

Ⅱ 専門分野の成長戦略

1 農業分野

現状
(H22)
930億円

第2期計画の取り組み

H24

H25

H26

H27

生産

◆本県農産物の品質を高め、生産量を増やす

- 高品質・多収量に向けた取組の展開
 - ・「学び教えあう場」の取組をさらに県内に広げる。
 - ・有望品目や葉タバコ代替品目の導入を検討し、農業収入の増加につなげる。
 - ・レンタルハウス整備や園芸用ハウス流動化等への支援により、営農定着や規模拡大への負担を軽減する。
- 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立
 - ・天敵導入など安心・安全につながる技術を全地域、全品目へ普及。
 - ・オランダとの友好園芸協定を活かす。
 - ・高品質・多収量に向けた「新施設園芸システム」を構築する。
- 米・土佐茶・畜産など地域の特産物の生産拡大や、ブランド化、生産性の向上を進める

◆担い手の確保と、地域の中核となる農業者等の規模拡大を進める

- 新規就農者の確保・育成と、実践研修やサポートハウスなどによる営農定着を支援する
- 農地の集積による規模拡大や、経営体質の強化を進める

◆中山間地域の農業を維持・活性化させる

- 集落営農を県内全域へ拡大する
- こうち型集落営農のステップアップを支援する

加工

◆生産と一体となった加工ができる体制づくりを目指す

◆農業者の収入につながる地域資源の加工を進める

- 農産物加工ができる人材を育成する
- 地域資源を活用した商品開発や事業者とのマッチングを進める
- 農産物加工品のブラッシュアップを支援する

流通・販売

◆園芸品の基幹流通を強化するとともに、実需者のニーズに対応できる新たな流通・販売体制を構築する

- 産地を伝える販売を強化し、本県農業の取組への理解を促す
 - ・「新園芸ブランド」による販売を拡大する。
 - ・本県農業の取組を理解してくれるパートナー量販店での販売を強化する。
 - ・流通関係者等の産地招へいや、メディアの活用、学校等への出前授業の実施により、産地の取組をPR。
- 新たな販路を開拓するとともに、実需者のニーズを的確に捉え生産に生かす
 - ・市場流通以外の「顧客と産地をつなぐ新たな受発注システム」を構築する。
 - ・こだわり野菜・果実の生産者と多様なニーズを持った実需者とのマッチングを進める。
 - ・ユズ玉や果汁、花き等の輸出を推進する。

◆特産農産物のPRや販促、商談会等により販路を拡大する

<農業分野(案)>

4年後の目標

- I P M技術がより高度化するとともに、全地域・全品目へ普及
- 集落営農数 250組織
- 集落営農のうち こうち型集落営農数 32組織
- 新規就農者数 230人/年

- 地域資源を活用した加工の取組が県内各地に広がる

- 本県農産物の販路開拓を通じ、実需者ニーズに合った柔軟な流通・販売体制ができている
- 実需者の声が産地にフィードバックされ、販売を見据えた生産ができている

さらなる飛躍へのポイント

オランダ並みの生産性を目指す「新施設園芸システム」を県内各地に普及

農地を集積 施設の高度化・大規模化

経営力のある企業的经营体を県内各地に育てる

こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスを各地域へ拡大

各地に生まれた加工の動きを産業に育てる

遠距離輸送のハンディ(輸送にかかる時間・経費)を克服する輸送手段の確立

10年後の目指す姿

農で働き 高知で暮らす

- 新規就農者数 :250人/年

若者からお年寄りまで笑顔で暮らせる中山間の農業の確立

- 集落営農数 :500組織
- 集落営農のうち、こうち型集落営農数 :100集落組織

攻めの外商で稼ぐ農業

- 販売金額1,000万円以上の農業経営体の割合:20% (H22時点から倍増)

農業産出額 1000億円以上を目指す

地域で暮らし稼げる農業

産業成長戦略【農業分野】の概要

消費者に選ばれる産地へ

農業産出額の増加・所得の向上

I. 本県農産物の高付加価値化

販売力の向上

① まとまりのある園芸産地総合支援

- まともりづくり
- 「学び教えあう場」の強化
 - 省エネルギー対策支援
 - 有望な園芸品目の導入
 - 園芸品目の総合戦略支援

高品質
高収量
低コスト

野菜 果樹 花き

産地づくり

- レンタルハウス整備事業の充実
- 園芸用ハウスの流動化を促進
- 集出荷等施設の再編・集約、機能向上を支援

安全・安心

- IPM技術を全品目へ普及
- GAPの活用 ● 土づくりと施肥の改善
- 新施設園芸システムの構築
- オランダヴェストラント市との友好園芸協定を活かす
- 有機農業の推進

③ 流通・販売の支援強化

- 販売額拡大・販路拡大
- パートナーシップの強化
 - 新たな出荷・流通・販売体制の構築
 - 業務需要の開拓
 - 展示商談会の開催
 - 輸出の促進

PR・消費拡大

- 高知フェアの開催
- アンテナショップ等での販促
- メディアを活用したPR
- 出前授業

④ 品目別総合戦略

米	高品質安定生産 地域ブランド米の育成
土佐茶	生産性・品質向上 販売活動の強化
畜産	酪農・肉用牛(土佐あかうし)・養豚 土佐ジロー・土佐はちきん地鶏

高付加価値化

特色のある農産物の生産量を拡大

II. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化

⑤ 集落営農の推進

- 集落営農組織の育成と活動促進
- 話し合いの場づくりと実践
- 地域が行う研修会や先進地視察等への支援
- 中山間地域等直接支払制度の活用

スナップアップ

- こうち型集落営農の実現
- コーディネーターや集落リーダーの育成
- 農産物加工やグリーン・ツーリズムへの取組を支援
- 法人化への支援

地域農業の活性化、雇用・所得の確保

安心して農業を継続

地域の拠点ビジネス

⑥ 6次産業化の取組による拠点ビジネスづくり

- 加工、グリーン・ツーリズムの取組強化と6次産業化の推進
- 6次産業化をリードする人材の育成
- 地域資源を活かした商品開発・販路拡大を支援



- 拠点ビジネスづくりの推進
- こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり

本県農産物のファンづくりと地産地消の推進

地域の担い手を確保・雇用の創出

III. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

⑦ 担い手の育成と生産資源の保全

新規就農者の確保・育成

- U・Iターン就農者等の確保
- 実践研修など就農に向けた支援

定着に向けて

- 就農サポートハウスによる実績づくりを支援
- 営農指導・フォローアップ

規模拡大
経営強化

企業的経営体の育成

- 法人経営体の育成
- 法人経営体の組織化と経営発展への支援
- 品目別規模拡大方策の策定
- 施設整備や資金面での支援

生産資源の保全

- 基幹的水利施設等の長寿命化対策
- 農地・水保全管理支払制度の活用

地域の核となる農業の担い手を育成

産地を支える

産業成長戦略の概要（農業分野）

農業を取り巻く情勢は、生産資材の高騰や農産物価格の低迷など、非常に厳しい状況であり、農業者が意欲とやりがいを持って農業に従事し、次世代に引き継いでいくためには、生産基盤の強化や農家所得の向上が求められています。

そのため、第1期産業振興計画では「競合に打ち勝つ高知ブランドを再構築」など2つの戦略の柱を掲げ、「高知ブランド」を全国に売り込む流通・販売の強化や、本県農業の強みである「環境保全型農業」の推進、担い手の確保・育成などに取り組んできました。この結果、地域のまとまりの形成や収量アップ、本県産農産物の認知度向上や販路拡大、環境保全型農業の取組の拡大、集落営農組織の育成や新規就農者の確保などの成果が出てきました。

一方で、更なる高度な生産技術の向上が必要であることや、環境保全型農業の取組を消費者に十分に伝える販売の仕方、「こうち型集落営農」による更なる所得の向上や、法人化など担い手の経営強化などの課題も浮かび上がってきました。

そのため、第2期産業振興計画では、取組の成果や課題を踏まえ、農業者の所得向上や本県農業全体の底上げ、雇用の創出につなげていくため、次の3つを戦略の柱として取り組んでいきます。

I. 本県農産物の高付加価値化

本県農産物が、他産地との競合に打ち勝ち、全国で優位に販売されるためには、生産から流通・販売まで一体となった取り組みを強化することにより、農産物の付加価値を高め「高知ブランド」を確立することが重要です。

産地には、高い品質や安定した供給力、安全・安心、個性が光る商品づくりなど、実需者のニーズを的確に捉え、販売を見据えた生産を行うことが求められます。また、所得向上のためには、品質や収量を高めると同時に生産コストを削減するなど、農業の生産性を高めていくことが大切です。

そのため、これまで「学び教えあう場」で培ってきた高い生産技術や、環境保全型農業の県内全域への普及の加速化、オランダなどの先進的技術を生かした新施設園芸システムの構築など、産地の競争力の強化を図ります。

また、農産物の取引先や取引量を増やす販路拡大の取り組みと、「高知県産」の魅力を伝え、商品の訴求力を高めるためのPRや消費拡大に向けた取り組みが重要です。

そのため、これまで築き上げてきた量販店とのパートナーシップの強化や産地の顔やこだわりが見える販売などに加え、新たな出荷・流通・販売体制を構築し販路の拡大に取り組むとともに、高知フェアの開催など、農産物のPRと消費拡大の取り組みを進め、流通・販売の支援を強化します。

さらに、米や土佐茶、畜産についても、生産量の拡大やブランド化の取り組みと「高知県にしかない」という商品の特徴・強みを活かした販売を一体的に進め、所得の向上につなげていきます。

II. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化

過疎化や高齢化が進んでいる本県の中山間地域は、本県農業産出額などの約80%を占める食料供給の重要な地域であるとともに、国土や生物多様性の保全、良好な景観の形成において重要な役割を果たすなど、多面的機能も発揮しています。こうした役割を維持しながら、安心して農業を続けることができるよう、所得の確保や雇用の創出に向けた、農業・農村を支える仕組みの強化が欠かせません。

そのため、集落営農の取り組みを広げていくとともに、組織のリーダーやコーディネーター等の人材を育成することで、足腰の強い組織の育成を進めます。さらに、園芸品目等の導入や周年化によるこうち型集落営農の実現や、法人化による経営の安定化に向けた取り組みを支援します。また、地域資源を活用した商品開発や販路拡大、農産物加工やグリーン・ツーリズムなど6次産業化の取り組みによって拠点ビジネスづくりを進め、所得の確保や雇用の創出を目指します。

III. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

農業の維持・発展のためには、地域の農業を支える担い手の確保・育成と、個々の経営体の強化を図ることが重要です。

そのため、新たな担い手の確保・育成の取り組みでは、①PRや相談、技術を習得するための実践研修など就農希望者への支援、②就農サポートハウスでの農業経営の実績づくりや、農地・ハウスの確保などの営農開始時の支援、③営農技術指導や経営面でのフォローアップなど、営農が軌道に乗り経営が安定するまで段階に応じた支援を行います。

さらに、担い手の経営力強化を目指し、施設等整備への支援や農地の集積など規模拡大に向けた支援や法人化等への支援により、地域農業の核となる企業的経営体を育成します。

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
1. まとまりのある園芸産地総合支援 (1)「学び教えあう場」の強化	◆燃油や生産資材の高騰により、園芸農家の経営は厳しい状況が続いている。また、県内の各産地においては高齢化による担い手の減少が進み、このままでは産地規模の縮小、県全体の生産・出荷量の減少が懸念される。 ◆平成20~23年度の4年間は、園芸農家の所得確保のために、篤農家のほ場を「学び教えあう場」として設定し、篤農家の栽培技術の移転を進めてきた。 しかし、篤農家技術に加え、高収量・高品質、省エネ・低コスト、省力化などに関わる新技術についても早急に普及・定着を進めるとともに、消費地での販売状況を見据えた産地の強化を図る必要がある。	・地域の基幹品目の生産振興を支援するため、県域で34品目、181箇所の篤農家のほ場を「学び教えあう場」として設定し、栽培技術などの情報交換を進めてきた。また、県域で品目別の生産者交流会を開催することで、県内の生産者同士の交流や高度な技術の情報収集を促進してきた。 ◆園芸連など農業団体が単独で作成していた生産出荷指標・計画を県と共同策定し、目標を共有して、その実現に取り組みができた。さらに、取り組みの実績・成果を共有する仕組みづくりができた。 ◆「学び教えあう場」を中心とした産地活動が活発になり、検討会への参加者数も増加した。 (参加者:平成22年度3,063戸/対象農家4,473戸、平成23年10月末2,468戸/対象農家4,327戸) ◆各産地において、目標収量に向けた達成農家数の増加や、出荷場での販売数量の増加などの成果が出てきた。	◆生産者の高齢化や生産資材の高騰による農業所得の低下などの産地力の低下を考慮して、生産者や関係機関がしっかりとまり、将来のあるべき力強い産地ビジョンを共有し、その目標達成に取り組む必要がある。 品目別総合戦略シートなどに掲げる目標達成のための課題解決策の取り組みについて、農業団体と連携し、進行管理を行う必要がある。 ◆「学び教えあう場」ごとに課題解決のテーマを設定し、高収量や高品質などの目標達成に向け、勉強会グループが行う実践活動を支援していく。 また、効果的な活動とするためには、普及指導員の産地を牽引する総合力が求められている。	◆品目別総合戦略シートや生産出荷指標で掲げた課題解決策の評価及びその後の県全体への普及を図る。また、県域・産地ごとに、毎年見直し・実践を行うことで、販売数量の増加などの成果につなげる。 ◆◎平成24年度からは、「学び教えあう場」において、篤農家の技術の他に、地域・品目の実情に応じ、高収量・高品質など、産地の維持・発展につながる技術を早急に普及させる。 産地で新たに議論するテーマとして、①マーケティング機能の強化、②高収量・高品質生産技術の導入、③省エネ・低コスト生産の導入、④省力化技術の導入、⑤新規品目(品種)等の導入の5項目を掲げ、技術確立を行う。そして、産地で確立した技術は、県域で共有する仕組みづくりを行う。						
(2)有望な園芸品目の導入支援	◆農業者に新規有望品目に取り組むだけの時間的・経済的余裕が少なくなっている。 ◆高知県では水稲収穫後の農地はその多くが有効利用されていない。 ◆タバコ需要量の減少から、葉タバコ廃作農家が増加しており、経営支援が必要となっている。	・園芸連、県で有望品目プロジェクトチームを結成し、有望16品目を3年間で実証栽培、販売促進(補助事業)、普及推進を図る。 ◆16品目内、販売額がハスイモ、ニガウリ、カラピーマン、甘長シトウで5,000万円を、アスパラガスで1億円を超した(平成23園芸年度販売実績)。事業目標であった販売額5,000万円以上を5品目が達成できた。 ・22~23年度には水稲後作に野菜5品目をモデル導入し、作付奨励(補助事業)を行った。 ◆水稲後作では新規作物としてカット用ネギやカイランの生産が始まり、ブロッコリーやソラマメでは作付面積が拡大した。	◆栽培技術が十分に確立されていない品目も残されており(花ニラ、3色ピーマン等)、残された1年で栽培技術を高めて産地化を図る必要がある。 ◆稲作農家を中心に水稲後作への野菜導入に関心が高まってきたが、まだ、大きな動きになっていない。 さらに、葉タバコ廃作者の経営維持が緊急の課題であり、野菜等への導入奨励が有効な手段である。	◆有望品目の産地づくり ○栽培技術の確立及び普及推進の支援 ○販売促進の支援 ◆水稲後作地及び葉タバコ廃作者への園芸品目の導入支援。 ○水稲後作地への導入推進 ★葉タバコ廃作者への導入奨励						

