

# 大田市地産地消推進計画

～市内循環による地域経済の活性化に向けて～

平成22年8月策定  
(平成31年3月改定)

大 田 市

大田市地産地消推進協議会

## 目 次

第1章 はじめに .....	2
1. 地産地消推進計画の改定について .....	2
2. 地産地消推進計画の実施状況 .....	2
3. 評価 .....	4
第2章 大田市地産地消推進計画 .....	5
1. 地産地消の推進に向けた基本方針 .....	5
2. 地産地消の推進に向けた基本施策 .....	5
(1) 地産地消の普及啓発 .....	5
(2) 地場産品等の市内外における消費の拡大 .....	5
(3) 食育や地場産業教育の推進 .....	5
3. 推進体制 .....	5
(1) 生産者・商品提供者（小売店等）の役割 .....	5
(2) 農業団体・水産業団体・商工業団体の役割 .....	6
(3) 消費者・市民の役割 .....	6
(4) 教育関係者の役割 .....	6
(5) 市の役割 .....	6
4. 地産地消の推進に向けた具体的な取組み .....	7
5. 地産地消の推進に向けた事業の成果指標の設定 .....	10
6. 計画の進行管理 .....	10
7. 計画期間 .....	10

## 第1章 はじめに

### 1. 地産地消推進計画の改定について

平成19年3月、大田市は「大田市産業振興ビジョン」を策定し、重点施策の一つとして『『誇れる』大田ブランド作りの推進』を掲げる中で、地域を挙げた地産地消運動を推進することとしました。地産地消推進協議会設立に向け、平成19年度から地産地消推進研究会としての活動が始まり、平成22年8月「大田市地産地消推進協議会」発足。「大田市地産地消推進計画」を策定し、以後は地産地消の普及啓発、地場産品等の地域内消費の拡大、食育や地場産業教育の推進を大きな柱として、地産地消に向けた活動を推進してきました。

各団体と連携して取組みを進める中、学校給食における地元食材の使用率が上昇するなど一定の効果が現れましたが、策定から相当の年数が経過し社会情勢も大きく変わり、計画の見直しが必要となってきました。そして、平成29年3月に「第2次大田市産業振興ビジョン」を策定したことを契機に計画の見直しを行い、平成31年3月、本計画の改定へと至りました。

### 2. 地産地消推進計画の実施状況

平成22年度から平成30年度までの実施状況は下記のとおりです。

項目	内 容	目標・年次	実施状況（年度）
(1) 地 産 地 消 の 普 及 啓 発	地産地消の定着化に向けた「大田市地産地消の日」の設定	平成22年度	・平成22年8月設定 (毎月第3金・土・日曜日)
	地産地消の意義や食についての正しい知識、地場産業の振興等に関する適切な情報提供	平成22年度 ～	・市広報、ホームページ、ポスター、チラシ、ケーブルテレビ、幟等
	生産者、各種団体、小売店等が取り組む地産地消イベントでのPR用幟の活用促進	平成22年度 ～	・イオン大田店、JA グリーン等での地産地消・大田ブランド・一日漁等の幟活用
	生産者、小売店等と市民（消費者）が相互理解を図るための意見交換会等の開催	～平成23年 度	・未実施
	地産地消、食、地場産業に関するフォーラム、イベント等への支援	平成22年度 ～	・彼岸市、JA グリーン、イオン大田店等での地産地消 PR 活動

