

令和7年度 宇都宮市地産地消推進会議総会 会議録	
日 時	令和7年4月21日(月) 午前10時00分～午前11時30分
会 場	宇都宮市役所 14D会議室
委員 (18名)	<p>黒子 英明 (市議会議員)</p> <p>小室 かな子 (市議会議員)</p> <p>齋藤 寿 (栃木県河内農業振興事務所)</p> <p>西山 未真 (宇都宮大学)</p> <p>安藤 公一 (宇都宮青果商業協同組合)</p> <p>薄井 英和 (株式会社東武宇都宮百貨店)</p> <p>小田林 崇浩 (宇都宮市園芸振興連絡協議会)</p> <p>小野 繁明 (株式会社ファーマーズ・フォレスト)</p> <p>金原 恵美 (株式会社 Cooking&Glow)</p> <p>笹沼 佳子 (宇都宮市農村生活研究グループ協議会)</p> <p>佐藤 要 (宇都宮市PTA連合会)</p> <p>田野邊 大介 (東一宇都宮青果株式会社)</p> <p>野澤 克子 (宇都宮市消費者友の会)</p> <p>野澤 剛始 (一般社団法人 宇都宮青年会議所)</p> <p>増渕 祥子 (宇都宮市食生活改善推進員協議会)</p> <p>見形 繫 (宇都宮農業協同組合)</p> <p>山崎 裕希 (株式会社オータニ)</p> <p>渡邊 崇 (栃木県飲食業生活衛生同業組合)</p> <p>(事務局) 9名 岡田事務局次長, 川俣課長, 鈴木課長補佐, 市村係長, 河野総括, 大山主任主事, 沼尾主事, 後藤主事, 相場課長 (宇都宮農業協同組合)</p>
欠席者	<p>齋藤 寿 (栃木県河内農業振興事務所)</p> <p>小田林 崇浩 (宇都宮市園芸振興連絡協議会)</p> <p>見形 繫 (宇都宮農業協同組合)</p> <p>山崎 裕希 (株式会社オータニ)</p>
公開・非公開の別	公開
傍聴者	0人

	内 容
	<p>次第1 開 会 午前10時（進行：市村係長）</p>
	<p>次第2 会長あいさつ</p>
	<p>次第3 暫定議長の選任について ⇒ 暫定議長を西山委員とすることで決定</p>
	<p>次第4 議事</p> <p>(1)議案第1号 役員を選任について ⇒ 会長を西山委員，副会長を見形委員，監事を金原委員，山崎委員とすることで決定</p> <p>(2)議案第2号 令和6年度事業報告及び収支決算について</p>
事務局（沼尾）	<p>【事務局説明】</p>
黒子委員	<p>様々なイベントと連携して出展などで大変成果を上げていっているが，Instagramのフォロワー数が前年度比272人増えて1,214人，また，地産地消アプリロカスタも457件とどちらも少ない感じがする。今後の取り組みとして何か考えているのか。</p>
事務局（市村）	<p>Instagramについては，今後生産者さんや地産地消推進店といった情報をより定期的にPRする機会をつくり，情報の鮮度を落とさないような仕組みにしていく。</p> <p>アプリについては，スタンプラリーのようなアプリがないと参画できないようなイベントなどを企画し，アプリのダウンロード数も増やしていきたいと考えている。</p>
小室委員	<p>手に入れやすい環境の整備というところで，宇都宮産農産物の利用促進の取組としてマッチング支援があったが，地場産のものをより市民の方が手に入れやすくするためにはどうするか，より消費してもらうにはどうするかというと，やはり学校給食がメインであろうと考える。</p> <p>その他に介護施設や子供の食堂といった施設事業所などがたくさんあるため，そのようなところにも支援などを広めていくなどの政策が必要ではない</p>

