

## 鈴鹿市地産地消推進協議会議事概要

1. 日 時 令和8年1月21日(水) 15時～16時30分

2. 場 所 鈴鹿市役所 12階 1203会議室

### 3. 出席委員

東京農業大学国際食料情報学部

アグリビジネス学科	教授	内山 智裕
株式会社北勢青果商連合	代表取締役社長	大泉 守
鈴鹿市農業委員会	委員	大野 久美子
鈴鹿市議会産業建設委員会	委員長	加藤 公友
鈴鹿市PTA連合会広報部	副部長	住田 南
Agri ロマン鈴鹿	会長	豊田 栄美子
鈴鹿農業協同組合	常務理事	林 直樹
鈴鹿市生活学校	会長	樋口 よしゑ
鈴鹿商工会議所飲食部会	部会長	森下 晃

### 4. 出席オブザーバー

三重県四日市農林事務所鈴鹿普及課 課長 水谷 友香

5. 事務局 産業振興部長 長谷川  
農林水産課長 玉田  
農林水産課 農政G 野田、田中、大久保  
地域医療推進課 保健予防G 山際  
教育総務課長 横木

6. 傍聴者 なし

7. 配付資料

- ・地産地消アンケート結果について(資料1)
- ・地産地消推進活動の報告について(資料2)
- ・鈴鹿市地産地消推進計画の中間報告について(資料3)
- ・鈴鹿市地産地消推進計画

### 8. 協議会の内容

- ・委員12名中9名出席 ⇒ 会議成立
- ・会議の公開
- ・議事録署名人の氏名 ⇒ 豊田委員、樋口委員

### 9. 内容

(1) 地産地消啓発活動の報告について  
(事務局)

地産地消アンケート結果について(資料1)

令和7年5月に鈴鹿市公式 LINE で実施した、アンケートの結果である。昨年の

倍近くになる 1496 名の方から回答いただいた。問 1 の結果のとおり、回答者の年代は幅広く、50 代から 60 代が特に多くの割合を占めていた。このことから、調査結果には、日常的に地域産品を購入する層の意見を確認することができた。また、問 2 の結果のとおり、鈴鹿市内へお住まいの方からの回答が 97.7% とほとんどを占めていた。このことから、調査結果では、鈴鹿市で日常的に地域産品を購入する層の意見を確認することができた。

問 3 では、普段野菜を購入する際に重視するポイントを聞いた。その結果、『鮮度』を重視すると答えた方が 93.2% と最も多く、次いで、『値段』が 90.5%、そして『形状・色』が 26.9%。この結果から、消費者は品質と価格のバランスを非常に重視していることが分かる。

問 4 では、市内の農産物直売所についての質問を行った。『利用したことがある』という回答は 87.3% と非常に高い割合である。その理由として、問 5 のとおり『新鮮である』が最も多く 78.9%、次いで『地元産である』が 65.4%、『価格設定』が 43.4% だった。これらの結果から、多くの市民の方々が新鮮さや地元産品であることを理由に、直売所を積極的に利用していることが分かった。

問 6 では、購入する農林水産物の産地について、どの程度気にしているかを聞いた。まず、『ブランドとして有名な産地のものであること』、次に『鈴鹿市産もしくは近隣の市町のものであること』、次のページは『県内産』『国内産』について聞いた。地域に根ざした産地への関心が非常に高い一方で、県内や国内産であれば許容できる層も多いことがわかる。また、ブランドとしての産地を重視する傾向は比較的低く、地元産品への支持が際立つ結果となった。

問 7 の『地元産品を購入して地産地消を実施したいかどうか』という質問について、『そう思い、すでに実施している』と回答した方は 26.9%、『そう思う』が 59.6% だった。約 9 割の方が地産地消に前向きな意識を持っていることがわかる。この項目は鈴鹿市総合計画 2031 の成果指標としても掲げている。2027 年度には『地産地消をすでに実施している』割合が 34% を目標としているので、目標達成に向けて、引き続き取り組んでいく必要があることも分かった。

問 8 の『実施したいと思わない理由』として挙げられるのは、『価格や品質が同じなら地元産にこだわる必要がない』『地元産品は手ごろではない』といった価格が購入へのハードルとなっているという声が多く、また、『どんな地元産品があるか分からない』『どこで購入できるか分からない』といった情報不足の問題も見られた。

