

1 趣旨

- 農業者の急減や高齢化をはじめ、気候変動による異常気象、国際情勢の不安定化に伴う農業資材等の価格高騰など、農業を取り巻く情勢は大きく変化し、**食料の安定供給への懸念**が生じています。
- また、ライフスタイルの変化に伴って食の外部化や簡便化が進み、食と農業の距離が広がっていくことが懸念されることから、**消費する側と供給する側が互いに理解を深め、信頼関係を構築**していくことが求められています。
- そこで、**本県の食と農業の持続性を将来に渡って確保**していくため、**地産地消や食育の取組を一層充実・強化**するとともに、**生産・流通・加工・消費に携わる者がお互いを理解し応援し合う、県民参加型運動「とちぎの食と農業アクションプロジェクト」を展開**していくこととします。

2 現状及び課題

（1）現状①（食や農業を取り巻く情勢の変化）

【食(消費)】

- ・ コロナ禍や米をはじめとした食品価格の高騰などによる消費行動の変化
- ・ 国産や新鮮さ、農産物の安心・安全を求める需要の高まり
- ・ 農産物の価格と品質のバランス（適正な価格での供給） ※ 消費者アンケート

【農 業】

- ・ 担い手の急減（20年後に1/4）や労働力不足
- ・ 国際情勢の不安定化等に伴う資材価格の高騰
- ・ 気候変動に伴う自然災害・農業被害の多発化

食料の安定供給への懸念

食料・農業・農村基本法の改正【食料安全保障（適正な価格形成等）、環境と調和のとれた食料システムなど】

現状②（県内の状況）

- ・ **本県の農業者は、安全でおいしい農産物を安定的に供給**するため、スマート農業の導入による生産性の向上や、温暖化に対応した品種や栽培技術を取り入れるなど、様々な対策を講じています。
- ・ これまでの「とちぎ地産地消推進方針」や「栃木県食育推進計画」等に基づく各種取組により、**県民に地産地消や食育が徐々に浸透し、とちぎの食と農業を応援する気運が高まっています。**

(2) 課題

- ・ 県民に地産地消や食育は認識されてきていますが、食と農業を取り巻く情勢や農産物の再生産価格など、食料の安定供給に関する理解は十分に浸透しているとはいえない状況です。
- ・ 県民にとって、買い物や飲食で県産品を選ぶことや食と農業に関するイベントへの参加等についてはハードルが低く行動に移しやすい傾向ですが、農業ボランティアへの参加や自ら食と農業について発信することについてはハードルが高く、行動に移しにくい傾向があります。

3 推進の方向性

- ・ とちぎの食と農業の持続性を確保していくため、消費する側と供給する側の更なる相互理解の促進及び信頼関係の構築を目指します
- ・ 地産地消や食育の取組を基本とし、県民一人ひとりが食と農業を応援する『もう一步踏み出す行動』を促進します
 - ① 食と農業の魅力や大切さなどの情報に加え、新たに食料の安定供給等に関する情報を発信
 - ② 生産・流通・加工・消費に携わる関係者同士の相互理解の促進
 - ③ SNSによる発信など、県民自らが食と農業を応援したくなる環境づくり・仕組みづくり

とちぎの食と農業アクションプロジェクト

- 「とちぎ地産地消推進方針」等と連動し、これらの取組を加速させるとともに、
県民自らが食と農業を応援するなど『もう一步踏み出す行動』を促すための特別プロジェクト

4 目指す姿

県産農産物に関わる生産・流通・加工・消費のそれぞれの立場の人たちが、お互いのファンになって感謝を伝え合い、自らがSNS等で食と農業に関する情報を発信し、お互いを応援し合うことにより、みんなで「とちぎの食と農業」を盛り上げ、誇りを持って未来へ繋げていく

5 推進に向けた考え方

(1) プロジェクトのメインターゲット

①「高校生・大学生など、今後10年以内に積極的に農産物を選択・購入し始める世代（10～20代）」



②「県産の農産物や食品等を選び、食事等を通じ子どもたちと共有する子育て世代（20～40代）」

取組推進

～ とちぎの食と農業のファンになる ～

「買い物や食事等で県産農産物を積極的に選択する」、「家族で農業体験に参加する」、「食や農業への思いをSNSで発信する」など、

とちぎの食と農業に対する応援行動を起こす人

(2) プロジェクトの推進ステップ

潜在層（関心が低い）

食や農業について知らない、興味・関心が低い人 等

顕在層（関心が高い）

食や農業に関心があり、自分に必要とする行動をしている人 等

【Ⅰ 知ってもらう】

県民に対し、食と農業について、HPやSNSをはじめ様々なメディアやイベント等を通じて、効果的に情報を発信し、知識・理解・意識を高めてもらいます。

【Ⅱ 行動してもらう】

食と農業に関する理解等が深まることにより、「県産の農産物を購入する」、「食材の産地を調べる」、「農業イベントに参加する」など、食と農業に対する応援行動につなげてもらいます。

