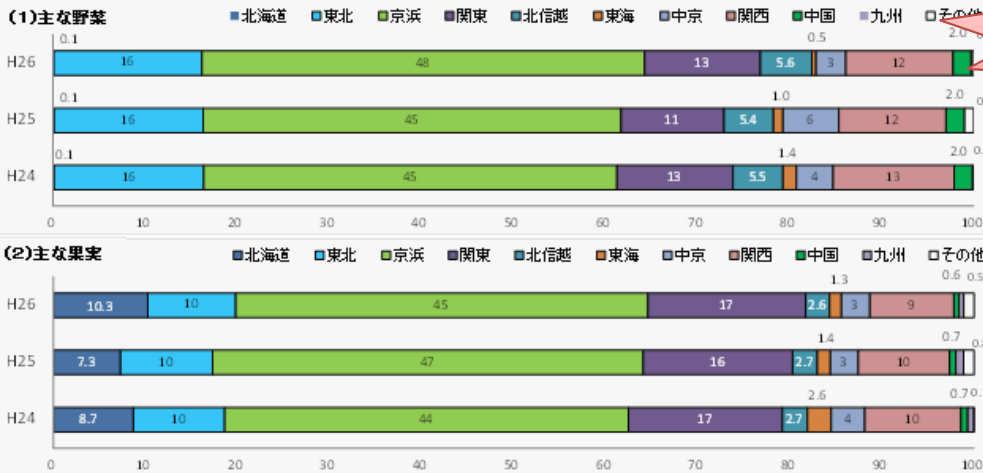


東北中央自動車道の活用による県産農産物の流通面での効果

1 山形県産農産物の販売状況

首都圏(京浜+関東)向け販売割合 (JA全農山形:数量ベース)



首都圏向け(H26)
野菜60.7%
果実62.0%

※主な野菜

メロン、えだまめ、いちご、すいか
きゅうり、なす、ねぎ、はくさい、
ほうれんそう、アスパラガス
食用ぎく、おかひじき等

※主な果実

さくらんぼ、ぶどう、西洋なし、りんご
かき、もも、すもも等

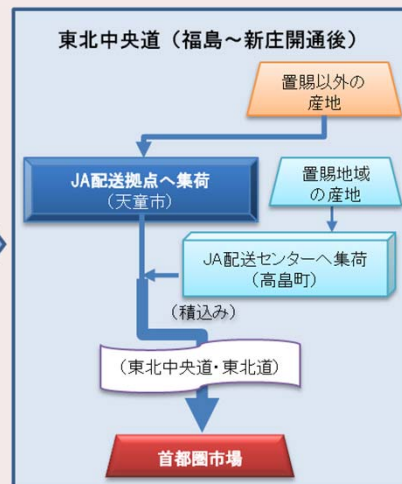
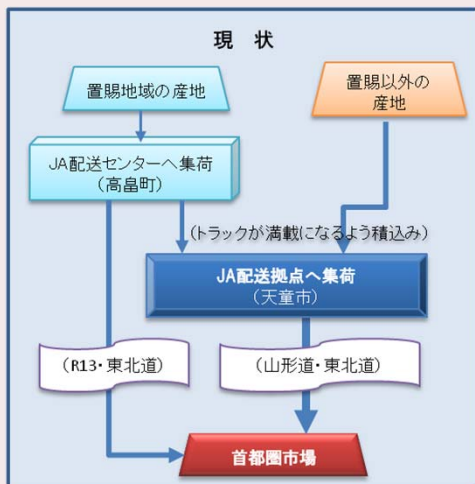


2 流通面で期待される効果 (JA全農山形から聞き取り: 可能性として考えられること)

(イメージ)

出荷者は、輸送コストの最小化などのため、県内各産地(最上・村山・置賜)から集荷した農産物を配送拠点(天童市)で集約し、10tトラックが満載になるよう仕立てたうえで、首都圏の市場に向けて配送する。

物流、輸送の効率化



【現状】

・山形道から村田JCT経由で東北道を利用。
(置賜地域では、出荷量に応じて、天童で混載する場合、出荷量が多いなどの場合は単独でR13から飯坂IC経由で東北道を利用)

