

金沢産農産物ブランド新戦略

金 沢 市

は じ め に

金沢には藩政期から地域の気候、風土、文化に培われた多くの特産野菜があります。また、熱意ある篤農家がそれらの品目に磨きをかけ、土地に適合し、市民に愛される農産物へと高め、豊かな食文化を支えてきました。

こうした個性豊かな伝統野菜の魅力を市内外へ発信することにより、生産と消費を拡大し、次世代へ継承するため、金沢市農産物ブランド協会が発足され、生産者・流通業者・実需者及び行政が連携して、金沢産農産物のブランド化を推進してまいりました。

現在、15 品目の伝統野菜を「加賀野菜」として、生産体制が充実し、競争力の高い3品目を「金沢そだち」として、その魅力を発信するため、さまざまな取り組みを行っております。

今日、全国的に農産物の価格が低迷し、産地の高齢化や担い手不足が進行するなか、農産物の地域ブランド化の取り組みが各地で増加し、産地間競争が激しくなっています。

こうした状況の中、本市では「金沢の食文化の継承及び振興に関する条例」において、加賀野菜をはじめとした本市の農産物を「金沢の食」を構成する要素のひとつと位置づけています。さらに、「和食」のユネスコ無形文化遺産登録や、北陸新幹線の金沢開業などによる食への関心の高まりは、金沢産農産物の発信にとっての追い風となり、この好機を逃すことなく、新たな取り組みが求められているところであります。

そこで、本市では、これまでの取り組みを検証するとともに、今後の新たな取り組みについての方向性を定めるため、「金沢産農産物ブランド新戦略」を策定しました。本戦略では、金沢産農産物のブランド力向上に向けた取り組みを「生産」、「流通」及び「消費」の各局面に整理し、魅力発信とそれを支える生産体制の確立に努めることとしています。

この戦略に基づく施策を推進するにあっては、生産者や農業団体、流通販売業者、教育機関などとの連携に加え、市民の皆さまのご協力が不可欠であります。今後とも一層のご支援、ご協力をお願い申し上げます。

最後に、本戦略の策定にあたりまして、ご意見、ご提言をいただきました策定委員会の皆さまをはじめとした関係各位に対し、心から感謝申し上げます。

平成 27 年 4 月

金沢市長 山野 之義

目 次

序 章 金沢ブランド農産物新戦略の概要

1. 金沢ブランド農産物の概要	1
2. 新戦略策定の趣旨	1
3. 新戦略の位置づけ	1
4. 新戦略期間	1

第1章 現状と課題の整理

1. 現状と各種団体・関係者の意向調査を踏まえた課題の抽出	4
-------------------------------	---

第2章 金沢産農産物のブランド化推進に向けた施策の体系

1. 施策体系	6
---------	---

第3章 金沢産農産物のブランド化推進に向けた施策内容

1. 生産における施策	8
2. 流通における施策	14
3. 消費における施策	18

第4章 推進体制

1. 各関係者の役割	22
2. 新戦略の進捗管理	23

資料編

資料1. 金沢ブランド農産物の概要	24
資料2. 各種団体・関係者の意向調査	46
資料3. 金沢産農産物ブランド新戦略策定の経緯	61
資料4. 金沢産農産物ブランド新戦略策定委員会委員名簿	61

序章 金沢産農産物ブランド新戦略策定の概要

1. 金沢ブランド農産物の概要

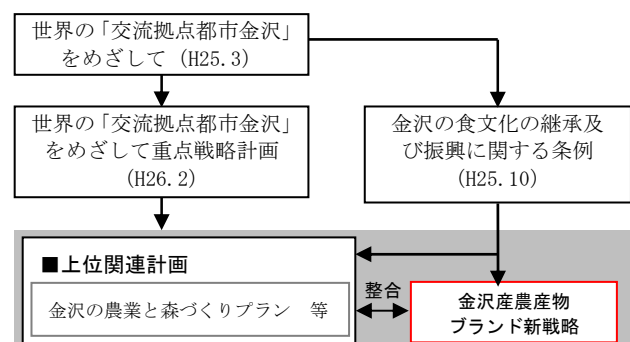
- ・金沢市には、藩政期から季節感に富んだ伝統野菜（特産野菜）が存在し、加賀料理をはじめとする豊かな食文化が継承されてきました。
- ・しかし、戦後、大量生産可能な一代交配種（F1）の台頭や生産農家の減少等により、伝統野菜の存続に対する危機感が高まり、平成4年には金沢市地場農産物生産安定懇話会から伝統野菜の生産、消費振興等に対する提言がなされました。
- ・そこで、本市では、平成9年に金沢市農産物ブランド協会を発足し、加賀野菜の認定制度、金沢そだちの認証制度等を創設しました。
- ・加賀野菜は、「昭和20年以前から栽培され、現在も主として金沢で栽培されている野菜」の定義のもと、現在では15品目が認定されています。
- ・金沢そだちは、「金沢の風土を活かして生産された優れた農産物を認証することにより、消費者への周知と信頼を高め、金沢産農産物のブランド力の向上につなげ、生産の振興と消費の拡大を図る」ことを目的に、平成22年から3品目が認証されています。

2. 新戦略策定の趣旨

- ・本市では、金沢の農業と森づくりプラン（平成19年3月）に基づき加賀野菜や金沢そだちをはじめとする金沢産農産物の生産・消費振興に向けた様々な取組を推進してきました。
- ・また、平成26年2月に策定された“世界の「交流拠点都市金沢」 重点戦略計画”では「加賀野菜等のブランド力の向上と生産・販売の拡大」「希少農産物の生産拡大とブランド戦略の再構築」等が示されているほか、平成25年10月には「金沢の食文化の継承及び振興に関する条例」が制定されています。
- ・このような状況下において、「北陸新幹線金沢開業」や「全国各地の地域ブランド化への取組強化」「食の安全・安心に対する意識の高まり」「流通の多様化」など、金沢産農産物を取り巻く環境は、大きく変化しています。
- ・これらの社会情勢の変化や消費者ニーズへ対応しつつ、金沢産農産物の更なるブランド力を向上させるため、新たな戦略を策定します。

3. 新戦略の位置づけ

- ・本戦略は、“世界の「交流拠点都市金沢」をめざして”と「重点戦略計画」の主旨を反映するとともに、「金沢の農業と森づくりプラン」等との整合性を図り、策定します。



4. 新戦略期間

- ・本戦略期間は、平成27年度から次年度改訂予定の「金沢の農業と森づくりプラン」の計画期間最終年度とします。
- ・ただし、社会情勢の変化や施策効果に応じて、適宜、見直しを実施します。

<新戦略策定の趣旨>

■これまでの経緯や取組

平成元年度：金沢市新農業構想

● 金沢市地場農産物生産安定懇話会（平成2年～4年）

- ①新しい特産物の開発と伝統野菜の見直し ②多様な地場農産物の流通システムづくり
- ③地場農産物の消費拡大と食文化運動の推進 ④推進体制の整備 4つの柱を提言

平成6年度：金沢市新農政プラン

● 金沢市農産物販売促進検討委員会（平成7年～8年）

● 金沢市農産物ブランド協会の発足（平成9年）

- ・加賀野菜認定制度の構築 ・消費宣伝活動ブランドシール作成、貼付



平成12年度：金沢市農政プラン2010

- ・加賀野菜イメージキャラクター「ベジタン」決定
- ・加賀野菜ホームページ開設
- ・首都圏トップセールス、加賀野菜商談交流会開催（首都圏市場関係者を招待）



平成18年度：金沢の農業と森づくりプラン（金沢市農政プラン2010見直し）

● 金沢ブランド農産物加工・流通推進会議の設置（H19年）

- ・金沢ブランド農産物加工・流通戦略策定
- ・加賀野菜の地域団体商標登録
- ・農産加工アドバイザー派遣制度



● 加賀野菜研究会（H20年）

- ・加賀野菜ブランドの検証
- ・加賀野菜取扱店登録制度を検討

⇒加賀野菜販売店・料理提供店登録開始（H21）
171店舗

● 加賀野菜加工品認証制度検討会（H20年）

- ・加工品の定義と認証基準等を検討
⇒加賀野菜加工品

認証開始（H21年）：58品目

● 金沢ブランド農産物認証制度の策定（H22年）

- ・新ブランド金沢そだち（すいか、だいこん、なし）認証開始：4生産組織

● その他の取り組み

【生産振興】

- ・専門研修の実施
- ・若者農業体験セミナーの開催
- ・加賀野菜等希少品目栽培セミナーの開催

等

【販売促進】

- ・東京、関西、中京でのトップセールス・販促
- ・食文化体験ツアー、創作弁当祭りの開催
- ・加賀野菜フェア・キャンペーンの開催

等



■金沢市における施策等の展開（上位関連計画等）

1) 世界の「交流拠点都市金沢」（平成 25 年 3 月）

- ・金沢がめざす今後 10 年間の新たな方向性を示しており、“世界の「交流拠点都市金沢」の実現～市民が創る誇りあるまち～”を都市像として掲げられています。
- ・また、上記計画の重点戦略計画（平成 26 年 2 月）では、「加賀野菜等のブランド力の向上と生産・販売の拡大」「希少農産物の生産拡大とブランド戦略の再構築」等が示されています。

2) 金沢の食文化の継承及び振興に関する条例（平成 25 年 10 月）

- ・金沢の食文化の持続的な発展に寄与するため、金沢の食文化の継承及び振興を図るための条例であり、市民・事業者・市の役割のほか、金沢の食文化の奨励、情報発信について制定しています。

※「金沢の食」とは加賀野菜その他の農産物等の本市において生産・加工等をされたもの及びこれらを利用した加賀料理、じわもん料理等の料理と定義しています。

■社会情勢の変化

1) 北陸新幹線金沢開業（平成 27 年 3 月）

- ・北陸新幹線金沢開業により、首都圏からの入込客数の増加することが予測されており、この契機に社会的・経済的なプラス効果を最大限に活かすことが求められています。

2) 全国的な地域ブランド化への取組強化

- ・全国各地で農産物等の地域ブランドに関する取組が増加しており、今後ますます地域間競争が激しくなることが予想されます。

地域団体商標出願件数：平成 18 年度 698 件⇒平成 23 年度までに 1,013 件

3) 食の安全・安心への関心の高まりや流通の多様化

- ・食品偽装や輸入農産物の残留農薬問題等の食にまつわる問題が顕在化しており、食の安全・安心に対する消費者の関心が高まっています。
- ・企業との直接取引やインターネット等を介した直接販売など、流通の多様化への対応が求められています。

4) 地産地消の推進

- ・生産者と消費者との結びつきの強化や食料自給率の向上、直売所や加工の取組を通じた農林水産業の 6 次産業化、地域活性化等に寄与することから全国的に取組が展開・推進されています。

金沢産農産物ブランド新戦略の策定

第1章 現状と課題の整理

1. 現状と各種団体・関係者の意向調査を踏まえた課題の抽出

- ・加賀野菜及び金沢そだちの現状の把握と各種団体・関係者への意向調査に基づき、課題を抽出しました。(詳細は資料1、2を参照ください)

<現 状>

【生 産】

統計データ等の整理

- ・農家数は、約10%減少(平成15年→25年)、10戸以下の品目は7品目
- ・栽培面積は、約20%減少(平成15年→25年)、1ha以下の品目は8品目
- ・産地は、金沢市内のほか、一部近隣市町においても栽培

意向調査(主な意見)

- ・栽培が難しく品質の確保が困難であり、栽培コストが高い
- ・一時的な需要への対応や年間を通じた安定供給が困難
- ・後継者が決まっていない農家が多い
- ・新たな品目の追加を検討することが必要

【流 通】

統計データ等の整理

- ・出荷量は、平成15年からほぼ横ばい傾向(約4,000～5,000トン)
- ・出荷量が半減した品目は3品目、倍増した品目は5品目
- ・加賀野菜加工品として23事業者による59商品が登録認証(平成26年)
- ・登録加工品のうち、農業関連事業者は3事業者、6商品を登録

意向調査(主な意見)

- ・生産や流通量を踏まえた品目ごとの対策や秀品率の低い品目や需要が短期集中する品目の出荷対策が必要
- ・生産者との交流を促進し、互いのニーズを把握することが必要
- ・産地の維持、拡大のためにも農産物を活かした加工品開発が必要

【消 費】

統計データ等の整理

- ・販売単価は、類似品目の単価より高い品目が存在

意向調査(主な意見)

- ・料理方法の提案や加工品開発のほか、金沢に訪訪して食べる機会の創出やストーリーのあるPRが必要
- ・首都圏における加賀野菜の品目別認知度及び金沢そだちの認知度は低い
- ・市内においては、加賀野菜の一部に食経験の低い品目もみられ、金沢そだちでは半数以上が認知していない状況
- ・3大都市圏住民の金沢ブランド農産物に対する食意向は高い
- ・ブランド農産物を購入しない理由
「売っている所がわからない」「普段行く店では売っていないから」等

【上位関連計画・社会情勢】

- ・世界の「交流拠点都市金沢」重点戦略計画の策定
- ・金沢の食文化の魅力発信行動計画の策定
- ・金沢の食文化の継承及び振興に関する条例の施行
- ・北陸新幹線の開業 等

<現状の整理>

【生産】

- ・担い手の確保が必要である。
- ・後継者がいない農家が多く、生産が途絶える可能性のある品目が存在する。
- ・加賀野菜の栽培や品質の確保には、高度な技術を要し、安定供給が困難である。
- ・市内での産地拡大や品目の追加による生産振興を求める意見がある。

【流通】

- ・品目ごとの出荷量に差が生じている。
- ・出荷期間の延長や短期需要への対応、流通業者と生産者の交流の充実を求める意見がある。
- ・加賀野菜加工品を開発している農家は全体の約1割程度である。
- ・産地の維持、拡大のためには加工品開発による高付加価値化が必要である。

【消費】

- ・金沢の食文化や金沢産農産物の魅力発信が必要である。
- ・類似品目より単価の高い品目があり、優位性がある。
- ・首都圏等において金沢ブランド農産物の認知度は低い状況にあるが、食意欲は高い。
- ・金沢に訪れて食べる機会の創出や興味を引き付けるストーリー性あるPRを必要とする意見がある。
- ・市民の金沢ブランド農産物の食経験が低い。

<課題の整理>

【生産】

- 課題1：担い手の確保による生産の維持・拡大
- 課題2：消費者ニーズに応じた栽培技術の確立
- 課題3：新たな品目の育成や市内産地拡大の検討

【流通】

- 課題4：品目ごとの出荷量を踏まえた流通体制の強化
- 課題5：6次産業化や加工品開発等による経営の安定

【消費】

- 課題6：消費者ニーズを踏まえた販売戦略による認知度向上と消費拡大
- 課題7：首都圏等から金沢に訪れて食べてもらう仕組みづくり
- 課題8：金沢市民の金沢ブランド農産物を食べる機会の創出

第2章 金沢産農産物のブランド化推進に向けた施策の体系

1. 施策体系





【施策 1－1】
新たな担い手の育成

【施策 1－2】
高品質で安全・安心な農産物の安定供給

【施策 1－3】
市内産地の拡大と新たな品目のブランド化推進

【施策 1－4】
希少品目の維持、拡大



【施策 2－1】
市内外への販路拡大に向けた流通体制の強化

【施策 2－2】
6次産業化や加工品開発等の取組支援

【施策 2－3】
金沢市農産物ブランド協会の運営の充実



【施策 3－1】
食文化の継承に向けた食育や地産地消の推進

【施策 3－2】
金沢へ来訪し、食べてもらうための取組の充実

【施策 3－3】
ブランドの認知度を高めるPR活動の強化

第3章 金沢産農産物のブランド化推進に向けた施策内容

1. 生産における施策

【方向性】安定した生産体制の確立と品質の向上

施策1-1 新たな担い手の育成

金沢ブランド農産物の新たな担い手を確保・育成するため、金沢農業大学校の研修体制の充実や修了生を支援するとともに、大学等の教育機関と連携した担い手の育成、各種補助制度等を活用した新規就農者支援に取り組みます。

1-1-1. 金沢農業大学校の研修体制の充実・修了生への支援

- ・金沢農業大学校研修生への営農技術実習・指導の充実
(新たなカリキュラムの拡充：「経営能力向上研修」)
- ・金沢農業大学校修了生への農地借上、農業基盤整備、農業機械施設整備等の支援
- ・金沢農業大学校修了生等へのフォローアップの充実
(圃場巡回・営農相談等の指導強化)

＜修了生の就農事例＞

鍋嶋 智彦氏（4期生、赤土町）

- ・夫婦で就農し、野菜の無農薬栽培で、消費者や飲食店等への直接販売にこだわる。
- ・口コミやSNSを活用した発信により評判が広がり、需要も徐々に増加している。

米林 朗氏（7期生、打木町）

- ・両親と兄の4人で家族経営。現在110aの農地を将来は200aまで拡大する意向。
- ・だいこん、かぼちゃ、ねぎ等の露地栽培を中心に、ハウスでベビーリーフ等も栽培。
- ・大根部会とかぼちゃ部会に入り、共同出荷に取り組んでいる。



米林氏の圃場

1-1-2. 新規就農者及び就農希望者に対する育成・支援

- ・各種補助・融資制度の活用（中山間地域遊休農地就農者支援事業（金沢市）、青年就農給付金（国）、青年等就農資金（石川県）等）
- ・若者を対象とした農業体験セミナーの開催
- ・新規就農に関する情報提供及び相談窓口の開設（農地バンク、助成制度等）
- ・地域や産地での受入体制の整備（受入ルールづくり、勉強会開催、部会への加入促進等）
- ・新規就農者等に対する集落内ルールや共同作業等の周知の徹底

＜若者を対象とした農業体験セミナーの様子＞



栽培実習（トマト整枝）



収穫体験

1-1-3. 教育機関と連携した担い手の育成

- ・大学生等を対象とした農業への関心を深める生産者講演会の開催
- ・高校生や大学生等を対象とした生産者との交流セミナーの開催
- ・学生等を対象とした農業インターンシップの実施

施策１－２ 高品質で安全・安心なブランド農産物の安定供給

金沢ブランド農産物のさらなる品質向上を図るため、農業生産管理の徹底を促すとともに、長年培われてきた栽培技術の継承、安定生産・新技術開発への支援に取り組めます。

１－２－１．生産管理の徹底

- ・安全安心な生産と農業経営改善のための農業生産工程管理（GAP）の普及、徹底
- ・品質向上や安定生産のための適切な肥培及び防除管理の周知徹底

（栽培講習会の開催や圃場巡回による指導強化）

- ・生産履歴記帳の徹底
- ・気象や病虫害発生及びその対策等に関する情報の提供
- ・出荷規格の周知徹底のための格付け講習会の開催

<農業生産管理の取組と格付け講習会>



残留農薬検査実施風景



格付け講習会の様子

出典：全農いしかわホームページ

１－２－２．栽培技術の継承

- ・わかりやすい加賀野菜生産技術マニュアルの作成と普及
- ・「農の匠」による技術講習会の実施
- ・生産者間の意見交換会の開催（肥培管理や新技術への対応等）

1-2-3. 安定生産や新技術開発への支援

- ・産地課題となっている生理障害対策等の実施（品種比較試験等）
- ・農作業機械やパイプハウス等の設備導入支援による作付期間の延長
- ・大学等との共同研究による新たな栽培技術の確立
- ・優良種苗の選抜・育成や保存・供給
- ・新たな有望品種の開発

<安定生産・新技術開発への取組>



保水剤の土壌散布実証展示（赤ずいき）



遮光被覆資材の比較実証展示（だいこん）

施策 1-3 市内産地の拡大と新たな品目のブランド化推進

金沢ブランド農産物の振興を図るため、加賀野菜及び金沢そだちの新たな産地の調査、選定を進めるとともに追加品目調査や金沢産米のブランド化に向けた取組を推進します。

1-3-1. 市内産地拡大の検討

- ・認定農業者や集落営農など、多様な担い手への農地の集約化と基盤整備等への支援
- ・適地及び新たな作型の調査、検討

1-3-2. 金沢ブランド農産物の品目追加及び金沢産米のブランド化

- ・加賀野菜、金沢そだち追加品目調査と選定
- ・加賀野菜、金沢そだち追加品目のPR方策の検討と実施
- ・栽培方法や産地等にこだわりを持った生産による高付加価値化の推進
- ・金沢産米のブランド化に向けた条件の調査及びPR方策の検討