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>品目別戦略シート及び生産出荷指標・計画の実現に向けた進行管理</p> <p>農業団体との進行管理の実施(計画、実践、評価・見直し:JA⇄振興センター、園芸連⇄産地・流通支援課)</p> <p>生産者・農業団体・県 : 産地ごとに、収量・品質及び、省エネ・低コスト等の技術力アップのための課題解決策を品目別総合戦略シートや生産出荷指標に位置づけ、実践するとともに、その目標を達成し、県全体の産地力アップに繋げることを目指す。</p>					<p>◆学び教えあう場 181ヶ所→ 190ヶ所</p> <p>◆対象農家数 4,473戸→ 4,500戸</p> <p>◆生産出荷計画の実現(数量の平成23園芸年度比5%の増加) [野菜] 数量 960百t→ 1,000百t</p> <p>[果実] 数量 70百t→ 73百t</p> <p>[花き] 本数 4,100万本→ 4,300万本</p>	<p>◆「学び教えあう場」を中心とした自主的な学習活動が定着する。</p> <p>◆産地で確立された新技術等が県域に普及する。</p> <p>◆消費者のニーズに応えることができる産地づくりができる。</p>	
<p>「学び教えあう場」の充実と取り組みの実践</p> <p>新技術の実証</p> <p>新技術の定着促進</p> <p>新技術の県全体への拡大</p> <p>生産者 : 「学び教えあう場」への参加と実践 農業団体 : 「学び教えあう場」の仕組みづくりや産地間交流への主体的な関わり 市町村 : 「学び教えあう場」への器具、資材の導入支援 県関係課・農振センター : 篤農家等のほ場に「学び教えあう場」を設置、課題解決策のデータ分析や産地間交流の運営のコーディネートなどにより産地の再構築を支援</p> <p>品目別の生産者交流会 : 品目別に県内全域の課題解決の実践について協議し、収量増など産地の強化に繋げる。 テーマ別の生産者交流会 : 高収量・高品質、省エネ、省力化など、テーマごとに県域の交流会を設定し、すみやかに課題解決につなげる。</p>							
<p>有望品目の栽培技術の確立と定着</p> <p>生産者・農業団体・市町村 : 実証栽培への協力、有望品目の面積拡大、販売促進 県関係課・農振センター : 導入品目の有望性の検証と地域への提示→実証ほの設置→経済性評価(栽培講習会の開催、生産者組織の設立支援、産地化支援)</p>					<p>◆販売額5,000万円を越す品目を5品目(H24年度末)</p> <p>◆水稲後作への露地野菜の作付けモデル;5グループ(H24年度末)</p> <p>◆葉タバコ廃作農家による野菜の作付けモデル;3グループ(H24年度末)</p>	<p>◆有望品目の定着</p> <p>◆水稲後作への露地野菜の作付け面積増加による水稲農家、園芸農家の所得増加。</p> <p>◆葉タバコ廃作農家による野菜栽培の経営安定</p>	
<p>水稲後作地及び葉タバコ廃作者への園芸品目の導入・定着</p> <p>生産者・農業団体・市町村 : 有望品目の選定、生産者グループの募集、モデル栽培・出荷・販売、有望品目の面積拡大 県関係課、農振センター : 有望品目の選定、栽培講習会の開催、栽培・出荷支援、産地化支援(補助事業)</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	
1. まとまりのある園芸産地 総合支援 (3)花き産地づくりの 支援		<p>◆県産花きの栽培面積、販売額は減少傾向であり、このままでは花き産地の弱体化がさらに進むことが予測される</p> <p>◆主要品目の多くは10年前との比較で単価が低下している</p>	<p>・平成22年度から各農振センター7地区で新品目の栽培実証を進めた。 ◆実証H22:7箇所9品目、H23:7箇所:9品目</p> <p>◆特に有望な品目についてモデル栽培を実施(H22黒潮町テマリソウ26a、H23黒潮町ダリア65a)。</p> <p>◆2年間の取り組みにより、新品目の探索・導入のための体制が構築。</p>	<p>◆地域適応性から経営面までの有望性評価を2年間で判断するのは困難であり、継続的な取り組みが必要である。</p> <p>◆豊富な品目の中でも、既存品目に即代わるまでの有望な品目は極少ない。</p> <p>◆現在、地域の独自品種を核とした花き産地は足腰が強いため、こうした生産者の育種ノウハウの継承を支援する取り組みが必要である。</p>	<p>◆○花き新品目の試験栽培、モデル栽培、実証販売により、花き産地強化を支援</p> <p>◆★育種ができる人材づくりの支援</p>						
(4)省エネルギー対策 支援		<p>◆施設園芸においては施設内温度を一定に保つために、化石燃料による暖房用加温機の使用が一般的</p> <p>◆重油価格の高騰を背景に、生産コストは上昇</p> <p>◆東日本大震災の影響も相まって、重油価格動向の先行きは不透明。化石燃料の削減については既に社会的な動きになっている</p>	<p>・省エネルギー部会の取り組みは平成20年度から、県内A重油使用量の目標を7万klとし、関係者で情報共有しながら省エネ対策を推進。</p> <p>◆ハウス内張被覆の多層化などの指導徹底</p> <p>◆耐低温性品種は中間母本育成中。</p> <p>◆事業活用による木質バイオマスボイラーの導入(H20:9台→H22:102台)</p> <p>◆ヒートポンプの導入(H19:206台→H22:353台)</p>	<p>◆重油価格は80円/リットル以上で高止まり。</p> <p>◆①省エネ推進に向けた意識啓発、②省エネにかかる施設・機械の計画的な導入、③省エネ資材活用等の継続的な推進</p>	<p>◆○省エネ対策の徹底</p> <p>◆○重油代替暖房機の普及推進(木質バイオマスボイラー、ヒートポンプ等)</p>						
(5)園芸品目の総合 戦略支援		<p>◆「高知県産業振興計画」の品目別計画として、平成20年度に「品目別総合戦略」を策定。野菜18品目、果樹6品目、花き4品目に水稲、茶、畜産5部門を加え、生産対策、流通対策などを各部門で展開してきた。</p> <p>◆生産戦略としては収量や品質を向上するための技術対策、生産を振興するための施設整備支援対策など、流通対策としては鮮度保持対策、消費拡大対策など、さまざまな課題に対して取組を推進した。</p>	<p>・品目別の生産、流通、需要拡大及び販売対策を関係機関で連携して実施。</p> <p>◆需要や販路の拡大、流通時の課題改善、生産量の拡大(反収、作付面積の増加)が図られた品目も多い。</p>	<p>◆高齢化による生産基盤の縮小に歯止めがかからない中で、全国的な消費量の減少、消費流通構造の変化、生産コスト増加を含めた生産構造の変化、に総合的に対応する、生産から流通までを一元的に捉えた総合戦略とそれに基づく展開が必要</p>	<p>◆○産地や生産量を維持、拡大すべき品目を絞り込み、生産から流通までの総合戦略に基づく各課題に全関係機関で総合的・効率的に取り組む。</p> <p>野菜9、果樹5、花き3の計17品目を策定 目標値に対する実績を確認しながら、必要に応じて戦略課題を追加する。 ※以下に抜粋して示す品目以外は、資料を別途整理</p>						

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
花き新品目の導入・普及及び経済性の検証		新たな花き新品目の導入・普及及び経済性の検証		◆導入品目数 H27: 4品目	◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現	
生産者代表・農業団体・市町村 : モデル栽培、実証販売の実施、試験栽培実証ほへの協力、地区プロジェクトチーム会への参画 農振センター、産地・流通支援課 : 試験栽培実証ほの設置、新品目の評価と地域への提示、モデル栽培の経済性評価、栽培講習会の開催、地区プロジェクトチーム会の設置						
育種ができる人材づくり支援		育種・知的財産に関する技術や知識の伝承支援		◆花き種苗登録出願者数(累計) 現状(H20~23): 8名 →(H24~27): 10名		
生産者・農業団体 : 育種にかかる県外講師による研修への参加、知的財産権の活用 県関係課 : 県域での研修会の開催		生産者・農業団体 : 県内で育種を実践している方を講師とする研修への参加、知的財産権の活用 県関係課 : 県域での研修会の開催				
保温対策の徹底、耐低温性品種の開発				◆A重油使用量: 現状(H20~22の平均) 71,000kl →H27目標: 60,000kl	◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現	
生産者 : 保温対策の実践(省エネチェックリストによる点検、省エネ資材の活用) 農業団体 : 省エネ対策プロジェクトチーム会への参画、保温対策の実践支援 農振センター: 現地事例情報の収集及び省エネ技術の分析・評価、保温対策の実践支援、省エネ対策プロジェクトチーム会への参画 農技センター: 耐低温品種の開発、省エネ技術の分析・評価 環境農業推進課、産地・流通支援課 : 県域の省エネにかかる情報収集及び省エネ技術の分析・評価、省エネ対策プロジェクトチーム会の開催						
重油代替暖房機の省エネ評価		重油代替暖房機の普及推進				
生産者 : 重油代替暖房機、省エネ暖房機の導入、データの提供 農業団体、産地・流通支援課、農振センター : 重油代替暖房機、省エネ暖房機の省エネ効果分析・評価、その導入支援						

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
1. まとまりのある園芸産地 総合支援 (5)園芸品目の総合 戦略支援 (ア)ミョウガ		<p>◆ ミョウガは、本県が全国流通量の約8割を占め、全国1位の出荷量を誇る。</p> <p>県内の栽培面積は、101ha。出荷量はH23園芸年度4,893tである。</p> <p>しかし近年、資材や燃油など、生産コストの上昇などで、生産者の経営環境は厳しい状況にある。</p> <p>そのため、収量減や品質低下など、今ある課題を克服し、将来的にも、栽培面積や出荷量の維持し、産地が発展することをめられている。</p>	<p>【ミョウガ】</p> <p>・4~6月の販売のだぶつき解消</p> <p>◆ 需要期前の4~6月の出荷量増加に対応して、取り扱い市場への出荷予測等の情報提供を積極的に行うことにより、販売のだぶつきを解消することができた。</p> <p>・価格安定制度の創設</p> <p>◆ 高知県単独品目野菜価格安定事業として、平成21年4月施行した。この制度により、平成23年度に交付が行われた。</p> <p>・養液栽培における排水処理装置の開発</p> <p>◆ 農業技術センターと民間企業とで共同研究され、平成23年度に、実用型機が開発された。</p>	<p>◆ 「水やけ症」により、7~8月の最需要期の出荷量が不安定。</p> <p>◆ 排水処理装置など、環境に配慮した栽培管理技術の普及が求められている。</p>	<p>◆★「水やけ症」の原因究明と対策の検討により、7~8月の最需要期の出荷量を確保する。</p> <p>◆○排水処理装置の試験実証で性能等の評価を行い、現地での普及を推進する。</p>	○	○	○		○
(イ)ナス		<p>◆冬春ナスの出荷量35,300t、シェア28.5%で全国1位(H21)。</p> <p>◆農業用資材、重油価格の高騰等により農家所得は低下。</p> <p>◆競合産地の品質が向上している中、春期以降の県産の品質が相対的に低下している。</p> <p>◆価格安定制度の要件(系統出荷率)を割る恐れのある産地がある。</p>	<p>・土佐産の普及</p> <p>◆JA、ナス部会、振興センターで組織される「土佐産普及推進協議会」で各出荷場毎に作付面積を設定して普及推進した結果、県全体で30.65ha(目標91ha)となった。</p> <p>・系統率の向上</p> <p>◆営農相談日等を設定して系統外農家への情報提供などにより系統の利点などを啓発した結果、安芸地区で51%(目標60%)であった。</p>	<p>◆土佐産の普及が緩慢となっており、普及面積も十分でない。</p> <p>◆系統率も50%を維持しているものの、低く推移している地域もある。</p> <p>◆消費地の出荷要請量に出荷実績が足りていない。</p>	<p>◆消費地の出荷要請量に比べ、価格形成力、産地間競争力を強化するために系統率の向上、反収の増加、土佐産作付面積の増加を継続</p> <p>○土佐産普及推進の継続</p> <p>○系統率向上対策の継続</p>	○		○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画				H28以降	目指すべき姿(目標値)		
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>「水やけ症」の原因究明、対策の検討</p> <p>農振センター・県関係課・農技センター： 「水やけ症」の原因究明、対策の検討 生産者・農業団体・農振センター： 新素材の遮光資材などについて検討</p>				<p>「水やけ症」の対策の普及</p> <p>生産者・農業団体・農振センター： 「水やけ症」の対策について現地での展示実証、 現地検討会などの開催</p>		<p>◆年間出荷量を維持しながら、夏場を中心とする需要期の出荷量を確保する。</p> <p>◆排水処理装置の普及 実証段階(H23) →普及段階(H27)</p>	<p>◆生産量と品質、環境対策ともに日本一のミヨウガ産地の実現</p>
<p>排水処理装置の性能等評価</p> <p>生産者・農業団体・農振センター：排水処理装置の現地実証、性能等評価</p>				<p>排水処理対策の啓発推進</p> <p>生産者・農業団体・農振センター： 現地検討会、講習会を通じた排水処理対策の啓発推進 県関係課・農振センター： 事業導入について検討</p>			
<p>排水処理対策の普及推進</p> <p>生産者・農業団体・農振センター・県関係課： 現地検討会、講習会を通じた排水処理対策の普及推進</p>				<p>◆土佐鷹作付面積の増加 30.6ha(H23)→ 83ha(H27)</p>			
<p>優良品種「土佐鷹」の普及推進</p> <p>生産者：土佐鷹の作付け、栽培技術習得、新系統の試作 農業団体、県農振センター：組織的な土佐鷹の普及推進、講習会・作付け奨励説明会等の開催、品種特性を活かした販売実践 県組織：研究会開催支援、土佐鷹の新技術開発及び新系統の育成(試験研究)</p>				<p>普及推進対策 普及推進改善対策の実施</p>		<p>◆国内の冬春ナス産地をリードできるまとまりのあるナス産地の形成</p>	
<p>系統率の向上対策</p> <p>農業団体、県農振センター：営農相談活動等による系統外出荷者への情報提供 県組織：実態把握、関係機関との改善策の協議</p>				<p>対策の評価と改善策の実施</p>			
				<p>◆系統出荷率の維持(県域) 65.2%(H22)→ 67.0%(H26)</p>			

