

令和7年度 宇都宮市地産地消推進会議 総会 次第

日時：令和7年4月21日（月）

午前10時～

場所：宇都宮市役所 14階 14D会議室

1 開 会

2 委員紹介

3 暫定議長の選任について

4 議 題

(1) 議案第1号 役員の選任について

(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

(3) 議案第3号 令和7年度 事業計画（案）及び収支予算（案）について

5 そ の 他

6 閉 会

令和7年度 宇都宮市地産地消推進会議 委員名簿

(敬称略・区分ごと五十音順)

役職 (旧)	No.	氏 名	職 業 等	備考
第1号 委員 (市議 会議員)	1	黒子 英明	市議会議員	新任
	2	小室 かな子	市議会議員	新任
第2号 委員 (学識 経験者)	3	齋藤 寿	栃木県河内農業振興事務所 所長	新任
	会長 4	西山 未真	宇都宮大学 農学部教授	
第3号 委員 (関係 団体の 代表)	5	安藤 公一	宇都宮青果商業協同組合 専務理事	新任
	6	薄井 英和	株式会社東武宇都宮百貨店 食品部 部長	新任
	7	小田林 崇浩	宇都宮市園芸振興連絡協議会 (河内園芸振興推進協議会会長)	新任
	8	小野 繁明	株式会社ファーマーズ・フォレスト 本店エリア営業部 部長	
	9	金原 恵美	株式会社 Cooking&Glow 代表取締役	
	10	笹沼 佳子	宇都宮市農村生活研究グループ協議会 会長	
	監事 11	佐藤 要	宇都宮市PTA連合会 副会長	
	12	田野邊 大介	東一宇都宮青果株式会社 代表取締役社長	
	13	野澤 克子	宇都宮市消費者友の会 会長	
	監事 14	野澤 剛始	一般社団法人 宇都宮青年会議所 みや未来創造グループ担当常任理事	新任
	15	増渕 祥子	宇都宮市食生活改善推進員協議会 会長	
	副会長 16	見形 繁	宇都宮農業協同組合 代表理事常務	
	17	山崎 裕希	株式会社オータニ 商品部 デリカバイヤー	
	18	渡邊 崇	栃木県飲食業生活衛生同業組合 事務局長	

宇都宮市地産地消推進会議 事務局名簿

役 職	氏 名	所 属
事務局	岡 田 剛 博	経済部 次長 (農政担当)
	川 俣 浩 二	農林生産流通課 課長
	鈴 木 宏 輔	農林生産流通課 課長補佐
	市 村 憲 和	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ係長
	河 野 勝	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ総括
	大 山 三 里	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ主任主事
	沼 尾 優 奈	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ主事
	後 藤 亜 希 子	農林生産流通課 農産物マーケティンググループ主事
	相 場 崇	宇都宮農業協同組合 営農部 総合販売課 課長

資料 1

議案第 1 号 役員の選任について

委員の任期満了に伴い、「宇都宮市地産地消推進会議規則」第 3 条第 4 項に基づき、委員の互選による役員の選任を求めます。

議案第 1 号 役員の選任について

役 職	氏 名
会 長	
副会長	
監 事	
監 事	

※新たに選任する役員（任期：2年）

(参考) 宇都宮市地産地消推進会議規則 (抜粋)

(組織)

第3条 地産地消推進会議は、委員20人以内をもって組織する。

2 委員は、次の各号に掲げる者のうちから、市長が任命する。

- (1) 市議会議員
- (2) 学識経験を有する者
- (3) 関係団体を代表する者
- (4) 前3号に掲げる者のほか、市長が適当と認める者

3 委員の任期は、2年とし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。

4 地産地消推進会議に会長、副会長1名を置き、委員の互選によって定める。

5 会長は、地産地消推進会議を代表し、会務を総理する。

6 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときは、その職務を代理する。

資料 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

令和 6 年度事業報告及び収支決算について，運営要領第 5 条第 1 項第 1 号及び第 2 号の規定に基づき，次のとおり議決を求めます。

1 事業報告

- (1) 市民全体で農業を支える意識の醸成
- (2) 手に入れやすい環境の整備
- (3) 安全・安心の見える化
- (4) グリーン農業への理解促進【新規】

