

個別施策

意欲ある農業者の育成確保を図ります

展開方針

新規就農者の定着や地域農業リーダーの育成、労力支援体制の確立など、地域ぐるみの「人づくり」を推進し、農業者の育成確保を図ります。

背景・現状

長崎市の農業は、中山間地域で構成されていることから農地が小さく、労働生産性が非常に悪い状況にあります。また、農業の担い手については、10年前と比較すると、農家数(10年前対比81%)、主業農家(同比56%)、農業就業人口(同比58%)が大きく減少しています。

個々の農業経営では、農作業の効率が悪く、収益性も低いことから、地域ぐるみの取組みが望まれています。

国・市の給付金や各種支援制度の創設、就農等研修制度の充実及び地域受入体制の確立等により、近年、青年層や定年帰農者など幅広い年代で年間10人程度就農しています。

認定農業者は平成22年度と比較すると平成27年度は132人減少し、213人となり、5年後の農業所得目標400万円達成農業者は、近年約48%となっています。

新規就農者の定着及び担い手の育成にむけて、新規就農者等の受入れ地域・団体の登録は15団体・個人で、労力支援等の作業受委託組織は3組織あります。また、現在、長崎市の農業ヘルパー研修、長崎市及びJAでの職業紹介による労力支援を行っています。

農業就業人口で10年前と比較すると、30歳未満男性農業者については16%、全女性農業者については、同比51%となっており、若い男性の農業者ほど減少しています。女性農業者は、現在、農業就業人口の約47%を占めています。今後、農業が魅力ある働きやすい環境となるような取組みが望まれます。



課 題

農業就業人口はここ 10 年で 58% に減少しており、農業の継続には、担い手への農地・施設集積や基盤整備を含め、地域ぐるみの所得向上や担い手育成にむけた取組みが重要となります。新規就農者の定着には、初期の負担軽減や経営不安の解消に加え、就農地域受入体制や技術継承の確立等が必要となります。また、新規就農者は、投資軽減が図られるよう遊休施設等の活用が多い傾向にあり、農地や遊休施設等情報の強化やリース事業の創設が求められています。安定した農業経営を図るため、地域ぐるみで担い手を育成していく必要があり、認定農業者等において、地域の技術・経営の指導者となるよう期待されています。

新規就農者、農業者、農業集落の地域づくり等において、地域農業のリーダー育成が急務となっています。

従来からの生産基盤の整備に係るハード支援に加え、営農状況に応じた段階的な経営フォローアップ体制の強化を含め、経営や労力に係る支援体制づくりが必要となっています。

農業経営の安定の一大要素である生産コストの低減にむけて、計画的・有効的に、生産基盤、作業の効率化・省力化及び収益の向上等に係る事業を推進する必要があります。

新規就農者の定着及び担い手の育成にむけて、投資・経営・労力等の分野における農業者相互・産地集落・関係団体の連携したサポート体制（新たな組織を含む）の確立が必要です。

農業者の繁忙期の労働力を補うため、臨時的に雇用できる人材が必要になりますが、不定期な雇用となるため、就労者を確保することが困難な状況にあります。

方針の考え方

農業後継者や担い手の育成及び意欲を持って取り組む農業者の支援を進めながら、次世代のリーダーとなるべき農業者を育て、計画的に農作業の効率化と収益の向上を図ります。

新規就農者の定着に向け、給付金や各種支援制度による経営と投資の軽減に加え、地域での受入や技術継承の確立を図り、地域ぐるみの受入れの取組みを推進します。

農業生産基盤の整備に係る投資軽減の方策として、遊休施設流動化の推進とリース事業の確立等に取り組めます。

認定農業者の農業経営の向上のため、営農状況に応じた段階的な経営フォローアップ体制を強化し、地域の技術・経営の指導継承者として活躍できる体制づくりを進めます。

地域ぐるみの所得向上にむけた事業を推進し、担い手を育成するため、地域の作業受委託組織や労力補完システムの構築を推進します。

農業ヘルパー・直売所出荷型農業者・本格就農者の育成など、長崎市農業センター、一般財団法人長崎市地産地消振興公社、長崎県新規就農相談センターにおいて研修等を行い、JA の営農指導と併せ、地域・産地の多様な担い手の育成と労力支援を拡充します。

