

# 考えて選んで美味しく食べる日本人になろう

～ 「地消」の拡大が「地産」を育てる ～

## 提 言

平成 22 年 3 月

富 山 経 済 同 友 会

地産地消委員会

## 目 次

1 . 「地産地消」とは何か	
( 1 ) 地産地消の意義	1
( 2 ) 地産地消の歴史	1
( 3 ) 地産地消と食料自給率	2
2 . 日本人・富山人が食べてきたもの	3
3 . 米以外の地産地消の現状	
( 1 ) 全国最低の野菜生産量	4
( 2 ) 食品スーパーでの希薄な存在感	5
( 3 ) 農産物直売所の将来性	5
4 . 市場経済の主役は「考える消費者」	
( 1 ) 「地消 地産」が本当ではないか	7
( 2 ) 食育運動で「考える消費者」を育てる	8
( 3 ) 魚食文化の危機	9
( 4 ) 日本酒文化の復権	10
( 5 ) 地元の食文化を楽しむ	11
5 . 「地消」拡大のための提言	
( 1 ) 社員食堂等における地場産品の利用促進	12
( 2 ) 学校給食を通じた「富山型食生活」の普及	13
( 3 ) クッキング講座等による「大人の食育」の推進	14
( 4 ) 市民農園・家庭菜園の推進	14
( 5 ) 外食産業での地場産品の利用促進	15
6 . 「地産」を守り育てるために	
( 1 ) 請負農業の支援	16
( 2 ) 農薬を使わない農業の拡大	16
【参考資料】地産地消に関するアンケート調査について	18

# 考えて選んで美味しく食べる日本人になろう

～「地消」の拡大が「地産」を育てる～

## 1. 「地産地消」とは何か

### (1) 地産地消の意義

近年、食の安全志向の高まり、世界的な食料不足への不安、フードマイレージ縮減への配慮等から、「地産地消」を求める声が高まりつつある。

地産地消とは、文字どおり「地域で生産された農産物や水産物をその地域で消費すること」である。富山県農林水産部の資料によれば、地産地消は「県内で生産された農産物を県内で消費しようとする取組み。地域の農業者と消費者が結びついて、地域農業や関連産業の活性化が図られる取組み」であり、富山県農業・農村振興計画（平成 19 年 3 月）において、カロリーベースの県内自給率を 73%（平成 19 年）から 81%（平成 27 年）に向上させる目標を掲げている。

地産地消という言葉自体は 1980 年代に生まれたようだが、特に 21 世紀に入ってから声高に叫ばれるようになったのは、おおむね、

- ・ 外国産野菜の残留農薬、BSE、産地偽装、無認可添加物の使用、賞味期限改ざん、事故米の流通等に起因する食に対する安全志向の高まり
- ・ 膨張し続ける世界人口、地球規模での異常気象や水不足による農作物の不作、中国やインドなどの生活水準の向上などから予見される世界的な食料不足に対する不安
- ・ 食料の輸入や移入に伴うエネルギーの消費や二酸化炭素の排出を最小限に抑えるべきだとする、環境負荷軽減への配慮（いわゆるフードマイレージ）
- ・ わが国における農業従事者の高齢化や農業所得の低迷等に伴い顕在化してきた耕作放棄地への危機感
- ・ 欧米においても健康食として注目されるようになった日本食の再評価などの要因が考えられる。

### (2) 地産地消の歴史

流通の発達や貿易の自由化によって衰えた「地産地消」は、1980 年代に政策誘導的に推進運動が起こり、今や国内自治体が挙げて取り組んでいる。

今日ほど流通が発達する前は、地産地消はどの地域においてもごく当たり前のことであったといえる。すなわち、時代は地産地消が食生活の原則であ

り、必要最小限の食材のみを地域外に頼っていたのである。そのような条件の中から、それぞれの地域で地元食材を使った特色ある郷土料理が生み出されていった。

物流が発達し、小売業が大型化、全国規模に展開される時代に入り、加えて情報の発達、貿易の自由化、円高などを背景に、日本人の食生活はいわば“遠産遠消”の時代に入り、さらにバブル期を経て飽食の時代へと進んだ。

こうして伝統的な地産地消が姿を消しつつあるなか、1980年代前半に地産地消運動が始まった。その背後には、食糧管理制度を維持するための減反政策の補完として多品目農産物の生産の促進、稲作モノカルチャーによる気候変動リスクのヘッジ（農業収入の安定化）など多様な経済的インセンティブとしての意義が認められ、多分に官製運動という色合いが感じられる。

ともあれ、国による音頭のもと国内の自治体は挙げて地産地消の取組みを強め、本県でも、農産物直売所での地場産農産物の直接販売、地場農産物を活用した加工品の開発、学校給食での地場農産物の利用、地域生産者と消費者の交流や農業体験活動などが行われている。

### （3）地産地消と食料自給率

欧米各国の食料自給率に対する姿勢や適地適作の原則から考えると、県単位で自給率を上げることよりも、安心安全で美味しく健康で環境に良いライフスタイルを実現するところに、地産地消の意義がある。

地産地消の目標として「食料自給率の向上」が挙げられることが多い。日本の食料自給率（カロリーベース）は、平成20年度概算値で41%である。欧米各国（アメリカ128%、フランス122%、ドイツ84%、イギリス70%。いずれも2003年）に比べて低いとされるが、これらは我が国の農林水産省が試算した数値であり、各国政府発表の正式な統計ではない。これは、各国の農業政策が国民の主食確保や国際市場での商品価値向上を意識しこそすれ自給率の向上という視点は弱いことの証左ではないだろうか。

また、国内に目を転じて、農業の基本が適地適作であることを考えれば、品目ごとに生産数量に偏りがあるのは当然である。富山県の場合（平成19年度）、米だけなら268%と高率だが、野菜は20%（全国平均77%）、魚介類は63%となるが、県単位で自給率を論じることに大きな意義は認めにくい。

圃場整備率が80%を超える水田適地となった富山県の場合、大豆その他の野菜を作ることは技術的にも経済的にも適切とはいえないし、また野菜や畜産物を県内産だけで賄えないことが必ずしも不健全だといえない。

けだし、自給率の分母を減らす（食料廃棄の削減、食べ過ぎの抑制等）又

は分子を増やす（家庭や外食・中食産業における県産品の利用促進、米需要の拡大等）ことが、安心・安全で美味しい食生活と健康で環境にやさしいライフスタイルの実現につながるところに地産地消の意義があると考えらるべきである。

## 2．日本人・富山人が食べてきたもの

稲作伝来以降、米、魚、有機野菜を交えた質素な日本食が定着していたが、戦後 60 年で一変した。日本食は健康で長生きする要素を備えていることが科学的にも認められており、固有の風土に育まれた食文化をなおざりにしてはいけない。

ホモサピエンスは、約 20 万年前に出現して以来、長い年月を飢餓に苦しみながら生存・進化してきた。その過程で、食物エネルギーを脂肪として体内に蓄積できる効率的な遺伝子を持つ者に自然淘汰されてきたと考えられている。こうして飢餓に耐えうる強い遺伝子を受け継いだわれわれは、食生活が豊かになり過剰な食物エネルギーを摂取すると、肥満が促進される体質になっている。

日本の食生活を振りかえってみると、縄文時代の遺跡である宮城県の里浜貝塚では、春には海藻、山菜、鳥、夏には魚、秋には木の実、冬には四つ足の小動物などを食べていたことが分かっている。続く弥生時代には、稲作が始まり、定住生活となった。日本的な食文化となりわいの基層文化、そして日本人としての心の形成がなされた時代である。

その後、奈良、平安、鎌倉、室町、江戸...と時代が下る間、中国以外の外国からの影響をほとんど受けず、質素な食生活が形成され定着していった。言うまでもなく野菜は無農薬の有機栽培であり、栄養価値が大変高かった。特に、下肥という最高の有機肥料を用いることは、体の中の微生物と畑の微生物が一緒ということになり、「身土不二」という言葉が表すように、今では考えられない土と身体の循環があった。

ところが、第二次世界大戦後の 60 年という歴史の中では点に近い僅かな年月の中で、食生活の欧米化、すなわち米、野菜、芋類の摂取の減少と肉、油脂、砂糖の摂取の増加が一気に進行した。加えて、交通の発達や家電の普及、職場のオートメーション化の進展により現代人の運動不足が増大した。われわれの遺伝子は、このような短期間では環境変化に適応し得ないことから、肥満、高血圧、高脂血症などの生活習慣病が激増することとなった。

京都大学名誉教授の家森幸男氏は、1983 年から WHO の協力の下に世界 25 か国 61 地域を学術調査した結果、日本人が世界一長生きできるのは伝統的な日本食のおかげであると結論づけている。そして、東西長寿食の融合として

「米、豆、ごま、海藻、野菜、魚、きのこ、いも、発酵乳」の摂取を推奨されているが、発酵乳以外は典型的な日本食材である。

日本人であり、富山県民でもあるわれわれは、日本食文化、そして、富山の四季折々の自然環境の中で育てられた郷土の食文化など、何層もの食文化によって心身共に支えられている。食は命、生きる基本である。長い間われわれの命のパートナーであった日本の食文化、そして郷土の食文化を切り離して未来はない。

ゲーテは「人間が自然を離れたことによって、全部、今日の間違いが起こってきた」という格言を残したが、「自然」という言葉を、長い歴史の中で馴染んできた「日本食、郷土食」と置き換えることができるのではないか。

