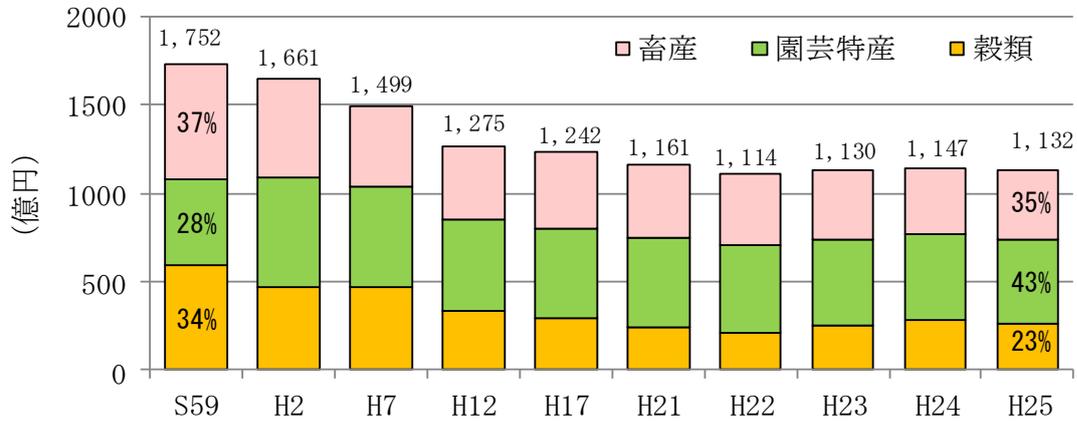


1 農業の成長産業化の実現

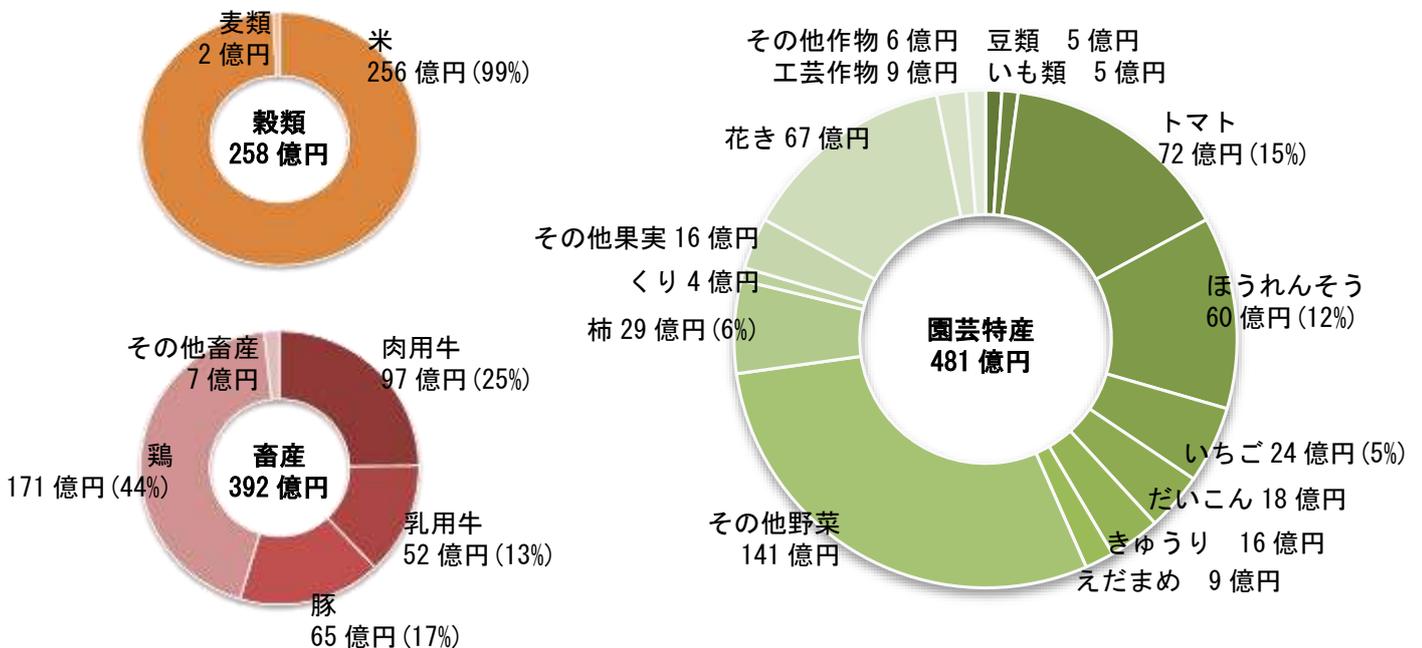
【図 1】 農業産出額の推移（水産関係は含まない）



(農林水産省・生産農業所得統計)