農業への参入企業の技術経営サポートを推進しながら、現在、長崎市やJA が行っている職業紹介を拡充し、農業ヘルパーや福祉施設サポートを含め、参入と労力支援両面において雇用農業を推進します。

担い手の確保・育成を図るため、就農定着・労力支援・遊休農地対策などを充実する必要があり、各関係機関の強みを生かした一体的な体制の構築を図ります。

個別施策達成にむけた取組イメージ

現 状

- 農業の担い手が大きく減少 10年前対比：農家数81% 主業農家56% 農業就業人口58%に減
- 個々の農業経営から地域ぐるみの取組みへ
- 各種の経営・投資の支援制度・受入体制の確立等により年平均10人程度就農
- 認定農業者数の減少 5年前対比：62%
- 認定農業者の400万円所得目標達成者 約48%
- 新規就農者等の受入地域・団体登録 15団体・個人
- 労力支援等の作業受委託組織 3組織
- 農業ヘルパー研修：長崎市 職業紹介：長崎市・JA

課 題

- 就農後の地域の受入体制や技術継承の確立等の必要性
- 農地や遊休施設等の情報の強化・リース事業の創設
- 地域ぐるみでの担い手の育成
- 地域づくりにおける地域農業リーダーの育成が急務
- 営農状況に応じた経営フォローアップの強化
- 効率化・省力化・収益向上事業の推進
- 投資・経営・労力等における各分野サポートの確立
- 臨時雇用・福祉施設サポートを含めた雇用農業の推進

地域農業のリーダー育成

取組方針Ⅲ-1

新規就農者の育成・定着

- 担い手受入産地個人・技術指導の拡充
- 就農定着事業の計画的な実施
- 遊休施設等就農情報の集約・発信体制の強化

認定農業者のさらなる高みへの取組み

- 地域の技術・経営指導者の選定
- 農業経営改善計画の計画熟度・達成の推進
- 経営フォローアップ体制の強化

地域受入や労力支援等の組織体制整備の推進

- 作業受委託組織等の運営の推進
- 技術・経営支援を含めた地域の受け皿の拡充
- 新たな枠組みや設立による組織体制整備の検討

雇用農業の推進

- 農業への企業参入の充実

【重点的取組み】

新規就農・労力支援・遊休農地対策の体制の充実

「人づくり」

意欲ある農業者の育成確保を図ります

取組方針 - 1 地域農業のリーダー育成

取組内容

- 1- 1 新規就農者の育成・定着に取り組みます

担い手受入産地個人・技術指導の拡充

就農者の育成に向けて、就農後の地域の受入体制や技術継承の確立等が重要となります。長崎県受入団体等登録制度による指導や長崎市栽培技術指導支援事業等により、関係機関のみならず、地域による担い手の受入体制の拡充に取り組みます。

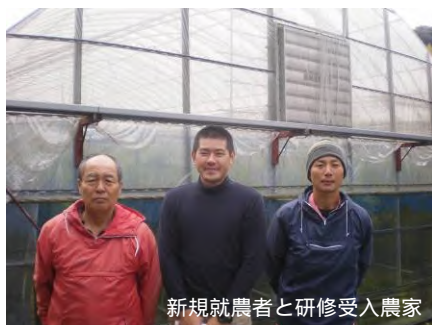
就農定着事業の計画的な実施

就農促進に向けて、就農希望者へ優良事例や経営シミュレーション、移住・定住など積極的な情報提供に取り組み、農業に入りやすい環境づくりを構築します。

新規就農者の定着には、国・市の給付金や各種支援制度による初期の投資軽減や経営不安の解消が重要となっています。行政・JA・関係機関等におけるフォローアップ体制の確立と地域に入れる人づくりにより、就農者の就農から将来の経営計画を見据えた計画的な事業の実施を推進します。

