

2 戦略を重視した新たな販売ルートづくり

高収益な農業を実現するには、生産者が自信を持って作り出した農産物を有利に販売できる仕組みづくりが必要であり、このため、経済発展が著しいアジア諸国に向けた県産果実等の輸出拡大に取り組むとともに、産地における生産から流通、販売までの一体的な取組の促進、地域農産物の重要な販路となっている農産物直売所等の活用推進等、販売ルートの強化に取り組んできています。

一方、国内の道路整備や宅配事業の進展による流通網の整備により、産地間競争はますます激しくなることが予想されるとともに、世界的な経済危機に端を発した国内経済の低迷が続く中、消費者や需要者の間には、より低価格な商品を求める行動が強くなっています。

このため、「農産物販売戦略委員会」を新たに立ち上げ、国内外の消費者や需要者の動向を的確に捉えた具体的、効果的な販売戦略を展開するとともに、オリジナル品種等県産農産物のブランド育成のための施策を実施し、果実をはじめとする本県産農産物の輸出倍増、直売所の利活用の推進等、戦略を重視した新たな販売ルートづくりを推進します。

さらに、生産者が加工・販売分野に進出し経営を多角化・高度化する農業の6次産業化の取組を支援して、高収益な農業の実現を図ります。

【数値目標】

項目	単位	基準(H18)	現状(H22)	目標(H26)
広域展開している外食産業・流通業等への販路開拓数	件	—	—	20
県産果実の輸出額	百万円	177	253	500
試験研究機関の登録品種数	品種	15	25	30
オリジナル品種の生産量	t	29	704	2,500
特選農産物の出荷団体数	団体	22	17	60
6次産業化事業の新規取組数	経営体	—	—	50
美味しい甲斐開発プロジェクトによる新たな加工品開発数	件	—	—	10
農産物直売所の販売額	百万円	3,500	4,852	6,500

(1) 農産物の販売戦略の推進

県産農産物のブランド化を図り、競争力を高めるためには、従来の市場流通に加え、生産から流通、販売までを一体的に捉えた販売戦略に基づく取組が必要です。

このため、販売戦略委員会を立ち上げ、多様な需要者の動向を捉えながら、オリジナル品種の産地化等、地域の特徴を活かした戦略を確立するとともに、県産農産物の情報発信の強化、さらに量販店等との取引拡大等、生産者と消費者を直結する多様な販売ルートの開拓を推進します。

① やまなしブランドの強化

- 果実を中心とした県産農産物の国内外でのブランド力と販売力の強化のため販売戦略委員会を立ち上げ、戦略に基づく効果的な販売促進活動を進めます。
- 品質等が特に優れる農産物を認証する「特選農産物認証制度※1」を充実・強化するとともに、消費者への周知を図ります。
- 特選農産物の消費者等への認知度を向上させ、販売の促進を図るため、認証団体や出荷団体の拡大、生産・出荷体制の強化、取扱店の拡大等を推進します。

内 容	H23	H24	H25	H26	備 考
○ 販売戦略委員会の提案による販売戦略の推進	→	→	→	→	関連する数値目標 ・特選農産物の出荷団体数
	3回	推進			
○ 特選農産物制度の充実・強化	→	→	→	→	
	制度の見直し	推進			
○ 取扱認定店の拡大	→	→	→	→	
	2店舗	2店舗	2店舗	2店舗	

※1 特選農産物認証制度：外観、糖度等、一定の基準を満たした高品質な県産農産物を認証する本県独自の制度

② オリジナル品種の産地化の推進

- ブランド品づくりを推進するため、試験研究機関において果樹、野菜、花き、畜産等のオリジナル品種の開発を進めるとともに、民間における優良品種の育成や優良系統の選抜の取組を支援します。
- 果樹オリジナル品種の早期産地化と市場でのブランド化を図るため、苗木等の確保と増殖、供給を一元的に進めるとともに、高品質栽培技術の確立や計画的、統一的な消費宣伝活動、販売体制の整備を推進します。

