

南房総市地産地消推進計画

令和6年7月

南房総市

目 次

第Ⅰ章 目的、背景、期間

- 1 計画の目的 5
- 2 計画策定の背景 5
- 3 計画の期間 6

第Ⅱ章 取組の柱と目標

- 1 目指す方向 8
- 2 取組の柱
 - (1) 生産体制の構築と供給ルートの拡大・9
 - (2) 担い手づくりの推進 9
 - (3) 食育の推進と新たな食文化の創造 . . . 9
 - (4) 6次産業化とブランド化 10
 - (5) 地域食材のプロモーション強化 . . . 10
 - (6) 観光地としての魅力向上 10

第Ⅲ章 課題と推進方策

- 1 生産体制の構築と供給ルートの拡大
 - (1) 課題 12
 - (2) 推進方策 12
- 2 担い手づくりの推進
 - (1) 課題 14
 - (2) 推進方策 14
- 3 食育の推進と新たな食文化の創造
 - (1) 課題 15
 - (2) 推進方策 16
- 4 6次産業化とブランド化
 - (1) 課題 17
 - (2) 推進方策 17
- 5 地域食材のプロモーション強化
 - (1) 課題 19
 - (2) 推進方策 19

6 観光地としての魅力向上	
(1) 課題	20
(2) 推進方策	20
7 計画の弾力的な運用	21
8 注釈	22

目的、背景、期間

第 I 章 目的、背景、期間

1 計画の目的

地産地消とは、「地域で生産された農林水産物を、その地域で消費する」ことを意味し、私たちの大切な宝である身近な「食」を使う地産地消を進めることで、作り育てる産業を振興し、地域文化と伝統を継承するとともに豊かな自然環境を保全することができます。

また、地産地消により「新鮮・安全・安心・高品質な農林水産物の提供、消費」や「地場産品の消費拡大による一次産業従事者の所得向上」、「一次産業の活性化による遊休農地等の解消など里山・里海風景の保全、観光の振興」さらには「『食』への理解促進による健康の確保」などの効果が期待されます。

このため南房総市では、地産地消の取組の柱、目標、課題及び推進方策などを明らかにした「南房総市地産地消推進計画」を策定し、市民と協働で取り組むための「指針」とします。

2 計画策定の背景

我が国は、超高齢社会、本格的な人口減少社会の到来に加え、グローバル化や情報化が進展し、そのスピードも加速してきています。

一方、地域の様々な関係者が自らの強みを見つめ直し、創意工夫を發揮して6次産業化(*注1)や海外への輸出などに挑戦し、新たな価値の創出と市場の開拓を実現する取組も始まっています。

このような中、食料・農業・農村基本法に基づき策定された食料・農業・農村基本計画の中では、食料の安定供給の確保に関する施策として「消費者と食・農のつながりの深化」の項目で①食育や地産地消の推進と国産農産物の消費拡大、②和食文化の保護・継承、③消費者と生産者の関係強化を挙げており、「国産農産物の消費拡大につなげるため、地域の農産物の安定供給体制を構築することを通じ、学校や病院等施設の給食における地場産食材の活用や地産地消を推進すること」、「栄養バランスのとれた食生活とされる和食文化の保護・継承及び和食の健康有用性の評価の更なる向上に向けた情報発信」、「EC サイトや SNS の活用等により産地と消費者とが結びつく取組」を継続的かつ強力で推進するとしています。

推進を強化しようとする地産地消は、生産者にとっては、消費者との「つながり」が深まることによるパイプの広がりや、少量多品目の地域食材や規格外品等の流通ルートの確保により有利に販売ができるといった経済効果によって、やりがいや生きがいが生

まれてきます。一方、消費者にとっては、「新鮮」でおいしい多くの地域食材が手軽に入手できることや、「安全・安心」な食生活が実現できるという利点があります。

また、農林水産業が営まれることで保全されてきた景観や伝統的な食文化等の地域の財産を再認識することに加え、フードマイレージ(*注2)などの観点から見た地球環境に優しい食生活への理解、さらには、食習慣の乱れが目立つ子どもたちをはじめ、メタボリック症候群(*注3)といった生活習慣病の予備軍が増えつつある中で、新鮮で栄養価の高い旬の地域食材を多く活用することによって、食生活の改善を通じた健康づくりにも寄与し、更には、地産地消に関する様々な取組を組み合わせることによって、豊かな自然と「南房総の食」による魅力ある観光地づくりの有効な手段にもなります。

