

強い農業づくりの推進 攻めの農業の展開について



平成23年10月28日
岐阜県政策研究会
研究員：小椋 学（農政課）

本レポートは、「岐阜県政策研究会」における研究の途中経過として、現状認識と考え得る方向性をまとめたものであり、県としての公式な考え方を示したものではありません。

【要旨】

- ◆ 農家に占める自給的農家の割合や、販売農家に占める副業的農家の割合が高いことが本県の特徴
- ◆ 農地の集積化を進める大規模経営と小規模な自作地を維持する農家に2極化しており、圧倒的に多い小規模農家のデータが統計数値に反映されている
- ◆ 農業を主とする経営体と自作地を維持することが主の農家とを区別し、「産業振興」の視点と「地域振興」の視点で、それぞれに対応した施策が必要
- ◆ 今回の発表では、産業振興の視点から農業が主の経営体に対する施策を考える（地域振興の分は別途まとめる）
- ◆ 「強い農業づくり」「攻めの農業の展開」により、園芸・畜産を中心に農業所得を増やし、安定経営ができる経営体の育成が必要

第1章 本県農業の現状及び特色

～ 本県の農業は衰退しているのか？ ～

県内総生産に見る農業

県内総生産に占める農業の割合は 0.8%
 ~ 産業別就業者数では3.6% ~

県内総生産(名目)

	実額 (億円)	割合	産業別 就業者数 (人)	割合
第1次産業(農林水産業)	764	1.1%	38,109	3.7%
うち農業	612	0.8%	37,105	3.6%
第2次産業	21,703	29.9%	358,993	34.5%
第3次産業	52,394	72.1%	643,855	61.9%
県内総生産 (生産側)	72,656	100.0%		

(注) 第1次～第3次産業の合計は、「輸入品に課される税・関税」「総資本形成に係る消費税」「帰属利子」の加算・控除前の額であり、県内総生産額と一致しない

出典：平成20年度岐阜県の県民経済計算

<参考>

国内総生産に占める農業・食料関連産業の割合

	実額(億円)	割合
農業・食料関連産業*	446,726	9.1%
国内総生産	4,920,670	100%

* 農・漁業の他、関連製造業、流通業、飲食店など
 出典：平成20年度農業・食料関連産業の経済計算
 内閣府「国民経済計算」の国内総生産(年度)

参考: 近隣各県の県内総生産に占める農林水産業

県内総生産に占める農林水産業の割合は 近隣県と大きな差は無い

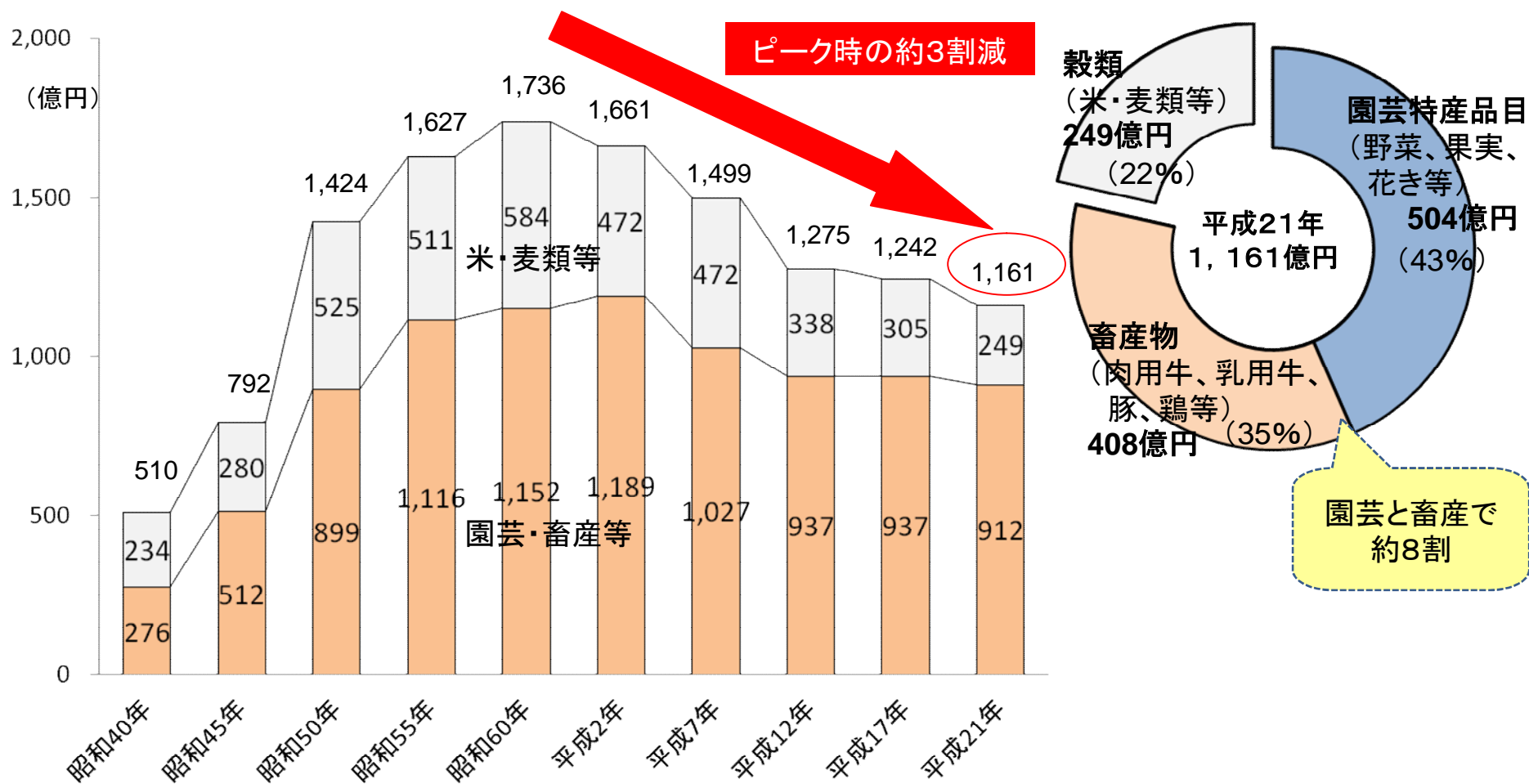
県名	県内総生産に占める 農林水産業の割合	備考
岐阜県	1.1%	うち農業0.8%
富山県	1.2%	うち農業1.0%
石川県	1.1%	うち農業0.7%
福井県	1.1%	不明(データ無し)
長野県	1.9%	うち農業1.8%
静岡県	1.1%	うち農業0.7%
愛知県	0.6%	不明(データ無し)
三重県	1.4%	うち農業0.8%
滋賀県	0.7%	うち農業0.6%
(全国)	(1.5%)	(うち農業0.9%)

出典: 平成20年度各県の県民経済計算結果(県農政課調べ)
平成20年度農業・食料関連産業の経済計算(農林水産省)・内閣府「国民経済計算」

農業産出額の推移

**農業産出額は昭和59年の1,752億円をピークに減少
園芸・畜産の占める割合が増加**

岐阜県の農業産出額の推移

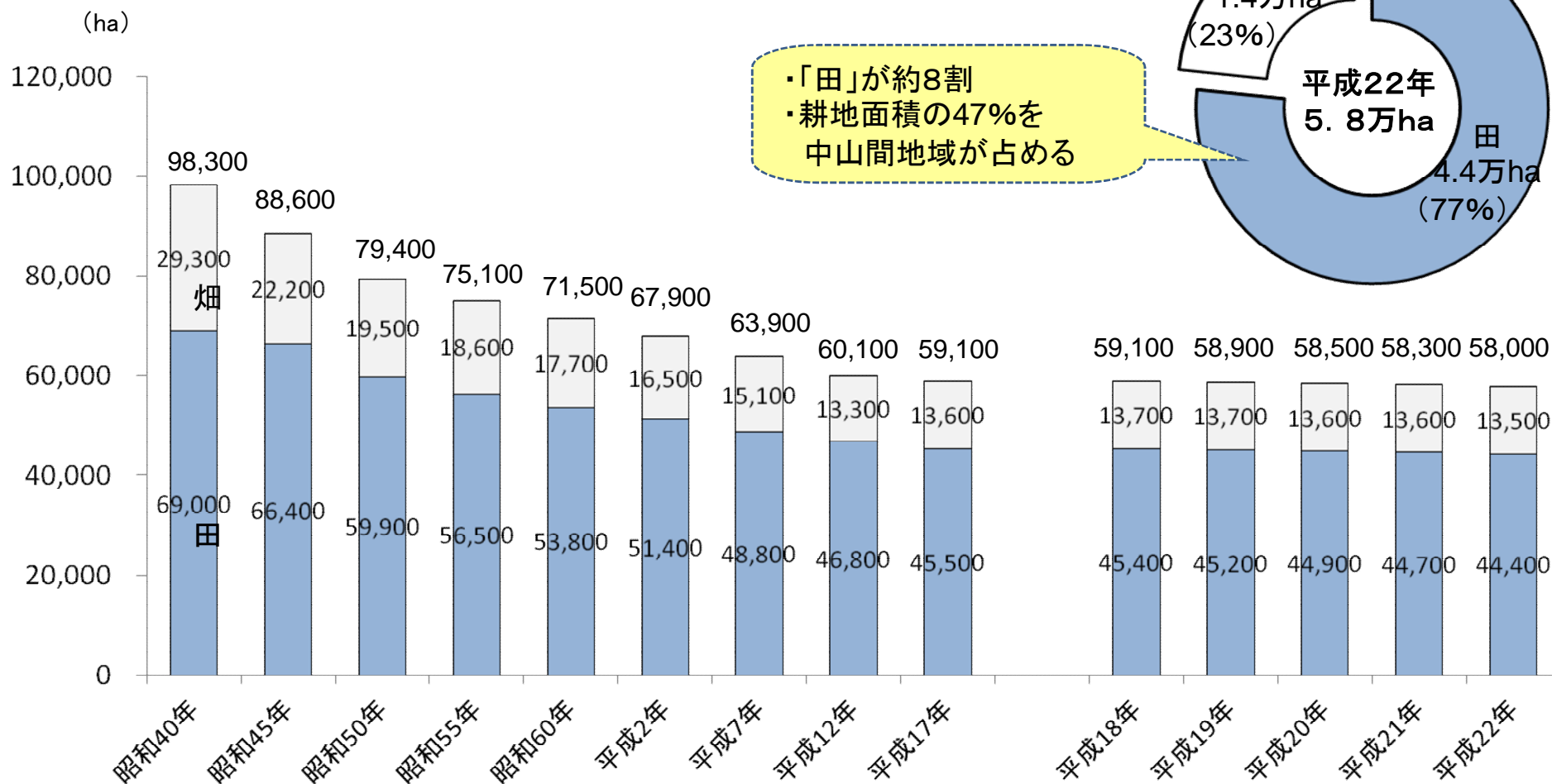


出典：生産農業所得統計(農林水産省)

耕地面積の推移

耕地面積は近年微減で推移

岐阜県の耕地面積の推移



出典：耕地面積調査（農林水産省）

農業・農村の多面的機能評価額

**農業・農村が持つ多面的機能の評価額は、
年間1,466億円となり農業産出額を超える**

農業・農村は食料生産の場であると同時に、洪水防止や土砂崩壊の防止といった県土の保全、水源のかん養、人々に安らぎを与える良好な景観の形成などの多面的機能を有しています。

岐阜県における農業・農村の多面的機能評価額

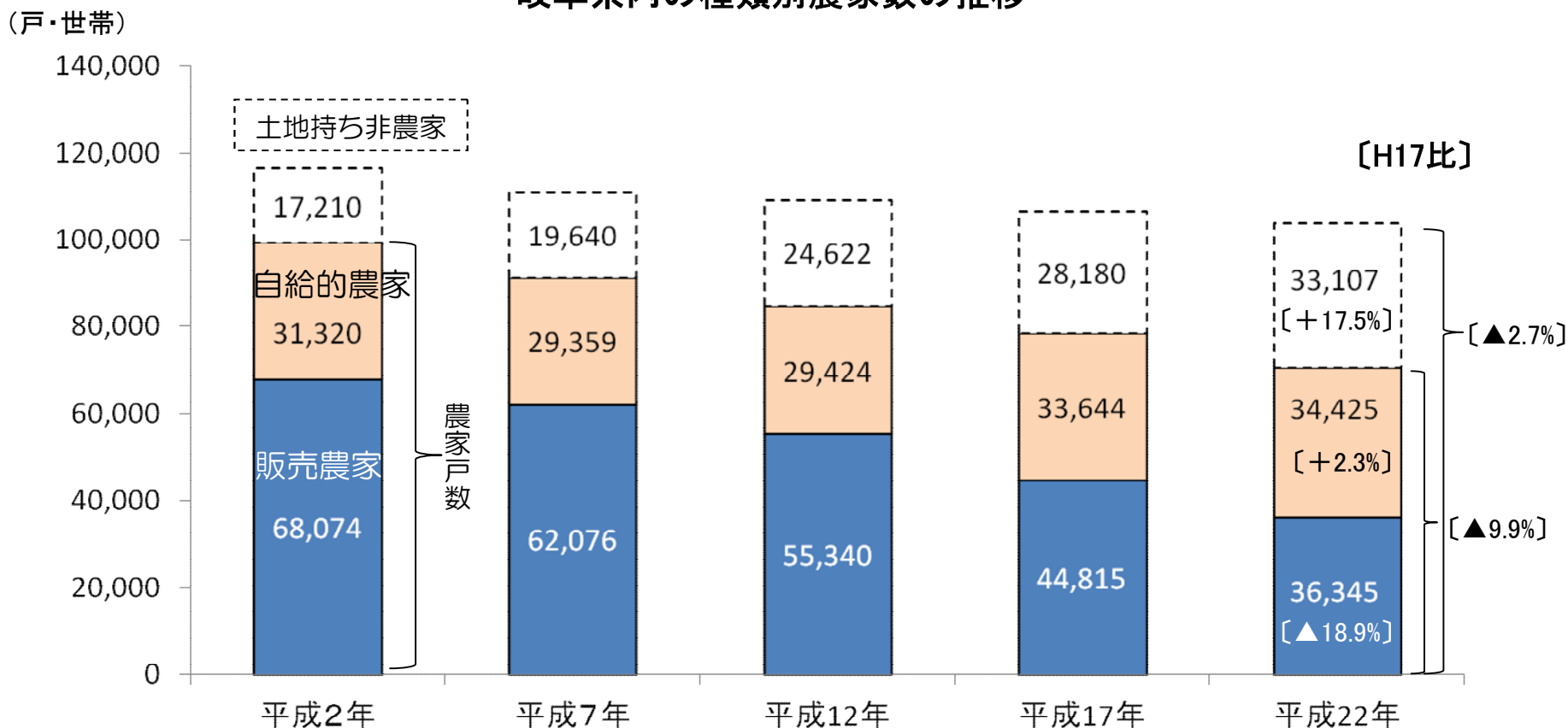
機 能	県評価額			県民一人 あたり (万円/年)
	(億円/年)	平坦地域	中山間地域	
洪水防止	698	380	318	3.3
水源かん養	543	243	299	2.6
土壌浸食防止	29	9	20	0.14
土砂崩壊防止	7	4	3	0.03
有機性廃棄物処理	3	1	1	0.01
気候緩和	4	2	2	0.02
保健休養・やすらぎ	182	81	101	0.9
合 計	1,466	721	744	7.0

出典：「食料・農業・農村基本問題調査会」で示された代替法により試算（平成22年3月農政部算出）

農家の現状①

販売農家の減少が進んでいるが、農地所有世帯の減少は緩やか

岐阜県内の種別農家数の推移



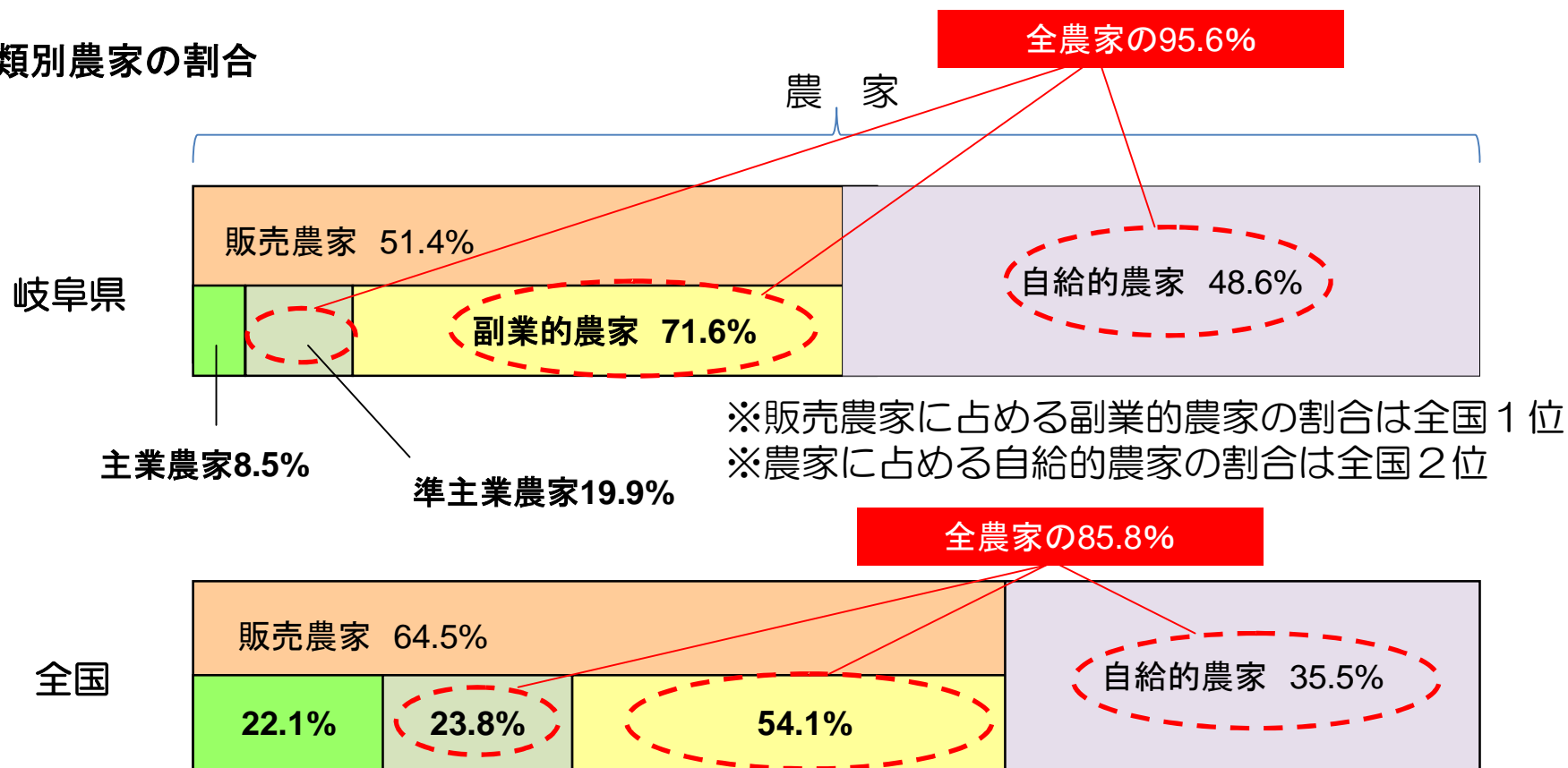
出典: 2010年世界農林業センサス

【販売農家】 経営耕地面積が30a以上又は農産物販売金額が50万円以上の農家
 【自給的農家】 経営耕地面積が30a未満かつ農産物販売金額が50万円未満の農家
 【土地持ち非農家】 農家以外で、耕地及び耕作放棄地を合わせて5a以上所有する世帯