<p>事務局 (市村係長)</p>	<p>か。</p> <p>介護施設などそういった施設については、マッチング事業の中で、学校だけでなく民間企業も含めた各施設にも、希望があれば生産者となつぐ取組を行っている状況である。</p> <p>子ども食堂については、昨年度子ども政策課などとも意見交換を行ったところで、子ども食堂側の都合もあり、なかなかマッチングには至らなかったが、引き続き連携しながら宇都宮産農産物の地産地消率を上げていきたいと考えている。</p>
<p>小室委員</p>	<p>いろんなところで地産地消率を上げてもらいたいと思っているが、流通に乗れないような規格に満たない、加工してしまえば食べることはできるという食品が多くあると思う。それも買うことで農家の収入になるので、それを地産地消でうまく消化していくということもできると思う。その点も進めていければよいと思う。</p>
<p>黒子委員</p>	<p>グリーン農業について、私は農家であるけれども、年々増える田んぼの管理でグリーン農業などには全く取り組めないのが現状である。グリーン農業の明確化というか、肥料をどのように削減するとか、環境問題について何か線引きというか、取組の基準を出してもらったほうが農業者も方もわかりやすいのではないか。曖昧な部分がたくさんあるため、その明確化をお願いしたい。</p>
<p>西山会長</p>	<p>その部分については事務局と打ち合わせ等をした際に、基準となるものを今検討してもらっていると伺っているので、今後ともその方向で進めてもらいたい。</p> <p>宇都宮産を差別化するという意味でもグリーン農業が重要になってくると思うため、よろしくをお願いしたい。</p>
<p>西山会長</p>	<p>グリーン農業の話で事務局から説明をもらい、非常に宇都宮産の農産物などが見える化していると感じた。縦串横串いろいろ繋がってきたと感じる。</p> <p>一番直近に行った3月9日の、「SMILE GREEN TABLE」というマルシェ、これもLRTというものが非常に好調・好評で、このことが宇都宮市というブランド力をアップさせるということにも非常に貢献しているのではと感じる。これを契機に宇都宮産農産物や宇都宮市の食と農というものが、市民にとっても認知度が高まっていければよいと考えていたが、その手ごたえが感じられた。</p> <p>総括の部分で、来場者に関して手ごたえがあったということだが、来場者数や反応など、そんな手ごたえの中身について教えていただきたい。</p>

<p>事務局 (市村係長)</p>	<p>来場者数については、数字を把握していない。</p> <p>市民の声については、当日会場でアンケートをとった中では、今回「SMILE GREEN TABLE」というグリーン農業に親しみやすいコンセプトを設定したことで、コンセプトからこのイベントがそういうことを目指しているものであるということを理解できたという回答を多くの方から得ることができた。</p> <p>グリーン農業と一言で言ってしまうとなかなかイメージがつきにくいことがあったが、今回そういったところを少し工夫し、生産者様の活動や、環境にやさしい活動をしている人たちを表に立てたことで、イベントを通じて市民の理解が進んだものと考えている。</p>
<p>西山会長</p>	<p>よくわかった。引き続きよろしくお願ひしたい。</p> <p>27スライド目がとても興味のある数字であるが、宇都宮産農産物を積極的に購入したい市民の割合、市政世論調査に答えている人はどのくらいの数で、どんな集団に対して行っているものなのかを教えてほしい。成果目標③の「環境に配慮した農産物を選択したいと思う市民の割合」が非常に高い率のため好感を持てる。</p>
<p>事務局 (市村係長)</p>	<p>調査について、5,400の方にアンケートを配布し、回答は2,767。約51%の回収率を得ている。</p> <p>また、サンプルの抽出については18歳以上の住民の台帳から無作為で抽出しているという状況である。</p>
<p>西山会長</p>	<p>無作為にということのため、特に意識の高い市民の方を対象というわけではないのにこの数字というのは、宇都宮市として特徴づけられる誇れる数字ではないかと思う。</p> <p>他の同じような規模の地方都市などと比較したらどうなるのかも興味がある。</p> <p>⇒ 異議がないことから、原案のとおり決定する</p>
<p>事務局 (沼尾)</p>	<p>(3)議案第3号 令和7年度事業計画及び収支予算について</p> <p>【事務局説明】</p>
<p>小野委員</p>	<p>計画の方も昨年度の報告も、どちらも一般コンシューマー向けのPRが強いと思った。先ほど小室委員が言った介護施設や学校給食など、そういったとこ</p>