内 容	H23	H24	H25	H26	備 考
○ オリジナル品種等の開発	→	→	→	→	関連する数値目標 ・試験研究機関の登録品種数 ・オリジナル品種の生産量
	果樹(ぶどう、もも、すもも、おうとうの品種開発) 野菜(いちごの品種開発) 花き(洋ラン等の品種開発) 畜産(新銘柄豚の開発)				
○ 果樹オリジナル品種の普及推進	→	→	→	→	
	種苗の確保・増殖				
	→	→	→	→	
	市場への販売促進の実施				

③ マーケティング力の強化と販売促進活動の展開

- 大消費地等において、農業団体と連携して、県産農産物のトップセールス、市場関係者や量販店との意見交換会等、効果的な魅力発信に取り組みます。
- 青果物等の消費流通動向や需要者ニーズ、他産地の生産販売状況等を産地の商品開発と販売促進活動に活用し、有利販売につなげるため、首都圏・関西圏における卸売業者、仲卸業者のニーズや消費者の購買動向等の市場調査を強化します。
- 県農産物インフォメーションセンターや大阪事務所を拠点として、市場等の情報収集と産地情報の発信を行い、京浜市場や関西市場での有利販売を促進します。
- 全国規模で開催される博覧会やイベント、インターネット、富士の国やまなし館等を活用し、高品質な農産物等の情報を全国に発信することにより、消費拡大を図ります。
- 甲州牛、フジザクラポーク、甲州地どり等の県産銘柄食肉の消費拡大を図るため、やまなしブランド食肉販売戦略協議会等を中心に県内外での認知度向上のための取組を進めます。

内 容	H23	H24	H25	H26	備 考
○ トップセールスによる情報発信と販売促進支援	2回	支援			関連する数値目標 ・広域展開している 外食産業・流通業 等への販路開拓
○ 県産青果物市場懇談会の開催支援	京浜・関西	支援			
○ 市場・量販店等調査の強化	随時				
○ 全国規模のイベントでのPR	実施				
○ 畜産物フェア等による情報発信への支援	2回	支援			

④ 新たな分野への販路開拓

- 生産者や農業団体と、量販店、外食産業、ホテル等の多様な需要者とのマッチングを支援するとともに、洋菓子等新たな分野での需要拡大を図り、県産農産物の販路の開拓を促進します。
- 生産者や農業団体の商品企画力や販売力の向上を図るため、外食産業等の業務用需要者の仕入責任者や商品開発者との交流会への参加を支援します。
- 県産銘柄食肉の販路開拓を図るため、(株)山梨食肉流通センターを中心とした輸出への取組を促進します。

内 容	H23	H24	H25	H26	備 考
○ 販路の開拓とマッチング支援	→ 随時	→	→	→	関連する数値目標 ・広域展開している 外食産業・流通業 等への販路開拓
○ 外食産業等の多様な実需者との交流会による販路開拓支援	→ 1回	→ 支援	→	→	
○ 県産銘柄食肉の輸出への取組支援	→ 随時	→	→	→	

(2) 県産果実の輸出戦略プランの推進

果実の国内消費が伸び悩む中、本県産果実は台湾等アジア諸国において高い市場評価を受け、取引量が増加する傾向にあります。こうした海外市場を積極的に開拓し、県産果実の販路拡大を図るため、「果樹王国やまなし輸出戦略プラン」に基づき、県産果実の輸出拡大に向けた情報の受発信やプロモーション活動、生産出荷体制の整備等を推進します。

① アジア諸国への輸出の拡大

- 県産果実の輸出拡大を図るため、海外でのトップセールスを行うとともに、テスト輸出や現地での販売促進活動の強化等を通じて、輸出品目や輸出先の拡大を推進します。
- 県、農業団体、産地JAで構成する県果実輸出促進協議会が実施する現地での販売促進活動や海外バイヤーの招へい等のプロモーション活動を支援します。
- 輸出相手国における現地バイヤーへのプレゼンテーションの開催や情報収集の強化により、輸出拡大を推進します。
- 輸出促進センターが受発信する情報量の拡大やジェットロ※1等との連携による海外との情報受発信の強化を推進します。
- 福島第一原子力発電所の事故以降、各国において日本産農産物の安全証明等が求められているため、必要に応じて輸出農産物の放射性物質検査を行うとともに、産地証明等について迅速な対応を図ります。