農家の現状②

農業を主な所得としない農家が多いことが本県の特徴

種類別農家の割合



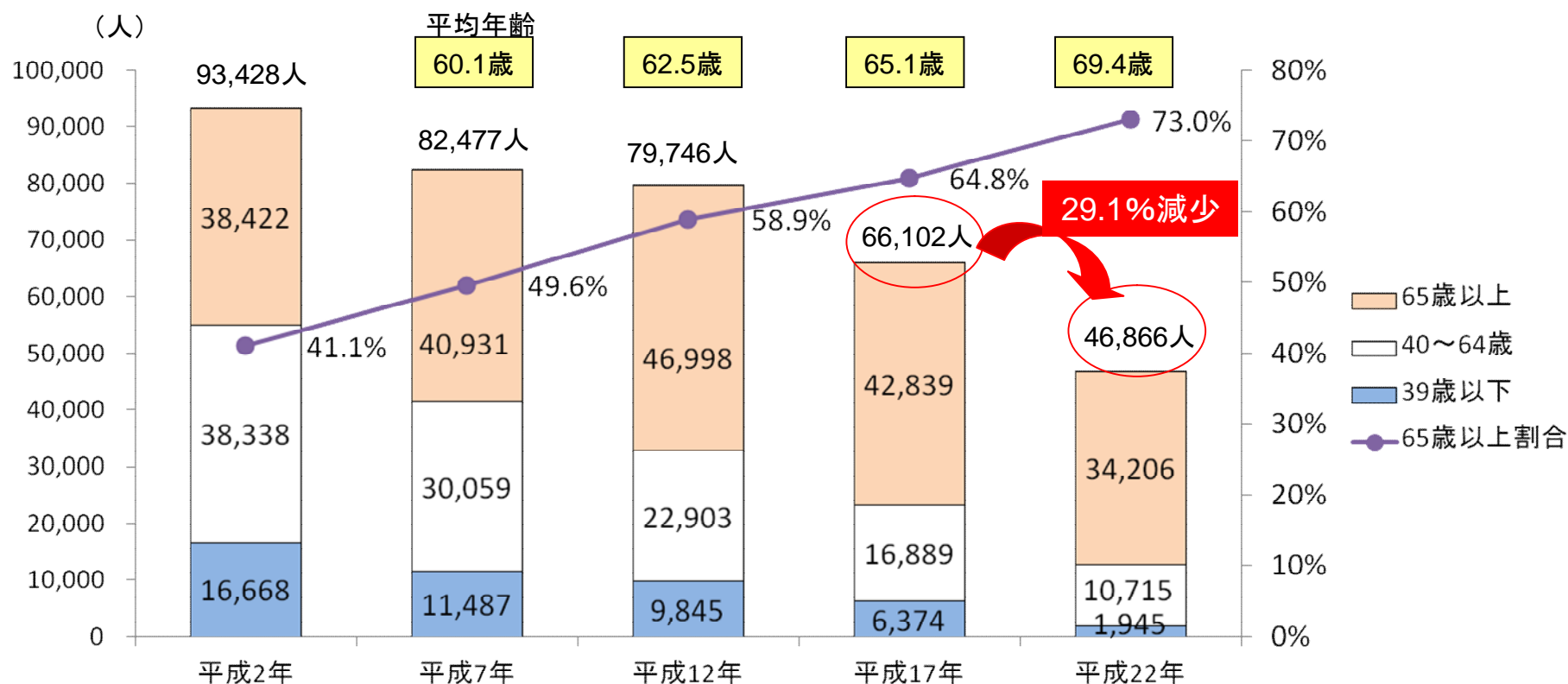
出典:2010年世界農林業センサス

【主業農家】 農業所得が主(農家所得の50%以上が農業所得)で、65歳未満の自営農業従事者60日以上の子帯員がいる農家
 【準主業農家】 農外所得が主(農家所得の50%未満が農業所得)で、65歳未満の自営農業従事者60日以上の子帯員がいる農家
 【副業的農家】 65歳未満の自営農業従事者60日以上の子帯員がない農家

農業就業人口

農業就業人口は5年間で3割減少、平均年齢は4.3歳上昇、
高齢化率は8.2ポイント上昇

岐阜県の農業就業人口の推移



出典:2010年世界農林業センサス

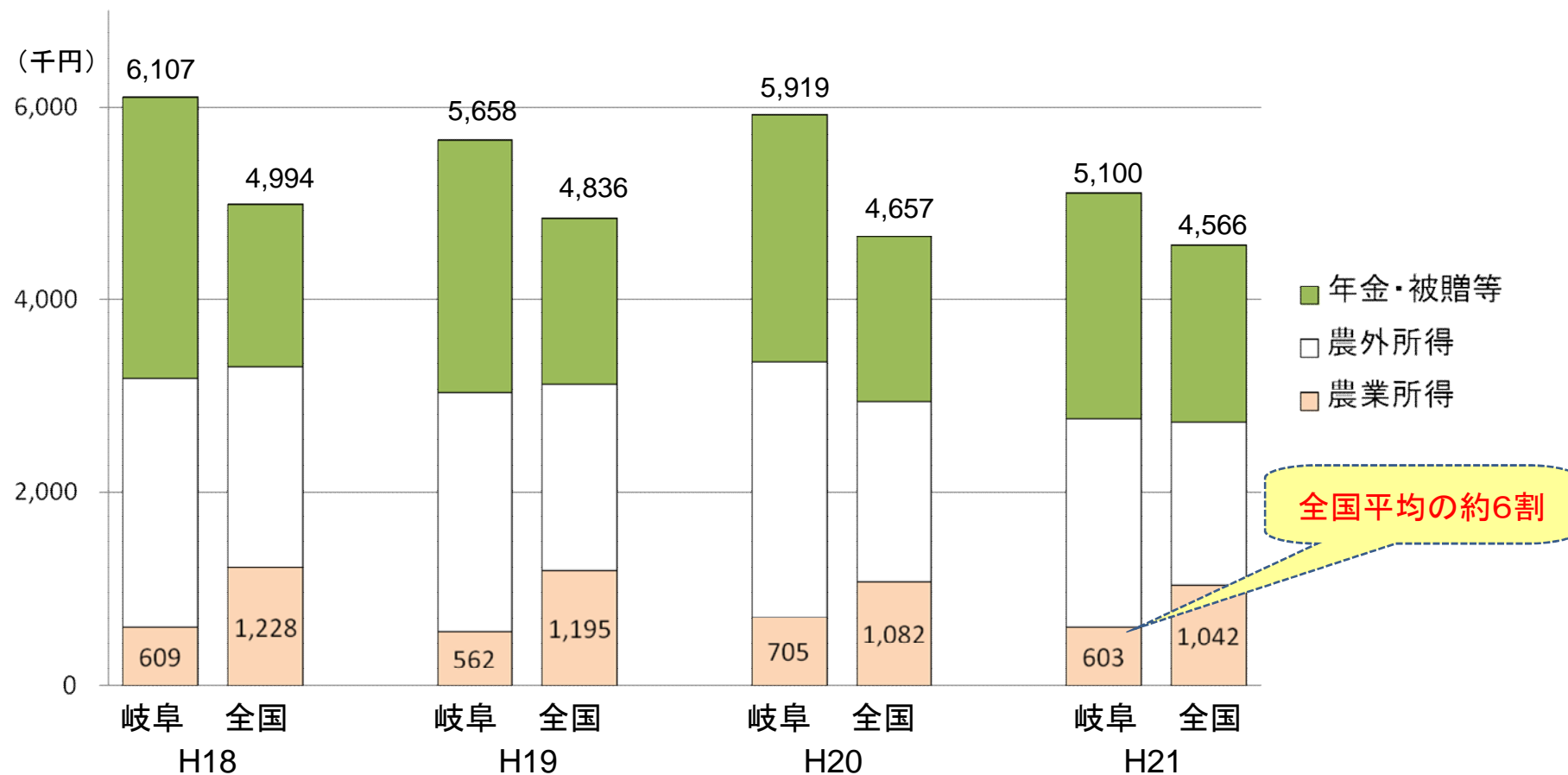
【農業就業人口】

自営農業のみに従事した者または自営農業以外の仕事に従事していても年間労働日数でみて自営農業が多い者

農家の所得

**本県の農家における農業所得は、全国の約6割
しかし農外所得等により全体としては全国平均よりも高い**

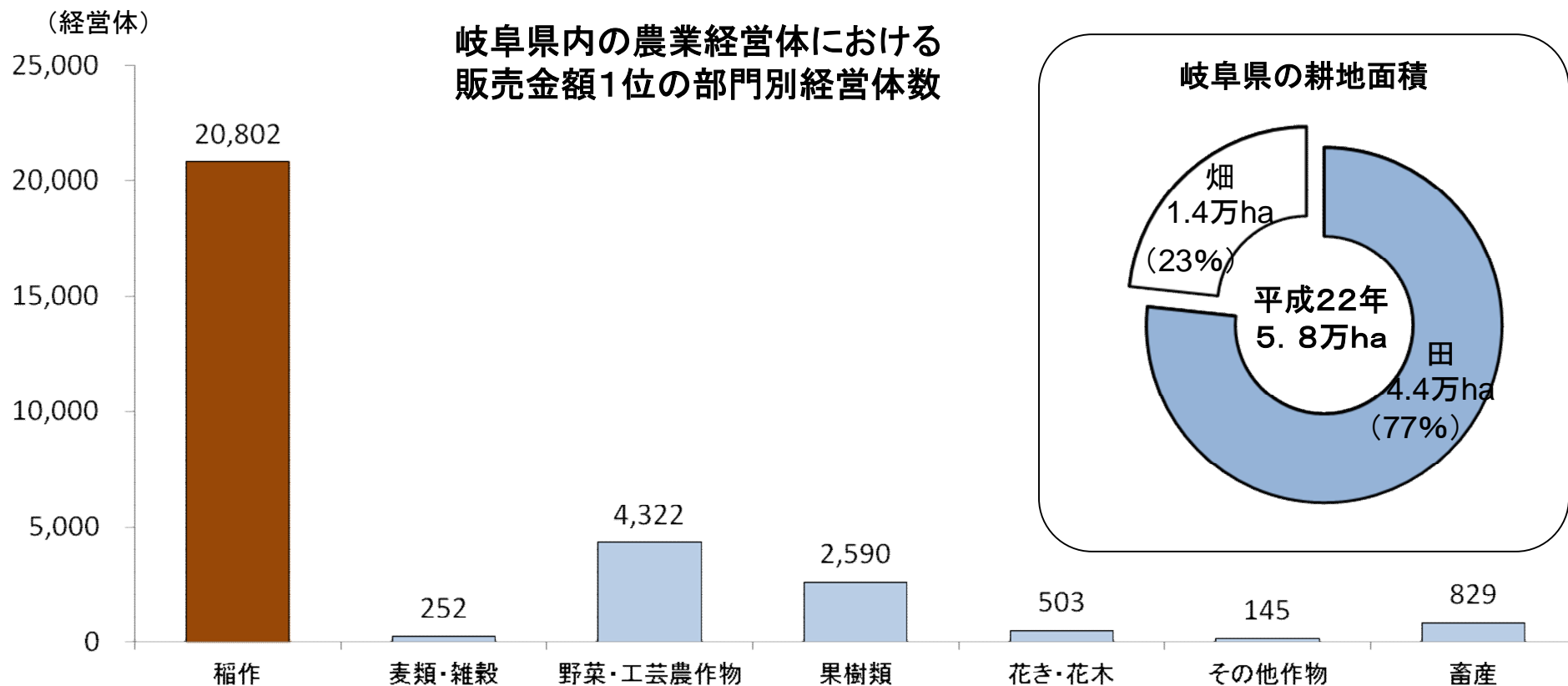
農家所得の内訳の推移



出典：農業経営統計調査（農林水産省）

稲作農家の現状①

本県は稲作が主の経営体が大多数



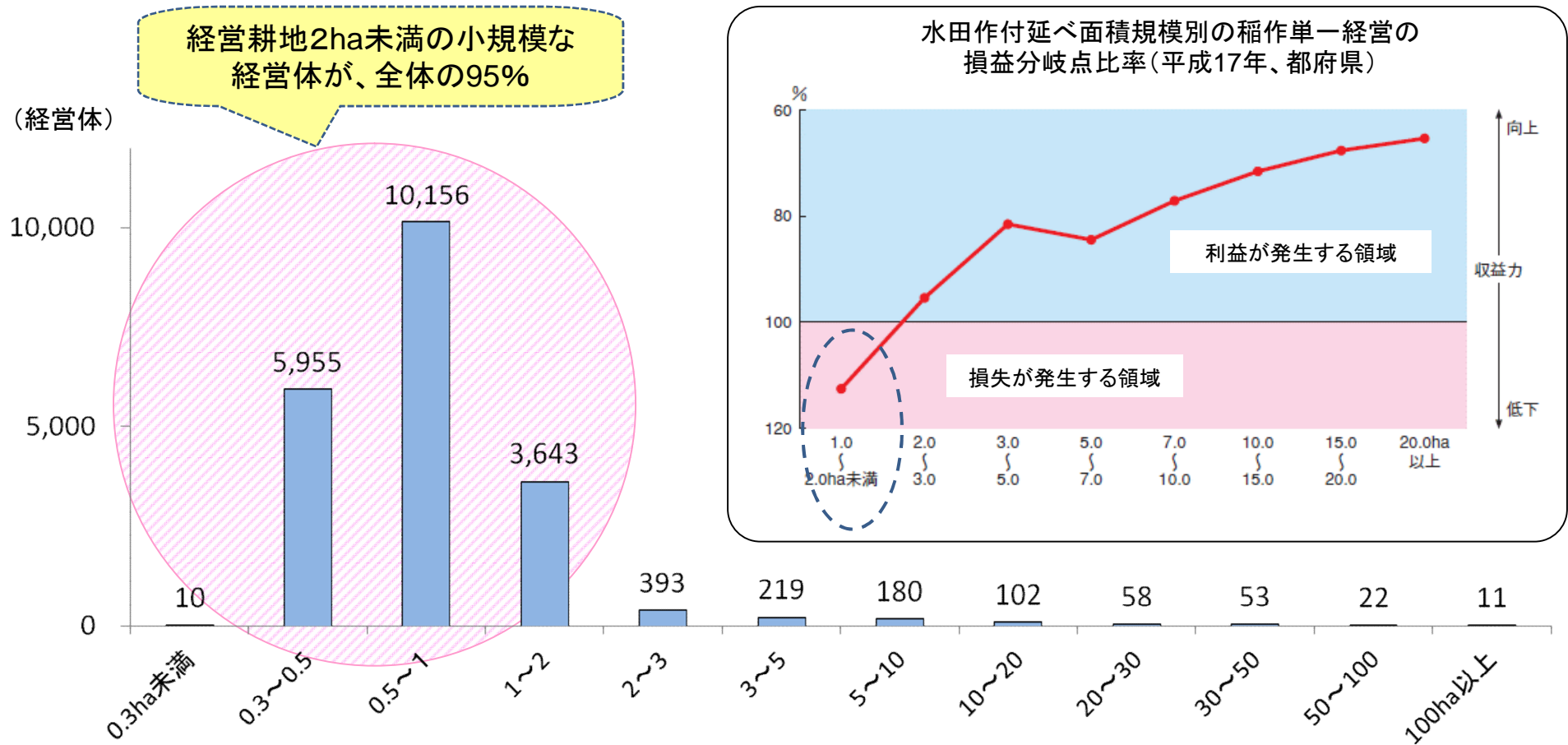
出典：2010年世界農林業センサス、耕地面積調査（農林水産省）

【農業経営体】
 経営耕地面積が30a以上の規模の農業を行う者、又は施設野菜栽培面積（350m²）など事業形態ごとに農林水産省が定めた規定に該当する者、又は委託を受けて農作業を行う者。（法人経営を含む）

稲作農家の現状②

**稲作が主の経営体の大多数が、2ha未満の小規模な経営体
ただし、その規模では利益が発生しにくい**

岐阜県における稲作を主とする経営体の耕地面積別経営体数



出典：2010年世界農林業センサス、農林水産省試算 (HPより抜粋)

※農林水産省「農業経営統計調査(営農類型別経営統計、農産物生産費統計)」より試算

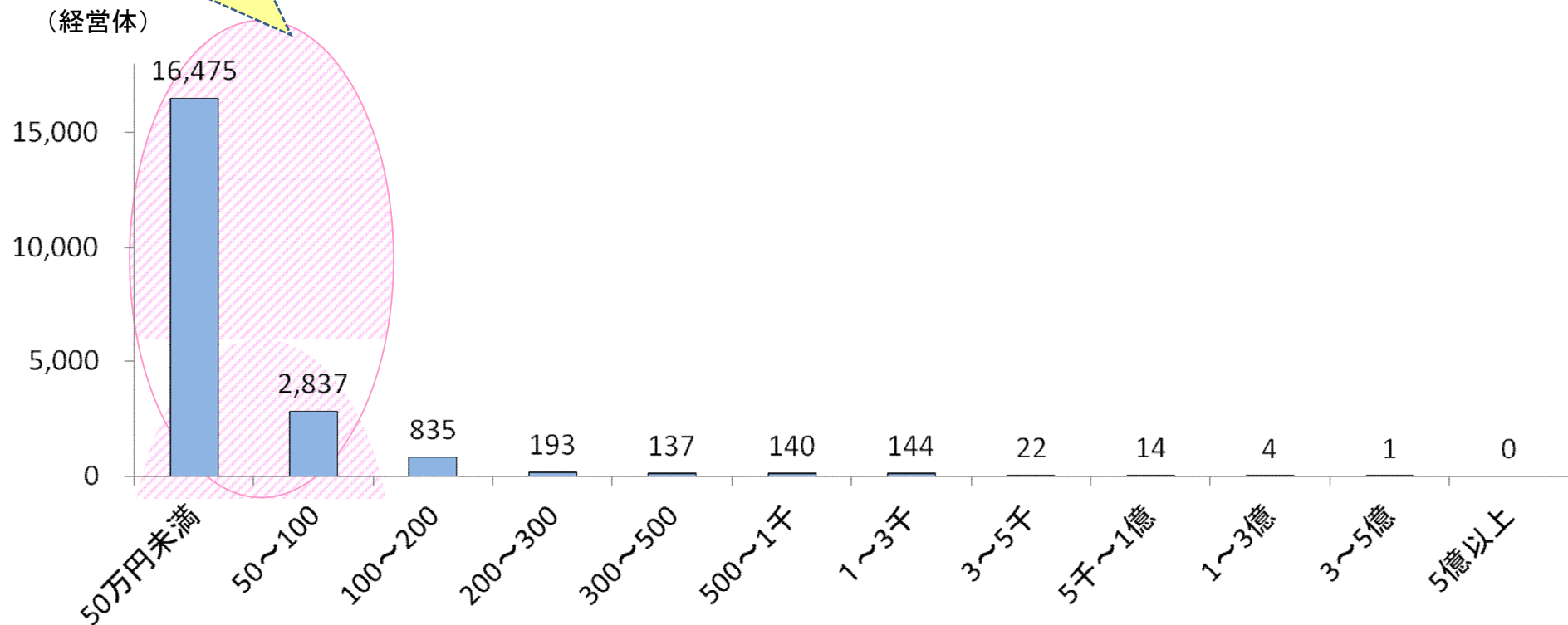
※稲作単一経営における稲作部門の数値から試算

稲作農家の現状③

実際、稲作農家の93%は、販売額が100万円未満

農産物販売金額が100万円未満の農家が、全体の93%

岐阜県における稲作を主とする経営体の農産物販売金額規模別経営体数



出典：2010年世界農林業センサス、農業経営統計調査(2009年)