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>園地の維持管理の仕組みづくりと産地での実践</p> <p>生産者・農業団体: 農作業受委託組織等への積極的参加 産地・流通支援課・農振センター: 農作業受委託組織、作業班体制等による管理作業請負の仕組みづくり・実践・県内への普及支援</p>					<p>◆ユズの生産量 H22~H23: 未確定t ↓ H26~H27: 12,000t</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>	
<p>ユズ果汁の安定供給</p> <p>生産者: 搾汁施設等への原料ユズの安定供給、産地間連携の強化 農業団体等: 計画的な搾汁施設等の導入、需要動向に基づいた安定供給・県版HACCP取得 県関係課: 需要動向調査、国庫補助事業導入への支援、県産ユズ果汁の標準規格設定への支援</p>							
<p>ユズ果汁等の販路・需要の開拓とゆず振興基金の運用</p> <p>農業団体: 県域協議会が行う青果ユズや果汁等のPRIによる需要開拓及び海外向けの販路開拓 県関係課: 農業団体が行うユズ果汁の需要拡大・販路開拓への支援</p>							<p>◆県版HACCPの導入 H23: 3か所→ H27: 8か所</p>
<p>経営計画の実践支援及び経営コストの削減</p> <p>生産者 : 経営コストの削減 農業団体 : 経営コスト削減支援 県関係課・振興センター : カウンセリングの実施、経営コスト削減支援</p>					<p>◆栽培面積の維持 H23園芸年度 :79ha→ 79ha (農業振興センター調べ)</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>	
<p>消費地ニーズに対応した販売、ブランド化の取り組み推進</p> <p>生産者 : 消費地ニーズの把握、出荷・販売体制の再検討、消費地への積極的な情報発信 農業団体 : 消費地ニーズ・他産地の情報収集・分析、消費地との交流の場づくり 産地・流通支援課・振興センター : 消費地との交流の場づくり、共通課題の解決策の検討</p>					<p>◆市場販売額の維持 H23園芸年度 :26億円→ 26億円 (園芸連調べ)</p>		

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
1. まとまりのある園芸産地 総合支援 (6)園芸用ハウス面積 の確保	◆本県農業の強みである園芸において、ハウス面積の減少や老朽化が進んでおり、今後、生産等の維持が危ぶまれる	◆本県農業の強みである園芸において、ハウス面積の減少や老朽化が進んでおり、今後、生産等の維持が危ぶまれる	・レンタルハウス整備事業の拡充(対象区分の追加及び補助率、補助限度額のアップ)と、関係団体への周知と農家へのPRの強化(ラジオ、パンフレット等) ◆最終年度の目標面積1,520haには10ha程度届かない見込だが、3ヶ年約33haの整備で、急激な面積減を一定抑制する効果はあった。	◆毎年度、ハウスの新設、建て替えは、一定の面積で進むが、老朽化ハウス等の解体が増加しており、ハウス面積の減少は止まっていない。 これまでは、JAを事業主体としたレンタルハウス整備事業に中古ハウス区分を設け、面積の維持を図ってきたが、現状は農業者間での中古ハウス貸借・売買が多かったことから、事業による整備実績は少なくなった。	◆ハウスの整備や改良を支援 ○レンタルハウス整備事業(新規就農者等への重点支援で毎年10haを目標に整備、中古区分・省エネ等対策区分は園芸用ハウス流動化等促進事業へ移行) ★園芸用ハウス流動化等促進事業(新規就農者及び規模拡大農家を対象に遊休ハウスの改良を支援し流動化を促進、経営改善に向けた省エネ対策等を支援、合わせて年5haを目標に支援) ○国庫事業の有効活用			○		
(7)園芸用集出荷施設等の再編促進	◆本県園芸農業の強みを流通面から支えてきた集出荷場等の共同利用施設において、既存設備の機能低下や消費ニーズに対応した新たな機能が備わっていないことなどから、将来にわたっての産地維持・発展が危ぶまれる	◆本県園芸農業の強みを流通面から支えてきた集出荷場等の共同利用施設において、既存設備の機能低下や消費ニーズに対応した新たな機能が備わっていないことなどから、将来にわたっての産地維持・発展が危ぶまれる		◆持続的かつ安定的な供給体制を維持していくためには、効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等を図っていくことが必要	◆複数の集出荷等施設を再編・集約し、効率的な集荷体制の確立や出荷機能の向上等を図る産地を支援 ★荷施設再編促進事業(再編に係る試行及び施設整備への支援) ○国庫事業の有効活用			○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
制度改正 産地・流通支援課：新規就農・規模拡大・高度化の各区分でハウス整備を促進 省エネ区分(24)・中古区分(H26)を他事業へ移行				継続支援による園芸用 ハウス面積の維持	◆事業支援による 園芸用ハウスの新 設及び再利用等の 目標面積 60ha (単年度15ha レンタル10ha 流動化 5ha)	◆新たな担い手や 規模拡大農家等に よるハウスの有効 利用で産地規模を 維持
新事業(園芸用ハウス流動化等促進事業)の実施 産地・流通支援課： 遊休ハウスの再利用に伴う改良費及び省エネ対策費に特化した事業により流動化と生産性の向上を促進						
国庫事業によるハウス整備の実施						
新事業(集出荷施設再編促進事業)の実施 産地・流通支援課：施設の再編に係る試行及び施設整備への支援(H24) 農業団体との連携による再編計画の調査・把握				計画的な拠点施設の 整備を支援	◆計画的な集出荷 等施設の再編整備 4ヶ所程度 (単年度1ヶ所×4ヶ 年)	◆再編計画に沿っ た主な拠点集出荷 施設等が整備され る
国庫事業による集出荷施設整備						

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産業間連携の強化
 3 足腰を強め、新分野へ展開
 4 新たな産業づくりに挑戦する
 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	
2. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (1)IPM技術の全品目への普及を加速化		◆高知の園芸は、天敵等を利用した減農薬の取組(IPM技術:総合的病害虫・雑草管理技術)が日本一となっている。施設ナス、ピーマン類ではIPM技術の普及により難防除害虫に対する安定的な防除、薬剤散布コストの低減および消費者のもとめる安心な農産物の生産が可能となってきた。今後は野菜類全般、果樹類、花き類へのIPM技術の普及拡大が望まれている。	・土着天敵の活用、品目毎の技術確立、各地での実証展示ほの設置、指導マニュアルの追加・改訂 ・各地区でIPM技術研究会等の開催 ・自主企画研修等普及指導員等の研修充実により普及指導員相互および研究員との技術情報の共有 ◆IPM技術が普及 ○IPM技術体系品目数 H20(5)→H23(11) ○天敵導入率(H20→H23) [ナス類]41%→62% [ピーマン類]59%→86% ○土着天敵リレー体制(温存ハウス活用市町村数) H20(3)→H23(12))と目標を概ね達成。	◆更に全品目へのIPM技術の普及促進 ◆天敵を利用したIPMは施設ナスでは62%などナス科果菜類では大きく推進されたが、ウリ科果菜類、葉菜類、果樹、花きでは進んでいない。	◆ウリ科果菜類、葉菜類、果樹類、花き類へのIPM技術の普及 ◆病害を対象としたIPM技術の開発 ◆外来天敵から在来(土着)天敵の利用へ				○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>野菜類へのIPM技術の普及促進(施設ナス、キュウリ、ニラ等)</p> <p>生産者・農協等関係機関・農業振興センター・農業技術センター・環境保全型畑作振興センター: 実証ほの設置によるIPM技術の検討、土着天敵の探索と利用技術の開発</p>					<p>◆IPM技術の普及 (生物的防除資材 の普及率)</p> <p>施設ナス 62%→90%</p> <p>施設キュウリ 15%→60%</p> <p>施設ニラ 0%→40%</p> <p>施設カンキツ 2%→40%</p>	<p>◆低コストIPM技 術確立による持続 可能な農業の実現</p>	
<p>果樹類でのIPM技術の普及促進</p> <p>農業振興センター・農業技術センター: 実証ほの設置(施設カンキツ)によるIPM技術の検討 農業振興センター、病害虫防除所: 実証ほの設置(露地カンキツ)によるIPM技術の検討</p>							
<p>病害を対象としたIPM技術の普及促進</p> <p>農業振興センター: 実証ほの設置によるIPM技術の検討 農業技術センター: ハウス内環境制御、光質利用、微生物利用によるナス等の病害防除技術の開発</p>							
<p>施設花き類でのIPM技術の検討</p> <p>農業振興センター・農業技術センター: 施設花きにおける病害虫の発生状況調査、 生物的防除資材の検討</p>			<p>施設花き類でのIPM技術の普及</p> <p>農業振興センター・農業技術センター: 実証ほの設置(施設花き)によるIPM技術の検討</p>				
<p>施設花き類でのIPM技術の検討</p> <p>農業振興センター・農業技術センター: 施設花きにおける病害虫の発生状況調査、 生物的防除資材の検討</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

第 2 期 計 画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>地域版・品目版点検シートの普及・拡大</p> <p>生産者・部会:使用している点検シートの内容精査・改善 (現状に合った項目・点検時期等)</p> <p>農業団体・県環境農業推進課・農振センター: 点検項目の内容精査・改善にあたっての支援(研修の実施)</p>						<p>◆高知県版GAP 生産者版実践農家 67%(H23.3月末) →100%</p> <p>◆集出荷場版実践JA 9JA(H23.3月末) →15/15JA</p>	<p>◆持続的な農業生 産活動の確立</p> <p>◆生産活動のレベ ルアップが図られ、 農産物の信頼性が 高まることから選ば れる産地となる</p>
<p>PDCAサイクルの定着</p> <p>生産者・生産部会(モデル部会):点検を生産活動・部会活動に位置づけ(自己点検、内部点検、外部点検)、 点検結果の活用によりレベルアップした計画の策定・実践、ISOの取組 を活かした活動の実践</p> <p>農業団体・県環境農業推進課・農振センター:先進地(先進部会)の事例導入、モデル部会の選定、 部会の計画活動を支援、点検へのウォッチャー制度の活用を支援</p>							
<p>農業の適正使用と生産履歴記帳・回収・点検を徹底 IPMマニュアルの活用</p> <p>生産者:登録内容と履歴の確認 記帳の徹底と保管・提出</p> <p>農業団体・研究会・生産部会:巡回指導・研修会等の実施・充実、購買・販売・集荷場との連携強化</p> <p>直販所:安心係を通じた指導の徹底</p> <p>県環境農業推進課・農振センター:農業の適正使用、記帳の徹底を啓発・支援</p>						<p>◆農業事故の発生 3件(H23)→0件</p> <p>◆生産履歴記帳 94%(H22) →100%</p>	<p>◆適正な使用によ り農業の安全性・ 信頼の確保を得る</p>
<p>生産者及び農薬販売業者の知識・技能習得の徹底</p> <p>生産者:農業の知識の習得、登録内容の確認</p> <p>農業団体・全肥商連:登録内容の説明の徹底、農薬販売員の意識・資質の向上、窓口対応の徹底、 電算システムの活用、販売履歴チェックの徹底</p> <p>県環境農業推進課・農振センター:農業の適正使用、記帳の徹底を啓発・支援</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【I. 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
2. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (3)土づくりと施肥の改善	<p>◆環境にやさしい農業を行うため、良質なたい肥による土づくり、化学合成肥料の適正使用を推進</p> <p>◆適正施肥の推進や肥料価格の高騰対策として、土壌診断に基づいた低コスト施肥低減技術の普及を進める必要がある。</p>	<p>・家畜ふん堆肥の製造の改善</p> <p>・家畜ふん堆肥の利活用の促進</p> <p>◆家畜ふん堆肥の利用に関する研修会の開催、堆肥マップの作成・配布および県HP掲載、ステップアップ土づくり事業による利用事例の収集を行い、家畜ふん堆肥剰余量が1,530t(H23)に低下したことから、耕種部門等での利用は進んでいると考えられる。</p> <p>・土壌診断による適正施肥の推進</p> <p>◆土壌診断処方箋点数は目標値(9,200点)を超え、9,700点程度まで達しており、生産現場において土壌診断の必要性は理解されている。</p> <p>・県施肥基準の作成</p> <p>◆施肥低減対策として、本県の野菜27品目、花き10品目、果樹9品目の主要品目について県施肥基準を作成し、適正施肥推進のための指針を示すことができた。県内各地区の施肥基準見直しを進めている。</p>	<p>○肥料価格について、H20年の価格高騰は一旦落ち着いたものの、現在でも高騰前の2割高であり、今後の価格上昇も懸念されることから、家畜ふん堆肥を利用した施肥コストの低減など、有効利用を進めていく必要がある。</p> <p>○県施肥基準を反映した県内各地区の施肥基準見直しが必要。</p>	<p>◆家畜ふん堆肥を活用した土づくりおよび土壌診断を活用した適正施肥の推進</p> <p>○家畜ふん堆肥の利用促進</p> <p>○家畜ふん堆肥を利用した肥料代替技術の導入</p> <p>○家畜ふん堆肥やL型肥料を利用した施肥低減技術の普及</p>						
(4)有機農業の推進	<p>◆全国的な有機農産物に対する消費者の関心の高まり</p> <p>◆有機農業実践者の育成により、県内での就農者数が増加</p> <p>◆有機農業推進法の制定(H18)、高知県有機農業推進基本計画の策定(H20)</p>	<p>・有機のがっこう「土佐自然塾」研修支援</p> <p>◆卒業生の県内就農者数は34名(うち1ターン者15名、H18~H22)</p> <p>・環境直接支払(有機農業の取組等)の周知</p> <p>◆有機農業の推進体制は9市町村で整備、環境直接支払に係る有機農業の取組は14市町村で実施</p> <p>・有機栽培実証ほの設置及び県内優良事例の探索</p> <p>◆30品目の有機栽培事例を作成</p> <p>・生産者PRパンフレットの作成及び実需者の有機農産物ニーズの把握</p> <p>◆生産者と実需者のマッチングが必要</p> <p>・補助金や委託事業により有機JAS認証取得支援を実施</p> <p>◆有機JAS認証取得農家数は82戸(H21)から88戸(H23)に増加</p>	<p>◆有機農業新規就農者の生産技術や販路が不安定であり経営状況は厳しい</p> <p>◆各作物の有機栽培事例はとりまとめたが、周年作付の体系化が不十分</p> <p>◆県内の有機農業実践者の多くは少量多品目の生産で流通販売先も個別で不安定</p>	<p>◆有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援</p> <p>◆有機栽培の作付体系の実証</p> <p>◆有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり</p>						

