

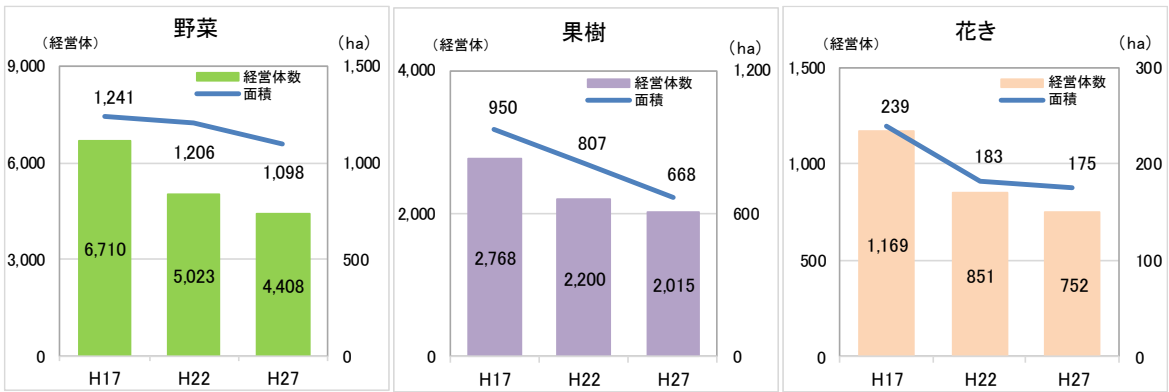
(5) 将来性のある産地の拡大

1. 取組の必要性（背景）

- 持続可能で活力ある農業・農村を実現するためには、水田園芸、GAP、有機農業、中核的な担い手の確保・育成等を県全体で重点的に推進するとともに、一方では、地域の資源や環境を活かし、それぞれの産地で創意工夫を凝らした取組を進めていくことが重要です。
- 県ではこれまで、品目ごとの生産振興、地域・産地の自主性を最大限尊重した取組支援、バリューチェーン注1を利用した農業の活性化（6次産業化）の推進など様々な対策を講じてきましたが、その成果は芳しくなく、県内の多くの産地が衰退している状況にあります。
- このような状況では、県としては今後の産地振興に向けてどのようなアプローチを採るかゼロベースで再検討し、多くの産地で生産の拡大と担い手の安定的な確保を念頭に置いた取組が前向きに進められるよう、有効な施策を再構築する必要があります。

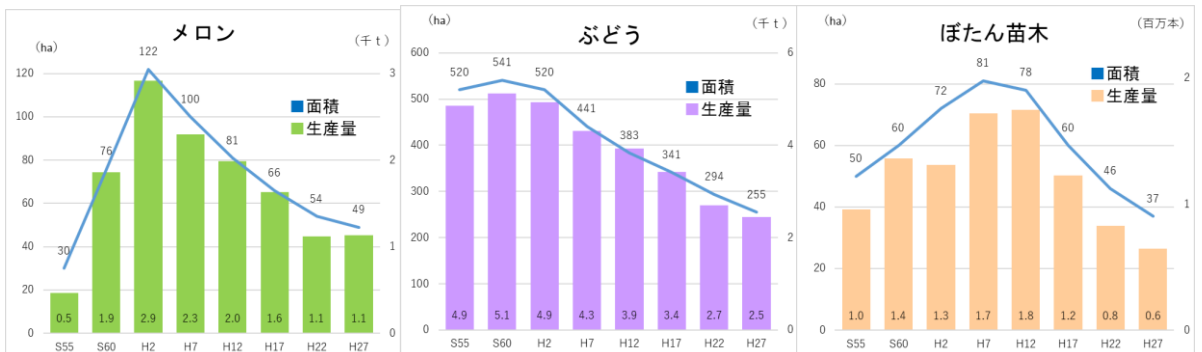
注1：生産から加工、流通、販売に至るまで、各事業が有機的につながり、それぞれの工程で付加価値を生み出していくプロセス

