

重要取組シート

産業振興局 農政部 農水産課

| 取組項目 | | 地産地消の推進 |
|--------|--------------|--|
| 現状・課題 | | <p>【現状】</p> <p>○令和4年3月に改定した堺市農業振興ビジョンにおいて、「地産地消の推進」を基本姿勢とし、「食と農を支える地域連携強化」を戦略とした。</p> <p>○改定ビジョンに基づき、堺産農産物の地域内利用の促進に重点的に取り組んでおり、令和5年度は2年目となる。</p> <p>【課題】</p> <p>○令和3年度市民意識調査では「市内で採れた食材を食べている（概ね6か月以内）」と答えた人の割合が59.8%という良好な結果が出た。</p> <p>○しかし、市内で採れた食材を「時々食べている」「食べていない」方が、どうすれば、今よりも市内で採れた食材を食べようと思うか、の問に対し、「もっと堺産であることが分かりやすければ」59.5%、「もっと購入できる場所が増えれば」50.9%、の2項目がそれぞれ半数を超えており、堺産の表示の推進と販売場所の充実化により、堺産を選択する市民が増える可能性がある。</p> <p>○以上の傾向を踏まえ、地産地消を通じて都市と農が共存し市民全体で共感する都市農業を実現することで、本市農業の活性化を図る。</p> |
| 取組の内容 | | <p>○市民がステッカー掲出店や取扱店を巡るような仕掛けを打ち出し、飲食店等に対しては「堺のめぐみ」の取扱とステッカーの掲出を、市民に対しては「堺のめぐみ」の消費誘導を図るなど、新たな取組を実施する。</p> <p>○本市や関連団体等が実施するイベント等と連携し、堺産農産物の販売PRブースを積極的に出展するなど、関係施設や量販店での販売イベント等を積極的に開催又は参加し、市民への周知活動を実施する。</p> <p>○堺産農産物を販売する店舗や直売所などにおいて、ステッカーやのぼりなどの販売促進資材等を活用し、堺産農産物の魅力発信・普及啓発活動を支援する。</p> <p>○上記のほか、ホームページやSNS等も含めた情報発信を進め、「堺のめぐみ」の知名度と話題性を高めることで、「堺のめぐみ」が市民にとって馴染みのある存在となるよう取り組む。</p> <p>○堺産農産物の生産・流通・消費の拡大につながるよう、生産者から堺産農産物を集荷し食品関連事業者等へ配送する事業者と連携し、地域内流通の拡充を図る。</p> |
| スケジュール | 前期 (～7月) | <input type="checkbox"/> 新規取組の企画・準備(4月～) <input type="checkbox"/> イベントにおける堺産農産物の販売PRブース設置・支援(4月～) <input type="checkbox"/> 農産物の取扱店・販売店への「堺のめぐみ」普及PR、協力依頼(4月～) <input type="checkbox"/> 地域内流通の拡充に向けた関係者との調整等(4月～) |
| | 中期 (～11月) | <input type="checkbox"/> 新規取組の準備・実施(8月～) <input type="checkbox"/> イベントにおける堺産農産物の販売PRブース設置・支援(8月～) <input type="checkbox"/> 農産物の取扱店・販売店への「堺のめぐみ」普及PR、協力依頼(8月～) <input type="checkbox"/> 地域内流通の拡充に向けた関係者との調整等(8月～) |
| | 後期 (～3月) | <input type="checkbox"/> 新規取組の実施・検証(12月～) <input type="checkbox"/> イベントにおける堺産農産物の販売PRブース設置・支援(12月～) <input type="checkbox"/> 農産物の取扱店・販売店への「堺のめぐみ」普及PR、協力依頼(12月～) <input type="checkbox"/> 地域内流通の拡充に向けた関係者との調整等(12月～) |

| | | | |
|------------------|----------------|---|----------------------|
| | 次年度以降 | 事業課題を検証し、堺産農産物の地域内利用の促進に取り組む。 | |
| 進捗の状況 | 前期 (～7月) | <input type="checkbox"/> 新規取組の企画・準備(4月～) <input type="checkbox"/> イベントにおける堺産農産物の販売PRブース設置・支援(4月～) <input type="checkbox"/> 農産物の取扱店・販売店への「堺のめぐみ」普及PR、協力依頼(4月～) <input type="checkbox"/> 地域内流通の拡充に向けた関係者との調整等(4月～) | |
| | 中期 (～11月) | <input type="checkbox"/> 新規取組の準備(8月～)・実施(11月～) <input type="checkbox"/> イベントにおける堺産農産物の販売PRブース設置・支援(8月～) <input type="checkbox"/> 農産物の取扱店・販売店への「堺のめぐみ」普及PR、協力依頼(8月～) <input type="checkbox"/> 地域内流通の拡充に向けた関係者との調整等(8月～) | |
| | 後期 (～3月) | | |
| | | | |
| 2025 堺市基本計画 | 該当する施策 | 4-(7) 次世代につなげる農業の促進 | |
| | 寄与するKPI | 市内で採れた食材を食べていると答えた人の割合(概ね6か月以内)[現状値:参考値42.8%(2019年度)] | 目標値(2025年度) 55.0% |
| 未来都市計画 堺市SDGs | 最も貢献するSDGsのゴール | ゴール番号 2 | 飢餓をゼロに |
| | 寄与するKPI | 市内で採れた食材を食べていると答えた人の割合(概ね6か月以内)[現状値:参考値42.8%(2019年度)] | 目標値(2023年度) 50.0% |