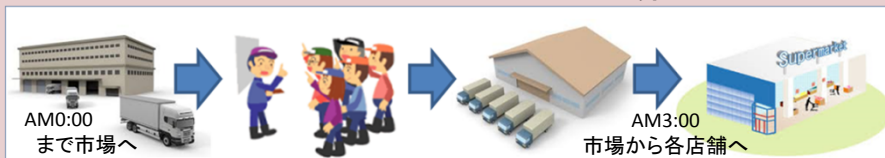
【開通後】

・天童で集荷したトラックが高島を経由し、置賜地域の農産物を積み込んでから東北中央道→(福島JCT)→東北道を利用

■高速道路の整備により

・輸送ルートが一本化されることにより、トラックの稼働効率が向上する ⇒ 輸送コストの縮減

東京都中央卸売市場(大田市場など)の相対取引の開始時間に合わせてトラックが到着する必要がある。(量販店等の店先に商品が並ぶ時間を逆算して)



※仲卸では量販店の注文に応じて配送トラックへの積み込みを終え、深夜3時には各店舗に向け市場を出發。このため、産地側のトラックは午前0時まで市場に到着し、荷降ろしすることが求められる。

【参考】せり・入札取引と相対取引

- せり・入札取引は、前日~当日入荷品について、AM6時から公開の場で取引が行われる。数量と価格は落札した時点で決定する。
- 相対取引は、午前0時から卸売業者と買手(仲卸など)が一対一で個別に行う取引で、取引数量等の交渉を事前に行い、数量と価格は当日に決定することが多い。

■取引時間(例) A中央卸売市場(青果部)の例



他産地との競争力の強化

■高速道路の整備により

- ・山形道・東北道経由、東北中央道経由の二つのルートが活用できることで、事故や自然災害による通行止めが生じて、リダンダンシーにより、その影響を回避できる ⇒ 輸送のリスク軽減・安定化に寄与
- ・首都圏市場の所定時間に延着するリスクを低減することにより、市場関係者の評価が向上する ⇒ 他産地に比べ競争力強化、販売力向上にもつながる

6次産業化を推進し「食産業王国やまがた」を実現

山形ならではの
6次産業化の推進

市場ニーズを捉えた
販路の開拓・拡大

マーケット特性に
応じた輸出拡大

6次産業を担う
人材の育成

2極化する消費者志向などを踏まえ、県産農林水産物の全体及び品目ごとのベースブランドの向上に加え、良食味・高品質やレア感などの訴求による差別化

ブランド化を進め、日本一の「さくらんぼ」や「ラ・フランス」、トップブランドの「つや姫」、「総称山形牛」に続く、日本一の新たな「山形ブランド」商品を創出する。

県産農林水産物と加工品の首都圏での直売機能の構築やバイヤー・実需者とのマッチング・商談支援等により、マーケットインの発想に立った売れる商品づくり、ターゲットに応じた販路の開拓・拡大等を促進する。

