

第4次あいづわかまつ地産地消推進プラン



令和4年3月
会 津 若 松 市

はじめに

地産地消とは、「地場生産・地場消費」を略した言葉で、主に「地域で生産された新鮮で安全・安心な農産物を地域で消費する」という意味で使用されており、地産地消の推進は、「地域の活性化」や「生産振興」、「環境負荷の軽減」、「食育」などにつながる重要な取組です。

地産地消の多様な役割を生産者、事業者、消費者などといった様々な立場から理解し、目標に向かって推進を図ることが必要です。

地産地消の役割

①安全・安心な農産物の消費者への提供

地元産農産物について、生産履歴の確認やモニタリング結果を情報提供することで、消費者に安全・安心な農産物を提供できます。

②顔が見え、信頼できる関係の構築

産地（生産）から消費までの距離が近くなることにより、生産者と消費者が直接コミュニケーションを取ることができ、信頼関係が築かれます。

③経済循環による地域活性化

地域内での生産・流通・消費といった経済の循環活動により、地域の活性化につながります。

④需要拡大に伴う生産振興

地域内で地元産農産物の需要拡大が進むことによって、生産者の生産拡大意識が向上するとともに、農産物の生産拡大に伴う農業の活性化や農地の保全につながります。

⑤流通コストや化石エネルギーの低減

地域内で地元産農産物が流通することで、他産地から輸送するためにかかるコストや温室効果ガスの排出が削減され、環境負荷の低減が期待できます。

⑥地域に伝わる食材、食文化の継承

地域に伝わる伝統的な食材や食文化を知ることにより、食や農に対する関心や理解が深まるとともに、日本型食生活の再認識や地域の食文化の継承につながります。

⑦食育活動の推進

食や農に対する関心や理解を深めることで、農業や食に関わる人々への感謝の気持ちが育まれ、食育の推進が図られます。

目 次

第1章 第4次計画策定にあたって	
1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置づけ	1
3 計画の推進体制	1
4 計画期間	2
5 計画の基本目標	2
6 計画の体系	3
第2章 本市の地産地消の現状	
1 本市農産物の概要	4
2 地産地消に対する消費者意識	4
3 第3次計画までの取組目標と達成状況	7
第3章 第4次計画にかかる地産地消推進の施策	
基本方針1 消費者と食・農とのつながりの深化促進	12
(1) 生産者・事業者・消費者との交流促進	
(2) 地域との連携による食育の推進	
(3) 伝統的な食文化の継承	
基本方針2 安全・安心な地元産農産物の安定供給	14
(1) 安全・安心な地元産農産物の生産	
(2) 地元産農産物の安定供給	
基本方針3 地元産農産物の消費拡大	16
(1) 地元産農産物の購入機会の創出	
(2) 会津ブランド・6次産業化の推進	
(3) 集団給食等における地元産農産物の利用拡大	
第4章 数値目標	18
参考資料	
用語集	19

第1章 第4次計画策定にあたって

1 計画策定の趣旨

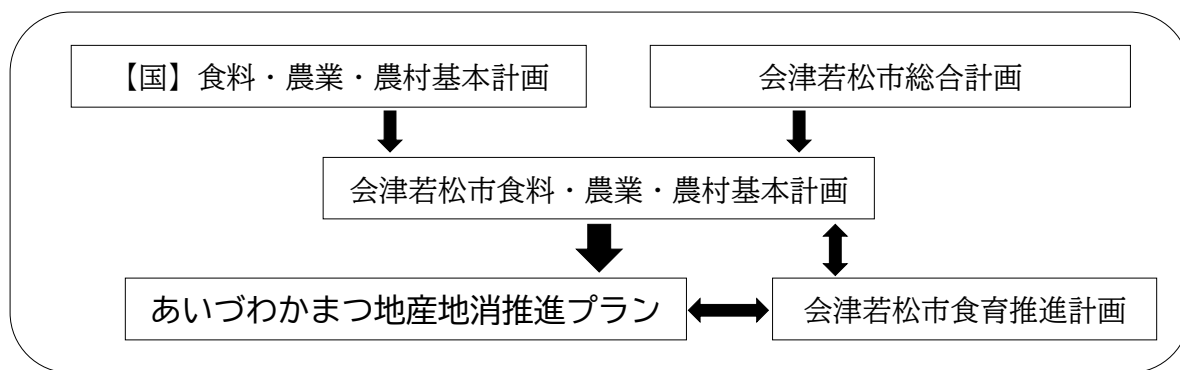
近年、少子高齢化や人口減少という社会構造の変化や、ライフスタイルの変化により、食生活の多様化が一層進行しています。さらには、原子力発電所事故に起因した食の安全性を確保する取組や国内外の風評被害払拭への取組、今般の新型コロナウイルス感染症（以下、感染症）に起因した経済活動への対応や新しい生活様式への対応等、農業分野は多くの課題を抱えています。

本市では、平成19年に「あいづわかまつ地産地消推進プラン」（以下、「計画」）を策定し、以後、原子力発電所事故に対応した安全・安心な地元産農産物の供給を重点施策とした「第2次計画」（平成25年）、地元産農産物の消費拡大を重点施策とした「第3次計画」（平成29年）と適時見直ししながら、地産地消運動の推進に努めてきたところです。

今般の社会情勢の変化や、国・県の動向、これまでの地産地消運動の評価を踏まえ、本市農業の持続的な発展に資するため、生産者・事業者・消費者が「食と農のつながり」について相互理解を深めながら、地産地消運動を推進するための「第4次計画」を策定するものです。

2 計画の位置づけ

本計画は、本市の農業・農村振興の基本方針である「会津若松市食料・農業・農村基本計画」（アグリわかまつ活性化プラン21）を上位計画とし、関係計画等と連携、整合性を図りながら地産地消運動を推進していきます。



