



新計画作成のポイント

- 市民アンケート調査の結果を踏まえて、市民の声を反映
- 社会情勢（社会のデジタル化、新型コロナウイルス感染症、持続可能な開発目標（SDGs））に配慮した、食育・地産地消及び6次産業化の推進を図る計画

| 食育・地産地消及び6次産業化の推進を巡る環境の変遷 | | | |
|---------------------------|--|---|--|
| 平成 17年 6月 7月 | 「食育基本法」公布 (同法施行) | 平成 18年 3月 12月 19年 5月 23年 3月 | 令和 3年 3月 |
| 22年12月 23年3月 | 「六次産業化・地産地消法」公布 (地産地消関連施行) (六次産業化関連施行) | 国「第1次食育推進基本計画」 県「山形県食育推進計画」 市「酒田市食育推進計画」 国「第2次食育推進基本計画」 県「山形県食育・地産地消推進計画」 市「酒田市食育・地産地消推進計画」 国「第3次食育推進基本計画」 県「第2次山形県食育・地産地消推進計画」 市「酒田市食育・地産地消推進計画 (酒田市6次産業化戦略)」 | 国「第4次食育推進基本計画」 県「第3次山形県食育・地産地消推進計画」 |

食育・地産地消を巡る主な現状と課題

(1) 食を楽しみ、食から健康をつくる

- 【現状】
- 20～30歳代の若年層の朝食欠食率が他の世代と比較して高い
 - 新型コロナウイルス感染症により、家族との共食や自宅での料理の機会の増加など生活様式や食習慣に大きな影響を受けている
 - 食生活について、野菜摂取量の不足や栄養バランスの悪い偏った食生活が課題と考える市民が多い
 - プロスポーツ選手と連携した児童への食育が推進されている
- 【課題】
- 園や学校だけでなく、家庭を巻き込んで子どもたちへの食育を推進する
 - 子どもへの食事提供や孤食の解消のため、子ども食堂など子どもの居場所づくりを推進する

(2) 食を学び、食を受け継ぐ

- 【現状】
- 郷土料理などの食文化を前の世代から継承し伝えている人は、若い世代ほど少ない傾向にある
 - 学校給食での地場産農産物の利用促進などに重点的に取り組むべきと考える市民が多い
- 【課題】
- 食を通じた地域文化を次世代に継承する
 - 家庭だけでなく学校や地域などでも地域の食文化を学ぶ機会をもつ

(3) 食を知り、食に感謝する

- 【現状】
- SDGsに関する取り組みとして、食品ロスの削減や環境に配慮した食品を選ぶ市民が多い
 - 学校などにおいて、農業体験などの食育交流活動を実施する農業者の活動が定着している
- 【課題】
- グリーン・ツーリズムや幼児期からの食農教育を推進する
 - 離乳食に地場産農林水産物を積極的に取り入れるなど、乳幼児期から地場産農林水産物に触れさせる
 - 「もったいない」の精神で食品ロス削減に取り組み、環境に配慮する

(4) 食を誇り、食を発信する

- 【現状】
- 市内の高等学校と食品関連事業者等との連携により、商品開発を行っている事例がある
 - 主な農産物直売所は、武蔵野市のアンテナショップ「麦わら帽子」を含めて8か所設置されており、市内のスーパーマーケットでも地元の野菜などを販売している
- 【課題】
- インターネットやSNSなどのデジタル技術を活用した食に対する情報発信に積極的に取り組む
 - 農産物直売所など地場産農産物を購入できる場所の情報を発信する

6次産業化を巡る主な現状と課題

- 【現状】
- 加工・販売をするにあたり、ノウハウなどを習得する機会が少ない
 - 開発から販売に至った商品においても、販路開拓に苦慮するケースが多い
 - 酒田市産業振興まちづくりセンター（通称：サンロク）にて、6次産業化に関するセミナーの開催などを行っている
- 【課題】
- 6次産業化に取り組む際の参考となる情報共有の機会などの場を提供する
 - 消費者への訴求力のある商品の情報を発信する

新計画（食育・地産地消）の概要

施策の柱（1） 食を楽しみ、食から健康をつくる

実践ポイント 若い世代の食を見直し、生涯健康に食を楽しむ

- 【重点課題】
- ①内食の機会を積極的に持ち、食を楽しむ
 - ②減塩及び野菜摂取増加を促進する
 - ③家庭を巻き込んだ食育を推進する ※新規
 - ④子どもの居場所における地産地消の充実を図る ※新規
 - ⑤企業やプロスポーツ組織などと連携し、子どもの食への興味関心を醸成する ※新規

- 【主な具体的施策】
- ①家族と一緒に食べる「共食」の回数や自宅での料理の機会を増やすよう啓発を行う
 - ②食生活改善推進員を中心に、減塩や野菜・果物の摂取など、栄養バランスに配慮した食事を心がけるよう啓発を行う
 - ③親子の料理作りを呼びかけるなど、家庭内での食育の機運を醸成する
 - ④子ども食堂における地場産食材の積極的利用を図る
 - ⑤企業やプロスポーツ組織などと連携し、学校において食育授業や交流給食などを行う

