

# 横須賀市地産地消推進アクションプラン (第3次)

平成30年度～平成33年度

平成30年(2018年)2月

横 須 賀 市

## 目 次

はじめに.....	1
地産地消推進アクションプラン(第3次)の位置付け.....	2

### 第 1 章

1 現在までの取り組みについて(平成 21~29 年度).....	3
(1)地場産農水産物の魅力を伝える企画.....	3
(2)地産地消ショップを活用した取り組み.....	9
(3)やる気のある農水産業関係者等の取り組み支援.....	11
2 他組織との連携.....	16
3 目標達成度.....	17
4 アクションプランに対する総括.....	18

### 第 2 章

1 アクションプラン(第3次)の取り組みについて(平成 30~33 年度).....	20
(1)目的と方向性.....	20
(2)期待される効果.....	21
(3)目指すべきもの.....	22
(4)基本方針.....	22
(5)実施期間.....	23
(6)実施スケジュール.....	23
2 具体的な取り組み内容.....	24
(1)横須賀農水産物ブランド化推進の取り組み.....	24
(2)海の幸・大地の恵の魅力を伝える企画.....	24
(3)新たな販売手法や販路構築に向けた取り組み.....	25
(4)意欲ある農水産業関係者等の取り組みを支援.....	26
3 他組織との連携.....	27
(1)日本野菜ソムリエ協会との連携.....	27
(2)横須賀商工会議所や民間企業との連携.....	28
(3)横須賀集客促進実行委員会との連携.....	28
(4)その他組織との連携.....	28
4 目標指標.....	29

## はじめに

本市では、産業を取り巻く社会環境の変化に対応するため、2011年度（平成23年度）から2021年度（平成33年度）を計画期間とした「横須賀産業ビジョン2011」を策定しました。

産業ビジョンの中では、横須賀市の持つ資源・特性等を踏まえて、今後成長が期待できる分野の1つとして「地産地消」を成長分野と位置付け、実行計画として「地産地消推進アクションプラン（第1次）」を作成しました。

地産地消推進アクションプラン（第1次）では、地産地消を進めるために、消費者へ情報を発信すること、地産地消ショップ登録店や直売所など買う・食べることができる環境を整備すること、生産者を支援して生産量・生産品目を増やし、加工への取組みを進めることに重点的に取り組みました。この結果、地産地消の取組みはある程度定着し、大型直売所での地場産品の売り上げ増や自給的農家が少量でも生産品を販売できるようになるなど、一定の効果が現れました。

続いて平成26年度から平成29年度を計画期間とした地産地消推進アクションプラン（第2次）では、第1次アクションプランで現れた効果を引き続き維持拡大するとともに、地場産海産物の新たな消費の拡大に向けて重点的に取り組みました。横須賀で水揚げされる魚介類を、その旬の時期にさまざまな調理方法で提供する海の幸フェアを実施し、地場産海産物や魚食の魅力を発信しました。その結果、フェア参加店での地場産魚介類の提供機会や取扱量が増え、新たな販売ルートも構築できました。

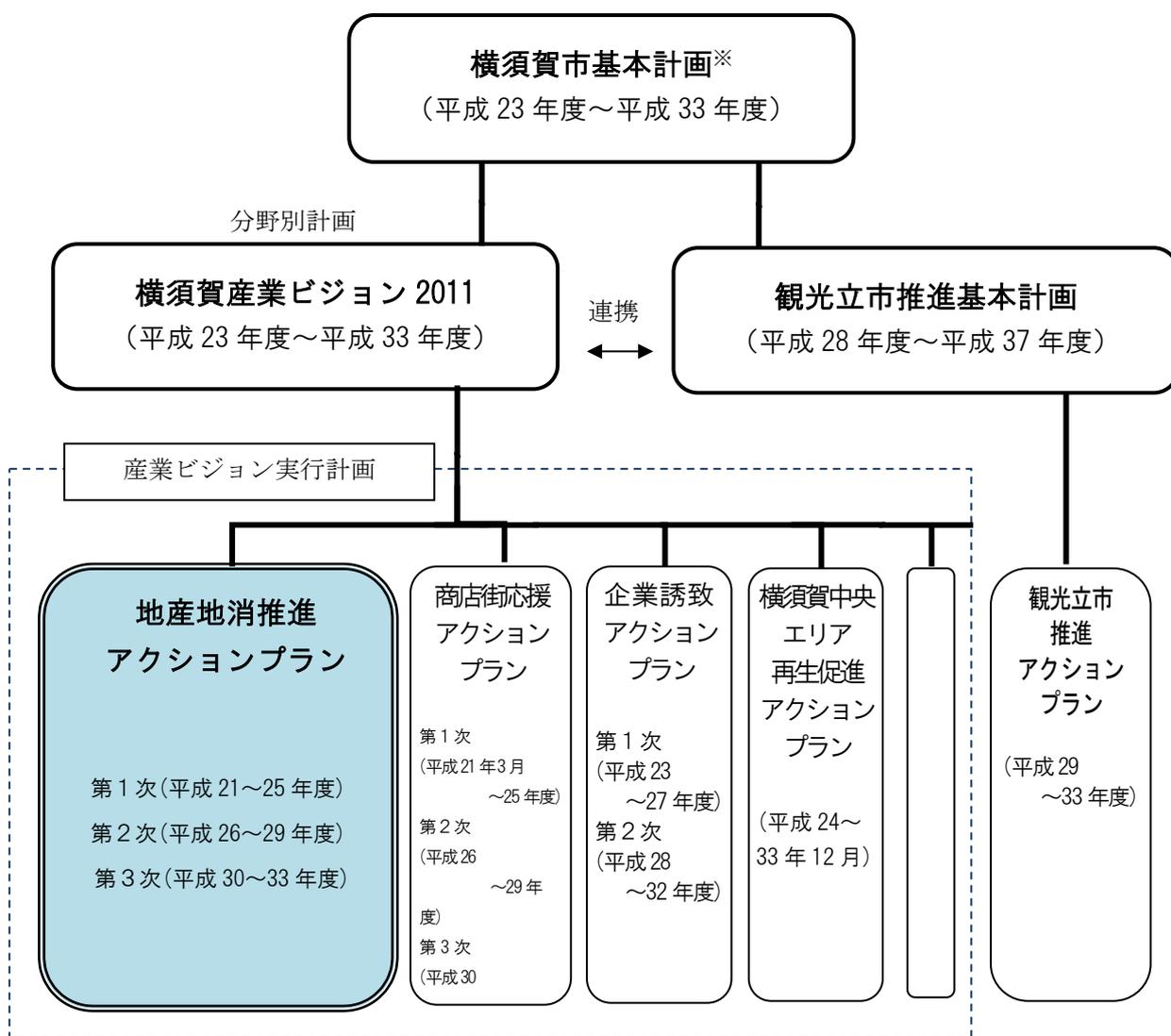
平成30年度から、産業ビジョンの最終計画年度である平成33年度までの4年間を対象とする地産地消推進アクションプラン（第3次）は、これまでの取り組み状況等をふまえて、一部プランの見直しを行うとともに、産業ビジョンで示された成長分野の施策体系にあわせ、具体的な取り組みを示すものです。

