



第3章

食料・農業・交流に関する施策

1 食料に関する施策

(1) 食料の安全性の確保等 ○ ○ ○ ○ ○

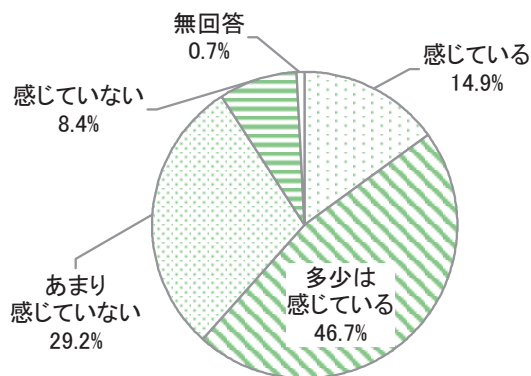
【現状と課題】

- ・食の安全を脅かす問題が相次ぐ中で、全国的に食品関係事業者の安全管理の実態が見えにくく、不信感や不安感が高まっている傾向にあります。市が平成28年（2016年）9月に実施したアンケート調査結果をみると、国産品に不安を感じている市民の割合は6割程度となっています。
- ・食品の製造過程が見えないことが、食品に対する消費者の不信感を生む要因と考えられるため、「食」の安全性や管理方法に対する理解を深めるためにも、積極的な情報提供や事業者と消費者間でのコミュニケーションが重要です。

【施策の目指す姿】

- ・生産工程ごとの管理を適切に行う手法の導入を促進することや農産物の生産情報の発信を行うことにより、安全で安心な食品を提供しています。
- ・消費者、生産者間の食品に対する信頼関係の構築が図られるよう、リスクコミュニケーション^{*}を推進します。

〈 国産品の安全性に不安がある人の割合 〉



N = 818

資料：第2次安城市食料・農業・交流基本計画策定に係る市民アンケート調査（平成28年9月）

【施策の内容】

ア 食料の安全性の確保

○ 個別施策

| 施策名 | 施策内容 | 担当課 |
|-------------------|---|-----|
| ①生産履歴の記録・表示 | J A（あいち中央農業協同組合）及び農業者と連携を図りながら、引き続き農薬・肥料の使用状況等の記録及び記帳や出荷時における生産方法の表示を促進します。 | 農務課 |
| ②農産物の安全性の確認 | J A及び農業者と連携を図りながら、出荷される農産物について、農薬使用基準の遵守や飛散防止に取り組み、必要に応じて残留農薬の抽出検査等で安全性の確認を促進します。 | 農務課 |
| ③G A P手法※等の導入促進 | J A及び農業者と連携を図りながら、消費者の食に対する信頼を確保するため、G A P(ギャップ)手法の導入を促進します。また、輸出やオリンピック・パラリンピック東京大会を見据え、H A C C P(ハサップ)※やグローバルG A P手法※の導入を検討します。 | 農務課 |
| ④農産物の生産情報の発信 | 農産物直売施設における生産者の顔写真や生産のこだわり、生産履歴などの表示など、生産者や農産物の情報の発信を強化し、消費者の信頼向上を図る取組を促進します。 また、インターネット等を活用し、農産物情報を積極的に提供します。 | 農務課 |
| ⑤リスクコミュニケーション※の推進 | 現在、消費生活展を年1回開催しています。今後も継続して開催し、消費生活団体と連携して、「農産物」の情報などを提供していきます。 | 商工課 |

○ 成果指標と目標

| 指標名 | 現状値 (2015年度) | 目標値 (2021年度) |
|--|-----------------|-----------------|
| 食品の安全性に係るアンケートにおいて、安全だと感じる割合 | 13.4% | 15% |
| 指標について | | |
| 市が毎年行うeモニターアンケートの中で、「食品の安全性について、どのように感じているか」という設問の「安全」と感じる回答の割合です。 | | |

