

栃木市有機農業実施計画（案）



令和 7 年 3 月

栃木市

目次

1. はじめに.....	1
1-1. 計画の趣旨.....	1
1-2. 計画の位置づけ.....	1
1-3. 計画期間.....	2
1-4. 本計画における有機農業の定義.....	2
2. 栃木市の現状.....	4
2-1. 本市の農業の現状.....	4
2-2. 本市の有機農業の現状.....	4
3. 栃木市の有機農業に関する各種調査結果.....	5
3-1. 市内有機農業者へのヒアリング調査.....	5
3-1-1. 調査概要.....	5
3-1-2. 調査結果概要.....	5
3-2. 市内慣行農業者へのアンケート調査.....	7
3-2-1. 調査概要.....	7
3-2-2. 調査結果概要.....	7
3-3. 消費者へのアンケート調査.....	10
3-3-1. 調査概要.....	10
3-3-2. 調査結果概要.....	10
3-4. 市内流通小売事業者へのヒアリング調査.....	15
3-4-1. 調査概要.....	15
3-4-2. 調査結果概要.....	15
4. 栃木市における有機農業を推進する上での課題.....	17
4-1. 有機農産物等の生産段階における課題.....	17
4-2. 有機農産物等の流通・加工における課題.....	21
4-3. 有機農産物等の販売・消費における課題.....	24
5. 有機農業を推進するために取り組む施策.....	26
5-1. 施策一覧.....	26
5-2. 生産段階における取組.....	27
5-3. 流通・加工段階における取組.....	31
5-4. 販売・消費段階における取組.....	34
6. 栃木市の有機農業が5年後に目指す姿.....	36
6-1. 目標項目の考え方.....	36
6-2. 5年後に目指す姿.....	36
7. 取組の推進体制.....	37
7-1. 推進体制.....	37
7-1-1. 推進体制図.....	37
7-1-2. 関係者の役割.....	37

1. はじめに

1-1. 計画の趣旨

人々は「自然の恵み」を受けて生活しており、将来にわたり安定した生活を送るためには、生物多様性を守りつつ利用していけるような「社会的な仕組み」を作ることが必要であり、農業分野においても、地球環境に配慮した持続可能な農業生産の実現を目指す必要があります。

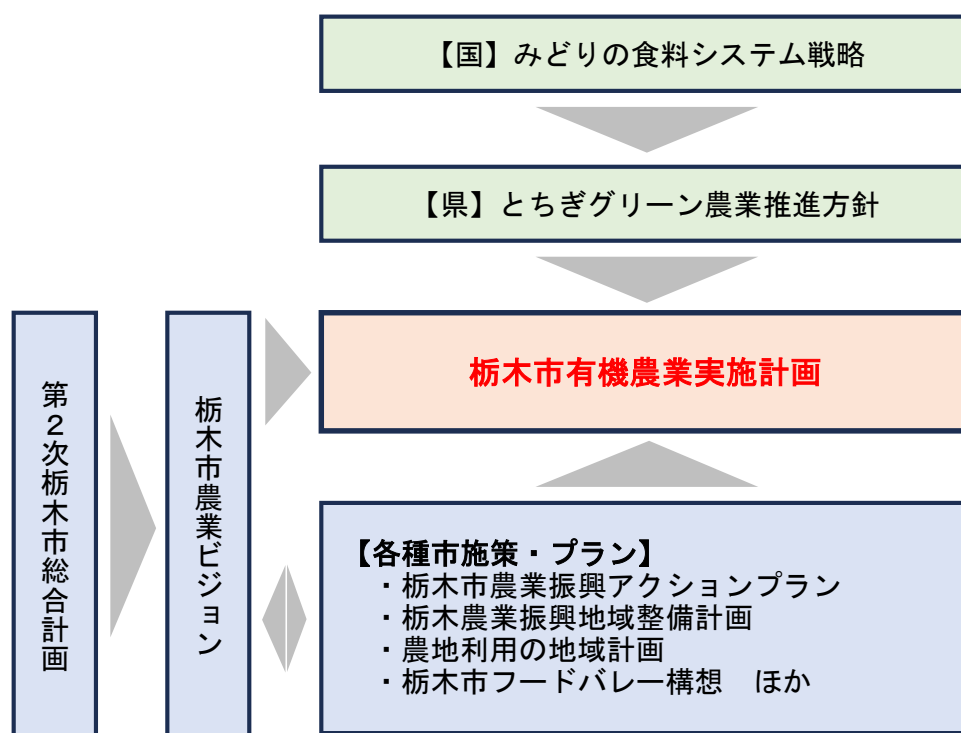
こうした中、令和3年5月には、国が「みどりの食料システム戦略」を、令和5年3月には、県と県内市町において「とちぎグリーン農業推進方針」を策定しました。

また、本市はラムサール条約登録湿地の渡良瀬遊水地を有し、コウノトリが舞う魅力的な地域づくりを目指しており、餌場として農地が活用されることが期待されています。

このようなことから、本市が環境に配慮した農業の取組の一つとして有機農業を推進していく上で、有機農業の生産・流通・消費の各段階における現状と課題を把握し、有機農業推進のための知識と理解を深め、産地づくりに向けた方針や具体的な取組内容を示すため、本計画を策定し、「オーガニックビレッジ宣言」を行うものです。

1-2. 計画の位置づけ

本計画は、国において策定された「みどりの食料システム戦略」、及び県と県内市町において策定された「とちぎグリーン農業推進方針」の趣旨を踏まえるとともに、第2次栃木市総合計画をはじめとする各種計画との整合性を図ります。



1-3. 計画期間

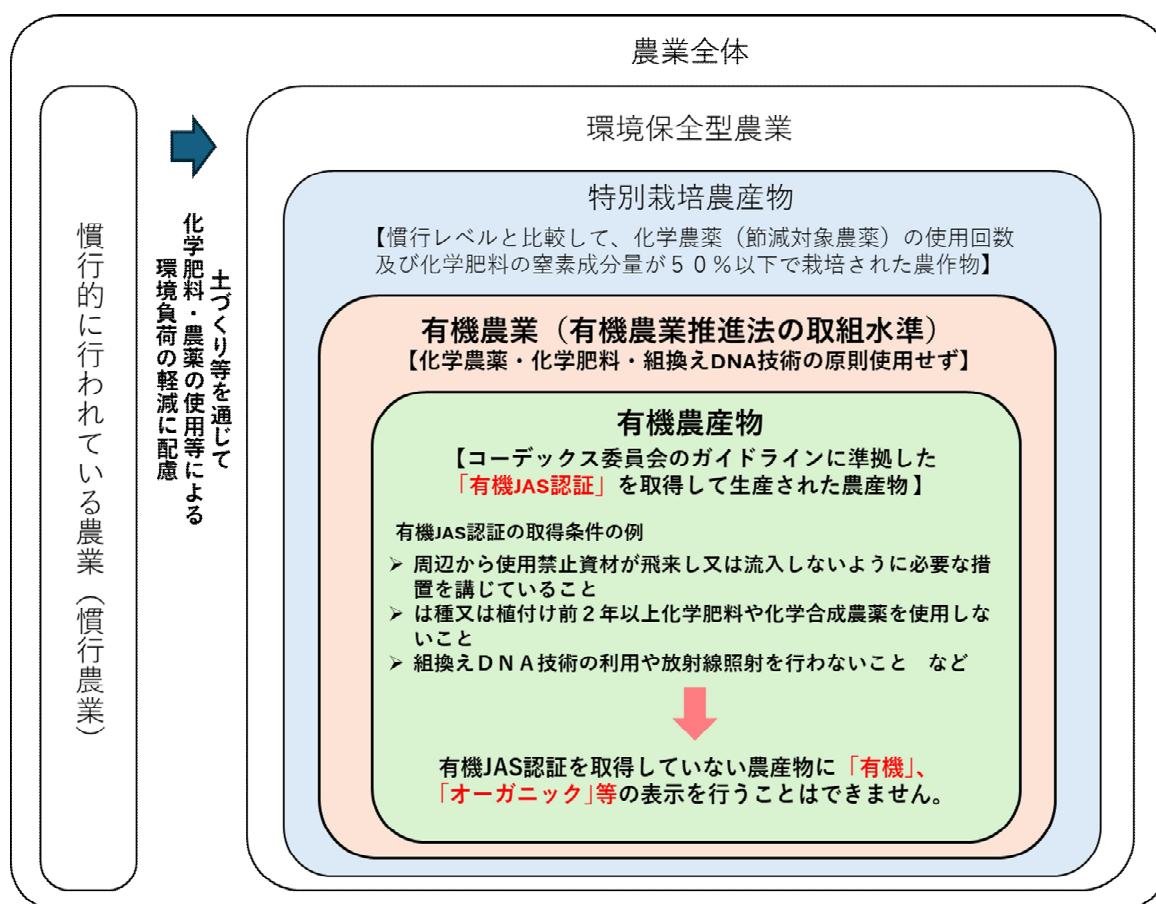
令和7年度～令和11年度（5年間）

1-4. 本計画における有機農業の定義

本計画における有機農業の定義については、有機農業の推進に関する法律第2条に定める「化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと並びに遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業」に準拠するものとします。

■有機農業や有機農産物の用語の関係性

（農林水産省「有機農業をめぐる事情」（令和6年9月）を基に作成）



■用語説明

➤ 慣行的に行われている農業（慣行農業）

農薬や肥料の投入量、散布回数等において、相当数の生産者が実施している一般的な生産方式による農業

➤ 特別栽培農産物

生産された地域の慣行レベル（各地域の慣行的に行われている節減対象農薬及び化学肥料の使用状況）と比較して、節減対象農薬の使用回数が50%以下、かつ化学肥料の窒素成分量が50%以下で栽培された農産物

➤ 有機農産物

有機 JAS 認定事業者が生産した農産物。堆肥等による土づくりを行い、播種又は植付け前2年以上及び栽培中に（多年生作物の場合は収穫前3年以上）、原則として化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないで生産された農産物

➤ 有機 JAS 認証制度

農林水産大臣から許可を受けた登録認定機関（第三者認証機関）が、日本農林規格等に関する法律（JAS 法）で定められた特別な生産方法（JAS 規格）に基づき生産する者を認定する制度であり、有機農産物等※が有機 JAS 規格に適合していると判断されたものに有機 JAS マークを付し、「有機」の表示ができる制度

※本計画では、有機農業により栽培された農産物（有機 JAS 認定事業者が生産した農産物に限らない）を「有機農産物等」と表現します

2. 栃木市の現状

2-1. 本市の農業の現状

本市は、首都圏から1時間と利便性の高い場所に位置しており、渡良瀬川や思川など豊富な水資源を有しています。また、気候も平均気温が14℃と比較的温暖で、特に冬の日照時間が長いという特徴があります。

2020年農林業センサスによると、経営耕地面積は7,391haと県内で4番目となっており、田の74%で農地整備が完了し、生産性に優れた優良な農地を有しています。それらの本市の営農環境を最大限活用して、米、二条大麦、大豆などの土地利用型農業や温暖な気候と日照時間を活かした、トマト、いちごやニラなどの施設園芸が盛んです。

また、農業経営体は2,992経営体のうち、個人経営体が2,917経営体であり、その割合は97.5%と全国と比べても個人経営体の割合が若干高くなっています。

2-2. 本市の有機農業の現状

現在、市内には5件の有機農業者（うち3件が有機JAS認証を取得）がおり、取組面積17ha（本市経営耕地面積の約0.23%）において、米・麦・大豆から野菜（玉ねぎ、大根、にんじん、じゃがいも、唐辛子など）にわたり多様な生産が行われています。

しかしながら、栽培方法や流通・販売経路においては、個々の取組によるものが大きい現状があります。

3. 栃木市の有機農業に関する各種調査結果

3-1. 市内有機農業者へのヒアリング調査

3-1-1. 調査概要

- ・調査目的：

既存の市内有機農業者が個々に取り組んできたことによる問題や課題、さらに、その対応策に関する意見等を把握し、本市有機農業の推進に向けた有効な取組など、検討の参考とすることを目的とします。

- ・調査対象：市内有機農業者 5 件
- ・調査方法：対面によるヒアリング調査
- ・調査期間：令和 6 年 8 月上旬～9 月中旬

3-1-2. 調査結果概要

① 有機農業に関する栽培技術等の習得・向上への支援を求める意見

有機農業を始めた当初の課題として、栽培技術の習得が挙げられました。本市の有機農業者は独学や研修を積むなどにより栽培技術を習得してきましたが、病害虫や土壌の管理など、有機農業ならではの適正技術は異なることがあり、就農後に思うように収量・品質を確保できなかったという意見が聞かれました。

有機農業者を増やしていくにあたり、就農後に経営が維持できる収量・品質が確保できるように、病害虫や土壌の管理のほか、販路の確保や地域における慣行農業との共生など、まずは基本的な知識の習得や情報共有を行っていくことが必要となります。