稲作農家の現状④

水田を多く抱える地域ほど、平均年齢は高い傾向

農業就業人口の平均年齢と水田率

＜平均年齢の高い地域＞

①中国地方、②東海北陸地方、③近畿地方

順位	都道府県	平均年齢	水田率
1	広島	70.4	73.2
2	山口	70.3	80.9
3	島根	70.1	80.2
4	岡山	69.9	77.8
5	岐阜	69.4	76.6
5	福井	69.4	90.7
7	三重	69.3	75.4
8	香川	69.1	82.8
9	奈良	68.7	72.0
10	富山	68.5	96.0
11	滋賀	68.4	92.1
12	京都	68.3	78.4
12	鳥取	68.3	68.9
14	山梨	67.8	33.3
14	兵庫	67.8	91.6

＜平均年齢が低い地域＞

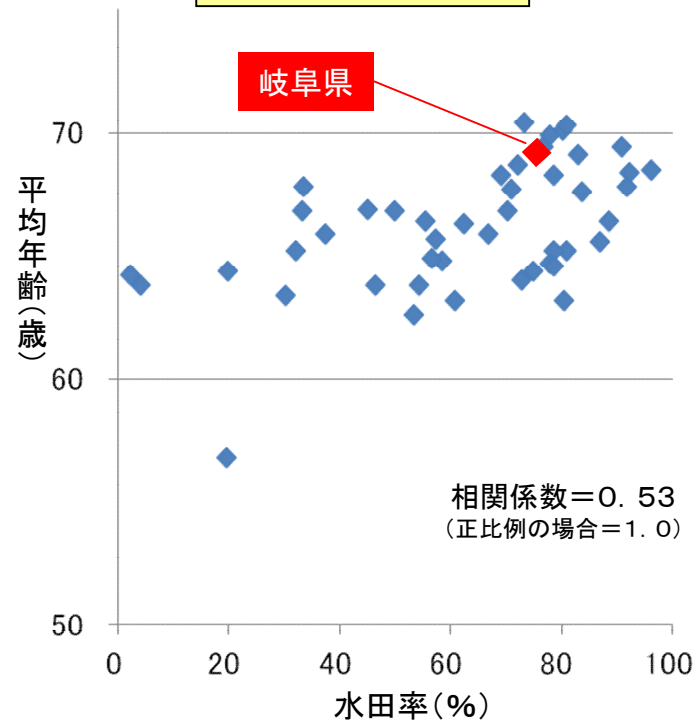
①九州地方、②大都市圏、③北海道

順位	都道府県	平均年齢	水田率
33	千葉	64.8	58.4
34	栃木	64.7	77.8
35	福岡	64.6	78.5
36	神奈川	64.4	19.8
36	高知	64.4	74.9
38	沖縄	64.2	2.2
39	大阪	64.0	72.7
40	東京	63.8	3.9
40	長崎	63.8	46.4
40	宮崎	63.8	54.2
43	和歌山	63.4	30.1
44	佐賀	63.2	80.4
44	熊本	63.2	60.6
46	青森	62.6	53.3
47	北海道	56.8	19.4

水田率： 耕地面積のうち田の面積／耕地面積

出典：2010年世界農林業センサス、耕地面積調査（農林水産省）

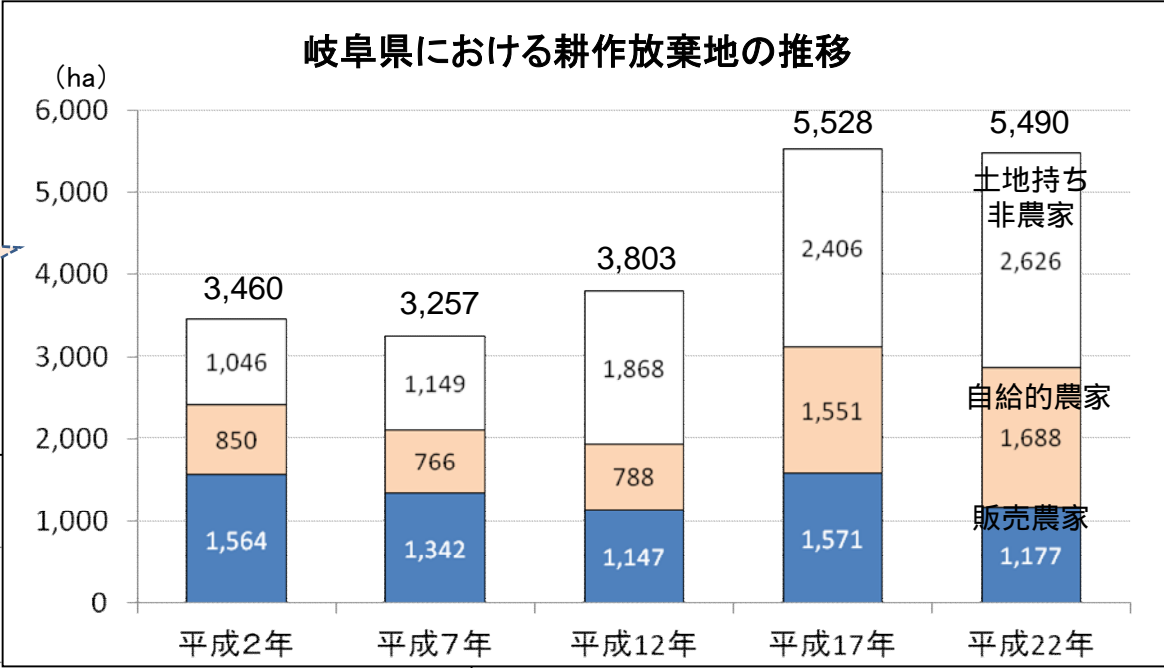
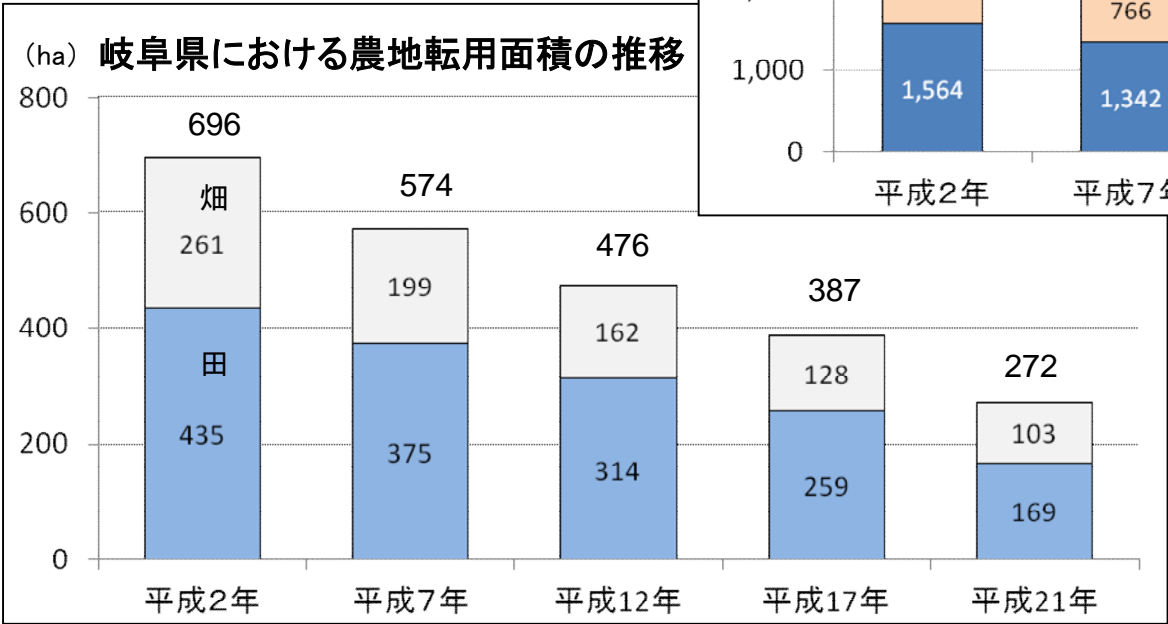
平均年齢と水田率の分布



農地の状況①

この5年間で、耕作放棄地の増加傾向に歯止めがかかり、農地転用の面積は減少した

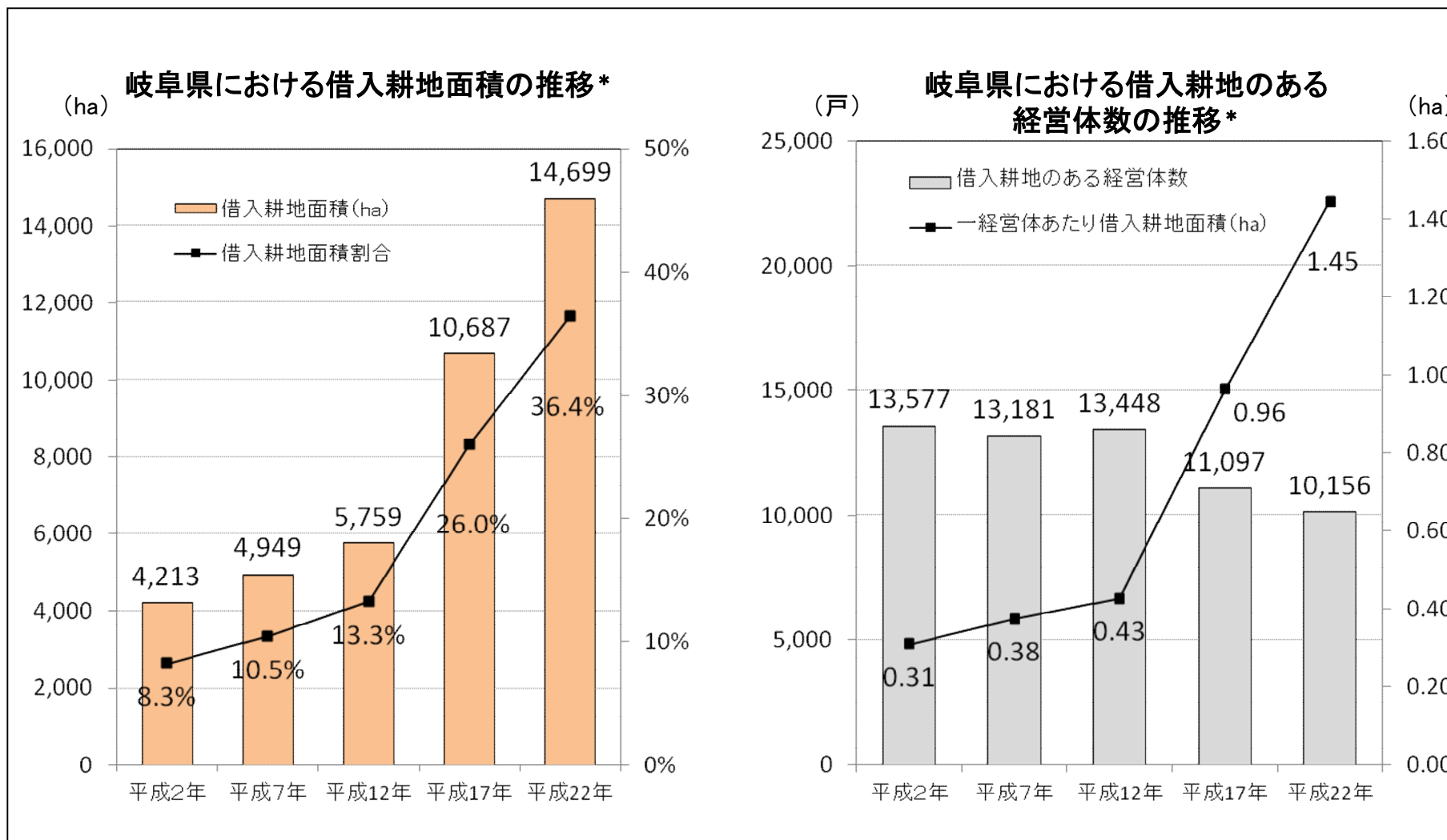
- <歯止めがかかった主な要因>
- ◆ 耕作放棄地再生活動の強化
 - ◆ 担い手育成
 - ◆ 農外企業の参入
 - ◆ 地域での啓蒙活動



出典：県農政部調べ／2010年世界農林業センサス

農地の状況②

借入耕地面積及び一経営体あたりの借入耕地面積はともに増加傾向



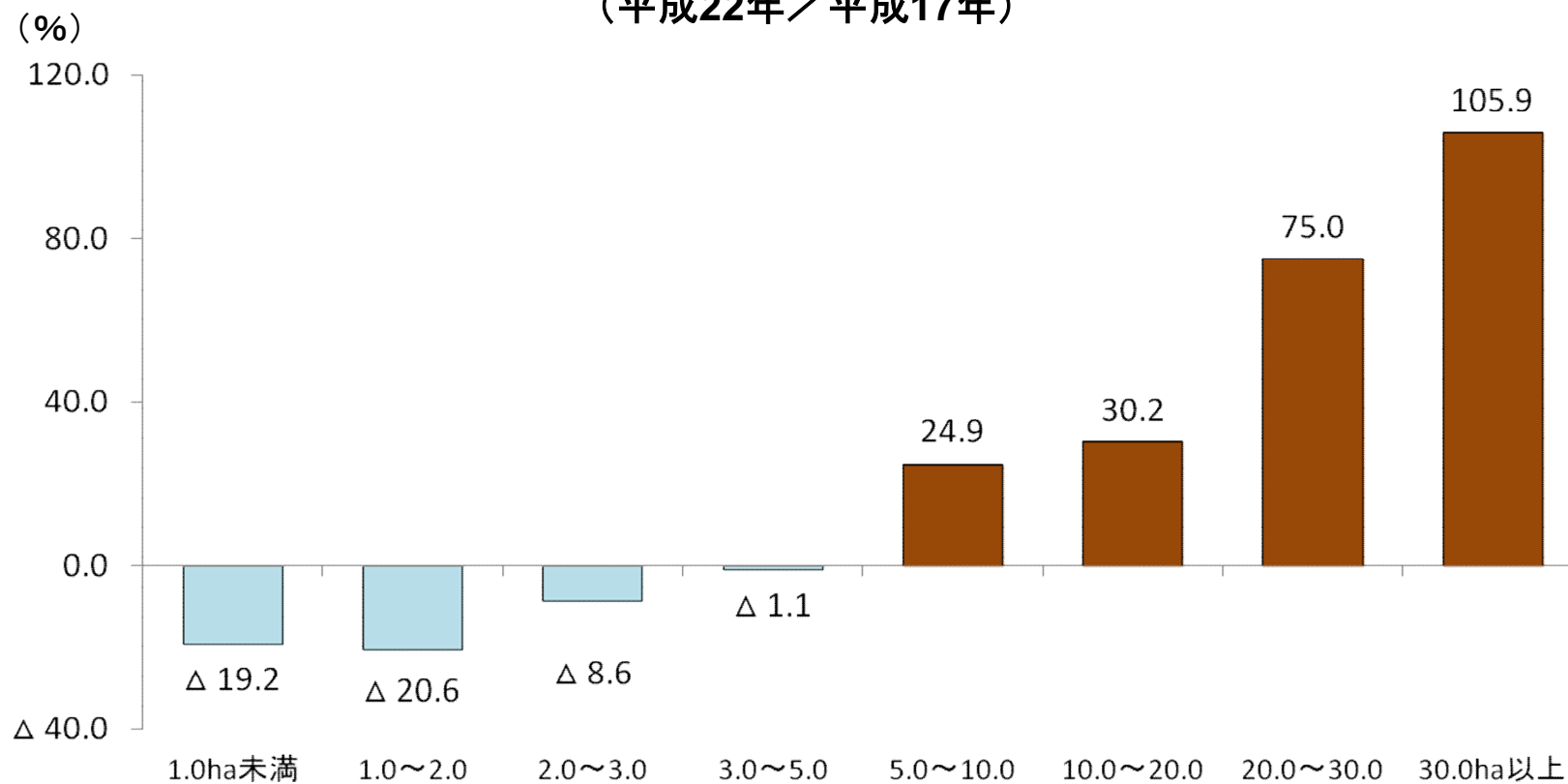
* 平成2年～12年は販売農家の値、平成17年及び22年は農業経営体の値

出典：2010年世界農林業センサス

農地の状況③

**農地の集約化を進める大規模経営と、
小規模な自作地を維持する農家との2極分化が進んでいる**

岐阜県における農業経営体の経営規模別増減率
(平成22年／平成17年)



出典:2010年世界農林業センサス

主業農家の現状①

本県の主業農家は、全国平均以上に農業で所得をあげている

岐阜県(平成18年)

単位:万円

主業農家

農業粗収益		
1,447		
農業経営費	農業所得	農外所得等
899	548	183
総所得		
731		

全国(平成18年)

