

○第5期「藤沢市地産地消推進計画」(素案)からの変更箇所等一覧表

No	ページ	提案者	前回会議での意見等	変更点・考え方	変更内容	
					前	後
1	全体	事務局		<ul style="list-style-type: none"> ・内容に影響がない言い回し及び誤字脱字等の修正 ・写真の変更・追加 ・用語解説の追加、一部内容を修正 ・41ページの「1 重点的に取り組む施策」及び49ページの「2 長期的に取り組む施策」の冒頭にSDGsの17の目標のうち該当する目標のアイコンを追加 		
2	1～3	中山委員	<p>○「第1章 計画の策定にあたって」</p> <p>(課題) 定義された「計画」に対して、「本計画」「本計画(第5期)」等の曖昧な表現がされ、全章に亘り、「計画」の記述レベルの差異が見られる。</p> <p>(差異) 「1 計画策定の趣旨」は計画全体(第1期～現在まで)の策定趣旨や経緯について記述した上で、第5期計画の策定趣旨や方針を記述し、「2 計画の位置付け」では、計画全体の記述のみで第5期計画については言及なし。「3 計画の期間」では、第5期計画の記述のみに止まり、計画全体についての言及なし。</p> <p>(修正検討依頼) ①各項とも、計画全体(第1期から現在に至る)について記述した上で、第5期にフォーカスした内容を追記する形式に統一する。</p> <p>②「2 計画の位置付け」に、第5期に当たったの記述を付け加える。 例：関係計画・方針との連携の中に、「藤沢市観光経済再活性化プラン」(2021)、「ふじさわシティプロモーション推進方針(第2期)」(2019)を加筆する。</p> <p>③「3 計画の期間」に、計画全体への言及、過去の更新期間(3年間)を追記。「計画の期間」が、従来は3年間で、今期から5年間に変更したこと、その経緯や理由等の説明がない。</p>	<p>①・表記を「本計画(第5期)」で統一 ・「1 計画策定の趣旨」のところで、第1期から現在までの全体の経緯について記載していますので、「2 計画の位置づけ」「3 計画の期間」では、記載していません。</p> <p>②関連計画との連携に「藤沢市観光経済再活性化プラン」、「ふじさわシティプロモーション推進方針」を追記</p> <p>③計画期間を3年間から5年間に変更したことの経緯や理由については、「第4章 第5期計画に向けた施策の検討」(33ページ)の中で説明をしています。分かりやすく内容を修正。</p>	<p>③なお、計画の期間については、第4期計画までは3年としてきましたが、取組内容の調整・実施・評価・改善をするまでに期間を要する施策もあるため、第5期計画からは5年間とすることとしました。</p>	<p>①資料3の3、4、33、34、43ページ参照</p> <p>②資料3の3ページ参照</p> <p>③なお、計画の期間については、第1期計画から第4期計画までは3年間としてきましたが、本計画(第5期)策定にあたっては、重点的に取り組む施策に「藤沢ブランドの創出」を位置づけるなど、施策の調整や実施までに期間を要することが想定されることから5年間とすることとしました。</p>

No	ページ	提案者	前回会議での意見等	変更点・考え方	変更内容	
					前	後
3	5	中山委員	○「第2章 藤沢市の農水産業」 「西南部」、「南」等の方位を表す語句が多 用され、しかも、「平野の西南部」と「市の 西南部」、さらには「台地の南」と「市の 南」が混在し、理解を妨げる。 2行目の「南」、3行目の「西南部」、 「中・北部」は市内の方角と解釈されるが、 「市の」は4行目に表記されている。	分かりやすく内容を修正	本市の面積は69.56km ² 、耕地は全市域 面積の約〇〇%、関東平野の西南部に広がる 相模台地の南に位置し、南は相模湾に面し、 漁業が行われています。西南部は砂質土壌、 中・北部は火山灰土壌が広がり、平坦な土地 が多く、畑作、果樹栽培等に適しています。 また、市の東西を潤す河川の流域では稲作が 行われています。 本市の人口は440,409人(2021 年(令和3年)8月1日現在)で、農業就業 人口は〇〇〇〇人、販売農家戸数は557戸 です。