

「儲かる農業」の実現に向けて

令和5年2月9日
茨城県知事 大井川和彦



全国屈指の農業県

◆ 農業産出額

全国第 **3** 位
(R3 : 4,263億円)

◆ 東京都中央卸売市場における青果物取扱高

全国第 **1** 位 ※19年連続
(R4 : シェア10.2%)

本県の農業を表す主要な指標

区 分		茨城	全国	本県の順位
農業構造	販売農家数 (千経営体)	44	1,028	1
	主業農家数 (千経営体)	10	231	4
農業産出額 (億円)		4,263	88,600	3



令和3年 品目別農業産出額全国順位

◆R3農業産出額が1位の品目は13、3位までの品目は計28品目
あるなど、**多様な品目**を生産

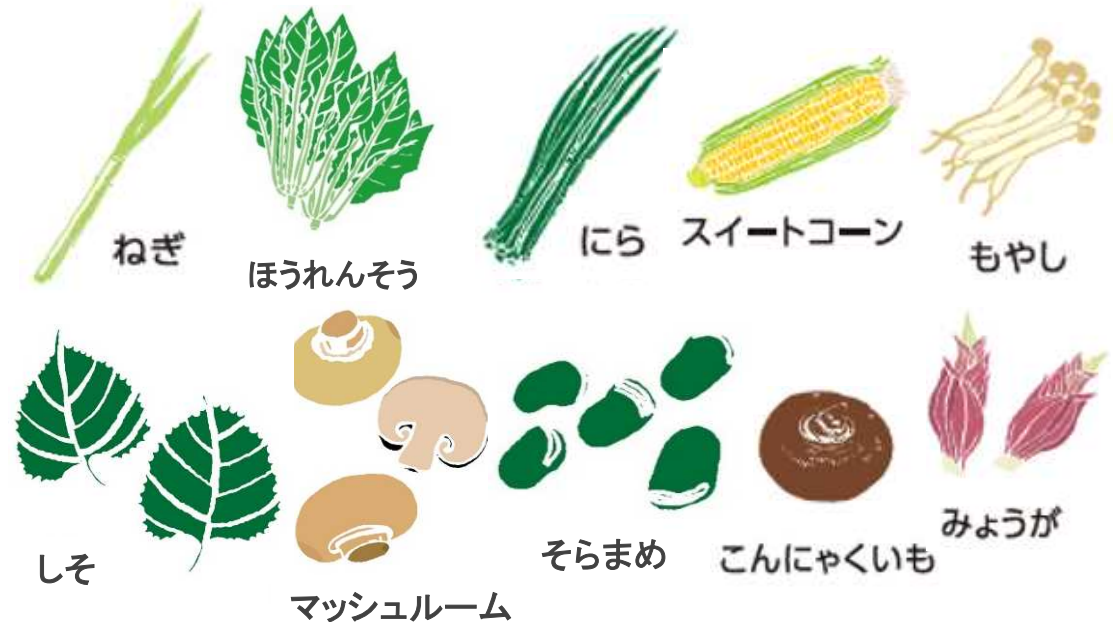
全国第1位



全国第2位



全国第3位



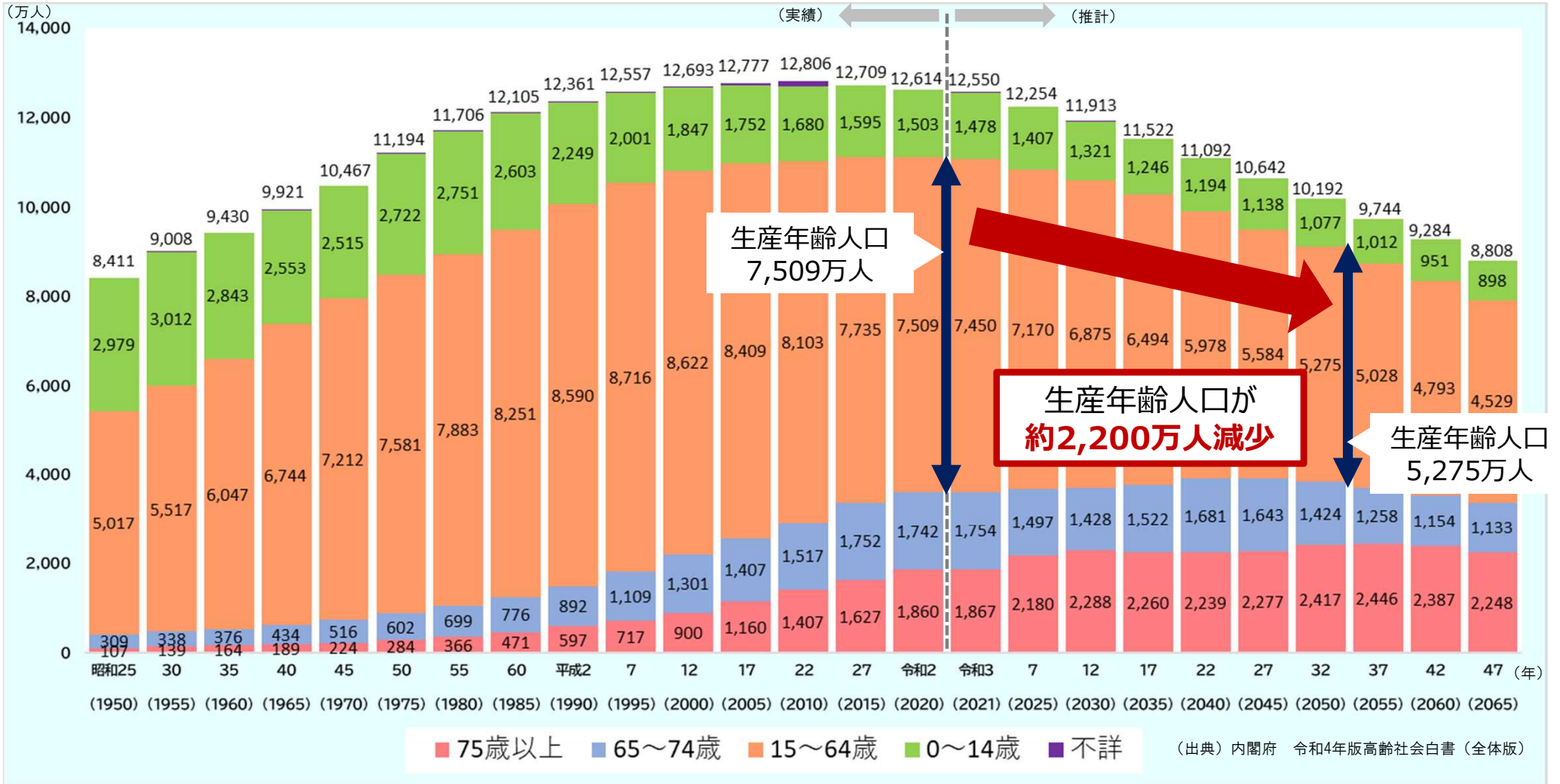


ところが・・・



日本と茨城の課題

～日本の高齢化の推移と将来推計～



	2020年 (A)	2050年 (B)	30年間の減少数 (B-A)	1年当たり平均 (B-A)/30
総人口	1億2,615万人	1億0,192万人	▲2,423万人	▲81万人
うち生産年齢人口 (15～64歳)	7,509万人	5,275万人	▲2,234万人	▲75万人