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>家畜ふんたい肥の利活用の促進</p> <p>生産者:作物別の利用事例の収集のための情報提供、生産部会による研究活動の促進 農業団体:地域内循環の仕組み作り(耕種農家と畜産農家との連携促進)、土壌診断・処方箋に基づく施肥設計の推進 県環境農業推進課:家畜たい肥を活用した土づくり資材・施肥低減方法の普及</p>					<p>◆家畜ふんたい肥の余剰 H23:1,530t ↓ H27: 0t</p>	<p>家畜ふん堆肥利用による施肥低減対策の推進</p> <p>未利用有機質資源の循環利用の推進</p>	
<p>土壌診断に基づく施肥低減実証(主としてリン酸)と県施肥基準の地区施肥基準への反映</p> <p>生産者:現地実証試験への協力、生産部会による研究活動の促進 農業団体:現地実証試験への協力、地区施肥基準の検討・見直し、生産部会による研究活動の促進、地区施肥基準の利用 県農業技術センター:リン酸施肥低減現地実証試験の実施および減肥基準の策定 県農業振興センター:施肥低減現地実証および地区施肥基準の検討・見直し、地区施肥基準の普及 県環境農業推進課:施肥低減方法の普及</p>							<p>◆土壌診断処方箋点数(野菜) H23:9,711点 ↓ H27:10,200点</p>
<p>有機農業就農希望者に対する就農支援、就農後の経営の安定と地域への定着支援</p> <p>生産者:遊休農地・施設等の情報提供、技術指導及び研修の受け入れ、就農希望者の視察等への協力 農業団体:遊休農地・施設等の情報提供、レンタルハウス整備事業等の活用、技術及び経営指導 有機農業推進団体:研修教育の実施、就農支援、就農後のフォローアップ(技術、販路等) 市町村:遊休農地・施設等のリスト化、相談窓口の設置、有機農業の推進体制整備 県環境農業推進課:就農支援、県職員・市町村・JAへの意識啓発 県農振センター:就農支援、技術及び経営指導体制の充実</p>					<p>◆有機JAS認証農家戸数 5件/年 H23:88戸 ↓ H27:108戸</p> <p>◆支援体制設置市町村 H23:9市町村(26%) ↓ 17市町村(50%)</p>	<p>◆有機農業の普及拡大による産地化</p>	
<p>有機栽培の作付体系実証</p> <p>生産者:有機栽培事例の情報提供 県環境農業推進課:有機栽培技術部会の設置運営 県環境保全型畑作振興センター:有機栽培事例の収集と実証展示及び作付体系の実証 県農振センター:県内優良事例の収集</p>							
<p>有機農業実践農家間の交流促進、消費者や実需者、流通業者との情報交換や交流の場づくり</p> <p>消費者:援農活動への参加、有機農産物の購入 生産者:組織活動への参加、有機JAS認証の取得、共同出荷体制の整備 実需者・流通業者:有機農産物の取り扱い 有機農業推進団体:有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、有機農産物の販路拡大 県環境農業推進課、県産地・流通支援課:有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施、生産者と実需者のマッチング 県農振センター:有機農業実践農家の組織化支援、有機JAS認証取得の推進、勉強会や研修の実施、産地化に向けた支援</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業界連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
2. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (5)オランダウェストラント市-高知友好園芸農業協定を活かした環境保全型農業の推進	<p>◆高知県は豊かな自然を守るため、環境への負荷を可能な限り低減した「環境保全型農業」に積極的に取り組み、国内のトップランナーの地位確立を目標として普及を推進している。</p> <p>◆オランダ王国の施設園芸は輸出産業として発展し、農業や化学肥料等の環境への負荷を極力抑える多くの技術で世界のトップを走る国として認知されている。そこで、オランダの施設園芸の中心であるウェストラント市と友好園芸農業協定を締結し、情報や技術の導入を通じて、本県の環境保全型農業の推進を加速化する。</p>	<p>・友好園芸農業協定の締結 ・技術交流訪問団の派遣とビジネス交流への支援</p> <p>◆技術交流訪問団の参加者(農大生を除く) 21年度44名 22年度32名 23年度25名</p> <p>◆オランダの取組に直接に接することで得た知識、人脈、刺激等は、ビジネス交流を促進したほか、本県で環境保全型農業を推進するための動機づけとして有効に働いた</p> <p>・学生交流の実施 ・研究員派遣研修の実施</p> <p>◆農大生の短期訪問 21年度4名 22年度14名 23年度9名</p> <p>◆農大生の短期留学 22年度2名(1か月) 23年度1名(2週間)</p> <p>◆研究員留学研修 23年度2名(3か月)</p> <p>◆学生や研究員の資質が向上するとともに、オランダとの連携が強化された</p>	<p>◆受けた刺激が一過性のものに終わることなく、継続した取組につなげるための工夫や仕組みが必要</p> <p>◆オランダとの交流をより多くの県民に紹介するための工夫が必要</p>	<p>◆派遣研修の継続 ○技術交流訪問団 ○学生交流 ○研究員派遣研修</p> <p>◆★成果報告や情報交換の場となる交流セミナーの定期的な開催</p>				○		○

※これからの対策の ★は新規事業
○は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
<p>先進的園芸農業に関する情報収集やビジネス展開のための交流支援、オランダ交流セミナーの開催</p> <p>生産者、事業者：技術交流への参加と交流で得た知識や情報の活用、交流セミナーへの情報提供 農業団体：技術交流への参加・協力、生産者の支援 県環境農業推進課：交流事業のコーディネート、交流セミナーの運営、情報の集積と発信</p>					<p>◆交流事業</p> <p>2回以上/年</p>	<p>◆オランダの施設園芸をモデルにした新施設園芸システムへの展開</p>
<p>国際感覚を持った後継者育成のための学生交流</p> <p>農大生：留学研修への参加と研修で得た知識や情報の活用 農大：学生の支援、語学等留学に必要な基礎教育</p>						
<p>新施設園芸システムの早期完成のための研究員派遣研修</p> <p>農業技術センター：研究員の選定と留学への支援支援 環境農業推進課：留学のコーディネート</p>						

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
2. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (6)新施設園芸システムの構築	<ul style="list-style-type: none"> ◆園芸製品の価格の低迷 ◆重油などの生産コストが上昇とハウス施設が老朽化 ◆農業者の高齢化や後継者不足 ◆環境への配慮が求められ、CO2削減、化石燃料の使用量削減が必要 	<ul style="list-style-type: none"> ・こうち新施設園芸システムに関する情報共有が行われ、システム開発に向けた機運が高まった。 ・今後の高知県が進める高収益を目指した施設園芸の方向性を示し、平成23年から研究が始まった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・オランダなどの先進的生産システムにおいて本県のような温暖地での環境制御による生産性の向上に関する事例が少ない。 ・本県に適合したシステムとして再構築を図り、強い競争力をもった園芸品を生産する必要がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ◆新施設園芸システムの確立に向けた研究開発 ○こうち新施設園芸システム研究会による開発支援 ★施設内環境制御技術の定着に向けての検討 ★新施設園芸システムの普及定着に向けての検討 <p>○ヒートポンプの利用技術と機能強化に関する研究</p> <p>○施設内環境制御技術に関する研究</p> <p>○高軒高ハウスでの施設内環境制御による増収技術の開発</p> <p>★オリジナル品種の育成</p>			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
<p>こうち新施設園芸システム研究会による開発の検討および現地普及の推進</p> <p>生産者・農業団体・大学・企業・県環境農業推進課・農振センター等： 新技術および経済性の評価、プロジェクトチーム活動</p> <p>県農地・担い手支援課・県環境農業推進課・県産地・流通支援課・農振センター等： こうち新施設園芸システムの現地普及に向けての事業等の検討</p>				<p>自然エネルギーを利用した新施設園芸システムの構築</p> <p>大学・企業・農業技術センター：研究開発</p>	<p>◆普及に移せる新技術の確立 施設内環境制御を利用した栽培の普及(ピーマン) 現地高軒高ハウスでの新技術を利用した栽培の開始</p>	<p>◆新技術の普及 ・環境保全型農業を基盤とした新施設園芸システムへの展開 ・オランダ型ハウス団地など、大規模な企業の経営の展開</p>
<p>ヒートポンプの利用技術と機能強化法の検討</p> <p>企業・農業技術センター： エコキュートを利用、改良した蓄熱、局所加温技術の開発、夏期の夜冷栽培技術の開発</p>						
<p>既存型ハウスでの施設内環境制御による増収・高品質技術の検討(ピーマン・ミョウガなど)</p> <p>大学・農業技術センター：CO₂施用および温湿度管理による増収技術の開発、日射比例装置の活用、LED照明利用技術の開発</p>				<p>既存型ハウスでの施設内環境制御による増収・高品質技術の検討(ナス・キュウリなど)</p> <p>大学・企業・農業技術センターでの研究開発</p>	<p>◆既存型ハウスに対応した新技術の確立(施設ピーマンの収量30%増)</p>	
<p>高軒高ハウスを利用した環境制御による促成パブリカの増収技術の検討</p> <p>農業技術センター：高軒高ハウスでのCO₂施用および温湿度制御技術による増収技術の開発</p>				<p>高軒高ハウスでの循環型養液栽培による増収・高品質技術の検討</p>	<p>◆高軒高ハウスに対応した新技術の確立(施設パブリカの収量50%増)</p>	<p>◆高軒高ハウスに対応した革新的技術の確立(施設パブリカの収量2倍増)</p>
<p>高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種特性の解明</p> <p>農業技術センター：高軒高ハウスでの促成栽培に適したナス・ピーマンの品種の育成</p>				<p>ナス・ピーマンの高軒高ハウスでの促成栽培に適した品種の育成</p>	<p>◆高軒高ハウスに対応したナス・ピーマンの特性解明、優良母本選定</p>	

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

第 2 期 計 画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
パートナー量販店での販売強化(絆による販売)					◆パートナー量販店との絆が深まり、産地から量販店までのサプライチェーンが構築されている ◆実需者ニーズにあった柔軟な販売が実施されている	◆産地から消費者までのサプライチェーンにより、見える化による安全・安心の県産青果物が、お客様に届けられている ◆販売面と生産面の一体的な取組により、元気のある産地づくりが行われている	
フェアの積極展開、基幹店舗の充実・拡大、流通関係者やお客様への産地理解の促進、PB等高付加価値商品の検案・導入・販売体制							
新園芸ブランドによる販売強化					◆営業活動体制の充実強化により、効果的な営業活動が実施されている ◆業務需要にあった柔軟な販売が実施されている ※新規取引件数 5件/年	◆顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通販売体制が構築されている ◆県産青果物のまるごと地産外商が行われている	
新ブランドマークへの切り替え促進 販促資材の作成 「見える化商品・エコシステム栽培品」の品目の拡充、流通関係者や消費者への新園芸ブランドの認知度向上							
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体 : パートナー量販店での販売力強化、新園芸ブランドによる販売力強化 県産地流通支援課 : 上記取組への支援					◆地域フェアの開催を通じて、販売拠点との関係を強化し継続取り引きにつなげるとともに、地域をまるごと売り込みファンを増やすことで販売を拡大する ◆販売額の10%アップ	◆消費地との交流が進み、農産物の販売拡大だけでなく地域全体が活性化化する	
業務需要開拓の強化							
流通関係者等との連携による営業活動の展開、商談会への積極的な出席 営業活動の充実強化のための体制づくり 業務需要に柔軟な対応ができる販売方法の検討・流通販売体制づくり 業務需要に対応した販売の推進 業務需要に対応したオリジナル商品づくり							
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体 : 業務需要開拓の強化 県産地流通支援課 : 上記取組への支援					◆顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築(顧客ニーズへの柔軟な対応)	◆地域フェアの開催を通じて、販売拠点との関係を強化し継続取り引きにつなげるとともに、地域をまるごと売り込みファンを増やすことで販売を拡大する ◆販売額の10%アップ	
顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築(顧客ニーズへの柔軟な対応)							
出荷・流通・販売体制の検討 出荷・流通・販売体制の構築 新たな体制での販売の推進							
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体 : 顧客と産地をつなぐ新たな出荷・流通・販売体制の構築 県産地流通支援課 : 上記取組への支援					◆地域フェアの開催を通じて、販売拠点との関係を強化し継続取り引きにつなげるとともに、地域をまるごと売り込みファンを増やすことで販売を拡大する ◆販売額の10%アップ	◆消費地との交流が進み、農産物の販売拡大だけでなく地域全体が活性化化する	
特産野菜等コラボレーションによる地域フェアの開催							
地域産品の掘り起こし→卸と連携したパートナーの選定→関東や関西の量販店等でのフェア等開催 (24年度:3地区) (25年度:3地区) (26年度:3地区)							
農業団体・市町村等:環境保全型農業の取り組みなど地域の取組を実需者へ紹介、一次産品や観光資源とのコラボ企画提案、実需者と産地の交流、企画の実践・総括 県産地流通支援課:上記取組の企画・実践を支援							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
3. 流通・販売の支援強化 (1)流通・販売の強化に向けた支援			<p>⑤特産果樹の販売強化 <文旦> ・パートナー量販店を軸にした販促、販売を実施 ・高知市での「ぶんたん祭」、アンテナショップでの「ぶんたん祭in東京」の開催によるPRを実施 ・土佐文旦振興対策協議会の発足を支援 ◆量販店での試食宣伝、青果担当者の産地招へい等により、商材としての認知度が向上したことに併せ、産地の戦略的な出荷や販促活動が始まった ◆「ぶんたん祭」の開催により、生産者の一体感が醸成されつつある</p> <p><ユズ> ・パートナー量販店で青果担当者を対象としたプロモーションを実施 (H23) ・アンテナショップを活用したPRを実施 ◆プロモーションの実施によりパートナー量販店で食材として見直され、青果の販売が強化された ◆アンテナショップでは、青果と加工品のセットでフェアを展開することで効果的なPRにつながった</p> <p><新高梨> ・アンテナショップを活用したPRの実施 ◆関東地区で高級梨としての認知度が高まった</p> <p>⑥花きの販売PR強化 ・産地、園芸連、県による市場でのモニタリング調査を実施 (H21～H23) 関東4市場/年 関西4市場/年 ・調査結果の産地へのフィードバック ・実需者の産地招へいによる生産者との交流会を開催 ・「JFF in 丸ノ内(H21)」やアンテナショップ「まるごと高知(H22,23)」等での展示PRを実施 ・県産花きの販促用DVDを作成(H23) ・海外でのテストマーケティング実施(フランス、シンガポール他) ◆モニタリングに参加した産地(生産者)は、実需者からの声を直接聞くことで、これまでとは異なった視点で産地における改善点や課題意識を持ちだした ◆モニタリングに参加する産地が固定化されてきており、県域での取組には至っていない ◆大消費地の人の多く集まる場所で展示PRを行ったことで、花きの産地としての高知のイメージアップにつながった</p>	<p><文旦> ◆パートナー量販店等で販売拡大を進めていくため、出荷量の確保と品質のバラツキをなくしていく ◆下級品の加工利用促進 ◆振興対策協議会による「ぶんたん祭」の内容充実とPRのための土佐文旦の更なる情報発信</p> <p><ユズ> ◆青果と加工品とのプロモーションミックスによる総合的な販促活動 ◆パートナー量販店やアンテナショップとの連携による販売拡大</p> <p><新高梨> ◆針木梨組合の積極的な販促PR活動を県内他産地に広げていく</p> <p>◆モニタリング結果を踏まえた出荷団体と各産地、県等による「生産振興方針(販売戦略含む)」の策定及び方針の共有 ◆モニタリング結果の県域での共有と、結果に基づく産地での改善に向けた取組 ◆県産花きの効果的なPRの実施</p>	<p>⑤特産果樹の販売強化 ○パートナー量販店やアンテナショップでの販促活動支援 ○実需者等の産地招へい ○産地、出荷団体との出荷販売方針の共有 ○「ぶんたん祭」や各品目の販促フェア等への支援 ○展示商談会等への出展による実需者とのマッチング支援</p> <p>○</p> <p>⑥花きの販売PR強化 ○販促用DVDを活用した市場等でのPR ○アンテナショップ等での展示PR ★オランダで開催されるフロリアードへの出展支援 ○産地における生産面での品質等の改善(生産対策で実施)</p> <p>○</p>					