＜JA金沢市・JA金沢中央ブランド米＞

		
滝の精	医王のしずく	犀滝の香
		
金沢美人	金沢おとめ	かぐらもち

出典：JA金沢市、JA中央金沢ホームページ

施策1-4 希少品目の維持、拡大

担い手・生産量が少ない金沢ブランド農産物の希少品目を次世代に引き継ぐため、種の保存に向けた栽培技術を継承するとともに、担い手の掘り起こしや産地と大学との連携を強化する取組等を推進します。

1-4-1. 種の保存に向けた栽培技術の継承

- ・加賀野菜等の優良種苗の選抜、育成や保存、供給（再掲）
- ・希少品目の生産技術マニュアルの充実と普及

1-4-2. 希少品目の担い手の掘り起こし

- ・希少品目の栽培推進に向けた講習会の開催
- ・集落営農や大規模園芸農家による希少品の生産推進
- ・転作物としての希少品目の生産推進
- ・里親農家研修の充実
- ・定年退職者を対象とした担い手や農作業ヘルパーの募集
- ・地域や産地での受入体制の整備

(受入ルールづくり、勉強会開催、部会への加入促進等) (再掲)

<希少品目の担い手の掘り起こしに関する取組>



加賀野菜希少品目栽培セミナー



定年退職者を対象としたセミナー

1-4-3. 大学等との連携による産地の活性化

- ・希少品目による特産品づくりの推進
- ・大学生等との協働によるレシピ開発やコンテストなど、産地づくりとPR活動の推進

<大学生との協働による取組>



学生と連携した
金沢藤五郎新リーフレット検討会



伝燈寺里芋を用いた加工品の試食検討会

2. 流通における施策

【方向性】流通体制の強化と6次産業化の推進

施策2-1 市内外への販路拡大に向けた流通体制の強化

金沢ブランド農産物の新たな販路を開拓するため、生産者・流通業者・実需者※間の連携を強化するとともに、金沢ブランド農産物の流通の円滑化を促す施設や貯蔵性を高める設備等の充実により、流通体制の強化を図ります。

※生産者から仕入れた商品を消費者に提供している量販店や外食産業、食品加工業者等を言います。

2-1-1. 生産者、流通業者、実需者の連携強化

- ・消費者ニーズ（時期、量）に応じた出荷のための意見交換会及び計画販売の実施
- ・市内流通量の確保と量産可能な品目の市外流通の拡大
- ・市内外の市場や量販店等での消費宣伝活動の実施
- ・金沢ブランド農産物の利用拡大に向けた加賀野菜加工品、加賀野菜取扱店登録制度の活用
- ・食品メーカーやホテル等の大型実需者への提案及び共同企画の実施
- ・学生食堂や社員食堂での提供機会の拡大

2-1-2. 流通設備の充実

- ・流通の円滑化に向けた集出荷施設等の整備
- ・貯蔵性を高める設備の充実

<生産者、流通業者、実需者間の連携強化>



意見交換会



ホテルにおける加賀野菜の提供

施策 2-2 6次産業化や加工品開発等の取組支援

金沢ブランド農産物の6次産業化や加工品開発による販路の拡大、生産者の経営の安定化に向け、加工品開発を支援するアドバイザーを派遣するとともに、開発した商品の販路開拓や加工用設備の導入等を支援します。

2-2-1. 生産者、流通業者、実需者の連携強化

- ・規格外品や未利用品の活用による加工品開発や、計画的な販売の実施
- ・食品メーカーやホテル等の大型実需者への提案及び共同企画の実施（再掲）

2-2-2. 加工品開発や販路開拓に向けた支援

- ・加工品技術開発、パッケージデザイン、販路開拓等に関するアドバイザーの派遣
- ・イベントや見本市等への出展
- ・加賀野菜加工品登録制度を活用したPRの強化

<アドバイザー派遣における取組>



加工品開発への助言



二塚からしなを使った試作品の制作

2-2-3. 加工用設備の導入等の支援

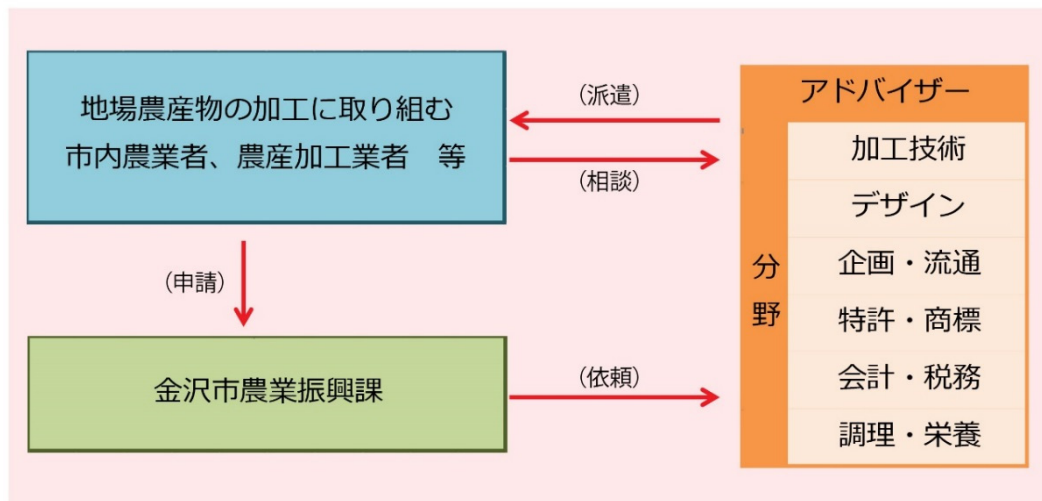
- ・各種制度を活用した施設整備等への支援
- ・金沢市農業センター加工品調理設備の活用

＜農産加工アドバイザー制度＞

【農産加工アドバイザー制度の概要】

地場農産物を利用した加工品の開発などについて専門のアドバイザーがお手伝いします。

項目	内容
対象者	金沢市内に本社または生産施設を有する農産物加工業者等
	金沢市内の農業者、農産物加工グループ、農業生産団体、農業協同組合等
	※販売を目的に地場農産物を利用した新たな加工品の開発に取り組む予定があり、または現に取り組んでいる企業等が対象です。
	※すでに販売実績のあるものでも、ご相談に応じます。
相談区分	加工技術の開発、デザイン、企画・流通、特許・商標、会計・税務、調理・栄養
指導料	無料(ただし、指導料以外は実費負担となります)



施策 2－3 金沢市農産物ブランド協会の運営の充実

金沢ブランド農産物の各種権利を管理し、市内外への流通を維持・向上させるため、加賀野菜認定制度や金沢そだち認証制度を適正に運用するとともに、加賀野菜加工品・取扱店の拡大を促すなど、金沢市農産物ブランド協会の運営の充実に取り組みます。

2－3－1. 加賀野菜認定制度、金沢そだち認証制度の適正な運用

- ・地域団体商標や独自基準に則した知的財産の管理
- ・地理的表示保護制度の研究

2-3-2. 加賀野菜加工品及び加賀野菜取扱店の拡大

- ・多様な媒体を通じた加賀野菜加工品や加賀野菜取扱店制度のPR強化
- ・加賀野菜取扱店の登録拡大に向けた取組の検討（顕彰制度等）
- ・加賀野菜取扱店関係者等を対象とした産地見学会、講習会の開催

2-3-3. 販売促進方法の充実

- ・新たな販売促進方法の企画、検討
- ・既存販売促進方法の改善、検討
- ・金沢市農産物ブランド協会ホームページのリニューアル化

<金沢市農産物ブランド協会の取組>



加賀野菜シール・金沢そだち認証マーク



加賀野菜取扱店の産地見学会

3. 消費における施策

【方向性】食文化の魅力発信を通じた消費の拡大

施策3-1 食文化の継承に向けた食育や地産地消の推進

金沢の食文化における金沢産農産物の重要性を再認識し、次世代に継承するため、園児や小学生等を対象とした食育環境を充実させるとともに、金沢ブランド農産物を食べる機会の創出や調理方法の普及、愛着や誇りを醸成させる活動を推進します。

3-1-1. 園児や小学生等を対象とした食育環境の充実

- ・園児や児童が農と食を関連づけて理解するための農業体験の推進
(学校体験農園、金沢おやこ農業塾等)
- ・学校給食を通じた食べる機会の創出や生産者との交流
- ・学校授業における地産地消に関する副読本の活用
- ・金沢市食育推進計画と連携した総合的な食育活動の実施

3-1-2. 金沢産農産物を食べる機会の創出

- ・学生食堂や社員食堂での提供機会の拡大（再掲）
- ・学校給食を通じた食べる機会の創出や生産者との交流（再掲）
- ・多様な媒体を通じた加賀野菜加工品や加賀野菜取扱店制度のPR強化（再掲）

<食育環境の充実に向けた取組>



生産者との食育交流会



金沢おやこ農業塾

3-1-3. 家庭での調理の普及推進

- ・ 伝統料理や家庭料理レシピの発信
- ・ 現代の食生活に取り入れやすい調理レシピの開発
- ・ 金沢ブランド農産物を使用した市民向け料理教室の開催や支援

<調理方法普及活動>

	
加賀野菜調理レシピ	加賀野菜のおもてなし料理教室の開催

3-1-4. 金沢産農産物への愛着と誇りの醸成

- ・ 加賀野菜の歴史や逸話を継承するための篤農家聞きがき集の編纂
- ・ 加賀野菜の価値の再認識及び全国への発信に向けた全国伝統野菜サミットの開催
- ・ 金沢産農産物ファンクラブ設立に向けた検討
- ・ 金沢ブランド農産物オーナー制度の拡充
- ・ 金沢湯涌みどりの里や金沢市農業センター等の施設を活用した、農と食を一体的に楽しむことができる体験型イベントの実施
- ・ 市民を対象とした産地見学会の実施

<愛着と誇りの醸成に向けた取組>

	
オーナー制度 (JA 金沢市)	全国伝統野菜サミット (山形)

施策３－２ 金沢へ来訪し、食べてもらうための取組の充実

北陸新幹線開業を契機に首都圏等から金沢へ来訪し、金沢ブランド農産物を食べてもらうため、東京都心など、市外における情報発信を強化するとともに、金沢への来訪を促すネットワークづくりに取り組みます。

3-2-1. 首都圏など、市外における情報発信の強化

- ・金沢クラフト首都圏魅力発信拠点における試食会の開催
- ・金沢ゆかりの著名人と連携したPR活動の実施
- ・北陸新幹線駅等での出品や情報発信
- ・市内外のホテルや百貨店での試食会の開催
- ・全国規模の見本市等への出展
- ・金沢の食文化を背景としたイベントの開催
- ・金沢の食文化の魅力発信行動計画と連携した情報発信とPR活動の実施

<東京都心等における情報発信>



「銀座の金沢」でのPR



首都圏のホテルでのPR



試食会の開催



金沢フェアの開催

3-2-2. 金沢産農産物を食べる機会の創出

- ・ 学生食堂や社員食堂での提供機会の拡大（再掲）
- ・ 多様な媒体を通じた加賀野菜加工品や加賀野菜取扱店制度のPR強化（再掲）
- ・ 商店街等と連携した手軽なメニューへの導入の検討

3-2-3. 金沢への来訪を促すネットワークづくり

- ・ 金沢ゆかりの著名人と連携したPR活動の実施（再掲）
- ・ 首都圏の本市にゆかりのある飲食店関係者や市場関係者と連携したPR活動の実施
- ・ 旅行ツアー商品化の検討

施策3-3 ブランドの認知度を高めるPR活動の強化

金沢ブランド農産物の認知度の向上は、生産者の生産意欲の高揚等も期待できるため、パンフレットやホームページ、SNS等による多様な媒体を用いた発信力を強化するとともに、生産者の取材や金沢との食文化との関連性を取り入れたストーリー性のあるPRや金沢ブランド農産物を用いたイベントへの支援を行います。

3-3-1. 多様な媒体（パンフレット、HP・SNS等）の充実による発信力の強化

- ・ 生産者や取扱店への取材、金沢の食文化との関連性を取り入れたストーリー性ある情報の収集と発信
- ・ 生産から購入、調理、飲食等に関する情報の一元化と体系化
- ・ PR映像の制作・発信
- ・ 既存媒体の多言語化
- ・ 加賀野菜イメージキャラクター「ベジタン」を活用した市内外でのPR活動の実施
- ・ 市内外の市場や量販店等での消費宣伝活動の実施（再掲）

3-3-2. 金沢ブランド農産物を用いたイベントへの支援

- ・ 金沢の食文化を背景としたイベントの開催（再掲）
- ・ 各種メディアや団体の活動に対する情報提供及び協賛等の支援

第4章 推進体制

1. 各関係者の役割

(1) 市民の役割

市民は、金沢ブランド農産物の消費に対する意識を高め、金沢市農産物ブランド協会が進める施策に協力・参画するとともに、金沢ブランド農産物の振興に向け、優先的な購入や市内外に住む家族、友人、知人に対して情報発信を行うことが求められます。

(2) 生産者の役割

生産者は、農業協同組合や流通業者、食品産業関連業者、市と連携し、消費者ニーズに沿った安全・安心な金沢ブランド農産物の生産に努めるとともに、各品目の担い手の確保、育成等により金沢ブランド農産物の生産技術を次世代へ継承することが求められます。

(3) 農業協同組合の役割

農業協同組合は、営農・販売指導、購買事業、共済事業等により、生産者の経営と生活を支援するとともに、生産者や流通業者、食品産業関連業者、市と連携し、生産者部会や産地の育成及び直売所や販売先等における情報発信により、金沢ブランド農産物の振興に努めることが求められます。

(4) 流通業者の役割

流通業者は、生産者、農業協同組合、食品産業関連業者、市と連携し、消費者ニーズや各品目の生産状況に配慮した金沢ブランド農産物の流通体制の充実に努めるとともに、金沢ブランド農産物の販路拡大に向け、食品産業関連業者等への情報発信が求められます。

(5) 食品産業関連業者の役割

食品産業関連業者は、生産者、農業協同組合、流通業者、市と連携し、金沢ブランド農産物を用いた調理レシピの考案や加工品等の商品開発に取り組むとともに、加賀料理をはじめとした金沢の食文化の継承及び振興に向け、知識や技術等の継承及び発展的な向上のほか、消費者への情報発信が求められます。

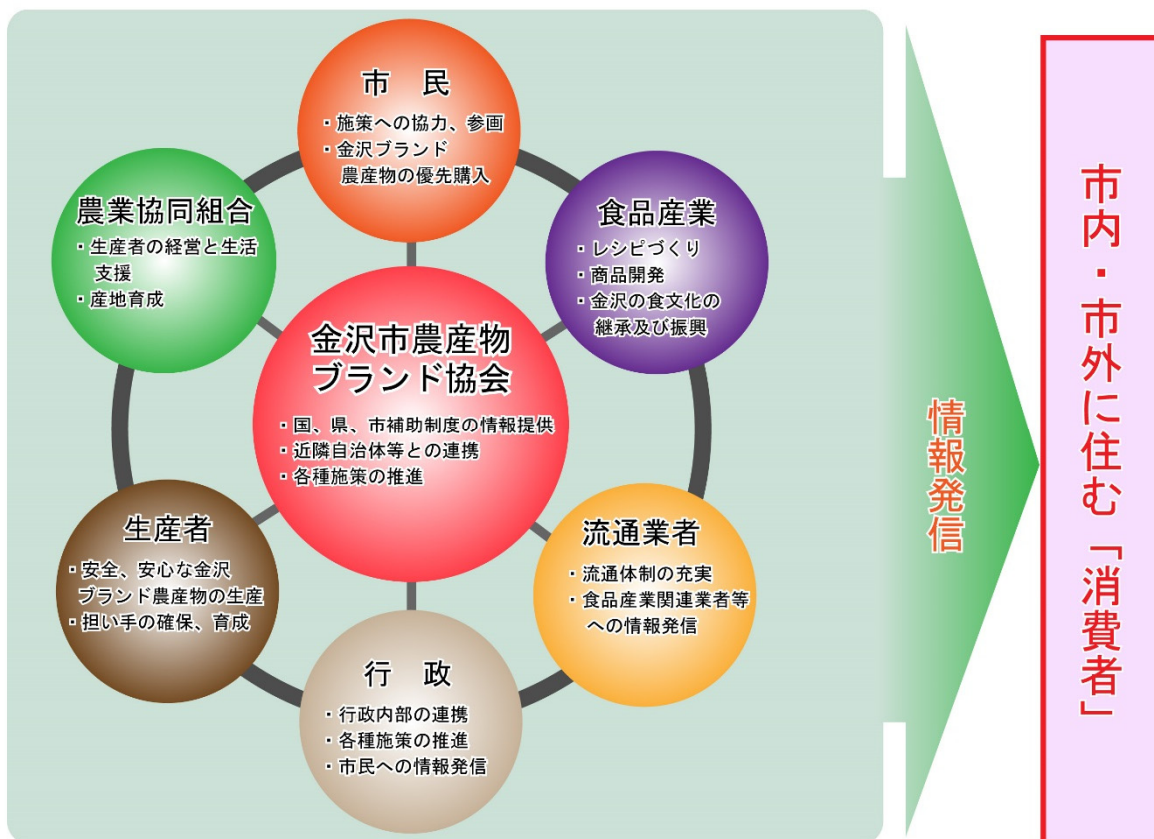
(6) 行政の役割

行政は、関係部局間や各種まちづくり施策と連携しながら金沢産農産物のブランド化に関する施策を推進するほか、生産者や農業協同組合、流通業者、食品産業関連業者の取組を市民へ広く情報発信するよう努めます。

（７）金沢市農産物ブランド協会の役割

金沢市農産物ブランド協会は、生産者や農業協同組合、流通業者、食品産業関連業者に対して、国・県・市にて実施されている補助制度等の情報提供や取組の支援を実施するとともに、市民や各事業者、近隣自治体等と連携し、金沢ブランド農産物の振興に向けた各種施策を総合的・計画的に推進します。

＜推進体制イメージ図＞



2. 新戦略の進捗管理

（１）施策の取組状況の把握と検証

本計画に基づく施策の取組状況の把握については、各種統計データによる現状や施策の実施状況から効果を検証するとともに、金沢ブランド農産物を取り巻く社会情勢の変化を踏まえながら、必要に応じて新たな対策の実施や施策の見直しを行います。

（２）施策の取組状況等の公開による関係者との情報共有

本計画に基づく施策の検証結果等の情報を公表し、市民や生産者、農業協同組合、流通業者、食品産業関連業者と情報を共有します。

資料編

資料１ 金沢ブランド農産物の現状

1. 加賀野菜

1) 概要

- ・加賀野菜は、1997年（平成9年）の金沢市農産物ブランド協会発足を期に「1945年（昭和20年）以前から栽培され、現在も主として金沢で栽培されている野菜」の定義のもと、15品目が認定されています。

＜加賀野菜の概要＞

項目		内容
認定機関		金沢市農産物ブランド協会
定 義		1945年（昭和20年）以前から栽培され、現在も主として金沢で栽培されている野菜
加賀野菜	【品目】 さつまいも 	“さつまいも”の栽培品種である「高系14号」は、昭和20年高知県農業試験場で育成された早堀り用品種で、比較的安定した収量と外観形状を示す。イモは紡錘形で、皮色は紅色、肉色は黄白で外観がよい。食味は繊維質が比較的少なく、甘さが強い。焼き芋にぴったりの品種であり、じっくり加熱するといっそう甘みが引き立つ。
	【産地】 栗五地区、大野地区、大徳地区	金沢市でのさつまいもの栽培地は、日本海に面した砂丘地で、通気性・保水性に富む小さくもなく大きくもない砂粒の土壌が、格別に美味しいさつまいもを育む。 いもは水、肥料を多く施せばたくさんとれるが、形や味が悪くなるので、肥料を減らし、デンプン含量の多いものをつくるようにしている。さらに、米ぬかを主体にした甘藷専用肥料により量より質に重点を置いた栽培方法を守っている。
	【出荷時期】 8月中旬～ 6月中旬	植えつけは、5月初旬から6月初旬、収穫は8月中旬から11月上旬である。貯蔵方法と出荷時期は、温度管理をしない倉庫貯蔵は年内に出荷し、定温貯蔵したものは翌年1月～3月、キュアリング施設で貯蔵したものは4月～6月に出荷している。
	【品目】 加賀れんこん 	“加賀れんこん”において現在栽培されている支那白花は晩生種で、生育適温が高いため4月から6月までの生長は鈍いが、7月中頃からの高温条件で旺盛に生育する。収量も多く、耐病性（腐敗病）に強く、浅根性で掘りやすいのが特徴であるが、葉はもろくて折れやすく、風害のあったときは損害を受ける。
	【産地】 小坂地区、河北潟干拓地、薬師谷地区、才田地区、森本地区	れんこんは、デンプン質が多く粘りが強いのが特徴で、太くて節間が短く、肉厚である。特に先の方の二節がおいしい。
	【出荷時期】 8月下旬～ 5月中旬	栽培は、4月下旬から5月下旬に種れんこんを植え付け、収穫は8月下旬から翌年の5月中旬まで市況に応じて長期出荷する普通栽培である。新鮮な泥付きれんこんとして、地元市場をはじめ、県外にも出荷されている。