◆昭和 59 年の 1,752 億円をピークに減少傾向が続き、平成 25 年は 1,132 億円となった。穀類の割合が低下する一方、園芸特産品目の割合が増加した。

【図 2】 品目別農業産出額（平成 25 年）



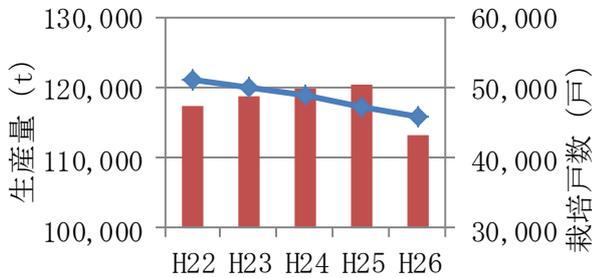
(農林水産省・生産農業所得統計)

◆穀類の産出額の 99%を米が占める。園芸特産では、トマト、ほうれんそう、柿、いちご、の上位 4 品目で産出額の約 4 割を占めている。畜産では、鶏が 44%、肉用牛が 25%を占める。

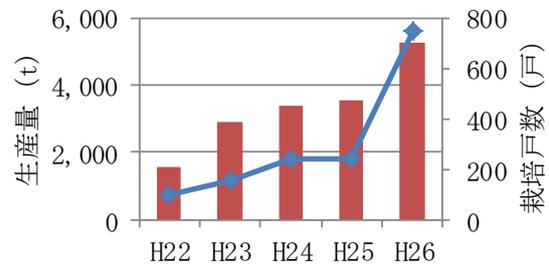
主な品目の生産量、栽培戸数等の推移



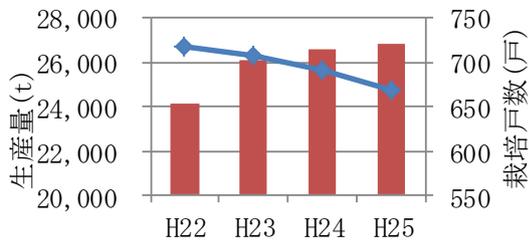
(1) 主食用米



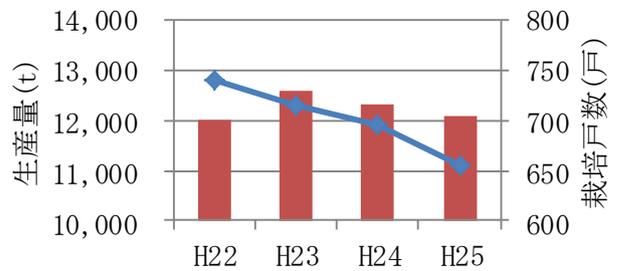
(2) 飼料用米



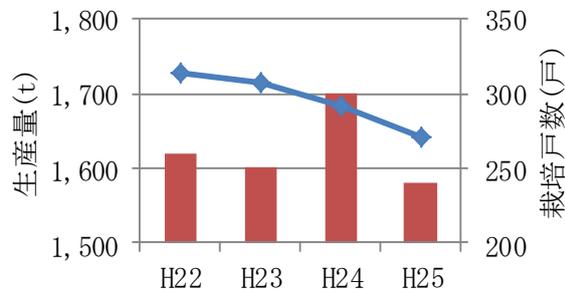
(3) トマト



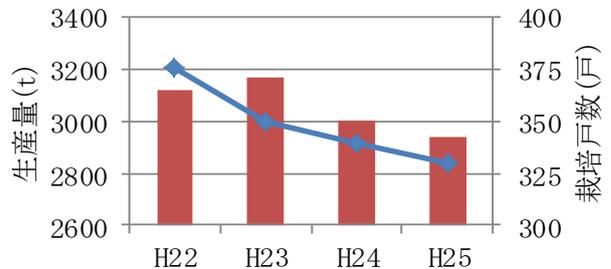
