【具体的な取組】

- (ア) 藤沢産農水産物を利用した藤沢ブランドの開発支援
- (イ) 関係機関等と連携した藤沢産農水産物の高付加価値化への取組
- (ウ) 6次産業化による藤沢ブランドのブランド力強化の取組

【進捗の状況】

(ア)・(ウ)ともに実績はありませんでした。なお、(イ)では平成30年度に地元の鉄道会社が開発した「藤稔の果汁を使用したグミゼリー」に対して、引き続きJAさがみが藤稔を提供しました。



(藤稔の果汁を使用したグミゼリー)

(2) 本市農水産業を維持・発展させるため継続的に取り組む施策

【施策の目的】

担い手の育成支援や持続可能な生産環境への支援、生産者と消費者との交流促進を継続的に実施することによって、本市の農水産業の維持・発展を目指します。

【具体的な取組】

ア 担い手の育成支援

(ア) 農業後継者への育成支援

(イ) 新規参入者への支援

(ウ) 農福連携による担い手の育成

イ 持続可能な生産環境への支援

(ア) 環境保全型農業の推進・取組支援

(イ) つくり育てる漁業の推進

(ウ) 農地の多面的機能の理解促進

ウ 生産者と消費者の交流・体験機会の提供

(ア) 援農ボランティアの充実

(イ) 農水産業・食品加工業の体験機会の提供

【進捗の状況】

ア 担い手の育成支援

(ア) 農業を継承していくために農業後継者が使用する機械の導入やビニールハウスの改修に対して支援を行いました。

(イ) 新規参入者の農業技術の向上や経営基盤の強化を図ることを目的として、2市1町からなる湘南広域都市行政協議会の都市農業部会の事業で先進農家の視察を行いました。

また、随時就農を希望するものに対し、就農支援を実施しました。

そのほか、国が実施する農業次世代人材投資資金を交付するとともに、定期的な巡回など農業委員やJAさがみ等が技術指導を行い定着に向けた支援を行いました。

(ウ) 特定非営利活動法人「農スクール」と連携し、福祉・医療機関職員を対象に農福連携トレーナー育成事業を実施しました。

また、福祉施設と受委託契約を交わし、障がい者等の受入れを行う農業者に対し支援を行いました。

イ 持続可能な生産環境への支援

- (ア) エコファーマーや有機農業者への奨励金を交付する支援策を継続したことにより環境保全型農業の推進に取り組み、藤沢産農産物の生産振興が図られました。
- (イ) 地元の漁業協同組合と共同して稚魚・稚貝（サザエ・ハマグリ・マダイ・ヒラメ・カサゴ・アワビ）の放流事業を実施したことにより、持続的かつ安定した水産物の供給に努めました。
- (ウ) 国が実施する多面的機能支払事業（草刈りや泥上げ等）に取り組む活動組織に対して支援することで、農地の多面的機能の理解促進に努めました。

ウ 生産者と消費者の交流・体験機会の提供

- (ア) 援農ボランティア養成講座を開催することで、市民の農業への理解促進を図るとともに農家の労働力不足解消に資することができました。
- (イ) 新型コロナウイルス感染症の影響で生産流通現場学習体験が中止となりました。

【参考】

○農外からの新規参入者数

令和元年度	令和2年度	令和3年度	合計
3人	5人	7人	15人

※令和3年度の値は年度末見込数値

○エコファーマー認定登録者数

令和元年度	令和2年度	令和3年度
128人	127人	129人

※令和3年度の値は年度末見込数値



(援農ボランティア養成講座)



(放流事業 (はまぐり))

(3) 関連する施策との連携

【施策の目的】

地産地消を推進する上で関連する施策を整理し、より効果的に地産地消を推進するため連携を図ります。

【具体的な取組】

- ア 公民館・地域団体等が実施する施策との連携
- イ 観光施策との連携
- ウ シティプロモーションとの連携

【進捗の状況】

- ア 各地区の地域団体が実施する地産地消に関する事業と連携し、相互に情報提供することで地産地消の推進に取り組みました。
- イ 公益社団法人藤沢市観光協会と連携し、収穫観光ウォークラリーを開催し、長後地区・遠藤地区の魅力を再発見する取組を進めました。また、観光パンフレット「るるぶ特別編集藤沢」を製作し、「ふじさわ特産品」や藤沢産利用推進店等の情報を掲載することで、地産地消の普及啓発を図りました。
- ウ 「キュンとするまち。藤沢」公式マスコットキャラクターの「ふじキュン♡」と農産物がコラボレーションしたオリジナルデザインを作成し、のぼり旗やチラシ等の普及啓発資材に活用したり、湘南花の展覧会などに「ふじキュン♡」が来ることで来場者が楽しみながら地産地消を体験できる機会を提供しました。また、ふじさわファンクラブのイベントで市民がレシピを考え、藤沢産の食材を使い、調理をし、試食をしました。シティプロモーションの側面からも地産地消の普及啓発を図りました。



(るるぶ特別編集藤沢)



(湘南花の展覧会)

第4章 第5期計画に向けた施策の検討

第3期、第4期計画においては、目標の施策を重点的に取り組む施策と長期的に取り組む施策に大別することにより、計画期間の成果目標を明確にしました。また、重点的に取り組む施策の具体的な取組を検討するため、藤沢市地産地消推進事業実行委員会を組織し、3つの部会を設置し、計画の実行に取り組んできました。

令和2年度に、地産地消及び藤沢産農水産物に対する意識や購買動向などを把握するため、市民を対象に地産地消に関するアンケート調査を実施しました。そのアンケート結果を見ると、購入する農水産物の産地に関して、藤沢産のものであることをどの程度気にしているかの設問に対して、「かなり気にしている」「ある程度気にしている」と回答した方が47%、藤沢産の農水産物を購入して地産地消を応援しようと思うかとの設問に対して、「既に応援している」「応援したいと思う」と回答した方が89%となっています。一方で、農水産物の旬の時期を「全く知らない」「あまり知らない」と回答した方が64%となっていることから、地産地消への意識は高まっているものの藤沢産農水産物の旬の時期等を知らない方が多くいることが分かりました。

本計画（第5期）においては、地産地消の取組を通じて、農業者及び漁業者の所得や経営意欲の向上につながる取組などを検討するとともに、アンケート調査の結果も踏まえて課題の抽出を行い、第4期計画の施策体系を継続し、重点的に取り組む施策と長期的に取り組む施策に大別する方向で検討を進めました。

なお、計画の期間については、第1期計画から第4期計画までは3年間としてきましたが、本計画（第5期）では、重点的に取り組む施策に「藤沢ブランドの創出」を位置づけるなど、施策の実施に向けた調整から事業の開始までに一定の期間を要することが想定されるため、5年間とすることにしました。

1 重点的に取り組む施策の検討

2022年度（令和4年度）からの5年間に重点的に取り組む施策の検討を行いました。

国においては、学校給食等における地場産物の利用拡大を推進しており、本市においては、保育園を含めた給食における地場産物の利用拡大を推進するため、「藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化」を実施してきま

したが、本計画（第5期）においても、引き続き重点的に取り組む施策として継続することにしました。また、アンケート調査の結果から、藤沢産農水産物の旬の時期を知らない方なども多くいたことから、地産地消及び藤沢産農水産物の魅力を発信する必要があることが分かりましたので、第4期計画において重点的に取り組む施策とした「地産地消の普及啓発・健康施策との連携強化」については、食育施策との連携強化を追加し、名称を「地産地消の普及啓発・食育施策との連携強化」として、重点的に取り組む施策に位置づけることにしました。

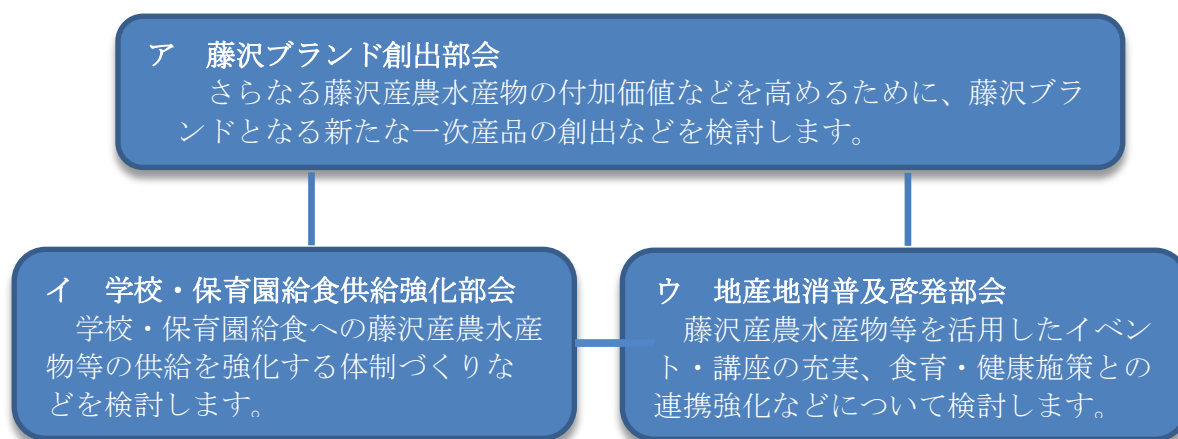
また、藤沢産農水産物の価値を高め、農業者及び漁業者の所得向上や経営意欲の向上を図るとともに、藤沢産農水産物の認知度向上につなげるため、関係機関と連携し、藤沢ブランドとなる新たな一次産品を創出するなどの必要があると考え、新たに「藤沢ブランドの創出」を重点的に取り組む施策として位置づけることにしました。

(1) 3つの専門部会の設置

藤沢市地産地消推進協議会では、本計画（第5期）において重点的に取り組む施策を積極的に推進するため、藤沢市地産地消推進事業実行委員会を組織し、3つの部会を編成します。

なお、各部会の検討内容と位置づけは3部会関係図のとおりです。

【3部会関係図】



(2) 抽出した課題及び検討事項

これまでの計画の進捗状況等から3つの部会における課題及び検討事項について、藤沢市地産地消推進協議会において協議し、抽出しました。課題及び検討事項については、次のとおりです。

ア 藤沢ブランド創出部会

【課題】

- (ア) 藤沢産農水産物の知名度の向上が求められている。
- (イ) 付加価値等をも高める方策のひとつとして6次産業化の推進が必要となっている。
- (ウ) 「未利用魚^{※18}」の利用促進が求められている。
- (エ) 品質の高い農産物の安定生産を図り、付加価値のある農水産物の生産を図るため、競争力のある農水産業の産地づくり推進が必要となっている。

【検討事項】

- (ア) 知名度が高まっているかながわブランド等への登録の推進
- (イ) 新たな一次産品の創出
- (ウ) 6次産業化の推進
- (エ) 付加価値を高めるための取組の推進
- (オ) 未利用魚の利用促進
- (カ) 産地競争力の強化



第5章 第5期計画における施策の「1 重点的に取り組む施策」

(1) 藤沢ブランドの創出

で具体的な取組を展開していきます。

用語解説

※18 未利用魚

水産物の流通過程において、魚体の形やサイズが不揃いであったり、漁獲量が少なくロットがまとまらないなどの理由から、非食用に回されたり、低い価格でしか評価されない魚

イ 学校・保育園給食供給強化部会

【課題】

- (ア) 市内には、13の水利組合があり、水稻生産がされているが、給食で使用されている米は、全体の収穫量に対して少量となっているため、使用量の増加が求められている。
- (イ) 藤沢産農水産物の出荷量が多い時期に、より多くの藤沢産農水産物を給食に安定して供給できるよう流通業者等との連携が必要となっている。
- (ウ) 生産者がどのような思いで農水産物等を生産しているのかなど、地域の農水産業を知るために、生産者との交流が必要となっている。
- (エ) 給食を食べる園児・児童・生徒だけでなく、家庭向けに給食で使用される藤沢産農水産物などの情報発信を行い、給食を通じて保護者にも地産地消及び藤沢産農水産物への理解を深める機会を作ることが求められている。
- (オ) 第3期、第4期計画において実施してきた学校・保育園周辺で生産されている農産物をその学校・保育園に供給する地産地消モデルの取組については、引き続き安定・充実したシステムとなるよう課題を精査し、供給量の増加を検討することが必要となっている。

【検討事項】

- (ア) 藤沢産米の利用促進
- (イ) 安定した供給体制
- (ウ) 規格や品質の統一
- (エ) 生産者との交流
- (オ) 地産地消及び藤沢産農水産物への理解促進
- (カ) 学校・保育園周辺で生産されている農産物の供給



第5章 第5期計画における施策の「1 重点的に取り組む施策」

(2) 藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化

で具体的な取組を展開していきます。

ウ 地産地消普及啓発部会

【課題】

- (ア) 藤沢産農水産物等を知る機会が求められている。
- (イ) 生産者と交流する機会が求められている。
- (ウ) 藤沢産農水産物等とふれあう機会が求められている。
- (エ) 藤沢産農水産物等を食べる機会が求められている。
- (オ) コロナ禍において、イベントの制限が求められており、感染防止対策を講じた中での効果的なイベント及び講座の開催が求められている。

【検討事項】

- (ア) 藤沢産農水産物等を知ることができるイベント・講座の充実
- (イ) 生産者と交流ができるイベント・講座の充実
- (ウ) 藤沢産農水産物等とふれあうイベント・講座の充実
- (エ) 藤沢産農水産物等を食べるイベント・講座の充実
- (オ) 新しい生活様式における効果的なイベント・講座の開催



第5章 第5期計画における施策の「1 重点的に取り組む施策」

(3) 地産地消の普及啓発・食育施策等との連携強化

で具体的な取組を展開していきます。

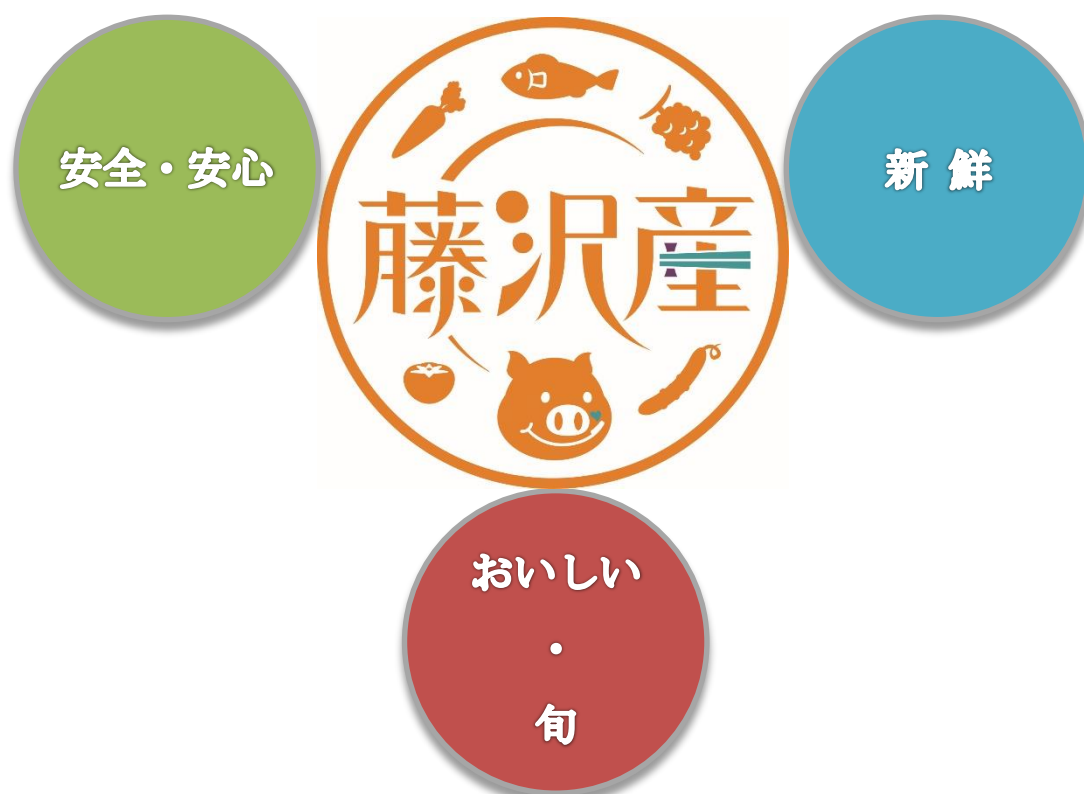
2 長期的に取り組む施策の検討

地産地消を推進するため、長期にわたり継続的に取り組む必要がある施策については、第4期計画に引き続き実施することとします。

「藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策」については、安全・安心な藤沢産農水産物を提供するためのGAP等の取組の普及や藤沢産農水産物の旬の時期を知っていただくための情報発信、身近な場所で藤沢産農水産物を購入等できるための需要拡大及び供給強化につながる取組を推進します。また、「本市農水産業を維持・発展させるため継続的に取り組む施策」については、担い手の育成支援や持続可能な生産環境への支援を実施します。さらに、「関連する施策との連携」により、地産地消を効果的に推進していきます。

(1) 藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策の検討

「藤沢産」の表示には、「安全・安心、新鮮、おいしい・旬」の3つの品質が含まれていることが消費者の信頼を得る条件であり、「藤沢ブランド」として流通する上で欠かせません。これまでの計画の進捗状況を踏まえ、「安全・安心、新鮮、おいしい・旬」に取り組むための施策を検討します。



ア 安全・安心な藤沢産農産物の生産・流通体制の整備

【検討課題】

- (ア) 消費者に農業生産者が行っている安全・安心への取組情報の提供が、販売現場で求められている。
- (イ) 国内の農業において環境に配慮した環境保全型農業の推進が求められている。

イ 新鮮な藤沢産農水産物の提供

【検討課題】

- (ア) 消費者から、新鮮な藤沢産農水産物を購入できる機会が求められている。
- (イ) 鮮度が重要な農水産物を、いち早く消費者に届ける体制づくりが求められている。

ウ 藤沢産農水産物等のおいしい・旬の普及啓発・情報提供

【検討課題】

- (ア) 藤沢産農水産物のおいしい旬の時期に合わせた啓発活動が必要となっている。
- (イ) 藤沢産農水産物の旬や購入場所、おいしい食べ方に関する情報が求められている。
- (ウ) インターネット等多様な媒体を利用した情報提供が求められている。

エ 藤沢産農水産物等の需要拡大・供給強化

【検討課題】

- (ア) 藤沢産農水産物等を楽しめる場が求められています。
- (イ) 大型直売所などの設置により、藤沢産農水産物等を購入できる機会は増加しましたが、より身近な場所である量販店などで藤沢産農水産物等を購入できることが求められています。

(2) 本市農水産業を維持・発展させるため継続的に取り組む施策の検討

本市は、首都圏のベッドタウンとして人口の増加、身近な観光地として都市化が進み、農家戸数の減少、農地の減少、水産資源の減少、担い手の高齢化が進んでいます。また、住宅の増加による農業環境も問題となっています。

地産地消を推進するため、本市都市農業の維持・発展に、継続的に取り組む施策を検討します。

ア 担い手の育成支援

【検討課題】

農業者及び漁業者の高齢化や担い手不足などが課題となっており、農水産業を維持・発展させるため、後継者や新規参入者等の新たな担い手への支援が求められている。

イ 持続可能な生産環境への支援

【検討課題】

環境への配慮、水産資源の維持、農地の多面的機能の維持が求められている。

(3) 関連する施策との連携

地産地消を効果的に拡大していくために、関連する施策と連携して取組を推進していきます。

ア 公民館・地域団体等が実施する施策との連携

イ 観光施策との連携

ウ シティプロモーションとの連携

第5章 第5期計画における施策



※重点的に取り組む施策とSDGsの17の目標との関連性について示しています。

1 重点的に取り組む施策

(1) 藤沢ブランドの創出

【施策の目的】

市内には、トマト・キャベツ・ぶどう・梨・豚肉・牛肉・しらす・はまぐりなど市民に一定の認知度がありブランド化された農水産物がありますが、さらに藤沢ブランドとなる新たな製品の開発などに取り組み、販路の拡大につなげるとともに、安定生産を図り付加価値向上につながる競争力のある産地づくりを推進します。

また、ブランド化を図り、新鮮でおいしい藤沢産農水産物等を消費者である市民等に提供することで、藤沢農水産物等に対する愛着を感じていただき、消費者の購入意欲の向上に努めます。

【具体的な取組】

(新) ア 藤沢ブランドとなる新たな一次製品の創出

市は、JAさがみや漁業協同組合、生産者等と連携し、地域の特性等を活かした藤沢ブランドとなる新たな一次製品の創出に努めます。

イ 藤沢産農水産物を利用した加工品の開発支援

市は、藤沢産農水産物の付加価値を高め、ブランド化につながる6次産業化の取組を推進し、生産者等が行う藤沢産農水産物を利用した加工品の開発を支援します。

(新) ウ 未利用魚の認知度向上

市は、漁業協同組合や関係機関と連携し、未利用魚を活用した加工品の開発やイベントにおける販売や食材としての使用などにおいて利用促進を図ることにより、未利用魚のPRに努めます。

(新) エ 産地競争力の強化

市は、農水産物の安定生産と付加価値向上を図るため、競争力のある農水産業の産地づくりを推進します。そのため、機械や生産資材の導入など、産地競争力の強化の取組を支援します。

【目標値の設定】

《目標》

取組項目：ア 藤沢ブランドとなる新たな一次製品の創出
イ 藤沢産農水産物を利用した加工品の開発支援

目標値：かながわブランドへの登録件数

・現状（令和3年11月） 18件

・5年後目標（年1件増加） 23件

うち登録名に「藤沢・ふじさわ」が入っているもの 5件

○藤沢産品のかながわブランドへの登録数18件（令和3年11月現在）

- ①さがみのレタス ②さがみのトマト ③津久井在来大豆（さがみ産）
- ④横濱ビーフ ⑤やまゆり牛 ⑥さがみ牛 ⑦湘南和牛 ⑧生粋かながわ牛
- ⑨やまゆりポーク ⑩かながわ夢ポーク ⑪湘南ポークオリーブプレミアム
- ⑫かながわ鶏 ⑬高座豚手作りハム ⑭生芋こんにやく 生芋つきこんにやく
- ⑮湘南しらす（生） ⑯湘南しらす（加工品） ⑰湘南はまぐり
- ⑱江の島カマス

(2) 藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化

【施策の目的】

給食において、藤沢産農水産物等を活用することは、食に関する知識や農水産業に関する理解を深め、食育の推進を図るとともに、生産者と「顔が見える」関係づくりを通じた地域の活性化、農水産物等を供給してくれる人たちへの感謝の心を育むなどの様々な効果が期待できます。そのため、市は、給食における藤沢産農水産物等の利用品目の拡大及び供給量の増加に努めます。

【具体的な取組】

(新) ア 藤沢産米の利用促進

市は、JAさがみ及び水稲生産者などと連携し、給食の主食のひとつである米について、藤沢産米の供給体制を見直し、使用量の増加に努めます。

イ 藤沢産農水産物等の利用促進

市は、給食で多く使用される青菜（小松菜、ほうれん草）、キャベツ、ネギ、ニンジン、ダイコンなどについて、積極的に藤沢産のものを使用するよう努めます。

また、藤沢産農水産物の中で流通が少なく供給量が不安定な大豆・小麦・果物・しらすなどについて、関係機関と連携し、給食へより多く供給できるよう努めます。

ウ 生産者等との交流による藤沢産農水産物等への理解促進

市は、給食用農水産物等を供給する生産者、加工業者及び流通業者と園児・児童・生徒との交流を通じて、地域の農水産業の理解促進及び食育の推進を図ります。また、給食用農水産物等を供給する生産者等に対する感謝の心を育むよう努めます。

(新) エ 給食を通じた家庭への情報発信

市は、単に給食に藤沢産農水産物等を使用するだけでなく、家庭においても、藤沢産農水産物等についての理解が深まるよう家庭向けの情報発信に努めます。

オ 学校・保育園周辺で生産されている農産物の活用

第3期計画及び第4期計画において、地産地消モデル校を選定し、学校及び保育園周辺で生産されている農産物を給食に供給するシステムを構築してきました。本計画（第5期）においても、地産地消モデル校の取組を継続し、生産者や関係機関と連携を図り、学校及

