2 令和２年度の主な取組成果

Ⅰ 消費動向の変化を見据えた販売戦略の展開

新たなブランド産品として「青い森紅（くれない）サーモン」と「青森きくらげ」がデビュー

取組概要

生産者や研究機関等と連携し、ブランド名称及び統一的なロゴマークの決定や生産・販売体制を整備するとともに、デビューに伴うセレモニーの開催、県内メディア等を通じたPRを展開しました。

名　　称	青い森紅サーモン	青森きくらげ
取　組　主　体	「青い森紅サーモン」 生産・販売対策協議会	「青森きくらげ」 生産・販売振興会
販 売 開 始 日	令和２年11月７日（土）	令和２年７月11日（土）
開　　発　　者	県産業技術センター 内水面研究所	県産業技術センター 林業研究所
統一ロゴマーク	紅 KURENAI 青い森紅サーモン	青森きくらげ

青い森紅サーモン

青森きくらげ

「あおもりの肴」の知名度向上と消費拡大を推進

取組概要

県産水産物の知名度向上と消費拡大のため、漁業者による食品スーパーでの直接販売「あおもりの肴フェア」の開催（19回）や、県産食材イベントでの解体ショー等のＰＲ活動を実施（７回）したほか、SNS等を活用した魚料理レシピなどの発信（総レシピ数737品目）を行いました。

また、県内漁師をモデルとした「漁師カード」を作成し、「あおもりの肴フェア」や県内外の土産店・飲食店等で配布したほか、「津軽びいどろ」とのコラボレーション盃の制作や、ホヤ殻を利用した「ほやランプ」の商品開発を支援しました。この結果、県内外のメディアにおいて93回取り上げられたほか、フェアの参加者が増加するなど、県産水産物のＰＲに貢献しました。

解体ショーによるＰＲ

トピックス　新型コロナウイルス感染症への対応

■ 県産品の消費回復のための各種キャンペーン等の実施

コロナ禍により影響を受けた県産品の消費を回復するため、県内では、県産品の購入や飲食店の利用により県産品が当たるキャンペーンを展開したほか、食育と併せた県産食材の学校給食への無償提供等に取り組みました。

また、県外では、量販店でのフェアと連動したECサイトでの「青森県フェア」の開催や飲食店での本県産食材を使用したメニューフェアの開催に取り組みました。

キャンペーン広告

Ⅱ 労働力不足の克服と安全・安心・高品質生産

水田を活用した加工・業務用野菜の生産振興

取組概要

需要の伸びが見込まれ、安定的な収入源として有望な加工・業務用野菜の生産振興を図るため、モデル産地を設定し、生産・出荷体制を整備するとともに、出荷規格の見直しや収穫機等の使用による省力・低コスト生産の実証、高うね栽培による排水対策技術の実証などを行うことで、産地関係者の取組機運の醸成が図られました。

機械によるキャベツの収穫

モデル産地の概要

モデル産地	品　目
ＪＡつがる弘前	かぼちゃ
ＪＡつがるにしきた	ね　ぎ
ＪＡおいらせ	キャベツ

高うね成形作業

畜産業における労働負担の軽減及び労働力確保の取組

取組概要

県内畜産農家の労働負担軽減のため、経験の少ない酪農ヘルパーへの技術研修や肉用牛ヘルパーの組織化に向けた検討（１回）を行ったほか、飼料生産作業を受託できるコントラクターの育成、新技術「千鳥播種」の導入による飼料増収効果の実証（２回）、大型機械による堆肥等の運搬・散布作業の経済効果の検証に取り組みました。

堆肥散布作業の検証

トピックス　新型コロナウイルス感染症への対応

■ 他産業等からの労働力の確保

取組概要

新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた県内企業の余剰労働力などを、農業分野で積極的に受け入れていくため、令和２年４月10日に「農業労働力ワンストップ相談窓口」を「公益社団法人あおもり農林業支援センター」に設置し、無料職業紹介に取り組んだ結果、県内で延べ48人のマッチングが成功しました。

求職者の農作業風景

Ⅲ 山・川・海をつなぐ「水循環システム」の再生・保全

健全な「水循環システム」の次世代への継承

取組概要

農林水産業における水の大切さなどについて理解を促すため、県内の小学生を対象に、農業水利施設の役割等について学習する「水の旅」の実施（９回）や学習の成果を披露する学習発表会を開催（６校（予定含む））したほか、水の大切さを分かりやすくまとめた水循環啓発パンフレット「つないで　めぐる　あおもりの水」を作成（6,000部）しました。

