

重点課題名 : ⑦農業の6次産業化

- 検討項目
1. 加工・業務用需要への対応
 2. 業務用としての野菜の生産振興
 3. 加工原料としてのオリーブ等の生産振興
 4. 他産業と連携した商品等の開発・販売
 5. 農業経営の多角化

加工・業務用需要への対応

○食品産業と連携した加工・業務用農産物の安定供給のための産地育成と、農商工連携に取り組む農業者の経営改善

【現状】

- 本県の食品産業は、うどん、冷凍食品や醤油などの調味料など優れた加工・発酵技術を有する食品産業が多数
 - ・県内の食品事業所における品目別の割合は、和風めん25%、冷凍調理食品11%、醤油5%で約4割を占め、全国のオリーブ加工事業所は、小豆島に集積
- 全国的に、外食化や食の簡便化が進み、農産物は家庭内消費から加工・業務用需要が拡大
- 本県は、零細農家が多いことから、価格の安い加工向けでなく生食向けの生産により収益性を上げてきたため、県内の食品産業ニーズに即した生産・出荷体制が未整備
 - ・野菜主業農家に占める小規模(0.3ha以下)な野菜作付農家の割合:44%(H17)
- 国産ニーズの高まりから、県内では規模の比較的大きいレタスにおいて、契約的取引に取り組む農家が増加傾向
- 県内食品産業との連携による商品づくり、産地づくりの動きが散見

【課題】

- 加工・業務用農産物の安定供給のための省力・低コスト生産技術の普及と産地づくり
- 県内の食品産業や外食産業のニーズに即して、安定的に農産物供給ができる生産者の確保

【最近の取組み】

○県内冷凍食品企業による県産農産物を使用した学校給食用商品の開発

- ・6商品を開発(16市町・149校の学校給食に採用、H22.3現在)
 - 凍菜(小松菜)
 - 凍菜(ほうれん草)
 - 豆腐ハンバーグ(鶏肉、タマネギ、人参)
 - 肉だんご(鶏肉、タマネギ)
 - すいとん餃子、肉餃子(さぬきの夢2000、米粉、キャベツ豚肉)



冷凍食品企業による県内農産物を使用した学校給食用商品(豆腐ハンバーグ)

○オリーブ100年祭の開催を契機にオリーブの全国的認知度が向上

【対応方向のイメージ】

- 加工・業務用向けの野菜やオリーブの産地を育成するため、省力・低コスト技術などの普及や販路の拡大を進め、競争力のある生産供給体制を整備
- 実需者の的確なニーズの把握や食品産業との連携による新商品開発に携わる人材の育成等安心して農業経営に取り組める環境づくりを促進

業務用としての野菜の生産振興

○業務用野菜専門農家や積極的に産地化に取り組む組織・団体の育成による県産野菜の生産基盤を強化

【現状】

○零細な野菜農家が多い中、比較的経営規模の大きいレタスは、省力・低コスト化により、業務用に対応できる数少ない品目であり、業務用栽培農家が増加傾向

- ・生食用レタス価格の低迷 : 247⇒180円/kg (H16⇒H19)
- ・JA部会員の栽培規模 : 0.8ha/戸 (H21)
- ・業務用レタス 栽培農家数 : 32⇒67戸 (H16⇒H19)
- ・ " 栽培面積 : 67⇒88ha (H16⇒H19)

○実需者が求める特徴ある高品質な業務用野菜の契約的取引が散見

- ・高級料理店・ホテルへ県産ホワイトアスパラの供給 など
業務用に約1割の出荷 (H21)
- 供給先: 中国料理北京、琴平花壇、ベネッセホテルなど

【課題】

- 業務用農産物を安定的に供給するための省力・低コスト生産、流通技術の確立
- 多様な実需者ニーズの把握とニーズに即した農産物を供給できる生産者の確保

【最近の取り組み】

○大規模業務用レタス経営に向けた省力管理用機械の開発

- ・逆転ロータリによる耕起・畝立て・施肥・同時マルチ技術
作業時間: 約6割短縮
早期定植準備による計画的定植による規模拡大

○通いコンテナ出荷の導入による作業時間の短縮

- ・出荷調整時間64h/10aがほぼ削減(生鮮レタス全作業時間265h/10a)