び保育園周辺で生産されている農産物の給食への供給量の増加に努めます。

【目標値の設定】

《目標1》

取組項目：ア 藤沢産米の利用促進

目標値：藤沢産米の使用数量（精米ベース）

（小学校及び特別支援学校）

- ・現状（令和2年度実績） 36校 5回 8,800kg
- ・5年後目標 36校 20回 35,200kg

（中学校）

- ・現状（令和2年度実績） 19校 2回 760kg
- ・5年後目標 19校 7回 2,660kg

（保育園）

- ・現状（令和2年度実績） 1園 20kg
- ・5年後目標 14園 1,000kg

※現状の数値については、令和2年度にまたの保育園において、試行的に藤沢産米「はるみ」を20kg使用したもの。

※5年後は、新米の時期に1か月間藤沢産米を使用することを目標とし、目標値については、令和2年度の保育園14園での米の使用量のひと月平均である1,000kgとする。

《目標2》

取組項目：イ 藤沢産農水産物等の利用促進

オ 学校・保育園周辺で生産されている農産物の活用

目標値：学校給食における青果物の藤沢産使用割合

（小学校及び特別支援学校）

- ・現状（令和2年度） 17.7%
- ・5年後目標（年1%増加） 22.7%

○学校給食における青果物の藤沢産の使用状況について(令和2年度実績)

1 発注単位がkgの品目

	品目	藤沢産(卸売会社取扱分)		藤沢産(生産者直接取引分)		藤沢産計		県内		県外		合計	
		数量	割合	数量	割合	数量	割合	数量	割合	数量	割合	数量	割合
1	玉ねぎ	0 kg	0.0%	63 kg	0.1%	63 kg	0.1%	5,021 kg	4.8%	99,801 kg	95.1%	104,885 kg	100%
2	じゃがいも	740 kg	0.9%	825 kg	1.0%	1,565 kg	1.9%	278 kg	0.4%	77,860 kg	97.7%	79,703 kg	100%
3	人参	1,068 kg	1.9%	1,016 kg	1.8%	2,084 kg	3.7%	545 kg	1.0%	52,826 kg	95.3%	55,455 kg	100%
4	キャベツ	17,607 kg	46.7%	1,235 kg	3.3%	18,842 kg	50.0%	2,263 kg	6.0%	16,589 kg	44.0%	37,694 kg	100%
5	あおな(小松菜・ほうれん草)	13,615 kg	51.2%	1,399 kg	5.3%	15,014 kg	56.5%	5,808 kg	21.8%	5,735 kg	21.6%	26,557 kg	100%
6	大根	5,847 kg	26.3%	898 kg	4.0%	6,745 kg	30.3%	6,263 kg	28.2%	9,210 kg	41.5%	22,218 kg	100%
7	もやし	19,501 kg	100.0%	0 kg	0.0%	19,501 kg	100.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	19,501 kg	100%
8	長ネギ	2,638 kg	13.5%	359 kg	1.8%	2,997 kg	15.3%	242 kg	1.3%	16,194 kg	83.3%	19,433 kg	100%
9	はくさい	0 kg	0.0%	565 kg	3.0%	565 kg	3.0%	0 kg	0.0%	18,479 kg	97.0%	19,044 kg	100%
10	ごぼう	0 kg	0.0%	142 kg	1.2%	142 kg	1.2%	0 kg	0.0%	11,499 kg	98.8%	11,641 kg	100%
11	里芋	3,427 kg	36.3%	385 kg	4.1%	3,812 kg	40.4%	3,896 kg	41.2%	1,737 kg	18.4%	9,445 kg	100%
12	ブロッコリー	3,367 kg	63.4%	457 kg	8.6%	3,824 kg	72.0%	60 kg	1.1%	1,424 kg	26.8%	5,308 kg	100%
13	さつまいも	1,389 kg	29.5%	214 kg	4.6%	1,603 kg	34.1%	796 kg	16.9%	2,308 kg	49.0%	4,707 kg	100%
14	しめじ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	3,942 kg	100.0%	3,942 kg	100%
15	かぼちゃ	0 kg	0.0%	254 kg	7.6%	254 kg	7.6%	1,787 kg	53.8%	1,282 kg	38.6%	3,323 kg	100%
16	えのきだけ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	3,269 kg	100.0%	3,269 kg	100%
17	トマト	199 kg	6.5%	81 kg	2.7%	280 kg	9.2%	35 kg	1.1%	2,740 kg	89.7%	3,055 kg	100%
18	冬瓜	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	117 kg	4.9%	2,253 kg	95.1%	2,370 kg	100%
19	セロリ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	1,977 kg	100.0%	1,977 kg	100%
20	にら	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	1,769 kg	100.0%	1,769 kg	100%
21	まいたけ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	1,708 kg	100.0%	1,708 kg	100%
22	きゅうり	942 kg	63.0%	48 kg	3.2%	990 kg	66.2%	82 kg	5.5%	423 kg	28.3%	1,495 kg	100%
23	しょうが	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	1,454 kg	100.0%	1,454 kg	100%
24	カリフラワー	56 kg	4.4%	27 kg	2.1%	83 kg	6.5%	132 kg	10.5%	1,046 kg	83.0%	1,261 kg	100%
25	チンゲンサイ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	1,193 kg	100.0%	1,193 kg	100%
26	枝豆	0 kg	0.0%	79 kg	7.2%	79 kg	7.2%	0 kg	0.0%	1,023 kg	92.8%	1,102 kg	100%
27	エリンギ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	1,012 kg	100.0%	1,012 kg	100%
28	パセリ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	799 kg	100.0%	799 kg	100%
29	かぶ玉のみ	448 kg	56.4%	206 kg	26.0%	654 kg	82.4%	0 kg	0.0%	140 kg	17.6%	794 kg	100%
30	ピーマン	80 kg	10.5%	0 kg	0.0%	80 kg	10.5%	0 kg	0.0%	675 kg	89.4%	755 kg	100%
31	にんにく	32 kg	6.5%	3 kg	0.6%	35 kg	7.1%	28 kg	5.8%	427 kg	87.1%	490 kg	100%
32	なす	212 kg	43.3%	18 kg	3.7%	230 kg	47.0%	0 kg	0.0%	259 kg	53.0%	489 kg	100%
33	りんご(K)	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	442 kg	100.0%	442 kg	100%
34	レモン	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	442 kg	100.0%	442 kg	100%
35	ズッキーニ	10 kg	2.5%	8 kg	2.0%	18 kg	4.5%	234 kg	59.3%	143 kg	36.2%	395 kg	100%
36	さやいんげん	0 kg	0.0%	9 kg	2.6%	9 kg	2.6%	0 kg	0.0%	341 kg	97.4%	350 kg	100%
37	こねぎ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	288 kg	100.0%	288 kg	100%
38	マッシュルーム	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	214 kg	100.0%	214 kg	100%
39	柿	0 kg	0.0%	174 kg	100.0%	174 kg	100.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	174 kg	100%
40	バナナ(K)	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	153 kg	100.0%	153 kg	100%
41	赤ピーマン	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	147 kg	100.0%	147 kg	100%
42	大豆もやし	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	119 kg	100.0%	119 kg	100%
43	ゆず	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	98 kg	100.0%	98 kg	100%
44	なし(K)	0 kg	0.0%	93 kg	100.0%	93 kg	100.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	93 kg	100%
45	レタス	0 kg	0.0%	11 kg	22.9%	11 kg	22.9%	0 kg	0.0%	37 kg	77.1%	48 kg	100%
46	なめこ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	37 kg	100.0%	37 kg	100%
47	グリーンアスパラ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	15 kg	100.0%	15 kg	100%
48	バターナッツかぼちゃ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	9 kg	100.0%	9 kg	100%
49	にかうり	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	8 kg	100.0%	8 kg	100%
50	有機バナナ(K)	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	7 kg	100.0%	7 kg	100%
51	モロヘイヤ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	4 kg	100.0%	4 kg	100%
52	黄ニンジン	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	3 kg	100.0%	3 kg	100%
53	かぶ葉つき	0 kg	0.0%	3 kg	100.0%	3 kg	100.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	3 kg	100%
54	オクラ	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	3 kg	100.0%	3 kg	100%
55	ながいも	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	2 kg	100.0%	2 kg	100%
56	糸みつば	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	2 kg	100.0%	2 kg	100%
57	しゅんぎく	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	2 kg	100.0%	2 kg	100%
58	黄ピーマン	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	0 kg	0.0%	1 kg	100.0%	1 kg	100%
合計		71,178 kg	15.8%	8,572 kg	1.9%	79,750 kg	17.7%	27,587 kg	6.1%	343,570 kg	76.2%	450,907 kg	100%

※ は、藤沢産が使用されている品目

2 発注単位がkgでない品目

	品目	藤沢産(卸売会社取扱分)		藤沢産(生産者直接取引分)		藤沢産計		県内		県外		合計	
		数量	割合	数量	割合	数量	割合	数量	割合	数量	割合	数量	割合
1	みかん	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	332,402 個	100.0%	332,402 個	100%
2	有機バナナ	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	271,038 個	100.0%	271,038 個	100%
3	ぼんかん	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	68,357 個	100.0%	68,357 個	100%
4	清見	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	27,078 個	100.0%	27,078 個	100%
5	しらぬひ	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	17,497 個	100.0%	17,497 個	100%
6	ネーブルオレンジ	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	7,057 個	100.0%	7,057 個	100%
7	せとか	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	6,668 個	100.0%	6,668 個	100%
8	りんご	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	6,122 個	100.0%	6,122 個	100%
9	バナナ	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	5,440 個	100.0%	5,440 個	100%
10	なし	4,442 個	93.7%	301 個	6.3%	4,743 個	100.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	4,743 個	100%
11	はるみ	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	2,981 個	100.0%	2,981 個	100%
12	いよかん	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	1,028 個	100.0%	1,028 個	100%
13	小玉スイカ	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	1,019 個	0.0%	0 個	100.0%	1,019 個	100%
14	すいか	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	766 個	100.0%	766 個	100%
15	とうもろこし	0 本	0.0%	400 本	100.0%	400 本	100.0%	0 本	0.0%	0 本	0.0%	400 本	100%
16	アムスメロン	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	0 個	0.0%	73 個	100.0%	73 個	100%

※ は、藤沢産が使用されている品目

(3) 地産地消の普及啓発・食育施策等との連携強化

【施策の目的】

藤沢産農水産物等を活用したイベント・講座を充実させるとともに、食育・健康施策との連携を図り、地産地消の普及啓発及び藤沢産農水産物等への理解促進に努めます。

【具体的な取組】

(新) ア 新しい生活様式に応じた藤沢産農水産物等を活用したイベント・講座の開催

市及び地産地消推進事業実行委員会は、コロナ下の新しい生活様式における効果的なイベント・講座の実施方法を検討し、イベント・講座を通じて藤沢産農水産物及び地産地消の普及啓発に努めます。

イ 生産者と消費者の交流イベント等の開催

市は、地産地消を推進する上で、消費者と生産者が「顔が見える」関係を構築することは相互理解につながるため、関係機関と連携し、農産物の収穫体験や魚介類の放流体験などの各種イベントや講座、品評会等を開催し、生産者と消費者の交流促進に努めます。

ウ 食育・健康施策との連携

市は、食育・健康施策と連携し、藤沢産農水産物及び地産地消の普及啓発に努めます。

(新) エ 未来を担う若い世代への普及啓発

市は、関係機関と連携し、未来を担う若い世代に藤沢産農水産物の魅力を知ってもらう取組や地産地消への理解が深まる取組を推進します。また、学生等が実施する地産地消の取組に対して支援します。

オ 藤沢産農水産物等の表示

市は、生産者、JAさがみ、湘南藤沢地方卸売市場、漁業協同組合、加工業者等と連携し、安全・安心、新鮮、おいしい・旬の「藤沢産」を表すロゴマーク及びロゴマークシール等を活用し、「藤沢産」の認知度向上に努めます。



藤沢産ロゴマーク

【目標値の設定】

《目標》

取組項目：オ 藤沢産農水産物等の表示

目標値：藤沢産ロゴマークの認知度

- ・現状（令和2年度アンケート調査） 36.4%
- ・5年後目標（年2.72%増加） 50.0%



※長期的に取り組む施策とSDGsの17の目標との関連性について示しています。

2 長期的に取り組む施策

(1) 藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策

ア 安全・安心な藤沢産農産物の生産・流通体制の整備

【施策の目的】

消費者が求める安全・安心な農産物を提供するため、食品の安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組であるGAPや生産履歴^{※19}の記帳の推進に努めます。

【具体的な取組】

(ア) GAPの取組の普及

市は、JAさがみと連携し、GAPの普及啓発に努め、国際水準GAPに準拠した取組を行う生産者や生産者団体の拡大に努めます。

(新) (イ) 生産履歴の普及

市は、JAさがみと連携し、市内JA関連直売所における生産履歴の適正な記帳の普及啓発を促進します。

また、生産者は、安全・安心な農産物の生産に努めるとともに、農産物を生産するに当たり、種まきから栽培、収穫、収穫後の加工など、それぞれの工程で行った作業を履歴として記録し、消費者等の求めに応じて提出できるように、適正な生産履歴の記帳に努めます。

用語解説

※19 生産履歴

農産物の販売の際に消費者や取引先に対して、生産情報を開示するための記録をいう。播種・定植・収穫・出荷の記録や農薬の使用記録なども確認することができる。

2002年(平成14年)に、JAグループが「生産履歴記帳運動」に取り組む。

イ 新鮮な藤沢産農水産物の提供

【施策の目的】

消費地に近い都市農業の強みを生かし、新鮮な藤沢産農水産物を消費者に提供します。

【具体的な取組】

(ア) 新鮮な藤沢産農水産物の提供

市は、J Aさがみ、漁業協同組合と連携し、直売所や朝市等で新鮮な農水産物を消費者に提供する機会の拡大に努めます。

(イ) 朝採り野菜の集出荷拡大による供給強化

市は、J Aさがみ、湘南藤沢地方卸売市場と連携し、トウモロコシ等の豆類や葉物など鮮度が極めて重要な農産物については、積極的に朝採り野菜を集出荷し、その日のうちに消費者に届けられる体制整備を促進します。

ウ 藤沢産農水産物等のおいしい・旬の普及啓発・情報提供

【施策の目的】

市民に、旬の農水産物等の購入場所やおいしい調理の方法等の普及啓発に努めるとともに、インターネットや様々なメディアを通じて藤沢産農水産物等のおいしさと旬の情報を広く伝えます。

【具体的な取組】

(ア) 藤沢産農水産物等のおいしい食べ方等の情報発信

市は、生産者や関係機関と連携し、「新鮮でおいしい・旬の藤沢産農水産物等を使用したおいしい食べ方のレシピ」「藤沢産農水産物等を使用した丸ごと使い切りレシピ」「農業者及び漁業者のとおきレシピ」など、様々な食べ方について情報発信します。

(イ) 藤沢産農水産物等の生産情報の提供

J Aさがみは、ファーマーズマーケットわいわい市のリアルタイム情報を提供するため、店長ブログで藤沢産農水産物等の生産情報やおいしい食べ方の情報を発信します。

(ウ) 「おいしい藤沢産」ホームページ等での情報発信

市は、関係機関と連携し、ホームページやメールマガジン、フェイスブックなどのSNSを活用して、旬の藤沢産農水産物等や直売所、藤沢産利用推進店、地産地消のイベント・講座などの情報を発信し、藤沢産農水産物等の魅力が伝わるとともに藤沢産農水産物への理解が深まるよう情報提供に努めます。

また、テレビやラジオなどのメディアを通じて、藤沢産農水産物等に関する情報提供を行います。

エ 藤沢産農水産物等の需要拡大・供給強化

【施策の目的】

市内で生産される農水産物等を「藤沢産」と位置づけ、飲食店や量販店等における藤沢産農水産物等の需要拡大と安定供給を強化します。

【具体的な取組】

(ア) 藤沢産利用推進店の充実

市は、「藤沢産利用推進店」登録店舗数の増加及び「藤沢産利用推進店」における藤沢産農水産物等の需要拡大に向け、藤沢産農水産物等の入手先情報の提供等に努めます。

また、申請手続きの負担軽減を図るため、申請手続きのオンライン化を推進します。

(イ) 量販店等での藤沢産コーナーの設置促進

市は、JAさがみ、湘南藤沢地方卸売市場、漁業協同組合、商工会議所等と連携し、市内量販店等の旬の時期を中心とした藤沢産農水産物等の販売コーナー設置に取り組み、市民への藤沢産農水産物等の供給を促進します。

(ウ) 藤沢産農水産物等の流通促進

市は、湘南藤沢地方卸売市場、JAさがみ、漁業協同組合等と連携し、藤沢産農水産物等の集荷拡大と安定的確保に努め、市内流通の促進を図ります。

(2) 本市農水産業を維持・発展させるため継続的に取り組む施策

ア 担い手の育成支援及び確保

【施策の目的】

本市農水産業を維持・発展させるため、高齢化や担い手不足など厳しい経営環境にある都市農業と水産業を守り育てるために、担い手の確保・育成に関する取組を推進します。

【具体的な取組】

(ア) 農業後継者への支援

市は、農業後継者が希望と意欲をもって農業に取り組み、農業経営を安定させるため、農業後継者に対する研修や経営改善に関する取組等を支援します。

(イ) 新規参入者への支援

市は、農外からの新規参入者や新規参入法人に対し、本市農業の新たな担い手となるよう、参入に関する支援と参入後のフォローアップを実施します。

(ウ) 農福連携による担い手の育成

市は、関係機関と連携し、高齢者、障がい者、生活困窮者、困難を抱える若者などの社会参加に対し、農業がその受け皿となり、本市農業の新たな担い手となるための仕組みを構築し、参入に関する支援と参入後のフォローアップを実施します。

(新) (エ) 漁業の担い手の確保

市は、本市漁業の魅力発信に努め、新たな担い手の確保につながる取組を推進します。

(新) (オ) テクノロジー導入への支援

市は、担い手の高齢化や労働力不足を解消するため、ロボット技術やICT（情報通信技術）、AI（人工知能）、IoT（モノのインターネット）等の先端技術の活用に取り組む農業者及び漁業者を支援します。

(カ) 援農ボランティアの充実

市は、農業に関心のある市民に対して援農ボランティア養成講座を開催することで、市民の農業への理解促進を図るとともに農家の労働力不足解消に資する取組を推進します。

イ 持続可能な生産環境への支援

【施策の目的】

本市農水産業を維持・発展させるため、環境負荷の軽減や水産資源の確保等の持続可能な生産環境に関する取組を推進します。

【具体的な取組】

(ア) 環境保全型農業の推進・取組支援

市は、エコファーマーや有機農業者等の化学農薬や化学肥料の使用の低減等による環境負荷の軽減に配慮した持続的な農業を実践する生産者の取組を支援します。

(イ) つくり育てる漁業の推進

市は、水産資源の保護・増殖を目的に、漁業協同組合や関係機関と共同して、藻場^{※20}の保全に取り組み、稚魚・稚貝の放流事業を実施することで、藤沢産水産物の持続的かつ安定した供給に努め、水産業の振興を図ります。

(ウ) 農地の多面的機能の理解促進

市は、生産者及び地域住民等の団体、関係機関と連携して農業資源の適切な保全を図り、あわせて良好な自然景観や環境の形成も含めた農地の多面的機能の理解促進に努めます。

用語解説

※20 藻場（もば）

藻場は、沿岸域に形成された様々な海草・海藻の群落のことをいう。水質や底質の浄化や、多くの生き物の産卵・成育の場などの役割を果たす重要な生息環境となっている。

(3) 関連する施策との連携

【施策の目的】

関連する施策と連携を図り、より効果的に地産地消を推進します。

【具体的な取組】

ア 公民館・地域団体等が実施する施策との連携

市は、13地区の公民館や地域団体等が実施する事業と連携を図ることにより、藤沢産農水産物及び地産地消の理解促進に努めます。

イ 観光施策との連携

市は、観光施策と連携させた事業を実施することにより、生産者と消費者の交流促進を図るとともに、藤沢産農水産物等が広く普及するよう努めます。

ウ シティプロモーション事業との連携

市は、シティプロモーション事業と連携することで、藤沢産農水産物等の魅力を高めるとともに、市民が自らその魅力の発信者になるような取組について推進します。

3 第4期計画と第5期計画の比較表

○第4期藤沢市地産地消推進計画

1 重点的に取り組む施策	(1) 藤沢産農水産物等の需要拡大・供給強化	● ア 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会での藤沢産農水産物等の供給及び活用
		● イ 藤沢産利用推進店の充実
		ウ 量販店等での藤沢産コーナーの設置促進 エ 藤沢産農水産物等の流通促進
	(2) 藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化	● オ 藤沢産農水産物等の表示
		● ア 学校・保育園周辺で生産されている農産物の活用
		● イ 藤沢産農水産物等の利用促進 ウ 生産者等との交流による藤沢産農水産物等への理解促進 エ 給食関係職員と生産者等との連携
	(3) 地産地消の普及啓発・健康施策との連携強化	● ア 農・畜・水を一括とした藤沢産農水産物等のイベントの開催
		イ 健康寿命日本一をめざす取組との連携
		ウ 農水産物ふれあい交流イベントの開催
エ 旬の藤沢産農水産物等の普及イベントの実施 オ 地産地消講座の開催		

※●で表示した項目は目標値を設定した取組項目です。

○第5期藤沢市地産地消推進計画

1 重点的に取り組む施策	(1) 藤沢ブランドの創出	【新規】 ● ア 藤沢ブランドとなる新たな一次産品の創出	
		【移行】 イ 藤沢産農水産物を利用した加工品の開発支援	2-(1)-エから移行
		【新規】 ウ 未利用魚の認知度向上 【新規】 エ 産地競争力の強化	
	(2) 藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化	【新規】 ● ア 藤沢産米の利用促進	
		● イ 藤沢産農水産物等の利用促進 ウ 生産者等との交流による藤沢産農水産物等への理解促進	
		【新規】 エ 給食を通じた家庭への情報発信 オ 学校・保育園周辺で生産されている農産物の活用	
	(3) 地産地消の普及啓発・食育施策等との連携強化	【新規】 ア 新しい生活様式に応じた藤沢産農水産物等を活用したイベント・講座の開催	
		【統合】 イ 生産者と消費者の交流イベント等の開催	1-(3)-ウと2-(2)-ウ-(イ)を統合
		【見直し】 ウ 食育・健康施策との連携	
【新規】 エ 未来を担う若い世代への普及啓発 【移行】 ● オ 藤沢産農水産物等の表示		1-(1)-オから移行	

※●で表示した項目は目標値を設定した取組項目です。

2 長期的に取り組む施策	(1) 藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策	ア 安全・安心な藤沢産農産物の生産・流通体制の整備 (ア)GAPの取組の普及		
		イ 新鮮な藤沢産農水産物の提供 (ア)新鮮な藤沢産農水産物の提供 (イ)朝採り野菜の集出荷拡大による供給強化		
		ウ 藤沢産農水産物等のおいしい・旬の普及啓発・情報提供 (ア)藤沢産農水産物等のおいしい食べ方等のPR (イ)藤沢産農水産物等の生産情報の提供 (ウ)「おいしい藤沢産」ホームページ等での情報発信・情報交換		
		エ 6次産業化、ブランド化及び高付加価値化への取組に対する支援 (ア)藤沢産農水産物を利用した藤沢ブランドの開発支援 (イ)関係機関等と連携した藤沢産農水産物の高付加価値化への取組 (ウ)6次産業化による藤沢ブランドのブランド力強化の取組		
		(2) 本市農水産業を維持・発展させるため継続的に取り組む施策	ア 担い手の育成支援 (ア)農業後継者への支援 (イ)新規参入者への支援 (ウ)農福連携による担い手の育成	
			イ 持続可能な生産環境への支援 (ア)環境保全型農業の推進・取組支援 (イ)つくり育てる漁業の推進 (ウ)農地の多面的機能の理解促進	
			ウ 生産者と消費者の交流・体験機会の提供 (ア)援農ボランティアの充実 (イ)農水産業・食品加工業の体験機会の提供	
			(3) 関連する施策との連携	ア 公民館・地域団体等が実施する施策との連携 イ 観光施策との連携 ウ シティプロモーションとの連携

