いわき市
農業生産振興
ブランド戦略プラン

～『いわきのめぐみ』でつなげる

持続可能な魅力ある新時代の農業～

令和4年2月

い わ き 市

目次

第1章　計画概要

1. 計画作成の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　2

2. 計画の位置付け・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　3

3. 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　4

4. 第四期新農業生産振興プランの総括・・・・・・・・・・・　4

第2章　農業生産振興の方針

1. 上位計画における重点戦略・重点施策との関係・・　7

2. 個別施策の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　8

3. 振興作目・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　11

4. 数値目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　12

第3章　ブランド戦略の方針

1. 上位計画における重点戦略・重点施策との関係・・　14

2. 個別施策の概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　15

3. 数値目標・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　19

第4章　推進体制・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　20

いわき農産物マスコットキャラクター「アグリン☆ファイブ」

第１章　計画概要

１．計画作成の趣旨

いわき市は、これまで本市の農業生産振興策として、平成 13 年度に「新農業生産振興プラン」を策定して以降、平成 19 年度からの「第二期新農業生産振興プラン」、平成 25 年度からの「第三期新農業生産振興プラン」、平成 28 年度からの「第四期新農業生産振興プラン」により、農業生産振興についての方針を定めてきました。「第四期新農業生産振興プラン」では、「経営」「生産」「流通・消費」の３つを柱に、より特色ある農業を実現するため、様々な事業を展開してきました。

しかしながら、その間にも、本市農業を取り巻く状況は変化を続けております。東日本大震災から 10 年を迎えて復興が進む一方で、農業振興のために欠かすことのできない担い手の減少や高齢化により、遊休農地の拡大や生産力の低下等の問題はより深刻化しています。また、近年激甚化する自然災害や新型コロナウイルス感染症による社会情勢の変化など、農業が対応しなくてはならないリスクも多様化しています。加えて、社会の多様化に伴い、農産物等の販売経路が複雑化しているのはもちろんのこと、農産物等に対する市場のニーズも多様化の一途を辿っています。

これらの現状を踏まえ、本市農業の更なる振興のため、第四期新農業生産振興プランの内容について総括をするとともに、新たにブランド戦略についての方針を加え、いわき市農業生産振興ブランド戦略プランを作成いたします。

本プランでは、「『いわきのめぐみ』でつなげる持続可能な魅力ある新時代の農業」をテーマに、「農業生産振興」及び「ブランド戦略」のそれぞれの方針を定め、農業生産振興部門では**「生産」「経営」**に関する６つの個別施策を、ブランド化戦略部門では**「消費」**に関する８つの個別施策を重点施策に位置付け、関係機関・団体等（※1）との連携を密に、各種施策を推進していきます。

本市農業が培ってきた「自然の恵み」「人の愛（めぐみ）」「新時代の芽ぐみ」によって、多様に変化する社会情勢や市場ニーズに対応した、持続可能な魅力ある新時代の農業を目指します。

（※1）「関係機関・団体等」については、９頁「第４章推進体制」に記載しています。

２．計画の位置付け

いわき市農業生産振興ブランド戦略プランは、市農業の現状及び課題に基づき策定された上位計画である「いわき市農業・農村振興基本計画」の生産振興部門及びブランド戦略部門の行動計画（アクションプラン）とします。

《国》食料・農業・農村基本計画

《県》ふくしま農林水産業新生プラン

《市》以和貴まちづくり基本条例

《市》いわき市農業・農村振興基本計画

基本理念　自然の恵みと人の愛が支える新時代の活力ある農業・農村
～市民全体で次世代へつなぐ豊かな食と農の形成～

重点戦略

① 消費者の需要に即した生産振興と消費拡大の推進

②持続可能な農業のための担い手確保と生産基盤・経営基盤の強化

ほか2戦略

重点施策

(1)流通の実態と消費者の需要に即した生産振興
- サプライチェーンの考え方に基づく流通網の実態把握
- 消費者ニーズと合致した農産物等の供給
- いわきらしい産地づくりと生産振興

(2)農産物等の高品質・高付加価値化の推進
- ６次産業化へ向けた取組の推進
- 農業生産工程管理（GAP）の普及や啓発
- 環境保全型農業や有機農業の推進、耕畜連携によるたい肥の有効活用

