

南房総市地産地消推進計画

平成20年2月

南房総市

目 次

第 I 章 目的、背景、期間

- 1 目的 5
- 2 今なぜ、地産地消に取り組むの 5
- 3 計画の期間 6

第 II 章 取り組みの柱と目標

- 1 目指す方向 8
- 2 取り組みの柱
 - (1) 新たな生産・物流システムの構築・8
 - (2) 主要供給ルートの発展的拡大 . . . 8
 - (3) 食育の推進と新たな食文化の創造・9
 - (4) 地産地消に関する情報の発信 . . . 9
 - (5) 南房総産農林水産物のブランド化・9
 - (6) 消費者・生産者の交流促進 . . . 9
 - (7) 観光地としての魅力向上 . . . 9

第 III 章 課題と推進方策

- 1 新たな生産・物流システムの構築
 - (1) 課題 11
 - (2) 推進方策 11
- 2 主要供給ルートの発展的拡大
 - (1) 課題 12
 - (2) 推進方策 12
- 3 食育の推進と新たな食文化の創造
 - (1) 課題 13、14
 - (2) 推進方策 15
- 4 地産地消に関する情報の発信
 - (1) 課題 16
 - (2) 推進方策 16
- 5 南房総産農林水産物のブランド化
 - (1) 課題 17
 - (2) 推進方策 17、18

6 消費者・生産者の交流促進	
(1) 課題	19
(2) 推進方策	19
7 観光地としての魅力向上	
(1) 課題	20
(2) 推進方策	20
8 計画の弾力的な運用	21
9 注釈	22

目的、背景、期間

第 I 章 目的、背景、期間

1 目的

地産地消とは、「地域で生産されたものを、その地域で消費する」ことを意味し、消費者や生産者等が一体となって「農林水産業の果たしている多面的な役割や健康と生命を支える食の大切さ、地域の食文化などへの理解を深めると同時に、消費者と生産者の交流を通じて食と農林水産業をつなげていく」ことをねらいとした取り組みです。

地産地消を推進することにより、「新鮮・安心・安全・高品質な農林水産物の提供、消費」や「地場産品の消費拡大による一次産業従事者の所得の向上」「一次産業の活性化による遊休農地の解消など里山・里海風景の保全、観光の振興」さらには「『食』への理解促進による健康の確保」などの効果が期待されます。

このため南房総市では、地産地消に市民と協働で取り組むための「指針」として、取り組みの柱、目標、課題及び推進方策などを明らかにした「南房総市地産地消推進計画」を策定します。

2 今なぜ、地産地消に取り組むの

近年、WTO(世界貿易機関*注1)やFTA(自由貿易協定*注2)交渉等の進展に伴う輸入農林水産物の増加や国内外の産地間競争の激化、担い手の高齢化と減少という問題に加え、BSE・鳥インフルエンザの発生や食品の偽装表示、無登録農薬の使用など、消費者の信頼を失う出来事が続発しています。このような中で、消費者の食に対する安心・安全志向の高まりから、改めて「消費者と生産者の顔の見える関係」の構築が求められ、「地産地消」の取り組みが全国で活発化しているところです。

地産地消は、生産者にとっては、消費者との「つながり」が深まることによるパイプの広がりや、少量多品目の地域食材や規格外品等の流通ルートの確保により有利に販売できるといった経済効果によって、やりがいや生きがいが生まれてきます。一方、消費者にとっては、「新鮮」でおいしい多くの地域食材が手軽に入手できることや、「安心・安全」な食生活が実現できるという利点があります。

また、地産地消は、農林水産業が営まれることで保全されてきた景観や伝統的な食文化等の地域の財産を再認識することに加え、フードマイレージ(*注3)などの観点から見た地球環境に優しい食生活への理解、さらには、食習慣の乱れが目立つ子供たちをはじめ、メタボリック症候群(*注4)といった生活習慣病の予備軍が増えつつある市民が、新鮮で栄養価の高い旬の地域食材を多く活用することによって、食生活の改善を通じた健康づくりにつながります。