○農業法人がグループ化して、地元学校給食等へ少量多品目なニーズに対応



レタスの規模拡大用に開発した省力管理用機械 (県農業試験場)

【対応方向のイメージ】

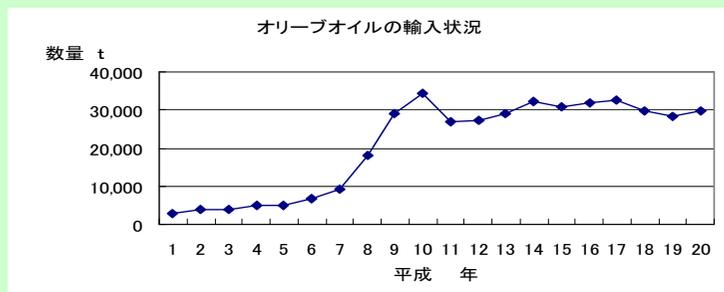
- 大口の業務需要に応える大規模な経営に転換するための、省力・低コスト栽培体系の確立・普及と計画的出荷が可能な産地の育成
- 小口ではあるが高単価で取引が期待できる、特徴ある多様な業務用野菜を生産する農業生産法人の育成と実需者とのマッチング
- 地元の学校や病院、老人ホームの給食向け原料を生産する産地の育成

加工原料としてのオリーブ等の生産振興

- 多彩なオリーブ商品を意欲的に生産・加工する新たな販売先の開拓と生産者とのマッチング
- 県民に愛される多彩なオリーブ商品の開発による消費拡大の推進

【現 状】

- 県花・県木であるオリーブは、小豆島産オリーブとして、島内には多数の加工業者が製造・加工・販売している有望な品目
- オリーブオイルの輸入量は、約3万トンと横ばいで推移しており、安全・健康志向から国産オリーブの生産拡大への期待が高まっている。



- オリーブの持つ機能性成分に注目して、加工食品以外の利用が見られ始めている。

【課 題】

- オリーブの持つ機能性成分(ポリフェノール・オレイン酸)に注目し、消費者ニーズに対応した特徴ある商品づくり
- 企業自からの栽培や生産者による加工販売など、多様な方法による生産量の確保

【最近の取組み】

- 葉から機能性成分のポリフェノールを多く含むエキスの抽出に成功し、お茶や飴などの新商品を検討中
- ポリフェノールを多く含む葉を原料とした飼料やオレイン酸含有の高いオリーブ採油粕を給餌して育てた「オリーブハマチ」や「オリーブ牛」の商品化



H21生産実績 約5万尾
H22生産目標 10万尾



登録された
オリーブハマチの商標



申請中のオリーブ牛の商標

【対応方向のイメージ】

日本一のオリーブ産地の活性化

- オリーブのオリジナル商品の開発に取り組む企業の把握・掘り起こしと生産者とのマッチング、企業自らがオリーブ生産を行う農業参入への誘導
- 産学官の連携による本県独自のオリーブ新商品の開発と消費拡大の推進
- 地域ぐるみで集团的に栽培する営農組織自らの加工販売による経営の多角化

他産業と連携した商品等の開発・販売

○農商工連携による農産加工食品の開発により、双方が継続的な取引ができる関係を構築する環境づくりを促進

【現 状】

○農商工連携の具体的な取組みを進めるため、関係機関や普及センターによるマッチング体制を強化

・マッチング担当者の配置：(財)かがわ産業支援財団(農業職員1名)
JA香川県(農産・園芸・畜産部門各1名)

○中小企業者と農林漁業者が連携して行う新商品・新サービスの開発や販路開拓等を支援する「かがわ農商工連携ファンド」を創設

〔ファンド基金総額：28億円(想定運用益 年間4,000万円)
・管理運営法人：(財)かがわ産業支援財団
(補助期間：最長2年、補助率2/3、補助金50万円以上500万円以下)〕

