

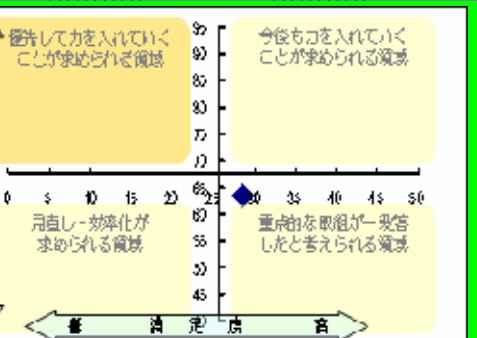
施 策 カ ル テ

1 施策の位置付け

						担当課	農業振興課
総合計画 政策の柱	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)	地域産業の創造性・発展性を高める	取組の 基本方向	「地域産業の創造性・発展性を高める」ため、特色ある産業の集積などにより地域間競争に対応していくための「地域特性を生かした産業集積の促進」、意欲ある市民や企業の新たな事業へのチャレンジを促すための「新規開業・新事業創出の促進」、個人個人が能力を発揮し、生き生きと働くことができる環境を創出するための「就業・雇用環境の充実」、また、生産者と消費者との相互理解が図られ、食と農の結びつきを促進するための「地産地消の推進」に、重点的に取り組みます。	政策目標 (基本施策目標)	本市の農業、商業、工業において、相互に新たな関係や連携が生み出され、地域資源の有効活用や人材の交流が活発化して、地域産業の創造性・発展性が高まっています。

2 施策の現状と達成状況、課題の抽出

①施策名	地産地消の推進		④施策の達成状況	<table border="1"> <tr> <th colspan="2">施策指標(単位)</th> <th>H19:基準</th> <th>H20</th> <th>H21</th> <th>H22</th> <th>H23</th> <th>H24:目標</th> <th rowspan="2">達成率 (%)</th> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>-----</td> <td>目標値</td> <td>目標値</td> <td>目標値</td> <td>目標値</td> <td>目標値</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2"></td> <td>実績値</td> <td>実績値</td> <td>実績値</td> <td>実績値</td> <td>実績値</td> <td>-----</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="4">②施策目標</td> <td colspan="2">生産者と消費者との相互理解が促進され、地域農業と食生活が密接に結びついた地域社会が形成されています。</td> <td rowspan="4">地域食料自給力</td> <td>指標① (総合計画に基づく指標)</td> <td>-----</td> <td>33</td> <td>34</td> <td>35</td> <td>36</td> <td>37</td> <td rowspan="2">83.8%</td> </tr> <tr> <td colspan="2">国が新たに策定した食料・農業・農村基本計画において、直売所の運営・販売力の強化を図るとともに、生産者・農業関係団体と学校給食や外食・中食事業者等との連携により、地場農産物の利用拡大等の体制を構築することが重要であるとしている。</td> <td>指標②</td> <td>31</td> <td>31</td> <td>31</td> <td>31</td> <td>-----</td> <td rowspan="2">#DIV/0!</td> </tr> <tr> <td colspan="2">TPPなどの経済連携協定が実現した場合には、国内のみならず、世界各国との産地間競争が激化することが想定される。</td> <td>指標③</td> <td>-----</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>-----</td> <td rowspan="2">#DIV/0!</td> </tr> <tr> <td colspan="2">平成20年9月の市議会において、農産物加工所と直売所とレストランなどを併設した施設を整備すべきとの指摘があった。平成20年8月の栃木県農業士・指導林業士等と市長の懇談会において、学校給食への地場農産物供給のためのコーディネート機能や仕組みを構築すべきとの指摘があった。</td> <td>指標④ (特記事項)</td> <td>-----</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>-----</td> <td>-----</td> </tr> </table>						施策指標(単位)		H19:基準	H20	H21	H22	H23	H24:目標	達成率 (%)			-----	目標値	目標値	目標値	目標値	目標値				実績値	実績値	実績値	実績値	実績値	-----		②施策目標	生産者と消費者との相互理解が促進され、地域農業と食生活が密接に結びついた地域社会が形成されています。		地域食料自給力	指標① (総合計画に基づく指標)	-----	33	34	35	36	37	83.8%	国が新たに策定した食料・農業・農村基本計画において、直売所の運営・販売力の強化を図るとともに、生産者・農業関係団体と学校給食や外食・中食事業者等との連携により、地場農産物の利用拡大等の体制を構築することが重要であるとしている。		指標②	31	31	31	31	-----	#DIV/0!	TPPなどの経済連携協定が実現した場合には、国内のみならず、世界各国との産地間競争が激化することが想定される。		指標③	-----					-----	#DIV/0!	平成20年9月の市議会において、農産物加工所と直売所とレストランなどを併設した施設を整備すべきとの指摘があった。平成20年8月の栃木県農業士・指導林業士等と市長の懇談会において、学校給食への地場農産物供給のためのコーディネート機能や仕組みを構築すべきとの指摘があった。		指標④ (特記事項)	-----					-----	-----
施策指標(単位)		H19:基準	H20	H21	H22	H23	H24:目標	達成率 (%)																																																																					
		-----	目標値	目標値	目標値	目標値	目標値																																																																						
		実績値	実績値	実績値	実績値	実績値	-----																																																																						
②施策目標	生産者と消費者との相互理解が促進され、地域農業と食生活が密接に結びついた地域社会が形成されています。		地域食料自給力	指標① (総合計画に基づく指標)	-----	33	34	35	36	37	83.8%																																																																		
	国が新たに策定した食料・農業・農村基本計画において、直売所の運営・販売力の強化を図るとともに、生産者・農業関係団体と学校給食や外食・中食事業者等との連携により、地場農産物の利用拡大等の体制を構築することが重要であるとしている。			指標②	31	31	31	31	-----	#DIV/0!																																																																			
	TPPなどの経済連携協定が実現した場合には、国内のみならず、世界各国との産地間競争が激化することが想定される。			指標③	-----						-----	#DIV/0!																																																																	
	平成20年9月の市議会において、農産物加工所と直売所とレストランなどを併設した施設を整備すべきとの指摘があった。平成20年8月の栃木県農業士・指導林業士等と市長の懇談会において、学校給食への地場農産物供給のためのコーディネート機能や仕組みを構築すべきとの指摘があった。			指標④ (特記事項)	-----					-----	-----																																																																		