(4) ほうれんそう



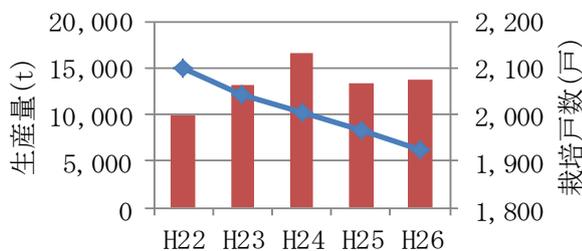
(5) えだまめ



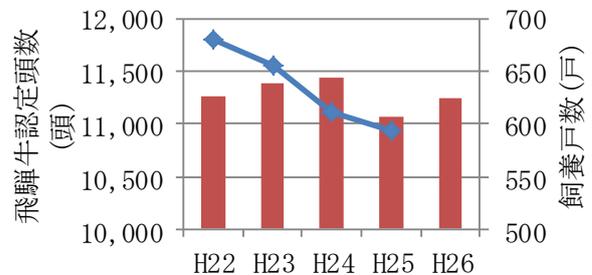
(6) いちご



(7) 柿



(8) 飛騨牛



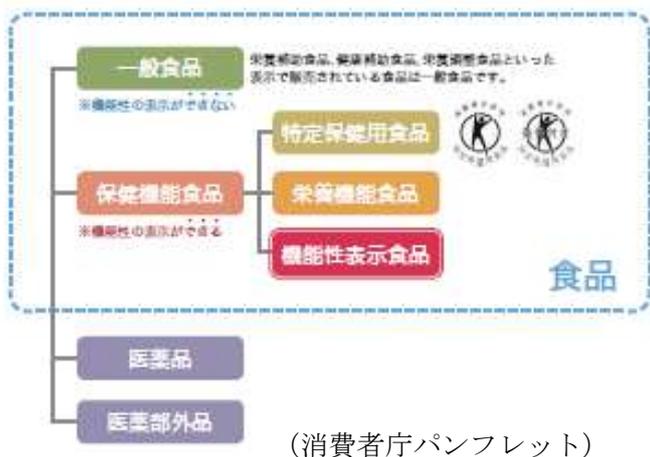
(※出典：農林水産統計、農業共済引受戸数、新規需要米の取組認定状況、全農生販会議資料、野菜生産出荷統計、畜産統計調査、飛騨牛銘柄推進協議会)

《生産性の向上対策》

論点 1 売れる農畜産物づくり

1. 現状と現計画における取組状況

【図3】機能性表示食品制度の開始



◆健康志向の高まりを受け、機能性食品の選択肢が増加。野菜などの生鮮品も対象。(H27.4 施行)

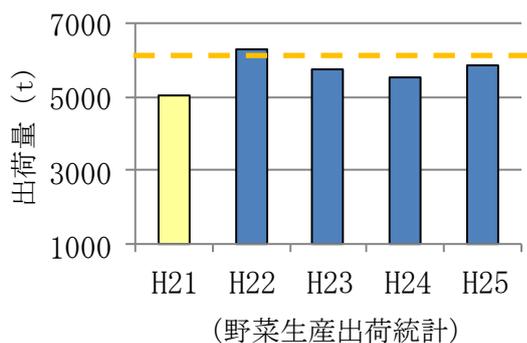
【図4】地理的表示保護制度の開始



(農林水産省資料)

◆独自の生産方法や生産地の特性により高い品質を保持した農林水産物等を保護。(H27.6 施行)