【Ⅲ 発信してもらう】

県産農産物のおいしさや、農業体験による楽しい・面白い等の感想、農業者への感謝の思いなどを、自ら発信してもらう仕組みをつくることにより、食と農業に関する情報を積極的に発信してもらいます。

6 推進体制

関係機関・団体、市町等で構成する「とちぎの食と農業アクションプロジェクト推進協議会」

45団体（農業団体7、生産者団体3、商工団体等2、消費者団体3、教育関係4、25市町、県）令和6（2024）年8月23日設立時点

7 推進方策（協議会が行うこと）

(1) 知ってもらう

- ① 食と農業に関する効果的な情報発信
（地域の農産物・ブランド農産物、農業体験・イベント、販売・飲食店スポット など）
- ② 食料安全保障や適正な価格形成、環境に優しい農業などの食料の安定供給に関する情報発信
- ③ 地産地消の拡大や食育活動の推進に向けた情報発信の強化

→ 効果的な情報発信

- ・専用HPやSNSなど情報発信ツールの活用
- ・アンバサダーやインフルエンサー等の起用

(2) 行動してもらう

- ① [参加してもらう] 食と農業に関する体験型イベントやコンテスト等の開催
- ② [学んでもらう] セミナーやシンポジウム等による食と農業を学ぶ機会の提供
- ③ [選んでもらう] マルシェや県産農産物の販促イベント等による県産品の活用促進
- ④ [相互理解の取組] 農業者をはじめ供給する側が、消費者へ向けて実施する情報発信等への支援
（地域農産物のPRや社員食堂での県産品利用等）
- ⑤ [相互理解の取組] 農業者や流通・加工業者が出展する展示会や商談会の開催によるビジネス機会の創出

(3) 発信してもらう

- ① [協議会自らの取組] とちぎの食と農業アクションプロジェクト推進協議会の各構成員における取組状況等の発信
- ② [発信を促す取組] 食べる人、作る・届ける人へお互い感謝を伝える新たなプラットフォームの創出
- ③ [発信を促す取組] キャンペーン等の活用による、食と農業を発信してもらう仕組みの構築
例：大切な人にいちごを送ろう運動、栃木県民ごはんの日、栃木県民牛乳消費拡大月間、も〜っとMeetとちぎ、とちぎの農村めぐり 等

