山梨県産農畜水産物（牛肉、魚（サケ・マス類）、米）の輸出拡大に向けた基本的な戦略

令和６年 10 月

山梨県農政部

1　戦略策定の基本的な考え方

（１）策定の趣旨

（２）戦略の性格

（３）重点品目及びターゲット国・地域

2　輸出の現状と課題

（１）国の取り組み状況

（２）本県の取り組み状況

（３）本県の現状及び課題

3　輸出拡大に向けた基本的な戦略

（１）基本的な考え方

（２）取り組みの方向性

1　戦略策定の基本的な考え方

（1）策定の趣旨

- 　我が国においては、少子高齢化に伴う人口減少により、食の市場規模が縮小傾向にあります。一方、海外においては、新興国の経済成長や人口増加に伴い食の市場規模は拡大傾向であり、令和 12 年には平成 27 年の 1.5 倍に拡大することが見込まれています。
- 　本県では、これまで生産量日本一を誇るモモ、ブドウ等の果実を中心に輸出拡大に取り組み、上質さを提供する「やまなし」ブランドとして主に香港や台湾等のアジア地域で認知され、評価を得てきました。
- 　今後は、果実以外の高品質な本県産農畜水産物についても、海外需要を取り込むことで、「やまなし」ブランドの更なる浸透を図るとともに、生産者の所得向上につなげていく必要があります。
- 　このため、令和 5 年度には、牛肉、魚（サケ・マス類)、米についてマーケティング調査を実施し、輸出における課題と取り組み方針を検討しました。
- 　これらの検討結果を踏まえ、果実以外の本県産農畜水産物の輸出拡大を効果的に進めるため、本戦略を策定することとしました。

（2）戦略の性格

- 　本戦略は、「山梨県総合計画」及び「やまなし農業基本計画」の内容を踏まえ、今後の果実以外の本県産農畜水産物の輸出拡大に向けた取り組みの方向性を示すものです。

（3）重点品目及びターゲット国・地域

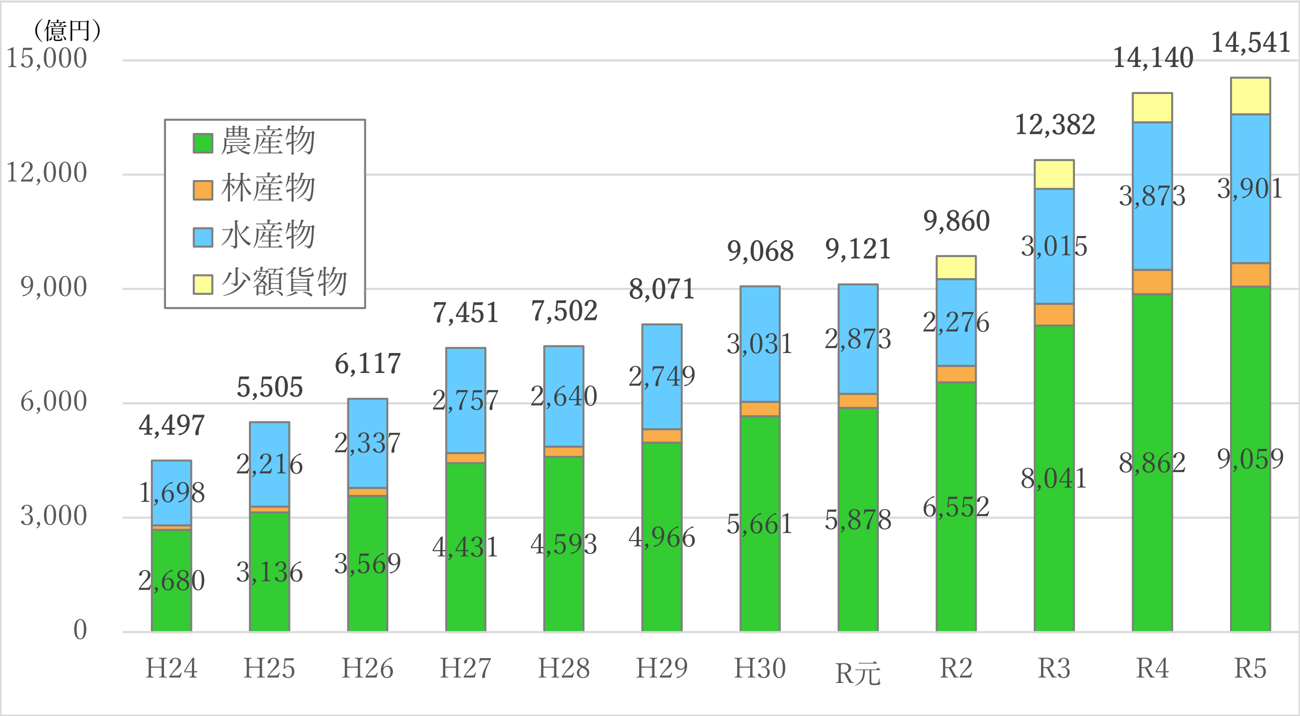
- 　本戦略では、海外での需要や輸出障壁を考慮し、本県の豊かな環境と生産者の匠の技により育まれた高品質な農畜水産物のうち「牛肉」「魚（サケ・マス類)」「米」の３品目を、本県が戦略的に輸出拡大を図る重点品目（以下「戦略対象品目」という。）に位置付けます。
- 　ターゲット国・地域は、本県産果実が輸出されており、「やまなし」ブランドが認知されているアジア地域を中心に検討していきます。
- 　なお、戦略対象品目及びターゲット国・地域については、国際情勢や海外ニーズの変化を捉えながら、柔軟に検討していきます。

2　輸出の現状と課題

（１）国の取り組み状況

・　国は、更なる輸出拡大に向けて、令和２年４月に「農林水産物及び食品の輸出の促進に関する法律（以下「輸出促進法」という。)」を施行しました。
・　また、これまでの輸出拡大の成果を踏まえ、「食料・農業・農村基本計画」（令和２年３月 31 日閣議決定）及び「経済財政運営と改革の基本方針 2020」「成長戦略フォローアップ」（令和２年７月 17 日閣議決定）において、農林水産物・食品の輸出目標額を令和７年までに２兆円、令和 12 年までに５兆円に設定しました。
・　この目標を実現するため、令和２年 11 月に、「農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議」において「農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（以下「実行戦略」という。)」をとりまとめました。
・　令和５年 12 月改訂の実行戦略では、米や牛肉等を含む 29 品目を「輸出重点品目」として位置付け、品目ごとのターゲット国・地域や具体的な輸出目標額を定めています。また、輸出重点品目ごとに「認定農林水産物・食品輸出促進団体」を認定し、業界一体となった輸出先国における市場調査や需要開拓を実施するとともに、「輸出支援プラットフォーム」を各国・地域に設置し、輸出事業者の包括的・継続的な支援や都道府県が行う海外プロモーションの効果的な実施等に取り組むこととしています。
・　こうした取り組みにより、令和５年の農林水産物・食品の輸出額は１兆 4,541 億円（前年比 2.8%増）となっています。