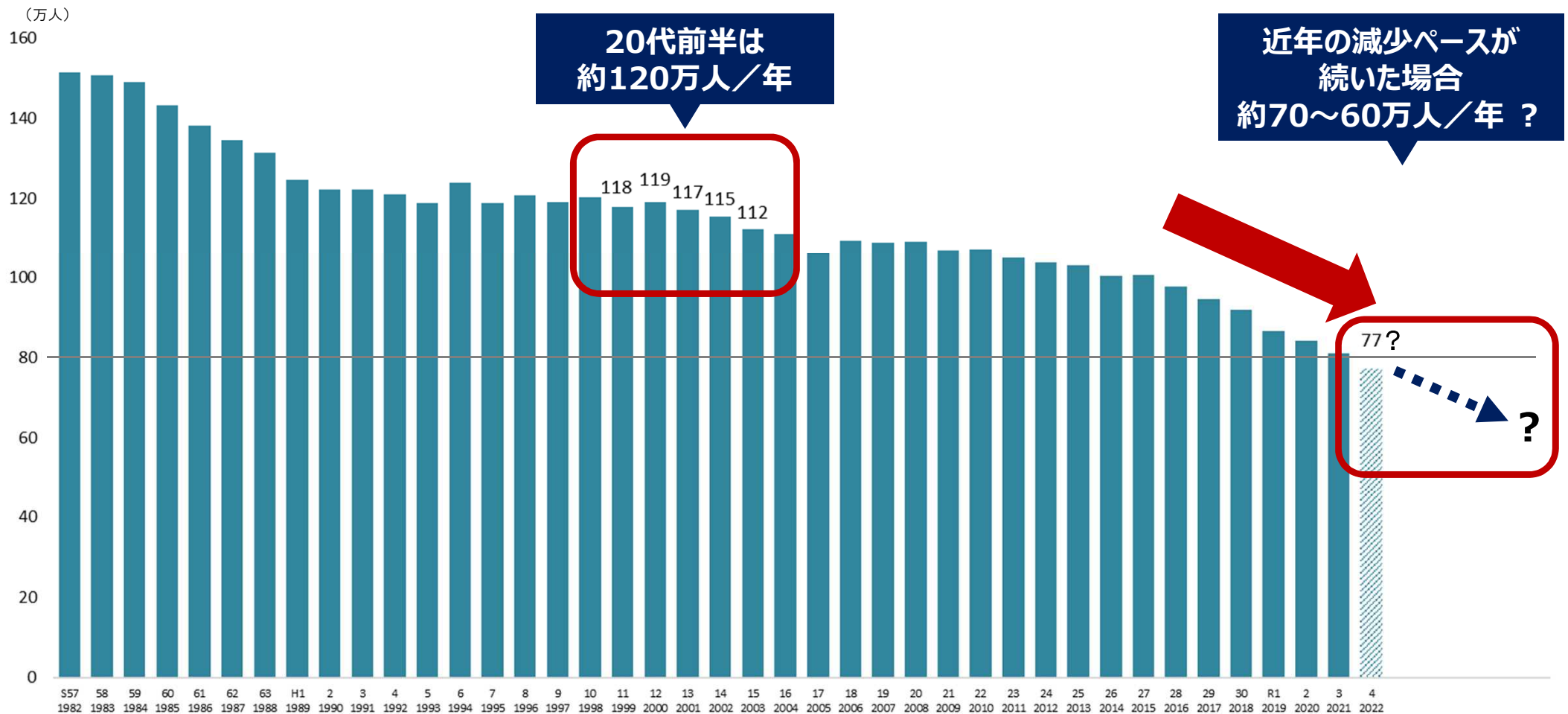
人口の少ない都道府県	
④⑦鳥取県	55万人
④⑥島根県	67万人
④⑤高知県	69万人
④④徳島県	72万人
④③福井県	77万人
④②佐賀県	81万人

(出典: R2国勢調査)



