

令和 8 年度藤沢市地産地消推進事業実行委員会事業計画 (案)

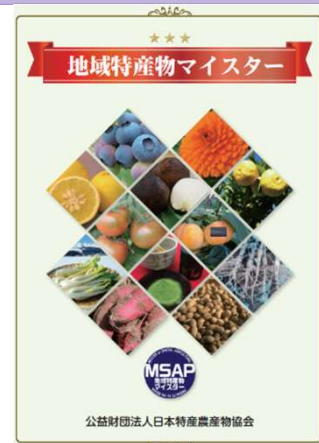
地域特産物の生産・加工に関するセミナー開催 及びかながわブランド登録品のPR

2

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）
目標：かながわブランドへの登録 1 件（計画目標と同じ）

- ▶ 生産者の方にブランド化や加工品開発による付加価値向上のメリットを感じてもらえるように、地域特産物の生産・加工に関するセミナーを開催します。
- ▶ 日本特産農産物協会に対し、地域特産物マイスター等の講師派遣を依頼し、栽培や加工技術について生産者が指導を受けるセミナーを開催します。
- ▶ また、新たにかながわブランドへの登録があった場合はPR活動を支援します。



藤沢産農産物を利用した加工品の開発支援

3

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産品の創出）

目標：開発支援した加工品の商品化

- ▶ 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。

令和7年度は、さがみ地粉の会の協力のもと、藤沢産津久井在来大豆を使用した甘納豆「しぼり豆」を開発・商品化をしました。支援した加工品は、今後わいわい市などで販売が予定されています。→4月に試験販売され好評。



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

4

予算額：60,000円（事業拡大のため増額）【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：90,000円（対応講師増員による増額）【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：実施園2園（前年度実績と同数）

- ▶ 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です。
- ※これまで1学年2クラスの学校を対象として各年度1校ずつ選定してきましたが、R8年度は試験的に1学年3クラスの学校を対象とすることにしました。
- ▶ 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。

農薬や化学肥料等を用いず栽培された農産物 給食の提供

5

予算額：50,000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：農薬や化学肥料等を用いず栽培された農産物給食の提供継続

- ▶ 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、農薬や化学肥料等を用いず栽培された農産物の給食の試験提供に取り組みます。
- ▶ 農薬や化学肥料等を用いず栽培された農産物給食の提供により、『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。
- ▶ 令和6年度から農薬や化学肥料等を用いず栽培された農産物給食の提供を開始しましたが、虫食い部分の除去に手間がかかり、児童数の少ない学校では対応できたが、今後取組を全校に拡大する上では課題が残る結果となりました。今後の本格実施に向けて令和8年度も試験提供に対して支援を継続します。



- ここで言う「農薬や化学肥料等を用いず栽培された農産物の給食」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。

農薬や化学肥料等を用いず栽培された農産物マルシェ、元気バザール、サンセットマルシェ ふじさわプログラミングコンテスト

6

予算額：200,000円 【農薬や化学肥料等を用いず栽培された農産物マルシェ分】

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 1,250名（前年度実績と同数）

予算額：140,000円 **前年度実績に鑑みた減額**【ふじさわ元気バザール、サンセットマルシェ、ふじさわプログラミングコンテスト分】

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 2026年11月23日（祝）勤労感謝の日
- ◆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

- ▶ 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。
- ▶ 子どもたちの「こんなものがあつたらいいな」「おもしろいな」というアイデアをプログラミングで形にし、作品の発想や表現力を審査する「ふじさわプログラミングコンテスト」を「藤沢の“おいしい”を発見しよう!」をテーマに開催。



サンセットマルシェチラシ



花育体験イベント事業 PR用花き等購入費

7

予算額：130,000円 前年度実績に鑑みた増額【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：80,000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

8

予算額：140,000円 前年度実績に鑑みた増額【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）】

- ▶ 藤沢市植木生産組合を講師に招き、緑育体験イベントを継続開催することで、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。



緑育キットでブルーベリーを植え替える様子

動画・PVの作成

9

予算額：110,000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）

- ▶ 農業水産課で開設している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プロモーションビデオを作成し、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プロモーションビデオ」

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

10

予算額：250,000円 前年度実績に鑑みた増額

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）

- ▶ 藤沢産利用推進店のPRのため作成している食べ歩きマップは、毎年利用推進店の登録更新をすることから、今年度も推進店の更新に伴う改訂を予定しています。
- ▶ 昨年度は新たに豚肉版を作成しました。食材別マップについては、今年度は新規作成はしません。
- ▶ 今年度は改訂の際に、ふじさわキュンマップへ誘導できたらと考えています。



藻場保全事業

予算額：140,000円 前年度実績に鑑みた増額

(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

11

- ▶ 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みます。



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。

湘南藤沢市民マラソンにおける藤沢産農水産物のPR

予算額：130,000円 配布食数拡大のための増額

(2) 関連する施策との連携（計画P54）
ウ シティプロモーション事業との連携

12

- ▶ 毎年、市内外から多くの来場者が訪れる、湘南藤沢市民マラソンの機会を捉え、ランナー等の来場者に農水産物を提供することで、市民自らがその魅力の発信者になる取組を推進します。
- ▶ 昨年度好評だった湘南しらすを、食数を増やし（1000食→1500食）、来場者へ配布する予定です。