農林水産物・食品輸出金額の推移

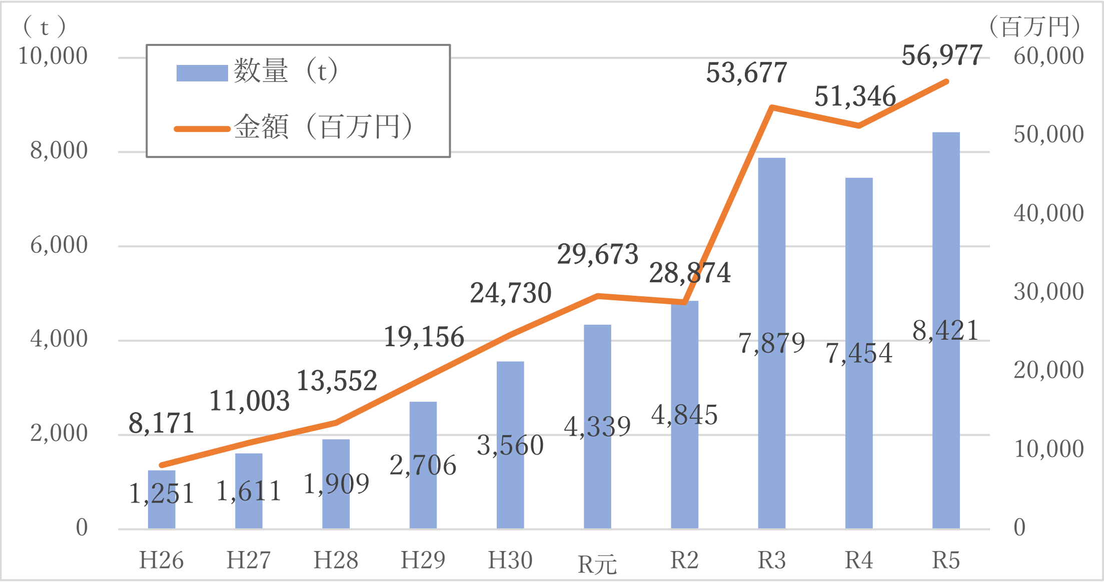


（出典：農林水産省）

＜牛肉＞

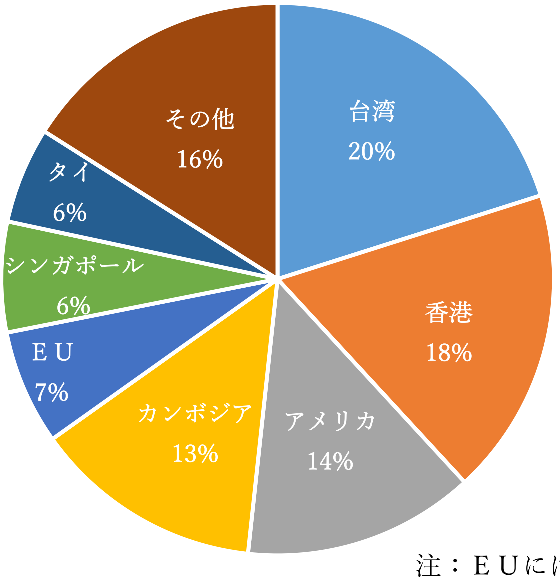
・　牛肉は、令和元年における輸出金額 297 億円を令和 7 年に 1,600 億円、令和 12 年に 3,600 億円まで伸ばすことを目標としており、香港、台湾、アメリカ等を主要なターゲットとして輸出に取り組んでいます。
・　目標達成に向け、オールジャパンでの和牛の認知度向上に向けたプロモーション、輸出先国の求める衛生基準に適合した食肉処理施設の整備・認定迅速化、スライス肉、小割肉、食肉加工品等の新たな品目の輸出促進等の取り組みを実施しています。

牛肉の輸出数量及び輸出金額の推移



（出典：一般社団法人日本畜産物輸出促進協会）

牛肉の国別輸出数量シェア（令和 5 年）



注：ＥＵには英国を含む

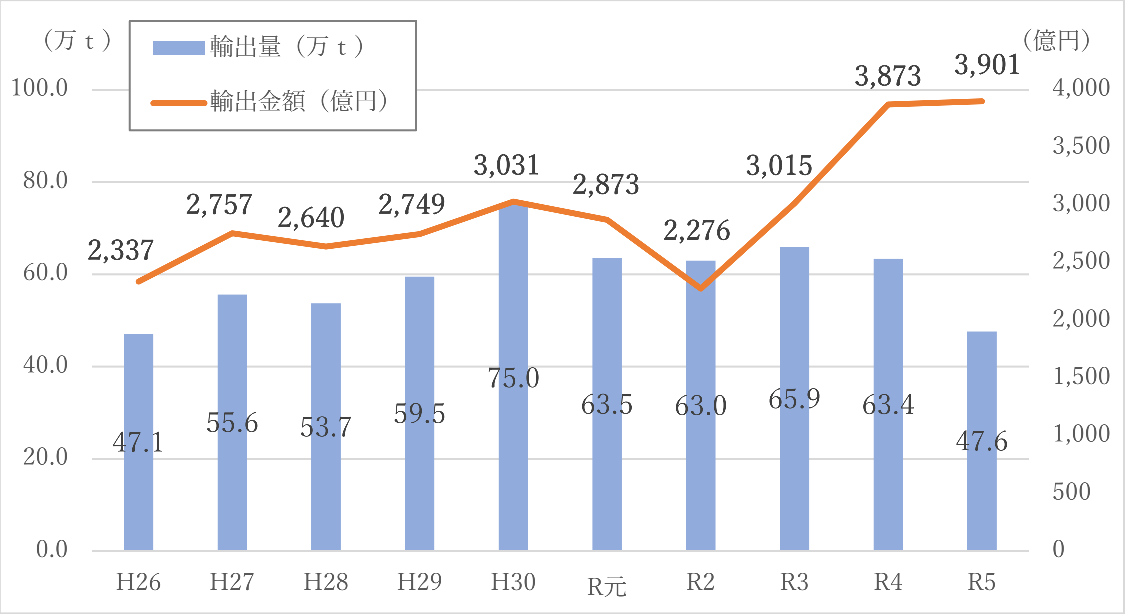
（出典：一般社団法人日本畜産物輸出促進協会）

＜水産物＞

・　水産物は、令和元年における輸出金額 2,873 億円を令和 7 年に 5,568 億円、令和 12 年に 1 兆 2,303 億円まで伸ばすことを目標としており、ブリ、タイ、ホタテガイ等を輸出重点品目に位置付け、輸出拡大に取り組んでいます。

