

(3) 「ちばの豊かな食卓」から、食への感謝の心や農林漁業への理解の増進と地域の活性化の推進

施策の方向：①「食」と「農」を身近に感じ、ちばの食文化に触れ、食の宝庫「ちば」に育った喜びを実感できる食育を推進します。
 ②「いただきます」「ごちそうさま」の感謝の気持ち、「もったいない」の大切に使う心を言葉にする日本独特の食文化を大切にします。



施策 3-1 生産者とのふれあいや都市と農山漁村の顔の見える交流の促進と体験を通じて食を学ぶ取組の推進

□子どもの頃から、農林水産物の生産における様々な体験を通して、食に対する関心と理解を深めることが重要です。このため、農林漁業者やその関係団体は、学校、保育所等の教育関係者と連携し、教育ファーム*等の農林漁業に関する多様な体験の機会を積極的に提供していくことに努める必要があります。国や県、市町村においては、こうした活動が広く浸透するよう、必要な情報の提供やモデル事業の実施などを通して支援します。



教育ファーム

自然の恩恵や食に関わる人々の様々な活動への理解を深めること等を目的として、市町村、農林漁業者、学校などが一連の農作業等*の体験の機会を提供する取組をいいます。(*同一作物について2つ以上の作業を年間2日以上の間行う。)



- 体験活動を伴う食育は、高い学習効果が得られることから、千葉県農業協同組合中央会と連携し、農業体験の実施を支援する「学童農園推進事業」に取り組みます。また、農林水産部と連携し、県の特産物を栽培し、調理、会食するという体験を通して作る喜びを実感し、「命の大切さ」「身体と心」等について理解を深める「ちばっ子元気に」食と農の体験事業に取り組みます。
- 農業に関する学科を設置する多くの高等学校は、「魅力ある高等学校づくりチャレンジ支援事業」や「小中高連携の特別授業」等により、農業体験や講習会等を実施し、小中学校や地域と連携を推進します。
- 都市と農山漁村を結ぶ交流拠点として地域の活性化に大きく貢献している農林水産物直売所の活性化と都市と農村の交流をさらに促進するため、直売所同士のネットワーク化の促進と県産農林水産物をアピールするための販売促進イベントの開催を支援します。

□都市住民が農作業や収穫を体験し、千葉県のアgricultureや自然を実感することで、県産品とそれを生み出す産地について理解を深めてもらい、さらに県産品の消費拡大につなげるため、米・野菜・果樹・花きなどの農産物オーナー制度や農林漁業体験施設の積極的な展開・拡充を支援します。

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇農産物オーナー制度・農林漁業体験施設の拡充(交流施設等の整備支援)	—	15箇所(H22)	⑦	

□都市農業への理解の促進を図るため、都市地域において農業協同組合やNPO等が行う、農家と地域住民の交流活動や農業への理解促進のための啓発活動などを支援します。

□農地・水・環境保全向上対策の農村環境向上活動において、「学校教育との連携」や「都市住民等との交流」による「農業体験活動」を拡大し、「農業」や「食」への理解の促進を図ります。



子供達による古代米の田植え・稲刈り・おだかけ

また、広報誌やホームページ等による活動事例等の情報発信を行い、県民への啓発を行います。

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇農地・水・環境保全向上対策で農業体験を実施する地区数	12地区(H19)	50地区(H22)		

□漁業協同組合や漁業者グループ等が行う直売事業、体験漁業、観光漁業等の取組や人材育成の取組を支援し、漁村の活性化に取り組みます。

□誰もが安心して訪れることのできる漁村づくりに向けて、既存漁港施設などを活用して、自然体験型余暇空間、海洋性レクリエーションの活動拠点、海の文化の継承の場等の整備を支援し、漁港・漁村と都市の交流を進めていきます。

□日本酪農発祥の地である安房地域にある「千葉県酪農のさと」を活用し、酪農に関する資料の展示や学習機会の提供などにより、都市と農村の交流を進めていきます。

施策 3-2 豊かな自然と豊富な食材に恵まれた「ちば」を体感する「千葉県型グリーン・ブルーツーリズム*」の推進

□近年、心の癒しや安らぎを求めて自然豊かな農山漁村に訪れ、農林漁業を体験したり地域の人々と交流を楽しんだりするグリーン・ツーリズムに関心が集まっています。千葉県では、豊かな大地があり、三方

