

# 【平場地域タイプ】儲かる先端農業 上質で豊かな暮らし

若者や女性など、次世代を担う農業後継者が**儲かる農業と魅力的なライフスタイルを実現**するため、生活の基盤となる**農家住宅と生活環境に関する各種施策**を総合的に推進します。

## かわる農業

- 農業法人に雇用されて週休2日制で働くこと
- 都会にも住まいをもって販売や交流を行う二地域居住
- 地域商社的な活動をするためのオフィス付きの住宅



### 農地の大区画化と担い手への農地集積

- 整備された農地を大規模に借り入れ、会社組織で効率的な経営。
- 雇用者の勤務形態も休日や休憩時間をきちんと確保。



### AI・ICT技術を活用した法人経営

- IT技術で栽培された高品質な野菜はファミレスへ出荷。
- ほ場の施肥や防除にはドローンも活用。



### 6次産業化と輸出促進

- 食品への加工、販売、流通など収益向上に繋がる業務を展開。
- 農家レストラン、農産物直売なども経営
- 農産物・食品などの海外輸出。



## かわるくらし

- 都市と農村の時間距離が短縮され自由に行き来（高速道路、新幹線、リニア）
- ICT技術により利便性の高い生活を実現
- 環境と調和した快適なライフスタイルを実現



### 農家住宅のイメージ

- ✓ 広くて質の高い住宅を都会に比べて安価で取得。
- ✓ 自然豊かな環境で薪やバイオマスの活用などエコくらし。
- ✓ 広々とした庭と花で飾られた住宅。井戸や自給のための家庭菜園も兼備。
- ✓ 地域の建材を活用し、地域の環境と調和したデザインの住宅。



## 関連するKPIと施策等

### ■ 関連するKPI

40代以下の農業従事者数  
31.1万人 (H25) → 40万人 (H35)

6次産業化の市場規模  
5.1兆円 (H26) → 10兆円 (H32)

農林水産物・食品の輸出額  
7,451億円 (H27) → 1兆円 (H31)

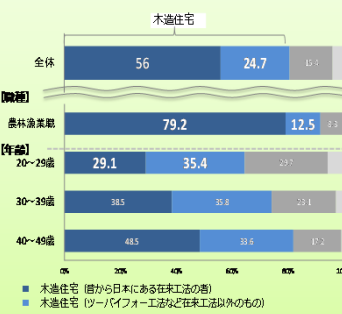
国産材の供給量  
2,174m<sup>3</sup> (H25) → 3,200m<sup>3</sup> (H32)

### ■ 関連する施策

- ほ場整備による農地の大区画化・汎用化、農地集積・集約を推進するとともに、換地処分により非農用地を創出
- 新規就農者や認定農業者など多様な担い手の育成・確保支援
- 直売所や加工施設の整備、6次産業化・ブランド化の取組支援
- 住宅取得等に係る金融・税制上の支援
- 資材供給、設計、施工等の連携や、省エネ・耐震性等に優れた木造住宅建設の建設支援

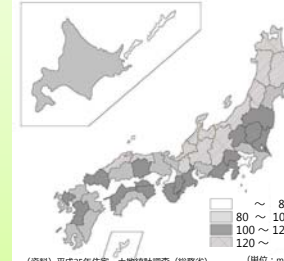
### ■ 関連データ

【木造住宅か非木造住宅かの意向】



【一住宅当たり延べ床面積の都道府県比較】

1位	富山県	152.18m <sup>2</sup>	45位	神奈川県	76.62m <sup>2</sup>
2位	福井県	146.16m <sup>2</sup>	46位	大阪府	76.22m <sup>2</sup>
3位	山形県	141.51m <sup>2</sup>	47位	東京都	64.48m <sup>2</sup>





# 【中山間地域タイプ】農村を活かす 農村に生きる

美しい田園風景、伝統文化、豊かな食べものなど都会にないものを活かし、都市と農村の交流やインバウンド需要の取り込みにより、地域の活力を向上させます。

## かわる農業

- 美しい風景と伝統文化でインバウンド需要の取り込み
- 地域ブランドとなった農産物・加工品はネットで販売
- 農地農園を観光・教育の場として活用
- クラウドファンディング等により起業支援、新たな雇用創出