○R4年の出生数は、80万人割れの見通し

○近年の減少ペースが続く場合、**20年後**には、新社会人が
現在のおよそ半分近くにまで減少する懸念も

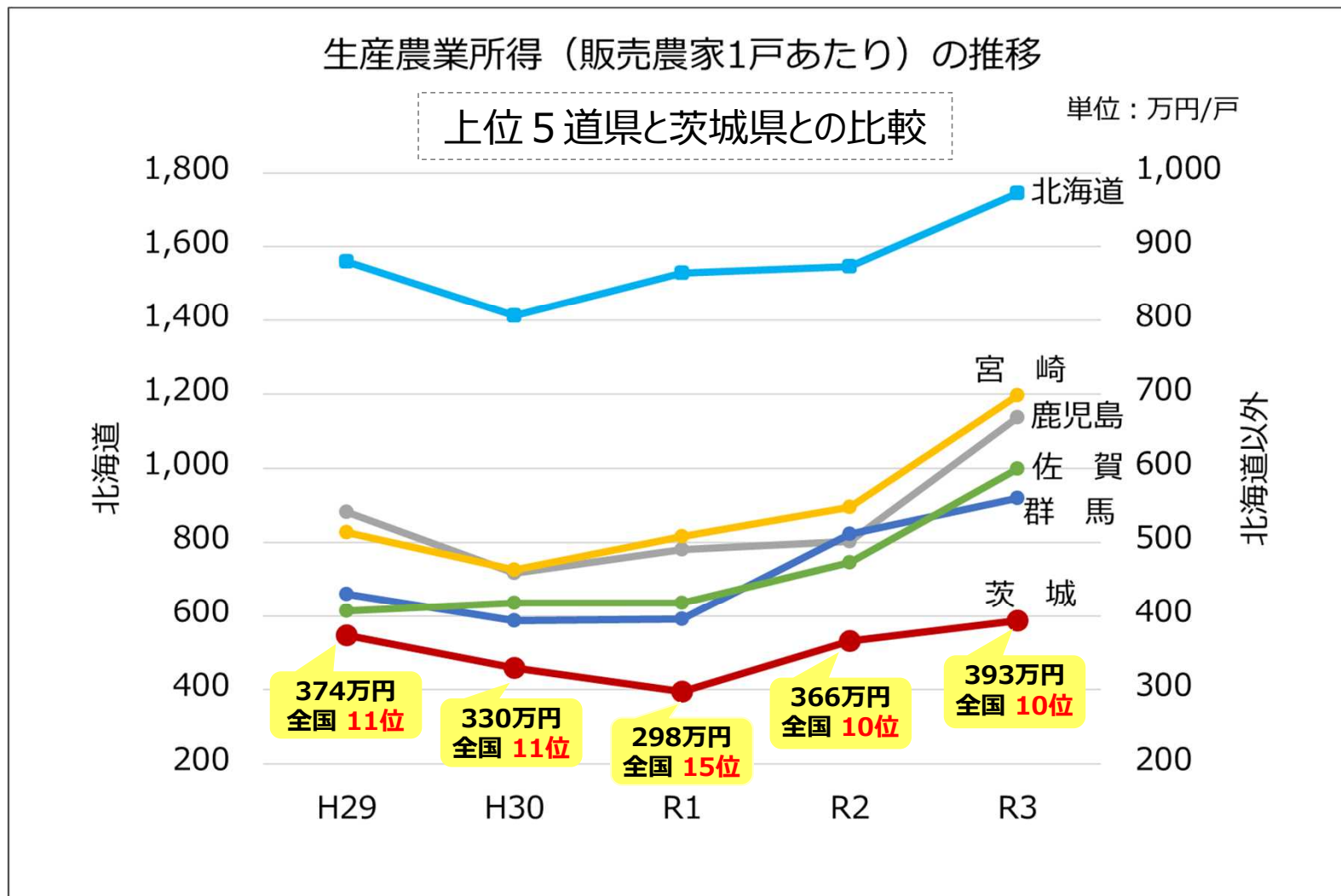


出生数の実績値：（出典）厚生労働省 人口動態統計
令和4年の推計値：（出典）日本総研「Research Eye」（2022年11月10日）



販売農家 1 戸あたりの生産農業所得の低迷

○農業の持続化には、所得の向上が重要であるが、
販売農家 1 戸当たりの所得の伸びが低調。





- 生産農業所得の低迷に対する**担当部局の分析**は、**気象や自然災害のせい**にしたものばかり。

農業産出額が大きく減少した品目とその要因分析	
はくさい 148億円減 (H29→H30) 春の豊作 と 暖冬による鍋需要低迷 に伴う価格下落	米 59億円減 (H30→R元) 出穂以降の 高温による生育不良 に伴う生産量減
レタス 81億円減 (H29→H30) 台風 や 大雨による品質低下 に伴う価格下落	鶏卵 67億円減 (H29→H30) 供給過剰 による全国的な価格下落