を海に囲まれていることから、こうした体験・交流活動を「グリーン・ブルーツーリズム」と呼んでその推進を図っています。平成15年2月に策定した、「大地と海の『グリーン・ブルーツーリズム in ちば』推進方針」に基づき、県内を6つのエリアに区分し、地域の特色をいかした、農山漁村での滞在型余暇活動、日帰りでの農林水産業の体験活動、身近な市民農園等での農業体験活動さらには、直売施設等を介した地元産農林水産物の購入活動（千産千消）など、観光産業をはじめ地域の関連産業と一体となって積極的に推進します。



関連サイト情報
 サイト名：大地と海のグリーン・ブルーツーリズム in ちば

運営・管理：農林水産部農村振興課
 アドレス：<http://www.pref.chiba.lg.jp/nourinsui/06seibi/tiiki/greenblue/index.html>

*都市に住む人々が農山漁村で余暇活動に加え、本県の立地条件をいかした日帰りによる農林漁業体験や、身近な市民農園での農業体験、農林水産物直売施設や観光農業を通じた「千産千消」の取組等、都市と農山漁村の交流に関する幅広い取組

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇農林漁業体験施設数	389施設 (H18)	408施設 (H22)		

- 都市住民のニーズに対応する良質なグリーン・ブルーツーリズム資源の創出や既存資源の一層の活用を図るための簡易な施設整備への支援を進めます。また、体験プログラムの企画立案や体験指導者としての役割を担える人材の育成を図ります。
- 都市と農山漁村の交流の促進や定住・二地域居住の受入を促進するために、市町村をはじめ、生産者、NPO、商工業者など多様な関係者が参画し、地域の魅力向上のための自主的な取組を行う住民参加型のモデル地域づくりを支援します。
- 「ちば直売所ガイドブック」、「農林漁業体験・農林漁家民宿・農林漁家レストラン ガイドブック」や県ホームページ「大地と海のグ

「リーン・ブルーツーリズム in ちば」で農林漁業体験施設や直売所の紹介、交流拠点施設や直売所等で行われるイベント情報を掲載するなどにより観光農業関連施設のPRを行います。



目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇農林水産物直売所での購入者数の増加	67千人／箇所(H18)	69千人／箇所(H22)		

□旅行において、「食」は旅行目的の大きな要素であることから、「食」をテーマとした魅力ある周遊ルートを策定し、ホームページ等を活用して来訪者へ提案するとともに、観光キャンペーンでの積極的な紹介、メディア、旅行会社等への売り込みツールとして活用していきます。併せて、市町村域を越えて連携する地域の取組について支援していきます。

関連サイト情報
サイト名：ちばの観光まるごと紹介

運営・管理：商工労働部観光課
アドレス：<http://www.kanko.chuo.chiba.jp/>

□県ホームページ「ちばの観光 まるごと紹介」等で季節の食材を使った料理、体験農業、イベントの紹介など季節ごとの観光キャンペーンと連動した「旬」の情報提供に取り組んでいきます。

□小中学生の教育旅行の受入に当たっては、農林漁業体験プログラムが積極的に取り入れられています。本県特有の自然や文化の中で培われた食生活文化をわかりやすく伝えていく人材を育成するとともに、学校教育の視点を取り入れたプログラムとしてさらに磨きをかけ、千葉の魅力を伝えていきます。また、千葉に来訪していただけるよう関係事業者と一体となり、積極的な誘致活動を行います。