その他の、ご意見に対する回答

13

- ▶ 未利用魚の活用に関する取り組みの発展を提案する。付加価値の高い加工品の開発が有効であると考える。一例として缶詰商品の開発をしてはどうか。
- ▶ 未利用魚を学校給食だけではなく、市民向けにスーパーで調理の手間を省いたパテやフィレとして購入することができればファンが増えるのではないかな。
- ▶ **令和4年度以降、未利用魚の加工品開発や給食提供について、漁協や水産加工会社（練り物や冷凍食品など）と協議を重ねてまいりました。その中で、統一規格原料の安定供給が必要な加工品開発や給食提供に、漁獲量が不安定な不特定魚種を採算ベースに乗せて活用することは困難との結論に至り、予算化を見送ったものです。一方、江の島フィッシャーマンズマルシェでは、未利用魚を活用したペットフードの販売などが行われていることから、付加価値を高める取組について注視してまいります。**
- ▶ 親子で参加できる発酵食品づくり体験を導入してはどうか。
- ▶ **本市では、大豆（津久井在来）の栽培から収穫、味噌・豆腐の調理までを一連で体験することのできる講座を2008年から開催しています。また、一次生産者も自ら味噌づくり講座を開催しています。**
- ▶ 地産地消に関心の低い層や価格を重視して農水産物を選択する消費者に対しては、単なる情報発信に加え、「なぜその価格になるのか」という背景を可視化する取り組みが有効であると考えます。例えば、収穫のタイミングや流通過程、栽培方法の違いなどが品質や保存性に与える影響について整理し、分かりやすく伝えることで、価格に対する納得感の醸成につながる可能性がある。これにより、単純な価格比較ではなく、価値に基づいた選択を促すことが期待できる。
- ▶ **食料システム法施行に伴い、合理的な費用を考慮した価格形成が図られることになり、消費者の行動変容が求められると認識しています。本市では、収穫体験講座などの生産現場を通じて、消費者理解を促進しているところですが、今年度策定する次期地産地消計画において、施策の検討を進めてまいります。**

その他の、ご意見に対する回答

13

- ▶ 独自ブランドとしては、藤沢市でJAS認定をとっていない小規模の有機農家さん（環境に配慮した農業をしている方）に対して、独自のオーガニック野菜認定を作って独自ブランドを創出してはどうか。
- ▶ **慣行と有機の栽培エリアが混在した都市農業では、有機JAS認証取得の恩恵を受けにくいことから、有機やオーガニックの表示の仕方に課題があると認識しています。まずは、生産者の意見を聴取しながら、名称や表示の仕方に関する検討を進めてまいります。**
- ▶ 藤沢産食材の調理法コンテストを開催して、子どもたち（主に中学生・高校生）に考えてもらい、グランプリのレシピを学校給食で提供してはどうか。
- ▶ **本市ではこれまで、「地産地消レシピコンテスト」や「アイデア野菜レシピ」の募集を行ってまいりました。今年度はプログラミングコンテストのテーマを「藤沢の“おいしい”を発見しよう！」としており、若い世代への普及啓発に取り組みます。**
- ▶ 体験型プレミアム食イベント（朝どれ野菜の収穫 → その場で調理。しらす漁の見学 → 加工体験 → 食事。生産者本人による解説付き食事会）を企画してはどうか。
- ▶ **本市では湘南漁協藤沢支所協力のもと、釜揚げしらすの実演を含む「地引網体験イベント」を開催しております。今後は、収穫体験と調理実習を合わせたイベントの企画等について、検討してまいります。**

その他の、ご意見に対する回答

13

- ▶ タブレット端末を活用し、給食の時間に合わせて今日の食材のストーリー（誰がどこでどのようにして作ったか、生産者のショート動画など）を配信することができれば、藤沢産を学ぶきっかけになり、ファンの育成につながるのではないかな。
- ➡現在、「給食だより」や給食の時間に合わせた校内放送により、藤沢産食材の使用について周知しております。タブレットの活用については、今後検討いたします。
- ▶ 市内の子ども食堂やコミュニティカフェで食材提供や食育講座を行えば、地域コミュニティと繋がることできる。規格外野菜を子ども食堂へ提供することが出来るのであれば、その活動自体を市民に広くPRできるのではないかな。
- ➡JAさがみ・市社協・市が連携し、わいわい市藤沢店において、売れ残った農作物や規格外の野菜の子ども食堂への提供を行っております。
- ▶ 藤沢産利用推進店について、認定を標準（スタンダード）と特別（プレミアム）に分けて、プレミアム店には専用の特製プレートを進呈し、店舗側のモチベーションとブランド価値を引き上げてはどうか。
- ➡藤沢産食材の使用割合等に応じ、「ふたキュン」と「ひとキュン」の認証段階を設けて運用していることろですが、より店舗にとってメリット感じていただける制度とすることを検討してまいります。
- ▶ 海藻類の魅力や活用方法について地域住民に広く知っていただく機会として、イベントの実施やSNS等を活用した情報発信の強化を検討してはどうか。
- ➡NPO法人 江の島・フィッシャーメンズ・プロジェクトでは、ワカメの刈り取り体験等を実施しており、来年度には2027年国際園芸博覧会において、江の島の現状と活動内容を周知する予定です。