

【質問票】

評価対象施策 B「都市農業と触れ合う機会の拡充」

	質 問	回 答
1	狛江市の独自の GAP のチェックシートを利用している理由を教えてください ※食品の品質管理は全国の基準もしっかりしていると考えるが、それを使うのではなく独自のチェックシートを用いている理由が知りたいという趣旨。	【産業振興課】 狛江市 GAP 研究会の独自のチェックシートでは、地域農家が日常的な農作業を振り返り、地域住民との調和を図るための「自己点検型ツール」としての役割に特化しています。これに対し、東京都 GAP 認証制度のチェックシートでは、食品安全や労働安全に関する客観的な証明を通じて、都民からの信頼獲得や広域的な市場出荷を目指す「第三者認証制度」としての性質を持っています。 狛江市 GAP 研究会が独自の GAP チェックシートを利用している理由は二つあります。 一つ目は、市内の農業規模に合わせ、現場に定着しやすい仕様としているためです。要求事項を基礎的な必須管理項目に絞り、農業者が月ごとに気付いたことを手軽に記載できる実践的な作りとしています。これにより農業者同士の意見交換が活発になり、日々の課題解決や品質向上の研究に直結するという利点があります。 二つ目は、都市農業に不可欠な「狛江市民に理解される農業の推進」という独自項目を設けているためです。学校給食への農産物提供を通じた地域貢献、直売所での「顔の見える関係」の構築、農業体験の受け入れやイベントでの PR など、地域住民との良好な関係構築を GAP の重要な目的に据えています。 こういった自己点検を目的としたチェックシートを活用している狛江市独自の GAP は、「フード・アクション・ニッポンアワード 2015」の普及啓発部門で入賞するなど、全国的にも高く評価されています。
2	狛江ブランド農作物は価格帯は世間一般的に流通している野菜よりも安く設定しているのか。	【産業振興課】 狛江ブランド農産物は、安価に提供することを主目的とするのではなく、独自の GAP 手法に基づく「安心・安全」や「新鮮さ」といった付加価値を付与し、ブランド力を高めることを目指しています。 実際の販売価格は販路や農業者により異なりますが、狛江市産枝豆のように、すでにそのブランド価値が広く認識され、付加価値が適切に価格へと転嫁されている事例も出てきております。 一方で、全体としてはまだその付加価値が十分に価格に反映されていないケースも見受けられます。今後は、こうした先行事例のノウハウも活かしながら、他の品目においても付加価値を市民の皆様理解していただき、適正な価格で取引されるよう全体のブランド力向上を図ることが課題であると認識しています。

3	販売チャネルを増やすことはできるか。 ※販売しているところが南に偏っており、狛江市内全土で買えたらよいという御意見からの質問。	【産業振興課】 本市としても、『狛江市第3次農業振興計画』に掲げる地産地消の推進と販路拡大を農業振興の柱としており、販売チャネルの拡大を目指しております。市内全域で購入しやすい環境づくりにつきましては、現在の直売所等の地理的偏りを課題と認識した上で、農業者の意向や供給体制（生産量）に十分配慮しつつ、新たな販売機会の創出に向けた研究に引き続き取り組んでまいります。
4	生産緑地法の改正の時にどのような施策を実施し、農地を守ろうとしたかについて教えてほしい。 ※その時に行った施策が今の状況にどう繋がって、どういう効果をもたらしたかを知りたい。	【産業振興課】 生産緑地法改正および特定生産緑地制度の開始に際し、マインズ農業協同組合と連携した制度内容の周知徹底や、農業委員会広報を通じた各種手続きの丁寧な案内を実施しました。その結果、令和5年末時点で平成4年・5年指定の生産緑地の約99%（約24.46ha）が特定生産緑地に移行し、懸念された大幅な農地減少の回避につながりました。この成果は、『狛江市緑の基本計画』で位置づけている「農地の保全」ことにとどまらず、防災・景観・生態系・福祉・学習の場として農地を重要視する本市のまちづくりの考え方が、農地所有者の方々にも広く定着した結果であると捉えております。
5	こま井は年にどれくらい提供しているのか。またそれを食べた子ども達の反応も知りたい。	【学校教育課】 狛江産農作物の活用については、夏野菜と冬野菜をそれぞれ使用し、年間を通じて年2回提供しています。また、「こま井」以外の献立においても、狛江産農作物を使用しています。 児童を対象とした「こま井」に関する直接的なアンケートは実施していないが、学校現場での参考事例として、狛江第五小学校では、2年生が生活科の学習として地域の方と一緒に枝豆を育て、それを給食に使用したところ、児童から「もっと食べたかった」という声が寄せられています。
6	農業を狛江で推し進める理由について知りたい。	【産業振興課】 農地は農産物の生産拠点にとどまらず、環境保全や防災、食育・教育、市民交流、福祉、景観形成など、多面的な機能を持つ貴重な地域資源であり、『狛江市都市計画マスタープラン・立地適正化計画』においても都市環境を形成する重要なインフラとして位置づけております。一方で、高齢化や後継者不足によりその保全は年々厳しさを増しております。 そのため本市では、都市農業をまちづくりの重要要素と位置付け、農地の保全と活用を通じた「農のあるまちづくり」を力強く推進しております。