※これからの対策の ★は新規事業
○は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<文旦> パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化(商材としての認知度向上)					◆パートナー量販店での取り扱い拡大による冬、春果実としての定番商材化(文旦)	◆特に北関東地区での認知度向上による商品の定番化(文旦)	
フェアや産地招へい等の拡充により、量販店への「土佐文旦」の商品としての価値を向上させ取扱店舗、取引量の拡大を図る 土佐文旦振興対策協議会による県内外への発信強化 産地との情報及び販売戦略の共有							
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体： パートナー量販店・アンテナショップを軸にした認知度の向上による販売力の強化 生産者団体： 関係機関と連携し「土佐文旦」の県内外へ発信・PR 県産地流通支援課： 上記取組への支援							
<ユズ> パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化(食品としての認知度向上)					◆営業活動体制の充実強化により、効果的な営業活動が実施されている ◆業務需要にあった柔軟な販売が実施されている ※新規取引件数 5件/年	◆量販店出荷と個人出荷販売の両立で高級梨としての認知度が高まる(新高梨)	
フェアや産地招へい、商品提案等の拡充による「青果の食品としての需要」の拡大を図る							
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体(ゆず協会)： パートナー量販店・アンテナショップを軸にした利用拡大の提案等による販売力の強化 関係機関と連携し「ゆず」の県内外へ発信・PR 県産地流通支援課： 上記取組への支援							
<新高梨> パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化(高級果実としての認知度向上)					◆県産花きの認知度向上による県産花きの販売額の維持	◆生産者がいきいきとやりがいを持って生産に取り組み、県内花きの生産が活発化	
フェアの拡充や産地招へい等を実施し、「大玉完熟の高級梨」としての価値を向上させ取扱店、取引量の拡大を図る							
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体： アンテナショップ等を軸にした「高級果実」としての認知度向上による販売力の強化 園芸流通を利用した業務需要等への展開 県産地流通支援課： 上記取組への支援							
花きのPR					生産者・農業団体・県産地・流通支援課： 実需者や消費者等、最終顧客に近い層に向けた県産花きのPR実施		
生産者・農業団体・県産地流通支援課： アンテナショップや百貨店等での高知県フェアで県産花きの展示PRを行う							
生産者・農業団体・県振興センター・産地流通支援課： 市場や実需者を対象にした花きの出前授業の実施							
花きのPR(海外)							
生産者・農業団体： 国際園芸博覧会(フロリアード2012)への出展 県産地流通支援課： 国際園芸博覧会への出展支援							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	
3. 流通・販売の支援強化 (1)流通・販売の強化に向けた支援		<p>◆有機栽培や美味しさ、鮮度、栽培などにこだわりを持つ生産者が増加している</p> <p>◆一方、実需者側でも、青果物などのこだわりを前面に出した飲食店が増えてくるなど、これまでの規格品では対応し切れない需要ニーズが顕在化してきている</p>	<p>⑦新園芸ブランド構築 ・特別栽培ピーマンと土佐鷹ナスをモデルに産地のこだわりを伝えた販売を開始(H22.11~) ・特別栽培及びエコシステム栽培品のブランドマークを一新(H23.10) ◆販売した量販店及び購入した消費者からの品質等に対する評価は高い ◆栽培方法等の取組を伝えた販売により本県の環境保全型農業の認知度が向上した H22.6:8%→H23.2:17% ◆「見える化」のモデル販売を通じて、特別栽培シントウや龍馬ナス等でも取組に向けた産地の動きが広がっており、こだわりを活かした販売への生産者の期待感が高まっている</p>	<p>◆生産・品質のこだわりを活かした訴求力あるブランドとして認知されることが必要 ◆新ブランドの効果的なPR ◆シリーズ化に向けた品目数などの充実</p>	<p>⑦新園芸ブランドによる販売強化 ○新園芸ブランドによるパートナー量販店等での販売強化 ◎「見える化」商品の品目の拡充 ◎生産者や本県専属の販売支援員による環境保全型農業など本県の取組を伝えた販売 ◎販促資材等の作成 ◎見える化商品の情報発信を効果的に行うための園芸連HPの内容充実 ○ブランド認知を図るためのキャンペーン実施</p> <p>⑧こだわりニッチ野菜・果実の販路開拓 ★こだわりニッチ野菜等の展示商談会開催 ★展示商談会への出展支援 ★こだわりニッチ野菜等の販売力を高めるためのブラッシュアップ ★販売ツール作成への支援</p>						

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
新園芸ブランドによる販売強化					◆パートナー量販店より選ばれるブランドへ ◆高知県の環境保全型農業により生産された農産物＝新ブランドマークのイメージが認知される(パートナー店での認知度25%) ◆産地と一体となった情報発信、ブランド作りが行われる	◆量販店等と情報を共有化した販売が進み、契約的な販売が拡大される ◆消費者ニーズと産地の取り組みをマッチさせた販売方法が定着化し、出荷面だけではなく生産面からの改善・販売力の強化が進む	
新ブランドマークへの切り替え促進 販促資材の作成 「見える化商品・エコシステム栽培品」の品目の拡充、流通関係者や消費者への新園芸ブランドの認知度向上 HPのリニューアルによる情報発信の見直し HPの活用による生きた情報発信の実施							
量販店及び販売支援員との交流による販売力の強化							
産地招へいや品目別のプロモーションによる流通関係者や販売支援員への、「見える化商品」等の認知向上によるセールス力の育成					◆営業活動体制の充実強化により、効果的な営業活動が実施されている ◆業務需要にあった柔軟な販売が実施されている ※新規取引件数 30件/3年間	◆県内生産者等と県外の実需者との取引が活発になり、新たな販売システムの活用等によって、特徴のあるこだわり農産物の県外向け販売額が拡大	
パートナー量販店を軸にした販売拡大							
新ブランドマークのキャンペーン フェアの積極展開、基幹店舗の充実・拡大と合わせた定番品としての拡充 新需要開拓マーケティング協議会・農業団体： パートナー量販店を軸にした新園芸ブランドによる販売・認知度の向上による県産青果物の競争・販売力の強化 県産地流通支援課：上記取組への支援							
展示商談会の開催					◆営業活動体制の充実強化により、効果的な営業活動が実施されている ◆業務需要にあった柔軟な販売が実施されている ※新規取引件数 30件/3年間	◆県内生産者等と県外の実需者との取引が活発になり、新たな販売システムの活用等によって、特徴のあるこだわり農産物の県外向け販売額が拡大	
県産地流通支援課： 「こだわり」の生産者と、「こだわり」を求める飲食店等とのマッチング(展示商談会)を開催							
こだわり青果物の販売力向上							
販売力のスキルアップとの販促ツール等のブラッシュアップ					◆営業活動体制の充実強化により、効果的な営業活動が実施されている ◆業務需要にあった柔軟な販売が実施されている ※新規取引件数 30件/3年間	◆県内生産者等と県外の実需者との取引が活発になり、新たな販売システムの活用等によって、特徴のあるこだわり農産物の県外向け販売額が拡大	
県産地流通支援課： 展示商談会への出展者を対象に、野菜ソムリエによるマーケティング講習や個別指導を実施し、生産者等の販売力のスキルアップとの販促ツール等のブラッシュアップを図る							

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産業間連携の強化
 3 足腰を強め、新分野へ展開
 4 新たな産業づくりに挑戦する
 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向						
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5		
3. 流通・販売の支援強化 (1)流通・販売の強化に向けた支援			<p>・県産園芸品のPR <総合的なPR></p> <p>・テレビ番組内での放映及びCM H21:6番組、CM67本 H22:4番組 H23:7番組</p> <p>・県内外での「高知やさい体操」などを活用したイベントを実施 H21:キッザニア東京 高知市中央公園 H22:キッザニア甲子園 ちばさんセンター H23:横浜MM21 ちばさんセンター</p> <p><出前授業></p> <p>・関東20校、関西21校で出前授業を実施</p> <p>・市場関係者や県外消費者向け出前授業を実施 <高知野菜サポーター></p> <p>・関東10名、関西5名の野菜ソムリエを登録</p> <p>・サポーターの産地招へい実施</p> <p>◆全国ネットのテレビ番組での特集や、人気施設を利用し親子連れ等にターゲットを絞りイベントを実施したことで、多くの消費者に本県産園芸品の良さをPRできた</p> <p>◆出前授業では、将来的な高知野菜のファンづくりであるが、授業実施後に保護者と一緒に近くの量販店で高知産を買い求めるなど、本県産野菜の良さが伝わるとともに、消費拡大にもつながっている</p> <p>◆サポーターの産地招へいでは、環境保全型農業を中心とする取組を伝えることで、高知野菜への理解を深めてもらい、サポーターが実施する料理教室やブログなどでの情報発信につながっている。また、産地(生産者)では、消費地から見た意見をいただくことで、効果的な販促方法等の学びにつながっている</p>	<p>◆PRについては、主要な産地各県とも積極的に取り組んでいることから、高知だけの認知度が上がるところまでは至っていない</p> <p>◆限られたPRの予算内での効果的なPR手法の検討と継続的なPRの実施</p> <p>◆出前授業では、将来的な野菜の消費拡大、本県野菜のファンづくりで取り組んでいることから、即効性の効果は限定的</p>	<p>◆(2)県産園芸品のPR</p> <p>○関東、関西などの大消費地でのマスメディア等を活用したPR</p> <p>○出前授業</p> <p>○高知野菜サポーターによる情報発信</p>							

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
高知県青果物のイメージアップと消費拡大						◆メディア等での露出度増加	◆県産園芸品の認知向上
園芸こうち販売促進事業実行委員会(園芸連、JA中央会、県で組織): 園芸こうち販売促進事業により、メディア等を活用した県産野菜のPR等を実施							
高知野菜の出前授業の実施							
関東、関西など大消費地の小学校や消費者等を対象にした出前授業を実施						◆高知野菜を優先的に選択する消費者の増加	
生産者・農業団体・県農業振興センター: 県産園芸品のPR、環境保全型農業の取組のPR 県産地流通支援課: 効果的な企画立案による出前授業の実施							
高知野菜サポーターによる情報発信							
高知野菜サポーターによる料理教室やブログ等で高知野菜の良さをPR 高知野菜サポーター: 県産園芸品のPR、環境保全型農業の取組等の情報発信 県産地流通支援課: 県産園芸品のPRに向けたサポーターの活動支援							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	
3. 流通・販売の支援強化 (2) 農産物輸出の推進 に向けた支援		<p>◆農産物の輸出については、リーマンショック後の世界的な景気後退により、一時、勢いが衰えた。しかし、その後、景気は回復傾向にあり、富裕層の台頭や日本食ブームが継続していることから、輸出の可能性は広がっている</p> <p>◆福島第一原発の事故により、日本食品への懸念が広がるとともに、放射能に対する規制が強化されている</p> <p>◆平成17年からの事業化により、アジアを中心とした青果物・花き・ユズ加工品等の販路開拓に取り組む産地が増えてきた。輸出商社等のパートナーとの連携や販売促進活動の実施、情報収集などは徐々に充実してきており、取組を進める中で、グロリオサがニューヨークで継続的に販売されるなど、パートナーの主導で海外の販路開拓が進む事例が出てきた</p>	<p>・輸出補助金による農業団体等への支援実施 H21:4団体 H22:5団体 H23:4団体</p> <p>・農業団体との検討による戦略的品目の決定 (グロリオサ、メロン、文旦) (この他、加工商材としてユズ)</p> <p>・海外の市場ニーズ調査 (シンガポール、ニューヨーク、フランス他)</p> <p>・原発事故に起因する輸出に際しての産地証明等の発行</p> <p>◆輸出促進補助金は、農業団体の積極的な海外へ向けたテストマーケティングの支援策として機能を果たしている</p> <p>◆継続した支援により、ユズ製品の定番化やグロリオサの輸出量が増えるなど、農産物関連の輸出増につながった</p> <p>※グロリオサの輸出量 (目標)25,000本/年 →(実績)70,000本/年</p>	<p>◆高知ブランドの定着に向けた継続的なテストマーケティング等の積極展開</p> <p>◆テストマーケティングによる市場ニーズの把握と、ニーズに対応するための産地を巻き込んだ出荷体制等の調整</p> <p>◆商習慣の違いなどのリスク軽減のため、信頼できる輸出パートナー(商社等)の確保</p>	<p>◆輸出の増加及び定番化に向けた継続的な支援の実施</p> <p>○重点品目を中心としたテストマーケティング等への出展支援</p> <p>◎ユズ加工品に加え、ユズ青果の輸出</p> <p>○輸出促進協議会での勉強会や情報共有</p> <p>○輸出促進部会での検証及び輸出戦略の見直し</p> <p>○海外ホテルでの賞味会の開催による商材提案</p> <p>○東南アジア等で開催される高知フェアへの参加</p> <p>○輸出に関する産地証明書の発行</p>						

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>輸出の拡大に向けた実践</p> <p>生産者・農業団体:テスト輸出を通じた課題の抽出とノウハウの蓄積、商談会への参画や継続的な輸出への取組 海外ホテルでの賞味会への商材提案など新たな地域や品目の拡大への取組 県産地流通支援課:農産物輸出促進事業による支援、信頼できる輸出の専門パートナーとの関係強化、 パートナーと連携した輸出の拡大、検証と改善 県輸出担当課、貿易協会(シンガポール・上海):海外での高知県フェア等の開催及び出展支援</p>					<p>◆輸出方針に掲げる重点品目の定番化 1品目→3品目</p>	<p>◆農産物(野菜、果実、花き)の輸出の拡大</p>	
<p>輸出促進協議会や輸出促進部会の開催</p> <p>輸出促進協議会(輸出関係農業団体、市町村等):勉強会による輸出関係情報の収集や情報共有 輸出促進部会(園芸連、貿易協会、県):地域別重点品目による輸出方針の実施状況の検証、見直し、実施</p>							