(3)消費者と食・農とのつながりの深化
- 地産地消・地域内流通の促進
- 食農教育や直売所による消費者と農業者の関係強化

(4)農産物等のブランド化と情報発信の強化
- ブランド化の推進と販路拡大
- 放射性物質検査に関する情報発信
- 本市産農産物等の魅力発信

(1)地域の中心となる担い手及び多様な担い手の確保と育成
- 新規就農者、認定農業者への支援と育成
- 多様な担い手の確保
- 担い手への農地の利用集積の促進
- 関係機関・団体、企業等の農業参入や集落営農などへの支援、農業教育との連携

(2)生産性と収益性の高い農業経営の確立
- 生産施設等の整備拡充と近代化
- スマート農業の推進
- 経営の多角化や複合化の推進
- 収益性の高い水稲栽培の推進

(3)農業生産基盤の保全・整備と防災・減災対策の推進
- 農地や農道、農業水利施設等の保全と整備
- 遊休農地の発生防止
- 収入保険の加入推進
- 自然災害、動植物の病害虫、新型疾病などへの備え

ほか8施策

いわき市農業生産振興ブランド戦略プラン

【図１】いわき市農業・農村振興基本計画と本プランとの関係図

３．計画の期間

上位計画である「いわき市農業・農村振興基本計画」の計画期間(令和４年度～令和７年度)との整合性を図り、**令和４年度～令和７年度までの４年間**を計画期間とします。

４．第四期新農業生産振興プランの総括

平成 28 年度から令和２年度までの５年間を計画期間として各種事業を展開してきた第四期新農業生産振興プランについて、以下のとおり総括します。

①経営　～経営力の強化～

意欲ある農業者が将来にわたって農業を継続できるよう、機械化・省力化や生産コストの低減等を図り、農業経営の更なる効率化を図っていくための一連の取組を実施するものです。推進施策としては、生産施設等の整備拡充と近代化、情報通信技術（ICT）の活用等を掲げています。

生産施設等の整備拡充と近代化については、経営安定に向けたハウス導入への支援を 12 件、機械化・省力化の推進への支援を 37 件、補助事業により実施しました。また、トマト栽培用低コスト耐候性ハウス導入への支援を行い、トマトの作付面積を 6.2ha から 6.5ha に増加させるという数値目標を大きく上回る 8.3ha まで増加させました。

情報通信技術（ICT）の活用等については、販売在庫管理システムやほ場栽培管理システムの導入への支援を補助事業により実施するとともに、令和元年度にはインターネット販売活動を支援するためのセミナーを２回開催し、参加者 14 名のうち４名が実際にインターネット販売を開始しました。

以上の取組の実施により、効率的かつ安定的な経営の実現を相乗的に図ってきました。今後も本市農業の持続的な発展に向け、農業経営の高度化、生産性の高い農業構造の確立が求められており、計画的・経済的に生産量の増加を図るための機材等導入への支援や効率的な集出荷体制の整備等、多方面からの総合的な支援が必要です。

トマト栽培用低コスト耐候性ハウス

インターネット販売支援セミナー

②生産　～いわきらしい生産振興～

本市の長い日照時間を活かした施設栽培や地理的特徴を活用した適地適作により、いわきらしい産地形成の促進を図るとともに、多様化する消費者ニーズに対応した生産振興を図っていくための一連の取組を実施するものです。推進施策としては、消費者ニーズと合致した農産物等の供給、戦略作目の産地づくり促進、いわき伝統野菜の承継・普及拡大、施設園芸の強化による生産量の増大等を掲げています。

消費者ニーズと合致した農産物等の供給については、毎年、農業者と関係機関・団体等が連携して実施する PR イベントの支援を行い、多様化する消費者ニーズの的確な把握に努めてきました。

戦略作目の産地づくり促進については、産地リレー栽培の強化や新品種・優良品種の導入への支援を補助事業により 25 件実施し、令和２年度より中山間地域において新たに作付けが開始されたピーマンは、今後、更なる施策を講じることで、地域農業・中山間地域の活性化等に寄与することが期待できます。

いわき伝統野菜の承継・普及拡大については、新規生産者の確保に向け、いわき伝統野菜フォーラムやマルシェの開催により PR 活動を行い、生産者数は 51 名となりました。

