



第2回 守谷生まれの食品推進協議会

平成27年11月5日（木）午前10時から

守谷市役所 小会議室



「食のまちづくり」の推進（施策推進にあたって・・・）

地産地消

- ・産地・生産者等表示により購入
- ・製品PRにより購入
- ・直売所で購入

主に
市内
農産物等

対象が明確

いただきます条例では・・・

【条例における役割】

- ・食品の安全性を確保するための生産者の取組みを理解する
- ・**守谷生まれの食品を優先的に使用するよう努める**
- ・家庭及び地域において食育を推進する
- ・市の施策に協力するよう努める

市民

守谷生まれの食品にはどんなものがあるの？

守谷生まれの食品はどこで購入できるの？

【条例における役割】


- ・食のまちづくりの推進に関する施策を推進するため、**守谷生まれの食品推進協議会を置く。**

協議会

どうやって施策を推進するのか？

どんな食品が対象になるのか？

守谷生まれの食品

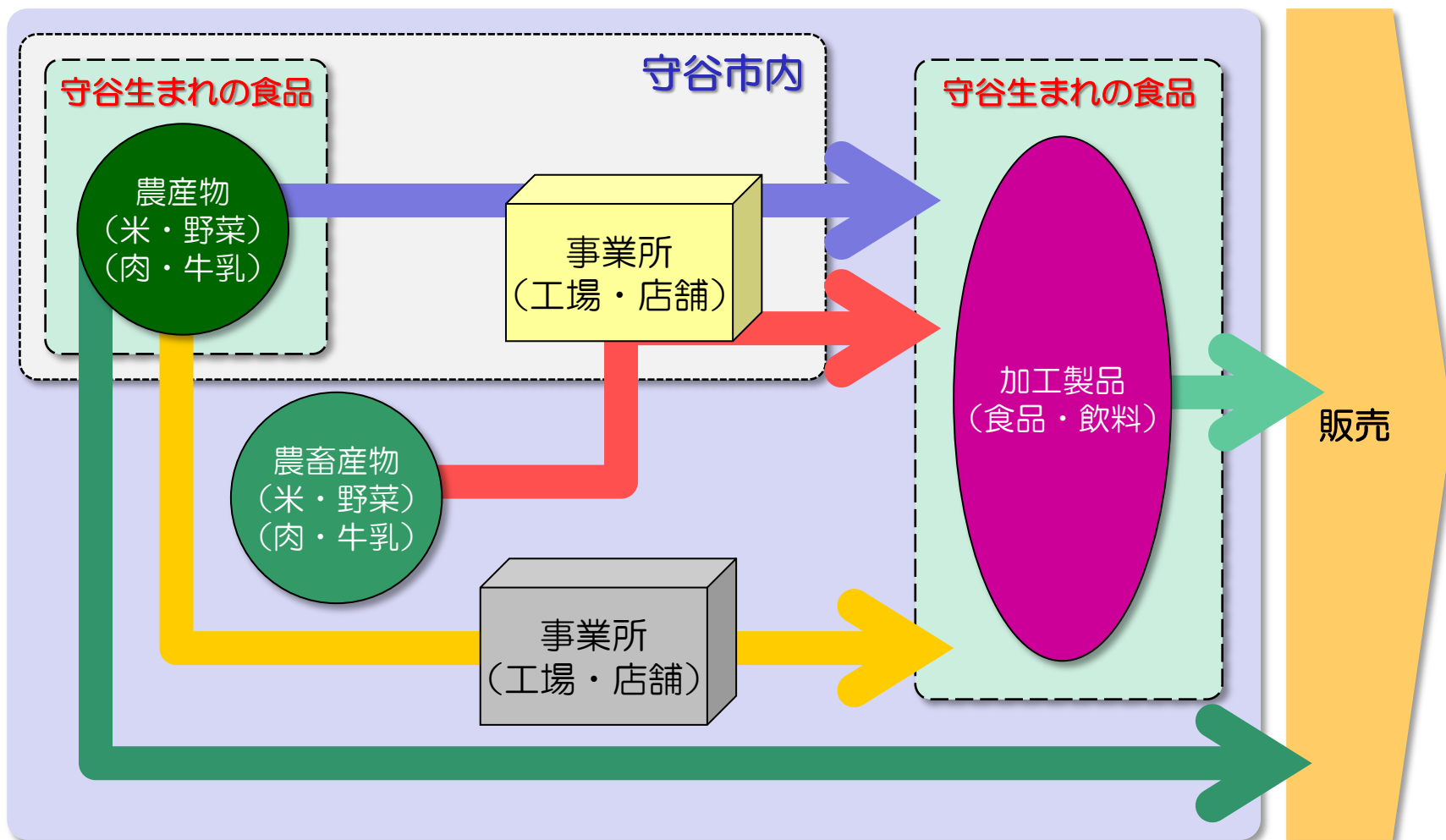
	品名	製造者	販売店
1	守谷さんちの飲むヨーグルト 	ミルク工房 もりや	守谷すたいる
2	-----		
3	-----		
・	-----		
・	-----		
・	-----		
・	-----		
・	-----		
・	-----		
・	-----		
・	-----		
・	-----		
・	-----		
・	-----		
・	-----		

