

政策の柱	IV 市民の豊かな暮らしを支える活気と活力のある社会を築くために	政策名 (基本施策名)	1 地域産業の創造性・発展性を高める	施策名	④ 地産地消の推進
------	----------------------------------	----------------	--------------------	-----	-----------

1 施策の取組状況

主要な取組内容	施策指標の実績とH24末の見通し	指標の達成率	施策指標等 (最上段が、総合計画に基づく指標)	単位	指標の数値(上段:目標値, 下段:実績値)						達成率
					H19	H20	H21	H22	H23	H24	H23
					基準年	実績	実績	実績	実績	見込み	H24見通し
◆新鮮で安全・安心な地元農産物がどこでも手に入る仕組みを構築するため、地産地消啓発活動や消費・販路拡大の取組を強化する。 ◆消費者の多様なニーズに対応するための生産体制を確立するとともに、高付加価値で、安全・安心な農産物生産を促進する。	◆市民意識調査の結果、施策に対する満足度が増加傾向となっている。 ◆活動指標である地産地消推進店数が増加傾向にあり、地域食料自給率の向上が図られていると考えられる。 ⇒今後も引き続き、地産地消の推進に係る事業を展開し、地域食料自給率の向上が図られるよう努める。	83.8%	地域食料自給率	%		33	34	35	36	37	83.8%
					31	31	31	31	31	31	83.8%
課題 ◆地産地消啓発活動の推進については、地場農産物に対する市民の関心や購買意欲を高めることや、福島第一原発事故の影響の払拭が課題となっている。 ◆消費者ニーズに対応した農産物の生産を振興するためには、消費者(実需者)、生産者及び流通事業者等による情報交換を促進し、少量多品目の需要への対応や、高品質かつ安全安心な農産物の生産・出荷体制の構築が課題となっている。											
			市民意識調査(重要度・満足度)		重要度	72.9	65.4	63.5	66.4		%
					満足度	27.8	26.7	28.5	32.5		%

2 重点事業の進捗状況

事業名	スケジュール		事業の進捗状況とH24末の見通し	課題
	前期	後期		
〔地産地消の推進〕 地産地消啓発活動の促進		→	◆啓発キャンペーンのシンボルとなるよう、毎月第3日曜日を「地産地消の日」と定め、同日に地産地消朝市を開始した。 ⇒朝市来場者数は増加傾向にあったが、普及効果が限定的であるため、城址公園での開催は3年で終了し、H24に向け、朝市に替わり地産地消推進店等と連携した啓発事業を新たに展開する見通し ◆地産地消推進店認定事業については、認定制度の運用が始まり、毎年、推進店を認定している。 ⇒H24に向け、推進店の増加が見込まれ、推進店を拠点とした情報発信や啓発活動の促進が図れる見通し ◆アンテナショップの拡充として、オリオン通りの「宮カフェ」やJR宇都宮駅ビル内「えきの市場」を地場農産物のPR拠点として活用するほか、大型直売所の整備に向けた検討を進めている。 ⇒大型直売所については、実施主体であるJAうつのみやの検討段階に応じた支援を継続していく	◆地産地消啓発活動の推進については、市内で生産される農産物の旬や取扱店舗に関する情報が少ないため、地場農産物に対する市民の関心や購買意欲を高めること、さらには、福島第一原発事故における市民の安全・安心を求める声に対し、農産物の安全性に関する情報を提供することにより、不安を払拭する必要がある。
〔地産地消の推進〕 消費者ニーズに対応した農産物の生産振興		→	◆農産物の生産力強化策として、生産施設の整備や機械導入に対する補助を行っているが、園芸施設の規模拡大が低調となっている。 ⇒H24に向け、生産規模の拡大に加え、高品質化に向けた施設設備の導入支援を行うことで、消費者ニーズに対応した生産が維持が図られる見通し ◆学校給食出荷支援として、施設設置に対する助成を行ってきたが、設置件数は目標を下回っている。 ⇒H24に向け、原発事故による不安を払拭し、学校給食における利用拡大が図られるよう、施設設置に対する助成のPR活動を続けることにより、供給体制が維持できる見通し ◆安全安心な農産物の供給を促進するため、県やJAとの連携により、残留農薬の自主検査への支援や、生産履歴の記帳と公表への取組を進めてきた。 ⇒H24に向け、個人出荷者や直売所運営団体への支援を拡充することで、安全安心な地場農産物がより多くの市民に購入される見通し	◆消費者ニーズに対応した農産物の生産を振興するためには、消費者(実需者)、生産者及び流通事業者等による情報交換を促進し、少量多品目の需要にも対応し、高品質かつ安全安心な農産物の生産・出荷体制の構築が必要となっている。

3 施策を構成する事務事業の活動指標

No.	事業名	対象者	開始年度	活動指標等	単位	指標の数値（上段：目標値，下段：実績値）					重点度 (A~C) ※施策目標に対する寄与度	事業の 方向性	施策目標を達成するための取組方針
						H20	H21	H22	H23	H24			
						実績	実績	実績	実績	実績			
1	地産地消推進事業交付金	宇都宮市 地産地消 推進会議	H20	地産地消朝市来場者数 (朝市はH23.7終了)	人	5,000	6,000	6,000	6,000	—	A	継続	本市の農業生産の振興と市民の健康で快適な食生活を確立するため、安全な地場農産物を地域で安心して購入・消費できるよう、旬の農産物や生産履歴等の情報提供の強化や、地産地消推進店制度を構築するなど、地産地消に向けた環境の整備に取り組んでいく。
				うつのみや地産地消推進店数	店	4,500	4,450	4,750	—	90			
2	地産地消推進会議	宇都宮市 地産地消 推進会議 委員	H20	地産地消朝市来場者数 (朝市はH23.7終了)	人	5,000	6,000	6,000	6,000	—	A	継続	本市の農業生産の振興と市民の健康で快適な食生活を確立するため、安全な地場農産物を地域で安心して購入・消費できる地産地消に向けた環境を整備されるよう、生産者、流通業者及び消費者が連携した事業の検討と推進に取り組んでいく。
				うつのみや地産地消推進店数	店	4,500	4,450	4,750	—	90			
3	地産地消推進事業補助金	3名以上 の生産者 団体等	H19	施設設置面積	a	75	70	70	70	70	B	継続	生産者が地域の直売所や学校へ新鮮で安全な地元農畜産物を供給できるよう、施設整備に対する支援にとどまらず、消費者ニーズとのマッチングや生産者の組織化など、地元農畜産物が地元で活用される仕組みづくりに努めていく。
				パイプハウス設置棟数	棟	15	3	4	0	25			
再掲	農産物ブランド化推進事業補助金	うつのみや 農産物 ブランド 推進協議 会	H11	うつのみや産農畜産物の市民認知度 (トマト)	%	20	20	20	20	20	—	継続	市場性の高いブランド農産物の生産を継続するためには、ブランド農産物の知名度の向上と消費の拡大が必要であるため、地元及び首都圏におけるPR活動を継続するほか、食や観光と組合せた消費者向けの農業体験事業や、実需者向け商談会などの取組を強化していく。
				うつのみや産農畜産物の市民認知度 (梨)	%	20	20	20	20	18			
				うつのみや産農畜産物の市民認知度 (牛)	%	18	18	18	18	18			
				うつのみや産農畜産物の市民認知度 (牛)	%	56	57	57	57	57			
				うつのみや産農畜産物の市民認知度 (牛)	%	56	56	56	56				