

目 次

1	提言の要約	P 1
2	はじめに	P 2
3	農業の現状	P 3
	(1) 国内農産物の消費低迷及び農業資材等の高騰	
	(2) 農業従事者の高齢化及び後継者不足問題	
	(3) 農業所得の低迷	
4	課題設定	P 5
5	政策提言	P 7
	(1) 近隣市町村連携型の法人設立と地域ブランド形成における官民連携	
	(2) 近隣市町村連携型のグリーン・ツーリズム戦略による地域農業活性化	
	(3) 近隣市町村連携のイベント戦略による農産物のブランド化と通年販売	
6	未来像構築までのスケジュール	P 14
7	おわりに	P 14



5年後の農業の未来像！

地域農業の現状

- 現在、日本の食料自給率の低下や安価な輸入農産物の需要拡大等により、農産物価格が低迷して農業所得は大幅に減少し、地域農業は衰退してきている。
- TPPの動向によって関税が撤廃した場合、国内消費が輸入農産物に置き換わることや価格の下落により、生産減少額は3兆円程度となり、国内農業は甚大な影響を受けることになる。
- 農業者の高齢化と後継者不足により、地域農業の展望が開けない。
- 国の施策に守られた農業環境が農業者自身の自立を妨げている。

目標

地域農業が生き抜くためには、現在の農業所得の低迷が今後も続くことが最大の課題であるため、「国の施策にとらわれない農業者が生きがいをもって所得を向上できる市町村独自の新たな地域農業の構築」を目指す。

課題

**【課題1】
実現するための組織作り**
実現のためにはどのような新たな組織を構築する必要があるのか。
(農業者自らが手がける組織と行政等が連携した新たな基盤の構築)

**【課題2】
地域農業の保全**
地域農業を将来にわたって保全するためにはどのような取組みが必要なのか。

**【課題3】
所得向上に向けたシステム**
農産物を高く売り、農業者の所得向上に繋げるためにはどのような取組みが必要なのか。

施策

提言1

地域が持つブランド力を最大限に発揮するため、近隣市町村連携型の法人（農業者自らによる自立組織）設立と地域ブランド形成にあたり行政等が連携するシステムを構築する。

提言2

グリーン・ツーリズムの取組みを積極的に行い、都市と農村の交流から地域の魅力発信、地域資源の重要性の再確認、農産物の販売、新たな担い手の確保等を推進し、地域農業の活性化を図る。

提言3

販売戦略イベントの開催による農産物のブランド化とITを活用した情報発信及び地域農産物直売所の運営による農業所得の向上戦略の構築を図る。

効果

- ① 垣根を越えた地域連携型の販売組織構築により、単独市町村では不可能であった大胆なブランド化戦略や販売戦略を実行できる。
- ② グリーン・ツーリズムによる都市との交流により、農業の大切さを首都圏へ広げ、U・Iターンに結び付けることで地域農業の活性化が図られる。
- ③ 農業者自らが農産物の価格を決定し、直接消費者へ販売することで、生産意欲の向上に加え、更なる生産技術（高品質で安全安心）の向上が図られる。