主業農家

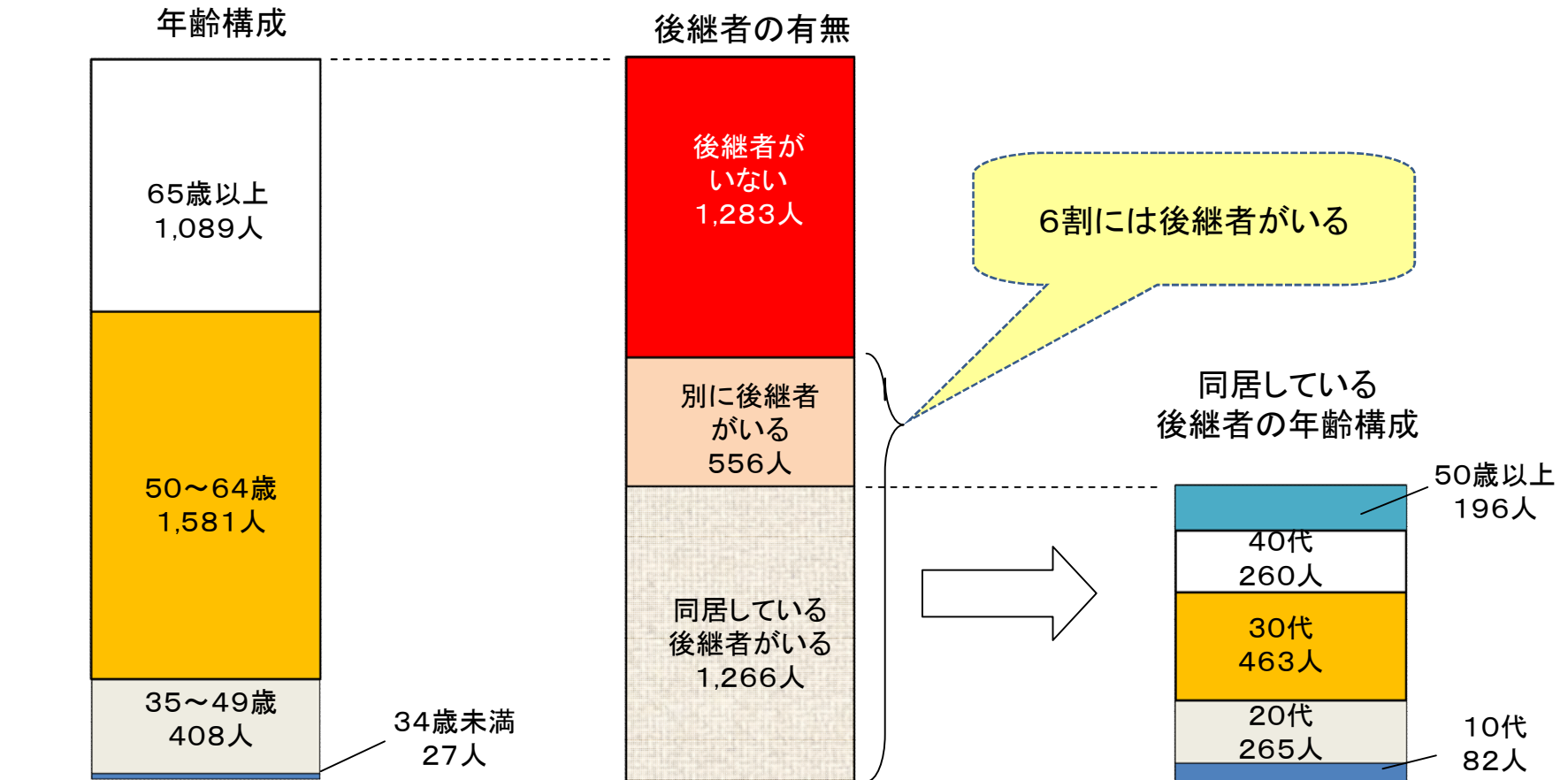
農業粗収益		
1,192		
農業経営費	農業所得	農外所得等
763	429	119
総所得		
548		

主業農家の現状②

後継者を確保している主業農家は6割ほど

岐阜県における主業農家の年齢構成及び後継者の有無
(平成22年)

新たな担い手の育成・確保が必要



第1章のまとめ

- 農家の平均年齢が高いのは、高齢者でも作業の負担が少ない水田の割合が高いため
- 農業就業人口は3割減少したが、農地の流動化は進んでおり、【集約(大規模化)】と【維持(小規模化)】との2極分化が進んでいる
- 主業農家では、全国平均以上の農業所得をあげている

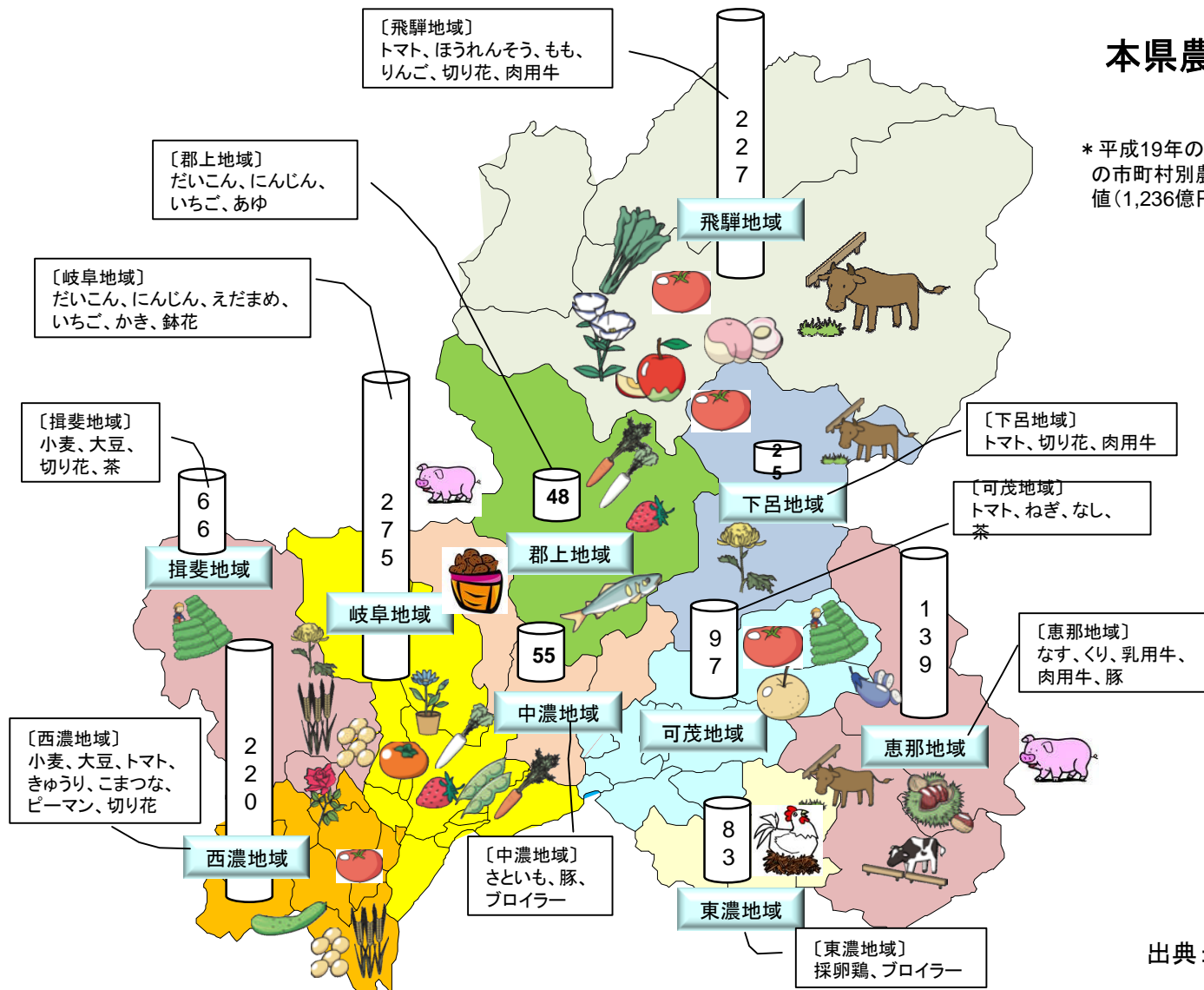


- ・本県の“農業の衰退”を表す統計データは、高齢の稲作農家の動向に大きく影響を受けているものと推察
- ・県としては、データの中に潜んでいる“農業で生計をたてている方”をどの様に支援していくかが課題
- ・また、後継者を確保している主業農家は6割ほどであり、担い手育成が課題

第2章 本県の園芸・畜産農業

園芸・畜産農業①

**変化に富んだ自然条件と比較的大消費地に近い
立地条件を活かし、多様な園芸・畜産農業が営まれている**



本県農業のようす

単位：億円

* 平成19年の生産農業所得統計要領の一部改正前の市町村別農業産出額が公表されている平成18年値(1,236億円)を使用

出典：生産農業所得統計

園芸・畜産農業②

本県には全国に誇る園芸・畜産品目がある

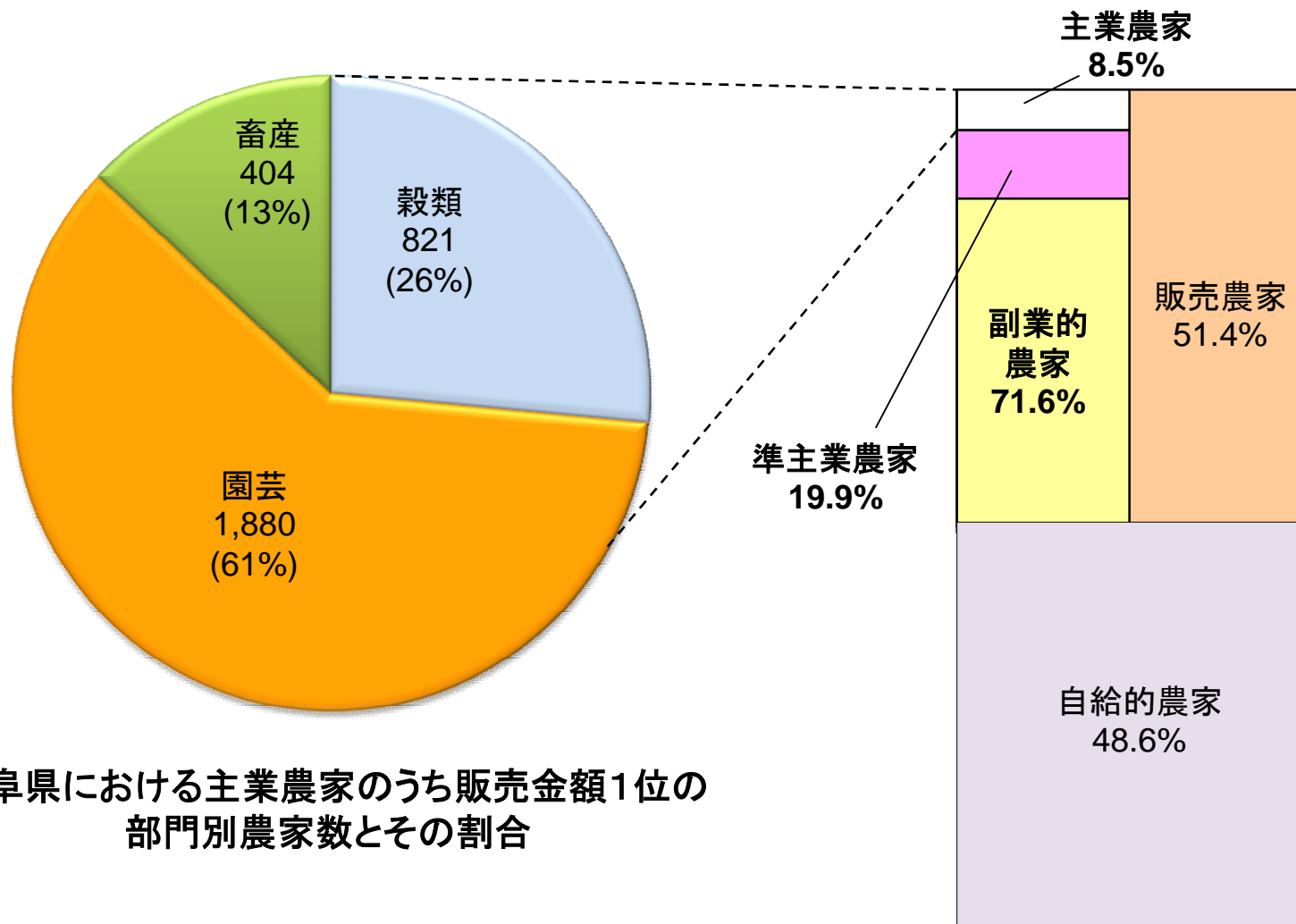
(1) 野菜	国内順位 (生産量)	市場評価等
トマト (夏秋、冬春) ※夏秋トマトが出荷量全体の72%	9位	夏秋トマト 大阪市場で2位
ほうれんそう (夏、冬春) ※夏ほうれんそうが出荷量全体の87%	6位	夏ほうれんそう 大阪市場で1位、名古屋市場で1位
えだまめ	9位	大阪市場で1位

(2) 果実	国内順位 (生産量)	市場評価等
かき	4位	富有柿 東京市場で2位 富有柿は岐阜県が発祥の地

(3) 畜産物	国内順位 (生産量)	市場評価等
肉用牛〔飛騨牛〕 ※飛騨牛の認定頭数が出荷頭数全体の89%	21位	飛騨牛は知名度ランキングで5位 第8回全国和牛共進会でグランプリ