遊休施設等就農情報の集約・発信体制の強化

農業への参入に伴う初期投資の軽減の方策の一つとして、遊休施設の活用やリース事業等があげられますが、近年の新規就農者においては、将来の規模拡大時は新設ハウス、初期は既存施設活用による就農が多い傾向にあります。就農者の初期投資の軽減が図れるよう、遊休施設等の情報集約・発信の強化を図ります。



- 1- 2 認定農業者のさらなる高みへの取組みを推進します

地域の技術・経営指導者の選定

認定農業者は各地域の人・農地プランの中心となる経営体に位置付けられている農業者が多く、地域農業のリーダーとしての資質を有すると考えられています。地域ぐるみの担い手の育成を図るため、地域の技術・経営の指導継承者（伝授してさらに学ぶ）として選定し、地域で活躍できる体制づくりに取り組みます。



農業経営改善計画の計画熟度・達成の推進

認定農業者は5年後の農業経営改善計画の認定を受けた農業者ですが、農業所得目標400万円を達成している認定農業者は約48%（平成23～27年度平均）となっています。関係機関による認定農業者の相談体制の拡充により、農業経営改善計画の策定時の計画熟度とその目標達成を推進します。

経営フォローアップ体制の強化

認定農業者のさらなる高水準の農業経営に向けては、本人のやる気のある農業経営改善計画の目標達成にむけた生産基盤整備の投資軽減に加え、農業経営改善自体への取組みが重要となります。経営相談窓口の一元化やプロパー制度等新たな組織の創設を検討し、経営や部門に応じた段階的なフォローアップ体制の強化を図ります。

- 1- 3 地域受入や労力支援等の組織体制整備を推進します**作業受委託組織等の運営の推進**

労力支援等の組織については、琴海地区に作業受委託組織が3組織あり、また、びわ等の作業受委託組織設立にむけた動きがあります。今後、農業従事者の高齢化等により、地域ぐるみ・他組織による労力補完システム構築が重要となることから、当該組織の設立・運営を推進します。農業経営において、不定期な雇用となる農繁期の期間労働力確保が課題となっており、現在、長崎市やJAにおいて職業紹介を行っています。農業ヘルパーや福祉施設によるサポートを含め、労力支援に取り組みます。

技術・経営支援を含めた地域の受け皿の拡充

長崎県が移住戦略に掲げる受入団体等登録制度において長崎市管内の登録は、15団体・個人となっています。就農者の定着や担い手の育成にむけて、その産地で農業を営んできた地域の農業者の支援が必要となることから、地域の受け皿や受入地域環境の拡充を図ります。

新たな枠組みや設立による組織体制整備の検討

農業への定着・農業経営の安定を図るには、投資・経営・労力等の分野における農業者相互・産地集落・関係団体が連携したサポート体制の確立が必要となります。産地等生産者サイドや関係団体において、現行組織の連携に加え、新たな枠組みや組織設立による組織体制の検討を推進します。



- 1 - 4 雇用農業を推進します

農業への企業参入の充実

農業特区や農地法の改正により、複数の企業が農業に参入していますが、農外からの参入のため、技術経営サポートが必要となっています。今後、参入時の投資負担や継続的な技術経営サポートを図りながら、企業参入の充実と雇用農業を推進します。