問 9 では、地産地消に取り組みやすくするために、どのような情報が必要かについても伺った。最も多かったのは、『直売所やインショップなどの地元産品が購入できる場所の情報』で 65.6%、次いで『どのような地元産品があるかに関する情報』が 56.4% だった。また、『旬や食べ頃の情報』が 44.5%、『地元産品の調理方法や利用方法に関する情報』が 24.9% という結果だった。

問 10 の地産地消を進めるための有効な取り組みとして挙げられた中で、多かったのは『スーパーなどでの地元産品の取り扱い拡大』『大規模な直売所を増やす』。多くの方が様々な場所で地元産品を購入できるようになることを求めている。また、『学校給食での地元産品の使用』という意見も多くあった。地元の子どもたちが地産地消に触れることで、地域全体での意識向上が期待される。

自由記載のご意見からも、市民の皆さまが地産地消に大きな関心を寄せていることが分かった。

アンケートの結果は、これからの地産地消の取組に繋げていけるよう、今後も、引き続き調査する。

#### 地産地消推進啓発活動の報告について（資料2）

令和6年4月に改訂した鈴鹿市地産地消推進計画においては、6つの柱を中心に施策を進めている。

- 1つ目 消費者ニーズに対応した「すずか産」農林水産物の生産拡大・流通促進
  - 2つ目 安全・安心な「すずか産」農林水産物の生産・消費の推進
  - 3つ目 学校給食における「すずか産」農林水産物の活用促進
  - 4つ目 食育活動・食農教育の推進
  - 5つ目 「すずか産」農林水産物の情報提供・地産地消PR
  - 6つ目 六次産業化の推進
- となっている。

これら6つの柱に基づき、今年度、実施した取組について、具体的な取り組み事例を中心に報告する。

活動報告1のロゴマークの活用・ポスター貼付・ティッシュ配布について。

鈴鹿市では地産地消ロゴマークを活用した啓発活動を行っている。ロゴマークは令和3年度に、飯野高校 応用デザイン科2年生の生徒にデザインしていただいたもので、「すずか産」のブランドを象徴するものであり、市内外でのPRに役立っている。多様な媒体でロゴを活用し、市民に親しみを持ってもらえるよう取り組んでいる。

ロゴマークの活用についての報告。ロゴマークは魚魚鈴で販売している商品に貼ってPRしていただいている。他にも、今年度は、株式会社ヤマザキファーム様、SUZUKA FARM株式会社様からのロゴマーク使用申請があった。また、鈴鹿商工会議所が行っている鈴カレグランプリで、令和8年度のチラシにロゴマークの掲載を予定している。

ロゴマーク啓発ポスターの作成・貼付についての報告。地産地消ロゴマークを前面に押し出したポスターを1,000枚作成し、庁内はじめ市内直売所、小中学校、地区市民センター、商工会議所経由で飲食店に配布をした。また、イベント等でも目に付く場所へ貼り付けるなどし、ロゴマークのPRをした。

啓発物品として作成したポケットティッシュを農林水産課窓口へ設置している他、ポスター展などのイベントで配布をした。のぼり旗については、三重県が「みえ地物一番の日」として定めている毎月第三日曜日とその前日に合わせ、本庁舎外周にのぼり旗を設置し、市民への周知を図っている。

活動報告2の、NHK番組「ぐるっと！」への生産者さんの出演について。NHK番組「ぐるっと！みえウィーク in 鈴鹿市」で、株式会社ヤマザキファーム様の豚肉を使った料理が6月9日に紹介された。直売所からリモート中継し、番組キッチンスタジオでは、ルーロー飯など豚肉を使ったレシピ3品を講師の方に料理いただき、鈴鹿産の豚肉をPRできた。

活動報告3の、すずかの魅力発信会議での農林水産課の紹介について。7月25日に、農林水産課として活動している様々な内容を報告した。その中で、地産地消にも触れ、すずかの魅力を発信した。会議に出席いただいた方に、すずかのかぶせ茶のふるまいも行い、美味しいお茶を味わってもらった。

活動報告4の市長への表敬訪問について。7月15日には鈴鹿産の朝取りトウモロ

コシを、8月13日には鈴鹿産のシャインマスカット・クイーンニーナを農家さんにお持ちいただき、旬の野菜やフルーツを市長に紹介いただいた。どちらも市内スーパーや直売所で販売されていて、地産地消の推進に貢献していただいている。新聞記事にも掲載されるなど、広く発信できた。