⇒ 気象条件などの外的な理由だけでなく、**本県の農業構造自体に問題がある**と考え、担当部局に**徹底的な分析を指示**



本県農業の抱える課題が明るみに

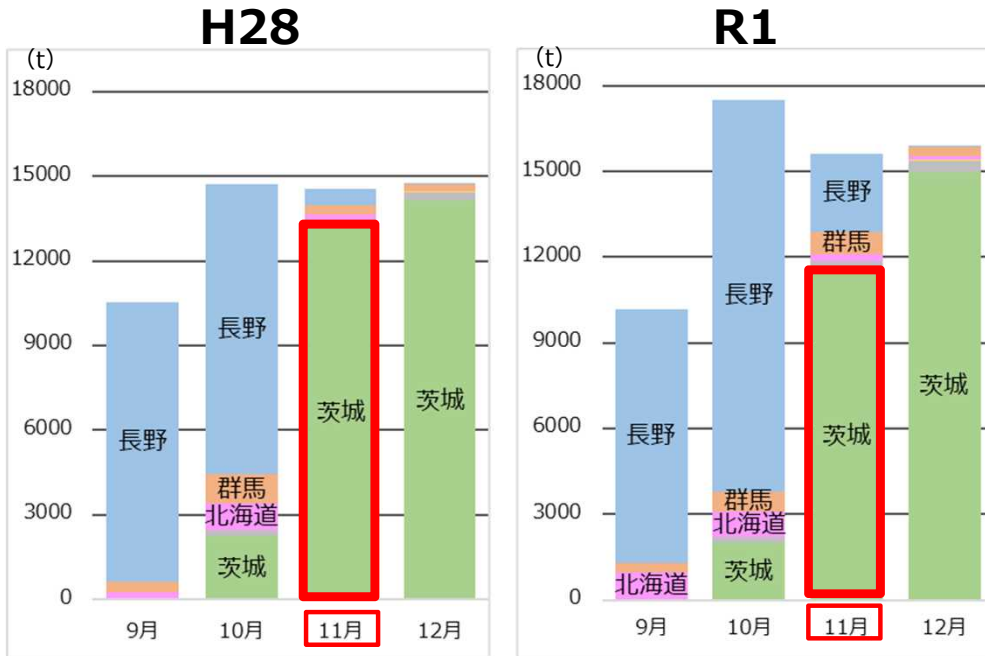


○約3千の担い手への調査や他産地の動向から課題を洗い直し

○産地間競争での競り負け

(ハクサイの事例)

◆東京都中央卸売市場の月別入荷量



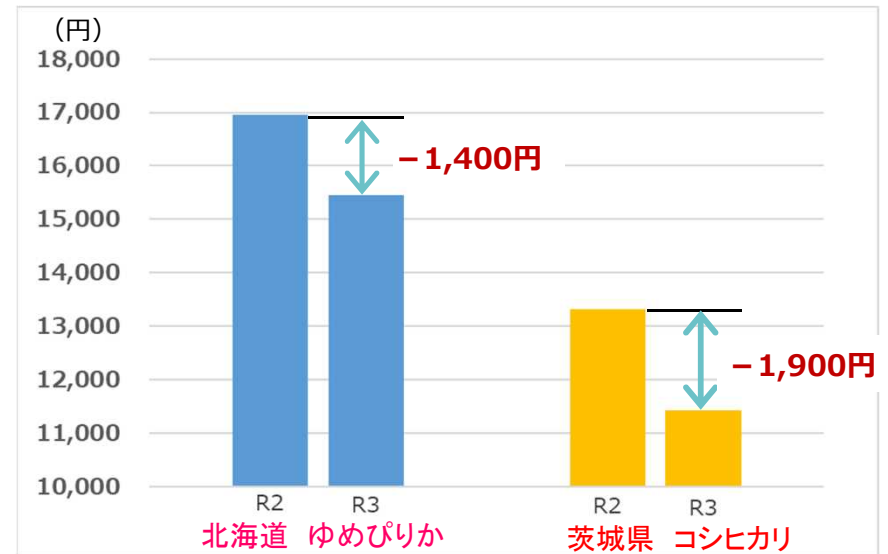
中央卸売市場の11月のシェアは茨城がほぼ占有しているが、高原野菜のイメージを有する産地と競合した時に競り負け。

○差別化・ブランド化の遅れ

(コメの事例)

