

資料6

1

# 令和6年度藤沢市地産地消推進事業実行委員会事業計画 (案)

## 新たな一次製品の創出に向けた農産物の 試作支援

2

予算額：100,000円

計画の位置付：P.41【重点】(1)藤沢ブランドの創出（ア 藤沢ブランドとなる新たな一次製品の創出）

目標：かながわブランドへの登録 1件

- ▶ 「茅ヶ崎のトルコナス」や「菜速あやせコーン」の事例を参考に、地域の特性を活かした藤沢ブランドとなる新たな一次製品の候補として、生産者が戸別に生産している農産物の組織的な生産を支援します。
- ▶ SDGsの視点を念頭に、「飲食物+a」の価値を創出し、消費者に選ばれる一次製品の創出を目指します。



茅ヶ崎のトルコナス



菜速あやせコーン



容器包装類等の作成を支援し、ネーミングやパッケージでも「藤沢産」をPRします



## 未利用魚を活用した加工品の開発支援 及び学校給食での活用検討【拡充】

3

予算額：200,000円

計画の位置付：P.41【重点】(1)藤沢ブランドの創出（イ 藤沢産農水産物を利用した加工品の開発支援、ウ 未利用魚の認知度向上）  
P.43【重点】(2)藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化（イ 藤沢産農水産物等の利用促進）

目標：小学校・特別支援学校36校での給食提供

- ▶ 前年度の取組の課題（保管や仕分け）を踏まえ、公立小学校・特別支援学校全校で25,000食の給食提供を目指します。
- ▶ 最終的には、加工費や原材料費を支援することなく、利用できる体制構築を目指します。
- ▶ 藤沢の水産物を学校給食で活用することにより、地域の水産物の理解及び食育の促進を図ります。
- ▶ 価値が乏しい未利用魚を活用することにより、食品ロス解消や付加価値向上を図ります。
- ▶ 完成した加工品は、江の島片瀬漁協等と協力し、学校給食以外での活用についても検討します。

☆江ノ島の定置網漁でとれたワカシ（ワリの子ども）

で作った「つみれ」が登場します！～未利用魚・SDGs～

未利用魚とは…

大きさや、漁獲量、需要の低さなどが原因で、商品価値が付きにくく、売り買いが難しい石魚のこと。手廻りかけたり、加工したりすることで美味しく食べられます。

藤沢の漁業者さん（浜野水産さん）が、特別に江ノ島でとれたワカシを加工して「つみれ」を作ってくださいました。給食室で、油で揚げて、甘酢あんをからめ「地魚団子の甘酢あん」として、1月16日の給食に出ます。ワカシの確保量の関係で、このつみれが登場するのは、藤沢市の数校だけです。とても貴重な機会なので、子どもたちには、藤沢産のお魚を味わうとともに、SDGsや未利用魚について知ってもらえたらと思います。



子どもたちの目に見える形で江ノ島産のお魚が登場するのは初めてです。業者さんをはじめ、農業推進課の方々や教育委員会の栄美土さんが商品化してくれました！

給食だよりを通じて家庭へも発信します

## 藤沢産農産物を利用した加工品の開発支援

4

予算額：100,000円

計画の位置付：P.41【重点】(1)藤沢ブランドの創出（イ 藤沢産農水産物を利用した加工品の開発支援）

目標：開発支援した加工品の販売

- ▶ 生産者、JA及び加工業者等と協議し、組織的に生産されている藤沢産農水産物を活用した新たな加工品を対象に、販促用品の作成費用を実行委員会予算で負担し、ブランド化につながる6次産業化の取組を推進します。



【参考】藤沢産農水産物を活用した加工品の例



ラベルや容器包装類、原材料費を支援し、商品化を促すとともに販路拡大・付加価値向上を図ります



今後、ブランド化や6次産業化が期待される一次産品（藤沢産の新品種ブドウ『メイヴ』）

## 特定給食施設での藤沢産米の利用促進

5

予算額：50,000円

計画の位置付：P.43 【重点(2)藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化(ア 藤沢産米の利用促進)