また、情報発信力のある大学生を対象とし、地域の農業かんがい史跡や農業利水施設等を巡る「消費者向けバスツアー」を開催（１回）しました。

「水の旅」での浪岡ダム見学

水循環啓発パンフレット

消費者向けバスツアー（北里大学獣医学部）

水循環キャラクター
「みず・めぐる」くん

水産資源の増大に向けた沿岸から沖合までの一体的かつ広域的な漁場の整備

取組概要

本県沿岸の水産資源の増大に向け、水産生物の成長に伴う移動習性に対応し、産卵や稚魚の育成の場となる藻場を始め、幼魚の育成場、成魚が生息する魚礁漁場を、沿岸から沖合まで一体的かつ広域的な整備（17漁場）を進めました。

整備された増殖場では、繁茂したコンブ等にウスメバルの幼稚魚が集まっていたほか、魚礁漁場では、クロソイの成魚が集まっていることが確認されました。

藻場に集まるウスメバル

魚礁漁場に集まるクロソイ等

Ⅳ 連携・協働・交流による活力ある農山漁村づくり

農福連携を推進する人財育成と農業者の理解度向上を推進

取組概要

農業分野における障がい者の就労機会の拡大に向け、農業側・福祉側双方において、農福連携を支援する人財を育成するための「農業ジョブトレーナー養成研修」を開催（参加者56名）したほか、農作業体験の場である「青天農場」を活用した障がい者の農作業能力の向上及び実習支援（６県民局）を行いました。

また、農福連携の取組拡大のため、地域段階におけるワンストップ相談窓口の構築に向けた検討や、農業者や福祉事業者職員への理解醸成を目指した「農福連携セミナー」を開催（参加者117名）しました。

農業ジョブトレーナー養成研修

障がい者による農作業

本県農林水産業の魅力の効果的な情報発信

取組概要

農林漁業者の確保や農山漁村のイメージアップに向けて、県内外に本県農林水産業の魅力を効果的かつ分かりやすく伝えるため、農林水産部内の若手職員10名で３グループを編成し、民間企業等との連携により、３つのプロジェクトの企画・制作・発信を行いました。

あおもり地酒ＰＲ動画

プロジェクトの内容

- 県産酒の消費拡大に向けた「あおもりの地酒ＰＲ動画」の作成・配信
- 県産品購入を促す「歌で農林水産業をアピール」ＰＲソングの作成・配信
- 農林水産業への興味・関心を促す「魅力ある県産農林水産物イラスト」の作成・活用

トピックス 新型コロナウイルス感染症への対応

■ コロナ禍における農林漁家民宿の安全な受入態勢の構築

取組概要

農林漁家民宿開業者を対象に、安全・安心な受入態勢を構築するための「農林漁家民宿における新型コロナウイルス感染症対策研修会」を開催（津軽１回、県南１回）したほか、感染症対策ＤＶＤの作成・配布を行いました。

感染症対策研修会

Ⅴ 農林水産業の成長と共生社会を支える人財育成

若い世代への農業の意識付けによる新規就農者の確保

取組概要

次代を担う新規就農者を確保するため、農業の職業としての意識付けとして、親子で先進的な農業を体験する「スマート農業を学ぶ農業研修会」の開催（１回、参加者30名）や、高校へ県内農業法人経営者等を派遣し、職業としての魅力を伝える「農業まるごと出前講座」を開催（５回）しました。

また、県内の就職先の一つとして農業法人で働くことを紹介する「雇用就農ＰＲ冊子」の作成（2,000部）に取り組みました。

さらに、青森県営農大学校への入校生確保のため、YouTubeインストリーム広告を活用した同校のＰＲに取り組んだところ、広告が約35,000回視聴され、イメージアップに貢献しました。

ドローン操作体験

営農大学校ＰＲ動画

林業への就業意欲の喚起と「青い森林業アカデミー」の開設に向けた準備

取組概要

就業者獲得に向けた林業の魅力発信のため、県内小・中・高・大学生を対象とした出前授業や実業高校生を対象とした仕事体験会を開催したほか、林業就業者をモデルとしたキコリカレンダー「青い森のキコリ」の制作、その写真を活用した「青い森のキコリ写真展」を開催しました。

また、令和３年４月の青い森林業アカデミー開講に向け、県内高等学校への学校訪問説明や受講希望者を対象としたオープンキャンパスの開催、受講者の選考を行いました。

林業出前授業

オープンキャンパスでのチェーンソーの操作体験

「青い森林業アカデミー」の概要

開講時期	令和３年４月
研修期間	１年間（220日程度、研修1,320時間程度）
研修拠点	県産業技術センター林業研究所研修棟
定員・対象	10名 ※県内で林業の就業を希望する、高等学校卒業又は同程度の学力を有する、18歳以上43歳以下の者