横須賀市における「地産地消」の考え方	
「地場産」の定義	市内産農水産物とします。 ただし、消費の場面では、時期や天候によりやむを得ない場合を考慮して、三浦半島産、県内産まで含めることとします。
「地産地消」の趣旨	市内での消費・流通の拡大を目指し、市民と市外からの来訪者を対象としてさまざまな取り組みを行います。

## 地産地消推進アクションプラン（第3次）の位置付け

地産地消推進アクションプラン（第3次）は「横須賀産業ビジョン2011」（平成23年度～平成33年度）の基本的な政策・施策に基づき、今後の目標と実施する主要な事業を示す実行計画として策定するものです。

産業ビジョン2011は「横須賀市基本計画」（平成23年度～平成33年度）の中で経済分野の分野別計画として策定されたものです。産業ビジョンでは、横須賀市が持つ資源・特性等を踏まえて今後成長が期待できる成長分野の1つとして地産地消をとらえ、実行計画としてアクションプランを位置付けています。（下図参照）



※横須賀市基本計画とは、まちづくりの基本的方向を定める構想を描いた「横須賀市基本構想（平成9年～平成37年）」を実現するための基本的な政策目標および施策を体系的に示す計画です。

# 第 1 章

## 1 現在までの取り組みについて（第 1 次平成 21～25 年度・第 2 次平成 26～29 年度）

第 1 次アクションプランおよび第 2 次アクションプランを進めるにあたり、第 1 次では、農水産業振興、生産量・消費量拡大の環境づくり、地産地消に関する基本的な情報発信とする基本戦略を、第 2 次では、地場産農水産物の魅力をアピールし、消費量の拡大とする基本戦略を打ち立て、総合的に地域経済の活性化、集客・定住の促進、横須賀の魅力アップを図るため、関係団体等と連携して様々な事業を実施してきました。

アクションプランの取り組み	
第 1 次	① 地場産農水産物の取り扱い店舗を増やす
	② 地場産農水産物の生産量を拡大する
	③ 地場産農水産物の消費量を拡大する
	④ 地場産農水産物の情報を発信する
第 2 次	① 地場産農水産物の魅力を伝える
	② 地産地消ショップを活用する
	③ やる気のある農水産業関係者等の取り組みを支援する

これらのうち、第 2 次アクションプランの実施状況と効果を以下のとおりまとめました。

### （1）地場産農水産物の魅力を伝える企画

#### ア 海の幸フェアの開催

地場産水産物の魅力を、安定供給できる旬の時期に消費者にアピールして実感してもらうことにより、消費拡大と集客促進を図るとともに認知度と付加価値の向上、地域ブランドの確立を目指しました。

（魅力…産地でその時期にしか味わえない、鮮度の良さ・美味しさ）

- 【第 1 期】全 5 回      【第 2 期】全 4 回
- 【第 3 期】全 4 回      【第 4 期】全 3 回      開催

参加店 (飲食店)	よこすか地産地消ショップ登録店 (市内全エリアの飲食店)					
仕入先 (販売店)	よこすかポートマーケット (東部漁協/さじま屋/長井水産)、 すかなごっそ・さかな館 (長井町漁協)、長井水産直売センター、 (株)丸吉商店、(株)横須賀魚市場					
開催 時期 ・ フェア 食材	H 26	第1回	平成26年9月25日 (木) ~10月18日(土)	カツオ/近海マグロ/ サバ/アジ	【第1期】参加 店 14店	
		第2回	平成27年2月5日 (木) ~2月28日(土)	養殖カキ/ワカメ/ノリ/ カワハギ		
	H 27	第3回	平成27年4月9日 (木) ~5月2日(土)	ヒジキ/イカ類/ カタクチイワシ		
		第4回	平成27年6月4日 (木) ~6月27日(土)	マアジ/イワシ/サバ/ コノシロ		
		第5回	平成27年7月2日 (木) ~7月25日(土)	マダコ/サザエ/カマス/ イナダ/マアジ		
	H 28	第6回	平成27年9月24日 (木) ~10月17日(土)	カツオ/近海マグロ/ アジ/秋サバ	【第2期】参加 店 20店 (新規参加9店)	
		第7回	平成28年2月4日 (木) ~2月27日(土)	養殖カキ/ワカメ/ノリ/ 寒サバ		
		H 28	第8回	平成28年4月14日 (木) ~5月7日(土)	ヒジキ/イカ類/イワシ	
			第9回	平成28年6月23日 (木) ~7月16日(土)	マダコ/サザエ/カマス/ イナダ	
			第10回	平成28年9月22日 (木) ~10月15日(土)	カツオ/近海マグロ/ アジ/秋サバ	【第3期】参加 店 22店 (新規参加7店)
			第11回	平成29年2月2日 (木) ~2月25日(土)	養殖カキ/ノリ/ワカメ/ 寒サバ	

H 29	第12回	平成29年4月13日 (木) ～5月6日(土)	イカ/釜揚げヒジキ/ シラス/イナダ	【第4期】参加 店 25店 (新規参加8店)
	第13回	平成29年6月22日 (木) ～7月15日(土)	マダコ/サザエ/カマス/ イワシ	
	第14回	平成29年9月18日 (月) ～10月9日(月)	カツオ/近海マグロ/ マアジ/秋サバ	
	第15回	平成30年2月1日 (木) ～2月24日(土)	養殖カキ/ノリ/ワカメ/ カワハギ	
	第16回	平成30年4月12日 (木) ～5月6日(日)	イカ/釜揚げヒジキ/ シラス/イナダ	
主な 広報 PR	市・参加店・仕入先の3者が、それぞれ積極的にPRする。 ・ウィンドウフラッグ(参加店・仕入先に期間中掲出) ・フェアガイドブック(A5判中綴じ、第1回16ページ・10,000部、第2回・第3回16ページ・15,000部、第4・5回24ページ・40,000部、第6回～第13回20ページ・20,000部、第14回24ページ・40,000部、第15・16回24ページ・20,000部 1週間前から市内各所で配布)			
主な 広報 PR	・京急線電車中吊り広告(B3判、フェア開催前日・初日に掲出) ・スカメシフェスタ(観光企画課主催)※第14回のみ ・その他紙媒体、電子媒体を活用したPR(神奈川新聞、ぱど、横須賀よみうりほか)			

#### ▼効果

年間でシリーズ展開し、毎年継続して実施したことにより、地場産水産物の知名度と評判を向上することができました。

また、フェア参加を契機に地場産の取り扱いを増やし、地産地消の店としてPRに力を入れた店舗がみられ、併せて、フェアの趣旨に賛同し、協力してくれる店舗も増えました。

## イ 大地の恵の魅力をアピール

2大直売所(よこすかポートマーケット・すかなごっそ)が開催する、地場産農産物の美味しさを消費者にアピールするフェア、キャンペーン、イベントを応援しました。

●よこすかポートマーケットのキャンペーン等を応援

▼平成 26 年度

名称	よこすか春キャベツ祭
期間	平成 26 年 3 月 30 日(日)～4 月 6 日(日)
内容	・横須賀集客促進実行委員会と連携した広報PR（横須賀ビタミン、駅貼りポスター） ・若耕人’ S、地産地消ショップと連携したオープニングイベント開催