2 長期的に取り組む施策	(1) 藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策	ア 安全・安心な藤沢産農産物の生産・流通体制の整備 (ア)GAPの取組の普及	
		【新規】 (イ)生産履歴の普及	
		イ 新鮮な藤沢産農水産物の提供 (ア)新鮮な藤沢産農水産物の提供 (イ)朝採り野菜の集出荷拡大による供給強化	
		ウ 藤沢産農水産物等のおいしい・旬の普及啓発・情報提供 (ア)藤沢産農水産物等のおいしい食べ方等の情報発信 (イ)藤沢産農水産物等の生産情報の提供 (ウ)「おいしい藤沢産」ホームページ等での情報発信	
		エ 藤沢産農水産物等の需要拡大・供給強化	
		【移行】 (ア) 藤沢産利用推進店の充実	1-(1)-イから移行
		【移行】 (イ) 量販店等での藤沢産コーナーの設置促進	1-(1)-ウから移行
		【移行】 (ウ) 藤沢産農水産物等の流通促進	1-(1)-エから移行
		(2) 本市農水産業を維持・発展させるため継続的に取り組む施策	ア 担い手の育成支援及び確保 (ア)農業後継者への支援 (イ)新規参入者への支援 (ウ)農福連携による担い手の育成
	【新規】 (エ)漁業の担い手の確保		
	【新規】 (オ)テクノロジー導入への支援		
	【移行】 (カ)援農ボランティアの充実		2-(2)-ウ-(ア)から移行
	イ 持続可能な生産環境への支援 (ア)環境保全型農業の推進・取組支援 (イ)つくり育てる漁業の推進 (ウ)農地の多面的機能の理解促進		
	(3) 関連する施策との連携		ア 公民館・地域団体等が実施する施策との連携 イ 観光施策との連携 ウ シティプロモーション事業との連携

第6章 計画の推進にあたって

市は、地産地消を推進するにあたっては、市民が生涯にわたって健全な心身を培い、豊かな人間性を育むことができるよう、生産者、消費者及び事業者と連携し、関係する機関等との役割分担のもと、計画の実現を図ります。

1 計画の推進体制

計画の実現にあたっては、条例第14条の規定に基づき、関係団体の推薦と公募により選出された委員で構成する「藤沢市地産地消推進協議会」において、「計画(Plan)」「実行(Do)」「評価(Check)」「改善(Action)」を繰り返す「PDC Aサイクル」の考え方に基づいた進行管理を行います。市は、藤沢市地産地消推進協議会と一体となって、生産者、農水産業関係者、消費者関係団体、商工関係団体、流通関係団体等の関係機関との連携を図りながら、計画の周知と施策の実行をしていきます。



2 関係者の役割

(条例第4条から第7条で規定される役割)

(1) 生産者の役割

生産者は、その生産する農水産物等が市民の健康を支えていることを自覚し、安全・安心、新鮮、おいしい・旬の藤沢産農水産物等の安定供給とその品質等に関する情報を消費者に提供するよう努めます。また、イベントや農水産物直売所における消費者との交流を通じて相互理解を深める取組を推進するものとします。

(2) 消費者の役割

消費者は、農水産物等に関する情報や生産者との交流等から「食」と「農」を理解し、藤沢産農水産物等を優先的に使用するよう努め、家庭及び地域において食育を推進するものとします。

(3) 事業者の役割

事業者は、生産者及び消費者と連携し、地産地消の推進に取り組み、藤沢産農水産物等の流通、利用拡大等に努めます。

(4) 市の役割

市は、地産地消の普及啓発や各事業の活動支援に取り組み、地産地消が地域の活性化につながるよう、地産地消の推進に関する施策を実施するものとします。

資料編

- 1 令和2年度地産地消に関するアンケート調査結果
- 2 藤沢市地産地消の推進に関する条例
- 3 藤沢市地産地消推進協議会規則
- 4 藤沢市地産地消推進事業実行委員会規約
- 5 藤沢市地産地消推進協議会委員名簿

1 令和2年度地産地消に関するアンケート調査結果

1 調査概要

(1) 実施目的

本アンケートの目的は、地産地消及び藤沢産農水産物に対する意識や関心、消費者の購買動向などについて調査し、今後の施策や事業の検討の参考とする。

(2) 実施方法

郵送アンケート調査

(3) 調査設計

- (1) 調査地域 市内
- (2) 調査対象 市内在住の18歳以上90歳未満の男女
- (3) 対象者数 3,000人
- (4) 抽出方法 住民基本台帳から無作為抽出
- (5) 回答方法 郵送回答もしくはWEB回答
- (6) 期間 2020年11月2日(月)発送/11月30日(月)締切

(4) 回答状況

1,587人から回答(回答率52.9%)
うち、郵送 1,268件 WEB 319件

(5) 対象者内訳

次の年代別対象者数を前提とした地区別人口比に応じて抽出

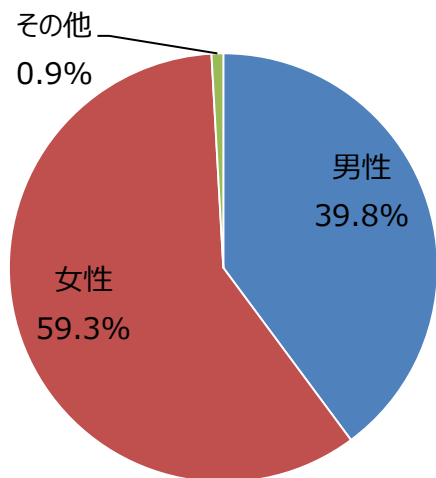
年代	対象者数 (人)	年代	対象者数 (人)
18歳・19歳	375	50歳代	375
20歳代	375	60歳代	375
30歳代	375	70歳代	375
40歳代	375	80歳代	375
		合計	3,000

(6) 調査結果を見る上での注意事項

- ・グラフに使われる「n」は各設問に対する有効回答者数、「k」は有効回答件数である。
- ・百分率(%)の計算は、小数第2位を四捨五入し、小数第1位まで表示。したがって、単数回答(1つだけ選ぶ問)においても、四捨五入の影響で、%を足し合わせて100%にならない場合がある。
- ・複数回答(2つ以上選んでよい問)においては、%の合計が100%を超える場合がある。

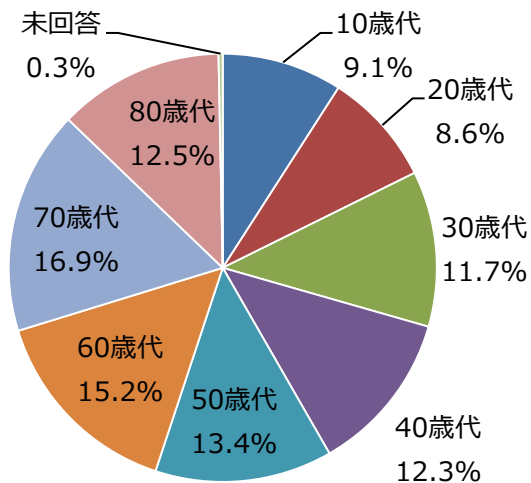
2 集計結果

(1) 性別をお答えください。



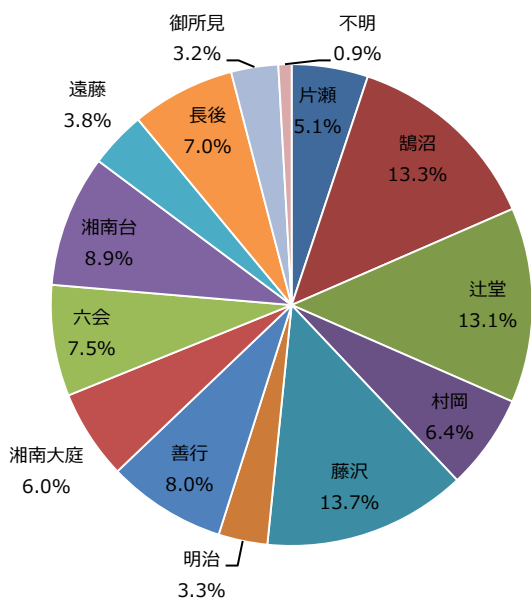
n = 1,581

(2) 年代をお答えください。



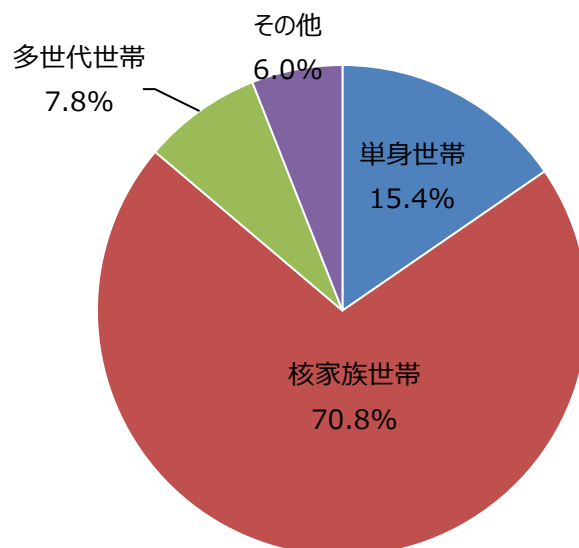
n = 1,583

(3) お住まいの地区をお答えください。



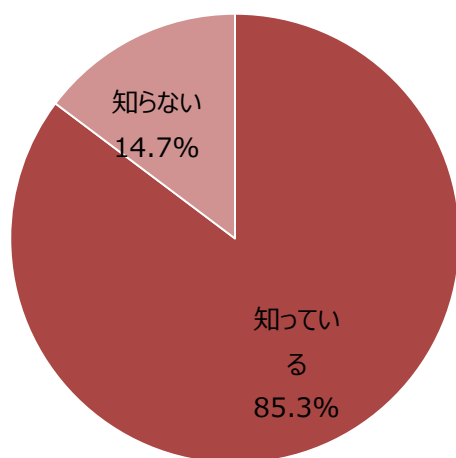
n = 1,581

(4) 世帯構成をお答えください。



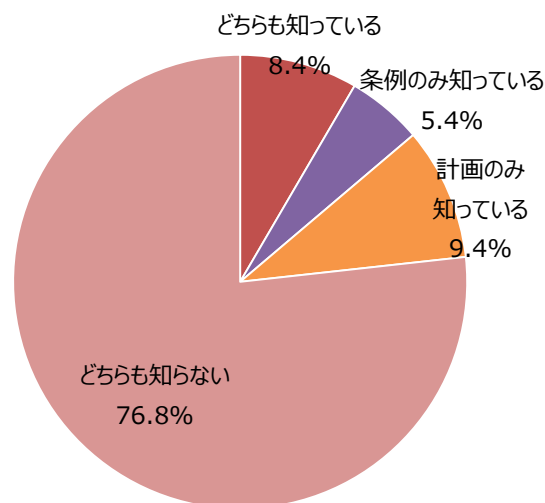
n = 1,571

(5) 「地産地消」という言葉をご存じですか。



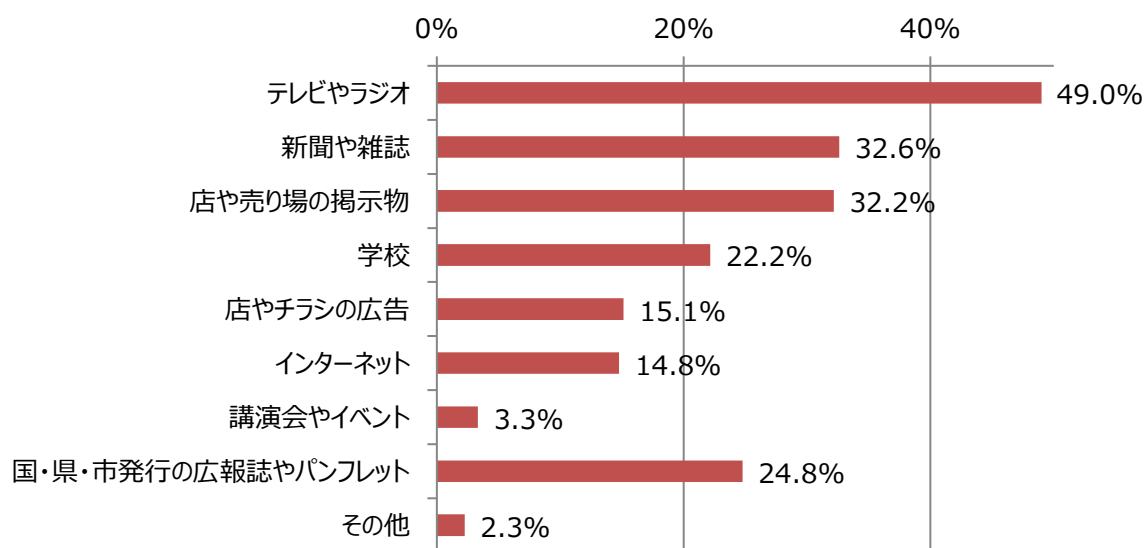
n = 1,567

(6) 藤沢市の地産地消に関する
条例・計画をご存じですか。



n = 1,355

(7) 「地産地消」について何からお知りになりましたか。((5) で知っていると回答した方) (複数回答可)



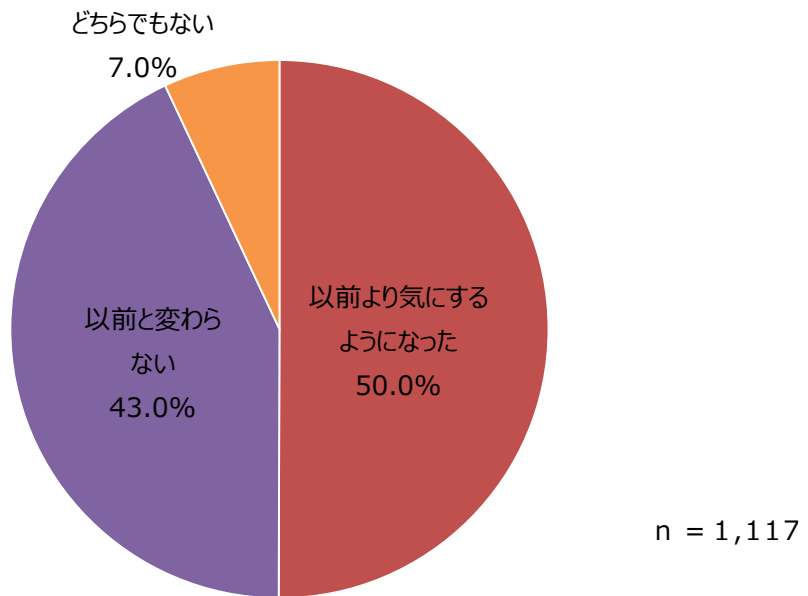
n = 1,110

k = 2,178

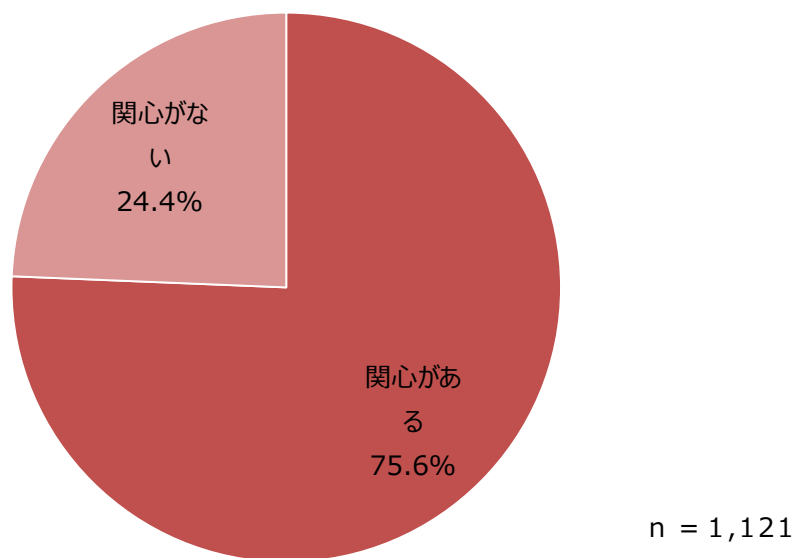
※主なその他の回答

- ・仕事を通して知った
- ・言葉から意味を想像した
- ・家族
- ・市役所の掲示物
- ・近所のお店
- ・書籍
- ・ふるさと納税
- ・一般常識

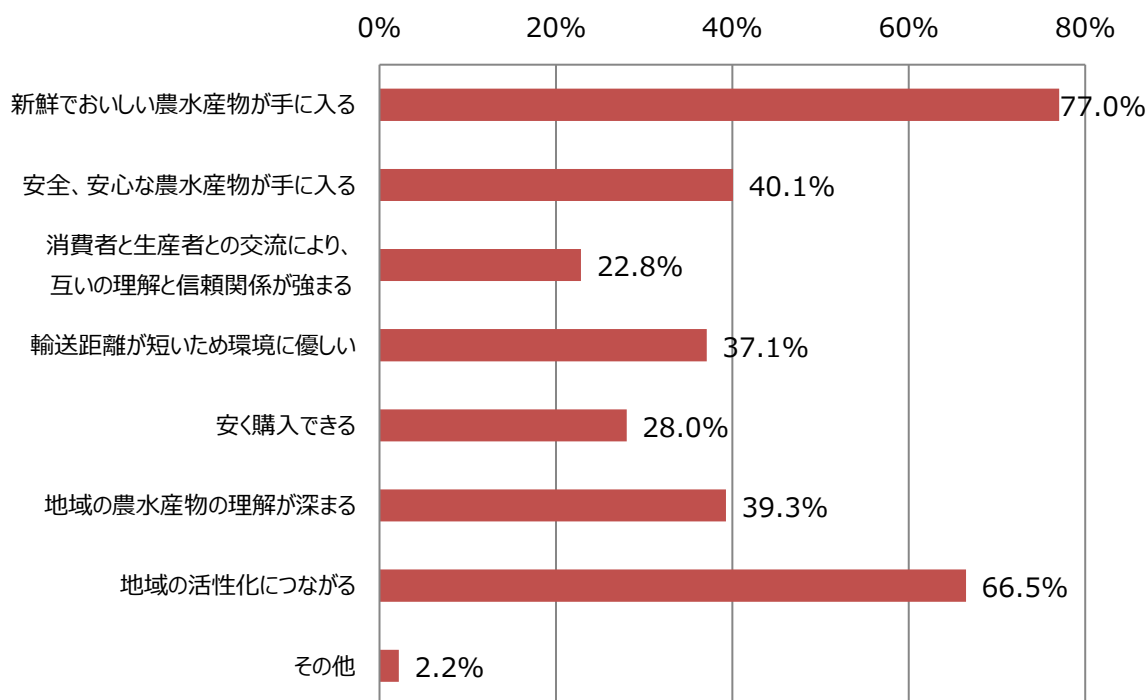
(8) 住んでいるまちの農水産物を意識するようになりましたか。((5) で知っている
と回答した方)



(9) 普段から「地産地消」に関心がありますか。((5) で知っている
と回答した方)



(10) 「地産地消」のどのようなところに関心がありますか。((9) で関心があると回答した方) (複数回答可)

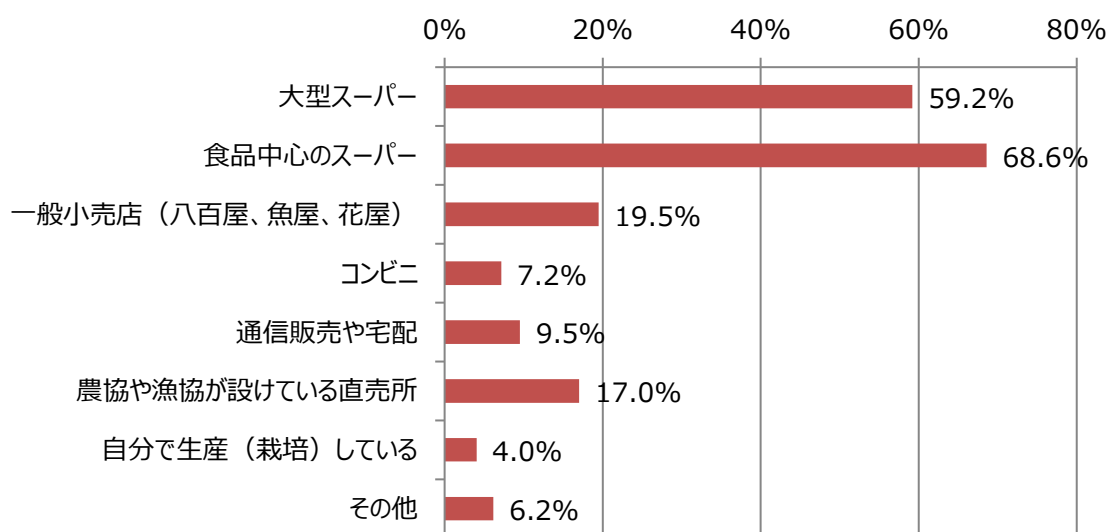


n = 871 k = 2,726

※主なその他の回答

- ・地産地消するにも販売しているところが近くにない
- ・自分の住んでいる地域をより知れて好きになっていく
- ・藤沢市内には多くの農水産物があり、新鮮かつ安全である
- ・こんなにもいい街なので対外的に藤沢のブランドイメージの活性化に上手く活かせないか、関心をもっている
- ・巡回・直接販売を積極的に利用したい
- ・調理方法などを教えてもらい、料理のレパートリーが増えた
- ・値段、品質があまり変わらず、かえって高いと思うことがある
- ・地産地消ゆえに安く購入できるように出来ないか
- ・その土地で作られている（よく育つ）食べ物は、その土地で暮らす人に合っていて、必要なこと
- ・災害時や輸出入規制が起きた場合に食料の供給が止まらなると考えられる

(11) 普段、農水産物はどこで入手することが多いですか。(複数回答可)

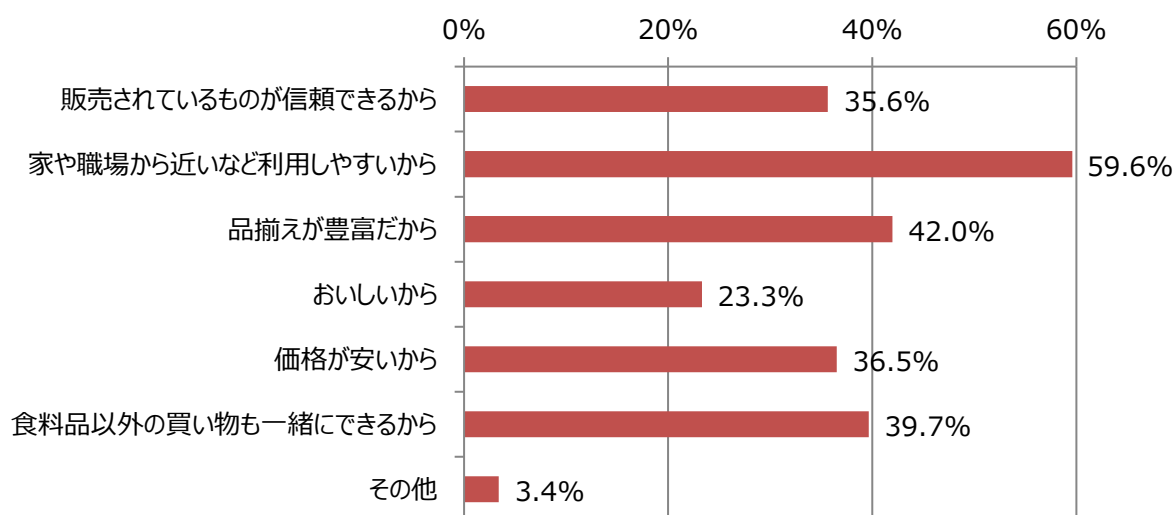


n = 1,509 k = 2,885

※主なその他の回答

- ・無人販売
- ・農家直売所
- ・家庭菜園
- ・デパート
- ・親族、知り合いからもらう

(12) (11)で農水産物を入手されている理由は何ですか。(複数回答可)



