

酒田市食育・地産地消推進計画の骨子（案）

1 食育・地産地消に関する現状と課題

【現状】

- ①市民の食育に関する関心は、全国よりも 10.1%高い。(アンケート P3-問 5)
- ②新型コロナウイルスの影響により、自宅での料理や家族と一緒に食べる機会が増えた市民の割合は 71.4%。(アンケート P12-問 21-2)
- ③新型コロナウイルスの影響により、家計に占める食への支出を節約するようになった市民の割合は 66.5%を占めており、子どもたちへ食事環境の低下が懸念される。(アンケート P12-問 21-7)
- ④学校給食における地場産食材の使用について、価格や量の問題により、献立への反映が難しい。(委員等からの調査票結果 P2-(3) 2・21・22)
- ⑤アランマーレの選手が市内小学校を訪問し、食の大切さや栄養素の役割などをレクチャーした後、スポーツで児童と交流している。
- ⑥SDGs に関する取り組みとして、57.3%の市民が食品ロス削減に日頃から取り組んでいるほか、74.9%の市民が日頃から環境に配慮した農林水産物・食品を選んでいる。(アンケート P4-問 6・P11-問 19)
- ⑦市民の食や食育に関する情報源として、インターネット上のニュースサイト、ブログ・SNS、YouTube 等の動画サイトを活用している。(アンケート P4-問 7)

【課題】

- ①食生活の課題として、野菜摂取量の不足や栄養バランスの悪い偏った食生活を回答した市民が多く、食事内容の改善が必要。(アンケート P12-問 20)
- ②学校、園からの児童、園児への食育のアプローチだけでなく、家庭を巻き込んだ取り組みが必要。(委員等からの調査票結果 P2-(3) 1・4)
- ③郷土料理や伝統料理などの食文化を地域や次世代へ伝えている市民の割合は全国より 3.7%低いことから、食文化の継承が必要。(アンケート P13-問 22 後半)
- ④これまでに農林漁業体験に参加したことがある市民の割合は全国平均と同程度であることから、グリーン・ツーリズムや幼児期からの食農教育の推進が必要。(アンケート P5-問 9)
- ⑤市内に生産者が地域横断的に参加できるコミュニティがなく、情報交換や異業種交流が進まないことから、交流の場を設けてコミュニティ化の促進が必要。(委員等からの調査票結果 P6-(2) 10・(3) 6)

2 食育・地産地消推進のための施策の柱（重点課題）

（1）食を楽しみ、食から健康をつくる

- ①ウィズ・ポストコロナ時代を見据え、共食や自宅での料理の機会を積極的に持ち、食を楽しむ。（アンケート P12-問 21-2）
- ②減塩及び野菜摂取増加を促進する。（アンケート P12-問 20、県計画施策の柱 1-（3））
- ③学校、園と家庭を巻き込んだ食育を推進する。（委員等からの調査票結果 P2-（3） 1・4）※新規
- ④子ども食堂など子どもの居場所づくりを推進する。（県計画施策の柱 2-（3）、アンケート P12-問 21-7）※新規

（2）食を学び、食を受け継ぐ

- ①学校給食における地場産食材の利用拡大や交流給食を推進する。（アンケート P27-問 29、交流給食は県計画施策の柱 3-（3））※新規
- ②プロスポーツ組織と連携した子ども達の食への興味関心を醸成する。（県計画施策の柱 4-（3）、アランマーレの活動）※新規
- ③郷土料理や伝統料理など食文化を学び、地域や次世代へ伝える。（アンケート P13-問 22・P27-問 29）

（3）食を知り、食に感謝する

- ①食品ロスの削減や環境に配慮した食品の購入を促進する。（県計画施策の柱 2-（1）、SDGs に関連する食育・地産地消の取組み）
- ②幼児期からの農林漁業体験や調理体験などの食農教育を推進する。（アンケート P5-問 9・P27-問 29、県計画施策の柱 3-（1））

（4）食でつながり、食を発信する

- ①インターネットや SNS などのデジタル技術を活用した食の発信や PR を行う。（アンケート P27-問 28・29、委員等からの調査票結果 P5-（4） 15）※新規
- ②学校と食品関連事業者等との連携による商品開発を推進する。（委員等からの調査票結果 P6-（3） 1、県計画施策の柱 1-（1））
- ③直売所など地場産農林水産物を購入できる場所の情報を発信し、利用拡大を図る。（アンケート P27-問 29）
- ④生産者同士や異業種事業者との交流の場を設け、コミュニティ化を促進する。（委員等からの調査票結果 P6-（2） 10・（3） 6）