輸出先国・地域のマーケット特性に応じた県産農産物・加工品の輸出拡大を図るため、

- ・現地ニーズに対応した輸出向け商品の生産・開発
- ・国際的規格基準への対応
- ・海外での常設展示販売機能の構築など

関係機関・団体や現地バイヤー等と連携して海外における「山形ブランド」の定着・拡大、販路の開拓・拡大を促進する。

I 基本的な考え方

■ 目指すべき将来の姿（人口目標）

2040年に福島県総人口“160万人”程度の確保を目指す！

■ 戦略期間である5年間で結果を残すため、国の動向を踏まえた人口の「自然増」の対策を進めるとともに、「社会増」の対策に注力する。

“しごと”を創り、“ひと”の好循環を生み出し人口減少に歯止めをかける

II 基本的な方針

「総合戦略」では、大震災と原子力災害によって、地域の課題が複雑、多様化している中で、

- ① 即効的で実効性が高い施策
- ② 新たにチャレンジする施策
- ③ 意欲ある市町村や企業と連携した取組

に重点的かつ集中的に取り組み、優良モデルの水平展開を図るなど、地域創生のフロンティアを目指す。

また、「総合戦略」は、本県の総合計画及び復興計画の取組を加速するものと位置付け、「産官学金労言」と連携して推進する。

III 基本目標と施策の方向性

基本目標と成果目標

ふくしまの持つ潜在能力・強みを活かした地域創生を推進する7つのプロジェクト

地域創生のための7つの挑戦

1 県内に安定した雇用を創出する

- 安定的な雇用者数(雇用保険の被保険者数)
 - 【現状値】541,047人（H26年）
 - 【目標値】542,000人（H31年）
- 工場立地件数
 - 【現状値】172件（H25～26年累計）
 - 【目標値】600件（H25～31年累計）

2 県内への新しいひとの流れをつくる

- 人口の社会増減
 - 【現状値】▲2,211人（H26年）
 - 【目標値】±0人（H32年）
- 観光入込客数
 - 【現状値】46,893千人（H26年）
 - 【目標値】62,400千人（H31年）

3 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる

- 合計特殊出生率
 - 【現状値】1.58（H26年）
 - 【目標値】2.16（H52年）※
- ※2040年に、合計特殊出生率が県民希望出生率である2.16となるよう実現を目指す。

4 ひとと地域が輝くまちをつくる

- 「住んでいる地域が住みやすい」と思っている人の割合
 - 【現状値】—
 - 【目標値】上昇を目指す（H31年）

“しごとづくり”への挑戦

- ① **ふくしまの雇用・起業創出プロジェクト**
 - 企業誘致等による雇用創出
 - 地域企業の競争力強化による雇用創出
 - 起業促進等による雇用創出
 - 県内金融機関との連携
- ② **「しごと」を支える若者の定着・還流プロジェクト**
 - 若年層の県外流出の抑制
 - 県外若年層の県内還流の促進
- ③ **農林水産業しごとづくりプロジェクト**
 - 法人・企業等による安定雇用の創出
 - 稼ぐ視点での地域産業6次化の推進
 - 新規就業者に対する支援の強化
 - 消費者を見据えた販売促進

“ひとの流れをつくる”への挑戦

- ④ **定住・二地域居住推進プロジェクト**
 - 地域が求める人材の移住促進
 - 住まいの確保など定住・二地域居住を支える環境の充実確保
 - 移住者に対する就職支援の充実
 - 若者等と集落の交流促進
- ⑤ **観光コンテンツ創出プロジェクト**
 - 地域資源の発掘磨き上げによる観光コンテンツの創出・交流人口の拡大
 - メディア芸術等を活用した観光コンテンツの創出・交流人口の拡大
 - 戦略的な情報発信と受入態勢の整備

“結婚・出産・子育ての希望をかなえる”挑戦

- ⑥ **切れ目のない結婚・出産・子育て支援プロジェクト**
 - 独身男女の出会いに“世話をやく”地域社会の再創造
 - 子どもを望む夫婦をしっかりとサポート
 - 官民あげた子育て環境の充実強化

“まちづくり”への挑戦

- ⑦ **「リノベーションのまちづくり」プロジェクト**
 - 廃校等を活用した交流拠点の整備
 - リノベーションでまちの新たな魅力を創造
 - 商店街の新たな価値の創造

働く場・収入の確保、地域資源の掘り起こし・磨き込み

復興を推進する施策

イノベーション・コースト構想など原子力災害からの再生を進める「復興」関連事業（復興計画改定中）



地域創生を支える基本的な施策

国が示す「まち・ひと・しごと創生基本方針」等に準じた地方創生の深化に向けた施策

1 “しごとづくり”への挑戦（2/2）

（3）農林水産業しごとづくりプロジェクト

視 点・主な取組

▶ 視点① 法人・企業等による安定雇用の創出

- 地域の農林水産業をけん引する法人の育成支援や企業等の誘致・連携等により新たな雇用を創出
- 企業の農業参入に関するワンストップ窓口を設置、ニーズに応じた相談、地域とのマッチングの促進、生産安定等への支援
- 生産法人や参入企業、意欲ある農林水産業者の初期投資（施設整備、技術導入、耕作放棄地再生利用等）への支援
- 安定経営のための周年生産体系確立等に向けて、地域、企業、自治体などが連携・協働