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間連携の強化
3 足腰を強め、新分野へ展開
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
4. 品目別総合戦略 (1)園芸品目の総合 戦略支援【再掲】 ※取組方針1の(5)のとおり										
(2)米産地の育成	<p>◆近年の温暖化等により品質低下が著しく、県産米の評価は低下</p> <p>◆米の生産過剰等により米価は下落傾向、加えて生産基盤の整備が遅れており、生産コスト低減が進みにくい</p>	<p>・県下JA稲作部会等において高品質安定生産技術を指導</p> <p>・近未来創造型稲作研究会で低コスト生産技術について検討</p> <p>◆台風等の影響もあり、品質向上は十分にできなかった</p> <p>・こうち売れる米づくり産地育成事業により、早期米の販売促進や地域ブランド米を育成</p> <p>・県産米ブランド化セミナーを開催</p> <p>◆早期米については県内外での新たな販路開拓は進んだが、極早生品種の「南国そだち」への集約はできなかった</p> <p>◆地域ブランド米は大野見米等の取り組みが進んだ</p> <p>・新規需要米実証展示ほを設置し、検討会を開催</p> <p>◆新規需要米(飼料用米・WCS・米粉用米等)の栽培面積は約600haに拡大</p>	<p>◆気象変動への対応が十分でないため、施肥の見直し等を行い高品質安定生産技術を徹底し、品質の向上に取り組んでいく</p> <p>◆各品種の特徴をアピールしながら品質管理を徹底することにより他産地との差別化を図り、県産米の販路拡大を行っていく</p> <p>◆地域に適した新品種の導入等を検討し、新規需要米の安定生産を支援していく</p>	<p>◆生産振興対策</p> <p>○高品質安定生産とコスト低減の取組への支援</p> <p>◆販売対策</p> <p>◎他産地との差別化による県産米の販売強化</p> <p>◎県内地域ブランド米の育成</p> <p>◆新規需要米の取組支援</p> <p>○国の制度活用による取組支援</p>		○		○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
<p>高品質安定生産とコスト低減の取組</p> <p>生産者：生産コスト低減と販売戦略に基づく米づくりの実践、省力化技術の導入 農業団体：販売戦略に基づく米づくりの実践への支援、生産資材の見直し 県農技センター：高品質安定生産技術(高温障害対策技術)の実証 県環境農業推進課・農振センター：高品質安定生産技術の普及、作業受委託・集落営農の推進、若手稲作研究会による新技術導入支援、生産資材の見直し</p>				<p>◆水稲うるち玄米1等米比率 H22年：14.4% ↓ H27年：30%以上</p> <p>◆水稲栽培面積の現状維持</p>		
<p>県産米の県外および県内販売、消費拡大の強化</p> <p>生産者：試食宣伝販売、リレー出荷に向けた安定生産 全農こうち：県産米の販売促進活動の実践 農業団体：地域特性を活かした米づくりの販売促進活動の実践、販路拡大・消費拡大への取組強化、品質管理の徹底 県環境農業推進課・農振センター：県産米の販売促進活動・ブランド化推進への支援、品質基準の策定</p>						
<p>県内地域ブランド米の育成</p> <p>生産者：高品質化への取組、販売活動の実践、品質管理の徹底 県農技センター：新品種の育成・適応性の検討 県環境農業推進課・農振センター：ブランド化・販売促進活動の支援、有望品種の地域適応性の検討</p>						
<p>新規需要米の取組支援</p> <p>県農技センター：品種育成・選定、低コスト新技術の検討 県関係課・農振センター：事業の情報提供・周知、新規需要米の取組(実証ほ設置、栽培技術指導)</p>						

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産業間連携の強化
 3 足腰を強め、新分野へ展開
 4 新たな産業づくりに挑戦する
 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向						
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5		
4. 品目別総合戦略 (3)土佐茶産地の再構築		<p>◆消費動向の変化により、リーフ茶の消費が減少し、本県産荒茶価格が、大きく低下している</p> <p>◆荒茶価格の低下による生産者の収益の減少や、生産者の高齢化により、栽培面積が急激に減少している。</p>	<p>・土佐茶販売対策協議会の設立と土佐茶のPR・販路拡大の取組の実施</p> <p>・「土佐茶カフェ」への土佐茶PR拠点業務の委託の実施</p> <p>・全農高知県本部への販路・消費拡大業務の委託</p> <p>◆県内の緑茶の購入量の増加、土佐茶の認知度の向上、全農高知の仕上茶取扱金額・数量・店舗の増加の成果が得られ、県内緑茶消費量の県内産シェア 66%と向上した。</p> <p>・JA全農こうち仕上茶工場の高度化</p> <p>・JAコスモス仁淀茶、JA高知はた十和、JA津野山茶工場の高度化</p> <p>◆荒茶・仕上茶の生産性・品質向上が進んだ。仕上茶では、新たなティーバッグ・パウダーの商品化が進んだ。</p>	<p>◆県内外に向けた土佐茶のPR・販路拡大の取組を強化する。</p> <p>◆各関係機関が連携し、県産茶の品質向上に向けた取組を行う。</p>	<p>◆土佐茶の消費・販路拡大活動の強化</p> <p>★○試飲・PR活動、新たな飲み方の創造・提案による消費拡大、営業活動の強化による販路拡大</p> <p>★土佐茶のブランド化推進</p> <p>◆生産を維持する活動の強化</p> <p>★荒茶の生産性・品質向上対策の実施</p> <p>★荒茶加工施設の再編・高度化</p>		○		○			
(4)畜産の振興 (ア)酪農		<p>◆生乳生産は、国や生産者団体において需要に即した計画生産を実施。近年は増産計画を継続。</p> <p>◆飼料価格の高騰による所得の減少</p>	<p>・牛群検定情報を活用した乳量・乳質改善の取組や牛群検定の加入を促進</p> <p>◆経産牛1頭当たり乳量の向上</p> <p>H19: 7,500kg→H22: 7,800kg</p> <p>◆検定農家加入率のアップ</p> <p>H19: 23.8%→H22: 30.1%</p> <p>・学校給食等消費拡大への取組</p> <p>◆学校給食への牛乳供給やイベントでのPR活動を実施</p> <p>・牛舎の快適性改善の実証を支援。</p> <p>◆モデル農家4戸での実証展示や普及・啓発用マニュアルを作成</p>	<p>◆乳量・乳質向上のための更なる取組が必要</p> <p>◆消費拡大の取組が必要</p>	<p>◆乳量・乳質向上の取組への支援</p> <p>○牛群検定の指導強化と加入促進</p> <p>○消費拡大の推進</p> <p>○牛舎の快適性改善の推進</p>				○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
<p>土佐茶の消費・販路拡大活動の強化</p> <p>生産者・農業団体・茶商・土佐茶カフェ：試飲・PR活動や営業の強化等による、県内外に向けた消費・販路拡大活動の実施 県地域農業推進課・茶業試験場・振興センター：消費・販路拡大対策の支援強化</p> <p>生産者・農業団体・茶商：県の特徴を活かした外商向け商品の開発・販売によるブランド化の推進 県地域農業推進課・茶業試験場・振興センター：ブランド化の支援強化</p>				<p>◆仕上茶販売額のアップ</p> <p>H20 → H27 3倍へ</p> <p>H20 7,500万円 ↓ H27 22,800万円</p>		
<p>生産を維持する活動の強化</p> <p>生産者・農業団体：荒茶の生産性及び品質向上対策の取組の実施 県地域農業推進課・茶業試験場・振興センター・市町村：荒茶の生産性及び品質向上対策の支援強化</p> <p>荒茶加工施設の再編・高度化 (1ヶ所)</p>						
<p>牛群検定の指導強化と加入促進及び消費拡大</p> <p>全農こうち・酪連協：牛群検定の推進や消費拡大イベントの開催 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：牛群検定情報の活用、リーフレットによる加入促進及び消費拡大イベントへの支援</p>				<p>◆1頭当たり県平均乳量</p> <p>H22年度：7,800kg ↓ H27年度：8,200kg</p>		
<p>牛舎の快適性改善の推進</p> <p>県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：牛舎快適性改善マニュアルによる普及・啓発</p>						

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向						
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5		
4. 品目別総合戦略 (4)畜産の振興 (イ)肉用牛		<ul style="list-style-type: none"> ◆肉用牛農家戸数や頭数の減少 ◆飼料高騰や子牛・枝肉市場価格の低下による所得の減少 ◆土佐和牛の中で、土佐あかうしは、黒毛和牛を中心とした脂肪交雑重視の和牛肉流通体系では、販売価格の上積みは厳しい状況 	<ul style="list-style-type: none"> ・生産性向上への支援 ◆枝肉重量の上昇 枝肉重量H20:448.6kg →H22:460.9kg ◆優良育成子牛の市場率の向上 H20:31%→H22:35% ・土佐和牛ブランドの再構築への支援 ◆土佐和牛ブランド推進協議会での黒毛、褐毛和種それぞれの販売流通戦略によって、新規取扱店が拡大し、県内枝肉価格は全国相場と比較して好調に推移 	<ul style="list-style-type: none"> ◆土佐和牛の安定生産に向けた生産基盤の維持・拡大 ◆ブランド力向上に向けた黒毛、褐毛和種それぞれの生産流通戦略の徹底 	<ul style="list-style-type: none"> ◆生産性向上や生産基盤強化への支援 ◎篤農家の技術を活かした育成・肥育成績向上への取組強化 ◎土佐和牛繁殖雌牛導入促進による生産基盤拡大 ◆土佐和牛ブランド力の向上への支援 ◎土佐あかうし(地産外産)・黒毛和牛(地産地消)の生産流通戦略の展開 			○		○		
(ウ)養豚		<ul style="list-style-type: none"> ◆飼料価格の高騰や畜産環境対策に対応しながら、堅調な肉豚価格の推移により生産規模を維持してきたが、H20から肉豚価格の低落などにより、厳しい経営状況。 ◆米豚の生産は順調に拡大、H23年度は当初計画3千頭を大幅に超える1万頭にまで拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ・ブランド化を目指した飼料米給与豚(米豚)の生産実証(JA四万十)を支援。 ◆飼料用米生産面積 H20年度:1ha ↓ H23年度:41ha ◆米豚生産頭数 H21年度:120頭 ↓ H23年度:10,000頭 ◆肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ◆選ばれるブランドとなるためには「米豚のさらなる高品質化」が必要。 ◆必要となる飼料用米の安定確保 ◆肉豚価格安定基金の生産者分積立金積み増しの軽減 	<ul style="list-style-type: none"> ◆米豚の高品質化 ○「さらにおいしい米豚」を目指した、飼料用米の最適な添加割合の確立 ◆飼料用米の安定確保 ○飼料用米低コスト生産 ◆需要に見合った米豚の生産頭数の確保 ◆肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援 			○		○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画					目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	H28以降	中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
<p>篤農家の技術を生かした育成・肥育成績向上への取組強化</p> <p>子牛哺育育成センター(キャトルステーション)実証展示への支援</p> <p>JA:子牛哺育育成センター(キャトルステーション)実証展示 畜産会:篤農家による研修や繁殖・肥育農家合同研修会の実施、育成・肥育技術の検証、キャトルステーション方式の育成技術等の新技術の普及 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場: 子牛哺育育成マニュアルの普及、篤農家の技術を生かした生産性向上の取組への支援</p>					<p>◆土佐和牛飼養頭数(2月現在) 平成23年 4,545頭 ↓ 平成28年 5,000頭</p>	
<p>土佐和牛繁殖雌牛導入促進による優良繁殖雌牛群の拡大</p> <p>生産者・全農こうち:県内家畜市場からの繁殖雌牛導入促進 県畜産振興課・畜産試験場・家畜保健衛生所: 繁殖雌牛導入促進や優良系統繁殖雌牛の供給への支援</p>			<p>導入雌牛を活用した繁殖雌牛群の改良促進</p> <p>生産者・全農こうち:産肉能力向上への取組 県畜産振興課・畜産試験場・家畜保健衛生所: 優良系統雌牛を活用した改良のスピードアップへの支援</p>			
<p>土佐あかうしの地産外商を視野においた生産流通戦略の展開</p> <p>協議会:県内外のPR戦略や生産流通戦略による表示店舗や販路の拡大 県畜産振興課:畜産振興アドバイザーとの連携した県内外のPRやこだわりの飲食・量販店への販路拡大への支援</p>						
<p>黒毛和牛の地産地消を視野においた生産流通戦略の展開</p> <p>協議会:県内を中心としたPR戦略や生産流通戦略による表示店舗や販路の拡大 県畜産振興課:県内を中心としたPRや販路拡大への支援</p>						
<p>米豚の高品質化</p> <p>養豚農家:飼料用米の給与実証 JA四万十:飼料用米の給与に関する技術支援、豚肉の評価 くみあい飼料:飼料用米を配合飼料に加工 県畜産振興課・家畜保健衛生所: 飼料用米の給与技術の提供、豚肉の評価の支援</p> <p>需要に見合った米豚の生産頭数の確保</p> <p>養豚農家:飼料用米を給与した畜産物の生産拡大 JA四万十:豚肉の品質チェック くみあい飼料:飼料用米を配合飼料に加工 県畜産振興課・家畜保健衛生所:豚肉の品質チェックの支援、PR活動の支援</p>						
<p>飼料用米の安定確保</p> <p>(有)営農支援センター・耕種農家:飼料米の低コスト生産 県環境農業推進課・農振センター:飼料用米生産技術の支援 JA四万十:飼料用米の需給調整、助成事業の実施</p>						
<p>肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援</p> <p>生産者・県畜産振興課:肉豚価格安定基金の生産者積立金造成 配合飼料基金:養豚経営安定基金造成事業実施</p>						

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【 I . 本県農産物の高付加価値化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向						
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5		
4. 品目別総合戦略 (4)畜産の振興 (エ)土佐ジロー		◆県が開発した卵肉兼用鶏として昭和61年から普及を開始、平成8年7月に県の商標登録後、土佐ジロー協会を中心としたブランド化に向けた取組を実施	◆雛の安定供給への支援 ◆ふ卵体制の整備(土佐ジロー協会:H22年度から雛供給開始) ・品質向上への支援 ◆マニュアルに基づく技術巡回指導、卵質検査の実施 ・認知度向上や販路拡大の取組への支援 ◆試食販売会、展示商談会やイベント開催や参加、食べ歩きマップによるPRによって、新規取扱店や県外へ供給量は拡大	◆生産量の拡大 ・既存農場の規模拡大 ・種鶏場の整備 ◆ブランド力の向上と生産拡大に見合う販路の確保	◆生産・流通拡大への支援(飼養羽数5万羽体制の確立) ○生産基盤の拡大や品質向上の推進(種卵の安定供給体制の確立) ○ブランド力の向上や販路の拡大 ○加工処理・流通体制の確立		○		○			
(オ)土佐はちきん地鶏		◆産業規模で飼育可能な高品質肉用鶏として県が開発、平成18年8月に商標登録、土佐はちきん地鶏振興協議会を中心としたブランド化に向けた取組を実施 ◆雛生産羽数は平成19年度の約1万羽から平成22年度は約9万羽へ生産拡大	・生産拡大と生産性向上への支援 ◆新規農家の参入 H23年:試験飼育(1戸) ◆種鶏の安定供給、技術研修会や巡回指導の実施。 ・流通拡大の取組への支援 ◆試食販売会、展示商談会の開催・参加や食べ歩きマップ等によるPRによって、新規取扱店が拡大。 ◆特定JAS認定取得	◆更なる生産の拡大と生産性向上の取組 ◆ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の確保	◆生産・流通拡大への支援(飼養羽数14万羽体制の確立) ○生産基盤の拡大や生産性向上の推進(増羽体制の確立) ○ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の拡大 ○加工処理・流通体制の確立		○		○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>飼養羽数の拡大や品質向上の推進(新規農家の育成、卵質検査の実施等)</p> <p>種鶏場の設置に向けた検討(現地実証)</p> <p>種卵の安定供給体制の確立</p> <p>協会: 鶏安定供給、中山間地域の農家育成(篤農家による現地説明会)や品質向上の取組(卵質検査、技術研修会の開催等) 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場: 生産拡大や品質向上の取組への支援</p>					<p>◆土佐ジロー飼養羽数</p> <p>H22年度:3万羽 ↓ H27年度:5万羽</p>		
<p>ブランド力の向上や販路の拡大</p> <p>協会: 地産地消の徹底と地産外商の更なる推進(PRや販路拡大) 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場: ブランド力向上や地産地消・外商への支援</p>							
<p>加工処理・流通体制の確立</p> <p>協会: 加工処理・流通体制の確立(加工品の開発や流通販売体制の整備) 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場: 加工処理・流通販売体制確立への支援</p>							
<p>生産羽数の拡大や生産性向上の推進(増羽への取組、技術研修会の開催等)</p> <p>生産者・協議会: 鶏の安定供給、既存農家の規模拡大や新規農家参入による生産基盤の拡大、生産性向上の取組 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場: 生産基盤拡大や生産性向上への支援</p>					<p>◆土佐はちきん地鶏生産羽数</p> <p>H22年度:9万羽 ↓ H27年度:14万羽</p>		
<p>ブランド力の向上や販路の拡大</p> <p>協議会・会員企業: 地産地消の徹底と地産外商の更なる推進(PRや販路拡大) 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場: ブランド力向上や地産地消・外商への支援</p>							
<p>加工処理・流通体制の確立</p> <p>協議会: 食鶏加工処理や流通販売体制の確立 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場: 食鶏加工処理や流通体制確立への支援</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