※「新規」は、現計画において重点課題になかったものを指し、それ以外の項目は現計画の重点課題と同じか表現を変えたもの（継続）を指す。

酒田市 6 次産業化戦略の骨子（案）

1 6 次産業化に関する現状と課題

【現状】

- ①生産者が生産活動だけでも忙しく、加工や販売まで手が回らず、6 次産業化が進まない。
（委員等からの調査票結果 P6-（2）8）
- ②市内に生産者が地域横断的に参加できるコミュニティがなく、情報交換や異業種交流が進まない。
（委員等からの調査票結果 P6-（2）10・（3）6）
- ③平成 30 年度より酒田市産業振興まちづくりセンターが開設され、農林水産事業者を対象とした販路拡大や EC などのセミナーの開催や農商工連携等に関する新たなプロジェクトへの支援などを行っている。

【課題】

- ①SNS やマスメディアを活用した消費者への情報発信が必要。（アンケート P27-問 28）
- ②ウィズ・ポストコロナ時代における新たな需要を取り込むため、農林漁業者や食品製造業者等のネット販売の促進が必要。（アンケート P27-問 28）
- ③首都圏等の大消費地での物販や PR が必要。（アンケート P27-問 28）
- ④農林漁業・観光・福祉等、他分野・他産業との連携が必要。（アンケート P27-問 28）
- ⑤6 次産業化に係る補助金等の制度の拡充が必要。（委員等からの調査票結果 P5-（2）2）
- ⑥6 次産業化商品の消費者ニーズを調査し、結果の周知が必要。（委員等からの調査票結果 P6-（2）5）

2 現状と課題を踏まえた 6 次産業化の取組方針

- ①6 次産業化の取り組みによる商品開発・販売の推進
 - ・6 次産業化に関するセミナーの開催（現戦略 P15-（3）①）
 - ・ネット販売の促進（アンケート P27-問 28）※新規
 - ・補助金等による商品開発等への支援（委員等からの調査票結果 P5-（2）2）
 - ・6 次産業化商品の消費者ニーズ調査結果の周知（委員等からの調査票結果 P6-（2）5）
※新規
- ②6 次産業化の取り組みにより開発された商品の地域での利用促進
 - ・市内直売所・小売店等での 6 次産業化商品の利用促進（現戦略 P15-（3）②）
- ③学校、医療機関、福祉施設における給食での活用
 - ・学校、医療機関、福祉施設における給食提供施設での 6 次産業化商品の利用拡大（現戦略 P15-（3）③）
- ④商品の販路開拓
 - ・商談会等の情報提供や出展支援（現戦略 P15-（3）④）
 - ・首都圏等の大消費地での物販やプロモーション活動の支援（アンケート P27-問 28）

⑤農商工観連携

- ・生産者同士や異業種事業者との交流の場の提供やマッチング支援（委員等からの調査票結果 P6-（2）10・（3）6）

⑥付加価値向上及びブランド化を進めるための地域資源の活用

以下の品目を活用した商品開発・ブランド化の推進（アンケート P18-問 26）

- ・最重点品目（5品目）※新規
米、メロン、なし、イカ、かき
- ・重点品目

項目	品目
穀類	大豆、そば、小麦
野菜	いちご、えだまめ、ねぎ、アスパラガス、さつまいも、トマト、さといも、すいか、なす、あさつき、きゅうり、だいこん
果樹	さくらんぼ、うめ、ぶどう
水産物	牡蠣、タラ、フグ、カニ、トビウオ、マグロ、カレイ、ノドグロ、タイ
畜産物	豚、牛、鶏、生乳
特用林産物	きのこ類、山菜類

⑦多様な媒体による商品の情報発信 ※新規

- ・SNS、インターネット、マスメディアを活用した商品のPR（アンケート P27-問 28）

※「新規」は、現戦略において取組方針になかったものを指し、それ以外の項目は現戦略の取組方針と同じか表現を変えたもの（継続）を指す。