◆R2とR3のコメ単価における下落幅

(価格は相対取引価格)



出典：農林水産省「米穀の取引に関する報告」

米価が低迷する中、ブランド力の高い銘柄米は、価格の下落幅が低い傾向にある一方、本県のコメは、その影響を大きく受けている。



・課題が山積した本県農業を立て直すため、
「儲かる農業」の実現に向けた取組に着手

- 差別化・ブランド化
- 販路開拓（新市場開拓）
- 経営の大規模化による生産性の向上

⇒ 売上重視から、利益重視に方針を転換



○常陸牛

- ・常陸牛の素となる高能力な子牛を県内で生産するため、「優良繁殖和牛群整備対策事業」を立ち上げ、3年間で**約900頭の優良な繁殖雌牛（母牛）の増頭**を支援
- ・今後、新たな肉質基準を導入した「**新ブランド常陸牛**」の取組を推進

○豚肉「常陸の輝き」

- ・高い脂肪交雑と脂のおいしさが特長の高品質豚肉を**ブランド化**
- ・都内有名百貨店では**500円超/100g**と**黒豚並み**の価格で販売
都内有名とんかつ店で**5,400円**のメニューで提供



新ブランド常陸牛
食味・口当たりの良い
トップブランド牛肉



常陸牛
10,000頭

新ブランド常陸牛のイメージ



常陸の輝き
Hitachi no Kagayaki 茨城県銘産物



県産食材レストランフェアにおける
「常陸の輝き」の紹介

都内有名とんかつ店での提供



差別化・ブランド化（梨・栗）



▶ 話題性のある取組を通じてトップブランド化を推進

○ 梨「恵水」

- ・ 県と産地が一丸となり「幻の恵水」の栽培に挑戦するプロジェクトを展開
- ・ 収穫した「幻の恵水」は高級果実専門店にて過去最高価格で販売（1個10,800円）



京橋千疋屋の店頭にて

○ 栗

- ・ 都内商業施設で、県内菓子店が作るモンブラン等の栗スイーツを販売するフェアを開催
- ・ グランピング施設とのコラボによる「メロン」と「栗」を掛け合わせたスイーツを開発し、宿泊者自らが調理する体験コンテンツとして提供



東京池袋「笠間マロンコレクション」



○**有機農業**の取組を拡大するため、**R元年度**から**県北地域**でモデル団地の取組を推進し、**約20ha**規模にまで拡大

⇒国が「みどりの食料システム戦略」を策定し、本格的に有機農業の拡大を打ち出すよりも**2年早く**始動
⇒**3法人が参入**し、1法人は販売金額5億円を突破、1法人が1億円プレーヤーに成長する見込み

○今般の**肥料価格等の高騰を契機**に、**県内全域**に有機農業を拡大する骨太な支援を**他県に先駆け創設**（R4年6月補正）

⇒**中長期的な対策**として、持続的発展が可能な**有機農業**への**転換**を後押し



R3にモデル団地事業の一環として**常陸大宮市三美地区**に参入した**(株)カモスフィールド**のほ場（パイプハウス 61棟）

いばらきオーガニック生産拡大加速化事業(新規)【R4.6月補正予算額 100百万円】

コロナ禍や肥料価格高騰等の状況下においても、本県農業の競争力を高めていくため、従来型の農業から化学肥料・化学農薬を使用しない有機農業（＝オーガニック農業）への転換を推進します。

事業内容

- 機械・資材の導入等の支援（85百万円）**
 - 補助対象：規模・生産拡大を志向する有機JAS認証取得者及び新規取得予定者
 - 補助内容：有機農産物の生産拡大に向けた機械・資材の導入等
 - 負担割合：県1/2、事業主体1/2
- 有機JAS認証取得に向けた支援（6百万円）**
 - 補助対象：国際水準の有機農業を実施又は転換中で、今後も取り組む意向の者
 - 補助内容：有機JAS認証取得のための手数料等の支援
 - 負担割合：定額
- プロモーション等の実施（9百万円）**
 - イメージアップ及び認知度向上を図るためのプロモーションの実施と販路拡大のためのセールスツールの作成