② 省力化に寄与する技術・資材等の普及支援を求める意見

有機農業を行う上での課題として、除草や害虫防除などの管理作業の省力化が挙げられました。有機農業では化学合成農薬を使用できないため、手作業や機械・資材（マルチ）を用いた除草、害虫の発生を防ぐ資材活用・栽培方法（害虫忌避剤（酢と焼酎の混合液）の散布や捕虫等）などの対策を行っていますが、慣行農業に比べてこうした管理作業に手間がかかるため、それぞれの有機農業者が効率的な作業方法・資材等を試行錯誤している状況にあります。

こうした状況を踏まえて、省力化等の技術や管理資材情報等の提供・共有のほか、気象や土壌等地域特有の条件における対策が必要な場合、実証ほ場等を活用した効果検証等も含めた取組の検討が求められます。

③ 有機農産物等の販路開拓への支援を求める意見

有機農業は原則農薬等を使用しないで栽培することから、規格外や不整形の農産物も多くなります。一般的に、こうした規格は評価が低くなる傾向にあるため、有機農産物等の特性を理解・評価してもらう必要がありますが、有機農業を始めた直後は有機 JAS 認証を取得

できない[※]ため、有機農業で栽培された農産物であるにも関わらず、適正な評価がされにくいという有機農業者からの意見が聞かれました。

また、一般的な慣行農業においても、生産行為をしながら自らが営業までを行い、販売先を開拓していくことは容易ではない中で、有機農業においては慣行農業に比べて小規模かつ収量が低いことから、自ら販売先を開拓せざるを得ない状況もあります。

こうした点を踏まえ、特に、有機 JAS 認証を取得していない有機農業で栽培された農産物においては、適正に評価をしてもらうための情報発信や販路開拓支援、ブランディング等を後押ししていく動きが求められています。

※有機 JAS 認証は、申請するほ場で 2 年以上有機的管理(有機 JAS 法で禁止されている農薬や化学肥料を使用していないこと)が認証の条件となる

④ 加工品製造の必要性を指摘する意見

農産物の生産は天候等に左右されるため、収益確保のためには物量をコントロールして価格を調整したり、高付加価値化を図ることが必要になります。物量及び価格調整のために余剰となった農産物を加工にまわすことは有効であり、加工品を周年販売できるよう計画的に加工農産物の生産に取り組むことは、安定収入の確保にもつながります。

特に、有機農業は慣行農業に比べて生産規模が小さいことから、販売価格及びそれに伴い収入環境が不安定になることは、農業経営に大きな影響を与えることにつながるため、加工品の製造に取り組めるとよいという意見が聞かれました。

加工品の製造には、「自ら製造」を行うか、「事業者加工製造を委託（OEM）」することなどが考えられますが、自ら製造する場合には投資の必要性が発生するほか、いずれも製造した加工品の販路開拓も発生することから、まずは既存の販売先である流通・小売業者等と生産・出荷計画を詰めた上で、加工品製造のあり方を検討していく必要があります。

⑤ 慣行農業者へ有機農業の理解を求める意見

有機農業に取り組むにあたり、病虫害防除や雑草管理のあり方が慣行農業とは異なるため、周辺の慣行農業者の理解が得られにくいという意見が聞かれました。特に雑草管理については、化学合成農薬を使用せず、雑草が発生した後に手や機械により除草を行うことについて、慣行農業者より「ほ場の手入れが行き届いていない」といった印象を持たれることがあり、規模拡大を志向する際に農地を借りづらくなるなどの問題も発生しています。

有機農業と慣行農業は、雑草や害虫、それに伴う農薬の使用等の面で互いにリスクを抱える関係にあるため、互いの農法への理解を促進し、その農法に配慮した管理を行っていくことが求められます。なお、こうした互いの理解促進と配慮は、新たに有機農業に取り組む農業者を増やしていくためにも重要となります。

3-2. 市内慣行農業者へのアンケート調査

3-2-1. 調査概要

・調査目的：

市内慣行農業者の有機農業の理解度や今後の取組意向、有機農業に取り組むにあたっての課題を把握し、本市有機農業の推進に向けた有効な取組など、検討の参考とすることを目的とします。

・調査対象：市内慣行農業者 200 名

・調査方法：郵送アンケート（選択・記述式）

・調査期間：令和 6 年 6 月下旬～7 月下旬

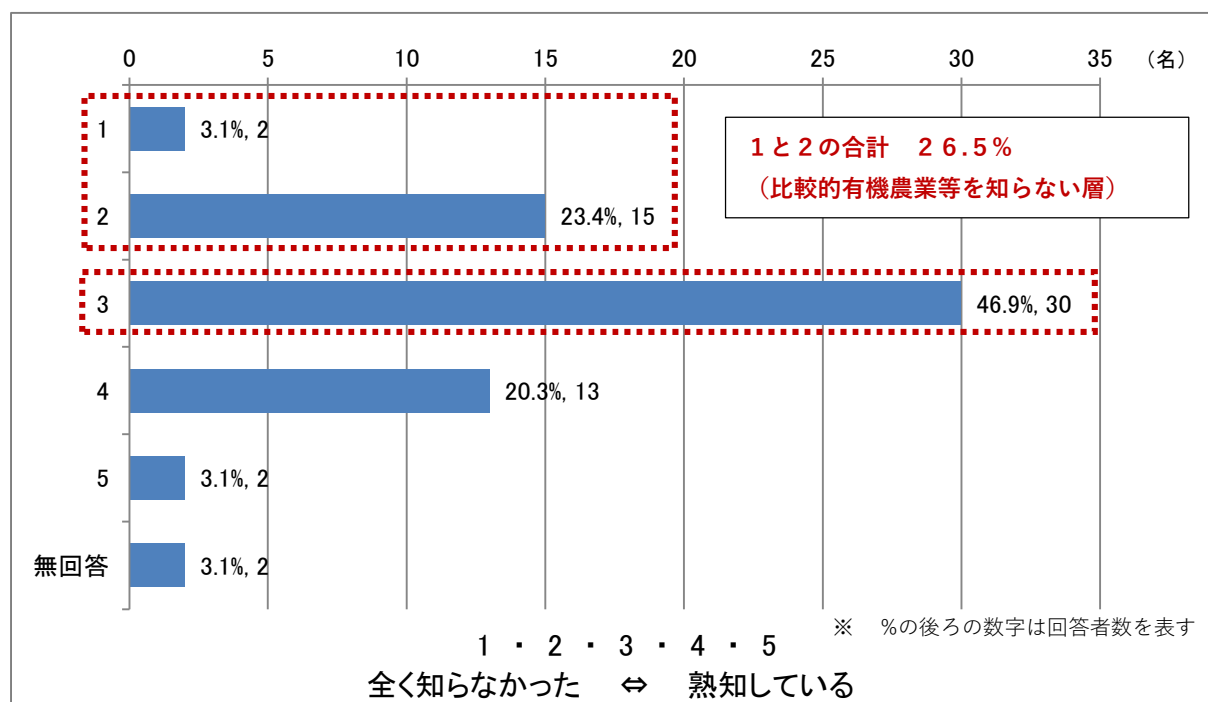
・回答数：64 件（回答率 32.0 %）

3-2-2. 調査結果概要

① 有機農業等について比較的知らない層が 26.5 % となった

「有機農業等について、どの程度知っていましたか？」という質問に対して、1 を「全く知らなかった」、5 を「熟知している」の 5 段階評価で回答を得た結果、比較的有機農業等を知らない層（1 と 2 の合計）は 26.5 % と、全体の約 1 / 4 となりました。また、5 段階評価の中間である 3 の回答が 46.9 % と最も多くなっており、有機農業の理解促進にあたっては、こうした層に対する周知等に取り組み、有機農業を知っている層（4 と 5 の合計）の割合を引き上げていく必要があります。

問 2 - 1 「有機農業等について、どの程度知っていましたか？（5 段階評価）」



R6 市内慣行農業者アンケート調査

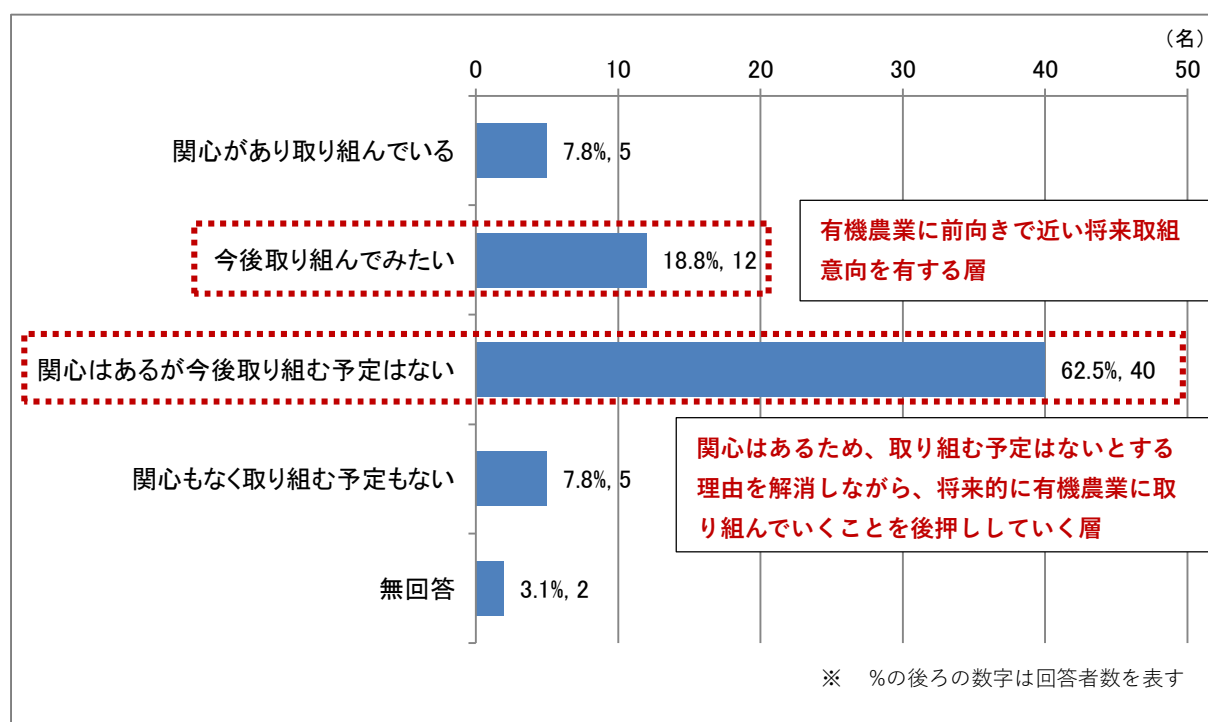
② 有機農業等に前向きな層が26.6%確認された

「有機農業等へのご関心や取組状況についてお答えください」という質問に対して、「今後取り組んでみたい」という回答は、18.8%と一定数存在することが確認されました。こうした農業者に対しては、実際に取組を始めるためのきっかけづくりとしての後押しを行う仕組みが必要になります。

また、「関心はあるが今後取り組む予定はない」は62.5%と最も高くなっています。何らかの課題があり関心を持ちつつも、取組意向はないと回答していることが考えられ、そうした課題を解決していくことで、有機農業を前向きに捉える慣行農業者を増やしていくことが必要になります。