⑤市民意識調査結果	市民の 施策満足度	28.6%	市民の 施策重要度	63.5%	達成度 (単年度目標)	達成している (90%以上)	● 概ね達成 (70%~90%未満)	達成していない (70%未満)	説明	地域自給率は、目標値に対し8割以上の達成度となっている。	⑦現状分析と課題の抽出 (③⑤⑥を踏まえた分析)	成果が見られる点	農産物直売所に限らず、一部の百貨店や量販店における、地場農産物の品揃えに合わせた「生産者の顔が見える」販売方法の採用や飲食店における地場農産物を利用したこだわりメニューづくりが盛んになるなど、消費者への農業・農産物に係る情報発信が進むとともに、地場農産物の手に入れやすさが向上しつつある。
					必要性・緊急性 (住民・社会ニーズ)	● 増加している	● 横ばい	減少している	説明	食料の安全・安心への関心がますます高まりを見せており、加えて、食料輸送に伴う環境負荷低減の観点からフードマイレージへの配慮も叫ばれており、地場農産物の地元消費に向け、安定的に生産・供給できる体制づくりが強く求められている。地域農業の持続性の向上のため、市民が地元農畜産物を買って支えることが求められている。		改善の必要な点	・一部の学校では、地場農産物が積極的に取り入れられているが、学校や社員食堂等と生産者の連携をより一層強化するため、実需者と生産者とをコーディネートし、地場農産物の地元消費をさらに拡大していく必要がある。 ・市内には30余の直売所が設置されているが、生産者側が持つ農産物の情報や消費者側のニーズなど、情報の共有化が促進され、安全な地場農産物を安定して手に入れることのできる地産地消の拠点など、そのための環境づくりをさらに強化する必要がある。
					適切性 (適切な事務事業の選択、実施)	● 十分である	● 不十分な事業が一部ある	不十分な事業が複数ある	説明	農業者、農業団体、流通業界の連携と消費者を巻き込んだ事業を展開しているが、地元消費の新たなチャンネルの開拓や地産地消の拠点として消費者に総合的な農業・農産物情報を発信していく機能確保を検討していく必要がある。			
					有効性 (政策目標への効果)	● 十分である	● やや不十分である	不十分である	説明	地産地消を進めるためには、農業者、消費者だけでなく、農業団体、流通業界も対象とした事業展開が不可欠であり、当該施策はこれらを網羅した取組となっている。			

3 今後の取組方針

⑧取組の 考え方	総論	地域農業と食生活が結びついた地域社会を形成するため、学校給食をはじめとして、施設給食、食堂など、地場農産物の地元消費のためのチャンネルを拡大するとともに、直売所など、安定した生産・供給体制に裏打ちされた、地産地消の拠点機能を充実する。	➡	⑨政策評価 会議意見	同左
	重点事業	地産地消推進については、地場農畜産物の地元消費を増加させるため、学校給食等への地場農産物の活用推進や地産地消推進店制度の有効活用を強化していく。地場農畜産物の安定供給が図られるとともに、農畜産物の情報や消費者ニーズなどの情報を共有化できるよう、地産地消の拠点となる大型直売所等の整備検討を進める。			
	見直し事業	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を強化することや、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止まらず、消費者ニーズとのマッチングや生産者の組織化などのコーディネートにも努める。			

4 施策を構成する事務事業一覧

No.	事業名	対象者	開始年度	活動指標等	H21	H22	H21	H22	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
					目標値	目標値	事業費	事業費			
					実績値	実績値	(千円)	(千円)			
1	地産地消推進事業補助金 担当課 農業振興課	3名以上の生産者団体等	H19	施設設置面積 パイプハウス設置棟数	70a, 25棟	70a, 25棟	452	480	A	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止まらず、消費者ニーズとのマッチングや生産者の組織化などのコーディネートにも努め、地元農畜産物が地元で活用される仕組みを構築する。
					3.4a, 2棟	3.6a, 1棟					
2	地産地消推進事業交付金 担当課 農業振興課	宇都宮市地産地消推進会議	H20	地産地消朝市来場者数	6,000人	6,000人	1,800	1,123	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む。
					4,450人	4,750人					
3	地産地消推進会議 担当課 農業振興課	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	6,000人	6,000人	221	378	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む。
					4,450人	4,750人					

様式 2

再掲	農林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	H21年度 うつのみや産農畜産物の市民認知度	プレミアム7ト マト：19. 8%、プレミア ム13梨：1 7.6%、宇都 宮牛：56. 2%	2,100	5,000	4,310	A	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。
	担当課	農業振興課			H22年度 ふるさと祭り東京 うつのみやブ ース来場者数（1日平均）	目標値と同じ	2,100					
施 策 事 業 費 合 計									2,473	1,981		