加えて、地産地消に関する様々な取り組みを組み合わせることによって、豊かな自然と「南

房総の食」を組み合わせた魅力ある観光地づくりの有効な手段にもなります。

3 計画の期間

この計画の期間は、平成 20 年度から平成 24 年度（5 年間）までとします。

取り組みの柱と目標

第 II 章 取り組みの柱と目標

1 目指す方向

地産地消を推進するにあたっては、現在、市内各地で「点」として取り組んでいる地産地消の取り組みが「線」で結ばれ、「面」にまで広がることが重要です。

具体的には、地産地消の取り組みが、直売所及び量販店等（以下「食材販売施設」という）、医療・福祉施設、観光施設及び食品加工施設（以下「食材利用施設」という）並びに教育等施設、さらには一般家庭にまで広がることによって、南房総の豊かな「食」とおした「南房総の地域ブランド」を創出し、地域経済の活性化と心身ともに豊かな生活環境の実現を目指します。

2 取り組みの柱

地産地消の取り組みは、食材販売施設や食材利用施設等で地域食材を活用すること、及び域外での消費拡大による地域の活性化はもとより、食の教育や文化、健康づくり、環境の保全など非常に幅広い分野に関係していますが、計画の期間は、特に、次の 7 本柱に重点をおいて取り組みを進めます。

（1）新たな生産・物流システムの構築

市内産の農林水産物の多くが長距離輸送により首都圏の市場へ出荷されており、産地である域内での流通は決して多くはありません。そこで集荷から販売までを見通した新たな物流の仕組みをつくり、域内での消費拡大を目指します。

また、それら農林水産物の数量や規格・品質などを消費者のニーズに沿った形で安定供給する仕組みも併せて構築する必要があることから作付け体系の見直しについても生産者とともに検討します。

（2）主要供給ルートの発展的拡大

現在、道の駅を中心とした公的直売所が市内各地に整備されていますが、生産者と消費者のつながりを深める場として重要な役割を担っています。そこで各直売所が地産地消に取り組むことによって地域の特色をより一層反映できるよう努めます。また、市内量販店等の協力を得て「地域食材コーナー」の設置を推進するなど、地域食材の一層の販売の仕組みづくりを進めます。また、医療・福祉施設、観光施設及び食品加工施設などの食材利用施設は、地域食材の活用の視点からも大きなウェイトを占めており、これらの食材利用施設に対して、地域食材の情報や良さを伝えるとともに、積極的に活用するよう啓発活動を進めます。

（３）食育の推進と新たな食文化の創造

学校給食をはじめとする教育等施設で地域食材を積極的に活用するとともに、食に関する授業や農林水産業の体験学習をとおして、子どもたちの生産者・素材等への思いやりを育むことや食の大切さを学ぶ食育（*注5）を一層進めます。

また、地域の豊富な山の幸・海の幸を活かした郷土料理等、これまで培われてきた南房総の食文化を伝えるとともに、地域食材を活かした新たな南房総の食文化を創造します。

（４）地産地消に関する情報の発信

市内での地産地消の取り組みは緒についたばかりであり、市民への浸透は決して十分とは言えません。市内産農林水産物の消費に関する意識を広く浸透させ、生産・流通・販売・飲食店等と連携して地域食材に関する情報の共有を図り、市民に発信していきます。

また、POSシステム（販売時点情報管理*注6）による店頭売上げ情報を携帯電話や端末機などで生産者に逐次知らせる仕組みを構築するとともに、市内の公的直売所の在庫情報を一括して管理する仕組みを構築することで消費者ニーズを的確に掴み、販売の効率化を目指します。

（５）南房総産農林水産物のブランド化

安心・安全な農林水産物の生産性を向上させるため、環境への負荷低減に配慮した環境保全型農業を推奨するとともに、生産記帳、トレーサビリティシステム（生産流通履歴追跡*注7）の構築を検討します。また、新鮮で安心・安全な市内産農林水産物をわかりやすく表示する認証制度も併せて検討し、消費者が市内産農林水産物を一目で判別でき、安心して購入できるよう表示化を推進します。

これらの付加価値を加えた市内産農産物を学校給食の食材として積極的に供給し、「次代を担う子どもたちのために栽培された新鮮・安心・安全な南房総産農産物」として流通を拡大するとともにブランド化を目指します。

（６）消費者・生産者の交流促進

地産地消フォーラムやキャンペーンの開催、館山道全線開通による時間距離の短縮効果をいかした首都圏大消費地への地産地消市場の開設、農林水産業体験など、生産者と消費者が気軽にふれあい、互いの距離を縮めるための交流の仕組みづくりを進めます。

さらに新鮮で安心・安全な南房総の「食」への興味関心を喚起し、市内への一時来訪（観光）→短期定住→半定住→定住へとつなげることを目指します。

（７）観光地としての魅力向上

宿泊施設や飲食店など観光関連組織と連携して、新鮮で安心・安全な「南房総ならではの食」をいかした新たな誘客の仕組みづくりを目指します。また、農林水産業体験と宿泊施設等が連携し、新たな観光メニューの提案を行い、観光地としての魅力向上を目指します。