役割と今後 5 年間の工程

取組内容	役割				工程			
	行政	JA	関係団体等	農家等	H29	H30	H31	H32
新規就農者の育成・定着								
担い手受入産地個人・技術指導の拡充					→			
就農定着事業の計画的な実施						→		
遊休施設等就農情報の集約・発信体制の強化					→			
認定農業者のさらなる高みへの取組み								
地域の技術・経営指導者の選定					→			
農業経営改善計画の計画熟度・達成の推進						→		
経営フォローアップ体制の強化					→			
地域受入や労力支援等の組織体制整備の推進								
作業受委託組織等の運営の推進					→			
技術・経営支援を含めた地域の受け皿の拡充					→			
新たな枠組みや設立による組織体制整備の検討					→			
雇用農業の推進								
農業への企業参入の充実					→			

(役割： = 直接的関与、 = 間接的関与)

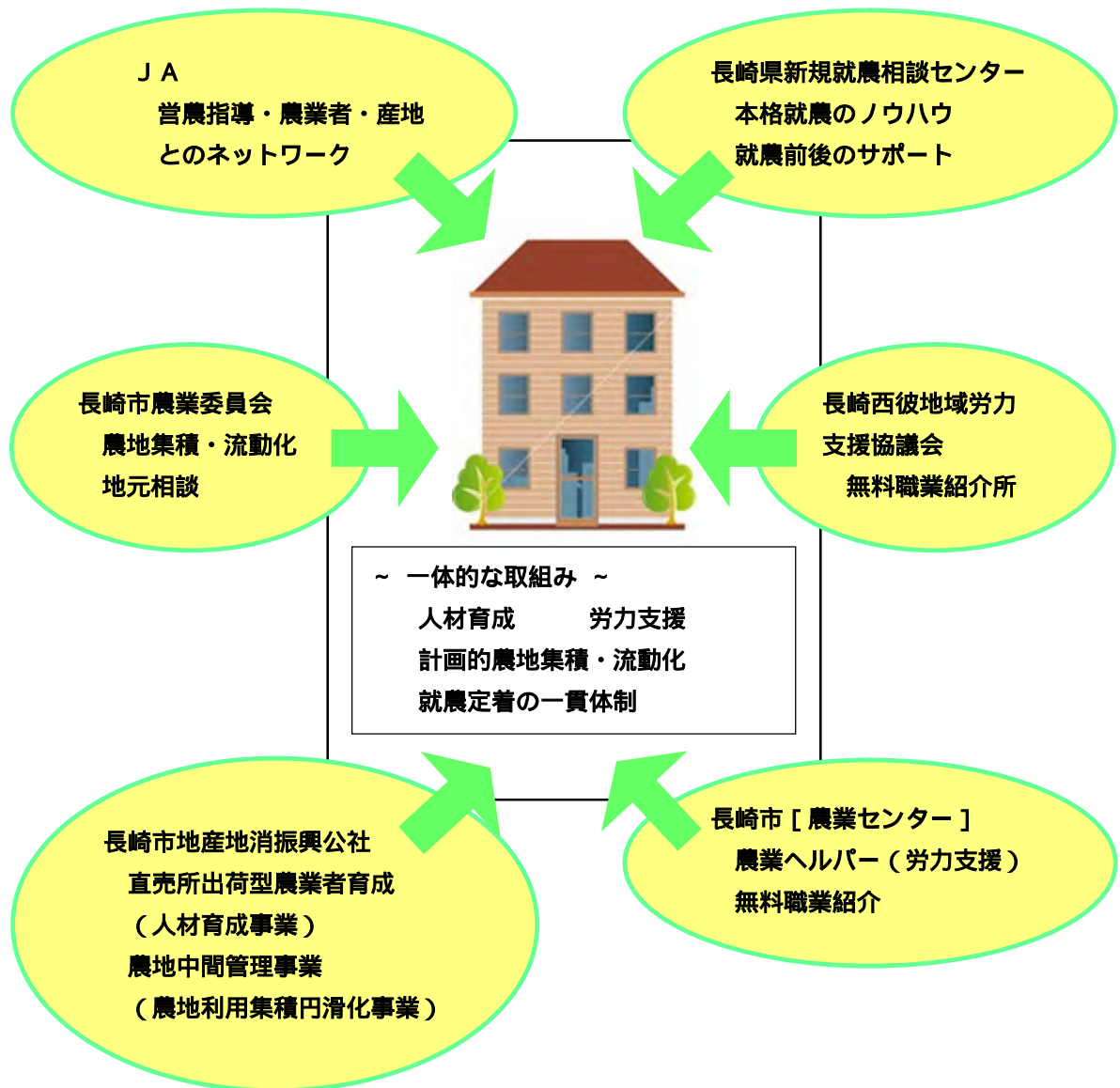
取組みの指標

指 標	現 況 (H27)	目 標 (H32)
認定新規就農者数	6人	26人
認定農業者における年間農業所得目標達成者数 (平成27年度からの累計)	23人	123人
受入団体等登録・作業受委託組織数	18件	36件
農業ヘルパーの紹介人数(延べ人数)	118人	140人

「人づくり」新規就農・労力支援・農地集積対策の体制を充実します

認定農業者や新規就農者等の担い手の確保・育成を図るためには、就農定着・労力支援・農地集積対策などを充実する必要がある、JA、長崎県新規就農相談センター、(一財)長崎市地産地消振興公社、長崎市農業委員会及び長崎市の強みを生かした一体的な体制の構築を図ります。

取組イメージ



個別施策

多様な主体の交流を促進し、食関連産業を活性化します

展開方針

長崎ならではの食材・食文化を磨き上げ、その魅力を伝えながら、販路や消費の拡大を推進するとともに、グリーンツーリズム団体や多様な主体と連携した食への意識の醸成を図り、食関連産業を活性化します。

背景・現状