施設園芸の強化による生産量の増大については、ハウスの付帯設備等導入に対する支援を補助事業により 39 件実施しましたが、ブランド作目であるいちごについては、作付面積を 5.9ha から 6.5ha に増加させるという数値目標に対し 5.0ha となり、むしろ減少することとなりました。このような作付面積の減少や生産者数の減少に伴い、いちご・トマト・なし・ねぎの各品目において、収穫量も減少しており、大きな課題となっています。

以上の取組の実施により、特色ある農業と産地形成促進を図りながら、質・量の充実の実現を相乗的に図ってきました。これまでも市内外での農産物フェアの実施や飲食店とのタイアップ PR 等を通じ、産地としての知名度向上に努めてきたところですが、「いわきらしさ」を実現するためには、振興作目を中心とした農産物等の生産量の増大を図ることや消費者・実需者ニーズに合致した農産物等の生産を推進するための支援等が不可欠であり、加えて地域間競争において優位性を確保するため、品質の維持・向上を図ることが必要であることから、引き続き関係組織・団体等と連携したきめ細やかな支援の実施が必要です。

新規作物（ピーマン）導入支援

いわき伝統野菜フォーラム（食の交流会）

③流通・消費　～ブランド化・６次産業化～

首都圏等でのPR活動等により、農産物等のブランド化を推進するとともに、市内直売所への支援等による地産地消の推進、６次産業化の推進により、農産物等の高付加価値化を図っていくための一連の取組を実施するものです。推進施策としては、地産地消の推進、農産物等のブランド化、６次産業化等へ向けた連携等を掲げています。

地産地消の推進については、食農教育の一環として、小中学生を対象としたいわき産農産物等を活用した料理教室を開催したほか、公立保育所において、数量がそろわない等の理由から流通ルートに乗りづらい未利用品を、給食の食材として提供することで、いわき産農産物等を身近に感じる機会の創出に取り組みました。また、農産物直売所における施設強化の推進等への支援を補助事業により６件実施しました。

農産物等のブランド化については、毎年、首都圏等においてPRイベントを開催し、冊子配布等による積極的な情報発信を行い、併せて、魅せる課ホームページ、Facebook、YouTube、Instagram、いわき野菜Navi等の運用により、いわき産農産物等への認知や理解を深める取組を実施しました。また、サンシャインいわきトマト・なしの商標登録にかかる支援を補助事業により実施しました。

６次産業化等へ向けた連携については、市内の高等学校や関係組織・団体等と連携し、ブランド作目やいわき伝統野菜等を活用した加工品の開発に取り組みました。また、加工設備等導入への支援を補助事業により15件実施しました。

以上の取組の実施により、地産地消やブランド化、６次産業化の推進を図りながら、農産物等の販売強化を相乗的に図ってきました。今後、更なる販売強化のためには、信頼性の確保に繋がる市内産農産物等の高品質化や新たな付加価値の創出に繋がる６次産業化の推進は不可欠であり、ブランド化推進に向けた情報発信等についても、本市農業の持続的発展のために、関係組織・団体等と連携し、引き続き継続する必要があります。

保育所給食等における地産地消の推進

首都圏でのＰＲ（横浜市）

第２章　農業生産振興の方針

１．上位計画における重点戦略・重点施策との関係

本章は、上位計画である「いわき市農業・農村振興基本計画」（以下、「上位計画」という。）における生産振興部門の行動計画（アクションプラン）として、上位計画にて定める重点戦略のうち「①消費者の需要に即した生産振興と消費拡大の推進」及び「②持続可能な農業のための担い手確保と生産基盤・経営基盤の強化」の項目に軸足を置き、本市農業の持続的発展と魅力ある農業の実現に向け取り組んでいくものです。なお、本章にて記載する個別施策が関連する重点戦略・重点施策は下図のとおりです。