経営耕地面積は566.43haで、地 目別には畑405.05ha(72%)、田9 2.8ha(16%)、樹園地68.58ha (12%)となっています。<2020年農 林業センサス※4> また、本市には、江の島片瀬漁業協同組合 と藤沢市漁業協同組合があり、両組合の漁業 者数の合計は87人となっています。<令和 2年度港勢調査※5(調査基準日:2020 年(令和2年12月31日)>	本市の面積は69.56km ² 、関東平野の西 南部に広がる相模台地の南に位置していま す。 市の西南部は砂質土壌、中・北部は火山灰 土壌が広がり、平坦な土地が多く、畑作、果 樹栽培等に適しており、東西を潤す河川の流 域では稲作が行われています。また、南は相 模湾に面し、漁業が行われています。 本市の人口は440,704人(2021 年(令和3年)9月1日現在)で、販売農家 戸数は557戸 なっています。 経営耕地面積 は566.43haで、地目別には畑405. 05ha(72%)、田92.8ha(1 6%)、樹園地68.58ha(12%)と なっており、 耕種、畜産、加工農産物を合わ せた農業算出額(推計)は52億円で県内4 位となっています。 <2020年農林業セン サス※4、平成31~令和2年関東農林水 産統計年報> また、本市には、江の島片瀬漁業協同組合 と藤沢市漁業協同組合があり、両組合の漁業 者数の合計は87人となっています。<令和 2年港勢調査※5>
4	5	事務局		○「第2章 藤沢市の農水産業」 農業算出額の追記		
5	5 ~ 14	中山委員	○「第2章 藤沢市の農水産業」 重点的に取り組む施策の「(1) 藤沢ブラ ンドの創出」で、かながわブランドへの登録 を目標としているが、「第2章 藤沢市農水 産業」では、かながわブランドに登録されて いる農水産物の記載がされていないものもあ るため、戦略的に資料を作成したほうがよ い。	「第2章 藤沢市の農水産業」に、かなが わブランドに登録されている農水産物につい て追記		資料3の5ページの「(1) 野菜」、11 ページの「(6) 畜産」、13ページの 「(7) 水産」参照
6	13	事務局		○「第2章 藤沢市の農水産業」 (7) 水産 ☆主な水揚げ量の数量の修正	☆主な水揚げ量 ・シラス 8t ・ワカメ 8t ・ハマグリ 9t ・カツオ 2t ・ヒラメ 1t ・その他の魚類 83t 合計 111t	☆主な水揚げ量 ・シラス 79.7t ・ワカメ 7.5t ・ハマグリ 5.8t ・サバ 2.8t ・カツオ 1.6t ・ヒラメ 1.3t ・サザエ 1.0t ・カマス 0.3t ・その他の魚類 10.6t 合計 110.6t

No	ページ	提案者	前回会議での意見等	変更点・考え方	変更内容	
					前	後
7	26 ～ 32	青柳 委員	○第3章 第4期計画で実施した取組と進捗状況 長期的に取り組む施策の状況の目標の達成度は記載しないのか。	第4期計画では、長期的に取り組む施策については、目標値を設定していませんでしたので、参考として取組の状況を記載しています。		
8	41	田中 委員	○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (1) 藤沢ブランドの創出 ア 藤沢ブランドとなる新たな製品の開発 折角生産者と新商品開発を目論むのであれば、「海外輸出・海外販売」を網羅することを大目標にされると面白いと思います。また現品で「有機の生産管理野菜・鵜沼魚醤・たたみイワシ」などは海外の日本ファンにアピールすれば直ぐ拡散可能ではないかと思えます。	「海外輸出・海外販売」へ向けて、ブランド化を推進していく場合もあるかと思いますが、本計画は地産地消推進計画であり、地元で生産されたものを地元で消費する計画であるため、ブランド化を図り、まずは市民が藤沢産農水産物に愛着を感じていただき、そのことにより生産量の拡大や地産地消の推進につなげていきたいと考えています。 また、その結果、生産量が拡大することにより地産外商にもつながるものと考えています。		