【図5】加工・業務用野菜の生産振興



◆加工・業務用野菜のニーズの高まりを受け、出荷は基準年から増加。

【図6】県オリジナル品種の開発



フランネルフラワー 種豚「ボーンブラウン」
「エンジェルスター」 を利用した霜降り豚肉

◆フランネルフラワー、ボーンブラウンを始め、「飛驒おとめ」(桃)、「えな宝来」、「えな宝月」(栗)などを開発。

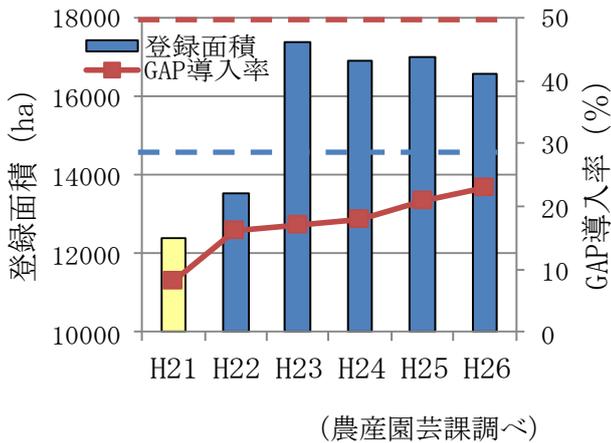
2. 課題

○消費者が求めるものは何か。
(安全・安心、品質、鮮度、価格など)

論点 2 安全・安心な生産体制の強化

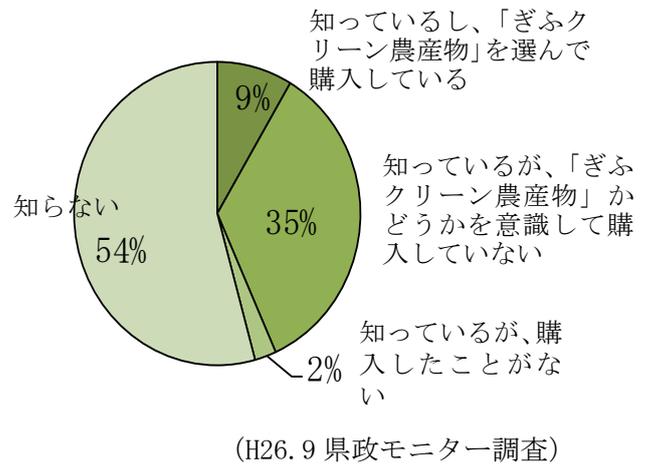
1. 現状と現計画における取組状況

【図 7】ぎふクリーン農業、GAP の推進



- ◆登録面積は 17,000ha 前後で横ばい。産地への GAP (生産工程管理) の導入は目標 (50%) を下回る。

【図 8】消費者の購入意識



- ◆ぎふクリーン農産物を選んで購入している方は 9%にとどまる。

【表 2】国内における主な家畜の病気の発生状況

(単位：戸)

	H21	H22	H23	H24	H25	H26
牛海綿状脳症 (BSE)	1	0	0	0	0	0
口蹄疫	0	292	0	0	0	0
鳥インフルエンザ	7	1	23	0	0	4
豚流行性下痢症 (PED) ※	0	0	0	0	45	866
うち県内	0	0	0	0	0	5

- ◆BSE、口蹄疫は平成 22 年以降、国内での発生はないが、鳥インフルエンザは国内での発生が続いている。また、平成 25 年は 7 年ぶりに国内で PED が確認され、県内農場でも約 1 万 5 千頭が発症、6 千頭が死亡した。