出典：金沢市ホームページ（以下、同様）

項目		内容
加賀野菜	【品目】 たけのこ 	“たけのこ”は、マダケ属の一種、タケ類の中で最も大きい孟宗竹（モウソウチク）で、稈の高さ10～20m、径25cmにもなる。地下茎は深さ60cmの範囲に波状に伸長する。ひげ根は地表近くに分布し、養分を吸収して地下茎に貯える。地下茎から芽が発生し、翌年にはたけのこ、または、地下茎となる。たけのこの生産力の最も旺盛な地下茎は、2年生から5～6年生までの地下茎である。
	【産地】 額地区、富樫地区、内川地区、金城地区	肥培管理として大切なことは、施肥と親竹更新にある。施肥には春肥施用と夏肥施用があり、春肥は発筍の1ヵ月前に、夏肥は地下茎の生長とたけのこの増収のために芽子が伸長し始める前に施用する。 親竹の更新は、親竹の伐採竹齢は6年とし、毎年50～60本の古竹を更新し、10a当たり300本の親竹を確保する必要がある。内川地区では4月下旬～5月上旬に、たけのこ料理が楽しめる。
	【出荷時期】 4月下旬～ 5月中旬	
	【品目】 加賀太きゅうり 	“加賀太きゅうり”は、果長22～27cm、果径6～7cmの白いぼ太キュウリで、1果重が1kgにもなる。節成りにはならず、株当たりの収穫は10数果である。 果肉は厚いがやわらかく、食味、日持ちがよい。 半促成栽培が主で、一部抑制栽培も行われている。整枝法は子づる2本仕立てとし、主枝は15～20節で摘心し、7節以上の側枝は1葉を残して摘心し、着果は2～3節に1果つけるようにする。
	【産地】 打木地区	
	【出荷時期】 4月上旬～ 11月下旬	
	【品目】 金時草 	“金時草（きんじそう）”の茎は円柱形でよく分枝し、紫褐色。葉は長楕円形で先が尖る。葉の表は緑、裏は紫色で、柔軟・粘液質である。葉と若い茎を食用にし、夏場の野菜として独特の風味があり、ゆでるとぬめり（粘り）がでる。 生育適温は20～25度で、冬季には地上部が枯死する。耐暑性がすこぶる強く、夏季には良く繁茂する。半日日陰で温度差が大きいと葉の裏の赤紫色がきれいに出る。土壌の適応性は広いが乾燥には弱い。作型は普通栽培で、定植は4月下旬から5月上旬に行い、収穫は定植後50～60日目ごろから随時収穫し、7～9本を1把として出荷する。 金時草（キンジソウ）の名の由来であるが、これは葉の裏面の色が「金時芋（キントキイモ）」に似た美しい赤紫色であることから「金時草」と表記されるようになり、これをキンジソウと呼ぶようになったようである。
	【産地】 花園地区	
	【出荷時期】 6月下旬～ 11月中旬 （露地栽培）	

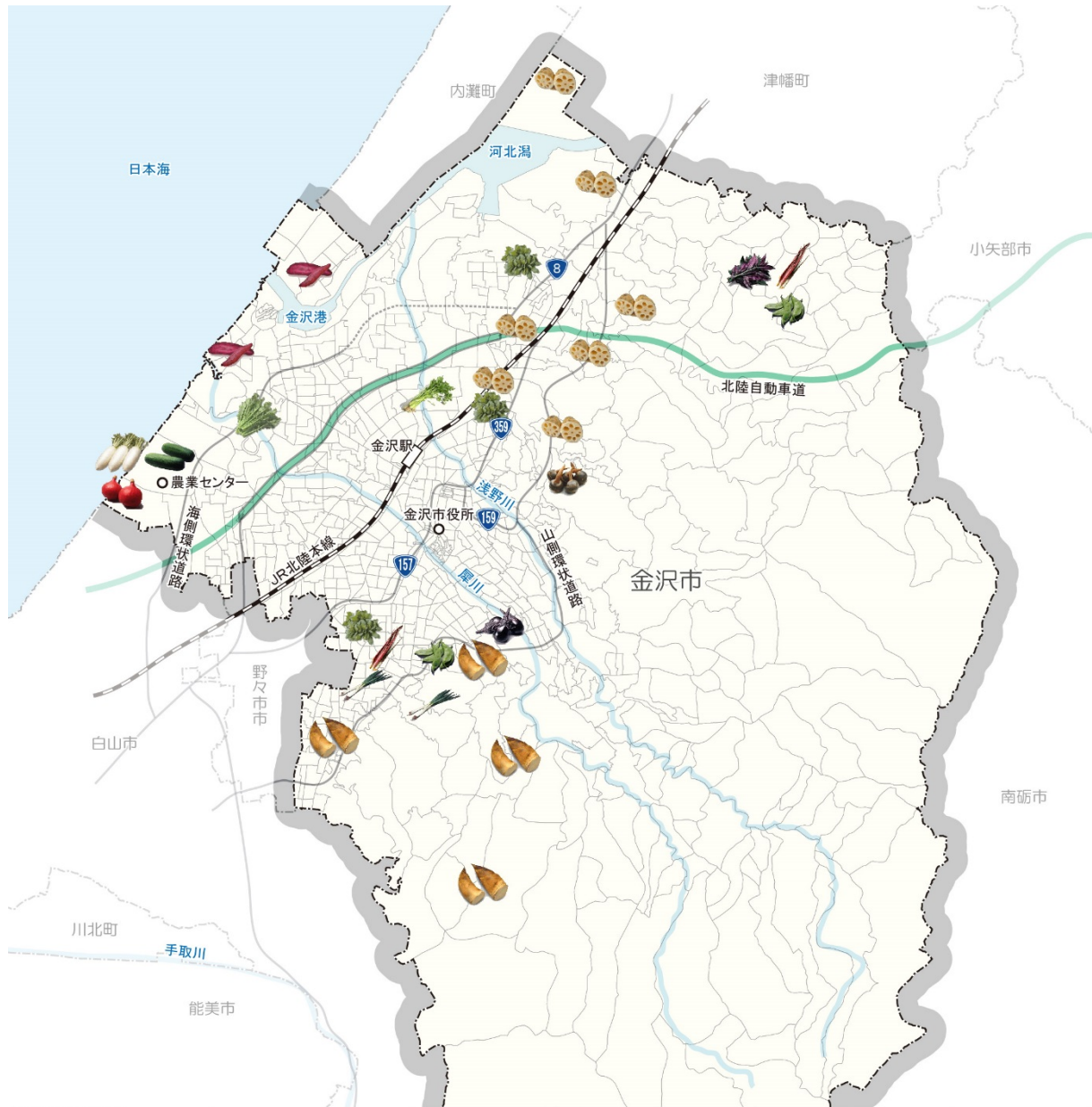
項目		内容
加賀野菜	【品目】 加賀つるまめ 	“加賀つるまめ”の“つるまめ”は地元で呼ばれている名であり、正式には“フジマメ”のことである。 つるまめには白花と赤花とがあり、金沢市で栽培されているフジマメは白花である。白花には白花フジマメや古市白花という極早生の白花種があり、金沢市の白花種も同系の品種であるとされている。その他、現在栽培されていないが、当地で育成された「松本蔓無」がある。この品種は、金沢市打木町の篤農家・故松本佐一郎氏が、在来の矮性品種から系統分離で育成したもので、昭和37年に品種登録されている。
	【産地】 花園地区、富樫地区	つるまめは耐乾性があり高温にも強いが、低温には極めて弱い。生育適温は13～28度で、適温は23～28度と高く、13度以下では生育は劣る。土質に対する適応性は広いが、保水力のある土壌または砂壤土を好む。また酸性に弱く、pH6.0～6.8が適する。
	【出荷時期】 6月上旬～ 10月下旬	本葉6枚ぐらいからつるが伸び始めるので、本葉4～5葉頃定植する。つるは伸びるにしたがって支柱に誘引し、支柱の上で摘心する。側枝は伸びるにつれて本葉2葉残して摘心し、多くの花軸を出させて開花結実させる。収穫は開花後10～14日ごろから収穫できる。莢内のマメが大きく肥大しないうちに収穫することがコツである。
	【品目】 ヘタ紫なす 	“ヘタ紫なす”は、その名のとおり、ヘタの下まで紫色になる短卵形の小さなナスである。そのうえ色やつや、日持ちがよく、皮も薄くて、果肉が柔らかく甘みがあるのが特徴である。 一夜漬け、やど漬け、煮物に最適で、崎浦丸なすとして親しまれている。
	【産地】 崎浦地区	草型は横繁性で、分枝はやや多く多収性であるが、干ばつに弱い傾向があり、昔から排水がよく、しかも保水性に富み、夏期にうね間かん水が可能な水田で栽培されてきた。
	【出荷時期】 6月上旬～ 10月下旬	収穫期に入ると側枝が垂れ下がるので、うねの両側にポリテープを張り、枝を支える。下葉かきは色つやをよくし、成り疲れを防ぐ大切な手段であるので、古い葉を手まめにかき取り、株内の日当たりをよくすることが大切である。

項目		内容
加賀野菜	【品目】 源助だいこん 	“源助だいこん”は、早生種で肉質がやわらかく、だいこんらしい歯ざわりで煮くずれしにくく、煮物用だいこんの代表品種で、おでんには最高である。 根部の形状は根径8cm、根長22～25cmの短円筒形で尻のつまりがよい。
	【産地】 安原地区	生育が旺盛で、ウイルス病や萎黄病にかかりにくい、ス入りや空洞症が発生しやすい。
	【出荷時期】 10月下旬～ 2月上旬	播種の適期は短く、普通栽培で8月20日～27日である。遅まき栽培の限界は9月10日頃である。収穫は播種後55～60日目、このころが肥大もよく、ス入りも少ない。
	【品目】 せり 	“せり”は、茎の長さ40cm、長くて柔らかくてアクの少ない在来種である。 1株の重量は約4グラム程度で、全国で最も茎が細く、細葉の部類に属する。収量は茎の太いものより少ないが、品質は優れている。加賀野菜のせりは品質がよいことから、冬場の食卓に彩りと香りを届ける野菜として欠かせないものになっている。
	【産地】 諸江地区	前年に収穫せずに4月下旬まで残した株を、4月下旬に代掻きした田に植え付ける。以後水管理を行い、株を发育させる。8月下旬に株の抜き取りを行い、1週間堆積し各節から発根を促す。
	【出荷時期】 11月上旬～ 4月下旬	発根したランナーを15～20cmに切断し、そのランナーを苗として代掻きをした田にむらなく散播する。散播したランナーが土と密着するようにすることが大切である。ランナーが浮かない程度の浅水として発根を促す。以降、田面がひび割れしない程度に水管理を行う。収穫の10日前ぐらいからたん水を開始し、以降生育にしたがって深水とする。
	【品目】 打木赤皮甘栗かぼちゃ 	“打木赤皮甘栗かぼちゃ”の形は円錐栗型で、果肉は厚く粘質で、しっとりとした味わいである。極早生で、着果もよく、食味も良好で果皮の朱色が鮮やかで、料理の彩りとして親しまれている。1果重1.1kg位である。 早期着果の性質を生かしたトンネル早熟栽培で、密植的な栽培(600～700株/10a)が有利となる。
	【産地】 安原地区	草性は旺盛で、親づるにおける雌花の着生が容易で結果しやすく、2～3果連続して結実する。子づるにも良く結実するが、子づるが貧弱な場合には結実しにくい。
	【出荷時期】 6月中旬～ 9月上旬	果実の成熟日数は30日前後で、この頃が最も食味がよい。

項目		内容
加賀野菜	【品目】 二塚からしな 	“二塚からしな”には、ワサビに似たピリリとした辛みと、ツンと鼻を突く香味があり、無肥料で生育させると一層辛味が増すのが特徴である。 葉は緑と赤紫色が混ざっており、草丈は20～30cmである。 稲刈り後の排水の良い水田（雪解け水が停滞するところでは腐りやすい。）に、耕起・うね立て（うね幅120cm）をし、播種は8月下旬～9月上旬に全面散布もしくは播種機で5～6条に種をまく。 本葉が3～4枚の頃に除草をかねて間引き（最終株間を10～15cm）を2～3回行い、2月下旬～3月下旬にかけて収穫する。
	【産地】 二塚地区	
	【出荷時期】 11月上旬～ 3月下旬	
	【品目】 金沢一本太ねぎ 	“金沢一本太ねぎ”は、その名のとおり、分けつせず、軟白部は太くて長く、肉質の柔らかい品種である。標準の大きさは、総重1kg弱、草丈110cm前後、軟白部の長さは25cm、茎2cm程度である。 品種群では加賀群に属し、越冬性が強く、耐寒性及び耐病虫性とも強い。葉はやや濃緑色を呈し、生育はきわめて早い。
	【産地】 金城地区、富樫地区	作型には、春まき秋どりと秋まき夏どりがある。春まき秋どりは3月下旬～4月上旬には種する。6月末に定植し、11月から3月まで収穫する。秋まき夏どりは8～9月には種する。4月に定植し、6月下旬から9月ぐらいまで収穫する。
	【出荷時期】 11月～1月	特に、すき焼きや鍋物に甘く柔らかく、ぬめりがある金沢ねぎの味として広く親しまれてきた。
	【品目】 くわい 	“くわい”は、レンコンと同様に生育期間を通して水が必要であり、水の便が良く、土質が腐植に富んだ耕土で、肥沃な粘質土壌の深い湿田が、栽培に適しているとされている。 くわいの品種には、在来種で塊茎の色沢の青い「青くわい」と、白みをおびた「白くわい」がある。現在、金沢市内の御所地区で栽培されている“くわい”の品種は、在来種の青くわいである。塊茎は扁球形で外皮は青色を呈し、やや腰高である。
	【産地】 小坂地区	植え付け時期は6月中旬から6月下旬で、条間90cm、株間35cm（3200株／10a）に植え付ける。収穫は11月下旬から12月下旬である。
	【出荷時期】 11月下旬～ 12月下旬	煮食用に供されるもので、需要は多くないが、古くから「芽が出る」ということでお祝い料理に使用される。特に、正月のおせち料理の食材として珍重されている。

項目		内容
加賀野菜	【品目】 赤ずいき 	サトイモの葉柄をずいきと言う。サトイモの葉柄が赤い物で、葉柄を食用とする専用の品種を「赤ずいき」と呼んでいる。 「唐芋（エビ芋）」や「八つ頭」の太くて大きい赤い葉柄を、皮をむいてゆでて「酢の物」や「漬け物」、乾燥させた「干しずいき」として食べることが多い。 “赤ずいき”は繊維質でとてもヘルシーであり、いろいろな料理にもマッチすること等から、近年のヘルシーブームによって注目をあつめている。
	【産地】 花園地区、三馬地区	
	【出荷時期】 7月～9月	
	【品目】 金沢春菊 	春菊は、関西地区、九州地区をはじめ、全国的に栽培されている。葉の切れ込み程度で、大葉、中葉、小葉に大別される。大型で葉の切れ込みの浅い大葉系は生育が早く、収量も多いが、耐暑性や耐寒性が低い。中葉系は大葉系に比べ葉が小さく、切れ込みも深く、分枝性、生育、収量とも優れており、節間の伸びも良い。 “金沢春菊”は、別名ツマジロとも呼ばれ、大葉種に分類され、中葉種には無いクセのない独特の香りとやわらかさ、おいしさがあり、利用範囲も広い。 全国的な流通は、生育が旺盛で収量性の高い中葉種が主体で、一昔前は、春菊といえば大葉種を指していたが、耐病性が弱く栽培管理しにくいことから、近年は店頭で見かけることが少なくなった。 生育適温は15～20度で冷涼な気候を好み、28度以上では生育不良となる。また、浅根性で乾燥に弱いので、有機質の保水性のある土壌が適する。
	【産地】 三馬地区、小坂地区、才田地区	
	【出荷時期】 10月下旬～ 4月下旬	

<加賀野菜産地位置図>



【加賀野菜(15品目)】

No	画像	名称	産地	出荷時期
1		さつまいも	栗五地区、大野地区、大徳地区	8月中旬～6月中旬
2		加賀れんこん	小坂地区、河北潟干拓地、栗節谷地区、才田地区、森本地区	8月下旬～5月中旬
3		たけのこ	額地区、富樫地区、内川地区、金城地区	4月下旬～5月中旬
4		加賀太きゅうり	打木地区	4月上旬～11月下旬
5		金時草	花園地区	6月下旬～11月中旬 (露地栽培)
6		加賀つるまめ	花園地区、富樫地区	6月上旬～10月下旬
7		ヘタ紫なす	崎浦地区	6月上旬～10月下旬
8		源助だいこん	安原地区	10月下旬～2月上旬

No	画像	名称	産地	出荷時期
9		せり	諸江地区	11月上旬～4月下旬
10		打木赤皮 甘栗かぼちゃ	安原地区	6月中旬～9月上旬
11		二塚からしな	二塚地区	11月上旬～3月下旬
12		金沢一本太ねぎ	金城地区、富樫地区	11月～1月
13		くわい	小坂地区	11月下旬～12月下旬
14		赤ずいき	花園地区、三馬地区	7月～9月
15		金沢春菊	三馬地区、小坂地区、才田地区	10月下旬～4月下旬



0 2,500 5,000 10,000

出典：庁内資料

2) 農家数と栽培面積

(1) 全体

【農家数】

●農家数は455戸（平成25年）であり、平成15年と比べ、約10%減少しています。

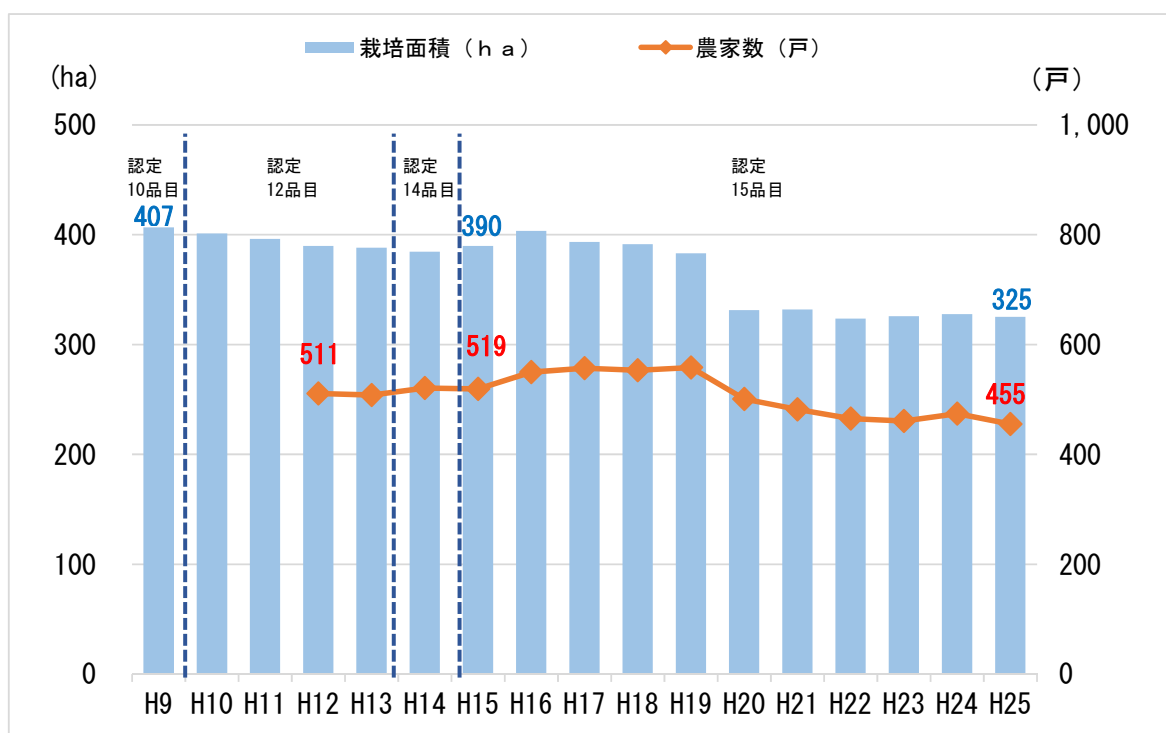
- ・農家数は、平成9年から平成19年までは、横ばい傾向にありましたが、それ以降は減少に転じ、平成25年では455戸（対平成15年：-12%、-64戸）となっています。
- ・農家数は、市全体の農家数（平成22年で約3,200戸）のうち、約14%を占めています。