長崎びわ「なつたより」や「長崎和牛・出島ばらいろ」等地域ブランドとして全国に誇れる農畜産物があり、その生産や消費拡大に係る取組みを実施していますが、市内外の認知度や安定した生産流通販売体制が十分とはいえません。

さまざまな地産地消や直売に関するイベント等を行っていますが、農水産物直売所の半数で売上げが下降しているなど、地元農産物の消費は伸び悩んでいます。

観光客やビジネス客の増加が見込まれ、地元農産物を活用した料理等の消費拡大の機会が広がっています。長崎ならではの食材・食文化及び地域農業の現状について、市内外の情報発信が不十分といえます。

社会構造の変化や個人の価値観の多様化に伴い、食嗜好の単一化や調理済商品が定着し、消費者の食生活は変化し、食の大切さや望ましい食生活に対する正しい理解・認知が薄れつつあります。

地域資源を活かした農林漁業体験や体験民宿を行うグリーンツーリズム団体及びその参加者数は増加しています。また、滞在型観光といった観光資源としての要素も備えています。

長崎市では毎月19日を「食卓の日」と定めており、地元農産物の家庭での消費促進と、食卓を囲むことで家族や人間関係の絆を深める機会が創出されるよう官民一体となって取り組んでいます。



課 題

長崎びわ「なつたより」や「長崎和牛・出島ばらいろ」をはじめ、地元農産物の消費拡大を図るため、生産者、流通販売業者が一体となった体制を整える必要があります。

農水産物直売所の総売上額は微増傾向にありますが、半数の直売所で売上げが下降しており、「安全安心と特徴ある商品づくり」等の推進、市内直売所相互の連携やPRを強化する必要があります。

世界遺産登録等により見込まれる観光客やビジネス客の増加を地元農産物の消費拡大につなげるため、市内外へ長崎の食材・食文化などの魅力を発信する必要があります。

消費者の食への理解・認知を深めるため、市民とともに多様な主体と連携して、継続的に取り組む必要があります。

農業の交流体験等を通じ、地域農業の状況と産物の認知度向上を図る必要があります。

グリーンツーリズムは実践者及び参加者とも増加していますが、相互連携や団体の自立を確立する必要があります。

方針の考え方

生産者・流通・販売業者、消費者及びそれらを取り巻く食関連産業との結びつきを強化し、長崎びわ「なつたより」や「長崎和牛・出島ばらいろ」をはじめ地元農産物の、新たな販路の開拓や消費の拡大を推進します。