＜農業生産振興における重点戦略・重点施策＞

①<u>消費者の需要に即した生産振興</u>と消費拡大の推進

(1)流通の実態と消費者の需要に即した生産振興

- **消費者ニーズと合致した農産物等の供給**
- **いわきらしい産地づくりと生産振興**

②持続可能な農業のための担い手確保と<u>生産基盤・経営基盤の強化</u>

(2)生産性と収益性の高い農業経営の確立

- **生産施設等の整備拡充と近代化**
- **スマート農業の推進**
- **経営の多角化や複合化の推進**
- **収益性の高い水稲栽培の推進**

Ｐ３　【図１】いわき市農業・農村振興基本計画と本プランとの関係図より

２．個別施策の概要

新　規	新たに実施するもの
拡　充	前期の事業内容・手法を広く充実させるもの
継　続	前期の事業内容・手法を引き続き実施するもの

準備期間：- - - - - →　　実行期間：————→

(1) 流通の実態と消費者の需要に即した生産振興

①消費者ニーズと合致した農産物等の供給　継　続

農業者、関係機関・団体等が一体となって、消費者や卸売業者等の実需者(※2)ニーズを的確に捉えるための意見交換や部会活動への支援により、多様化する消費者ニーズに合致した農産物等の生産を図ります。

施策内容	R4	R5	R6	R7
農業者及び実需者との意見交換の推進	→	→	→	→
生産部会等の活動推進	→	→	→	→

(※2)「実需者」とは、卸売業者や小売業者、加工事業者等、実際に消費したり加工したりすることを業とする者を指す。

②いわきらしい産地づくりと生産振興　拡　充

本市の特徴である温暖多日照の気候条件や広い市域における標高差等を活用した適地適作により、高品質な園芸作物・畜産物など、県のオリジナル品種も含めた、特色ある農業を推進します。

また、高収益作物の導入に向けた技術情報の提供などによる新たな産地を促進し、産地の収益力を向上させるために、関係機関・団体との連携を図ります。

施策内容	R4	R5	R6	R7
平地・中山間地等、地区ごとに適した作目の作付け推進	→	→	→	→
国・県・市補助事業等による優良品種の導入推進	→	→	→	→
いわき伝統野菜の種苗の保存、供給体制の強化	→	→	→	→

(2) 生産性と収益性の高い農業経営の確立

①生産施設等の整備拡充と近代化　継　続

周年生産体制の確立と生産性及び品質の向上を図るため、集出荷施設や共同育苗施設等の基幹施設等の整備を推進します。

施策内容	R4	R5	R6	R7
国・県・市補助事業等による生産体制の整備及び施設化の推進	→	→	→	→
国・県・市補助事業等による機械化・省力化の推進	→	→	→	→

②スマート農業の推進　拡　充

農業・畜産業経営に関わる効率化・省力化、市場ニーズに合わせた収穫・出荷管理、販売拡大などの実現に向けて、情報通信技術（ICT）の活用を推進します。

また、技術導入農家の視察会の開催や市公式ホームページ等での情報提供などにより、農業に関わる情報を農業者や消費者に提供する仕組みを拡充するとともに、情報化に対応した農業者の育成を進め、付加価値の高い農業の推進を支援します。

施策内容	R4	R5	R6	R7
スマート農業に係る普及・啓発活動の強化	→	→	→	→
国・県・市補助事業等によるスマート農業技術導入支援	→	→	→	→

③経営の多角化・複合化の推進・支援　継　続

雇用労働力の有効活用や農業機械等の経営資源の有効利用、価格変動や自然災害によるリスク分散等を図るため、経営発展段階に応じて、経営の多角化や複合化、法人化等を推進します。

施策内容	R4	R5	R6	R7
経営の多角化複合化に係る情報提供の推進	→	→	→	→
国・県・市補助事業等による経営安定に向けたハウス導入への支援	→	→	→	→
法人化に関する情報発信や関係機関と連携した相談支援	→	→	→	→

④収益性の高い水稲栽培の推進　新　規

本市の主要な農産物である米について、ブランド品種等の付加価値の高い米の生産を推進するとともに、飼料用や加工用といった非主食米の生産や中食・外食用米の生産、複数年契約による長期安定的な取引の拡大等を推進します。

施策内容	R4	R5	R6	R7
認証 GAP 取得推進による県オリジナル品種等高収益米への転換推進	→	→	→	→
非主食米に対する国・県交付金に関する説明会の開催	→	→	→	→
国・県・市補助事業等によるICT 活用の推進	→	→	→	→