7	学童農園の内容と始めたきっかけについて知りたい。	【産業振興課】 学童農園の現在の活動内容は以下の通りです。 ・狛江第六小学校 3 年生 枝豆の栽培（4 月頃播種、7 月頃収穫） ・狛江第三小学校 3 年生 大根の栽培（9 月頃播種、10 月頃間引き、12 月頃収穫） この活動は以前から行われていましたが、主催するマインズ農業協同組合狛江青壮年部と協議・調整を重ね、令和 7 年度から市の補助対象事業として予算化しました。これにより、食育・農業体験の場としての支援を本格化させたものになります。
8	ふるさと納税の寄付者への野菜の提供が 7 名や 5 名と非常に少ないと感じているが、これは供給の問題か。	【産業振興課】 例年、ふるさと納税の返礼品としての野菜提供への応募は 5 名から 15 名程度で推移しております。ご指摘のとおり、都市農業という限られた生産規模の中で、新鮮かつ高品質なブランド野菜を安定的に確保して発送するには供給面での制約があり、現状では 15 名程度が上限となっております。今後も生産者と連携し、可能な範囲での提供枠の確保に努めてまいります。
9	総括に「市民農園や体験農園の利用者数は増加傾向」とあるが、実績値（市民農園：R6 年度 420 区画→R7 年度 421 区画、体験農園：83 人→83 人）を見ると横ばいに推移しているように見受けられる。直近年度の状況から「増加傾向」と評価された背景や妥当性について教えてほしい。	【産業振興課】 直近の実績値では横ばいに見える部分もございますが、令和 3 年度から令和 7 年度までの 5 年間の推移を見ますと、市民農園は 371 区画から 421 区画へ、体験農園は 73 人から 83 人へと着実に増加しております。限られた農地面積の中で区画等の確保に努めてきた実績を総合的に捉え、「増加傾向」と評価いたしました。
10	農業食育ラリーの応募状況について 「毎年多くの応募」「市民の関心の高さが伺える」との記載があるが、資料に掲載されているのは参加者数のみ。実際の応募者数、応募倍率、およびキャンセル待ちの人数はどの程度だったか。	【産業振興課】 令和 5 年度以降のデータとなりますが、定員（各回 100 人）を大きく上回る応募があり、市民の関心の高さが伺えます。近年の状況は以下のとおりです。 【令和 5 年度】 応募 109 人（参加 87 人、欠席等 13 人）、キャンセル待ち 9 人、倍率 1.09 倍 【令和 6 年度】 応募 148 人（参加 80 人、欠席等 20 人）、キャンセル待ち 48 人、倍率 1.48 倍 【令和 7 年度】 応募 145 人（参加 80 人、欠席等 20 人）、キャンセル待ち 45 人、倍率 1.45 倍 （※欠席等数には当日の欠席者を含みます。令和 4 年度以前の詳細記録はございません。）