3 計画の推進体制

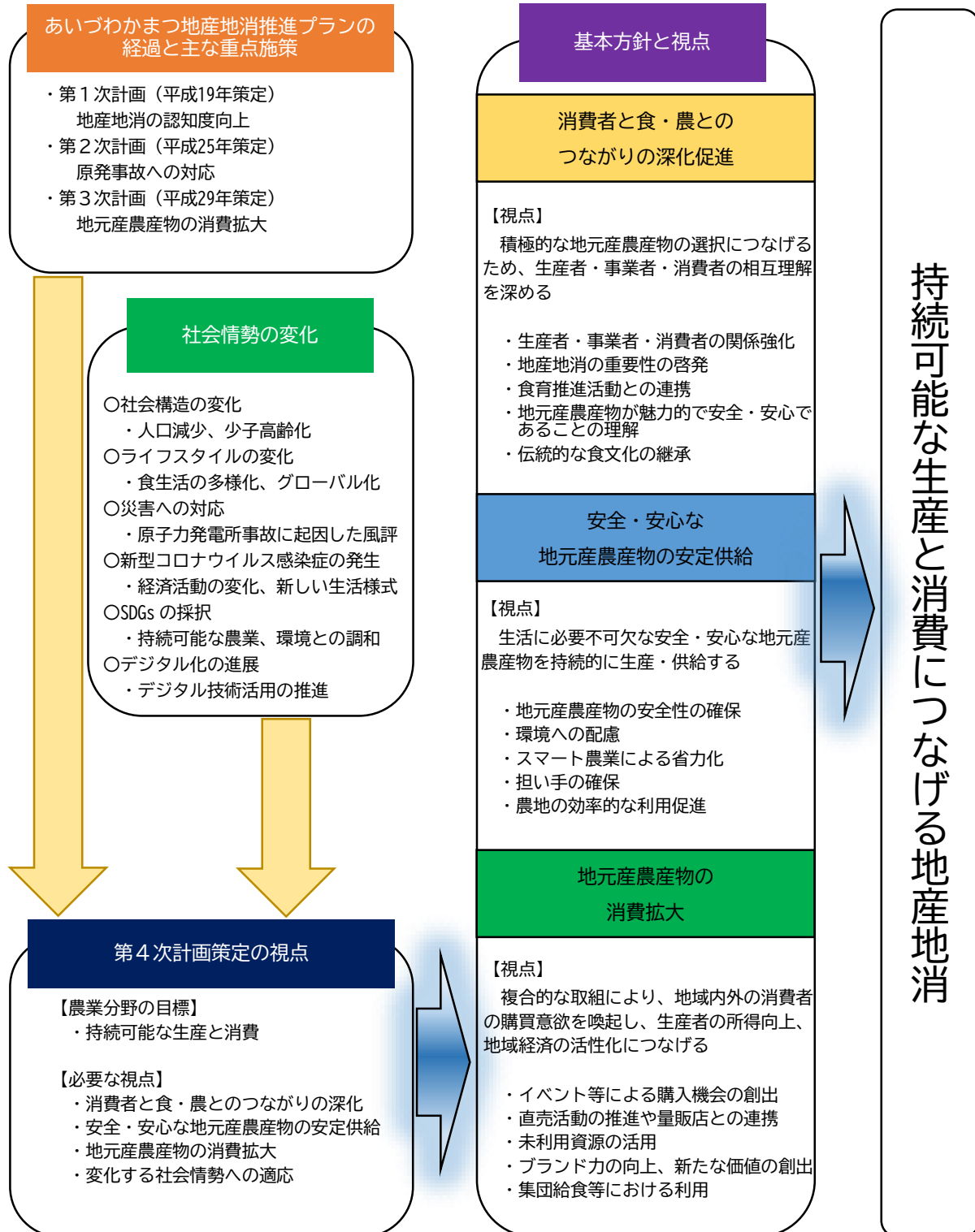
本計画は、福島県や会津よつば農業協同組合等、各関係団体で構成される「会津若松市地産地消推進協議会」と連携を図りながら推進していきます。

4 計画期間

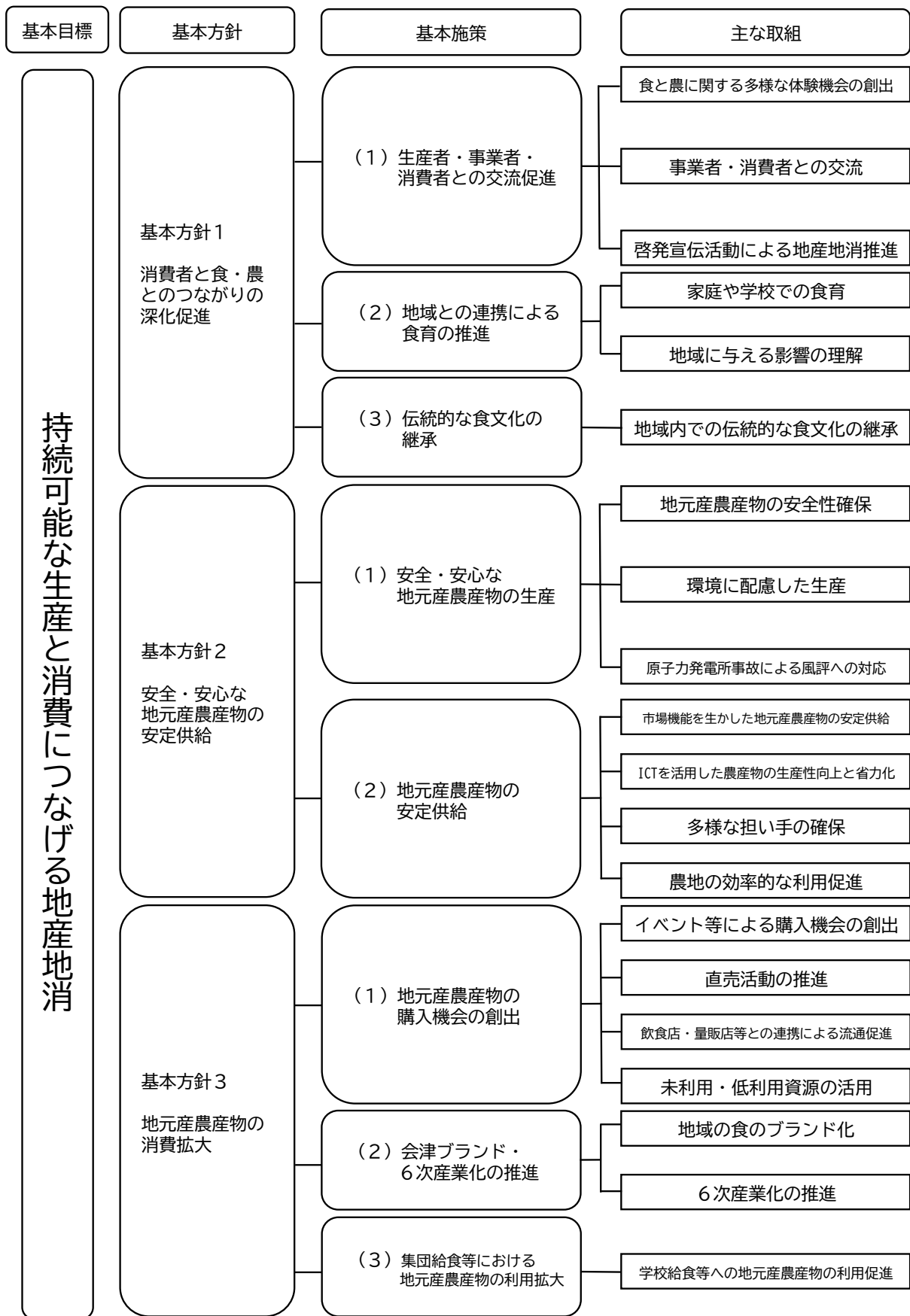
令和4年度からの5年間を計画期間とし、目標年度を令和8年度とします。

なお、農業・農村を取り巻く情勢等に大きな変化があった場合は、計画の見直しについて柔軟に対応していくものとします。

5 計画の基本目標



6 計画の体系



第2章 本市の地産地消の現状

1 本市農産物の概要

本市は福島県西部、会津盆地の東南に位置しており、総面積382.99km²に対して、農用地は約16.8%を占めており、標高200m程の平坦地域から500mを超える中山間地域に及んでいます。