３．振興作目

⑴　ブランド作目

①その地域において、既に市の主要な農作物として定着しており、現在積極的な施策展開がされているもの。

②更なる施策展開により、市内をはじめ市外においても産地としての地位向上を図るもの。

⑵　ブランド化推進作目

① その地域において、農家経営の主要な作物として定着しているもの

② 今後、施策を講じることで、産地の維持・拡大が図られるもの。

⑶　作付推進作目

① 新規又は、現在若干なりとも既に導入されている作目であること。

② 地域に普及・定着を図り、地域特産物として地域農業・中山間地域の活性化等に寄与できる作目であること。

⑷　その他の作目

⑴ ～⑶の振興作目以外で、必要に応じて振興する作目。

ブランド作目	ブランド化推進作目	作付推進作目
いちご トマト なし ねぎ	いちじく さやいんげん 鉢物類 切り花類 とっくり芋 自然薯	ブルーベリー ぶどう いわき伝統野菜※3 ピーマン

（※3）　作付推進作目のいわき伝統野菜とは、とっくり芋以外のいわき伝統野菜認証品目を指す。（令和３年 12 月現在）の認証品目は、おくいも、じゅうねん、小白井きゅうり、おかごぼう、ワサビダイコン、むすめきたか、オヤマボクチ、さとまめ及びとっくり芋の９品目。）

いわき伝統野菜認証品目（R3 年 12 現在）

とっくり芋

おくいも

じゅうねん

小白井きゅうり

おかごぼう

わさびだいこん

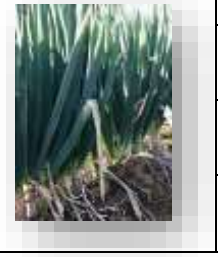
むすめきたか

オヤマボクチ

さとまめ

４．数値目標

「生産」に係る目標（ブランド作目）

品目	成果測定事項	R2 基準①	R7 目標②	増減 ②÷①
いちご	作付面積（ha）	5.0	5.4	108%
	年間出荷量（ｔ）	66	74	112%
	平均反収（t/10a）	1.91	1.93	101%
	販売額（千円）	69,309	93,252	135%
トマト	作付面積（ha）	17.9	18.3	102%
	年間出荷量（ｔ）	4,378	5,205	119%
	平均反収（t/10a）	24.5	28.4	116%
	販売額（千円）	1,604,387	2,098,200	131%
なし（※4）	作付面積（ha）	30.6	23.8	78%
	年間出荷量（ｔ）	528	472	89%
	平均反収（t/10a）	1.80	1.98	110%
	販売額（千円）	153,224	178,065	116%
ねぎ 	作付面積（ha）	16.6	17.8	107%
	年間出荷量（ｔ）	433	461	108%
	平均反収（t/10a）	2.61	2.63	101%
	販売額（千円）	93,923	124,996	133%

基準値：　福島県いわき農林事務所普及指導計画、福島県園芸振興プロジェクト　ほか

（※4）　なしは、令和２年度において、主に黒星病の影響等により例年より大幅な減収となったため、基準値（年）として平成 31 年度の実績を記載している。

なお、令和７年度の平均単価については、ブランド化の取組等による販売単価上昇を織り込んだものとなっております。

「経営」に係る目標

項目	成果測定事項	R2 基準①	R7 目標②	増減 ②÷①
生産施設等の 整備拡充	施設栽培面積 （ha）	19.58	20.91	107%
経営の多角化や 複合化の推進	認定農業者 である法人数 （経営体）	50	60	120%

基準値及び目標値　：いわき市農業・農村振興基本計画 より

第３章　ブランド戦略の方針

１．上位計画における重点戦略・重点施策との関係

本章は、上位計画である「いわき市農業・農村振興基本計画」（以下、「上位計画」という。）におけるブランド戦略部門の行動計画（アクションプラン）として、上位計画にて定める重点戦略のうち「①消費者の需要に即した生産振興と消費拡大の推進」に軸足を置き、本市農業の持続的発展と魅力ある農業の実現に向け取り組んでいくものとします。なお、本章にて記載する個別施策が関連する重点戦略・重点施策は下図のとおりです。