□太巻き寿司や干物づくりなど食体験プログラムが実施されていますが、今後も千葉県の食材を来訪者が自ら料理を体験し、食するとい

う体験プログラムの開発に取り組みます。

- 県ホームページ「千葉さかな倶楽部」により魅力ある漁村の情報発信を行うとともに、水産物直売所等との連携による「千葉の海」丸ごと満喫キャンペーンを展開し、漁業体験や県産水産物等のPRを行い、都市住民の漁村地域への来訪を促すブルーツーリズムを推進します。
- ブドウやブルーベリー、プラムなど果樹の栽培品目を増やし、観光果樹園の開園期間の延長を図ります。また、地域にあるイチゴや花などの観光農園との連携を進め、年間を通して楽しめる観光農園の産地化と施設のバリアフリー化を進め、消費者に選ばれる観光農園産地づくりを進めます。
- 市民農園は、家族一緒の土との触れあいの場であるとともに、農業体験の場、生産者と消費者の交流の場であり、農業生産の仕組みや農業の果たしている役割を理解する貴重な機会を提供しています。また、学童・学校農園として、子どもたちの農業体験活動の場としても活用が期待されています。本県では、都市住民が日帰りで利用するタイプが多く設置されていますが、農作物の栽培指導等を行う都市住民と地域住民との交流を図る農園も設置されています。今後市民農園の整備の促進を図るため、開設者に対し、市民農園に対するニーズや整備内容に応じて、整備が円滑に進むよう情報提供を行いながら支援していきます。

施策3-3 「おいしいちば」を実感する千産千消・旬産旬消の推進

- 600万人の県民を擁する大消費地であり、全国有数の農林水産県である特徴を活かし、身近に新鮮でおいしい農林水産物が豊富に生産されていることを知ってもらい、よき理解者となって県民に愛着を持って県産品を消費してもらい、他の産地には真似のできない、千葉県らしさを発揮した「千産千消」の取組を推進します。
「千産千消」は、地域の消費者のニーズに即応した農林漁業生産と、生産された農林水産物を地域で消費しようとする活動を通じて、農林漁業者と消費者を結びつける取組であり、消費者が、生産者と「顔が見え、話ができる」関係で地域の食材・食品を購入する機会を提供し、地域の農林漁業と関連産業の活性化を図る取組です。食（住）と農が近接し、食の宝庫であるちばの特長をいかして千産千消を推進し、消費者の「地場産物」への愛着心や安心感を深め、地場産物の消費拡大と地場産業を活性化することで、日本型食生活や食文化が守られ、「地域を元気に」、「ちばを元気に」することにつながります。

□千産千消の更なる展開を図るため、市町村食育推進計画の策定促進と連携を図りながら、市町村や農業協同組合等による「地産地消推進計画」の策定を促進します。また、JA*食農教育プランの基本方針である、農業体験学習・農・自然環境への理解促進、地場産農産物の学校給食への供給、生活文化・食に関する教育への取組、直売所の設置等地産地消の推進、都市と農村との交流の取組、地域におけるネットワークづくりと推進体制の確立などについて、**農業協同組合**や市町村等との連携を図り、地域における取組が促進するよう努めます。

*全国農業協同組合中央会が組織する農業協同組合グループ

□全国に誇る多種多様で豊富なちばの優れた農林水産物は、本計画のめざす食を通じた人づくりを支える重要なちばからとなるものです。新鮮でおいしい、安全・安心なちばの農林水産物を将来にわたり安定的に供給し、常に信頼され、選択されるものとしていくことが、農林水産業の活性化、地域の活性化につながります。このため、平成20年度から22年度までの3年間における緊急に取り組むべき農林水産物総合販売戦略を策定し、重点的に取り組み千葉県農業の新たな展開を図ります。

農林水産物総合販売戦略の基本理念

- ①お客様の視点を大切にします
- ②「ちば」らしい流通販売を構築します
- ③県産品のファンづくりを進めます

《4つの緊急対策》

- ・「ちば」の顔が見えるプロモーション
- ・千葉県の特徴をいかした流通体制の確立
- ・お客様が求める商品づくり
- ・産地とお客様との双方向交流の実現



□千葉県産農林水産物ディスカバーキャンペーン（DC）を実施し、春夏秋冬、切れ目なく、集中的に県産農林水産物の統一的なPRを行い、消費者等に向け県産農林水産物のイメージアップを図ります。**さらに**、その背景にある産地や物語について消費者等が共感し、「農林水産物といえば ちば」を認識してもらうことで、県産品のファンとなってもらい、県産農林水産物の購買を促進します。