▶ 視点② 新規就業者に対する支援の強化

- 農業大学校等の活用による移住先に慣れるまでの中・長期研修、体験機会の確保
- 農林水産業へ新規参入する女性への支援、既存の就業女性を含めたネットワーク活動への支援
- 移住者向け情報蓄積（農林地、兼業先、住居、先端技術等）とマッチング体制の構築
- 独立時の生産基盤（機械や施設）などの整備費用への支援
- 県・市町村や農業協同組合などによる販路確保や6次化支援
- 地域や企業が求める専門的農林水産業技術者養成のための研修体制の整備
- 移住者に向けた空き家対策による木造住居の提供支援や、林業事業者への就業斡旋・雇用環境充実化への支援

▶ 視点③ 稼ぐ視点での地域産業6次化の推進

- 1次のみならず、2次・3次企業がけん引する地域産業6次化の推進・体制整備
- 里山資源を活用した地域産業6次化の、外部や民間の視点を生かした推進・支援
- 既存の通販・レシピサイト等と連携した消費者への発信・販売力強化

▶ 視点④ 消費者を見据えた販売促進

- 消費者の健康志向等を踏まえた、有機農産物や薬用作物、林産物等の機能性や栄養素等に注目した取組を推進
- 意欲ある生産者、食品事業者や製薬会社等をマッチングする販促モデルを構築

2 “ひとの流れをつくる”への挑戦

(4) 定住・二地域居住推進プロジェクト

視点・主な取組

▶ 視点① 地域が求める人材の移住促進

- 地域が求める人材を的確に把握し、仕事を持った移住者の受入促進
- 後継者不足の地域伝統産業を支える地域おこし協力隊の導入拡大
- 地域が求める人材や提供できる環境の情報発信の強化など、受入態勢を含めた環境整備の促進

▶ 視点② 移住者に対する就職支援の充実

- 移住者の就労の場の確保を図るため、新規就業への支援強化や移住者を直接雇用する事業組合等の設立支援
- 滞在型農園等での利用者が生産した農産物の加工・地域内販売への支援

▶ 視点③ 住まいの確保など定住・二地域居住を支える環境の充実確保

- 働く場、住居の確保などの支援策をパッケージで行う実証モデル事業を市町村と連携して展開
- 移住者の居住環境を確保するための空き家等の改修支援
- 潜在的希望者へ民間企業と連携して「ふくしまチャレンジパスポート（仮称）」を発行
（例：レンタカー、引っ越し、住宅リフォーム、宿泊施設等の割引制度）

▶ 視点④ 若者等と集落の交流促進

- 地域づくりを通じた大学生等と集落の交流促進の継続・拡大
- 集落と集落出身者との結び付き強化を支援

(5) 観光コンテンツ創出プロジェクト

視点・主な取組

▶ 視点① 地域資源の発掘磨き上げによる観光コンテンツの創出・交流人口の拡大

- ふくしまならではの観光素材を生かした観光コンテンツの創出
（観光素材の例：温泉、酒蔵、只見ユネスコエコパーク、磐梯山ジオパーク、尾瀬）
- 地域の歴史、街並み、文化、スポーツ等を生かしたまちづくりの支援
- インパウンドの増大に向けた地域の食の磨き上げ支援
- 震災ツーリズムに向けたコンテンツの整備等

▶ 視点② メディア芸術等を活用した観光コンテンツの創出・交流人口の拡大

- ふくしまに縁のあるメディア芸術※を活用したまちづくりの支援、ツーリズムの開発、本県の魅力の発信
- コンテンツ関連企業の県内進出に対する支援、クリエイターを目指す人材の育成