11	成果指標の構成について 目指す姿として「ブランド力向上による収益の確保」「後継者の育成」「農地の将来にわたる保全」が掲げられているが、売上・農業所得、後継者・新規就農者数、農地面積自体は成果指標に含まれていない。現在の指標構成で、目指す姿の達成度を十分に評価できると判断された理由を教えてください。	【産業振興課】 『狛江市後期基本計画』の施策評価においては、都市農業全体の成果を市民目線から総合的に把握するため、需要側の「日頃から狛江産野菜を食べている市民の割合」と、供給側の「狛江ブランド農産物生産農家数」を代表指標として組み合わせております。 ご指摘の売上・所得、後継者数、農地面積といった詳細な動向につきましては、都市農業の専門計画である『狛江市第3次農業振興計画』において主要指標として設定しております。本計画の期間は、令和9年度までとなっており、最終的な成果は令和9年度に確認するため、現時点での進捗状況をお示しすることができないのですが、参考までに、計画で掲げている目標値は以下のとおりです。 ・農地面積について 過去10年間の減少率（約22%）を15%程度に抑制し、令和9年度に35.0ヘクタールを確保することを目標としています。（平成27年度：40.7ヘクタール） ・農家数について 減少傾向にある農家数について、年平均の減少を1.5戸に抑えることで、令和9年度に100戸を維持することを目標としています。（平成27年度：118戸） ・農業所得について 経営規模等に応じ、以下のような所得水準を目標としています。 市の農業をリードする経営体：年間所得 800万～1,000万円 中核的な農家：年間所得 500万円 その他の農家：年間所得 300万円以上 上位計画である後期基本計画と、個別計画である農業振興計画で役割分担を図ることで、施策全体の到達状況を多角的に評価する構成としております。
12	施策の方向性と具体的な取組の整合性について 施策の方向性において「市民農園・体験農園の更なる充実」や「援農ボランティア制度の活用」が明記されているが、取組内容の中にこれらを直接改善する事業がない。令和7年度には、具体的にどのような改善が行われたか。	【産業振興課】 令和7年度におきましては、既存制度の定着と利用者の利便性向上に注力いたしました。具体的には、継続的な運用体制の確保や利用者募集の徹底に加え、市民農園に関する現地相談会の開催等を通じたサポートを実施し、施策の方向性に沿った取組を確実に推進したものでございます。

13	事業の効果測定について 冊子の配布、返礼品の提供、講演会の開催実績をもって「理解促進」や「ブランド力向上に寄与した」と評価されているが、住民の認知度、購入行動、理解度などの変化を測定する効果検証は行っているか。	【産業振興課】 令和４年度の「狛江ブランド農産物認知度拡大キャンペーン」実施時に、公式 LINE を活用して 20 代から 40 代の市民を対象とした認知度・購入行動のアンケート調査を行いました。しかし、その後の継続的かつ定量的な効果検証は不足しておりました。ご指摘を踏まえ、今後は定期的な定量効果測定の手法を検討し、施策の改善に繋げてまいります。
14	市外への周知および若年層の認知度について ・施策の方向性にある「市内・市外問わず広く周知」に関して、市外での認知度を示す指標がない。市外へのブランド力向上はどのような基準で評価されているか。 ・現状と課題に「若年層の認知度上昇につながっています」とあるが、年齢別の認知度データが示されていない。若年層の認知度上昇と判断された根拠を教えてください。	【産業振興課】 ・市外への周知について 市外での認知度を示す単独の数値指標は現在設けておらず、各種 PR 活動や販売機会の創出等の実績から総合的に評価しております。 ・若年層の認知度上昇について 令和４年度のキャンペーン時に実施したアンケート結果が主な根拠です。具体的には、同年 6 月と 12 月に実施した調査において、20 代の認知度が 21%から 33%へ増加した実績を確認しております。
15	学校給食における地場野菜の活用実績について 「こま丼」や「えだまめアイス」の提供が PR 成果として挙げられているが、年間での狛江産農産物の使用量（kg）、給食食材全体に占める割合、および使用回数の推移はどのようなになっているか。	【学校教育課】 別紙評価シートに記入。
16	援農ボランティア制度の課題と改善について 援農ボランティア数（R3～R5：5 人、R6：7 人、R7：6 人）および受入農家数（一貫して 2 軒）の推移を拝見した。受入農家の負担やマッチングの課題を把握されているとのことだが、今後、制度の改善や再設計に向けてどのような検討をされているか教えてください。	【産業振興課】 現時点では、制度の再設計に関する具体的な検討には至っておりません。しかし、受入農家の負担軽減やマッチング機会の拡大といった課題を解消するため、より広域で運営されている東京都の「とうきょう援農ボランティア制度」の活用を並行して周知・案内する取り組みを進めております。今後も制度の利用状況や農業者の皆様のご意見をきめ細かく伺い、都の制度との連携も含めた必要な対応を検討してまいります。