施策の柱（2） 食を学び、食を受け継ぐ

実践ポイント 地域の食文化や伝統を学び、次世代に伝える

- 【重点課題】
- ①郷土料理などの食文化を学び、次世代に伝える
 - ②学校給食における地場産食材の積極的な利用を推進する

- 【主な具体的施策】
- ①家庭内や地域内交流の中で、伝統行事食を作り、食べ、学び、伝える場を持つ
 - ②学校給食における県の補助金の活用などにより、地場産食材の利用率向上を図る

施策の柱（3） 食を知り、食に感謝する

実践ポイント 地元の食材に関心をもち、誇りにする

- 【重点課題】
- 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
 - ②乳幼児期から地場産農林水産物に触れる機会を増やす

- 【主な具体的施策】
- ①地域全体で食べ残しや廃棄される食材の減少など、環境に配慮した取り組みを啓発する
 - ②地場産農林水産物を積極的に取り入れた食事（離乳食を含む）や農林漁業体験、調理体験などを推進する

施策の柱（4） 食でつながり、食を発信する

実践ポイント 地元産食材の付加価値を高め、ブランド化を図る

- 【重点課題】
- ①デジタル技術を活用し、消費者の声を集め、食の発信やPRを行う ※新規
 - ②高校生への食育を推進する ※新規
 - ③地場産農産物の地産地消につながる情報を発信する

- 【主な具体的施策】
- ①インターネットやSNSなどを積極的に活用し、消費者の目線に立った地場産農林水産物の情報発信などを行う
 - ②高校生のアイデアを活かした商品開発や情報発信を促進する
 - ③農産物直売所の紹介などにより、地場産農産物を購入できる場所の情報を発信する

新戦略（6次産業化）の概要

- 【取組方針】
- ①商品の開発や販売の推進
 - ②商品の地域での利用促進
 - ③農工商連携
 - ④地域資源を活用した商品のブランド化
 - ⑤多様な媒体による情報発信 ※新規
- 【具体的な取組内容】
- ①6次産業化に関するセミナーへの参加を呼びかけるほか、ネット販売やふるさと納税への出品を促す
 - ②市内直売所や給食提供施設などへ6次産業化商品の利用を働きかけ、消費拡大を図る
 - ③異業種間での交流の機会を設け、情報提供や人脈づくり、知識やアイデア、技術を提供できる場をつくる
 - ④地場産農林水産物を活用した商品開発や6次産業化商品のブランド化を推進する
 - ⑤インターネットやSNSなどを活用し、6次産業化商品をPRする

食育・地産地消に関する5年後の数値目標

| | 現況値 (令和2,3年度) | 目標値 (令和8年度) |
|------------------------------|------------------|----------------|
| ○施策の柱(1) 食を楽しみ、食から健康をつくる | | |
| ・朝食欠食率(あまり食べていない、全く食べていない割合) | | |
| 小学6年生 | 4.0% | 0% |
| 中学3年生 | 4.2% | 0% |
| ・朝食欠食率(週4回以上欠食) | | |
| 20～30代 | 18.1% | 12%以下 |
| ・朝食または夕食を家族と一緒に食べる「共食」の回数 | | |
| 週9.4回 | | 週12回以上 |
| 【新規】野菜をほぼ毎食食べる人の割合 | | |
| | 71.6% | 75%以上 |
| 【新規】日頃の食事の中で減塩を意識している人の割合 | | |
| | 77.3% | 80%以上 |

○施策の柱(2) 食を学び、食を受け継ぐ

【新規】郷土料理や伝統料理など、地域や家庭で受け継がれてきた料理や味などを前の世代から継承し、次世代へ伝えている割合

| | | |
|--|-------|-------|
| | 49.3% | 55%以上 |
|--|-------|-------|

・学校給食における地場産食材の利用率
(重量ベースによる庄内産食材の利用率)

| | | |
|-----|-------|---------|
| 小学校 | 73.3% | 75.0%以上 |
| 中学校 | 67.1% | 72.0%以上 |

○施策の柱(3) 食を知り、食に感謝する

・可燃ごみに占める食品残渣(生ごみ)の割合(水分を除く)

| | | |
|--|--------|-------|
| | 10.69% | 10%以下 |
|--|--------|-------|

・農林漁業体験受入者数

| | | |
|--|--------|----------|
| | 1,263人 | 2,500人以上 |
|--|--------|----------|

○施策の柱(4) 食でつながり、食を発信する

【新規】産地直売施設の販売額

| | | |
|--|-----------|-------------|
| | 208,185千円 | 218,595千円以上 |
|--|-----------|-------------|

6次産業化に関する5年後の数値目標

○取組方針① 商品の開発や販売の推進

・農産加工品の商品数

| | | |
|--|------|--------|
| | 119品 | 125品以上 |
|--|------|--------|

【新規】6次産業化関連のセミナー参加人数

| | | |
|--|-----|-------|
| | 16人 | 60人以上 |
|--|-----|-------|

○取組方針② 商品の地域での利用促進

・地場産農産物を使った商品を販売する商工業者数

| | | |
|--|-----|-------|
| | 42社 | 50社以上 |
|--|-----|-------|