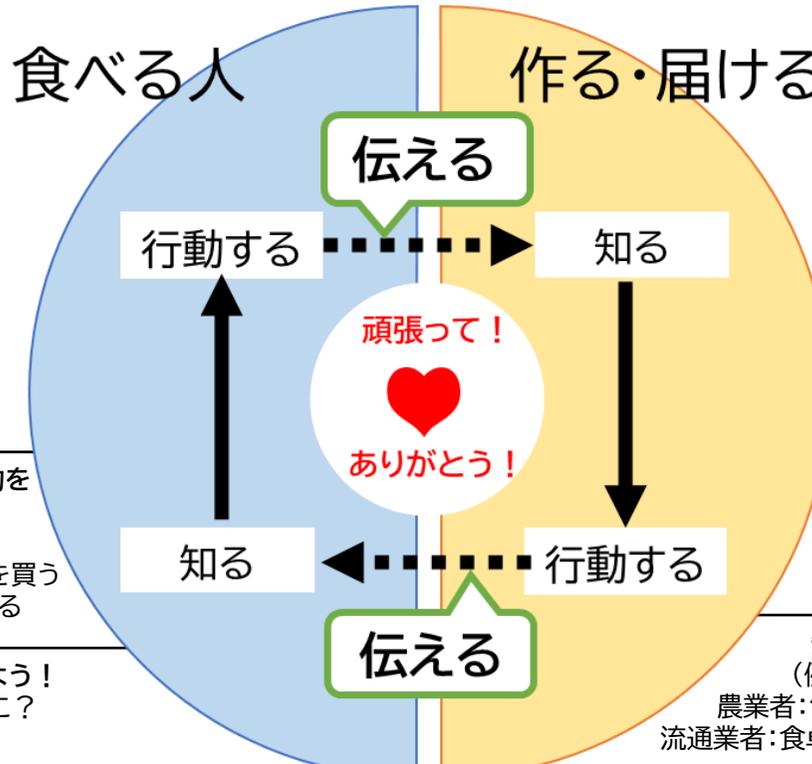
8 推進期間

- 令和7年度（推進方針策定時）～令和12年度（6か年）

とちぎの食と農業アクションプロジェクトの発展イメージと具体的な応援行動

食べる人

作る・届ける人



選ぶ	買い物や食事などに、県産農産物を選んでみよう！ (例)直売所で買い物する 県産農産物を使ったお土産を買う 農村レストラン等で食事をする	知る	関わる人の声を聞いてみよう！ (例)店頭でメッセージを書き込めるノートを置く、SNSで検索してみる、イベントに参加してみる	耳を傾ける
調べる	興味をもったらまずは調べてみよう！ (例)今日食べた食材の産地はどこ？ 郷土料理の作り方は？	知る	知って欲しいことは積極的に届けよう！ (例)小売店:ポップで農産物の魅力を照会 農業者:旬の情報、品質のこだわりをSNSで発信 流通業者:食卓に届くまでの輸送技術等を動画で発信	伝える
触れる	身近で開催されるイベントや気軽な体験に参加してみよう！ (例)農産物マルシェに行ってみる 農産物が当たるキャンペーンに応募してみる 果物狩りを体験してみる	知る	みんなと一緒にできる活動を考えてみよう！ (例)農作業体験の開催 職場体験学習への協力 イベントの開催	場をつくる
伝える	食や農業への思いを発信してみよう！ (例)食への感謝の思い 農業者への応援メッセージ 体験活動の感想	知る	応援にはちゃんと反応を返そう！ (例)応援メッセージへの御礼を発信する 提案されたアイデアを取り入れてみる	返す
もっと深く！	より深く学び、関わってみよう！ (例)今、世界の食料や農業に何が起きているの？ 国は食料を確保するためにどんな対策を打ち出している？ 自分で農業を始めてみる(家庭菜園から)	知る	より深く学び、工夫してみよう！ (例)農業を巡る世界や国内の動き、消費者の意識などを学ぶ 自分が挑戦してみたい取組を学ぶ 新たな販路を開拓してみる	もっと深く！

○令和6年度とちぎネットアンケート

調査対象者	栃木県在住 811名（アンケート協力者）
調査期間	令和6（2024）年6月18日～7月1日
調査方法	電子メールにより周知・回答依頼、電子申請により回答
回答数	542名（回答率66.8%）
年齢層	20～70代（ただし、20代は回答者全体の0.3%）