□品質が高くおいしい農林水産物が育まれることをイメージできる統一的なキャッチコピーによるPRや観光関係団体、消費者、交通機関、農産物直売所、市町村等の参画及び協賛を募り、観光プロモーション等と連携**します**。オール千葉県で事業の推進を図り、消費者等に産品を食し、産地を感じてもらうことで、「からだ（舌）で味わ

- い」、「心で共感してもらい」、県産農林水産物の購買を促進します。
- 四季ごとの県産食材を使用したメニューをホテル・レストラン等に提案してPRを行います。高校生や大学生などのアイデアを活用した直売所・道の駅駅弁コンテストの実施など産地・産品を感じてもらえる機会づくりやスタンプラリーの実施により都市農村交流イベントの紹介と訪問促進など、観光と連携した産地・産品の紹介を行います。
 - 県産品を利用した料理の提供を行う県産品利用促進店舗や、県産畜産物の表示をして販売する県産畜産物表示販売協力店の設置を進めます。さらに、近年人気の「エキナカ」を活用し、駅中ショップの拡大・推進を図ります。

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇県産品応援店舗等の設置 ・県産品利用促進店舗 ・県産産物表示販売協力店 ・千葉さかな倶楽部協力店 ・駅中ショップ ・アンテナショップの開設支援	—	<ul style="list-style-type: none"> ・県産品利用促進店舗 100店(H22) ・県産畜産物表示販売協力店 100店(H22) ・千葉さかな倶楽部協力店 50店(H22) ・駅中ショップ 10事業体(H22) ・アンテナショップの開設支援 	⑦	

- 新ブランド製品のデビューによる県産品の「顔」づくりを目指します。
- 県産銘柄豚の統一名称「チバザポーク」の販売店舗における表示の推進や、ブランド豚肉の情報発信により県産豚肉の購買を促進します。
- 千産千消・千産全消*推進月間（目標：年4回：6月、9月、11月、2月）を設定し、千産千消・千産全消による県産品の販売促進を図ります。関係機関、団体等と連携して、イベント等を活用し、生産者が消費者に直にPRするとともに、消費者ニーズを肌で感じる機会を設けるなど、お互いの顔が見える関係の構築を図ります。

*農林水産物の供給県として、大きな供給量をいかし、新鮮でおいしい、「ちば」の農林水産物を全国の消費者に向けてPRし、消費してもらう取組

- 総合量販店の県内拠点店舗において、各企業の戦略に対応した特色ある県産品コーナーの設置を進めます。
- 「千葉県らしさ」を打ち出したアンテナショップを開設する民間企業に対して支援を行い、県産品に対する消費者ニーズの把握・情報発信・商品開発・販路拡大等に活用します。
- 県民だよりやホームページ「教えてちばの恵み」などの活用や、県内の地域メディアを通じた情報発信、物語性のある県産品PRをちばロゴ・エコロゴを活用して行います。消費者に県産品を印象づける広報活動を強化し、認知度を上げて千産千消を進めます。



ちば

ちばロゴ



エコロゴ



ちば県民だより 「平成20年2月号」から

□本県産の新鮮な農産物が購入できる千産千消を推進するため、年間を通じた安定供給の確立、県内産地間連携や卸売市場と連携した商品開発・流通体制の拡充を行い、千産千消ネットワーク体制の強化を図ります。

□食の外部化が進み、家庭で調理して食べる機会が減少している中、バランスのとれた日本型食生活に欠かすことのできない、野菜や米、魚の消費量は減少傾向にあります。このため、「ちば型食生活」は、「ちばの食材」と「ちばの食文化」を大切にした日本型食生活の良さを取り入れた食生活の実践を目指しています。特徴ある商品づくりの推進と農林水産物直売所などを核に地域資源をいかした観光と連携した産地と消費者との交流を進め、県産品のファンを育てる取組を推進し、消費拡大につなげていきます。