【栽培面積】

●栽培面積は325ha（平成25年）であり、平成15年と比べ、約20%減少しています。

- ・栽培面積は、平成9年から平成19年までは400ha前後で横ばい傾向にありましたが、農家数の減少と合わせ栽培面積も減少に転じ、平成25年における栽培面積は325ha（対平成15年：-17%、-65ha）となっています。

＜農家数の推移と栽培面積（全体）＞



出典：庁内資料（以下、同様）

(2) 品目別

【農家数】

●農家数が10戸以下の品目が7品目（二塚からしなは1戸のみ）

・農家数は、多くの品目において横ばいもしくは減少傾向にあり、平成25年における「ヘタ紫なす」「せり」「打木赤皮甘栗かぼちゃ」「二塚からしな」「くわい」「赤ずいき」「金沢春菊」は10戸以下となっています。

【栽培面積】

●栽培面積は品目によって差が生じている（10ha以上3品目、1ha以下8品目）

・栽培面積は、品目によって大きく異なり、平成25年では「さつまいも」「加賀れんこん」「たけのこ」は10ha以上、「加賀つるまめ」「ヘタ紫なす」「せり」「二塚からしな」「金沢一本太ねぎ」「くわい」「赤ずいき」「金沢春菊」は1ha以下となっています。

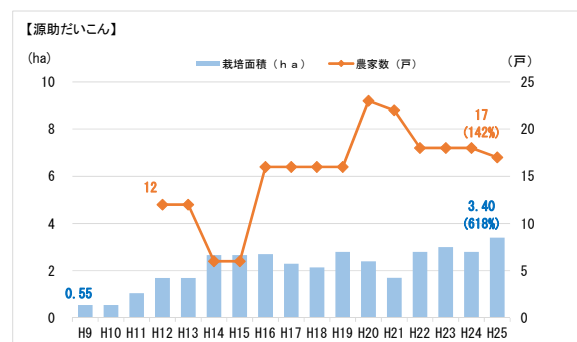
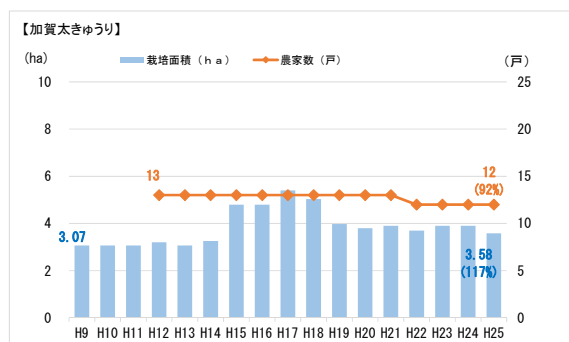
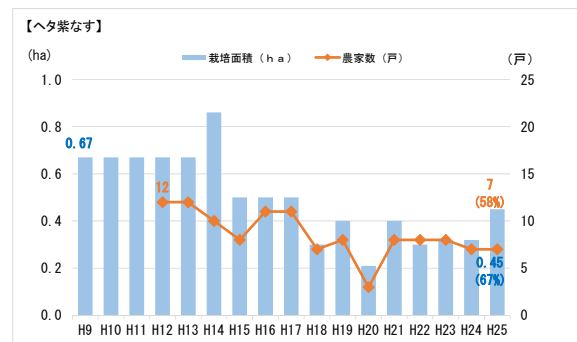
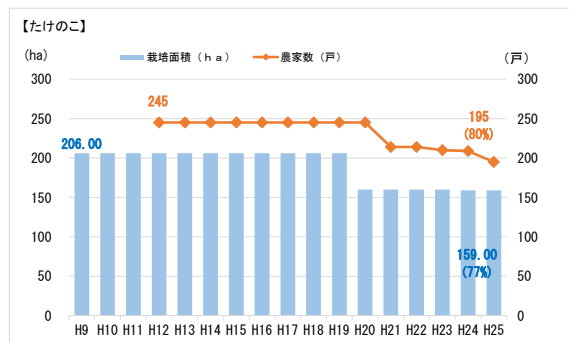
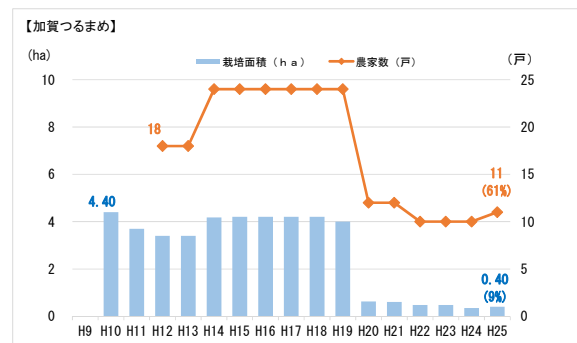
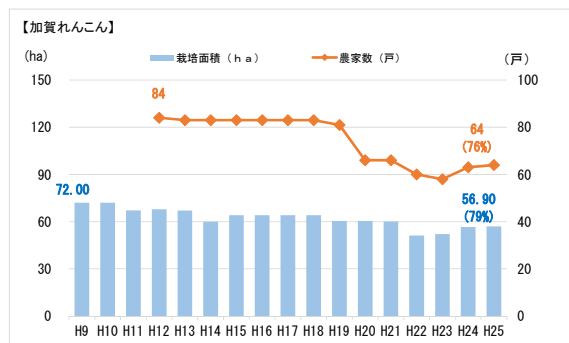
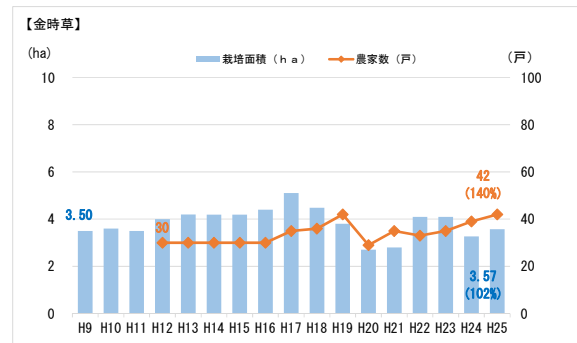
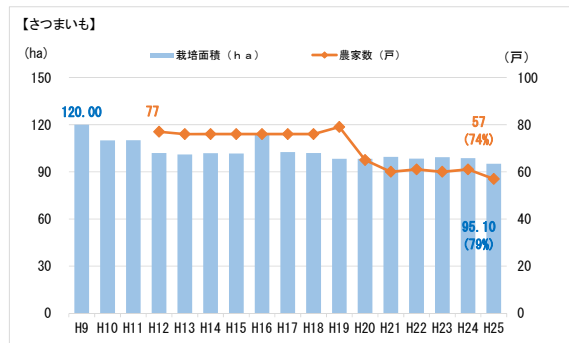
<農家数と栽培面積一覧（品目別）>

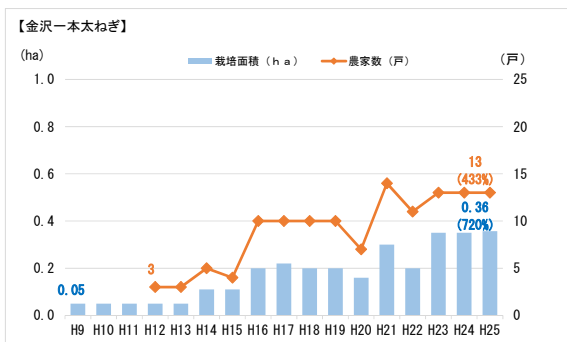
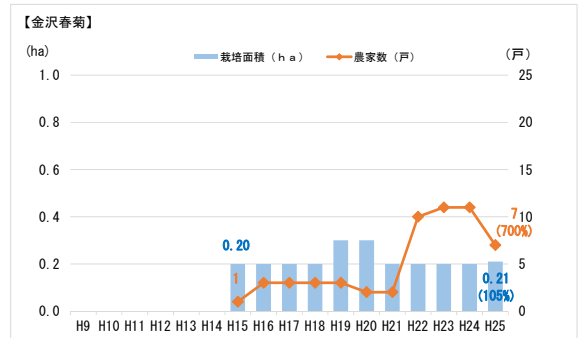
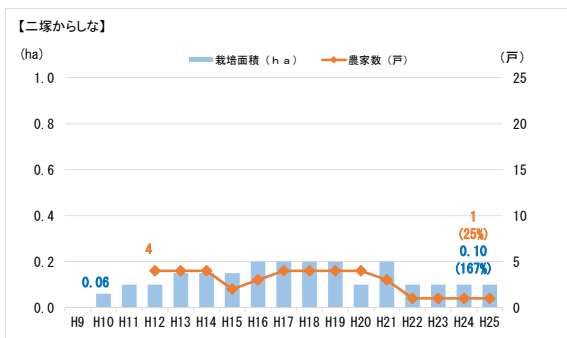
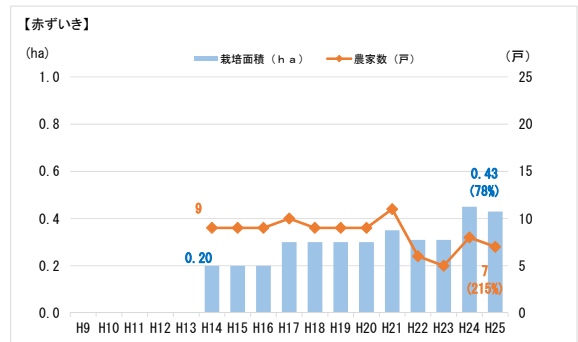
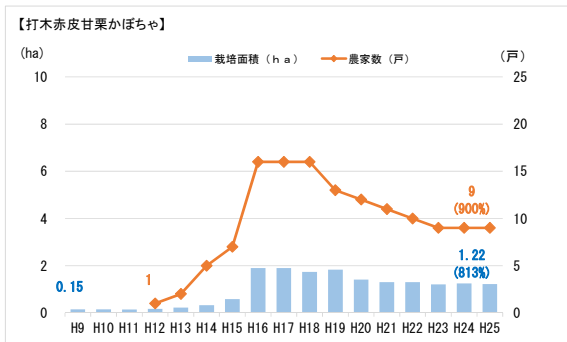
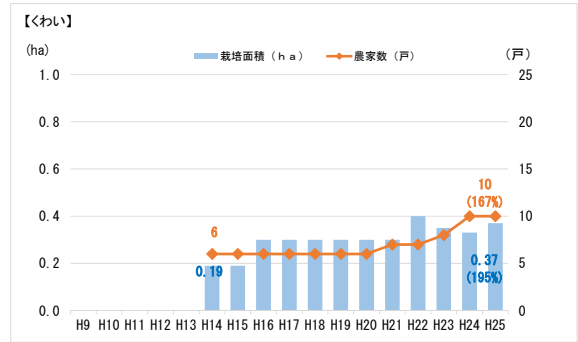
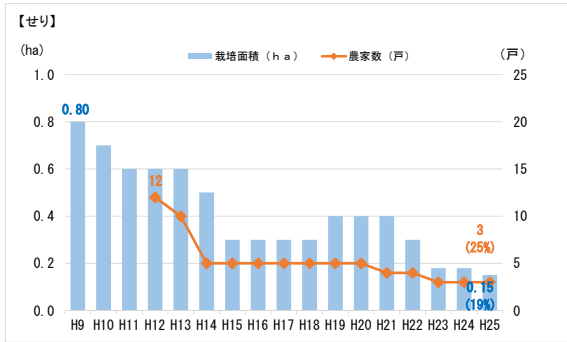
品目 (認定年度)	農家数			栽培面積		
	認定当初(戸)	H25(戸)	増減(%)	認定当初(ha)	H25(ha)	増減(%)
さつまいも (H9)	77	57	74%	120.00	95.10	79%
加賀れんこん (H9)	84	64	76%	72.00	56.90	79%
たけのこ (H9)	245	195	80%	206.00	159.00	77%
加賀太きゅうり (H9)	13	12	92%	3.07	3.58	117%
金時草 (H9)	30	42	140%	3.50	3.57	102%
加賀つるまめ (H10)	18	11	61%	4.40	0.40	9%
ヘタ紫なす (H9)	12	7	58%	0.67	0.45	67%
源助だいこん (H9)	12	17	142%	0.55	3.40	618%
せり (H9)	12	3	25%	0.80	0.15	19%
打木赤皮甘栗かぼちゃ (H9)	1	9	900%	0.15	1.22	813%
二塚からしな (H10)	4	1	25%	0.06	0.10	167%
金沢一本太ねぎ (H9)	3	13	433%	0.05	0.36	720%
くわい (H14)	6	10	167%	0.19	0.37	195%
赤ずいき (H14)	9	7	78%	0.20	0.43	215%
金沢春菊 (H15)	1	7	700%	0.20	0.21	105%

※赤着色は農家数・栽培面積の増減における上位3品目を示しています

※青着色は農家数・栽培面積の増減における下位3品目を示しています

<品目別農家数と栽培面積の推移>





3) 出荷量と販売単価

(1) 全体

【出荷量】

●出荷量は約 4～5,000 トンで推移し、平成 15 年とほぼ横ばい

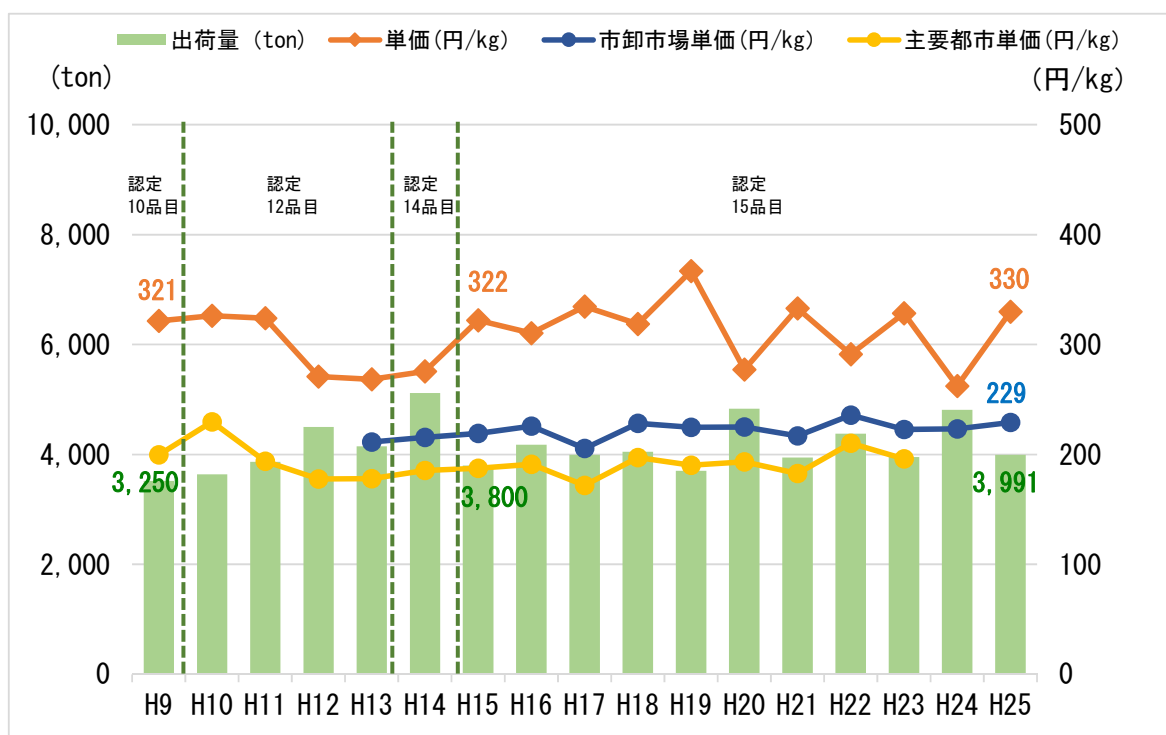
- ・出荷量は、約 4,000 トンから 5,000 トンの間で推移しており、平成 25 年では 3,991 トンとなっています。
- ・加賀野菜 15 品目が認定された平成 15 年 (3,800 トン) と比べ、約 5 % 増加 (3,991 トン) しています。

【販売単価】

●販売単価は 300 円前後で推移し、類似品目の平均単価よりも高い

- ・販売単価は、年によって変動が生じているものの、平成 25 年における販売単価は 330 円となっています。
- ・金沢市中央卸売市場の平均単価 229 円と比べ約 44% 高くなっています (主要都市単価よりも高い)。

＜出荷量と販売単価の推移（全体）＞



※単価は加賀野菜の販売単価、市卸資料単価は金沢市中央卸売市場における加賀野菜類似品目の平均販売単価、主要都市単価は主要都市における加賀野菜類似品目の平均販売単価を示しています。(以下、同様)

出典 (出荷量、単価) : 庁内資料

出典 (市卸市場単価) : 金沢市中央卸売市場統計

出典 (主要都市単価) : 農林水産省青果物卸売市場調査、独立行政法人農畜産業振興機構野菜情報総合把握システム

(以下、同様)

(2) 品目別

【出荷量】

●出荷量が半減した品目は3品目、2倍以上に増加した品目は5品目

- ・出荷量は、栽培面積に応じ品目によって大きく異なり、平成25年における「さつまいも」「加賀れんこん」「加賀太きゅうり」「源助だいこん」は100トン以上ありますが、「加賀つるまめ」「せり」「二塚からしな」「金沢一本太ねぎ」「くわい」「赤ずいき」「金沢春菊」は10トン以下となっています。
- ・認定当初より出荷量が半分以下になった品目は「加賀つるまめ」「ヘタ紫なす」「せり」の3品目、倍増した品目は「源助だいこん」「打木赤皮甘栗かぼちゃ」「二塚からしな」「金沢一本太ねぎ」「金沢春菊」となっています。