園芸畜産農業③

主業農家の3/4は園芸・畜産品目を主として生産

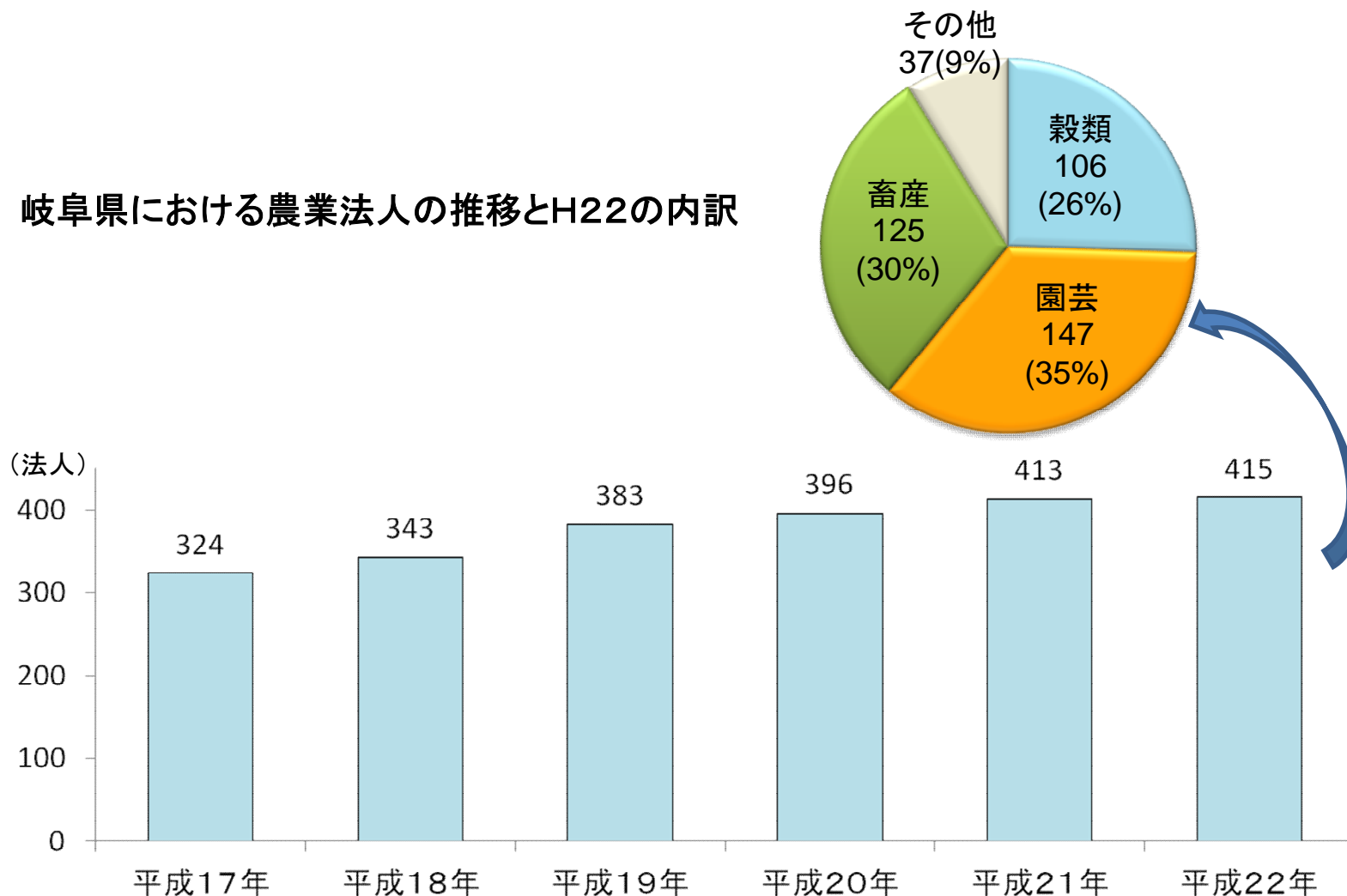


岐阜県における主業農家のうち販売金額1位の部門別農家数とその割合

農業法人の内訳

近年増加している農業法人の多くも
園芸・畜産品目を主として生産

岐阜県における農業法人の推移とH22の内訳

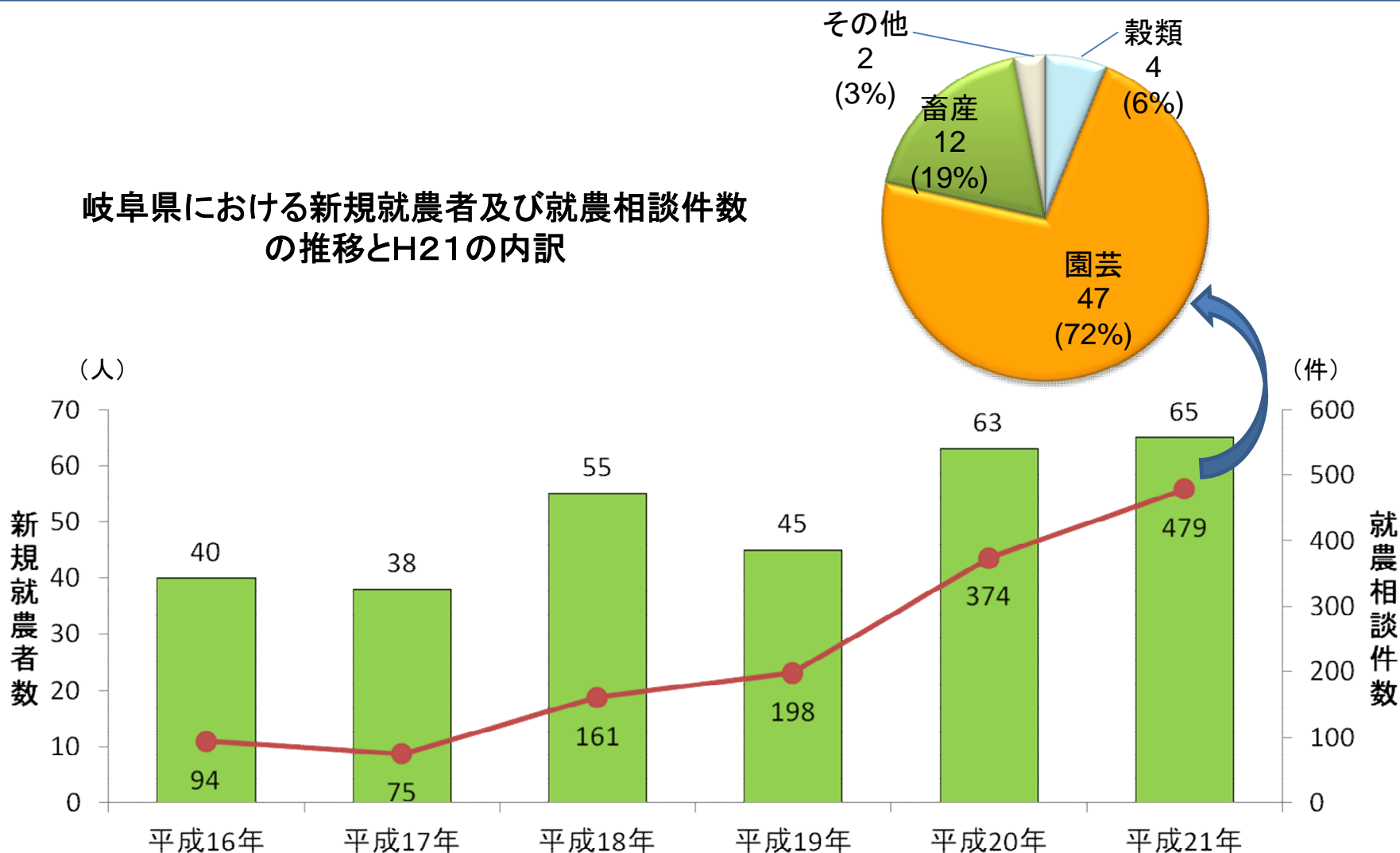


出典：農業会議調べ

新規就農者の内訳

新規就農者の9割は園芸・畜産品目

岐阜県における新規就農者及び就農相談件数の推移とH21の内訳

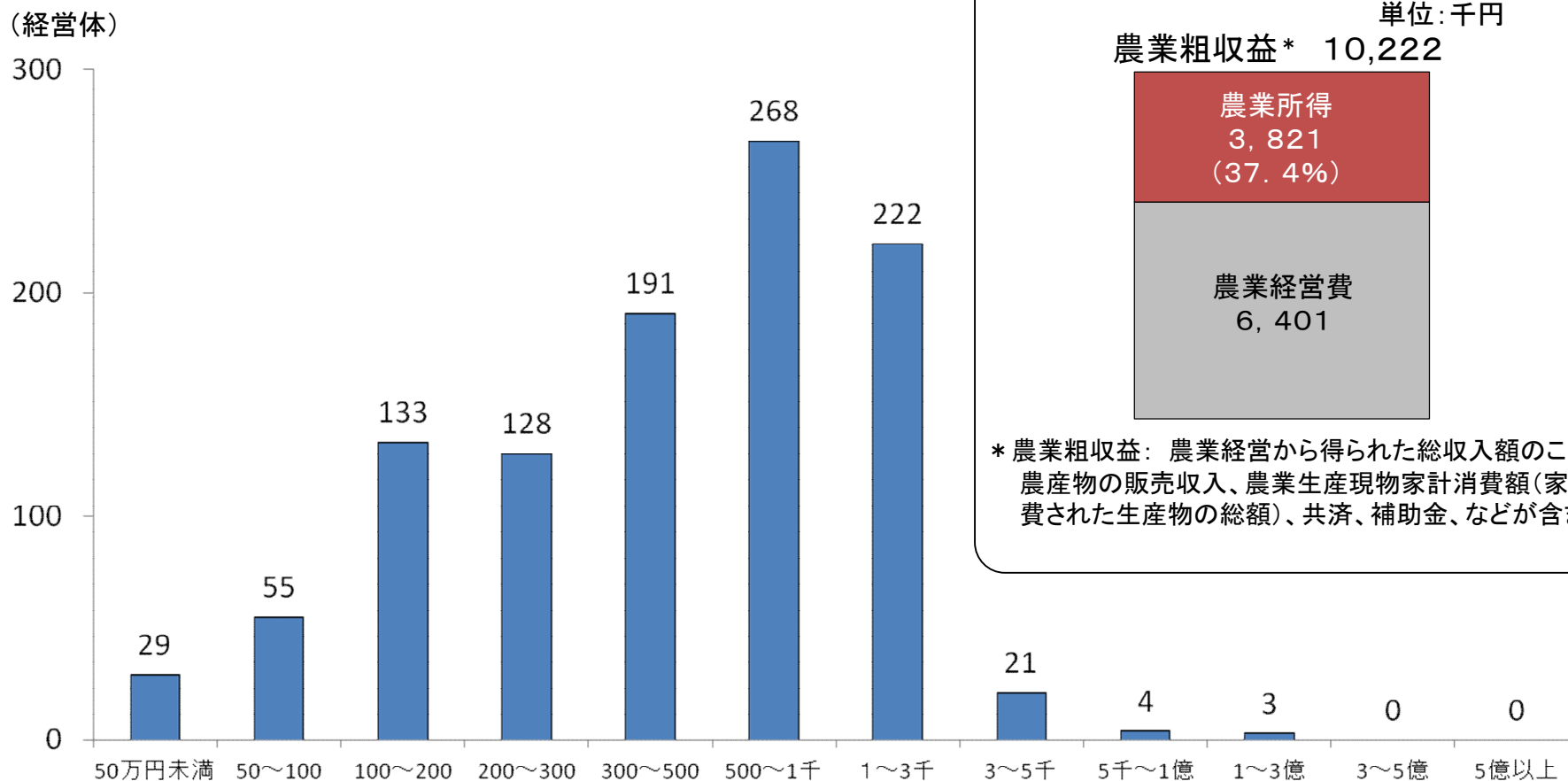


出典：県農業経営課調べ

施設野菜が主の経営体

施設野菜農家は、平均して1千万円程度の売上がある

岐阜県における施設野菜を主とする農業経営体の
販売金額規模別農業経営体数



施設野菜作経営(全国平均)
における農業粗収益(平成21年)

単位:千円
農業粗収益* 10,222

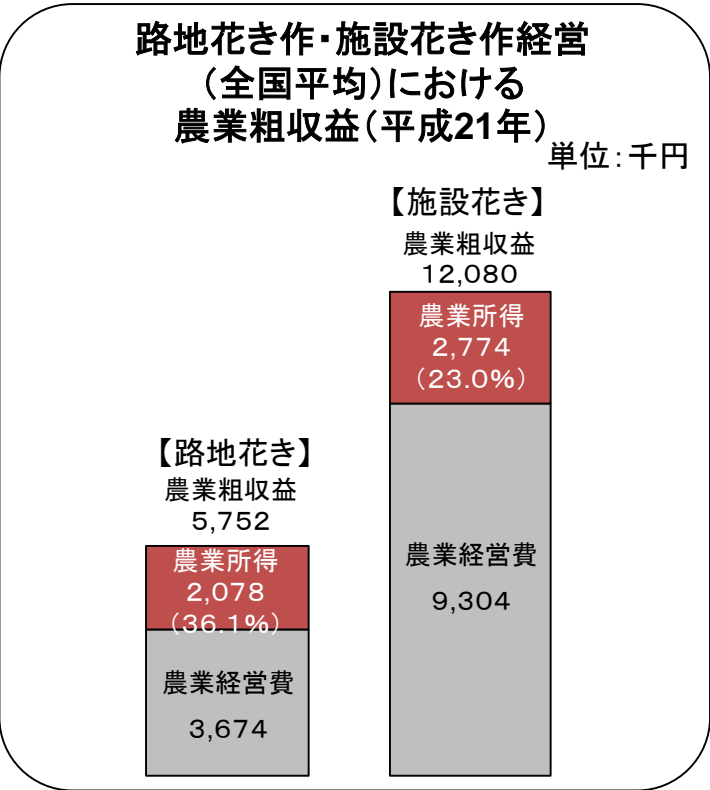
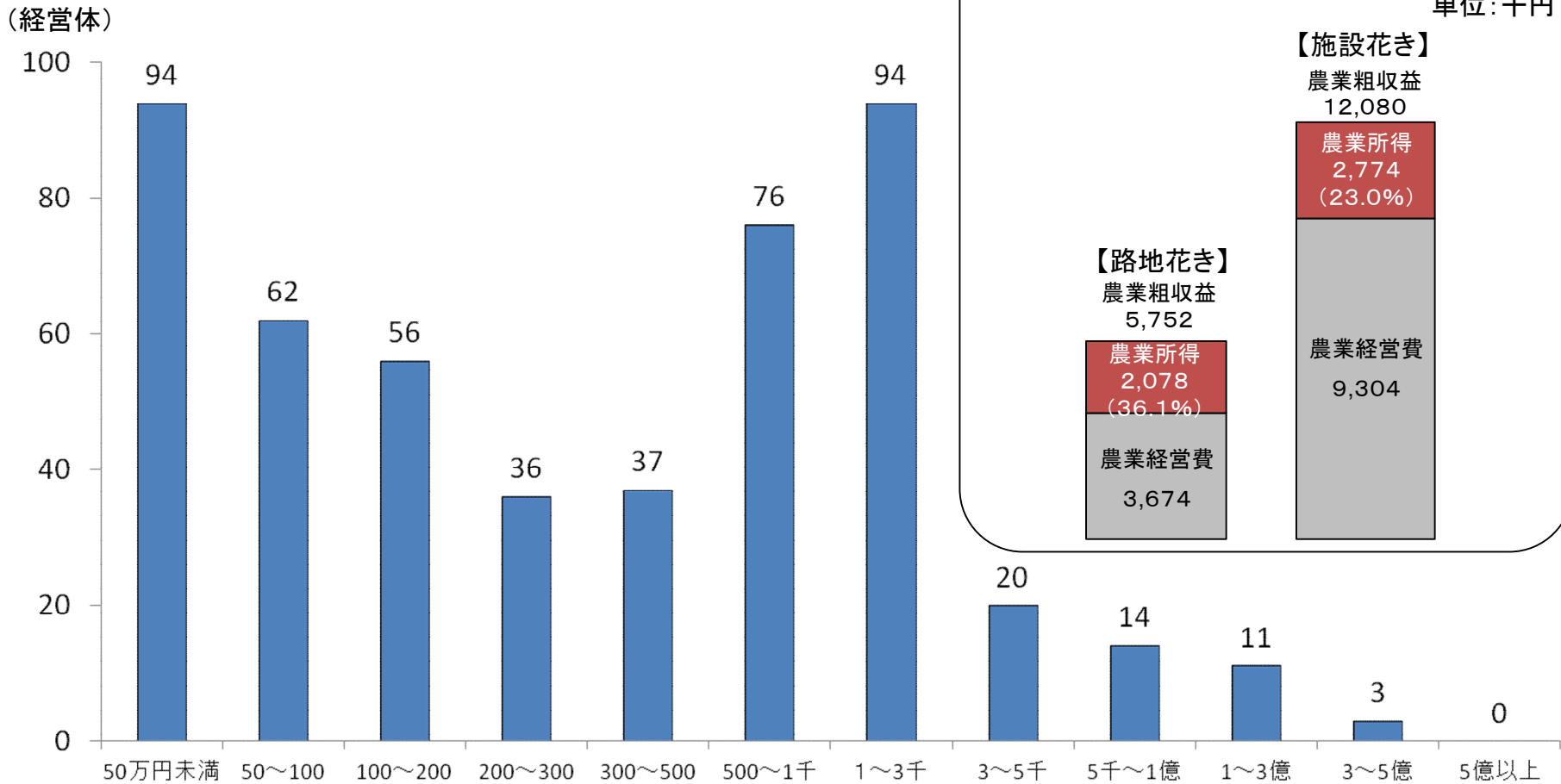


* 農業粗収益: 農業経営から得られた総収入額のこと
農産物の販売収入、農業生産現物家計消費額(家計で消費された生産物の総額)、共済、補助金、などが含まれる

花き・花木が主の経営体

**花き・花木農家は、
小規模農家と1千万円以上を売り上げる農家に大きく二分**

岐阜県における花き・花木を主とする農業経営体の販売金額規模別農業経営体数

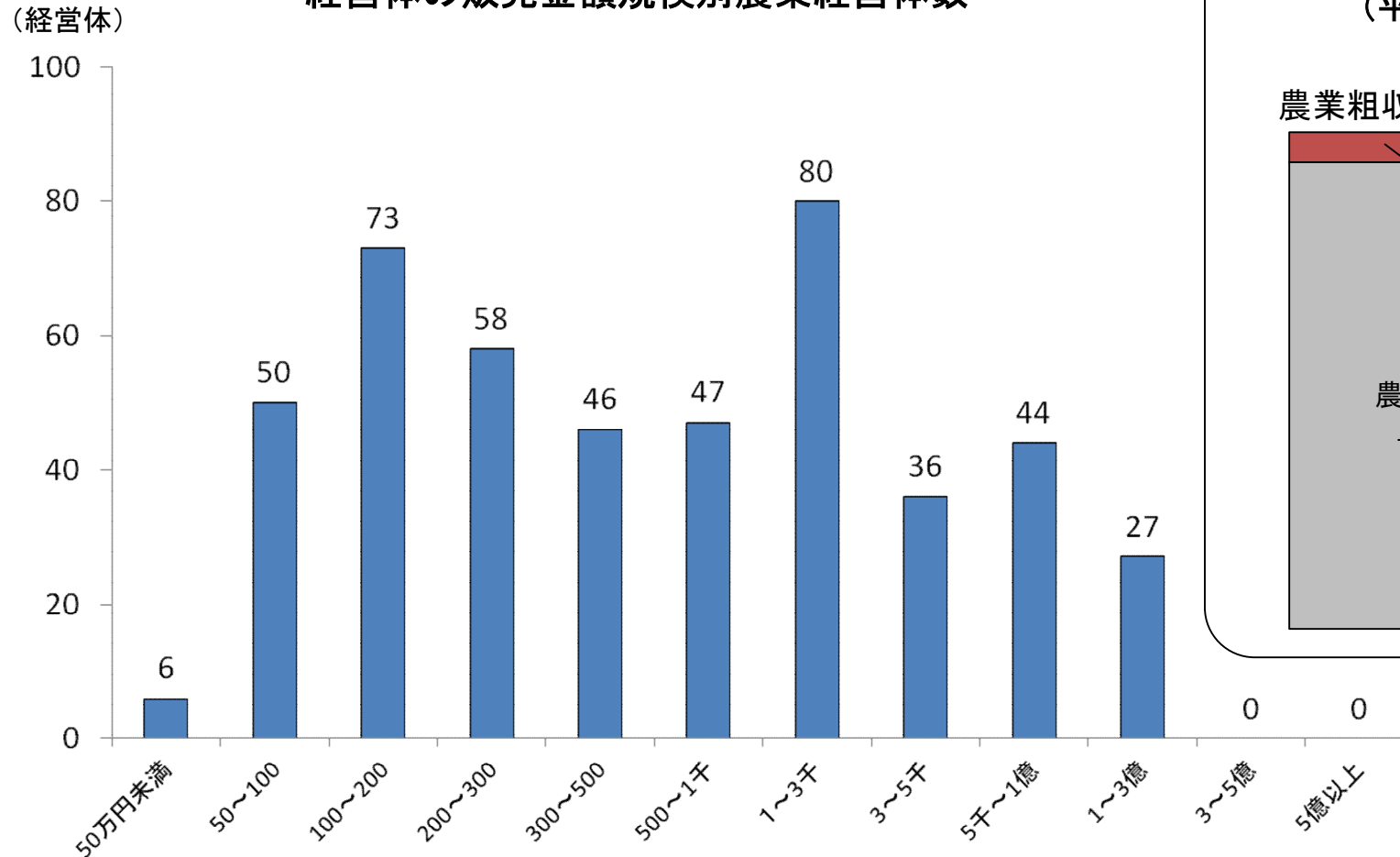


出典: 2010年世界農林業センサス、農業経営統計調査(農林水産省)

肉用牛が主の経営体

肉用牛の農家は売上も大きいが、それなりの経費も必要

岐阜県における肉用牛を主とする農業経営体の販売金額規模別農業経営体数



肉用牛経営(全国平均)における農業粗収益(平成21年)

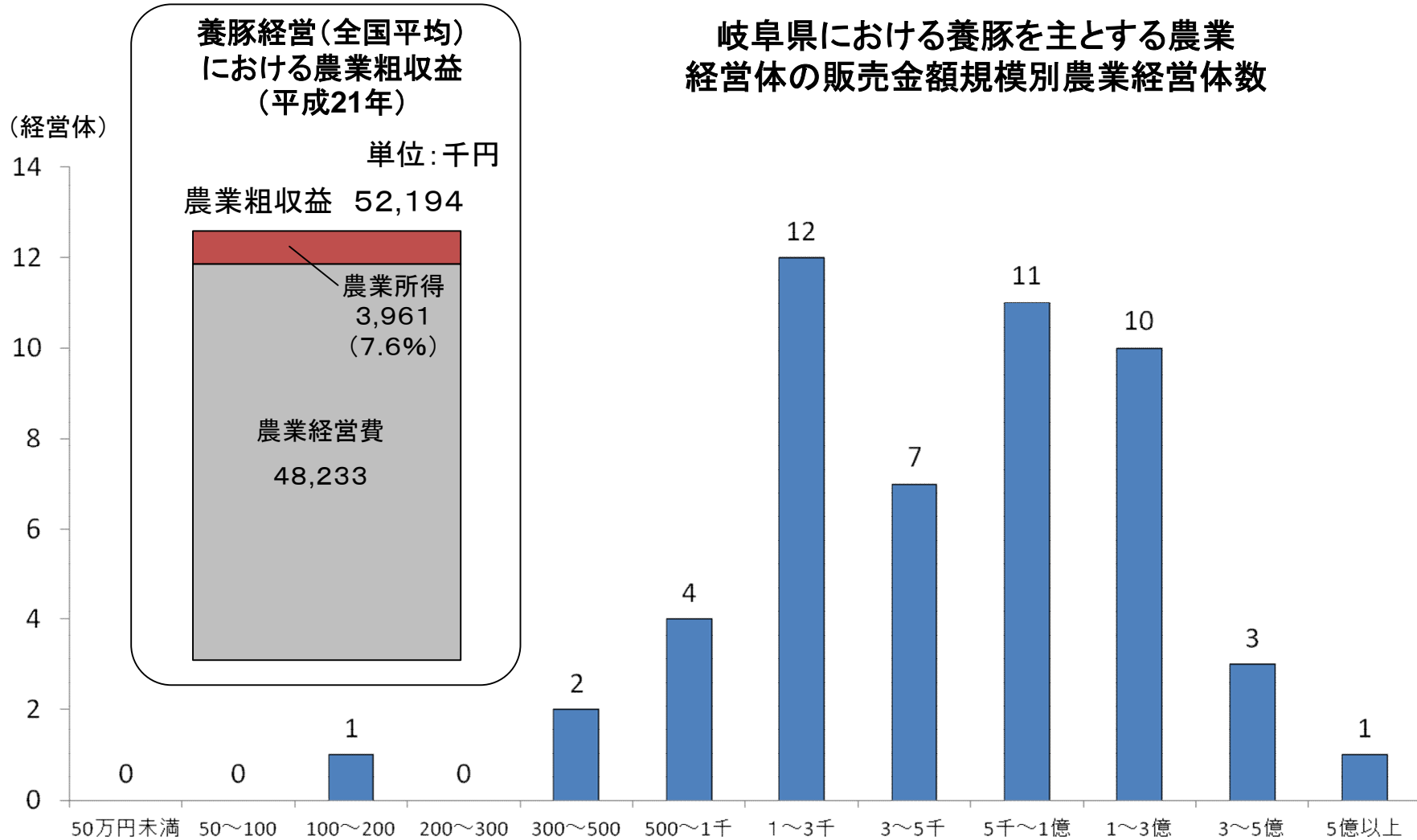
単位:千円

農業粗収益 19,645



養豚が主の経営体

養豚農家も売上は大きいが、それなりの経費も必要



出典: 2010年世界農林業センサス、農業経営統計調査(農林水産省)