地産地消はSDGs(*注4)の観点からも、持続可能な農業の促進、消費と生産における資源効率の改善、地域の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業の促進、文化遺産及び自然遺産の保護・保全、持続可能な生産消費形態の確保、海洋・海洋資源の保全、持続可能な森林の経営並びに土地の劣化の阻止・回復など、多くの目標達成に向けた取り組みにつながります。

3 計画の期間

この計画の期間は、2024（令和6）年度から2028（令和10）年度までの5年間とします。

取組の柱と目標

第Ⅱ章 取組の柱と目標

1 目指す方向

地域でとれた農林水産物を地域で消費する地産地消を推進することで、作り育てる産業の振興と地域文化と伝統の継承を図るとともに豊かな自然環境を保全することを目的として、「フード・リゾート南房総」を合言葉に「地産地消推進のまち南房総」を平成22年2月28日に宣言しました。

地産地消を推進するにあたっては、市内各地で「点」として取り組んでいる地産地消の取組が「線」で結ばれ、「面」にまで広がることが重要となります。

具体的には、地産地消の取組が、直売所及び量販店等(以下「食材販売施設」という。)、医療・福祉施設、観光施設及び食品加工施設並びに教育等施設(以下「食材利用施設」という。)、さらには一般家庭にまで広がることによって、南房総の豊かな「食」をとおした「南房総の地域ブランド」を創出し、地域経済の活性化と心身ともに豊かな生活環境の実現を目指します。

2 取組の柱

地産地消の取組は、食材販売施設、食材利用施設等で地域食材を活用するとともに、域外での消費拡大による地域の活性化を目指します。また、食育(*注5)、文化、健康づくり、観光及び環境の保全など非常に幅広い分野と連携しながら、特に次の6本柱に重点をおいて取組を進めます。

- (1) 生産体制の構築と供給ルートの拡大
- (2) 担い手づくりの推進
- (3) 食育の推進と新たな食文化の創造
- (4) 6次産業化とブランド化
- (5) 地域食材のプロモーション強化
- (6) 観光地としての魅力向上

(1) 生産体制の構築と供給ルートの拡大

市内産の農林水産物の多くは少量多品目であり、主に首都圏の市場へ出荷されている一方、その特性を生かした農林水産物直売所も市内各地に整備されており、生産者と消費者のつながりを深める場として重要な役割を担っています。

道の駅に併設されている農林水産物直売所は、市内の直売所のうち販売金額の上位を占めていますが、消費者ニーズは多様化しており、それに合わせた安定供給の生産・物流の仕組みづくりが必要となっています。道の駅の売上や来訪者数は地域振興に重要な役割を担っているため、生産者と地産地消を進める事業者（市民・企業等）が連携して農林水産物の安定供給ができる仕組みづくりを深化させるとともに、道の駅の集客増につながる施策をさらに強化していきます。

また、食材利用施設に対して、地域食材の情報や良さを伝えながら積極的に活用するよう啓発活動を進めるとともに、地産地消を取り組む中で生まれた産品等をパイロット事業として学校給食への提供を推進します。

(2) 担い手づくりの推進

本市の農林漁業者の高齢化・減少が急速に進む中で、担い手を確保・育成する仕組みづくりは急務となっており、新規就業者や定年帰農者など新たな担い手を受け入れるとともに、生産力が減退し活動が低下傾向にある集落機能を維持する仕組みづくりや、農林水産関係機関の連携促進が必要となっています。そこで農業では、平成24年に設立した一般財団法人南房総農業支援センターを中心とした新規就農者の確保・育成、生産基盤の確立、技術習得、経営指導など一元的な支援を行うとともに、国の制度を活用した集落機能の保全や農地の流動化を進めます。また漁業では、国・県の支援事業を積極的に活用するとともに、市内漁業協同組合との事業連携を図ります。

(3) 食育の推進と新たな食文化の創造

学校給食をはじめとする教育等施設で地域食材を積極的に活用するとともに、農林水産物の体験学習や生産者と一緒に食べる給食交流会を通して、子どもたちの生産者・素材等への思いやりを育むことや食の大切さを学ぶ食育を一層進めます。