	<p>ろの地産地消の取り組みに関して、もう少し強くPRしてもいいのではないかと感じた。</p> <p>昨年私県の事業の方で、県内の、例えば社員食堂を持っていそうな事業者様200社あたりに地産地消のアンケートを行ったが、実施しているところは比較的少なかった。地産地消の取り組みができない理由もあるが、一方で地産地消に取り組みたいという事業者も多くいたため、地産地消を普及していく手段を考えることも必要かと思う。</p> <p>食堂や学校給食、介護施設なども含めてそうだと思うが、地産地消に取り組みたい事業者はコストの面で大きく響くところがあると思う。なぜコスト面なのかを深く掘り下げると、やはり生産性のところ。やはり外国の生産性のほうがかなり1生産者当たりの生産量のほうが大きいということなので、その分安く輸入されているところがある。しかし、輸入コストがあがってきているため、生産性をあげて地産地消を普及できる仕組みを考えていくことが必要であると考ええる。</p>
<p>事務局 (市村係長)</p>	<p>ここでこそ地元の生産者の支援になるような政策などを考えながら生産性を上げ、事業者、もしくはその先はやはり市民に、地産地消が普及できるような政策も考えていくべきかと思った。</p> <p>これまで実施していたもので、農産物のマッチング事業が事業者も含めた地域の野菜と、消費者・実需者をつなげる取り組みをやってきた。</p> <p>一方、社員食堂のような施設を持っている事業者が、実需者名簿にのっているかというと実際そうではないというのが実態であると考えている。そういった点を踏まえて、より宇都宮の中で農産物を消費していただけるようにマッチング事業の、PRを事業者側の方に広げていくことはすぐできる取組かと考える。このようなところから消費者・市民だけでなく、市内の事業所に向けたPRについても実施していきたいと考えている。</p>
<p>西山会長</p>	<p>今小野委員が言った質問、地産地消も古くて新しいずっと継続している課題だと思うが、先ほど安藤委員とも話して、やはり農業支援と農家さんがきちんといいものを作っていくということと、黒子委員も言っていたが生産者側とあらゆる事業者、加工業者、それから一消費者全部に浸透するような形でやっていくというのが冒頭の挨拶にて言った食料システムというものになる。</p> <p>そのため、すべてに浸透していくようなキャンペーンのようなものを張っていくということは非常に重要だと考える。</p> <p>法律で初めて地産地消という言葉が使われたが、それを受けて岩手県で2002年に当時の知事がキャンペーンを張ったということがあり、岩手県は</p>

安藤委員	<p>地産地消の先進県となった。</p> <p>そのときに行ったもので一番面白いと思ったのは、毎月第3金土日は岩手県産食材の日とやっていて、これは生産者が重言的に直売所にその日は出荷してもらおう・するようにする。そのためスーパーにも、岩手県産の農産物率が非常に高くなる3日間のようなものがある。</p> <p>レストランに行っても岩手県産食材メニューが並び、ホテルに泊まっても普通に岩手県産食材メニューというものがその3日間は充填して、そのためどこに行っても岩手県産食材の日となる。</p> <p>その3日間だけはとりあえず重点化するが、先ほど言われたコストの問題も、やはり加工で使うということは非常にハードルが高い。しかしそこは加工業者にも使ってもらえるような工夫を県についても、予算支援などそういうことをやっていきながら、すべての業者が、今までの取り組みを地産地消で県食材に変えるだけでできるような形というのを、とりあえず3日間やると決め、行った。</p> <p>これがかなり広がり、岩手県の学校給食の岩手県産率も非常に高く、いまだに南部鮭の日というものが11月11日、すべての公立の小中給食で南部鮭のメニューが出るらしい。それを岩手県出身の学生に聞くと「それって全国でやってるんじゃないですか」というので、「いやいやそれは岩手県だけだよ」という話をするのだが、それくらい浸透して継続しているというものである。</p> <p>そのため、市としての先駆けとして県内も必要かもしれないが、宇都宮市としたきっかけで何か差別化していくということは、非常に有効な手段ではないかと思う。参考に思い出した話をした。</p> <p>私は販売側、地場野菜の販売側の方だが、私の感覚からしたら地産地消はだいぶ根付いて来ている。その一方で、やはり個人のお客様からしたらやはり一番安いのがいいといったような意見は多々ある。</p> <p>地場野菜と輸入物と、他の県産と一通り取り扱い、レストランなどの配達の仕事をしているが、新鮮で、値段も他の輸送経路については安いものの、配達に関しては揃っていないと取り扱ってもらえないこともある。</p> <p>例えばアスパラでも、地場野菜の場合はいろんなものが混じってくるが、その代わりJAを通ったものに関しては揃っている。しかしJAを通ってしまうと値段が少し高くなる。個人選別と言って農協通っていない野菜は安い物が不揃いで、農協を通ってしまうと、一定の価格以下には落ちないため、その辺がお客様との交渉となる。</p> <p>私は地場野菜の方の協力をしているが、一般のお客様には根付いている。春作はやはり中国産の長ネギが安い。現在では冬場の時期になれば栃木県のもの</p>
------	---