販路開拓（国内）



▶ **露地野菜**について、**大量生産・廉価販売からの脱却**を目指し、
付加価値の高い**差別化商品づくり**と**販路開拓**を推進

○ れんこん

- ・『赤渋レンコン』の販路開拓
- ・『芽バス』の首都圏での差別化
- ・『浮島れんこん』の贈答用商品の開発



食感が良く高品質な『赤渋レンコン』

B.L.T.Rサンド

定番のB、L、Tにレンコンを加えることで、これまでにない食感を味わえるサンドイッチが手軽に作れます。 **kewpie**



- ・レンコン 15g
- ・食パン8枚切り 2枚
- ・トマト 20g
- ・ベーコン 10g
- ・スライスチーズ 16g
- ・マヨネーズ 10g
- ・レタス 14g

『芽バス』の新たな食べ方の提案

○ はくさい・キャベツ

- ・『オレンジはくさい』の販売促進
- ・『高糖度キャベツ』の導入と新たな販路開拓
- ・甘くて柔らかい『たけのこ型キャベツ』の差別化



抗酸化物質を豊富に含む『オレンジはくさい』



『高糖度キャベツ』の北海道への販路開拓



販路開拓（海外）

○国内市場が縮小する中、販路開拓に向け、

米国や**台湾**など輸入規制が緩和された

海外の**新市場**に**一早く進出**

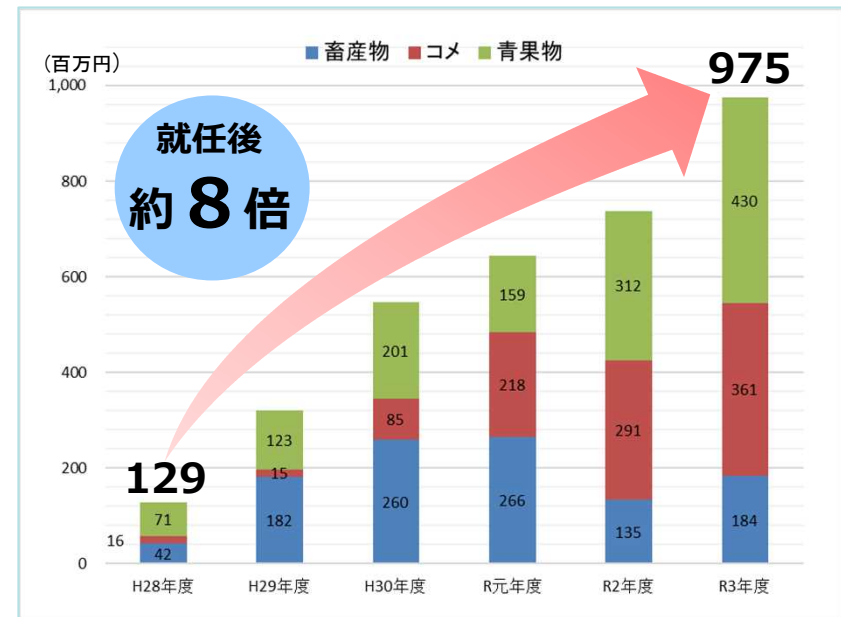
⇒農産物の**輸出額**は就任前の**約 8 倍**に！



本県（JA常総ひかり）から全国で初めてアメリカ本土(ロサンゼルス)にメロンを輸出（R3.11.24）



Frobisher本社（場所:カナダ・バンクーバー）で経営陣に常陸牛の取引拡大について働きかける様子（R4.10月）



本県の農産物輸出額の推移



経営の大規模化



○「茨城モデル水稲メガファーム育成事業」を立ち上げ、**意欲ある担い手**への農地集積・集約化の取組を後押し

- ⇒ 3年という短期間で**100ha超の大規模経営体**が、**3地区**で実現！
- ⇒ 併せて、圃場の大区画化やICT技術の導入を支援
作業効率が上がり、実施前と比べ**生産コストが3割減**！



作付面積が100haを超える大規模経営体に成長したYAMAGUCHI fam (株) の山口代表取締役 (中央)



農地を集約し、畦畔除去により大区画した圃場 (稲敷市結佐)



