

【戦略4】県産農林水産物の魅力の向上と販売促進

6次産業化や農業と観光の連携等による新たな価値の創出、農産物等のブランド化、国内外への販路拡大により、県産農林水産物の競争力強化や所得向上を目指していく。

(1)-② 農林漁業者と食品製造業者等との連携による6次産業化プロジェクト

【目標指標】

目標指標	現状値(H27)	H29目標値	H32目標値
食品製造業等における県産農林水産物の使用割合(重量ベース)	38.3%	40%	43%

【29年度の主な取組み】

- 農林漁業者と食品製造業者等とのマッチングの強化
 - ・6次産業化支援機関にコーディネーターを配置し、農林漁業者と食品製造業者等が求める情報を収集・分析し、データベースとして蓄積(随時)
 - ・産地と食品製造業者や、食品製造業者同士の情報交換・交流によるマッチングを実施(情報交換会等の開催:8~9月)
- 地域土産品開発等の推進
 - ・食品製造業者が中心となる連携体に取り組む土産品開発の支援(募集開始:5月 支援件数:15件程度)
 - ・高校生スイーツコンテスト(6月)及び土産菓子コンテスト(11月)の開催
 - ・訪日外国人旅行者向け土産品開発のための研修会開催(6~7月)及び開発支援(支援件数:4件程度)



(2)-② 県産農産物等販路拡大プロジェクト・⑤ 県産農産物等輸出拡大プロジェクト(ほか)

【目標指標】

目標指標	現状値(H27)	H29目標値	H32目標値
主要都市の中央卸売市場における県産農産物(野菜・果実)の取扱金額	5,562百万円	5,776百万円	6,100百万円
県産農産物輸出货量	987t	1,000t	1,300t

【29年度の主な取組み】

- 首都圏・関西圏以外の主要都市への県産農産物の販路・販売拡大
 - ・県産農産物主要都市別販路・販売拡大プロジェクト会議(仮称)の設置(5月)
 - ・地方主要都市販路開拓コーディネーター(仮称)の配置(6月~)
 - ・都市別マーケット調査の実施(6~2月)と戦略の策定(3月)
- 県産農産物等の輸出拡大
 - ・県産農産物等の販路拡大(ハワイ、ASEAN、EU)
 - ・効率的な輸送体制の構築(鮮度保持、リードタイム短縮、コスト低減)
 - * 本県、ヤマト運輸、ANA総合研究所の連携協定により取り組む庄内空港を活用した輸送体制構築(6月)
 - * 新たな鮮度保持技術による海上輸送体制を構築(~9月)
 - ・国別輸出アクションプランの策定(EU、シンガポール)(~3月)



(3)-② 有機農産物生産拡大・ブランド化プロジェクト

【目標指標】

目標指標	現状値	H29目標値	H32目標値
有機農業の取組面積	696ha(H27)	814ha	990ha

【29年度の主な取組み】

- 有機農業の生産拡大
 - ・熟練有機農業者を指導者として認定し(6月)、新規取組者へのサポート体制を構築。
 - ・県内8か所に技術展示圃を設置し、有機栽培技術の普及拡大を促進。



○有機農産物の評価向上

- ・やまがた有機農産物ブランド化検討委員会を開催し(6月、2月)、県産有機農産物の評価向上に向けた方向性等を検討。
- ・「国際オーガニックEXPO.2017」(8月、横浜市)出展によるマッチング推進。
- ・消費者交流イベント「やまがたオーガニックフェスタ」(11月、山形市)の開催支援。