	地元農林水産物を使った料理教室の開催及びレシピ、旬獲れカレンダーの作成	～平成23年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地産地消料理教室</li> <li>・大田市シェフツアー (H23～H25)</li> <li>・うまいもレシピコンテスト (H25～H27)</li> <li>・梅レシピコンテスト (H28)</li> <li>・旬獲れカレンダー</li> </ul>
	石州瓦等地場製品の良さ等を示したチラシ、パンフレット等の作成	～平成23年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・石州瓦チラシ・パンフレット (石州瓦工業組合)</li> <li>・モデルハウスパンフレット (石州素舞流)</li> <li>・「食堂散歩」 (H29)</li> <li>・「おおだヒトコト」 (H29)</li> <li>・「おおだ逸品発掘」 (H29)</li> </ul>
(2) 地 場 産 品 等 の 地 域 内 消 費 の 拡 大	安全・安心・高品質な農林水産物等の提供に向けた取組みの推進	平成22年度～	<ul style="list-style-type: none"> <li>・島根県美味しまね認証を受けた事業者による農産物の販路拡大・PR</li> </ul>
	直売所のPRや小売店等での地場産品コーナーの設置並びに小売店等での即売会、イベントの開催	平成22年度～	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JAグリーン、イオン大田店等でのPR</li> <li>・農産物直売所：JAグリーン、ぎんざん市場、すいせんの里、さひめ湖等</li> <li>・産直コーナー：イオン大田店、グッデュー大田店、みしまや大田長久店等</li> </ul>
	道の駅を活用した地場産品の紹介・販売	平成22年度～	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おおだブランドコーナー</li> <li>・地産地消メニューの提供</li> </ul>
	地場産原材料を使った加工品の開発並びに販売促進（大田のブランドづくりの推進）	平成22年度～	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おおだブランド認証制度（41商品）</li> <li>・首都圏販路開拓</li> <li>・メイドイン大田創出支援事業（新商品開発チャレンジ支援）</li> <li>・地産地消弁当</li> </ul>
	「地産地消推奨店制度」の創設による市内飲食店における地元食材の利用促進	～平成24年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成24年度創設</li> <li>・登録店舗10件（H31.3現在）</li> </ul>
	「地元買物運動」の積極的な展開	平成22年度～	<ul style="list-style-type: none"> <li>・彼岸市、銀の道産業祭</li> <li>・銀の國ぐるめまつり（～H25）</li> <li>・プレミアム付き商品券（H27）</li> <li>・まちゼミ（H28～）</li> </ul>
(3) 食 育	地場産品を活用した料理レシピや栽培・収穫、製造までの過程を表したパ	～平成24年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大田市シェフツアー (H23～H25)</li> <li>・一日漁パンフレット (H25～H26)</li> </ul>

や 地 場 産 業 教 育 の 推 進	ンフレット等の作成		
	保育園児・幼稚園児・小中学生等を対象にした農林漁業体験等産業体験の場の提供	～平成25年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・JA あぐりスクール</li> <li>・林業学習（H27）</li> </ul>
	市民（消費者）を対象にした栽培、収穫、調理、製造過程等を体験する場の創出	～平成25年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おおだ農援塾</li> <li>・食農料理体験</li> </ul>
	学校給食における県産品の使用率向上及び大田市産の食材にかかる児童・生徒への理解促進	平成26年度までに使用率（品目数ベース）を35%にする	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大田市産50.0%（H29）</li> <li>・県内産61.5%（H29）</li> </ul>
	産業読本の市内中学生への配布並びに地場産業を学ぶ場（講演会、授業等）の提供	平成22年度～	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業読本配布</li> <li>・大田市企業紹介冊子 Catch 配布</li> <li>・ものづくり名人出張教室</li> <li>・大田高校・邇摩高校キャリア教育支援</li> </ul>

### 3. 評価

計画に基づき、平成22年度に「大田市地産地消の日」を設定、平成24年度には「地産地消推奨店制度」を創設し、各種事業を実施するなど、関係事業者で連携しながら地産地消の普及啓発を図りました。その結果、学校給食における県産品の使用率は目標の35%を大きく上回る61.5%となるなど、地産地消の推進に一定の効果が見られました。

一方、市の購買力流出は依然として続いており、事業者のみならず、市民一人一人が地元での購買を心がけていくことが課題となっています。また、今回の検証では目標の達成度を評価する指標が乏しく、検証が難しい部分も見られました。

上記を踏まえ、今回の改定で地元購買の推奨に力を入れるとともに、評価指標を追加し評価・改善することにより、更なる地産地消の推進を図るものとします。

## 第2章 大田市地産地消推進計画

### 1. 地産地消の推進に向けた基本方針

本市は、水稲の外、日本海で獲れる海産物から標高400mで収穫される高原野菜、さらには畜産物など多種多様な食料があるとともに、古から多くの郷土料理が存在しています。また、本市の代表的な地場産品である石州瓦や、鏝絵などに代表される建築技術等、優れた文化、歴史を有しています。