課題と推進方策

第III章 課題と推進方策

地産地消の現状を踏まえた課題と、課題を解決するために、今後取り組んでいくべき推進方策は次のとおりです。

1 新たな生産・物流システムの構築

(1) 課題

新たな生産・物流システムの構築に関する主要な課題は次のとおりです。

▼生産・物流の現状把握

●市内産農林水産物の生産・物流及び課程管理の実態調査を進め、ルート、品目、量、コスト、生産物流課程の管理状況などを把握することが必要です。

▼地域内物流の仕組みづくり

●多くの地域食材が少量多品目であるため、集荷から販売までを見通した新たな物流の仕組みづくりと数量や品質など消費者ニーズに沿った安定供給の仕組みづくりを進める必要があります。

(2) 推進方策

◇既存物流業者（農協・漁協・市場等）との連携による新たな仕組みづくり

●少量多品目の市内農林水産物を束ねて大量多品目にするため、既存の物流業者と連携して、集荷から販売までを見通した新たな物流の仕組みの構築を推進します。

◇生産者との連携による安定供給の仕組みづくり

●年間を通して一定の数量や種類を安定供給できるよう、生産者と連携して作付け計画の変更、新規作付け等を行います。

◇卸売業者や流通事業者との調整

●生産者と消費者の距離が近づく地産地消は、既存物流の仕組みを変更する場合があります、変更によって影響を受ける卸売業者や物流事業者との調整や連携を図ります。

2 主要供給ルートの発展的拡大

(1) 課題

主要供給ルートの発展的拡大に関する主要な課題は次のとおりです。

▼規格外品の活用

●販売先に苦慮したり、廃棄されているケースもある「規格外品」の実態調査を進めその情報を消費者側に伝え、活用する仕組みをつくる必要があります。

▼地域食材コーナーの設置

●量販店等の「地域食材コーナー」設置の動きが大きな流れになっていないため（〇〇〇都道府県産との表示による販売が主流）、「地域食材コーナー」の設置を促進するためにも、量販店等に生産者側の情報を伝える必要があります。

▼医療・福祉施設（配食サービス含む）での地域食材活用の推進

●地域食材活用の視点から大きなウェイトを占め、かつ健康に対する高い意識が求められる医療・福祉施設（配食サービス含む）に対して、地域食材の情報や良さを伝える必要があります。

▼食品加工施設での地域食材の活用

●市内の食品産業における地域食材の活用状況を把握し、一層の活用を推進することが必要です。

(2) 推進方策

◇公的直売所の運営への支援

●公的直売所関係者と連携して公的直売所の年間を通じた品揃えの状況、客層、IT機器導入の状況、運営上の課題等の現状分析を行うとともに、消費者ニーズに合った公的直売所の運営についての積極的な支援を行います。

◇「地域食材コーナー」の設置

●量販店等の各店舗の協力を得て「地域食材コーナー」の設置を推進します。

◇医療・福祉施設（配食サービス含む）での地域食材活用の推進

●各施設（配食サービス含む）に対して、地域食材の情報や良さを伝えるとともに積極的に活用するよう啓発活動を行います。

◇一次加工施設設置の検討

●飲食店や観光関連施設等に、地域で生産された野菜・果物・魚等を加工し、カット野菜・魚の切り身などとして提供する一次加工センター(仮称「地産地消センター」)の設置を検討します。なお、パイロット事業として学校給食や公的施設(配食サービス含む)への地域食材の積極的な提供を推進します。

3 食育の推進と新たな食文化の創造

(1) 課題

食育の推進と新たな食文化の創造に関する主要な課題は次のとおりです。

【食育の推進】

▼児童生徒に対する地産地消の普及

- 児童生徒に対しては、教育委員会と連携して、地産地消をやさしく説明できるパンフレット等の広報素材をつくる必要があります。

▼家庭における食育の啓発

- 偏食による食生活の乱れや朝食抜きの幼児や児童・生徒が多くなる傾向にあるため、地産地消を健康づくりの一環として位置づけ、幼児期からの食生活の改善に取り組む必要があります。