第 2 期 計 画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>稲発酵粗飼料(WCS)の生産拡大への支援の継続</p> <p>生産者:生産実証、面積拡大 JA:地域内需給調整、関連事業の実施、WCS生産・給与に係る支援 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:WCS給与技術の支援、飼料分析 環境農業推進課・農業振興センター:WCS生産技術の支援</p>					<p>◆稲発酵粗飼料(WCS)の生産面積:100ha</p>		
<p>飼料用作物の生産および簡易放牧の推進</p> <p>生産者:生産実証、面積拡大 JA:地域内需給調整、関連事業の実施、生産・給与に係る支援 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:給与技術の支援、飼料分析 環境農業推進課・農業振興センター:生産技術の支援</p>							
<p>口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザの防疫</p> <p>生産者:病原体の侵入防止対策の実施 農業団体:対策実施への支援 県畜産振興課・家畜保健衛生所:対策の実施状況の確認・指導、定期的な防疫資材の更新、防疫作業チームやリーダーの育成</p>							
<p>家畜衛生対策の強化による生産性向上</p> <p>生産者:取組策定と実践 農業団体:取組支援 県畜産振興課・家畜保健衛生所:生産性阻害要因の分析と対策への支援、対策効果の検証</p>							


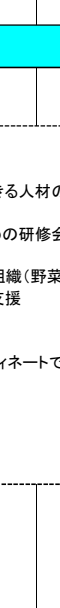
※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【Ⅱ. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
1. 生活できる所得を確保する 集落営農の実現 (1)集落営農の推進		<p>◆高知県の中山間地域では、耕地面積で84%、農業人口で80%、農業生産額で82%を占めているが、生産条件の不利益等で、担い手不足や高齢化が進んでいる。</p> <p>◆本県では、これまで個人経営による園芸農業が中心であったことから、集落営農の組織化があまり進んでいない状況</p> <p>◆このため、中山間地域で農業で生活できる所得を確保できる仕組みの早期の構築が求められている。</p>	<p>◆中山間地域で生活できる所得を確保する仕組みとして、「こうち型集落営農」の育成をH20から支援に取り組み、集落で園芸品目等の導入による、所得向上を目指す仕組みができた。</p> <p>・ソフト・ハード両面から16集落をモデル集落として重点支援。</p>	<p>◆集落営農支援に向けた市町村・農協等との連携体制強化。</p> <p>◆集落営農を進めるための指導、人材の育成・確保。</p> <p>◆集落で集落営農を進める集落リーダー等の発掘・育成。</p> <p>◆16こうち型集落営農組織は、営農計画の達成には至っていないため、引き続き支援が必要。</p> <p>◆既存の集落営農組織をステップアップによるこうち型集落営農の取り組みの拡大。</p>	<p>◆集落営農組織の活動促進</p> <p>○県内全域で、集落営農を進めるため、市町村・JAと連携した体制の整備</p> <p>○集落営農を推進できる人材の育成・確保への支援</p> <p>○リーダー等の育成のための地域が主体となって開催する研修会や先進地視察等への支援</p>					
			<p>◆平成23年度からは、こうち型集落営農で築いたノウハウを活かして市町村等との連携を強化し、集落営農を拡大。</p> <p>・中山間地域等直接支払制度に取り組んでいる集落を、集落営農の合意形成の「きっかけ」として取り組みんだ。</p> <p>・集落営農の推進のためのリーダー育成を行った。</p> <p>・ソフト・ハード両面で支援(再掲)</p>							
(2)こうち型集落営農の実現		<p>◆過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、有望な園芸品目等の導入や、農産加工・グリーン・ツーリズムなど取り組むこうち型集落営農を育成し、地域農業の維持・活性化及び拠点ビジネスへの発展を図る。</p>	<p>こうち型集落営農とは</p> <p>過疎化・高齢化が進行する中山間地域を中心に、集落内の合意形成により、所得確保が期待できる園芸品目等の導入や、更に農産加工やグリーン・ツーリズムの取り組みなど経営の多角化を進め、農業で生活できる所得を確保する仕組み</p>		<p>◆こうち型集落営農の実現</p> <p>○既存16のこうち型集落営農組織の自立化(所得の向上、経営の多角化)への支援</p> <p>○既存集落営農組織をから、こうち型集落営農組織へのステップアップへの支援。</p>					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画				H28以降	目指すべき姿(目標値)		
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>集落営農の育成</p> <p>集落： 集落営農への合意形成と取り組み 市町村・農業団体等： 集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成。 地域農業推進課： ソフト事業活用して集落営農をサポート・コーディネートできる人材を育成するための研修会の開催。 集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催。 農業振興センター： 集落営農を進める話し合いの場づくりと集落営農の組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催。 地域農業推進課： 集落営農・拠点ビジネス支援事業により、平場も含めて県内全域で集落営農の取り組みを支援。 更【にステップアップして、所得の確保できる組織(野菜の導入、農産加工・グリーン・ツーリズムなどの新たな取り組みを含めた経営の多角化も支援⇒こうち型集落営農へ)への支援。</p>					<p>継続して、集落営農の育成・支援と経営を重視した組織の育成・支援を実施</p>	<p>◆集落営農数 H22.12 160組織 ↓ H28.3 250組織</p> <p>◆上記集落営農数のうち「こうち型集落営農組織」 H22.3 16組織 ↓ H28.3 32組織</p>	<p>◆集落営農数 500組織</p> <p>◆上記集落営農数のうち「こうち型集落営農組織」 100組織</p>
<p>こうち型集落営農を県内全域に拡大</p> <p>集落： こうち型集落営農への合意形成と取り組み 市町村・農業団体等： 集落営農の取り組みを進める体制づくりと集落営農をサポート・コーディネートできる人材の育成。 地域農業推進課： ソフト事業活用して集落営農をサポート・コーディネートできる人材を育成するための研修会の開催。 集落営農組織間のネットワークづくりと交流会の開催。 集落営農・拠点ビジネス支援事業により、ステップアップして、所得の確保できる組織(野菜の導入、農産加工、グリーン・ツーリズムなどの新たな取り組みを含めた経営の多角化も支援 ⇒こうち型集落営農へ)への支援。 農業振興センター： 集落営農を進める話し合いの場づくりと組織化のための支援、集落営農をコーディネートできる人材育成のための研修会や講演会の開催。</p>					<p>継続して、集落営農の育成・支援と経営を重視した組織の育成・支援を実施(再掲)</p>		

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

第 2 期 計 画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
<p>6次産業化をリードする人材育成</p> <p>農業者等 : 農業創造セミナー等への参加 により、企画・提案・実践力とビジネスに必要な知識・技術を習得 農業振興センター、地域企画支援員 : 地域課題の掘り起こし、企画提案実現への支援、フォローアップ 地域農業推進課 : 農業創造セミナー、アドバイザー派遣等による支援、フォローアップ</p>					<p>◆自ら考え企画・販売できる農業者の育成</p> <p>(6次産業化に取り組む法人・組織数増加)</p>	<p>◆6次産業の担い手としての自立</p>
<p>地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援</p> <p>農業者等 : 地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発、販路拡大 農業振興センター・地域企画支援員 : 商品開発・販路拡大に向けた支援 県関係課 : 商品開発、磨き上げの支援対策の整備 農家と製造業者、販売業者等とのマッチング支援</p>					<p>◆6次産業化による加工品等の開発・販路拡大事例が増加</p>	<p>◆地域資源の付加価値向上による雇用創出、農家の所得向上、農村地域の活性化(6次産業化ビジネスモデルの創出)</p>
<p>高知ジュニア博士育成のための特産農畜産物の食農教育の推進</p> <p>生産者・農業団体: 食農教育への積極的な取組 地域農業推進課: 高知の特産物ジュニア博士育成のための食農教育実施 農振センター: 食農教育に取り組む産地への技術支援</p>					<p>◆地域特産物への理解が深まり、子どもから親に話をすることで、家庭での消費も増える</p> <p>ジュニア博士育成: 18,000人 (H23末: 5,969人→H27末: 18,000人)</p>	<p>◆出前授業を通じて高知県の農業や特産農畜産物への理解を深めることで、将来の高知県農畜産物の応援団が増加する。</p>
<p>「高知野菜大好きっ子」の表彰と普及啓発</p> <p>地域農業推進課: 高知野菜を活用して子どもが考えたメニューの表彰制度の実施と普及啓発</p>					<p>◆高知野菜の家庭や学校給食での活用により、高知野菜をよく食べる子どもたちが増える。</p>	<p>◆高知野菜を使った給食や食育を通じて、子どもたちが将来の高知県農畜産物の応援団となる。</p>
<p>地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援【再掲】</p> <p>農業者等 : 地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発、販路拡大 農業振興センター、地域企画支援員 : 商品開発・販路拡大に向けた支援 県関係課 : 商品開発、磨き上げの支援対策の整備 農家と製造業者、販売業者等とのマッチング支援</p>					<p>【再掲】 ◆集落営農数 H22.12 160組織 ↓ H28.3 250組織 (うち、5組織)</p>	<p>【再掲】 ◆集落営農数 500組織</p>

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産業間連携の強化
 3 足腰を強め、新分野へ展開
 4 新たな産業づくりに挑戦する
 5 産業人材を育てる

戦略の柱【Ⅲ. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	
1. 担い手の育成と生産資源の保全 (1)新規就農者の確保・育成		◆農業者の高齢化などや農業就業者減少に伴い担い手が不足している。産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある。	<ul style="list-style-type: none"> ・PR段階 就農相談窓口や支援制度・事例紹介などホームページへの掲載し、就農希望者への呼びかけ ・相談段階 県や新規就農相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就農相談会の実施。 ・技術習得段階 農大での基礎的な研修や就農予定市町村での実践的な研修の実施 ・営農準備段階 農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する経費の軽減、JA出資型法人設立への支援 ・営農開始後 普及職員、営農指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ◆就農希望者の確保 ◆研修支援等の強化 ◆営農開始に必要な農地、施設、資金等の確保 ◆実践研修を支援する指導農士の確保 ◆新規就農者の定着 	<p>(就農前)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆U・Iターン就農者の確保 ◆◎実践研修への支援 ★青年就農給付金(準備型)の活用 <p>○農地等の情報提供</p> <p>(就農時)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆★営農定着への支援 就農サポートハウスと青年就農給付金(経営開始型)の活用 <p>(就農後)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○経営安定への支援 <p>◎雇用就農に向けた支援</p>			○			

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第2期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
<p>県外からの就農希望者の確保</p> <p>新規就農相談センター(農業会議・県農業公社):就農相談活動の実施 県立農業大学校研修課:「こうちアグリスクール(東京・大阪会場)」の運営、スクーリング研修の実施 農業振興部:専門技術員を中心とした「こうちアグリスクール」講義の実施、就農相談活動の実施</p>					◆新規就農者数 年間230人	◆新規就農者数 年間250人
<p>研修の拡充</p> <p>生産者:研修生の受け入れ(指導農業士等の受入先の拡充) 市町村等:実践研修の実施 市町村担い手協議会等:研修事業の円滑な推進の支援 県農地・担い手対策課:研修生(就農時45歳未満、研修期間1年以上2年以内)への青年就農給付金(準備型)の創設+県費上乗せによる支援内容の強化と研修受入農家等への支援 研修生(上記以外で55歳未満)への県新規就農研修支援事業の継続 県立農業大学校教育課:就農希望者に対して座学・実習など2年間の実践的な研修教育を実施研修教育を実施 県立農業大学校研修課:新しいなかビジネススクール(ネット研修)や就農希望者長期研修等、就農希望者のニーズに合わせた短期の研修を実施</p>					◆指導農業士 H23:49人 H27:70人	
<p>遊休農地やハウス等の活用</p> <p>市町村担い手協議会(農業委員会等):ハウス情報の収集・提供 農担い手協議会:耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援(~H25) 農業団体(県農業公社):遊休農地やハウス等の情報を収集し、就農希望者等に情報提供 耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援(国への上乗せ)</p>					◆人・農地プラン の作成 200集落	
<p>初期投資の軽減</p> <p>県産地・流通支援課:新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援 県協同組合指導課:就農する際に利用できる無利子の資金の貸付</p>						
<p>円滑な就農に向けた支援</p> <p>市町村担い手協議会(市町村、農業委員会、JA等):農地や研修等の情報提供や助言などの実施 市町村:集落単位での「人・農地プラン」を作成し青年就農者の定着支援を実施</p>						
<p>営農定着への支援</p> <p>県農地・担い手対策課:就農サポートハウスにより1~2年実績を積むための支援をH24から実施 45歳未満の新規就農者に対する青年就農給付金(経営開始型)の創設</p>						
<p>経営安定への支援</p> <p>農業団体(農業公社):就農から5年以内の認定就農者等の経営状況を把握し、農業振興センター等と連携し、営農面や経営・資金面についてフォローアップを実施(H22年度から新たに職員を配置) 農業団体(農協):営農指導員による営農指導 県農業振興センター:普及職員による技術指導</p>						
<p>雇用就農の拡大に向けた支援</p> <p>国:農の雇用事業による農業法人等への支援 県農地・担い手対策課:従業員のスキルアップへの支援 農業団体(農業会議):ハローワークと連携した就業相談会の実施や情報の提供</p>						