	<p>があるので下がる。時期によって大きく、使うもの使わないものというのは変動していく。</p> <p>アスパラもこれからの時期だが、その時期をもっと売り出してほしい。ゴールデンウイークまでは一番多くあるが、一般のお客さんはいつ頃に何があるかというのが分からない。極力いつ頃の時期はこういう野菜果物がありますというのを押し出していけば売りやすいと思う。</p>
<p>事務局 (市村係長)</p>	<p>消費者が、旬がなかなかつかみきれないという意見をもらった。先ほど黒子委員の方からも発言いただいたが、SNSのようなところを使って、今この時期宇都宮は何が旬であるなど、そういったことを少しでも消費者の方に届けられるように、今度展開できればと考えている。</p>
<p>金原委員</p>	<p>今年度初めてグリーンマルシェを開催したが、その際に私達が加工して出したピクルスが、大変売り上げがよかったとご報告もらった。そういった活動は非常にいいのではないかと思った次第だが、今年度は10月に開催ということで3月から10月に変わったのは何か理由があるのか。</p>
<p>事務局 (市村係長)</p>	<p>開催時期について理由が2つある。</p> <p>1つは農産物の旬がそれぞれ異なるため、いちごだけではなく梨などもブランド農産物になっているため、そういったものを広くPRする観点から時期をずらして、というところ。</p> <p>もう1つはこの10月に食育フェアという市のイベントが開催され、令和6年度は地産地消マルシェを同日開催したが、非常に多くの方に来場いただけた。そのため、多くの来場が期待できるという観点から、グリーンマルシェ・グリーン農業に触れてもらう方を増やしたいというところで、時期をずらした。</p>
<p>西山会長</p>	<p>できれば毎月でもやってもらいたいぐらいだ。今月はアスパラのPRなど、毎月何か決めてなど。そのようなことで10月どこかに定着させて、継続していく戦略が必要だと思う。</p>
<p>小室委員</p>	<p>先ほどのグリーンマルシェもそうだが、なぜ地産地消が良いのかというところを消費者に理解してもらおうというのが必要かと思う。地場産のもので何が美味しい、トマトが美味しい、というのも必要だが、なぜ地場産でなくてはというところを打ち出す必要があるのではないか。先ほど安藤委員からも話があったように、輸送コストが少なくなるであるとか、すぐに店舗に出荷できるため</p>