2 収支決算

- (1) 令和6年度収支決算報告
 - └ 収入の部, 支出の部
- (2) 監査報告

1 事業報告

(1) 市民全体で農業を支える意識の醸成

消費者が生産者の取組を知ることができる機会とともに、宇都宮産農産物に直接触れることができる機会を増やすため、積極的なイベントへの出展などPR強化を図った。

- ① 市内イベント等における宇都宮産農産物のPR【強化】
- ② 地産地消強化月間（11月）における啓発活動
- ③ 多様な広報媒体を活用した啓発活動

(1) 市民全体で農業を支える意識の醸成

① 市内イベント等における宇都宮産農産物のP R ア 「うつのみや地産地消マルシェ」の開催

実施日：R6.10.6（食育フェアと同日開催）

場 所：宮みらいライトヒル 交流広場2階

出店数：11団体

- ・キッチン ササヅカ
- ・洋食屋リコリコ
- ・宇都宮市酪農組合
- ・梵天の湯直売所
- ・宇都宮大学（ゆうだい21）
- ・宇都宮市地産地消推進会議（事務局）
- ・農林業祭開催委員会
- ・花いちもんめ
- ・JAうつのみや
- ・大谷グリーンツーリズム推進協議会
- ・栃木リビング新聞社（委託事業者）

▼当日の様子



▼イベントチラシ



- ・ **生産者や推進店による宇都宮産農産物の販売・飲食提供**，牛乳の無償配布を実施し，消費者に対して宇都宮産農産物をP Rすることができた。
- ・ **初めて食育フェアと同日・同会場で開催**したことで，**会場全体で約3万人が来場**し，**多くの消費者に地産地消を訴求**することができた。
（参考）マルシェ内での抽選券配布数約3,000枚（昨年498枚）

(1) 市民全体で農業を支える意識の醸成

イ ライトライン・バースデイ・パーティーへの出展

実施日：R6.8.25

場 所：宮みらいライトヒル 交流広場 2 階

- 実施内容：
- ・ ライトラインサラダセット（ミールキット）の販売（48セット）
 - ・ 梨（プレミアム13）の販売（5セット）
 - ・ 資材によるPRの実施
 - ・ 認知度アンケートの実施

▼販売したサラダセット



▼当日の様子



- ・ 今回、**キューピー株式会社**、**JA うつのみやと連携**し、宇都宮産農産物を使用したレシピを作成・紹介し、**美味しい食べ方の提案**とともに、**ミールキットの形式で農産物を販売**
- ・ 準備した商品が完売するなど、**多くの来場者に対しPRを実施**することができた。
(来場者：約3万人)

(1) 市民全体で農業を支える意識の醸成

ウ 3 X 3 オリンピック予選へのブース出展, V I P エリアへの食材提供

実施日：R6.5.3～5.5

場 所：ライトキューブ宇都宮・宮みらいライトヒル

実施内容：・宇都宮産農産物の販売・試食
（トマト，米，アスパラガス，とちあいか）
・V I P エリアへの食材提供
（米，トマト（プレミアム7），とちあいか）

▼当日の様子



▼ケータリングの様子



- ・ **J A うつのみやと連携**し，全国から来場者が集まる3x3オリンピック予選会場において，宇都宮産農産物のPRを実施した。
- ・ 販売に加え，試食やケータリングへの食材提供など，**実際に農産物を味わっていただきながら多くの来場者にPR**することができた。（来場者：3日間で約7.8万人）

(1) 市民全体で農業を支える意識の醸成

エ 「ベリーベリーハッピートレイン出発式」への出展

実施日：R7.1.19

場 所：東武宇都宮駅

実施内容：東武鉄道ベリーベリーハッピートレイン
出発式でいちごに関する6次化商品の
代理販売，宇都宮産農産物のPRの実施

※ ベリーベリーハッピートレインについて

「いちご王国」栃木県と沿線地域の活性化に向けたプロモーションのため，東武鉄道と沿線自治体（日光市，鹿沼市，栃木市，壬生町，宇都宮市）が連携して実施した事業。いちごと各市町のキャラクターを掲載したラッピング車両を運行

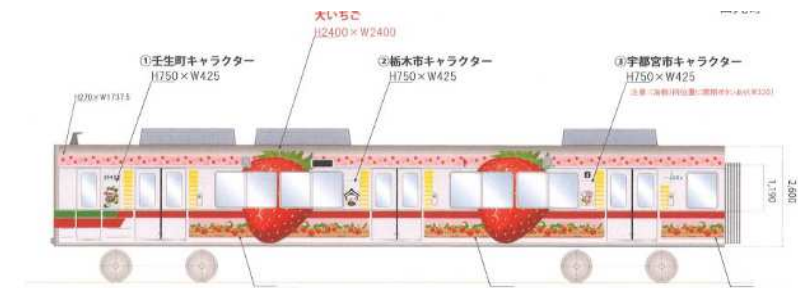
▼キャラクター
ラッピング



▼当日の様子



▼ラッピングのデザイン



(1) 市民全体で農業を支える意識の醸成

オ 民間事業者が実施する宇都宮産農産物PRに係る支援

実施日：R6.11.2

実施内容：JAうつのみやが主催している収穫体験バスツアー（柴田農園、ろまんちっく村など）において、お土産として配付する宇都宮産農産物の費用を一部負担

カ 宇都宮産花きの展示事業

実施日：R6.11.18～11.22

場 所：市役所1階フォトスポット

実施内容：・市民課と連携し、いい夫婦の日に合わせて宇都宮産花きを本庁舎1階ロビーにフォトスポットとして展示
・11月22日には、28組56名の婚姻届提出者に対し、宇都宮産のバラをプレゼント

