中山間地域アグリビジネスを広げよう!

=中山間地域アグリビジネス創出のための手順書=

目次
 はじめに1
 1. 茨城県の中山間地域の特性1
 2. 中山間地域のアグリビジネスの創出手法3
 3. 中山間地域アグリビジネスの創出手順 4
①計画づくりをはじめる 5
②地域の資源を学び、磨く 7
③地域に人材を還す9
④地域の未来をつなげる
 ⑤情報発信力を高める

平成 30 年 3 月

茨 城 県 東 京 農 業 大 学 中山間地域においてアグリビジネスを構築するためには、環境への負荷の少ない 生産と消費、物質的な循環、自然と共生した暮らしといった循環・共生型の社会シス テムへの転換が求められています。

また、全国各地では、持続的な生産と消費が可能な豊かな中山間地域の中で、働き、 暮らしたいという都市住民が増えているため、アグリビジネスの需要が見込まれま す。

茨城県と東京農業大学では地域連携協定にもとづき、県北地域をはじめとする中山間地域の活性化のため、持続性ある生産活動をつくることで、中山間地域の文化を守り、継承していくための試行事業を行いました。

本冊子は、茨城県中山間地域アグリビジネスモデル創出調査研究事業や、各市町にて取組中の山村活性化支援交付金事業、農村集落活性化支援交付金事業等の新たな取り組みをふまえ作成しました。

この冊子が、茨城県の中山間地域において、アグリビジネス創出と農村集落の継承 のために活用されることを期待します。

1. 茨城県の中山間地域の特性

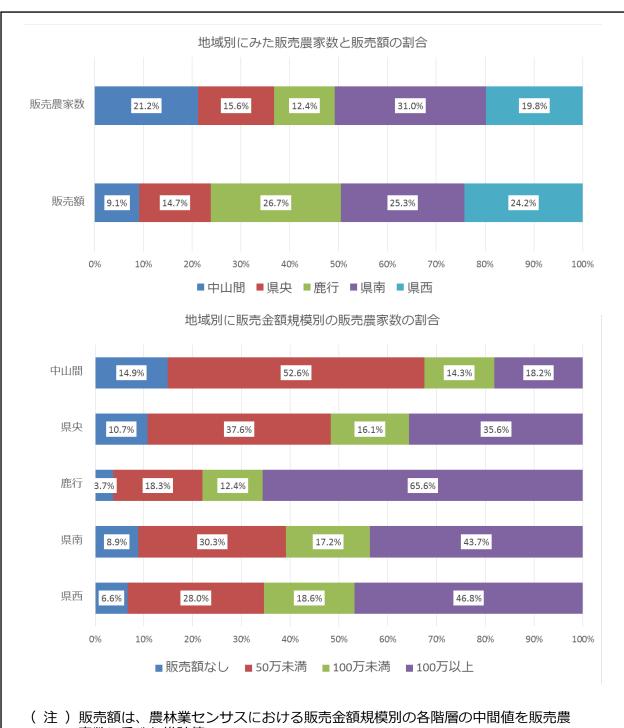
本県の中山間地域におけるアグリビジネス創出にあたっては、次のような特性を ふまえる必要があります。

【自然・地理的条件と農業・農村の特件】

- 〇中山間地域の中でも特に県北地域は、寒暖の差が大きく、冬期は、凍結する地区 もあります。
- 〇農業者の農地は小さく分散的である。このため自給的農家の占める割合が高く、 年間出荷額 50 万円未満が 6 割以上となっています。

【社会・経済条件と農業・農村の特性】

- ○社会インフラシステムや家電等を製造する総合電機メーカーの主力工場群があり、 昭和30年代から中山間地域の農家では、長男を含め企業等に就職するようになり、 農家数は減少しています。
- 〇この地域では、定年後、帰農して農業を継ぐライフスタイルにより、農村環境は維持されてきましたが、帰農による継承がされない農地は放棄され、放棄地は拡大しています。



家数に乗じた推計値。

中山間地域は、県北6市町(日立市、高萩市、北茨城市、常陸太田市、常陸大 宮市、大子町)と笠間市、桜川市、城里町の9市町の合算値。 なお、中山間地域と重複する市町データは、県央、県西合計から除外した。