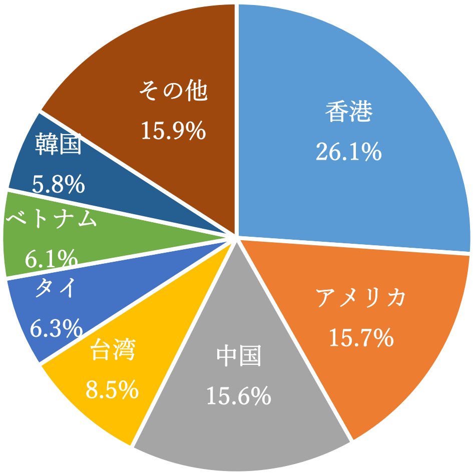
・　目標達成に向け、オールジャパンでのプロモーション活動や商談会の実施、輸出先国・地域の衛生基準等に適合した輸出環境の整備に取り組んでいます。

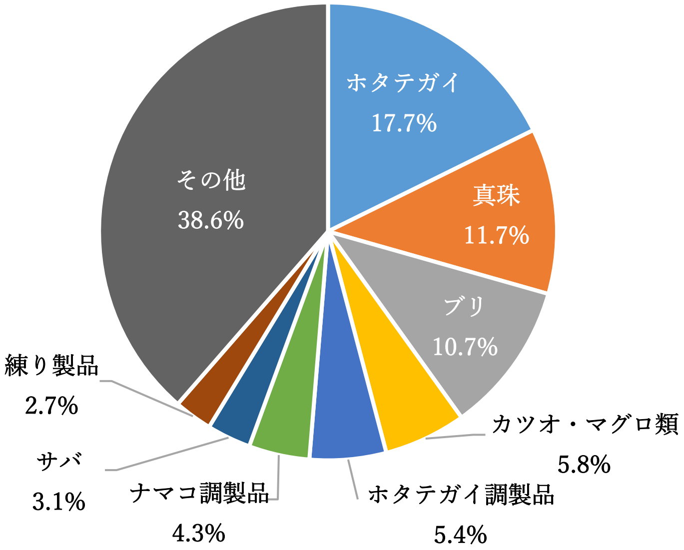
水産物輸出量及び輸出額の推移



（出典：水産庁）

令和 5 年 水産物の輸出先国・地域及び品目内訳（金額ベース）



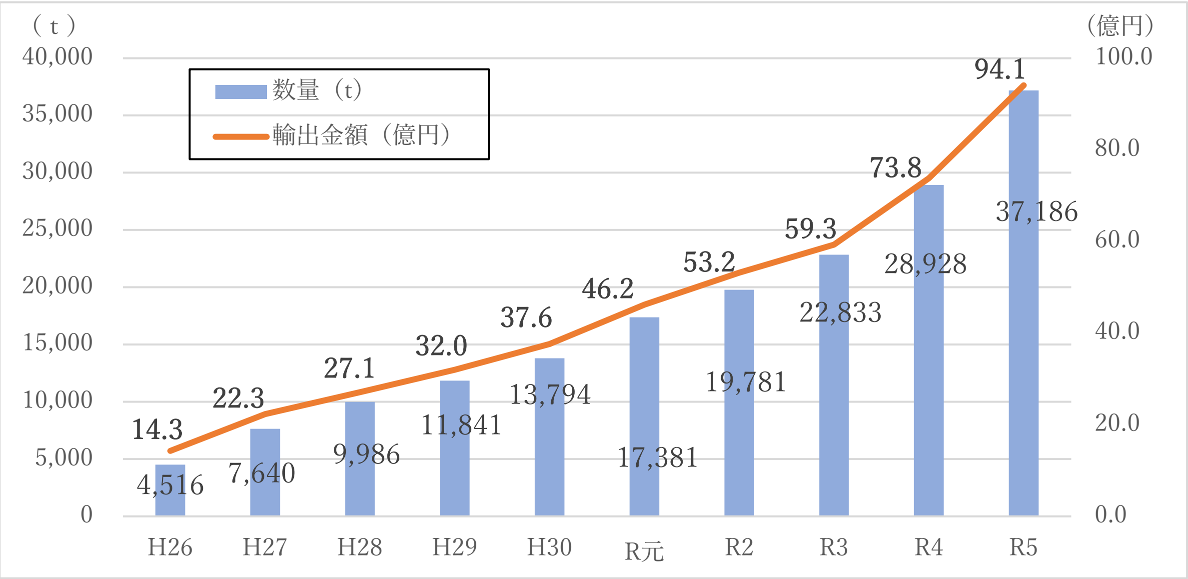


（出典：水産庁）

＜米＞

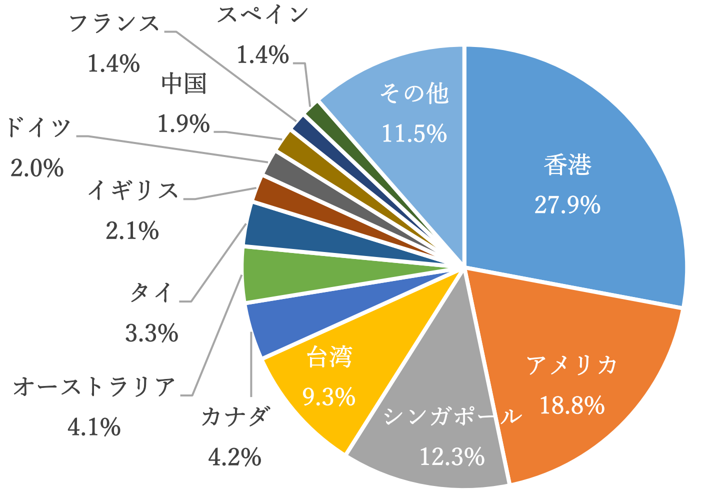
- 米は、令和元年における輸出金額 46 億円を令和 7 年に 97 億円、令和 12 年に 261 億円まで伸ばすことを目標としており、香港、アメリカ、中国等を主要なターゲットとして輸出に取り組んでいます。
- 目標達成に向け、オールジャパンでの輸出を一層促進するとともに、現地ニーズを踏まえた新たな購買層の深掘り、他国産米からの置き換えが期待される国での集中的な需要の掘り起こし等に取り組んでいます。