第2章のまとめ

- ◆ 本県には、夏秋トマト、夏ほうれんそう、飛騨牛をはじめとした、全国的にも知名度が高い園芸・畜産品目がある
- ◆ 新規就農者や農業法人も園芸・畜産農業に集まる
- ◆ 園芸・畜産農業では高い農業所得をあげている経営体も多いが、設備投資など多くの経費も必要

○園芸・畜産農業は、県内の主業農家の3／4を占め、所得も多いが、必要経費もかかる。

○また新規参入も多く、全国的に競争が激しい分野。

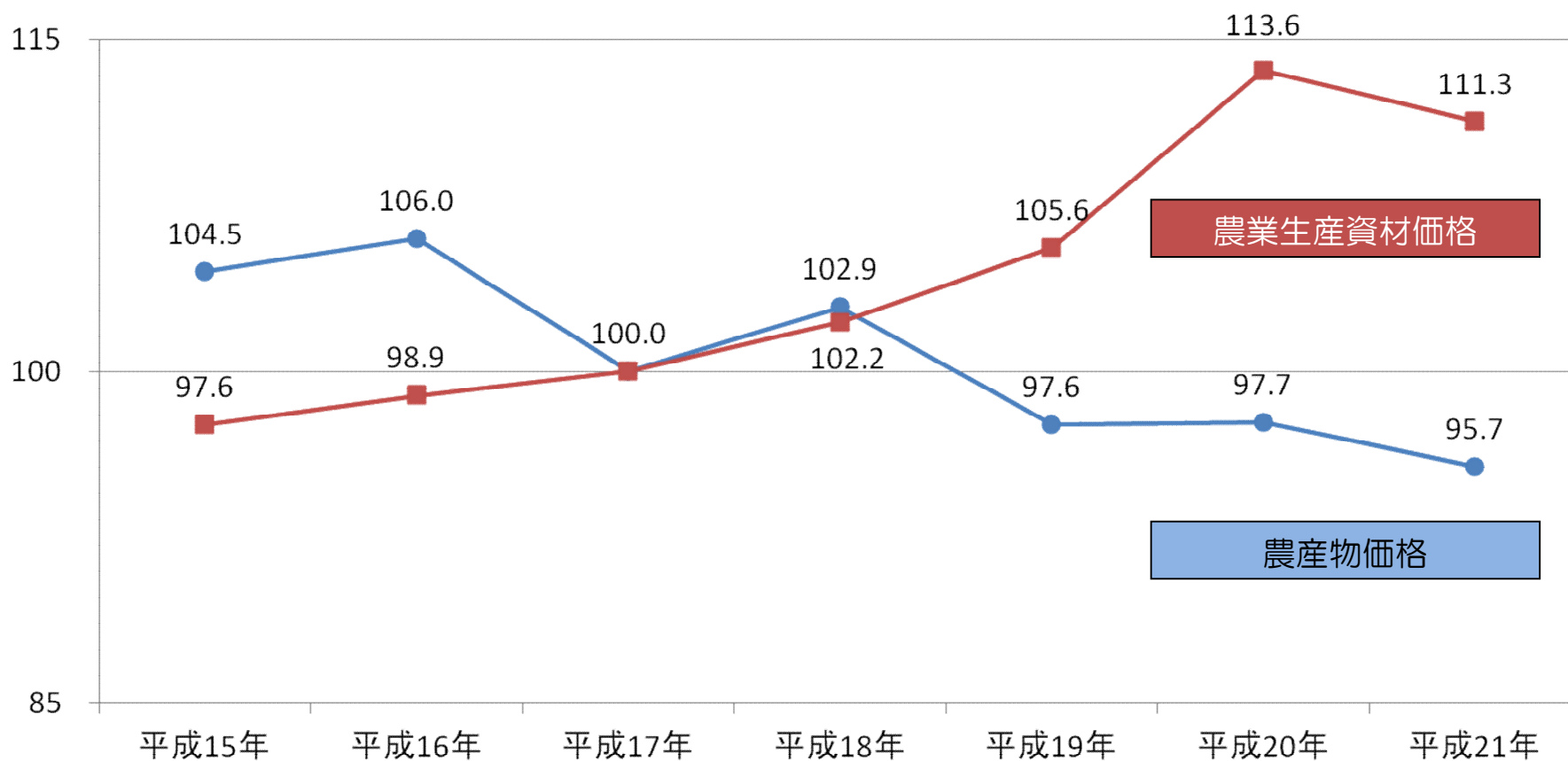
第3章

農業所得をあげるための取組

農産物の値動き

農産物の価格は下落傾向にある中、資材の高騰が進んでおり、全般に利益の生まれにくい環境になっている

年次別価格指数 ※H17を100としたときの指数



出典：農業物価統計(農林水産省)

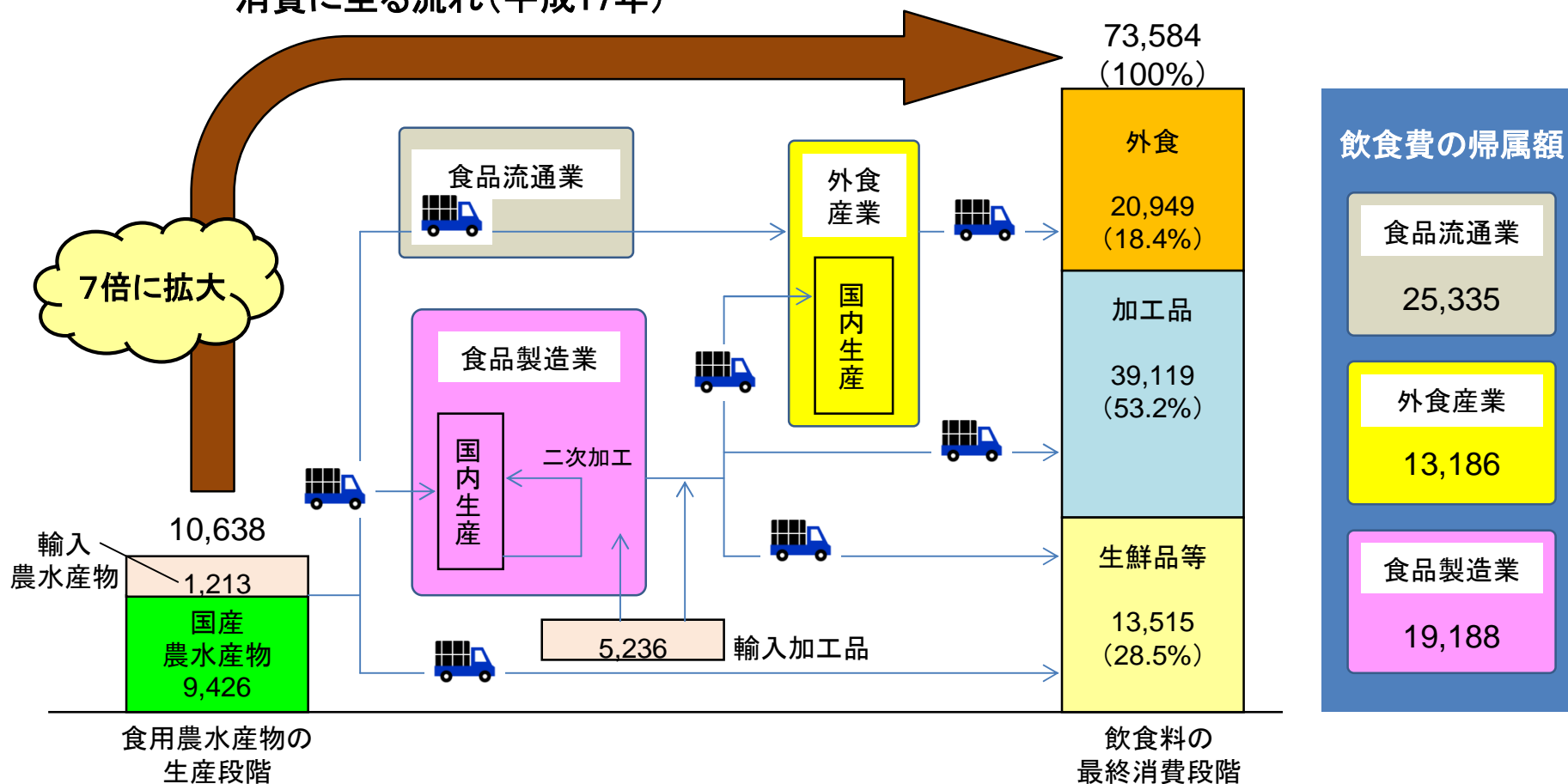
農産物の付加価値①

農家がこれまで以上に所得をあげるためには、
農産物生産以外の分野へ入っていく必要あり

農産物の付加価値化が必要

食用農水産物から飲食料の最終消費に至る流れ(平成17年)

(単位:10億円)



出典:総務省他9府省庁「産業関連表」を基にした農林水産省による試算より

農産物の付加価値②

【付加価値】 ◆高品質で競争力の高い農畜産物の生産
◆加工品にして農産物(原料)の単価を上げる

特長のある品目づくり(例)

【果宝柿】

袋掛けを行い樹上で完熟させた「袋掛け富有柿」の中から、大きくて糖度が高いものを厳選

【龍の瞳(米)】

コシヒカリの1.5倍の大粒、甘み、香り、強い粘りが特徴

【宿儺かぼちゃ】

ホクホクした食感と甘みが特徴の飛騨地域特産のかぼちゃ

【霜降り豚】

肉汁の流失が少なく筋肉内に「霜降り」の多い豚肉

【夏いちご】

いちごの少ない夏場に高冷地の冷涼な気候を活かして栽培



宿儺かぼちゃ

加工品(商品)開発(例)

円空さといも
(関市)



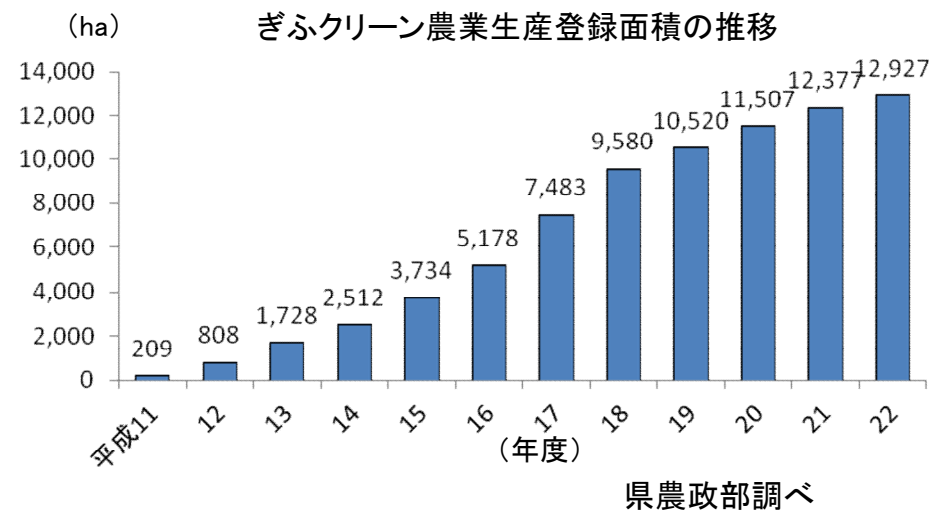
円空里芋焼酎

にんにく
(山県市)



ハンバーガー

安全・安心な農産物づくり(例)



農産物の付加価値③

研究開発により農畜産物の高付加価値化を図る

【夏秋イチゴの生産】

◆ 国内のイチゴ生産は、ほとんどが12月～翌年5月に集中しており、6～11月にかけては、外国(主にアメリカ)産に頼っている状況



近年、安全・安心の面から国産農産物に対する需要が高まっている

◆ 高原地帯(郡上市高鷲町、高山市丹生川町等)の夏期冷涼な特性を活かして、夏秋どりイチゴの生産導入を図る



果実が大きい「すずあかね」

夏秋イチゴの品種選定試験

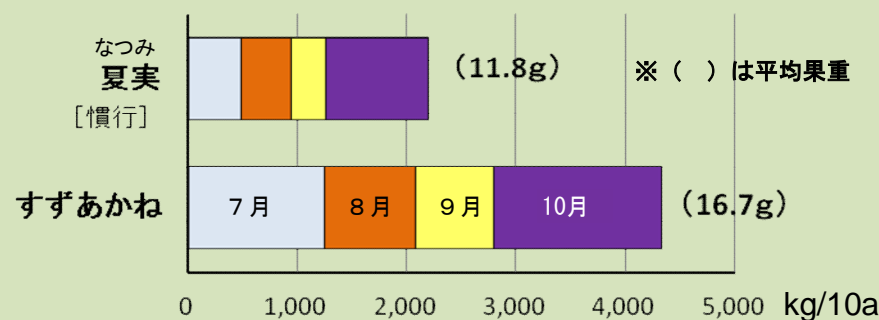
★「すずあかね」の特徴

- ①長日・高温条件でも出蕾が安定
- ②慣行品種より大果で高収量が期待できる
- ③芽かきが不要で、省力化が図られる → 面積の拡大



高収益が期待できる

「すずあかね」の収量と平均果重



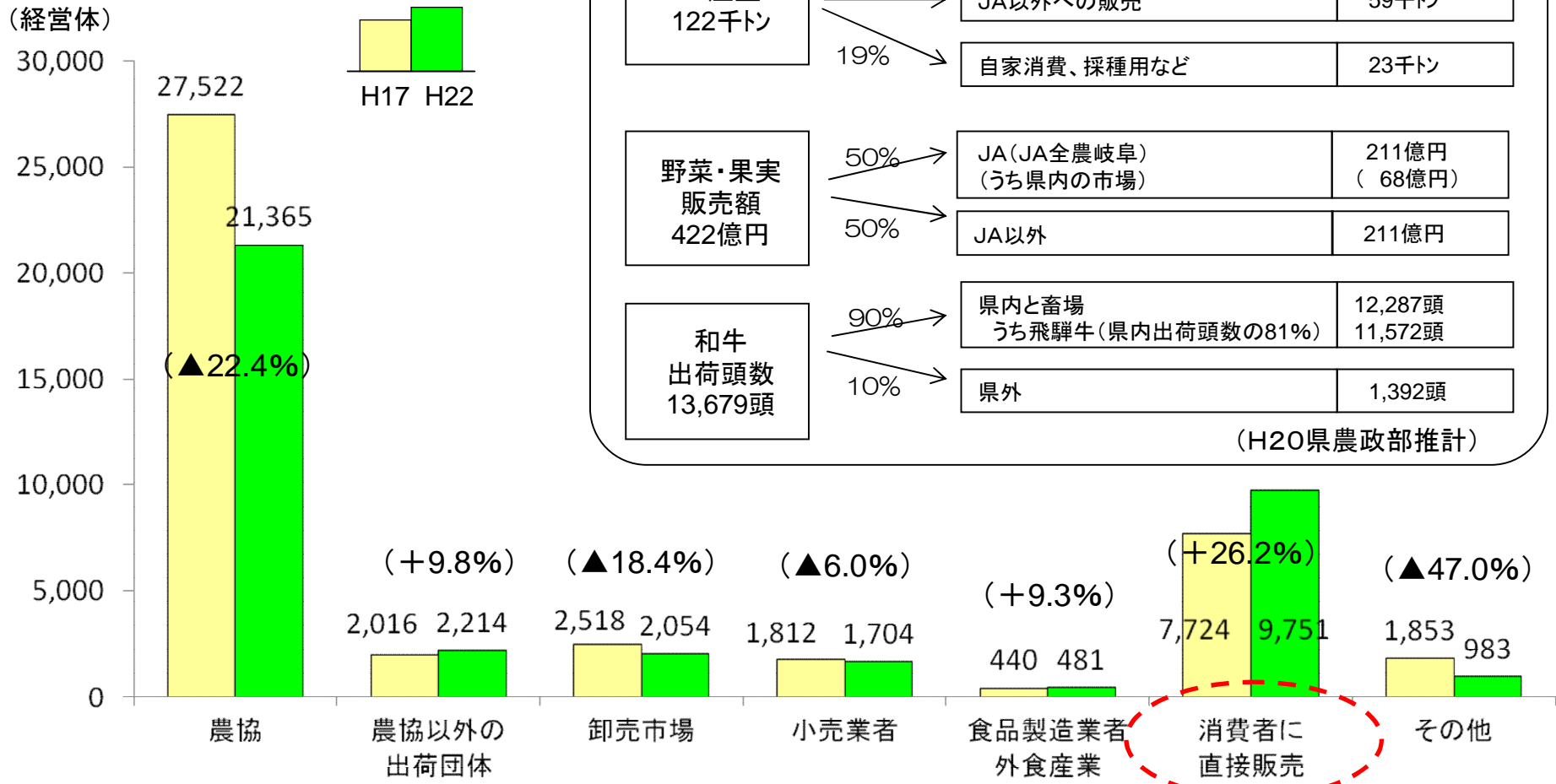
【高付加価値化に向けた取組例】

- 米、野菜、果樹、花などの新品種の育成や機能性の解析による新商品の開発
- 機械化や自動制御などにより、高齢化にも対応する作業負荷の低減と安全性の確保
- 地球温暖化に対応する野菜の生産技術の開発