有機農業に取り組む農業者を増やしていくにあたり、まずはこういった層を中心に、有機農業に着手していくための支援などを行っていくことが重要であると考えられます。

問2-2 「有機農業等へのご関心や取組状況についてお答えください」



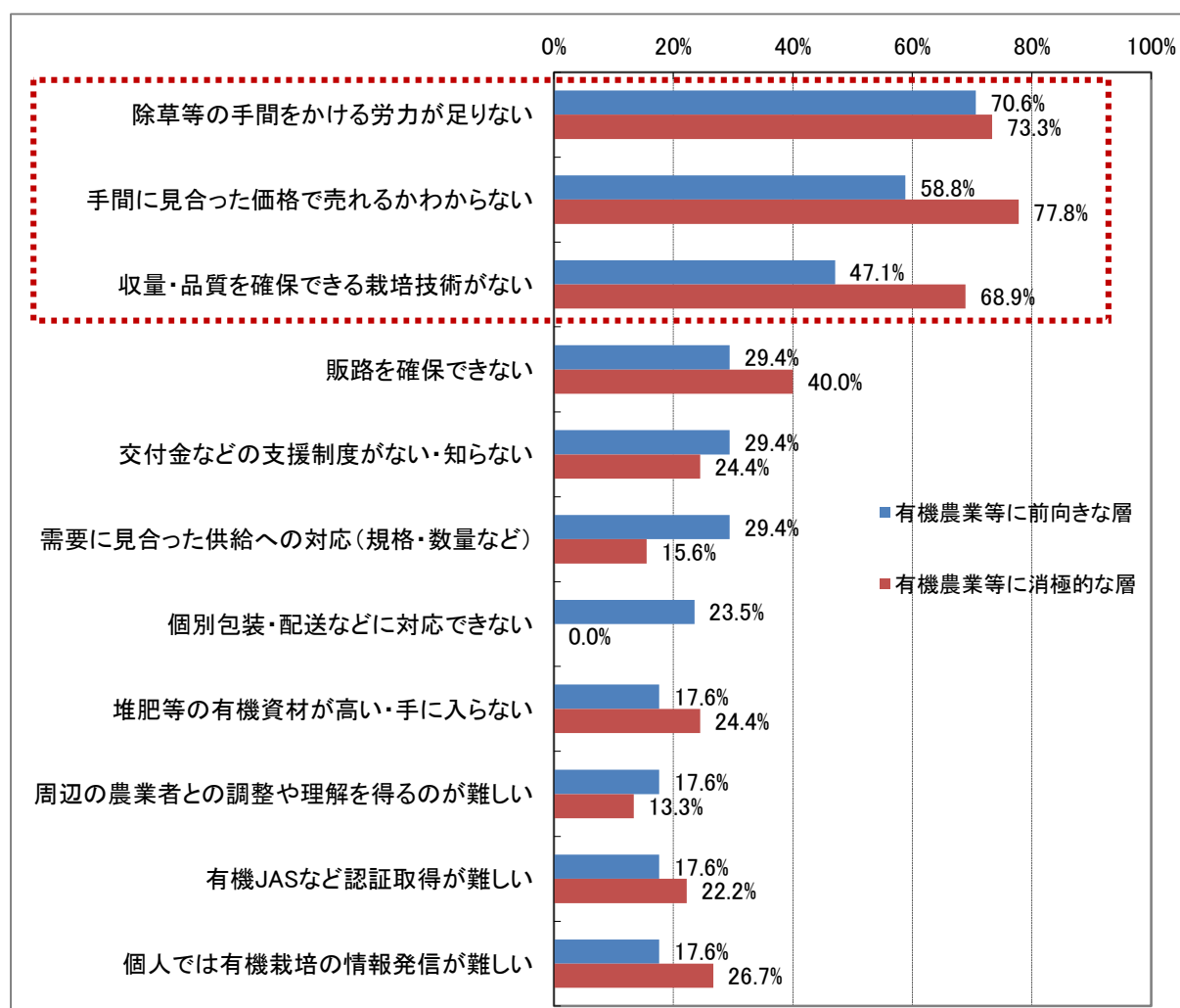
R6 市内慣行農業者アンケート調査

③ 有機農業等に取り組む上での課題として、「労力不足」「手間に見合った価格の確保」「収量・品質を確保できる栽培技術」の3点が確認された

「有機農業等に取り組む上での課題は何ですか？」という質問に対して、「除草等の手間をかける労力が足りない」「手間に見合った価格で売れるかわからない」「収量・品質を確保できる栽培技術がない」の3点が高い結果となり、一部の慣行農業者は関心がありつつも、こうした課題認識から取組意向を持たない方もいることが考えられます。

除草等の手間をかける労力が足りないという意見は、本市の農業経営体は大部分が個人経営体であり、農業者自身や家族で労力を賄っている中で、有機農業に取り組むことで新たな作業が発生する点を受け入れることが難しい現状があることなどが考えられます。

問4（積極層）・問3（消極層）「有機農業等に取り組む上での課題は何ですか？（複数回答）」



R6 市内慣行農業者アンケート調査

3-3. 消費者へのアンケート調査

3-3-1. 調査概要

・調査目的：

消費者の有機農産物の購入状況や購入時に重視している点、消費を拡大するために必要な取組などを把握し、本市有機農業の推進に向けた有効な取組など、検討の参考とすることを目的とします。

・調査対象：Questant (株)マクロミルモニター

・調査方法：web アンケート（選択・記述式）

・調査期間：令和6年8月13日～8月15日

・回答数：331件

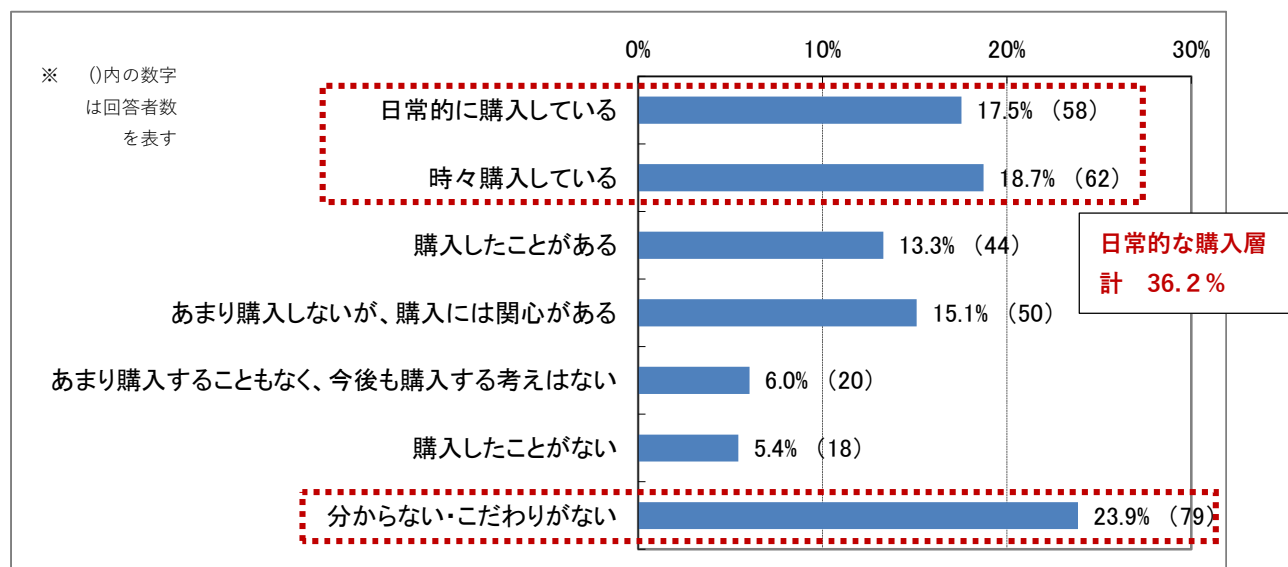
3-3-2. 調査結果概要

① 有機農産物の購入状況は「分からない・こだわりのない」が23.9%でトップ

「あなた（あなたの家計で）は、有機農産物（米や野菜、果物）を購入していますか。」という質問に対して、「分からない・こだわりのない」という回答が23.9%となり、選択肢の中では最も高い回答となりました。市内産有機農産物等の消費の裾野を広げていくためには、「分からない・こだわりのない」と回答した方が、有機農産物等に関心を持って手に取ってもらいやすくする必要があります。

なお、「日常的に購入している」「時々購入している」を合わせると36.2%となり、日常的な購入層としても一定数のニーズが確認されました。

問8「あなた（あなたの家計で）は、有機農産物（米や野菜、果物）を購入していますか。」



R6 消費者アンケート調査

② 有機農産物を購入している（購入したい）場所は「スーパーマーケット」がトップ

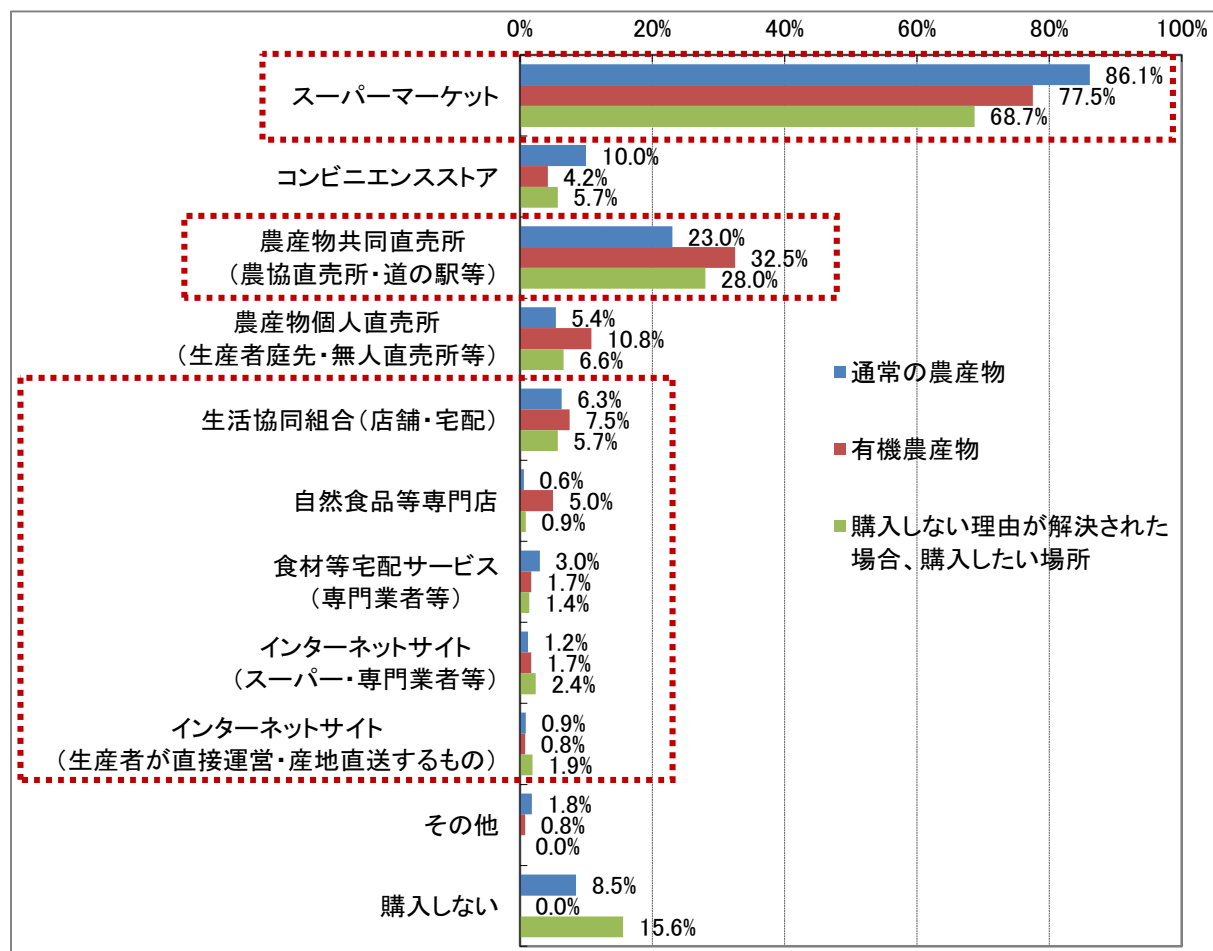
通常の農産物及び有機農産物を購入する場所の質問に対して、共通して「スーパーマーケット」が最も高く、次いで「農産物共同直売所（農協直売所、道の駅等）」が高い結果となりました。

有機農業に関する情報発信を図っていく際には、購入先として高い結果となったスーパーマーケット・農産物共同直売所（農協直売所、道の駅等）を中心的に取り組んでいくことが必要と考えられます。

一方で、生活協同組合（店舗・宅配）や自然食品等専門店、インターネットサイトを通じて有機農産物を購入している消費者もわずかではありますが確認されました。

多様な販路で消費者が存在することから、有機農業者個々の生産量や経営スタイルに合った販路選択を行っていける可能性があります。

問4・10・15「あなた（あなたの家計で）は、それぞれの農産物をどこで購入しますか（購入したいですか）。あてはまるものすべてお選びください。」



R6 消費者アンケート調査

※「通常農産物」：通常の農産物を購入する場所

「有機農産物」：日頃有機農産物を購入する方が有機農産物を購入する場所

「購入しない理由が解決された場合、購入したい場所」：

日頃有機農産物を購入しない方が有機農産物を購入しない理由が解決された場合に購入したい場所

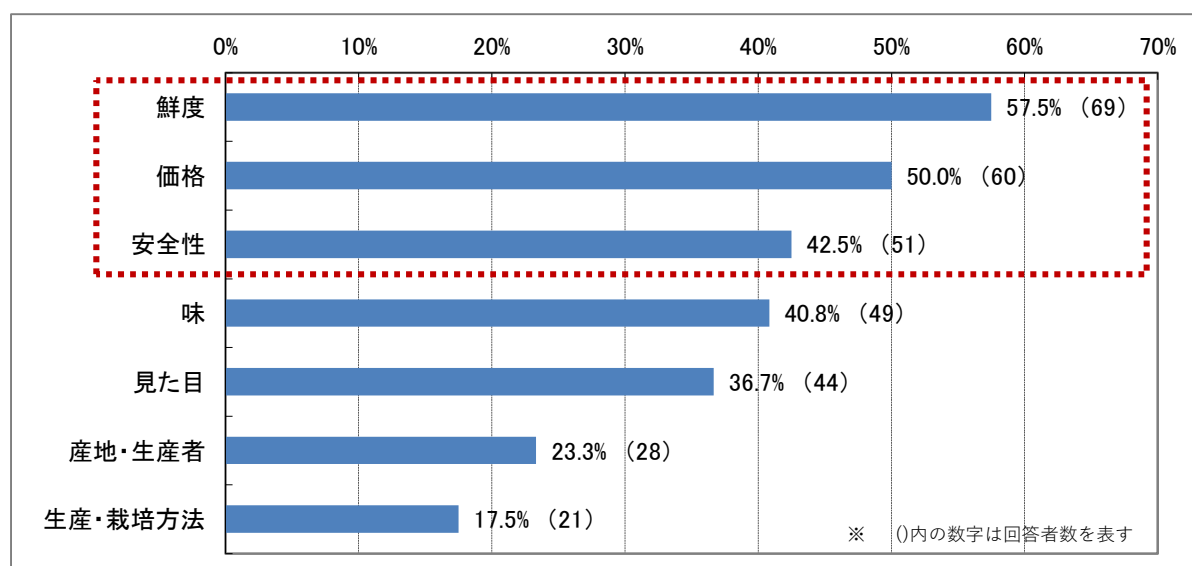
③ 有機農産物を購入する際に重視する点は「鮮度」が57.5%でトップ

有機農産物を日常的に購入する層※へそれらを購入する際に重視する点の質問に対して、「鮮度」が57.5%と最も高い結果となり、次いで「価格」「安全性」が高い結果となりました。