活動報告5の、地産地消～大好き「すずか産」～ポスター展の開催について。市長賞、議長賞、また、鈴鹿農協様、鈴鹿市漁協様に御協力をいただき、鈴鹿農業協同組合長賞、鈴鹿市漁業協同組合長賞を授与した。今年度は過去最多の189点の応募があり、小学校低学年の部には12校、55名、高学年の部には14校、72名、中学生の部には8校、62名の方に応募いただいた。

昨年と同様に、イオンモール鈴鹿でポスター展を開催した。ポスター展には、481名の方に来場いただいた。応募いただいた子どもやその保護者以外にも買い物客の方が御覧いただくなど、地域の方々に地産地消の重要性を広く伝えるきっかけとなった。子ども達が描いたポスターが、地域の農業や漁業への関心を高めるきっかけになるよう、今後も引き続き実施する。

活動報告6の万博でのお茶のPRについて。昨年、多くの来場者でにぎわいを見せた、大阪・関西万博では、7月28日～31日の間、お茶と茶道具の産地である、鈴鹿市のほか、所沢市、狭山市、入間市、生駒市が一同に会し、日本茶で最高のおもてなしの提供を行う『Tea Journey ～日本茶の文化と風味を楽しむ～』を出店した。出展ブースでは、手もみ茶実演や、すずかのかぶせ茶と狭山市の煎茶のお茶の飲み比べ体験を通して、日本茶やかぶせ茶のPRを行うとともに、『すずか』の名もPRすることができた。期間限定で販売された『万博弁当』も評判となった。鴨肉の燻製の添え物に『白ネギ』、デザートに『白玉』に『かぶせ茶』が鈴鹿の食材として使われた。地域産品が詰まった色鮮やかなお弁当で、見た目も味も地域の魅力を感じることができた。

活動報告7の未来を育む！農業セミナー2025の開催について。今年度の新しい事業として、農業者や農業に興味のある方を対象に、国の機関や県内の高校生を講師に招き、セミナーを開催した。未来に向けた強い食料・農林水産業を目指して策定した「みどりの食料システム戦略」をテーマに取り上げた。この戦略は、食料システム全体の持続可能性を高めるための包括的な戦略であり、地産地消は、その戦略を実現するための重要な手段の1つと言える。東海農政局より具体的な内容を紹介した後、相可高等学校と四日市農芸高等学校の生徒より、戦略に基づいた取り組みを発表した。農家をはじめ、市内外から約80名に参加いただき、みどりの食料システムの詳細や、実際に取り組んでいる事例を説明することで、参加者の意識向上を図った。特に、高校生の取り組み発表では、参加者の皆さんにとって大きな刺激となり、未来を担う若者たちへのエールをたくさんいただいた。

活動報告8の食と緑のすずかフェアの開催について。昨年から開催しているが、今年度も令和8年1月17日と18日に、イオンモール鈴鹿内の各催事スペースで開催した。鈴鹿の農林水産物の斡旋や、イオンモール鈴鹿内の一部飲食店による本市特産物コラボメニューの販売をした。お茶をはじめ、本市の特産物である花、植木、海苔などの農産物についても販売を実施しPRした。多くの方にすずか産をPRし、販売促進、需要拡大に繋げることができた。

地産地消の推進は、行政だけではなく、生産者・消費者・事業者など地域全体で取り組むべき課題。今後も皆様のご理解とご協力をいただきながら、地産地消の更なる推進を図っていく。鈴鹿市で作成したロゴマークを活用しながら地域全体で地

産地消を盛り上げ、『すずか産』ファンを増やしていくよう努める。

(内山会長)

資料1のアンケート結果について、地元産品が量販店で購入できないという意見があるが、10年ほど前は、量販店にも地元産品のコーナーがあったと思う。そのあたりの情報を教えてほしい。

(森下委員)

基本的に、量販店にも地元産品のコーナーがある。

(内山会長)

地元産品が量販店で購入できないという方は、目についていないのか、たまたまその店にないのかもしれない。

(森下委員)

J Aの果菜彩と量販店では鮮度や値段の差もある。

(内山会長)