<p>事務局 (市村係長)</p>	<p>新鮮であるなど、消費者に分かっていただく。だから手に取ってもらうというところも重点にPRしていく必要があるのではないか。</p> <p>地産地消の意義を理解してもらうことが大事だと意見をもらった。我々事務局もその部分については非常に同感で、事業計画の6スライド目になるが、「市民全体で農業を支える意識の醸成」の中に宇都宮産農産物の認知度・関心を高めPRの部分になるが、「主体的な行動を促進する地産地消のブランディングの検討」というものを令和7年度新規で設定している。この中では、市民にしっかり地産地消の意義を理解してもらうことと、あとはやはり共感をして、主体的に参加をしてもらえるような流れにしていけないと地産地消が広がらないのではと考えている。</p> <p>そのためにはどんなプラン・戦略がいいのかというものを、この中でしっかり議論し、それをもとにPRなどを展開していきたいと考えている。</p>
<p>西山会長</p>	<p>こちらのマップ(配布パンフレット)の最初のいい話というところにこれまで同様、載せているが、このような展開がいろいろ具体的に広がる中で具体的にいいことというものが集まっていくと、より密着した形で、一般論でなく、宇都宮こんないいことがあるのだ、のような話になっていくとさらに浸透していくのではと思った。</p> <p>第3日曜日の地産地消の日なども岩手県のような感じで広がっていくような工夫をお願いしたい。</p> <p>⇒ 異議がないことから、原案のとおり決定する。</p>
<p>黒子委員</p>	<p>次第4 その他</p> <p>地産地消の会議であるが、地産地消のためにはまず地元で農産物を作る方がいなくなってしまうと、地産地消もできなくなってしまう。いま日本の自給率が37%を海外に頼っているが、世界の人口も今はもう80億人と増えて、近年は10年、11年で10億人増えている。食料がいつ入ってこなくなるかわからないということを考えると、これは国の政策で、市町村ではどうしようもないが、宇都宮市だけは何とか100%近く食料自給率をしてもらいたい、というのはなかなか難しいが、その辺も検討しながら農業者の支援もお願いしたい。</p>
<p>西山会長</p>	<p>100%は少し非現実的な数字と感じる。</p>

	<p>宇都宮市の市政センターのまちづくり提案というのに、以前学生と参加したことがあり、その時調べてその当時の農政課に聞いたところ、市場流通は25%で非常に低い。それは市場外流通直売所や頂き物などそういうものは含まれていないため、少し低いという感じがあるサンプル的な調査である。</p> <p>おじいちゃん、おばあちゃんから頂いている頂き物など、そういうものも含めて試算した結果、私の研究室で算出した結果、47%に上がった。大体そのような感じとして、近隣の市町村、茂木町から下野町に合わせ多く流通している、合わせると6割ぐらいになる。6割というのはかなりいい数字である。</p> <p>100%だからいいわけではなく、やはり地産地消のメリットというのは先ほどもお話ししていたがグローバルなものとローカルなものと両方バランスをとっておくということがある。コロナのようなパンデミックに、グローバルが溶けたらローカルが生きてローカルで補完する、局地災害のようなものでローカルが溶けたらグローバルで補完するという、大体バランスよく持っていくということが重要であるが、これがあまりにもグローバルに行き過ぎたため、今地産地消と言っているわけである。</p> <p>そのようなことを皆さん全員身近な方に話してもらい、宇都宮の地産自給率というものも高めていき、50万人でありながら、自給率50%くらいを実現できる、この安心安全な宇都宮市というのは、非常に重要なアピールポイントではないかと思うため、その辺併せて皆さんと発信してもらいたい。</p>
渡辺委員	<p>農業王国うつのみや Instagram やHP等での情報発信の部分で、Instagram というのは、どうしても若い人が使うというイメージがあるというものと、HP 自体は不特定多数の人が日々何か情報を見ることができるが、ここには入っていない旧 Twitter である X をうまく利用して、その中で日々の情報発信をしてもらいたい。X を使ってもらって、例えば先ほどのアプリがありますよ、や、実際に各個人のお店を応援してしまうためなかなか難しいとことではあると思うが、個々のお店でこのような食材を地産地消として出しているという形でアピールできれば良いのではないかな。</p> <p>毎日の積み重ねがフォロワーさんを増やすというところもあるかと思うため、X をうまく利用してもらおうということも、もちろん事務所の事務仕事の煩雑さにも繋がるなどあるかと思うが、そのようなポストを繰り返すことによって、不特定多数の人を取り込むことができるのではないかと思った。</p>
事務局 (市村係長)	<p>SNS についてはやはり使い方というものを工夫していくことが重要・大事かと思っている。X も含めて、他の Instagram も含めたいろいろな活用の仕方、情報の発信の仕方については令和7年度しっかり検討していきたいと考え</p>

	<p>ている。</p> <p>(事務局説明)</p> <p>次第5 閉会 午前11:30</p>
	<p>書記：事務局（農林生産流通課農産物マーケティンググループ 河野）</p>

会議録について署名いたします。

令和7年 5月 19日

会議録署名委員 薄井 英和

会議録署名委員 小野 繁明