一方、本市においては少子高齢化・人口減少が続いており、今後も減少が見込まれることから、購買力の低下が懸念されます。また、近年の近隣市における超大型商業施設オープンや情報化の進展に伴う購入先の拡大等により、本市の購買力は流出傾向にあり、地域の産業は厳しい状況に置かれています。

このような中、平成29年3月に策定した「第2次大田市産業振興ビジョン」では、「外貨獲得と経済循環による産業振興」を基本理念とする中で、地産地消による域内経済循環の推進を掲げています。また、平成30年4月施行の「大田市中心小企業・小規模企業振興条例」では、市の持続的な発展を図るため地域全体が一体となって市内中小企業・小規模企業の振興に取り組むこととし、市内中小企業・小規模企業が提供する製品、サービス等を積極的に活用するよう市民は努めるものとしています。

このことを踏まえ、本市においては、**市内産品の購買はもとより、地元の店舗やサービス等を積極的に利用することを「地産地消」として捉える中で、各団体と連携して「地産地消」を推進することにより、市内産業の活性化を図るもの**とします。

### 2. 地産地消の推進に向けた基本施策

- (1) 地産地消の普及啓発
- (2) 地場産品等の市内外における消費の拡大
- (3) 食育や地場産業教育の推進

### 3. 推進体制

地産地消に関する施策は幅広い分野に関係することから、その推進にあたっては関係団体等の密接な連携が必要となります。

このため、県、市、教育委員会、農業団体、水産業団体、商工業団体、事業者、生産者、小売店等各種関係機関が相互に連携を強める中で、消費者と一体となって地産地消の推進に努めます。

#### (1) 生産者・商品提供者（小売店等）の役割

生産者・商品提供者（小売店等）は、地域の消費者ニーズを的確に把握し、安全・

安心で質の高い商品やサービスの提供に努め、消費者に対する的確な情報発信と食や産業に親しむ機会を提供します。

**(2) 農業団体・水産業団体・商工業団体の役割**

生産者や商品提供者（小売店等）と消費者が相互に理解を深め、地域内における地産地消の円滑な取組みが図られるよう各団体の役割を十分に発揮する中で、連携した取組みを行います。

**(3) 消費者・市民の役割**

食や地域内産業に対する正しい知識を養い、食料自給率の向上や地場産品への理解を深めるために、生産者・商品提供者（小売店等）との積極的なコミュニケーションを図り、地産地消の推進、地域産品の利用促進に努めます。

**(4) 教育関係者の役割**

生産者や食べ物への感謝の心を育み、食に対する正しい知識を養うとともに、地元農林水産物への理解を深め、地域の食文化の継承や農林水産業体験など、食育活動と連携を図るとともに、学校給食への地元農林水産物の使用を推進するなど、地産地消に向けた取組みを行います。

また、地域産業への理解を深める教育を推進していくことが期待されます。

**(5) 市の役割**

市は、地産地消推進計画に基づき、関係機関・団体・生産者・小売店・消費者との連携を図り、地域の特色を生かした地産地消推進のための取組みの拡大に努めます。

#### 4. 地産地消の推進に向けた具体的な取組み

##### (1) 地産地消の普及啓発

###### 【現状・課題】

- ・地産地消の必要性や活動についての情報が市民（消費者）に対し、十分に浸透していない。特に若年層の意識が低い傾向にある。
- ・地場産品等の情報が市民（消費者）に対し、十分に知られていない。

###### 【目標】

- ・地産地消や地場産品等に対する市民（消費者）の意識向上

###### 【行動計画】

方策	実施主体
【1-1】 市が推進する地産地消の意味や意義、また地場産業等に関する適切な情報提供（市広報、ホームページ、SNS、ポスター、チラシ、ケーブルテレビ、幟等）	市
【1-2】 「大田市地産地消の日」における地産地消のPR	市、各種団体、小売店等
【1-3】 地産地消や地場産業振興に関するイベント、料理教室等の開催及びその支援	市、生産者、各種団体、小売店等
【1-4】 石州瓦等地場産品の良さ等を示したチラシ、パンフレット等の作成及びPR	生産者、各種団体、市