果菜彩と量販店の地元産品のコーナーは、違うものと認識されているかもしれない。

(事務局)

市内の量販店は、約24店舗ある。マックスバリュ等のイオン系が多く、後は、Fマート、オークワ、ぎゅーとら、業務スーパー、サンシ、名門、トライアル、バロー、ベーシック、メガドンキなど。イオン系の店舗に地元産品が置いてあることが多い。24店舗のうち、16店舗くらいには、地元産品のコーナーが設けられている。皆様の認識が薄いということであれば、事務局の方からの情報発信や、農家さんと意見交換によるニーズや課題の深掘りを考えたい。

(森下委員)

資料2のp3について、鈴カレーのことが載っており、感謝する。

(事務局)

鈴カレーのスタンプラリーが明日までとなっているので、皆様鈴カレーを食べていただけたらと思う。

(森下委員)

ぜひお願いしたい。

(事務局)

鈴カレーの条件は鈴鹿の食材を2つ以上使うこととなっている。色々なメニューがある。来年度のチラシには、地産地消推進ロゴマークを載せてもらう予定。

(加藤委員)

資料1で、地産地消を実践していこうという方は多いが、実際に鈴鹿産のもので実践している方は少ない。鮮度を優先したい一方で、購入場所や値段の面で難しさがあると感じた。その中で、資料2にて、啓発は前向きに進んでいると思った。活動の中の、未来を育む！農業セミナーについて、目的やねらいが地産地消とズレがあるように感じた。ねらいについて教えてほしい。

(事務局)

地産地消と直接はそこまで関係はしていないが、農林水産課のメインの取り組みということで紹介した。農家さんの意識向上や所得向上を目指して先進的な農業の取り組みをしている方を呼んで話をしてもらうのも1つの案としてあったが、今回は、未来を担う高校生を呼んで、農と関係する話をしてもらった。これが、将来的に鈴鹿の農業の発展に結びつけば良いと考えている。

(加藤委員)

中長期的に高校生たちにも意識を持ってもらうということが、ねらいとしてあったということか。

(事務局)

そうです。

(樋口委員)

学校給食へ地元産品を多く使用するよう努力していると思うが、こども食堂に地産地消のものを使用する取り組みはあるのか。

(事務局)

学校給食においては、地産地消推進計画にもあるように米飯給食の鈴鹿産コシヒカリ 100%使用や、中学校給食での鈴鹿産野菜の使用率を上げるよう取り組んでいる。玉ねぎ、キャベツ、白ネギは鈴鹿産の使用率が高い。白ネギは 100%近く、鈴鹿産のものを使用している。大根は半数以上を鈴鹿産のものを使用している。このように、調達可能な範囲で、また価格との折り合いの中で、鈴鹿産のものをできる限り使っている。

(内山会長)

こども食堂についてはどうか。

(事務局)

今情報を持っていないので、今後調査する。

(内山会長)

こども食堂は、高校の数より多くなっている。鈴鹿市のこども食堂の活動や、こども食堂で地元のものを使っていくことは大事だと思う。

(事務局)

こども食堂について調査するに加えて、会社の社員食堂についても調査したいと考えている。

## (2) 各委員からの活動報告について

(大泉委員)

アンケートの年齢層・地産地消を実施している年齢層が高く、若い人たちに目を向ける必要があると感じた。活動報告について、いちばの朝市を開催しているが、一昨年くらいからテレビ局と Youtube が入ったことで人気が出た。8時開始だが、5時半から並んでいる。500円で、野菜・果物の詰め放題をしており、詰めると2000円~2500円分くらいになる。これを Youtube で配信すると広まった。200人に限定したが、取り合いになった。20代、30代の人が多くいらっしまった。Youtube は若い方に訴えるのに良いと思う。ただ、人気のある Youtube チャンネルであることは重要。鈴鹿の野菜も、そのように広まると良い。

(事務局)

Youtube の予算はどれくらいだったか。

(大泉委員)

ユーチューバー側からの提案だったので、無料だった。ユーチューバーの方が配信したい内容である必要はある。地産地消アンケート回答者の年齢層が高かったので、若い方の支持がある Youtube 等を活用すると良いと思った。

(大野委員)

