

重点課題
 I 経済の活性化
 5 農林業の振興
 1 農業の振興

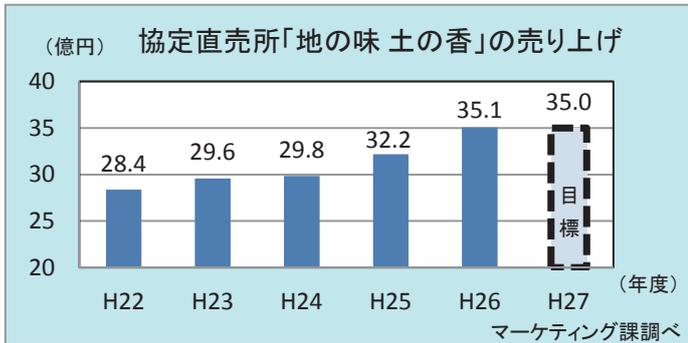
目指す姿
 農業、農村が持つ資源を最大限に発揮させることにより、奈良らしい農業・農村の活性化を図ります。



これまでの成果

- ・奈良まほろば館での試食会とFOODEX JAPANへの出展での2,300名への県産農産物の試食提供や、6,700名が来場した新宿高島屋でのプロモーションを通じて、首都圏での県産農産物・加工品の広報を展開しました。
- ・天理駅前広場において、県産農産物やその加工品を販売する天理マルシェを定期的に開催し、地域の消費拡大の取り組みを行いました(H26年度合計来場者数:33,200人)。
- ・平成26年度に味間イモと黒滝白キュウリを大和野菜として追加認定し、大和野菜は25品目となりました。
- ・平成21年度から農家実践研修を実施した結果、平成27年3月までに21名が就農しました(H26年度:7名)。
- ・地域特産品の高付加価値化に取り組み、柿の紅葉の長期保存や安定生産技術を開発し、平成26年度は下市町や御所市などで32万枚が生産されました。

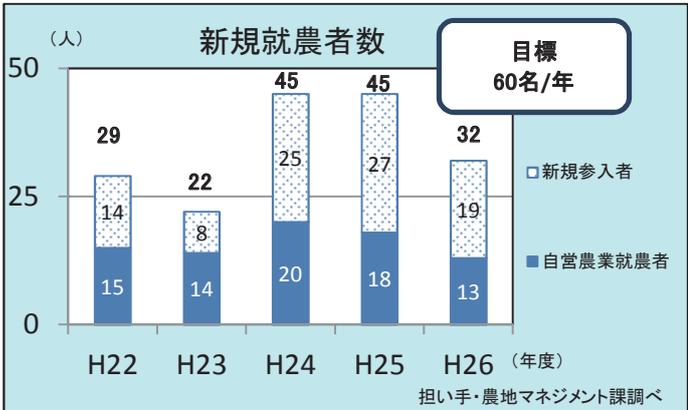
1. 政策課題の進捗状況



目標 協定直売所「地の味 土の香」の売り上げを平成27年度までに35億円に伸ばします。(H24年度:29億円)

取組 オリジナル加工品の新規開発のための支援や経営力向上のための専門家派遣を実施しました。

成果 平成26年度は、35.1億円の売り上げとなり、協定直売所への専門家派遣や「地の味 土の香」の広報などにより、目標の35億円(H27年度)を達成しました。



目標 新規就農者を毎年60名育成します。(H15年~24年度平均:27名/年)

取組 受入農家のもとでの実践的な研修や青年就農給付金の活用により、新規就農者の育成確保を図りました。

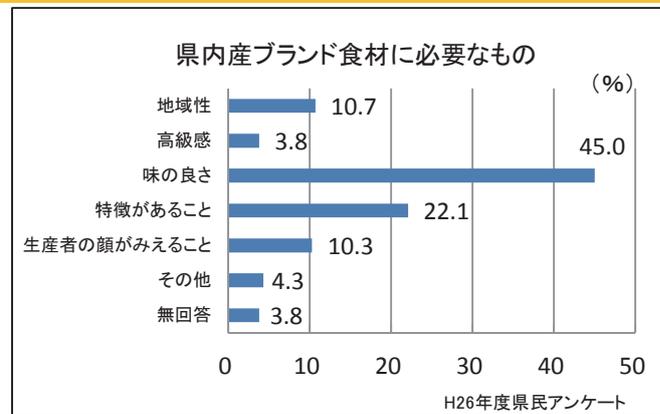
成果 平成26年度の新規就農者数は32名と目標の60名を下回りました。販売価格の低迷や資材の高騰など農業全般を取り巻く情勢の厳しさに加えて、特に新規参入者にとっては農地の確保、資金面の不安などクリアすべき課題が多いことが要因として挙げられます。

2. 現状分析

全国から見た本県農産物の順位

	奈良県	全国	構成率(%)	順位	備考(年)
農業産出額(億円)	432	84,668	0.5	44	H25
水稲収穫量(t)	46,600	8,435,000	0.6	41	H26
柿収穫量(t)	28,500	214,700	13.3	2	H25
うめ収穫量(t)	2,750	111,400	2.5	3	H26
切り花きく出荷量(千本)	44,700	1,599,000	2.8	7	H25
荒茶生産量(t)	1,760	84,800	2.1	7	H25
いちご収穫量(t)	2,340	165,600	1.4	20	H25
なす収穫量(t)	6,230	321,200	1.9	16	H25
ほうれんそう収穫量(t)	3,700	250,300	1.5	20	H25
内水面漁業・養殖業生産額(億円)	10	891	1.1	-	H24