##### (2) 地場産品等の市内外における消費の拡大

###### 【現状・課題】

- ・地場産青果物は、通年供給（供給量の安定確保）することが難しい。
- ・コスト面の問題もあり、市内において、地元食材を使った料理を提供する飲食店が少ない。
- ・地場産品等を提供する販売所等の情報が市民（消費者）に対し、十分に知られてい



ない。

- ・近隣市での超大型商業施設のオープン、情報化の進展に伴う購入先の拡大等により、購買力の市外流出が進んでいる。

#### 【目標】

- ・市民（消費者）が求める地場産農産物の生産
- ・生産者の組織づくりや市民（消費者）が地場産品を手に入れやすい仕組みづくり
- ・観光客等への地場産品のPR
- ・地場産品を使った付加価値の高い商品・メニューの開発並びに市内外における販売・提供の促進
- ・商店街、各小売店の魅力度のさらなる向上
- ・地場産品をはじめ、地場産材や地元建築関連産業の需要喚起に向けた支援策の実施

#### 【行動計画】

方策	実施主体
【2-1】 安全・安心・高品質な農林水産物等の提供に向けた取組みの推進	生産者、各種団体
【2-2】 直売所のPRや小売店等での地場産品コーナーの設置並びに小売店等での即売会、イベントの開催	生産者、各種団体、小売店、市等
【2-3】 道の駅ロード銀山、仁摩道の駅（仮称）を活用した地場産品の紹介・販売	市
【2-4】 地場産原材料を使った商品の開発並びに市内外における販売促進（大田のブランドづくりの推進）	生産者、各種団体、小売店、市等
【2-5】 「地産地消推奨店制度」の活用による市内飲食店における地元食材の利用促進	市、生産者、各種団体
【2-6】 「地元買物運動」の積極的な展開	商工業団体
【2-7】 地場産品・サービス等を提供する事業者の情報をまとめたチラシ、パンフレット等の作成及びPR	各種団体、市

### (3) 食育や地場産業教育の推進

#### 【現状・課題】

- ・学校給食における地場農水産物の年間供給の確保が難しい。
- ・価格面で学校給食に取り入れられない地場農林水産物が多々ある。
- ・市民が、農林水産業や生産者と関わる機会が少ない。
- ・小中学生等、次代を担う子どもたちが地場産業に関わる（知る）機会が不足している。

#### 【目標】

- ・子どもから高齢者までを対象に、家庭や地域、各種生涯活動、保育園、幼稚園、小中学校等における望ましい食習慣や地場産業や地場産品に対する知識の習得
- ・生産者と市民（消費者）の相互理解の促進
- ・学校給食や農業・水産業をはじめとした産業体験を通じた地場産業への理解促進

#### 【行動計画】

方策	実施主体
【3-1】 地場産品を活用した料理レシピや栽培・収穫、製造までの過程を表したチラシ、パンフレット等の作成及びPR	生産者、各種団体等
【3-2】 保育園児・幼稚園児・小中学生等を対象にした農林漁業体験等産業体験の場の提供	生産者、事業者、各種団体、市
【3-3】 市民（消費者）を対象にした栽培、収穫、調理、製造過程等を体験する場の創出	生産者、事業者、各種団体等
【3-4】 生産者と市民（消費者）の交流ができる機会の創出	生産者、各種団体等
【3-5】 学校給食における大田市産食材の使用率向上及び市産食材にかかる児童・生徒への理解促進	教育委員会
【3-6】 地場産業を学ぶ場（講演会、授業等）の提供	市、生産者、各種団体

## 5. 地産地消の推進に向けた事業の成果指標の設定

項目	成果指標	数値目標	
		現在値	目標値(2026年度)
(1)地産地消の普及啓発	地産地消を「強く意識して」買い物をする市民の割合	30.7%	46.7%
(2)地場産品等の市内外における消費の拡大			
(3)食育や地場産業教育の推進	学校給食における大田市産食材の使用割合	50.0% (2017年度)	59.0%

## 6. 計画の進行管理

毎年、大田市地産地消推進協議会において、計画の進行管理並びに評価を行うこととし、そのとりまとめ等については、大田市（産業振興部産業企画課）において行います。

## 7. 計画期間

平成31年度（2019年度）から2026年度までの8年間とします。