まずは
情報収集！

【課題】 全品網羅は困難？



「守谷生まれの食品」対象品の考え方



【委員の皆様へのお願い】

別紙の「守谷生まれの食品情報」により、情報をお知らせください。

「食のまちづくり」の推進（役割）

【共通の役割】

- ・市の施策に協力するよう努める

生産者

市民

事業者

【役割】

市

- ・市民、生産者及び事業者と連携し、食のまちづくりの推進に関する施策(以下、「市の施策」という。)を実施する

施策の推進

市の施策

【協議会】

「食のまちづくり」の推進（施策例①）

守谷生まれの食品認証（推奨品）制度の創設

【効果】

- ・産業振興
- ・特定の既存産品（認証品）による広報活動



【課題】

- ・名称，認定主体，募集，基準，PR方法 等





「食のまちづくり」の推進（施策例①—参考）

名称	「つくばコレクション」【つくば市】	「みらいプレミアム」【つくばみらい市】
対象範囲	<ul style="list-style-type: none"> ・市内で生産・製品化されたもの ・市内で生産された資源・材料を使用したもの ※現在22品目	<ul style="list-style-type: none"> ・市内で生産された農林水産物 ・主原料となる農林水産物が市内で生産、かつ、市内で製造された加工品 ※現在29品目
認定主体	市 (選定委員会)	市 (特産品地域ブランド推進協議会, ブランド認証審査部会)
募集方法	生産者・事業者申請(商品添付)	生産者・事業者申請
審査内容	1 産地 2 オリジナリティ 3 品質・価格 4 信頼性・安全性	1 品質・こだわり 2 信頼性・安全性 3 つくばみらい市らしさ
PR方法	認証マーク印刷表示(受証者負担) 認証マーク貼付(3000枚市提供) のぼり(市提供), パンフレット, HP 等	認証マーク印刷表示(受証者負担) 認証マーク貼付(市提供) のぼり(市提供), パンフレット, HP 等
認証マーク	 <p>夕日に照らされる, 北条大池から見た筑波山をイメージしたデザイン。水面では, 光が反射する様子が星形で表されています</p>	 <p>つくばみらい市の「つ」をモチーフにして、つくばみらい市から眺める筑波山をあらわし、その「つ」で「つくばみらいブランド」の発信や広がりをイメージしています 《公募》</p>