また、地域の豊富な山の幸・海の幸を活かした郷土料理等、これまで培われてきた南房総の食文化を伝えるとともに、地域食材を活かした新たな南房総の食文化を創造します。

(4) 6次産業化とブランド化

安全・安心な農産物の生産性を向上させるため、環境への負荷低減に配慮した環境保全型農業を推奨します。

道の駅を核として地域横断的な取り組みの下、消費者の需要に応じて農林水産物を生産・供給する体制づくりと付加価値向上の連鎖を引き起こすことにより、農家の所得向上と地域経済が循環する仕組みを構築していきます。

また、農林漁業者と地産地消を進める事業者を連携させた農商工連携や6次産業を促進させ、新たな商品開発や「南房総市ブランド」を創出していくとともに、既に販売されている商品のリブランディングを進めます。

(5) 地域食材のプロモーション強化

地産地消の取組を進めるため、生産・流通・販売・飲食店等と連携して地域食材に関する情報の共有を図り、市民に発信していくとともに、地域の特色ある加工品や食などの情報を消費者に迅速かつ容易に入手できるよう、インターネットの活用などデジタル化への対応を進めます。また、消費者ニーズを的確に把握し、求められる情報を速やかに発信していきます。

(6) 観光地としての魅力向上

宿泊施設や飲食店などの観光関連組織と連携して、「和食 日本人の伝統的な食文化」を大切にするとともに、新鮮で安全・安心な「南房総ならではの食」を活かした新たな誘客の仕組みづくりを進めると同時に、インバウンド(*注6)対策を積極的に推進します。また、農林水産業体験と宿泊施設等が連携し、新たな観光メニューの提案を行い、観光地としての魅力向上を目指します。

課題と推進方策

第Ⅲ章 課題と推進方策

地産地消の現状を踏まえた課題と、課題を解決するために、今後取り組んでいくべき推進方策は次のとおりです。

1 生産体制の構築と供給ルートの拡大

(1) 課題

生産体制の構築と供給ルートの拡大に関する主要な課題は次のとおりです。

▼地域内物流の仕組みづくり

●多くの地域食材が少量多品目であるため、集荷から販売までを見通した新たな物流の仕組みづくりと数量や品質など消費者ニーズに沿った安定供給の仕組みづくりを進める必要があります。

▼学校給食等での地域食材活用の推進

●地域食材活用の視点から大きなウェイトを占める学校給食等へ地域食材を活用することで、次世代を担う子どもたちを始め、広く地域へ地域食材の情報や良さを伝える必要があります。

▼食品加工における地域食材の活用

●市内の食品産業における地域食材の活用の促進と、実需者ニーズに合わせた活用を推進することが必要です。

(2) 推進方策

◇生産者との連携による安定供給の仕組みづくり

●多様化する消費者ニーズに合わせた供給ができるように、生産者や地産地消を進める事業者（市民・企業等）と地域商社（*注7）を連携させ安定供給の仕組みづくりを深化させます。また、南房総市産農産物等の目に見える「安全・安心」のため、農業者が農産物の生産記録を記帳し、いつでも公開できるよう生産者組織や生産者に対して記帳運動を促進します。

◇公的直売所の運営への支援

●公的直売所関係者と連携して年間を通じた品揃えの状況、客層、IT 機器導入の状況、運営上の課題等の現状分析を行うとともに、市内道の駅を「農産物の販売拠点」として位置付け、消費者ニーズに合った公的直売所の運営に向けて積極的な支援を行います。

◇学校給食等での地域食材活用の推進

●学校給食、福祉施設等（配食サービス含む）に対して、地域食材の情報や良さを伝えるとともに積極的に活用するよう啓発活動を行います。また、地産地消に取り組む事業者等が開発した加工品等をパイロット事業として学校給食への積極的な提供を推進します。

2 担い手づくりの推進

(1) 課題

担い手づくりの推進に関する主要な課題は次のとおりです。

▼生産者の高齢化、後継者問題

●高齢化による農業従事者の減少、後継者・担い手不足に対処するため、担い手及び集落営農等の育成を図る必要があります。

▼耕作放棄地、遊休農地の解消

●関係機関との連携を強化し、農地の流動化を促進させるため、土地改良区や水利組合単位などの地域毎に調整を図る必要があります。

▼新規就業者の支援体制の強化

●農林水産業への新たな就業者の育成のため、住宅、生産技術、経営の安定化等の支援が必要となります。

(2) 推進方策

◇農地を次の世代に引き継ぐための地域計画の策定・達成支援

●地域農業の将来のあり方を明確化する地域計画・目標地区の策定支援を行い、担い手への農地の集積・集約を促進します。農地の流動化、団地化を推進するとともに、企業参入の調整を図ります。