米（援助米を除く）輸出量及び輸出額の推移



（出典：農林水産省）

令和 5 年 商業用の米の輸出先国・地域内訳（金額ベース）

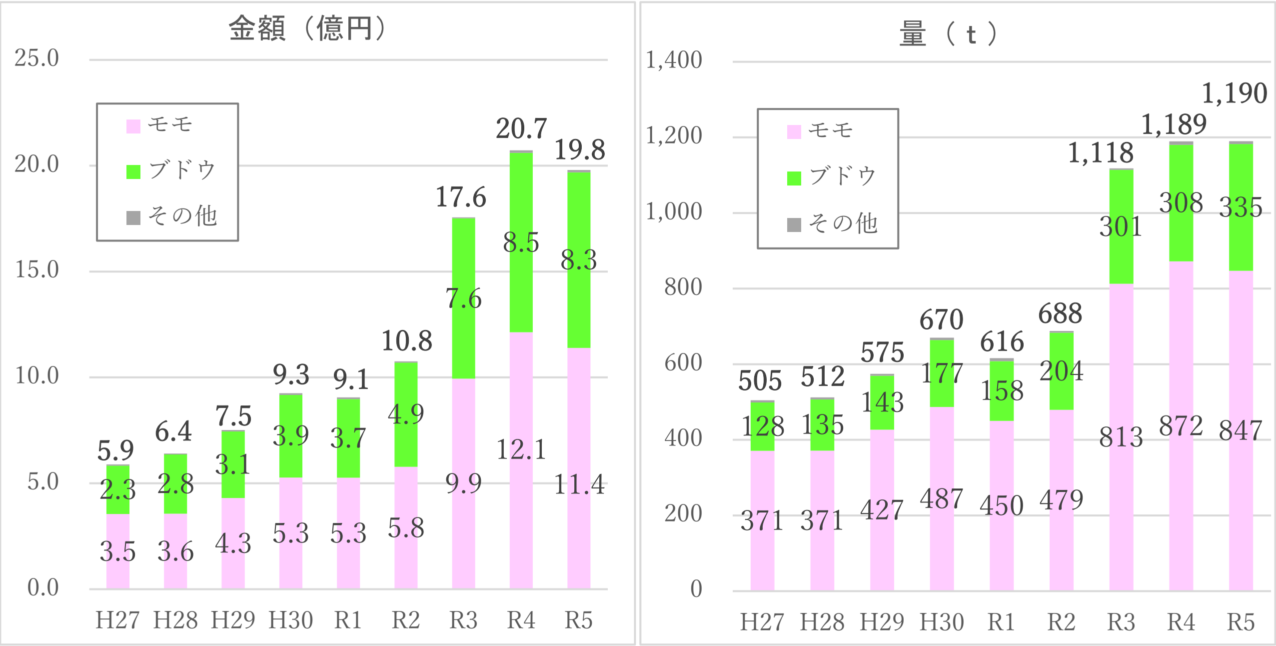


（出典：農林水産省）

（２）本県の取り組み状況

・　本県では、日本一の生産量を誇るモモ、ブドウ等の果実の輸出拡大に向け、令和３年３月に策定した「山梨県産果実の輸出拡大に向けた基本的な戦略」に基づき、取り組みを推進しています。
・　具体的には、香港や台湾等のアジア地域を中心に、デジタルとリアルを組み合わせた効果的なプロモーションを展開するとともに、成功モデルとなる商流の構築等に取り組むことにより、令和４年における本県産果実の輸出額は 20 億円を超え、令和５年には輸出量が過去最高の約 1,190t となりました。
・　主要な輸出先は香港、台湾で、次いでシンガポールとなっています。これら３ヶ国・地域への輸出額は全体の約 96%を占めています。

本県産果実の輸出実績の推移



（出典：山梨県）

・　現状、果実以外の本県産農畜水産物の輸出は限定的ですが、輸出拡大や現地消費者等の認知度向上に向け、県公式ＳＮＳ（Facebook や Instagram）を活用し、香港、台湾、シンガポール等において本県産の戦略対象品目の情報発信を行っています。

Instagram による情報発信（富士の介）

（３）本県の現状及び課題

①　生産・供給状況について

・　現状、本県産の戦略対象品目の生産量は他産地に比べ少なく、県内においても取り扱う小売店や飲食店等が限られています。

・　本県では、「美酒・美食王国やまなし」ブランドの確立に向けて取り組みを進めており、県内外における本県産食材の利活用促進を図ることにより、更なる需要の高まりが期待されています。

・　一方、世界中の食材が輸入される海外において、現地の消費者に本県産の戦略対象品目が認知され定着するためには、年間を通した安定的な供給が重要です。

・　こうした国内需要に応えながら輸出拡大を図るためには、着実に生産・供給体制を強化する必要があることから、令和６年１月に策定した「やまなし農業基本計画」に基づき、戦略対象品目の生産拡大に向けた施策に取り組んでいます。

＜牛肉＞

（ア）甲州牛

・　特徴や強み

甲州牛は、本県の豊かな自然の中で、磨き抜かれた飼育技術により丹念に育て上げられた黒毛和種肥育牛から生産された牛肉のうち、品質（肉質）ランクの上位 4、5 等級に格付けされた牛肉で、平成元年に商標登録されました。柔らかい肉質、あざやかな肉色、豊かな風味の舌ざわりが特徴です。甲州牛のステーキはジューシーで柔らかく口の中でとろけるような食感を堪能できます。また、脂のうま味を生かしたしゃぶしゃぶやすき焼き等の調理法にも適しています。

・　生産状況

生産者で構成する組合である甲州牛・甲州ワインビーフ推進協議会（以下「推進協議会」という。）は、山梨県くみあい肉用牛連絡協議会から甲州牛研究会、甲州牛出荷組合を経て、令和４年に交雑種牛肉を生産する甲州ワインビーフ生産普及組合と合併し、安定的な供給に向けた生産基盤強化や認知度向上に取り組んでいます。出荷頭数は令和 2 年度以降増加傾向にあり、令和 5 年度は 580 頭（推進協議会調べ）となっています。

近年、高齢化による担い手不足に加え飼料や資材の高騰の影響で畜産経営が逼迫する一方、国内食肉卸売業者からは、国内需要の高まりを踏まえた、定時定量の安定的な生産かつ現状供給頭数の維持が求められています。

こうした国内需要に応えることを前提としつつ海外需要を取り入れ、国内外それぞれのニーズに応じて供給することで生産者の所得向上を図るため、生産基盤の更なる強化による生産量増加が必要です。