目標：特定給食施設での藤沢産米利用 60t

- ▶ 恒常的に販売価格が生産費を下回っている藤沢産米について、水田の耕作放棄に伴う多面的機能（洪水調整、景観保護、生物多様性確保など）を喪失を予防するために、新たな販路を開拓します。
- ▶ 市内の特定給食施設（298施設）に対し、藤沢産米をPRします。
- ▶ 利用に前向きな施設に対してサンプルを提供し、藤沢産米の美味しさを実感してもらいます。
- ▶ 藤沢産米に給食が提供される際には、食堂においてパネル展示等を実施し、地産地消をPRします。
- ▶ 米以外の農水産物についても、機会を捉えてPRします。

## 小学校でのふりふりバター体験事業 保育園児と生産者の交流事業【拡充】

6

予算額：60,000円【ふりふりバター体験事業分】

計画の位置付：P.43 【重点(2)藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化(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)

予算額：100,000円【保育園児との交流分】

計画の位置付：P.43 【重点(2)藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化(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、オ 学校・保育園周辺で生産されている農産物の活用)

目標：生産者と交流した保育園児数 162名

- ▶ 市内小学校において、市内で搾乳された牛乳等を使用したバターづくり体験事業を実施し、市内畜産業への理解促進、地産地消及び食育の推進を図ります。

※同日にやまゆりポーク生産者協議会と連携して畜産の授業も実施予定。

- ▶ 保育園周辺で生産されている農産物を給食へ供給する際に、生産者と保育園児の交流機会を設け、地域農水産業の理解促進及び食育の推進を図ります。



## オーガニック給食の提供【新規】

7

予算額：100,000円

(2) 藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化 (計画P43)  
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  
オ 学校・保育園周辺で生産されている農産物の活用  
目標：オーガニック給食の提供

- ▶ 藤沢市都市農業振興計画において、有機農業の取組面積拡大を目標として掲げていることを踏まえ、オーガニック給食の試験提供に取り組みます。
- ▶ オーガニック給食の提供により、『残食率の減少』『市のイメージアップによる移住者の増加』『需要の創出による産地化の安定』『食育の推進』など様々な効果が見込まれます。
- ▶ オーガニック食材の給食提供には、『価格』『数量確保』『給食食材として活用できるかの確認』『調理の手間が増える懸念』など、様々な課題が想定されることから、試験提供に対して支援を実施します。



- ここで言う「オーガニック給食」とは、「有機農業の推進に関する法律」の定義する有機農業などで生産された農産物を学校給食において利用することとしています。
- 有機農産物をメイン食材として利用できる献立に取り入れるとともに、「給食だより」を通じて家庭への情報発信もあわせて行います。

## 地産地消イベント事業 オーガニックマルシェ、元気バザール、サンセットマルシェ

8

予算額：200,000円【オーガニックマルシェ分】

計画の位置付：P.47【重点】(3)地産地消の普及啓発・食育施策等との連携強化 (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  
目標：来場者数 865名 (前年度の120%)

予算額：120,000円【ふじさわ元気バザール、サンセットマルシェ分】

計画の位置付：P.47【重点】(3)地産地消の普及啓発・食育施策等との連携強化 (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

- ▶ 国が示す「みどりの食料システム戦略」において、2050年までに耕地面積に占める有機農業の取組面積の割合を25%に拡大することを目標にしており、本市においても「第2次藤沢市都市農業振興基本計画」を2022年3月に策定し、本市においても同様に拡大することを目標に設定したことから、有機農業に着目したイベントを継続開催し、今年度は定着を目指します。
  - ◆開催予定日 2024年11月23日(土) 勤労感謝の日。以降、毎月開催。
  - ◆開催予定場所 辻堂神台公園
  - ◆イベント内容 有機野菜の直売、体験型イベントの企画
- ▶ 奇数月第2土曜日に藤沢駅北口等で開催されている「ふじさわ元気バザール」や毎週月曜日・水曜日・金曜日に藤沢市役所サンセット広場で開催されている「藤沢産サンセットマルシェ」の中で、藤沢産農水産物のPRを行います。

## 花育体験イベント事業 PR用花き等購入費

9

予算額：100,000円【花育体験イベント事業】

計画の位置付：P.47【重点(3)地産地消の普及啓発・食育施策等との連携強化（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、イ 生産者と消費者の交流イベント等の開催）】