### 3．米以外の地産地消の現状

#### (1) 全国最低の野菜生産量

本県は農家が兼業にこだわった結果、農地が稲作に特化している。そのため県産野菜の絶対量が少ないので、消費者としては、県産が手に入らなければ安心・安全な国産を選ぶなど、県産を支持しつつも固執しない姿勢をとらざるを得ないと思われる。

農林水産省の試算によると、富山県における平成19年の食料自給率（カロリーベース）は総合で73%だが、品目別にみると米が268%なのに対し、野菜は20%（全国平均77%）である。野菜の産出額（平成19年は39億円）でも全国最下位という、野菜生産弱小県である。

豊富な水を生かして古くから米の生産が盛んな土地柄ではあるが、野菜の生産がこれほどまでに伸びなかったのは、

- ・1960年代の農業構造改善事業等により米づくりを前提とした区画拡大などの農地の基盤整備や作業の機械化が進展する一方、高度成長に伴い製造業等の働き口が充実し、稲作兼業の環境が整ったこと。
- ・1970年代以降の米余りに際しても、畜産物、野菜、果実等への転換ではなく、稲作農家取り組みやすい麦・大豆の作付を拡大しつつ、生産調整を受け容れ良質米（コシヒカリ）の生産県としての位置づけを確保するという独自の展開を図ったこと。

などにより、あくまでも兼業にこだわる農家が多かったことが原因と考えられる。

こうした県内における野菜生産力への不安から、いわゆる植物工場の取り組みも始まっている。季節や天候に左右されない通年生産が可能なことに加え、立地場所不問、単位面積当たりの生産性の高さ、生育や品質のコントロール、低肥料・農薬不使用による高付加価値化などのメリットがあるほか、周年雇用に

よる安定した所得と快適な作業環境が若者にとって魅力のある職場となる期待もある。しかし、施設設置コストや水道光熱費などの運営コストの大きさから採算面ではまだ厳しい状況であり、安定的な経営には課題も多い。

いずれにしても、消費者としては、県産野菜の絶対量が少ない現状においては、それほど県産にこだわらなくてもよいのではないかと。北陸三県産でもよいし、場合によっては鹿児島豚肉、北海道の野菜などもまたよし。安心・安全な国産の食材を選ぶことが、消費者として賢い対応であろう。

## (2) 食品スーパーでの希薄な存在感

消費者にとって最大の食材入手先である食品スーパーは、地産地消の成否の鍵を握るが、現実には県産農水産物の品揃えが薄い。地元食文化の担い手として、地場産品の仕入れ・販売について積極的な取組みが期待される。

わが国では、生鮮食品流通の主役が昔ながらの青果店や鮮魚店から食品スーパーや量販店に移って久しいが、特に富山県においては地元の食品スーパーの力が大きいといわれている。野菜は県内産が極端に少ないため県外産地から直接買い付けざるを得ず、魚は県内の浜市場から直接買い付ける部分が多い。卸売市場を介さないことから、卸が売りたいものではなく現場で売れるものを売る姿勢が功を奏してきたようである。いずれにしても、富山における地産地消の成否は、地元食品スーパーの意識改革と商品戦略にかかっているといえる。

試みに、富山市近辺の食品スーパーで「県産品の販売に力を入れているか」「有機食品がどの程度売られているか」について観察してみると、米、里イモ、卵などは当然ながらその多くは富山県産だったが、一部の小規模な地場スーパーを除いて県産野菜はほとんど見当たらず県産をアピールするディスプレイもなかった。時季に左右される面もあると思うが、氷見漁港に千数百本のブリが水揚げされた翌日でさえスーパーの店頭には氷見ブリが見当たらない有り様である。スーパーには、地元食文化の担い手として、地産産品の仕入れ・販売について積極的な取組みが期待される。

## (3) 農産物直売所の将来性

直売所は消費者、生産者の双方にメリットがあり隆盛が著しいが、継続的な流通主体としての信頼性に不安が残る。今後は、地域住民のコミュニケーション・スポットや「大人の食育拠点」としての役割が期待される。

農家が自身の畑に隣接して販売するような小規模な直売所は昔から存在していたが、1980年代半ばごろから直売所開設が盛んになり、1993年から始まった「道の駅」に目玉コーナーとして入居する例が増え、2000年代になるとマスメディア等で話題に上るようになった。

いまや全国で約14,000か所を数えるといわれ、コンビニ最大手「セブン・イレブン」の店舗数を上回る。富山県でも平成20年時点で127か所、販売額は11億1700万円にのぼり、県内流通業における県産野菜販売額17億円と肩を並べる規模となっている。全国農産物の5%は直売所ルートで流通しているという説もある。

直売所が支持される背景としては、消費者側から見れば商品の新鮮さや割安感、近隣の生産者が作っているという安心・信頼感などが挙げられよう。また生産者側には、中間マージン削減による手取り増加や、小規模な農家でもその体力に応じた生産・出荷ができる柔軟性などのほか、完熟（最も食べ頃）の商品を自らの手で搬入したり値付けの自由度が高いこと等を含め消費者とフェイス・トゥ・フェイスの取引ができる喜びも大きなインセンティブになっていると思われる。

隆盛著しい直売所ではあるが、課題もある。一つは、品揃えの不安定さである。例えば、周辺農家の収穫時期が同じのため直売所が同じ商品で埋め尽くされることがありうる。需要と供給の原則で値下げを余儀なくされ農協買取価格を下回れることになれば、生産者のモチベーションが下がり商品の質の低下が懸念される。さりとて質を落とさずに低価格を維持すれば、採算悪化に苦しむことになる。一日数万円をコンスタントに売り上げて生計を賄っている農家がいる一方で、売上が一日数百円～数千円と小遣い程度しか稼げない人がいることもまた事実である。

また、品質管理についても、中間業者がいなかったため生産者のモラルに依存する部分が多い。納入生産者が一人でも信頼を損なうような商品があれば、直売所そのものの継続を危うくする恐れがあることから、消費者の健康を預かる農業者としての高い自覚が求められる。

集客が多い直売所の店内は、コミュニケーションが活発なように感じられる。売り手と買い手の会話はもとより、売り手と売り手（つまり生産者同士）、買い手と買い手（客同士）が世間話をしたり、場合によってはお茶やお菓子を楽しみながら時間を過ごしている。今後、高齢社会が進行すればするほど、高齢者にとって郊外の大型スーパーよりも身近な直売所が頼りになることもあり、直売所が地域住民による日常的なコミュニケーション・スポットの役割を担うことになれば、ますます発展する可能性がある。



また、売り手（生産者）は農産物のプロ又はセミプロであり料理や加工の仕方にも明るいことから、買い手である主婦らに対する家庭料理のアドバイスも期待できる。昔なら街の八百屋が果たしていた役割といえるが、直売所がこうした「大人の食育拠点」としての機能を発揮してくれれば、後述するように「考える消費者」の育成に大きく貢献すると考えられる。

〔表1〕北陸で好まれる食材の傾向

表1-1 食料費の品目別支出金額 (円)

	全国	富山	金沢	福井
食料費	904,393	1,003,291	1,013,794	907,043
(エンゲル係数)	(25.1%)	(22.8)	(24.5)	(25.4)
米	33,912	④ 38,552	34,470	⑥ 37,806
パン	26,916	27,428	⑦ 30,860	26,907
もち	2,165	③ 3,105	② 3,387	① 3,807
生鮮魚介	56,267	③ 70,093	② 71,446	57,823
(ブリ)	(3,445)	① (10,319)	② (8,257)	(5,756)
(イカ)	(3,032)	① (5,754)	④ (4,569)	⑧ (3,608)
(カニ)	(2,391)	(2,747)	② (6,260)	③ (5,539)
肉類	75,010	72,935	73,644	77,897
(牛肉)	(21,044)	(19,730)	♯ (21,247)	(27,545)
生鮮野菜	64,582	70,207	⑨ 71,963	67,042
(サトイモ)	(1,009)	(1,290)	(1,145)	① (2,203)
(レンコン)	(789)	(932)	① (1,952)	(509)
清酒	7,629	③ 11,592	④ 11,141	7,782
カツレット	1,716	③ 2,682	⑥ 2,185	② 2,974
コロッケ	1,987	② 2,639	⑤ 2,526	① 2,835
和生菓子	11,731	④ 14,758	① 19,888	11,158
こんぶ	1,254	① 3,867	⑥ 1,717	1,571
外食	162,031	⑦ 191,215	⑤ 194,855	146,263
(すし)	(14,429)	⑥ (18,419)	① (21,852)	(14,708)
(中華)	(5,246)	② (10,071)	(6,191)	(3,651)

資料：平成16、17、18年の家計調査の平均値

〔出典〕山本正臣氏「食の地産地消を考える」(「北陸経済研究」2008.4)

表1-2 食料費の品目別特化係数 (全国：100)

	富山	金沢	福井
米	102.5	90.7	111.2
パン	91.9	102.3	99.7
もち	○ 129.3	○ 139.6	○ 175.4
生鮮魚介	112.3	113.3	102.5
(ブリ)	○ (270.0)	○ (213.8)	○ (166.6)
(イカ)	○ (171.1)	○ (134.4)	○ (118.7)
(カニ)	(103.6)	○ (233.6)	○ (231.0)
肉類	87.6	87.6	103.5
(牛肉)	(84.5)	(90.1)	○ (130.5)
生鮮野菜	98.0	99.4	103.5
(サトイモ)	( )	( )	○ (217.6)
(レンコン)	( )	○ (220.6)	( )
清酒	○ 137.0	○ 130.3	101.7
カツレット	○ 140.9	113.6	○ 172.8
コロッケ	119.7	113.4	○ 142.3
和生菓子	113.4	○ 151.2	94.8
こんぶ	○ 278.0	○ 122.1	
外食	106.4	107.3	90.0
(すし)	( )	○ (135.1)	( )
(中華)	○ (173.1)	( )	( )