▼平成 27 年度

名称	①地場産とれたて野菜青空市 ②横須賀産食材使用の弁当大会 ③地元農産物コーナー「地場や」スタート
期間	①平成 27 年 5 月 2 日(土)・3 日(日) ②平成 27 年 5 月 23 日(土)・24 日(日) ③平成 27 年 11 月 7 日(土)～
内容	・宮崎市と会津若松市の各物産フェア開催告知に併せてチラシ（巻三つ折りパンフレット・新聞折込み）を作成し、配布 ・①は若耕人’ S の鈴木優也氏の野菜、②はテナント店作成の弁当（葉山牛すき焼き弁当、横須賀鮪の箱寿司等）を店頭販売、③は横須賀・三浦の農家から直接仕入れた農産物を販売

▼平成 28 年度

名称	①三浦半島横須賀地産ぽ・と・ま祭り ②横須賀野菜応援隊による春キャベツのPR・販売促進への協力
期間	①平成 28 年 12 月 10 日(土)・11 日(日) ②平成 29 年 3 月 18 日(土)～20 日(祝)
内容	①広報PR協力（市ツイッター） ②横須賀野菜応援隊（野菜ソムリエ有資格者）が地場やで、春キャベツの試食、レシピ作成・配布、解説などを実施

▼平成 29 年度

名称	横須賀野菜応援隊による春キャベツのPR・販売促進への協力
期間	平成 30 年 3 月 17 日(土)・18 日(日)
内容	横須賀野菜応援隊（野菜ソムリエ有資格者）が地場やで、春キャベツの試食、レシピ作成・配布、解説などを実施

●すかなごっそのキャンペーン等を応援

▼平成 29 年度

名称	横須賀野菜応援隊による、横須賀野菜のPR・販売促進への協力
期間	①平成 29 年 7 月 3 日(木) ②平成 29 年 12 月 22 日(金)
内容	横須賀野菜応援隊（野菜ソムリエ有資格者）が売り場内で、 ①地域ブランド品「よこすか水ナス」の試食、レシピ作成・配布、解説などを実施 ②横須賀野菜応援隊（野菜ソムリエ有資格者）が売り場内で、よこすかでとれる旬の冬野菜（大根・カブ）の試食、レシピ作成・配布、解説などを実施

▼効果

東西エリアの地産地消推進の中核である施設に訪れるきっかけとして、キャンペーンを開催したことにより、施設の存在は知っていたが来る機会がなかった人や施設自体を知らなかった人が、初めて来るきっかけとなり、地産地消への関心へと結びつきました。

ウ 各種広報媒体でのPR活動

広報課、商業観光課（集客促進実行委員会・観光協会を含む）、横須賀商工会議所等の関係者と連携し、紙媒体・電子媒体を活用して地場産農水産物の魅力を効果的・戦略的にアピールする広報活動を行いました。

また、新聞、タウン紙、情報紙に積極的に情報提供して広報PRを行いました。

- 地産地消ショップガイドブック「よこすか海の幸・大地の恵」発行告知
- 長井町漁協直営「すかなごっそ・さかな館」オープン告知
- 2大直売所（よこすかポートマーケット・すかなごっそ）PR
- 海の幸・大地の恵の魅力PR
- 漁協の朝市・直販所のPR

▼広報PR実績（市・商工会議所）

部署名	広報課ほか	商業観光課 (現；観光企画課)	横須賀商工会議所
紙媒体	・市民便利帳 2016-2017 ・広報よこすか 4・5月号 ・すかりぶ ご利用ガイド	・横須賀ビタミン ・駅貼りポスター ・横須賀観光マップ	・海上自衛隊版ガイドブック ・横須賀元気情報

部署名	広報課ほか	商業観光課 (現；観光企画課)	横須賀商工会議所
	・EVドライブマップ	・よこすかYYガイド	・ヨコスカイチバン ショップガイド
電子媒体	・市オフィシャルサイト ・YOKOSUKA ほっとナビ ・マイコミュニティ横須賀 ・猫ひたインフォ ・市ソーシャルメディア (ツイッター、フェイスブック)	・ここはヨコスカ	・ヨコスカイチバン

▼広報PR実績（その他）

紙媒体	神奈川新聞、日本農業新聞、タウンニュース、ぱど、横須賀よみうりほか
電子媒体	iJUMP（時事通信社）

▼効果

消費者は、地場産農水産物について、知るきっかけを得ることができ、旬の農水産物の美味しさや食べ方を知ることができました。

エ 友好関係市イベントへの出店

友好関係市（会津若松市）で開催されるイベントに出店して、横須賀の農水産物を支持するファンを獲得し、消費拡大と販路拡大につなげました。

▼出店実績

年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
市町村名	会津若松市（農政部農政課）			
イベント名	地産地消まつり			
日時	平成26年11月1日(土)・2日(日) 10:00～15:00	平成27年11月7日(土)・8日(日) 10:00～15:00	平成28年11月5日(土)・6日(日) 10:00～15:00	平成29年11月4日(土)・5日(日) 10:00～15:00
出店内容	湘南しらす製品等、横須賀の水産	湘南しらす製品やミカン等、横須賀	湘南しらす製品や水産加工品、ミカ	湘南しらす製品や水産加工品、ミカ

加工品をPR ※JAによるミカン販売はJA主催イベントと重なったため中止	産農水産物をPR ※ミカンは預かり販売	ン等、横須賀産農水産物をPR ※ミカンは預かり販売	ン等、横須賀産農水産物をPR ※ミカンは預かり販売
---	------------------------	------------------------------	------------------------------

#### ▼効果

水産物について、購入者が普段購入しているものとの違いを実感してもらったことにより、出店回数を積み重ねていくたびに、「購入を楽しみにしていた」との声を多く頂けました。

また、農産物については、両市のJA直売所同士での交流が深まり、商品のやり取りなど積極的な活動の動きが出てきました。

## (2) 地産地消ショップを活用した取り組み

### ア 地産地消ショップ推進事業

横須賀商工会議所と連携して、地産地消ショップ登録店を効果的にPRすることにより、集客の促進、地域経済の活性化を図りました。登録店数の維持向上と地場産率アップを目指し、登録店ネットワークの活用した取り組みを行いました。

#### ▼事業実績

年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度	平成 29 年度 (平成 30 年 1 月末現在)
登録店数(年度末)	223 店	221 店	209 店	198 店

末 (年度)	地場産率	70%以上	63店 28.3%	66店 29.9%	58店 27.8%	59店 29.8%
		30~70%	98店 43.9%	96店 43.4%	100店 47.8%	91店 46.0%
		30%未満	62店 27.8%	59店 26.7%	51店 24.4%	48店 24.2%
ガイドブック (掲載料)			90,000部 (5,000円)	90,000部 (5,000円)	100,000部 (7,000円)	100,000部 (7,000円)