▼食材と献立

○地域食材の活用

- 旬ごと、地域ごとの「地域食材マップ」を作成するとともに、小・中学校の学校給食での地域食材（＝市内産）活用率を高める必要があります。

○安定的な活用の仕組みづくり

- 給食献立作成時に収量予測ができないため、生産者は献立に沿った地域食材の生産計画を立て、少なくとも1ヵ月前に学校に提示できる供給の仕組みをつくる必要があります。（現在、約3,000食/日 → 数年後、富浦・三芳地区への提供開始により約4,000食/日）

○消費者と生産者の相互理解

- 給食の献立作成者が生産される地域食材に合わせて献立を作成するなど、消費者側と生産者側の相互理解を深める必要があります。

▼管理者と現場の理解

○管理者の理解

- 学校栄養士個人の努力に大きく依存している状況もあり、個人の努力ではなく組織として取り組むために、管理者や現場の教育関係者に地産地消への理解を深めてもらう必要があります。

○調理関係者の理解

- 調理関係者自身が規格外品を使用する工夫を行うなど、規格外品を有効に活用するための検討が必要です。

▼納入者の役割

- 納入食材の大きさや品質にばらつきが見られ、調理に時間がかかるとの指摘があるため、納入者は、調理の際に大きさや品質がある程度揃った扱いやすい品を可能な限り納品することが必要です。

▼地元商店との調整

- 現在、給食食材を納入している地元商店との調整が難しくなるケースがあり、地産地消が地域に親しまれ、地域全体の経済効果につながるようするため、地元商店との連携を図ることが必要です。

【新たな食文化の創造】

▼既存の食文化の整理・分析

- 南房総の食文化を体系的に整理・分析することが必要です。

▼新たな食文化の創造

- 新たな発想と視点により、地域食材を活かした南房総独自の食文化（レシピ）を創ることが必要です。

(2) 推進方策

【食育の推進】

◇「早寝・早起き・朝ごはん」運動の推進

●学校、家庭、地域の連携により子供の望ましい食習慣の定着を目指すため、既に教育委員会等で取組んでいる「早寝・早起き・朝ごはん」運動をよりいっそう推進します。

◇給食を実施する市立病院・教育施設等での地域食材活用状況の調査

●給食を実施する市立病院・教育施設等で地域食材を積極的に活用するとともに、その活用状況の調査を実施します。

◇幼児・児童・生徒等の体験学習の実施

●幼児・児童・生徒や保護者、教育関係者と、地域食材を供給する生産者の畑・海・山等での体験学習を実施します。

◇生産者と保護者を交えた交流給食会の開催

●地域食材を提供する生産者とそれを消費する幼児・児童・生徒、さらに保護者による交流給食会を開催します。

◇各世代にあわせた情報発信

●児童・生徒はもちろん、中高年や高齢者など各世代ごとに異なる興味関心を意識しながら、適切な情報を発信し、効果的な啓発を行います。

【新たな食文化創造】

◇新たな食文化の創造

●新たな調理方法を取り入れるなど、地域の新鮮な食材を活かして南房総独自の食文化を創造します。

4 地産地消に関する情報の発信

(1) 課題

地産地消に関する情報の発信に関する主要な課題は次のとおりです。

▼市民への地産地消の浸透

●市内での地産地消の取り組みは緒についたばかりであり、地産地消の言葉や内容などが市民に十分浸透していないため、市民に対して地産地消に関する情報を積極的に発信することが必要です。

▼生産情報の消費者への伝達

●地産地消は消費者と生産者の情報の共有が大切ですが、生産者と消費者の距離が大きく離れ、相互の信頼関係が失われている状況にあることから、生産者は、消費者に対して生産情報を正しく伝えるための工夫が必要です。

▼地域食材情報の整備

●消費者は地域食材に関する情報（だれが、いつ、どこで、どのような方法で、どれだけ生産しているか等）を知る機会が少ないため、地域食材情報を調査・整理し、在庫情報等を提供するシステムを整備することが必要です。

(2) 推進方策

◇「地産地消推進の都市」の宣言と「地産地消の日」の制定

●地産地消に市ぐるみで取り組むことをアピールするため、「地産地消推進の都市」として宣言をするとともに、南房総市「地産地消の日」を制定します。

◇「地産地消のページ」を開設

●市のホームページに「地産地消のページ」を開設し、旬の農林水産物の紹介やそれらを購入できる直売所、料理レシピなどの情報を提供します。

◇地域食材情報提供システムの整備

●地域食材情報の収集整理及びPOSシステム（販売時点情報管理）を発展させ、食材の在庫情報をホームページ上で検索できるシステムの構築を検討します。

◇市広報紙等を活用した地域住民への周知

●市広報誌などを活用し、地域住民に向けた地産地消の広報を実施します。

5 南房総産農林水産物のブランド化

(1) 課題

南房総産農林水産物のブランド化に関する主要な課題は次のとおりです。

▼特色のない少量多品目栽培から脱却

●域内で、りんご以外のほとんどの野菜・果物が生産されているにもかかわらず、少量多品目栽培であることから、他の大生産地に比べて、量あるいは品質が見劣りする傾向があります。