予算額：100,000円【PR用花き等購入費】

計画の位置付：P.47【重点(3)地産地消の普及啓発・食育施策等との連携強化（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）】

目標：市役所本庁舎以外での展示。花き以外の農産物の展示。

- ▶ 子どもを対象に花の寄せ植え体験を実施し、寄せ植え体験と生産者との交流を通じて、藤沢の花きに対する知識や理解を深めてもらうことにより地産地消の推進を図ります。
- ▶ 市役所本庁舎等において、季節の藤沢産花きや農産物を展示し、PRを行います。



開催の様子



展示の様子

## 緑育体験イベント事業【新規】

10

予算額：100,000円【緑育体験イベント事業】

計画の位置付：P.47【重点(3)地産地消の普及啓発・食育施策等との連携強化（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、イ 生産者と消費者の交流イベント等の開催）】

- ▶ これまで、植木生産に焦点をあてた地産地消事業はありませんでした。
- ▶ 本市では、毎年10月に開催される植木品評会には、100点を超える出品があり、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活動にも積極的に取り組んできました。
- ▶ そこで、藤沢市植木生産組合を講師に招き、緑育体験イベント開催することで、より市民に植木生産を身近に感じてもらう機会を創出します。

## ロゴマークシールとSNSを活用した 「藤沢産」の認知度向上

11

予算額：50,000円  
 計画の位置付：P.47【重点】(3)地産地消の普及啓発・食育施策等との連携強化（オ 藤沢産農水産物等の表示）  
 目標：藤沢産ロゴマークの認知度 46.42%

- ▶ 「藤沢産」ロゴマークシールの貼られた農水産物の写真をInstagramに投稿していただいた方に、抽選で藤沢産農水産物及び加工品をプレゼントします。

実施期間 10月～11月（地産地消推進月間）

実施方法 ・おいしい藤沢産Instagramをフォローする。

- ・ #おいしい藤沢産を付けて投稿する。
- ・ 「藤沢産」ロゴマークシールの貼られた農水産物の写真を投稿する。
- ・ 実施期間内に上記条件を満たす投稿をした方（抽選10名）に藤沢産農水産物及び加工品をプレゼント！



## 動画・PVの作成

12

予算額：100,000円  
 計画の位置付：P.51【長期】(1)藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策（ウ 藤沢産農水産物等のおいしい・旬の普及啓発・情報提供（ウ）「おいしい藤沢産」ホームページ等での情報発信）  
 目標：動画投稿本数15本。総動画再生回数15,000回。

- ▶ 昨年度開設したYouTubeチャンネル「おいしい藤沢産TV」へ新たな動画を投稿し、藤沢産農産物の『旬』『生産者のこだわり』『美味しい調理方法』を紹介することにより、地産地消の取り組みを推進します。
- ▶ 事務局職員が撮影を行うなどして、コスト削減を図ります。
- ▶ 事務局PCは、WEBフィルタリングの規制があるほか、アプリケーションのインストールが不可であるため、編集作業は専門業者へ委託します。
- ▶ 藤沢産利用推進店のPVを作成し、認証制度のインセンティブとします。

### ◆動画企画案◆

タイトル：「藤沢産利用推進店の紹介」

構成：オープニング～店舗紹介～インタビュー～エンディング（1分程度に短くまとめる）

## 藤沢産利用推進店PR用「食べ歩きマップ」の作成【拡充】

13

予算額：200,000円

計画の位置付：P.49【長期】(1)藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策（工 藤沢産農水産物等の需要拡大・供給強化（ア） 藤沢産利用推進店の充実）

- ▶ これまで、エリア毎に作成していた「食べ歩きマップ」について、メニュー別のマップを作成します。
- ▶ 例：湘南しらすを食べることのできるお店
- ▶ ブランド豚を食べることのできるお店 等

本市の養豚は、神奈川県内でトップクラスの飼養頭数を誇るほど盛んで、『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』がかながわブランドに登録されていますが、口にしたことのない市民も多いのではないのでしょうか？  
※地産地消アンケート「購入したことがある藤沢産の農水産物は何か？」の設問に、肉と回答したのは22%でした。