#### ▼事業計画

紙媒体PR	<ul style="list-style-type: none"> <li>ガイドブック「よこすか海の幸・大地の恵」配布・PR</li> <li>ガイドブック「よこすか海の幸・大地の恵」発行</li> </ul>
ウェブ媒体PR	<ul style="list-style-type: none"> <li>ヨコスカイチバンサイト内ウェブ版ガイドブックの更新・PR</li> </ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>登録店への情報提供、広報協力</li> <li>食の展示・試食会の開催（商工会議所主体）</li> </ul>

#### ▼効果

地産地消ショップは、登録店舗数200店以上となり、登録店における地場産率（取扱量と取扱品目数）も年々上がっています。市や商工会議所と登録店の信頼関係も確立され、他事業での連携や販路拡大への取り組みも実現しました。

さらに登録店同士のネットワークが確立し、登録店のグループが独自に活動することが年々増え、その活動内容も活発化して具体的に目に見える形になっていくという予想以上の効果が出ています。

## イ 友好関係市フェアの開催

友好関係市の名産品・特産品を、旬の時期によこすかポートマーケットで紹介・販売するフェアを開催して積極的にPRし、集客力と売上げ向上による地産地消の推進を図りました。

#### ●平成26年度…3回開催

市町村名	会津若松市（福島県）	松山市（愛媛県）
日時	平成26年10月18日(土)19日(日)/ 10月24日(金)25日(土)26日(日) 10:00~16:00	平成26年11月8日(土)9日(日)/ 11月14日(金)15日(土)16日(日) 10:00~16:00

	② 平成 26 年 11 月 29 日(土)30 日(日)/ 12 月 5 日(金) 6 日(土) 7 日(日) 10 : 00 ~ 16 : 00	
販売 予定品	米/喜多方ラーメン/身知らず柿/ふじりんご/和菓子 ほか	瀬戸内の銀鱈煮干し/じゃこ煮/一六タルト/坊っちゃん団子 ほか

●平成 27 年度… 2 回開催

市町村名	宮崎市 (宮崎県)	会津若松市 (福島県)
日時	平成 27 年 5 月 23 日(土)・24 日(日) 10 : 00 ~ 16 : 00	平成 27 年 11 月 21 日 (土) ・ 22 日(日) 10 : 00 ~ 16 : 00
販売 予定品	完熟マンゴー/スイートコーン/日向夏ジュース/ゴボウチップス ほか	米/身知らず柿/ふじりんご/ぶどう/会津どぶろく/和菓子 ほか

●平成 28 年度… 2 回開催

市町村名	宮崎市 (宮崎県)	会津若松市 (福島県)
日時	平成 28 年 5 月 28 日(土)・29 日(日) 10 : 00 ~ 16 : 00	平成 28 年 11 月 26 日 (土) ・ 27 日(日) 10 : 00 ~ 16 : 00
販売 予定品	完熟マンゴー/日向夏ジュース/鶏の炭火焼き (真空パック) /宮崎市野菜 ほか	米/身知らず柿/ふじりんご/会津どぶろく/喜多方ラーメン/和菓子 ほか

●平成 29 年度… 2 回開催

市町村名	宮崎市 (宮崎県)	会津若松市 (福島県)
日時	平成 29 年 5 月 27 日(土)・28 日(日) 10 : 00 ~ 16 : 00	平成 29 年 11 月 25 日 (土) ・ 26 日(日) 10 : 00 ~ 16 : 00
販売 予定品	完熟マンゴー/佐土原ナス/鶏の炭火焼き (真空パック) /日向夏ジュース ほか	米/身知らず柿/ふじりんご/喜多方ラーメン/ジュース ほか

▼効果

普段購入しにくい友好関係を結んでいる都市の名産品・特産品を販売したことにより、ポートマーケットの集客力を高めることに貢献しました。また、これをきっかけに本施設での購買に結び付けることができました。

ウ 漁協直売所の新設・PR

すかなごっそ敷地内、長井町漁業協同組合直営「すかなごっそ・さかな館」の開設を支援し、積極的にPRしてさらなる地産地消の推進を図りました。

●平成26年5月9日（金）オープン

（建物の建設…JAよこすか葉山 内部の設備整備・店舗の運営…長井町漁業協同組合）

支援	漁業活性化事業補助金	冷蔵ショーケース、陳列台等購入費の1/2以内
広報PR	紙媒体でのPR	ガイドブック/市民便利帳/ガイドマップ/広報よこすか/神奈川新聞/ぱどほか
	電子媒体でのPR	Jcom/tvk/市オフィシャルサイトほか

▼効果

本施設ができたことにより、地場の新鮮な農産物だけではなく、水産物も一か所で購入できるようになり、市民の利便性は向上することができ、より身近に地産地消の恩恵を受けることが可能となりました。

また、漁業者自ら販売することで、生産者も地産地消の取り組みについての意識向上がみられました。

（3）やる気ある農水産業関係者等の取り組みを支援

ア よこすかさかな祭り

地場産水産物を横須賀の魅力として市内・市外の消費者に直接アピールして、消費量の拡大と水産業事業者の意欲を向上させるため、実行委員会と連携して開催しました。

地産地消ショップ登録店が出店する「地産地消グルメコーナー」を、積極的に支援しました。

- 毎年10月第1週日曜日開催
- 実行委員会事務局…横須賀魚市場
- 生鮮品地産地消促進事業補助金（生鮮品の地産地消に係る事業経費の1/2以内）

▼開催実績

年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
日時	10月5日（日） 7:00～12:00	10月4日（日） 7:00～12:00	10月2日（日） 7:00～12:00	10月1日（日） 7:00～12:00
来場者数	7,500人（雨天）	12,500人（晴天）	15,000人（曇り）	17,000人（晴天）
グル	9店が出店	10店が出店	7ブース・10店	7ブース・11店

メ ー ナー	信濃/サスケハナ/うれしたのし屋/ なぶら/大黒堂/花野家/北浜寿し観音崎店/うちくら/レモンツリー芦名	信濃・サスケハナ/うれしたのし屋・タイガー/大黒堂・カギロイ/花野家/北浜寿し観音崎店/うちくら/さがみ湾	が出店 うれしたのし屋・タイガー/大黒堂・カギロイ・soil/花野家&ベジシェフ/うちくら/MARINE&FARM SARI MA/モアイモ食堂/SARINA	が出店 うれしたのし屋・タイガー・大黒堂・カギロイ・soil/うちくら/モアイモ食堂/SARINA/魚栄/つつみや/さがみ湾
--------------	---	---	--	---

#### ▼効果

イベントとして、定着していることにより、会場は毎回多くの来場者でにぎわっています。そのなかで、地場の水産物について、その良さを幅広い年齢層にPRすることができる貴重なイベントの一つであり、今後も開催内容の充実等図っていきます。