東には猪苗代湖と磐梯山、南には大戸岳、北には飯豊山を望み、水源林の腐植土壌を通して徐々に流出する豊富で清廉な水や、盆地特有の寒暖の差が大きい気候など、農業に適した条件が揃っています。

農産物は米を中心に、野菜・果樹・花き等の高収益作物との複合経営が営まれており、食味ランキング^{※1}で平成25年から8年連続で特Aを獲得した「会津産コシヒカリ」や、徳川時代に将軍に献上し、会津の歴史と共に育まれてきた「会津みしらず柿」、全国トップクラスの産地の一つとして認知されてきた「アスパラガス」、県内トップクラスの産出額を誇る「花き」など、高品質で魅力ある多様な農産物が生産されています。



2 地産地消に対する消費者意識

地産地消に対する市民意識の把握のため、アンケートを実施しました。

調査方法：地産地消まつり来場者にアンケートを実施

開催日：令和元年11月2日（土）～3日（日）

開催場所：鶴ヶ城体育館

入場者数：約9,500人

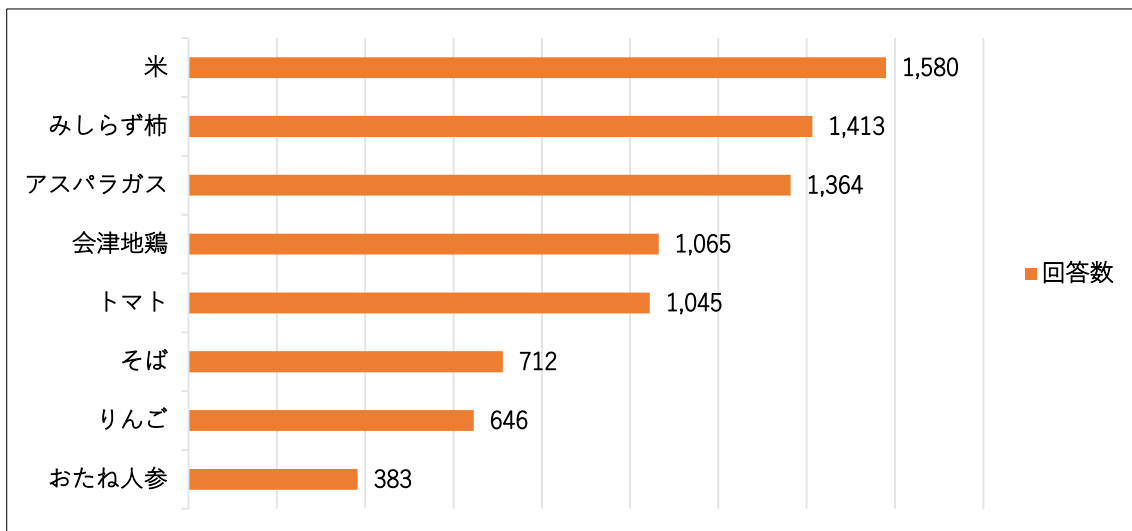
回答枚数：2,230枚



地産地消推進統一ロゴマーク

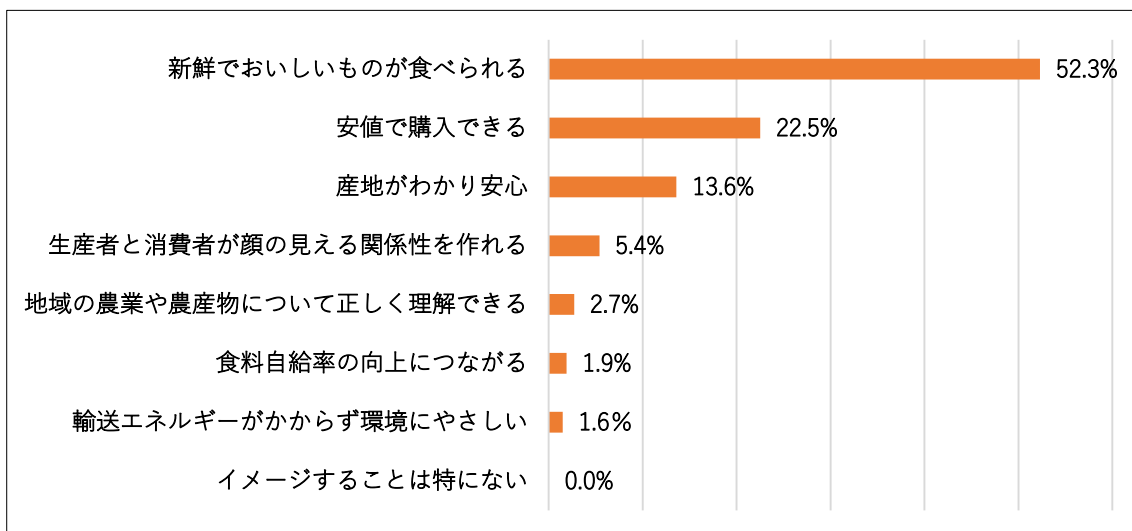
「あいちゃん」

(1) 本市ブランド農産物として思い浮かぶ品目



本市ブランド農産物は「米」の回答が最も多く、次いで「みしらず柿」となっています。「あいつ食の陣」のテーマ食材である「アスパラガス」や「会津地鶏」、「トマト」も多くの回答をいただきました。