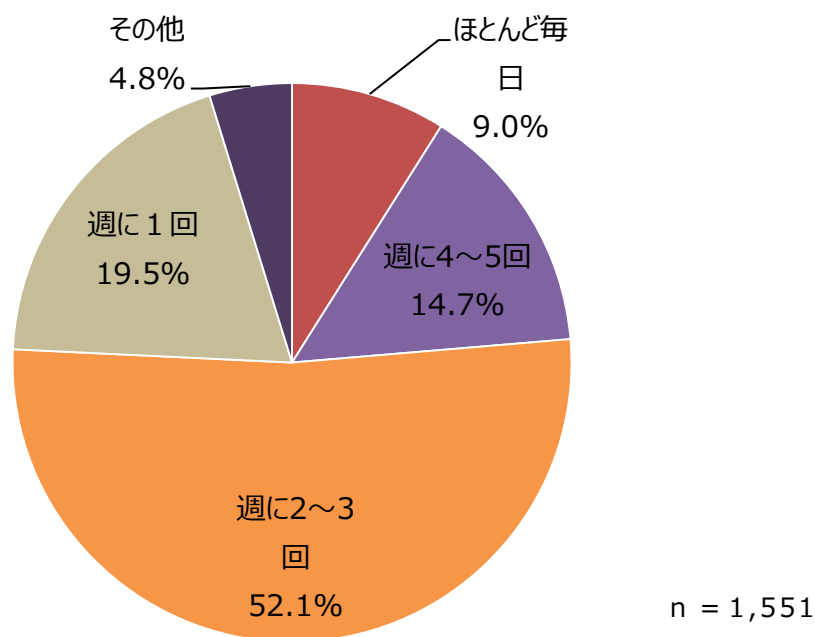
n = 1,498 k = 3,597

※主なその他の回答

- ・地元商品を販売しているから
- ・コロナで近場しか行けないから

- ・地元ならではの商品に出会えるから
- ・新鮮だから
- ・ポイントが貯まる
- ・楽だから
- ・市役所に置いてあるパンフレットを見て
- ・宅配は便利だから
- ・無農薬など安全で安心な野菜を食べたいから
- ・楽しいから
- ・野菜のもちがよい
- ・地産の応援
- ・なるべく密になりにくいスーパーを選ぶ
- ・どんなものがあるか関心があるから
- ・プラスチックの袋に包装されていないものが多いから
- ・食料としてどこかで購入せざるを得ないから
- ・家族に地産地消に関心のある人がいるから
- ・地元農産物を知るきっかけになるから
- ・病院に行く途中で売っているため
- ・その日の朝に取れた新鮮な野菜を売っているため
- ・24時間開いているお店だから
- ・近いから

(13) 農水産物を購入する頻度はどれくらいですか。

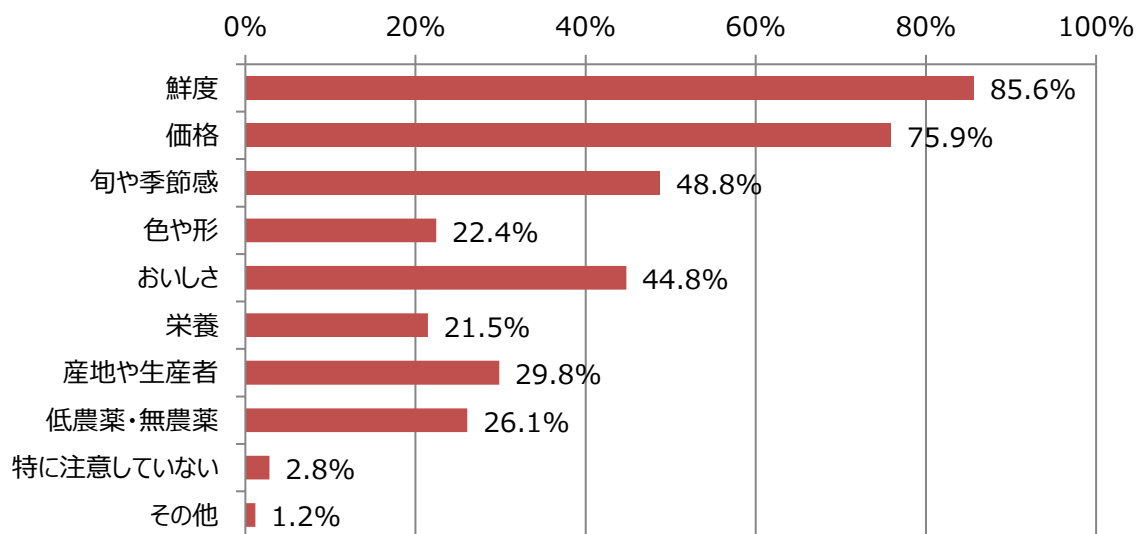


※主なその他の回答

- ・自分では購入していない
- ・月に1、2回

(14) 購入する農水産物について、どのようなことに注意して選んでいますか。

(複数回答可)



n = 1,552 k = 5,570

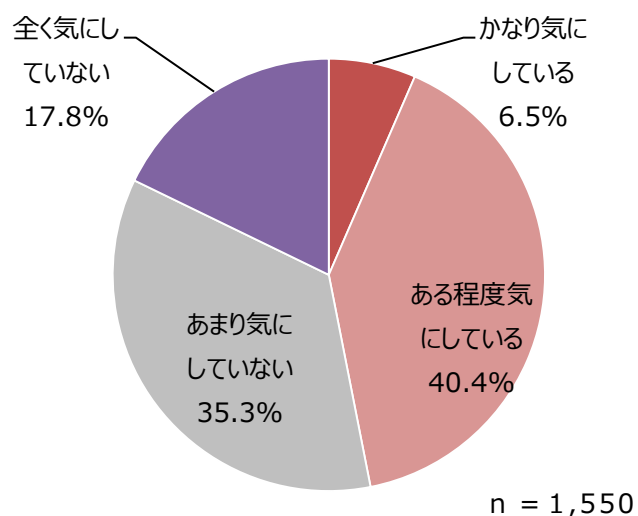
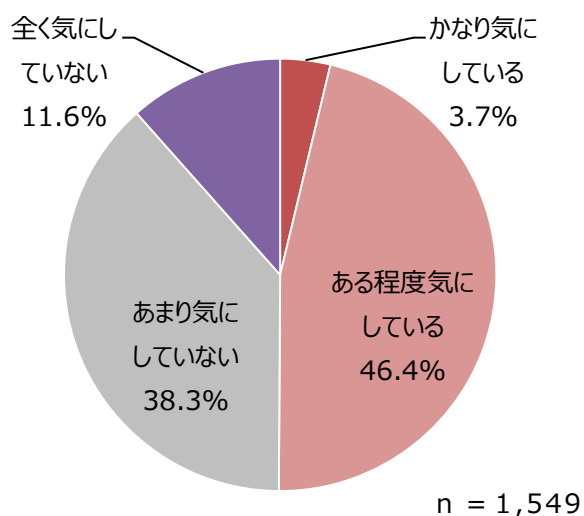
※主なその他の回答

- ・国産の物を購入する様にしている
- ・外国産の物は買わないようにしている

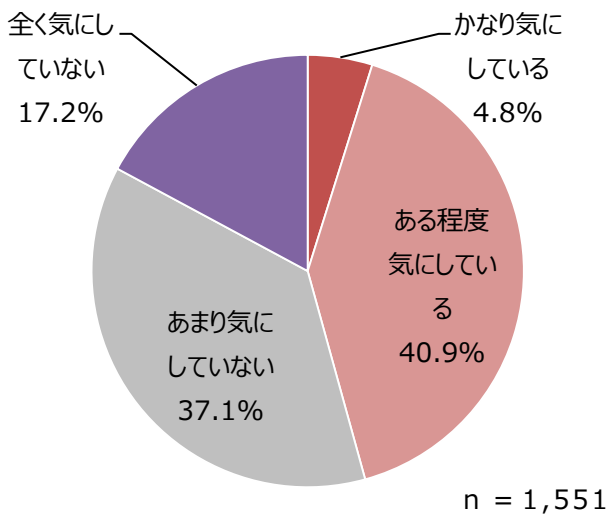
(15) 購入する農水産物の産地に関して、どの程度気にしていますか。

①ブランドとして有名な産地のものであること。

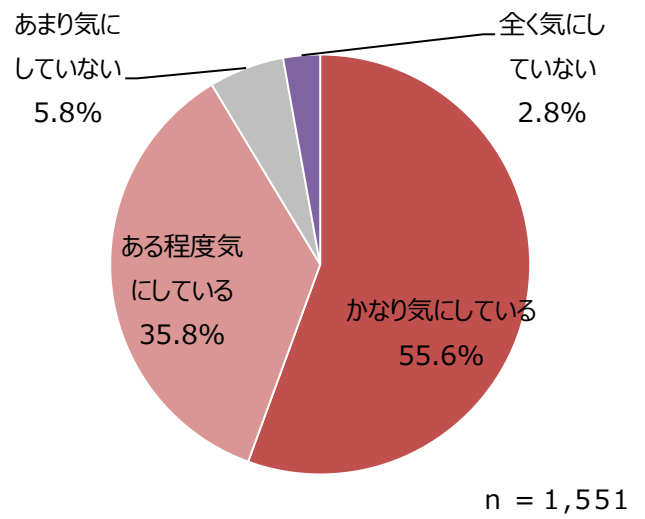
②藤沢産のものであること。



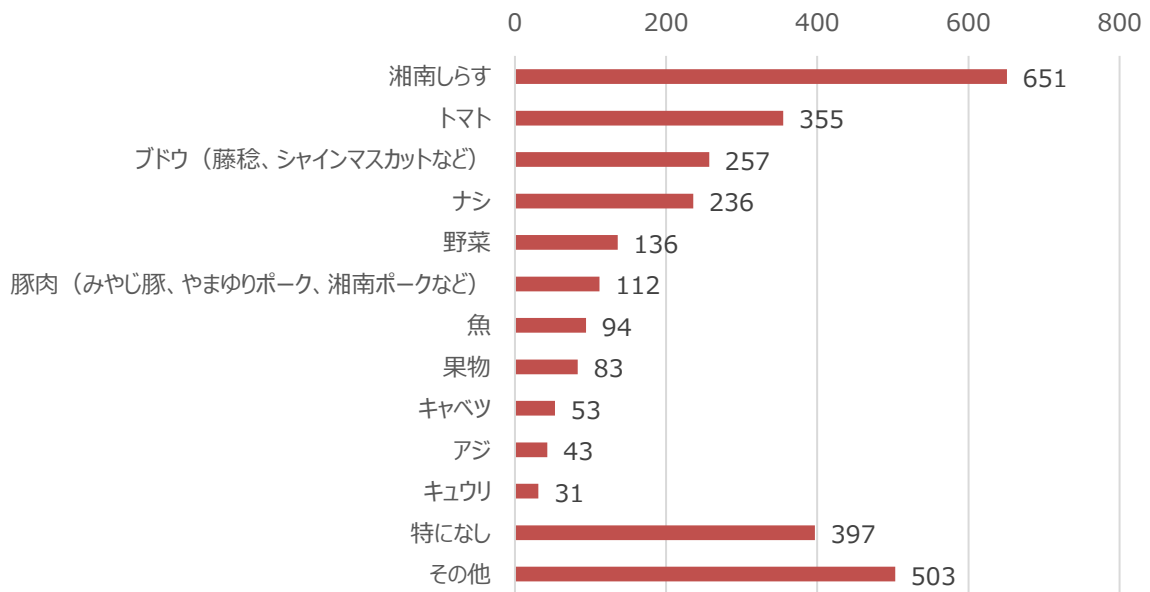
③ 県内産のものであること。



④ 国産のものであること。



(16) 藤沢産の農水産物といえば、何を連想しますか。(複数回答可)

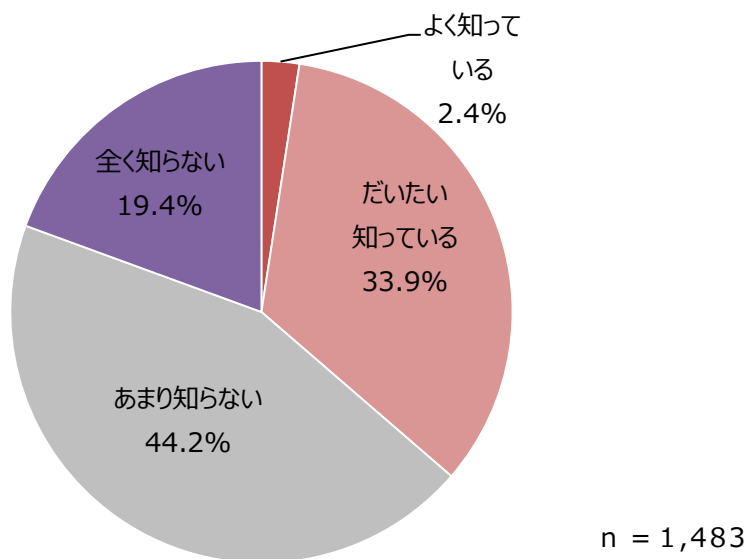


n = 1,553 k = 2,951

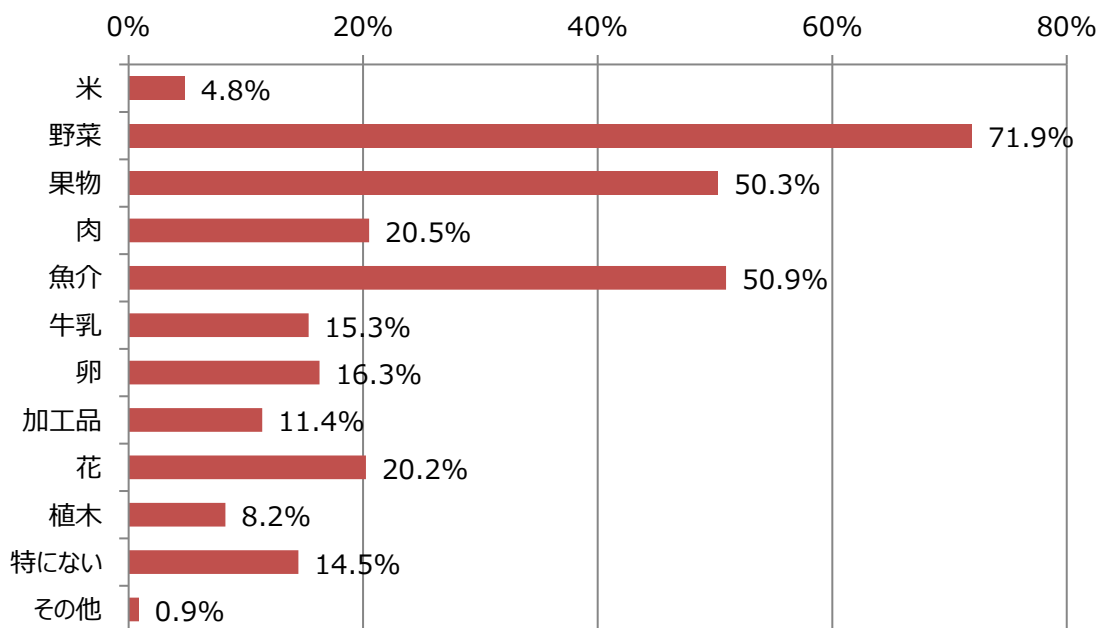
※主なその他の回答

- ・ほうれん草
- ・小松菜
- ・湘南はまぐり
- ・さつまいも
- ・湘南ゴールド
- ・イワシ
- ・大根
- ・とうもろこし
- ・米 (はるみ、あいがも米など)
- ・花
- ・牛乳
- ・柿
- ・レタス
- ・サザエ

(17) 藤沢市内で生産されている農水産物の旬の時期をご存じですか。

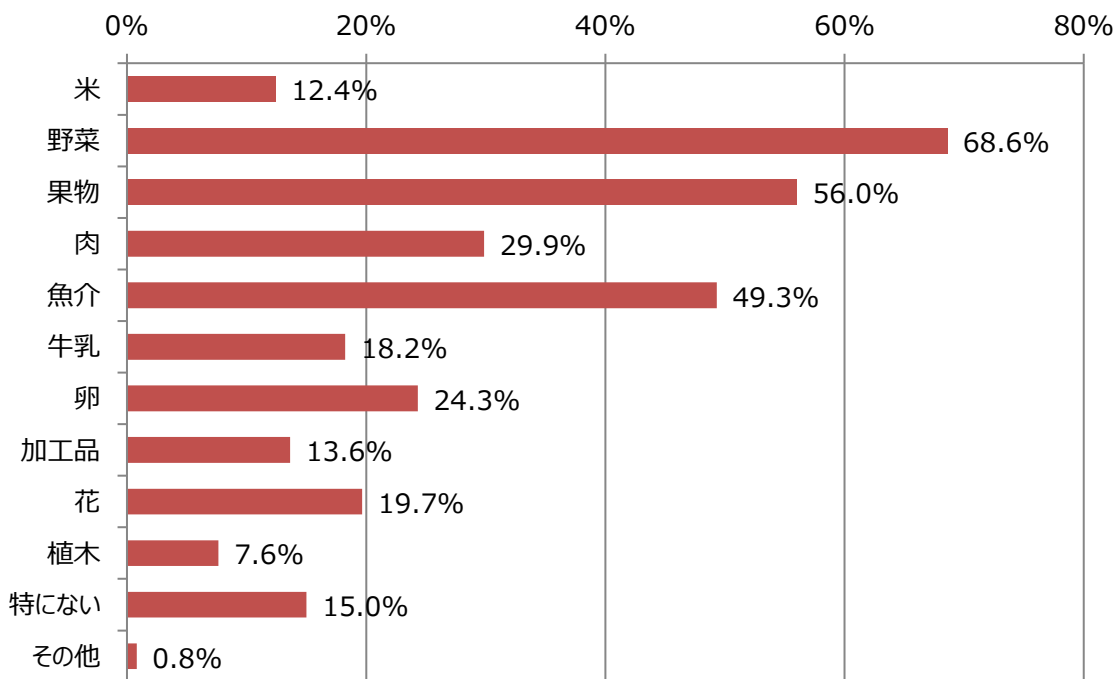


(18) 購入したことがある藤沢産の農水産物は何ですか。(複数回答可)



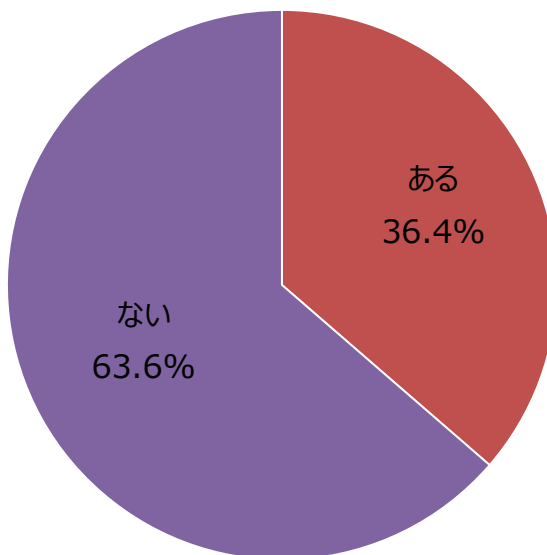
k = 1,492 n = 4,257

(19) 今後、購入したい藤沢産の農水産物は何ですか。(複数回答可)



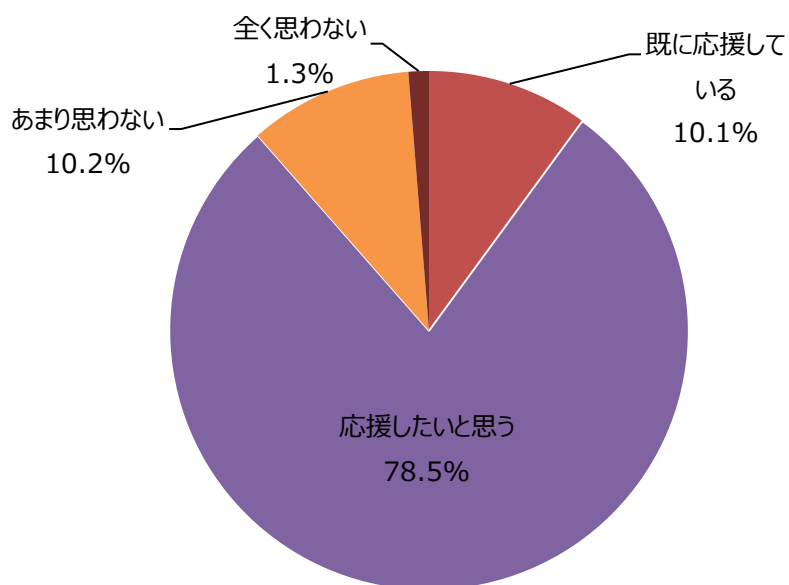
n = 1,480 k = 4,670

(20) 「藤沢産」ロゴマークを目にしたことがありますか。



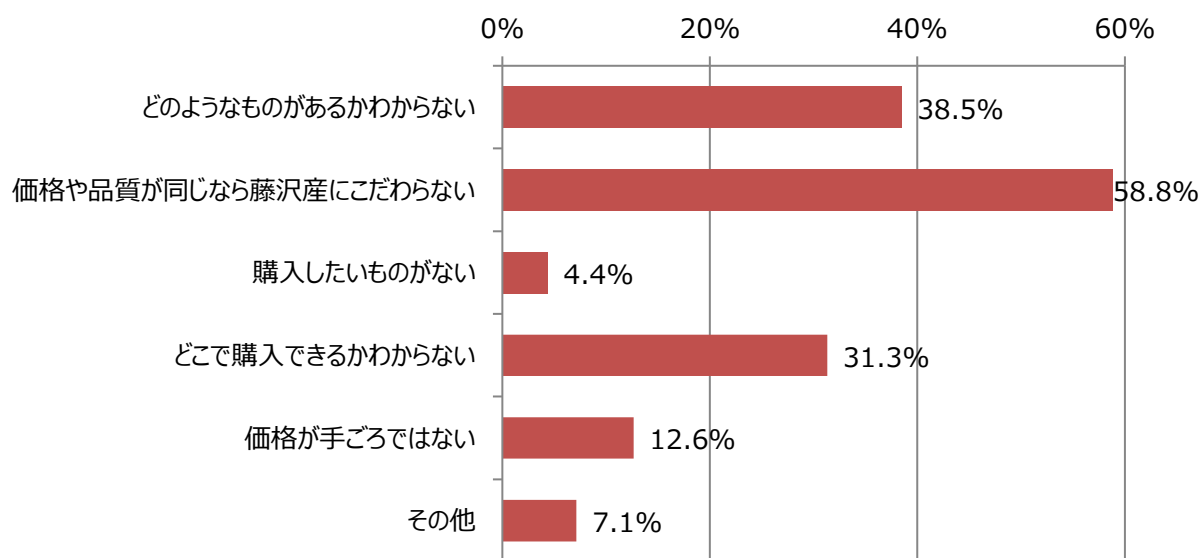
n = 1,493

(21) 藤沢産の農水産物を購入して「地産地消」を応援しようと思いますか。



n = 1,492

(22) 藤沢産の農水産物を購入して「地産地消」を応援しようと思わない理由はどのようなことですか。((21) で「あまり思わない」、「全く思わない」と回答した方) (複数回答可)



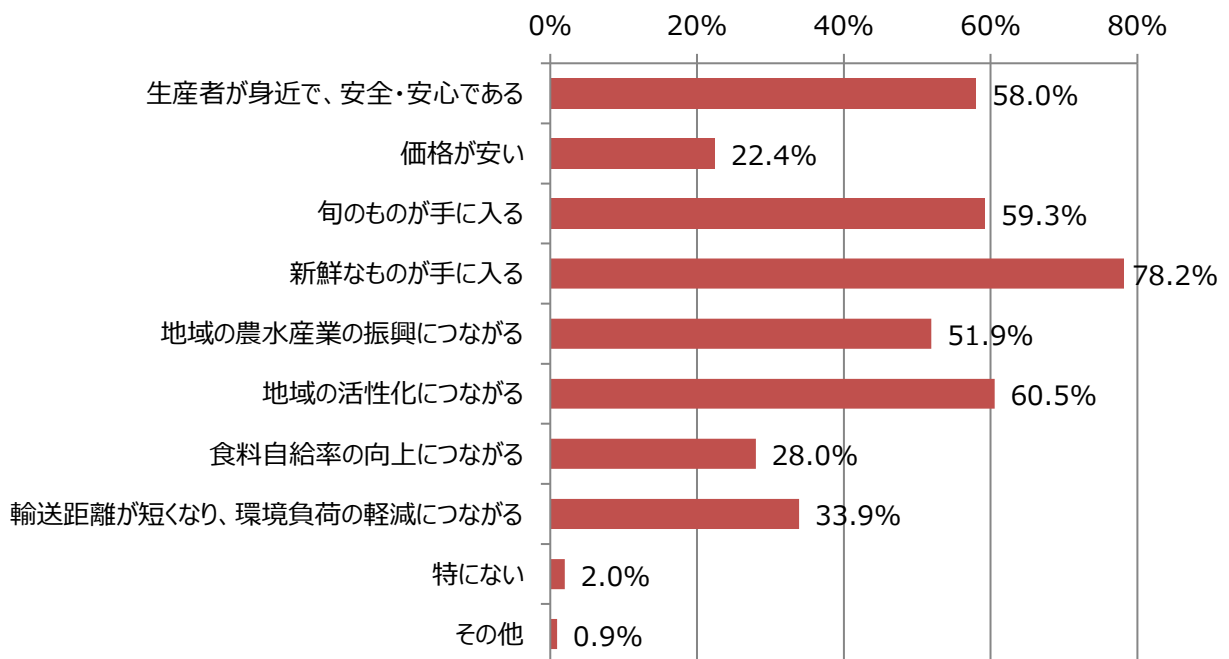
n = 182 k = 278

※主なその他の回答

- ・藤沢市の活性化が第一次産業に依存しているという印象があまりないから
- ・興味がない
- ・有名な産地の美味しいものを選びたいと思う
- ・美味しくないものがあった
- ・ロゴマークのついている物がわからない
- ・いつも近くの生協で買うので
- ・近い地域のものから買う
- ・のぼり旗が立っていれば寄る
- ・販売しているところがわからない
- ・販売している場所が遠い
- ・購入する機会がない