内 容	H23	H24	H25	H26	備 考
○ 海外トップセールスの実施	→	→	→	→	関連する数値目標 ・県産果実の輸出額
	1回	1回	実施		
○ 輸出可能先の品目等の調査・検討	→	→	→	→	
	調査・検討				
○ 海外での販売促進活動の支援	→	→	→	→	
	3カ国	4カ国	4カ国	支援	
○ 海外バイヤーの招へい	→	→	→	→	
	1カ国	1カ国	1カ国	支援	
○ 輸出相手先でのプレゼンテーションの開催	→	→	→	→	
	2カ国	2カ国	2カ国	支援	
○ 海外情報等の収集・発信の促進	→	→	→	→	
	ジェトロ等との連携強化				
○ 産地証明等の発行	→	→	→	→	
	随時				

※1 ジェトロ(JETRO):対日投資の促進、中小企業の国際ビジネス展開支援、開発途上国との貿易取引拡大等の事業を展開している独立行政法人 日本貿易振興機構(The Japan External Trade Organization)の略称

② 輸向向け生産出荷体制の整備

- 輸出相手国の検疫措置に対応するため、選果員の技術向上研修の充実や二重チェック体制の推進、出荷団体が行う輸向向けの選果、梱包等の体制整備を支援します。
- 輸向果実への病虫害果の混入を防ぐため、非破壊で選別できる技術の開発や薬剤散布の基準づくりに取り組むとともに、産地における病虫害防除の徹底等、栽培管理対策を強化する取組を推進します。

内 容	H23	H24	H25	H26	備 考
○ 輸向向け果実選果体制整備への支援	→	→	→	→	関連する数値目標 ・県産果実の輸出額
	選果、梱包等の体制整備支援				
○ 病虫害果混入防止研修会の開催	→	→	→	→	
	2回	2回	2回	2回	
○ 巡回指導の実施、防除基準、選別技術の検討、普及	→	→	→	→	
	実施				

(3) 農業の6次産業化の推進

本県の特色ある様々な農産物等の付加価値を高め、儲かる農業を実現するには、農産物の生産と加工・販売の一体化や、地域資源を活用した新たな事業の展開など、農業者自らが経営の多角化や高度化を目指す農業の6次産業化を推進することが必要です。

このため、6次産業化を支援する体制を整備し、農産物の生産と加工・販売を一体的に行う活動等を支援するとともに、品質の高さや独自性等のブランド力を持った新たな加工品の開発を積極的に推進します。

① 6次産業化モデルの育成

- 農業6次産業化推進プロジェクトチームを設置し、国や県、関係団体等の情報の共有化を図るとともに、農務事務所に相談窓口を設置し、6次産業化に取り組む農業者や農業団体等の掘り起こしに努めます。
- 6次産業化に取り組む意向を持つ農業者や農業団体等に対しては、6次産業化プランナー※1と連携して、六次産業化法※2に基づく総合化事業計画の策定を支援します。
- 地域における6次産業化の取組を支援するため、具体的な要望内容に応じて現地指導班を編成し、必要に応じて国や県などの事業を有効に活用できるように、助言や指導を行います。

内 容	H23	H24	H25	H26	備 考
○ 農業6次産業化推進プロジェクト会議の設置・開催	→	→	→	→	関連する数値目標 ・6次産業化事業の新規取組数
○ 総合化事業計画策定への支援	→	→	→	→	
○ 現地指導班による支援	→	→	→	→	

※1 6次産業化プランナー：国の6次産業創出総合対策に基づき、各県ごとに、6次産業化の取組につながる案件の発掘から事業化までの総合的なサポート等を行う「6次産業化サポートセンター」に所属し、6次産業化に取り組む農業者等の様々な課題に対して、総合的なサポートを行う専門家