有機農産物等は、農薬・化学肥料に頼らない分、慣行農産物と比較して、一般的に収量が低く手間がかかることから、経営を維持するためには必然的に高単価で販売する必要があります。上位回答の3つの項目については、農産物全般に求められる要素だと考えられますが、有機農業の特性を消費者に理解してもらい、比較的高い価格を許容して購入してもらうための仕組みが必要になります。

※ 設問「あなた（あなたの家計で）は、有機農産物（米や野菜、果物）を購入していますか」に対して「日常的に購入している」「時々購入している」と回答した層

問13 「あなた（あなたの家計で）は、有機農産物（米や野菜、果物）を購入する際にどのような点を重視していますか。あてはまるものすべてお選びください。」



R6 消費者アンケート調査

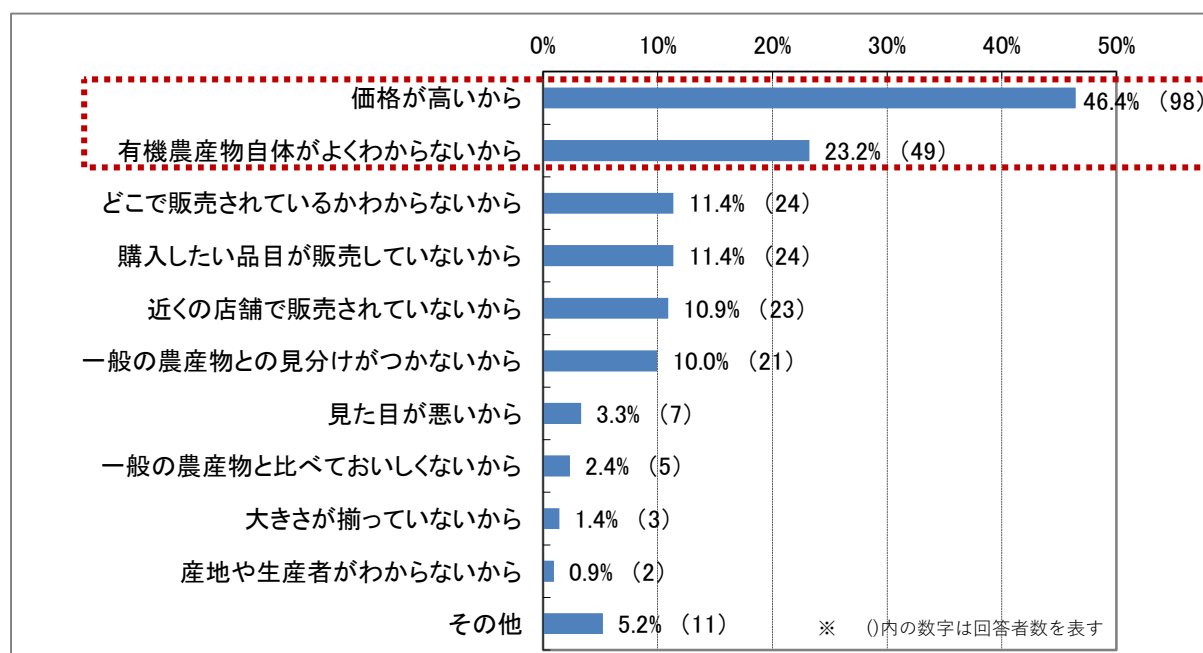
④ 日常的に有機農産物を購入しない理由は「価格が高い」が46.4%でトップ

有機農産物を購入しない層※へそれらを購入しない理由を聞いた質問に対して、「価格が高いから」が46.4%と最も高く、次いで「有機農産物自体がよくわからないから」が23.2%と高い結果となりました。

回答内容は異なりますが、どちらについても有機農業の特性についての情報提供などにより、有機農産物等への理解が深まり、消費促進につながる可能性が高いことから、購入層を広げるためには、消費者への有機農業や有機農産物等に関する理解促進を図っていくことが重要であると考えられます。

※ 設問「あなた（あなたの家計で）は、有機農産物（米や野菜、果物）を購入していますか」に対して「購入したことがある」「あまり購入しないが、購入には関心がある」「あまり購入することもなく、今後も購入する考えはない」「購入したことがない」「分からない・こだわりのない」と回答した層

問14 「あなた（あなたの家計）が、日常的に有機農産物（米や野菜、果物）を購入しない理由は何ですか。あてはまるものすべてお選びください。」



R6 消費者アンケート調査

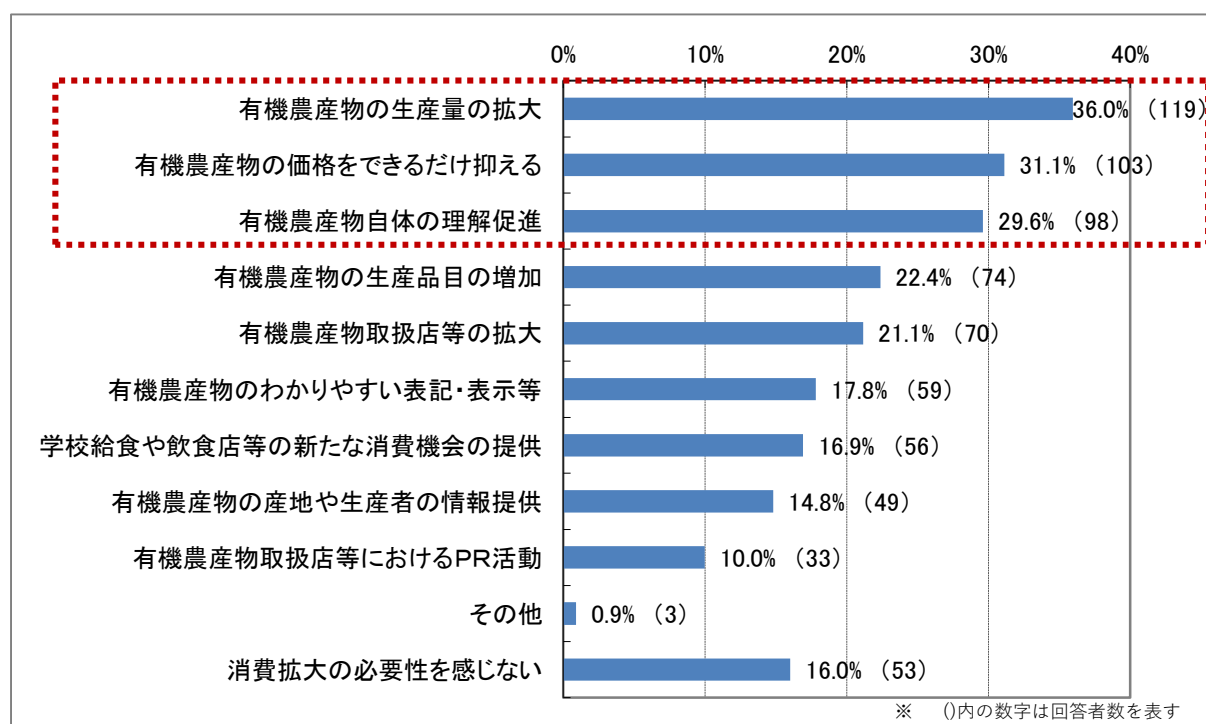
⑤ 有機農産物の消費を拡大するために必要なことは、「生産量の拡大」「価格を抑える」「有機農産物自体の理解促進」が高い

「有機農産物（米や野菜、果物）の消費を拡大するためにどのようなことが必要だと思いますか」という質問に対して、「有機農産物の生産量の拡大」が36.0%と最も高い結果となったほか、「有機農産物自体の理解促進」が29.6%と高い結果となりました。

この結果は、市内有機農業者へのヒアリング調査で把握した意見と同様であり、消費者の意見からも、有機農産物の生産振興や有機農産物自体の理解促進が求められていることがわかります。

また、「有機農産物の生産品目の増加」や「有機農産物取扱店等の拡大」も20%を超える回答となっているほか、「有機農産物のわかりやすい表記・表示等」や「有機農産物の産地や生産者の情報提供」、「有機農産物取扱店舗等におけるPR活動」も一定数の回答がみられており、生産量・品目の拡大と併せて、消費者と有機農産物等の接点となる購入先の拡大・情報発信が求められています。

問20「有機農産物（米や野菜、果物）の消費を拡大するためにどのようなことが必要だと思いますか。あてはまるものすべてお選びください。」



R6 消費者アンケート調査

3-4. 市内流通小売事業者へのヒアリング調査

3-4-1. 調査概要

- ・調査目的：

市内流通小売事業者における有機農産物等の調達・販売面での課題感や情報発信等に係る行政支援の要望等を把握し、本市有機農業の推進に向けた有効な取組等検討の参考とすることを目的とします。

- ・調査対象：市内流通小売事業者 3 社

- ・調査方法：対面もしくはオンラインによるヒアリング調査、及び書面調査（FAX による調査票の送付）

- ・調査期間：令和 6 年 8 月上旬～9 月下旬

3-4-2. 調査結果概要

調査を行った 3 社において、現状では市内産の有機農産物等を積極的に販売している店舗はありませんでしたが、3 社中 2 社が有機農産物等のニーズを実感しており、今後市内産の有機農産物等の取扱いを志向するにあたり、次のとおり意見がありました。

① 市内の有機農業者や農産物等の情報を整理提供し販売へとつなげていく（コーディネーター機能）役割を求める意見

市内流通小売事業者は、市内産の有機農産物等の取扱いにあたり、生産者や品目、量、出荷時期といった生産面の情報を持ち合わせておらず、まずはそういった情報を提供する必要があります。また、農産物の取扱いは、既存の納品業者からの仕入れを基本としており、納品業者の納品条件（量・価格・配送の有無など）に適合した物流・商流に乗せていくことが必要になります。

これらを踏まえて、行政が市内の有機農業者・農産物に関する生産面の情報を整理し、市内流通小売業者だけでなく、その納品業者を含めて情報提供を行っていく必要があります。また、納品業者によって量や価格、配送の可否等の条件は異なるため、納品業者と有機農業者をつなぐコーディネーターを、行政や中間事業者等が担うことを期待する意見が聞かれました。

② 有機 JAS 認証を販売の条件とする意見

有機農産物等の調達に関して、有機 JAS 認証の取得を条件とする意見が聞かれました。有機 JAS 認証を取得していることで、「有機」や「オーガニック」と表記できるため、慣行農産物と明確に差別化して販売していくことが可能となり、量販店としては有利販売のために認証取得を条件としている背景があります（有機 JAS 認証を取得していない場合、「有機」や「オーガニック」といった表示による販売は日本農林規格等に関する法律第 6 3 条で禁止されています）。

一方で、有機 JAS 認証の取得にあたっては手間とコストが発生するため、量販店への出荷を志向する有機農業者に対して、認証の取得支援を行っていくことが必要になります。



有機 JAS マーク

③ 消費者への情報発信・理解促進を求める意見

調査を行った市内流通小売事業者からは、有機農産物等に対する一般消費者からのニーズの高まりを感じつつも、認知度はまだまだ低いとする意見が聞かれました。

こうした点を踏まえ、有機農業を推進するために市内流通小売事業者と連携しながら、有機農業に関する情報発信や理解促進を行っていくことが求められています。

また、市内流通小売事業者において市内産の有機農産物等を販売していくにあたり、有機農業の取組や生産者等の情報を伝える POP やポスター、映像などのツールの必要性を指摘する意見がありました。

さらに、情報発信や理解促進に関連して、消費者に対する有機農業の理解促進や販売促進に向けて、消費者と有機農業の接点を増やすために、量販店店頭での販促フェア等の企画開催の必要性を指摘する意見があったことから、各種販促ツールの製作とそのツールを活用した販促フェア開催などの展開が望まれます。