(23) 「地産地消」のメリットとして、あなたの印象や感じるものを選んでください。

(複数回答可)



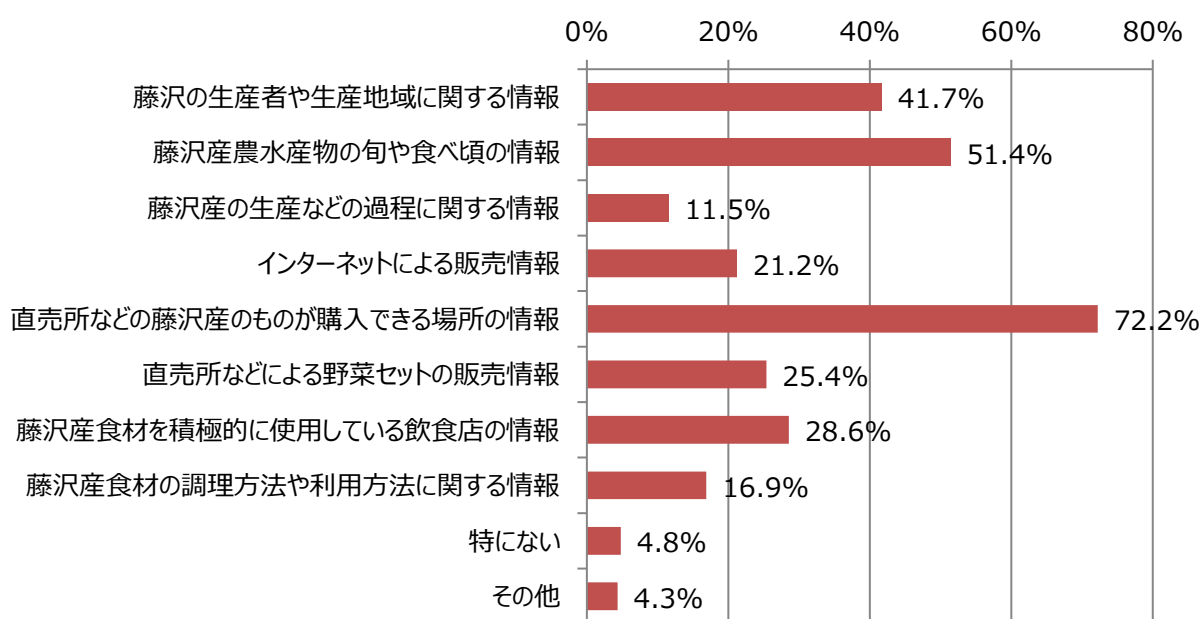
n = 1,475 k = 5,829

※主なその他の回答

- ・希少品種が手に入る
- ・地元愛が強まる
- ・他の所へ出回らないことで、希少価値が高まり、ブランドイメージが向上する
- ・食品ロスも減る

- ・市の発展にもつながる
- ・普段から生産品が地域にあれば、災害時等有効に活用できる
- ・他にはないおいしさがある
- ・地産地消のメリットをもっと多く広めた方がいい
- ・将来的に、藤沢市としての活動のみではなく、県内外の他の市町村と連携できるともっと幅広くいろいろなことを知ることができる
- ・流通が短く速いため、コストが安い
- ・地産地消により「ふるさと納税」しているような感じになる
- ・美味しい
- ・放射能汚染されていない

(24) どのような情報があれば、あなたは「地産地消」に取り組みやすくなると思いますか。(複数回答可)



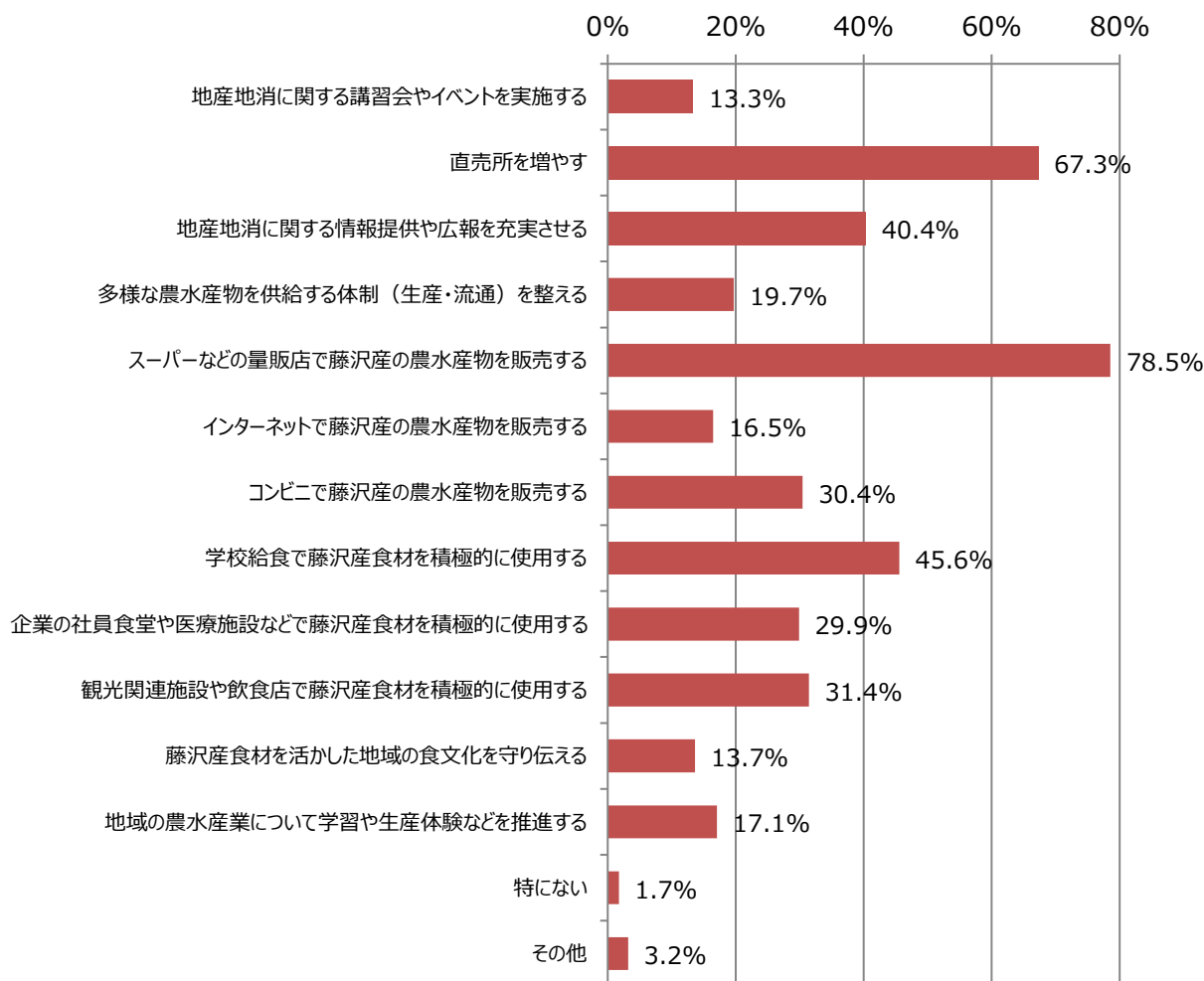
n = 1,498 k = 4,166

※主なその他の回答

- ・市内のどの辺りで何が作られているか知りたい。
- ・マップをインターネットで見られるといいと思う。
- ・販売所で品物の近くにロゴマークがあればわかりやすいと思う。
- ・藤沢産食材を取り扱っているお店の看板や、置いてある商品が藤沢産だとわかりやすくする。
- ・タウンニュース紙面や携帯広告を利用する。

- ・購入できる場所が増えると目に入るようになる。
- ・タレントさんや民間の経験ある方などにも地産地消の取組に参画してもらおう。
- ・インスタのふじきゅんアカウント、もしくは専用アカウントで発信してほしい。
- ・大型スーパーなどの一角に地産地消コーナーを作る。
- ・若いのであまりスーパーに行く機会がないけれど、江ノ島水族館などに展示してあると目に触れると思う。
- ・親が買い物しているので自分によくわからない もっと若者にもわかるように宣伝してほしい。
- ・市役所の前、駅に近い公園など人の集まる所で定期的に市場を出す（月に1回でもいい）
- ・大型スーパーで地元産の販売量を増やし、情報発信する機会を増やす
- ・もっとわかりやすく。イベントではなく、日々の生活空間で。
- ・スーパー等でもっと大きく「藤沢産コーナー」があったらいいなと思う。
- ・直売所の場所が分からない。
- ・その農水産物が新鮮で美味しいことがわかること。
- ・ネットでも購入できる。
- ・広報ふじさわでのお知らせを行う。
- ・藤沢産の農水産物を扱っているスーパーの情報。
- ・SNSを活用する。
- ・藤沢産農水産物を積極的に扱うスーパーや飲食店等に対し、市が公式認定し、認定マークを店頭・店内等で掲示する。

(25) 「地産地消」をより進めるためにあなたが効果的だと思う取組を次の中から選んでください。(複数回答可)



n = 1,501 k = 6,135

※主なその他の回答

- ・輸送距離が短くエコであることを商品に表示する。輸送コストがかからない分安いのであればそれをアピールする。
- ・駅で販売する。
- ・子どもたちがもっと農業に触れる機会があるといいと思う。
- ・利用しているスーパーで鎌倉野菜のコーナーを設けているが、よく売れていると思うので、藤沢産コーナーも設けてほしい。
- ・補助金を助成する。
- ・無農薬、有機肥料などで作っている生産者の野菜などを近くの小売店、直売所などで販売してほしい。また、プラスチック包装なしで販売してほしい。
- ・定期的な訪問販売があるといい。
- ・生産者のこだわりや安全・安心な農産物であることを情報提供してほしい。また、その生産物を購入することのメリットを伝えるべき。

- ・具体的に農薬等の使用量、回数等を示す。
- ・他県のことだが、コンビニで近くの農家が作った野菜が売られていた。コンビニを活用すれば、店舗を新しく設けなくても販売できる。
- ・藤沢産農産物が販売しているところにロゴマークがあればわかりやすい。
- ・駅の近くで藤沢産農産物を購入できる場所があると利用しやすい。仕事帰りに買い物をするので、20時くらいまでやっているといい。
- ・若い方々に農業に関心を持ってもらい、後継者不足で悩んでいる農家の解決に繋げ、さらには地産地消にも寄与してもらおう。
- ・コロナの影響で一つのお店でまとめて購入するようになりました。また、ネットスーパーで購入することも多くなり、藤沢産を選ぶことができません。各お店やサイト上で「藤沢産」を表示してもらえれば、購入時の「決め手」の一つになると思う。
- ・スーパーなどでのぼり旗や大きなポスターを店頭に掲示して、藤沢産の農水産物を販売していることを知らせる。
- ・農薬を使わず、形や見た目より採れたてを重視し、価格対応への取り組み（市の支援等）も踏まえて、大型スーパーでの販売に取り組む。また、作る事を含む流通から消費までの公的な支援をする。
- ・形などが悪くてもお手頃な値段であれば購入したいので、お得情報があるといい。
- ・たとえ安くても量が多かったり、土がついたままなどでは、単身世帯には購入が厳しい。多種野菜の詰め合わせ（+レシピ付属）などが安価にあれば助かる。また単身者は昼間に仕事もあるので夕方に閉まる直売所は利用できない。
- ・食品を扱ってないところで販売してみる。
- ・割安感を与える。
- ・道の駅などを開設する。
- ・今はコロナで様々なイベントが難しくなっているが、落ち着いた時にはイベント等を開催すれば、大きな効果があると思う。
- ・生協や農協に行きますが藤沢産の野菜は少ないと思う。
- ・駅のサンパール広場など、地域の人が集まる場所に定期的に店を出し、新鮮な魚、野菜、果物を袋単位にして、売りやすく買いやすくし、少し安価で販売すると住民によく知れ渡る。形の規格外などでも新鮮で安価で低農薬の物でしたら売れる。または車で販売でも宣伝して特徴を持たせないといけません。
- ・価格を安くする
- ・ある程度まとまった量や種類を置かないと目がそこにとまらない。
- ・小中学生向けの地産地消に関する講習会やイベントがあったらいいと思う。
- ・コンビニで藤沢産の農水産物を販売して高そうなイメージが払拭できればよさそう。

- ・人の多く利用する銀行とか公民館で日にちとか曜日とか決めて販売するとともにイベントや講習会情報も目に入る形で掲示し、チラシの配布も試みる（定着するまで）。地域の公民館が情報提供するのがいいと思う。
- ・移動直売所が常時あると利用したいと思う。
- ・広報ふじさわを通して、旬の食品のPR、レシピの案内。
- ・クーポンを配布。
- ・保育所や学校に生産者さんや魚屋さんが実際に行って、園児や生徒の前で調理してくれるととても効果があると思う。
- ・テレビのニュース番組、電車・バス乗り継ぎのぶらり旅などで芸能人に食べてもらう。私はそういった番組で鎌倉野菜を知った。
- ・学校給食の献立に藤沢産が入っている場合は給食だよりで知らせてほしい。
- ・販売場所が少し遠くても美味しければ買いに行く。
- ・スーパーや直売所で藤沢産の農水産物を集めたブースを常時または定期的に設置する。

(26) このアンケート及び「地産地消」についてのご意見等がありましたらお聞かせください。

- ・藤沢産農産物は意外と価格が高いイメージがあるが、そのイメージを払拭できると思う。
- ・PR活動を知らなかったが、今後は注目していきたいと思うし、期待する。
- ・藤沢の野菜を買うところと言ったら善行のわいわい市くらいしか浮かばないが、とても混んでいるイメージがある。魚は海沿いまで行かなければならない。どこで、どんなものが売っているかをもっとアピールしてもいいのではないかと思う。広報にどんどん情報を載せてみたらどうか。
- ・近所で買い物する小売店やスーパーなどがあると利用しやすい。
- ・スーパーに行った時、地元産が特別な棚に分けて置いてあると、先にそちらに目が行く。今までは、あまり考えなかったが、先日ちょっと多めに買わせてもらった。
- ・近所の無人直売所で農産物を持ち去る人が多いから、中止になってしまったが、とても残念。
- ・地産地消というと新鮮で安価に手に入ることを期待しますが、実際に購入する商品を見ると、こだわりの生産法であったり、付加価値がついて、他の生産品よりも高価であることが多いように感じる。商品のPRはもちろん大切かと思うが、応援する市民に対して何らかのメリットがなければ普及しないと思う。
- ・野菜は近くの直売所によく買い物に行く。新鮮なもの、旬の野菜が並んでいるのを見ると、季節の移り変わりも感じられて、より美味しく感じる。六会地区には「わいわい市」がある。地元の野菜がいっぱい並んでいるだけでなく、きれいなお花も売られているので、行くのが楽しみ。
- ・定年後の方が地産地消に関する職業を市で斡旋すればいいと思う。また、そういうシステムができればいいと思う。
- ・最近、藤沢市民になられた方が増えていると思うので、ロゴマークを含めて、地産地消のPR（パンフレット、マスコット、広報ふじさわ等）をした方がいいと思う。
- ・新鮮そうに見えないのに値段が高いので、買えないことが多い。
- ・藤沢ブランドを嫌いな人はいないと思うので、まずは市民の目に触れてもらう機会をつくること、買いやすくすることが最優先だと思う。
- ・子どもの多い藤沢なので、健康、安全、安価な商品で子どもの将来と、地域の将来が豊かになるように地産地消を大いに推進してほしい。
- ・消費者への意識を高めるためにも、地産地消の取組はとてもいいと思うので、今後も積極的に活動してほしい。
- ・スーパーなどで地産地消のコーナーが見当たらない。
- ・藤沢市の地産地消について、ほとんど知らなかった。

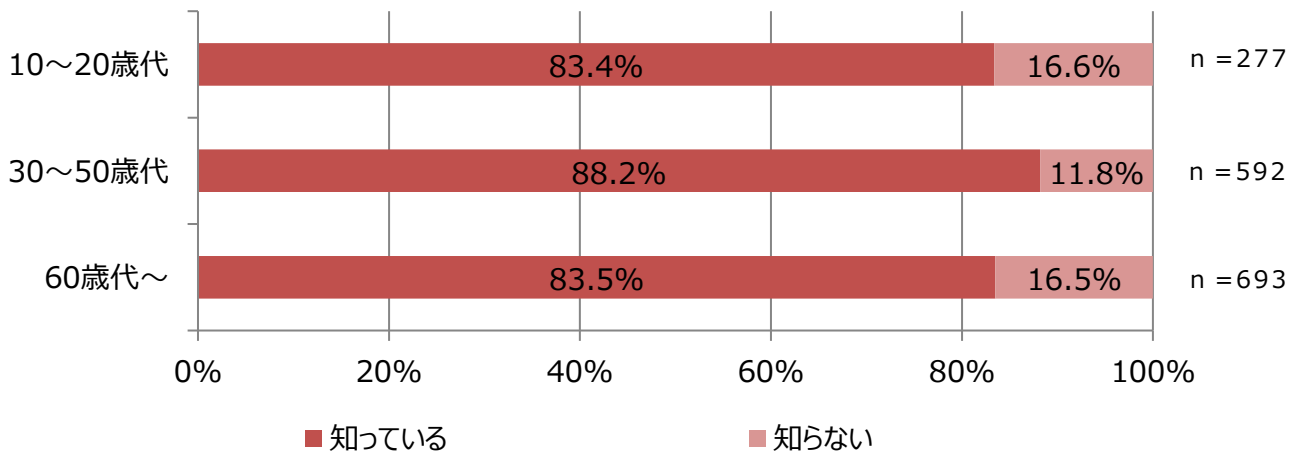
- ・以前、友人の車で六会の直売所に行って、何でも揃っていて広々としていたので近くに
あつたらと思った。車がないのでその後は行ってない。
- ・色々な方法で情報をもっと増やす
- ・車が無いと行けないところではなく、駅の近く等の買いやすい場所でいつでも買いに行け
るようなお店があればいいと思う。
- ・駅前広場で地産品を販売して、もっとアピールすればいいと思う。
- ・普段から友達とよく江の島に遊びに行ったりするが、コロナがなければ湘南は観光客にも
人気なので、若者に人気のカフェ等で PR すれば効果的だと思う。
- ・地元農業の活性化を計り、衰退を防ぐ。
- ・スーパーで直売会のようなものがあればもっと身近になる。
- ・肉類や魚介類は冷凍できるが、野菜は近くに直売所等ができれば高齢者も助かると
思う。毎日野菜が必要なので遠くのスーパーまで買いに行かないといけない。
- ・これからも頑張ってください!!応援しています!!
- ・大型道の駅を建設し、農水産物を販売してはどうか。
- ・無農薬で、安全安心な食材が、消費者の手に入りやすく、かつ土地や地域の環境、
健康にも役に立つようなものになればいい。
- ・地産地消の取組で藤沢の野菜や果物は安全安心というブランドにつながると思う。
- ・泥付きで環境に配慮したプラスチックフリーの販売がいい。
- ・市として消費者に伝えていくことを通じて、生産者にも価値を見出す機会を与えてほし
い。
- ・湘南は知名度があるが、藤沢は知名度が低いので、湘南と藤沢を結び付けて「地産
地消」を進めてもらえると嬉しい
- ・市役所広場等で定期的に野菜や肉（地産）の朝市をやってほしい。
- ・藤沢市ガンバレ！江の島もある
- ・地産地消に興味はあるが値段が高いと買わないと思うので、パッケージや梱包はできる
だけ簡単にしてコストを抑えてほしい
- ・コインロッカーみたいな販売の仕方はいいと思うが、鮮度が分からないのでやっぱり実際に
触れられる方がいい
- ・私は藤沢に暮らしてみたいいい街だと実感していて、企業で働いているが、近い将来地域
に社会貢献で役に立っていきたいと考えている。いつもありがとうございます
- ・魚はとれたてなら臭みもなく、とても美味しいので近くのスーパーで販売してほしい。
- ・地元の野菜や果物が地元のお店で買えるので嬉しい。新鮮、安心、めずらしい野菜も
時々ある。規格外でも安かったらいいと思う。
- ・藤沢ブランドの湘南はまぐりは大きくて、食べてみたいけど高級すぎる。
- ・地元でとれた魚介を一般市民が気軽に食べられるように地元のスーパーで安く売ってほ
しい。

- ・藤沢産は新鮮と分かるが、高いイメージがあるため、イベント、フリマ等、他の目的と一緒にならついでに買ってみようと思う。
- ・地産地消には大変興味があるが、積極的に取り組んでいくべきだと思う。応援しているので、頑張ってもらいたい。
- ・藤沢産の有名品を教えてください。その後は地方応援に全力していきます。
- ・老人や若い人たちが気軽に購入できる場所を増やしてほしい。
- ・藤沢で生まれ育っているので地元を大切にしたい生活を送りたい。
- ・「国産野菜 100%の飲食店があればいいな」といった会話は外食をするたびにしている。居酒屋ではないファミリーレストラン等で地産地消の食材を使っているご飯屋さんがもっと増えたらこのご時世嬉しいし、その情報をチラシや店の前にのぼり旗等で教えてもらえたら助かる。
- ・地産地消は何も一次産業だけでなく、全産業を通して行う必要がある。その取組が藤沢名産品につながると思う。
- ・地産地消について知ろうと思ういい機会になった。
- ・「藤沢産」ロゴマークを今回初めて知った。知名度が低いので、注意して見ないと気づきにくい。使用した人に対して、インセンティブを与えるべきではないか。
- ・学校などで地元の名産品などを伝える機会を設ける。そうすれば子どもの頃に受けた経験は覚えているし、子どもが親などに伝えれば多くの人に知れ渡る。逆に公民館などを使ったイベントではあまり効果はないのかなと思う。若い世代は行きたがらないし、社会人は時間が無い。それとスーパーの値札の横にちょこっと書けば、値段は人が意識して見ているから目に留まる。そしたら自然と地元のだと浸透して、主婦層や高齢の方にも知れ渡ると思う。
- ・海岸近くに住んでいるが、漁港以外で相模湾産の魚を見ることが無い。一般市場には出回らないのか。海の近くに住んでいるのに、遠方からの大衆魚を購入するたびに複雑な気持ちになる。
- ・「藤沢産」ロゴマークはデザインがありきたりで印象が薄い。
- ・地元愛はあるので藤沢産を積極的に購入するが、農薬の使用等、生産者が安全安心な活動をされていることが分かるという。