(資料)『2015年農林業センサス』(農林水産省)より作成。

図1 中山間地域の農家の特徴

2. 中山間地域のアグリビジネスの創出手法

自然・地理的条件、社会・経済条件の特徴をふまえ、中山間地域において展開可能なアグリビジネスには、地域の合意形成と体制構築、地域資源の把握と戦略の検討、「担い手」確保と具体的な行動ための準備、人材育成と体制強化、認知度向上とブランディングの5つの要素が不可欠です。

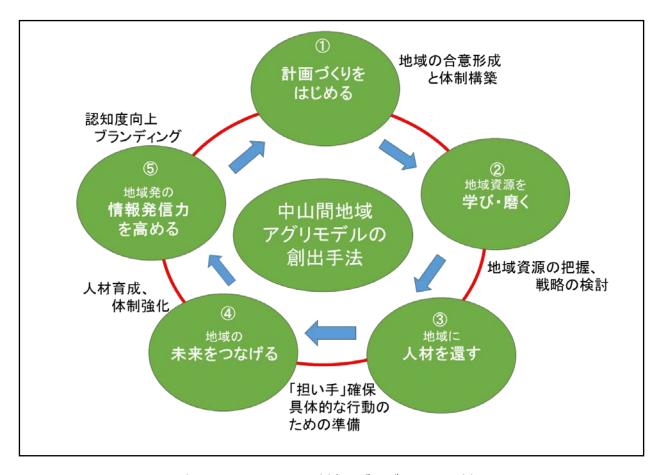


図2 本県における中山間地域アグリビジネスの創出手順

計画づくりをはじめるにあたっては、国、県、市町村等の計画づくりのためのソフト支援事業等を活用し、大学、調査専門機関などの協力を得るための体制づくりを進めておくことが効果的です。

また、地域側の参加主体は、対象地域で活動する地域づくり団体や、食品事業者、 道の駅や直売所の運営責任者といった方、定年退職後に新しく地区の役員等になっ た方など、できるだけ多様な主体が参画できるように声がけをしましょう。

このことにより、具体的な事業が動きだした時に、いろいろな相談や支援が期待できるとともに、「地域」で取り組んでいる事業であるという認知を得やすくなります。

そして、活動を進捗状況に応じて、必要な情報を持つ専門家や技術を持つ事業者等 の新しい参加者を増やすなど体制を徐々に強化してきます。

3. 中山間地域アグリビジネスの創出手順

アグリビジネスを立ち上げようとする地域では、まず地域住民等の間での合意形成からスタートし、地域資源の把握、「担い手」の確保、人材育成、体制強化、認知度向上とった体制構築をめざします。

概ね3ケ年程度の期間を設定した場合、その手順は図3のようになります。なお、 各構成要素は、計画づくりと地域資源把握が、また、ある時は、「担い手」の確保と 人材育成等の過程が同時並行的に進むこともあります。

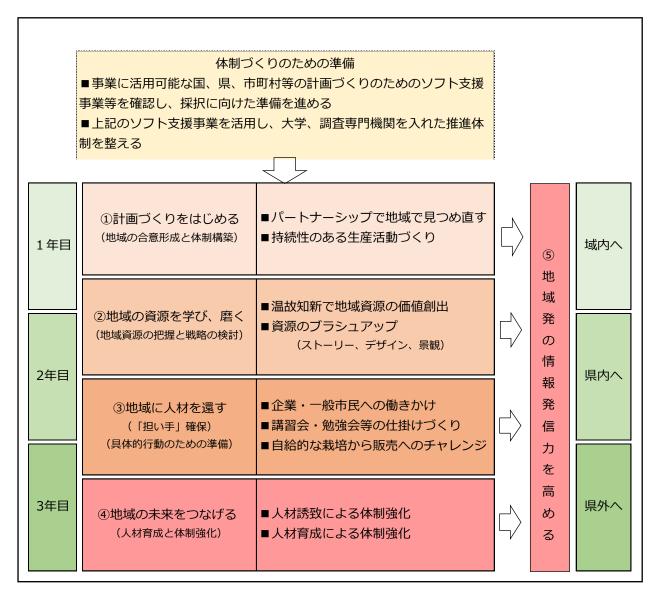


図3 中山間地域アグリビジネスの創出手順

① 計画づくりをはじめる

アグリビジネスを創出するには、住民が自主的・主体的に活動を行うことが大切です。そのためには、主体である住民自らが地域のビジョンや計画を立てること、役割分担と責任意識を醸成すること、自主性を引き出し持続させる仕組みと支援施策を作ることが重要です。計画づくりにあたってのポイントは次のとおりです。