9	41	中山 委員	○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (1) 藤沢ブランドの創出 「ア 藤沢ブランドとなる新たな製品の創出」と「イ 藤沢産農水産物を利用した加工品の開発支援」の違いが分かりづらい。製品という点、加工品も包含した語彙に感じる。計画を見られた方が分かりやすいように表現を変更したほうがよい。	「ア」を一次産品、「イ」を加工品として内容を修正	【施策の目的】 市内には、トマト・キャベツ・ぶどう・梨・豚肉・牛肉・しらす・はまぐりなど市民に一定の認知度がある農水産物もあるが、さらに藤沢産農水産物の付加価値を高めるために、藤沢ブランドとなる新たな製品の開発などに取り組む、販路の拡大につなげるとともに、安定生産を図り付加価値向上につながる競争力のある産地づくりを推進します。	【施策の目的】 市内には、トマト・キャベツ・ぶどう・梨・豚肉・牛肉・しらす・はまぐりなど市民に一定の認知度がありブランド化された農水産物がありますが、さらに藤沢ブランドとなる新たな製品の開発などに取り組む、販路の拡大につなげるとともに、安定生産を図り付加価値向上につながる競争力のある産地づくりを推進します。 また、ブランド化を図り、新鮮でおいしい藤沢産農水産物等を消費者である市民等に提供することで、藤沢農水産物等に対する愛着を感じていただき、消費者の購入意欲の向上に努めます。
10	41	中山 委員	○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (1) 藤沢ブランドの創出 (課題1) 「藤沢ブランド」の位置付けが不明確であり、他の「ブランド」「名産品」「特産品」等と混同する懸念がある。 (修正検討依頼) ふじさわ観光名産品協議会によって認定されている「ふじさわ観光名産品」、また、一次産品である海産物・農産物11品目が認定されている「ふじさわ特産品」との関係性を明確化すべきである。さらに、「かながわブランド」での製品名の登録を踏まえ、棲み分けと交通整理*2とが必要。 *2 交通整理 内在する問題の解消が必要。例えば藤沢産トマトは、「ふじさわ特産品」の中では「湘南トマト」であるが、「かながわブランド」では「さがみのトマト」となり、「しょうなんトマト」は平塚・大磯等産に使用される。	・藤沢ブランドとは、ブランド化を図ることにより、藤沢産農水産物の付加価値を高めるとともに、市民に藤沢産農水産物に対して愛着を持っていただくためものと考えております。 ・登録名が異なることについては、「藤沢観光名産品」の名産品・特産品の登録は3年に1度、更新がされるため、関係機関と相談のうえ、名称変更について働きかけてまいります。	【具体的な取組】 (新) ア 藤沢ブランドとなる新たな製品の創出 市は、JAさがみや漁業協同組合、生産者等と連携し、地域の特性等を活かした藤沢ブランドとなる新たな製品の開発を支援します。 イ 藤沢産農水産物を利用した加工品の開発支援 市は、JAさがみや漁業協同組合、生産者等と連携し、6次産業化の推進に努め、藤沢産農水産物の付加価値を高めるための生産者と関係機関が連携して行う藤沢産農水産物を利用した加工品の開発を支援するなど、そのブランド化の取組を推進します。	【具体的な取組】 (新) ア 藤沢ブランドとなる新たな二次産品の創出 市は、JAさがみや漁業協同組合、生産者等と連携し、地域の特性等を活かした藤沢ブランドとなる新たな二次産品の開発に努めます。 イ 藤沢産農水産物を利用した加工品の開発支援 市は、藤沢産農水産物の付加価値を高め、ブランド化につながる6次産業化の取組を推進し、生産者等が行う藤沢産農水産物を利用した加工品の開発を支援します。

No	ページ	提案者	前回会議での意見等	変更点・考え方	変更内容	
					前	後