自分の家では、お茶を生産している。この家に来る前は、鈴鹿の山の方でお茶を

生産しているとは知らなかった。息子たちは、日本茶インストラクターとして各学校で出前講座をして、お茶の入れ方の講義をしている。このように、地道に小学校などへ出かけて鈴鹿でこのようなものを作っている、お茶はこのようにいれたら美味しい、ということをお教えるのを継続することが大事だと思う。Agri ロマンとしては、リーダの豊田さんに付いて、食育に関する活動をしている。

(事務局)

お茶については、万博での紹介やお茶のおはなし会の活動をしている。引き続き情報発信していく。

(加藤委員)

議員としての立場では、委員会では、今年は地産地消に直接関わることはなかった。お伝えできる取り組みがなかなかない。少しネガティブな話になるが、お米などの値段が上がってきている中で、給食代が上がり、地産地消推進条例について難しさが出てきている。お茶について、給食で最近はあまり出ないようなので、給食で出るようになればよいと個人的には思う。

(住田委員)

個人的な意見になる。地産地消を進めるにあたって、鈴鹿産のものを地元のものだから食べるというのではなかなか広まらないように思う。ブランド化など、何か鈴鹿のもので誇りに思えるようなものがあれば、価格も上がり、買いたいと思うようになると思う。全国的には特別だが、地元では安く、手に入りやすい流れができると良い。また、地元の卵屋さんには農家さんが置いている鮮度が良くて安い野菜が置いてあり、とても美味しいが、なかなかスーパーには並ばない。このようなものを皆が当たり前のように食べる流れになると良い。このように二極化を作るとは難しいのか。

(事務局)

ブランド化について、インパクトがあれば買いたい人も出てくると思う。農家さん等と色々な知恵を出し合い考えていきたい。

(住田委員)

四日市では、水沢ワインがブランド化されて、万古焼と組み合わせられるなど、注目されている。鈴鹿のお茶も美味しく誇るべきものだが、今は当たり前になりすぎている。もっと盛り上がりが出せると良い。

(内山会長)

先ほど二極化という話が出た。食料品というのは、ブランド化をすると良いという話と、基礎的なものを安く供給すべきという話の2面がある。これをいかに折り合いをつけていくか、地産地消につなげていくかということが大事だと思う。

(オブザーバー)

普段は生産者さんの栽培指導をしている。白ネギの産地化を平成 25.26 年くらいから始めて、現在、鈴鹿は県下の白ネギの産地になっている。現在は、加工カボチャについて、栽培方法の簡略化に取り組んでいる。防除にドローン等の先進的な設備を取り入れたり、育苗にかかる時間を4週間から1週間に短縮する等、農家さんの負担を減らし、新規の方が取り組みやすいような状況を作ろうと取り組んでいる。

(森下委員)

鈴カレーについて、来年も続けたい。個人的には、うどん屋の商売をしているが、野菜を買う時に、地産地消品は新鮮であるという印象がある。アンケートにもあつ

たが、地産地消品は、新鮮で値段が安いということが重要だと思う。先ほど二極化の話があったが、低価格で良いものが継続して販売されると良い。こども食堂の話が先ほどあったが、今年度、自分は鈴鹿シティロータリークラブの会長をしている。自分の商売で、食品ロスが出るのもあり、鈴鹿ハンター東口の1階に、冷蔵のフードドライブポストを設置したので、ぜひ入れてほしい。こども食堂は20数件あるが、ポストに入れていただいた物は、順番に回って配っている。

(事務局)

こども食堂については、調査をする。商工会議所飲食部会の方には、昨年地産地消ロゴマーク推進ポスターを配布していただいた。飲食店でお客さんに地産地消を意識してもらえると良い。

(樋口委員)

2月14日に鈴鹿消費生活展があるので、PRしたい。10時～16時まで開催している。今日の会議に出たことで、鈴鹿ハンターのフードドライブポストや、白ネギが鈴鹿が県内1位の生産量であること等の情報を知ることができた。特に、鈴鹿ハンターのフードドライブポストについては、影響力のある活動で嬉しく思った。このような情報を消費生活展に来ていただいた方に広く知っていただきたいと考えている。市が作ったポスターも貼る予定。消費者として、情報をもっと知りたいというきっかけにできるような消費生活展にしたい。

(豊田委員)