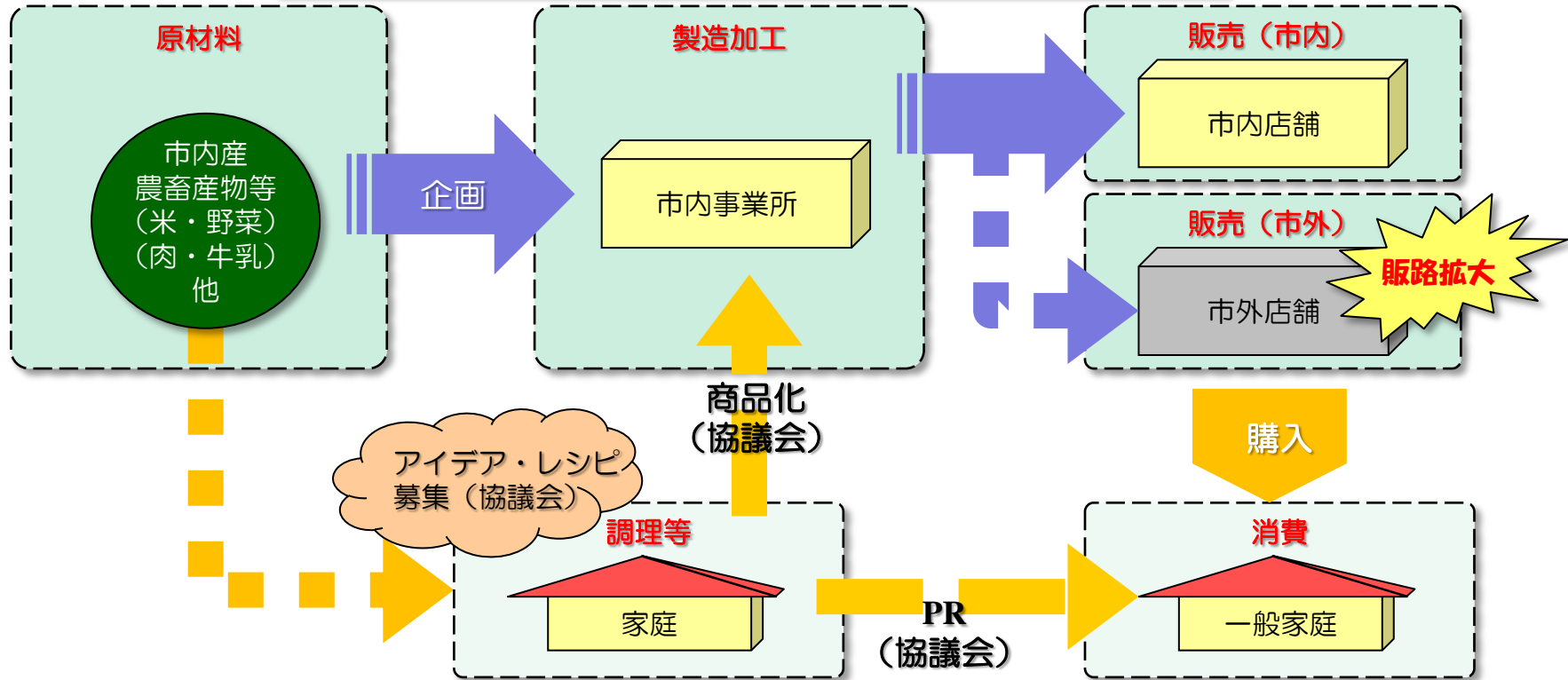
「食のまちづくり」の推進（施策例①：守谷市の検討）

名称	「 <input type="text"/> 」【守谷市】			
対象範囲	・市内で生産・製品化されたもの ・市内で生産された資源・材料を使用したもの			
認定主体				
募集方法				
審査内容	1	2	3	4
PR方法	・認証マーク ・のぼり ・パンフレット ・HP ・その他			
認証マーク	(選定方法)			<input type="text"/>



「食のまちづくり」の推進（施策例②）

新たな守谷生まれの食品 企画開発



- ・「守谷将門がぶりメンチ」
- ・ミルク工房もりや「飲むヨーグルト」

【既存商品事例】

【効果】 ・ 話題性（PR効果→市内外への情報発信、守谷生まれの食品啓発）

【課題】 ・ 商品企画（材料、製造、販路、期間等） ・ 各事業者の協力と連携



MEMO