その他、学校給食で供給している米を「学校給食米」として量販店（流通小売事業者）で買えるようにするなど、学校給食との連携に関するアイデアも聞かれました。

4. 栃木市における有機農業を推進する上での課題

4-1. 有機農産物等の生産段階における課題

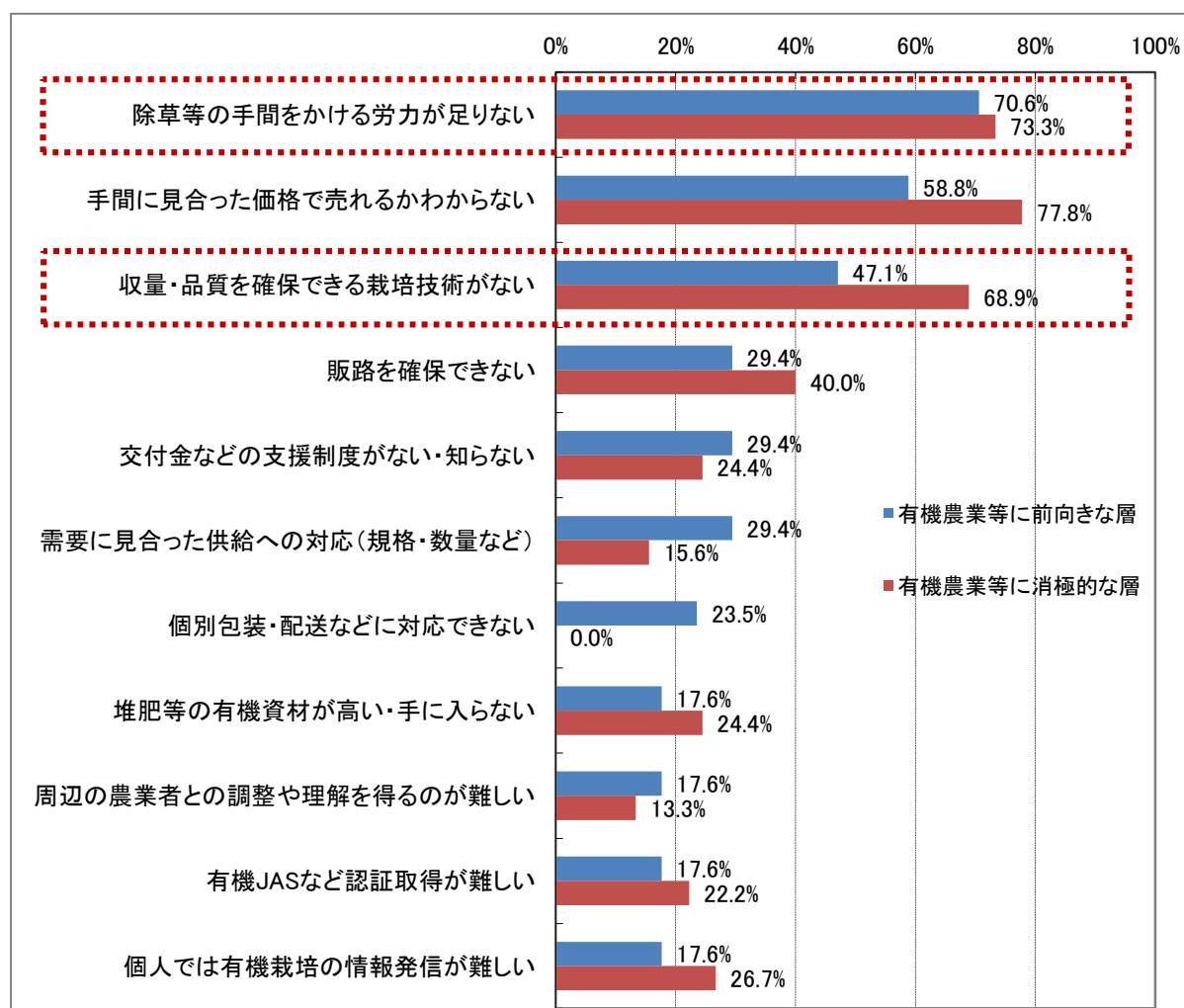
① 有機農業に関する栽培技術の確立・普及

各種調査結果より、既存の有機農業者のほか、今後有機農業への転換が期待される慣行農業者のいずれにおいても、有機栽培技術に関する課題が挙げられています。

具体的には、有機農業者が実践した際に、想定した収量や品質確保に至らなかったケースや、一定の取組後には、地域特有の病虫害防除や高温等の気候対策の知識や情報等が不足していたとの声があります。また、慣行農業者が有機農業に取り組むにあたっての課題としても、同様の栽培技術がないことが挙げられています。

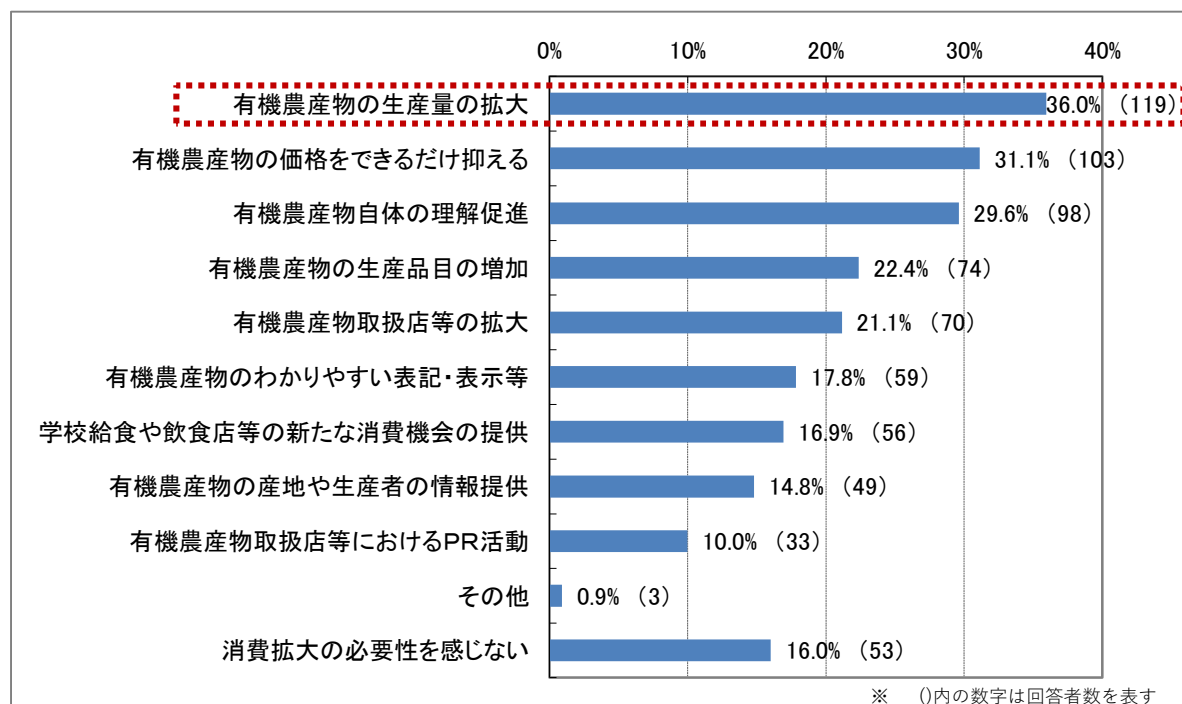
こうした課題への対応として、既存の有機農業者と行政とが連携し、地域に合った技術確立に向けて努めるとともに、その情報を広く普及していくことが求められています。

問4（積極層）・問3（消極層）「有機農業等に取り組む上での課題は何ですか？（複数回答）」



R6 市内慣行農業者アンケート調査

問20 「有機農産物（米や野菜、果物）の消費を拡大するためにどのようなことが必要だと思いますか。あてはまるものすべてお選びください。」



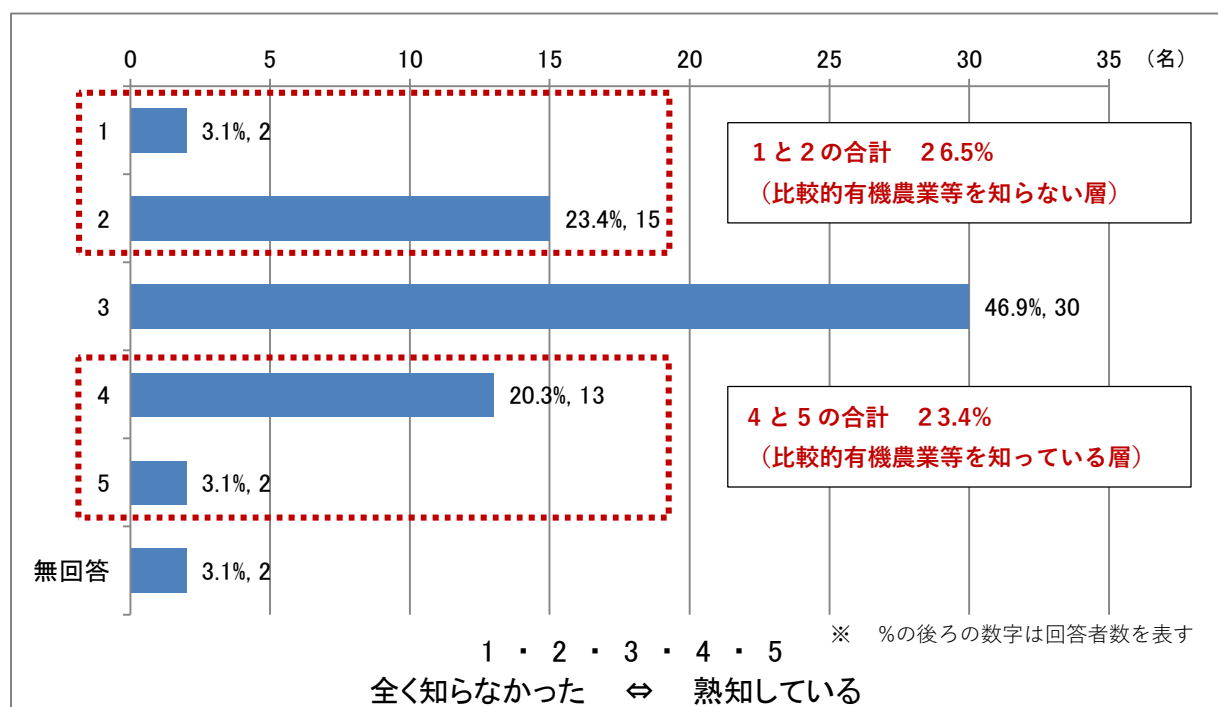
R6 消費者アンケート調査

② 慣行農業者の有機農業への理解

各種調査結果より、有機農業者からは慣行農業者に理解を得られていないと感じている声があり、実際に慣行農業者へのアンケート結果においても、若干ではあるものの有機農業の知識を持ち得ていないとの回答割合の方が多くなっています。

有機農業の推進においては、有機農業者と慣行農業者とが互いの農法について理解し、地域として両立することが求められます。また、新たな有機農業の担い手として、慣行農業から有機農業へ転換していくという点でも、慣行農業者が有機農業を理解することは重要であり、促進していくことが求められます。

問 2 - 1 「有機農業等について、どの程度知っていましたか？（5段階評価）」



R6 市内慣行農業者アンケート調査

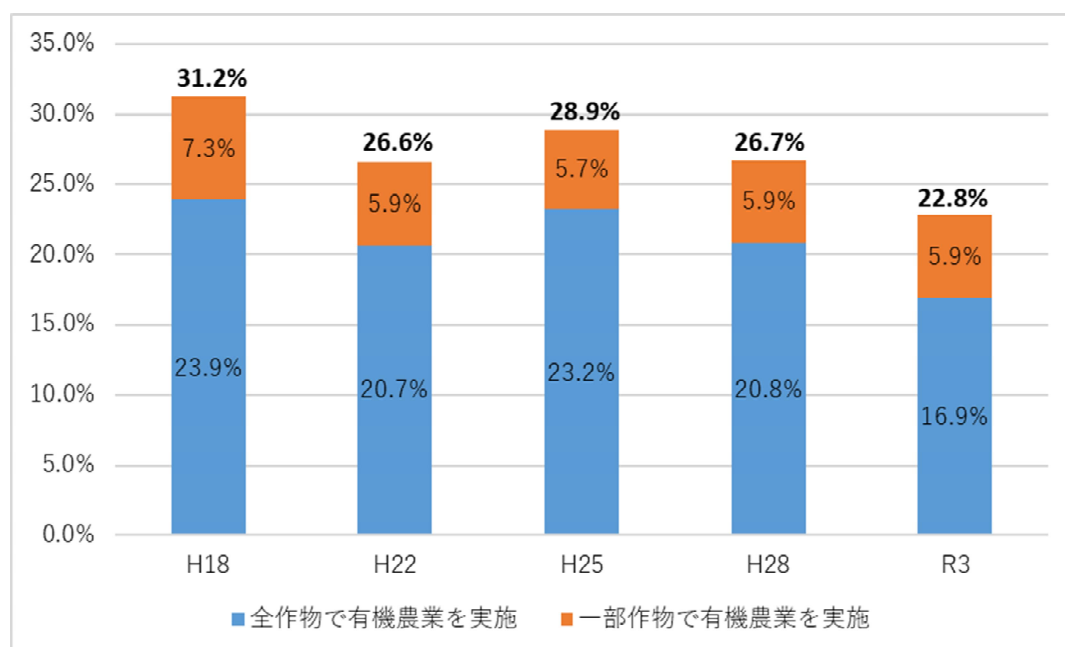
③ 有機農業に取り組む農業者の確保・育成

有機農業の推進には、多くの有機農業者間で課題を共有・解決しながら取組規模を増やしていくことで、消費者への供給量が増え、認知も進んでいきます。しかし、現状市内で有機農業に取り組む農業者は5件で、取組面積が約17haと、本市経営耕地面積の1%にも満たない状況にあり、今後も積極的に有機農業者を増やしていく必要があります。