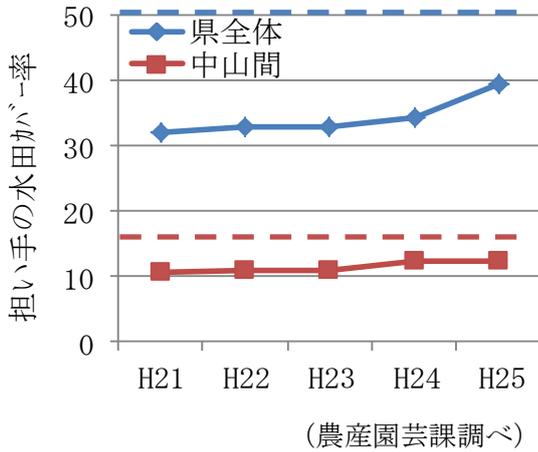
2. 課題

- 安全・安心な農業生産をするために農家は何をしたらよいか。また、どのような支援が必要か。

論点3 産地の構造改革等による生産コストの低減

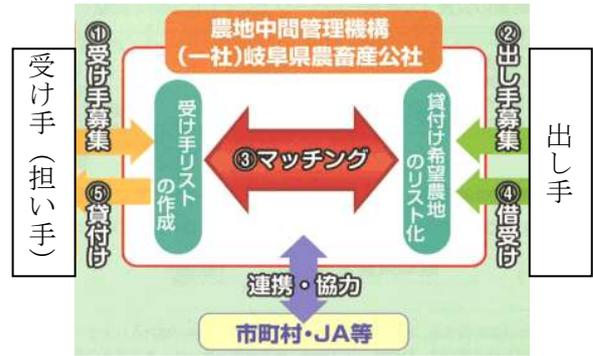
1. 現状と現計画における取組状況

【図9】担い手への水田の集積



- ◆担い手への水田の集積が進みつつある。中山間地域の集積が遅れている。

【図10】農地中間管理事業の開始

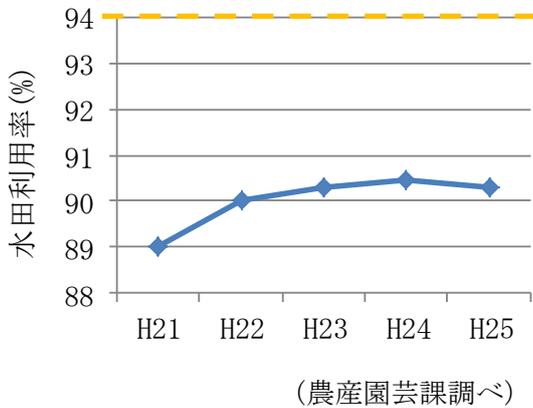


H26 実績 939ha (うち新規 65ha)

((一社) 県農畜産公社)

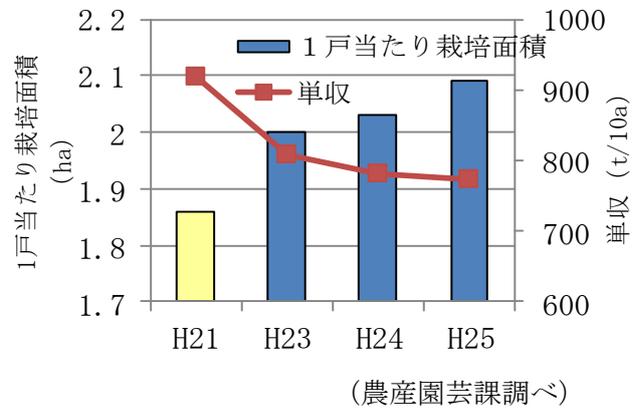
- ◆平成26年度から事業を開始。新規の貸借が進んでいない。

【図11】水田利用の状況



- ◆水田利用率は90%超まで上昇したが、最近では頭打ちとなっている。

【図12】夏ほうれんそうの生産振興



- ◆農家の規模拡大が進んでいるが、単収が低下している。

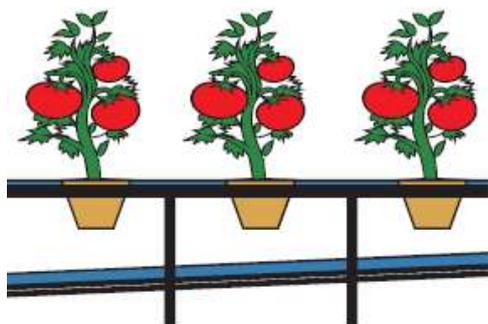
2. 課題

- 水田をどう活用するのか。(品目、担い手像)
- 農地の集積や作業の効率化をどう進めればよいか。

論点 4 新技術の導入

1. 現状と現計画における取組状況

【図 13】 冬春トマトの多収技術の普及



(県農業技術センター)

- ◆省力・省資源かつ高収量を実現する「独立ポット耕栽培」を県就農支援センターにて新規就農者の研修にて活用・普及。

【図 14】 夏秋なすの安定生産技術の普及



(県中山間農業研究所)