## 地域に適した農地の基盤整備

- 美しい農村景観を構成する棚田等、傾斜地でのほ場整備により使いやすく、管理しやすい農地。



## インバウンド需要の取り込み

- 古民家を改修した宿泊施設には、トイレの洋式化やWifiも完備。
- 農家レストランでは地元産ジビエを提供。



## かわる暮らし

- ICT技術により利便性の高い生活を実現
- 環境と調和した快適なライフスタイルを実現



## 農家住宅のイメージ

- 古民家等の良さを活かしつつ、快適な住宅に改修。住宅を安価に取得。
- 広々とした庭と花で飾られた住宅。井戸や自給のための家庭菜園も兼備。
- 自然豊かな環境で薪やバイオマスの活用などエコな暮らし。



古民家を改修



薪やバイオマスの活用



## 高齢者の生きがい支援

- 小さな拠点で、地域の互助の仕組みを活かしたまちづくり、地域づくり（商品配達、移動移送支援）。
- 地域ブランド品の加工、農村ツアーガイド、伝統料理の調理等の仕事の創出。
- 都市住民や外国人観光客との多世代交流。



## 美しい田園風景と伝統文化の継承

- 地域コミュニティでは、話し合いに基づき棚田の草刈りや植栽活動。
- 収穫時期にはお祭りが開催され、地域内外から多くの人が訪れる。

## 6次産業化



- 農産物を加工して高付加価値化。
- 地元のデザイナー・醸造所や農家等によりブランド化されたワインや日本酒はネット販売でも人気。海外輸出も目指す。
- IT技術を活用した販売。



直売所

## 観光・教育と連携した都市農村交流

- 農業体験や森林資源も活用した観光や体験学習。
- 子育て世代には自治体と連携した「森のようちえん」での野外保育が人気。



## 個人の起業支援

- クラウドファンディング等により、若者や女性による起業を支援。
- 地域に新たな産業を構築。



地方で起業するローカルベンチャー



生きがい・交流



コミュニティバス

## 関連するKPIと施策等

### ■ 関連するKPI

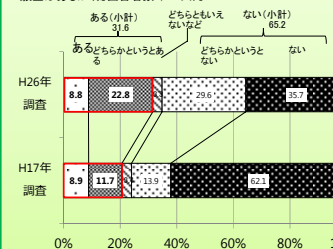
- 40代以下の農業従事者数  
31.1万人 (H25) → 40万人 (H35)
- 6次産業化の市場規模  
5.1兆円 (H26) → 10兆円 (H32)
- 農林水産物・食品の輸出額  
7,451億円 (H27) → 1兆円 (H31)
- 都市と農村の交流人口  
925万人 (H25) → 1,300万人 (H32)

### ■ 関連する施策

- 棚田の保全改修や等高線を生かした区画整理
- 直売所や加工施設の整備、6次産業化・ブランド化の取組支援
- 農山漁村の持つ自然や食を活用する地域の活動計画づくりの実践活動を支援
- 「農泊」推進のため、古民家改修やトイレの洋式化等の受入体制整備を支援
- 周辺農地の草刈りや植栽等の地域一体となった景観保全の取組を日本型直接支払で支援
- 住宅取得等に係る金融・税制上の支援

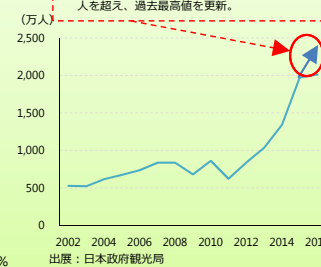
### ■ 関連データ

農山漁村に関する世論調査(内閣府：平成26年8月)  
(都市地域の住民に対し)農山漁村地域に定住してみたいという願望はあるか(総回答者数1,147人)。



### 訪日外国人の推移

- 2016年の訪日外国人旅行者数は、2,400万人を超え、過去最高値を更新。



出展：日本政府観光局