11	41	中山委員	<p>○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (1) 藤沢ブランドの創出 ウ 未利用魚の利用促進</p> <p>「ウ 未利用魚の利用促進」については、SDGsの取組、食品ロスの取組を言っており、江の島片瀬漁業協同組合が実施している江の島フィッシャーマンズマルシェなどが該当してくると思うが、もう少し充実して記載することを希望する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 加工品やイベントでの使用において、利用促進を図ることを追記。 未利用魚の用語解説を追記 		
12	41・55	事務局		<p>○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (1) 藤沢ブランドの創出</p> <p>具体的な取組の(ウ)の名称を変更。 変更理由としては、利用促進だと需要拡大等の意味合いが強いため、利用促進を図ることにより、認知度向上に努め、将来的にブランド化まで繋げていくという意味で「未利用魚の認知度向上」に修正。</p>	<p>(新)ウ 未利用魚の利用促進 市は、漁業協同組合や関係機関と連携し、水産物の流通過程において、魚体の形やサイズが不揃いであったり、漁獲量が少なくロットがまとまらないなどの理由から、非食用に回されたり、低い価格でしか評価されない「未利用魚」の利用促進及び認知度向上に努めます。</p>	<p>(新)ウ 未利用魚※18の認知度向上 市は、漁業協同組合や関係機関と連携し、<u>未利用魚を活用した加工品の開発やイベントにおける販売や食材としての使用などにおいて利用促進を図ることにより、未利用魚のPRに努めます。</u></p> <p>(用語解説) <u>※18 未利用魚</u> <u>水産物の流通過程において、魚体の形やサイズが不揃いであったり、漁獲量が少なくロットがまとまらないなどの理由から、非食用に回されたり、低い価格でしか評価されない魚</u></p>
13	41	青柳委員	<p>○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (1) 藤沢ブランドの創出 ウ 未利用魚の利用促進</p> <p>テレビ神奈川の情報番組で、未利用魚が漁獲量の大半を占めることを知り、未利用魚の利用促進について再認識した。</p>			

No	ページ	提案者	前回会議での意見等	変更点・考え方	変更内容	
					前	後
14	42	中山委員	<p>○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (1) 藤沢ブランドの創出 【目標値の設定】</p> <p>①ブランド力が強いとは言えない「かながわブランド」への登録件数を増やすだけでは、「藤沢ブランド」のブランド力を高める効果は期待できない。 (追加検討依頼) 全国的なレベルでのブランド力向上に寄与するブランドリストへの登録を目標値に追加する。 例：全国規模のプロジェクトであるプライドフィッシュを目標値に加える。</p> <p>②現状において「かながわブランド」への登録産品に「藤沢・ふじさわ」と名がつくものが皆無であるのに「藤沢ブランド」力の向上が期待できるか。 目標値である「かながわブランドへの登録件数」に「藤沢・ふじさわ」を冠、或いは引用する産品の登録数値目標を加える。 今後の課題として、藤沢ではブランド力が弱い、湘南に頼る傾向があるが、「湘南ふじさわ」などに名称を変更してもらう働きかけが必要である。</p>	<p>①プライドフィッシュについては、県域で登録数が制限されています。それと比較し、「かながわブランド」は、農水産物や加工品など、幅広く登録が行えるため、本計画では、「かながわブランド」への登録を目標設定としています。 目標設定していないブランド力向上に寄与するブランドリストへの登録についても、「かながわブランド」への登録とあわせて進めていく必要があると考えています。</p> <p>②今後、「かながわブランド」へ登録する藤沢農水産物や加工品については、「藤沢・ふじさわ」を冠に付けていただけるよう関係機関に働きかけをしていきます。そのため、目標値に「登録名に「藤沢・ふじさわ」が入っているもの」を追記します。 