

ビジョン

農畜水産物のブランド価値を向上させ、また生産基盤を更に強化することで、生産者の所得向上を実現し、豊かさを実感できる持続可能な農業・農村を創出する。

課題

- ・国内外における産地間競争の激化
- ・農業分野における地球温暖化の抑制
- ・ももの輸入解禁要請
- ・国内市場の縮小、海外市場の拡大
- ・肥料、配合飼料、燃油等の価格高止まり
- ・「やまなし」ブランドの向上
- ・農業者の減少と高齢化の進行
- ・中山間地域の機能の低減
- ・果樹産地では生産条件の良い農地が不足
- ・荒廃農地の発生
- ・自然災害の頻発化・激甚化
- ・農業用施設の老朽化

方針

I 農畜水産物のブランド価値の向上

II 生産基盤の更なる強化

戦略

1 生産・流通・販売の三位一体の高度化

優良品種や先端技術を活用した生産技術の普及等により、農畜水産物の高品質化と生産性の向上を図るとともに、高付加価値化につながる本県の特徴ある取り組みを推進する。
また、品質管理の徹底と効率的な流通体制の構築を進めるとともに、販路開拓と輸出拡大に取り組む。

- ①果樹の優良品種と高品質・安定生産技術の開発・普及
 - ◆ぶどう「サンシャインレッド」の生産量 0t ⇒ 100t
- ②もも・すももの輸入解禁を踏まえた産地競争力の強化
 - ◆優良品種への改植面積(4年間) 184ha ⇒ 200ha
- ③データ農業(もも、すもも等を追加)による高品質化・生産性の向上
 - ◆データ農業によるシャインマスカット収量 1.3t/10a ⇒ 2.6t/10a
- ④高付加価値化につながる取り組みの推進
 - ◆4パーミル・イニシアチブの取り組み面積 4,926ha ⇒ 7,300ha
- ⑤環境負荷低減に向けた農業の推進
 - ◆有機農業の取り組み面積 247ha ⇒ 300ha
- ⑥品質管理の徹底と効率的な流通体制の構築
 - ◆果樹の共同選果施設 再編整備地区(4年間) 1地区 ⇒ 2地区
 - ◆ふるさと納税返礼品のクオリティの確保
- ⑦輸出先国の開拓と輸出拡大に向けた取り組みの推進
 - ◆県産果実の輸出額 20.7億円 ⇒ 35億円

2 戦略的ブランドプロモーションの展開

県産農畜水産物のブランド価値の向上を図るため、効果的なプロモーションを国内外で展開するとともに、消費者や実需者に対し「やまなし」ブランドの情報発信に取り組む。

- ①デジタルとリアルを組み合わせたプロモーション活動の展開
- ②「おいしい未来へ やまなし」をキャッチフレーズとしたブランド価値の向上
 - ◆ストーリーによる発信
- ③美酒・美食を通じたブランド力の強化(富士の介、ジビエなど)
 - ◆ブランド関連サイト等へのアクセス数(4年間) 10万件 ⇒ 80万件

3 明日の農業・農村を担う人財づくり

新規就農者の確保・育成を図るため、準備段階から就農定着、経営発展まで切れ目のない手厚い支援を実施するとともに、女性農業者等への支援や農福連携を推進する。

- ①就農支援サポート体制の強化
- ②就農定着に向けた支援の充実(農業継承システムの構築)
 - ◆新規就農者数(4年間) 1,273人 ⇒ 1,400人
- ③中核となる担い手や地域を支える担い手の育成
 - ◆女性リーダーの育成数(4年間) 0人 ⇒ 16人
- ④農福連携の推進
 - ◆農福連携のマッチング件数(累計) 244件 ⇒ 364件

4 農村地域の保全と基盤整備

担い手への農地の継承・集積と果樹産地等の基盤整備を推進する。
また、農村地域の保全・活性化を図るため、農泊や地域の保全活動、荒廃農地対策を推進する。

- ①「地域計画」の策定支援と農地集積の推進
 - ◆農地集積率 47% ⇒ 55%
 - ◆新規就農者への生産条件の良い農地の提供
- ②果樹産地等の競争力強化等に向けた基盤整備の推進
 - ◆果樹産地等の基盤整備面積(累計) 4,702ha ⇒ 5,100ha
- ③都市と農村を結ぶ農泊プログラムの推進
 - ◆農泊の宿泊者数 10,048人 ⇒ 13,440人

5 防災・減災対策による農村の強靱化

自然災害が頻発化・激甚化する中、農村地域の強靱化を図るため、農業用施設の耐震化や豪雨対策、長寿命化を推進する。

- ①農業用施設の耐震化や水利施設等の整備の推進
 - ◆耐震対策済の農業用ため池数(累計) 53箇所 ⇒ 73箇所
- ②適切な補修・更新等による農業用施設の長寿命化の推進
 - ◆農業用施設等の整備済箇所数(累計) 41箇所 ⇒ 53箇所

主な施策目標