□学校給食における地産地消を推進するための「千産千消デー」を設け、地域でとれる食材や食文化等の理解を深めるとともに、各市町

関連サイト情報

サイト名：ちばの海と大地からの恵み
教えてちばの恵み

運営・管理：農林水産部生産販売振興課
アドレス：<http://www.megumi.pref.chiba.lg.jp/>

村の地場産物を活用した学校給食の提供に努めるよう市町村に協力を要請します。

- 学校給食における千産千消の推進及び栄養バランスに優れた日本型食生活の推進を図るために、市町村と協力して県内及び地元産米を使用した米飯学校給食の回数を全国トップレベルまで引き上げるように努めます。

【参考】米飯給食週平均実施回数上位都道府県：福井県3.7回、高知県3.6回、山形県・新潟県3.5回(平成18年度米飯給食実施状況調査から)

- 米飯学校給食の実施回数の拡大や県産米粉を使用したパン等の利用促進に向けた検討を進めます。
- 「千葉県食育推進計画」の内容を周知し、学校における食育の一層の充実を目指して、学校給食に関わる教職員及び生産者団体等を対象に「いきいきちばっ子食育推進事業」を開催します。
- 農業に関する学科を設置する高等学校の中には、自校で生産した農産物等を地域の小中学校に提供し、交流を深めている学校もあることから、こうした取組を支援します。
- グリーン・ブルーツーリズムや体験農業と通じて、水田の有する機能や県産米の理解を深めるとともに、ホテルなど観光事業者へ県産米の利用の拡大を推進するなど、観光とも連携した県産米の消費拡大を図ります。
- 粒が大きく見栄えがし、食味のよい県育成品種「ふさこがね」をちばエコ農産物として生産し、無洗米として提供することで、「環境にやさしい」という特徴を打ち出し消費者へPRしていきます。また、8月・9月を新米販売強化月間に設定し、集中的な広報活動や企業とタイアップしたクッキングコンテストやイベントの開催などにより、県産米の知名度アップを図ります。

- 千葉のさかなを「味わう」、「買う」、「料理する」などの情報を、県ホームページ「千葉さかな倶楽部」を活用して情報発信するとともに、消費者との情報交換等を進めていきます。また、全国に誇れる質の高い県産水産物を「千葉ブランド水産物」として認定し、積極的なPRにより千葉のさかなの全体的なイメージアップを図り消費拡大につなげます。さらに、

関連サイト情報

サイト名：千葉さかな倶楽部




運営・管理：農林水産部水産局水産課
アドレス：<http://www.pref.chiba.lg.jp/sakana/>

子どもの頃から「食」に関する知識をわかりやすく普及するため、

旬の県産水産物や各地域の漁業等の情報を継続的に発信する「おさかな通信」をホームページ上で発行することで「千産千消」を推進します。



- 県下の農林水産物直売所のネットワーク化を進め、「千葉の直売所採りたて新鮮フェア（仮称）」の実施や「千葉の海まるごと満喫キャンペーン」の実施により県産農林水産物のPRと販売促進、生産者と消費者の交流を図っていきます。
- 県内の農林水産業と食品産業が連携した組織であるちばの「食」産業連絡協議会を活用し、食品産業等と連携した県特産物を使用した高付加価値商品の開発を進めます。

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇ちばの「食」産業連絡協議会での食品産業等と連携した新商品開発	—	新商品 3品目(H22)		

- 消費者の目線から消費者が求めるちば野菜の情報を把握し、生産現場でいかすことを趣旨に、消費者が主体となった「ちば野菜サポーター制度」を創設します。千葉県農林水産物ディスカバーキャンペーンと連携し、制度の周知とサポーターの募集を進め、サポーターが参画した「ちば野菜情報誌（旬の野菜、産地情報など）の発行、「消費者の提言に沿った販売戦略の展開」などにより、ちば野菜の魅力・名声と評価の向上を目指します。

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇ちば野菜サポーター制度の創設 ・ちば野菜サポーター募集	—	1,000人 (H22)	⑦	

- 千葉県牛乳普及協会が実施している骨密度測定や、牛乳を使った料理講習会及び料理コンクールの開催に協力し、カルシウム摂取率が高い牛乳・乳製品に関する理解の醸成を図り、消費の拡大に努めます。
- 平成22年度に開催する「ゆめ半島千葉国体・ゆめ半島千葉大会」において、ちばの食を全国に向けPRしていきます。
- 食をグローバルな視点で捉えたフードマイレージ*の考えや地域環境・自然環境の保全、水源のかん養、良好な景観の形成など農林水産業の持つ多面的な機能などについて情報発信を行いながら、千産千消の推進が環境面からも大切であるという意識の醸成を図ります。