今後の課題の既存の名称の変更については、現時点でブランド化がされているものもあるため難しいとは思いますが、機会を捉えて働きかけをしていく必要があると考えています。</p>	<p>【目標値の設定】 《目標》 取組項目：藤沢ブランドとなる新たな産品の創出 目標値：かながわブランド※16への登録件数 ・現状（令和2年度） 18件 ・5年後目標（年1件増加） 23件</p>	<p>【目標値の設定】 《目標》 取組項目：藤沢ブランドとなる新たな産品の創出 目標値：かながわブランドへの登録件数 ・現状（令和2年度） 18件 ・5年後目標（年1件増加） 23件 うち登録名に「藤沢・ふじさわ」が入っているもの 5件</p>
15	43	田中委員	<p>○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (2) 藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化</p> <p>食育の成就が地産地消施策のポイントだと思っています。給食で食べることはもちろんですが、コロナ禍で在宅ワークが増えたことによる中食の変化があります。 「レシピコンテスト」をウェブ上で行う自治体が増える傾向だと思います。 年代別（小学生・中高生・大学・メンズなど）やカテゴリー（お米、お魚、お肉など）で区分けする。</p>	<p>本市においても、2010年（平成22年）から2012年（平成24年）にかけて、市とNPO法人の協働事業「農商校連携地域食材理解推進普及事業」として、「藤沢市地産地消レシピコンテスト」を開催し、優秀レシピは次年度の小学校給食メニューや市内レストランメニューとして採用され、ホームページ等でレシピを紹介しました。 来年度以降に、健康づくり課でレシピコンテストの開催を検討していると伺っていますので、連携しての開催など、具体的な取り組みについて、実行委員会でご意見をいただき検討していく必要があると考えています。</p>		

No	ページ	提案者	前回会議での意見等	変更点・考え方	変更内容	
					前	後
16	43 ・ 55	事務局		<p>○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (2) 藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化</p> <p>具体的な取組の「エ」の名称と内容を修正</p>	<p>(新) エ 給食を通じた藤沢産農水産物の情報発信 市は、単に給食に藤沢産農水産物等を使用するだけでなく、学校給食で使用されている藤沢産農水産物と生産者の紹介などを家庭向けに情報発信することにより、園児・児童・生徒や保護者が藤沢産農水産物への理解を深めるための取組を推進します。</p>	<p>(新) エ 給食を通じた家庭への情報発信 市は、単に給食に藤沢産農水産物等を使用するだけでなく、家庭においても、藤沢産農水産物等について理解を深めてもらえるよう家庭向けの情報発信に努めます。</p>
17	44	事務局		<p>○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (2) 藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化</p> <p>【目標値の設定】の《目標1》の保育園の5年後の目標値を修正</p>	<p>(保育園) ・現状(令和2年度実績) 1園 20kg ・5年後目標 14園1,120kg ※1週間で使用する量を20kgと想定し、新米の時期に1園で4週間使用すると仮定して目標値を算出。 $20\text{kg} \times 4\text{週間} \times 14\text{園} = 1,120\text{kg}$</p>	<p>(保育園) ・現状(令和2年度実績) 1園 20kg ・5年後目標 14園 1,000kg ※現状の数値については、令和2年度にまたの保育園において、試行的に藤沢産米「はるみ」を20kg使用したものを。 ※5年後は、新米の時期に1か月間藤沢産米を使用することを目標とし、目標値については、令和2年度の保育園14園での米の使用量のひと月平均である1,000kgとする。</p>