▼1階ロビーのフォトスポット



(1) 市民全体で農業を支える意識の醸成

② 地産地消強化月間（11月）における啓発活動

実施内容：各種媒体，行政施設等を活用し，生産者に関する情報のほか，旬な宇都宮産農産物の情報を発信

[主な実績]

- ✓ うつのみや地産地消パネル展の実施（南図書館）
- ✓ 広報うつのみや11月号での地産地消特集
- ✓ 各種ラジオや庁内放送を活用したPR
- ✓ ディスプレイで地産地消の取組を紹介（市役所）
- ✓ 大型映像装置による地産地消キャンペーン等のPR（オリオンスクエア）

▼南図書館の展示



▼1階ロビー展示



▼11月広報紙



- ・ **様々な広報媒体を活用し，集中的に情報発信**を実施。市内全域へ地産地消についての周知と意識醸成を図るPRを行うことができた。

(1) 市民全体で農業を支える意識の醸成

③ 多様な広報媒体を活用した啓発活動

実施内容：宇都宮産農産物の消費拡大や地産地消の促進を図るため推進店のおすすめ料理など地産地消に係るお得な情報のP Rを定期的の実施

[主な実施内容]

- ✓ 推進店だよりの配信
- ✓ アグリファンクラブ会員向けメルマガでの情報発信
- ✓ 農業王国うつのみやInstagramやHP等での情報発信
- ✓ 新聞各社にイベント等の記事化への働きかけ

- ・ **Instagramの活用方法と情報発信の手法を工夫**したことで、**272名のフォロワーが増加**した。
- ・ また、**地元新聞社に対し積極的にイベント等のP Rを実施**した結果、**新聞で特集**してもらうなど、メディアを活用したP Rも実施することができた。
(参考) R 7 年 3 月末 Instagramフォロワー数：1,214人 (R 5 年度比+272人)
新聞特集数：9 件 ラジオ出演：3 回

(1) 市民全体で農業を支える意識の醸成

【総括】

- ・ **ライトライン1周年記念や3 X 3 イベントとの連携**により、限られたコストの中で市内外の**多くの消費者**に対し**宇都宮産農産物をPR**することができた。
 - ・ また、**S N Sによる情報発信や新聞社への働きかけにより記事化**されるなど、**発信力の強化**にもつながった。
- ⇒ 一方で、宇都宮産農産物の**認知度をさらに高め、購入へとつなげる環境づくりが今後の課題**であり、引き続き、あらゆる機会を捉え、S N Sや新聞などの媒体を効果的に活用し、消費者への**地産地消の意義の啓発、生産者との結びつきの強化**による地産地消の理解促進に取り組む必要がある。

(2) 手に入れやすい環境の整備

「採れたて うつのみや まるかじりキャンペーン」では、「うつのみや地産地消推進店（以下「推進店」という。）や農産物の魅力だけでなく、宇都宮産農産物を使用したレシピを作成・紹介し、美味しい食べ方の提案を行い、消費者の関心を高める事業を展開した。

- ① 推進店と連携した農産物を購入しやすい環境の創出【強化】
- ② 生産者と実需者等とのマッチングによる宇都宮産農産物の利用促進
- ③ 直売所の販売力向上に向けた魅力向上支援

(2) 手に入れやすい環境の整備

① 推進店の増加・充実など消費者が利用しやすい環境の創出

実施内容：「採れたて うつのみや まるかじりキャンペーン」の実施

- ⇒ 参加割合の低かった30代～40代の層への訴求を強化するため、保育園でのPRを実施したほか、子育て世代家族を意識した景品の新設
- ⇒ 小売店・飲食店向け別々に実施していたキャンペーンの実施方法を一本化することで、応募資格の取得しやすさを高めた。