(2) 地産地消[※]の推進 ○ ○ ○ ○ ○

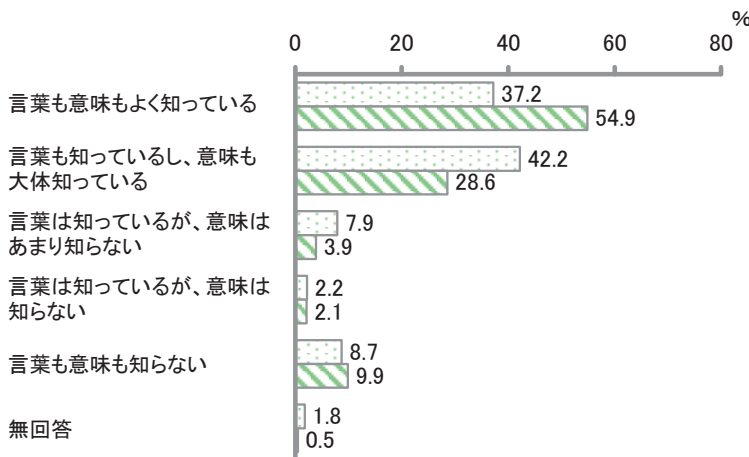
【現状と課題】

- 平成28年（2016年）9月に実施したアンケート調査結果をみると、市民に対し、地産地消[※]に関する一定の理解は得られていると感じられます。しかし、産地直売施設[※]（産直市など）を定期的に利用したことがある人は2割程度となっています。その中で、商品情報（説明）、調理方法の紹介、農薬等の使用・生産履歴の表示などのサービスを期待する人も多くなっています。このため、地産地消[※]へのさらなる理解促進と地元農産物の消費拡大を図ることを目的に、生産者は消費者のニーズの把握とともに双方を結びつける「顔の見える」関係づくりを進め、安全・安心な農産物の提供をする必要があります。
- 地産地消[※]の推進や食料自給率[※]をより高めていくため、地元農産物のブランド化や6次産業化[※]の推進が必要です。

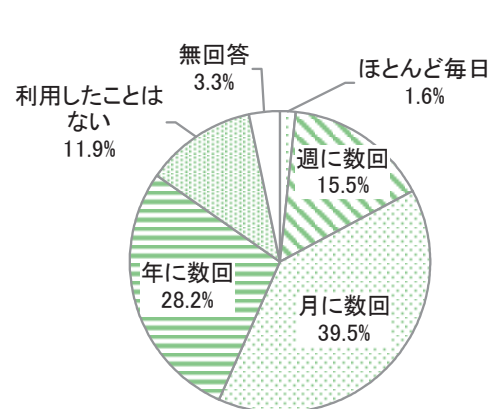
【施策の目指す姿】

- 地産地消[※]を進め、新鮮でおいしい安全・安心な食べ物を消費者に提供しています。また、地元農産物を使った料理を学校給食、地元商店、企業の食堂などで提供し、地元農産物の利用を促進しています。
- 地元農産物を利用した加工品の開発を進め、産地直売施設[※]などを利用し、地元農産物を広めています。また、市民一人ひとりが、自分たちの住んでいるまちの「地元の農産物」を使い、地産地消[※]を推進し、消費を拡大しています。

地産地消[※]の認知度



産地直売施設[※]の利用状況



N = 818

第2次安城市食料・農業・交流基本計画策定に係る市民アンケート調査(H28) (N = 818)
 安城市食育に関するアンケート調査(H23) (N = 839)

資料：第2次安城市食料・農業・交流基本計画策定に係る市民アンケート調査（平成28年9月）

【 施策の内容 】

ア 地元農産物の普及促進

○ 個別施策

| 施策名 | 施策内容 | 担当課 |
|-------------------------|---|-----|
| ①産地直売の推進 | 平成 25 年（2013 年）5 月に市内 6 箇所目の産地直売所がオープンしました。今後も引き続き J A と連携しながら産地直売施設*の充実を図ります。 また、生産者が中心市街地において行っている産直市を引き続き支援します。 | 農務課 |
| ②地元産食材等の利用促進 | J A と連携を図りながら、市内の飲食店や小売店、市内大手企業の社員食堂などで地元農産物の使用を促進します。 | 農務課 |
| | 観光協会や地元商店などと連携を図り、認定土産品等において、地元産の素材を利用した安城独自のブランド品の推進を行っていきます。 | 商工課 |
| ③地元農産物の PR | 現在、七夕まつり、農業まつりなど各種イベント時に、農業者や市民団体などと連携を図りながら、今後も引き続き特産品を含む地元農産物を PR します。 | 農務課 |
| ④学校給食における地元農産物の利用促進 | 安全・安心な食材を提供するため、地元の農産物を積極的に取り入れていきます。平成 1 6 年（2004 年）の地元農産物（青果物）の購入割合 40%を維持します。 | 総務課 |
| ⑤デンパーク*における地元農産物の使用及び販売 | デンパーク*内で、地元農産物を積極的に使用します。また、マーケットにおいても、地元農産物の加工品の販売を推進します。 | 農務課 |
| ⑥交流活動の推進 | 生産者と消費者の交流の場として、生産者が小学校に訪問し、児童と一緒に給食を食べる機会を設けます。 | 農務課 |

○ 成果指標と目標

| 指標名 | 現状値 (2015 年度) | 目標値 (2021 年度) |
|--|------------------|------------------|
| 食料自給率* | 33.6% | 36.4% |
| 指標について | | |
| 国の食料自給率*に係るデータを参考に、市内の農産物生産量により算出した、市独自の食料自給率*（カロリーベース）です。 | | |