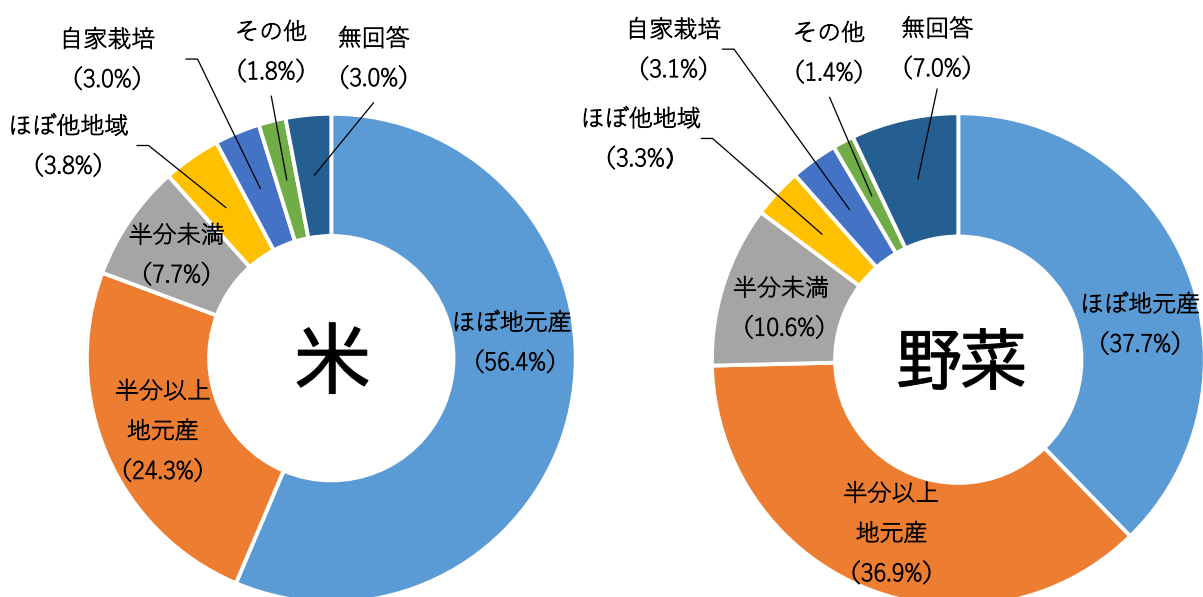
(2) 地産地消のイメージについて



「地産地消」に対するイメージは、「新鮮でおいしい」・「安価」・「産地がわかり安心」という回答が多く、「イメージすることは特にない」という回答がなかったことから、地産地消の意義について一定の理解をいただいています。

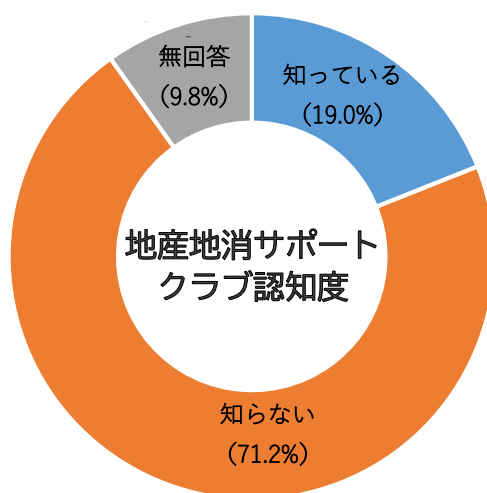
一方で、「生産者と消費者が顔の見える関係性を作れる」、「地域の農業や農産物について正しく理解できる」といった地産地消の多様な効果に対する回答が少なかったことから、生産者と消費者のつながりを深めるための取組を行っていく必要があると考えます。

(3) 地元産農産物の購入割合について



米・野菜ともに、半分以上地元産を購入している方が約8割となっており、多くの方が地元産農産物を購入しています。

(4) 地産地消サポートクラブの認知度について



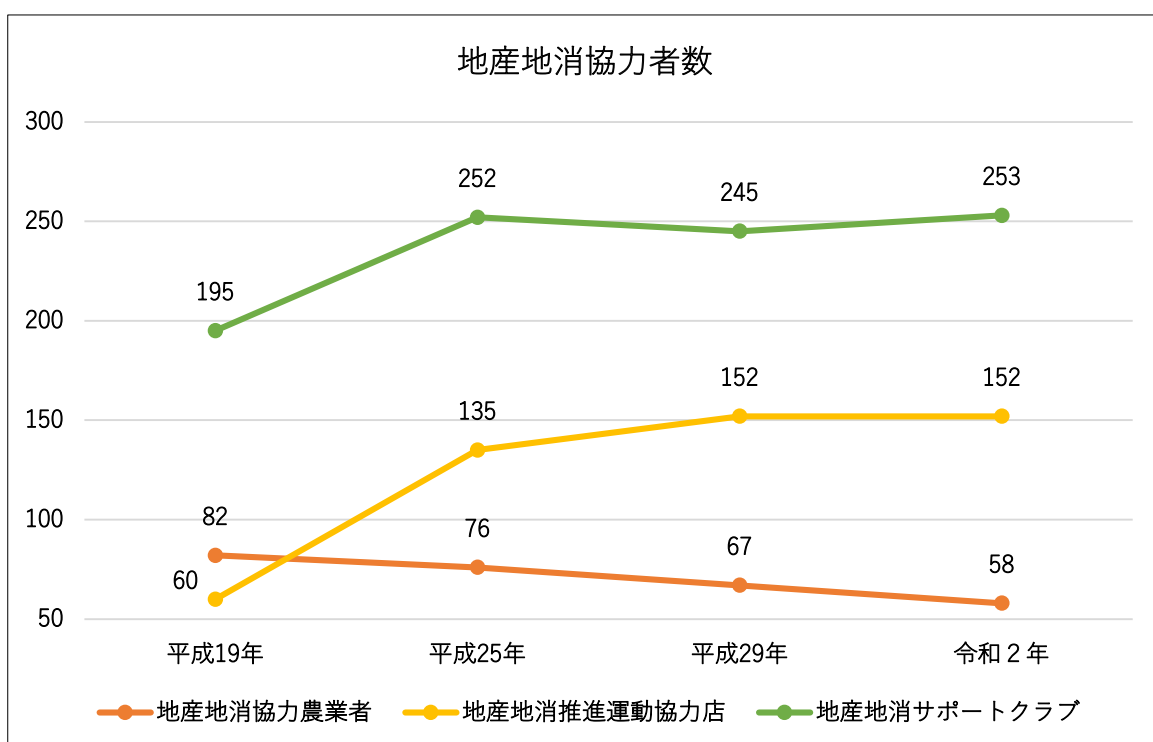
地産地消サポートクラブ^{※2}の認知度が低いため、今後、地産地消推進が地域に及ぼす効果や必要性について積極的な情報発信を行い、地元産農産物の積極的な利用に結びつけていく必要があります。

3 第3次計画までの取組目標と達成状況

第3次計画において設定した目標値の達成状況は次のとおりです。実績は第1次計画（平成19年）、第2次計画（平成25年）、第3次計画（平成29年）、直近値（令和2年）を使用しています。

