

1 趣旨

全国の自治体と同様に本市の生産現場においても、農業経営体の減少と後継者不足が深刻化しており、今後も本市の農業を維持していくためには、生産の側面だけでなく、消費の側面からも農業振興を図ることがますます重要となっている。

こうした状況を踏まえ、平成30年3月に策定した「もりおかの食と農バリューアップ推進戦略」に基づき各種アクションプランを実施してきたが、新たな課題に対応していくために、第2期戦略を策定し、更なる取組の推進を図ろうとするもの。

2 本市の農業の現状

(1) 農業生産の実績

農業産出額（令和4年）：2,423千万円
 …県内第2位、東北管内第7位
 〔内訳：第1位 鶏、第2位 米、第3位 果実、
 第4位 野菜、第5位 乳用牛〕

- ・鶏（鶏卵・ブロイラー）は、市の農業産出額の約55%、米と果実、野菜は約10%前後で万遍なく生産されている。
- ・果実はりんごが大部分を占めているが、野菜は様々な種類が生産されている。

(2) 農業経営体の現状

農業経営体数（平成27年）：2,866
 （令和2年）：2,249  22%減

- ・全体の約63%が65歳以上、かつ約69%が後継者を確保できておらず、今後も農業経営体の減少は続くと思込まれる。

3 第1期戦略の総括

戦略上の指標（抜粋）	H29 策定時	R1 改定時	R6 現在値	R6 目標値
美食王国もりおかファンクラブ会員数（人）	—	544	1,576	1,000
盛岡市産地直売所連合会の利用者数（人）	867,773	987,758	1,205,492	1,000,000
盛岡の美味いもんアンバサダー認定件数	77	108	103	100
6次産業化等スタートアップ支援事業の申請者数	—	累計16者	累計57者	累計40者
その他の参考指標	H29 策定時	R1 改定時	R6 現在値	R6 目標値
販売金額が500万円以上の農業経営体の数	305	—	346	—
公式インスタグラムフォロワー数	—	—	2,517	—
盛岡産を意識して購入する人の割合（%）	55.5	—	62.8	—

第1期戦略の目的である「生産者の所得向上」及び「食関連産業の活性化」に対して成果が得られたと考えられる。

4 新たな課題

(1) 有識者会議等で挙げられた意見

項目	意見（抜粋）
戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・目的は「農家所得の向上」にこだわらず、再検討した方が良いと思う。生産者の減少や物価高騰により、販売額自体は一時的に上昇すると見込まれるので、所得を目的に掲げると戦略の達成度合いを測るのが難しい。 ・戦略の新たな指標として、付加価値額を考えてみてはどうか。
販売	<ul style="list-style-type: none"> ・販路を県外に拡大するためにも、農協との協力は不可欠だと思う。 ・トップセールスなど市長を中心としたPRが必要ではないか。 ・県外への販売とPRを兼ねて、ふるさと納税を強化した方が良いと思う。
啓発	<ul style="list-style-type: none"> ・国全体の問題だと思うが、盛岡市だけでも、「迷ったときは多少高くても地元のものを買おう」という意識醸成を図ってほしい。 ・市内で生産されている農畜産物のことが市民にも伝わっていないと思う。
産業連携	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者が中心となる6次産業化ではなく、産業の連携にシフトした方がよいのではないか。事業者の方が商品開発や販売促進には長けていると思う。

4 新たな課題（続き）

(2) 新たな課題

- ①地域外での盛岡産農畜産物の認知度向上と販路拡大
地域外、特に首都圏での販路拡大のための取組やPRが十分でなく、本市への農業のイメージがほとんどない。
- ②地域内の消費者への啓発
農業の役割や重要性が市民に十分理解されていない。また、盛岡産の農畜産物についても知られていない。
- ③農業と他産業の連携
盛岡産農畜産物の価値の向上や利用拡大のために、生産者が主体となる6次産業化ではなく、事業者との連携が必要だと考えられる。