【パートナーシップで地域を見つめ直す】

- 〇中山間地域におけるアグリビジネス創出の原点は、地域住民の好奇心と地域活性化への熱意であり、将来に向けて、農村集落を存続継承させるには、まず、 地元を見つめ直すことが重要。
- 〇農家、住民、行政が一体となって、取り組みを始めるためには、地元を見つめ 直す作業を協働で行ない、地域情報と各主体の熱意の共有が前提。
- 〇協働作業を円滑に進められるか否かは、地域住民の中に、問題意識をもつリー ダーが存在するか否かが大きなポイント。
- 〇リーダーがいれば、協働作業で地域資源調査の実施が可能となり、農家も住民 も、行政も地域資源に対する知識が向上。地域活性化のアイデアは、さまざま な立場、視点からの意見交換が重要【事例1】。
- 〇リーダーは個人ひとりとは限らず、同じ志を持つ仲間が集まり、グループやチームが「リーダー」でも可。

【規模の小さな持続性ある経済活動づくり】

- 〇中山間地域の抱える最も深い課題は専業農家の高齢化や農家戸数の減少。人口減少社会では、地域の活性化に寄与する人材を選び、誘致して地域に風を呼び込むことで、地域の担い手を増やす取り組みや、それを可能にするたな雇用の場をどのように作り出すかが重要。
- ○特に地域の主体性や自立性を育み、持続的な活動を生み出す上で、補助金依存型ではない取り組みを志向することが重要。
- 〇中山間地域では、自然の素材がエネルギー源や生活・生業の資材として循環的 に利用され、その活用形態が、地域固有の景観を生み出してきた。地域の素材 を材料とし、地域の自然の豊かさなどを付加価値とした、地域独自の「地場産 品」を作り、それを販売することが必要。
- ○新たな技術や価値観を加えることで現代社会においても経済的に成り立つ地域 資源の循環を作ることが、持続的な地域づくりに有効。

【事例1】 計画づくりの手順(常陸太田市、常陸大宮市)

常陸太田市の水府地区、常陸大宮市の大賀地域では、組織づくり(協議会)と将来ビジョンづくりに取り組みました。その時の手順は次のように整理できます。

STEP1 「人」のリストアップ

- ・最初に行う作業が、アグリビジネスに関係する人のリストアップです。リストにはその人が生産している作物や加工品の種類、生産量、販売量、生産・加工施設の有無、 所在地、設備内容等を調べ、わかる範囲で整理します。
- ・主体となる人に着目することで、活用できる地域資源、新商品、サービスのイメージ が生まれ、対象地区や参集するメンバーの範囲が絞られていきます。

STEP 2 お互いを知る「場」の設定

・最初は広範に参集せず、10名以内の意見交換が可能な人数で、「地域活性化プロジェクト」の検討を行い、徐々に、作物や地区などのバランスを見ながら、15~20名程度に拡大させます。

STEP3 「自己紹介」を介して、地域のリアルな状況を共有

- ・参加者同士は、互いに、どのような取り組みをして、どんな問題意識を持っているかまでは詳しくは知らないのが普通です。そのため最初に、参加者全員の自己紹介が不可欠です。
- ・会議の進行役は、事前作業で得た情報を活用 し、参加メンバーの事業や活動、その課題や展 望、地域活性化への想い等を発言させ、記録を 取ります。
- ・このことで、資源活用の方向性、主体の意欲を 引き出す具体的な支援ニーズの把握や、事業の パートナーやリーダー役を期待できる人材の発 掘も可能となります。
- ・また、この時間を参加者全員が共有すること で、地域課題に対する共通認識を持つこともできます。