(1) 地産地消協力者数の増加

項目	平成19年	平成25年	平成29年	令和2年	目標 (令和3年)	達成率 (令和2年/目標)
地産地消 協力農業者	82人	76人	67人	58人	85人	68.2%
地産地消 推進運動協力店	60店	135店	152店	152店	180店	81.4%
地産地消 サポートクラブ	195人	252人	245人	253人	270人	93.7%



地産地消協力者数は、いずれも目標値を下回りました。地産地消推進運動協力店^{※3}及び地産地消サポートクラブ会員は、計画策定時の平成19年と比較すると増加していますが、地産地消協力農業者^{※4}は減少しています。

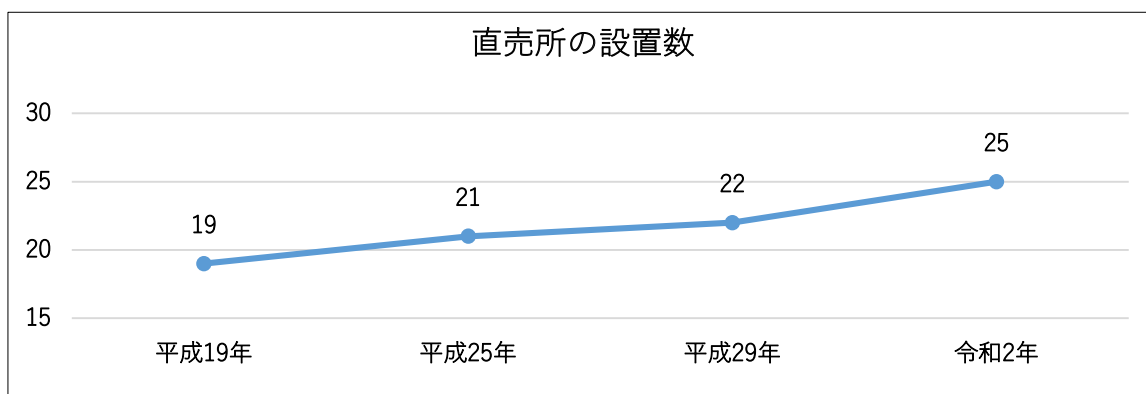
(2) 地元産農産物購入者の増加

項目	平成19年	平成25年	平成29年	令和2年	目標 (令和3年)	達成率 (令和2年/目標)
主たる直売所における購入者の増加率	—	—	2.1%増	4.3%増	5%増 (H27基準)	86.0%

主たる直売所における購入者の増加率は、目標値を下回りましたが増加傾向にあり、新鮮な食材を求めて直売所を積極的に利用していると考えます。

(3) 直売所設置の推進

項目	平成19年	平成25年	平成29年	令和2年	目標 (令和3年)	達成率 (令和2年/目標)
直売所の設置数	19箇所	21箇所	22箇所	25箇所	25箇所	100%



直売所の設置数は目標値を達成しました。新鮮な野菜を求める需要に応じて購入場所が設置されてきていると考えます。

一方、直売所の経営には梱包・出荷といった労働力が必要であることや、他の販売店や直売所と品揃えや消費者に競合が生じることが課題と考えます。

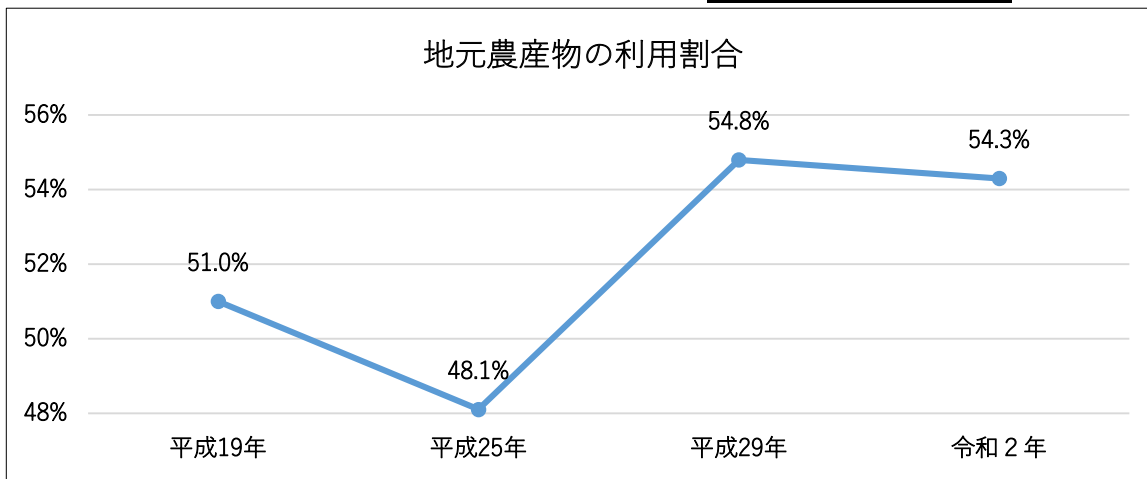
(4) 公設市場で取り扱う農産物の地場割合の向上

項目	平成19年	平成25年	平成29年	令和2年	目標 (令和3年)	達成率 (令和2年/目標)
取り扱い農産物の地場割合 (トマト、アスパラガス、キュウリ、里芋)	—	—	28.1%	28.9%	34%	85.0%

公設市場での取り扱い農産物の地場割合は目標値を下回りました。令和2年6月に当市に建設された広域野菜集出荷施設「会津野菜館」の稼働により、今後の移出入収支改善に寄与することが期待されます。

(5) 学校給食における食材利用の推進

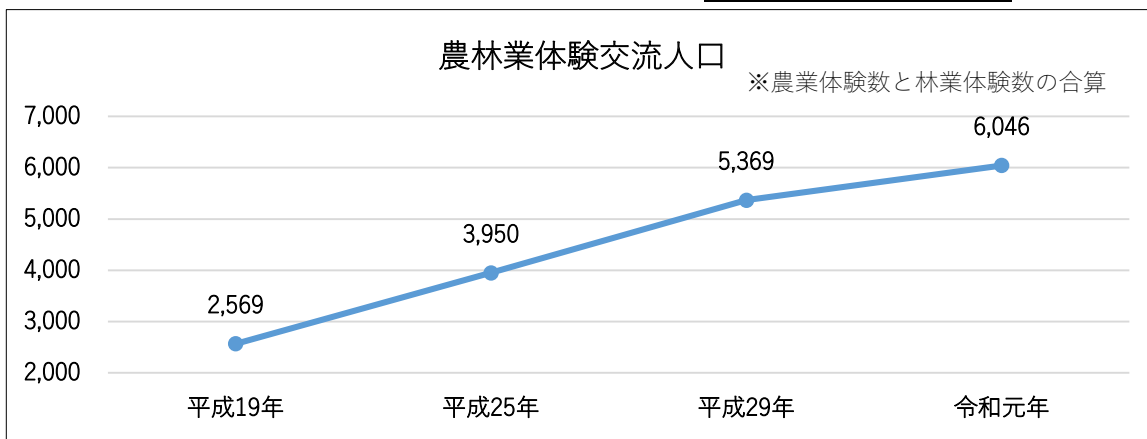
項目	平成19年	平成25年	平成29年	令和2年	目標 (令和3年)	達成率 (令和2年/目標)
市内小・中学校給食における地元産農産物の利用割合(重量ベース)	51%	48.1%	54.8%	54.3%	55%	98.7%