○令和6年度栃木県こどもモニター 第1回アンケート

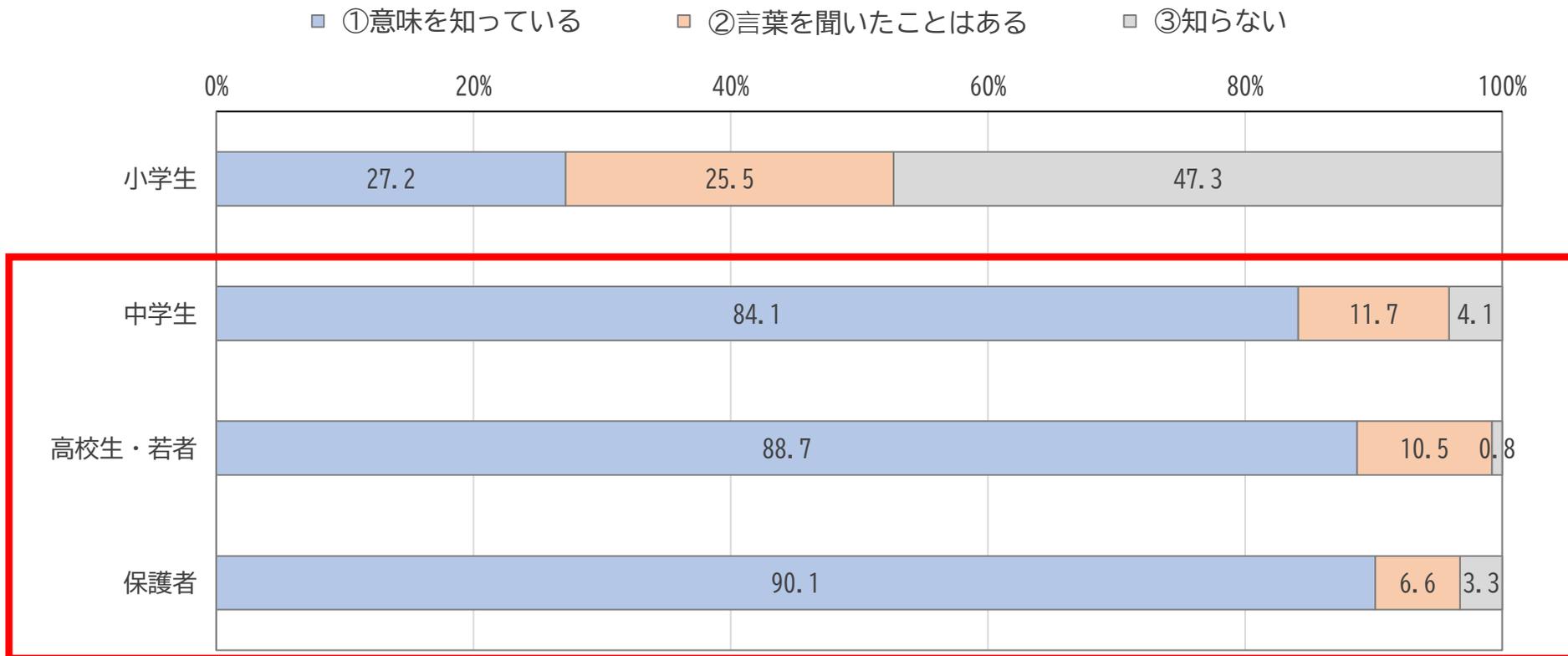
調査対象者	栃木県在住 1,000名（アンケート協力者）
調査期間	令和6（2024）年7月9日～8月5日
調査方法	アンケート対象者にメールで回答URLを送付、WEBサイトを通じてアンケートに回答
回答数	869名（回答率86.9%）
年齢層	小学生、中学生、高校生・若者（15～22才）、保護者（20～50代）

○消費者アンケート

調査対象者	栃木県及び首都圏のうち一都三県（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）に住居する男女
調査期間	令和6（2024）年7月
調査方法	民間事業者への業務委託によるWEBアンケート調査
回答数	3,000名
年齢層	20～60代以上

Q. 地産地消という言葉の意味を知っていますか。

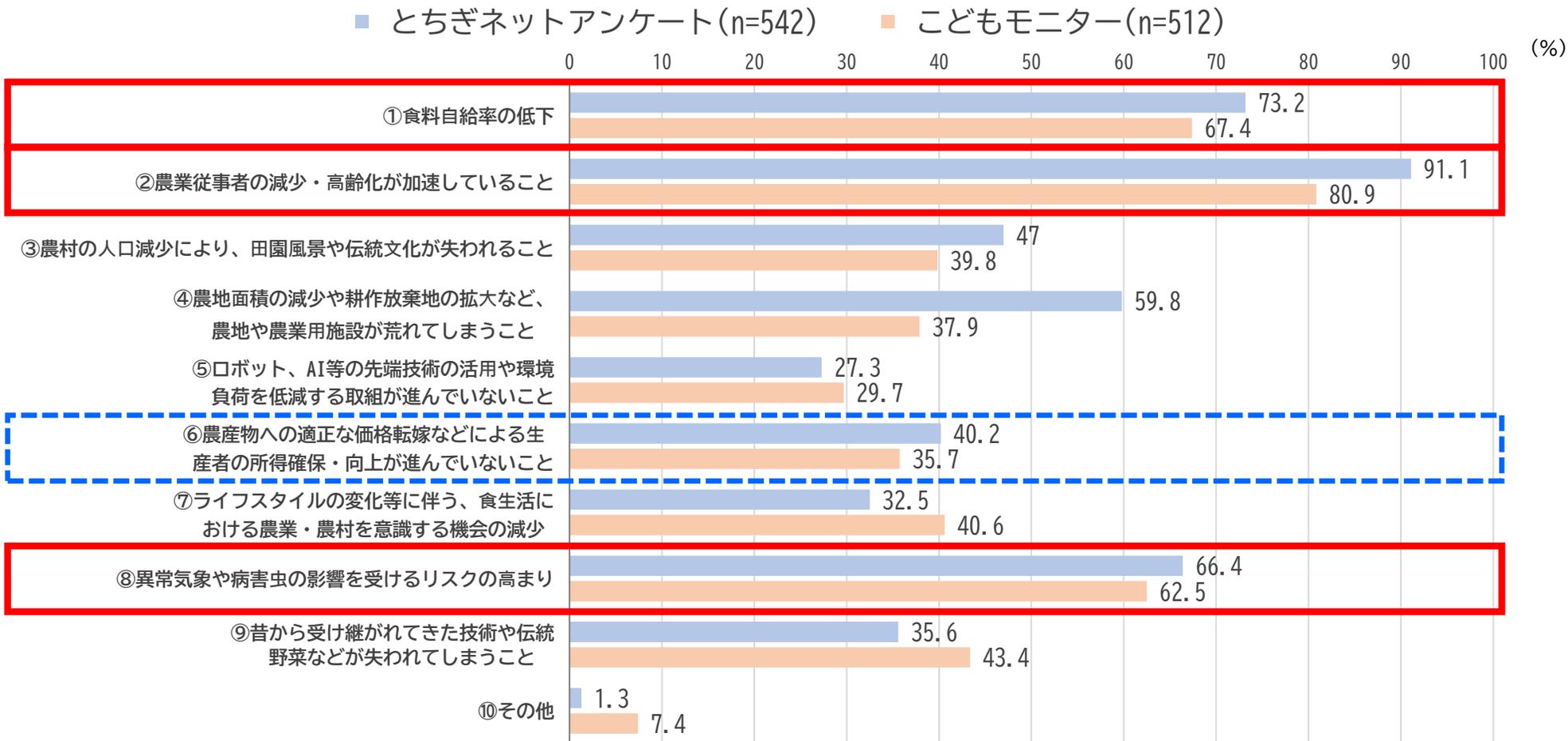
※令和6年度子どもモニターのみで実施 (n=869)