- ◆低コストで導入でき、土壌病害がほとんど発生せず、安定的な収量を確保可能な「独立袋栽培技術」を開発。

【表 3】 現計画中に開発・普及に移された主な技術

技術名（作目名）	主な特徴
少量培地耕（いちご） ※実用化に向けて研究中	<ul style="list-style-type: none"> ・定植作業や培地詰め作業の省力化 ・収量 8t/10a 以上の高収量の実現 を目指す。
農薬「ヘタムシコン®」 (カキ)	<ul style="list-style-type: none"> ・最重要害虫であるカキノヘタムシガを防除できる農薬 ・農薬散布が不要で環境への影響が少ない
虚弱子牛症候群遺伝子 (IARS 遺伝子) の特定 (肉用牛)	<ul style="list-style-type: none"> ・原因となる遺伝子異常を特定 ・遺伝子診断を利用した交配指導による発症抑制
新しい増殖方法「親魚放流」 の実用化 (溪流魚)	<ul style="list-style-type: none"> ・成熟した親魚を放流し、自発的に産卵させる増殖方法 ・従来の増殖方法に比べ簡便で、増殖効果が高い

2. 課題

- どんな技術が必要か。
- その技術をどう普及していくか。

《販売、付加価値向上対策》

論点5 販売促進・販路拡大

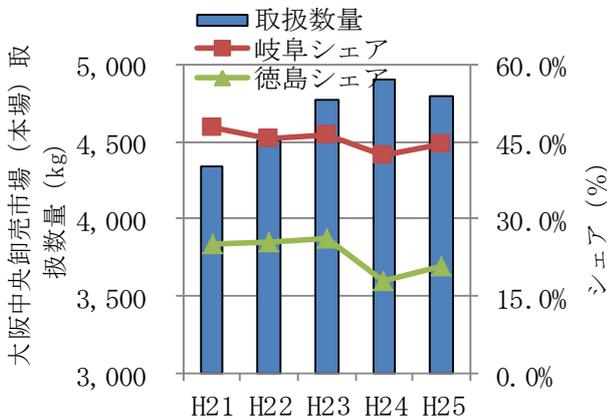
1. 現状と現計画における取組状況

【表4】輸出促進の取組実績

品目	輸出実績国	輸出促進の取組実績
飛騨牛	タイ、マカオ、フィリピン、シンガポール、香港、フランス	・H20年から輸出開始 ・フェアの実施、海外推奨店の認定等により販路を拡大 ・EU向け施設認定等を支援
柿	タイ、マレーシア、シンガポール、香港、フランス	・H16年から輸出開始 ・現地百貨店、スーパーなどでフェア実施
いちご	タイ、マレーシア	・H24年から輸出開始
鮎	タイ、マレーシア、シンガポール	・H25年から順次、試験輸送 ・フェアの実施
米	香港、シンガポール	・交流会等での試食、展示
花き	香港、シンガポール	・生産者団体と連携したニーズ調査の実施

◆品目ごとの取組段階に応じ、現地調査、輸出体制の構築などを支援。

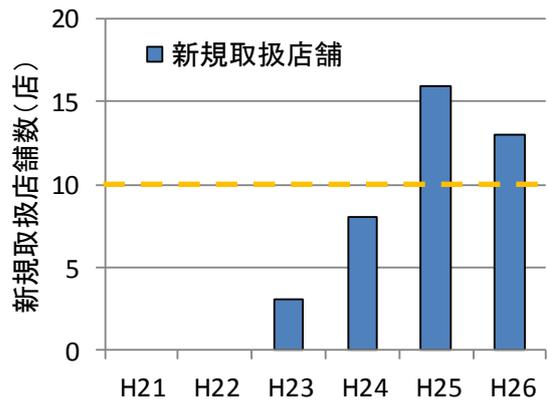
【図16】関西圏におけるほうれんそうの販売



(大阪中央卸売市場年報)

