

# マーケティング・コスト戦略に基づいた農業の振興

## 基本コンセプト

- 1 県が、**チャレンジ品目・リーディング品目**（県が推進する農産物）に支援を**重点化**し、意欲ある**担い手との協働取組**（協定締結による支援等）などによる生産面を中心として支援します。
- 2 **加えて、流通・販売業者との連携強化**による県産農産物への支援を充実します。

## 取組スキーム

### 農産物の重点化

#### チャレンジ品目

県の特産品として、ニーズがあり、将来性が期待されるもので、意欲ある担い手がチャレンジする取組に県が支援する農産物

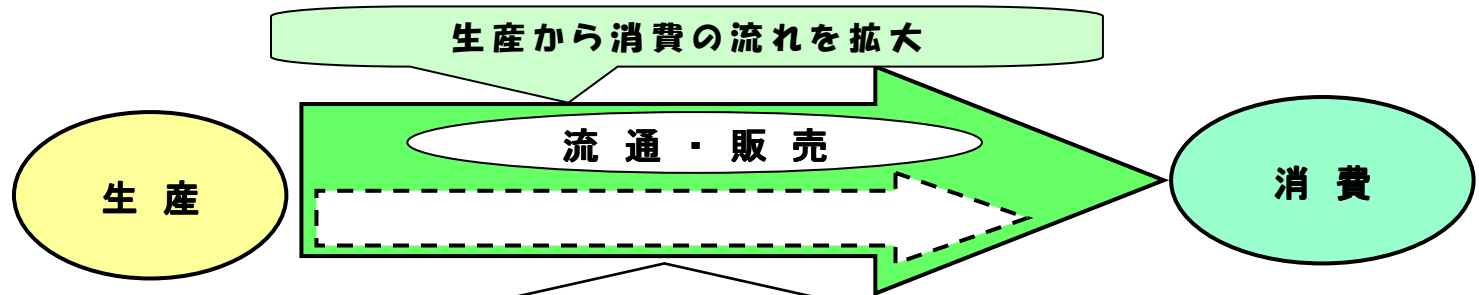
- 県の特産品として特徴をアピールできる農産物  
→ 例：大和野菜、切り花ダリア
- 特徴ある栽培方法で栽培された農産物  
→ 例：有機野菜
- 県での栽培が主産県に比べて有利な面がある農産物 → 例：サクランボ

#### リーディング品目

県の主要農産物で、今後とも県農業を牽引するため振興する必要がある農産物

- ・柿(全国2位) ・茶(同6位)
- ・キク(同7位) ・イチゴ(同14位)
- ・大和畜産ブランド(大和牛、大和肉鶏、ヤマトポーク、大和なでしこ卵)など

生産から消費の流れを拡大



### 協働取組イメージ

#### 協定農家

- <対象>
- ・農業経営に意欲ある担い手(経営向上を目指す者)
  - ・重点化品目に挑戦する者又は規模拡大を目指す者
- <取組>
- ・消費者・実需者ニーズに合った生産
  - ・安全・安心な農産物の生産
  - ・協定農家間の連携強化(機械・施設の共同利用等)など

#### 認定レストラン・販売店等

- <対象>
- ・県産農産物を積極的に活用する飲食店
  - ・県産農産物を積極的に流通・販売する業者
- <取組>
- ・県産農産物の流通・販売の充実努力
  - ・安全・安心な農産物の流通・販売
  - ・県産農産物のPRに対する協力 など

#### 生産面

- 高品質・高付加価値生産に対する支援(生産・出荷・加工指導等)
- コスト削減への取組支援(研修、専門家派遣等)
- 生産性の向上に対する支援(共同施設・機械導入支援等)
- 新規参入希望者に対する支援(研修充実等)

#### 県の支援(品目別)

+

加えて

#### 流通・販売面

- 販路開拓に対する支援(生産者と販売者とのマッチング、販売プロモーション等)
- 県産農産物を取り扱う認定販売店等の統一ネーミング・ロゴ、PR
- 協定農家と認定レストラン・販売店が双方向に生産・消費情報を共有できる流通システムの構築
- 消費拡大に対する支援(消費啓発PR、奈良の食材を活用した食イベント開催等)

## ◆事例：有機野菜等の取組

### 現状

- H21：25団体と協定締結（H22以降も継続実施予定）  
協定団体：良質なたい肥を活用した有機野菜等の生産を目指す生産者組織  
選定方法：公募により農業法人や生産者組織を選定
- 独自の経験等をもとに栽培（技術は一般化されていない）
- 販路は個人開拓（売れ残りの発生）

### 目標

技術の汎用化、「担い手－実需者（レストラン等）」の協定等により、生産の安定と拡大、販路の確保を図る

## 県の支援

### 生産面

- ◆省力化機械の整備（例：たい肥散布機）を支援
- ◆安定生産出荷のための技術指導
- ◆生産者の組織化推進 など

### 流通・販売面

- ◆販路の確保・開拓  
・こだわりレストラン、高級食材店等へ円滑な食材提供を進めるためのマッチング など
- ◆プロモーションの展開  
・PR等による販売促進など

## ◆事例：大和寒熟ほうれん草（大和野菜）の取組

< 大和野菜22品目、総生産額476百万円（H21.9 現在）>

### 現状

- H21：新たに「大和寒熟ほうれん草」を認定  
・栽培マニュアル作成と認定ガイドライン作成  
・生産出荷組織の育成・強化  
・生産改善技術の実証

### 目標

プロモーションにより「寒熟ほうれん草」の認知度を高め、生産の安定と拡大、ブランド化による有利販売を図る

## 県の支援

### 生産面

- ◆施設等の整備（例：ハウス・予冷庫）を支援
- ◆安定生産出荷のための技術指導  
生産者への周知→拡大 など

### 流通・販売面

- ◆品質保証（高糖度）
- ◆取り扱い協力店の認定 など
- ◆プロモーションの展開  
・高糖度の品質をPR  
・量販店、小売店等への食材提供