■ 経営体数の推移



出典：農林水産省「農林業センサス」販売目的の作物の類別作付（栽培）経営体数と作付（栽培）面積＜島根県＞より

■ 面積と生産量の推移



出典：農林水産省「農林業センサス」販売目的の作物の類別作付（栽培）経営体数と作付（栽培）面積＜島根県＞より

2. これまでの進め方の課題

- 平成28年度からの4年間で、島根県では28の産地育成プロジェクト（品目数では延べ58）を支援してきましたが、生産量（販売額）が増加し、担い手の確保についても目標を概ね達成できた品目は約2割にとどまりました。
- 多くの品目で生産が縮小している中で、今後、持続可能な産地づくりを進めていくためには、次のような課題を解消していく必要があると考えています。
 - ① 産地が描く将来ビジョンの多くが、販売額の減少をくい止める現状維持的なものに留まっており、どうすれば産地が発展していくかという視点が乏しい
 - ② 将来ビジョン策定の視点が「マイナスを小さくする」というものだったため、その解決策も生産量や収量のアップ等の技術改善に偏り、産地の可能性を広げる販売や6次産業化などマーケットインの視点が弱い
 - ③ 販売は農業団体（JA）の仕事、6次産業化は加工なので食品事業者の仕事という意識が強く、産地が主体となって2次・3次産業と連携していこうという機運が醸成されていない
 - ④ 県の姿勢も受け身で、補助事業の活用提案など部分的な支援に留まっており、意欲ある産地の将来ビジョンを総合的にコーディネートする意識が欠如していた

■第3期戦略プラン^{注1}での産地育成の目標設定と達成状況（H30）

項目	目標値を設定している	目標値を設定し概ね達成している
販売額	25品目（43.1%）	22品目（37.9%）
新たな担い手の確保	49品目（84.5%）	12PJ（42.9%）

項目	割合
販売額が増加し、かつ、担い手の確保についても目標を概ね達成している	12品目（20.7%）

注1：新たな農林水産業・農山漁村活性化計画（H20～H31）に基づく3期戦略プラン（H28～H31）。具体的な取組をプロジェクトとして設定

■しまろく事業、新しまろく事業^{注2}の成果（H30）

事業申請者	事業者数 (H26～H30採択分)	目標達成事業者数 (H26～H30採択分)	達成率
1次事業者	22	6	27.3%
2次事業者	42	14	33.3%
3次事業者	19	6	31.6%

注2：6次産業化を支援する県単補助事業 しまろく事業（H26～H27）、新しまろく事業（H28～R1）

■第3期戦略プラン（H28～H31）での各地域の産地育成の状況

圏域	品目	販売額			新たな担い手の確保		
		目標設定の有無	目標の達成率	実績（H30/H26）	目標設定の有無	目標の達成率	実績
松江	キャベツ	×	－	90%	○	47%	5人
	西条柿	○	67%	75%			2人
	牡丹	×	－	73%			0人
	米	×	－	69%	○	38%	3法人
	米	×	－	111%	○	111%	10法人
	いちご	○	94%	106%	○	36%	5人
	花き	○	70%	88%			0人
	有機	×	－	415%	○	70%	2人
	しいたけ	×	－	－	×	－	2人
出雲	米	×	－	90%	×	－	－
	ブロッコリー	×	－	111%	○	80%	0人
	キャベツ	×	－	105%			0人
	青ねぎ	×	－	85%			1人
	アスパラガス	×	－	109%			7人
	白ねぎ	×	－	89%			0人
	たまねぎ	×	－	55%			0人
	アジサイ	×	－	217%			0人
	その他	×	－	－	4人		
	ぶどう	×	－	93%	○	80%	23人
	柿	×	－	98%			1人
	いちじく	×	－	72%			0人
	和牛	×	－	108%	×	－	3人
しいたけ	○	92%	116%	×	－	10人	
雲南	米	×	－	85%	○	55%	11法人
	園芸	×	－	94%	○	78%	7人
	和牛	×	－	128%	○	80%	4人
	キノコ	○	95%	105%	×	－	－
県央	ハーブ米	×	－	160%	×	－	0人
	和牛子牛	×	－	144%	×	－	0人
	白ネギ	○	77%	86%	○	95%	19人
	ミニトマト	○	134%	169%			
	菌床しいたけ	○	91%	91%			
	花き	○	31%	31%			
	つや姫	×	－	130%	×	－	0
	メロン	○	76%	95%	○	44%	7人
	ぶどう						
	キャベツ						
	アスパラガス	×	－	134%	○	100%	3人
白ねぎ							
和牛子牛							
浜田	ぶどう	○	89%	136%	○	100%	3人
	西条柿（加工含む）			130%			0人
	梨			62%			1人
益田	メロン	○	105%	110%	○	57%	2人
	トマト・ミニトマト	○	95%	99%			1人
	ぶどう	○	99%	103%			9人
	西条柿	○	89%	100%			0人
	ヘルシー元気米	×	－	48%	○	110%	0人
	吉賀町産米	×	－	125%			0人
	わさび	○	68%	68%			10人
	山菜	○	123%	139%			8人
	有機野菜	○	76%	140%			8人
	ゆず	×	－	126%	0人		
	菌床しいたけ	×	－	74%	2人		
	和牛子牛	×	－	206%	○	36%	28人
隠岐	隠岐牛	×	－	108%	○	127%	14人
	米	×	－	145%	○	114%	16法人
	しいたけ	○	85%	90%	×	－	－