## 藻場保全事業【新規】

14

予算額：100,000円

(2) 本市農水産業を維持・発展されるため継続的に取り組む施策（計画P53）

イ 持続可能な生産環境への支援  
（イ）つくり育てる漁業の推進

- ▶ 全国的に広がりを見せている磯焼けについては、江の島周辺も例外ではありません。
- ▶ 現在、本市では食害生物（海藻を食べるアイゴ）駆除作業や藻場保全に取り組む『江ノ島フィッシャーメンズプロジェクト』に対し補助を行っています。
- ▶ 海藻の生い茂る「藻場」は生命のゆりかごとも呼ばれ、水産動物の生育場や二酸化炭素の吸収源として極めて重要であることから、更なる藻場保全に取り組むものです。
- ▶ 神奈川県水産技術センターでは、通常の1/3の期間（半年）で成熟する「早熟性カジメ」の大量培養と、藻場を再生する研究に取り組んでいます。神奈川県や漁協、民間団体と連携し、江の島周辺においても、このような技術を活用した藻場保全事業に取り組めます。



早熟カジメ  
放流を行っているサザエ等の良質な餌料となることから、江の島周辺で定着が実現できれば、より効果的に水産資源を守ることができます。

## その他、ご意見に対する回答

15

▶ 新たな一次産品の創出も大切だが、トマト・キュウリ・キャベツ・梨・ブドウなど、市内で多く生産されている農産物も今まで以上にアピールして欲しい。

→キュウリ・梨・ブドウなど藤沢を代表する農産物については、「かながわブランド」に登録するなどして、アピールすることも地産地消を進める上で、有効と考えております。

▶ 藤沢ブランドについてインパクトのある名称が必要なので、「湘南藤沢野菜」という名称を提案します。

→湘南野菜出荷推進協議会において「湘南野菜」ブランドを商標登録しており、統一の包装資材等を活用しています。このような既存のブランドを活用することも有効と考えております。



▶ 鈴木市長の公約にも、給食無償化があったと思います。供給強化に向けて、生産者へのヒアリング等も勧めるべきかと思えます。

→地産地消モデル校において、生産者を交えて定期的に振り返り会議を開催しています。なお、生産者が直接学校に供給する体制については、地産地消モデル校以外（高砂小、辻堂小、富士見台小、秋葉台小）にも取り組みが拡大しています。

## その他、ご意見に対する回答

16

▶ 野菜や果樹の直売所の情報が簡単に検索できるようにして頂きたい。

→ふじさわキョムマップの「地産地消マップ」では、直売所のほか、藤沢産利用推進店の地図情報を閲覧することが可能です。

▶ 湘南藤沢産シールを復活して頂きたい。

→おいしい藤沢産ロゴマークシールを作成し、生産者に対し無料で交付しています。



藤沢産ロゴマーク

## その他、ご意見に対する回答

17

- ▶ 出張フィッシャーメンズマルシェを開催し、北部で水産品になじんでもらう機会を創出してはどうか。  
→漁協と協議しましたが、現在の体制では、人力的に実施が困難とのことでしたので、実施方法等を検討する必要があります。
- ▶ 資材高騰に伴いハウスの更新ができず、生産量が減少している。ビニール被覆材の補助をしてほしい。  
→農業水産課の事業として、実施を検討いたします。
- ▶ 後継者を増やすため、「〇〇狩り」や「〇〇作り」等を開催する生産者や加工業者を支援してはどうか。  
→3月にいちごの摘み取り農園に取り組む生産者をPRするため、フォロワー1.3万人のInstagramアカウント「きゅんとするまち。藤沢」で紹介を行いました。今後も、機会を捉えて消費者にニーズに沿った広報を実施いたします。
- ▶ 漁における体験乗船等を開催しても良いと思います。  
→5月24日に片瀬小学校5年生の漁港見学を受け入れ、江の島片瀬漁協・江ノ島フィッシャーメンズプロジェクト・海さくらの協力のもと、「漁船に乗船して定置網見学」「磯焼けに関する講義」「タッチプール」「ビーチクリーン」を行いました。また、夏休みの時期には、湘南漁協・江の島片瀬漁協にご協力いただき、漁業体験イベントを開催予定です。