◆大阪中央卸売市場でほうれんそうのシェア1位を維持。シェア率は低下傾向。

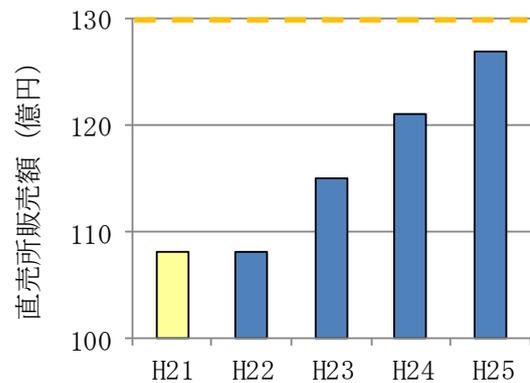
【図15】首都圏での飛騨牛の販売促進



(農産物流通課調べ)

◆飛騨牛取扱店舗を毎年、新規開拓し、H21以降の累計で40店舗となった。

【図17】直売所における地産地消の推進



(農産物流通課調べ)

◆県内の直売所の販売額は増加し、平成25年度は127億円に達した。

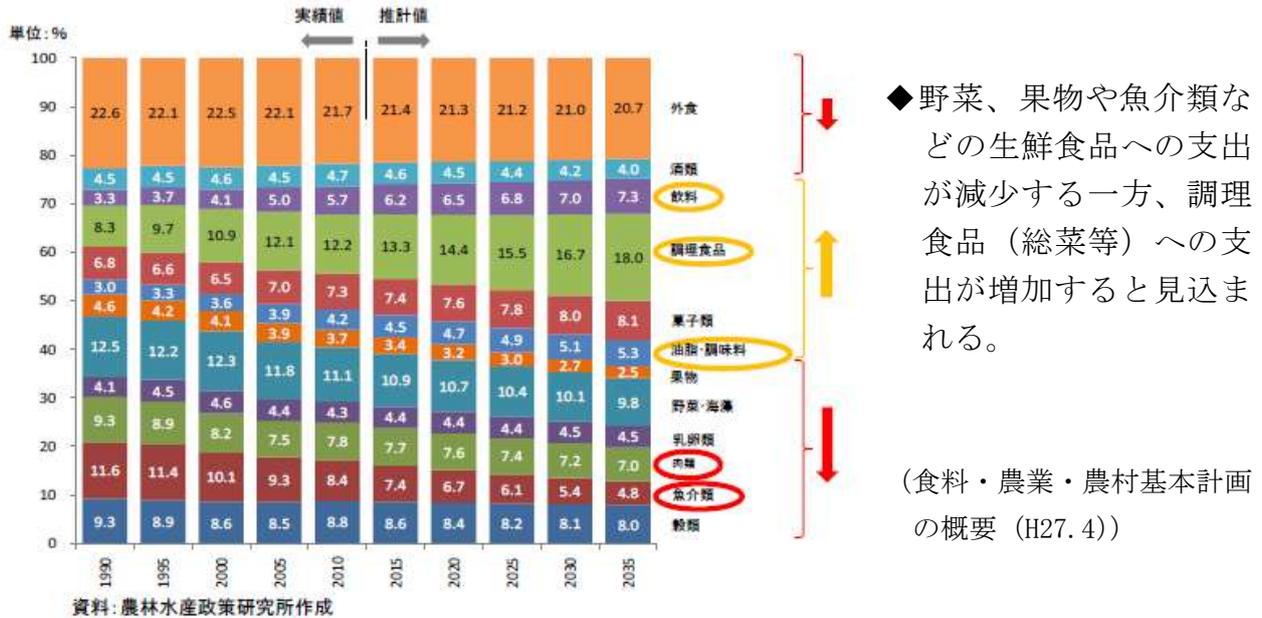
2. 課題

- 岐阜県の農産物をどこへ、どう売っていくのか。
- 何を優先的に施策として進めていくべきか。

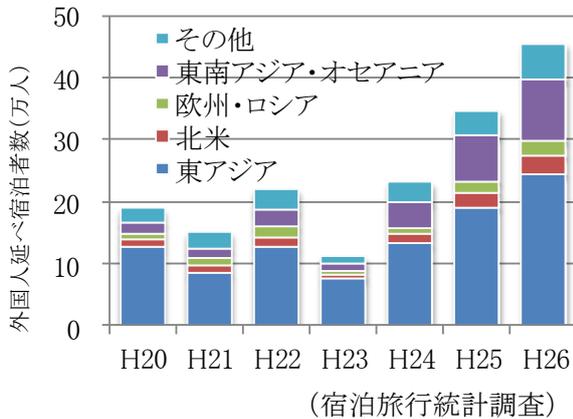
論点 6 新規需要の開拓

1. 現状と現計画における取組状況

【図 18】品目別食料支出割合（全世界帯）の将来推計

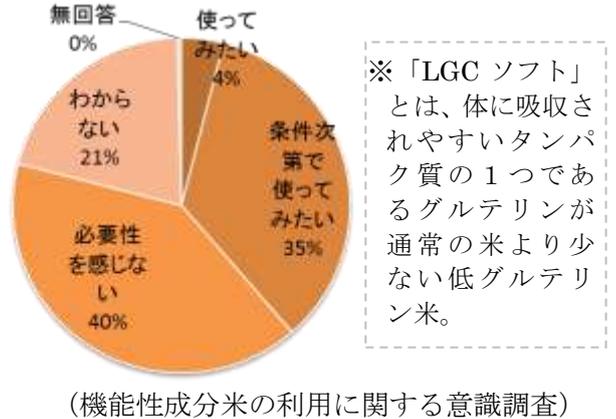


【図 19】岐阜県への外国人旅行者の増加



◆岐阜県を訪れる外国人旅行者が増加。特に、東・東南アジアからの旅行者が急増。