【販売単価】

●販売単価において、類似品目に比べ、優位性の高い品目が存在

- ・販売単価は毎年変動しており、類似品目の単価と比べると、単価の優位性は品目により異なっています。

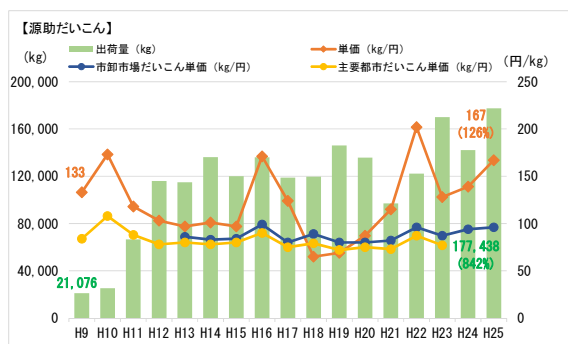
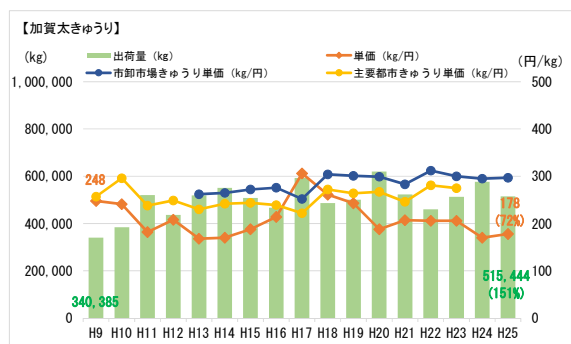
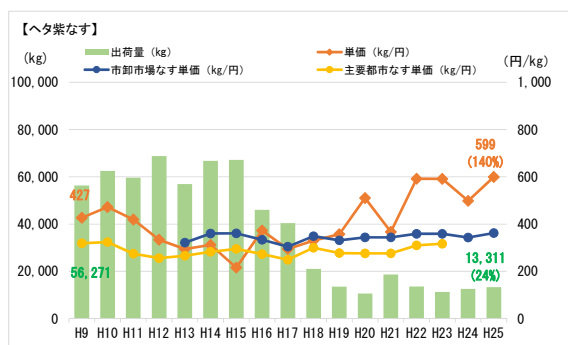
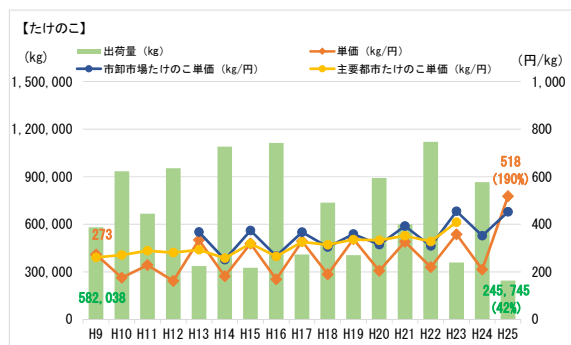
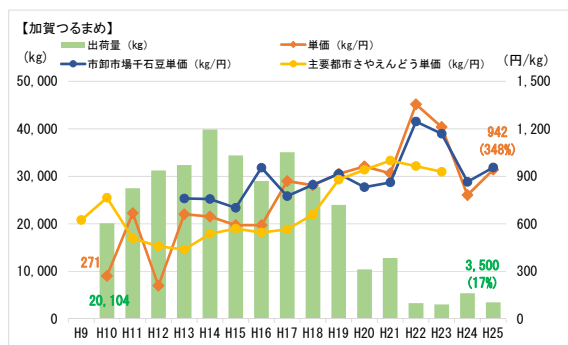
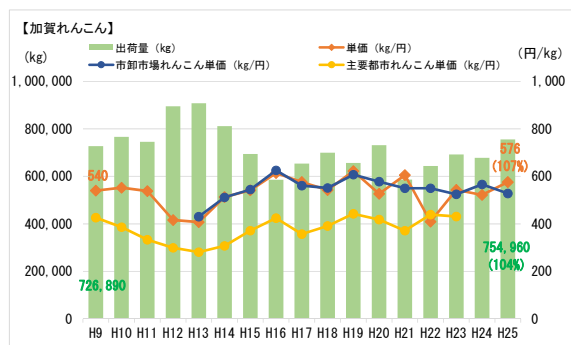
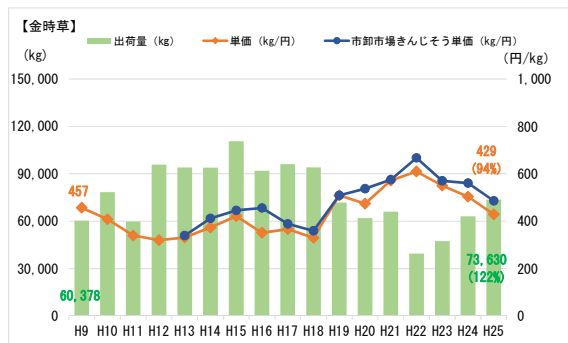
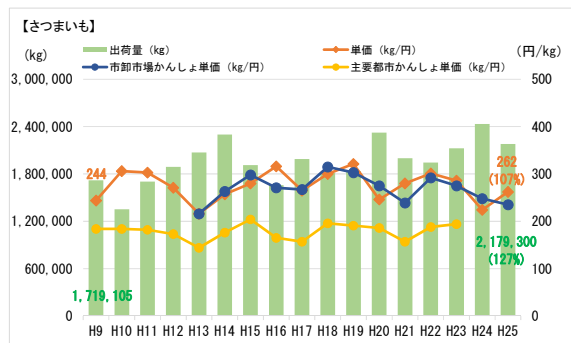
※「たけのこ」については、表年と裏年のによって出荷量に差が生じるため、コメントに記載していません。

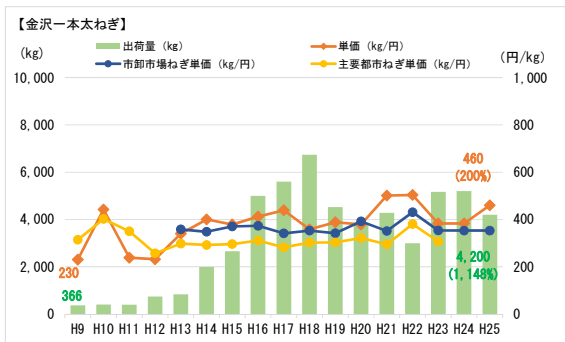
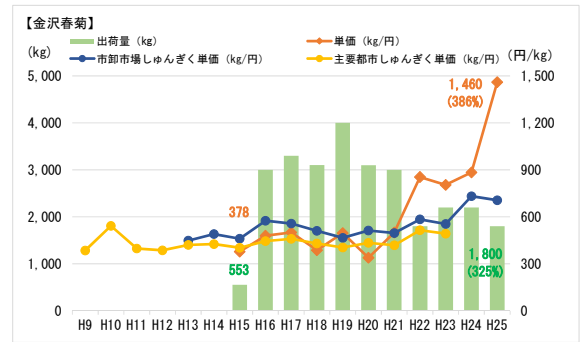
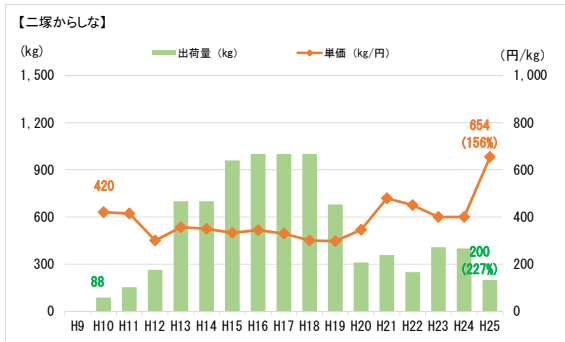
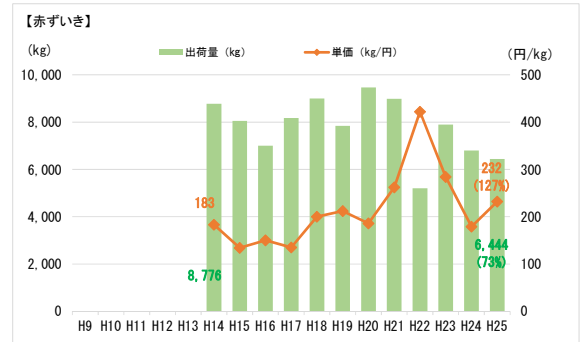
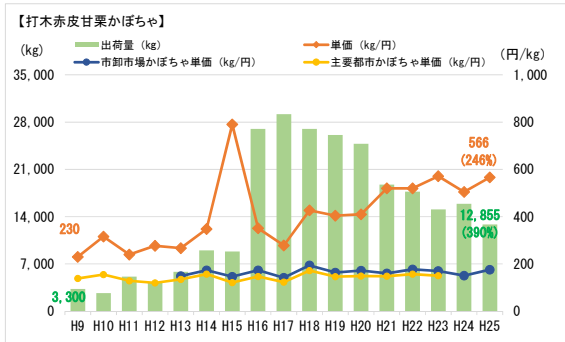
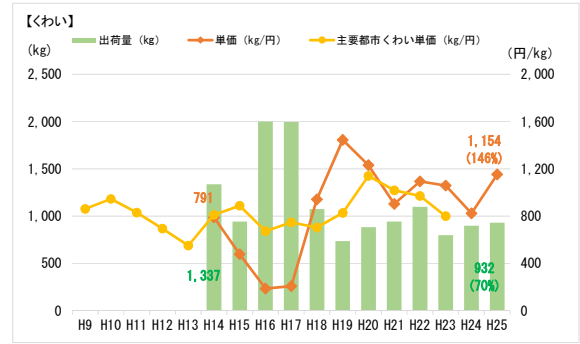
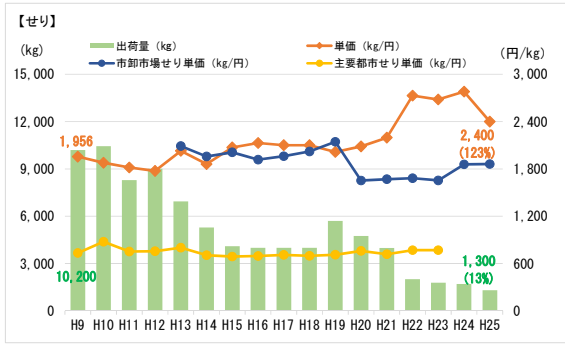
<出荷量と販売単価一覧（品目別）>

品目 (認定年度)	出荷量			単価		
	認定当初(kg)	H25(kg)	増減(%)	認定当初(円/kg)	H25(円/kg)	増減(%)
さつまいも (H9)	1,719,105	2,179,300	127%	244	262	107%
加賀れんこん (H9)	726,890	754,960	104%	540	576	107%
たけのこ (H9)	582,038	245,745	42%	273	518	190%
加賀太きゅうり (H9)	340,385	515,444	151%	248	178	72%
金時草 (H9)	60,378	73,630	122%	457	429	94%
加賀つるまめ (H10)	20,104	3,500	17%	271	942	348%
ヘタ紫なす (H9)	56,271	13,311	24%	427	599	140%
源助だいこん (H9)	21,076	177,438	842%	133	167	126%
せり (H9)	10,200	1,300	13%	1,956	2,400	123%
打木赤皮甘栗かぼちゃ (H9)	3,300	12,855	390%	230	566	246%
二塚からしな (H10)	88	200	227%	420	654	156%
金沢一本太ねぎ (H9)	366	4,200	1148%	230	460	200%
くわい (H14)	1,337	932	70%	791	1,154	146%
赤ずいき (H14)	8,776	6,444	73%	183	232	127%
金沢春菊 (H15)	553	1,800	325%	378	1,460	386%

※赤着色は出荷量・販売単価の増減における上位3品目を示しています
 ※青着色は出荷量・販売単価の増減における下位3品目を示しています

<出荷量と販売単価の推移（品目別）>





2. 金沢そだち

1) 概要

- ・金沢そだちは、「金沢の風土を活かして生産された優れた農産物を認証することにより、消費者への周知と信頼を高め、金沢産農産物のブランド力の向上につなげ、生産の振興と消費の拡大を図る」ことを目的に、2010 年（平成 22 年）から 3 品目が認証されています。

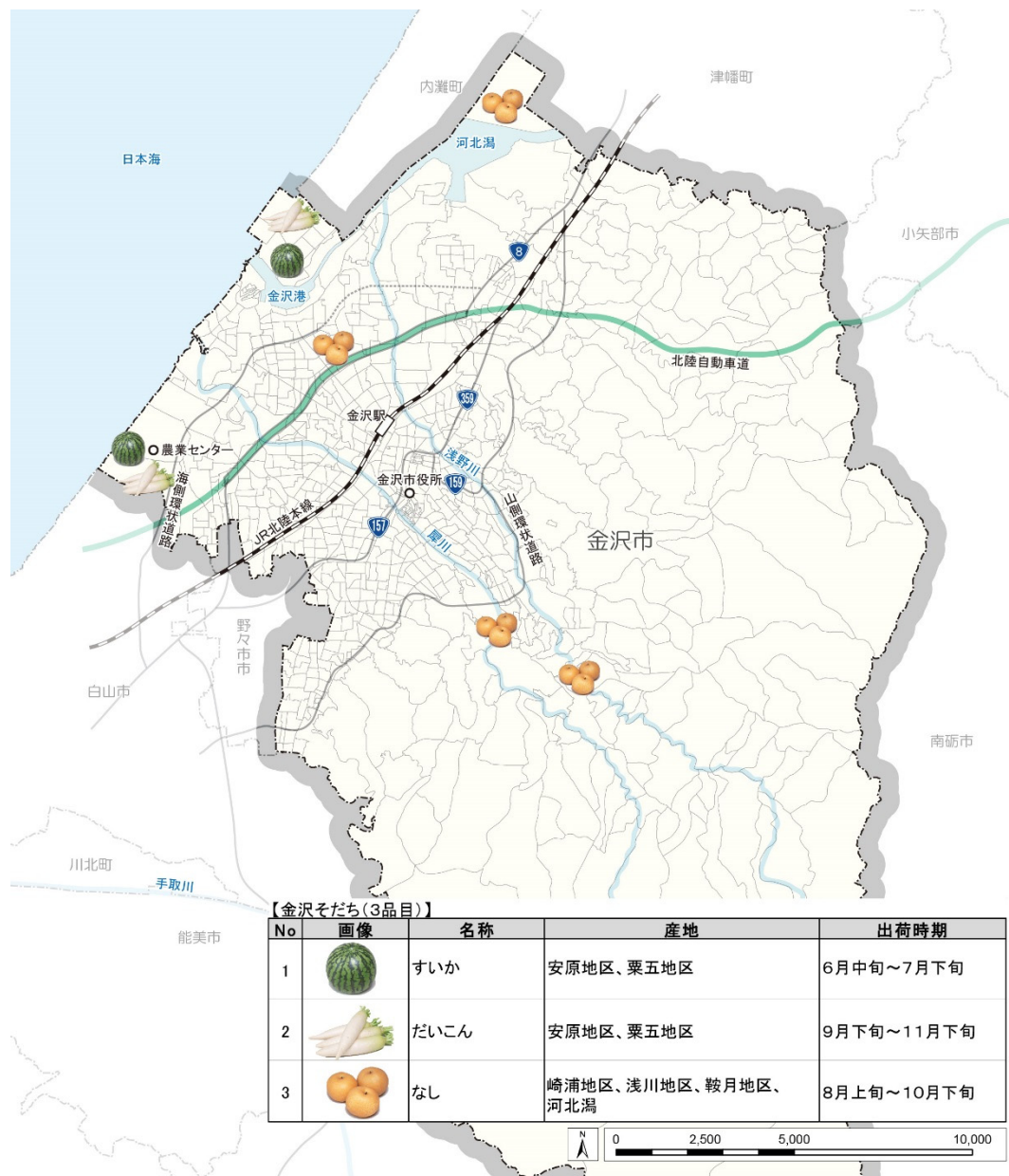
<金沢そだちの概要>

項目		内容
認証機関		金沢市農産物ブランド協会
認証条件		・金沢市で生産されている農産物であること。（米を除き野菜、果樹及び花とする。） ・「地域性」「歴史性」など、金沢の風土を活かした優れた特長及び品質を有するもの。ただし、加賀野菜として認定されている品目を除く。 ・現在、ある程度の生産量等を有し、今後とも生産・販売の拡大を進めていくもの。または今後、ある程度の生産量等が見込め、生産・販売の拡大を進めていくもの。
金沢そだち	【品目】 すいか 	◆栽培の特徴 砂丘地を中心にスプリンクラーかん水が普及され、昭和 40 年代にかけて産地化が進んだ。栽培方法もビニールハウスや大型トンネル栽培と栽培の前進化が図られた。出荷方法は集出荷場での共同選果により、地元市場をはじめ、関西、中京の市場へ 6 月中旬から 7 月末まで出荷されている。
	【産地】 安原地区、栗五地区	
	【出荷時期】 6 月中旬～7 月下旬	
	【品目】 だいこん 	◆栽培の特徴 砂丘地を中心に、スイカの後作として産地化が進んだ。当初は源助だいこんが主流であったが、昭和 52 年頃より、形状の揃いが良く、収量性も高く、病気にも強い総太系のだいこんに変わり、現在に至っている。出荷方法は集出荷場での共同選果により、地元市場をはじめ、関西、中京の市場へ出荷されている。
	【産地】 安原地区、栗五地区	
	【出荷時期】 9 月下旬～11 月中旬	
		◆品種 夏の守、夏のつかさ、福誉れ、つやっ娘 EX

出典：金沢市ホームページ（以下、同様）

項目		内容
金沢そだち	【品目】 なし 	◆栽培の特徴 市街地に近い崎浦地区（舘山町、舘町、錦町、大桑町）、浅川地区、鞍月地区等で栽培されている。18世紀末の登場以来全国的に栽培されており、品種数も多いが、主に果皮の赤（茶）色の強い三水（新水、幸水、豊水）と言われている赤梨系の品種を中心に、果皮の青（緑）色の強い二十世紀が、長期間に渡って地元市場をはじめ関西市場への出荷や直売が行われている。
	【産地】 崎浦地区、浅川地区、鞍月地区、河北潟	◆品種 新水、幸水、豊水、二十世紀、南水、新高、鞍月、あきづき
	【出荷時期】 8月上旬～10月下旬	

＜金沢そだち産地位置図＞



出典：庁内資料

2) 農家数と栽培面積

(1) 全体

【農家数】

●農家数は184戸（平成25年）であり、平成22年と比べ、横ばい傾向にあります。

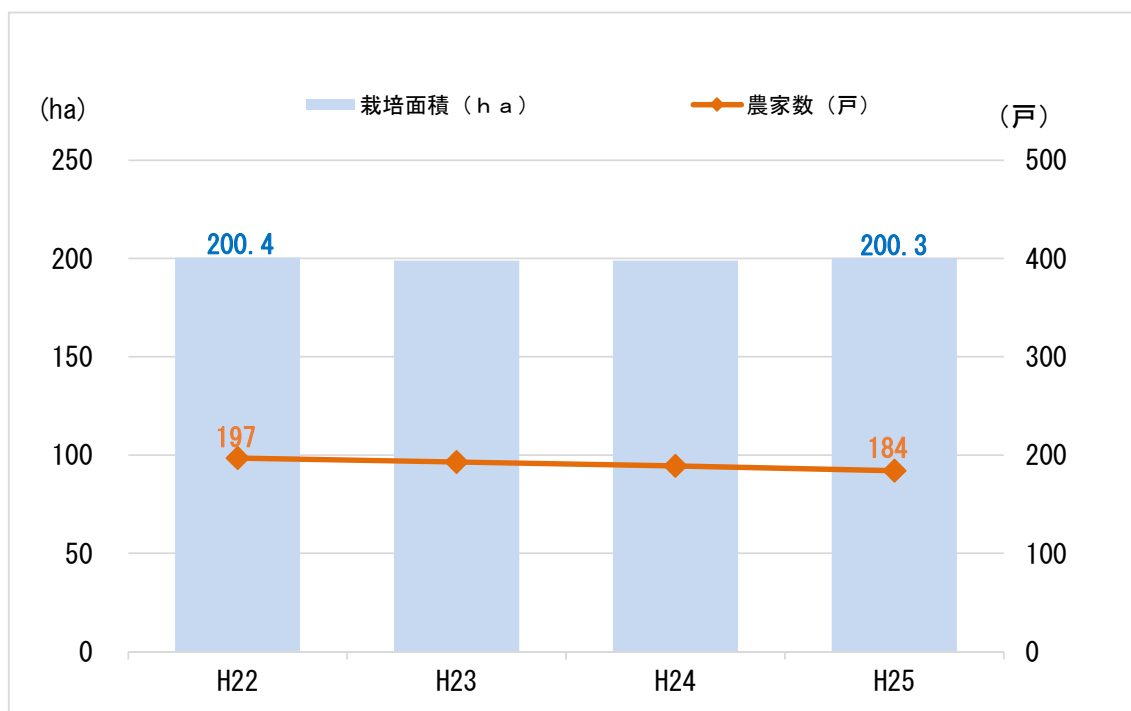
- ・農家数は、平成22年から横ばい傾向にあり、平成25年では184戸（対平成22年：-13戸）となっています。
- ・農家数は、市全体の農家数（平成22年で約3,200戸）のうち、約6%を占めています。