※メディア芸術：映画、漫画、アニメーション、CGアート、ゲームや電子機器等を利用した新しい分野の芸術の総称（文化庁による）

▶ 視点③ 戦略的な情報発信と受入態勢の整備

- 観光全般をマネジメントする「ふくしま版DMO※」の設置及び金融機関と連携した運営
- 観光スポットへのWiFi設置などの環境整備

※ DMO: Destination Marketing/Management Organization の略。様々な地域資源を組み合わせた観光地の一体的なブランドづくり、ウェブ・SNS等を活用した情報発信・プロモーション、効果的なマーケティング、戦略策定等について、地域が主体となって行う観光地域づくりの推進主体。

福島県 農林水産業の現状



ふくしまから
はじめよう。

平成27年7月
福島県農林水産部

福島県農林水産業の全国における位置

1 農業関係

区 分	単位	年次	実 績		本県の シェア(%)	全 国	
			全国	福島県		順位	1位
面積	km ²	26	377,972	13,784	3.6	3	北海道
総人口	千人	26	127,083	1,935	1.5	20	東京都
農業経営体数	経営体	22	1,679,084	71,654	4.3	1	②茨城県
うち家族経営	〃	〃	1,648,076	70,766	4.3	2	茨城県
総農家数	戸	〃	2,527,948	96,598	3.8	3	長野県
販売農家	〃	26	1,411,600	57,000	4.0	2	茨城県
主業農家数(販売農家)	〃	〃	304,000	9,400	3.1	10	北海道
準主業農家数(販売農家)	〃	〃	309,800	18,600	6.0	2	新潟県
副業的農家数(販売農家)	〃	〃	797,900	29,000	3.6	5	茨城県
農業就業人口(販売農家)	人	〃	2,265,600	86,500	3.8	4	北海道
基幹的農業従事者数(販売農家)	〃	〃	1,678,900	60,300	3.6	5	北海道
農業産出額(都道府県別)	億円	25	85,748	2,049	2.4	16	北海道
米	〃	〃	17,864	754	4.2	7	新潟県
野菜	〃	〃	22,533	469	2.1	16	北海道
果実	〃	〃	7,588	245	3.2	10	青森県
花き	〃	〃	3,485	77	2.2	14	愛知県
工芸農作物	〃	〃	1,849	15	0.8	18	北海道
畜産	〃	〃	27,948	441	1.6	19	北海道
生産農業所得	億円	〃	29,647	989	3.3	6	北海道
生産農業所得率	%	〃	34.6	48.3	—	2	滋賀県
自営農業労働1時間当たり付加価値額	円	〃	823	1,044	—	—	—
経営耕地10a当たり付加価値額	千円	〃	64	71	—	—	—
固定資産1000円当たり付加価値額	円	〃	431	641	—	—	—
販売農家1戸当たり経営耕地面積	ha	26	2.17	1.71	—	—	—
耕地利用率(田畑計)	%	25	91.8	74.8	—	47	佐賀県
耕地面積	ha	26	4,518,000	144,500	3.2	7	北海道
田面積	〃	〃	2,458,000	100,900	4.1	5	北海道
畑面積	〃	〃	2,060,000	43,600	2.1	11	北海道
水稲収穫量 ☆ふくしまレブン	t	26	8,435,000	381,900	4.5	7	新潟県
大豆収穫量	〃	〃	225,600	2,220	1.0	23	北海道
もも収穫量 ☆ふくしまレブン	〃	〃	137,000	29,300	21.4	2	山梨県
日本なし収穫量 ☆ふくしまレブン	〃	〃	270,700	19,600	7.2	4	千葉県
りんご収穫量	〃	〃	816,300	27,600	3.4	7	青森県
ぶどう収穫量	〃	〃	189,200	2,930	1.5	11	山梨県
かき収穫量	〃	〃	240,600	6,450	2.7	11	和歌山県
きゅうり収穫量 ☆ふくしまレブン	〃	〃	548,200	41,200	7.5	4	宮崎県
トマト収穫量 ☆ふくしまレブン	〃	〃	739,900	24,900	3.4	9	熊本県
アスパラガス収穫量 ☆ふくしまレブン	〃	25	29,600	1,760	5.9	7	北海道
ばれいしょ収穫量	〃	〃	2,408,000	20,600	0.9	7	北海道
ねぎ収穫量	〃	〃	477,500	11,100	2.3	12	千葉県
さやいんげん収穫量	〃	〃	41,300	3,820	9.2	4	千葉県
さやえんどう収穫量	〃	〃	20,400	1,150	5.6	4	鹿児島県
ブロッコリー収穫量	〃	〃	137,000	4,270	3.1	11	北海道
葉たばこ収穫量	〃	26	19,980	630	3.2	9	熊本県
こんにゃくいも収穫量	〃	〃	57,670	184	0.3	4	群馬県
さく出荷量	千本	25	1,599,000	30,000	1.9	12	愛知県
りんどう出荷量 ☆ふくしまレブン	〃	〃	81,700	4,390	5.4	4	岩手県
トルコギキョウ出荷量	〃	〃	102,100	4,290	4.2	8	長野県
宿根かすみそう出荷量	〃	24	59,400	5,590	9.4	3	熊本県
収蒔量	t	26	149	30	20.1	2	群馬県
乳用牛飼養頭数	頭	〃	1,395,000	13,600	1.0	18	北海道
肉用牛飼養頭数 ☆ふくしまレブン	〃	〃	2,567,000	54,700	2.1	13	北海道
豚飼養頭数	〃	〃	9,537,000	130,300	1.4	20	鹿児島県
採卵鶏飼養羽数(ひな、成鶏めす)	千羽	〃	172,349	4,603	2.7	17	茨城県
肉用若鶏(ブロイラー)飼養羽数	〃	〃	135,747	724	0.5	26	宮崎県