STEP4 課題の整理ととりまとめのポイント

- ・参加者の発言内容から「課題」を分類します。特定の地域資源や業種に関する課題、地域の共通の課題等に分類します。
- ・「課題」の分類ができたら、次の3つのレベル の課題を整理します。
 - 1)見える課題 = 問題の解決手法がすぐに思いつ くもの (ex 壊れている→直す)
 - 2)探す課題=問題の解決手法がすぐに思いつか ない (ex すぐ壊れる→調べる)
 - 3)創る課題=問題を解消し、望ましい状況を達成するための必要なもの(ex 壊れている→ 壊れる原因を調べ、壊さない仕組みをつく
- ・3つ目の「創る課題」がめざすべき方向となります。複数のめざすべき方向性を組み合わせることで、参加者が共感できる地域ビジョンを描くことができます。
- ・めざすべき方向が定まったら、改めて、見える課題、探す課題をヒントに、将来ビジョンを具体化するための取り組みを行動計画にまとめます(ex.農産物○○を活かした特産品づくりを進める、特産品づくりのための研究会を開催する 等)。

② 地域の資源を学ぶ・磨く

アグリビジネスの創出にあたって、人、モノ、コト、そして情報を総合的に活用する ことが必要です。新しいアグリビジネスに必要な地域資源は、できるだけ地域にあるも のに着目し、それを活用、発展させていきます。

地域資源の活用の方法としては、大きく次の2つに分かれます。

【発掘型の活用】

発掘型の資源活用とは、地域の高齢者の話を聞く、昔の文献などを調べる、インターネットによる情報収集で他の活用例を学ぶなどの活動を通して、地域資源の価値を再評価し、新たな活用の可能性を引き出します。

- ○伝統的な知恵を生かす=高齢者の話を聞く、知恵を持つ人を探す【事例2】
- ○食品機能性に着目する(例えばからだに良い)=インターネットで調べる【事例3】
- ○他産地の事例に学ぶ= 視察研修に行く、講師を招く 【事例3】

【ブラシュアップ型の活用】

ブラシュアップ型の資源活用とは、すでに商品化されているモノを対象に、現代の 消費者等のニーズに合うように、商品価値を高めるいくつかの工夫を行います。

価値を高める着眼点としては、商品そのものの付加価値化(栽培や加工方法の工夫)、 提供方法等の付加価値化(商品の組み合わせや包装デザイン等の工夫)、産地の付加価 値化(地域ブランドづくりや交流によるファンづくり)などの切り口があります。

また、付加価値化のために行う基本的な手法には、次の3つがあります。

- 〇ストーリーづくりで商品価値を高める【事例 4】
- 〇デザインの力で商品価値を高める【事例 5】
- ○景観づくりで商品価値を高める【事例6】

【事例2】お年寄りの技を学び新商品づくり=わら細工体験(高萩市)

高岡地区では、わら細工が得意な地域の高齢者を講師に、地区住民や地域おこし協力隊員がわら細工を学びました。加えて、休耕田を利用してわら細工に適した丈夫な藁を得るために、もち米を栽培し、しめ縄づくり体験や、猫ちぐら(東北地方で作られるネコの家)の作成、販売に取り組んでいます。



【事例3】柿まるごと活用プロジェクト(常陸太田市)



未利用な庭先の柿に着目し、無農薬の杮葉を健康茶である「柿の葉茶」として、高齢者の健康づくりに活用したり、渋柿は、農産加工グループのメンバーが、常陸太田市の姉妹都市・秋田県仙北市へ出かけ、伝統的な漬け物「杮漬け」の漬け方を学び、新商品として販売する予定です。

【事例4】 奥久慈玄米茶の発売(大子町)

大子町では、奥久慈茶業組合有志 12 名を中心に奥久慈茶の里づくり協議会を発足し、奥久慈茶の販路拡大のための取り組みを進めてきました。産地のブランド化を図る商品として、食味日本一を受賞したこともある地元産コシヒカリに着目。特産品コラボというストーリーで新商品を開発、「奥久慈玄米茶」の販売を始めました。



【事例5】花貫フルーツほおずき(高萩市)



「いつ来ても同じ物しか売ってない」という消費者の声に一念発起し、新しい目玉産品として栽培がスタートした花貫のフルーツほおずき。宝石箱のようなデザインをあしらったパッケージを採用することで、東京の百貨店等での販売が実現しました。

【事例 6】果樹景観修景と散策路づくり(日立市)

日立市の中里レジャー農園では、もぎ取りと対面販売、その後の通販が主体の農園です。その特徴を活かすため統一デザインの看や果樹園入口での花壇設置の整備などの景観づくりに取り組んでいます。これは、長野県小布施町や石川県能登町で多くの観光客を集めている、花々が咲き誇る自宅庭を公開するオープンガーデンという手法です。