実施日：R6.10.1～12.15

実績：参加店舗数 小売店：58（目標：50）

飲食店：49（目標：40）

応募数 12,756通（令和5年度：12,634通）

▼キャンペーンチラシ



(2) 手に入れやすい環境の整備

- ・ 保育園でのP Rや景品内容の工夫が奏功し、若年層（30代～40代）の参加件数を約1.4倍増加させることができた。また、統一的なキャンペーン実施手法の見直しにより、小売店・飲食店の双方からの満足度が向上（来年も参加したい店舗の割合が約12%増加）した。
- ・ 引き続き若年層への訴求を強化するため、今後は、キャンペーンのデジタル化（Web・SNS連動等）を検討する。
- ・ 推進店の参加メリットを高めるため、キャンペーン参加店舗のP R強化やインセンティブ制度の検討などを通じ、推進店の満足度向上と参加継続につなげていく。

(2) 手に入れやすい環境の整備

② 地産地消アプリ「ロカスタ」を使用した実証実験を実施

実施内容：「推進店マップ」の年度途中で情報を更新できない点などの課題解決方策として、地産地消アプリ「ロカスタ」を使用した実証実験を実施

ダウンロード数：457（3月末時点）

[主な機能]

- ・ 推進店の店舗情報（住所、営業時間等）の閲覧
- ・ 地図上での位置の確認、ルート検索
- ・ 各店舗のイベント情報の掲載
- ・ スタンプラリー（未実施）

▼市HP「ロカスタ」



- ・ **DL数を増やすための方法が課題として残るものの、実証実験の結果、デジタル化により** 随時店舗情報が変更可能である点、店舗側からの情報発信が可能になるなど**様々な点でメリットを確認**できたため、今後、**本格導入を進める。**

実施内容：市広報紙でのPRのほか、新たにオリオン通り商店街などに対してのチラシ配布による勧誘などを実施

- ✓ キャンペーン実施時の勧誘活動
- ✓ 保健所等との連携したPR
- ✓ オリオン通り商店街への回覧による勧誘
- ✓ 職員による勧誘

- ・ P R強化により**新たに10店舗**が加入した一方、**閉店等により8店舗が辞退**となった。結果として**推進店数は、174店舗から176店舗（+2）**となった。

(2) 手に入れやすい環境の整備

② 「マッチング事業」の実施

実施内容：生産者と実需者を職員が仲介する方法で16件の商談を実施し、8件の商談が成立

特に、学校給食の窓口となる学校健康課との連携を強化し、学校と生産者マッチングを強化した結果、5件の学校との商談が成立した。

[主な実績]

- ✓ 宿泊施設×とちおとめ
- ✓ 飲食店×なつおとめ
- ✓ 各小中学校×多品目野菜

③ 直売所機能充実による消費者の利便性向上

実施内容：農産物直売所イメージアップ事業の実施
農産物直売所に対し施設改修経費等の一部を補助

[補助実績]

1件（支援内容：改修工事に係る費用）

(2) 手に入れやすい環境の整備

【総括】

● 地産地消を推進する取組の拡大

- ・ 実施方法を見直した**キャンペーン**や、新たに実施したオリオン通りでの**推進店加入を促すPR**では、**着実に成果を上げることができた**。
 - ・ 地産地消アプリ「ロカスタ」による**マップのデジタル化も運営側として、多くの利点を確認**することができた。
- ⇒ 引き続き、地産地消の取組を広げていくため、より多くの市民や事業者に共感してもらい、**主体的な行動を促す取組の展開が必要**である。
- ⇒ 「ロカスタ」の本格導入など、**積極的なICTの活用**を図る。

● 宇都宮産農産物の利用促進（マッチング支援）

- ・ マッチング事業では、調整の結果、その後の取引に結び付けることができた。
 - ・ 特に**学校給食では、新たに5件の商談が成立し、大きな成果**を得た。
- ⇒ 今後は、給食現場と生産者双方のニーズ把握を強化するなど、関係者との継続的な意見交換を通じて**学校給食での農産物の更なる利用拡大**を図る。

(3) 安全・安心の見える化

生産者としての信頼を向上させるための支援を実施した。

- ① 生産履歴記帳の確認
- ② 農産物の安全に関する研修会の開催
- ③ 残留農薬自主検査の支援

(3) 安全・安心の見える化

① 生産履歴記帳の確認

実施内容：栃木県河内農業振興事務所と連携し農産物直売所全21か所を巡回し、出荷制限対象農産物等及び生産履歴記帳について確認及び指導を実施

実施日：R6.4.16～4.25, R6.10.22～11.7

② 農産物の安全に関する研修会の開催

実施内容：安全・安心な農産物づくりに、生産履歴の記帳が必要不可欠である理由等の理解促進を図るため、生産者を対象にした研修会を実施

[令和6年度テーマ]