資料：表1-1に同じ

## 4. 市場経済の主役は「考える消費者」

### (1) 「地消 地産」が本当ではないか

命を守るには手近な所での食料確保が重要であるという原則を再認識し、消費者が「地消」の需要を高めることで「地産」が育つと考えられる。生産者には、消費者の真のニーズに応えた生産を期待したい。

四季の自然と共生しその恵みに感謝しながらわれわれの体に合った日本食を食する 日本人が長い歴史の過程で築いてきた独自の食文化は、わずか戦後60数年の間に崩壊したと言わざるを得ない。

戦後の経済発展は、世界の異文化を吸収し、物質的な豊かさをもたらしたが、その代償として日本が失ったものも少なくない。その一つが、われわれの命の源泉である「食」に対する敬虔な心ではなからうか。戦争において昔から「兵糧攻め」が最も典型的な戦略であったことから、命を長らえるうえでの食料の重要性を窺い知ることができる。

自らの命を守ろうと思うなら、自分たちが食する物は自分たちで手に入れることが原点であろう。目が届く手近な所から、安全で安心なものを、一番

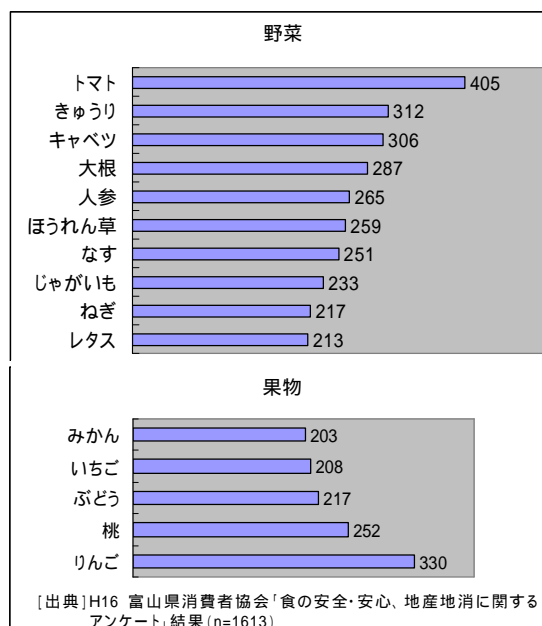
口に合ったものを確保するためには、地元（その地域、地方、国）を一番大事にしなければならない。まずはこのことを自分たちの家族、そして周りの人たちと話し、理解と意識を高めることが最も重要である。こうして消費者に「地消」への認識が深まれば、地場産品の消費が拡大し、それに応えるべく「地産」が育っていくと考えられる。

消費拡大のためには消費者教育、つまり食育が重要である。また、販売に工夫が必要である。たとえば無人販売店、スーパー、コンビニ等を活用し、身近で手が届く販売網を確立させる。また、需要量の多い品種や人気の高い品種は十分な量を用意し、規格外品も積極的な販売する。さらに、旬のものを食べる指導を推進し、安くて美味しい食材を食べる習慣の定着を図る必要がある。

そして生産者には、もっと多岐に渡ってニーズ動向の勉強してもらいたい。消費者が何を望んでいるか、どういう形が良いか絶えず追い求める努力が必要である。それと併せて、商品の色、形、あるいは農薬の有無、量、強さ、害の状況、必要度など、重要な情報を消費者に分かりやすく伝え、理解してもらおう努力を積極的に行うべきである。

富山県の農業は、手間のかからない稲作とサラリーマンとの兼業が多く、農外収入のほうが大きい。そのため消費者のニーズとは関係なく自分の都合で生産物を決めている。これでは農業は衰退するばかりであり、生産者にはプロダクトアウトではなくマーケットインの姿勢を期待したい。

〔表2〕 県内で栽培してほしい野菜や果物



## （2）食育運動で「考える消費者」を育てる

食は命を左右するにもかかわらず、消費者は価格や簡便さを優先し健康や安全をおろそかにしている。子どもはもとより大人にも食育を徹底することで、自ら考え行動に移す消費者が育てば、自ずと供給サイドも変化するはずである。

日本の食文化には、まず「もったいない精神」があり、買い過ぎない、食べ過ぎない、残さない、腐らせないことが、美德として当たり前のように守られてきた。しかし、現代の食生活はこうした美德はおろか、美食を追求す

るあまり飽食に陥り、質より量を追い求める結果、「腹八分」の節度も栄養バランスも無視される傾向にある。

一般消費者の食品選択の基準は、「安全・安心」より「低価格」、「質」より「見た目」、手間のかからない加工食品などが優先されている。健康的な食生活や食品の安全性に関して多くの問題提起があるにもかかわらず、これに賢明に対応し切れていないのが実態だと思われる。

食育は、地域の伝統的食文化を見直し、それを維持し継承することから始めたい。たとえ不揃いの規格外品であっても、地元の農林水産物に誇りと感謝の気持ちを込めて地産地消・旬産旬消を推進することは、地域の農林水産業を育て自給率を向上させ、食糧安全保障にもつながる。

また、最近では朝食を食べない、食べられない子どもの増加や家族団欒の減少が統計上明らかになっている。仕事に追われる親の都合で朝食抜き、団欒なしを習慣化させているとすれば、未来を担う子どもたちの健やかな成長に対する無責任のそしりを免れまい。手作りの食事が並んだ食卓を家族そろって囲み、感謝の気持ちで「おふくろの味」をいただく こうした規則正しい、心のこもった営みが、家族の心身の健康にとって大切であることを、親から子、孫へと、実践によって伝えなければならぬ。

平成 17 (2005) 年に施行された食育基本法は、食育を総合的・計画的に推進することを求めているが、主に子どもを対象に行われているのが現状である。食育は子どもへの教育ではなくすべての人の生きるうえでの基本であるとの観点に立ち、大人に対しても意識改革を促すための食育が必要である。学校教育に任せきりにするのではなく、企業活動や社会生活のさまざまな場面で食育を推進しなければならない。

いま消費者に求められることは、自らが積極的に学び、考え、自分の意見を持ち、行動に移すことである。そして行動することによって望ましい姿に変えていく、変えられることを知ってほしい。需要のあるところに供給がもたらされるのが市場経済のはずである。命を左右する食品が、簡便性、効率性を追求するあまり工業製品のように扱われている現状を、消費者が声を上げて改善しなければ、将来取り返しのつかない社会が到来するのではないだろうか。

### (3) 魚食文化の危機

魚の宝庫というイメージが強い本県だが自給率は全国平均並みで、漁業資源や漁業従事者の減少に直面している。利用度が低かった魚を新鮮なうちに地産地消できれば乱獲や過大輸入の抑制につながる。消費者も商品の選び方で資源維持に協力できる。

わが国の水産業は、マイワシ資源の減少や海外漁場の縮小等の影響により過去 20 年間で漁業生産量が遠洋で約 8 割、沖合漁業で約 6 割、沿岸漁業で約 4 割減少した。富山県は魚の宝庫というイメージも強いが、魚介類の自給率（カロリーベース；平成 19 年）は 63%であり、全国平均の 62%と大差ない。資源水準の低迷に加え、燃料価格や資材価格の高騰や魚価の低迷が漁業従事者の減少を助長し、高齢化も進んでいる。

魚食はわれわれの食文化に重要な位置を占めるが、こうした環境変化への適応が必要である。海外からの輸入は避けられないにしても、もっと身近な魚にも注目すべきである。日本人が食用にしている魚は 300 種程度だが、日本周辺には 3000 種を超える魚介類が存在する。こうした未利用資源のほか、小型魚や量がまとまらず利用度が低かった魚にも価値を見だし、地元で獲れた魚を新鮮なうちに地元で食べる「地産地消」に努めることが、乱獲や過大な輸入の抑制につながる。

海洋資源は国民共有の財産であり、食に利用する一方で資源を守り育てる義務がある。国や自治体には、漁港整備など公共事業よりも、実効性のある水産資源管理に注力することを期待する。また消費者も、安値で買い叩いたり安い輸入品ばかり選ぶことにより資源減少を助長することのないように心掛けたい。

（表3）富山市民の魚介類への支出は全国トップレベル

全 国 順 位		[魚介類全体]2位
(県庁所在市)		[生鮮魚介]3位
富山市	第1位	[生鮮魚介]ぶり、いか、えび
が上位		[魚介加工品]魚介の漬物(味噌漬、昆布メ等)
の品目	第2位	[生鮮魚介]他の貝類(バイ貝等)
	第3位	[塩干魚介]かまぼこ

(平成18～20年平均 総務省「家計調査」結果より)

#### （４）日本酒文化の復権

日本酒を抜きに日本の食文化は語れないが、需要は減少し続けている。日本酒の豊富なバリエーションの中から地元食材との相性を探ることで、地産地消への貢献が期待される。当会は「地酒で乾杯」活動等を通じて日本酒に接する機会を増やしたい。

日本の食文化を語るうえで、「日本酒」は欠かせない。神事や仏事それから家庭での行事、例えばお正月のお屠蘇や慶弔関係などに広く使われるなど、日本人の生活様式に組み込まれてきた。

