

第2期松山市地産地消促進計画（案）【概要】

本市では、平成28年3月に、『松山市地産地消促進計画』（第1期促進計画）を策定し、基本的な方針や目標の達成に向けて地産地消の促進に取り組んできました。今回、第1期促進計画の計画期間が終了することに伴い、今後も継続して地産地消を促進するため、生産者・消費者の皆様からのアンケートや専門家の方々からの御提案・御意見をいただきながら、第2期促進計画を検討しました。

背景・趣旨

- ・生産者の高齢化
- ・担い手不足
- ・生産と消費を結ぶ流通形態の変化
- ・新型コロナウイルス感染症など新たな脅威による経済活動への影響
- ・持続可能な社会の実現に向けたSDGsの取組



- ・生産者と消費者の結び付きの強化
- ・地域の農林漁業及び関連事業の振興による地域の活性化
- ・環境への負荷の低減への寄与
- ・消費者の豊かな食生活の実現

計画の位置づけ

六次産業化・地産地消法※の「地域の農林水産物の利用の促進についての計画」

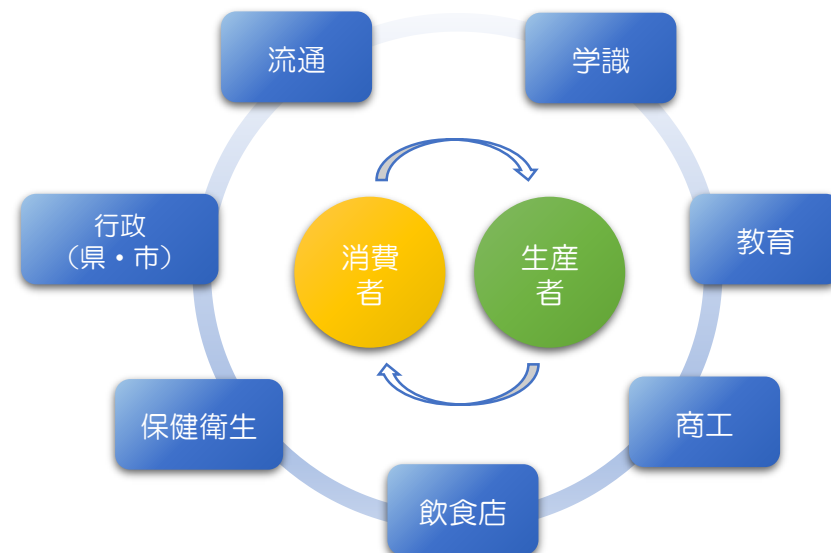
※地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律

計画期間

令和3～7年度までの5年間

推進体制

- ・多様な関係者、関係団体が連携し、一体的に取り組む
- ・地産地消に関わる関係機関が相互に連携を図りつつ組織横断的に地産地消を促進



第2期松山市地産地消促進計画（案）【概要】

【基本理念】

生産者と消費者の絆をつくる～顔が見える、話ができる、強い絆で結ばれる～

基本方針（1）

生産・流通・消費の好循環を促し、地元消費の拡大を目指します

指標目標

基準値
(R2)

目標値
(R7)

①生産・担い手支援

- ・生産支援
- ・担い手育成、確保

地産地消につながる取組を実践している生産者の割合

50.7%

60.0%

②流通量の増加・消費拡大

- ・流通関係者との連携
- ・地域食材の利用促進、高付加価値化

農林水産物をほとんど毎日購入・調理する人の割合

51.4%

70.0%

③新たな環境に適応する社会

- ・地域内での生産・消費活動の保全（新型コロナウイルス感染症関係）
- ・生産者と消費者の連携（SDGs関係）

松山市内の直売所やスーパーなど小売店の直売コーナーを3か所以上知っている人の割合

73.3%

80.0%

基本方針（2）

地元産の農林水産物にふれあい、知って、食べて、学ぶ機会を増やします

指標目標

基準値
(R2)

目標値
(R7)

①食育との一体的推進

- ・農林漁業体験等を通じた食に関する理解と関心の増進
- ・給食を中心とした食育との連携

学校給食における地場産物を使用する割合（食材数ベース）

30.0%

35.0%

②地産地消の価値の再認識

- ・情報の充実、発信
- ・地域特有の食材、郷土料理の認知度向上

野菜や果物、魚などを買うときに、愛媛県産を選ぶ人の割合

【野菜】 48.0%
【果物】 44.6%
【水産物】 47.0%

50.0%
50.0%
50.0%