【栽培面積】

●栽培面積は200ha（平成25年）であり、平成22年と比べ、横ばい傾向にあります。

- ・栽培面積は平成22年から横ばい傾向にあり、平成25年における栽培面積は約200ha（対平成22年：-0.1ha）となっています。

＜農家数と栽培面積の推移（全体）＞



出典：庁内資料（以下、同様）

(2) 品目別

【農家数】

●農家数はすべての品目において平成 22 年と比べ、微減しています。

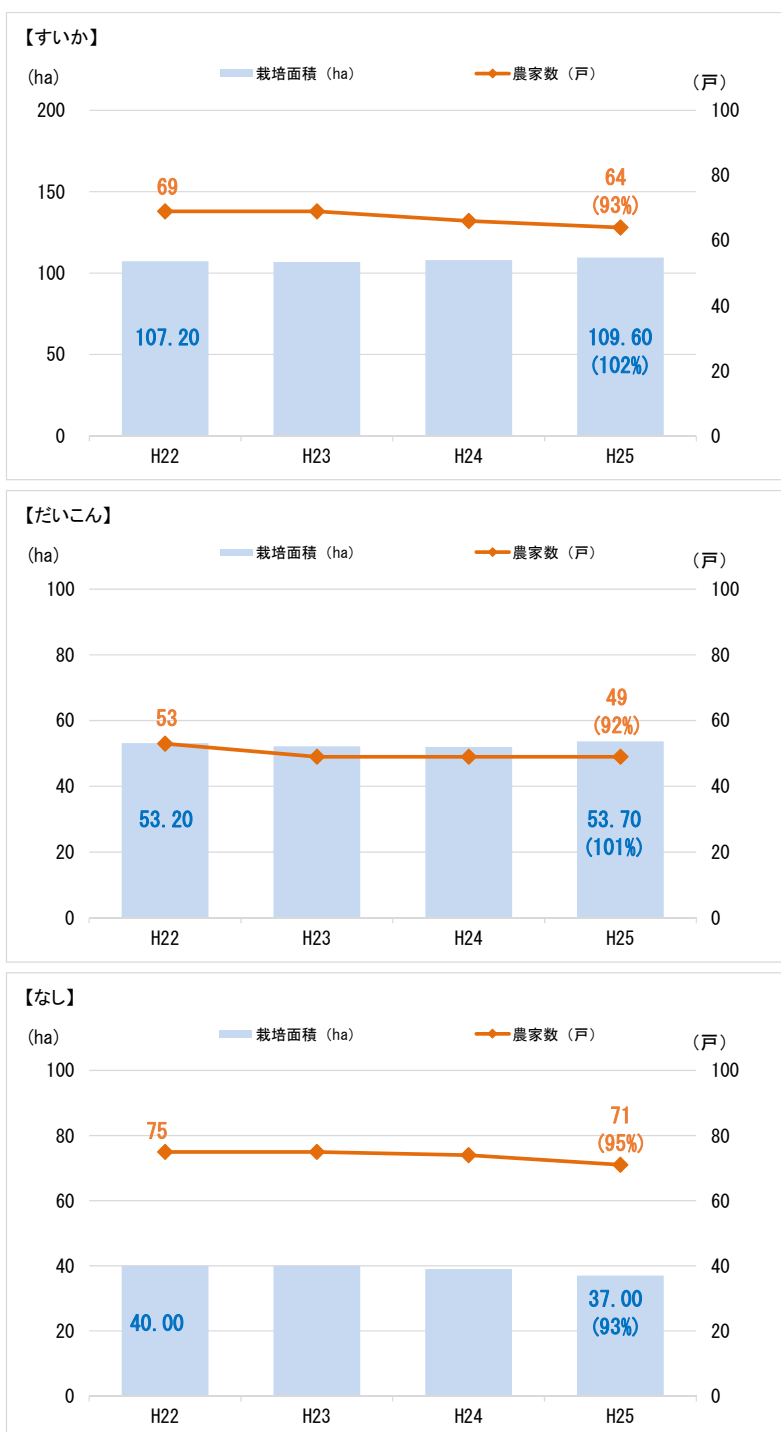
- ・農家数は、すべての品目において微減傾向にあり、認証制度が開始した平成 22 年から平成 25 年には「すいか」が 5 戸、「だいこん」が 4 戸、「なし」が 4 戸減少しています。

【栽培面積】

●栽培面積は平成 22 年と比べ、横ばいもしくは微減しています。

- ・栽培面積は、横ばいもしくは微減傾向にあり、平成 25 年には「すいか」が約 100ha、「だいこん」が約 50ha、「なし」が約 40ha となっています。

<農家数と栽培面積の推移（品目別）>



3) 出荷量と販売単価

(1) 全体

【出荷量】

●出荷量は約 10,000 トンで推移し、平成 22 年とほぼ横ばい傾向にあります。

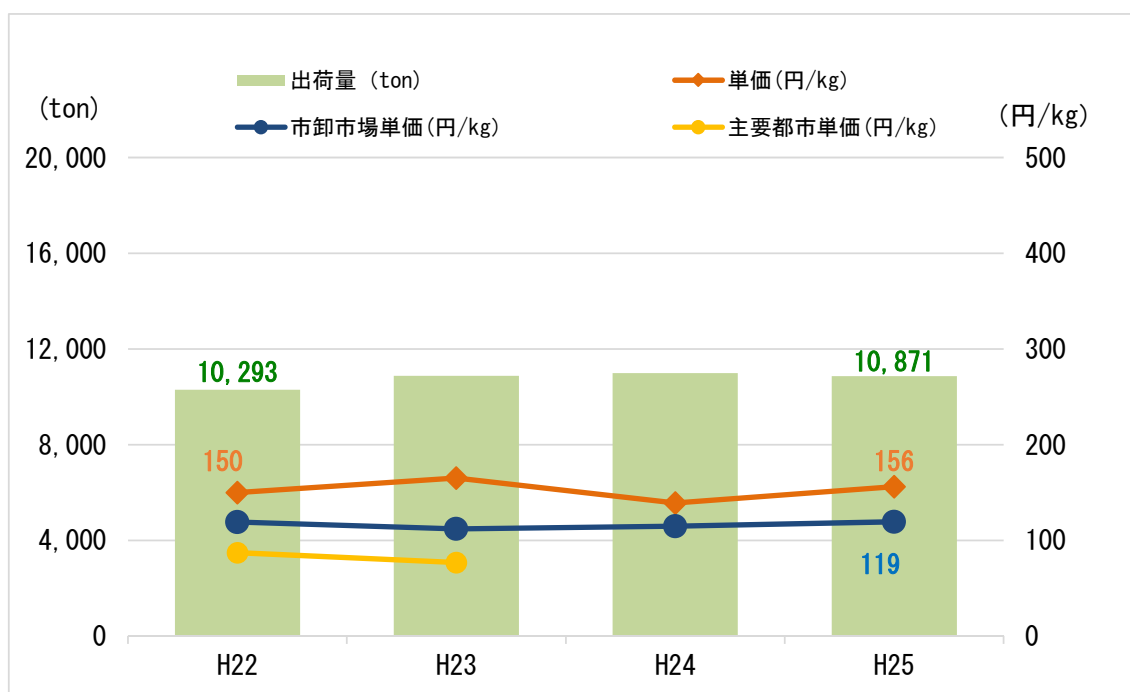
- ・出荷量は約 10,000 トンで推移しており、平成 25 年では 10,871 トンとなっている。
- ・認証制度が開始した平成 22 年（10,293 トン）と比べ、約 6 % 増加（+578 トン）しています。

【販売単価】

●単価は 150 円前後で推移し、市卸市場の単価よりも高くなっています。

- ・平成 25 年における販売単価は 156 円となっており、金沢市中央卸売市場の平均単価 119 円と比べ、約 30% 高くなっています。

< 出荷量と販売単価の推移（全体） >



※単価は金沢そだちの販売単価、市卸資料単価は金沢市中央卸売市場における金沢そだち類似品目の平均販売単価、主要都市単価は主要都市における金沢そだち類似品目の平均販売単価を示しています。（以下、同様）

出典（出荷量、単価）：庁内資料

出典（市卸市場単価）：金沢市中央卸売市場統計

出典（主要都市単価）：農林水産省青果物卸売市場調査

(2) 3 品目

【出荷量】

●すべての品目において、出荷量は平成 22 年より微増しています。

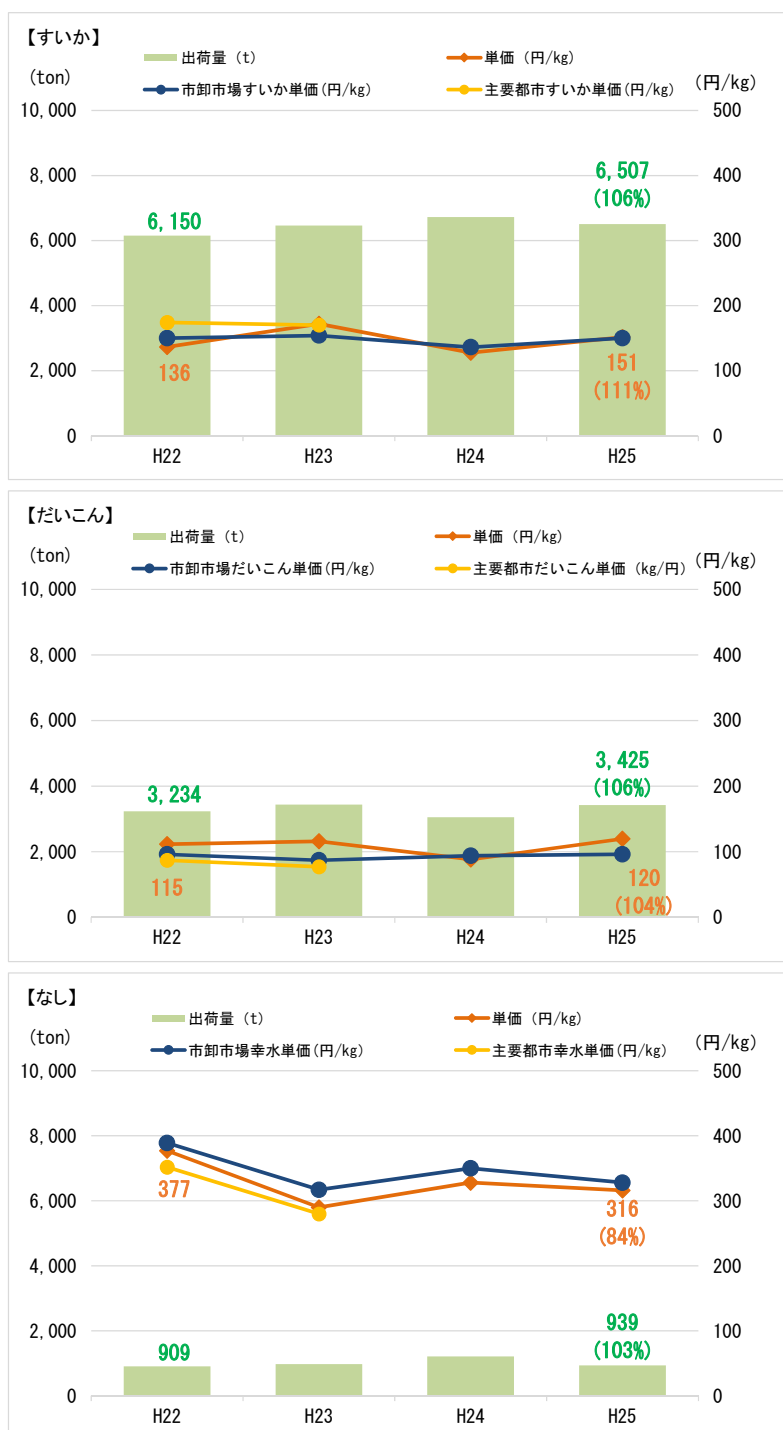
- ・ 出荷量は、品目によって大きく異なり、「すいか」は約 6,000 トン以上ですが、「だいこん」は約 3,500 トン、「なし」は約 1,000 トンとなっています。（平成 25 年）
- ・ すべての品目において、認証制度開始時期より 3～6 %増加しています。

【販売単価】

●販売単価は、類似品目の平均単価と大きな差が生じていません。

- ・ 販売単価は類似品目の単価と比べると、大きな差がない状況にあります。

＜出荷量と販売単価の推移（品目別）＞

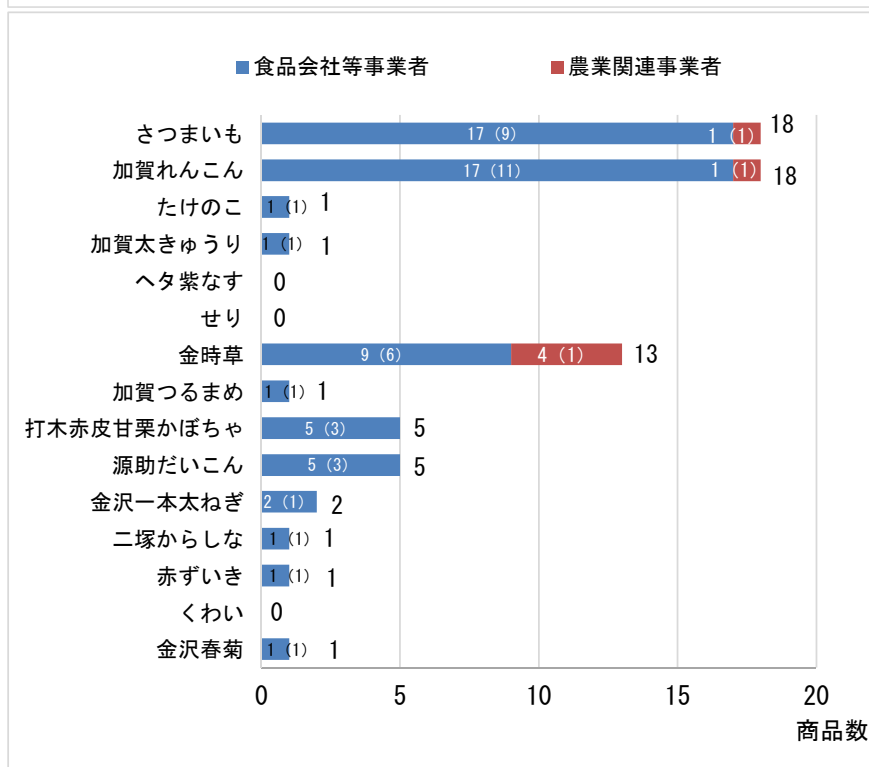
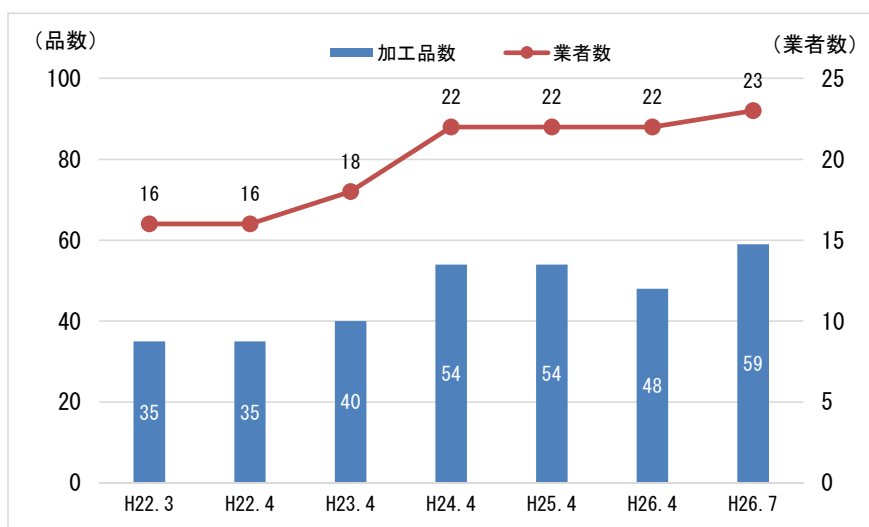


3. 加賀野菜を用いた加工品

●加工品は23事業者、59商品（平成26年）が登録されていますが、その内、農業関連事業者は3事業者、6商品の登録に留まっています。

- ・加賀野菜を用いた加工品は、認証制度を開始した平成22年3月から増加し、平成26年7月1日時点では23事業者によって開発された59商品が登録されています。
- ・加賀野菜の品目別登録加工品は、「さつまいも」「加賀れんこん」「金時草」を用いた商品が10商品以上登録されています。（平成26年7月1日現在）
- ・加賀野菜を用いた登録加工品は、食品会社等の事業者が53商品登録しており、農業関連事業者が開発した加工品は6商品（主に金時草）と全体の約10%となっています。

＜加賀野菜を用いた加工品数と業者数の推移＞



※複数品目を用いて開発された商品もあるため、合計値は登録商品数（59商品）と合致しない

※（ ）内の数値は事業者数を示す

資料２ 各種団体・関係者の意向調査

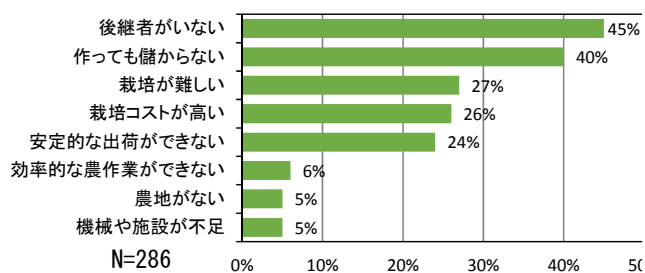
１．生産者の意向調査

□対象等：加賀野菜の生産部会を通じ、農家及び部会長等に対しアンケート調査を実施
(配布 479 件、回収 313 件、回収率 65%、平成 24 年 10 月～11 月に実施)

１) 加賀野菜生産者の意見（各農家の集計）

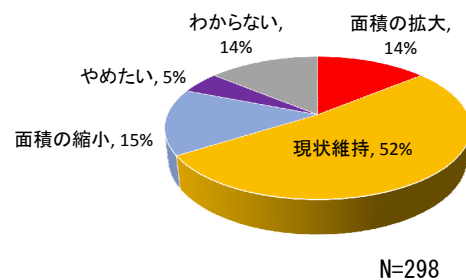
(１) 栽培の問題点

- ・「後継者がいない」「作っても儲からない」が多くを占めるほか、「栽培が難しい」「栽培コストが高い」「安定的な出荷ができない」等が問題となっています。



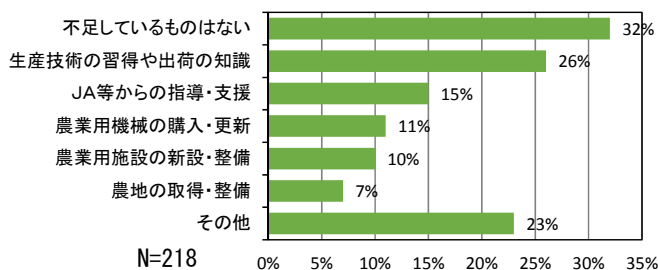
(２) 今後の作付に対する意向

- ・「現状維持」が 52%を占める一方、「面積の拡大」が 14%、「面積の縮小」及び「やめたい」が 20%を占めています。



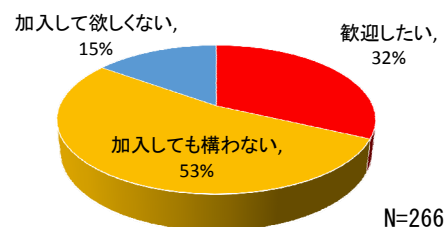
(３) 後継者の栽培開始・継続に必要な取組

- ・「不足しているものはない」が最も多い一方、「生産技術の習得や出荷の知識」を必要とする意見もみられます。



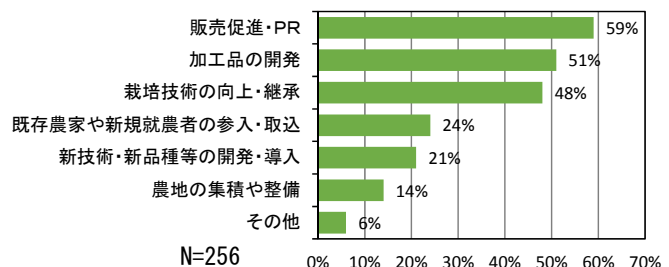
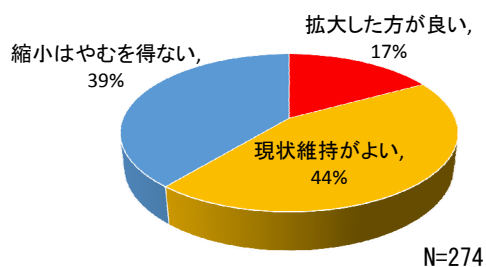
(４) 新規加入者の受け入れ

- ・組織に「加入しても構わない」が 53%、「歓迎したい」が 32%を占める一方、「加入して欲しくない」との意見もみられます。



(５) 産地に対する意向

- ・「現状維持」が 44%を占める一方、「縮小はやむを得ない」が 39%を占めています。
- ・産地の拡大、維持に必要な取組として、「販売促進・PR」「加工品の開発」「栽培技術の向上・継承」が約半数を占めています。



2) 課題と今後必要な対策

(数字：回答した生産組合数、N=18)