- 小学生を除く学生・若者及び保護者ので地産地消の理解度は、80～90%台と高い水準
- これまで県は、「栃木県地産地消推進方針」を定め、各種施策を展開してきたことにより、「地産地消」の概念は浸透してきている

Q. あなたが、現在の日本の農業の課題として知っているものを全てお答えください。

※ こどもモニターの結果は、保護者を除いた小学生・中学生・高校生・若者（以下「学生・若者」という。）を抽出して集計



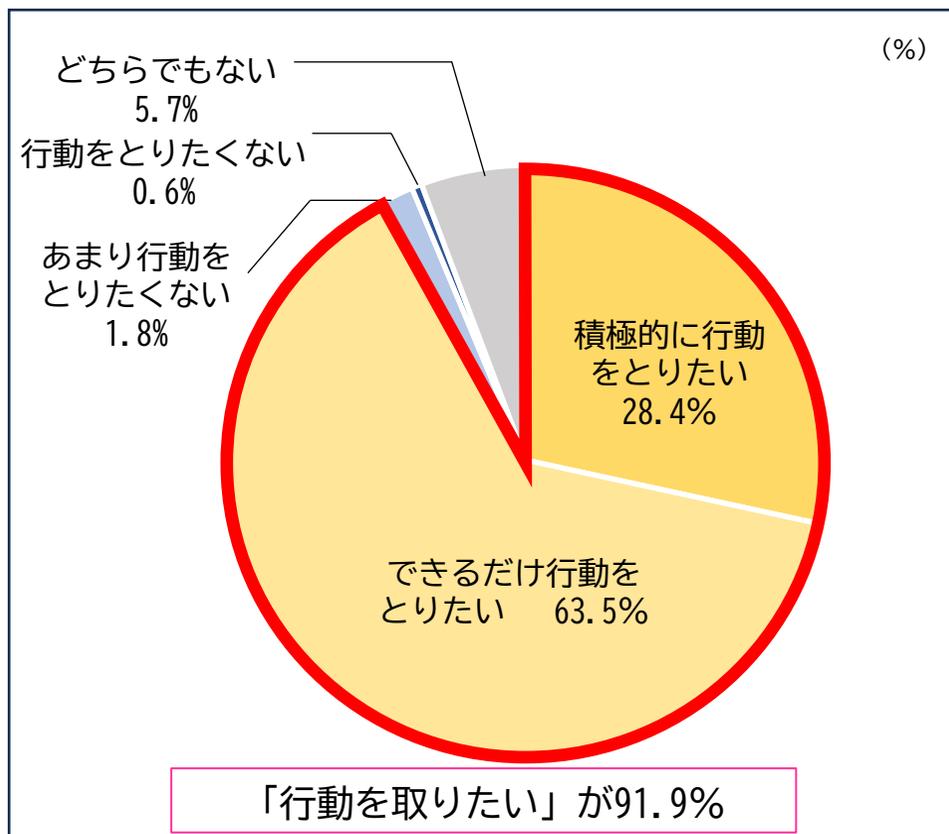
- 担い手の減少や高齢化やに対する危機感は認識されている
- また、食料自給率の低下や異常気象の影響による食料不足の懸念など、身近に感じる機会が増えた課題が回答に現れている一方で、適正な価格転嫁に関する課題の認識は低い