イ 地元農産物を活用した商品開発等の推進

○ 個別施策

| 施策名 | 施策内容 | 担当課 |
|-------------------------|--|-----|
| ①産・学・官が連携した農産物加工品開発の推進 | 学生や商工業者と協働して安城の農産物を使った新しい商品開発やレシピ開発を行い、その消費拡大を図ります。 | 農務課 |
| ②6次産業化 [*] の推進 | J A及び県普及課（西三河農林水産事務所農業改良普及課）と連携を図りながら、農業者へ6次産業化 [*] の先進的な情報を提供するとともに、先事例の研究など、6次産業化 [*] の検討をします。 | 農務課 |

○ 成果指標と目標

| 指標名 | 現状値 (2015年度) | 目標値 (2021年度) |
|---|-----------------|-----------------|
| 商品・レシピ等の開発数（累計） | 2件 | 8件 |
| 指標の説明 | | |
| 安城市農畜産物特産品協議会 [*] にて産・学・官が連携しながら、地元農産物を使用した商品やレシピの開発を行った数です。 | | |

【 コラム 】市の産・学・官連携事業

市では、産・学・官連携事業として愛知学泉大学・家政学部家政学科・管理栄養士専攻の学生と協働し、市の農畜産物の消費拡大を目的とした活動を行っています。

平成27年度（2015年度）には、市の特産であるきゅうりの消費拡大を目的に、試行錯誤を重ね、きゅうりを使ったオリジナルレシピを開発しました。また、「JAまつり」、「安城元気フェスタ2015」ではPRブースを出展し、自作のレシピのリーフレットやポスターを使って、きゅうりの栄養価に関する理解促進や試食の提供を行いました。

その他にも、平成26年度（2014年度）には安城産の米や甘酒を使った「米粉・甘酒ゼラート」を民間企業と共同開発しており、今後も学生ならではの商品・レシピの開発を目指します。



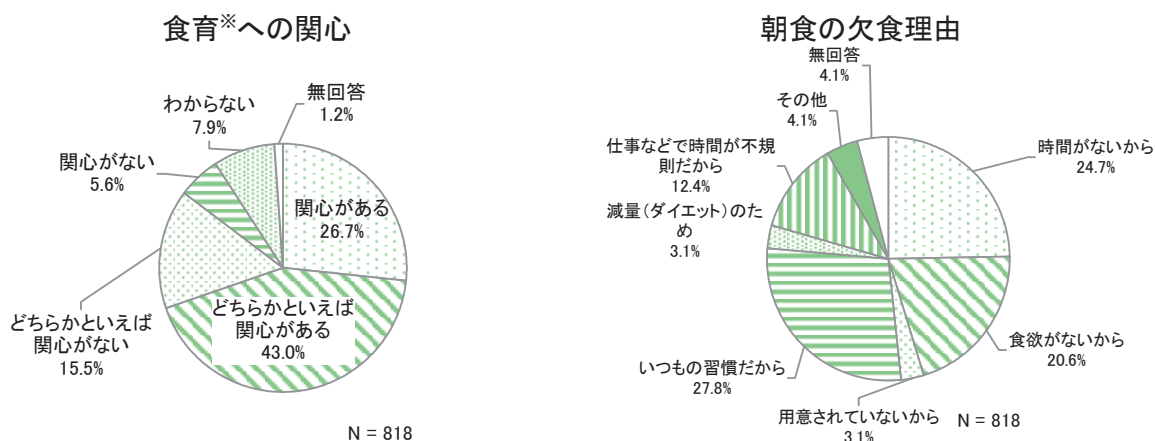
(3) 食育^{*}の推進 ○ ○ ○ ○ ○

【 現状と課題 】

- ・近年はライフスタイルの変化により食生活も大きく変化してきていますが、市民に対して、平成28年(2016年)9月に実施したアンケートをみると、食育^{*}に関心のある人は約7割となっており、栄養バランスのとれた食事など健康づくりのための食生活に関心を持っている人が多くいる結果となっています。市民の食材や食育^{*}に対する関心と理解をより高め、実践できるよう、継続して、さまざまな機会を通じて食育^{*}教室の開催や食育^{*}の啓発など、各種施策の推進が必要です。
- ・平成28年(2016年)9月に実施したアンケート調査結果をみると、習慣や時間がないという理由で朝食を欠食する人がいます。また、郷土料理や行事食に関心がない人が4割ほどいます。一方、食品廃棄を減らすため、食べ残しを減らす意向を持った人も多くいます。このため、若い時から規則正しい、栄養バランスに配慮した食生活を身に付けることが必要であるとともに、食事を通して豊かな心を育むことや地域の食・文化の魅力等を学び、体験する機会の充実が必要です。