目標値に近い達成状況となりました。給食を通して食や農への関心を高め、消費に繋げることは重要であり、今後も地元産農産物の利用を促進していきます。

(6) 農林業体験交流人口の増加

項目	平成19年	平成25年	平成29年	令和元年	目標 (令和3年)	達成率 (令和元年/目標)
交流人口	2,569人	3,950人	5,369人	6,046人	6,750人	89.6%



目標値は下回りましたが増加傾向にあり、今後も交流人口の更なる増加に向けた施策を推進していきます。(令和2年の交流人口は、感染症拡大による影響が顕著であったため、令和元年実績を用いた。)

(7) 第3次計画の総括

「第3次計画」では5つの基本方針を柱とし、重点施策に地元産農産物の消費拡大を掲げ、地産地消運動の推進に努めてきました。

基本目標	地域の恵みを活かす地産地消
基本方針1	安全・安心な農産物の生産
基本方針2	地元産農産物の安定供給
基本方針3	地元産農産物の消費拡大（重点施策）
基本方針4	食育の推進
基本方針5	原発事故による風評への対応

重点施策である地元産農産物の消費拡大については、学校給食での地元産農産物の利用推進（P9参照）や農村活性化プロジェクト支援事業の活用、6次化^{※5}相談窓口の整備により、地元産農産物の加工品等への利活用を通じた消費拡大を図るとともに、「あいづ食の陣」や会津産厳選コシヒカリ「AiZ' S-RiCE」、¹「会津みしらず柿」に関する事業等を展開することで、地域の食のブランド化を通じた認知度向上（P5参照）や消費拡大に努めてきました。

また、安全・安心な地元産農産物の生産や安定供給に向けた、農薬・肥料の栽培基準の遵守や生産履歴の確認、ICT^{※6}農業の普及による農産物の生産拡大、直売活動の情報交換を通じた購入機会の創出を図るとともに、出前講座や農林業体験（P9参照）等を通じた食育の推進や、地元産農産物が安全・安心であることの情報発信により、原発事故による風評の払拭に取り組んできたところです。

加えて、令和2年に発生した感染症による農業分野への影響に対して、地元産農産物の生産・消費を促進するための様々な施策を講じてきました。

今後の地産地消推進運動につきましては、長期化する感染症拡大の影響を鑑み、観光客やグリーンツーリズム^{※7}、インバウンド^{※8}など、来訪者に地元産農産物の魅力を知っていただくための取組をオンラインにより実施するなど、今後の新しい生活様式を見据えながら適応していくことで、地元産農産物の積極的な消費拡大につなげていきます。

また、近年の農業者の減少や高齢化に伴い、学校給食への食材提供や消費者と顔の見える関係を担っている地産地消協力農業者数が第1次計画をピークに減少しています（P7参照）。周知・募集方法の見直しによる協力者数の確保を図るとともに、生産者・事業者・消費者といった様々な立場から地産地消の持つ多様な効果について認識を深めるための情報発信や、食と農の理解を深める機会の創出により、生産者・事業者による地域への地元産農産物の積極的な供給や、消費者の地元産農産物の優先購入など、地域が一体となった地産地消の推進につなげていきます。

第3章 第4次計画にかかる地産地消推進の施策

基本方針

地産地消の推進は、生活に不可欠な食料の生産と消費に関わり、地域経済の活性化や持続可能な農業の発展につながる重要な取組です。

「第4次計画」では、生産者と事業者、消費者における相互理解のもと、「食・農とのつながり」を深めるための取組や、地産地消の基盤である「安全・安心な地元産農産物の安定供給」、地元産農産物のブランド力向上等による「消費拡大」を「3つの柱」とするとともに、持続可能な農業の実現に向けて各基本方針をSDGs^{※9}の目標に沿って推進していきます。



基本方針1 消費者と食・農とのつながりの深化促進

【課題】

地産地消の基本的な意味「地場生産・地場消費」の意識醸成は図られてきましたが、更なる地産地消の推進には、地産地消の持つ多様な効果について理解を深め、生産者・事業者による地域への地元産農産物の積極的な供給や、消費者の地元産農産物の優先購入など、地域が一体となって行動していく必要があります。

【方針】

生産者・事業者・消費者の交流機会の増加や消費者が求める商品作成支援、消費者の地元産農産物の優先購入につなげるための地元産農産物の魅力発信など、地産地消への理解を深めるために取り組んでいきます。

(1) 生産者・事業者・消費者との交流促進

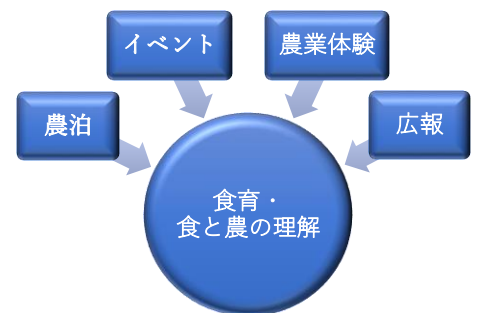
①食と農に関する多様な体験機会の創出

生産者が地元産農産物を生産するまでの過程など、消費者の「食」と「農」に関する理解を促進するため、食材活用の情報発信や多様な体験機会の創出を図ります。

【具体例】

拡充

「あいづ食の陣」や「AiZ' S-RiCE」、「グリーンツーリズム」事業等を通じた農業体験や動画配信、講座開催等により地元産農産物の魅力を発信



②事業者・消費者との交流

事業者と消費者の交流の場を設けることで、相互理解を深め、需要と供給のマッチングによる地産地消の推進を図ります。

【具体例】

新規

市場内商談会等を活用した需要と供給のマッチングを図るとともに、事業者と消費者のつながりを構築



③啓発宣伝活動による地産地消推進

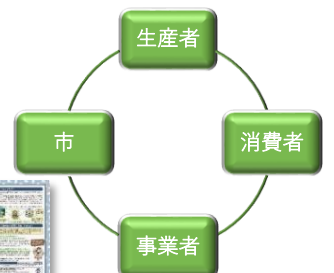
市民の皆様へ地元の「食」と「農」に関する理解を深める情報を発信し、地産地消への更なる理解向上を図ります。