また、地産地消ショップによる地場産水産物を使った料理の提供は、毎回売り切れてるほどの人気であり、来場者への地場産水産物の魅力をアピールすることに、大きく寄与しています。

## イ 農業体験等の実施

農業について学び知る機会を提供し、意識の啓発・農業者との交流を促進し、地場産農産物の魅力をPRするため、三浦半島地区農業経営士会と共に農業体験を実施しました。

また、三浦半島唯一の生産牧場が実施する親子酪農体験の開催を支援しました。

農業体験	H26	夏	平成26年7月5日(土)開催	47人参加、受入経営士20人
		冬	平成27年1月24日(土)開催	40人参加、受入経営士20人
	H27	夏	平成27年7月4日(土)開催	42人参加、受入経営士18人
		冬	平成28年1月23日(土)開催	44人参加、受入経営士15人
	H28	夏	平成28年7月2日(土)開催	46人参加、受入経営士20人
		冬	平成29年1月21日(土)開催	46人参加、受入経営士19人
	H29	夏	平成29年7月1日(土)開催	45人参加、受入経営士16人
		冬	平成30年1月20日(土)開催	36人参加、受入経営士17人
親子酪農体験	H26	平成26年4月19日(土)開催	親子19組45人参加	
	H27	平成27年6月6日(土)開催	親子17組39人参加	
	H28	平成28年6月4日(土)開催	親子12組31人参加	
	H29	平成29年6月3日(土)開催	親子10組23人参加	

▼効果

毎回募集人数を上回る農業体験では、参加児童に農産物は「いつ、どのように作られて出荷されているか」を実感してもらい、その保護者に伝えることができました。

また、農業者、酪農事業者との交流を通じて、横須賀の農業や酪農に対する理解を深めることができ、地産地消の促進を図ることができました。

ウ 関係団体等が行う取り組み支援

漁業協同組合、JAよこすか葉山、地産地消ショップのグループ、農漁業者等が開催するイベントや地産地消を推進する活動を応援しました。

●漁業協同組合の朝市・直販

協力内容…PR用写真撮影、チラシ原案提供、PR用パネル提供など

組織名	名称	日時	H26	H27	H28	H29
東部漁協	新安浦港鮮魚直販所	毎週土曜・日曜	36回	69回	45回	37回
大楠漁協	佐島朝市	毎月第4土曜 (1～3月は休み)	6回	2回	0回	0回
長井町漁協	長井の朝市	毎月第2土曜	10回	9回	0回	0回

●その他のイベント・活動

組織名	イベント・活動内容 ( )は市の応援事項
東部漁協	・走水のりフェスタ(施設手配/広報協力/当日応援) 【2月第4土曜】
長井町漁協	・青年部「さいかや前朝市」H26.5.28(ガイドブック配布)、朝市年末イベント(保健所手続き)
JAよこすか葉山	・ふれあい女子大(コミュニティセンター先行予約) ・女性部の活動(施設先行予約) ・ふれあい祭り 毎年5月中旬、9月中旬開催(施設利用手配)
地産地消ショップ のPR活動	・猿島海畑活性化研究会「三浦半島大収穫祭」H28.10.22(ガイドブック提供) ・そごう横浜「神奈川・横浜グルメまつり」H28.4月(ガイドブック提供) ・さいか屋川崎「京急沿線 味の発掘フェア」H26.5.28-6.2(ガイドブック提供)
地産地消ショップ のPR活動	・さいか屋横須賀「神奈川の物産展」H28.6.1-6.7(ガイドブック提供) ・横浜高島屋「かながわ名産展」H28.8.31-9.5(ガイドブック提供) ・海幸の活動…各店舗内PR/催事出店 (PR用パネル提供/ガイドブック・佐島パンフレット提供)
農漁業者	・大黒堂の活動…百貨店の催事出店/イベント出店(ガイドブック提供) ・つつみやの活動…イベント出店(ガイドブック提供) ・若耕人'S「さいか屋前朝市」ほか

組織名	イベント・活動内容 ( )は市の応援事項
	(写真撮影・提供/チラシ原案提供/ガイドブック配布) ・岩沢ポーター「たまご野の朝市」毎月第1日曜日(施設利用手配) ・よこすかダウンタウンクラブ主催「街市」への出店働き掛け
水産物商業 協同組合	・魚のさばき方・料理教室(施設利用手配/広報協力)

▼効果

生産者等が自ら行う地産地消に関するイベントについて、支援していくことにより、自主的にかつ自発的に地場産農水産物をPRする意欲の向上がみられました。

エ 種苗放流事業の支援

漁業協同組合が実施する種苗放流事業の経費の一部を補助し、漁獲量の維持・増大を図りました。

●種苗放流事業補助金

補助率	1/3以内	
補助対象	東部漁協・大楠漁協・長井町漁協	
放流魚種	H26	6種(アワビ/サザエ/ヒラメ/トラフグ/トコブシ/カサゴ)
	H27	6種(アワビ/サザエ/ヒラメ/トラフグ/トコブシ/カサゴ)
	H28	6種(アワビ/サザエ/ヒラメ/トラフグ/トコブシ/カサゴ)
	H29	4種(アワビ/サザエ/トコブシ/カサゴ)

▼効果

種苗放流を行ったことによる漁獲量の増加を正確に把握することは困難で、事業効果を測定することは難しいですが、海洋環境の変化、乱獲などにより漁業資源が減少している中では、種苗を放流しなければ水産資源が減少することは確実です。一部の魚種では、放流事業を行っていることにより、漁業資源が保たれています。

オ 6次産業化に対する取り組みを応援

認定を目指す農漁業者の支援及び各認定者と連携した様々な取り組みを行いました。

- 横須賀商工会議所が相談窓口となり認定希望者を後押ししている。

▼認定者 6件

区分	認定者名	認定日	事業内容
農業	株式会社 バンブーグラス	H25. 5. 31	SHOKU-YABO 農園における自家製農産物を使った新商品開発と販売
	長井新宿港 竜海丸	H23. 10. 31	地場産の魚類を利用した商品の加工・販売
水産業	株式会社 平敏丸漁業	H24. 5. 31	湘南しらすの「たたみいわし」と佐島海藻を使った新商品の開発・販売事業
	いな丸	H26. 2. 28	経営の安定化を実現する加工品「わかめの茎の味噌漬け」の開発、販売事業
	武丸	H27. 2. 27	未利用のサメ・アカエイを使用した味噌漬け・粕漬け・燻製の開発、販売事業
	房竹丸	H29. 4. 1	地場産の真タコ(クモたこ)を使用した水産加工商品の開発・製造・販売事業

▼効果

6次産業化に意欲的に取り組む事業者は、年々増えており、今後も認定を受ける事業者は増えると思われます。今後は、認定に向けての支援とともに、認定後の取り組みについても支援が必要と思われます。