農業者の身の安全や環境に配慮した農薬散布について

講師：（公社）緑の安全推進協会 委嘱講師 古口正巳

実施日：R7.3.13

③ 農産物直売所イメージアップ事業における残留農薬自主検査の補助

実施内容：農産物直売所のイメージアップや農産物直売所で販売される農産物の安全性を担保するためするための残留農薬自主検査への取組に対して支援を実施

(3) 安全・安心の見える化

【総括】

- ・ 生産者としての信頼向上に向けた支援として、栃木県と連携し、市内21か所**すべての農産物直売所に対し**、出荷制限対象農産物や**生産履歴記帳の確認・指導を実施**することができた。
- ⇒ 農薬の不適切な使用（適用外使用や基準違反）を未然に防止するためにも、今後も生産履歴記帳を通じて、**生産者自身が使用基準を再確認できる機会の創出**が求められる。
- ⇒ また、直売所向け支援事業については、近年、残留農薬自主検査の補助件数が伸び悩んでいることから、**支援制度のPR**とともに、**生産者が利用しやすい事業内容へと見直しを検討**していく必要がある。

(4) グリーン農業への理解促進【新規】

グリーン農業への理解促進では、イベントを通じて消費者がグリーン農業の意義や取組に興味を持てるような事業を展開した。

- ① グリーン農業推進協議会への参画
- ② 市民のグリーン農業に対する理解促進
- ③ グリーン農業で生産された農産物の消費拡大

(4) グリーン農業への理解促進

① グリーン農業推進協議会への参画

実施内容：宇都宮市が令和6年7月に設置した「グリーン農業推進協議会」に本会議が参画し、栃木県，ＪＡうつのみやなどの関係者とグリーン農業の推進に向けた意見交換を実施

【宇都宮市グリーン農業推進協議会委員名簿】

区 分		団体名・役職等	氏 名
生産段階	農業団体等	1 宇都宮農業協同組合 営農部長	矢田部 匡広
		2 宇都宮大学 農学部教授 (宇都宮市農業技術高度化研究会会長)	齋藤 高弘
		3 逆面エコ・アグリの里Ⅱ	櫻井 一成
	農業者 (水稻・園芸・畜産・有機)	4 ＪＡうつのみや 苺専門部会 河内地区代表	齋藤 龍介
		5 耕畜連携コーディネーター (宇都宮市酪農組合 組合長)	駒場 久
		6 有機農業取組者	大窪 竹彦
流通消費段階	流通関係者	7 東一宇都宮青果(株) 専務取締役	金田 紀男
		8 (株)グリーンデイズ 農産直売所 あぜみち 滝の原店 店長	岡田 和子
	加工・商品開発	9 食育インストラクター (株式会社アサヒフーズ 代表取締役社長)	吉野 ひろみ
	消費者	10 宇都宮市消費者友の会会長 (宇都宮市地産地消推進会議委員)	野澤 克子
行政		11 県河内農業振興事務所 次長兼企画振興部長	上野 臣一
		12 宇都宮市 経済部次長(農政担当)	坂井 晃

(4) グリーン農業への理解促進

- ② 市民のグリーン農業に対する理解促進
- ③ グリーン農業で生産された農産物の消費拡大

実施内容：「うつのみやグリーンマルシェ」の開催

グリーン農業の重要性や新たな価値の理解促進を目的に生産者との交流を交えながら、グリーン農業で生産された農産物を購入・飲食できるイベントを初開催

実施日：R 7.3.9

場 所：宮みらいライトヒル 交流広場 2 階

出店数：16 者

▼イベントチラシ



- ・ 市民に**グリーン農業に興味を持ってもらう取組**として、グリーン農業をイメージした**コンセプトやロゴマークなどを新たに設定**
「~いつもとちがう、ちょっといいこと~『SMILE GREEN TABLE』」
- ・ イベント全体に統一感を持たせたことで、初開催ながら、**グリーン農業を知る・知らせる機会として来場者・生産者ともに好評を得ることができた。**

(4) グリーン農業への理解促進

【総括】

- ・ コンセプトとして掲げた「SMILE GREEN TABLE」など、**イベントを通じたPR**により、**来場者がグリーン農業をより身近に感じられたという手ごたえ**を得ることができた。
- ⇒ 今回が初開催となったグリーンマルシェの成果を踏まえ、今後は市民に**より理解されやすい企画内容を検討**し、令和7年度以降の**マルシェに反映**させていく。
- ⇒ また、**グリーン農業に関わる関係者**が一体となって取り組めるよう、**継続的な支援も必要**である。