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【Ⅲ. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5	
1. 担い手の育成と生産資源の保全 (2) 地域農業を担う経営体の育成		<p>◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行。</p> <p>◆産地においては、高齢で零細な経営体が多く、今後、生産力の減少が懸念されるため、将来にわたって安定した経営を行って行く農業法人を含めた担い手の育成が必要。</p>	<p>・規模拡大等による企業の経営体の育成を行うため、企業の経営の普及啓発を行うとともに、農家をリストアップし、コンサルティング・コンサルテーションの実施や研修会の開催による支援を実施。</p> <p>・優良な労働力の確保や従業員の人材育成への支援を実施。</p> <p>◆規模拡大志向農家の経営状況や課題の把握を行い、改善に向けた助言や支援を実施し、改善につながる事例もみられた。</p> <p>JA等が行う無料職業紹介事業によって求人と雇用のマッチングの体制整備が進んできた。</p>	<p>◆規模拡大には、設備投資や経費の負担が大きいため、長期的な視点に立った経営計画の作成が必要</p> <p>◆また、雇用労働力を活用していくためには、受け入れ側の環境整備等が必要</p> <p>◆長期的に安定して経営する企業の経営体の一つの形態として、法人化の取組を強化</p> <p>◆あわせて、県内の農業法人の組織化を推進</p>	<p>◆◎経営者(担い手)の育成</p> <p>◆◎法人経営体の育成</p>			○			
					◆◎法人経営体の組織化と経営発展への支援						

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>企業の経営体志向農家の掘り起こし</p> <p>市町村:「人・農地プラン」作成による中核的な農業者や法人化志向する農業者をピックアップ 農業団体(農業会議):研修会の開催等により、企業の経営に向けた意識啓発を行い、志向農家を掘り起こし</p>					<p>◆農地の権利を取得し農業経営を行う法人数 H23: 63法人 ↓ H27:140法人</p>	<p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p>	
<p>経営者の育成(企業の経営に向けた経営発展計画作成支援)</p> <p>法人化など経営発展志向農家:経営計画の作成と実践 農業団体等(県担い手協議会):法人化に向けたセミナーの開催 経営方式の改善(税理士・社会保険労務士等の専門家を活用した計画への助言・指導) 県農地・担い手対策課、農業振興センター:経営発展に向けた意識啓発、計画作成支援</p>							
<p>個別経営計画の実践と法人化の推進</p> <p>法人化など経営発展志向農家:経営計画の実践、事業導入による施設整備 県農地・担い手対策課、農業振興センター:計画実現に向けた助言・支援 県産地・流通支援課:規模拡大農家に対するレンタル用のハウス整備を支援 農業団体(農業会議):計画達成に向けた助言・指導(専門家の活用等)</p>							
<p>規模拡大に向けた農地情報の収集と提供事業の充実</p> <p>農業団体(県農業公社):遊休ハウス等の農地情報を収集し、規模拡大志向農家に情報提供 規模拡大を図るため農地の買入や借入を希望する農業者を農地の受け手として登録</p>							
<p>農地の流動化と担い手への集積</p> <p>市町村:「人・農地プラン」作成や農地利用集積円滑化団体による中核的な農業者への農地の利用集積を支援 農業団体(県農業公社):農地保有合理化事業により農地の利用集積を支援</p>							
<p>農業法人の組織化</p> <p>農業団体(農業会議):県内の農業法人等の緩やかな集まりである任意組織を設置し、農業法人間での情報共有や相互研鑽を図る場を設置 日本農業法人協会高知県支部であるコウチ・アグリマネジメント・クラブの活動を強化 (経営の多角化等への支援) 県農地・担い手対策課:農業会議の活動を支援</p>							

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【Ⅲ. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
1. 担い手の育成と生産資源の保全 (2) 地域農業を担う経営体の育成		<p>◆農業者の高齢化の進行や後継者の減少に加え、農家の経営環境の悪化により、農業生産を担う人的基盤の脆弱化が進行</p> <p>◆年齢や経営規模にかかわらず「意欲と能力のある者」を「担い手」と位置づけ、その育成・確保を進めているところ</p>	<p>・企業の経営体育成に向けた県域・地域研修の開催</p> <p>◆県域・地域研修、品目別検討により、県下での企業的経営に向けた意識は向上している</p> <p>・地域段階での有望農家のリストアップと、個別支援活動による、モデル候補農家を育成</p> <p>◆地域段階での個別支援活動により、経営規模拡大に目は向けられ始めたものの、モデル農家の育成数は目標に達しなかった</p> <p>・経営不振農家対策に取り組む12JAに対し、体制構築や指導力向上に向けた支援などを実施</p> <p>◆支援対象農家の約4割に経営改善成果が得られ、支援活動も一定、各地区で定着した</p>	<p>◆高知県の集約型農業では、設備投資・経費の負担が大きく、規模拡大に向けた誘導が困難</p>	<p>◆品目別規模拡大方策の策定</p> <p>◎経営データの収集・蓄積と、分析・診断</p> <p>○生産組織(品目部会等)による規模拡大方策の策定</p>			○		

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第 2 期 計 画				H28以降	目指すべき姿(目標値)		
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)	
<p>品目別規模拡大の方策の策定 → 産地力の向上</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>生産組織(品目部会等): 経営データの提供、地域・品目別ビジョンの策定、品目別規模拡大の方策の策定</p> <p>農業団体(地域JA): 経営データの提供と分析・診断、地域・品目別ビジョンの策定、規模拡大の方策の策定</p> <p>農業団体(JA高知中央会): JAオンライン「農業経営支援システム」の効果的な運用と利用拡大</p> <p>県農業振興センター: 地域JAとの連携のもと、経営データを収集・蓄積。生産組織(品目部会)の経営分析 地域・品目別ビジョンに基づく規模拡大の方策の策定</p> <p>県環境農業推進課: 支援JA高知中央会との連携のもと、JAオンライン「農業経営支援システム」の活用推進 研修等の開催による県域活動の強化、規模拡大に向けた関係課の連絡・調整</p> </div>						<p>◆品目別規模拡大 方策の策定数: 2品目→10品目</p>	<p>◆施設園芸による 大規模経営の確立</p>

※改革の方向

- 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
- 2 産業間連携の強化
- 3 足腰を強め、新分野へ展開
- 4 新たな産業づくりに挑戦する
- 5 産業人材を育てる

戦略の柱【Ⅲ. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (・取り組み ◆総括)	課題		1	2	3	4	5
1. 担い手の育成と生産資源の保全 (3) 農業生産基盤の戦略的な保全管理		<p>◆県では昭和30年代以降、農業の生産性向上や農業構造の改善により、農業振興を図る上で不可欠な農業農村の基盤整備を継続的に実施</p> <p>その結果、ほ場整備9,830ha(平成19年度末)をはじめ、農業用排水路や取水堰、排水機場等の整備により、安定した農業生産に寄与</p> <p>一方、これまで整備してきた土地改良施設の多くが耐用年数を経過し老朽化に伴う機能低下が進行</p> <p>このため、施設機能の長寿命化を図るための予防保全対策の計画的な実施が不可欠</p>	<p>・機能診断マニュアルの策定</p> <p>◆予防保全は新しい分野であり技術的に確立されたものではなかったが、基幹的農業水利施設を対象に県が実施した機能保全計画の策定を通じて、機能診断のノウハウが蓄積され、また診断マニュアルの策定により末端施設への取組の広がりも見え始めた。</p> <p>・基幹的農業水利施設の機能保全計画を策定(22/27施設)</p> <p>◆機能保全計画に基づく予防保全対策が着実に実施され、また計画策定を通じて、適正な更新と予防保全に対する施設管理者の意識が醸成された。</p>	<p>◆計画的かつ適正な予防保全対策を実施するためには、県、市町村、農業者等の適切な役割分担の明確化が必要</p> <p>特に、農業者が主として行う農地周りの施設の予防保全対策については、非農家を含む地域コミュニティを活用した取組が不可欠</p>	<p>◆適切な役割分担の下での予防保全対策の推進</p> <p>◎農業者等は、農地・水保全管理支払交付金を活用し、農地周りの施設の長寿命化を推進</p> <p>◎市町村は、主として団体営事業等で整備した農業水利施設の長寿命化を推進</p> <p>○県は、県営事業で整備した基幹的農業水利施設の長寿命化を推進</p>			○		

【 農業分野 】

第 2 期 計 画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
<p>農地・水保全管理支払交付金(向上活動支援)の活用</p> <p>農業者等(活動組織): 非農家を含む地域コミュニティによる農地周りの末端施設等の補修・更新の実施</p> <p>市町村・県(農業基盤課・農振センター): 事業の普及・啓発及び実施における指導・助言</p>				<p>農業者等(活動組織): 2期対策の実施</p>	<p>◆地域の主体性・協働力により施設・設備の長寿命化が拡大</p> <p>◆次世代へ引き継ぐ魅力ある農業の実現</p> <p>目標値 40%</p> <p>(対象面積※に対する「農地・水保全管理支払(向上活動支援)」の実施面積の割合)</p> <p>※「農地・水保全管理支払(共同活動支援)」+「中山間地域等直接支払」の実施面積</p>	
<p>地域自主戦略交付金(地域農業水利施設保全型)の活用</p> <p>市町村: 機能保全計画の策定、予防保全対策の実施</p> <p>農業基盤課・農振センター: 事業の普及・啓発、機能保全計画策定及び対策の実施における指導・助言</p>						
<p>地域自主戦略交付金(基幹水利施設保全型)の活用</p> <p>農業基盤課・農振センター: 機能保全計画に基づく予防対策の実施</p>						

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産業間連携の強化
 3 足腰を強め、新分野へ展開
 4 新たな産業づくりに挑戦する
 5 産業人材を育てる

I 本県農産物の高付加価値化

生産・出荷における高付加価値化の推進

- ①高収量・高品質・低コスト化技術等の普及による「まとまりのある園芸産地」の育成
- ②IPM技術の普及等の環境保全型農業の推進の取り組みにより
→本県農産物の安全・安心の価値をさらに強化し、競争力を有した生産体制を構築する。

①まとまりのある園芸産地総合支援

【まとまりづくり】
 「学び教えあう場」による高収量・高品質技術の普及拡大
 ・生産コストの低減
 (例:新エネルギーの導入)
 ・有望な園芸品目の導入
 ・園芸品目の総合戦略支援

【産地づくり】
 ・レンタルハウス整備事業の推進
 ・園芸用ハウスの流動化促進

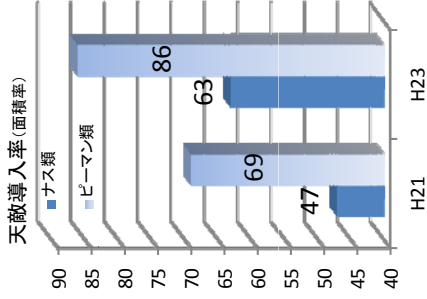
【施設の整備】
 ・高知県版ハサップ等の安全・安心な加工施設の整備等の支援

・集出荷等施設を再編・集約し、機能の向上を図る。



②環境保全型農業のトップランナーの地位を確立

- ・IPM技術を全品目に普及
- ・GAPの活用
- ・土づくりと施肥の改善
- ・新施設園芸のシステムの構築
- ・オランダ市との友好園芸協定の活用
- ・有機農業の推進



産地を伝える販売

③流通・販売の支援強化

- 園芸連販売の基幹流通の強化に加え、オリジナル商品の受発注システムの構築など、顧客への柔軟な対応を進める。

基幹流通の強化

- ・パートナー量販店での販売強化
- ・新園芸ブランドによる販売強化
- ・業務需要開拓の強化

新たなシステムの構築

- ・顧客と産地をつなぐ新たな受発注システムの構築

ファイバック

販売を見据えた生産

- 産地と実需者の多様なニーズに対応したマッチングの取り組みを進める。



新規開拓

- ・「こだわり野菜・果実と実需者とのマッチング」

PR・消費拡大
 ・高知フェアの開催
 ・メディアを活用した効果的なPR

・アンテナショップ等での販売促進活動の展開
 ・出前授業の実施

輸出の推進

・テストマーケティング
 ・商材提案

II 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化



中山間地域の重要性

- ・高知県では、中山間地域が農業生産額・耕地面積・農家人口が8割以上を占める。
- ・水源涵養や、生物多様性など多面的機能面で大きな役割を担う。

中山間地域の課題

- | | |
|----------|---------|
| 高齢化 | 経営規模が狭小 |
| 耕作放棄地の増加 | 担い手不足 |
| 不利な生産条件 | 鳥獣被害 など |

中山間地域

① 集落営農の推進

- 集落営農の裾野を広げ、足腰の強い組織を育成
 - ・話し合いの場づくり、コーディネーター、集落リーダーの育成
 - ・農業機械・施設等のハード整備
- こうち型集落営農の実現
 - ・所得確保を目指す園芸品目等の導入、周年化
 - ・農産物加工、グリーン・ツーリズムの取り組みやハード整備
- 新** ○ 法人化(財務体質強化)による経営の安定化、雇用の確保



② 6次産業化の取組による拠点ビジネスづくり

- 6次産業化をリードする人材育成
 - ・農業創造セミナー
- 農産物加工等のブラッシュアップ
- 地域資源の商品化に向けた発掘・活用・販路拡大への支援
- こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり



セーフティネット

- 戸別所得補償制度
- 中山間地域等直接支払制度

中山間地域で安心して農業を続ける仕組みを構築

Ⅲ 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

これまでの取り組みと成果

研修制度の充実等により新規就農者が増加
(研修支援事業の拡充など)

新規就農者の推移

年度	人数
H19	116
H20	114
H21	161
H22	197
H23	234

担い手育成の残された課題

就農時

- 資金(信用力)の確保
- 就農初期の経営安定

経営発展時

- 規模拡大
 - 農地の集積
 - 施設の整備
 - 雇用の確保
- 経営力の強化
 - 財務体質の強化
 - 人材の育成

担い手育成の取り組みをさらに強化

農業を新たに始める人材の確保

新規就農者の確保・育成

就農までの支援

- PR・相談活動の実施
 - ・ホームページでの紹介
 - ・県内外での就農相談会
 - ・「こうちアグリスクール」の開講(東京・大阪)
- 農地やハウスの確保
 - ・農地や遊休ハウス情報の収集および提供
- 新** 営農実績を積む「就農サポートハウス」の整備
- ・レンタルハウス整備事業

地域農業を支える担い手の育成

企業的経営体の育成

農地の集積への支援

- ・耕作放棄地対策による遊休農地の活用
- ・県農業公社や各市町村の農地利用集積円滑化団体による農地の利用集積

施設整備等への支援

- ・規模拡大のハウス整備(レンタルハウス)
- ・機械等の整備(経営体育成支援事業(国))

人材の育成への支援

- ・雇用による新規就業者への研修経費を最長2年、月額10万円を補助(国)
- ・従業員のスキルアップを支援(農業会議)

新 法人化などへの支援

- ・セミナーの開催、専門家を活用した計画作成を支援
- ・県内農業法人の交流の場を設置し、情報交換などを通じて相互の発展を推進

地域農業の担い手を育成・雇用の創出

(目標)
新規就農者
年間230人