・　需要や消費状況

甲州牛は県内でのブランド認知度が高く、出荷量の約 7 割が県内で消費されています。また、本県産ブランド牛肉として観光客を対象としたホテルやレストランでの需要が高くなっています。しかし、国内における近年の物価高の影響により節約志向が広がり、高級牛肉としての側面が強い甲州牛は消費者の手が伸びづらく、枝肉価格が例年を下回る状況が続いています。

・　生産拡大・維持の目標

令和 5 年から令和 8 年までの総出荷頭数目標は、令和元年から令和 4 年までの総出荷頭数を約 200 頭上回る 2,100 頭を掲げています。

（イ）甲州ワインビーフ

・　特徴や強み

甲州ワインビーフは、山紫水明の豊かな自然環境下で磨き抜かれた飼育技術により、丹念に育て上げられた交雑種肥育牛から生産された牛肉で、本県の特産品であるワインづくりの過程で生じるブドウ粕を餌に添加し育てるのが大きな特徴です。ワイン粕には良質な繊維が大量に含まれており、皮や種、酵素の働きによってキメ細かい柔らかさと、ほんのり甘みのある肉質を生み、うま味が一段と引き出された牛肉になります。

ワイン王国の本県で作られたワインの副産物を利用して生産された、サシと赤身のバランスがとれた良質な牛肉というストーリーにより、県内外から高い評価を受けており日本の交雑種肥育牛の中で最も高級な牛肉のひとつとなっています。

・　生産状況

甲州ワインビーフは、平成元年から山梨県畜産酪農技術センター長坂支所（旧 山梨県酪農試験場）で行われた、ブドウ粕と豆腐粕の混合サイレージを交雑牛に給与する試験を先駆けとして、平成 3 年度に肉用牛生産者により商標登録が行われ、生産が始まりました。

生産者で構成する組合は、甲州ワインビーフ生産普及組合を前身とし、現在は甲州牛出荷組合と合併して推進協議会となり、生産拡大に取り組んでいます。令和 5 年度の出荷頭数は 751 頭（推進協議会調べ）となっています。

甲州牛と同様に、国内需要に応えることを前提としつつ海外需要を取り入れ、国内外それぞれのニーズに応じて供給することで生産者の所得向上を図るため、生産基盤の更なる強化による生産量増加が必要です。

・　需要や消費状況

甲州牛と同様に県内でのブランド認知度は高く、出荷量の 7 割ほどが県内で消費されています。近年は国内における物価高の影響により節約志向が広がり、嗜好品の側面が強い牛肉は需要が低下していますが、和牛と比較して低価格なため一定の需要を維持しています。

・　生産拡大・維持の目標

推進協議会では令和 6 年度の目標頭数を 820 頭としています。

＜魚（サケ・マス類）＞

（ア）富士の介

・　特徴や強み

富士の介は、日本で唯一、マス類の中でも最高級とされるキングサーモンの血を引く交雑品種です。鮮やかなサーモンピンク、きめ細かな身質、ほどよくのった上品な脂、豊かなうま味が特徴です。

アトランティックサーモンに比べて、タンパク質が多く、脂質が控えめで、カロリーが低い傾向にあります。また、ニジマスに比べてうま味成分であるアスパラギン酸とグルタミン酸が 1.6 倍含まれており、食味も優れています。さらに、ビタミンＤが 1.5 倍多く含まれています。

うま味が強く脂ののりがほどよいため、刺身や寿司ネタとしてだけではなく、西京漬けや燻製等の加工品にも適しています。

・　生産状況

富士の介は、山梨県水産技術センター（以下「技術センター」という。）がキングサーモンとニジマスを交配して開発し、平成 29 年に本県が商標登録した県オリジナルのブランド魚です。

同年から県内の養殖業者において現地実証試験が行われ、2 年あまりの養殖期間を経て令和元年 10 月に初出荷されました。

現在、富士の介生産者連絡会議に県内の 13 養殖業者が参画し、養殖技術の向上や販路拡大等について情報交換を行っており、生産や出荷に関する基準を満たした魚のみを富士の介として出荷しています。令和 5 年度の出荷量は 52t です。

しかし、富士の介の養殖業者は元々ニジマスを飼育しており、近年のニジマス需要の増加に伴って富士の介の生産池を増やすことができない状況で、生産拡大に向けた新規の池の確保が課題となっています。

・　需要や消費状況

富士の介は、消費者から品質や味が高く評価されており、県内外の飲食店や宿泊施設からの需要が高まっています。また、小売店の店頭にも並ぶことで、消費者の認知度も高まっています。

・　生産拡大・維持の目標

国内での高い需要に応えるとともに、輸出するための量を確保するため、令和 8 年度の生産目標を 80t としています。

（イ）甲斐サーモン、甲斐サーモンレッド

・　特徴や強み

甲斐サーモンは、技術センターによる巡回指導を毎年受け、講習会を受講した養

殖業者により生産されており、出荷記録を整備し必要に応じて公表する等、安全で安心な食材です。

アトランティックサーモンに比べると淡泊な印象ですが、刺身で食べると上品な脂が適度にのっており甘みを感じられます。

甲斐サーモンレッドは、甲斐サーモンの基準に加え、ブドウの果皮粉末を飼料重量の１％添加し県内で２ヶ月以上飼育するという基準を定めることにより、本県の特産品であるワインのイメージを付加しています。また、技術センターの試験の結果、ブドウ果皮粉末を添加することで、成長の向上、鮮度が長持ちすること、色上がりが良くなること等の特徴が科学的に確認されています。

・　生産状況

甲斐サーモンは平成 23 年に山梨県養殖業協同組合（以下「県養殖漁協」という。）が、登録要領を定め、また、甲斐サーモンレッドは平成 28 年に商標登録したブランド魚です。

甲斐サーモンは、大きさ 1kg 以上であること、赤身（サーモンピンク）であること、本県の清澄な水で育てられていること等の基準を満たした大型ニジマスで、平成 23 年 4 月から出荷が始まりました。現在、5 養殖業者が生産しており、令和 5 年度の出荷量は約 30t（県養殖漁協調べ）です。

甲斐サーモンレッドは、本県の特産品であるワイン醸造の際にでる赤ワイン用のブドウ果皮が使用された飼料を食べて育ち、鮮やかな赤色の身が特徴の 1 kg 以上の大型ニジマスで、平成 28 年 3 月から出荷が始まりました。令和 5 年度の出荷量は約 5 t（県養殖漁協調べ）です。

・　需要や消費状況

甲斐サーモンと甲斐サーモンレッドは、生食用の大型マス類として富士の介より早い時期からブランド化され、県内の飲食店や宿泊施設での認知度は高く、食味の評価が高いことから、今後も継続した需要が見込まれます。

