

富士山が育む農芸品の付加価値向上と地域内利用の推進

活動期間: 令和3年度



○ 取組の背景

- 管内は、駿河湾から富士山麓地域までの地形を生かした多彩な農産物が生産されるとともに、地域内人口38万人の大消費地である。
- 富士市は、食育活動の一環として、市内の学校との連携を行っている。

○ 課題・目標

課題	目標
地域の農産物や加工品が、地域内の飲食店等で活用されていない	生産者やその農産物等のPRの場を提供することで、地域内利用を促進
児童や学生の、地元の農業や農産物に対する知識が不足	若い世代への農業や食、農産物に対する関心を向上
個人生産者については、農産物の販路の拡大に苦慮	情報発信の強化や流通手法の改善による、新たな販路の開拓

普及指導員の活動

○ 推進方向1 「ふじのくに食の都づくり仕事人と連携した需要創造」

■ 富士山麓食の都づくり交流会の開催 (H30、R1)

- 生産者、仕事人等を一同に集め、地域農産物や加工品を紹介
- 仕事人に、地域農産物を食材とし調理してもらい流通業者等に味わってもらう場を提供



■ 仕事人の生産現場視察 (R2、R3)

- 交流会で使用した農産物等について、仕事人自らが、生産現場を訪問し、生産者から特徴等を聞ける場を提供



○ 推進方向2 「学校給食における地場産物の活用促進」

■ 出前事業の支援

- 生産者が学校を訪問し、農業生産の授業を実施
派遣農業者数: 延べ20人 (H30:8人、R1:7人、R2:5人)

■ 高校生による給食コンテストの開催

- 地域の農産物を使用した給食メニューを高校生が考案

項目(単位)	H30	R1	R2	R3
参加校数(校)	6	5	6	6
作品数(件)	341	347	48	94





○推進方向3 「販路開拓に向けたマッチング機会の提供」

■ マッチング商談会の開催 (H30,R1)

- ・学校給食関係者や飲食業者を対象に商談会を開催し生産者の新たな販路・顧客獲得の場を提供した

■ 城南信用金庫と連携したマルシェの開催

- ・店舗駐車場を活用し、対面型マルシェの開催 (R1)
- ・首都圏の支店を対象に、紙上型マルシェを実施 (R3)

■ やさいバスとの連携

- ・新たな流通形態として「やさいバス」とのマッチングを支援 (R2、R3)

具体的な成果

○推進方向1 「ふじのくに食の都づくり仕事人と連携した需要創造」

■ 富士山麓食の都づくり交流会の開催 (H30、R1)

- ・交流会参加人数: 延べ169人 (H30:85人、R1:84人)

■ 仕事人の生産現場視察 (R2、R3)

- ・生産ほ場: 6か所
- ・紹介した作目: 15品目

みかん、白ネギ、マッシュルームなど7品目 (R2)

サトイモ、カブ・カリフラワー、白菜、ブロッコリーなど8品目 (R3)



○推進方向2 「学校給食における地場産物の活用促進」

■ 出前授業による地域農産物への理解促進

項目(単位)	H30	R1	R2	R3
出前授業実施校(校)	13	10	6	13
参加小学生(人)	1,453	755	458	集計中

■ 学校給食への地域農産物等の導入機会の増加

- ・導入学校数: 延べ107校 (H30~R2)
- ・提供給食数: 延べ53,046食 (同上)



○推進方向3 「販路開拓に向けたマッチング機会の提供」

■ 生産者8戸による共同出荷グループ結成

- ・個別生産者が連携することで、多様な消費者ニーズに合わせた受注や発送への対応が可能となった

■ 城南信用金庫と連携したマルシェによる情報発信

- ・対面型マルシェ: 来場者約100名、売上金額約26万円
- ・紙上型マルシェ: 城南信用金庫85店舗、チラシ配架数1,030枚

■ やさいバスの活用した販路開拓

- ・やさいバスの新規取組者: 3経営体