## 2 他組織との連携

### (1) 横須賀商工会議所との連携

●地産地消ショップ推進事業の連携実施

(2) 横須賀集客促進実行委員会との連携

●中吊り広告、パンフレット、ウェブ等広報PRの連携

(3) その他組織との連携

項目	部署名	計画	連携事項
学校給食	教育委員会学校保健課	教育振興基本計画 (H26～29年度)	地場産農水産物に関する 情報提供(随時)
食育	保健所健康づくり課	健康・食育推進プラン (平成25～34年度)	庁内ワーキングメンバー として会議出席、情報提供 ●平成26年度 ・6月6日(金)会議 ・7月4日(金)会議 ●平成27年度 ・5月26日(火)会議 ・7月1日(水)会議 ●平成28年度 ・5月27日(金)会議 ・6月27日(月)会議 ●平成29年度 ・5月30日(火)会議 ・6月30日(金)会議

▼効果

さまざまな形での連携による効果は、すぐには現れにくいものであるが、より積極的な連携を行うことで、新たな事業展開を生み出し、大きく発展していくと推測されるため、今後も重要なアイテムとして取り組んでいきます。

3 目標達成度

第2次アクションプランでは、2つの目標指標を設定しました。各目標達成については、以下のとおりです。

## (1) 基本計画重点プログラムの市民アンケート結果

「横須賀市産の農水産物を意識して選んでいる」と回答する割合 50%以上を目指します。

- 取り組みの方向性レベルの目標
- 市民アンケート…毎年5月に実施、9月に結果報告

### ▼年度別の目標設定

年 度	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度
アンケート結果	目 標			
	30%以上	37%以上 (+7%)	44%以上 (+7%)	50%以上 (+6%)
	実 績			
	66.9%	68.9%	69.2%	69.6%

## (2) 「海の幸フェア」参加店舗数

「よこすか海の幸フェア」参加店となる地産地消ショップを 30 店以上にします。

- 事業レベルの目標
- 「よこすか海の幸フェア」は平成 26 年度から実施する新規事業

### ▼年度別の目標設定

年 度	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度
フェア参加店数	目 標			
	10 店以上	18 店以上 (+8店)	25 店以上 (+7店)	30 店以上 (+5店)
	実 績			
	14 店	20 店 (+6店)	22 店 (+2店)	25 店 (+3店)

## 4 アクションプランに対する総括

## (1) 実績と効果

- ア 第1次アクションプランの「生産量の拡大」から、第2次アクションプランの「消費量の拡大」へ取り組みの重点を移行したことにより、消費者の多くは、身近に地場産農水産物を手に入れ、味わう環境は整いつつある状況になりました。
- イ また、生産者は、消費者が新鮮で安全・安心な地場産農水産物を求めていることを実感し、新しい生産手法やさまざまな方法でのPRを考えていくなど、生産意欲の向上につながり、生産者所得の安定と向上にもつながってきていることが予想されます。  
その動きの中で、生産者と消費者との距離は、徐々に近づきつつあるとみられます。
- ウ 農水産業者の中には、新しい栽培方法や品種等、消費者目線を意識した生産に取り組む機運が生まれてきています。
- エ 目標指標の1つ目である、基本計画重点プログラムの市民アンケートでは、横須賀の魅力「横須賀市産の農水産物を意識して選んでいる」と回答する割合が年々増えています。(H26年度 66.9%→27年度 68.9%→28年度 69.2%→29年度 69.6%)
- オ 目標指標の2つ目である、「海の幸フェア」の参加店舗数は、目標店舗数30店以上には届きませんでした。(H26年度 14店→27年度 20店→28年度 22店→29年度 25店)  
目標に達しなかった理由としては、漁獲量減少に伴う食材調達の難しさや、旬の時期に食材を確実に手配する難しさなどの流通面や店舗運営の問題から、フェア期間の中で、消費者に対して安定的にメニュー提供するのに困難な状況が、店舗側が参加を見合わせる要因となったと思われます。  
しかしながら、毎年継続して実施したことにより、着実に参加する店舗も増え、フェア参加店から、地場産水産物の知名度と評判の向上は見られるとの評価がありました。また、フェア参加をきっかけに、地場産水産物の取扱量を増やしたり、地場産水産物のPRに力を入れる店舗がみられました。

## (2) 今後目指すべきもの、取り組むべきこと

- ア 消費者が、「いつでも、どこでも」、地場産農水産物を「買える、食べられる」ような環境を保ち、そしてその魅力を様々な方法で発信していくためには、これまでの取扱店舗

を増やす、情報を発信する、生産品目・漁獲量を増やすという取り組みを基本姿勢として継続していく必要があります。

イ 地場産農水産物の取扱店舗における取扱量・品目数は、まだ十分とは言えません。

一方、生産量、品目は増えているが、市外消費者に地場産農水産物が地域ブランドとして認識されるまでには至っておらず、大消費地である京浜地区を含めた関東近郊への「横須賀野菜」「横須賀水産物」のPR活動が必要であると思われます。

ウ この課題を解決し、さらに効果を高め、集客・定住の促進、横須賀の都市イメージの創造発信、地域経済の活性化と「横須賀再生」に寄与するためには、次のような取り組みが必要です。

今後取り組むべきこと	
①	他産地と異なる横須賀産農水産物の特徴などをアピールすることで、生産地としての独自の地位（ブランド化）を確立し、積極的に市内外の消費者に売り込んでいく。
②	地場産農水産物を購入したり、味わえる場所を積極的にPRする。
③	地場産農水産物の「いつ、どこで、何が」に関する情報を発信する。
④	生産者が行う意欲的な取り組みに対し、支援や協力をする。

エ この取り組みにより、最終的には、地場産農水産物のブランドイメージを構築し、消費者が積極的に地場産農水産物を取り扱う環境にすることで、地場産農水産物の付加価値の向上へと目指していきます。

## 第 2 章

### 1 アクションプラン（第3次）の取り組みについて（平成30～33年度）

## (1) 目的と方向性

地場産農水産物の認知度の向上、ブランド化をすすめ、販路拡大を図る  
(「生産量の拡大」「消費量の拡大」から「ブランド化」へ重点を移行する)