③ 地域に人材を還す

本県の中山間地域における定年帰農の社会的な意義は、これまで就職等で地域外に流出していた人材を地域に還し、農地の継承や耕作放棄地対策等でも、農の活動を営む地域と農の「担い手」としての役割を果たしてもらうことにあります。

今後、地域人口の高齢化の進展は加速化します。次なる世代へのつなぎ役として、すでに定年退職した団塊世代を筆頭に、これから定年を迎える中高年世代を地域に還す仕掛けや仕組みをつくることが最初のステップです。

定年前と定年後に分けて、取組を行いましょう。

【2タイプのターゲット】

- 〇既に定年等で退職したが農に携わっていない男性とその配偶者(60歳~70歳)
- ○これから定年等で退職予定の勤め人とその配偶者(50歳代)

【想定するターゲットの特徴】

- ○親から引き継いだ農地をどうするか悩んでいる
- ○年金支給が始まるまでの収入源を確保したい
- ○農業を教えてくれる知人等が身近にいない(経験も少ない) 等々



講習会・勉強会等の仕掛けづくり

企業、一般市民への広報等を用いた呼びかけを行い、帰農に向けて背中を押すキッカケづくりのため次のような取組を実施します。

既に一定の販路が確保されており、生産体制の拡大が課題となっている農産物に着目し、定年帰農を前提とした新規参入を呼びかけ、同好の仲間組織を編成し、栽培技術等を指導する体制づくりを進めます。

また、自給的な栽培から販売へのチャレンジとして、自らが栽培したものを販売する 経験をしてもらうことで、地域と農の活動を営む「担い手」となる一連のプログラムを 展開します。

【例えば】

- □企業への呼びかけや、生涯学習事業と連携した説明会等の開催【事例 7】
- □新規就農者向けの講習会、研修会の企画実施(エントリープログラム)

【事例 7、8】

□出荷者登録と直売所への出荷、先輩農家と一緒に JA 出荷や加工原料として 業者への販売など 【事例 9】

【事例7】市民を対象にした枝物説明会・現地視察会の実施(常陸太田市)

JA 常陸大宮枝物部会は、周辺の大子町、常陸太田市でも枝物栽培に取り組む人が増え始めていました。部会ではさらなる会員の確保をはかるため、常陸太田市と連携して、定年退職者(予定者も含む)を対象に枝物説明会・現地視察会を企画しました。市報やチラシを作成して市内企業に配布するなどの呼びかけを行った結果、45名の一般市民の参加があり、うち、27名が新規に枝物栽培を始め、JA常陸大宮枝物部会太田支部が発足することになりました。



【事例8】市民を対象にした講習会の開催―小祝エゴマの学校(常陸大宮市)

常陸大宮市の岩崎地区では住民有志が、昔は 自家用に栽培されていましたが、今では栽培されなくなっていたエゴマに着目し、新しく開業 する道の駅の特産品として、エゴマ栽培とエゴマ油の加工販売をスタートさせました。隣接する小祝地区の住民有志は、遊休農地の活用とエゴマ栽培者を増やすことを目的に、広く一般市民を対象とした「エゴマ」の学校を開催し、エゴマの栽培に関心のある一般市民の方30名が



参加し、植付から収穫・洗浄・乾燥までの過程を学びました。意見交換会では、参加者の多くが自分でも来年は植えてみたいと意欲を示しました。

【事例 9】荒廃竹林のマダケを直売所で販売(常陸大宮市)

久慈川河岸に拡がる竹林は、かつて先人たちが水害防止のために植えたものでしたが、近年、荒廃が進んでいました。リターン者、定年退職者の男性を中心とする久慈岡地区住民有志は、先人が残した竹林の価値を再評価し、竹林保全活動を開始しました。整備を開始した翌年からは、道の駅に開設された直売所に、出荷者として新規に登録を行い、整備済みの竹林から獲れたマダケを販売し、竹林整備のための資金の確保に取り組んでいます。



4 地域の未来をつなげる

立ち上げたビジネスの持続性を高めるためのさらなるチャレンジとして、移住・定住者を軸にした事業構築に挑戦します。

現在の定年帰農者の息子世代が、地域に還るには、まだ、数十年の時間が必要です。 事業の拡大・発展を考えた場合、息子世代の UIJ ターンだけでなく、農業や農村で の暮らしに強い関心を持つ人材の移住・定住を促進し、新たな人材を地域に誘致し、 育てていく環境づくりが重要です。