・　生産拡大・維持の目標

甲斐サーモンと甲斐サーモンレッドは、生産者が少ない状況ですが、堅調な需要があるため、今後も同程度の生産量が見込まれます。

＜米＞

（ア）コシヒカリ、農林４８号、五百川

・　特徴や強み

コシヒカリのなかでも峡北地域（韮崎市、北杜市、甲斐市の一部）で生産される「峡北コシヒカリ」は、南アルプスの良質な天然水、肥沃な土壌、日本有数の日照時間といった美味しい米の栽培に適した条件が揃った環境で栽培されています。熱意ある生産者が丹精こめてつくる、味・艶・香りの三拍子が揃った山梨を代表する米です。

農林４８号は、米の栽培に適した「武川筋」と呼ばれる北杜市や韮崎市の釜無川

右岸の地域を中心に、生産者が肥料等を工夫しながら栽培しています。本県が国内で唯一の産地であり「幻のお米」と呼ばれています。艶があり色は白く、粘り気が少なく粒離れが良くて旨みの立ち上がりが早いという特徴があります。また、冷めても美味しい米とされており、農林４８号を使ったおにぎりも人気を集めています。

五百川は、7月から8月に収穫時期を迎える極早生種であるため、最も早く美味しい新米を楽しむことができます。

近年では、米粉はグルテンを含まないことから需要量は拡大傾向にあります。そのため、実需者と連携して各品種を米粉に加工し、麺類やパンケーキミックス等の加工商品が開発されています。

・ 生産状況

本県の令和5年産主食用米は、4,660ha 作付けされ、収穫量は 25,300t です。

コシヒカリは、昭和 54 年度に本県が奨励品種（推奨品種）として指定した主力品種で、令和5年産作付面積は 3,294ha と本県主食用米の約7割を占めています。

農林４８号は、昭和 25 年度に本県が奨励品種として指定したものの、栽培の難しさから昭和 36 年度に指定を取り消しました。しかし、食味の良さに着目した生産者が努力を重ねて復活させ、平成8年度に本県が奨励品種（特定品種）として再指定しました。北杜市武川町を中心に作付けられており、令和5年産作付面積は 180ha です。

五百川は、福島県の生産者が発見したコシヒカリの変異種で、平成 22 年度に品種登録され、平成 30 年度に本県が奨励品種（特定品種）として指定しました。県内では、コシヒカリより１ヶ月程度早い時期に収穫されている極早生の品種で、令和5年度は、北杜市や富士吉田市等で 24ha 栽培されています。

いずれの品種においても、担い手の高齢化や減少が進んでおり、産地の維持・拡大を図るためには、農地の集積や省力・低コスト化の推進、また、高付加価値化やエシカル消費の高まり等に対応した取り組みの推進が必要です。

・ 需要や消費状況

コシヒカリのうち「峡北コシヒカリ」は、日本穀物検定協会の「米の食味ランキング」で平成 24 年産から平成 28 年産まで5年連続で特Aの評価を獲得する等、食味の良い米として知られています。

農林４８号は、本県でしか手に入らない良食味品種として高値で取引されています。

五百川は、本県産で最も早く新米が味わえる品種として人気を集めています。

各品種とも、卸売業者を通じて県内の量販店等の小売店で一般消費者向けに販売されているほか、県内の飲食店、旅館、ホテル等にも流通しています。

・ 生産拡大・維持の目標

本県の令和6年産米生産数量目安は 24,491t で、面積換算値 4,544ha です。今後も、生産数量目安を達成しつつ、高単価で取引される品種や地域を中心に産地の維

持・拡大を図る必要があります。

なお、輸出向けに生産された米は、事前に国から新市場開拓用米として認定を受けることで、転作として取り扱われ、生産数量目安の達成と生産拡大の両立が可能であることから、新市場開拓用米の認定を検討することが必要です。

また、米粉用として生産された米も、米粉用米として国の認定を受けて、転作扱いで生産数量目安に関わらずに生産されていることから、米粉加工品の需要に応じた生産拡大も必要です。

（イ）にじのきらめき

・　特徴や強み

にじのきらめきは、国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構が令和４年度に品種登録した新しい品種です。夏の高温にも強く収穫量や外観品質が優れていて、地球温暖化にも対応できる米です。また、倒れにくく台風等にも強い特徴があるので、栽培しやすい品種として期待されています。味はコシヒカリと同じくらい良好で、粒も大きくもっちりとした食感で食べ応えがある等、高い評価を得ています。また、冷めても美味しい米で、お弁当やおにぎりへの活用も進められています。

・　生産状況

にじのきらめきは、令和４年度に本県が奨励品種（推奨品種）として指定しました。高温耐性に優れ、食味もコシヒカリと遜色ないことから、温暖化の影響によりコシヒカリの品質が低下している平坦地や中間地において普及が期待されています。令和５年産作付面積は 7 ha で、令和６年産作付面積は令和５年産の約５倍の 35ha 程度です。

更なる生産拡大に向けては、生産者への周知とＪＡによる育苗、収穫作業受託、乾燥の受入等の体制整備が必要です。

・　需要や消費状況

にじのきらめきは、まだ生産量が少なく流通量は限られるものの、実需者等から食味が高く評価されています。また、一等米比率の向上が期待できるだけでなく、栽培しやすく多収であることから、生産者の関心も高まっています。

今後、生産拡大に伴い、消費者の認知度が高まることが期待されます。

・　生産拡大・維持の目標

高品質米の安定生産に大きく寄与する品種であり、令和８年度の作付目標面積を 95ha とし、県内での普及を図っていきます。

②　海外における流通・販売の状況と課題について

・　戦略対象品目は海外においても、国内他産地や海外産地の商品が数多く流通し、小

売店での販売や飲食店での提供が行われています。

- このため、後発となる本県産の戦略対象品目がマーケットに新たに参入するためには、他産地との差別化や消費者等への訴求に向けた取り組みを戦略的に展開していくことが重要です。

＜牛肉＞

- 日本の和牛の認知度は非常に高く、高級食材として人気があります。日本産食材を取り扱う小売店や高級レストラン等の飲食店では、国内主要産地のブランド牛が販売・提供されており、消費者等に認知されている銘柄もあります。
- 一方、オーストラリア等の海外で生産された Wagyu も流通しており、日本産よりも比較的安価に販売されています。
- また、アメリカやオーストラリア等の海外産の赤身肉が、和牛に比べて手頃な価格で流通しています。
- 本県産牛肉が海外において市場獲得していくためには、国内他産地の和牛や海外産 Wagyu、海外産赤身肉等とは違った特徴や独自の価値を訴求し、消費者や料理人等から選ばれる商品となることが必要です。

