

香川県農業・農村基本計画(案)【素案からの主な変更点】

資料2

パブリック・コメントやTPPの動向、2015農林業センサス等のデータを踏まえ、素案から次のとおり変更を行いました。

項目	素案	計画(案)変更後	要因
序章 計画の策定に当たって 1 計画策定の趣旨 <2段落目 p1>	その結果、本県では、新規就農者や集落営農組織が着実に増加しており、また、ブランド農産物の生産も拡大傾向にあるなど、明るい兆しも見られるようになっていきます。しかしながら、全国的に、農業者の高齢化や減少、国内外の産地間競争の激化、農産物価格の低迷、消費者ニーズの多様化、さらには国の農政改革など、農業を巡る情勢は大きく変化しています。	その結果、本県では、新規就農者や集落営農組織が着実に増加しており、また、ブランド農産物の生産も拡大傾向にあるなど、明るい兆しも見られるようになっていきます。しかしながら、全国的に、農業者の高齢化や減少、国内外の産地間競争の激化、農産物価格の低迷、消費者ニーズの多様化、さらには国の農政改革や TPPをはじめとする経済連携協定の進展 など、農業を巡る情勢は大きく変化しています。	TPPの動向
第1章 本県農業・農村の現状と課題 1 担い手 <1段落目 p3>	本県では、農業者の高齢化や減少が進んでおり、農業の持続可能性が危ぶまれています。その一方で、次世代を担う新規就農者は大幅に増加しており、地域を支える集落営農組織は着実に増加しています。	本県では、農業者の 平均年齢(68.7歳)が全国(66.3歳)より高く、従事者数の減少 が進んでおり、農業の持続可能性が危ぶまれています。その一方で、 専業農家は若干増加 しており、次世代を担う新規就農者や地域を支える集落営農組織は着実に増加しています。	平均年齢の低下 専業農家の増加
(1)農家数 <p4>	平成22年の県内の総農家数は39,790戸であり、平成12年からの10年間で7,252戸減少(21%減)しており、 <u>主業農家については1,108戸減少(27%減)しています。</u>	平成27年の県内の総農家数は 35,254戸 であり、平成17年からの10年間で 11,788戸減少(25%減) しています。 販売農家 について、 専業・兼業別にみると、兼業農家はこの10年間で10,990戸減少(45%減) していますが、 専業農家は若干増加 しています。	データの更新(平成27年)、専業農家の増加
(3)基幹的農業従事者と農業就業人口 <p5>	平成22年の農業就業人口は35,371人であり、平成12年からの10年間で19,706人減少(36%減)しています。基幹的農業従事者数については3,348人減少(12%減)しており、また、75歳以上が大きく増加するなど、高齢化も進んでいます。	基幹的農業従事者数は平成17年からの10年間で3,888人減少(14%減) しており、平均年齢は 70.4歳 となっています。 農業就業人口については12,546人減少(36%減) しており、 中でも70歳以上で大きく減少 していますが、 44歳以下の青年層では5年前より1割ほど増加 しています。また、平均年齢は 若干低下して68.7歳 となっています。	データの更新(平成27年)、農業就業人口の平均年齢の低下
第2章 農政の基本方向 2 基本目標 <2段落目 p19>	しかしながら、農業者の高齢化や減少、国内外の産地間競争の激化、農産物価格の低迷、消費者ニーズの多様化、さらには国の農政改革の実行など、農業を取り巻く環境が大きく変化しています。また、人口減少社会を迎える中、農村における集落機能が低下して、地域コミュニティの維持が困難な状況になっています。	しかしながら、農業者の高齢化や減少、国内外の産地間競争の激化、農産物価格の低迷、消費者ニーズの多様化、さらには国の農政改革や TPPをはじめとする経済連携協定の進展 など、農業を取り巻く環境が大きく変化しています。また、人口減少社会を迎える中、農村における集落機能が低下して、地域コミュニティの維持が困難な状況になっています。	TPPの動向

<p>第2章 農政の基本方向 3 基本方針 (1) 農業の成長産業化 <1段落目 p20></p>	<p>本県農業・農村を将来にわたり持続的に発展させるためには、農業を儲かる産業へ成長させ、農業を担う人材を将来にわたり確保する必要があります。そのため、国内外の産地間競争の激化など厳しい環境にあって、儲ける経営を実践できる力強い担い手を確保・育成するとともに、マーケット・インの発想による消費者ニーズに即した魅力ある農産物づくりと、ブランド力の強化など戦略的な流通・販売を推進して、農業を若者が希望の持てる産業へ成長させます。</p>	<p>本県農業・農村を将来にわたり持続的に発展させるためには、農業を儲かる産業へ成長させ、農業を担う人材を将来にわたり確保する必要があります。そのため、<u>TPPをはじめとする経済連携協定の進展</u>や国内外の産地間競争の激化など厳しい環境にあって、儲ける経営を実践できる力強い担い手を確保・育成するとともに、マーケット・インの発想による消費者ニーズに即した魅力ある農産物づくりと、ブランド力の強化など戦略的な流通・販売を推進して、農業を若者が希望の持てる産業へ成長させます。</p>	<p>TPPの影響・対応</p>
<p>第3章 施策の展開方向 展開方向Ⅱ 2 ブランド力の強化など戦略的な流通・販売 (1) 県内外・海外への販路拡大 現状と課題 <3点目 p53></p> <p>具体的な施策 ○マーケットから支持される ブランド化 <3点目に追加 p53></p> <p>具体的な施策 ○県産農産物の「強み」を活かした新たな販路拡大 <3点目 p54></p>	<p>○ 国内の人口減少や少子・高齢化により、国内市場が縮小傾向にあるなかで、<u>東アジアなど海外をターゲットとした輸出を促進することが必要です。</u></p> <p>◆ 盆栽やオリーブ牛など海外で有利に販売することができる品目については、関係機関団体等と連携したフェアの開催や見本市への出展などにより、<u>認知度向上と販路開拓を図り</u>、継続的(商業的)な取引を目指します。また、検疫等の課題を解決し安定的に輸出ができるよう輸出に対応した栽培体系を確立し、産地づくりを進めます。</p>	<p>○ 国内の人口減少や少子・高齢化により国内市場が縮小する一方、<u>TPPをはじめとする経済連携協定により輸出相手国の関税が削減されるなど、輸出環境が変化することから、海外市場への戦略的な輸出促進を図り、「攻めの農業」を推進することが重要です。</u></p> <p>◆ <u>本県ブランド農産物の機能性について研究を進め、機能性表示食品制度や栄養機能食品制度等を活用したブランド力の強化に取り組みます。</u></p> <p>◆ 盆栽やオリーブ牛など<u>ブランド力が高く</u>、海外で有利に販売することができる品目については、関係機関団体等と連携したフェアの開催や見本市への出展などにより、<u>積極的に輸出を促進し</u>、継続的(商業的)な取引を目指します。また、検疫等の課題を解決し安定的に輸出ができるよう輸出に対応した栽培体系を確立し、産地づくりを進めます。</p>	<p>TPPなど輸出環境の変化</p> <p>機能性表示制度等の活用</p> <p>TPPなど輸出環境の変化</p>