しかし、食の洋風化に伴って日本酒の需要は減少の一途をたどり、平成 20 年の県内消費量約 5 万石（1 升瓶で 500 万本相当）は、ピーク時（昭和 50 年頃）の 44%に過ぎない。しかも、県内で生産される地酒が占める割合は全体の 73%で、それを県内 18 社で生産しているが、生産 10 万本以上は 5 社、1 万本以下が 3 社と零細化が進んでいる。

日本酒は、温度（冷酒・常温・燗酒）、原材料の違い（吟醸酒、純米酒、本

醸造酒等)、時間経過による変化(新酒、ひやおろし、古酒等)などによるバリエーションが豊富であり、和食はもとよりフランス料理やイタリア料理にも合い、食前、食中、食後のそれぞれに適した酒類がある。また、「注しつ注されつ」といったコミュニケーション・ツールとしても日本酒は適している。

また、地酒は地元の食材との相性が良いと考えられることから、日本酒の違いを楽しむ飲み方が定着すれば地元の食材に関して興味も増すという相乗効果により、地産地消への貢献も期待される。

平成21年12月に設立された「地酒で乾杯富山推進会議」には当会会員が数多く参画しているところであり、懇親会等における地酒での乾杯を当会が中心となって各所で実行していきたい。また、地酒を贈答品として利用したり、きき酒会で飲み比べたりなど、努めて日本酒に接する機会が増えるように心掛けたい。

なお、原料となる酒造用米の大半は県外で栽培されているようであるが、富山での栽培に適した新品種の開発・普及が望まれる。

#### (5) 地元の食文化を楽しむ

富山の食文化には、独特の地勢と気候が育んだ四季折々の食材をおいしく無駄なく食べようとする先人の知恵が生きている。郷土料理を栄養バランスのとれた家庭料理として見直し、旬の食材を手間をかけて料理することを楽しみたいものである。

われわれの郷土・富山は、3,000m級の立山連峰から水深約1,000mの富山湾まで4,000mの垂直分布を持ち、起伏に富んだ特殊な自然地形を有する。万年雪の立山連峰からゆっくりと溶け出した水が幾百もの河川と肥沃な平野をつくり、滋養に富んだ水が流れ込み豊潤な富山湾を作り上げた。

こうして形成された独特な生物相のおかげで、富山は食の素材が実に多種多様である。海では、ブリ、タラ、アジ、サバ、イワシ、タイ、ゲンゲ、イカ、カニ、サザエ、アワビ、カキや富山湾特産のホタルイカ、シロエビ、バイガイ、シロガイ、アマエビ等々。大地では、米はもちろん、サトイモ、ダイコン、ネギ、カブラ等の野菜や果物。特に里山では春にススタケ、ウド、ワラビ、ゼンマイ、タラノメ等の山菜類、秋にはマツタケ、ナメコ、マイタケ等のさまざまな種類のキノコや果実が採れ、まさに豊饒の地といえる。

富山の食文化は、こうした独特の地勢環境と気候風土がもたらす季節ごとの新鮮で豊かな食材により育まれた。県内各地に残る郷土料理は、四季折々の土地の産物をおいしく無駄なく食べようという先人の知恵が生きており、仏事や祭礼などの行事と一体となって長く伝承されてきた。こうした郷土料理は、「食は文化なり」の言葉どおり、富山が誇るべき素晴らしい文化である。

郷土料理の本質は「身土不二」にあるといわれる。人間は大地の産物であり身体と大地は一元一体の不可分の関係にあるとされ、大地には暑い季節には陰性（体を冷やしてくれる）の食物が、寒い季節には陽性（体を暖めてくれる）の食物が採れるので、暮らす土地の旬の食材を食すれば身体が最も環境に調和するともいわれる。俗に、住んでいる所の一里四方の物を食べていれば健康に暮らせる、といわれる所以であろう。

また、「医食同源」「薬食同源」「薬食一如」等の俚諺<sup>りげん</sup>が示すとおり、食事とは元来、健康を増進し病気を遠ざけるものである。しかし、「手軽で簡単」が最優先され、ファーストフードやインスタント食品、レトルト食品、冷凍食品が食卓を占拠する現代の食生活は、むしろ病を近づける本末転倒の愚行に思えてならない。

今なお山の幸、海の幸に恵まれる富山に暮らすわれわれなればこそ、四季折々の地元の旬の食材に感謝し、それらの食材にこだわり、手間隙かけ工夫して料理することを楽しみたいものである。そのためには、厳しい風土のなかから先人が生み育ててきた温もりあふれる郷土料理を、栄養的にもバランスがとれた普段着の家庭料理として今一度見直し、祖父母から親へ、親から子へ、子から孫へと伝承していくことが大切である。

## 5. 「地消」拡大のための提言

### (1) 社員食堂等における地場産品の利用促進

県が主体となって、県産農産物を利用する社員食堂を募集・認証する制度に取り組みてもらいたい。同友会でも、毎月「地産地消の日」を決め、率先して取り組みたい。

一般の企業が「地消」に貢献できることは多くないが、社員食堂において地場産農産物を使った料理を積極的に提供することは、かなりの実効性を期待できる。ただ現在は非常に景況が厳しくデフレーション局面でもあり、コストや品目確保などのハードルが高く、企業が自発的に取り組むことは難しい状況である。

そこで、たとえば、社員食堂で定期的に（月1回でも毎日でも可）県産農産物を利用したメニューを提供する企業、病院、福祉施設等を募集、認証してはどうか。こうした認証制度はすでに滋賀県や岩手県で取り組まれており、本県でも県が主体となって積極的に取り組むべきである。当会としても、毎月「地産地消の日」を決め、その日は会員企業の社員食堂で県産農産物利用メニューを提供するなど率先して取り組みたい。

また、行政には、こうした制度をはじめ地産地消に協力する企業等の積極的な紹介、顕彰や、財政的な支援も望まれる。また、公共的なホームページ

その他の媒体を通じた地場産食材のPRやレシピの公開、キャンペーンイベントの開催等により、参加企業の拡大やメニューの充実を図ってほしい。

なお、福祉施設のなかには入居者の方々の生きがいづくりの一つとして農作物栽培を推進しているところがあるが、その収穫を毎日の食事の材料として利用することは、一種の地産地消といえる。しかし、病院の場合は、治療に合った食事が第一となるので、地場産品の積極的な利用は難しいと考えられる。

## (2) 学校給食を通じた「富山型食生活」の普及

学校給食を通じて栄養バランスに優れた「富山型食生活」の普及を図るため、現在週3.3回にとどまる米飯給食を週4回まで増加させるべきである。市町村が米飯給食を拡充するよう県から働きかけてもらいたい。

平成21年4月に改正施行された学校給食法には、その目的を栄養改善から食育へと転換し、地元の食材を活用することにより優れた地元の食文化や自然の恵み、また生産業者、流通業者等への理解を深めることが盛り込まれている。

また、食育基本法（平成17年7月施行）においても、「国及び地方公共団体は学校、保育所等において...子どもの健全な食生活の実現及び健全な心身の成長を図られるよう...地域の特色を生かした学校給食の実施、教育の一環として行なわれる農場等における実習、食品の調理、食品廃棄物の再生利用等様々な体験活動を通じた子どもの食に関する理解の促進...その他必要な施策を講ずる」（第20条）と規定されている。

そこで、昔から富山に伝わる山の幸、海の幸を活用した栄養バランスに優れた食事、いわば「富山型食生活」を学校給食で提供することは、改正学校給食法や食育基本法の理念と一致すると思われる。

富山型食生活の根幹を成すのは米である。富山県内の米飯給食の実施状況は、平成16年度から現在まで週3.3回となっている。学校給食については各市町村が決めるため、実施状況も週5回から週3回までかなりバラツキがあるが、早期に週4回まで増加することを提案したい。また、残る週1回のパン給食についても米粉を材料とするパンが半分以上となるとよい。これらをクリアするための検討会を各市町村が設けるよう、県から働きかけてもらいたい。

最近では、地産地消の導入の動きも活発化し、「学校給食とやまの日」（富山県の食育推進月間である11月に実施）や全国学校給食週間（毎年1月24日から1週間）を中心に、県産コシヒカリの米飯や米粉パンのほか地場産の

野菜、牛乳、肉、魚介類、果物等を活用したメニューを取り入れている。また、富山県食育推進計画は、平成 22 年度までに学校給食の品目数の 30%以上を地元産品で賄う目標を掲げているが、目標達成にとどまらずその比率をさらに上げていく施策を期待したい。

### (3) クッキング講座等による「大人の食育」の推進

大人の食育を推進するには、若い世代を対象とした、地元の食材を活用した美味しく健康によい料理を学べるクッキング講座が有効と考えられる。

今の若い世代は、富山の四季折々の旬の食材を活かした郷土料理をはじめ手作りの家庭料理のノウハウを、必ずしも親から学ぶことが叶わないことも多い。子どもだけでなく大人に対する食育を推進する意味からも、若い世代を対象としたクッキング講座を開き、地元の食材を活用した美味しく健康に良い料理を伝授することが有効と考えられる。

また、こうしたクッキング教室や地産食材ショッピング講座等を未婚男女に限定して実施すれば、出会いの場としても機能も期待できるのではないか。

### (4) 市民農園・家庭菜園の推進

「家族のための食育教室」として、企業が農地を確保して従業員家庭や地域住民に開放する「社員農園」事業を提案したい。週末に土と親しみ、収穫野菜を食べることで農の大切さが伝わり、地産地消の定着に貢献すると思われる。