議案第2号 令和6年度事業報告及び収支決算について

(参考) 成果目標

- 令和5年度総会において成果目標を設定
- 期間は令和15年までには100%を目指し令和10年までの目標値を設定

成果目標	R6実績	成果目標を高めるための主な取組	計画との関連性
	R10目標		
① 宇都宮産農産物を積極的に購入する市民の割合 (市政世論調査結果)	82.4%	- 推進店の拡大・充実 - 地場農産物マッチング事業 - 直売所イメージアップ事業(改修) - アグリビジネス創出事業	「手に入れやすい環境の整備」 「市民全体で農業を支える意識の醸成」
	92.0% (R15:100%)		
② 出荷者すべてが生産履歴を記帳している直売所の割合	(参考値) R5実績90.9%	- 巡回指導 - 安全安心講習会の開催 - 直売所イメージアップ事業(残留農薬検査への支援)	「安全・安心の見える化」
	100.0%		
③ 環境に配慮した農産物を選択したいと思う市民の割合 (市政世論調査結果)	86.2%	- 地産地消マルシェでのPR - 市内グリーン農業の情報発信	「グリーン農業への理解促進」
	93.5% (R15:100%)		

2 収支決算

議案第 2 号 令和 6 年度事業報告及び収支決算について

令和 6 年度収支決算

1	令和 6 年度収入決算額	11,183,095円
2	令和 6 年度支出決算額	10,848,549円
3	差引残高	334,546円

※ 差引残高334,546円については、令和 7 年度に繰越いたします。

議案第2号 令和6年度事業報告及び収支決算について

(1)収入の部

(単位：円)

科 目		予算額	決算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1 交付金		7,711,000	7,711,000	0	
	(1) 交付金	7,711,000	7,711,000	0	宇都宮市
2 助成金		2,570,000	2,570,000	0	
	(1) 団体助成金	2,570,000	2,570,000	0	宇都宮農業協同組合
3 繰越金		697,601	697,601	0	
	(1) 繰越金	697,601	697,601	0	前年度繰越金
4 雑収入		399	4,494	4,095	
	(1) 雑収入	399	4,494	4,095	利息
5 負担金		0	200,000	200,000	
	(1) 負担金	0	200,000	200,000	うつのみやアグリネットワーク運営委員会からの負担金（グリーンマルシェ開催に係る負担金）
合 計		10,979,000	11,183,095	204,095	

議案第2号 令和6年度事業報告及び収支決算について

(2)支出の部

(単位：円)

科 目		予算額	決算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1 事務費		175,000	59,940	△115,060	
	(1) 会議費	4,000	3,250	△750	
	(2) 事務費	171,000	56,690	△114,310	郵送代, 振込手数料ほか ※電子化による郵送費の削減等
2 事業推進費		10,804,000	10,788,609	△15,391	
	(1) 普及啓発活動費 【市民が支える仕組みづくり】	225,000	176,000	△49,000	消費者向け啓発用物品
	(2) 地場農産物利用促進費 【手に入れやすい仕組みづくり】	10,541,000	10,612,609	71,609	地産地消キャンペーン【7,600,000円】 地産地消推進店マップの作製費用【1,221,000円】 グリーンマルシェ出展に係る費用【915,500円】 ほか ※グリーンマルシェ, キャンペーンの事業費増に伴う増
	(3) 安全・安心な農産物供給事業費【安心感を高める仕組みづくり】	38,000	0	△38,000	残留農薬自主検査に係る費用
合 計		10,979,000	10,848,549	△130,451	

議案第2号 令和6年度事業報告及び収支決算について

監査報告

令和6年度宇都宮市地産地消推進会議の事業執行及び会計について、関係書類及び帳簿等を監査した結果、事業の執行状況及び会計等すべて適正であったことを認めます。

令和7年4月21日

監	事	野澤	剛始
監	事	佐藤	要

※原本は事務局にて保管しています。

(参考) 宇都宮市地産地消推進会議運営要領 (抜粋)



(会議)

- 第5条 会議に付議する事項は次のとおりとする。
- (1) 推進会議の事業計画並びに事業報告に関すること
 - (2) 推進会議の予算並びに決算に関すること
 - (3) その他、推進会議の運営に係る事項に関すること

資料 3

議案第 3 号 令和 7 年度事業計画(案)及び収支予算(案)について

令和 7 年度事業計画(案)及び収支予算(案)について、運営要領第 5 条第 1 項第 1 号及び第 2 号の規定に基づき、次のとおり議決を求めます。



1 事業計画(案)

- (1) 市民全体で農業を支える意識の醸成
- (2) 手に入れやすい環境の整備
- (3) 安全・安心の見える化
- (4) グリーン農業への理解促進

2 収支予算(案)

令和7年度収支予算

└ 収入の部, 支出の部



1 事業計画

1 事業計画

(1) 事業方針

ア 市民全体で農業を支える意識の醸成

- ・ 市民や事業者が共感し，主体的に関与できる仕組みの検討
- ・ 各種 SNS 等を活用した戦略的な情報発信

イ 手に入れやすい環境の整備

- ・ 推進店の新規獲得や直売所の支援の強化
- ・ 推進店の協力を得やすいキャンペーン実施手法の検討
- ・ マップのデジタル化を最大限活用した PR の実施
- ・ 学校給食における効果的なマッチング手法の検討