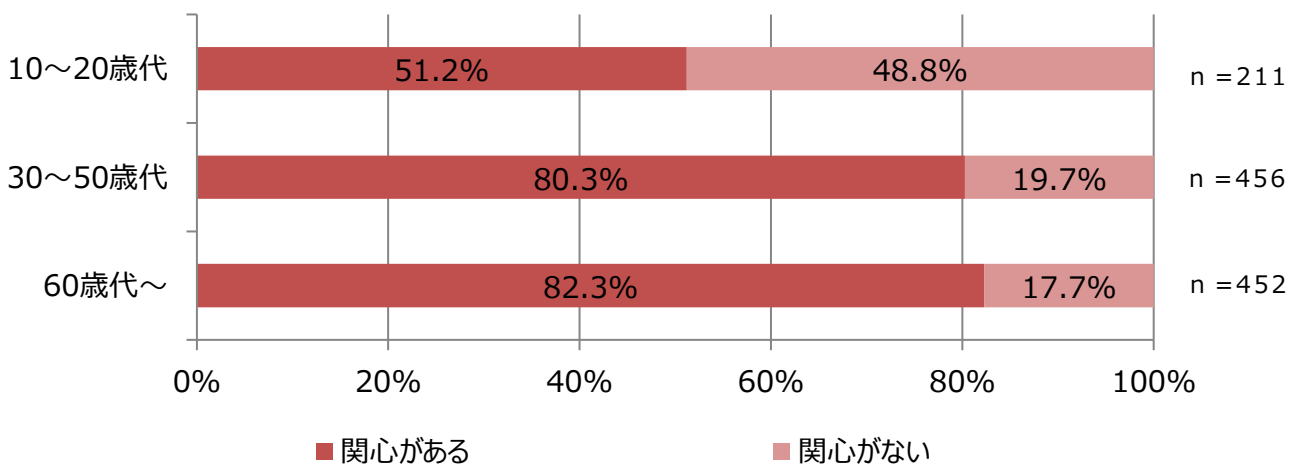
3 クロス集計結果

(1) 年齢別集計

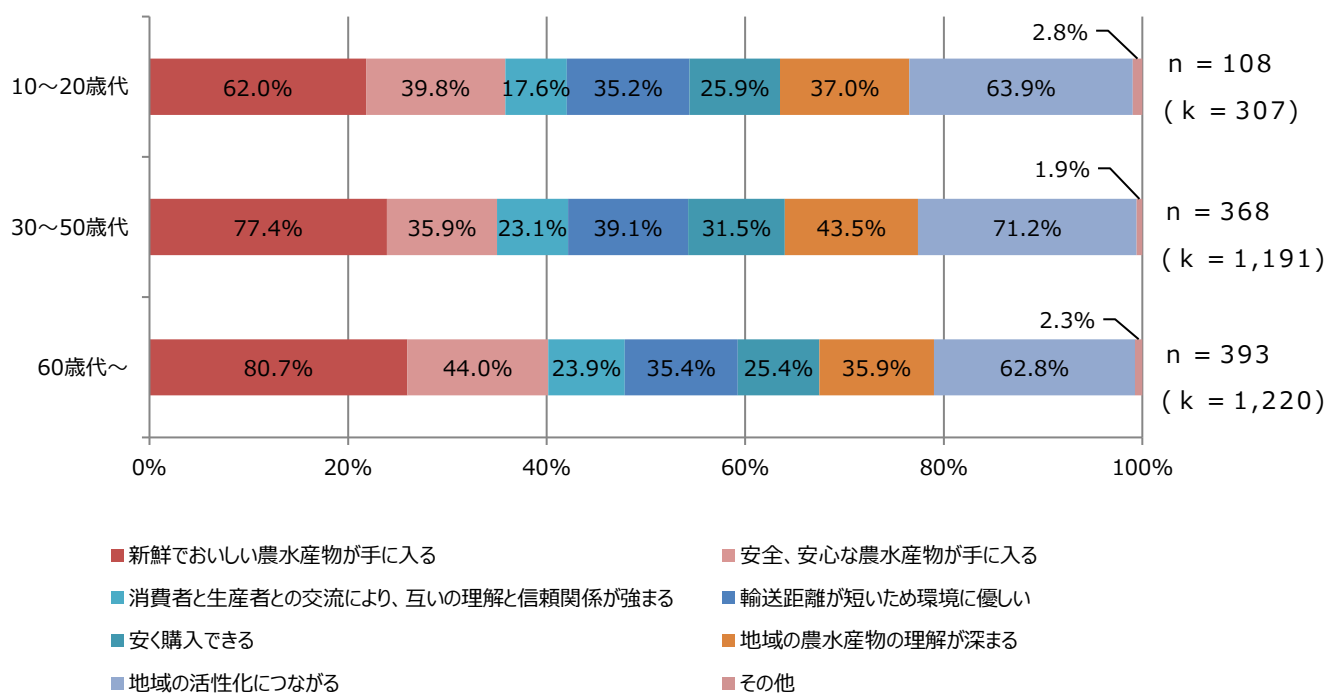
① 「地産地消」という言葉をご存じですか。



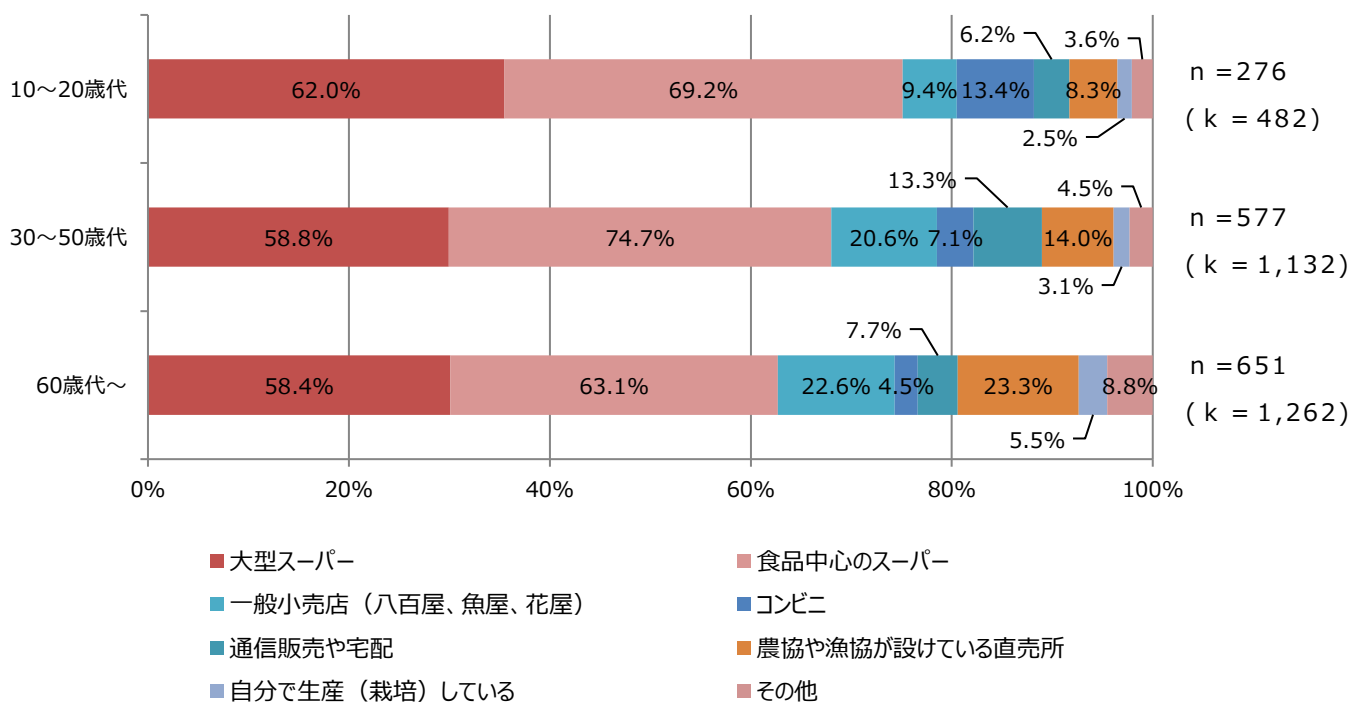
② 普段から「地産地消」に関心がありますか。(①で知っていると回答した方)



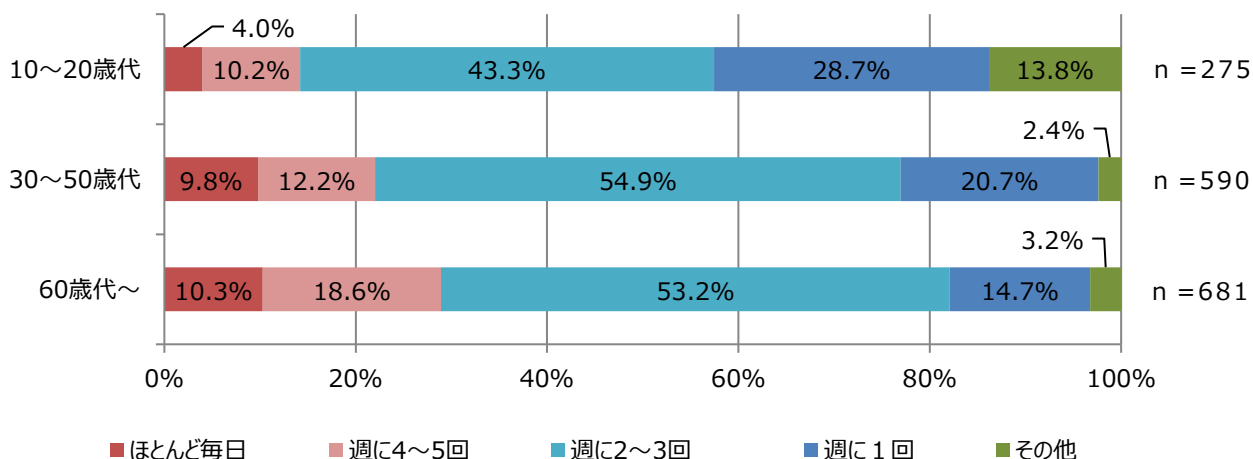
③ 「地産地消」のどのようなところに関心がありますか。(②で関心があると回答した方) (複数回答可)



④ 普段、農水産物はどこで入手することが多いですか。(複数回答可)

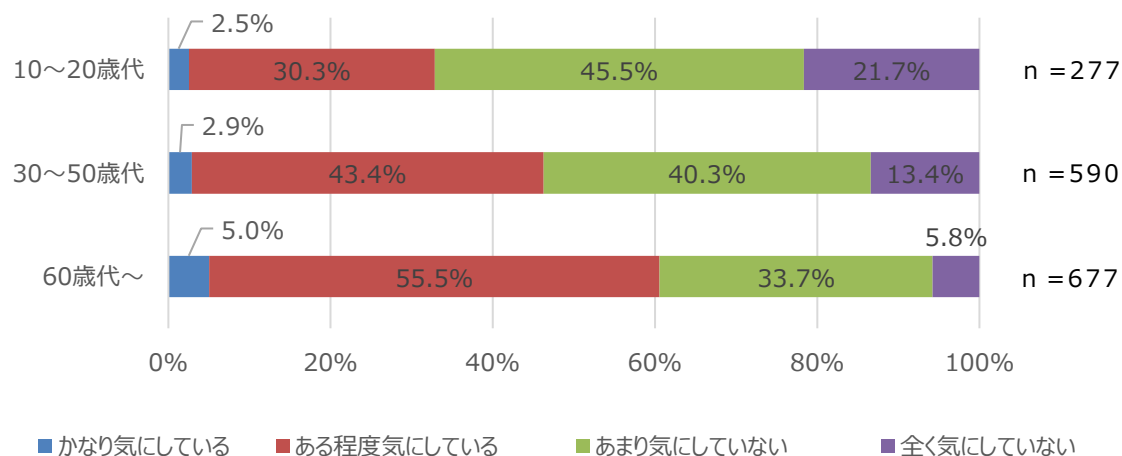


⑤ 農水産物を購入する頻度はどれくらいですか。

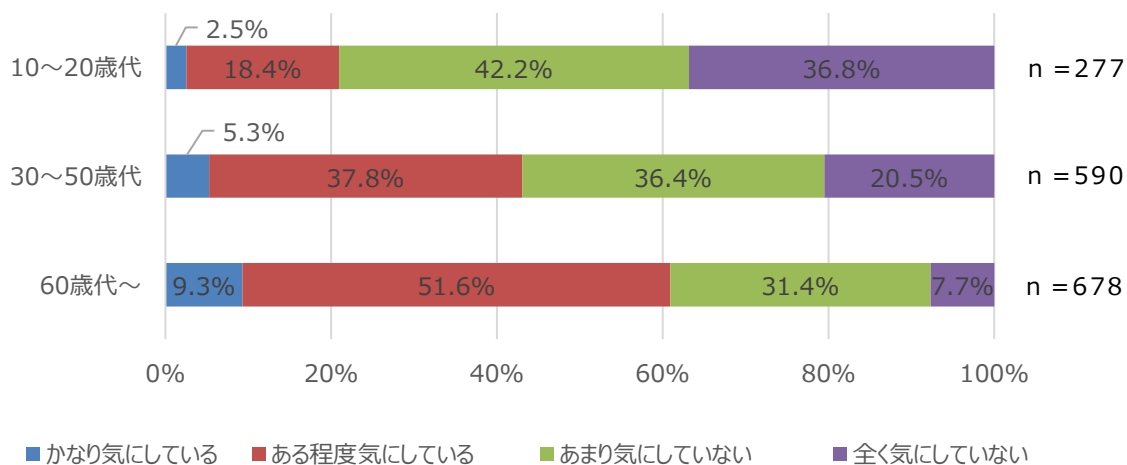


⑥ 購入する農水産物の産地に関して、どの程度気にしていますか。

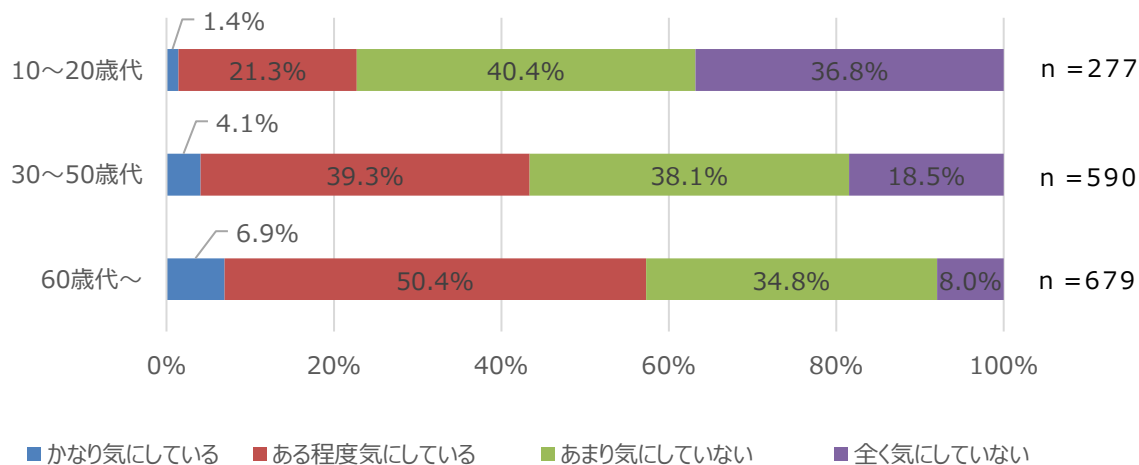
ア ブランドとして有名な産地のものであること。



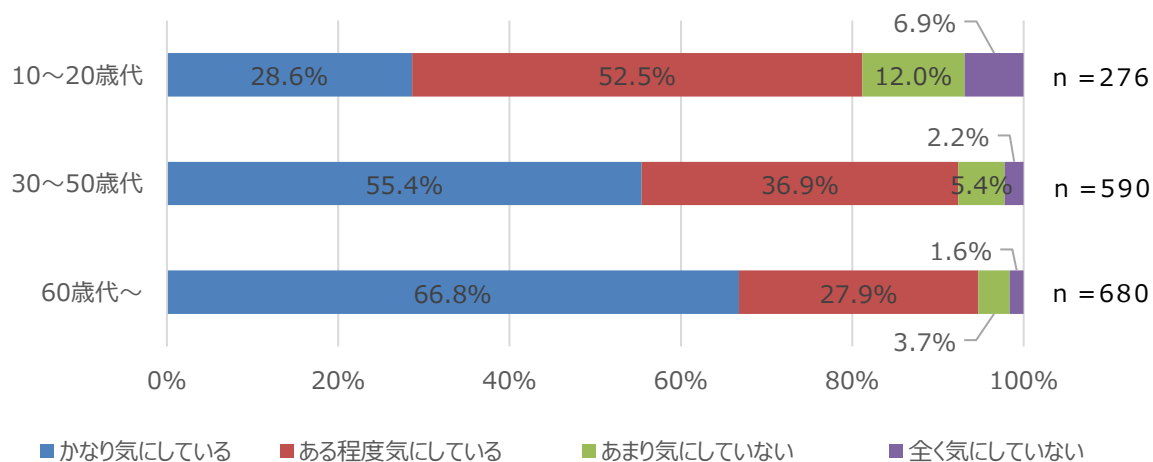
イ 藤沢産のものであること。



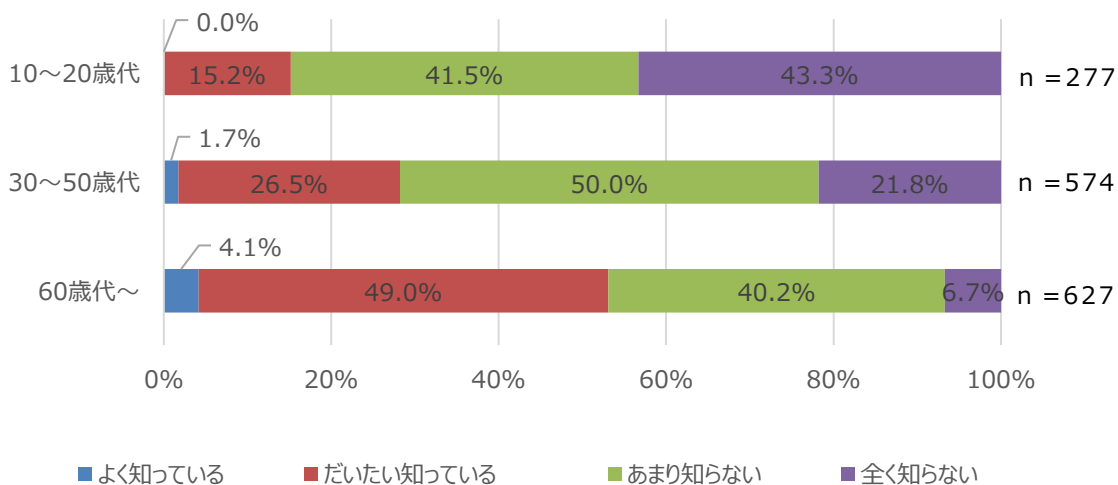
ウ 県内産のものであること。



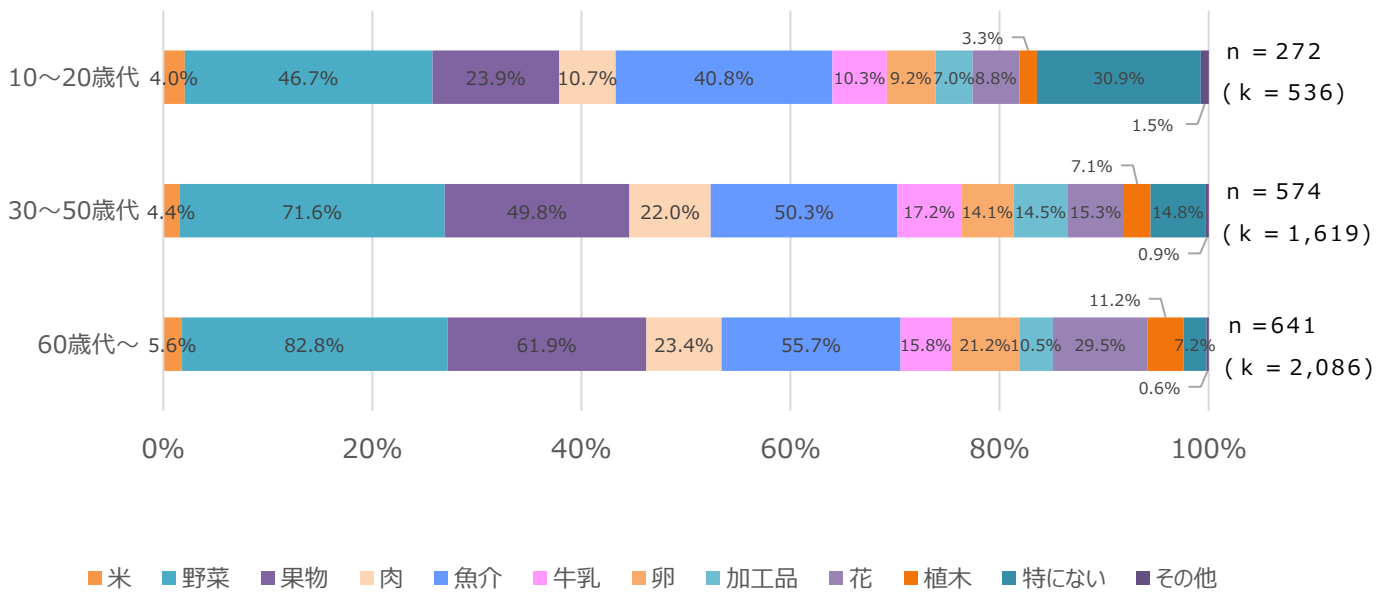
エ 国産のものであること。



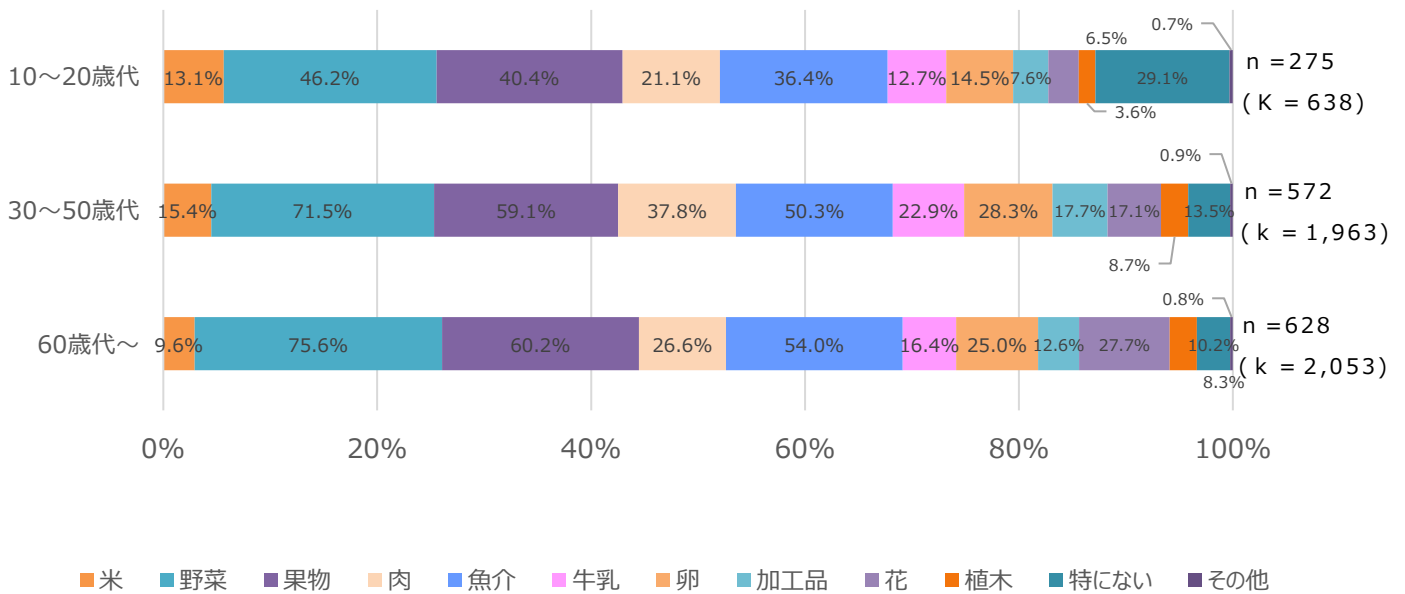
⑦ 藤沢市内で生産されている農水産物の旬の時期をご存じですか。



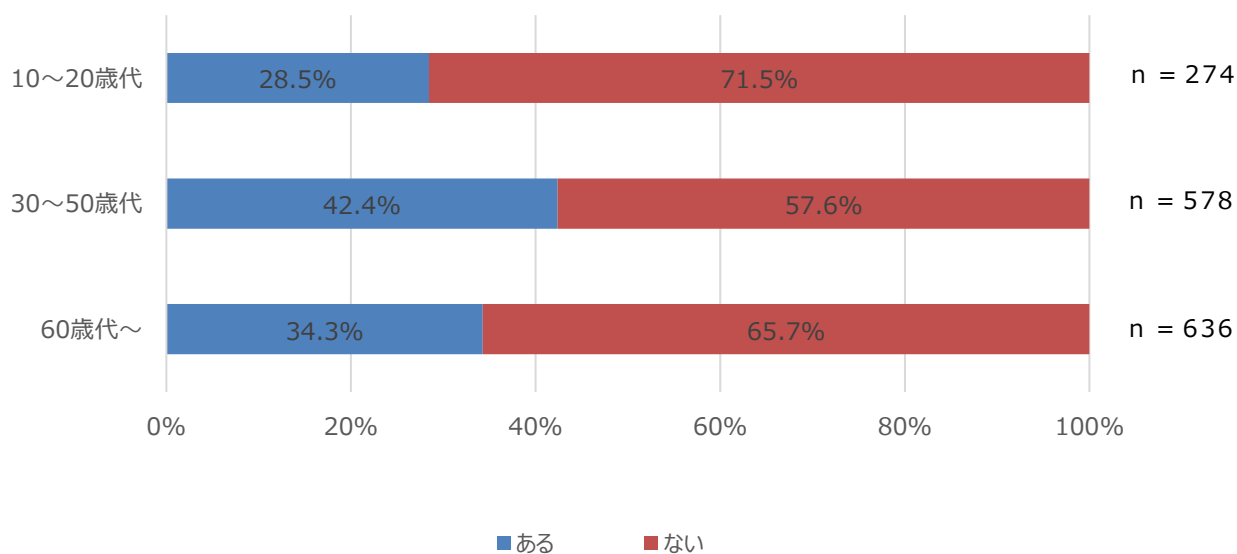
⑧ 購入したことがある藤沢産の農水産物は何ですか。(複数回答可)