*食料が輸送される距離と量を、「重量×距離」で表し、数値が高いほど、輸送のために大量の燃料がかかり、環境への負担となることを示す指標

施策3-4 環境と調和のとれた農林水産業の活性化

- ちばエコ農産物の生産拡大に努めるとともに、露出度アップと効果的な販売促進を図ることで、生産から流通・販売まで一体となったちばエコ農産物の拡大戦略を進めます。県ホームページ「ちばエコ農業情報ステーション」の開示情報の充実や「ちばエコ農業」推進シンポジウムの開催などにより、環境負荷低減型農業としての「ちばエコ農業」に対する県民の理解促進を図ります。また、ちばエコ野菜栽培に適した品種の選定やオールエコ（エコにこだわった）産地づくりに取り組みます。

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇「ちばエコ農産物」を認知している県民の割合の増加	42.5% (H19)	50% (H20) さらに増加 (H22)		①
◇ちばエコ野菜の拡大 ・ちばエコ野菜栽培の適した品種の選定 ・ちばエコを印象づける品目産地拡大 オールエコ(エコにこだわった)産地	—	15品目 (H22) 20ha(H22)	⑦	
◇ちばエコ農産物販売協力店数	201店 (H17)	550店 (H20) さらに増加 (H22)		



- 農業に関する学科を設置するいくつかの高等学校では、自校で生産した農産物において、ちばエコ農業を推進します。
- 本県は、全国有数の畜産県であり、飼育されている家畜の排泄物は、肥料効果、土壌改良効果の優れたたい肥になって環境にやさしい農業に活用されています。たい肥利用農家の拡大や必要な施設・機械の整備を支援することにより、資源循環をさらに進めていきます。
- 漁場環境を保全するため、水産加工排水処理施設の整備や漁場清掃事業を支援します。さらに、森・川・海は一体であるとの考えのもとで漁場環境保全を進めるため、漁業者、林業者、有識者、地域住民等からなる協議会等を開催し、流域住民への普及啓発を推進します。また、東京湾では水産生物の生息に大きく影響を及ぼす貧酸素水塊の発生状況の調査・情報発信を行います。

関連サイト情報

サイト名：ちばエコ農業情報ステーション





運営・管理：農林水産部安全農業推進課
アドレス：
<http://www.agri.pref.chiba.lg.jp/eco/index.html>

施策3-5 地域の優れた食文化や食習慣の継承

□ 県栄養士会、県調理師会及び県食生活改善協議会など食を通じた健康づくりに関係する団体や関係機関と連携し、地域に根ざした食文化の育成や伝承、地域特産物の活用などによる「ちば型食生活」の実践や「食事バランスガイド」の活用を図り、食生活の正しい知識の普及・定着に努めます。



親子の郷土料理教室

□ 千葉県の特産物を活用した郷土料理をベースにした「千葉版食事バランスガイド」を作成し、千産千消や郷土料理の普及・啓発活動に活用します。

□ 豊かな自然に囲まれ、多彩な食材に恵まれた千葉県では、県内各地でそれぞれの風土を活かした郷土料理が作られ、伝えられてきました。こうして育まれてきた千葉の食文化について県民の理解を図るため、県立博物館においても、地域の食文化に関する講習会をはじめ、郷土料理の調理体験教室や、伝統的な漁法に基づく魚介類の採集や講座等を実施します。

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇「千葉の食文化まるごと体験」の事業数	32事業(H18)	事業数増加(H22)		



ありがとう

よくかんで 恵みに感謝 ありがとう

広げよう！ちばの食育 「食育啓発標語」入選作品から

□ 食文化を含めた現代の千葉を特徴づける題材、県民の誇りとなる題材を選び、過去と現在の移り変わりと結びつきを紹介する40編の物語集「ふさの国 今昔」を刊行しましたので、これを県内の小中学校、高等学校、図書館等の教育施設へ配布し、郷土「ちば」を知るための資料として活用します。