ウ 安全・安心の見える化

- ・ 農薬使用等に関する研修会の実施を通じた継続的な指導の実施
- ・ 支援内容や周知方法の見直し
- ・ 実効性のある支援体制の構築

1 事業計画

エ グリーン農業への理解促進

- ・ コンセプトの更なる浸透に向けたP Rの実施
- ・ 関係者（生産者・流通事業者等）の意見を踏まえた効果的な理解促進策の検討・実施
- ・ 啓発イベントや広報活動などを通じた生産者と市民の接点強化

1 事業計画

(2) 事業内容

ア 市民全体で農業を支える意識の醸成

① 市内イベント等における宇都宮産農産物のP R

- ・ 「うつのみや地産地消マルシェ」の開催
- ・ 注目度の高いイベントや販売会への出展

② 宇都宮産農産物の認知度・関心を高めるためのP R

- ・ 主体的な行動を促進する地産地消ブランディングの検討及びデザインの作成【新規】
- ・ 地産地消強化月間（11月）における市庁舎内ディスプレイや広報紙、ラジオなど様々な媒体での普及啓発

③ 多様な広報媒体を活用した啓発

- ・ 生産者・地産地消推進店のP R（SNS等への情報発信）【新規】
- ・ 「農業王国うつのみや」HP，SNS，アグリファンクラブ会員メールマガジン等を活用した情報発信

1 事業計画

イ 手に入れやすい環境の整備

① 推進店の増加・充実など消費者が利用しやすい環境の創出

- ・ 推進店と協力したキャンペーンの実施【強化】
- ・ 地産地消アプリ「ロカスタ」の導入【新規】
- ・ 地産地消推進店の新規認定

② 生産者と実需者等との農産物マッチングによる宇都宮産農産物の利用促進

- ・ 学校給食とのマッチングに向けた研究【強化】
- ・ 市場ニーズを踏まえた生産者と実需者のマッチング

③ 生産者の活動支援

- ・ 生産者の宇都宮産農産物 P R のためのイベント費用の一部補助【強化】
 - ・ 簡易改修費用等の一部を助成する農産物直売所イメージアップ事業の実施
- ※ 農産物販路拡大支援補助金の新設（執行はアグリネットワーク）

1 事業計画

ウ 安全・安心の見える化

① 生産履歴記帳の確認

- ・ 県河内農業振興事務所と連携し、農産物直売所での生産者への生産履歴記帳等の確認指導や農産物放射性物質検査の実施

② 農産物の安全に関する研修会の開催

- ・ 県河内農業振興事務所・宇都宮農業協同組合と連携し、生産者向け研修会を実施

③ 農産物直売所イメージアップ事業における残留農薬自主検査の補助

- ・ 残留農薬自主検査に要する費用の一部を助成する農産物直売所イメージアップ事業の実施

※ 農産物販路拡大支援補助金の新設（執行はアグリネットワーク）

1 事業計画

エ グリーン農業への理解促進

① グリーン農業推進協議会での意見交換

- ・ 生産・消費の両面から、さらなる市民理解の促進に向けた方策の検討を実施

② 市民のグリーン農業に対する理解促進

- ・ グリーンマルシェの規模拡大など、市民との接点を強化したP R・情報発信の実施

③ グリーン農業で生産された農産物の消費拡大

- ・ 生産者ニーズの情報収集及び需要創出に向けた調査研究の実施
- ・ 生産者の意見を反映したP R及び生産者の主体的に取り組みを支援する仕組みの検討

1 事業計画

◆ 主な年間スケジュール（予定）

時期	内容
10月	・ グリーンマルシェの開催（10／19）
11月	地産地消強化月間における啓発活動
10～12月	・ 農産物の安全に関する研修会 ・ 推進店を活用したキャンペーンの実施
2～3月	・ うつのみや地産地消マルシェの開催
随時	・ 地産地消アプリ「ロカスタ」を活用したスタンプラリー ・ 推進店の増加・充実に向けた新規加入店勧誘 ・ 地場農産物マッチング事業の実施 ・ 直売所の巡回指導 ・ 農業王国うつのみやHPやSNS等での情報発信



2 収支予算

2 収支予算

(1) 収入の部

(単位：円)