- ア アクションプランに基づく9年間の取り組みにより「地産地消」という言葉が定着し、市民は地産地消を実感することができ、生産者や地産地消ショップ(事業者)は市民が地産地消を求めていることを認識できました。
- イ これまでの取り組みを、より確固たるものにするために、市民が当たり前食べられる状態を築き、地場産農水産物を市外からわざわざ食べに来るという状態を築きました。
- ウ 本市基本計画の重点プログラムのキーワードは「にぎわいを生むプログラム」「海と緑を生かした活気あふれるまち」「魅力ある農水産業の振興」です。その分野別計画である産業ビジョン2011の成長戦略のひとつ「地産地消の推進」に積極的に取り組むことで、「横須賀を復活させるまちづくり」を目指します。
- エ 地産地消の推進とは、市内の生産量と消費量を同時に増やすことです。第1次アクションプランで、生産量を増やすための生産者支援、地場産農水産物を買える・食べられる環境整備、市民への基本的な情報発信への重点的な取り組みを行った結果、生産者は意識や意欲を高め、自主的に生産量を増やすようになり、市民はさらに地場産農水産物を求めるようになりました。
- オ また、第2次アクションプランでは、消費量を増やすことに取り組みの重点を移行し、一歩踏み込んで、その鮮度の良さや産地ならではの美味しさをアピールしていくことで、地場産農水産物に対する認知度を高めて付加価値を向上させ、消費拡大と集客促進を図りました。こうした取り組みは、生産量を増加させ、生産者の支援にもつながりました。
- カ 本市には、地域ブランド品とされている農水産物がいくつかありますが、残念ながら全国的な知名度は低く、その名称に「横須賀」が付くものもありません。  
(例：湘南しらす、葉山牛、三浦半島野菜、走水のノリ、猿島ワカメ、佐島のタコなど)
- キ これからは、来るべき人口減少時代も見据え、「横須賀産の農水産物の売りは何か」「他産地との違い」を念頭に、「横須賀産農水産物の定義付け」や「横須賀ブランド」の売り込みを京浜地区の大消費地を含めた関東近郊に対し行うことで、本市のみならず、他地域での消費の拡大に努めます。

ク また、地域ブランドとしていくためには、ストーリー性（その製品の歴史、地域との結びつき、生産者のこだわり）、品質の管理基準、付加価値を高めるための取り組みなどが必要なため、関係者と連携してこれらのことを検討していきます。

ケ 「横須賀ブランド」を新たに創出することにより、横須賀の魅力の向上、さまざまな産業の活性化と市民の豊かさに結び付き、その先に「横須賀再生」と結びつくという戦略です。

## （２）期待される効果

ア 生産者は、生産物の付加価値を上げ、生産量を増やすことにより、生産者所得が向上します。また、需要の増加に伴い、生産者価格が上昇し、さらなる生産者所得の向上が期待されます。

イ 消費者は、新鮮で美味しい地場産農水産物の良さを実感することにより、繰り返し買う、食べるようになります。

ウ 地場産農水産物を取り扱う事業者は、ブランドイメージがついた地場産農水産物を提供することにより、リピーターを確保でき、売上が上がります。

エ この結果、集客・定住の促進、地域経済の活性化、横須賀の都市イメージの創造発信につながり、最終的には「横須賀を復活させるまちづくり」の大きなアドバンテージになります。

## （３）目指すべきもの

横須賀ブランドの創出による、産業活性化による横須賀の再生

- ア 地産地消推進の取り組みにより、消費者の満足度が高まり、「行って良かった」「住んで良かった」「行ってみたい」「住んでみたい」といった横須賀のファンが増加します。
- イ 横須賀ブランドの創出により、集客・定住の促進につながり、生産者や関係事業者の所得も向上し、横須賀の都市イメージの向上、横須賀の経済の活性化が図られ、横須賀を復活させるまちづくりに寄与します。

#### (4) 基本方針

地場産農水産物のブランドの確立及びPR戦略に取り組みます。

既に地域ブランド品とされている農水産物をはじめ、市内でとれる農水産物のブランドを定め、市民にPRして再発見・再認識を促すとともに、京浜地区などの大消費地を含めた関東近郊に積極的に売り込み、知名度と評判を高め、市内消費と市外消費の拡大を目指します。

生産者の新たな販売手法や生産方法へ支援をします。

ブランド化に取り組むことにより、消費量の拡大が見込まれます。

また、消費地からは、多品種の農水産物の供給要望が見込まれます。その需要に、こたえるために生産者が取り組む「新規生産手法」への支援や、「販売方法の構築」のための支援を行います。

#### (5) 実施期間

平成 30 年度（2018 年度）から 33 年度（2021 年度）までの 4 年間

- ア アクションプランの取り組みの中で、今後も必要な取り組み、効果が高い取り組みは、継続して実施し、横須賀の都市イメージの創造発信につながる取り組みを新たに実施します。
- イ 横須賀市基本計画（平成 23 年度～平成 33 年度）の分野別計画である横須賀産業ビジョン 2011（平成 23 年度～平成 33 年度）の実行計画に位置づけ、第 3 次実施計画事業とします。

## （6）実施スケジュール

平成 30 年度から動き出し、毎年地道にステップアップする

年度	実施スケジュール
平成 29 年度	アクションプラン（第 3 次）を策定します。 アクションプラン（第 3 次）の事業を企画検討します。
平成 30 年度	アクションプラン（第 3 次）の事業に着手します。
平成 31 年度	アクションプラン（第 3 次）の事業を実施します。
平成 32 年度	アクションプラン（第 3 次）の事業を軌道に乗せます。
平成 33 年度	アクションプラン（第 3 次）の事業を定着させて、効果が現れている状態にします。

## 2 具体的な取り組み内容

アクションプラン（第3次）の基本方針に基づいて、各事業を進めていきます。

## （1）横須賀農水産物ブランド化推進の取り組み

地場産農水産物の魅力を市内・市外の人に、繰り返しさまざまな方法でアピールすることにより、認知度と付加価値を向上させ、最終的には横須賀産農水産物ブランドの確立を目指します。このブランド化により、新たな消費先が生まれ、生産者所得の向上等が生まれます。

### ア 横須賀野菜ブランド化事業

継続

地場産農産物に対する市内外の消費者は、認知度は低く、生産地として独自の地位が確立されているとは言い難い状況です。そこで、横須賀産農産物の認知度向上、ブランド化、販路拡大に向けたPR事業を、横須賀野菜応援隊などの協力を得て実施します。

併せて、JAよこすか葉山や平成28年2月に自治体パートナー協定を締結した日本野菜ソムリエ協会をはじめ、卸売市場や地場産農産物の取扱店舗等と連携し、事業にあたります。

### イ 横須賀水産物ブランド化事業

新規

本市で漁獲される水産物の中には、地域ブランドとして一部に評価がされているものがあります。しかしながら、まだ「横須賀産」として認知されていない水産物が多いことも実状です。そこで、横須賀水産物の認知度向上、ブランド化、販路拡大に向けたPR事業を実施します。

併せて、漁業協同組合や卸売市場、地場産水産物の取扱店舗等と連携し事業にあたります。

## （2）海の幸・大地の恵の魅力を伝える企画

### ア 大地の恵の魅力をアピール

継続

農産物直売所（すかなごっそ）や各種団体等が、旬の時期ごとに開催する試食などを通じた地場産農産物の美味しさを消費者にアピールするフェア、キャンペーン、イベントを实

施するにあたり、野菜ソムリエ有資格者で組織されている横須賀野菜応援隊を活用したPR活動を実施します。

#### イ 海の幸の魅力をアピール 新規

地場産水産物の美味しさを消費者にアピールする朝市や漁業協同組合が実施するイベント、運営する直売所を応援します。

#### ウ 各種広報媒体でのPR活動 継続

文化スポーツ観光部等の市組織、横須賀商工会議所等の関係者と連携して紙媒体・SNSなどの電子媒体を活用して地場産農水産物の魅力を効果的・戦略的にアピールする広報活動を行います。