＜ブランド戦略における重点戦略・重点施策＞

①消費者の需要に即した生産振興と消費拡大の推進

(1)流通の実態と消費者の需要に即した生産振興

- サプライチェーンの考え方に基づく流通網の実態把握

(2)農産物等の高品質・高付加価値化の推進

- 6次産業化へ向けた取組の推進
- 農業生産工程管理(GAP)の普及や啓発

(3)消費者と食・農とのつながりの深化

- 地産地消・地域内流通の促進
- 食農教育や直売所による消費者と農業者の関係強化

(4)農産物等のブランド化と情報発信の強化

- ブランド化の推進と販路拡大
- 放射性物質検査に関する情報発信
- 本市産農産物の魅力発信

Ｐ３　【図１】いわき市農業・農村振興基本計画と本プランとの関係図より

２．個別施策の概要

新　規	新たに実施するもの
拡　充	前期の事業内容・手法を広く充実させるもの
継　続	前期の事業内容・手法を引き続き実施するもの

準備期間：- - - - - →　　実行期間：——→

(1) 流通の実態と消費者の需要に即した生産振興

①サプライチェーン（※5）の考え方に基づく流通網の実態把握　新　規

多様な流通網が発達する中で、生産から消費までの一連のサプライチェーン全体における合理化に資するよう、本市における流通網の全体像の把握に努め、農業者と関係機関・団体等が一体となって、多様な販売戦略の構築を図ります。

施策内容	R4	R5	R6	R7
農業者及び商業者等に対する農産物等流通実態調査	→	→	→	→

（※5）「サプライチェーン」とは、生産、流通、加工、消費までの一連の供給連鎖のことを指す。

(2) 農産物等の高品質・高付加価値化の推進

①６次産業化へ向けた取組の推進　拡　充

消費者や実需者（※2）ニーズを捉え、異業種連携・融合により、ブランド作物を中心とした本市の特色ある様々な農産物等の新たな付加価値の創出や農業者の所得向上、地域活性化を図る取組を積極的に支援します。

施策内容	R4	R5	R6	R7
関係機関等との連携による国・県等の各種助成制度の活用促進	→	→	→	→
農業者及び商業者等のマッチングによる新たな付加価値の創出	- - →	→	→	→
国・県・市補助事業等による加工技術の習得及び加工設備等の導入支援	→	→	→	→

（※2）「実需者」とは、卸売業者や小売業者、加工事業者等、実際に消費したり加工したりすることを業とする者を指す。

②農業生産工程管理（GAP）の普及や啓発　継　続

新たな付加価値の創出と消費者の購買促進のため、食の安全や環境に配慮した農場管理手法である農業生産工程管理（GAP）や生産履歴記帳等について、関係機関・団体等と連携のもと、普及・啓発に努めます。

施策内容	R4	R5	R6	R7
流通事業者・販売店等に対するGAPの取組みへの理解促進	→	→	→	→

(3) 消費者と食・農とのつながりの深化

①地産地消・地域内流通の促進　拡　充

市内商業者等の理解と協力を得ながら、消費者の多様なニーズに対応し、新鮮で安全・安心な農産物等の生産・供給を図り、地産地消を推進し、緊急事態下においても市民の生命に直結する「食」の確保を図ります。

施策内容	R4	R5	R6	R7
市内量販店・直売所等でのフェア等による本市産農産物等の流通強化	→	→	→	→
市内公共施設、飲食店、宿泊施設等における本市産農産物等の利用促進	⇢	→	→	→
学校給食等における本市産農産物等の利用拡大に向けた意見交換会の開催	⇢	→	→	→

②食農教育や直売所による消費者と農業者の関係強化　拡　充

消費者が農業者と直接結びつき、農産物等取引の事前契約を行う地域支援型農業（※6）の取組や、オンラインサイトやSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の活用、農産物直売所における農業者の顔の見える農産物等の提供、食農教育による農業・農村への理解の醸成等、農業者と消費者が結びつく取組を推進します。

（※6）地域支援型農業（CSA）

「地域支援型農業」は、「CSA（Community Supported Agriculture）とも呼ばれ、特定の消費者が、農業者と農産物等の種類・生産量・価格・分配方法等について、代金前払い契約を結ぶ農業のことで、地域が支える新たな農業の一形態ということで近年注目されるようになってきている

施策内容	R4	R5	R6	R7
幼少期からの発達段階に応じた農業者との交流や生産現場における農業体験の拡充	→	→	→	→
栄養士と連携した「食×農×健康」に関する学習機会の提供	→	→	→	→
地域支援型農業（CSA）の推進に向けた農業者と消費者とのマッチング等の支援	→	→	→	→
国・県・市補助事業等による直売所における施設強化の推進や各種研修会の開催支援	→	→	→	→
市内直売所と連携した直売所マップ作成等による情報提供	→	→	→	→