科 目		令和 7 年度 予算額	令和 6 年度 予算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1 交付金		7,711,000	7,711,000	0	
	(1)交付金	7,711,000	7,711,000	0	宇都宮市
2 助成金		2,569,000	2,570,000	△1,000	
	(1)団体助成金	2,569,000	2,570,000	△1,000	宇都宮農業協同組合
3 繰越金		334,546	697,601	△363,055	
	(1)繰越金	334,546	697,601	△363,055	令和 6 年度繰越金
4 雑収入		454	399	55	
	(1)雑収入	454	399	55	利息等
合	計	10,615,000	10,979,000	△364,000	

2 収支予算

(2) 支出の部

(単位：円)

科 目		令和 7 年度 予算額	令和 6 年度 予算額	比較増減	備 考
款	項 目				
1 事務費		150,000	175,000	△25,000	
	(1)会議費	4,000	4,000	0	
	(2)事務費	146,000	171,000	△25,000	郵送代, 振込手数料ほか
2 事業推進 費		10,465,000	10,804,000	△339,000	
	(1)普及啓発活動費【市民 全体で支え合う関係性の 強化】 【グリーン農業へ の理解促進】	225,000	225,000	0	啓発用物品 ほか
	(2)地場農産物利用促進費 【手に入れやすい環境の 整備】 【グリーン農業へ の理解促進】	10,195,000	10,541,000	△346,000	キャンペーン【6,932,000円】 地産地消アプリ「ロカスタ」の利用 費用【1,612,000円】 地産地消マルシェ出展に係る費用 【478,000円】ほか ※補助金の統合, キャンペーンのデ ジタルでの発信置き換え等による経 費削減
	(3)安全・安心な農産物供 給事業費【安全・安心の 見える化】	45,000	38,000	7,000	学校給食における地場産率向上に向 けた調査研究【45,000円】
合 計		10,615,000	10,979,000	△364,000	

(参考) 地産地消アプリ「ロカスタ」



ロカスタとは？
宇都宮産農産物を販売している直売所や
地産地消のお店を調べられるアプリです。
📱 アプリをダウンロード 📱 「宇都宮市」を選択

「ロカスタ」でできること

Point 1
直売所や飲食店の情報
が手軽に確認できる
商品情報や地産地消メニュー
を気軽に確認できます。お得
な情報や営業情報を確認し、
行ってみましょう！

Point 2
直売所や飲食店を
すぐに訪問できる！
現在地から気になるお店へ
ルート案内が可能です。
お店に訪問して地産地消に
貢献してみましょう！

Point 3
イベント情報が
すぐ分かる！
マルシェなどの開催情報を
すぐ確認できます。さまざま
な体験イベントの情報を確認
して参加してみましょう！

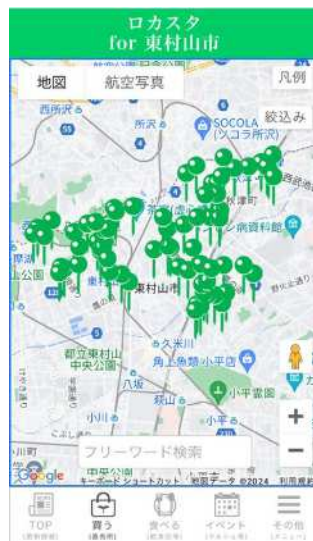
▼アプリダウンロードはこちら
【WEB版はこちら】 【App Store】 【Google Play】

【問合せ先】宇都宮市地産地消推進会議（宇都宮市農林生産流通課）
TEL：028-632-2843（平日8：30～17：15）
メール：u2320@city.utsunomiya.tochigi.jp

▼インスタ ▼HP

◆ ロカスタについて（株式会社G-P l a c e が運営）

- 地産地消の推進に向け、直売所等と消費者をつなぐ自治体向けの支援サービス（スマートフォンアプリ・ウェブサイト）を導入
- 店舗は無料で登録でき、自店舗の情報や最新のお知らせを自由に編集・管理・発信することが可能
- 消費者は、地図上で店舗の位置やルート案内を確認でき、最新の営業情報も取得可能
- 情報発信の強化により、消費者の利便性向上と来店促進を図り、地産地消の定着を目指す。



ピンをクリック
→店舗情報
(写真、住所、販売品目、
お知らせ など)

嶋田 伊佐央（嶋田農園）

さまざまな季節の味覚を御賞味下さい。

●直売所基本情報

生産者名	嶋田 伊佐央（嶋田農園）
直売所の場所	東村山市野口町4-2-3
ルート案内	11月～12月

閉じる

(参考) 宇都宮市地産地消推進会議運営要領 (抜粋)



(会議)

- 第5条 会議に付議する事項は次のとおりとする。
- (1) 推進会議の事業計画並びに事業報告に関すること
 - (2) 推進会議の予算並びに決算に関すること
 - (3) その他、推進会議の運営に係る事項に関すること