▼国内外の産地間競争激化による価格低迷

●国内外の産地間競争の激化により農林水産物の価格が低迷し、生産者の利益が減少していることから、新たな付加価値の追加が求められています。

(2) 推進方策

◇市内産堆肥の利用促進

●本市は、酪農を中心に畜産が盛んで、畜産農家から大量に発生する堆肥を耕種農家が利用しやすい良質な堆肥にするよう、生産指導に取り組みます。また、農業の持つ物質循環機能を生かし、耕種農家に安定的に供給するため、畜産農家と耕種農家の連携のとれた散布体制を構築し、地力の向上を推進します。

◇土壌診断による健全な土づくりと効率的な施肥

●農産物の生産性の向上を図るため、大規模農家はもとより小規模農家に対しても、環境保全型農業の基本となる健全な土づくりの技術を普及するため、関係機関と連携し、土壌診断の受診を促し、良質な堆肥の利用と効率的な施肥の指導に取り組みます。

◇環境保全型農業の推進

●安心・安全な農産物の生産性を向上させるため、エコファーマー(*注8)の認定促進や農地・水・環境保全向上対策(*注9)などにより、環境への負荷の低減に配慮した環境保全型農業(減農薬・減化学肥料)を推進します。

◇認証制度の検討

●新鮮で安心・安全な南房総市産農産物をわかりやすく表示する認証制度の創設を検討し、市内産農産物の利用促進と市民への供給を図ります。

◇生産記帳運動とトレーサビリティシステム(生産流通履歴追跡)の検討

●南房総ブランドの安心・安全を保証するため、農業者が農産物の生産記録を記帳し、いつでも公開できるよう生産者組織や生産者に対して記帳運動を展開するとともに、消費者が農産物の栽培状況等の情報追跡ができるトレーサビリティシステムの構築を検討します。

◇「次代を担う子どもたちのために栽培された新鮮・安心・安全な南房総産農産物」
としてPR

●市内産農産物を学校給食の食材として積極的に供給することで、次代を担う
子供たちのために栽培された新鮮・安心・安全な農産物というイメージを付加価値
として追加します。

◇新たな地域固有農林水産物の掘り起こし

●びわ・鯨・アジのひらきに続く地域固有の農林水産物を発掘し、加工品等の
商品開発を通して新たな「南房総市ブランド」農林水産物の創出を検討します。

6 消費者・生産者の交流促進

(1) 課題

消費者・生産者の交流促進に関する主要な課題は次のとおりです。

▼消費者・生産者の相互交流

●直売所等関係者は生産者の実態を知り、生産者は直売所等のニーズを理解するため、生産者と直売所等関係者との相互交流の機会をつくる必要があります。

▼地産地消を推進する人材の育成

●地産地消につながる活動をしている市民や、「食」と「農林水産業」に関心がある市民の活動を支援し、地域での情報発信や地産地消を応援してもらう人材の育成が必要です。

(2) 推進方策

◇消費者と生産者をつなぐ仕組みづくり

●公的直売所内に、消費者と生産者との交流を案内できる機能の充実を図ります。(対面販売の機会の充実、道の駅でのオープンキッチンスタジオ等)

◇生産者と消費者の多様な交流機会の創出

●地産地消フォーラムやキャンペーンの開催、館山道の全線開通による時間距離の短縮効果を生かして首都圏の大消費地へ地産地消市場の開設や、農林水産業体験等、生産者と消費者が気軽にふれあえる場の創出を検討します。

◇各種イベントでの交流

●市内外各地で開催されるイベントに農林水産物の販売コーナーや地産地消の推進ポスター・パネルコーナーなどを設置し、来場者との交流を促進します。

◇地産地消を推進する人材の育成

●地産地消につながる活動をしている市民や、「食」と「農林水産業」に関心がある市民を対象に、農林水産業講座や生産現場見学会、料理教室などを通して、南房総市の農林水産業の理解を深め、地域での情報発信や地産地消を応援する人材を育成します。