新たな人材の誘致と育成のポイントは、次のように整理できます。

【人材誘致のポイント】

【事例 10】

現在の就農者が高齢化等で離農し、その次の世代が帰農するまでの間を支える人材の確保が必要です。

人材誘致の手法として現在、もっとも効果的なのは、総務省事業を活用した「地域 おこし協力隊」の活用です。

この制度は、都市部の若者らが地方自治体の募集に応じて委嘱を受け、国から生活 費などの支援を受けながら、おおむね1年以上3年以下の期間、地方に移り住み、 住民の生活支援や地域の活性化などに取り組む活動を支援するものです。

地域おこし協力隊制度を活用した人材誘致にあたっては、次のような点を工夫することが重要です。

- ○求める人材の役割やスキルを明確にして募集する。
- ○先行者の生の声を聞くチャンスを設ける。
- 〇マッチングフェア等に参加する。
- ○お金に換算できない有形無形の支援等をアピールする。

【人材育成のポイント】

【事例 11、12】

誘致した人材については、地域に定着し、新規事業の中核的な担い手として活躍してもらうために、事業に必要なスキル、人的ネットワークづくりなど多面的な支援を行うことも重要です。

人材育成にあたっては、次のような点を工夫することが重要です。

- ○農業技術の指導を充実する。
- ○地域コニュニティとの交流、ネットワークづくりを支援する。
- ○仕事づくりのための資機材等を支援する(食品加工機器の貸与や場所の提供)
- ○販売活動を支援する。
- ○農地や家屋の確保を支援する

【事例 10】地域おこし協力隊の活用(高萩市)

市街地在住者をリーダーに新たな試みと して栽培がスタートしたフルーツほおず き。人気の高まりとともに、生産体制の拡 大が課題となってきました。

市では、その生産体制の強化を目的に、 地域おこし協力隊を募集しました。結果、 5 名の隊員が確保され、栽培に加え、加工 品開発などに取り組む新しい流れが生まれ つつあります。



【事例 11】中里レジャー農園サポーター制度(日立市)

中里レジャー農園サポーター制度は、「農業」に興味を持つ方、農に親しみながら「健康づくり」をしたい方、農家と「交流」を図りたい方が、サポーターとして登録し、年間を通して、都合の良い日に、農家を手伝いながら、新たな「交流」の創出と地域や生産農家(観光果樹園)の活性化をはかることを目的としてスタートした制度です。参加者は、農家の指導を受けながら摘花・摘房・摘果・



枝の剪定・袋かけ・収穫・除草などの栽培技術を学びます。10軒の農家がボランティア 受入れ、また、3農園で援農ボランティアによる継承・栽培が行われています。

【事例 12】枝物講習会の実施(常陸太田市)

JA 常陸では、市民に呼びかけて常陸太田市内の新規参入者で構成される常陸太田支部を新たに設立しました。同支部では、畑調査や推奨栽培品目の相談、挿し木苗の提供など、新しいメンバーのサポートを行っています。

また、実際に栽培をはじめた新規メンバーの 定着のために、栽培技術の相談や、里山に自生 する植物を枝物として出荷するための講習会 等を定期的に開催しています。



⑤ 地域発の情報発信力を高める

定年帰農促進、商品の付加価値化、移住・定住者の誘致などの中山間地域アグリビジネスの構築に必要な要素を強化していくためには、その取組の認知度や、地域としてのブランド価値を高める観点から、地域発の情報発信力を高めることが必要です。

若い世代や地域外の人々に対しての情報発信の手段として、インターネットやスマートフォン向けの情報発信は必須ですが、地域内あるいは県内向けの情報発信や、インターネット等の情報機器に不慣れな中高年層向けの情報発信にはもっと別に適した情報発信手段もあります。

情報発信の対象別には次のような手段を活用することが有効です。

【市町内や地域内への情報発信】

【事例 13】

取組内容を地域内へ周知することは、次のような効果があり、とても重要です。

- 〇地域内からより大きな協力を得る。
- 〇地域内の仲間を増やす。新たな仲間の交友関係から、さらに地域外の仲間を増やす。
- ○地域内の新たな田畑、山林、家屋、施設の活用のチャンスを拡大する。
- これらの告知には、案内文やチラシを作成、回覧、配布するのが有効です。また、 この方法は、中高年層向けの情報発信の方法としても有効です。