※ふくしまレブン:福島の多彩な農林水産物を代表する生産量が全国上位の11品目「ふくしまの恵みレブン」のことである。

(資料:「全国都道府市区町村面積調」、「人口推計」、「農林業センサス」、「生産農業所得統計」、「農業構造動態調査」、「農業経営統計調査」、「福島県農林水産統計年報」、「耕地及び作付面積統計」、「作況調査」、「野菜生産出荷統計」、「全国たばこ耕作組合中央会調べ」、「日本こんにゃく協会調べ」、「大日本蚕糸会調べ」、「畜産統計」、「食鳥流通統計調査」)

2 林業関係

区 分	単位	年次	実 績		本県の シェア(%)	全 国	
			全国	福島県		順位	1位
森林面積	千ha	24	25,081	975	3.9	4	北海道
国有林	"	"	7,674	409	5.3	2	—
民有林	"	"	17,407	567	3.3	7	—
保安林面積	ha	25	12,868,807	406,938	3.2	9	北海道
林業経営体数	経営体	22	140,186	4,929	3.5	5	北海道
素材生産量	千m ³	26	19,913	655	3.3	9	北海道
針葉樹	"	"	17,741	538	3.0	10	北海道
広葉樹	"	"	2,172	117	5.4	4	北海道
生産林業所得	億円	25	2,251	49	2.2	17	長野県
林業産出額	億円	"	4,209	86	2.0	14	長野県
木材生産	"	"	2,130	62	2.9	9	北海道
薪炭生産	"	"	34	1	2.9	10	岩手県
栽培きのこ類生産	"	"	2,035	23	1.1	20	長野県
生しいたけ生産量	t	"	67,946	1,668	2.5	11	徳島県
乾しいたけ生産量	"	"	3,499	2	0.1	41	大分県
なめこ生産量 ☆ふくしまレブ ン	"	"	23,383	1,755	7.5	4	新潟県
桐材生産量	m ³	"	647	221	34.2	1	②群馬県

※小数点以下の端数処理のため、合計値が合わないことがある。

※「森林面積」の福島県の数値については、全国の最新値に合わせた記載となっている。(p59では平成26年度の数値を記載している。)

(資料:「森林資源の現況」、「福島県森林・林業統計書」、「森林・林業統計要覧」、「農林業センサス」、「木材統計」、「林業産出額」、「特用林産関係統計」)