□ 本県の歴史や文化、自然、産業をはじめ、地球温暖化や生物多様性、防災、食育など、幅広い分野について考えながら学ぶことができる「ちば・ふるさとの学び」テキスト（仮称）を作成し、郷土を理解し地域から世界に目を向けることができるような教育を推進します。

□ 高等学校「家庭総合」では、栄養、食品、調理などについて科学的に理解させるとともに、食生活の文化に関心をもたせ、必要な技術を習得して充実した食生活を営むことができる指導内容の充実を図ります。また、生活文化に関心をもたせ、それを伝承し創造しよう

とする意欲をもたせる指導の工夫・改善に努めます。

- 「ちばの食育」ホームページのほか、県のホームページを活用して、郷土料理や特産品等に関する情報を提供していきます。

関連サイト情報
サイト名：ちばのふるさと料理

運営・管理：農林水産部担い手支援課
アドレス：
<http://www.pref.chiba.lg.jp/nourinsui/07kairyo/tradition/index.html>

関連サイト情報
サイト名：房総の魅力500選




運営・管理：環境生活部文化振興課
アドレス：
http://www.pref.chiba.jp/syozoku/e_bunka/bunkajyouhou/bousounomiryoku/index.html

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇自宅で行事食を伴う伝統行事を行っている県民の割合の増加	83.3% (H19)	90%以上 (H22)		①

- 農村地域では、女性が生産活動に携わっているだけでなく、地域活性化の担い手となっています。郷土料理や地元の食材を使用した農産加工品などの販売や直売所・飲食店等の経営に取り組み活躍する女性が増えています。県では、いきいきとした農村づくりを目指して、農村女性の起業活動をネットワークづくりやホームページでの情報提供などを通じて支援します。
- 千葉県漁村の歴史、食文化、伝統行事等を新たな視点から再検討し、未利用地域資源の発掘に努めます。また、漁村の歴史や文化的に重要な地域の特産物や季節限定的な水産物を戦略的にいかしたり、これまで利用されていない伝統漁法を観光にいかしていくことを検討します。
- 料理教室等へのおさかな普及員等の派遣や、小中学生を対象とした「食の源」探訪・体験実習を行い、魚食普及活動による水産物の消費拡大と食育を推進します。

施策 3-6 バイオマスの利活用と食品リサイクルの推進

- 平成15年5月に策定した、「バイオマス立県ちば推進方針」に基づき、全国有数の農林水産業の生産力、製造業の技術やインフラ、商業・流通業の集積、大学・研究機関等の技術研究・開発など、本県の有するバイオマス資源*を利活用するうえでの高いポテンシャル

を最大限に活用し、競争力のある産業と豊かな環境が両立する活力に充ちた「バイオマス立県ちば」を目指します。

*bio（生物資源）と mass（量）を組み合わせた言葉で、「再生可能な生物由来の有機性資源で化石資源を除いたもの」を指す。特徴として、太陽エネルギーを使って生物が合成したものであるため、生命と太陽がある限り、枯渇しない再生可能な資源であること及び焼却等しても大気中の二酸化炭素を増加させない性質がある。

- 県民や事業者などにバイオマスは資源として利活用されるべきものであるとの意識や利活用する生活習慣が定着することが重要です。そのため、県民や事業者等を対象としたシンポジウムの開催、環境イベント等への出展、講演などを行い、バイオマスに関する理解の醸成に努めます。
- 県内の地域特性をいかした4つのバイオマスタウンづくりを総合的・計画的に推進する中で、その一つとして、アグリ・バイオマスタウンづくりを推進します。国の交付金などを積極的に活用し、食品残さなどの堆肥化、飼料化、炭化による有効活用や農林水産業と連携したメタン発酵等によるエネルギー利用、ガス化エネルギー変換等を推進します。

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇バイオマスタウン中核施設の設置か所数(累計)	1か所 (H15)	10か所程度 (H22)		
◇食品廃棄物の利用率	30% (H15)	60%以上 (H30)	⑤	