【県内向けの情報発信】

【事例 14】

県内への情報発信は、日常的な顧客確保の視点でとても重要です。これらの告知には、 地元の新聞や情報誌、市町の広報、CATV やミニ FM などの地域メディアの活用が有効 です。特に紙媒体による情報発信は、中高年層向けの情報発信の方法としても有効です。

- ○イベント概要をまとめた資料をタウン誌などにファックスし、イベント情報の掲載 や取材を要請する。
- 〇販売時期、新商品の紹介など、定期的な情報発信を行うことで、リピーターや地域 と商品のファンづくりを行う。 など

【茨城県外や若い世代向けの情報発信】

【事例 15】

商品等を一時的にまとめて販売する場合や単価が高い商品等の場合は、県外のマーケットを狙うことが重要です。「外」での評判を高めることが、県内での評判を高める効果もあります。

- ○新商品の場合、物産展などへの出展や商談会へ参加する。
- Oイベントの場合、インターネットや SNS による情報発信を行う。
- OTV 番組等のロケの受入れなどマスコミとの接点づくりを行う。

など

【事例13】市民広報の活用=おしらせ版によるイベント等の告知

イベントや催し情報を告知するには、市町が毎月発行する市広報誌の活用がコスト・パフォーマンスの良い手法です。

常陸太田市では、枝物、柿の活用に 関する講習会は、市広報誌を利用して 参加者を募っています。

■◎販売流通対策課生産流通振興係 組んでいます。この機会に、柿の葉茶 ある「柿の葉茶」づくりの普及に取り 源を生かすために、 ところ つくりにチャレンジしてみませんか。)申込方法 番号を記入の上、ファクシミリ 〉持参するもの 45 とき は電話でお申し込みください。 ○ 四内線62/EXX *持参できない方は、申込時にお伝 ഗ 葉茶づくり 30人(先着順) 8 月 23 日 水 氏名・住所・年 8月21日月 柿の葉10g 伝統的な健康茶で 午前10時~11時

【事例14】プレス投げ込み資料例

イベントの事前告知や活動内容の 事後の周知のため地元新聞に記事と して掲載されることは、関係者以外 の地域住民や行政等に、自分たちの 取組や商品等を知ってもらうために 有効な手段です。新聞等への記事掲 載にあたっては、イベントや取組の 内容などを完結まとめた資料や、チ ラシなどを作成することが有効で す。

<資料基本項目>

- ■イベントタイトル
- ■日時
- ■場所
- ■背景・趣旨
- ■具体的な活動内容
- ■チラシ等の付属資料



【事例 15】ホームページ、SNS の活用

パソコンやスマートフォンが普及した今日、自分たちの取組や商品等の情報発信力を高める上で、ホームページの開設や SNS を活用した情報発信活動は不可欠となっています。

地域ならではの情報にこだわり、それ を発信することがポイントです。



その先へ一持続可能な中山間地域づくりのために

本冊子は、中山間地域アグリビジネスの創出のための初期ステップについての手順をとりまとめたものです。中山間地域の農業・農村の「担い手」として、定年を迎えた人、まもなく定年を迎える人に着目し、その方々と、地域資源の価値を学び、その活用方法を考え、自らの力で産品・商品として販売する持続性のある生産活動を創り出すための手順を示したものです。

人口減少時代を迎え、また、人生 100 年という長寿化時代の中で、皆さんのふるさとの暮らしが持続するためには、次の時代の担い手となる移住・定住者の確保に加え、農産物の生産や加工で稼ぐ仕組みや、その収益を子育てや高齢者福祉など、地域社会の様々な課題解決への活用する「地域運営会社」の設立へと取組を発展させていくことも重要になります。

本冊子が、本県の中山間地域の持続性・自立性を高める一助になれば幸いです。

「中山間地域アグリビジネスを広げよう! =中山間地域アグリビジネス創出のための手順書=」

平成30年3月発行

制作:茨城県農林水産部農地局農村環境課

〒310-8555 茨城県水戸市笠原町 978-6

TEL: 029-301-4264

東京農業大学農山村支援センター

〒156-8502 東京都世田谷区桜丘 1-1-1

TEL:03-5477-2678