

農林水産業元気再生戦略（仮称）の概要

戦略1 地産地消の推進・販売力の強化

県民参加による地産地消の推進

- 「地産地消ウィーク」の推進、量販店での県産品販売コーナー設置等
- 公共施設の木質化の推進による県産木材の利用拡大、県産材利用住宅の普及

小回りの利く産地直売の展開

- 女性や高齢者が主体となった農産加工の推進等
- 移動販売機能、定期的な朝市の開催など直接販売活動の推進

業務用食材としての県産品利用の拡大

- 学校や医療・福祉施設の給食、飲食店での料理等での県産農林水産物の利用促進

有望マーケットへの売込みの強化

(仙台圏) ●各種メディアの活用による食情報の浸透、産直市や量販店でのフェア
(首都圏) ●「山形おいしいプラザ」を拠点とした販売促進、百貨店でのインショップ展開
(中京圏以西) ●県産品取扱業者の掘り起こし、マッチングアドバイザーを活用した販路拡大

輸出の拡大

- 牛肉の輸出など新たな販路の拡大

戦略2 食の魅力の向上と山形ファンの拡大

山形の強みを活かした産品づくりとファンづくり

- 山形らしさをアピールするさくらんぼ、えだまめなどの生産強化、比較優位を有するいちごの新品種「サマーティアラ」の産地化
- 安全・品質評価や食べ方などの情報発信、県人会等を通じたファンづくり

新たな食文化の創出・発信

- 米粉や大豆を利用した加工品の開発
- 伝統野菜などを活用した料理レシピや特徴ある商品の開発

時代のニーズ等を踏まえた加工・業務用需要の拡大

- 野菜等のカットなど一次加工設備等の導入

品質の保持・向上

- 高鮮度の水産物等を提供する冷凍システム等の導入

消費者との交流拡大

- 農林漁業体験交流など観光との連携強化

戦略3 需要に応える山形の食づくりと生産力の向上

農業

土地利用型作物

《米》

- 「つや姫」のブランド化に向けた戦略展開と県産米全体の評価向上

《大豆》

- 基本技術の徹底などによる生産性・品質の向上

《そば》

- 鮮度の高い玄そばの供給体制の確立

園芸

《果樹》

- さくらんぼの紅シリーズの作付拡大による長期出荷体制の確立
- りんごの「秋陽」などの生産拡大と光センサー選果による品質保証
- 西洋なしの県オリジナル品種導入による長期出荷体制の確立、カットフルーツなど新たな食べ方の提案

《野菜》

- 加工業務用需要に応える野菜産地の形成
- 産地が確立しているすいか、メロンなどのニーズに対応した生産・出荷体制の確立

《花き》

- ばらやトルコギキョウなどの生産拡大、花育の推進

畜産

- 山形生まれ、山形育ち、県産飼料にこだわった肉用牛や豚の生産拡大
- 耕畜連携による飼料の地域内自給体制の構築、良質堆肥の域内外の循環利用

林業

- 乾燥施設の拡充や協業化による乾燥材の生産拡大
- 特用林産物の地域単位での供給体制の構築

水産業

- 藻場造成、漁港区域内でのイワガキ増殖礁の設置
- ヒラメやアワビ等の栽培漁業の推進、サケの銀毛資源の造成

新品種・新技術の開発

- 気象変動（地球温暖化）に対応した新品種・技術の試験研究の体制・環境づくり
- 生産性向上や高品質生産に資する新品種や新技術の開発
- 現場のニーズに対応した県民提案型の技術開発

農林水産業を起点とする産出額の拡大

持続的な力強い
農林水産業の確立

豊かな県民生活の実現

我が国の食料供給基地
としての地位向上