平成 21 (2009) 年 4 月に開園した市民農園「とやまスローライフ・フィールド」は、240 区画の募集に応募が殺到し抽選となった。この人気の高さは、情報があふれ安価な物がたやすく手に入る現代社会の中で見失われてきた「物の大切さ」「手づくりの尊さ」が見直されつつあることの表れではないだろうか。その背景には、産地表示やトレーサビリティ等の対策は進んだものの、食品への不安を拭い切れない消費者の意識が感じられる。

こうした農園で野菜のなり方を目のあたりにしたり、土の中にできる根菜を自らの手で掘り出すことは、子どもはもちろん農に接する機会の乏しかった若い世代にとって、何物にも代えがたい本物体験である。また、自分で育て収穫した野菜を食べることは、“正しい食”への関心を深めるに違いない。市民農園や家庭菜園は、いわば「家族のための食育教室」といえるのではないだろうか。



そこで、企業においても耕作に適した農地を確保して従業員家庭や地域住民に開放する、いわば「社員農園」事業を提案したい。従業員家庭が気軽に家庭菜園を持ち、週末等に土と親しみ、収穫した野菜を食べることで、農の大切さが子どもや孫の代にも伝わり、地産地消の定着、拡大に貢献すると思われる。

また、とやまスローライフ・フィールドでは、近隣農家に「栽培サポーター」として園内の定期巡回や農産物加工教室の講師を依頼している。利用者からも好評だが、何より農家の方たち自身が元気になっていることから、こうした手法は乖離した都市部と農村部の橋渡し、農村地域の活性化に有効だと思われる。

## (5) 外食産業での地場産品の利用促進

外食産業における地産地消の取組みには課題もあるが、農家との契約栽培等により供給量と価格の安定を図るとともに魅力あるレシピが提供できれば、需要の開拓は可能と考えられる。

外食産業において地産地消に取り組むことには多くのメリットがある。産地からの物理的距離の短さは、言うまでもなく輸送コストの節減や鮮度のアップにつながる。また、地場産品を用いているという安心感や愛着心を消費者に訴求できるほか、地元農業への関心を高め地域の食生活の継承にも貢献できる。

また、1980年代後半のグルメブームの反動から、スローフード運動（ファーストフードの広がりに対し伝統的食材を使った伝統料理を大切にしようという運動）の理解者が増えている。加えて近年では LOHAS (Lifestyles Of Health And Sustainability) やエコが新たなキーワードとなり、地元産の新鮮な食材の利用がCO<sub>2</sub>を減らし、自給率を高め、健康で持続可能な生活につながるという認識が広がりつつある。こうした消費者サイドの流れを、ビジネスとしていかに掴みとって大きく育てるかが、外食産業の大きなテーマである。

一方で、営業として成り立たせるための課題も多い。まず、手に入らないからといって他産地のものを使用するわけにはいかないため、一定量の安定確保が重要である。価格も同様で、変動が大きくては使いづらい。

また、不況から来る消費者の低価格志向は、外食産業でも値下げ競争をますます激化させ、料理の原価を抑えるために安価な輸入品に頼らざるを得ないことも現状としてある。効率経営を考えると、大手になればなるほど解決が難しい問題である。

しかし、農家との契約栽培等により供給量と価格の安定を図るとともに、地元産の食材を使ったさまざまなレシピを提供することで地元の顧客を開拓できれば、消費者、供給者、外食産業三者のウィンウィンウィンが可能だと考えられる。

## 6. 「地産」を守り育てるために

### (1) 請負農業の支援

野菜や果物を兼業で栽培するのは難しいので、農事組合法人等による請負農業を行政や消費者が支援すべきである。

「適地適作」が農業の基本であることを考えれば、水田率が96%（平成19年）と全国1位で、水田圃場整備率（30a以上）も83%（平成19年）を占める米生産の適地であり、兼業農家率90%（平成17年）で農家収入が高水準にある富山県では、豆類や葉もの野菜、根菜、畜産品等は無理に拡大せず、米中心の農業を継続することは理に適っているといえる。

その一方で、富山の気候風土に適った野菜や果物は、その栽培を積極的に拡大するよう努めてほしい。しかし、こうした農作物を兼業で栽培することは難しい。また、企業による農業参入に期待する声もあるが、まだ機が熟しているとは言い難い。そこで、借地や作業受託により規模のメリットを活かした農業を展開する農事組合法人などいわば「農業のプロ」による請負農業を、行政や消費者が支援すべきである。協会としても、こうした農業者との意見交換や現地視察等を行って理解を深めたり、機会を捉えてPRに努めたりして、富山に新たな農業を切り拓く彼らの挑戦を応援したい。

### (2) 農薬を使わない農業の拡大

米の産地間競争に生き残るためにも、県は有機米の栽培を奨励すべきである。また、学校給食には、多くの生き物を守るとともに環境保全教育の観点からも有機無農薬食材を使うべきである。

富山のコシヒカリはその食味でブランドを確立しているが、今や全国どこでもコシヒカリが栽培され、旨い米は当たり前となった。一層激しさを増す産地間競争を考えれば、県としては、年々需要が増えている農薬を使わない有機米の栽培を奨励すべきと思われる。現在、有機JAS（日本農林規格）認定を受けている生産農家は県内に僅か十数戸と全国最下位クラスである。参入農家を増やすためにも、なお一層のコスト低減の努力が必要である。

なお、有機米に似たものに特別栽培米（減農薬米）があるが、有機ＪＡＳ認定の米とは根本的に理念の異なるものであり、そのことをほとんど知らされていない消費者に対して意識改革が必要である。

また、学校給食には、価格が若干高くてもぜひ無農薬有機食材を使うべきである。それは、農薬による土壌汚染や水質汚染を減らし、生命の連鎖の中にいるカエルやメダカ、クモなどの多くの生き物を守り、生命の連鎖を理解し環境保全の大切さを教えることにもなる。