各種調査結果より、慣行農業者が有機農業へ転換する際の主な課題として、「除草等の手間をかける労力」「手間に見合った販売価格」「収量・品質確保の栽培技術」が挙がっており、こうした課題の払しょくにより、慣行農業からの転換が期待されます。

また、全国的には新規就農者の2～3割は有機農業に取り組んでいます。本市ではその実績はありません。今後はこうした新規就農者も含め、有機農業に取り組みやすい環境を作り、育成していくことで、有機農業者の増加に努めていく必要があります。

■新規就農者のうち有機農業を実施する者の割合



新規就農者の就農実態に関する調査（H18, H22, H25, H28, R3 全国農業会議所 全国新規就農相談センター）結果に基づき作成。調査対象は就農から概ね10年以内の新規参入者

4-2. 有機農産物等の流通・加工における課題

① 有機農産物等の適正販路の確保

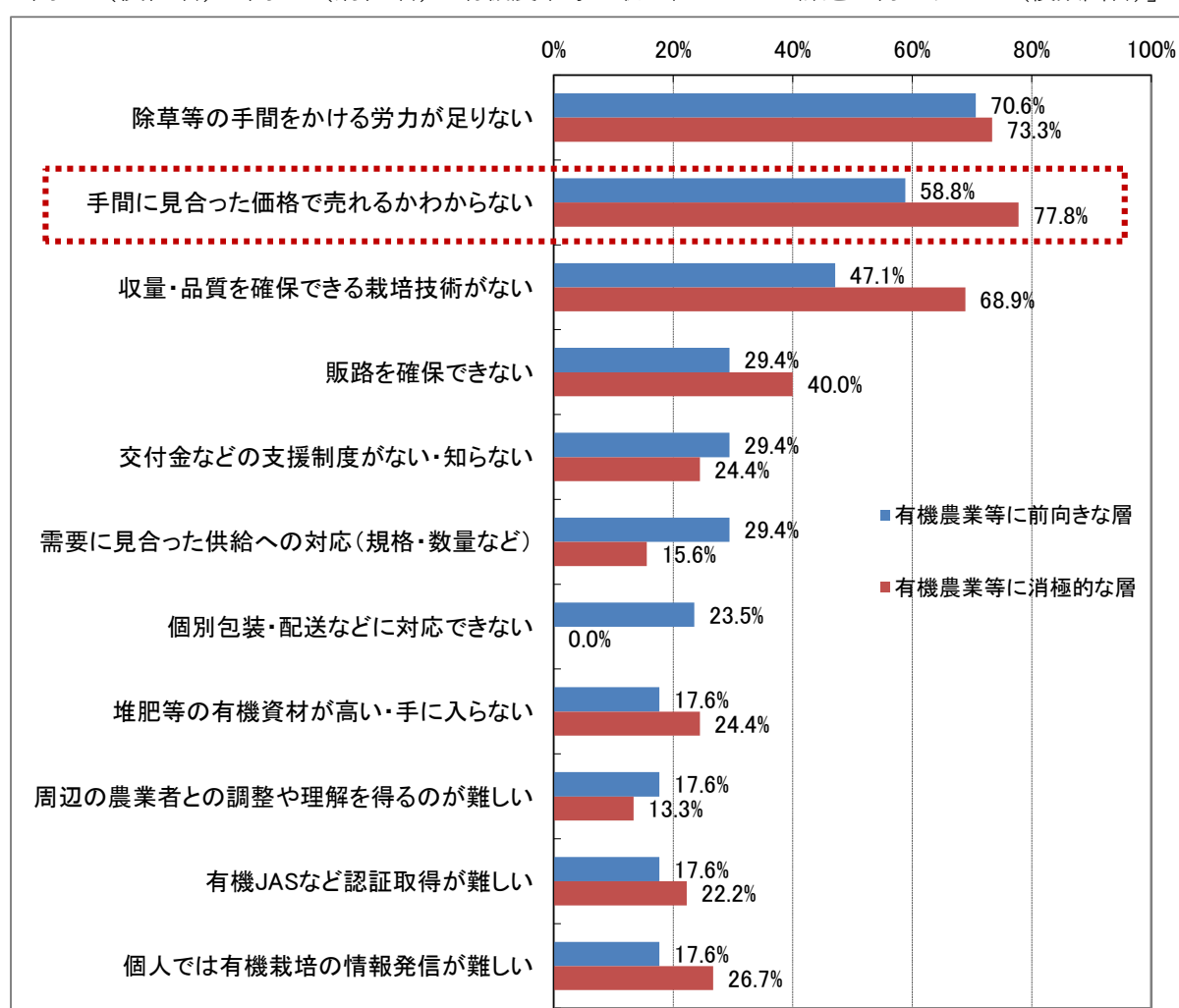
有機農業経営においては、慣行農業より手間がかかることから、その手間に見合った価格で販売することが重要となります。

各種調査結果より、慣行農業者が有機農業に取り組む際の課題として、単価が確保できる販路があるかどうかを挙げており、実際、有機農業者からも特に取り組み始めの販路の確保に苦労したことが挙げられています。

有機農産物等の販路の確保は、一般の農産物に比べてまだマーケットが小さく、同時並行的にマーケット構築をしていかなければならないという観点からも、適正な販路の確保に向けた支援が求められています。

なお、市内流通小売事業者からも有機 JAS 認証農産物であれば取り扱いを検討する声があるほか、行政が主体的に関われる販路として、学校給食への供給があります。学校給食には公共調達として有機農産物等の供給に取り組む自治体も多く、自治体の方針次第で調達基準を構築できることも大きな強みとなります。

問 4（積極層）・問 3（消極層）「有機農業等に取り組む上での課題は何ですか？（複数回答）」



R6 市内慣行農業者アンケート調査

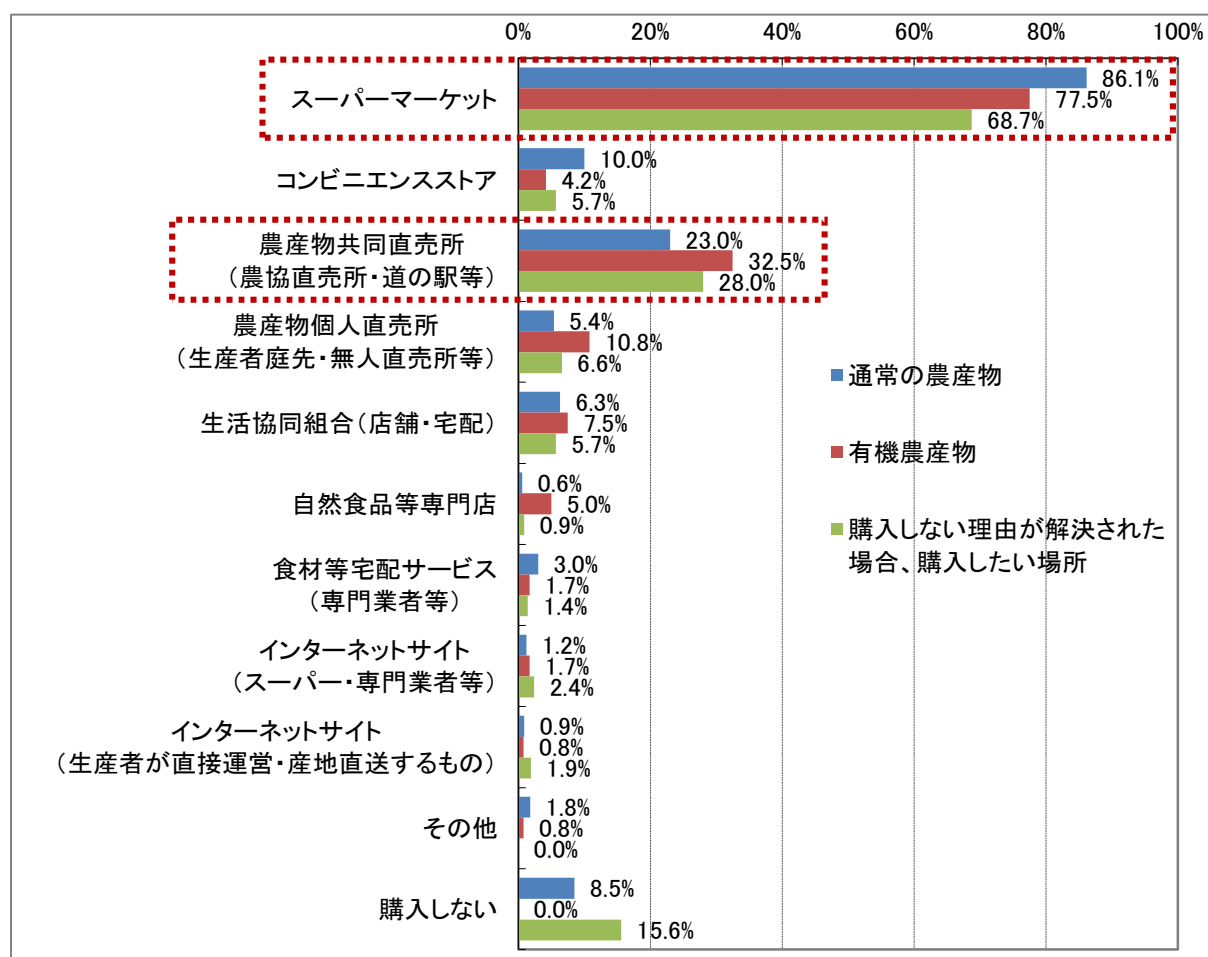
② 身近な店舗等での販売

有機農産物等の供給量はまだ限定的であり、販売する実需者側も売れなければ取扱量は増えていきません。生産量の拡大と同時並行的にマーケットを構築していくという観点では、身近な店舗で消費拡大を図っていくことが効果的です。

各種調査結果より、消費者が望む購入先としては、「スーパーマーケット」が圧倒的であり、次いで「農産物共同直売所（農協直売所・道の駅等）」と、身近な店舗等での購入が求められています。

現状では、市内産有機農産物等は、市内流通小売事業者での取り扱いは少ない状況で、市民が市内産有機農産物等を購入する機会は非常に限定的であることから、身近な店舗等での取り扱いを促進していくことが求められます。

問4・10・15「あなた（あなたの家計で）は、それぞれの農産物をどこで購入しますか（購入したいですか）。あてはまるものすべてお選びください。」



R6 消費者アンケート調査

③ 安定経営に向けた加工品製造等による収入確保

有機農業は慣行農業に比べて生産規模が小さいことから、販売価格及びそれに伴う収入環境が不安定になることは、農業経営に大きな影響を与えます。

有機農業者からは、物量及び価格調整のために余剰となった有機農産物等を廃棄しているなどの現状があるため、余剰有機農産物等の加工品製造に取り組めるとよいという声があります。

加工品として周年安定収入の確保ができるようになると、安定経営にもつながります。これは慣行農業においても同様ではあるものの、慣行農産物との価格差の面からその重要性は高く、余剰品等における収入確保に向けた検討や支援をしていくことが求められています。