(4) 農産物等のブランド化と情報発信の強化

①ブランド化の推進と販路の拡大　拡　充

本市のブランド作目を中心に農産物等のマーケティングを強化し、より具体的な消費者ニーズの把握やターゲット設定を行うとともに、「いわき伝統野菜」の希少性や独自性を活かし、他の農産物等との差別化を図りながら、戦略的にブランド化を推進します。

また、インターネット販売や本市関連都市等と連携した取引先の開拓等、関係機関等との連携による地域内外及び国外輸出を含めた販路拡大と農家のリスク低減や所得拡大に繋げます。

施策内容	R4	R5	R6	R7
流通実態調査結果を踏まえた新たなブランド化施策の検討・実施	→	→	→	→
いわき伝統野菜の認証と普及啓発	→	→	→	→
インターネット販売の普及促進に向けた研修会等の開催	→	→	→	→
本市関連都市等と連携した本市産農産物取扱店舗の拡大	→	→	→	→

②放射性物質検査に関する情報発信　継　続

東日本大震災から 10 年が経過しても、引き続き消費者の食の安全・安心を確保する必要があるため、関係機関等と連携した出荷用及び自家消費用農産物等のモニタリング検査を実施し、消費者が本市産農産物等を安全・安心であると判断できる情報を迅速且つ的確に提供します。

施策内容	R4	R5	R6	R7
市公式ホームページ等における検査結果等の情報提供	→	→	→	→

③本市産農産物等の魅力発信　拡　充

東日本大震災から 10 年が経過し、風評被害の払拭のみではない本市産農産物等の魅力発信を実施するため、「魅力アップ！いわき情報局　魅せる課」の強化を実施するほか、本市産農産物等のおいしさや調理法、農業者や農産物等を取り扱う店舗等の多角的な情報提供に向けたセミナー等の開催により、第三者視点での情報拡散の取組を含めた積極的な魅力発信を実施します。

施策内容	R4	R5	R6	R7
「魅力アップ！いわき情報局　魅せる課」によるプロモーション活動	→	→	→	→
市公式ホームページ等における本市産農産物等に関する情報提供	→	→	→	→
いわき野菜アンバサダーを活用した本市産農産物等の魅力発信（※7）	- - →	→	→	→

（※7）　いわき野菜アンバサダー

「いわき野菜アンバサダー」は、個々に感じるいわきの農産物等のおいしさとその理由について、市内外に向け広く発信してもらうため、いわき市が任命する野菜大使のこと。

４．数値目標

「消費」に係る目標

項目	成果測定事項	R2 基準①	R7 目標②	増減 ②÷①
農業生産工程管 (GAP) の普及や啓発	GAP 取得事業者数 （経営体）	30	40	134%
食農教育や直売所による 消費者と農業者 の関係強化	農産物直売所の販売額 （億円）	11.4	14.2	125%
	学校給食における 地場産物使用割合 （%）	52.9	53.0	100%
本市産農産物等の 魅力発信	市の情報発信（※8） に対するアクセス数 （pv/年）	176,932	195,000	110%