18	44 ・ 45 ・ 46	事務局		<p>○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (2) 藤沢産農水産物等の学校・保育園給食供給強化</p> <p>①45、46ページの「学校給食における青果物の藤沢産の使用状況について」の表を数値を一部修正</p> <p>②【目標値の設定】の《目標2》の現状と5年後の目標値を修正</p>	<p>《目標2》 取組項目：イ 藤沢産農水産物等の利用促進 オ 学校・保育園周辺で生産されている農産物の活用 目標値：学校給食における青果物の藤沢産使用割合 (小学校及び特別支援学校) ・現状(令和2年度) 18.2% ・5年後目標(年1%増加) 23.2%</p>	<p>①資料3の45、46ページを参照</p> <p>②《目標2》 取組項目：イ 藤沢産農水産物等の利用促進 オ 学校・保育園周辺で生産されている農産物の活用 目標値：学校給食における青果物の藤沢産使用割合 (小学校及び特別支援学校) ・現状(令和2年度) 17.7% ・5年後目標(年1%増加) 22.7%</p>
19	47	青柳委員	<p>○第5章 第5期計画における施策 重点的に取り組む施策 (3) 地産地消の普及啓発・食育施策等との連携強化 オ 藤沢産農水産物等の表示</p> <p>野菜購入時に、藤沢産ロゴマークがついていると、新鮮さを感じます。シールの効果があると思う。</p>			

No	ページ	提案者	前回会議での意見等	変更点・考え方	変更内容	
					前	後
20	49	田中委員	<p>○第5章 第5期計画における施策 長期的に取り組む施策 (1) 藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策 ア 安全・安心な藤沢産農産物の生産・流通体制の整備 (イ) 生産履歴の普及</p> <p>「有機JAS」につながるGAPの取得は農家様の業務増になるのでデジタル利用手段(DX)で積極的に行政でフォローして頂きたい事項です。また、消費者も「無農薬・低農薬・有機栽培」をキッチンと理解すべきですので大規模販売店のバイヤーや商品試験室などと協議し買い手側の知識改善も並行できれば素晴らしいと思います。</p>	<p>・GAPの取得がすべて「有機JAS」につながるものでないと考えております。 生産履歴は、播種・定植・収穫・出荷の記録や農薬の使用記録などが確認できるもので、有機農業や慣行農業に関係なく、生産履歴の普及を推進してまいりたいと考えています。 ・申請手続きが農家の業務負担になることについては、国においては、各種申請においてデジタル化の推進に取り組んでおり、本市においてもデジタル化の推進に取り組んでいますので、農業者及び水産業者の負担軽減につながるようなデジタル化の取組を進める必要があると考えています。 ・買い手側の知識改善については、実行委員会でご意見をいただき、具体的な取組について検討していく必要があると考えています。</p>		
21	49	事務局		<p>○第5章 第5期計画における施策 長期的に取り組む施策 (1) 藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策 ア 安全・安心な藤沢産農産物の生産・流通体制の整備 (ウ) 持続可能な生産及び流通体制への取組支援</p> <p>(ウ)の記載については、53ページの「持続可能な生産環境への支援」と重複するため、削除</p>	<p>(ウ) 持続可能な生産及び流通体制への取組支援 市は、消費者が求める安全・安心な農水産物を提供するための化学農薬や化学肥料の使用の低減による環境負荷の軽減や水産資源の保護・増殖を目的とした稚魚・稚貝放流などの持続可能な農業及び水産業に対する取組を支援します。また、生産者が安定して出荷ができるよう出荷の際に使用する再利用が可能な環境に配慮した出荷資材などの支援に努めます。</p>	削除
