

令和2年度外部評価選定計画一覧

地域名	課題名	取組期間	対象名	内容
東青	トマト指定産地の生産力向上	R1~3年度	J A青森トマト部会 (97名)、J A青森ミニトマト部会 (28名)	<p>東青管内のトマトは、高齢化や労働力不足等による栽培面積の減少が続いている一方、ミニトマトはトマトより所得が高いことから、新規就農者を中心に作付面積が拡大しており、一戸当たりの面積も増加している。両品目共に、省力・低コスト化が課題のため、平成28年度から2本仕立てUターン誘引栽培を推進し、令和元年度はトマト22戸、ミニトマト12戸で導入され、今後も継続して普及拡大していく必要がある。</p> <p>加えて、トマトは令和元年に切り替わった新品種「桃太郎ワンダー」の特性を踏まえた栽培技術の習得、ミニトマトは収量・品質の高位平準化と新規作付者の単収向上が急務となっている。</p> <p>このため、普及指導に先進農家やJ A、種苗メーカーと連携して取り組む必要がある。</p>
中南	中南地域の果樹経営に適した特産果樹の生産拡大	R1~5年度	弘果シャインマスカット生産者 (78名)、JAぶどう生産者協議会 (JAつがる弘前、JA津軽みらい、青森県ぶどう生産貯蔵組合、93名)、JAつがる弘前桃部会 (118名)、JA津軽みらいもも生産協議会 (84名)、JA相馬村もも生産者 (12名)、JAつがる弘前さくらんぼ部会 (15名)	<p>近年、ぶどう「シャインマスカット」やもも「川中島白桃」の導入が進んでいる。</p> <p>シャインマスカットは、新規就農者など作付者が増加しており、無核処理や房づくりなど基本技術の習得が急がれている。ももについても、生産量の増加とともに、生産者間の品質格差が顕著となってきたことから、新規就農者等を中心に栽培技術の高位平準化を図り、高品質生産を徹底させる必要がある。また、難防除病害であるせん孔細菌病は、薬剤防除と耕種的防除を組み合わせた総合防除の徹底を促していく必要がある。</p> <p>県がブランド化を進めているおうとう「ジュノハート」については、県のブランド戦略に沿った生産技術の指導と、作付者の掘り起こしが必要である。</p>
三八	農山漁村女性を中心とした活力ある地域づくり	R2~3年度	管内産直施設 (15施設)、三八VIC・ウーマンの会 (40人)、青森ごのへグリーン・ツーリズム協議会 (17人)、管内女性起業体 (54)、地域の女性リーダー (2人)	<p>管内の産地直売施設は開設してから20周年を迎える組織が大半で、主に加工品を販売している女性起業を含め、これまで地産地消や食文化の伝承等の役割を担ってきており、地域の農山漁村女性リーダーは、各市町村の地域貢献活動に取り組んできた。このように、地域に根ざした活動に取り組んでいるものの、高齢化や担い手不足などの地域の課題に対する具体的な取組は少ない。</p> <p>そこで、地域の課題を明らかにし、これまで農山漁村女性に取り組んできた活動のノウハウを活かしながら、農業以外の分野との連携により、地域ごとの課題解決に向けた取組を支援する。</p>

地域名	課題名	取組期間	対象名	内容
西北	中小規模稲作経営体への野菜導入による経営の安定化	R1~2年度	中泊町の中・小規模稲作経営体(84名)、新規就農者	中泊町十三湖地区では、基盤整備事業により、大規模稲作経営体への農地集積が加速化すると想定され、中・小規模経営体が生き残るためには、高収益品目である野菜の導入が必要である。しかし、この地区は水田の標高が低く、かつ、下層が重粘土や泥炭土のため、排水不良で思うような収量、品質が得られない。そこで、地中に通水の空洞を作り、排水効果が高いと言われている「カットドレーン」の施用効果を実証するとともに、水田での安定生産が可能な野菜の品目の選定と新たに野菜を導入する経営体の増加に取り組む。
上北	新規就農者の定着と経営基盤の強化	R1~3年度	農業次世代人材投資資金(旧青年就農給付金)受給者、法人雇用就農者、青年等就農資金借入者、就農5年以内の農業者、就農希望者(準備型研修受講者、地域おこし協力隊) 計82人	管内の新規就農者は過去7年間(H25~R元)で365名(52名/年)おり、このうち、農業次世代投資資金受給者は146名、青年等就農資金借入者は31名となっている。 新規就農者の多くは、農業に関する知識・技術が不足し、農産物の収量・品質が不安定で、経営感覚も身につけていないことから、目標とする所得を確保できていない。 また、青年等就農資金の借入者の中には、収入不足のため償還開始を遅らせるケースも見られている。 このため、新規就農者の生産技術や経営管理能力の習得を支援し、経営の安定化と定着を図る必要がある。
下北	下北マルシェ、異業種との連携を通じた販売力向上	R1~2年度	下北管内農林水産物直売所(16組織)、新規就農者・就農希望者(17名)、しもきたマルシェ実行委員会及び出店者(35店)	平成29年度から開催している地元農林水産物や加工品等の販売、PR活動を行うイベント「しもきたマルシェ」は、定期開催により地域に定着し、地産地消の推進に貢献している。また、実行委員会の要職は新規就農者が担い、発言やアイデアが実現化されることによって、自分たちが主体のイベントであることが意識され、自主運営の機運が高まってきている。 一方、来場者数と販売金額が比例しないという課題があり、今後マルシェの更なる規模拡大と自主運営による継続開催を目指すには、売れる商品づくりによる販売力向上と販売体制の強化、異業種を巻き込んだ運営体制の確立に取り組む必要がある。