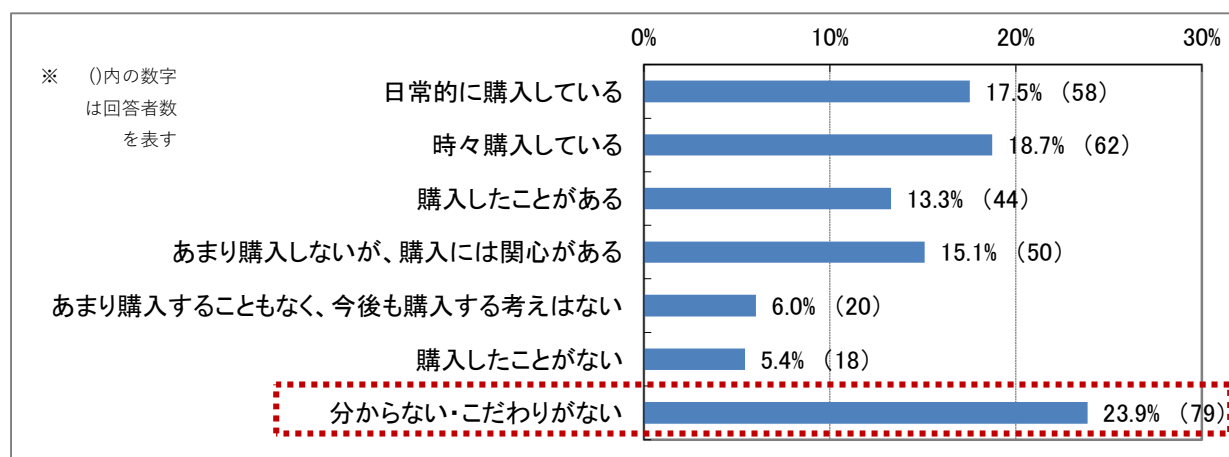
4-3. 有機農産物等の販売・消費における課題

① 消費者の有機農業・有機農産物等への認知・理解

消費者が有機農産物を購入しない理由として、「分からない・こだわりのない」との回答が約2割で最も多くなっています。

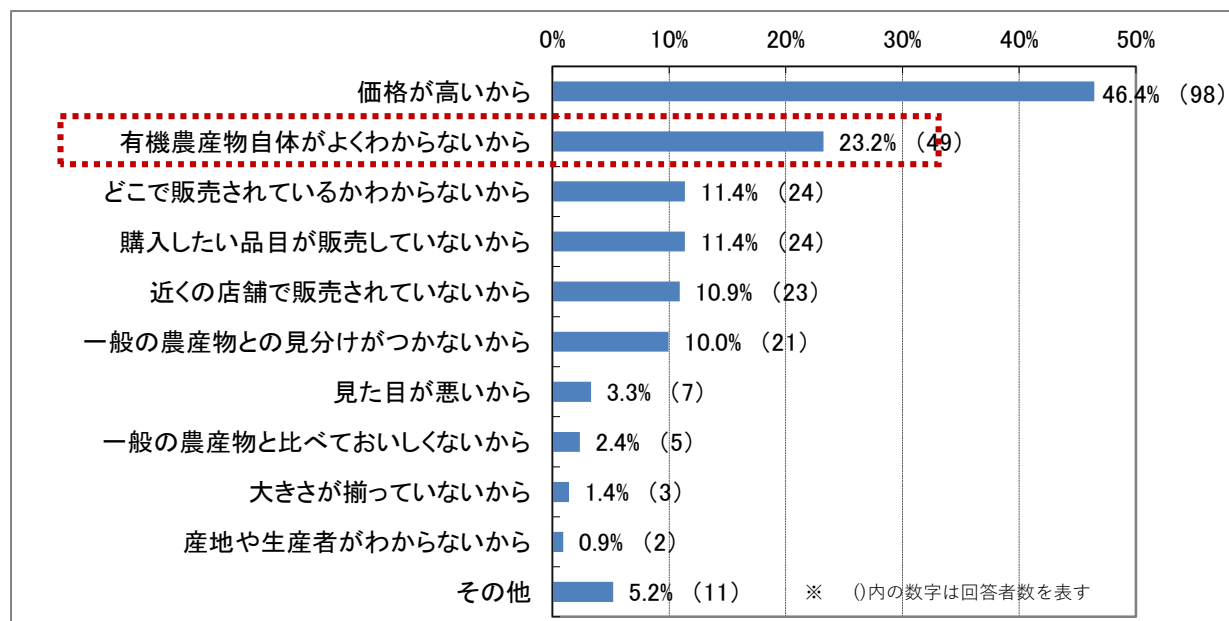
消費者心理として、よくわからないものを購入しないことは当然であり、一般的な農産物より高い価格で販売するには、まず前提として、基本的な情報を含めて認知し、理解してもらえよう努め、有機農産物等のマーケット構築の観点からも裾野を広げていく必要があります。

問8「あなた（あなたの家計で）は、有機農産物（米や野菜、果物）を購入していますか。」



R6 消費者アンケート調査

問14「あなた（あなたの家計）が、日常的に有機農産物（米や野菜、果物）を購入しない理由は何ですか。あてはまるものすべてお選びください。」



R6 消費者アンケート調査

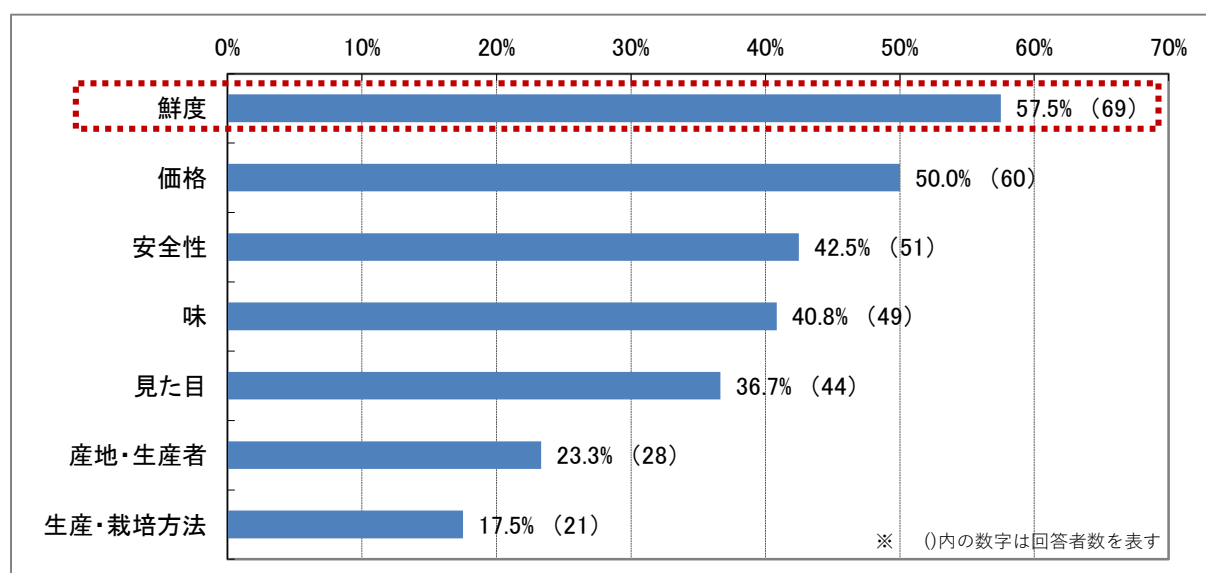
② 情報発信・販売促進機会の提供

現状、市内産有機農産物等は、身近な店舗等での取り扱いが少なく、情報発信も有機農業者個々による発信等が多くなっており、消費者に認知・理解してもらう機会自体が不足しています。

効果的な情報発信・販売促進機会を提供するという点では、消費者が望む購入先として挙げられている、スーパーマーケットや農産物共同直売所（農協直売所・道の駅等）での取り扱いを促進していくことが求められます。

また、市内流通小売事業者からは、POP やポスター、映像などの資材提供やフェア等の開催等が求められていることから、身近な店舗等への取扱推進と並行して、各種販促ツールの製作とそのツールを活用した情報発信や販売促進機会を提供していくことが望まれます。

問 1 3 「あなた（あなたの家計で）は、有機農産物（米や野菜、果物）を購入する際にどのような点を重視していますか。あてはまるものすべてお選びください。」



R6 消費者アンケート調査

5. 有機農業を推進するために取り組む施策

5-1. 施策一覧

各種調査により把握された課題を踏まえて、本市の有機農業を推進するために必要・効果的な施策を、生産～流通・加工～販売・消費の各段階で整理しました。

	課題	施策
生産	① 有機農業に関する栽培技術の確立・普及 (→p17) ② 慣行農業者の有機農業への理解 (→p19) ③ 有機農業に取り組む農業者の確保・育成 (→p20)	1. 地域に合った栽培技術の確立・普及 (→p27) ① 研修等の情報整理・提供・企画開催 ② 実証ほ場の設置と栽培技術・資材等の効果検証 ③ 生産者の交流機会の確保 2. 有機農業に取り組む農業者の確保・育成 (→p29) ① 慣行農業者が有機農業に取り組む場合の支援体系の構築 ② 慣行農業者に対する有機農業説明会の開催 ③ 有機農業に取り組む新規就農者の就農モデルの構築
流通・加工	① 有機農産物等の適正販路の確保 (→p21) ② 身近な店舗等での販売 (→p22) ③ 安定経営に向けた加工品製造等による収入確保 (→p23)	1. 学校給食への流通促進 (→p31) ① 学校給食への有機農産物等の提供 ② 栃木市独自の有機農産物等認証基準の構築 2. 市内スーパーマーケット・直売所での流通促進 (→p32) ① 市内有機農業の情報整理・流通小売事業者とのコーディネート機能の構築 ② 有機JAS認証の取得支援 3. 新たな販路開拓に係る支援・情報発信 (→p33) ① 加工品製造の可能性調査 ② インターネットを活用した新たな販売先の開拓支援 ③ トップセールスをはじめとしたPR活動の展開
販売・消費	① 消費者の有機農業・有機農産物等への認知・理解 (→p24) ② 情報発信・販売促進機会の提供 (→p25)	1. 消費者に対する有機農業への理解促進 (→p34) ① トップセールスをはじめとしたPR活動の展開 (再掲) ② 有機農産物等に関する理解促進・販促等に活用できるツールの製作 2. スーパーマーケット・直売所での販売促進 (→p35) ① 有機農産物等に関する理解促進・販促等に活用できるツールの製作 (再掲) ② 店頭での販促フェア等の企画開催

5-2. 生産段階における取組

1. 地域に合った栽培技術の確立・普及

① 研修等の情報整理・提供・企画開催

有機農業の栽培技術に関する知識や情報の不足が課題となっています。まずは課題解決並びに有機農業の推進に有効な研修・講座等の情報を収集・整理し、その情報提供を行っていきます。

また、既存の研修・講座等で不足する内容については、既存の有機農業者と行政、関連機関等とで連携し、地域に合った技術確立に向け新たな研修・講座等も企画開催し、その情報を広く普及していきます。

■収集・整理する研修会等のテーマ

収集・整理する研修等のテーマ	内 容
栽培技術の向上	・ たい肥づくり・土づくり ・ 防除・鳥獣害対策 ・ 防除・水管理等の省力化技術 ・ スマート農機の活用 など
農業経営の改善	・ 営農計画のつくり方 ・ 先進経営体の事例紹介 など
販路開拓・情報発信	・ SNS による情報発信方法 ・ マーケティングの考え方 など

② 実証ほ場の設置と栽培技術・資材等の効果検証

有機農業の栽培技術に関しては、地域特有の病虫害防除や高温等の気候対策の知識や情報等が不足していることも課題となっています。こうした地域特有の技術課題や近年の気候変動への対応については、市内において実証ほ場を設置し、栽培技術等の検証とその結果の普及、また、有機農業者もしくは有機農業を目指す農業者の学びの場としても活用していくことを検討していきます。

なお、実証ほ場の機能としては、栽培技術だけでなく、労働力の課題解決に向け、資材等の有効性や省力化に向けた効果検証等を行うことも含めて検討していきます。

③ 生産者の交流機会の確保

既存の有機農業者においては、栽培方法や流通・販売経路等が個々の取組によるものが多く、あまり情報等の共有はなされていない状況にあります。今後の有機農業の推進に向けては、共有できない独自の技術等を除いては、有機農業者間で解決できる環境を整えていくことが望まれます。

こうした機会づくりの基盤として、市内有機農業者の組織化を行い、交流機会を確保していくとともに、課題の共有や解決策の検討等を行っていきます。また、解決しにくい課題については、前述の研修・講座等や実証ほ場における検証等の実施へと反映していきます。

2. 有機農業に取り組む農業者の確保・育成

① 慣行農業者が有機農業に取り組む場合の支援体系の構築

慣行農業者が有機農業に転換していく上での課題については、大きく3つの要素が大半を占めます。課題払しょくに向けては、生産段階における施策での対応に加え、取組段階的にも存在することから、3つの取組段階に分類し、段階に応じて適切に支援していきます。

まず、有機農業に関心を持つ段階では、有機農業に関する説明会を開催するなどし、基本的な理解促進を図るとともに、必要に応じて個別相談により疑問点の解消や各種施策の説明などを実施していきます。

次に、有機農業への取組を始めた段階では、研修・講座等を通した栽培技術の定着に関する支援や学校給食などへの出荷先の確保を支援していきます。

さらに、有機農業を実践していく段階では、引き続き栽培技術の向上に関する支援を継続するとともに、生産量の拡大に応じて新たな販路開拓の支援等を実施していきます。

■支援体系のイメージ

有機農業への取組段階	支援内容
関心を持つ段階	説明会、個別相談による有機農業に関する基本的な理解促進・各種施策の説明
取組を始めた段階	研修・講座等を通した栽培技術の定着支援 学校給食等の出荷先の確保支援
実践していく段階	研修・講座等を通した栽培技術の向上支援 新たな販路開拓の支援

② 慣行農業者に対する有機農業説明会の開催

慣行農業者の有機農業への転換を進めていくための取組の一つとして、慣行農業者の有機農業への不安を払しょくしていくことが必要であり、説明会等を通じた情報発信は有効な手段となります。

前述した有機農業に関する説明会においては、有機農業への関心者を中心に、有機農業の基本的な理解促進を図るほか、慣行農業者と有機農業者とが互いの農法について理解し、地域として共存させていくなどの方向性を共有していきます。