流通・販売①

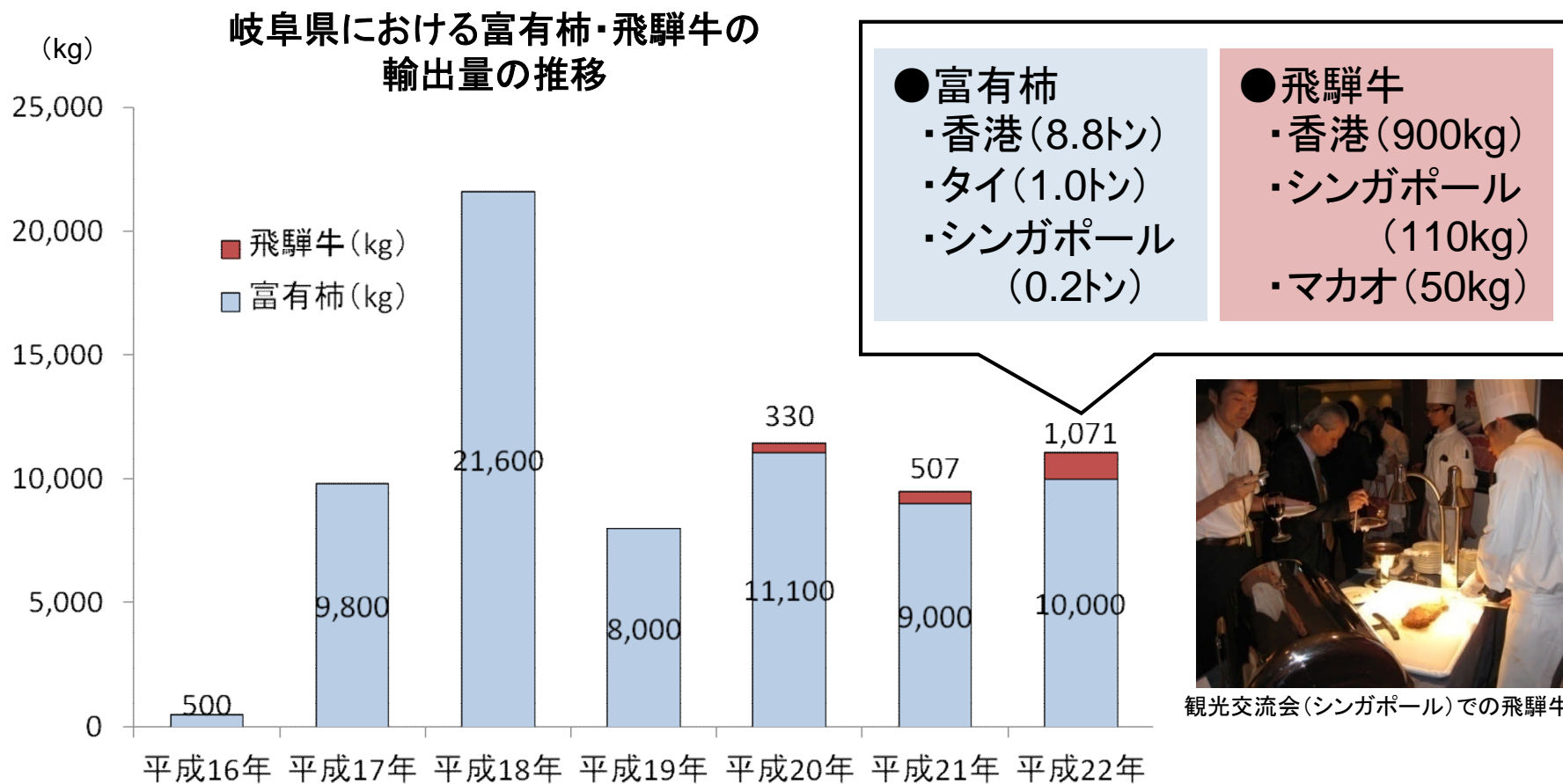
流通・販売の中間マージンを除き利益をより確保するため、消費者に直接販売しようとする動きが高まっている

岐阜県における農産物の出荷先別農業経営体数



出典: 2010年世界農林業センサス

海外の富裕層をターゲットに 農産物を輸出する取組も広がっている



農産物の輸出は今後もアジアの富裕層をターゲットに推進

背景

- 少子高齢化に伴う国内マーケットの縮小
- 経済発展の著しいアジアにおけるマーケットの拡大
- 海外での評価による国内でのブランド力の向上

方針

本県農産物の出荷額の向上を図るため、既存の国内での流通・販売に加え、海外へも販路を拡大する

- ◆ アジア地域をターゲットとして貿易条件等を総合的に勘案し、相手国との条件整備を進める
- ◆ 継続的な輸出が可能となった段階で、県輸出協議会などにより民間主体へと移行
- ◆ 輸出の促進と、外国人観光局による県内での消費拡大の両方の効果をねらう
- ◆ 一方で民間事業者による主体的な輸出を促進する

体制

岐阜県農林水産物輸出促進協議会

- 設立：平成16年9月
- 構成団体：県、全農岐阜、県食品産業協議会、ジェトロ岐阜、県産業経済振興センター、県園芸特産振興会、飛騨牛銘柄推進協議会、県商工会連合会

国・地域別の方針(抜粋)



岐阜県フェア(タイ)

★現地消費者のコメント

【柿】

- ・こんな大きな柿、初めて見た。
- ・甘くて美味しい、見た目もきれい。

【飛騨牛】

- ・霜降りが大変美しく、柔らかくて、とろける様な食感。大変美味しい。

【香港】

- ◎ 富有柿、飛騨牛、米の取り扱い店舗及び数量の拡大
- ◎ 店舗での加工食品の定番化
- ◎ 民間事業者自らによる輸出の拡大

【タイ】

- ◎ 富有柿の検疫対策、販売拠点の構築
- ◎ 飛騨牛の流通経路・販売拠点の構築

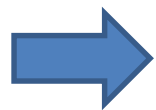
【シンガポール】

- ◎ 富有柿の販売拠点の構築
- ◎ 飛騨牛の流通経路・販売拠点の構築

農業所得を上げるために必要なこと

① 作り方の見直し

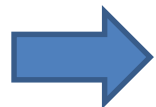
- ・・・付加価値により農産物の単価をあげる



強い農業づくり

② 売り方の見直し

- ・・・流通・販売の見直しにより売上を伸ばす



攻めの農業の展開



農業経営者自らによる加工・販売への取組や、商工業者と連携した商品開発など「農業の6次産業化」を目指す必要がある

【6次産業化】

農業者が農畜産物の生産(1次産業)だけでなく、食品加工(2次産業)、流通・販売(3次産業)にも取り組み、生み出された付加価値を農業者自身が得ることにより農業を活性化させる取組。農業者が商工業者と連携して加工・販売に取り組む農商工連携や、農村の地域資源を活用したグリーン・ツーリズム等新たな産業の創出も6次産業化に含まれる。

県内の先進事例

- 【事例1】 農業者自らによる6次産業化
- 【事例2】 農商工連携による特産品づくり
- 【事例3】 企業からの農業参入

<事例1：農業者自らによる6次産業化>

(有)橋場農園

高山市丹生川町

(1) 経営概要

- ◆夏秋トマトと菌床シイタケの組み合わせにより、農産物の周年出荷体制を確立

・夏秋トマト(3ha)、・菌床シイタケ(11万ブロック)
→ パートも含め25人を雇用

※夏秋トマトの新技术導入に積極的で、暖房機を利用した早期栽培や低段密植栽培、不耕起栽培などにより、単収向上や省力化を可能にしている。

- ◆トマトジュースの製造・販売にも取り組み、多角的な経営を実施

・加工量 約20トン …(商品名「めいのさらだ」、「ピコ」)

(2) 経営方針

- ◎ おいしいトマトをつくる
- ◎ 年間雇用を維持する
- ◎ 従業員が会社に勤めているという意識を浸透させる

(3) 特筆事項

- ◎平成12年には、経営の高度化や社会保障の充実を図るため法人化
- ◎ ほ場ごとに責任者を置き、栽培管理の意識を徹底させている
- ◎ 今年からミニトマトのジュース加工を、アグリギフト(別組織)で販売



橋場代表取締役(中央)



トマトハウス(不耕起栽培)

6次産業化のメリット

◆商品（農産物）の付加価値づくり

【トマト】 ※1c = 4kg

C品（市場出荷単価目安* 690円～ 1,300円/c Av.990円/c）

D品（市場出荷単価目安* 450円～ 920円/c Av.710円/c）



【トマトジュース】 ※C品、D品を中心にジュース加工

1,200円/c と同等の手取り（約 200円/kg）



ミニトマトを原料にした「ピコ」

* 市場出荷単価目安は、本年8/1～8/31までの大阪市場での岐阜県産夏秋トマトの値動きを聞き取りしたもの

◆直売による手数料削減

・インターネットによる直接販売により、委託販売に係る中間マージンを削減

◆経営者としてのスキルアップ

- ・消費者の声や取引業者等の声を直接聞くことで、販売商品のほか、原料である農産物についても、より良いもの（高品質、安全性等）を追求する意識が向上する
- ・インターネットなど新たな販売方法を取り入れることで、利益率を向上させる

経営の課題等

- ・商品は口コミで広がるものをつくらないといけない、そのためには感動させること
- ・伝え聞いた人は当然良いものを期待する、それを超えるものを提供しないと次に伝わらない
- ・大手企業とはコスト面で太刀打ちできない、味で違いを出すしかない
- ・ジュースにしても作って出荷するだけでは面白くない、自分で責任を持って商品開発を続ける

<事例2：農商工連携による特産品づくり>

<農業経営体>

(有)ひるがのラファノス

郡上市



<中小企業>

(株)ひるがのドリーム

郡上市

(1) 経営概要

- ◆役員 3人、従業員 4人
- ◆主な事業内容

◎農産物の生産

主な作目(栽培面積、生産量)

- ・だいこん(20ha、1,000トン)
- ・にんじん(3ha、75トン)
- ・ジネンジョ(1.5ha、0.35トン)

◎農産物の加工、販売

- ・漬物(だいこん、にんじん)
- ・切り干し(だいこん)

- ◆全収穫物の10%程度を農協に、残りを市場の業者や食品加工業者に販売
このほか、ひるがのSAでの直売も行っている(※HPより抜粋)



ほ場の様子

(1) 経営概要

- ◆役員 7人、パート1人
- ◆主な事業内容

◎「ひるがの高原春まちにんじんジュース」の製造・販売

- ・ジュース10,000本(720ml/本)



※H23年度製造量

- ・720ml …… 4,500本
- ・500ml …… 2,500本
- ・180ml …… 10,000本



にんじんジュース

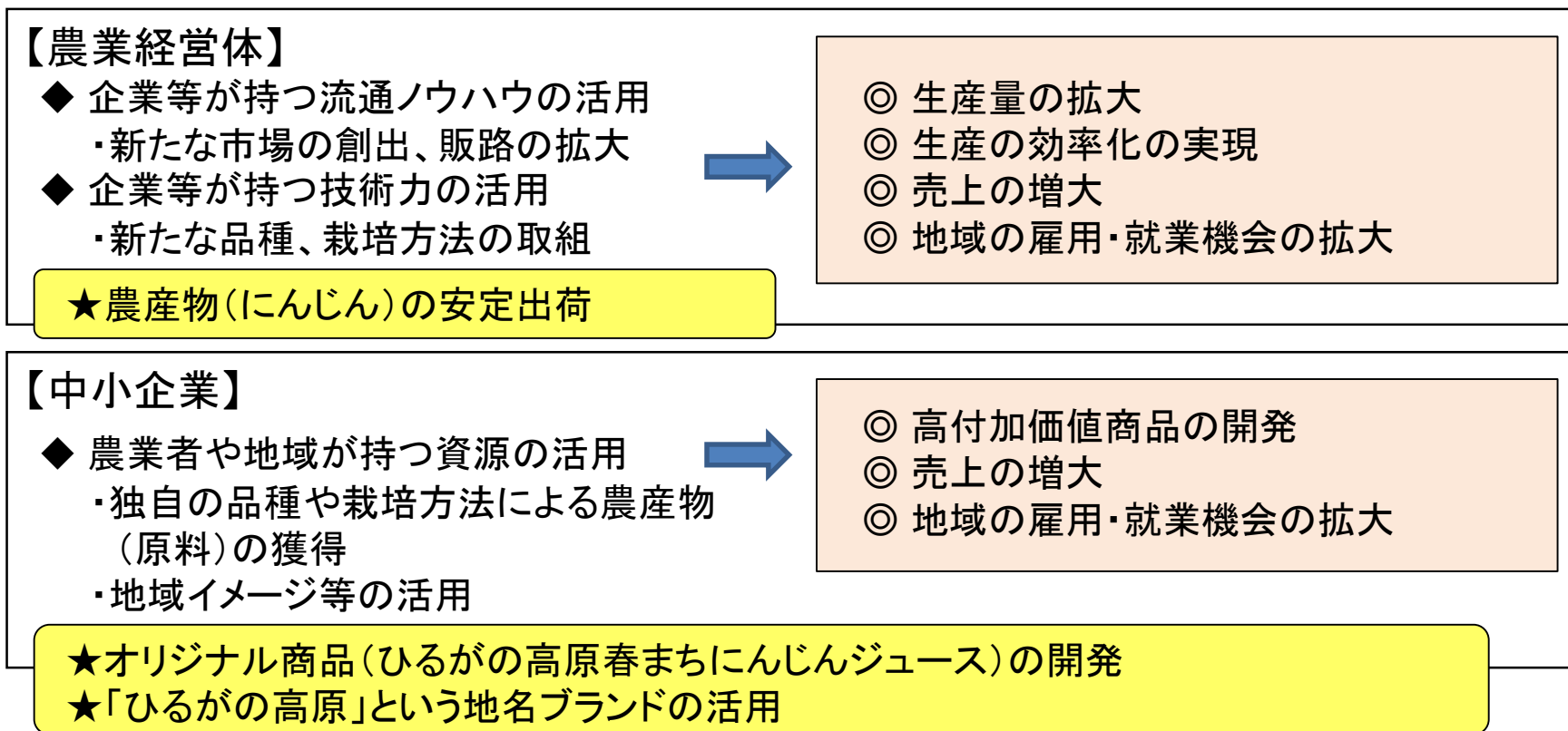
(2) 特筆事項

- ◎ 平成22年8月から(財)岐阜県産業経済振興センターの「農商工連携ファンド事業」を活用し、ひるがの高原春まちにんじんを使用したジュースの販路開拓・拡大を実施

農商工連携とは

農山漁村の6次産業化の一つである農商工連携は、農山漁村地域の特色ある農林水産物、美しい景観など、長い歴史の中で培ってきた貴重な資源を有効に活用するため、農林漁業者と商工業者の方々がお互いの「技術」や「ノウハウ」を持ち寄って、新しい商品やサービスの開発・提供、販路の拡大などに取り組むもの
(農林水産省HPより)

農商工連携のメリット



農商工連携の課題

- ◆ 農業経営体と企業の間には資本力の差があり、対等な関係が築きにくい
- ◆ 農業経営体が、農商工連携を活用しようとする意識の向上が必要

農商工連携の事例

農商工連携に関する県の支援事業により始まった 新商品開発は、これまでに30件ほど

【中山間地域農業活性化モデル支援交付金】の活用(3件)
※平成20年～21年(山縣市、等)

地域名	取組内容
山口市	山口市産のにんにく「元気玉」を使った新商品(元気玉バーガー)を東海4県のファミリーマートで販売

【岐阜県農商工連携ファンド】の活用(8件)
※平成21年～23年(八尋産業、等)

中小企業者	農林漁業者	商品開発の内容
八尋産業(株)	長谷川幸鑛	モロヘイヤ、大葉若葉、里芋の乾燥及び冷凍加工食品

【農商工等連携事業計画認定】(12件)
※平成20年～23年(亀山酒店、等)

中小企業者	農林漁業者	商品開発の内容
(有)亀山酒店	間宮 勝	円空芋を活用した「円空芋焼酎」の商品化



円空芋焼酎

■参考

国(経済産業省)の認定による
支援措置の活用事例(7件)
※平成19年～

中小企業者	地域資源
(有)レイク・ルイズ	美濃ハツシモ
商品開発の内容	
ハツシモを100%使用した米の麺「ベーめん」の製造・販売	

<事例3：企業からの農業参入>

農業生産法人

わかば農園株式会社

岐阜市

(1) 経営概要

- ◆ 業務用カット野菜、刺身用大根つまの製造販売、大葉、パセリなどの契約販売
 - ・大根つま 日量20～40トン生産(年間9,000トン)
 - ・カット野菜のサラダ等 2～3万カップ
 - ・野菜工場のベビーリーフ 日量約80kg

<原材料として>

- ◆ 広域に展開する直営農場(主にダイコン) ……約320ha
- ◆ 社屋屋上の野菜工場にて水菜やベビーリーフなどを水耕栽培 ……25a
- ◆ 工場に併設のハウスにてトマト(大玉、中玉、ミニ)の水耕栽培 ……27a

(2) 経営目標

- ◎ 5年以内に売上50億円を目標
- ※昨年期の売上 約25億円

(3) 特筆事項

- ◎ 従業員約250名
- ◎ 従業員の託児所併設(保育士勤務)
- ◎ 耕作放棄地の解消に貢献



三浦社長(中央)



社屋屋上の野菜工場

農業参入のメリット

- ◆ 天候や時期により市場価格(仕入価格)や取引量が不安定になるリスクを解消
- ◆ 安全・安心なイメージを、消費者や取引先に伝えられる
- ◆ 原材料からのこだわりの製品づくり(付加価値づくり)が可能

- 平成14年 県内初の株式会社による農業生産法人を取得
- 平成15年 岐阜市が農業経営改善計画を認定
(認定農業者となる)

現在、輪之内町を始め、高山市、山梨県北杜市、静岡県袋井市、三重県桑名市、などで直営農場を展開



直営農場での作業風景

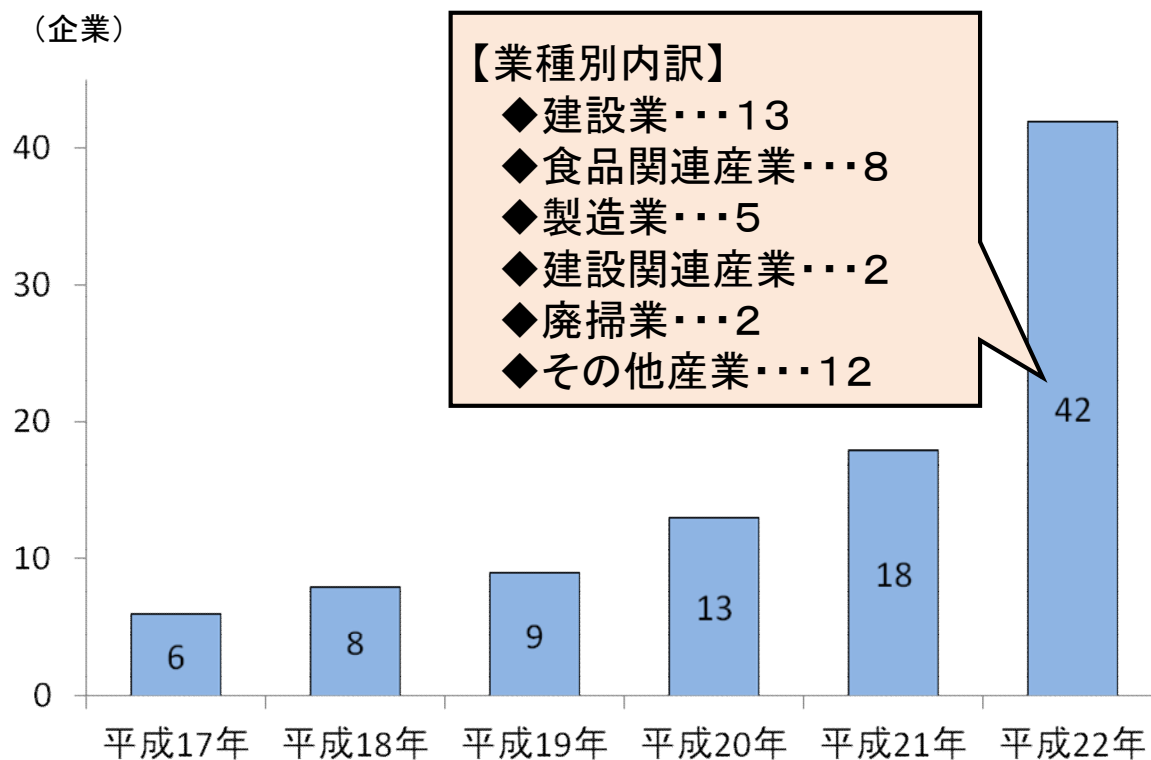
経営の課題等

- ◆ 商品の安定供給ができないと会社は成り立たない(取引相手との信頼関係)
- ◆ 特に食品を扱う会社なので、信頼関係が一番大事
- ◆ 農業だけの経営では厳しい。売る方法や相手先を考慮し、それに合わせた加工商品を作ることが重要(農業の6次産業化)
- ◆ 農地をまとめて効率化したいが、天候リスクが大きくなってしまふ
- ◆ 国産の野菜で勝負していきたい
- ◆ 農業生産においては、トマトの年中穫りや水耕栽培における技術の向上が必要
→ 県の農業試験場から技術提供