○農業者と商工業者がお互いの強みを生かしながら連携し、売れる商品開発に取り組んでいる事例

【課 題】

○農業者が原料供給の立場から脱してないことも多く、継続的取引(商品化)を行うには、企画段階から農業者の意見が反映できる環境づくりが重要

○県民に愛用される農産加工食品の普及・定着には、県内食品企業との連携だけでなく、地域社会を巻き込んだ特産品づくりが重要

【最近の取組み】

○農商エビジネスマッチング希望の登録者リストをもとに行った、マッチング活動により、18の新商品が開発

・登録件数：農業者19件、商工業者49件が登録(H22.6現在)

〔ガリック娘の開発・販売(H21販売実績：7千本⇒H22販売計画：2万本)
・日本酒 リキュール「ほのシリーズ」開発・販売(H21販売実績：18千本)
・学校給食用冷凍加工食品の開発・メニュー化(6商品、16市町149校)
・放課後児童クラブへ地産地消弁当(8市・8町、7,319児童)〕

○地域振興につながりつつある事例

・琴平町の観光・福祉・教育の機関・団体も含めた商品開発・販売
・こんぴらにんにくを原料とした商品がシリーズ化(「ガリック娘」など5商品)
・県のにんにく栽培面積拡大(相乗効果) H21:68.3ha ⇒ H22:74.4ha



〔農商工等連携の代表商品〕



〔企業とJAによる企画商品の開発〕

【対応方向のイメージ】

○農業法人に対するマーケティング能力や渉外・企画力などの販売力を高める研修等の強化

○県内の冷凍食品企業等との連携による将来性のある新商品の開発

○地域経済の活性化に向け、観光産業が求める特色ある地元農産物を活用した土産物の開発



〔ガリック娘の商品企画打合せ〕

農業経営の多角化

○農業所得の向上と経営の発展を図るため、農産物の生産活動のみならず、自ら又は他の農業者や他産業と連携し、加工・販売等に取り組む経営の多角化を推進

【現 状】

- ・平成17年で、農産物加工や直販の取り組みを行っている農家は、主業農家の2割弱。最近、農業法人を中心に新たな取組みが散見
- ・女性の起業活動は着実に増加し、平成21年度末には103経営体と10年前に比べて約3倍となっているものの、零細な経営体を中心
- ・県としても、農業者の経営の多角化に向けての工夫ある取り組みを支援する事業でモデル的な経営体を育成

【課 題】

- ・農業者自らの所得増大に向けた意欲的な取り組みを助長する環境づくり
- ・女性起業を経営の一部門として位置づけていくためにも、単価の向上や販売量の増大、コスト低減の取組みのより一層の助長

【販路拡大等の取組事例】

[独自の販売ルートを展開]



A農園
レタス、ネギ、米など
(販路: 生協、直売、食堂ほか)
★自社ブランドによる販売

[自ら生産物を加工・販売]



B牧場
アイスクリーム
(販路: 自己店舗、ホテルほか)
C農園
キウイ加工品
(販路: 百貨店、スーパー、専門店ほか)

[他産業等と連携し加工・販売]



D農園
イチゴ加工品、ファームスイーツ
(販路: 直売、レストラン、ケーキ屋ほか)
★異業種を加えたネットワーク・組織化

【対応方向のイメージ】

農業者自ら企画・立案・実行していくための技術・能力の習得と資金・設備の確保、販路拡大等に向けた取組みを助長する環境

人材の育成

- 研修等による経営者自らの経営能力の向上
 - ・農作物の生産管理
 - ・経営・労務管理
 - ・マーケティング・渉外
 - ・商品開発・商品管理
- 農業法人等への優れた人材の就業促進

資金・設備の確保

- 農業関係の制度資金や農商工連携の融資制度、補助事業の活用を助長

加工・販売先の確保

- 実需者ニーズに即したグループでの生産・出荷
 - ・加工業者向け出荷規格での生産
 - ・プライベートブランド向けの栽培管理(契約栽培)
 - ・生産者グループ内での1次加工
- 女性起業ネットワークを介した販売先の拡大

経営の多角化による発展