

栃木県果樹農業振興計画（2026-2030）の概要

趣旨

- 果樹農業振興特別措置法（昭和36年施行）に基づく県計画であり、栃木県農業振興計画（とちぎ農業未来共創プラン）の果樹部門計画とする。
- 現状と課題を踏まえ、果樹産出額の増加を全体目標とし、3つの取組を重点的に推進していく。

果樹を巡る現状・課題

時代の潮流

- 人口減少・高齢化の進行
- 気候変動による品質への影響
- 生産技術・経営のイノベーション

本県果樹の現状と課題

◆新規就農・参入

- 新規就農者数は増加傾向にあるものの、生産者の減少をカバーできていない

新規就農者数（R元～6年累計）：99人

生産者の減少数（R元～6年累計）：137人

- 就農希望者受け入れプログラム等を通じた第三者継承や、企業による新規参入の動きがある

◆産出額

70～90億円程度で近年増加傾向

令和6年産 91億円（全国第25位）

年	R2	R3	R4	R5	R6
果樹産出額（億円）	71	88	82	89	91

・なし 53億円（全国第5位）

・ぶどう 23億円（全国第14位）

・りんご 5億円（全国第10位）

品目		R2	R3	R4	R5	R6
なし	栽培面積（ha）	734	730	718	704	684
	生産者数（人）	487	461	453	453	432
ぶどう	栽培面積（ha）	213	-	-	-	-
	生産者数（人）	144	138	136	136	131
りんご	栽培面積（ha）	140	-	-	-	-
	生産者数（人）	50	47	46	46	47

◆消費

- 二人以上の世帯あたりのなし・りんご・ぶどう支出金額は概ね一定を推移

令和7年度 10,316円※（R2～6平均：10,826円）

※全国第19位・宇都宮市

◆にっこのブランド化・販路拡大

- にっこり大玉コンテストでの県内消費拡大
- 果肉障害等により、なし輸出額は減少傾向（R4：4,278万円→R6：1,222万円）

【課題】・高齢化による生産者・樹園地の減少

- 未収益期間が長く、新規就農へのハードルが高い
- 気候変動による収量・品質の低下
- 老木樹の増加による生産性の低下
- 生産コストの増加
- 果樹消費額の伸び悩み など

具体的取組及び数値目標

1 果樹生産を担う人材の確保・育成

重点戦略1 プロジェクト1・2※

(1) 栃木で果樹を始める環境づくり

- 就農支援体制の整備
- 園地流動化の促進
- 研修農場（トレーニングファーム）の整備
- 事業継承者と新規就農者のマッチング支援

(2) 果樹産地を支える経営体の育成

- 経営の大規模化と法人化の推進
- 経営者の経営管理能力の向上支援 など

成果指標	現状値 (R3～7平均)	目標値 (R8～12平均)
新規就農者数	19.4 人/年	30 人/年
法人経営体数 (認定農業者)	12 経営体	17 経営体

2 気候変動への対応力強化と生産性の向上

重点戦略2 プロジェクト1・2※

(1) 気候変動に対応した果樹産地の育成

- 高温障害軽減技術の開発、検証、普及
- 気候変動に伴うリスクへの対策（晩霜害、果樹花粉、果樹カメムシ等）

(2) 果樹産地の生産性向上

- スマート農業機器の導入拡大
- 早期成園化技術を活用した老木樹の改植、新植の推進 など

成果指標	現状値 (R6)	目標値 (R12)
スマート技術※ 導入件数	41 件	60 件
早期成園化技術 導入面積	40.2 ha	60 ha

※環境測定装置、自動草刈り機、アシストスーツなど

3 旬な県産果実の消費拡大とブランド化

重点戦略3 プロジェクト1・2※

- 県統一ロゴマーク（とちぎ育ち）を活用したプロモーション活動
- 観光果樹園と連携した旬の県産果樹のPR など

成果指標	現状値 (R3～7平均)	目標値 (R8～12平均)
なし、りんご、ぶどう の支出金額	10,804 円/世帯	12,000 円/世帯

データは総務省家計調査（宇都宮市・二人以上世帯）による

※とちぎ農業未来共創プランにおける位置づけ

全体目標

果樹産出額 91億円（R6）→103億円（R12）

（内訳）なし：53億円→62億円

りんご：5億円→5億円

ぶどう：23億円→26億円

その他※：10億円→10億円

※もも、くり、うめ 等

20年後の姿

担い手

- 選ばれる産地となり、多くの新規就農者が誕生している。
- 大規模法人が受け皿となり、雇用就農を通じた新規就農者の育成体制が構築されている。



気候変動対策・生産

- 気候変動に対応した栽培が確立され、安定した経営が行われている。
- スマート農業機器の導入が進み、生産性向上や作業軽労化が図られ、他産業並みの所得を得ている。



消費・ブランド

- 県民をはじめ、多くの人々に県産果実が選ばれ、購入されている。
- 四季折々の季節に観光果樹園に人が集まり、地域の活性化につながっている。