以上

参考資料

地産地消に係るアンケート調査について

目的：消費者による農産品の購買行動及び意識を把握し、地産地消小委員会（当時）の提言取りまとめに向けた研究の参考に資する。

監修：医学博士 澤井保子氏（食育研究会「いただきます！」代表）

実施時期：平成20年8月25日～9月16日

対象：地産地消小委員会の委員本人ならびに当該企業の従業員

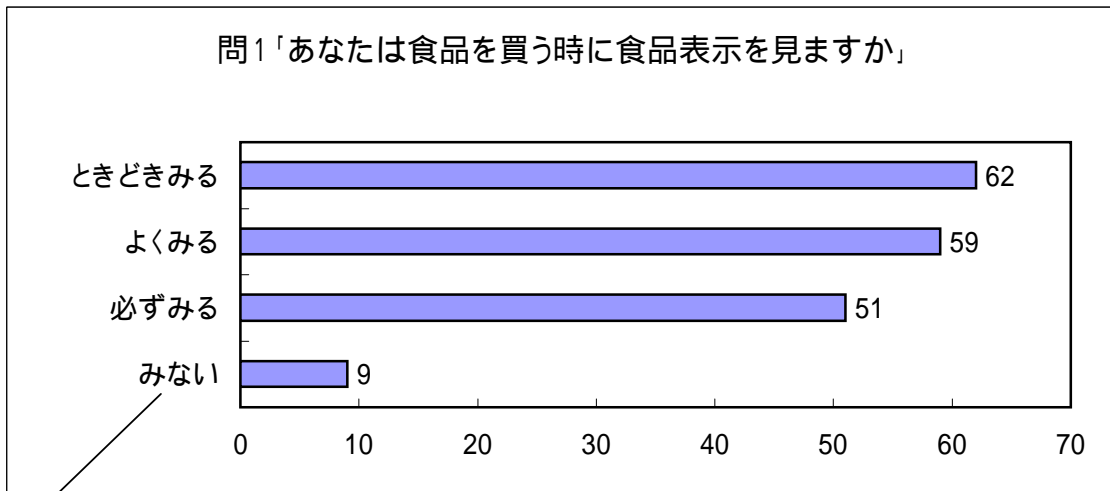
回答方法：郵送による調査票の返送

回答数：184件

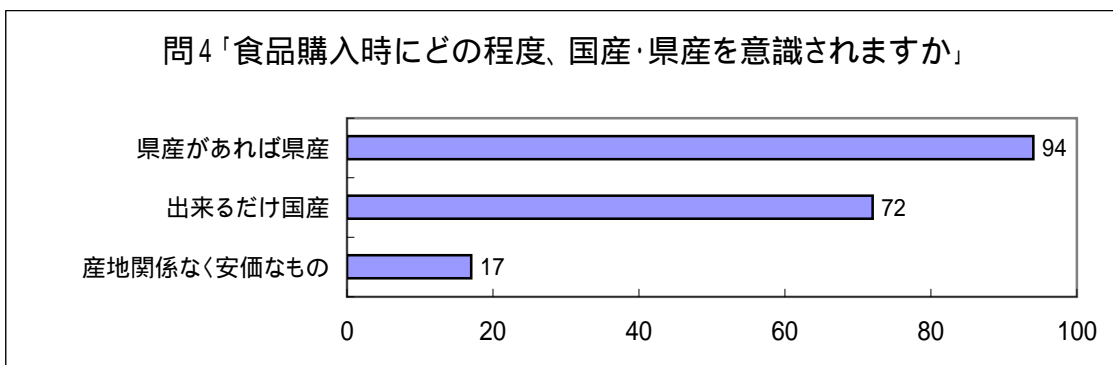
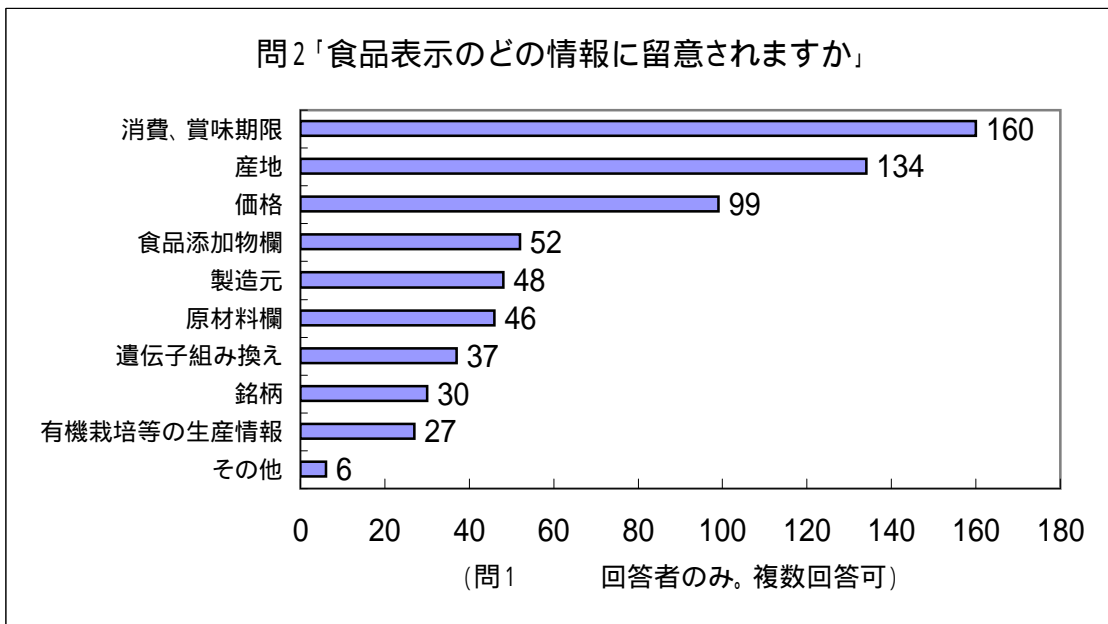
〔内訳〕

	20代	30代	40代	50代	60代	70代	計
男性	3	9	9	17	18	0	56
女性	19	46	32	26	4	1	128
計	22	55	41	43	22	1	184

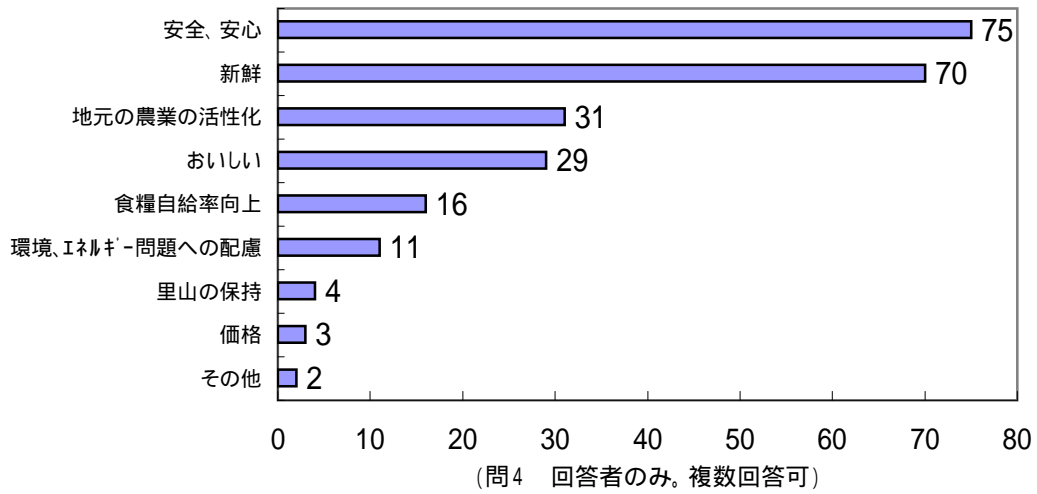
調査結果：次のとおり



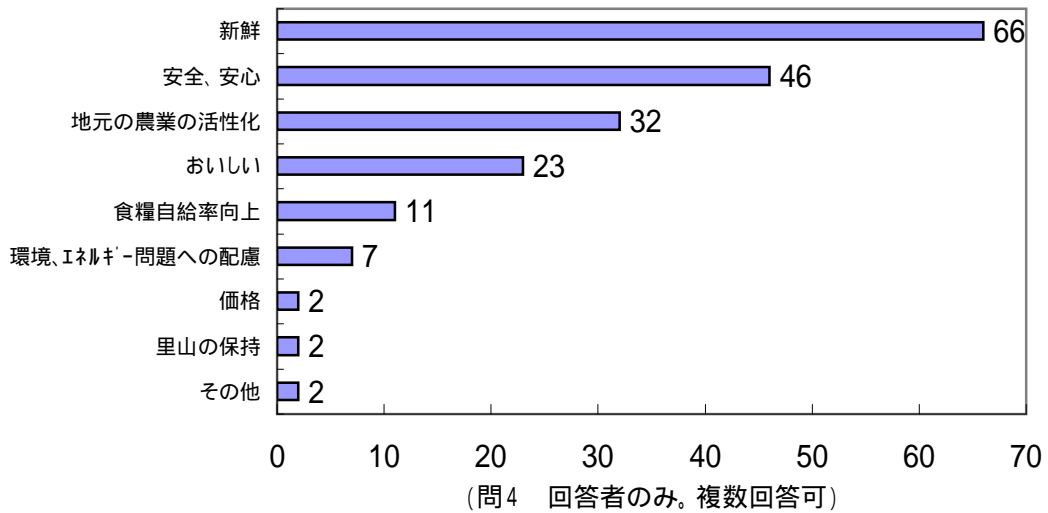
- ### 問3「みない」理由は？(自由記述)
- ・ 買い物する時間が少ない
  - ・ 各製造業者が各自良心に従って食品表示を行っていると感じているので
  - ・ 気にしないから
  - ・ 特に興味はなし
  - ・ 別に気にならないから
  - ・ 見た目ですぐ買うから
  - ・ 面倒だから単価のみを見る。