◇消費者が生産者を支える仕組みづくり

●あらかじめ代金を受け取り作って売る米や野菜、果物のオーナー制度など、消費者が生産者を支える仕組みを検討します。

7 観光地としての魅力向上

(1) 課題

観光地としての魅力向上に関する主要な課題は次のとおりです。

▼「新鮮・安心・安全な南房総の食」による観光客の誘客

●南房総の観光施設の料理を、「その土地でできる素材を、その土地の食べ方で、おいしく食べる」工夫を重ねた魅力ある「新鮮・安心・安全な南房総の食」に切り替えることによって、観光客の誘致につなげていくことが必要です。

▼田舎をいかした新たな旅の提案

●昨今、自然や日常生活そのものを体験するグリーン・ブルーツーリズムやエコツーリズムなどへの関心が高まっていますが、自然と人情に加えて地域ならではの料理を提供するなど、南房総の田舎をいかした新たな旅を提案することが必要です。

(2) 推進方策

◇観光関連組織との連携

●観光関連組織と連携して、「新鮮・安心・安全な南房総の食」を活かした新たな旅の仕組みづくりを進めます。

◇地産地消料理コンクールの開催

●食品加工業者が中心となって、地産地消の料理や弁当に関するコンクールなどを開催します。

◇農林水産業体験観光の提案

●一次産業従事者及び観光関連事業従事者と連携して、農林水産業体験、収穫体験観光施設（例：くすの木）あるいは宿泊施設等を組み合わせた新たな観光メニューの提案を行い、観光地としての魅力の向上を目指します。

◇観光施設や催事等での郷土料理の提供

●地元食材を使った郷土料理の研究や新たなメニュー作りに取り組んでいる市民活動団体と協力して、観光施設や催事等において、太巻き寿司など特色のある郷土料理の提供を推進します。

8 計画の弾力的な運用

この計画は、昨今の諸情勢に対応して策定したのですが、地産地消を取り巻く環境は、常に変化していることから今後の社会情勢によっては、弾力的な運用に努めるものとします。

また、基本的な内容を変更する必要がある場合は、計画期間内であっても、施策の成果の検証結果を踏まえ、適宜見直しを行うものとします。

注 釈

(注1) WTO(世界貿易機関 world trade organization)

・世界貿易のルールや国際紛争の処理を担う国際機関。モノだけでなくサービスや知的財産権なども含め、広範囲における国際貿易を対象とします。

(注2) FTA(自由貿易圏 free trade area)

・二国間または地域間(多国間)の協定により、モノの関税や数量制限など貿易の障害となる壁を相互に撤廃し、自由貿易を行なうことによって利益を享受することを目的とした協定のことです。

(注3) フード・マイレージ(food mileage)

・食料輸送における環境負荷の指標。輸送距離と輸送量の面から捉えた食料供給の実態と食糧輸送が環境負荷に与える度合いを表します。食料の輸送距離と重量を乗じて算出。外国産より地元産の農産物の方が移送に伴うエネルギー消費が少なく済み、地球環境に優しいという考え方。

(注4) メタボリック症候群

・肥満、高血圧症、脂質代謝異常、耐糖能異常などが単独では軽度であるが、複数重なって心筋梗塞、脳卒中など重い動脈硬化性の病気に進む危険性がある状態を総称した概念。予防として、カロリーや脂肪の多い食事を見直すこと、運動不足の解消など日常生活を改善することが挙げられています。

(注5) 食育

・生きるうえでの基本であって、知育、徳育及び体育の基礎となるべきものであり、様々な経験を通じて、「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てることです。

(注6) POS システム(point of sale system)

・販売時点情報管理システム。個別の商品に付けられた IC タグを瞬時に読み取ることによって、店頭在庫管理や販売情報管理ができるシステム。

(注7) トレーサビリティシステム

・生産・流通履歴管理。食品の生産、加工、流通などの各段階で、原材料の仕入れ先や食品の製造元、販売先などを記録・保管し、食品のたどってきた経路と情報を把握できる仕組みです。

(注8) エコ・ファーマー

・「持続性の高い農業生産方式の導入促進に関する法律」に基づき土づくり、減化学肥料、減農薬栽培の計画を作成し、県知事から認定を受けた農業者のことです。

(注9) 農地・水・環境保全向上対策

・食料・農業・農村基本法(新基本法)第15条に基づき、2005年3月に策定された計画。計画の目標実現のために重点的に取り組むべき事項として、「食育」と「地産地消」の全国展開、国産農産物の消費拡大、食品産業と農業の連携強化、農業担い手への農地の利用集積などがあげられています。