Q. あなたは、栃木県の農業を応援する行動※をとりたいと思いますか。

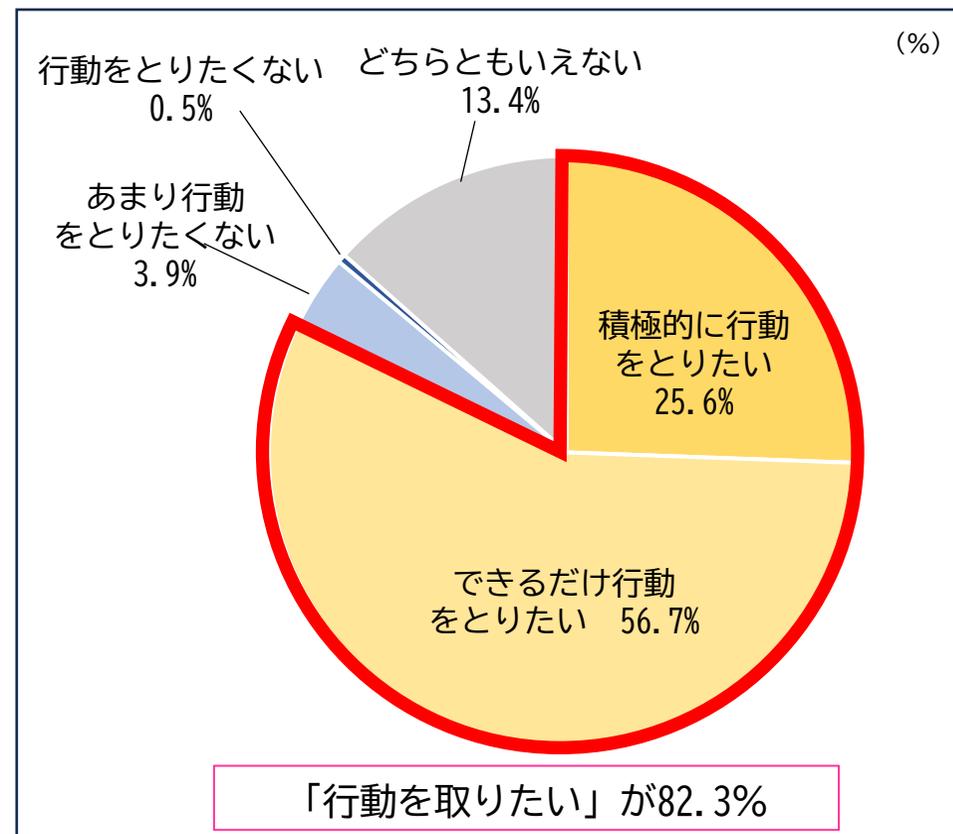
※ 農業を応援する行動：買い物や外食での農産物の消費、農業関係のイベントへの参加など（参考3）

※ こどもモニターの結果は、保護者を除いた小学生・中学生・高校生・若者（以下「学生・若者」という。）を抽出して集計

とちぎネットアンケート (n=542)



こどもモニター (n=562)