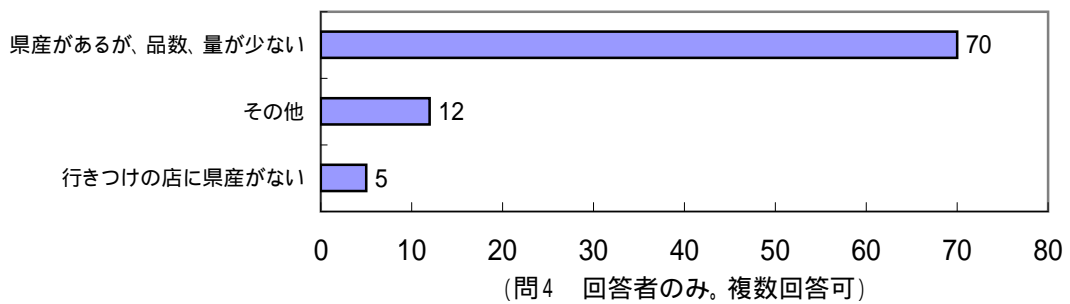
### 問5 - 1「国産あるいは県産を選ぶ理由はなんですか」



### 問5 - 2「特に県産を選ぶ時の理由はなんですか」



### 問5 - 3「県産を買う時に不自由なことはありますか」

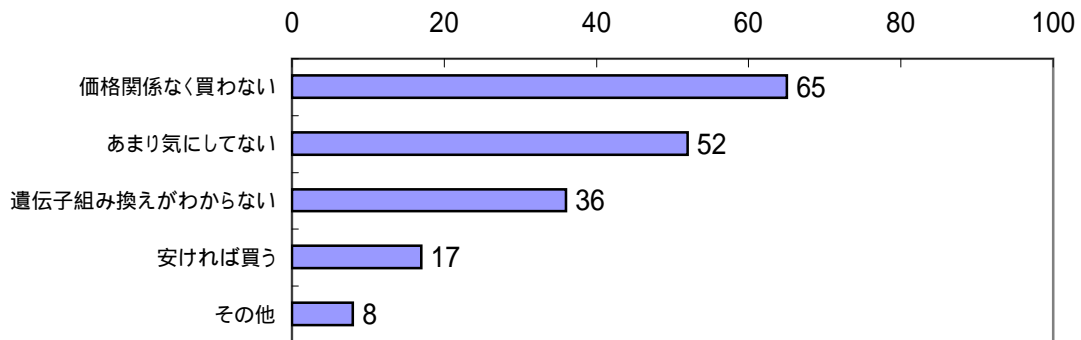


#### 問5 - 4「県産に望むこと」(自由記述)

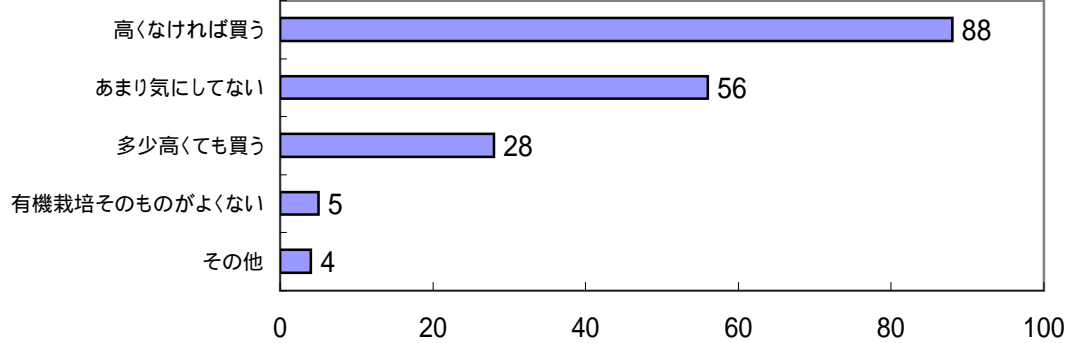
- ・「富山県産」の表示だけでなく、何市、何町で採れたか表示したら親しみが湧く
- ・ PR不足
- ・ の地元野菜コーナーは安くておいしい。スーパーに地元コーナーがあれば良い。朝市等を増やして欲しい。
- ・ 安全
- ・ 安全で新鮮だと思うので、規格外も店頭に並べてほしい
- ・ 安定した供給体制と価格の安定化
- ・ 言っているだけで、具体的行動が見受けられない
- ・ 形、格好、包装等には重点を置かず安く大量に早く店に並べて欲しい
- ・ 県産がどこで売っているかという情報が欲しい
- ・ 県産製品の流通状況が一般に分かると判断しやすい。具体的にどこのスーパー(店)に県産があるか知りたい。
- ・ 県産に望むというより安さだけでない等、意識レベルの高いスーパーを増やして欲しい。
- ・ 県産の告知をもっと分かりやすくどこにどんな産物があるのか
- ・ 県産の方が流通コストが低いと思われるのに価格が高い。土などで汚れていることが多い。
- ・ 小売業(特にSM)は価格の追求が過ぎる。多少高くても県産等の割合を増やす努力をすべき。
- ・ 品数・量が少ないので、多く置いてほしい
- ・ 種類、品数、量を豊富に適正価格に流通して欲しい。
- ・ 種類、量を増やしてほしい
- ・ 正直さ。勿論、値段は手の届く範囲でないと困るが、その上で安全・安心を買いたい
- ・ 消費者を裏切らない様、おいしい食品を提供して欲しい。
- ・ スーパーによっては県産の商品が著しく少ない所もある(特に大手スーパー)。地元産のコーナーを設けて欲しい。
- ・ 生産者が明確に印字されていると安心できて良い。
- ・ 生産者の皆さまのご尽力に感謝もうしあげます
- ・ 鮮度と安全性
- ・ 多少形が悪くなくても県産のものを買いたいと思う。もっと店頭に多く並べて欲しい。
- ・ 作り手、売り手が連携を取って消費拡大につながればと思います。
- ・ できるだけ多くの種類の品物が並ぶとよい
- ・ 東京へ直送で地場がない時がある
- ・ 富山の気候に適した野菜等の研究をして品種を増やして欲しい。温室で石油を使ってまではして欲しくないない。
- ・ トレーを使用しないように
- ・ なるべく安価にして欲しい
- ・ もう少し品数が増えてほしい。特に魚は富山県産は美味なはずなのに県外産に比べ数が圧倒的に少ない。
- ・ もう少し生産量を多くして欲しい
- ・ もっと品数を増やして欲しい
- ・ もっと種類、量とも多くするよう(野菜の自給率が全国最下位)
- ・ もっと品質の高い商品を作ってほしい
- ・ 安い価格
- ・ 安くて新鮮なものはぜひ食べたいので色々な場所でもっと安く売って欲しい。
- ・ 流通経路が短い割に値段が高い。

問6「食品を買う時に、生産情報をどの程度考慮されますか」

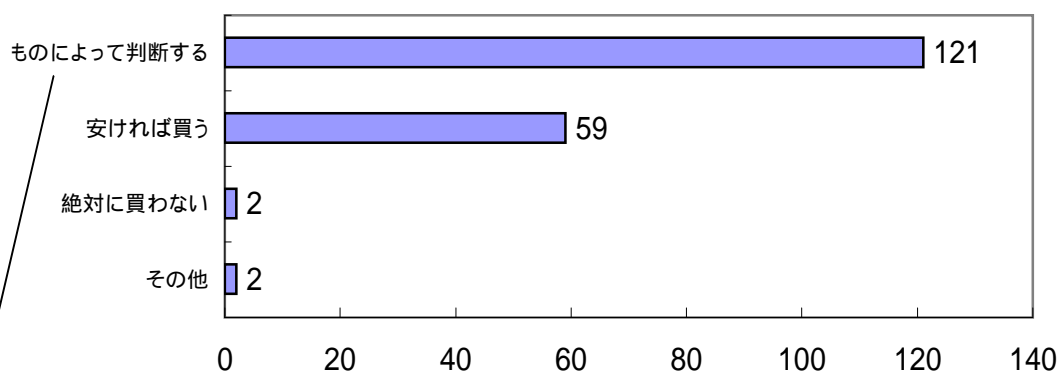
(遺伝子組み換え食品について)



(有機栽培農産物について)



問7 - 1「規格外の農産物が店頭に出たら買いますか」



問7 - 2「ものによって判断する」とは？(自由記述)

- ・味に関わりがなさそうなら買う
  - ・あまりにも見た目が悪い時
  - ・安全・安心であれば買う
  - ・安全性
- (つづく)



(つづき)

- ・ 大きさや形は気にしない。虫食いは、ものによる。
- ・ 価格が安いなど
- ・ 加工してあればなお良い(例えば漬物、サラダ)。おいしければ形は気にしない。
- ・ 形が多少悪い程度なら購入する
- ・ 形が悪くても買うが虫食いは虫が中に入っていると思われるので買いたくない
- ・ 形が悪くても気にならないので虫食いがなければ考えて買うかもしれない。
- ・ 形が悪くても新鮮で美味しそうなら買う
- ・ 形だけが規格外なら自分で料理して美味しく食べられる
- ・ 形はあまり気にしないがその為にすぐ傷むようなものは避けたい
- ・ 形は気にしないが虫食いは気にする
- ・ 形は気にしないが虫食いは多少気になる為
- ・ 形はともかく、虫食いがひどいと購入しない
- ・ 形は何でも良いが、虫食いは買わない
- ・ 形や重さにこだわる必要はない。流通量を増やすよう。
- ・ 形や重量については、ものによって判断する。虫食いは買わない。
- ・ 家庭で育てているのもものによっては悪いものではないことを理解しているつもりなので。
- ・ 規格外でも新鮮で産地がはっきり分かれば買う。
- ・ 規格内の農産物より美味しいものがあるからチャレンジする。
- ・ 傷があっても美味しそうであれば(安全)買う。
- ・ 傷などあまり状態が悪すぎれば買わない。曲がり等は気にしない。
- ・ 帰宅時間によって下処理に時間がかかる野菜だと敬遠する。
- ・ きゅうり等、地元産の品物だったら買っている
- ・ キュウリなど曲がっていても気にしない。キャベツなど青虫がいると気持ちが悪いが仕方ないかなと思う。
- ・ 果物などはよく考えてから買う
- ・ 形状にはこだわらないが、虫食いや汚れのひどいものはNG
- ・ 県産新鮮さ朝取れと書かれていた時など
- ・ 時期
- ・ 品物が良ければ、カットして使う等用途によって
- ・ 小学生の息子が学校で野菜を栽培し形が色々あることを学び、スーパーの野菜に疑問を持つようになった。
- ・ 新鮮さ、産地等で判断する。
- ・ 新鮮で、味に影響がなければ
- ・ 新鮮でおいしそうなら買う。
- ・ 新鮮で食べるのに十分であれば買う。
- ・ 新鮮で安ければOK
- ・ 新鮮ならば規格外のものを選ぶようにしたい。
- ・ 少しぐらい曲がっていても品質がよければ買う
- ・ 生産者の立場に立てば、規格外ができるのは当然の事
- ・ 鮮度
- ・ 鮮度
- ・ 鮮度がよくおいしそうな感じがする場合は購入する
- ・ 鮮度がよければ買う
- ・ 贈答品には使えない。変なコブがあると、逆に農薬使用を疑う。
- ・ その時に使いたい食材かどうか
- ・ その時に見て判断する
- ・ その時の品物の状態次第。規格品か否か、どの程度価格差があるか気にしない。
- ・ 高すぎれば買わない
- ・ 地産地消コーナーに置いてある新鮮で安い農産物であれば買うこともある。
- ・ 調理に支障が無く比較的安価だったら購入する。
- ・ 調理法によって形が分からなくなるものは、新鮮であれば買う
- ・ 程度による
- ・ 程度による
- ・ 程度によるが虫食いはあまり買いたくない。曲がったものは調理に支障がなくきれいであれば買う。より安いほうがいい。
- ・ 程度の問題
- ・ 程度の問題(虫食いの状態)

(つづく)

(つづき)