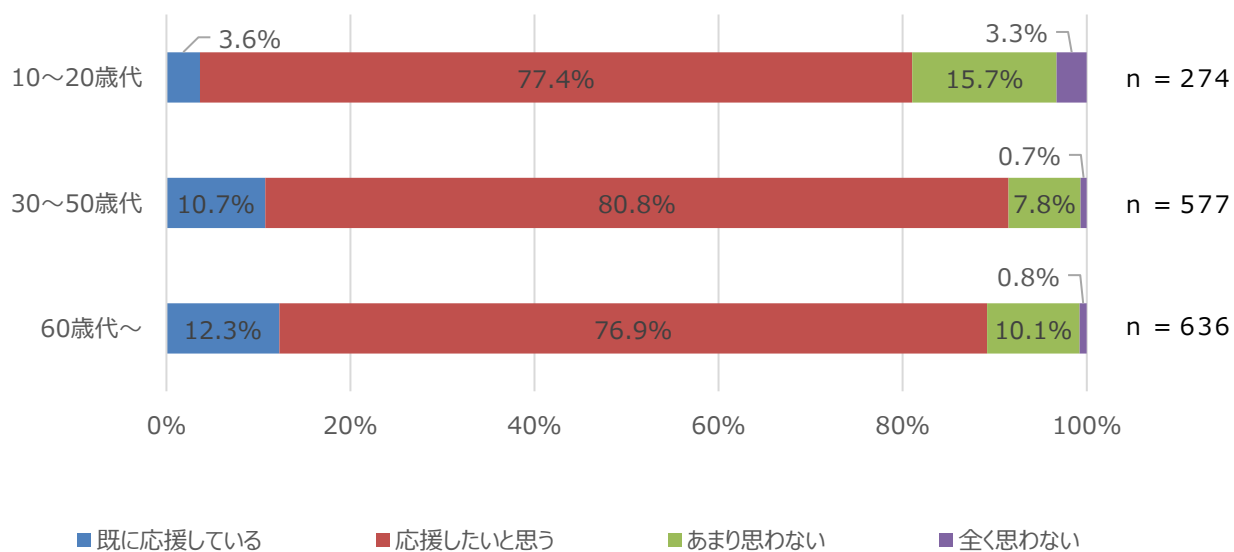
⑨ 今後、購入したい藤沢産の農水産物は何ですか。(複数回答可)



⑪ 「藤沢産」ロゴマークを目にしたことがありますか。

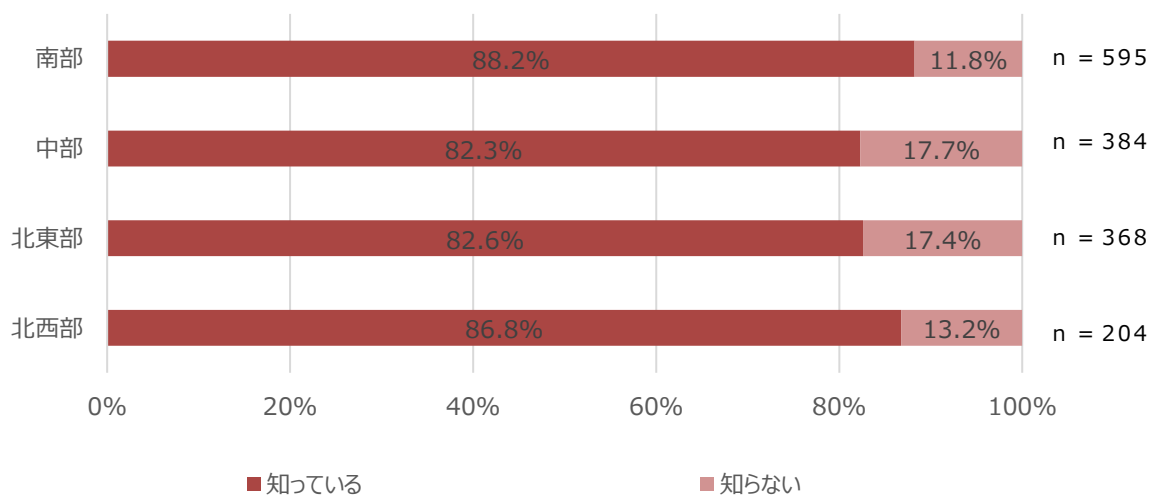


⑫ 藤沢産の農水産物を購入して「地産地消」を応援しようと思いませんか。



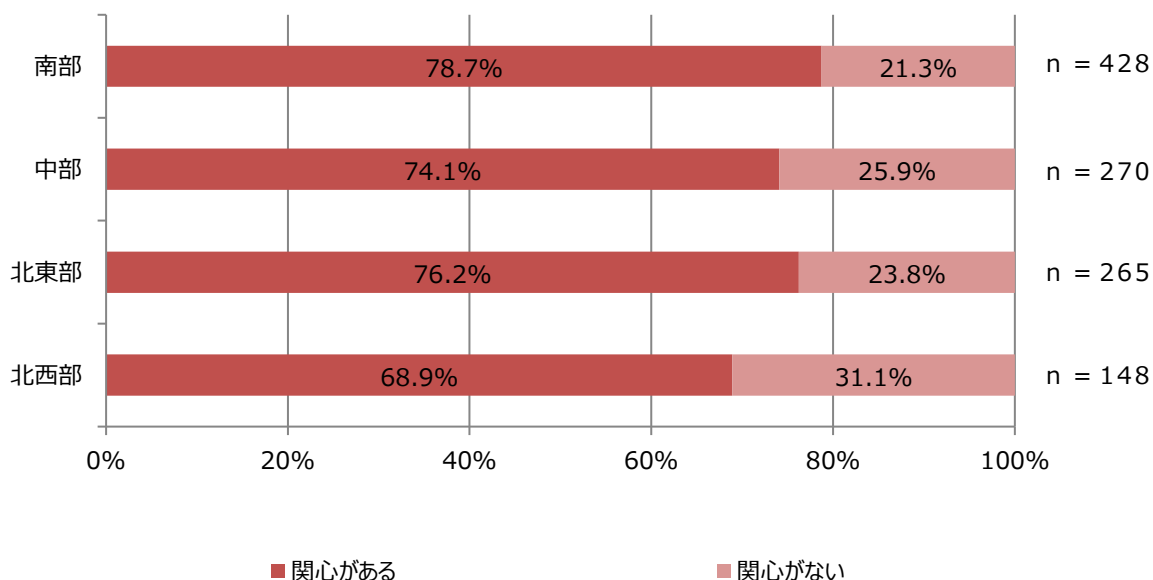
(2) 地域別集計

① 「地産地消」という言葉をご存じですか。

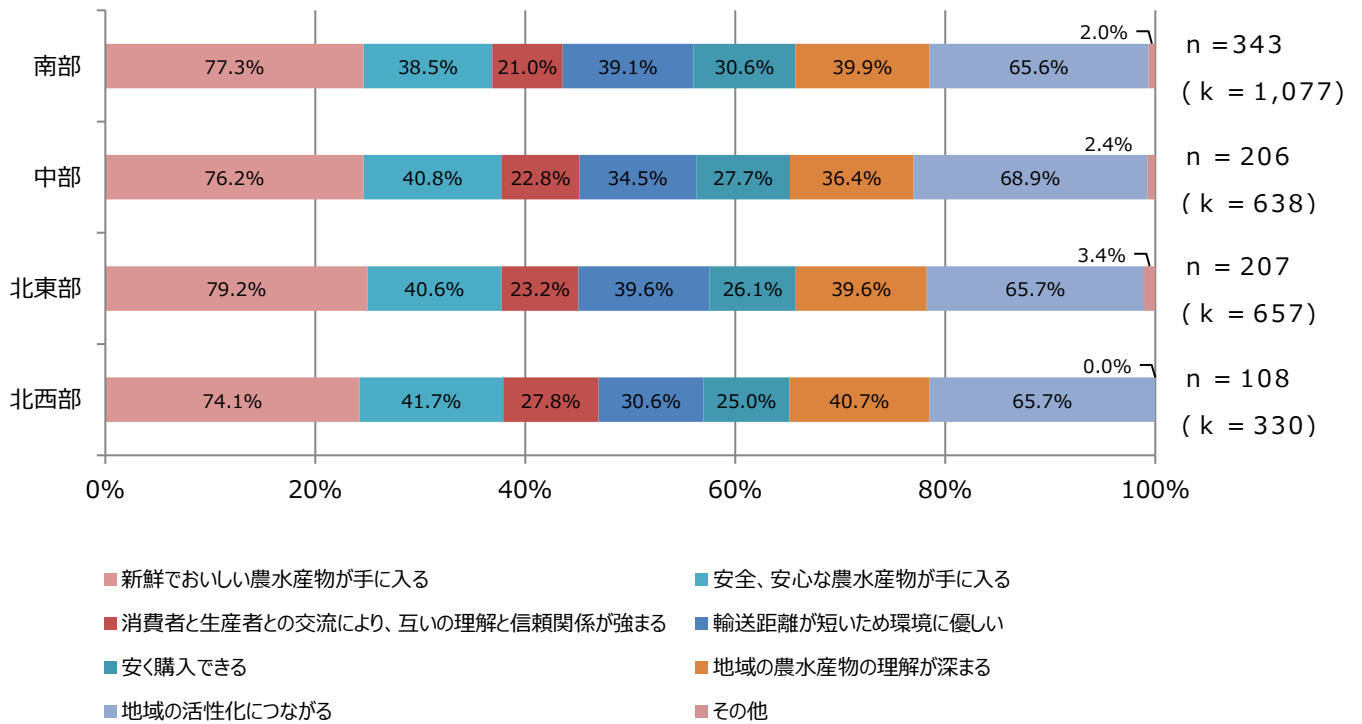


※「南部」 片瀬、鵜沼、辻堂、村岡 「中部」 藤沢、明治、善行
 「北東部」 六会、湘南台、長後 「北西部」 湘南大庭、遠藤、御所見

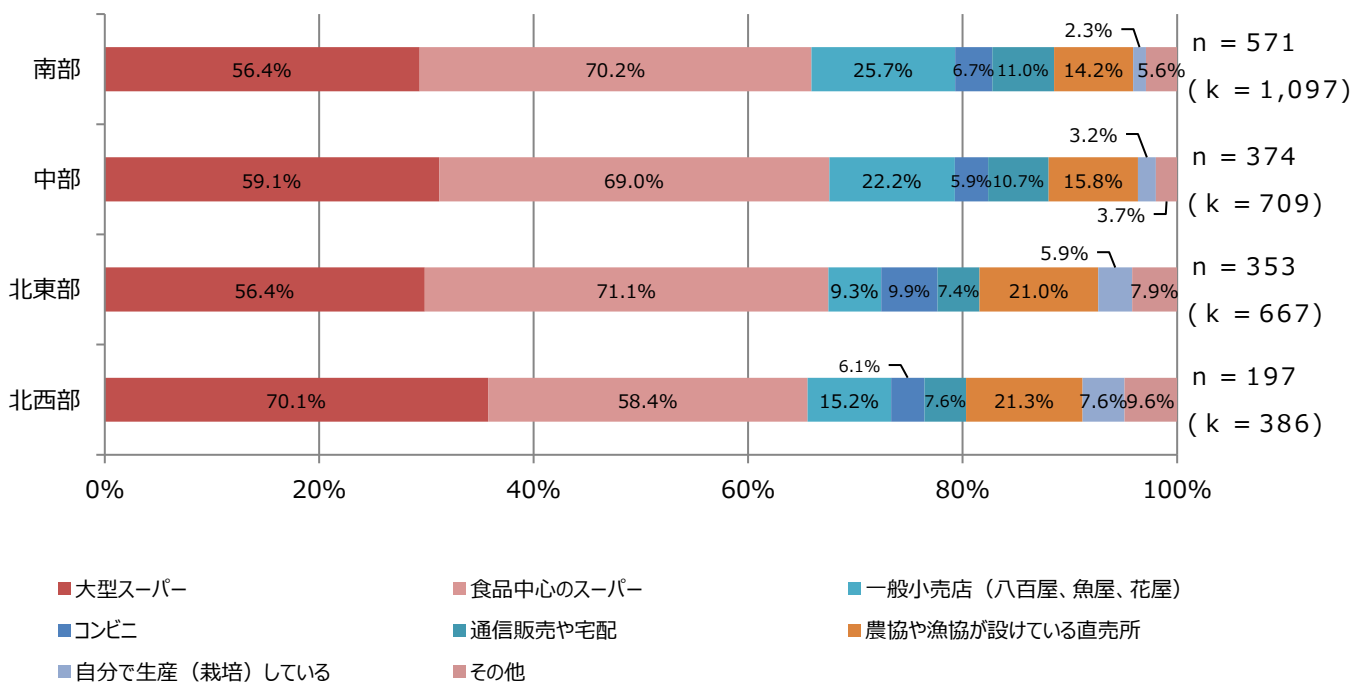
② 普段から「地産地消」に関心がありますか。(①で知っていると回答した方)



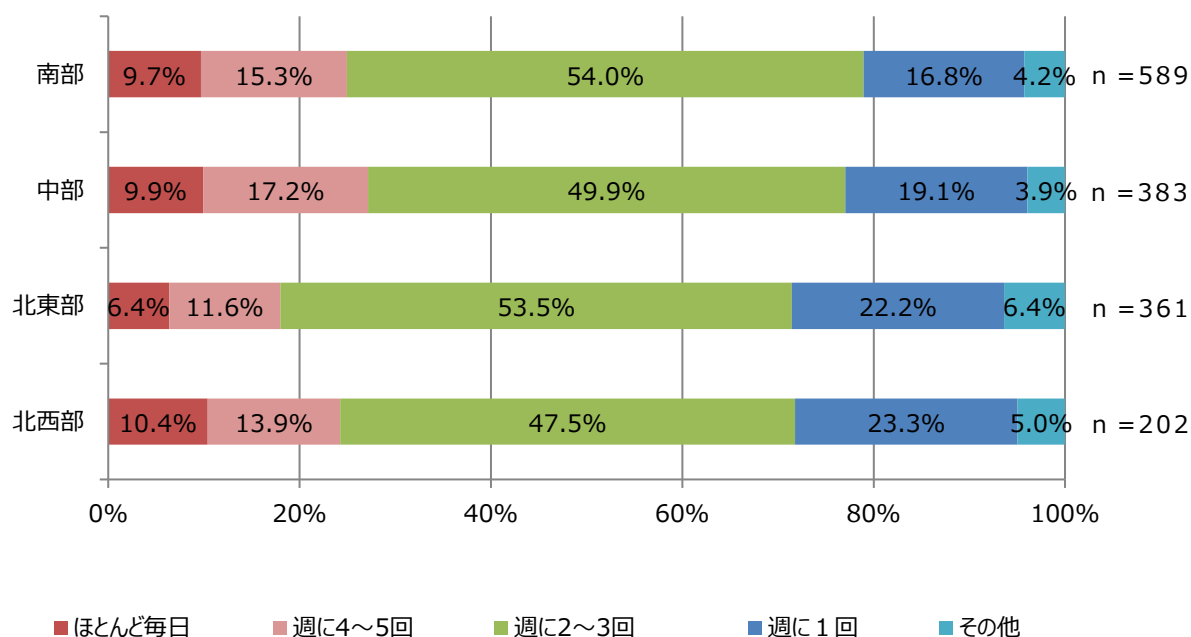
③ 「地産地消」のどのようなところに関心がありますか。(②で関心があると回答した方) (複数回答可)



④ 普段、農水産物はどこで入手することが多いですか。(複数回答可)