地域に密着した直売所等の消費拡大の取組みにより、継続的な地元農産物の消費につながるよう地産地消を推進します。

地元農産物消費拡大の機会の広がりが見込まれることから、生産者と食・観光関係団体が連携し、「長崎ならではの」食の磨き上げを行い、和・洋・中が融合した長崎の食文化を市内外に発信します。

長崎の食文化と農業への関心と理解を深め、地産地消の定着と普及を図るため、料理関係者やグリーンツーリズム団体等の多様な主体と連携して、食育体験等に取り組みます。

農業体験・食育講座・学校給食等を通じて、「食」の大切さや長崎の農畜産業と産物などについて、消費者の理解を深めます。

グリーンツーリズムについて、さらなる集客向上への体験プログラムや着地型観光商品の充実を推進し、団体相互及び関係団体との連携を強化し、継続的な取組みが実施できるよう団体の自立にむけて取り組みます。

食関連産業の活性化を図るため、地元での消費拡大に加え、様々な主体と連携することで、市外・インバウンド等域外からの外貨獲得を推進します。

個別施策達成にむけた取組イメージ

現 状
<ul style="list-style-type: none"> ●「なつたより」「出島ばらいろ」の生産・消費拡大への取組み実施。市内外の認知度・安定生産流通販売体制が不十分 ●地元農産物の消費の伸び悩み ●観光客等の増加による消費拡大機会の増大 ●長崎ならではの食材・食文化等の情報発信が不十分 ●社会構造の変化等に伴う食への理解・認知の希薄化 ●グリーンツーリズム団体・参加者の増加 ●毎月19日の「食卓の日」の推進

課 題
<ul style="list-style-type: none"> ●地元農産物の安定した生産流通販売体制の整備 ●市内直売所の特徴ある商品づくりや相互連携・PR強化の必要性 ●消費拡大機会の増大に伴う市内外への食材・食文化の魅力発信 ●地域農畜産業の状況と産物の認知度向上の推進 ●グリーンツーリズム団体の強化 ●多様な主体と連携した食育講座等の継続的な取組み

新たな販路拡大や消費拡大の推進	長崎ならではの食材や食文化の魅力の発信	食育体験の推進による食に対する意識の醸成
取組方針Ⅳ-1	取組方針Ⅳ-2	取組方針Ⅳ-3
新たな販路開拓、商品・メニューの開発支援	長崎ならではの食材や食文化の磨き上げ	グリーンツーリズム活動の魅力発信・事業推進
<ul style="list-style-type: none"> ●生産者と流通・販売業者、消費者等とのマッチング ●ふるさと納税の活用 	<ul style="list-style-type: none"> ●差別化要素（魅力）の抽出や検証 ●食関係団体との連携による活用方法の検討 	<ul style="list-style-type: none"> ●誘客推進の強化 ●グリーンツーリズム連絡会議による関係団体との連携強化
地産地消の推進	食関係団体や観光・商工と連携した情報発信の強化	多様な主体と連携した食育体験
<ul style="list-style-type: none"> ●農産物直売所のPR 	<ul style="list-style-type: none"> ●テレビ・ホームページ・SNS・観光情報誌等を活用した情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ●「食卓の日」の継続的な広報活動の展開 ●食育体験の場の創出