【具体例】

拡充

生産者の「顔の見える化」や生産過程の情報発信をホームページやツイッター、フェイスブックなどのSNSを活用して発信

地産地消だより



(2) 地域との連携による食育の推進

①家庭や学校での食育

地元農産物の新たな活用方法を提案するとともに、栄養教諭等による学校給食時などでの食育指導の実施により、地元産農産物への理解を深めます。

【具体例】

拡充

動画配信を含む料理教室や地元産農産物を学ぶ講座等を開催し、地元産農産物への魅力を深める

継続

学校給食や各種行事、出前講座等を通じた食育



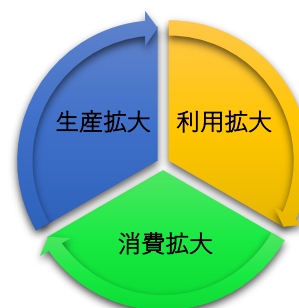
②地域に与える影響の理解

市民の皆様へ地産地消が地域に与える影響について理解を深めてもらうことで、地産地消推進運動への更なる理解や地元産農産物の積極的な活用への意識醸成を図ります。

【具体例】

新規

地産地消推進運動が環境負荷軽減等に寄与する役割を市政だよりやホームページ等により発信



(3) 伝統的な食文化の継承

地域内での伝統的な食文化の継承

学校給食等での郷土料理の提供や、「SAVOR JAPAN」^{※10}認定地域として、地域の食と観光資源等を結び付けた旅行者等への提供により、会津地域の伝統的な食文化の継承を図ります。

【具体例】

拡充

「SAVOR JAPAN」認定地域を活用し、郷土料理等の利用促進や提供による伝統的食文化の継承



基本方針2 安全・安心な地元産農産物の安定供給

【課題】

安全・安心な農産物の生産と供給、景観形成機能、自然環境保全機能を担う農地を保全し、次世代の農業・農村を担う人材確保、持続可能な農業の実現に向けた環境負荷低減の取組が求められています。

【方針】

担い手への支援、農地の集積・集約化等の実施や環境に配慮した生産を推進することで、生活に必要不可欠な安全安心な農産物を安定的かつ持続的に供給するという、地産地消推進の基盤をつくります。

(1) 安全・安心な地元産農産物の生産

① 地元産農産物の安全性確保

消費者が安心して地元産農産物を購入できるよう、生産段階における農薬・肥料の使用基準の厳守や、安全性に関する情報の積極的な開示や広報、農業生産工程の改善活動への支援を通して農産物の安全性の確保に努めます。



【具体例】

拡充

生産者の顔の見える化や生産過程の情報発信を支援し、生産意欲の向上につなげるとともに地産地消協力農業者を確保

継続

生産履歴の確認（農薬、肥料の栽培基準の厳守）

② 環境に配慮した生産

環境保全に効果の高い営農活動の普及を図り、環境に配慮した栽培や生物多様性保全につながる生産活動を行う農業者団体等を支援します。



【具体例】

継続

GAP^{※11}（農業生産工程管理）認証、特別栽培^{※12}、有機栽培^{※13}等の推進及び支援

③ 原子力発電所事故による風評への対応

農林産物のモニタリングに基づき、安全・安心であることを情報発信し、風評払拭への取組を継続します。



市産農産物の販売促進チラシ
(消費者の安全・安心につなげます)

【具体例】

継続

農林産物のモニタリング検査及び結果についてホームページで公開
安全・安心な地元産農産物であることの情報発信

(2) 地元産農産物の安定供給

①市場機能を生かした地元産農産物の安定供給

会津若松市公設地方卸売市場経営展望や経営戦略に基づき、市場機能による集荷や販路拡大による地元農産物の安定供給を図ります。



【具体例】

継続

地元産農産物の安定的・効率的な供給体制の確保
感染症マニュアルを周知し、持続的な供給を確保

②ICTを活用した農産物の生産性向上と省力化

ICTを活用し、農産物生産の省力化、品質向上及び密を避けるといった感染症への対策を講じながら、経営の改善を図る農業者を支援します。



ドローンによる生育診断・肥料散布



養液土耕システム



水田水管理システム

【具体例】

拡充

ICTを活用したシステム導入による多様な農産物栽培方法を支援

③多様な担い手の確保

担い手不足の解消を図るため、新規就農者等への支援を通して、担い手の確保や、農福連携^{※14}などにより、多様な担い手の確保を図ります。



【具体例】

新規

新規就農者等、担い手農業者の支援
農福連携や新しい生活様式による半農半X^{※15}による多様な担い手の確保

④農地の効率的な利用促進

持続可能な地域農業の実現に不可欠な農地の効率的利用を促進するため、集落単位での農地の集積・集約に必要な合意形成活動を支援します。



農地集積による効率化

【具体例】

新規

実質化された人・農地プラン^{※16}策定支援
農地中間管理事業^{※17}を活用した農地利用

基本方針3 地元産農産物の消費拡大

【課題】

人口減少や食生活の多様化、産地間競争が激化している中、地元産農産物の地域内消費を推進するためには、地元産農産物への理解を深め、購買意欲を喚起するための取組が求められています。

【方針】

豊かな自然のもと育まれた良食味で高品質な米をはじめとする地元産農産物への更なる購買意欲を喚起するため、購入機会の創出やブランド化による魅力の向上、積極的な地元産農産物の購入に結び付けるための情報発信など、複合的に推進していきます。

(1) 地元産農産物の購入機会の創出

① イベント等による購入機会の創出

消費者が地元の食や農を「知る・触れる」機会を新しい生活様式を意識しながら創出することで、魅力を発信し、購入意欲の向上を図ります。

【具体例】

拡充

オンライン開催を含むイベント等を開催し、地元産農産物の魅力を発信



地産地消まつり

② 直売活動の推進

直売連絡会議を通して、新しい生活様式の中、直売活動の現状や課題を共有し、安全・安心な地元産農産物の購入機会の創出や、地産地消に対する意識の向上を図ります。

【具体例】

拡充

直売活動者の交流、地産地消直売所マップ作成等による直売活動の推進



③ 飲食店・量販店等との連携による流通促進

飲食店や量販店等と連携し、流通の効率化を図るとともに、地産地消コーナーの充実や情報提供等を通じた消費拡大、地産地消に対する意識の向上を図ります。

【具体例】

拡充

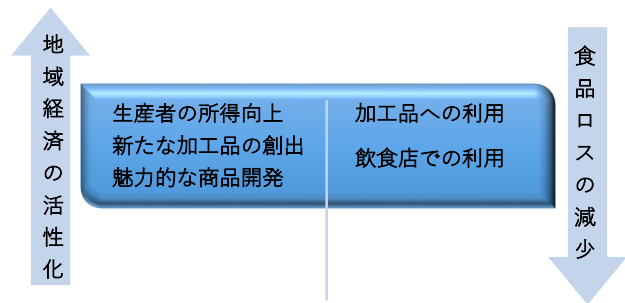
デジタル技術の活用による流通の効率化や需要のマッチング
飲食店や量販店等と連携した地産地消コーナーの充実