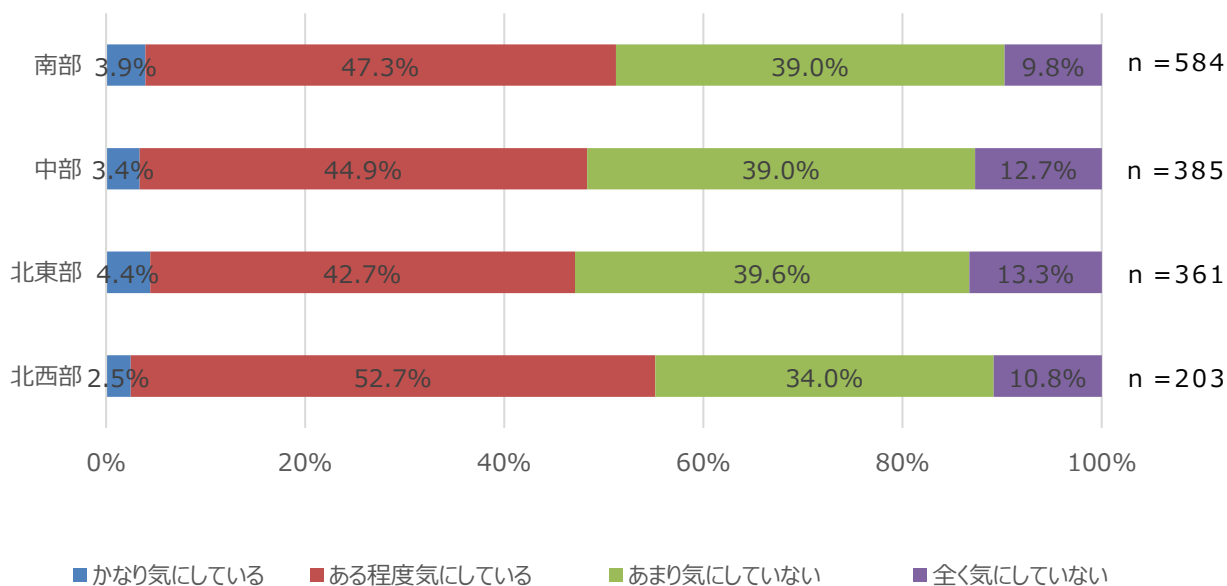


⑤ 農水産物を購入する頻度はどれくらいですか。

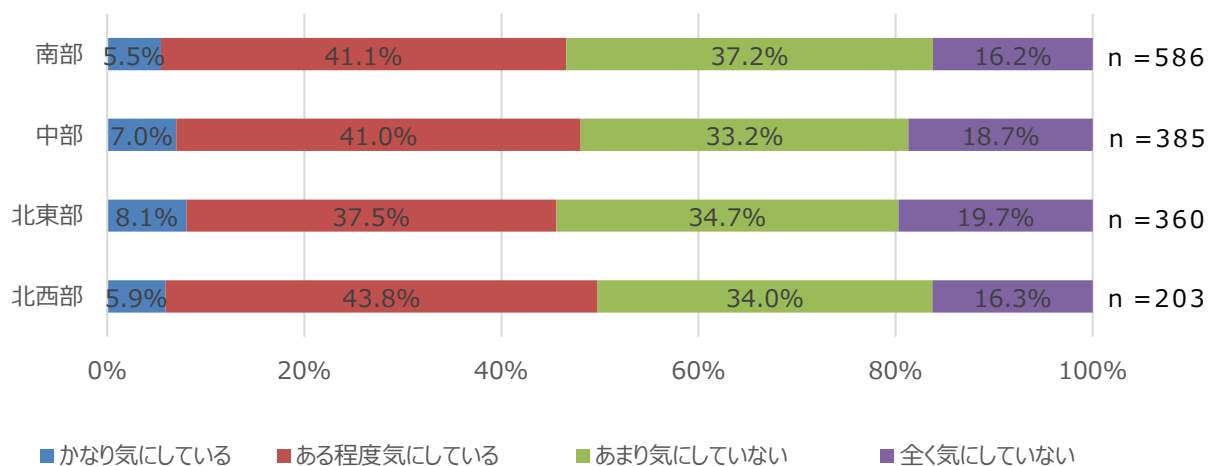


⑥ 購入する農水産物の産地に関して、どの程度気にしていますか。

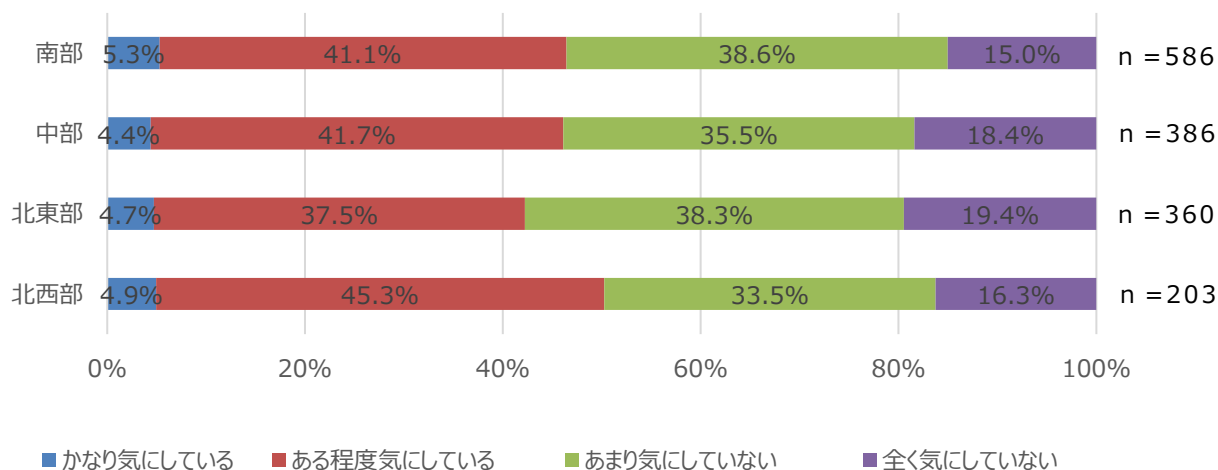
ア ブランドとして有名な産地のものであること。



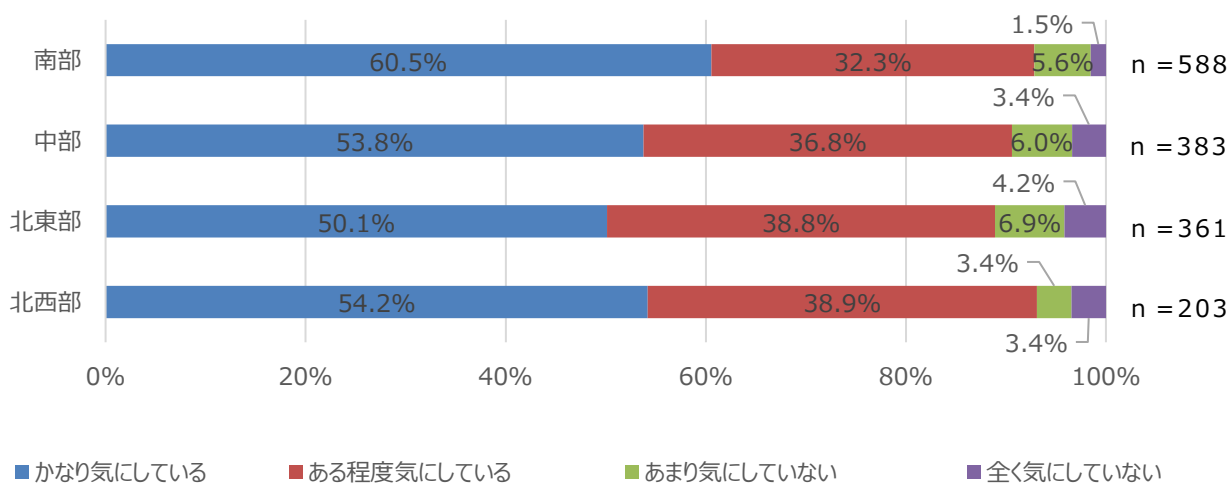
イ 藤沢産のものであること。



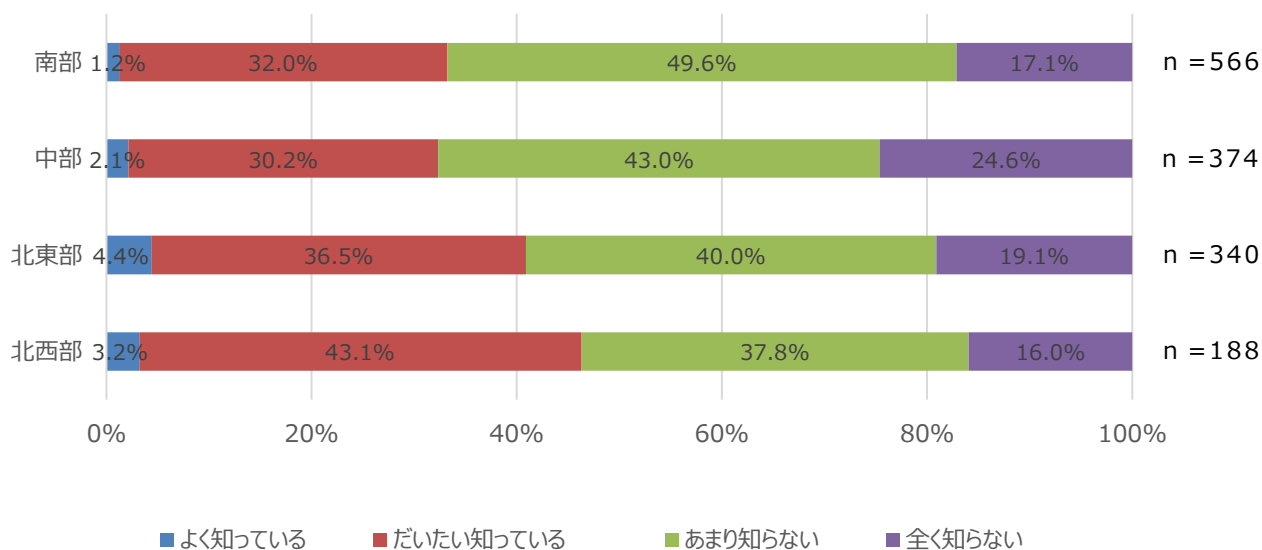
ウ 県内産のものであること。



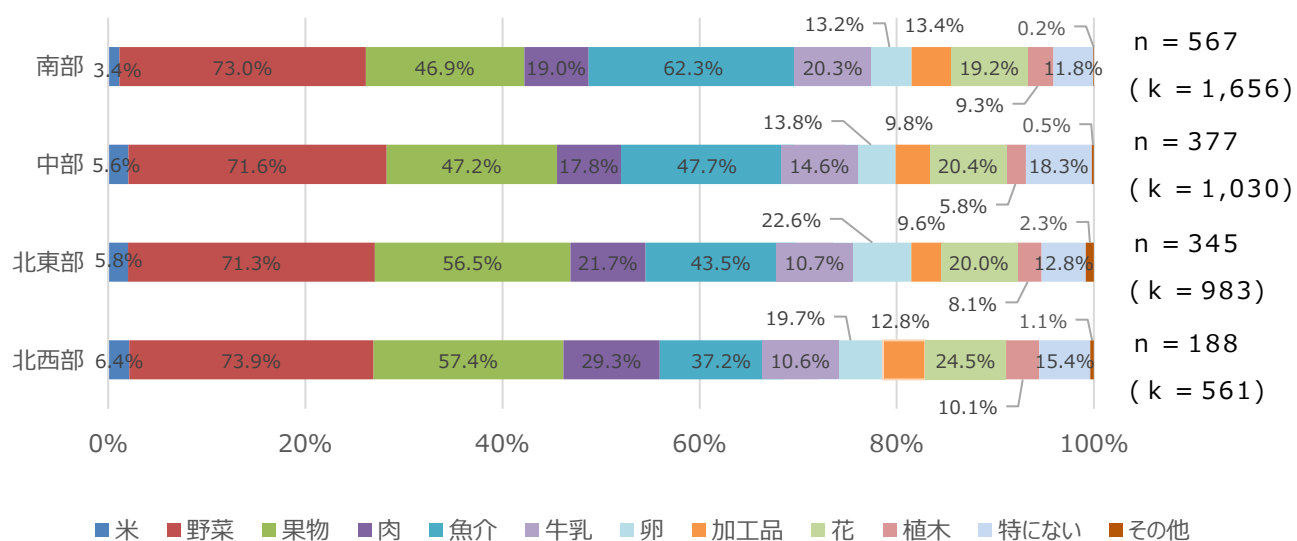
エ 国産のものであること。



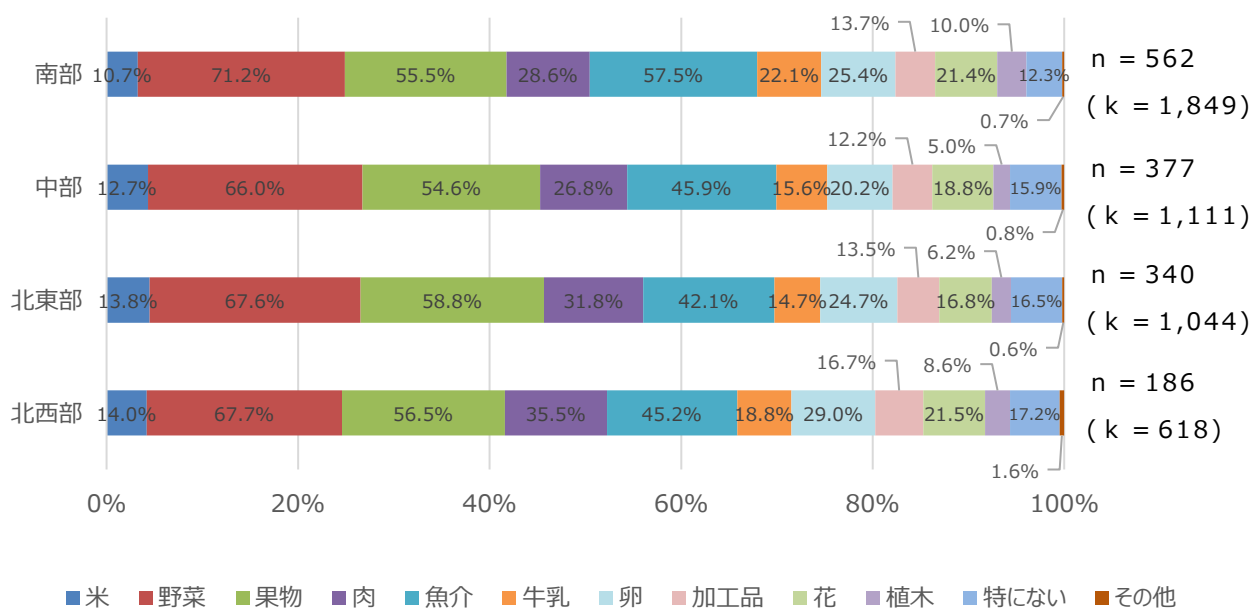
⑦ 藤沢市内で生産されている農水産物の旬の時期をご存じですか。



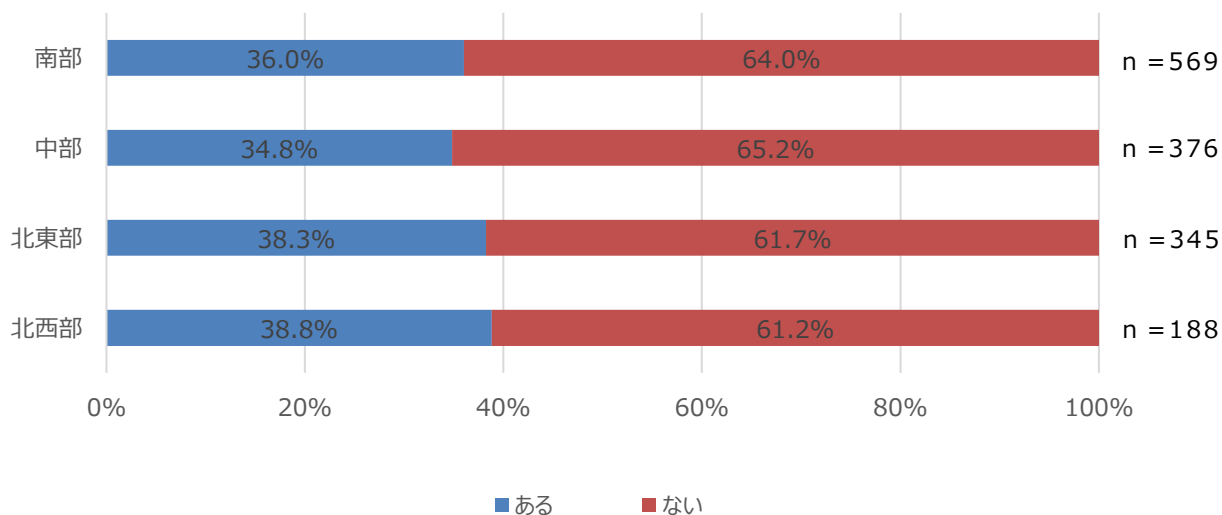
⑧ 購入したことがある藤沢産の農水産物は何ですか。(複数回答可)



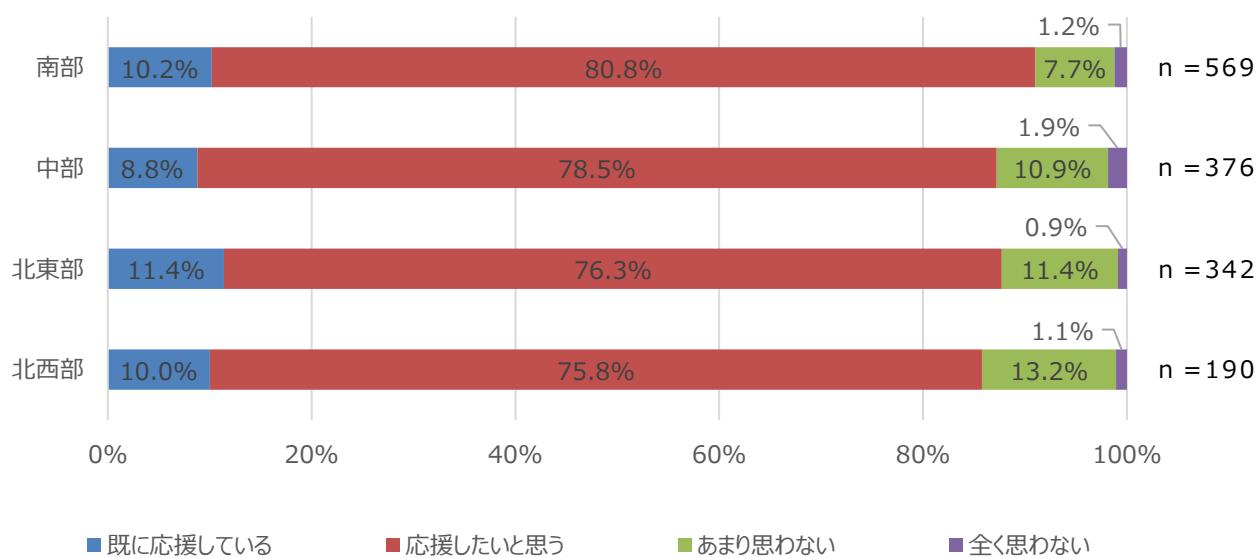
⑨ 今後、購入したい藤沢産の農水産物は何ですか。(複数回答可)



⑩ 「藤沢産」ロゴマークを目にしたことがありますか。



⑪ 藤沢産の農水産物を購入して「地産地消」を応援しようと思いますか。



2 藤沢市地産地消の推進に関する条例

平成21年9月24日

条例第10号

わが藤沢市は、古代から東西に人々が頻繁に往来し、江戸時代には藤沢宿として賑わい、今も往時の絵巻や浮世絵の中に、全国から遊行寺や江の島に詣でる人々の活気あふれる姿を偲ぶことができる。

いつの時代も人々が集い賑わうところには、必ず食とそれに係わる産業が栄え、まちが形成されてきた。

近年においては、経済成長とともに食の質と量の充実が追求され、また交通や技術の発達により国内のみならず、遠く地球の裏側からも食材が運ばれてくるようになり、大量消費時代の日本人の多種多様な食のニーズに応じてきた。

しかしながら、昨今、環境や食料自給率、食の安全といった人の生存に係わる深刻な問題が浮き彫りにされるようになった。それらの問題の解決策のひとつとして、「身近な生産者を支援し、顔の見える生産者の生産物を食卓に」という切実な声が年々高まってきている。

これらの声に応えるためにも、本市の農水産業の振興を図るとともに、安全で安心な食を市民の食卓に提供する必要がある。市内の食品製造、販売、飲食など食に係わる者が率先して市内農水産物を用い、さらには、学校教育、生涯学習、福祉分野などあらゆる場に「食育」を推し進めていくことは、古来、自然の恵みや食に係わる多くの人に感謝して人が生命をつないできたという美しい心を思い起こすことにつながる。

食を通して「もの」と「こころ」ともに真に豊かな地域社会を創造するため、生産者と消費者の架け橋となる地産地消の推進を図る必要により、この条例を制定する。

(目的)

第1条 この条例は、地産地消の推進に関する基本理念を定め、市、生産者、消費者及び事業者の役割を明らかにし、安全で安心な農水産物等の安定した生産及び供給並びに食育との連携を図ることにより、本市の特色ある農水産業の持続的な発展及び健康的で豊かな市民生活の実現に資することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 地産地消 地域で生産され、又は水揚げされた農水産物等を地域で消費することをいう

- (2) 市内農水産物等 市内で生産された農産物、畜産物、林産物及び水揚げされた水産物並びにこれらを加工した食品をいう。
- (3) 生産者 市内農水産物等を生産する者をいう。
- (4) 消費者 市内で農水産物等を消費する者をいう。
- (5) 事業者 市内で食品の製造、加工、流通若しくは販売又は飲食の提供を業として行う者をいう。

(基本理念)

第3条 地産地消の推進は、市、生産者、消費者及び事業者が連携し、本市の農水産業及び農水産物等に関する情報を共有化することにより、互いの立場を理解して、信頼関係を構築し、協力しながら行うものとする。

- 2 地産地消の推進は、市内農水産物等の生産から販売までの過程において、安全で安心な農水産物等を消費者に供給できるよう努めることにより、本市の農水産業の振興が図られるよう行うものとする。
- 3 地産地消の推進は、本市の農水産業に関する良好な景観、自然環境等の地域資源を活用することにより、農水産業の活性化及び都市との共存が図られるよう行うものとする。
- 4 地産地消の推進は、市民一人ひとりに食の重要性が理解されるとともに、健康的で豊かな食生活の維持向上が図られるよう行うものとする。

(市の役割)

第4条 市は、前条の基本理念に基づき、生産者、消費者及び事業者と連携し、地産地消の推進に関する施策を実施するものとする。

(生産者の役割)

第5条 生産者は、その生産する農水産物等が市民の健康を支えていることを自覚し、農水産物等の安全性を確保するよう努めるものとする。

- 2 生産者は、その生産する農水産物等の品質等に関する情報を消費者に提供するよう努めるものとする。
- 3 生産者は、市が実施する地産地消の推進に関する施策に協力するものとする。

(消費者の役割)

第6条 消費者は、農水産物等の安全性を確保するための生産者の取組を理解するとともに、市内農水産物等を優先的に使用するよう努めるものとする。

- 2 消費者は、市が実施する地産地消の推進に関する施策に協力するとともに、家庭及び地域において食育を推進するものとする。

(事業者の役割)

第7条 事業者は、生産者及び消費者と連携して地産地消の推進に取り組み、市が実施する地産地消の推進に関する施策に協力するものとする。

(地産地消の推進に関する啓発活動)

第8条 市は、地産地消の推進に対する市民の関心及び理解を深め、その推進に関する活動を行う市民の意欲を増進するための啓発活動、情報の提供その他の必要な施策を実施するものとする。

(生産者、消費者及び事業者の情報の共有等)

第9条 市は、生産者、消費者及び事業者が地産地消に関する情報の共有及び相互理解を進めていくための必要な施策を実施するものとする。

(市の施設における市内農水産物等の優先使用)

第10条 市は、学校、保育所その他の市の施設において給食その他の食の提供を行うときは、市内農水産物等を優先的に使用するよう努めるものとする。

(農水産業資源を活用した施策)

第11条 市は、農水産業の振興及び活性化を図るため、農水産業に関する地域資源を活用して、生産者、消費者及び事業者相互の交流その他の農水産業及び市内農水産物等に対する理解を深めるために必要な施策を実施するものとする。

(食育との連携)

第12条 市は、地産地消の推進に当たっては、市民が生涯にわたって健全な心身を培い、豊かな人間性を育むことができるよう、家庭、学校、地域等における食育の推進のために必要な施策との連携を図り、効果的に実施するものとする。

(地産地消推進計画の策定)

第13条 市は、地産地消の推進に関する施策を計画的に推進するため、関係機関と連携し、総合的かつ効果的な地産地消推進計画を策定するものとする。

(推進組織)

第14条 市は、地産地消の推進に資するため、藤沢市地産地消推進協議会（以下「協議会」という。）を置く。

2 協議会は、次に掲げる事項を調査審議する。

(1) 地産地消推進計画に関する事項

(2) 前号に掲げるもののほか、地産地消の推進に関し必要な事項

3 前2項に定めるもののほか、協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

(委任)

第15条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。

3 藤沢市地産地消推進協議会規則

平成21年11月5日

規則第41号

(趣旨)

第1条 この規則は、藤沢市地産地消の推進に関する条例（平成21年藤沢市条例第10号）第14条第3項の規定に基づき、藤沢市地産地消推進協議会（以下「協議会」という。）の組織及び運営に関し必要な事項を定めるものとする。

(組織)

第2条 協議会は、委員20人以内をもって組織する。

(委員)

第3条 委員は、次の各号に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

- (1) 市民
- (2) 学識経験を有する者
- (3) 関係団体を代表する者
- (4) 神奈川県職員
- (5) 市議会議員
- (6) 市立の小学校、中学校又は特別支援学校の校長
- (7) 市の職員

2 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

3 委員は、再任されることができる。

(会長及び副会長)

第4条 協議会に会長及び副会長1人を置き、委員の互選によりこれを定める。

2 会長は、協議会を代表し、会務を総理する。

3 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第5条 協議会の会議は、会長が招集し、会長が議長となる。

2 協議会は、委員の過半数が出席しなければ、会議を開き、議決をすることができない。

3 協議会の議事は、出席した委員の過半数で決し、可否同数のときは、会長の決するところによる。

(意見等の聴取)

第6条 会長は、会議の運営上必要があると認めるときは、委員以外の者の出席を求め、その説明又は意見を聴くことができる。

(庶務)

第7条 協議会の庶務は、経済部農業水産課において総括し、及び処理する。

(雑則)

第8条 この規則に定めるもののほか、会議の運営上必要な事項は、会長が協議会に諮って定める。

附 則

この規則は、公布の日から施行する。

4 藤沢市地産地消推進事業実行委員会規約

制定 平成26年3月25日

(目的)

第1条 「藤沢市地産地消推進計画」に基づき、豊かな「藤沢産」農水産物の旬のおいしさ、魅力を市民に伝えるための地産地消推進事業を実施することにより、「藤沢産」農水産物の普及及び市内消費を促進し、また地元の食材を通じた藤沢の食文化の魅力を発信するなど、商業、観光など様々な産業と連携して地域の活性化を図るため、本実行委員会を組織する。

(事業)

第2条 実行委員会は、第1条の目的を達成するために、市民に「藤沢産」農水産物の旬のおいしさ、魅力を伝え、市内農水産業の理解を深めるための地産地消推進事業を実施する。

(実行委員会の構成)

第3条 実行委員会は、藤沢市地産地消推進協議会の委員の中から構成する。但し、市議会選出の委員はオブザーバーとして会議に参画する。

(役員等)

第4条 実行委員会に、次の役員を置く。

- | | |
|----------|-----|
| (1) 委員長 | 1 名 |
| (2) 副委員長 | 1 名 |
| (3) 会計 | 1 名 |
| (4) 監事 | 1 名 |

(役員等の選任)

第5条 役員等の選任は、次の各号のとおりとする。

- (1) 委員長は、委員の互選により選任する。
- (2) 副委員長、会計監事は委員長が指名する。

(役員等の職務)

第6条 役員等の職務は、次の各号のとおりとする。

- (1) 委員長は、実行委員会を代表し、会務を総括するとともに会議の議長となる。
- (2) 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、または委員長が欠けたときは、予め定められた順序により、その職務を代理する。
- (3) 会計は、経理事務を処理する。
- (4) 監事は、会計を監査する。

(任 期)

第7条 実行委員会の役員等の任期は、第3条の規定に基づき同協議会委員の任期とする。

(実行委員会の運営)

第8条 実行委員会の会議は、必要に応じて委員長が招集する。

2 実行委員会は、本会の予算・決算、事業計画及び本会の運営に必要な事項を審議し、決定する。

(会 計)

第9条 実行委員会の会計は、毎年4月1日から翌年3月31日までとする。

2 実行委員会の経費は、負担金をもって充てる。

(庶 務)

第10条 実行委員会の庶務は、経済部農業水産課において総括し、及び処理する。

(雑 則)

第11条 この規約に定めるもののほか、会議の運営上必要な事項は、委員長が実行委員会に諮って定める。

附 則

(施行期日)

この規約は、平成26年3月25日から施行する。

(経過措置)

実行委員会の初年度における会計年度については、第9条の規定にかかわらず、この規約の施行日に始まり、翌年3月31日に終わるものとする。

(施行期日)

この規約は、平成28年7月20日から施行する。

5 藤沢市地産地消推進協議会委員名簿

担当	選出区分等	団 体	役職等	氏名(敬称略)
会 長	学識経験者	日本大学生物資源科学部	教 授	北 宜裕
副会長	農 業 者	さがみ農業協同組合 藤沢地区運営委員会	委員長	高橋 弘
委 員	農 業 者	さがみ農業協同組合 藤沢市農業経営士協議会	会 長	湯澤 与志男
委 員	農 業 者	藤沢市畜産会	副会長	和田 健
委 員	農 業 者	さがみ農業協同組合組織経済部販売課 ファーマーズマーケットわいわい市藤沢店	店 長	大矢 享伸
委 員	漁 業 者	江の島片瀬漁業協同組合	代表理事 組合長	北村 治之
委 員	漁 業 者	藤沢市漁業協同組合	代表理事 組合長	葉山 一郎
委 員	商 工 業 者	藤沢商工会議所	常議理事	大嶋 洋一
委 員	商 工 業 者	藤沢商工会議所	議 員	吉田 亘良
委 員	商 工 業 者	藤沢市商店会連合会	事務局長	金井 純雄
委 員	商 工 業 者	藤沢青年会議所	拡大特別会議 議長	戸田 樹
委 員	流 通 業 者	横浜丸中青果株式会社 湘南支社	支社長	山田 大淳
委 員	消 費 者	藤沢市食生活改善推進団体 四ツ葉会	会 長	青柳 清美
委 員	市民公募			田中 雄一郎
委 員	市民公募			林 亜耶
委 員	市民公募			中山 重政
委 員	市 議 会	建設経済常任委員会	委員長	西 智
委 員	市 議 会	建設経済常任委員会	副委員長	友田 宗也
委 員	行 政	神奈川県湘南地域県政総合センター	地域農政 推進課長	佐藤 剛志
委 員	行 政	藤沢市立小学校長会	校 長 (御所見小学校)	加瀬 良一

第5期 藤沢市地産地消推進計画

発行年月

発行 藤沢市 経済部 農業水産課

〒251-8601 藤沢市朝日町1番地の1

電話：0466-50-3532（直通）

F A X：0466-50-8256

E-mail：fj-nousui@city.fujisawa.lg.jp