◇地域の共同活動による保全管理支援

●国の制度を活用した地域の共同活動による農業の多面的機能の維持・管理を支援し、美しい風景を守る地域資源の保全管理を後押しします。

◇生産基盤の確立から、技術習得、就農までの一元的な支援

●関係機関との連携を強化し、農業では一般財団法人南房総農業支援センターを核とした情報の集約を行い、新規就農者へ生産基盤の確立から、技術習得、就農までの一元的な支援を行います。漁業では国、県の支援事業を積極的に活用するとともに、市内漁業協同組合との事業連携を促進させます。

また、地域おこし協力隊（*注8）の取組も推進していきます。

3 食育の推進と新たな食文化の創造

(1) 課題

食育の推進と新たな食文化の創造に関する主要な課題は次のとおりです。

【食育の推進】

▼学校給食等を活用した地産地消の普及

●学校給食等を活用し、地産地消の意義や地域素材の良さをやさしく説明できる広報素材を作る必要があります。

▼家庭における食育の啓発

●食を取り巻く環境の変化に伴い、偏食による食生活の乱れや朝食抜き、孤食の幼児や児童・生徒が多くなる傾向にあるため、地産地消を健康づくりの一環として位置づけ、幼児期からの食生活の改善に取り組む必要があります。

▼学校給食関係者の相互理解

●生産者や教育現場に携わる関係者、献立を作成する栄養士や調理員が、地産地消と学校給食提供までの流れの相互理解を深め、地域食材を安定的に生産供給し、それを積極的に活用する体制構築が必要となります。

【新たな食文化の創造】

▼新たな食文化の創造

●地域の伝統食の継承に努め、新たな発想と視点により、地域食材を活かした南房総独自の食文化（レシピ）を創る必要があります。

(2) 推進方策

【食育の推進】

◇地域食材の活用

- 給食を実施する市立病院・教育施設等で地域食材を積極的に活用するとともに、広報・ホームページなどの情報手段を活用し啓発に努めます。

◇食育推進活動等の推進

- 幼児・児童・生徒や保護者、教育関係者と地域食材を供給する生産者の交流を促進するとともに、保健推進員協議会など、地域の健康づくり団体の活動を通じて正しい食習慣が確立できるよう推進します。

◇交流給食会の開催

- 地域食材を提供する生産者とそれを消費する幼児・児童・生徒、さらに保護者による交流給食会を開催します。また、栄養について学ぶ機会を提供します。

◇食育情報の発信

- 児童・生徒はもちろん、中高年や高齢者など世代ごとに異なる興味関心を意識しながら、適切な情報を発信し効果的な啓発を行います。また、生活習慣病を予防するための健康教育の充実を図るとともに、高齢者の低栄養を予防あるいは改善し、適切な栄養状態を確保できるよう支援します。

◇学校給食関係者の交流

- 学校給食に携わる生産者、教育関係者、栄養士・調理員等が、地産地消とそれぞれの働きを理解するため、交流の場を創出します。

【新たな食文化創造】

◇新たな食文化の創造

- 南房総の食文化を保存・継承するとともに、新たな調理方法を取り入れるなど、地域の新鮮な食材を活かして南房総独自の食文化を創造します。

◇地産地消を進めるコンテスト等の開催

- 地域食材を見直すきっかけとなる、地域産品を活用した「こだわり」や「アイデア」のある商品に関するコンテスト等を開催します。

4 6次産業化とブランド化

(1) 課題

6次産業化とブランド化に関する主要な課題は次のとおりです。

▼地域特産品の付加価値向上

●消費者が求める安全・安心な農産物のほか、生産者はGAP（グローバル、ジャパン等を含む）(*注9)、HACCP(*注10)などの食品の安全性を確保するためのプロセスチェックが求められているとともに、市場価格の中で利潤を確保し、生活基盤として成り立つ経営を考える必要があります。

▼規格外品の活用

●販売先に苦慮したり、廃棄されているケースもある「規格外品」を消費者ニーズに合わせ、活用する仕組みをつくる必要があります。

▼商品開発とリブランディング

●南房総市の農林水産物を活用した商品開発を進め、生鮮品の活用範囲を広げるとともに、時代の変化に対応するため、消費者ニーズを調査し、既存の商品をリブランディングする必要があります。

