

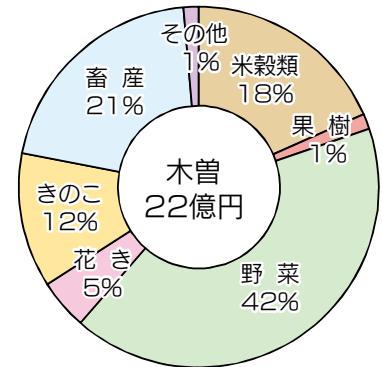
～ 地域で支え合い、育む木曽ブランド ～

地域農業・農村の概要

■ 農業・農村の特色 ■

- 木曽地域は標高差のある狭隘な地にあり、冷涼な気象条件や中京・京阪神に近い立地を活かし、「御嶽はくさい」と和牛肥育素牛（「木曽子牛」）を主体に農業が営まれており、農業産出額は 22 億円（H22）となっています。
- 経営規模が小さく（総農家 1 戸当たり耕作面積 46 a）、また基幹的農業従事者に占める高齢者（販売農家 65 歳以上）の割合は 80% と高く、野生鳥獣被害や耕作放棄地の対応に苦慮するなど、今後の農業経営のあり方が課題となっています。
- こうした中、新規参入者の受入れや耕作放棄地を活用したそば栽培・牛の放牧に取り組んでいるところもあります。
- また、「すんき」、「ほうば巻」、「赤かぶ」などの郷土食や農村女性による地域の食材を活用した「ふるさとの味」が提供されているほか、木曽牛の地域内消費も進められ、地産地消が定着しつつあります。
- 年間 295 万 6 千人（H22）の観光客が訪れる立地を活かし、「食」や「農作業体験」などを通して都市と農村との交流も広がっています。

平成 22 年度
農産物産出額の割合
(地方事務所推計)



■ めざす将来ビジョン ■

- 農業後継者をはじめ、新規参入者や定年帰農者など多様な担い手が活躍するとともに、集落営農組織の設立も進み、農業・農村が持続的に発展しています。
- 農業生産施設や農地・水路・農道等の整備・更新により農業生産基盤の充実が図られるとともに、農業者の創意工夫や販路の開拓により木曽農業のブランドである「御嶽はくさい」、「木曽子牛」を中心に収益性の高い農業経営が実践されています。
- アルストロメリアなど施設を利用した園芸品目が新たな木曽ブランドとして定着し、多様な農産物の生産体制が整っています。
- 農業、商業及び観光産業が連携し、木曽地域の特産である「木曽牛」や「そば」、「すんき」などのブランド確立と、農作業体験の受け入れなどによる都市と農村との交流が進み、県内外に「おいしい信州ふーど（風土）」が広がっています。
- 女性や高齢者がそれぞれの能力を活かし生きがいを持って農業に取り組むとともに、集落組織が活性化され、地域農業や地域コミュニティが維持・発展しています。
- 農業水利施設を活用した小水力発電など再生可能なエネルギーが利用されるとともに、災害に強い農村づくりが行われ、安全で安心な農村生活が営まれています。



重点的な取組方向

重点戦略1 農業・農村を支える多様な担い手の育成

ここ数年、木曽地域の新規就農者は年に1名程度で、高齢化の進行とともに経営の中止を余儀なくされる農家の増加が危惧されます。担い手の不足は生産量の減少、ひいては耕作放棄地の増加、また、野生鳥獣被害対策や農業用水路の維持管理などの集落活動にも影響します。このため、木曽地域の実情を考慮しながら多様な担い手を育成して、地域の営農や農村社会を維持していく必要があります。

達成指標	現状 (H22)	➔	目標 (H29)
<input type="checkbox"/> 40歳未満の新規就農者数(直近5年間の累計)	6人(5年間)		10人(5年間)
<input type="checkbox"/> 集落営農組織数(受託組織含む)	7組織		10組織

推進方策

- 就農相談会や就農準備セミナー等の開催による新規就農者の確保
- 新規就農里親制度等の支援制度を活用した地域ぐるみによる担い手の育成
- 人・農地プラン作成による集落営農組織の育成
- 経営管理指導(法人化等)による経営感覚に優れた経営体の育成
- 生産基盤の整備・更新



【就農準備セミナー】

重点戦略2 木曽農業ブランドの「御嶽はくさい」、「木曽子牛」の生産振興

木曽地域の立地を活かして「御嶽はくさい」、「木曽子牛」を中心に農業が営まれています。生産者の減少や高齢化に伴い生産は減少しています。このため、新規就農者を確保するとともに、新たな技術の導入や生産基盤の整備、またブランド力の向上により、生産・販売体制の強化を図る必要があります。