④未利用・低利用資源の活用

事業者等と連携し、地域の未利用・低利用資源を有効利用し、フードロスの削減や加工品への活用に努めます。

【具体例】



新規

事業者等と連携した地元産農産物の有効利用
新しい生活様式に起因した新たな需要への対応

(2) 会津ブランド・6次産業化の推進

①地域の食のブランド化

地元産農産物のブランド化による付加価値の創出や認知度向上による食材への理解を深め、さらなる生産振興や近隣市町村を含む地域内外への流通拡大を図ります。

【具体例】



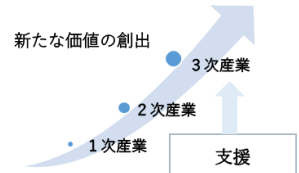
拡充

「あいづ食の陣」、「AiZ' S-RiCE」等を通じた地元産農産物のブランド化
観光・商工分野と連携した消費拡大

②6次産業化の推進

新たな価値の創出に大きな可能性がある「6次化産品」について、地元産農産物を活用するための支援を行います。

【具体例】



継続

相談窓口の整備や補助金等を活用した支援
新しい生活様式に対応した新商品開発等への助言や支援

(3) 集団給食等における地元産農産物の利用拡大

学校給食等への地元産農産物の利用促進

学校給食等での地元産農産物の積極的な活用を通して、地元産農産物に対する理解と意識の醸成を図ります。

【具体例】



拡充

学校給食での活用による地元産農産物の理解向上
感染症に起因し、販売が減少した食材の学校給食での活用

第4章 数値目標

項目		令和2年	目標 (令和8年)
基本方針1 消費者と食・農とのつながりの深化促進			
1	地産地消推進運動協力店数	152店	180店
2	地産地消サポートクラブ数	253人	270人
3	交流機会の提供回数 ※参考 農林業体験交流人口 令和元年 6,046人	12回	増加
基本方針2 安全・安心な地元産農産物の安定供給			
4	地産地消協力農業者数 ※参考 主たる直売所会員数 396人	58人	85人
5	市公設地方卸売市場で取り扱う地元産農産物の割合の向上 (調査品目 トマト、アスパラガス、キュウリ、里芋)	29%	34%
基本方針3 地元産農産物の消費拡大			
6	直売所の設置数	25箇所	30箇所
7	市内小・中学校給食における地元産農産物の利用割合(重量ベース) (調査品目 米、主な野菜・果物・きのこ類)	54.3%	56%
8	主たる直売所における購入者の増加率	4.3%増	5%増 (令和2年基準)

参考資料

用語集

※1 食味ランキング

一般社団法人日本穀物検定協会が炊飯した白飯を試食して評価する食味官能試験に基づきランク付けし、毎年食味ランキングとして発表しています。

※2 地産地消サポートクラブ

地産地消に興味や関心のある消費者（個人・団体・事業者）で、自ら家庭やオフィス等で地産地消に取り組みます。

※3 地産地消推進運動協力店

地産地消運動に協力する販売店・加工業者・飲食店・旅館・ホテル等のこと。生産者や市場から地元産農産物を仕入れ、積極的に利用してPRします。

※4 地産地消協力農業者

地産地消運動に協力し、安全・安心な地元産農産物の生産に取り組む市内農業者で、毎年栽培品目ごとの肥料・農薬情報等を栽培計画書に明記し、市に報告します。

※5 6次化

農業者（1次産業）が、農産物の生産だけでなく、製造・加工（2次産業）やサービス業・販売（3次産業）に取り組むことで、新たな価値を創出し、所得向上を目指す取り組みのこと。

「6次化」の6は、1次産業だけでなく、2次産業・3次産業に取り込むことで、 $1（1次産業） \times 2（2次産業） \times 3（3次産業） = 6$ を意味します。

※6 ICT

「Information and Communication Technology（情報通信技術）」の略。通信技術を活用した情報処理や産業、サービスなどの総称。農業分野では、生育診断や水・肥料施用、定植・収穫等への活用が進んでいます。

※7 グリーンツーリズム

豊かな自然景観や魅力的な農産物などの地域資源を活用し、自然や文化、農業体験を通じた交流を行うこと。

※8 インバウンド

訪日外国人旅行（観光客）のこと。

※9 SDGs

「Sustainable Development Goals (持続的な開発目標)」の略。17の目標と169のターゲットからなる2030年までの国際社会共通の目標のこと。

※10 ^{セイバ}SAVOR JAPAN

平成28年度に創設された、多様な地域の食やそれを支える農林水産業、伝統文化の魅力で、訪日外国人を誘客する重点地域を農林水産大臣が認定する制度。当市は平成29年度に認定。

※11 GAP

「Good Agricultural Practices (農業生産工程管理)」の略。農業において、食品安全、環境保全、労働安全等の持続可能性を確保するための生産工程管理の取組のこと。

※12 特別栽培

地域の慣行栽培に比べて使用する化学農薬・化学肥料を50%以下にした栽培法のこと。

※13 有機栽培

化学的に合成された肥料、農薬及び遺伝子組換え技術を使用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて栽培すること。

※14 農福連携

障がい者等が農業分野で活躍することを通じ、自信や生きがいを持って社会参画を実現していく取組のこと。就労や生きがいの場を生み出すだけでなく、農業分野の新たな働き手の確保が期待されます。

※15 ^{イクワ}半農半X

新しい生活様式により、リモートワーク等が増えたことによる新しい働き方。農業に携わりながら、半分は農業以外(X)の仕事を生み出しながら生活するライフスタイル。

※16 人・農地プラン

地域の中心経営体(個人、法人、集落営農)の決定、農地の集積など将来の地域農業のあり方を定めた計画のこと。

※17 農地中間管理事業

担い手への農地集積と集約化を推進し、農地の有効利用や農業経営の効率化を目的に農地の貸し手と担い手のマッチングを担う事業こと。

第4次あいづわかまつ地産地消推進プラン

発行：令和4年3月

担当：会津若松市農政部農政課

〒965-8601 会津若松市東栄町3番46号

電話：0242-39-1253

<https://www.city.aizuwakamatsu.fukushima.jp/>