(2) 推進方策

◇環境保全型農業と安全性確保の支援

●安全・安心な農産物の生産性を向上させるため、関係機関と連携し特産品の選定や振興ビジョン作成に取り組み、また土壌診断や良質な堆肥の利用と効率的な施肥を促進させ、環境負荷の低減に配慮した環境保全型農業（減農薬・減化学肥料）を推進します。

また、食品の安全性を確保する仕組みとして、各種GAPやHACCPへの取組を支援します。

◇新事業や付加価値を創出する主体的な取り組みの支援

●農林漁業者が自ら農林水産物の加工、商品開発及び販売まで携わる6次産業化を地域に広げるため、異業種同士の交流の機会の提供、地産地消を進める事業者と連携して自走する仕組みづくり、及び蓄積したノウハウを地域の事業者に対して情報提供するよう努めます。

また、農家の所得向上に資する施設として、総合加工施設を整備した上で「農産物の加工・商品開発拠点」として位置付け、地域で生産された生産物や規格外品の利用促進を図ることで付加価値を高め、地場製品の振興を推進します。

◇農商工連携の促進

●南房総市の農林水産物を活用し、南房総市の新たな特産品を作り出せる仕組みづくりと、既に販売されている商品の魅力を向上させるリブランディングの取組を進めます。

5 地域食材のプロモーション強化

(1) 課題

地域食材のプロモーション強化に関する主要な課題は次のとおりです。

▼地域食材の需要の創出拡大

●地産地消を推進するためには、地域食材への消費者の関心を高め、インターネットを活用し情報発信力を強化する必要があります。

▼地産地消を推進する人材の育成

●地産地消につながる活動をしている市民や、「食」と「農林水産業」に関心がある市民の活動を支援し、地域での情報発信や地産地消を応援してもらう人材の育成が必要です。

▼市場動向の把握

●生産者が6次産業化または農商工連携によって加工・販売に携わり所得の向上を図るため、市場動向を正しくとらえる必要があります。

(2) 推進方策

◇消費者への情報発信

●デジタル技術を活用して、旬の地域食材やおいしい食べ方、お取り寄せに関する情報など EC サイトによる販売強化に関する情報発信の他、直売所を併せ持つ道の駅ならではの多彩な販売及び流通チャネルとの組み合わせにより、地域産品の販路拡大を支援します。

◇地産地消を推進する人材への支援

●地産地消の推進につながる活動をしている市民や企業を対象に、その取組を連携させるとともに支援する仕組みを構築します。

◇消費者ニーズの取得と活用の支援

●自然環境や農林水産物、伝統文化など地域資源を発掘・再評価するとともに、国内外の消費者ニーズに合わせた商品化を行うための学びの場の提供を行います。

6 観光地としての魅力向上

(1) 課題

観光地としての魅力向上に関する主要な課題は次のとおりです。

▼「新鮮・安全・安心な南房総の食」による観光客の誘客

●観光客の南房総の来訪目的の一つが「美味しいものを食べる」となっています。「南房総の豊かな食材を、その土地の食べ方で、美味しく食べる」工夫を重ねた魅力ある、新鮮・安全・安心な南房総の食として提供し、観光客の誘致につなげていくことが必要です。

▼自然を活かした持続可能な旅の提案

●自然や日常生活そのものを体験するグリーン・ブルーツーリズム（*注11）やエコツーリズム（*注12）などへの関心が高まっていますが、自然と人情に加えて地域の名産料理を提供することで、南房総ならではの新たな旅を提案することが必要です。

(2) 推進方策

◇観光関連組織との連携

●観光関連組織と連携して、「新鮮・安全・安心な南房総の食」を活かした新たな旅の仕組みづくりを進めます。また、インバウンドを推進し、外国人旅行客のニーズを把握しながら食の提供を行います。

◇農林水産業体験観光の提案

●農村漁業者及び観光関連事業者と連携して、農林水産業体験、収穫体験観光施設あるいは宿泊施設等を組み合わせた新たな観光メニューの提案を行い、観光地としての魅力の向上を目指します。