達成指標	現状 (H22)	➔	目標 (H29)
<input type="checkbox"/> 御嶽はくさい出荷量	44.5万 c/s		45万 c/s
<input type="checkbox"/> 木曽子牛出荷頭数	822頭		800頭

推進方策

- 農作業サポート体制の仕組みづくりと経営の改善
- 生産基盤の整備・更新
- 環境にやさしい農業の普及推進
- 需要に応じた計画生産と販路の開拓
- GAP導入等による安全・安心生産の推進
- 和牛繁殖センター等を活用した高齢農家等の生産支援



【御嶽はくさいの収穫】

重点戦略3 木曽オリジナルブランドの確立

「御嶽はくさい」、「木曽子牛」が高い評価を受け木曽ブランドとして木曽農業を牽引してきていますが、生産者の高齢化や消費者ニーズの多様化に対応するため、既存品目のブランド力向上を図るとともに、新品目を検討し新たな木曽ブランドとして育成していく必要があります。

達成指標	現状 (H22)	目標 (H29)
□販売額1千万円以上の園芸品目	7品目 (H23:6品目)	8品目
□米の1等米比率	76%	90%

推進方策

- 経営モデル及び消費者ニーズに基づく推進品目の検討
(検討品目：トマト、トルコギキョウ等)
- 施設園芸作物生産プロジェクト(仮称)による栽培技術向上支援
- 施設整備支援による生産拡大
- 米穀乾燥調製施設再編整備等による品質向上支援



【トルコギキョウ】

重点戦略4 中山間地域の特性を活かした元気な農村づくり

中山間地域の特色を活かして農産物直売や農産加工の活動が管内各地で展開され、新たに「木曽牛ブランド」の取組も始まり、6次産業化への気運が高まっています。また、食や農作業体験による都市と農村との交流が行われ、「おいしい信州ふード(風土)」への期待も高まっています。生き活きた農業・農村を再生するため、こうした活動を通して地域内・外の「人」と「人」とのつながりを更に深めていく必要があります。

達成指標	現状 (H22)	目標 (H29)
□他産業との連携による農産物のブランド化	1品目	3品目
□都市農村交流人口	24,937人	30,000人
□木曽牛取扱店舗数	13店舗	25店舗

推進方策

- 生産者組織の育成による木曽ならではの食材の安定生産
- 食品・観光産業と連携したそば等農産物のブランド化の推進
- 新たな加工品・体験メニューの提案や販路の開拓
- 観光と連携した木曽牛ブランドの強化
- 農産物直売・農産加工施設の経営改善と人材の育成
- 交流施設、活性化施設の整備



【木曽牛のブランド化】



重点戦略5 住民参加による協働の農村づくり

農業従事者の高齢化等に伴い、野生鳥獣による被害や耕作放棄地が増加するなど集落の機能が低下しています。このため、地域住民（女性や退職者を含む）の協力を得て、営農支援を主体に地域の課題に応えられる集落組織を育成し、地域で支え合う体制を整備する必要があります。

達成指標	現状 (H22)	目標 (H29)
□野生鳥獣による農作物被害額	29,108 千円	22,000 千円
□中山間地域農業直接支払事業による農地等の保全活動面積	510ha	470ha
□多面的機能支払事業による農地等の保全活動面積	158ha	470ha

推進方策

- 野生鳥獣被害対策チームによる集落の主体的な活動への支援
- 耕作放棄地解消に係る生産・販売への支援
- 農地や水路等の保全活動を行う組織への支援
(中山間地域農業直接支払事業、多面的機能支払事業)
- 畑地かんがい施設の維持管理を行う共同活動の推進



【野生鳥獣被害対策の学習会】

重点戦略6 農村資源の活用と災害に強い農村づくり

東日本大震災等に伴い、各地で小水力発電など再生可能なエネルギーの利用に向けた活動が始まっています。また、近年の地球環境の変化等に伴う突発的な自然災害や大規模地震の発生に備え、農地や農業用施設の災害防止対策による農業生産の維持・安定化を図るとともに、緊急時の避難対策に係る施設整備に取り組む必要があります。

達成指標	現状 (H22)	目標 (H29)
□農業水利施設を活用した小水力発電の箇所数(容量)	0 箇所 (0kW)	3 箇所 (100kW)
□ため池ハザードマップの作成町村数	0 町村	2 町村

推進方策

- 農業水利施設を活用した小水力発電の推進
- ため池の維持管理体制強化と安全対策の推進
- 水路等の災害未然防止工事の実施
- 防災無線や緊急避難路等の整備



【農業水利施設を活用した小水力発電】