#### エ 友好関係市イベントへの出店 継続

友好関係にある会津若松市などの市町村で開催される名産品・特産品を紹介・販売するイベントに出店してイベントを積極的にPRするとともに、横須賀の農水産物の魅力を出店先の消費者にアピールして長く支持してくれるファンを獲得します。

#### オ 友好関係市フェアの開催 継続

会津若松市などの友好関係市の名産品・特産品を、旬の時期に紹介・販売するフェアを開催して友好関係市を積極的にPRします。

### (3) 新たな販売手法や販路構築に向けた取り組み

#### ア 農産物直売所「すかなごっそ」通信販売の定着に向けた取り組み支援 新規

すかなごっそ開設後、順調に売り上げは伸ばしている中で、生産者の中にも所得向上につながる直売への意欲が日増しに見られ、当該施設への出荷者数増と出荷数量、品目の増がみられています。

しかし、現状の売り場面積は限られているため、さらに出荷数量を増やしたり、多くの品目を販売するために、通信販売などの新たな手法・販路を定着させる取り組みに対し支援をし、消費の拡大と横須賀野菜の認知度向上を目指します。

## イ 漁業協同組合の新規販路開拓に対する応援・PR 新規

漁業協同組合が実施する既存取引にとらわれない、新たな取り引き形態や取引先の開拓に対する取り組みを応援します。

### (4) 意欲ある農水産業関係者等の取り組みを支援

## ア よこすかさかな祭り 継続

地場の新鮮で安全な魚介類を、「よこすかの海」が持つ豊かな地域資源の魅力として市内・市外の消費者に直接アピールすることで、各家庭での地場産水産物の消費量をアップさせるとともに水産業事業者の意欲を向上させるため、実行委員会と連携して「よこすかさかな祭り」を開催します。

地産地消ショップ登録店が出店する「地産地消グルメコーナー」を引き続き積極的に支援していきます。

## イ 農業体験等の実施 継続

農業について学び知る機会を提供し、意識の啓発・農業者との交流を促進するとともに、参加児童及びその保護者に地場産農産物の魅力をPRするため、三浦半島地区農業経営士会や生産者と共に農業体験及び酪農体験を実施・支援します。

## ウ 関係団体等が行う取り組み支援 継続

漁業協同組合、JAよこすか葉山、地産地消ショップのグループ、農漁業者等が開催するイベントや取り組みを応援します。

## エ 種苗放流事業の支援 継続

漁業協同組合（東部漁協・大楠漁協・長井町漁協）が実施する種苗放流事業に対し、その事業費の一部を補助することにより、漁獲量の維持・増大を図ります。

## オ 新たな生産体制や地場産農水産物の高品質化に向けた取り組みへの 支援・協力 新規

農業者が行う、消費者が求める多品種の作物へ対応するための取り組みや、漁業者が新たに取り組む漁業（養殖漁業）に対し、支援をします。

また、今後消費者のニーズも高くなることが予想される高品質化に向けた取り組みについて、応援していきます。

## カ 6次産業化に対する取り組みを応援 継続

6次産業化を目指す農漁業者を支援するとともに、6次産業化認定者等と連携して、さまざまな取り組みを実施します。

### 3 他組織との連携

事業を効果的に進めていくうえで、関係機関、関係団体、庁内の他部課と連携は不可欠です。

第1次アクションプランをスタート時から連携して実施してきたJAよこすか葉山、横須賀市東部漁業協同組合、長井町漁業協同組合、横須賀市大楠漁業協同組合、横須賀青果物市場、横須賀魚市場、その他関係団体や横須賀商工会議所とは、これまで以上に強力な連携体制をもって取り組んでいく必要があります。

また、地産地消をさらに進めるには、すかなごっそなどの大型直売所や地産地消ショップとの連携強化も重要です。

今後重点的に取り組む地場産農水産物のブランド化に不可欠な情報発信のノウハウを持つ、日本野菜ソムリエ協会や横須賀集客促進実行委員会と共に戦略的かつ効果的な広報PRを行う必要があります。

さらに新規事業の実施に際しては、生産・流通の関係機関との十分な事前調整が必要となります。

また、三浦半島の他市町と連携して、三浦半島産食材の魅力をアピールすることにより地域の活性化を図ることにも取り組んでいきます。

#### (1) 日本野菜ソムリエ協会との連携

日本野菜ソムリエ協会（以下、協会）は、野菜ソムリエ資格を生かしたさまざまな事業展開をしています。平成28年2月に本市は協会と「自治体パートナー」制度に登録し、横須賀野菜のPRに関する連携協定を結びました。

本制度は、全国の野菜・果物の魅力を広く発信し地域を活性化していくことを目的とした、自治体と日本野菜ソムリエ協会のパートナー制度です。

青果など特産物のプロモーション活動をはじめ、地域振興などを目的とした各種活動において優先的に協会のコンテンツや全国の野菜ソムリエと連携し、事業展開をめざします。

## （２）横須賀商工会議所や民間企業との連携

地産地消ショップ登録店制度を共に立ち上げた横須賀商工会議所との連携を一層強化し、戦略的な事業展開を目指します。また、商工会議所に加盟している企業等とも連携し、広域的な事業展開をしていきます。

## （３）横須賀集客促進実行委員会との連携

横須賀集客促進実行委員会は、関係機関の協力により横須賀への集客を促進し、交流人口の増加と地域活性化を推進することを目的としており、「地産地消」を事業実施のキーワードのひとつにしています。戦略的かつ効果的な広報PR活動を実現するためには、横須賀集客促進実行委員会との連携が不可欠であり、今後はこれまで以上に事務局である文化スポーツ観光部との情報共有と連絡を密接に行います。

## （４）その他組織との連携

今後予定されている中学校給食も含め、学校給食における地場産農水産物の利用促進、食育との連携については、引き続き関係部課との情報交換や情報提供を行い、効果的な事業実施を目指します。

## 4 目標指標

今後の取り組みを進めるうえで、事業効果量として設定する目標を以下の2つとします。

### (1) 基本計画重点プログラムの市民アンケート結果

**「横須賀市産の農水産物を意識して選んでいる」と回答する割合 70%以上の維持を目指します。**

- 平成 29 年度アンケート結果は 69.6%でした。

### (2) 新規出荷・販売手法に対する取り組み

**横須賀産農水産物の新たな出荷先の開拓や新たな販売手法の確立を、2 件以上実現します。**

- 農水産業団体が行う既存の体制方法によらない、新たな直売手法や販路の構築に対し、支援をしていき、農水産業者の所得向上を目指します。

平成 30 年(2018 年)2月

〒238-8550

横須賀市小川町 11 番地

**横須賀市経済部農林水産課**

TEL 046-822-8296

FAX 046-821-0611(平成 30 年4月より 046-823-0164)

e-mail [aff-ec@city.yokosuka.kanagawa.jp](mailto:aff-ec@city.yokosuka.kanagawa.jp)

URL <http://www.city.yokosuka.kanagawa.jp/>