販売額が増加している

担い手の確保について目標を概ね達成している

販売額が増加し、かつ、担い手の確保についても目標を概ね確保している

3. 今後の進め方のポイント

(1) マーケットインの視点の徹底

マーケットインの視点とは、「作ったものを売る」ではなく「売れるものを作る」ということです。これまでは「いいものを作れば高く売れる」という発想に終始しており、その解決策としても品質や収量をアップさせるための技術改善が中心でした。これからは、どんな品目をつくるか、どういう付加価値をつけるか、どういう売り方をするか、ということについてまず検討し、生産・販売の拡大や将来に向けて必要とする担い手の確保を中長期的な戦略をもって進めていくことが重要です。

(2) 産地育成の取組への主体的な関与

県が支援してきた産地育成の多くで期待した成果が挙げられていません。このことについては、県としても関与の意識から見直す必要があります。「地域の自主性」の名の下に産地育成の取組を地域任せにせず、

- ・この産地をどうにかしたい（問題意識）
- ・こういう産地にしていきたい（将来ビジョン）
- ・こういうやり方で産地を育成したい（成功への道筋）

といったことを常に意識し、当事者意識を持ちながら産地育成に携わる必要があります。

(3) 「産地創生構想」策定の促進

「マーケットインの視点による産地育成」という考え方を徹底しつつ、

- ① 産地の生産額（販売額）が増加する
 - ② 産地に新たな担い手（新規就農者等）が継続的に参入する
 - ③ これらの取組が、マーケットインの発想の基で実践される
- という3項目を柱とする「産地創生構想」の策定を促進していきます。

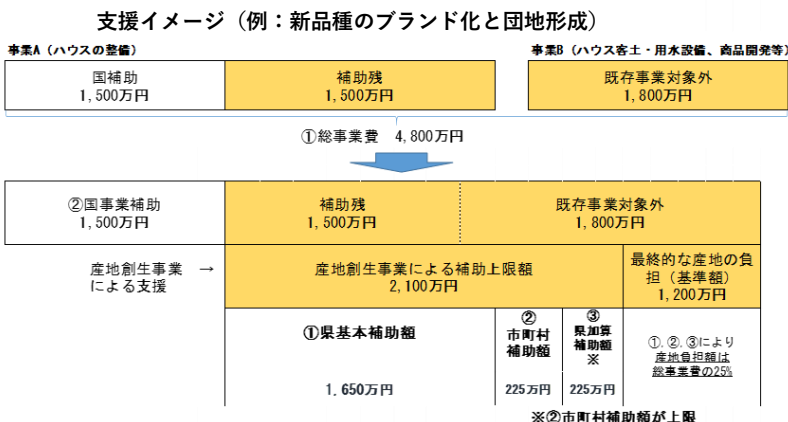
(4) モデル産地の育成

各地域の積極的な取組を促すため、1次加工、直接販売、海外輸出、地産地消、未利用資源の活用等、後継産地が発展を目指す上でのモデルとなるような成功事例の創出を重視します。

モデル産地の育成にあたっては、令和2年度から創設した「産地創生事業」を活用し、「産地創生構想」の策定と実現に向けた取組への集中的な支援を行います。

(5) 県単「産地創生事業」の補助スキーム

- ① 県の基本補助：1/2
- ② 連携加算：市町村の補助を条件に、県も同額を上乗せ（補助上限額まで）
- ③ 補助上限：産地の負担をプロジェクト全体の25%まで圧縮可（1産地あたり最大3年間で5,000万円まで支援）



4. 5年後の目指す姿

- 産地創生事業（R2～6年度）による
新規就農者数 60人以上
生産販売目標の達成率 80%以上