【図 20】「LGC ソフト」の使用希望



◆県内 690 の福祉・医療施設を調査。回答施設の約 4 割で使用希望があった。

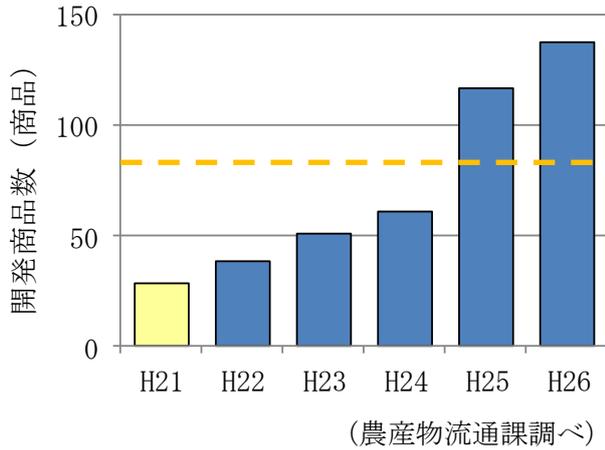
2. 課題

○農産物の新たなビジネスチャンスはどこにあるのか。

論点 7 6次産業化の推進

1. 現状と現計画における取組状況

【図 21】 6次産業化商品の開発支援



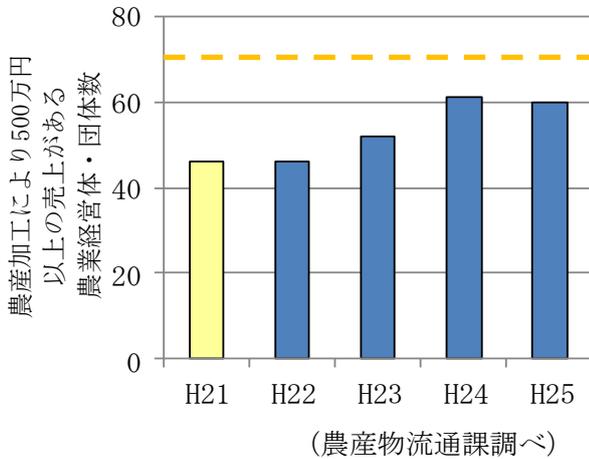
黒にんにく



米粉ホットケーキミックス

◆県産農産物を活用した6次産業化商品の開発が進んでいる。

【図 22】 農産加工を行う経営体の育成



◆一定規模の農産加工を行う農業経営体や団体は60経営体・団体に増加した。

【図 23】 ニーズ把握と販路拡大



◆名古屋市に開設した県アンテナショップ「g. i. Foods」を活用したニーズ把握。

2. 課題

- 農家が6次産業化に取り組むにはどうすれば良いか。
- 6次産業化によりヒット商品を作るにはどうすれば良いか。
(ロットの確保、ブランドの向上など)