また、有機農業に取り組む場合の支援体系のあり方なども伝え、有機農業への転換に対する課題払しょくや取組意欲の向上に努めていきます。なお、説明会の開催は、既存の集会や会合などの場を活用しながら、広く情報発信を行える開催方法を検討していきます。

③ 有機農業に取り組む新規就農者の就農モデルの構築

全国的には新規就農者の2～3割は有機農業に取り組んでいますが、本市ではその実績はありません。前述している段階的な支援により、有機農業に取り組みやすい環境づくりと育成を行っていくほか、一から農業を始める新規就農者に向けては、有機農業における経営の目途を立ててもらうツールとしての就農モデルを構築していきます。

具体的な就農モデルの内容については、栃木市有機農業推進協議会を中心に議論を重ね、本市で有機農業を始める際に適した品目や、経営を成り立たせるために必要な面積・栽培規模、収支等の目安を示すことを想定します。この就農モデルについては、新規就農者に限らず慣行農業者が有機農業へ転換する際の参考にもなるとともに、前述する支援体制も含めて情報提供していくことで、有機農業に取り組みやすい環境を作っていきます。

5-3. 流通・加工段階における取組

1. 学校給食への流通促進

① 学校給食への有機農産物等の提供

既存の有機農業者や有機農業に転換する慣行農業者が安定経営を続けていくための一つとして、有機農業の手間に見合った価格で販売可能な販路の確保が課題となっています。

行政が主体的に関われる販路として、学校給食は公共調達によって自治体の方針次第で調達基準を構築できることから、学校給食への有機農産物等の提供を支援していきます。現状、本市の学校給食において、有機農産物等としての提供実績はありません。

提供にあたっては、決済・物流機能を含めた体制構築が不可欠となることから、関係課等と協議を行いながら進め、児童・生徒へ有機農業を説明するなど、食育の機会としても活用していきます。

② 栃木市独自の有機農産物等認証基準の構築

有機農産物であることを示すものとして有機 JAS 認証があり、市内流通小売事業者の取扱条件にもなっているものの、認証取得の手間やコストが大きなハードルとなっています。

有機農産物等の販路の一つとして期待される学校給食に提供する場合、有機 JAS 認証である必要はないものの、化学合成農薬や化学肥料の不使用など、一定の基準を満たす有機農産物等であることを示す必要があるほか、前提として、各種衛生基準等を満たしたものとなります。

こうした点を踏まえ、農薬・肥料使用の有無や基準等を定めた有機農産物相当の栽培による農産物であることを認証する市独自の基準を、有機農業者等との協議を行いながら構築することで、確かな品質を担保した有機農産物等を認証していきます。

2. 市内スーパーマーケット・直売所での流通促進

① 市内有機農業の情報整理・流通小売事業者とのコーディネート機能の構築

消費者の意向として、多くがスーパーマーケット・直売所などの流通小売事業者からの購入を希望しており、市内流通小売事業者においても有機農産物等の取扱意向があるものの、現実的な取扱いが少ない状況にあります。取扱いが少ない要因の一つとして、地域の有機農業に関する情報を有していないことが分かりましたが、情報が整理されたとしても、有機農業者と流通小売事業者との間で、取扱条件や流通経路等をコーディネートする役割が必要になります。

こうした点を踏まえ、まず流通小売事業者が求める情報を聞き取りながら、下表のような市内の有機農業者・農産物情報の整理を行っていきます。流通小売事業者が求める情報については、季節やトレンドにより変動することが想定されるため、定期的な意見交換により情報の追加・更新なども行っていきます。

また、有機農業者と流通小売事業者とのコーディネート機能として、行政や中間事業者等で行える体制を構築していきます。

整理する項目のイメージ

項目	内容
基本的な情報	生産者名、耕作地区、耕作面積 など
生産情報	生産品目、出荷時期、出荷量 など
販売情報	現状の販路、出荷単価、決済方法 など
販路拡大の意向	スーパーマーケット・直売所への出荷意向、希望単価 など

② 有機 JAS 認証の取得支援

市内流通小売事業者からの取扱条件の一つとして、慣行農産物と明確な差別化を図ることができる、有機 JAS 認証農産物とすることが挙げられているものの、認証取得の手間やコストが大きなハードルとなっています。

有機 JAS 認証の取得には、栽培計画書や生産管理記録の作成等が必要となるため、取得に必要な情報を整理・提供し、有機 JAS 認証取得に向けた支援を行っていきます。

また、有機 JAS 認証取得後に流通小売事業者への出荷を希望する場合、必要に応じて、市内流通小売事業者とのマッチング支援を行っていきます。

3. 新たな販路開拓に係る支援・情報発信

① 加工品製造の可能性調査

物量及び価格調整のために、余剰農産物を廃棄等せざるを得ない状況は有機農産物等でも同じですが、生産規模の違いなどから、慣行農業と比べても経営に与える影響が大きくなっています。また、年間を通じた収入の安定化を図るためには、加工品の製造という選択肢が必要となります。

取組にあたっては、有機農業者自身が加工原料としての取引を希望するか、自社製造や加工委託（OEM）による加工品の製造を希望するかによって方法が異なってきます。流通小売事業者の加工原料ニーズの把握や加工委託先、委託可能加工品、加工機器等を把握するなどし、生産規模や収益性などを考慮しながら、最適な加工の可能性について検討していきます。

② インターネットを活用した新たな販売先の開拓支援

消費者アンケートにおいては少数回答となっていますが、全国的には有機農産物等の購入をインターネットで購入する割合は、約1割存在すると言われています。一方で、インターネットで購入可能な環境を構築する上では、自社サイトやSNSの活用、EC事業者と連携した販売、ふるさと納税返礼品への出品など、多くの選択肢があり、適性を判断することは容易でない状況があります。

新たな販売先としての選択肢として、インターネット販売に取り組みたい有機農業者に、EC販売に関する講座の開催やふるさと納税返礼品への出品登録支援、EC事業者とのマッチングなどの支援を行っていきます。

③ トップセールスをはじめとしたPR活動の展開

スーパーマーケットや直売所、食品加工事業者、EC事業者など、多様な販売先に対して、市内産有機農産物等の情報提供と取引促進を働き掛けるための取組として、トップセールスを含めたPR活動を検討していきます。

市内で生産される有機農産物等は、環境への配慮はもとより、市内の販売先にとっては鮮度や地産地消的な価値、EC販売では多様な品目や生産物の品質、あるいは生産者や産地のストーリーなど、多くの有用な訴求点を持ち得ていると考えられます。こうした市内産有機農産物等の魅力を整理し、有機農業者と連携したPR活動に取り組んでいきます。

5-4. 販売・消費段階における取組

1. 消費者に対する有機農業への理解促進

① トップセールスをはじめとした PR 活動の展開（再掲）

消費者に対して、市内産有機農産物等の情報提供等の取組として、トップセールスを含めた PR 活動を検討していきます。

市内産有機農産物等は、環境への配慮はもとより、鮮度や地産地消的な価値、EC 販売では多様な品目や生産物の品質、あるいは生産者や産地のストーリーなど、多くの有用な訴求点を持ち得ていると考えられます。こうした市内産有機農産物等の魅力を整理し、有機農業者と連携した PR 活動に取り組んでいきます。

② 有機農産物等に関する理解促進・販促等に活用できるツールの製作

流通小売事業者等での店頭などを中心に、消費者にわかりやすく説明・PR し、消費の選択肢として認知し、購入へと結びつけるツールを製作していきます。

ツールの内容として、一般的な有機農業・有機農産物等自体の説明や価値、特徴などに加え、市内有機農業者の具体的な生産活動等を紹介するなどし、応援消費を含めて購買意欲を高めるものとしていきます。

2. スーパーマーケット・直売所での販売促進

① 有機農産物等に関する理解促進・販促等に活用できるツールの製作（再掲）

流通小売事業者等での店頭などを中心に、消費者にわかりやすく説明・PR し、消費の選択肢として認知し、購入へと結びつけるツールを製作していきます。

ツールの内容として、一般的な有機農業・有機農産物等自体の説明や価値、特徴などに加え、市内有機農業者の具体的な生産活動等を紹介するなどし、応援消費を含めて購買意欲を高めるものとしていきます。

② 店頭での販促フェア等の企画開催

消費者の声を直接把握できる機会となるため、生産者による販売を積極的に呼びかけながら、フェア等の事前の告知にも力を入れていきます。

消費者の身近な購入先として、市内を中心とした流通小売事業者への販路開拓支援に取り組むとともに、店頭における効果的な情報発信や販売促進につながる販促フェア等を企画開催していきます。また、流通小売事業者等が企画するフェア等においてもアンテナを高く持ち、積極的な協力を行います。

具体的には、有機農産物等の販売に前向きな市内流通小売事業者に対して、店頭における販促フェア等の事前告知のほか、生産者や販売員による PR 販売などを積極的に提案していきます。また、販促フェア等の企画開催にあたっては、前述している販促等ツールも有効に活用していきます。

6. 栃木市の有機農業が5年後に目指す姿

6-1. 目標項目の考え方

本市の有機農業推進にあたり、まずは生産量の拡大を図るべく、「有機農業等に取り組む農業者の数」と「有機農業等の耕地面積」を目標項目として設定します。

また、流通・販売面の目標値として、安定的に進捗把握が可能である「学校給食・教育現場での有機農産物等の活用」を目標項目として設定します。

6-2. 5年後に目指す姿

項目	現状値 (令和6年)	目標値 (令和11年)
有機農業等に取り組む農業者の数※ ¹	5 件	1 5 件 (+ 1 0 件)
有機農業の耕地面積※ ²	1 7 ha	4 0 ha (+ 2 3 ha)
学校給食・教育現場での有機農産物等の活用	0 回/年	3 0 回/年

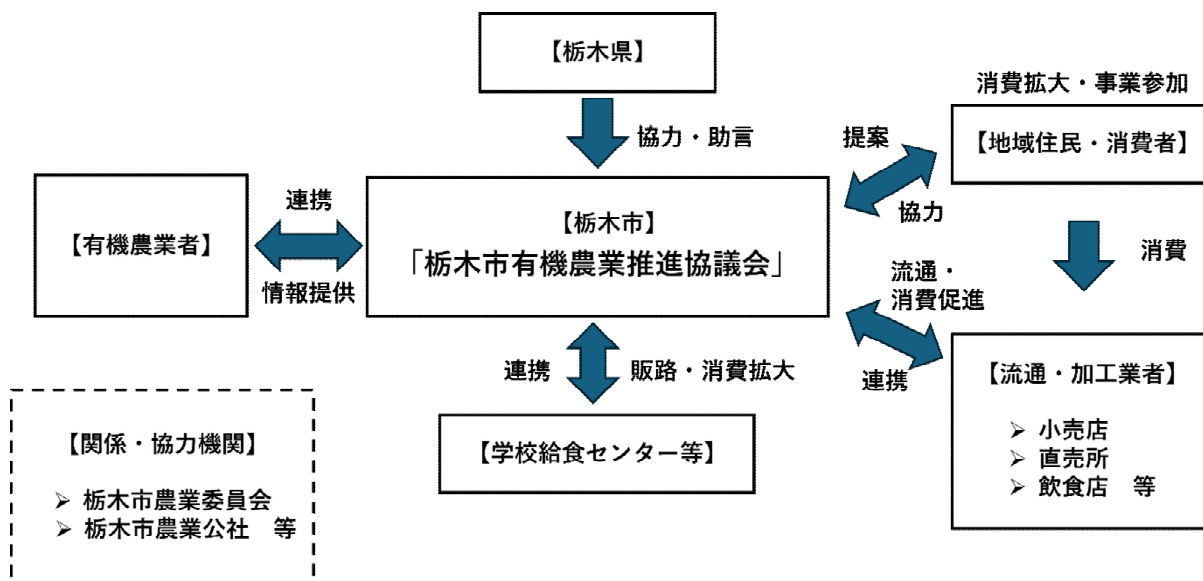
※1 環境保全型農業直接支払に取り組む農業者の数

※2 環境保全型農業直接支払に取り組む農業者の耕地面積

7. 取組の推進体制

7-1. 推進体制

7-1-1. 推進体制図



7-1-2. 関係者の役割

① 栃木県

栃木市有機農業推進協議会への協力・助言など

② 栃木市

有機農業実施計画に基づく各種事業に係る事務及び支援

③ 栃木市有機農業推進協議会

環境負荷の軽減及び持続可能なまちづくりのための有機農業を推進

栃木市有機農業実施計画の見直し、推進施策の進捗管理、成果の分析及び評価など

④ 有機農業者

有機農業推進に係る取組の試行及び実践

⑤ 学校給食センター等

有機農産物等の給食への活用

⑥ 流通・加工業者（小売店・直売所・飲食店等）

有機農産物等の販路拡大及び消費拡大

⑦ 栃木市農業委員会

農地利用状況の把握及び情報提供

⑧ 栃木市農業公社

取組面積の拡大支援

⑨ 地域住民・消費者

有機農産物等の消費、有機農業推進に向けた協力・提案