小学校での食育活動・食農教育をしている。小学校での活動は増えている。1、2年生は鈴鹿産のあやひかりを使用したおにまんじゅう、3年生はふくゆたかの大豆を使用したおから、4年生はきなこを使用したげんこつ飴、5、6年生はお米を使用した五平餅を作って食べることが多い。また、5、6年生で、とり飯を作ったことがある。にんじん、鶏肉、ネギを使った。皆、たくさん食べてくれた。また、普段学校に来ていない子がその日は来てくれたのが嬉しかった。こどもたちは体験や食べることを楽しんでくれる。

(事務局)

料理教室は評判がよい。自分で手作りして食べることは美味しく楽しいことで、継続していただきたいと思う。こちらからは、少しではあるが補助を出して応援していく。

(林委員)

果菜彩は鈴鹿と亀山に1店舗ずつあり、消費者に地元の農産物を手に取って食べていただいている。鈴鹿茶については、6次産業化商品の第一弾であり、その後毎年何か商品を出している。令和7年度は、鈴鹿マロンカボチャに力を入れ、そのスイーツであるバームクーヘン、プリン、パウンドケーキを出した。かぼちゃをペーストにせず、そのまま保存して使用するため、今年度はこの1月で最後の製造となった。とても好評で、来年度、夏にカボチャを収穫し、秋にまた発売したい。住田委員からブランド化の話があった。白ネギのブランド化をしたが、次はカボチャと思っている。このように、鈴鹿の美味しい農産物を広げていきたい。

(事務局)

6次産業化で多くのものを開発いただいている。市長へ表敬訪問もしていただき、宣伝できたと思う。

(内山会長)

委員の皆様同士で質問はあるか。

(加藤委員)

6次産業化商品について、パッケージに鈴鹿産を謳うのは可能か。

(林委員)

可能。カボチャのスイーツに関しては、『鈴鹿マロンかぼちゃのプリン』などの名前をパッケージに書いている。

(加藤委員)

J Aさんのお茶は『鈴鹿茶』となっているが、他のお茶は伊勢茶やかぶせ茶などと書かれており、鈴鹿産というのが薄れてしまっている。お茶の名前を変えることは難しいと思う。

(林委員)

ラーメンを開発した時は、鈴鹿産の小麦を使用していることが分かるパッケージにした。

(住田委員)

鈴鹿マロンカボチャはどこで買えるのか。

(林委員)

カボチャそのものは、契約している量販店でしか売っていない。大体はマックスバリュ。バームクーヘン、プリン、パウンドケーキは果菜彩で売っている。プリンは、毎週水曜日に売っている。

(豊田委員)

こども食堂で使用する食材は、基本的には寄付する人が持っていけないといけないう状況と聞いている。

(大泉委員)

持っていくのには、時間と配送費がかかるので、難しい面がある。

(内山会長)

こども食堂の課題として、人手不足がある。食材を取りに行ける人がいない状況にある。先ほどフードドライブの保冷庫の話があったが、そのような設備が足りていないのも全国的な課題。

(森下委員)

鈴鹿ハンターさんのフードドライブポストについては、食品をよく入れてもらっている。

(内山会長)

設備があれば、そういった機会も生まれる。

(加藤委員)

こども食堂は、もうこどもだけではなく、高齢の方など様々な方が来られて地域のコミュニティになっていることを、先日全国的にこども食堂について活動されている方から聞いた。高齢の方がこども食堂にいる皆さんと食事をとることも、全国的にも鈴鹿でも広がりつつある。

(豊田委員)

鈴鹿の西部にはあまりこども食堂はない印象。

### (3) 鈴鹿市地産地消推進計画の中間報告（資料3）（地産地消推進計画）

計画の中で2027年度にむけた主な取組目標を設定し、計画策定時であります（2022年）の現状値が記載されている。今年度はちょうど中間時期となるので、中間報告としてそれぞれの取組み項目に対する現状値をお知らせする。

上から順に、p12 新規の認定農業者数 目標値年間 20 人に対して中間報告 2024 年度で年間 7 人。p3 みえの安心食材表示制度認定食材件数目標値 60 件に対して中間報告 2024 年度で 57 件。p14 中学校給食でのすずか産野菜の使用率（重量ベース）目標値 40.0%に対して中間報告 2024 年度で 39.0%。p15 ふれあい農園の利用率目標値 95%に対して、中間報告 2024 年度で 86.9%。p16 市ウェブサイト（地産地消関連ページ）へのアクセス数、目標値 35,000 件に対して中間報告 2024 年度で 3,181 件。市全体としてウェブサイトへのアクセス数の数値が減少しており、地産地消関連ページへのアクセス数だけが減少したということではない。次の計画策定時には目標値の設定を見直す。p18 六次産業化・地産地消法に基づく総合化事業計画の認定経営体数は目標値 8 経営体に対して中間報告 2024 年度で 6 件。