＜魚（サケ・マス類）＞

- 一般的に親しまれているサケ・マス類として、脂がのったアトランティックサーモンが小売店や飲食店等において、手頃な価格で取り扱われています。
- ノルウェー等の北欧地域のほか、チリやカナダ等の産地の商品が見られます。特に、ノルウェーから冷蔵で生のまま輸出されるアトランティックサーモンは高品質で、市場のシェア率も高い状況です。
- 本県産サケ・マス類が海外において市場を獲得していくためには、海外産サケ・マス類とは違う、価格に見合った価値を訴求し、消費者や料理人等から選ばれる商品となることが必要です。

＜米＞

- 日本産米は、高価格帯の商品として取り扱われる傾向があります。
- 品種としてはコシヒカリの認知度が高く、その他にもひとめぼれ、ななつぼし、ゆめぴりか等、国内他産地の米が数多く流通しています。
- 海外産米は、日本産米に比べて比較的安価に販売されており、台湾産、アメリカ産、タイ産等が取り扱われています。
- また、近年海外では、おにぎりや寿司をはじめとする日本食ブームにより日本産米の需要は増えていますが、産地間競争は厳しい状況です。
- 本県産米が海外において市場を獲得していくためには、消費者や料理人等から選ばれる商品となるよう、国内他産地の米とは違った個性や独自の価値を打ち出していく必要があります。

3　輸出拡大に向けた基本的な戦略

（1）基本的な考え方

- 本県産の戦略対象品目について、海外市場においても上質さを提供する「やまなし」ブランドとして確立していくためには、生産量の拡大と合わせたブランディング及び輸出体制の構築を目指した、中長期的な視点での取り組みが必要です。
- 具体的には、「生産・供給体制の強化」「マーケットインの手法による商品開発」「ブランド認知形成」「商流構築」を４つの柱とし、この柱の下、新たな市場獲得に向けた生産・流通・販売が三位一体となった取り組みを進めていきます。

（2）取り組みの方向性

①　生産・供給体制の強化

- 国内需要に応えつつ海外で販路拡大していくため、生産者の輸出に対する機運醸成を図るとともに、品質の高い商品を安定的に供給する生産体制の強化に取り組みます。
- また、生産量拡大に当たっては、生産者にとって、所得向上につながり、生産に魅力を感じる品目とする視点も重要です。そこで、国内外でニーズの高い品種や銘柄を生産することにより需要を高めながら、需要と供給の好循環を生み出していきます。
- 牛肉について、本県にある食肉処理施設はタイ、ベトナム、マカオへ輸出するための衛生管理基準等を満たしています。今後は、台湾等へ輸出するための衛生管理基準等を満たす供給体制構築の検討を進めていきます。

【生産拡大に向けた取り組み】

＜牛肉＞

- 推進協議会では、先進地視察研修会や新規就農者や後継者を対象とした研修会の開催、畜産クラスター事業を利用した機械導入による生産基盤強化等の活動を行い、生産拡大に取り組んでいます。今後は、肉質や餌の分析等により甲州牛を特徴付けて他産地と差別化し単価上昇につなげることで、生産意欲の向上を図り、生産量の増加を目指していきます。
- 県では、山梨県畜産酪農技術センター長坂支所において、甲州牛の生産振興を目的とした雌牛の改良や優良な受精卵の供給、県立八ヶ岳牧場からの優良繁殖牛の売却、預託制度の活用による省力化や空きスペースを活用した増頭を推進しています。
- また、繁殖経営で負担の大きな子牛の哺育・育成を行うキャトルステーションの活用を推進し和牛子牛の生産基盤の強化を図るとともに、家畜保健衛生所や農業革新支援センターによる経営・技術支援体制を強化し、さらなる生産拡大を推進していきます。

<魚（サケ・マス類）>

（ア）富士の介

・　富士の介は、1.5kg 以上の大型魚であり出荷まで 2～3 年かかることから、これまで飼育期間が 1 年以内のニジマスやイワナ等の魚種を生産している養殖業者からは、富士の介の飼育期間の短縮が望まれています。
　そこで、技術センターにおいて、成長が早い、病気に強い等、飼育しやすい種苗の改良に取り組むとともに、養殖業者による飼育期間の短縮を図るため、ある程度の大きさまで技術センターで育てた稚魚を供給する体制を進めていきます。

・　また、令和５年度には養殖業者への生産指導や生産設備・施設への補助により生産拡大を図るとともに、ブランド価値向上に伴う出荷単価の上昇による所得向上を目指し、新たな養殖業者の掘り起こしにも取り組んでいきます。

（イ）甲斐サーモン、甲斐サーモンレッド

・　県養殖漁協のブランド魚として、県養殖漁協による PR や販売促進等の取り組みを支援していきます。

<米>

（ア）コシヒカリ、農林４８号、五百川

・　本県では、県内の主食用米品種は約７割がコシヒカリで、そのほか、農林４８号や五百川等のこだわりの品種が生産され、一部の産地や品種は、全国的に見ても高単価で取引されており、今後も需要に応じた生産維持・拡大を図っていきます。

・　優良種子の確保と安定供給に向けた取り組みとして、山梨県主要農作物種子条例に基づいて、ＪＡ等と連携し、水稲の種子生産ほ場の設置や審査を引き続き実施していきます。

・　また、令和６年度から、主食用米のうち、農林４８号及び、有機栽培、特別栽培の導入・拡大に必要な機械・施設の整備を支援していきます。

・　新市場開拓用米や米粉用米については、国の水田活用の直接支払交付金の対象となることから、生産者への制度周知や申請手続きを支援していきます。

（イ）にじのきらめき

・　近年、地球温暖化の影響等により、これまでコシヒカリが問題なく栽培できていた標高の低い平坦地や中間地において、胴割粒や白未熟粒等の高温障害の発生拡大が懸念されています。
　そこで、高温耐性に優れるにじのきらめきを令和５年３月に県奨励品種（推奨品種）及び農産物検査法上の産地品種銘柄に設定するとともに、令和６年度から県内で種子生産ほ場を設置する等、本格的な生産に向けて体制を整えてきました。

・　にじのきらめきの産地化に向けて、県内各地で栽培実証を行い栽培適性の把握を行うとともに、新たに作成した「にじのきらめき栽培技術マニュアル」に基づき、普及を進めていきます。