※2 六次産業化法：「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」、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に関する施策及び地域の農林水産物の利用の促進に関する施策を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等と、食料自給率の向上等に寄与することを目的とし平成22年に制定

② 県産農産物を活用した新たな加工品開発の推進

- 付加価値の高い加工品を開発するため、「美味しい甲斐開発プロジェクト」を立ち上げ、専門家による農産物加工や商品化等のアドバイスをを行い、新たな名産品づくりを推進します。
- 山梨を代表する新たなブランドとして「やまなしの逸品」を開発、商品化するとともに、地域の農産物を原料に地域を代表する加工品として「私たちの一品」を開発する取組を支援します。
- 新たに開発した加工品の生産拡大に必要な加工機材の整備、パッケージや販促資材の開発、商談会への出展等、流通・販売に関する支援を行います。

内 容	H23	H24	H25	H26	備 考
○ 美味しい甲斐開発プロジェクトの設置・実施	→ 設置・実施	→	→	→	関連する数値目標 ・美味しい甲斐開発プロジェクトによる新たな加工品開発数
○ 県域でのやまなしの逸品開発	→ 試作品5品目	→ 試作品5品目	→ 新特産品開発	→	
○ 地域での私たちの一品開発への支援	→ 4団体	→ 4団体	→ 4団体	→ 支援	
○ 商談会等への参加支援	→ 3回	→ 3回	→ 3回	→ 支援	

(4) 地産地消の推進

県産農産物の消費拡大を図るには、生産者と消費者の距離を縮め、互いの信頼関係を築き、地域で生産された農産物を地域内でより多く流通、消費させることが必要です。

また、県民のみならず本県を訪れる多くの観光客も対象とした地産地消を推進することも必要です。

このため、身近な直売所の利活用を図るとともに、地元農産物の理解促進と利用拡大に向けた取組を推進します。

① 農産物直売所の販売力の強化

- 直売施設の展示方法の改善や販売情報管理システムの導入等、農産物直売所の機能強化に向けた取組を促進します。
- 直売所の経営安定を図るため、専門家による経営管理や商品管理のセミナーを開催するとともに、県内の直売所を紹介するホームページの充実等により、直売所の利用推進を図ります。
- 利用者が求める地元農産物が安定して供給できるよう、生産品目の増加や周年生産、さらには直売所間の相互連携を促進します。

内 容	H23	H24	H25	H26	備 考
○ 直売所の機能強化への支援	→ 随時	→	→	→	関連する数値目標 ・農産物直売所の販売額
○ 直売所セミナー等による販売力強化への支援	→ 2回	→ 2回	→ 支援	→	
○ 品目の増加、周年生産等の推進	→ 実施	→	→	→	

② 地元農産物への理解の促進と利用の拡大

- 地産地消を県民運動として定着させていくため、地産地消推進大会を開催するとともに、地産地消サポーターの拡大を一層推進します。
- 地元農産物をPRする各種取組や、イベント等での農産物の展示、直売を通じて、消費者への理解の促進と利用の拡大を図ります。
- 学校給食での県産農産物の利用拡大を促進するため、生産者及び農業団体、流通関係者、栄養士等による情報交換を進めます。
- 関係団体や乳業メーカー等と連携して、小中学校等における学校給食への県産牛乳の安定的な供給を促進します。
- 第9次山梨県卸売市場整備計画において「地域拠点市場」と位置付けたことから、甲府市地方卸売市場の活性化を促進します。

内 容	H23	H24	H25	H26	備 考
○ 地産地消推進大会の開催	1回	1回	1回	1回	
○ 地産地消サポーターの登録推進	50人	50人	50人	50人	
○ 地元農産物のPR活動の実施	20回	20回	20回	20回	
○ 栄養士等への県産農産物出荷情報の提供	12回	12回	12回	12回	
○ 県産牛乳の安定的な供給支援	支援				