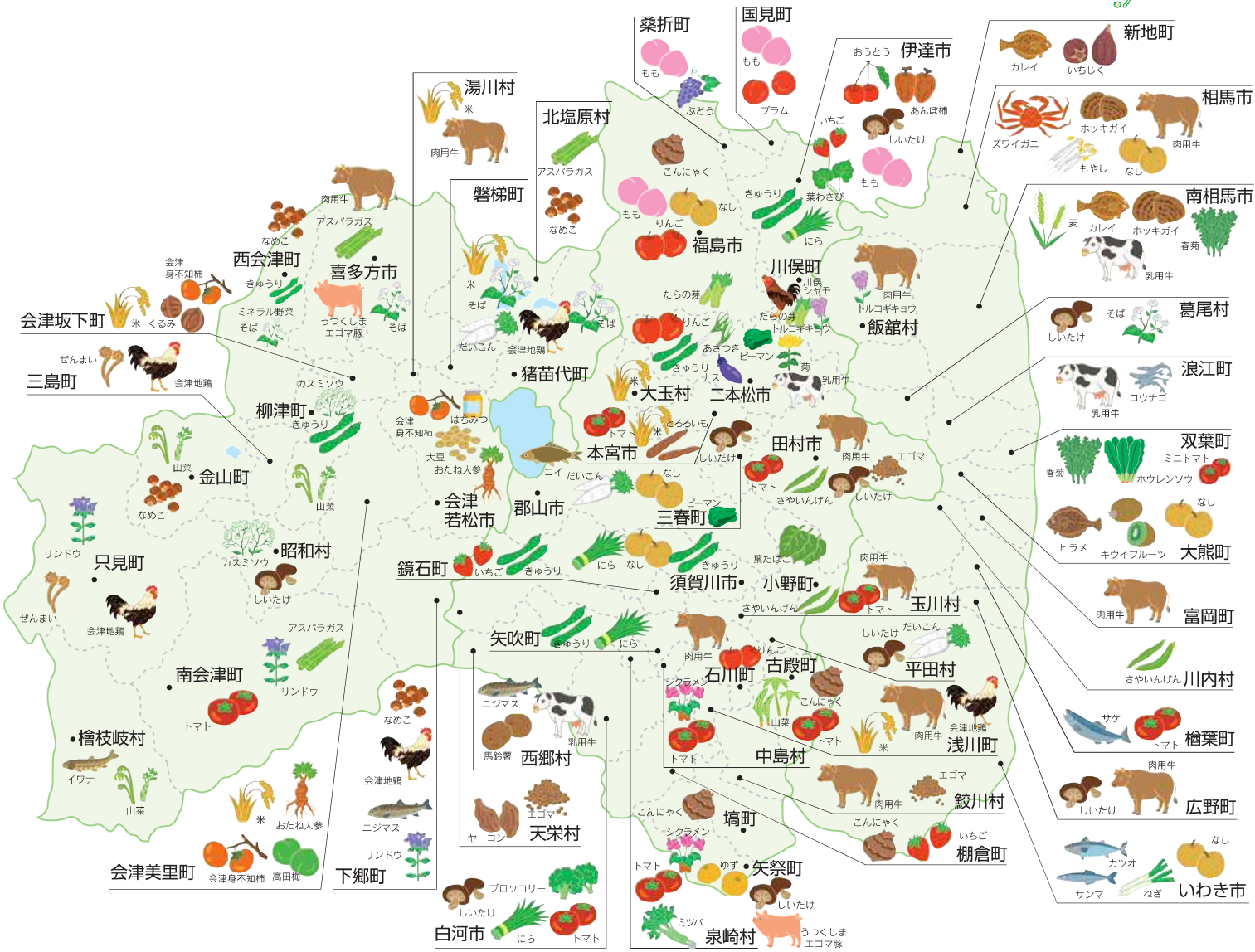
3 水産業関係

区 分	単位	年次	実 績		本県の シェア(%)	全 国	
			全国	福島県		順位	1位
漁業経営体数	経営体	25	94,507	14	0.01	47	北海道
海面漁業漁獲量(属人)	t	25	3,733,824	45,322	1.2	21	北海道
海面漁業生産額(属人)	億円	"	9,478	79	0.8	28	北海道
内水面漁業漁獲量	t	"	30,702	21	0.1	30	北海道
内水面養殖業収穫量	"	"	30,496	1,315	4.3	7	鹿児島県
ヒラメ漁獲量(属人) ☆ふくしま レブ ン	"	"	7,509	0	—	—	青森県
カツオ漁獲量(属人)	"	"	284,146	2,432	0.9	15	静岡県
カレイ類漁獲量(属人)	"	"	45,859	32	0.1	33	北海道
サンマ漁獲量(属人)	"	"	149,204	13,233	8.9	3	北海道
コイ養殖生産量	"	"	3,019	885	29.3	1	②茨城県

(資料:「海面漁業生産統計調査」、「内水面漁業生産統計調査」、「漁業センサス」、「漁業生産額」)

☆ふくしまの恵みレブ
ン:福島県の農林水産業の豊かな恵みを象徴する「米、きゅうり、トマト、アスパラガス、もも、日本なし、りんどう、福島牛、地鶏、ヒラメ、なめこ」の主要農林水産物を「ふくしまの恵みレブ
ン」と位置づけ、ふくしまの「顔」としてブランド確立を図っている。

ふくしまの農林水産物 産地マップ



「ふくしまから はじめよう。『食』と『ふるさと』新生運動」推進方針について

【平成25年10月5日決定】

趣 旨