	産地の現状と課題	今後必要な対策
生産	○栽培が難しい、上物の確保が困難：18 ○生産量が少なく安定的な出荷が出来ない：12 ○栽培に係るコストが高い：10 ○生産拡大したいが、農地がない：6 ○鳥獣等による被害がある：6 ○生産拡大したいが、機械や施設が不足：4 ○栽培技術レベルにばらつきがある：1	○新技術・新たな系統等の開発導入：17 ○優良系統等の導入による高品質、安定生産：2 ○後継者確保対策：12 ○農地確保対策：11 ○鳥獣害対策：6 ○機械施設等の確保・対策：6
流通	○生産物の価格が低く、作っても儲からない：18 ○一時的な需要に対する生産不足：4 ○生産量が少ないため安定的な出荷ができない：1 ○販路が限られるため生産量を増やせない：1 ○おいしい食べ方がわからない：1	○流通対策、価格安定対策（販売促進・PR）：18 ○農産物を活かした加工品の開発：18 ○新たな販路（需要）の開拓：2 ○新たな商品化：1 ○「魅力ある商材」としての開発：1
担い手	○多くの農家で後継者が決まっていない：18 ○新規参入者へ貸し出せる農地等がない：9 ○産地を維持・拡大したいが、販路が限られるため新規参入者を受入れられない：2 ○雇用する人材がいない：1	○後継者確保対策：18 ○新規参入者受入対策：18

参考) 各部会で行っている取組（部会代表者の意見）

		生産者人数（人）	生産に関する取り組み																	出荷・販売に関する取り組み				
			作付面積の把握	制限作付面積の調整・統一	作型の調整・統一	出荷規格の統一	優良種苗の選抜	優良種苗の保存・供給	の統一する生産資材の使用	生産資材購入のとりまとめ	機械・施設の共同利用・管理	農作業等の共同実施	講習会（勉強会）の開催	圃場巡回	試験圃場の設置	先進地等の視察	栽培履歴記載の義務化	GAP	エコ農業	共同検査	共同選果	出荷先の決定	共同出荷	出荷量の調整
さつまいも	五郎島	47	●	●		●	●			●			●	●	●	●	●	●	●	●		●	●	●
	大徳	15	●			●	●			●	●		●				●					●	●	●
加賀れんこん	蓮根部会	52	●		●	●	●		●				●	●		●		●		●		●	●	●
	生産組合	11				●	●				●		●			●		●		●			●	
たけのこ	部会	204				●			●	●							●			●		●	●	●
加賀太きゅうり	加賀太胡瓜部会	12	●	●	●	●	●	●		●	●		●	●			●		●		●	●	●	●
金時草	花園野菜部会	15				●	●	●					●			●								
源助だいこん	源助だいこん部会	18	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●	●	●
打本赤皮甘藷かぼちゃ	赤皮かぼちゃ部会	9	●	●	●	●	●	●	●	●	●		●			●			●	●		●	●	●
加賀つるまめ	つるまめ部会	5	●			●								●	●									
金沢一本太ねぎ	軟弱野菜部会	14	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●			●		●	●	●
赤ずいき	赤ずいき部会	9				●	●	●	●	●	●		●	●			●			●		●	●	●
へた紫なす	丸茄子部会	5	●			●	●	●		●			●	●			●					●	●	●
	へた紫なす栽培研究会	4				●	●										●					●		
くわい	御所くわい出荷組合	10	●			●							●			●						●	●	●
金沢春菊	野菜生産部会	11	●		●	●	●						●				●	●						
せり	金沢芹部会	3	●		●	●				●				●								●	●	
二塚からしな	二塚からしな生産組合	7							●				●	●										

2. 流通業者の意向調査

□対象等：J A金沢市、J A金沢中央、J A全農いしかわ、丸果石川中央青果、金沢中央市場青果卸売協同組合（平成26年1月～2月に実施）

1) 加賀野菜と金沢そだちの生産・流通に対する意見

- ・生産、流通量を踏まえた品目ごとの対策の検討
 - ①県内外の需要に対応する品目：生産体制づくりと出荷期間の延長による生産振興
 - ②地元需要に対応する品目：旬の時期における安定出荷
 - ③品目を絶やさないように対応する品目：担い手の確保と技術伝承
- ・秀品率の低い品目や短期に需要が集中する品目の出荷対策の検討

2) 加賀野菜・金沢そだちの品質および認知度に対する意見

- ・品目によっては「規格の見直し」「品質の改善」が必要
- ・加賀野菜の総称としての認知度は高いが、個々の品目になると認知度が低い
- ・金沢そだちは市場関係者内で認知度は高まりつつあるが、一般消費者の認知度が低い

3) 金沢ブランド農産物と他のブランド農産物の比較

- ・金沢の市場では地元志向が強いことから加賀野菜の優位性は高いが、県外では品揃え（珍しさ）としての要素が大きい

4) 今後の加賀野菜・金沢そだちのあり方に対する意見

①定義や名称の見直し

- ・生産量が少ない品目は伝統野菜とするなど、位置づけを区分した対応が必要
- ・定義見直しのメリットやデメリット、既存生産者の気持ちを考慮した検討が必要

②売り出し方（市内）

- ・地元の流通量の確保と料理方法の提案等による消費拡大、普及PRを優先すべき
- ・試食会や料理方法の提案、加工品の開発等による消費の拡大

③売り出し方（市外）

- ・量産可能な品目を対象とした知名度の高い「金沢市」を全面に出したPR
- ・金沢に来訪して金沢ブランド農産物を食べてもらうためのPRや機会の創出

④追加品目候補

加賀野菜：加賀白菜、かぶ

金沢そだち：トマト、きゅうり

＜金沢ブランド農産物に対する意見＞

意 見		品 目	
		加賀野菜	金沢そだち
生産・流通量	・ 市内外の需要に対応する生産体制づくりと出荷期間の延長等による生産振興	さつまいも、加賀れんこん、加賀太きゅうり、金時草、源助だいこん、打木赤皮甘栗かぼちゃ	すいか
	・ 地元需要を満足させるための旬の時期における安定出荷	加賀つるまめ、ヘタ紫なす、金沢一本太ねぎ、赤ずいき	なし、だいこん
	・ 品目を絶やさないための担い手の確保と技術伝承	たけのこ、せり、二塚からしな、くわい、金沢春菊	—
	・ 秀品率の低い品目や短期に需要が集中する品目の貯蔵性の確保	せり、金沢一本太ねぎ、くわい	—
	・ 試食会や料理方法の提案、加工品開発等による消費拡大の強化	全品目	全品目
品質	・ 細かすぎる規格の簡素化、見直し	さつまいも	—
	・ 県内他産地との品質差の改善	加賀つるまめ	—

＜これまでの取組＞

		
市内保育園での試食会	渋谷での金沢カフェ開催	関西圏でのPR活動

3. 市内飲食店及び小売店舗の意向調査

1) 市内飲食の意向調査

□対象等：つば甚（平成26年2月に実施）

(1) 仕入れについて

- ・通年で料理に用いている加賀野菜は、「加賀れんこん」「さつまいも（五郎島金時）」「金時草」が挙げられ、珍しさの点で「加賀太きゅうり」「打木赤皮甘栗かぼちゃ」、生食できると仕入れたい品目では「加賀太きゅうり」「ヘタ紫ナス」が挙げられています。

※金沢そだちについては詳しく知らないとの回答

項目	金沢ブランド農産物
通年利用している品目 (品質も高い)	「加賀れんこん」「さつまいも（五郎島金時）」「金時草」
珍しさの点で利用している品目	「加賀太きゅうり」「打木赤皮甘栗かぼちゃ」
生食できると仕入れたい品目	「加賀太きゅうり」「ヘタ紫ナス」
仕入れ先	市場を通じての取引がメインであるが、生産者とのお付き合いで直接取引させてもらっている場合も有り

(2) 来店者の反応と対応について

- ・加賀野菜に対する認知度は年々高まってきていると感じており、予約の際にも加賀野菜を用いた料理を提供してほしいとの注文を受けるが、加賀野菜の品目を指定してまでの注文には至っていない。
- ・市民は、地元産のものに対して安心感をいだいており、こだわりやニーズも高いと感じている。
- ・加賀野菜を用いた料理は、使用している品目について説明を添えて提供している。

(3) 今後の課題について

①出荷期間の延長

- ・多くの加賀野菜は旬の時期が短いため、出荷期間の延長を希望している。

②生産者との交流促進

- ・料理人と生産者の交流は、生産者の苦労や生産状況等が学べ、若手の料理人の育成にも繋がっている。
- ・生産者の方も調理現場を見ることで、料理しやすいサイズ感などを把握することにつながると感じており、互いに連携、交流しながら加賀野菜のブランド力を向上させていくことが必要と認識している。

③伝統を守りつつ、多様な視点を取り入れた新たな創作料理の提供

- ・北陸新幹線開業前に金沢の食をアピールしているが、伝統を守りつつも素材を大切にしながら市外、海外の要素等を取り入れた創作メニューを考案し、新たな伝統を作る視点も大事かと思う。

④金沢の情緒や空間を含めたもてなし

- ・料理を提供する側としては、金沢に来ていただき、金沢の情緒や空間を含めて楽しんでもらうことが市外からの来訪者の満足度も高まると考えている。

2) 市内小売店舗の意向調査

□対象等：株式会社ニュー三久本社（平成 27 年 2 月に実施）

（１）販売状況について

- ・加賀野菜は、「さつまいも」「加賀れんこん」「源助だいこん」だけでなく、希少品目も含め、地元志向が根強く、割高感があっても購入する方が多い状況にある。
- ・茨城県産のシルクスイート（さつまいも）は、テレビで取り上げられたこともあり、売れ行きが良く、市内産地でも、同様な品種の栽培に取り組んでいただけると、積極的に販売したいと考えている。

（２）PR方法について

①調理方法やストーリー性ある魅力発信

- ・加賀野菜は、プレミアム商品であるため、地物としての安全、安心をPRするというより、調理方法や背景ストーリーをPRする方が効果的であると感じている。

②販促品の多様化

- ・店舗では、吊しスタンドの形態をしたポップを使用しているため、B5 程度のリーフレット等が使いやすい状況にある。
- ・調理レシピや旬カレンダーのような販促品を作成することもPRに効果的と感じている。



4. 消費者の意向調査

□対象等：金沢市民及び首都圏・関西圏・中京圏の居住者（各地域 414 人）に対し、インターネットによるアンケート調査を実施（平成 25 年 12 月に実施）

1) 普段購入する野菜について（上位 3 項目）

- ・「普段の野菜の購入先」「野菜を購入する時に重要視する項目」「野菜を食べたいと思う主な情報源」では、居住地による差は見られず、下記の結果となっています。

■普段の野菜購入先：①スーパー ②青果店（八百屋）③生協、農産物直売所

■野菜を購入する時に重要視する項目：①価格 ②鮮度（品質）③味、地元産（地産地消）

■野菜を食べたいと思う主な情報源：①店頭で商品を見た時 ②テレビ番組の特集
③チラシや広告

2) 金沢ブランド農産物の認知度

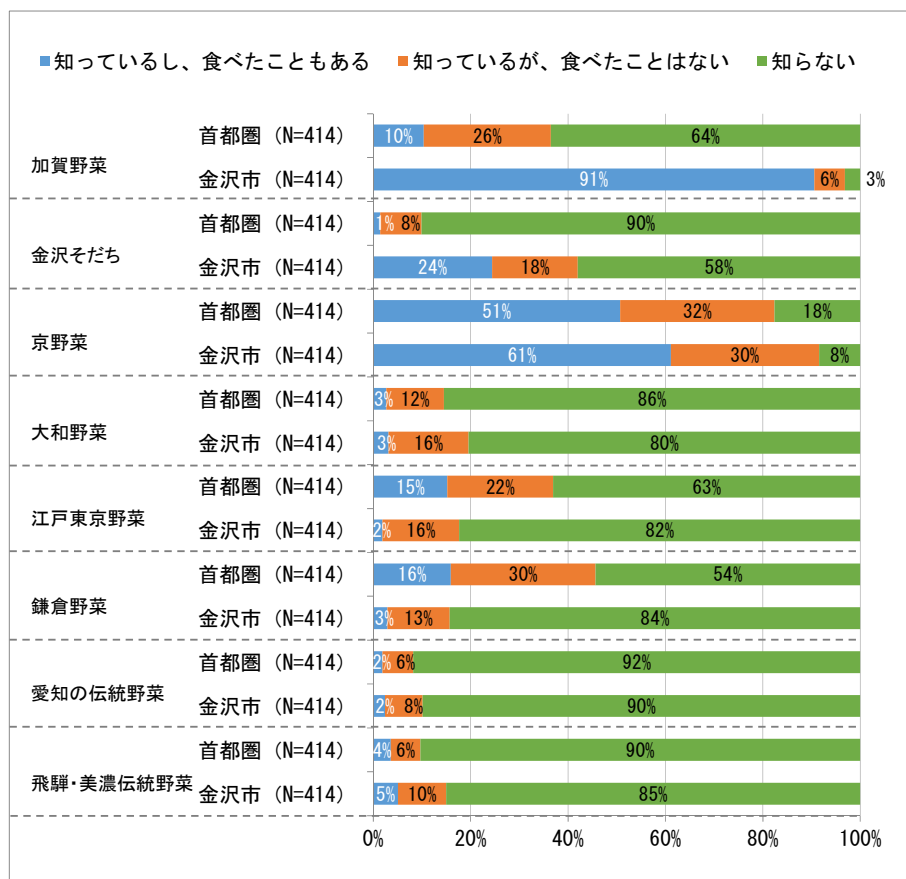
（1）加賀野菜

- ・首都圏における「加賀野菜」の認知度は、40％程度と関東圏の野菜（江戸東京野菜、鎌倉野菜）を除くと、京野菜に次いで認知度が高くなっていますが、品目別の認知度（次頁）は、いずれも低くなっています。
- ・金沢市民は、大半が加賀野菜を認知していますが、食経験が低い品目（二塚からしな、へた紫なす等）もみられます。

（2）金沢そだち

- ・「金沢そだち」の認知度は、首都圏では 10％程度、金沢市は 40％程度と低く、品目別の認知度（次頁）も首都圏及び金沢市民ともに低くなっています。

＜全国のブランド農産物の認知度＞



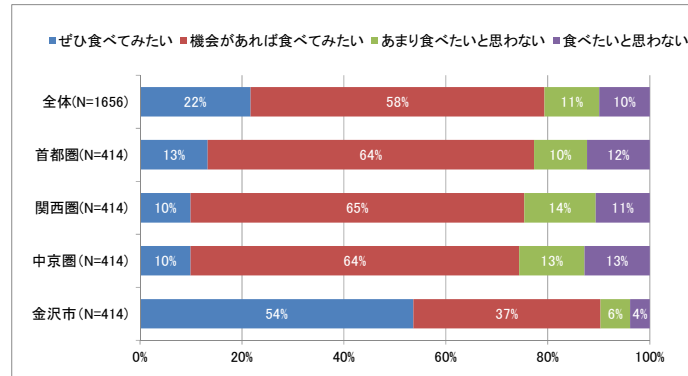
3) ブランド農産物を購入しない理由

- ・ブランド農産物を購入しない理由は「どこで売っているかわからないから」「普段行くお店では売っていないから」「値段が高いから」が挙げられています。

4) 金沢ブランド農産物の食意向

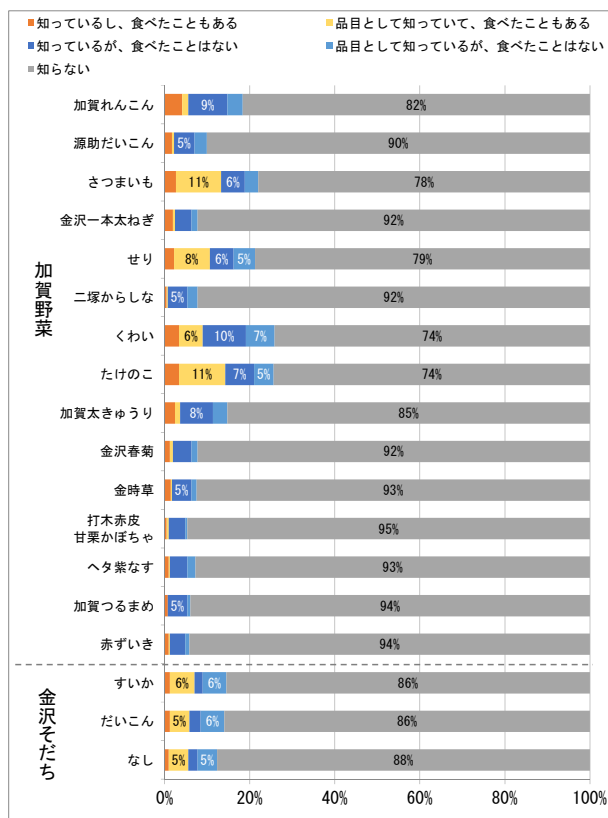
- ・三大都市圏における金沢ブランド農産物の食意向は高くなっています。
(「ぜひ食べてみたい」+「機会があれば食べてみたい」合わせて74~77%)

＜金沢ブランド農産物の食意向＞

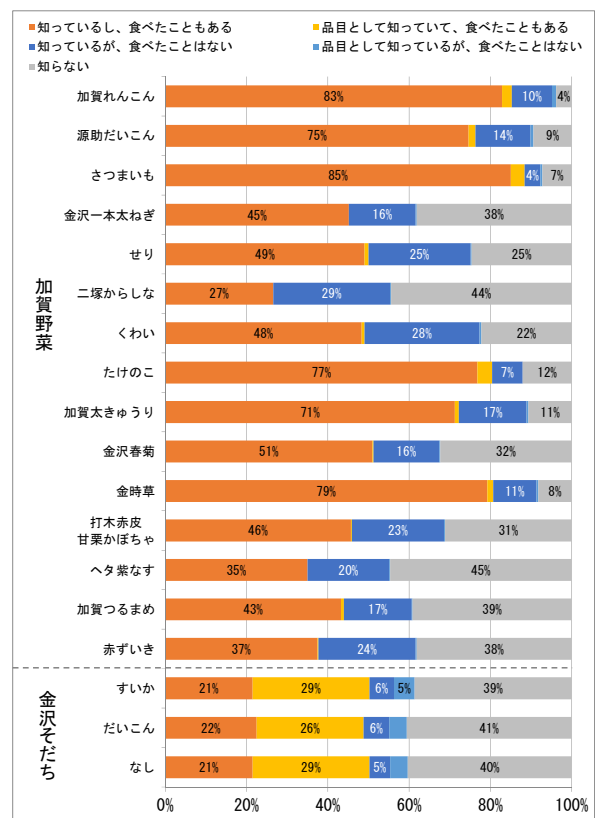


＜金沢ブランド農産物品目別認知度＞

【首都圏 (N=414)】



【金沢市 (N=414)】



※5%未満は非表示

※品目として知っていて、食べたことがある：加賀野菜・金沢そだちとは認識していないが「品目を知っていて、食べたことがある」

※品目として知っているが、食べたことはない：加賀野菜・金沢そだちとは認識していないが「品目として知っているが、食べたことはない」

5. 大学生の意向調査

□対象等：石川県立大学の学生に対し、調査票を直接配布、回収によるアンケート調査を実施
石川県立大学「学生援農隊アグリ」有志（6名）へのヒアリング調査を実施
（平成26年12月に実施）

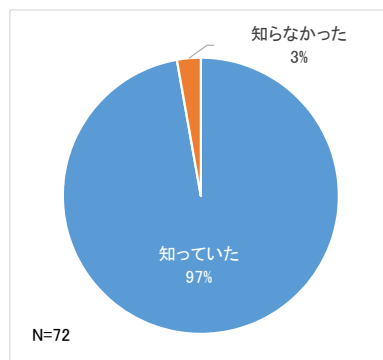
1) 普段の生活における食の楽しみ方・食に関する情報源

学生生活における食の楽しみ方	学生生活における食に関する情報源
・料理をする ・食べたことのない食材や商品を食べる ・スマートフォン等で料理を撮影し、インターネット上に投稿する ・野菜を育てる ・買い物をする ・友人と集まって食事をする	・インターネット ・SNS（Facebook、Twitter等） ※利用状況に個人差があり、すべての学生にとって有効的な情報源とは言いがたいとの意見もあり ・テレビ、雑誌 ・友人、家族との会話 ・石川県出身の友人に郷土料理を聞く