➤ 「行動をとりたい」という割合は、学生・若者の方が9.6ポイント低い

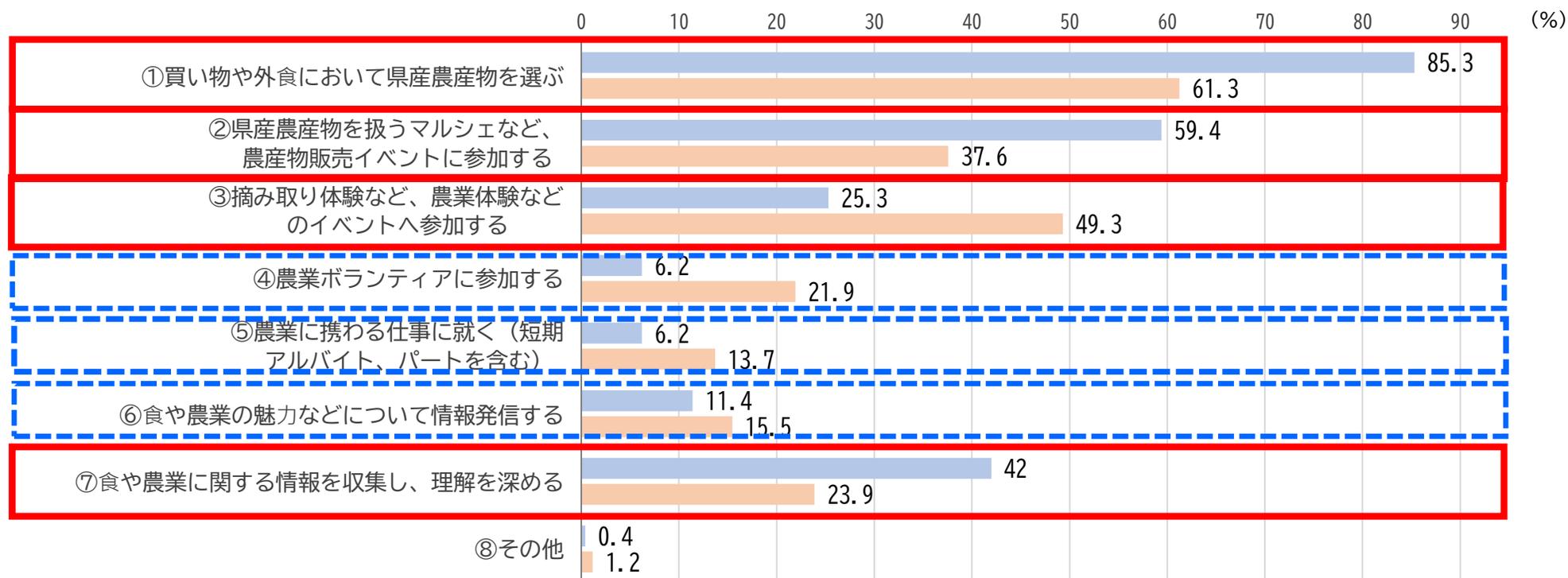
【参考】各種アンケート結果

Q. あなたは、栃木県の農業をどのような行動で応援したいと思いますか。

※積極的に行動をとりたい、できるだけ行動をとりたい、と回答した人

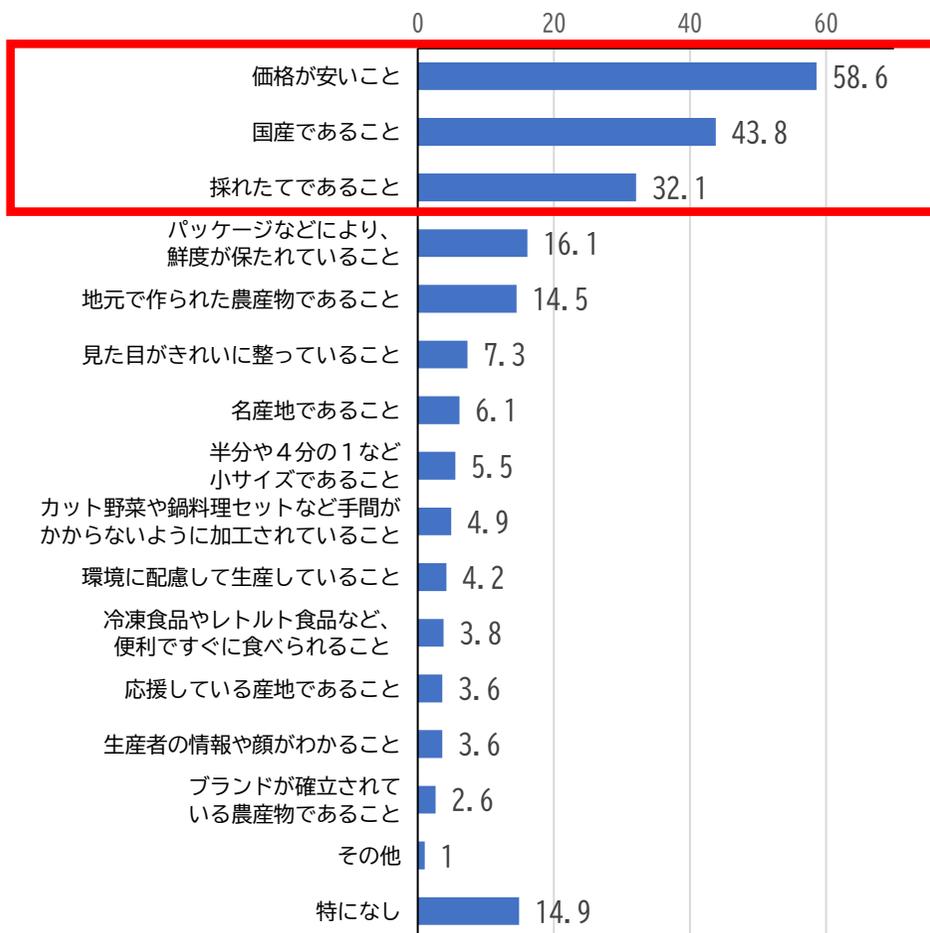
※ こどもモニターの結果は、保護者を除いた小学生・中学生・高校生・若者（以下「学生・若者」という。）を抽出して集計