自動運転田植え機の実証 (稲敷市八千石)



更なる生産性の向上には、農地の**集約化**が重要。

○R4から、複数の担い手が連携した農地交換を進めることにより、**集約型メガファームの育成**を開始

かんしょの生産拡大・ブランド化 ～かんしょトップランナー事業の成果～

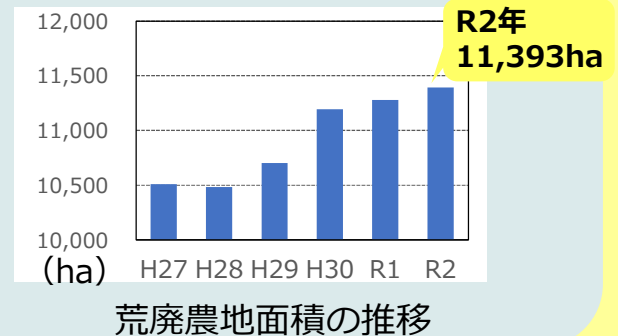
○**茨城と言えば「かんしょ」といった圧倒的なシェア**獲得に向け
「**茨城かんしょトップランナー産地拡大事業**」を創設

⇒農地マッチングや**荒廃農地の再生**により、**生産農地を拡大**！

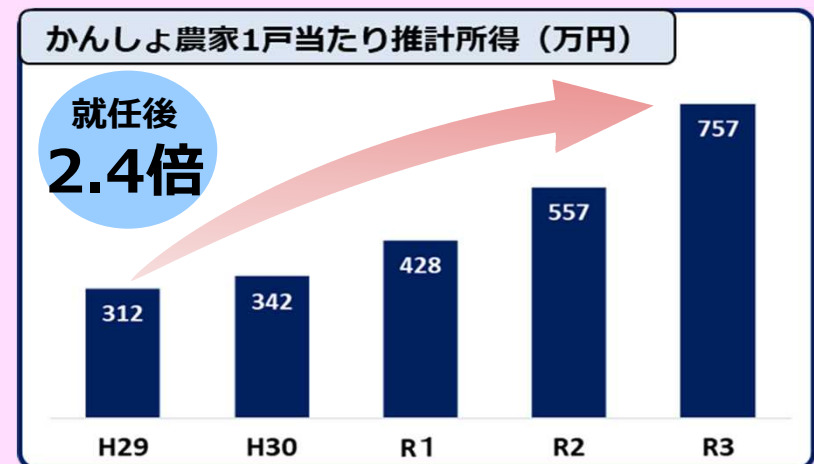


荒廃農地等の**再生に係る費用への補助**、農地の**貸し手への協力金交付**

※本県の荒廃農地の現状
高齢化や担い手の減少により**増加傾向**



- 就任後、作付面積は**520ha増加**
- 生産量全国シェア※**46%** ※：焼酎用・でん粉用等を除く
- 1戸あたりの所得は**2.4倍に増加**
- 荒廃農地**129ha**を再生
→ 荒廃農地**再生面積 全国 1位**に寄与



出典：農林水産省「生産農業所得統計」より推計



▶生産拡大の推進

➤量販店を中心に需要は堅調

➤海外の需要も旺盛で全国の輸出は1.6倍に伸長

(H29 : 3,520t→R3 : 5,603t)

⇒需要に応じた生産拡大を推進

▶ブランド化の推進

➤かんしょブームにより各地で生産が開始

➤産地間の競争が増えていく可能性

⇒茨城県かんしょのブランド化





地域の農業者に寄り添い、生産から流通・販売までの全ての場面において重要な役割を果たす **JAグループの皆様へのお願い**



- 多様化した消費者ニーズに対応した **差別化商品づくりの推進**
- 差別化でき、 **高価格で売るための販売戦略の構築**
- 国内需要減を見据えた **海外新市場の開拓**

(海外に事業所を有するJAグループの優位性を活かして)

⇒ 農業者の所得向上のためのご支援をお願いします。



- 県では、引き続き、農業者の所得向上に向けて、徹底した要因分析とPDCAに基づく施策展開により、**「儲かる農業」の実現**と**荒廃農地の発生防止**に、全力で取り組んでいく。