

「平成 24 年度 鎌倉市農業振興協議会報告書(案)」への修正・追加

【修正】

6 新たな施策の提案

各テーマについて、前章のような課題の洗い出しや意見をもとに協議を行った結果、実現可能と思われる以下の具体的な施策を提案する。

(1) 担い手育成について

担い手育成について、協議した内容を「担い手育成支援事業」として、次のとおり、提案をするが、「担い手育成支援事業」の実現に向けて、まずは「人・農地プラン（地域農業マスタープラン）」（以下、「人・農地プラン」という。）の作成を行うことが必要である。

ア 担い手育成支援事業

(ア) 就農環境支援

「人・農地プラン」に位置づけられた新規就農者等への支援。
この支援では、国の制度を利用して、新規就農者には、青年就農給付金（経営開始型）をまた、就農者には、農業資金のスーパーL資金の当初5年間の無利子化などの資金面の支援を実施する。

(イ) 担い手育成・確保

「人・農地プラン」に地域の担い手と位置付けられた農業者による地域農業の継承のため、若手農業者の育成指導・確保に対する支援。
また農地の有効活用を図る農地の利用集積化を推進する。

(ウ) 援農ボランティア育成

地域の担い手による、農業基礎講座や援農ボランティア育成指導を行うことで、地域農業の高齢化等による人手不足の解消を目指す。

(エ) 相談体制の充実

平成 22 年度報告書では、認定就農者や農業研修生の受け入れに「かながわ農業アカデミーなど農業関係機関との連携、協力を強化する」とあり、その基本的な考え方を踏襲する。鎌倉市産業振興課農水担当においては、農業分野の専門知識を有する職員の配置は無く、職員数も限られていることから、県の専門機関との連携は、不可欠である。特にかながわ農業アカデミーの就農支援から就農までのワンストップサービスは、大いに活用を図り、意欲ある新規就農者の確保に努める。

(オ) 鎌倉ブランド体制支援

ブランド力の向上は、農業経営の安定化につながるものである。農業が後継者や新規参入者にとって魅力ある産業となるよう、今後も J A さがみと連携し、ブランド力の向上に努めることが必要である。

平成 5 年に立ち上げた鎌倉ブランド事業は、平成 23 年度の鎌倉ブランドマークの商標登録を機に J A さがみと農業者と共に再度検証を行い、ブランド力が一過性なものとならないよう、鎌倉ブランド会議などで、改めてブランドの在り方など、六次産業化も視野に入れた取り組みが必要である。

＊「人・農地プラン」とは、「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」（平成 23 年 10 月 25 日食と農林漁業再生推進本部決定）が示され、この基本方針・行動計画を進めるために、平成 23 年 12 月 24 日農林水産省から、「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」に関する取組方針が示された。

この取組方針では、概ね 10 年先を見据え、地域が抱える「人と農地の問題解決」のため、地域の農業者や住民が話し合いを行い、今後の地域の中心となる経営体の選定、中心となる経営体への農地集積の促進、及び中心となる経営体とそれ以外の農業者（兼業農家、自給的農家）を含めた地域農業のあり方を検討し、その内容を反映した「人・農地プラン」を市町村が作成することとされている。

「人・農地プラン」へ位置付けられた新規就農者には、青年就農給付金（経営開始型）が、また、就農者には、農業資金のスーパー L 資金の当初 5 年間の無利子化などの資金面での支援を受けることが可能であるというメリットがある。「人・農地プラン」は、随時見直しが可能となっており、地域の実情に合わせた修正ができることもメリットである。

【追加】

(4) 「交流の場づくり」

鎌倉（ブランド）やさいの販売促進、販路拡大のためには、市民へ鎌倉の農業の周知を図ることが必要である。

J A さがみ鎌倉市青壮年部では、毎年親子農業体験（3 回シリーズ）を実施しているが、この農業体験の大人版の実施を検討して、鎌倉の農業や農家について、市民への情報発信、また農業に興味のある若い市民との交流の場を考える。