22	50・51・55	田中委員	<p>○第5章 第5期計画における施策 長期的に取り組む施策 (1) 藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策 ウ 藤沢産農水産物等のおいしい・旬の普及啓発・情報提供 (ウ) 「おいしい藤沢産」ホームページ等での情報発信</p> <p>先週の「人生の楽園」でトマト農家様がピザを移動販売している情報がありました。さがみはらのお客様で藤沢移住を真剣に考えるお客様がいらっしゃいました。湘南藤沢の魅力伝える手段として最高の手段だと思いました。 野菜農家様がお店に納品される際、直ぐ商品を手にとって購入されるお客様は「農家の一番やっている食べ方・農家の奥様の野菜処理方法とレシピ」を聞いている方が多くHP・メルマガでアップすると特徴が出ると思います。</p>	<p>農業者や漁業者が、実践している食べ方を紹介するため、「(ア) 藤沢産農水産物等のおいしい食べ方等のPR」に、「農業者・漁業者のとおきレシピ」を追記</p>	<p>(ア) 藤沢産農水産物等のおいしい食べ方等のPR 市は、関係機関と連携し、新鮮でおいしい・旬の藤沢産農水産物等を使用したおいしい食べ方のレシピや藤沢産農水産物等の丸ごと使い切りレシピなどをPRします。</p>	<p>(ア) 藤沢産農水産物等のおいしい食べ方等の情報発信 市は、生産者や関係機関と連携し、「新鮮でおいしい・旬の藤沢産農水産物等を使用したおいしい食べ方のレシピ」「藤沢産農水産物等を使用した丸ごと使い切りレシピ」「農業者及び漁業者のとおきレシピ」など、様々な食べ方について情報発信します。</p>

No	ページ	提案者	前回会議での意見等	変更点・考え方	変更内容	
					前	後
23	51	事務局		<p>○第5章 第5期計画における施策 長期的に取り組む施策 (1) 藤沢産農水産物の付加価値向上に取り組む施策 エ 藤沢産農水産物等の需要拡大・供給強化 (ア) 藤沢産利用推進店の充実</p> <p>オンライン化による申請手続きの負担軽減について追記</p>	<p>(ア) 藤沢産利用推進店の充実 市は、「藤沢産利用推進店」登録店舗数の増加及び「藤沢産利用推進店」における藤沢産農水産物等の需要拡大に向け、藤沢産農水産物等の入手先情報の提供等に努めます。</p>	<p>(ア) 藤沢産利用推進店の充実 市は、「藤沢産利用推進店」登録店舗数の増加及び「藤沢産利用推進店」における藤沢産農水産物等の需要拡大に向け、藤沢産農水産物等の入手先情報の提供等に努めます。 また、申請手続きの負担軽減を図るため、申請手続きのオンライン化を推進します。</p>
24	52	田中委員	<p>○第5章 第5期計画における施策 長期的に取り組む施策 (2) 本市農水産業を維持・発展させるため継続的に取り組む施策 ア 担い手の育成支援及び確保 (ウ) 農福連携による担い手の育成</p> <p>◎「具体的な取り組み」の中に入れて頂きたいこと 農福連携による担い手の育成で、「農地の確保と遊休地利用方法」のアドバイスが出来れば農業従事される方が入りやすいと思います。また、NPO法人化なども期待できると考えます。</p>	<p>現在、農福連携による担い手の育成に限らず、農外からの新規参入者などに対しても、農地の確保や遊休農地の活用も含め、参入に関する支援と参入後のフォローアップを実施しています。</p>		
25	56	田中委員	<p>○第6章 計画の推進にあたって</p> <p>PDCAサイクルで回していくことは現在の計画と同じかと思いますが、KPI（目標達成重要達成指標）の置き方が一番大切になるはず。数値の裏付け（達成可能数値）を「5年で達成する数値（マイルストーン）」を「3年で達成できる数値」にし、残り2年を再修正（達成数値で+αするか、下方修正加味するか）の判断を部会で行なうようにしてはいかがですか。</p>	<p>5年後の目標値を設定した中で、計画の推進にあたっては、毎年、地産地消推進協議会において、進捗状況や今後の見通しを報告し、その中で協議会の意見を伺い、目標設定の変更も踏まえ柔軟に対応していきたいと考えています。</p>		