- これまで利用が進まなかった調理場や食品販売店など流通の末端から発生する食品残さについて、飼料としての活用技術が整ってきました。豚及び鶏用の飼料として積極的な活用を図るため、食品系残さ飼料（エコフィード）製造施設の建設への支援や生産者へのエコフィードの普及と消費者への積極的なPRを行い、利用を促進します。

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇食品残さ飼料(エコフィード)の積極的活用(エコフィード給与目標)	—	養豚: 16戸 60,000頭 (H22) 養鶏: 15戸 800,000羽 (H22)	⑦	

- 畜産農家のエコフィード利用の機運が醸成されてきたことから、県内エコフィードの本格的な流通のため、食品業界（排出業者）に対して飼料化に係る啓発を実施しながら、エコフィード製造会社、畜産農家等とのマッチングを行い、食品残さの飼料化拡大につなげます。

施策 3-7 環境にやさしいライフスタイルへの転換と「ちばのうまい食
材食べきり運動（仮称）」の推進

□現在の大量生産、大量消費、大量廃棄の社会システムから、資源が循環する社会をつくり、地球温暖化を防止するためにも、ごみを減らし、ものを大切にするライフスタイルへの転換を目指します。

目標項目	現状値	目標値	関連計画	出典
◇1人当たりの一般廃棄物(ごみ)の排出量	1,113グラム(H18)	950グラム(H30) 22年度目標を次期廃棄物処理計画で設定予定	⑤	
◇一般廃棄物(ごみ)の再資源化率	24.6%(H18)	40%(H30) 22年度目標を次期廃棄物処理計画で設定予定	⑤	

□買い物から料理、後片付けまでの一連の流れの中で、必要な物を必要な量だけ購入し、廃棄物となるような過剰な包装の物はなるべく避け、持参した袋で持ち帰り、調理や保存、後片付けなどに必要なエネルギーをむだなく使用するなど、環境に配慮した食生活の普及を推進します。

□資源循環型社会づくりを推進していくためには、県民、事業者、行政が個々にではなく、協働して3R*に取り組むことが必要であり、効果的です。このため、インターネットなどのメディアを活用した情報発信やポスター、チラシの作成・配布など広報活動により3Rの普及啓発に取り組みます。3Rの啓発・推進を図るとともに、食材などの限られた資源を大切にする心の醸成を図り、また、消費者である県民、事業者、行政が一体となって廃棄物の減量化への取組を実践するよう、シンポジウム等のイベントを開催します。

*3Rとは、リデュース（廃棄物の発生抑制）、リユース（再使用）、リサイクル（再生利用）に取り組むことをいいます。

□ものを大事にし、使い捨てや無駄な購入を避け、ごみを出さないライフスタイルの実践に向けて、普及啓発や環境学習の推進に努めます。また、現在の環境問題は、資源・エネルギー、食料、人口など様々な課題とも複雑に関連していることから、問題の背景や原因を多面的・総合的にとらえる目を養っていくという視点からも環境学習を進めていきます。

□資源循環に配慮する意識が行動に結びつき、さらに単なる流行でなく、当然のライフスタイルとして実践されるよう、NPO等と連携

して新たな普及啓発の方法を検討します。

- 資源循環型社会づくりに前向きに取り組む各主体の一層の励みになるとともに、連携先の確保やさらなるさらなる賛同者の拡大につなげていくために、県民、NPO・NGO、事業者、行政等による環境配慮活動事例について、「千の葉エコプロジェクト」として取りまとめ、(財)千葉県環境財団のホームページに掲載します。さらに、登録した活動事例について、相互の活動の情報交換等、連携を図ります。
- 健康づくりや千産千消などの分野の施策と資源循環の視点を組み合わせることにより、より効果的な廃棄物の発生抑制が可能となります。食の視点から環境について考え、環境に配慮した日常生活を営む行動を広げていくことが大切です。本県は、農林水産県として豊かな食材に恵まれています。これらの食材を通じて購入から食事に至るまで、生ごみの排出抑制を図るため、県民をはじめ飲食店等の協力を得て、家庭や外食時において食べ残しを減らし、食べきりを推進する「ちばのうまい食材食べきり運動」(仮称)を展開します。