本県農林水産業・農山漁村が東日本大震災及び原子力災害を乗り越え、将来を担う子供達に「食」と「ふるさと」をしっかり引き継いでいくため、「一人一人が復興に向けて歩いていこう」「ふくしまから新しい流れを創っていこう」という未来への意志を込めたスローガン「ふくしまから はじめよう。」と理念を共有し、生産者自らの積極的な取組はもとより、生産から流通・消費に至る様々な立場の人々が一体となり、その思いと力を一つにして取り組む運動を展開する。

概 要

“いのち”を支え 未来につなぐ 新生ふくしまの『食』と『ふるさと』の実現

食の安全・安心運動

<安全対策の徹底による食の安全確保>

- ・農林水産物の検査体制の強化
- ・安全な農林水産物の生産推進

<消費者の食への安心感の醸成>

- ・安全確保対策等のわかりやすい情報提供等により消費者の食の安心感につなげる。

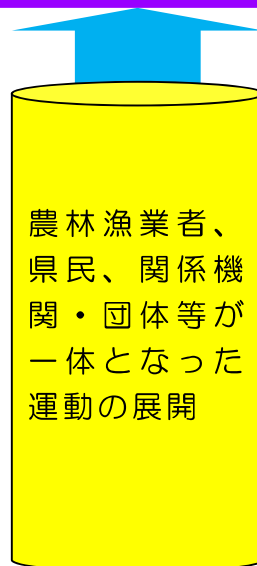
風評払拭・消費拡大運動

<消費者の県産農林水産物に対する理解促進>

- ・検査結果、生産履歴の見える化

<県産農林水産物の消費拡大と食育の推進>

- ・消費者、公共施設等における利用促進、地域産業6次化、観光との連携による県産農林水産物の消費拡大と食育の推進



生産再生運動

<力強い農林水産業の生産体制の整備>

- ・意欲ある担い手の育成、生産基盤の整備、農地の集積等の推進
- ・森林づくり活動、沿岸漁業再開の推進

<ふくしまブランドの回復・強化>

- ・「ふくしまの恵みイレブン」品目の作付拡大や県オリジナル品種の活用などによるふくしまブランドの回復・強化

情報発信運動

<県内外への情報発信>

- ・各種媒体による情報発信の強化
- ・頑張る農林漁業者の姿の紹介
- ・消費者や流通業者の交流と理解促進

<世界へ向けた情報発信>

- ・情報発信の多言語化