このようにすでに 2027 年度の目標値に達成しているものもあるが、引き続き、目標達成に向けた取り組みを推進していく。

物価高騰の影響を受け、米の価格も上昇しており、地産地消推進計画の内容についても検討していくべき課題が出てきた。p14 にある、米飯給食の「すずか産」コシヒカリの 100%使用とある箇所について、今年は厳しい状況になった。継続に向けて、状況を注視していきたい。

#### （４）来年度以降の地産地消推進への取組み案について （事務局）

令和 9 年度に行う内容を、令和 8 年度に計画をして予算を確保する。限られた予算になるので、できるだけ予算を抑え、何か活動をしたい。

1 つの案として、お弁当コンテストを考えている。生産者の方からは食材を提供してもらい、消費者の方はその地元の食材を使用してお弁当を作る。コンテスト形式で賞をつけて、賞を取った方に記念品を渡すこと等を考えている。皆様の知恵を借りたいので、何かあれば教えてほしい。

（森下委員）

お弁当コンテストの話が出たが、鈴カレーもインスタグラムを立ち上げており、ハッシュタグで鈴カレー等と検索すると、投稿が出てくる。先ほど Youtube の話がでたが、スマートフォンで完結する SNS である、インスタグラムやティックトック等を活用すると良いと思う。

お弁当を作るのは各家庭の方か。

（事務局）

そうです。

（森下委員）

SNS でお弁当と検索すると多く出てくる。SNS とお弁当の相性が良いと思う。

（事務局）

発信方法を考えていく。

（加藤委員）

のぼり旗など、地産地消活動が視覚的に分かるような活動はしていると思うが、小学校で、なかなか地産地消を目で感じられない。洗浄の問題があり難しい面があると思うが、ロゴマークのシールを給食トレーに貼る等で、鈴鹿産のものを食べていることが視覚的に分かると思う。こどもが認識すると大人にも伝えてくれると思う。先ほど話に出た SNS と合わせて、このようなことも考えてほしい。

（事務局）

意識づけは非常に大事なことだと思う。参考にする。

(豊田委員)

四日市は農業関連のイベントが多いが、鈴鹿は少なく、イベント時の食関連のブース出店も少なくなっている。コロナウイルスが流行ってからイベントが減ってしまった。

(事務局)

コロナウイルス流行以降は、大きなイベントは減ったが、地元のマルシェ等は開催される傾向にある。年配の方は知らない場合でも、若い方はインスタグラム等で情報を得たりしている。農家さんの出店等、地産地消品の出店もあるので、そこにも注目する必要があると思う。

(森下委員)

本日は二極化の話が出た。将来的に参考になる話だと思った。特定の商品のブランド化と新鮮な日常野菜を安く購入できるようにするという部分。日常野菜については、鈴鹿産のコーナー自体がブランドだと思う。日常野菜を買ってもらうというのは売り上げにつながると思う。

(住田委員)

鈴鹿サーキットは国際的にも知られている。鈴鹿サーキットのイベントで鈴鹿の地産地消品を広げていけると良い。

(豊田委員)

お茶については、鈴鹿サーキットのイベントでPRしている。

(事務局)

色々なイベントを有効活用して、鈴鹿の色々なものをPRしていきたい。

(樋口委員)

ブランド化は市が関わることだと思う。毎年11月にフラワーパークの農業祭で、地元の野菜が出されている。知らない人もいるので、インスタグラム等活用して市側から情報発信してほしい。

(5) その他

(事務局)

すずかの地産地消推進条例について。「こども」という表記があるが、令和4年6月に成立したこども基本法の中で、子どもの表記がひらがなとなったため、これに伴い地産地消推進条例の「子ども」もひらがなの「こども」に変更した。

新聞記事について。おこめ券について、三重県の中では、29市町でおこめ券の配布はしないと明言された。鈴鹿も、おこめ券の配布はない。三重県は農業が盛んなので必要ないという声も多かった。