5 第2期戦略の概要

- (1) 目的
盛岡産農畜産物の高付加価値化と需要拡大

- (2) 目指す将来像
生産者・事業者・消費者が一体となって、地域の食と農を盛り上げるという想いを込めた「美食王国もりおか」を掲げる。



- (3) 計画期間
令和7年度から令和12年度までの6年間とする。

- (4) 施策とアクションプラン
目的の達成に向けて、3つの施策と付随するアクションプランを設ける。

施策①地域外の販売強化

目的とのつながり	盛岡りんご等の、地域外での販売やPRを強化することで、盛岡産農畜産物全体の価値の向上や需要拡大を目指す
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> ① 販路の強化・拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・県外で開催される農協の販売イベントとの連携 ・既存販路や友好都市を活用したトップセールス ・ふるさと納税などに係る生産者向けセミナーの開催 ・市場関係者への盛岡産農畜産物のPR など ② 地域外プロモーション <ul style="list-style-type: none"> ・都市圏でのポスターやリーフレットなどを活用したPR ・SNSを活用した情報発信 ・都市圏の岩手県人会への盛岡りんごなどのPR など

施策②地域内の食農教育※

目的とのつながり	地域内の消費者に盛岡産農畜産物の価値や地域農業の重要性を理解してもらうとともに、需要の拡大も目指す。
アクションプラン	<ul style="list-style-type: none"> ① 理解促進のための啓発 <ul style="list-style-type: none"> ・学生に対する盛岡産農畜産物をテーマにした企画の実施 ・地域住民や学生等を対象とした出前講座 ・農協主催の農業体験イベントへの誘導 など ② 地域内プロモーション <ul style="list-style-type: none"> ・集客施設等でのポスターやリーフレット等を活用したPR ・盛岡産農畜産物をテーマとしたイベントの開催 など

※食農教育とは、食や農畜産物及びそれらを支える農業について、子どもから大人までが理解を深めるために行われる、啓発や地産地消の取組など幅広い視点を含む教育のこと。

第2期もりおかの食と農バリューアップ推進戦略（案）について

(4) 施策とアクションプラン（続き）

施策③農業と他産業の連携

目的とのつながり	農業を中心とした産業連携を推進し、盛岡産農畜産物の価値の向上や事業者からの需要拡大を目指す。
アクションプラン	<p>① 異業種連携の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> 商品・サービスの開発などに対する補助金による支援 生産者データベースの作成 商談会への参加の支援 生産者と事業者を対象とした交流会の開催 地域商社や流通関係者へのデータベースの提供 など

(5) 成果指標

項目	指標	現在値 令和6年度	目標値 令和12年度
目的： 盛岡産農畜産物の高付加価値化と需要拡大	農業総生産額 （＝付加価値額）	9,642百万円 （令和3年度実績）	9,642百万円 （令和9年度実績）
施策①： 地域外の販売強化	(1) 本市を管轄エリアに含む農協の直接 相対販売の金額	(1) 約5億9千万円	(1) 7億円※
	(2) 盛岡産農畜産物を 対象としたふるさと納税の寄附総額 と件数	(2) 寄附総額： 約7千万円 件数：3,806件	(2) 寄附総額： 2億円 件数：1万件

項目	指標	現在値 令和6年度	目標値 令和12年度
施策②： 地域内の食農教育	盛岡産農畜産物への理解度	なし	当初値（令和7年度）+10ポイント
施策③： 農業と他産業の連携	(1) 補助事業の利用者数と採択事業の3年継続率	(1) なし	(1) 利用者数：9件 継続率：100%
	(2) 食品製造業・外食産業へ出荷する市内の農業経営体数	(2) 76 （全体の3.4%）	(2) 100 （全体の9%（推計））

※過去の推移等から算出した市の推計値。後日、農協で定めた目標値に差し替える予定。

6 今後の予定

- 2月10日 全員協議会
- 中旬 パブリックコメントの実施
- 3月中旬 庁議（パブリックコメントの実施結果）
- 下旬 市長決裁