【 施策の目指す姿 】

- ・食育^{*}教室等、多様な農業に係る体験の開催を通して、「食」に関する考え方を理解し、健全な食生活が図られています。
- ・食材が生産されてどのように運ばれて来るかなど、フードマイレージ^{*}に対する考え方の啓発が行われています。
- ・子どもたちが正しい食事の摂り方や健康的な食習慣などを習得し、食の大切さを学びながら豊かな心を育てています。



資料：第2次安城市食料・農業・交流基本計画策定に係る市民アンケート調査(平成28年9月)

【 施策の内容 】

ア 食育*活動の推進

○ 個別施策

| 施策名 | 施策内容 | 担当課 |
|-----------------------|---|-------|
| ①「安城市食育推進計画*」の推進 | 平成 29 年度（2017 年度）に「第3次安城市食育推進計画*」を策定し、食に関する考え方を育て、健全な食生活を実現するため食育*の推進を図ります。 | 農務課 |
| ②食育*の啓発 | 毎月発行する給食便りの裏面の活用や、各園で食育*に関する記事の作成を通して、食育*の啓発を図っていきます。 | 子ども課 |
| | 栄養バランスのとれた食生活についての教室を随時開催していきます。 | 健康推進課 |
| | 「農」と連携した健康で安全・安心な食生活を実現するために、家庭をはじめ様々な場面において情報や体験の場の提供に取り組みます。 | 農務課 |
| | 一般財団法人安城市学校給食協会*による食育*の啓発を行います。「手洗いの仕方」や「調理方法」を体験し、栄養の大切さや調理の大変さ、親子で作る喜びや一緒に食べる楽しさを感じてもらおう親子給食調理教室などを開催し、食育を推進していきます。 | 総務課 |
| ③安城の特質や伝統文化を活用した講座の開催 | 公民館講座において、日本デンマークと呼ばれた先進的な農業経営、歴史文化資源、ものづくり思想、食育*などに関する講座を随時開催していきます。 | 生涯学習課 |

○ 成果指標と目標

| 指標名 | 現状値 (2015 年度) | 目標値 (2021 年度) |
|--|------------------|------------------|
| 農業体験等の開催回数 | 25 回 | 30 回 |
| 指標の説明 | | |
| 市内で活動を行う食育*推進団体などが実施する「農業体験講座」と「食育*講座」の開催回数です。 | | |

イ 健全な食生活の実践

○ 個別施策

| 施策名 | 施策内容 | 担当課 |
|-----------|---|--------------|
| ①食生活の改善支援 | 食生活に関する相談や保健相談などを実施し、適切な量で、栄養バランスのとれた食事への改善を支援します。 | 健康推進課 |
| ②食に関する指導 | 児童、生徒に正しい食事の摂り方や望ましい食習慣を身につけさせるとともに、栄養のバランスのとれた学校給食を活用した食に関する指導をしながら、栄養の知識や食の大切さを全小中学校で引き続き指導します。 | 総務課 学校教育課 |

○ 成果指標と目標

| 指標名 | 現状値 (2015年度) | 目標値 (2021年度) |
|--|-----------------|-----------------|
| カラダいきいき栄養相談の開催回数 | 10回 | 20回 |
| 指標の説明 | | |
| 栄養バランスのとれた食事への改善や生活習慣改善の支援など、食生活に関する個別の相談を行った回数です。 | | |

【コラム】「MOTTAINAI」キャンペーン

「MOTTAINAI」キャンペーンとは、環境分野で初のノーベル平和賞を受賞したケニア人女性のワンガリ・マータイさんが提唱した美しい日本語「もったいない」を、環境を守る世界共通語「MOTTAINAI」として広めるための活動です。

ケニアでの植林活動や富士山でのごみ拾い大会、フリーマーケットの開催など、地球環境に負担をかけないライフスタイルを広め、持続可能な循環型社会の構築を目指す世界的な活動として展開しています。

【コラム】箱ずしと安城の食を考えるプロジェクト

「箱ずし」とは市の郷土料理で、ボラのくずし身、玉子の薄焼き、ちくわ、かまぼこの煮たものなどの具を箱に詰めた、彩り豊かな押しずしのことです。

平成27年(2015年)5月に安城産業文化公園デンパーク*にて「安城の食を考えるプロジェクト」が発足され、最初の取組として「箱ずし保存会」が立ち上げられました。

このプロジェクトは、古くからある食文化を守りながら、地域産業の振興や良好な地域コミュニティの形成を目的とし活動を展開しています。