■ とちぎネットアンケート(n=498) ■ こどもモニター(n=511)

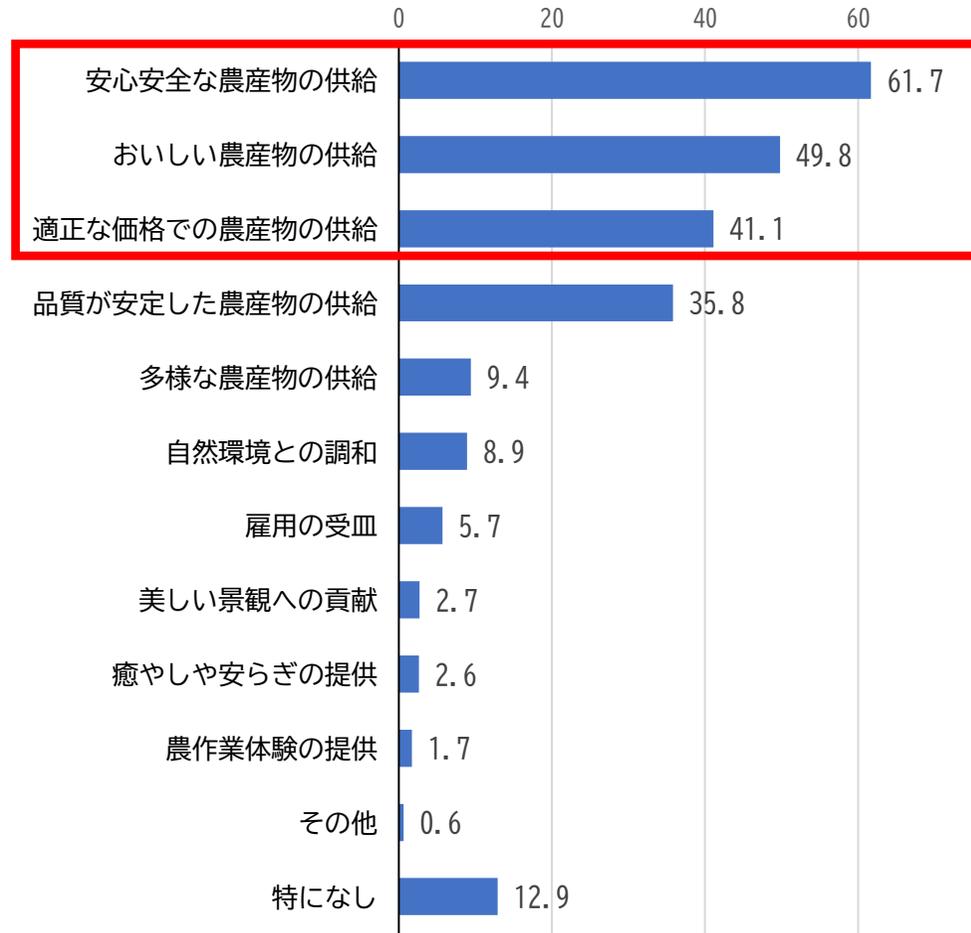


- 応援できる行動内容は、年齢層に応じて異なる
- 県産農産物を購入することやイベントへの参加等はハードルが低く行動に移しやすいが、ボランティアへの参加や自ら情報発信する等の行動は移しにくい
- 学生・若者が、食や農業に関して理解を深める意識が低い

Q. 農産物の購入にあたり、重視すること
消費者アンケート (n=3,000)



Q. 農業に対して期待すること
消費者アンケート (n=3,000)



- 農産物の購入にあたり重視することは「価格が安い」が最も高いが、「国産」や「採れたて（新鮮）」も重要視されている
- 農業に対して期待することは、「安全安心」、「おいしい」、「適正な価格での供給」が高い