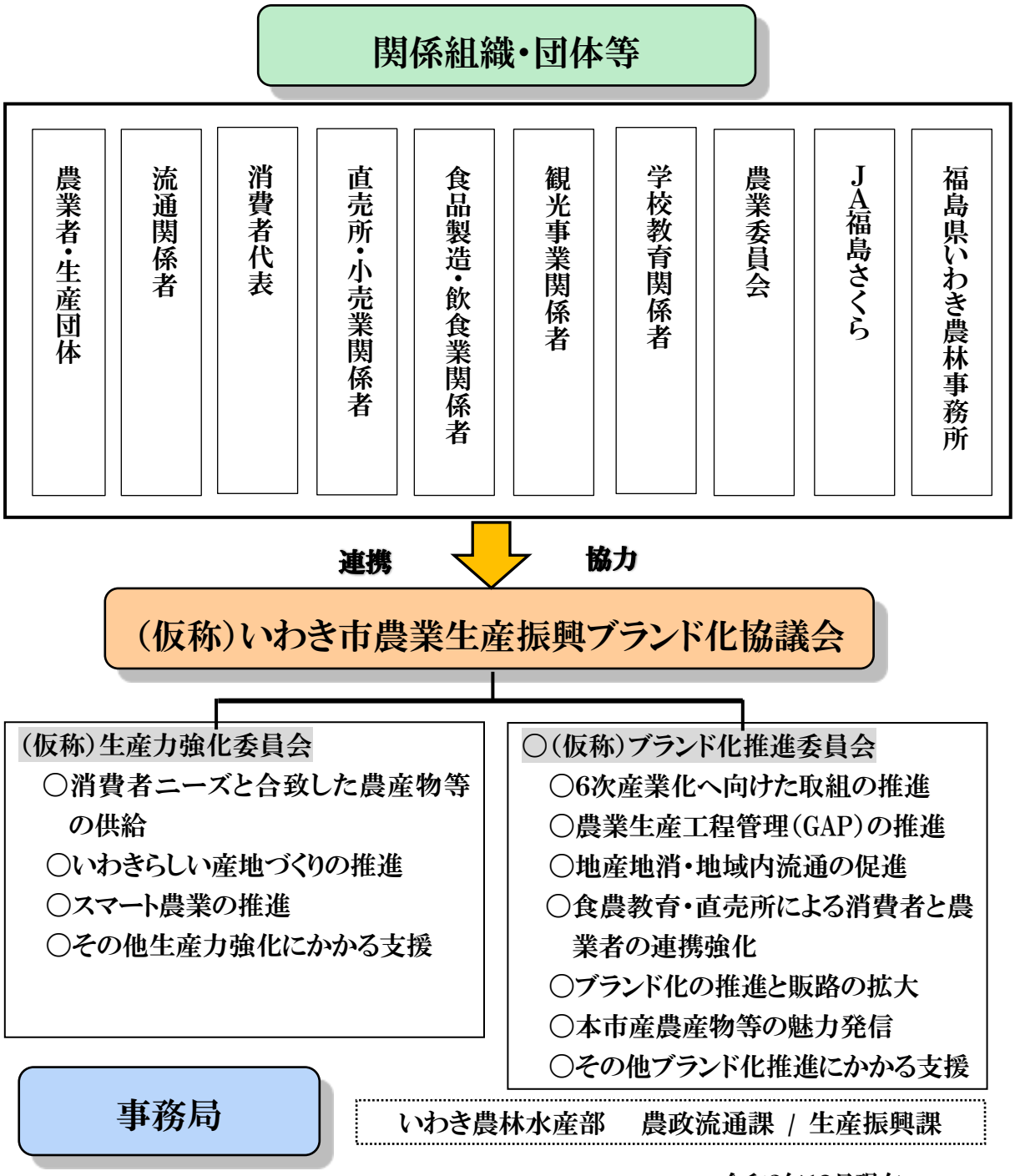
基準値及び目標値　：いわき市農業・農村振興基本計画より

（※8）「市の情報発信」とは、「いわき野菜 Navi」、「魅せる課 Facebook」、「いわき市農業情報センター」及び「魅せます！いわき情報局」ホームページへの掲載による情報発信をいう

第４章　推進体制

本プランの推進にあたり、農業生産の主体である農業者の自主性を尊重しながら、市・県等の行政機関をはじめ、関係機関・団体等及び市民（消費者）の皆様との連携・協力により、各種施策を推進します。

また、特に関係組織・団体等との連携を強化して実施する必要がある施策については、効率的且つ効果的に推進するため、これら関係組織等で構成される『（仮称）いわき市農業生産振興ブランド化協議会（※「旧・いわき市農業生産振興協議会」）』を実施主体とし、同協議会内に２つの委員会を設置する等、更なる生産力の強化及びブランド戦略の推進を図るものとします。



令和3年12月現在

いわきのめぐみ

IWAKI NO MEGUMI

ー「いわきのめぐみ」には特別な意味がある。ー

自然の恵み（めぐみ）

豊富な日照時間、潮目の海、肥沃な大地や森林など自然の恵み（めぐみ）

人の愛（めぐみ）

産物に対する生産者の愛（めぐみ）
東日本大震災以降、いわきを応援してくださるさまざまな人の愛（めぐみ）

新時代の芽ぐみ（めぐみ）

たくさんのめぐみによって復興・創生の次のステージへ向け「新時代いわき」が芽ぐみ（めぐみ）つつあります

令和元年度制定　いわき市農林水産業ロゴマーク「いわきのめぐみ」

いわき市農業生産振興ブランド戦略プラン

令和４年２月

いわき市 農林水産部 農政流通課・生産振興課