【重点的取組み】
多様な主体との連携による外貨獲得

「交流づくり」
多様な主体の交流を促進し、食関連産業を活性化します

取組方針 - 1 新たな販路拡大や消費拡大の推進

取組内容

- 1-1 新たな販路の開拓や商品・メニューの開発を支援します

生産者と流通・販売業者、消費者等とのマッチング

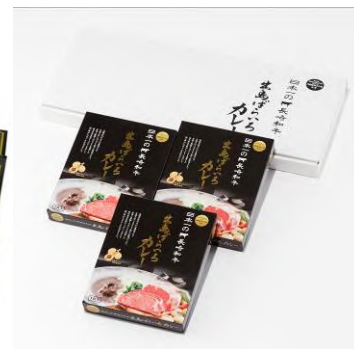
長崎びわ「なつたより」や「長崎和牛・出島ばらいろ」など競争力のある農産物があるものの、長崎市内では安定した販売体制が整っておらず、新たな販路開拓や商品・メニューの開発が難しい面があります。現在、「なつたより」や「出島ばらいろ」を使った加工品が創出されていますが、今後さらに、生産者、流通・販売業者が一体となって、消費者等とマッチングを行いながら、新たな販路開拓と商品等の開発を支援し、推進します。

ふるさと納税の活用

長崎市ではふるさと納税の取組みを拡充しています。ふるさと納税を活用したさらなる消費拡大が期待できるため、ふるさと納税謝礼品としての農産物や農産加工品の取扱いを拡大し、市外消費者への直接アピールによる、新たな販路の開拓につなげます。



伝統野菜農家と漬物業者のマッチング会



- 1-2 地産地消を推進します

農産物直売所のPR

市内の農産物直売所の総売上額は微増傾向にあるものの、直売所の半数で売上げが減少しています。長崎市が主体となって行う直売イベントに加え、生産団体・量販店・インショップ・料理団体等と連携した地域密着型の多様な取組みにより、継続的な地元農産物の消費につなげ、地産地消を推進します。



役割と今後 5 年間の工程

取組内容	役割				工程			
	行政	JA	関係団体等	農家等	H29	H30	H31	H32
新たな販路開拓、商品・メニューの開発支援								
生産者と流通・販売業者、消費者等とのマッチング					→			
ふるさと納税の活用					→			
取組内容	役割				工程			
	行政	JA	関係団体等	農家等	H29	H30	H31	H32
地産地消の推進								
農産物直売所のPR		○		○	→			

(役割： ○ = 直接的関与、 □ = 間接的関与)

取組みの指標

指標	現況 (H27)	目標 (H32)
長崎びわ「なつたより」の販売額	0.3億円	6.4億円
「長崎和牛・出島ばらいろ」の販売額 [暦年]	16.4億円	14.2億円

取組内容

- 2 - 1 長崎ならではの食材や食文化の磨き上げに取り組みます

差別化要素（魅力）の抽出や検証

世界遺産登録の動きやインバウンドの増加等により、観光客やビジネス客の増加が見込まれ、地元農産物の消費拡大の機会が広がります。食材の品質向上に加え、食材や食文化の持つ歴史・背景、ストーリー及び作り手など消費者ニーズに沿った磨き上げにより、差別化要素（魅力）の抽出と検証を行います。

食関係団体との連携による活用方法の検討

長崎ならではの食材の磨き上げによる農産物の差別化素材について、地元農産物と和・洋・中といった長崎独特の食の消費拡大が図られるよう、食関係団体や観光・商工関係者との連携による活用方法の検討を行います。



食の博覧会 会場：かもめ広場

- 2-2 食関係団体や観光・商工関係者と連携した情報発信を強化します

テレビ・ホームページ・SNS・観光情報誌等を活用した情報発信

テレビ等の情報媒体や料理教室・直売イベント等により情報発信を行っていますが、市外での農産物の認知度は依然低い状況です。「なつたより」「出島ばらいろ」や他の農産物ごとに、発信先のターゲットを絞った戦略的な情報発信を行います。