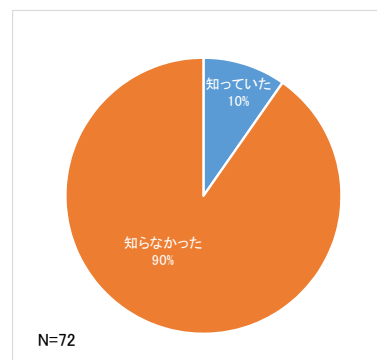
2) 金沢ブランド農産物の認知度

- ・加賀野菜（総称）の認知度は「知っていた」が97%を占め、金沢そだち（総称）の認知度は「知っていた」が10%となっています。
- ・加賀野菜（品目別）の認知度は「さつまいも」「金時草」が50%以上を占め、金沢そだち（品目別）の認知度は「知らない」が95%以上を占めています。

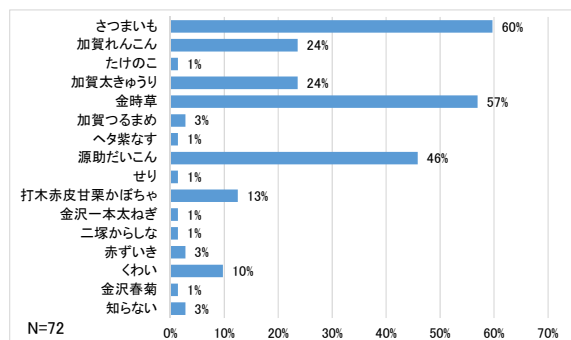
＜加賀野菜（総称）の認知度＞



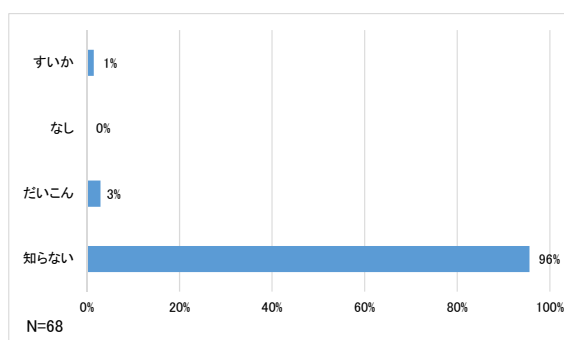
＜金沢そだち（総称）の認知度＞



＜加賀野菜（品目別）の認知度＞



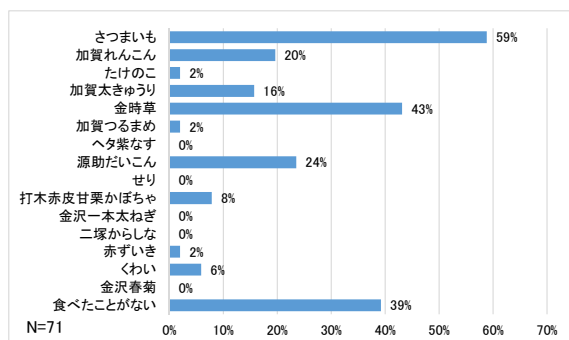
＜金沢そだち（品目別）の認知度＞



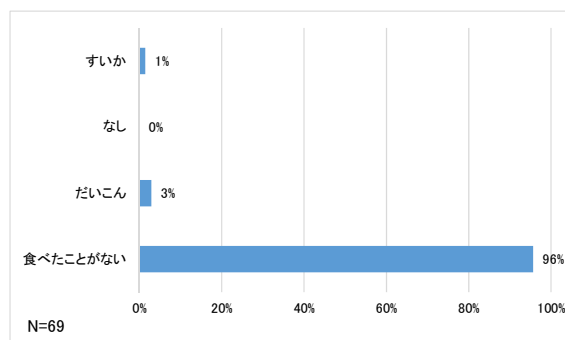
3) 金沢ブランド農産物の食経験

- ・加賀野菜（品目別）の食経験では「さつまいも」が59%、「金時草」が43%を占める一方、「食べたことがない」が39%を占めています。
- ・金沢そだち（品目別）の食経験では「食べたことがない」が95%以上を占め、品目ごとの食経験は、認知度と同様に3%以下となっています。

＜加賀野菜（品目別）の食経験＞



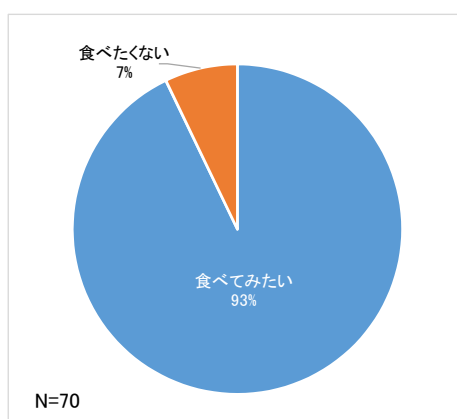
＜金沢そだち（品目別）の食経験＞



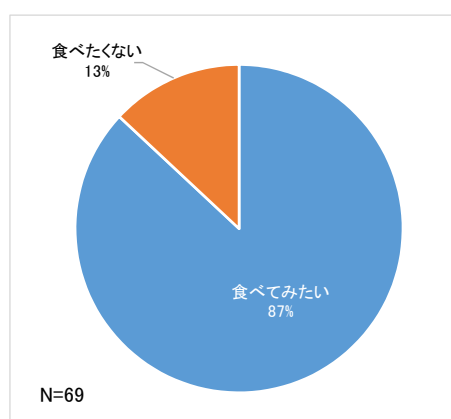
4) 金沢ブランド農産物の今後の食意向とその理由

- ・金沢ブランド農産物の今後の食意向については、加賀野菜、金沢そだちともに「食べてみたい」が約90%を占めています。
- ・加賀野菜、金沢そだちを「食べてみたい」理由では「石川県のものを食べてみたい/興味があるから」「一般の野菜との違いを比較してみたいから」が共通した意見として挙げられています。
- ・加賀野菜を「食べたくない」理由では「調理の仕方が分からないから」や「金沢でとれたものに興味がないから」「数が少なく値段も高いから」等が挙げられ、金沢そだちでは「金沢そだちを知らないから」「金沢でとれたものに興味がないから」等の意見が挙げられています。

＜加賀野菜の食意向＞



＜金沢そだちの食意向＞



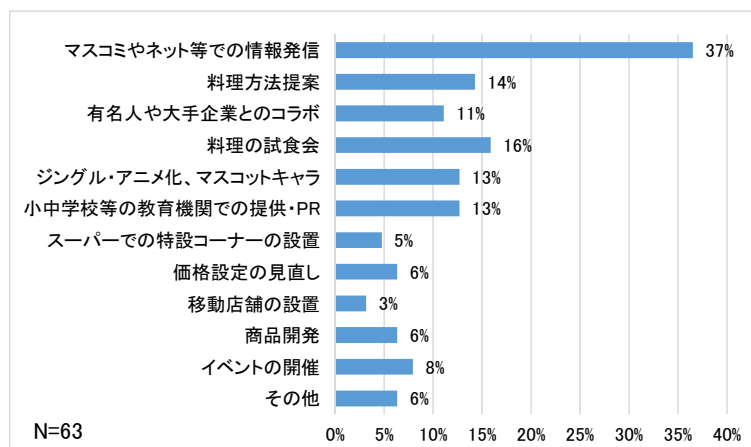
<金沢ブランド農産物を食べてみたい理由/食べたくない理由>

	加賀野菜		金沢そだち	
	意見	割合	意見	割合
食べてみたい理由	石川県のを食べてみたい/興味があるから	56%	金沢そだちがどんな野菜か気になる/興味があるから	50%
	美味しい、美味しそう	19%	石川県のを食べてみたいから	24%
	一般の野菜との違いを比較してみたいから	14%	一般の野菜との違いを比較してみたいから	15%
	栄養価が高そうだから	5%	食べたことがないから	6%
	地元の人が一生懸命作った親しみがもてる野菜だから	2%	美味しそうだから	3%
	野菜が好きだから	2%	栄養価が高そうだから	3%
	高くて食べられないから	2%	-	-
	合計 (N=43)	100%	合計 (N=34)	100%
食べたくない理由	調理の仕方が分からないから	25%	金沢そだちを知らないから	60%
	金沢でとれたものに興味がないから	25%	金沢でとれたものに興味がないから	20%
	数が少なく値段も高いから	25%	どちらでもよい	20%
	加賀野菜だから特別食べるという感覚はなく、調理法も魅力的と感じられないから	25%	-	-
	合計 (N=4)	100%	合計 (N=5)	100%

5) 金沢ブランド農産物を食べてもらうためのアイデア

- ・金沢ブランド農産物を食べてもらうためのアイデアでは、「マスコミやインターネット等での情報発信」に関する意見が最も多く 37%を占め、次いで「料理の試食会」が 16%となっています。
- ・ヒアリング調査では「個人にとって当たり前と思っている食べ方も他人にとっては珍しく感じる場合があるため、食べ方の掘り起こしを意識した創作料理コンテストも面白いと思う」との意見が挙げられています。

<金沢ブランド農産物を食べてもらうためのアイデア>



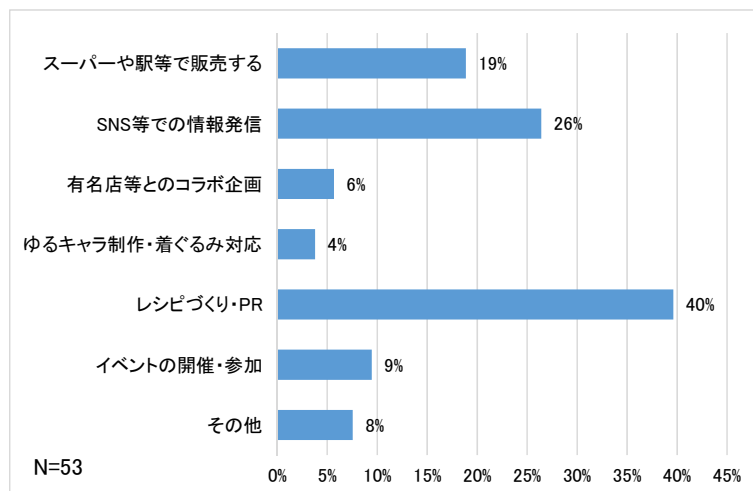
<金沢ブランド農産物を食べてもらうためのアイデア（詳細）>

項目	意見
マスコミやインターネット等での情報発信	全国ネットのテレビやラジオ、ローカル番組（となりのテレ金ちゃん）でPR
	スーパー等の小売店舗におけるチラシ配布
	加賀野菜、金沢そだち取扱飲食店のテレビ紹介
	加賀野菜のCMの放映
	雑誌等での特集企画
料理方法提案	料理レシピの発信の強化
	加賀野菜、金沢そだち料理レシピのテレビ発信
有名人や大手企業とのコラボ	有名なシェフからのPR
	大手有名企業や芸能人とコラボした企画
料理の試食会	駅等の人が集まる所での試食コーナーや料理販売
	試食コーナーを多数設置及び旅行客への割引券配布
ジングル・アニメ化、マスコットキャラの制作・起用等	加賀野菜、金沢そだち応援ソングの作成
	スーパー等でマスコットを用いた直売会の開催
	マスコットキャラのデザインの更新
	萌えキャラ（アニメ）パッケージデザインの制作
小中学校等の教育機関での提供・PR	学校の給食や食堂での使用
	加賀野菜の日等の設定による子供から親への加賀野菜の魅力発信
スーパーでの特設コーナーの設置	スーパー等の小売店舗における特設コーナーの設置
価格設定の見直し	価格設定の見直し
	安価での全国発送
移動店舗の設置	スーパー等を周遊する加賀野菜料理屋台の営業
商品開発	加賀野菜弁当の創作
	人気のあるスイーツ商品等とのコラボ企画
イベントの開催	マスコットキャラクターを活用した販売イベントの開催
	収穫体験の開催
	自ら加賀野菜を生産し、文化祭で販売
その他	レストランや料亭等への販売強化
	食べる機会の創出

6) 学生が取り組める金沢ブランド農産物を食べてもらうための活動・企画

- ・金沢ブランド農産物を食べてもらうための活動・企画では、「レシピづくり・PR」に関する意見が最も多く 40%を占め、次いで「SNS等での情報発信」が 26%となっています。
- ・ヒアリング調査では、学生援農隊アグリブログによる情報発信が挙げられるほか、生産者への取材に基づいた「かわら版」制作に携わりたい旨の意見も挙げられています。

＜学生が取り組める活動・企画アイデア＞



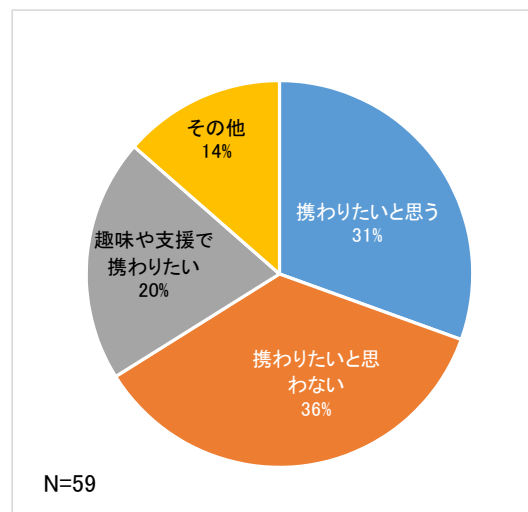
＜学生が取り組める活動・企画アイデア（詳細）＞

項目	意見
スーパーや駅等で販売する	大学やスーパー等における試食販売の実施
	地元（県外）における加賀野菜のPR
SNS等での情報発信	イベントや料理等のネット発信
	加賀野菜の長所や味等の魅力発信
	自主企画によるパンフレットや「かわら版」の制作・発行
有名店等とのコラボ企画	有名店や企業と共同商品開発、PR
ゆるキャラ制作・着ぐるみ	ゆるキャラ制作
	着ぐるみを着てのテレビ出演
レシピづくり・PR	身近に感じ、オシャレな雰囲気になるレシピの開発
	パンフレット化したレシピの地元スーパーへの設置要望
	クックパッドのタグをそろえたレシピ集制作
	地元スーパーへの加賀野菜を使った惣菜取扱依頼。
	レシピ及び商品開発、祭りやイベント時における販売・PR
イベントの開催・参加	生産者との調理・試食イベントの開催
	イベントや祭り等への積極的参加
	サークル活動で栽培した野菜で料理を作り、学祭で提供・販売
その他	自分の気に入った野菜の試食
	「加賀野菜」や「金沢そだち」を食べてもらうことを目的としたサークルの設立
	知らない方への説明、情報発信

7) 大学卒業後の農業への従事意向

- ・大学卒業後の農業への従事意向は「携わりたいと思わない」が最も多く 36%を占め、次いで「携わりたいと思う」が 31%を占めています。
- ・「携わりたい」主な理由は、「食や農産物の生産に興味があるから」「農業分野の大学に入学し、学んだ知識を活かしたいから」「今後、農業が担う役割は重要であるから」等が挙げられています。
- ・「携わりたいと思わない」主な理由は、「肉体的に大変そうであるから」「金銭的なリスクが大きく、生活が安定しないから」「やりたい研究は農業とあまり関係しないから」等が挙げられています。

＜農業への従事意向＞



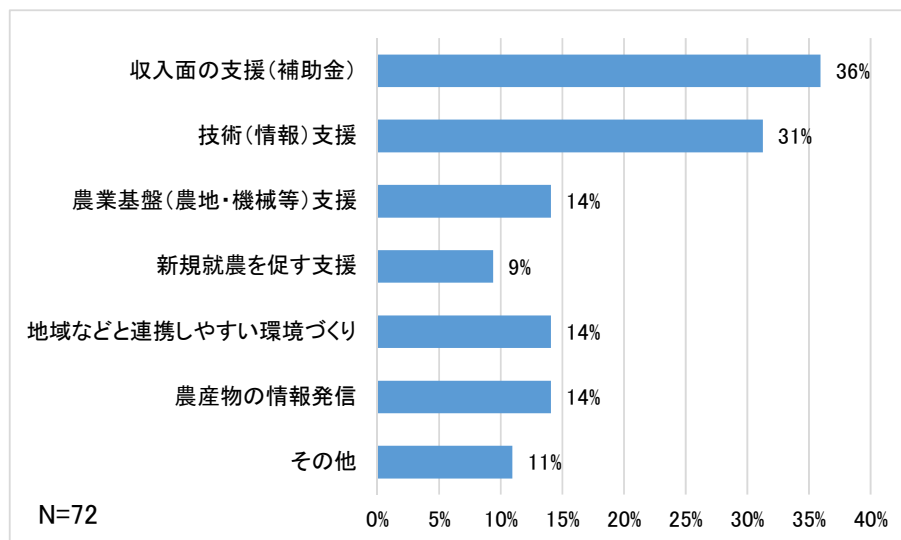
＜農業への従事意向に対する理由＞

項目	主な理由
携わりたいと思う	食や農産物の生産に興味があるから
	農業分野の大学に入学し、学んだ知識を活かしたいから
	今後、農業が担う役割は重要であるから 等
携わりたいと思わない	農業が大切なことは理解しているが、肉体的に大変そうだから
	金銭的なリスクが大きく、生活が安定しないから
	やりたい研究は農業とあまり関係しないから 等
趣味や支援（JA 職員等）で携わりたい	農家を支援する立場等で携わりたいから
	農作物を育てるのは好きだが、職にできるほど上手いくとは思わないから
	お金の価値がなくなっても生きていけるようにしたい
その他	農業の大変さ等はよく聞いているが、食べ物に困ることはないという話をよく聞くから少し興味がある
	昔は携わりたいと思っていたが、非常に迷っており、寒いところではやりたくないと思う
	まだ分からない 等

8) 農業に携わる際に必要な支援

- ・農業に携わる際に必要な支援では、「収入面の支援（補助金）」の割合が最も高く 36%、次いで「技術（情報）支援」が 31%を占めています。
- ・「収入面の支援」では、主な意見として農業を始める際に必要な資金や生活を保障する補助金が必要との意見が挙げられ、「技術（情報）支援」では、農業指導教室の開催や農業技術を教える人が求められています。
- ・ヒアリング調査では、行政が農地賃借に関する制度を改善し、生産意欲の高い生産者が営農しやすい環境づくりを望む意見が挙げられています。

<支援内容>



<支援内容（詳細）>

項目	主な意見
収入面の支援（補助金）	農業を始めるための資金
	不作だった時の収入の保障 等
技術（情報）支援	農業指導教室による技術やノウハウ等の提供
	農業技術を教える人材が必要 等
農業基盤（農地・機械等）支援	土地の紹介
	農地や農業機械を安価でレンタル 等
就農を促す支援	若い人たちの興味を高める農業体験の企画
	多くの企業参入の促進 等
地域等と連携しやすい環境づくり	地元の子どもや学生と交流できる環境が必要
	行政や企業等との連携 等
農産物の情報発信	作った野菜を多くの人に知ってもらうためのPR
	作っている作物の売り出しや認知度をあげるバックアップ 等
その他	農家に必要なことを直接確認する
	栄養価の高い農産物をつくるための研究 等

資料3 金沢産農産物ブランド新戦略策定の経緯

時期	内容
～平成 26 年 9 月	各種アンケート調査、ヒアリング調査等の実施
平成 26 年 9 月	第 1 回金沢産農産物ブランド新戦略策定委員会 (現状の確認・検証)
平成 26 年 10 月	各委員からの意見聴取
平成 26 年 11 月	第 2 回金沢産農産物ブランド新戦略策定委員会 (新たな取組の提案、検討等)
平成 26 年 12 月	飲食店・小売店舗、学生からの意見聴取（追加調査）
平成 27 年 2 月	パブリックコメントの実施（一ヶ月）
平成 27 年 3 月	第 3 回金沢産農産物ブランド新戦略策定委員会 (新戦略のとりまとめ)

資料4 金沢産農産物ブランド新戦略策定委員会委員名簿

所属・役職		氏名
委員長	石川県立大学生物資源環境学部教授	鈴木 正一
委 員	さつまいも生産者	河二 和枝
	れんこん生産者	川端 崇文
	丸果石川中央青果株式会社常務取締役	岡嶋 啓介
	金沢市青果食品商業協同組合理事長	須田 紀久治
	JA 金沢中央経済部長	竹川 達也
	フードコーディネーター	つぐま たかこ
	JA 金沢市営農部長	武藤 昌弘
	JA 全農いしかわ米穀園芸部長	吉田 幸浩

（五十音順：敬称略）

