

### 静岡

日本一高い富士山や日本一深い駿河湾をはじめとする多様な風土と温暖な気候に恵まれた静岡県は、農林水産物の生産品目数・品質ともに全国トップクラスを誇る「食材の王国」である。静岡県ではこの「食材の王国」という強みを活かし、平成22年度から「食の都」づくりに取り組んでいる。

その一環として、静岡県産の食材を積極的に活用し、本県の農林水産業や食文化の振興に貢献している料理人や菓子職人の方々を「ふじのくに食の都づくり仕事人」（現在327人）として表彰するほか、県産農林水産物やそれを使った加工食品のブランド化を進めている。

#### ◎「しずおか食セレクション」

県内で生産された農林水産物の中から、全国ひいては海外に誇りうる、価値や特徴を備えた商品を県独自の基準に基づいて、専門家による審査会で厳選のうえ認定している。平成22年度から3年間で75商品を認定した。

#### ◎「ふじのくに新商品セレクション」

県産農林水産物を主原料とした、新しい加工食品のコンクールを実施し、食品加工やマーケティング等の専門家により、魅力的な商品を選定している。平成24年度は、79商品の応募があり、最高金賞1点、金賞13点を選定した。

静岡県では、これまで本県産品の最大のマーケットである首都圏において、知事によるトップセールスや大規模商談会への出展、観光と連携したプロモーション活動を行ってきたが、今後、「食の都」としての認知度を高め、県産品の販路開拓や誘客促進を図るためには、首都圏での継続的なPRが必要である。

また、県内では近年、農林漁業者などによる6次産業化の動きが加速し、新商品開発の動きが活発化する一方で、消費者ニーズに合った商品開発や販路開拓が課題になっている。

そこで、国内外の観光客や若者、サラリーマン層など幅広い集客が見込める、東京・秋葉原に平成25年6月末にオープンする食品館「CHABARA（ちゃばら）」内に、県産品を販売するアンテナコーナーを設置する。「ちゃばら」の名称は、青果市場の通称「やっちゃ場」と「秋葉原」を合わせたもの。店内には10区画の販売スペースと80の陳列棚のほか、飲食やイベントスペースも設置される。こだわり商品を販売する民間企業のほか、自治体では静岡県以外に岐阜県や長野県小布施町等も出展する予定で、食品館全体での集客力も期待できる。

静岡県では、前述の「しずおか食セレクション」や「ふじのくに新商品セレクション」の商品をはじめ、旬の農林水産物、ご当地グルメ、スイーツ、地酒、6次産業化で誕生した新商品などを扱い、消費者ニーズの把握や市場調査のために事業者も活用できる場として、県と関係団体が連携して管理していく予定である。

今後は、有楽町の静岡県東京観光案内所“Shizuoka Mt.Fuji Green-tea Plaza”と連携し、秋葉原のアンテナコーナーを有効に活用し、「食の都・静岡県」を積極的にPRしていく。

## ふじのくに 「食の都」づくり

食の都シンボルマーク



食品館「CHABARA」外観イメージ