役割と今後 5 年間の工程

取組内容	役割				工程			
	行政	JA	関係団体等	農家等	H29	H30	H31	H32
長崎ならではの食材や食文化の磨き上げ								
差別化要素（魅力）の抽出や検証					→			
食関係団体との連携による活用方法の検討					→			
取組内容	役割				工程			
	行政	JA	関係団体等	農家等	H29	H30	H31	H32
食関係団体や観光・商工と連携した情報発信の強化								
テレビ、ホームページ、SNS、観光情報誌等を活用した情報発信		○	○	○	→			

(役割： ○ = 直接的関与、 □ = 間接的関与)

取組みの指標

指標	現況 (H27)	目標 (H32)
市内農産物の市民認知度	81%	86%
観光客を対象とした重点品目「びわ」「出島ばらいろ」の認知度	びわ 33.6% 出島ばらいろ 7.0%	びわ 55.7% 出島ばらいろ 24.2%

取組内容

-3-1 グリーンツーリズム活動の魅力発信と事業推進に取り組みます

誘客推進の強化

グリーンツーリズムに取り組む団体は増加しており、また、地域を活かした農林漁業体験や体験民宿は、滞在型観光といった観光資源としての要素もあります。今後において、各団体の発信力強化に努めるとともに、体験プログラムやイベントを紹介する冊子やホームページなどにより、市内外へのPRを進めながら、グリーンツーリズムの魅力を発信します。さらに、インバウンド向けへのPRなど、誘客に向けた取組みを推進します。

小中学生向けの「長崎グリーンツーリズムサマー」など、企画ツアー、団体主体の魅力あるイベント・ツアーなどを実施し、誘客の強化に努め、さらに、グリーンツーリズムを活用した滞在型観光の充実を図り、グリーンツーリズムを推進します。

グリーンツーリズム連絡会議による関係団体との連携強化

長崎市グリーンツーリズム連絡会議において、団体相互及び関係団体との意見交換を行っています。体験受入について、現在、団体が個々に対応している状況であることから、受入全般に対応できる体制整備を含め、さらなる連携強化により事業の推進を図ります。



-3-2 多様な主体と連携して食育体験に取り組みます

「食卓の日」の継続的な広報活動の展開

毎月19日の「食卓の日」の認知度を高めるために、長崎の食文化と農林水産業への関心と理解を深め、地産地消の定着と普及を図るため、料理関係者・地産地消アドバイザー・グリーンツーリズム団体・市民団体等多様な主体と連携して、食育体験に取り組みます。



食育体験の場の創出

長崎市内には市民農園やファミリー農園が各所に開設されています。また、長崎市農業センターで農作業体験学習を実施し、グリーンツーリズム団体による子ども農山漁村交流体験に対する支援を行っています。今後さらに、これらの事業の充実を図り、食育体験の場を創出します。



三重 市民農園

長崎市農業センター 農業体験学習

役割と今後 5 年間の工程

取 組 内 容	役 割				工 程			
	行政	JA	関係団体等	農家等	H29	H30	H31	H32
グリーンツーリズム活動の魅力発信・事業推進								
誘客推進の強化					→			
グリーンツーリズム連絡会議による関係団体との連携強化					→			
取 組 内 容	役 割				工 程			
	行政	JA	関係団体等	農家等	H29	H30	H31	H32
多様な主体と連携した食育体験								
「食卓の日」の継続的な広報活動の展開		○	○	○	→			
食育体験の場の創出					→			

(役割： ○ = 直接的関与、 □ = 間接的関与)

取組みの指標

指 標	現 況 (H27)	目 標 (H32)
グリーンツーリズムへの参加者数	11,708人	12,000人
「食卓の日」の実施度	23%	50%

重点的取組み

多様な主体との連携による外貨獲得

「交流づくり」多様な主体との連携により、外貨獲得を目指します

食関連産業の活性化を図るため、地元での消費拡大はもちろんのこと、市外、さらにはインバウンドも視野に入れ、様々な主体と連携することで価値を高め、域外からの外貨獲得を目指します。

取組イメージ