・　令和６年度からは、にじのきらめきの導入・拡大に必要な機械・施設整備への支援を行い、一層の生産体制の強化に取り組んでいきます。

② マーケットインの手法による商品開発

- 本県産の戦略対象品目は、モモやブドウ等と異なり、国内他産地に比べて生産量が少ないため、「日本産」であることを打ち出しつつ、本県の特徴的な取り組みや各品目の強み等、国内外の他産地とは異なる個性や独自の価値を打ち出し、ブランディングに取り組みます。
- そのために、本県産の戦略対象品目を、海外でも認知度が高い富士山をはじめとする豊かな自然や恵まれた観光資源と関連付けることにより、海外の消費者等に分かりやすく、「やまなし」ブランドの価値を伝えていきます。
- さらに、「高品質」であることはもちろんのこと、他産地にはない「希少性」、本県が全国に先駆けて取り組む４パーミル・イニシアチブ等のサスティナビリティな「付加価値」等について、消費者等に丁寧に訴求していきます。
- また、海外市場のニーズを考慮したパッケージや加工処理の工夫により商品価値を高めていくとともに、海外消費者の嗜好に合わせた加工品を検討していきます。
- 国際的な認証制度を活用した商品価値向上についても検討していきます。

【商品価値向上に向けた取り組み】

＜牛肉＞

（ア）甲州牛

- 推進協議会では、消費者へ高品質な甲州牛を届けるため、甲州ワインビーフと併せて共励会や勉強会の開催を通じた品質向上に取り組んでいます。
- 今後、自然環境や特産品等の山梨の特色を生かした甲州牛の生産を目指して、食味や肉質分析結果に基づいた餌の栄養成分設計や飼養方法等の検討を進め、他産地との差別化を図ります。
- また、海外への販路拡大に向けては国内でのブランド価値向上が必要不可欠であるため、国内における小売店等での販売促進活動、イベントへの出展、メディア等を通じたPR等を継続的に実施するとともに、加工品による商品価値向上にも力を入れていきます。

（イ）甲州ワインビーフ

- 推進協議会では甲州牛と併せて共励会や勉強会を開催し、高品質な牛肉を提供できるよう日々の飼養管理の向上に取り組んでいます。生産者は食の安全を第一に考えており、飼料には遺伝子組み換えされた原料をなるべく使用しないことをはじめ、農薬の使用にも気を配り、環境にやさしい循環型農業を実践しながら生産しています。
- また、甲州牛と同様に、海外への販路拡大に向けては国内でのブランド価値向上が必要不可欠であるため、国内における小売店等での販売促進活動、イベントへの出展、メディア等を通じたPR等を継続的に実施するとともに、加工品による商品価値向上にも力を入れていきます。

＜魚（サケ・マス類）＞

（ア）富士の介

- ブランド価値の維持・向上を図るため、技術センターが供給した種卵・種苗を用いて県内で育てられ、大きさ 1.5kg 以上で一定の肉色以上であること等の基準を設け、その基準を満たした品質の高い魚のみを富士の介として出荷しています。
- また、商品としての魅力を最大限に発揮させるため、富士の介に適した調理方法等を消費者等へ丁寧に伝えるとともに、高価格帯商品としての販路拡大に向けて、食の国際イベントにおける PR、用途に応じたカット、加工品開発の支援等により、商品価値の向上に取り組んでいきます。

（イ）甲斐サーモン、甲斐サーモンレッド

- ブランド価値の維持・向上を図るため、生産や出荷に関して基準を設け、その基準を満たした品質の高い魚のみを甲斐サーモン、甲斐サーモンレッドとして出荷しています。
- ほどよい脂ののり等の特徴を生かし、刺身や寿司ネタとしてアトランティックサーモンと差別化していきます。

＜米＞

- 本県産米の魅力発信の取り組みとして、高級料理店の料理人による本県産米の食味評価やおいしさを最大限に引き出すレシピを、県のオウンドメディアで発信していきます。
- また、国内外でのブランド価値向上のため、令和 6 年 12 月に北杜市で開催される米・食味分析鑑定コンクール国際大会等、全国規模のイベントでも PR するほか、にじのきらめきについて県内旅館等でのキャンペーンを展開していきます。
- さらに、果樹を対象にしていた「やまなし 4 パーミル・イニシアチブ農産物等認証制度」を令和 4 年度から水稲にも拡大し、農業分野から脱炭素社会の実現を目指す取り組みにより、付加価値向上を図っていきます。

③　ブランド認知形成

- 国内外の消費者等に対して、インターネットを活用した情報発信を積極的に実施することで、本県産の戦略対象品目の認知度向上を図ります。
- 国内においては、アフターコロナにおけるインバウンド需要の増加を契機と捉え、県内観光地周辺や首都圏等において高価格帯の飲食店や宿泊施設を中心に本県産食材の取り扱いを拡大することで、海外からの観光客が本県産の戦略対象品目に触れる機会を増やしていきます。
- さらに、海外の卸売事業者や料理人等を対象に、ワインや日本酒等の本県産酒とのペアリングにより本県産食材を使用した美食を体験する機会を提供する等、本県産の戦略対象品目の取り扱い意欲の向上に取り組みます。
- 海外においては、生産・供給量の拡大及び供給体制の整備に合わせ、飲食店等において、著名な料理人の活用や生産者の参加等を伴う、本県産酒とのペアリングや

果実等を含めた本県食材を使用したフェアの開催等により、継続的な販路の拡大に取り組みます。

- これらの取り組みを通して、本県産の戦略対象品目について、インバウンドで味わってもらうことで海外での認知度と需要を高める一方、海外でも味わってもらうことで本県への旅行を誘導して国内需要を高めていくという好循環化を図っていきます。
- また、生産量の少ない本県産の戦略対象品目を有効的に訴求していくため、オールジャパンでの取り組みに参画するとともに、本県産農畜水産物を PR するためのキャッチフレーズである「おいしい未来へ やまなし」のロゴマークを活用し、国内外における統一的なブランド認知形成を図ります。

④ 商流構築

- 生産量の急激な拡大は困難であることから、当面は供給量を考慮した販路を確保し、継続的な輸出を進めていきます。そのため、大ロットの取引が求められる小売店ではなく、比較的小ロットでの取引が可能で、本県産の戦略対象品目の魅力や価値について消費者等に丁寧に伝えることが可能な飲食店（割烹料理店、寿司店、高級居酒屋等）を中心に、販路開拓に取り組みます。
- 飲食店の選定にあたっては、既に本県産品を取り扱っている飲食店や本県出身の料理人がいる飲食店、新規参入の日本食レストラン等に対し優先的に働きかけていきます。
- 商流の形成にあたっては、商談会や展示会等を活用し、飲食店に強い現地卸売事業者や輸出入事業者等と信頼関係を築くことで密な連携・協業を目指すとともに、本県産の戦略対象品目のブランド価値が産地から消費者に確実に伝わるだけでなく、現地ニーズがタイムリーに産地まで伝わる双方向型商流の形成を目指します。
- また、国内外の他産地との競争力を獲得するため、流通の効率化による輸送コストの削減についても検討していきます。