◇食を活かした観光プログラムの提案

●スポーツや教育旅行等で訪れる方々に目的に沿った食事メニューを提供することで、スポーツ合宿やSDGsへ取組む南房総市ならではのプログラムの提案をしていきます。

◇観光施設や催事等での郷土料理の提供

●地元食材を使った郷土料理の研究や新たなメニュー作りに取り組んでいる市民活動団体と協力して、観光施設や催事等において、なめろうや鯨など特色や伝統のある郷土料理の提供を推進します。

7 計画の弾力的な運用

この計画は、昨今の諸情勢に対応して策定したのですが、地産地消を取り巻く環境は、常に変化していることから今後の社会情勢によっては、弾力的な運用に努めるものとしします。

また、基本的な内容を変更する必要がある場合は、計画期間内であっても、施策の成果の検証結果を踏まえ、適宜見直しを行うものとしします。

8 注 釈

(注1) 6次産業化

・有形無形の豊富な「地域資源」を有効に活用し、農林漁業者（1次産業従事者）が、自ら加工（2次産業）し、流通や販売（3次産業）に取組、 $1 \times 2 \times 3 = 6$ の、経営の多角化を進めることで、農山漁村の雇用確保や所得の向上を目指すことです。

(注2) フード・マイレージ (food mileage)

・食料輸送における環境負荷の指標。輸送距離と輸送量の面から捉えた食料供給の実態と食糧輸送が環境負荷に与える度合いを表します。食料の輸送距離と重量を乗じて算出。外国産より地元産の農産物の方が移送に伴うエネルギー消費が少なく済み、地球環境に優しいという考え方。

(注3) メタボリック症候群

・肥満、高血圧症、脂質代謝異常、耐糖能異常などが単独では軽度であるが、複数重なって心筋梗塞、脳卒中など重い動脈硬化性の病気に進む危険性がある状態を総称した概念。予防として、カロリーや脂肪の多い食事を見直すこと、運動不足の解消など日常生活を改善することが挙げられています。

(注4) SDGs

・2015年に世界共通の目標として国連で採択された「持続可能な開発目標」です。「誰一人取り残さない」という理念のもと、「持続可能な世界を実現する」ことを目指した、2030年を達成期限とする17のゴール、169のターゲット、および、その進展を評価するための指針を持つ包括的な目標です。

(注5) 食育

・生きるうえでの基本であって、知育、徳育及び体育の基礎となるべきものであり、様々な経験を通じて、「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てることです。

(注6) インバウンド

・訪日外国人旅行又は訪日旅行。観光庁では「新時代のインバウンド拡大アクションプラン」（令和5年5月30日決定）で訪日外国人旅行者数を2025年に3,200万人超えと目標設定しました。

(注7) 地域商社

・市内の魅力ある商品やサービスの販路を生産者に代わって、又は支援しながら開拓するとともに、地域資源のブランド化や既存商品のリブランディングなどのお手伝いをし、地域内外に販売していく組織です。

(注8) 地域おこし協力隊

・都市地域から過疎地域等の条件不利地域に住民票を異動し、地域ブランドや地場産品の開発・販売・PR等の地域おこし支援や、農林水産業への従事、住民支援などの「地域協力活動」を行いながら、その地域への定住・定着を図る取組です。

(注9) G A P (グローバル、ジャパン等を含む)

・G A P (Good Agricultural Practice : 農業生産工程管理) とは、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です。

・J G A P (Japan Good Agricultural Practice : 日本の農業生産工程管理) とは、農場やJ A等の生産者団体が活用する農場・団体管理の基準であり、認証制度です。農林水産省が導入を推奨する農業生産工程管理手法の1つです。

・ちばG A Pは、食品安全、環境保全、労働安全のほか、経営改善の手段国際水準のG A Pへの足掛かり、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会への農産物供給への対応などを目的に千葉県が確認し評価・認証する仕組みです。

(注10) H A C C P

・H A C C Pは、原材料の受入れから最終製品までの工程ごとに、微生物による汚染、金属の混入などの危害要因を分析(H A (Hazard Analysis))した上で、危害の防止につながる特に重要な工程(C C P (Critical Control Point))を継続的に監視・記録する工程管理システムです。

(注11) グリーン・ブルーツーリズム

・農山漁村の豊富な地域資源を活かした、自然体験や農業体験、伝統の食文化を味わう農家レストラン等、都市と農村を結ぶ旅行形態です。

(注12) エコツーリズム

・地域ぐるみで自然環境や歴史文化など、地域固有の魅力を観光客に伝えることにより、その価値や大切さが理解され、保全につながっていくことを目指していく仕組みです。