農外企業の参入

このような農業参入企業数は年々増加しており、
新たな担い手として期待

岐阜県における農業以外の分野から
農業参入した企業数の推移



出典：県農政部調べ



(有)レイクルイーズ、海津市、県の三者協定

地域農業の振興に向けた 企業活動に係る協定書

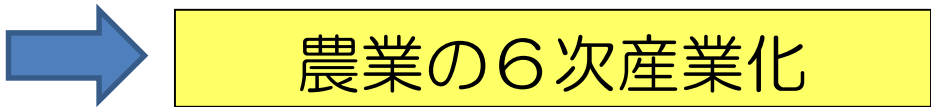
<企業側のメリット>

- 参入地域の地権者や農業者の信頼を得やすく、農地の確保がしやすくなる
- 行政から技術的な支援や、空き農地等の情報が受けやすくなる

<行政側のメリット>

- 地域特産物の生産や開発につながる
- 農業の担い手が確保できる
- 地域の雇用につながる

第3章のまとめ

- ◆ 農作物を作るだけでは利益が生まれにくい構造となっている
- ◆ その様な状況の中、農業者が利益を生むためには「加工」「流通」「販売」の分野に、どれだけ入っていけるかが課題 
- ◆ 近年は、農協系統出荷以外の販売方法も徐々に広がりつつある
- ◆ 県内の先進事例における共通部分
 - ・ 農産物の生産だけでなく、流通・販売を含めて農業経営としている
 - ・ 顧客志向や他産業のノウハウを取り入れ、生産性の高いビジネスモデルを構築している

第4章 本日の発表のまとめ

本日の発表のまとめ

- ◆ 主業農家の割合は低いが、本県には夏秋トマト、夏ほうれんそう、飛騨牛をはじめとした、全国的にも知名度が高い園芸・畜産品目がある
- ◆ 農作物を作るだけでは利益が生まれにくい中、農業者が利益を生むためには「加工・流通・販売」の分野にどれだけ入っていきけるかが課題



県の方針

- ◎ 付加価値により農産物の単価をあげる
- ◎ 流通・販売の見直しにより売上を伸ばす

強い農業づくり・攻めの農業の展開

ぎふ農業・農村基本計画より ①

1 強い農業づくり推進プロジェクト

<重点品目の振興>

■全国的にみても出荷額や市場評価が高く、農業所得向上につながることを期待される5品目（夏秋トマト、夏ほうれんそう、えだまめ、かき、飛騨牛）と、水田の有効活用品目として、今後、需要の拡大が見込まれる新規需要米（米粉用米、飼料用米）を重点品目として位置づけ、品目ごとに目標を明確にして強力に振興

【夏秋トマト】

<振興方向> : 市場出荷量の増大

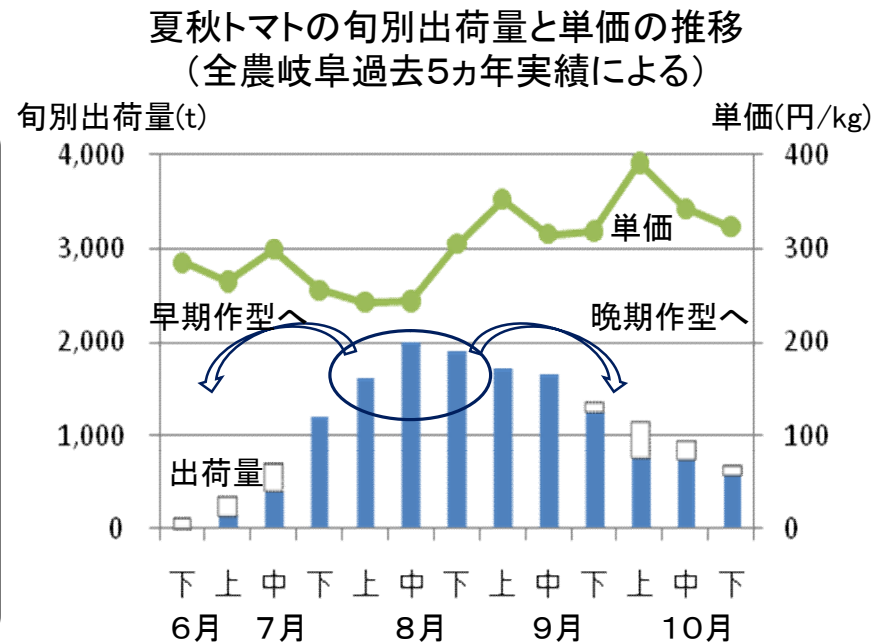
目標 ◎ 夏秋トマト出荷量
12,364t(H21) ⇒ 14,500t(H27)

産地自ら産地活性化計画を策定

・普及指導員による高い収穫量をあげる農業者の技術移転、時期別出荷量を平準化させるための早期・晩期作型の導入を拡大

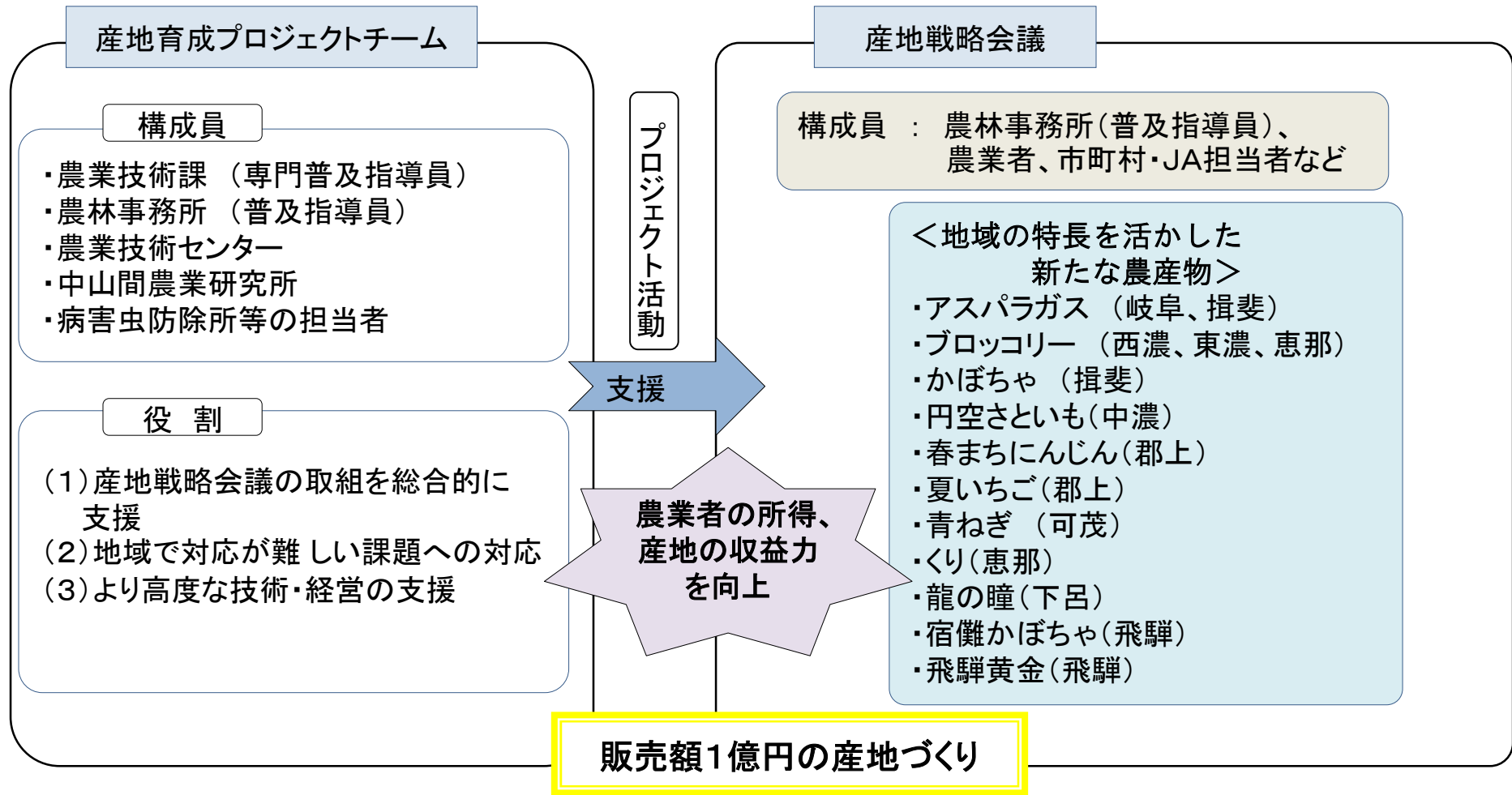
・安定生産技術や収量の高位平準化技術などの確立・普及

「10トンドリ」(10t/10a)



<販売額1億円の新たな産地づくり>

- 産地育成プロジェクトチームの支援のもと、各地域に産地戦略会議を設置し、新たな農産物の産地育成計画を策定するとともに、普及指導員の持つ高度な専門力を発揮した普及活動を展開することにより、販売額1億円を目指した新たな産地づくりを推進



目標 ◎新たに育成する品目数 H23年度から平成27年度までに11品目

ぎふ農業・農村基本計画より ②

2 攻めの農業展開プロジェクト

<首都圏・海外での販売促進>

- 本県が誇る飛騨牛や富有柿などのさらなる知名度向上のため、首都圏でのPRや販売拠点の拡大を推進。また、「観光・食・モノ」を一体化したトップセールスなど情報発信力の高い手法を用いたPR活動の展開により、飛騨牛、富有柿など県産農畜産物の輸出を促進

かき(柿) <振興方向> : 東京市場*でのシェア1位を獲得

- ◆ 首都圏における量販店や高級果実専門店などでの「果宝柿・富有柿」PRキャンペーンの展開
- ◆ すでに継続輸出している香港に加え、タイ・シンガポールをはじめとするASEAN地域における「観光・食・モノ」を一体化したPRを展開するとともに、検疫に対応した生産及び輸送体制を整備し、輸出を拡大
- ◆ 柿園をまとめて管理する組織の設立やオペレータ養成を支援し、園地集積を促進。間伐など基本技術の徹底などによる収量確保と食味の良い「早秋・太秋」など早生新品種の導入促進

目標 ◎ トップブランド「果宝柿」の販売数: 189個(H21年度) → 5,000個(H27年度)
◎ 富有柿の年間輸出量: 9t(H21年度) → 30t(H27年度)



果宝柿

飛騨牛 <振興方向> : 知名度ランキングTOPを獲得

- ◆ 集客施設におけるフェアの開催や、量販店など販売拠点の拡大により、首都圏での販売を促進。視聴率の高いテレビ番組などでのプレゼントや雑誌掲載などでPRを展開
- ◆ 香港における飛騨牛推奨店や量販店でのフェア開催による販売量増加、シンガポール・タイなどでの飛騨牛プロモーションを通じた販路確保など輸出を拡大
- ◆ 空き牛舎の活用や整備、交雑種などからの肥育牛種の転換、肥育技術の向上、能力の高い種雄牛の育成と繁殖雌牛の確保、肥育素牛の導入支援などにより、飛騨牛認定頭数の増加を促進

目標 ◎ 飛騨牛新規取扱店舗数(首都圏): 平成23年度から平成27年度までの5年間で10店舗
◎ 飛騨牛の年間輸出量: 10頭(H21年度) → 60頭(H27年度)

<新たな農業ビジネスの創出>

■ 農業者の所得向上のため、県産農畜産物の付加価値を向上する「農業の6次産業化」を促進。また、開発商品のインターネットを活用した販売など新たな販路開拓を支援

◆ 農業者と商工業者のマッチング

- ・ 農業者自らが生産・加工・販売を行う取組や商工業者との連携による商品開発などの取組など6次産業化を促進するため、県内各地域を回るリレー方式での交流会の開催、銀行が行う商談会の活用など、交流・商談の機会を拡大

◆ 商品開発への支援

- ・ 商品開発を行う事業者に対し、国が設置するプランナーの活用のほか、加工や販路拡大など分野ごとに専門的な助言を行うアドバイザーを派遣
- ・ 事業内容に応じ、国の助成制度や県の各種ファンド事業による支援
- ・ 認定農業者、農業法人、女性起業グループなどが行う6次産業化に必要な機械、施設などの整備を支援

◆ 開発商品のPRによる新たな販路拡大

- ・ 開発された商品については、キャラバン隊によるテレビ・出版社などメディアへの売り込みや、量販店・コンビニでの展示販売、首都圏セレクトショップでの出展などにより県内外でのPRを展開
- ・ IT企業と連携し、インターネットを活用した農業者向けセミナーを開催

◆ 県産農畜産物の業務用需要への利用拡大による地産地消の推進

- ・ 県産農畜産物を必要とする飲食店や地元旅館・ホテル、給食事業者、社員食堂と大型直売所、県内卸売市場などとの交流・商談の機会を設け、県産農畜産物の利用拡大を促進

◆ 農村資源の商品化

- ・ 旅行業者などと連携し、農業・農村体験と「岐阜の宝もの」や「じまんの原石」をセットにした新しいグリーン・ツーリズムのモデルコースづくりを推進。



春まちにんじん
ジュース

目標 ◎6次産業化による新たな加工食品開発数(累計) 28品(H21年度) → 80品(H27年度)
◎農産加工により500万円以上の売上げがある農業経営体・団体数
46団体(H21年度) → 71団体(H27年度)

研究員の提案

今回の調査より

強い農業づくり
攻めの農業の展開

を支える担い手の育成・確保が必要

そのためには・・・

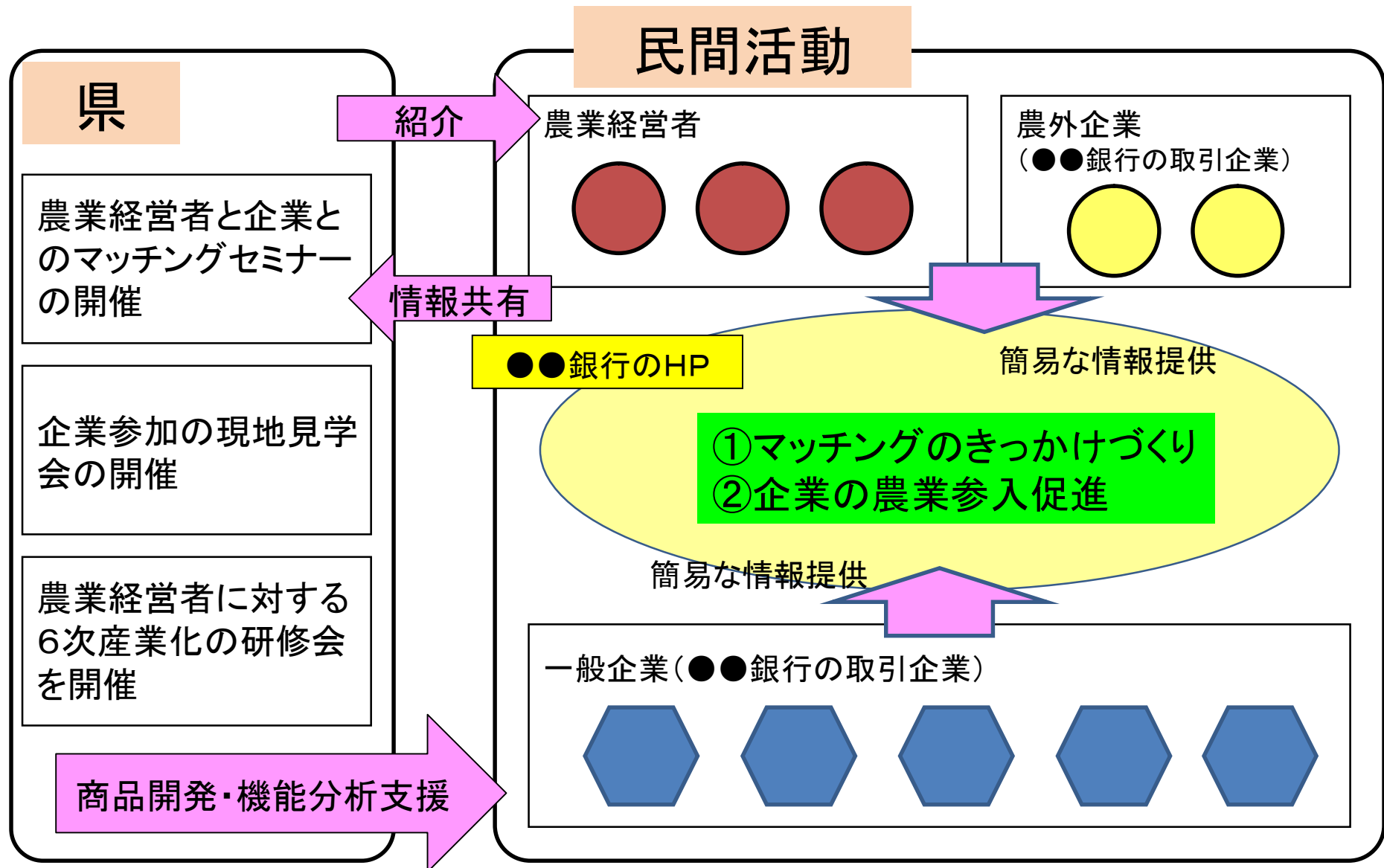
- ① 安定経営に向けて農業所得を増やす
- ② 農業以外の分野からの参入を促進する

2つの取り組みを提案します

【提案1】 「異業種との交流システム」の構築

【提案2】 「企業参入のワンストップサービス」の構築

【提案1】 「異業種との交流システム」の構築



【提案2】

「企業参入のワンストップサービス」の構築

ワンストップで対応

<県レベル> …県、NPO法人、団体等
農業振興＋中小企業関連の部署

◆農地のあっせん

- ・収集した農地情報から、参入企業の条件にあう農地を紹介

◆融資の相談

- ・必要な機械、資材等、初期投資に必要な経費の低利融資を紹介

◆協力企業の紹介

- ・収集した企業の情報から、参入企業が必要としている分野に精通した企業を紹介

◆事業継承のあっせん

- ・既存の農業経営体で後継者がいないところの事業を継承するための仲介

参入希望企業

- 希望する農地がどこにあるのか
- 低金利で融資が受けられないか
- 廃業した農家の資材はないか
- 技術的な支援を受けられないか
- 地元農家とのトラブルは避けたい

<県> 現場での支援

◆技術的な支援

- ・農産物生産に係る技術的な支援

◆地元との調整

- ・地権者や農事改良組合等への仲介

ご静聴
ありがとうございました