- ・ どうしても必要であれば買う。
- ・ 畑で作ったものをいただいて食べています。形などはあまり気にしないです。
- ・ 葉っぱ類はどうかと思う
- ・ ひどい虫食いだったら買わない。
- ・ 腐食等が早くなるものでない状態であれば気にしない。
- ・ 曲がったものは買うが、虫食い状態の度合い・色・新鮮さで判断する
- ・ 曲がったものは良いが、虫食いは抵抗があり、きちんとした説明が必要
- ・ 曲がったりしたものは良いが虫食いは度合いによる。
- ・ 曲がったり虫食いがあっても、産地が分かれば買うかもしれない
- ・ 曲がっていたりするのは良いが虫食いがひどすぎたり、品質的に食べたくないものは買わない
- ・ 曲がっているのは気にしない。虫食いは程度による。多くを処分しなければならなさそうなモノは買わない。
- ・ 曲がっているのはよいが、虫食いは嫌
- ・ 曲がっているものは全く気にならないので購入します。
- ・ 曲がり等はOK、虫食いINO。
- ・ まず規格、規格といった考え方を改める。消費者に選択の範囲を広げ形はどうあれ安価・安心の食品を希望する。
- ・ 見た目
- ・ 見た目があまりにもひどい場合は買わない
- ・ 見た目で食べれそうかどうか判断する。
- ・ 見た目で程度の良さそうなもので価格が安ければ買う。
- ・ 虫食いが無いもの
- ・ 虫食いがひどかったり傷の程度がひどいもの、形がいびつなものは買わない。
- ・ 虫食いが目立つものは買わない。曲がっている程度なら買う。
- ・ 虫食いなどの程度があまりひどければ買わない
- ・ 虫食いの程度、あまりに見た目がひどいものは避ける。
- ・ 虫食いの程度による。大きさの不揃いや曲がっている等は気にならない
- ・ 虫食いの度合いによる。自然な形であるものなら買う。
- ・ 虫食いのひどいもの、鮮度の悪すぎるものは買わない
- ・ 虫食いは嫌だが、大きさ・形状の規格外は問題なし
- ・ 虫食いは嫌ですが、形が不揃いであったり曲がったりしているのは気になりません。おいしそうならば買いたいです。
- ・ 虫食いは買ったことはないが、新鮮であれば形状は問題にしていない
- ・ 虫食いは買わないが、形や重量の規格外で味、鮮度に問題が無ければ買う。
- ・ 虫食いは避けるが、形が多少整っていない程度なら購入する
- ・ 虫食いは少し抵抗があるが、形が悪くても味は変わらないので買う。
- ・ 虫食いは控えるがわずかであれば落として食する。味に形は関係ないと思っている。
- ・ 虫食いは問題あるが、形状にはこだわらない
- ・ 無農薬栽培の為に虫食いは多少あっても差つかえない。形が悪いものでも鮮度がよいなら可。
- ・ 野菜が少し曲がったり、傷がある程度は気にならないが、虫食いがひどいものは買わないと思う。
- ・ 野菜や果物など、形は気にしないが虫食いは必ずチェックする
- ・ 安くて品物がよければ買う。
- ・ 有機栽培、無農薬なら購入する
- ・ 用途によって決める。
- ・ 汚れ、虫食いの程度による
- ・ 料理するメニュー、来客の有無による

## 【調査票】

まず、貴方様についてお書きください。

性別(男 女) 年齢( 才) 家族について( )

(記載例:本人、夫、息子夫婦、孫二人)

では、以下、該当する番号に丸をつける、もしくは自由にご意見をお書きください。

1. あなたは食品を買う時に食品表示をみますか？  
① 必ずみる ② よくみる ③ ときどきみる ④ みない
2. 1の質問で①～③と答えられた方にお聞きます。
  - 1) 食品表示のどの情報に留意されますか？  
①産地 ② 銘柄 ③ 消費、賞味期限 ④ 価格 ⑤ 遺伝子組み換え ⑥ 有機栽培等の生産情報 ⑦原材料欄 ⑧食品添加物欄 ⑨製造元 ⑩ その他(ご自由にお書きください)
3. 1の質問で④と答えられた方にお聞きます。その理由はなんですか。ご自由にお書きください。  
( )
4. あなたは食品を買うときにどの程度国産、県産であることを意識されますか？
  - ① 出来るだけ国産を買うようにしている。
  - ② 出来るだけ国産を買うようにしているが、県産があれば県産を買いたいとおもう。
  - ③ 海外、日本産など、産地に関係なく出来るだけ安価なものを買う。
5. 4の質問で②とお答えになった方にお聞きます。
  - 1) 国産あるいは県産をお選びになる理由はなんですか？(複数回答可)  
①価格 ②安全、安心 ③新鮮 ④おいしい ⑤食料自給率向上 ⑥環境、エネルギー問題への配慮 ⑦地元の農業の活性化 ⑧里山の保持 ⑨その他( )
  - 2) 特に県産を選ぶ時の理由はなんですか？  
①価格 ②安全、安心 ③新鮮 ④おいしい ⑤食料自給率向上 ⑥環境、エネルギー問題への配慮 ⑦地元の農業の活性化 ⑧里山の保持 ⑨その他( )
  - 3) 県産をお買いになる時になにか不自由なことはありますか？  
①行きつけの店には県産が置いてない ②県産が置いてあるが、品数、量ともに少ない  
③その他( )
  - 4) 県産に望むことがあったらご自由にお書きください。  
( )
6. あなたは食品を買う時にどの程度、遺伝子組み換え、有機栽培等の生産情報を考慮されていますか？
  - 1) 遺伝子組み換え食品について  
①価格に関係なくぜったい買わない ②安ければ買う、 ③あまり気にしていない  
④ 遺伝子組み換えそのものがよくわからない ⑤その他( )
  - 2) 有機栽培農産物について  
①多少高くても買うようにしている ②高くなければ買う ③あまり気にしていない  
④有機栽培そのものがよくわからない ⑤その他( )
7. 規格外の農産物について  
形(曲がったり、虫食いがあつたり)、重量などが規格外の農産物等は店頭にはならびません。
  - 1) 貴方は、このような規格外のものが店頭に出たときにはお買いになりますか？  
①絶対に買わない ②安ければ買う ③ものによって判断する。 ④その他( )
  - 2) 1)の質問で③と答えられた方にお聞きます。もう少し詳細にお教えてください。( )

ご協力ありがとうございました。

地産地消委員会 委員名簿

(平成22年3月8日現在)

	氏名	会社名・役職	
委員長	高井 芳樹	(株)タイワ精機	取締役会長
副委員長	桶屋 泰三	桶屋税理士事務所	所長
副委員長	川合 声一	日の出屋製菓産業(株)	取締役社長
アドバイザー	久郷 慎治	(株)久郷一樹園	代表取締役
委員	在田 吉保	(株)アリタ	取締役社長
委員	池田 安隆	(株)池田屋安兵衛商店	代表取締役
委員	板倉 啓子	メンター・フーズ(株)	代表取締役
委員	市堰 豊	市堰建工(株)	取締役社長
委員	稲葉 実	(株)三四五建築研究所	代表取締役
委員	今堀 喜一	(株)インテックアメニティ	取締役社長
委員	太田 悦一	(有)氷見屋	代表取締役
委員	奥野 博之	オークス(株)	取締役社長
委員	押田 健	(株)グリーンリゾート常願寺ゴルフ	取締役社長
委員	押田 洋治	(株)押田建築設計事務所	取締役社長
委員	亀森 和博	(株)日本政策投資銀行	富山事務所長
委員	河合 裕子	(株)かわい本館	代表取締役・女将
委員	川本 元充	北陸機材(株)	取締役社長
委員	北川 敏範	富山エフエム放送(株)	取締役社長
委員	楠 則夫	(株)上智	取締役社長
委員	小池 悦子	(株)サンワールド	取締役営業部長
委員	粉川 義弘	野村證券(株)	富山支店長
委員	近藤 駿明	近藤建設(株)	取締役社長
委員	酒井 道行	北陸酒販(株)	取締役社長
委員	佐藤 幸博	(株)柿里	取締役社長
委員	三條 孝順	三條税理士事務所	代表
委員	島林 桂一	富山促成青果(株)	代表取締役
委員	高岸 和男	(有)タカギシ	代表取締役
委員	高田 順一	阪神化成工業(株)	取締役社長
委員	高田 千明	高田食糧(株)	取締役社長
委員	高見 貞徳	富山検査(株)	取締役会長
委員	竹澤 恵子	サカエ金欄(株)	取締役社長
委員	玉川 宏	(株)チューリップテレビ	取締役営業局長
委員	津嶋 春秋	(株)アーキジオ	取締役社長
委員	長崎 衛	富山糧穀(株)	取締役社長
委員	中園 国広	三菱商事(株)	北陸支店長
委員	中西 誠	(株)トヨックス	専務取締役
委員	中屋 外芳	(株)IH	営業統括本部部長補佐役(北陸駐在)
委員	七尾 雅周	氷見浜観光(株)	取締役社長
委員	並木 誠	北電情報システムサービス(株)	取締役社長
委員	花田 修一	いなほ化工(株)	取締役社長
委員	羽根 由	(株)生活ネット研究所	取締役所長
委員	林 健吾	(株)サンショウ	取締役社長
委員	林 孝樹	(株)インサイト	取締役社長
委員	広浜 茂貞	広浜建材(株)	取締役社長
委員	深澤 文敏	(株)富山アメニティシステム(富山第一ホテル)	取締役社長
委員	藤 秀壮	住友生命保険(相)	富山支社長
委員	藤野 貴之	住友三井オートサービス(株)	富山支店長
委員	本多 剛治	(株)ダスキン高岡	取締役会長
委員	榊田 敬次郎	(株)榊田酒造店	取締役会長
委員	松崎 眞一	北陸コラム(株)	代表取締役
委員	山瀬 孝	(株)ジャック経営コンサルタント	取締役社長
委員	山野 昌道	(株)スカイインテック	取締役社長
委員	米田 隆彦	(株)米田	代表取締役
委員	米田 祐康	金剛薬品(株)	取締役社長
委員	渡邊 洋一郎	ANAクラウンプラザホテル富山	総支配人
委員	若林 忠嗣	日本海電業(株)	代表取締役

56名

担当役員	高木 繁雄	(株)北陸銀行	取締役頭取
------	-------	---------	-------

外部アドバイザー	澤井 保子	食育研究会「いただきます！」	代表
----------	-------	----------------	----