生産農業所得統計

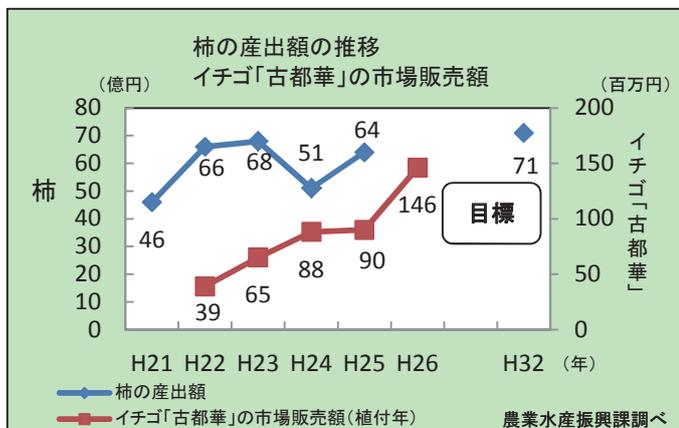


農業生産額の全国順位は低いものの、柿や切り花きく、茶など全国に誇れる品目も存在します。

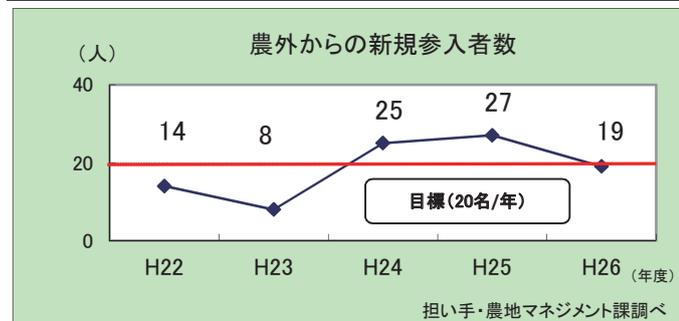
奈良県産ブランド食材に必要なものは、「食材自身の味のよさ」という回答が最も多く、次に「特徴があること」となっています。

3. 施策課題の進捗状況

戦略目標	▶チャレンジ品目(大和野菜、サクランボ、切り花ダリア、切り枝花木、有機野菜、イチジク)の生産額を平成32年度までに17億円に増やします。(H24年度:16億円) ▶リーディング品目(柿、キク、イチゴ、茶、大和畜産ブランド)の生産額を平成32年度までに131億円に増やします。(H24年度:111億円) ▶農外からの新規参入者を毎年20名ずつ増やします。(H20~H24年度平均:10名)
------	---



取組	リーディング品目の産地競争力強化等を行いました。
成果	・柿については、平成25年の生産量は前年より減少したことにより、秀品率の向上や競合品目の入荷量が少なかったことによる単価アップで産出額は前年を上回ったものの、目標には至りませんでした。 ・県育成のイチゴ新品種「古都華」は、糖度が高く濃厚な食味から、量販店、直売所からの需要が高く、生産者・作付面積の増加により、販売額は平成26年産で146百万円に増加しました。



取組	新規就農者への支援(相談対応、研修等)を実施しました。
成果	本庁・各農林振興事務所の就農相談に係るワンストップ窓口の設置、農家実践研修の実施、青年等就農資金による支援、農業大学校での実践を伴った研修などにより、平成26年度の農外からの新規参入者数は19名と、目標の20名をわずかに下回ったものの、順調に増加しています。

4. 平成28年度に向けた課題の明確化及び明確化された課題に対する今後の取組方針

平成28年度に向けた課題	今後の取組方針
地域ブランド力の向上と販売プロモーションの強化(JR奈良駅アンテナショップなど)	・JR奈良駅アンテナショップ(奈良のうまいものプラザ)で「農・林・食」のPRイベントを開催します。 ・奈良まほろば館や奈良にぎわい味わい回廊でプロモーションを展開します。 ・県産農産物のPRフェアを実施します。 ・駅前マルシェの開催や支援を行います。
リーディング品目の産地競争力強化等(柿、キク、イチゴ、茶、大和畜産ブランド)	生産規模のスケールメリットを活かし、市場との連携強化を図りながら競争力を強化します。
女性農業者への支援	女性の能力を引き出し、農業経営能力を高め、次世代の女性農業者を積極的に育成します。
農村資源を活用した地域づくり	・農産物等を活用した地域産業の振興を行います。 ・地域資源を活用したにぎわいの創出(食と農を活かしたオーベルジュの整備とネットワーク化、農村周遊自転車ルート)の整備などを行います。 ・「奈良県のさかな」の釣り人誘致及び販売を促進します。
農業研究開発センターの整備(研究機能の高度化)	整備を契機として、これまでにないレベルを目指し、高度化を積極的に進め、オンリーワンの研究開発を目指します。

5. 平成26年度評価において見直しを行った課題、取り組み

見直した課題	見直した取組方針、見直した内容
女性農業者への支援	「消費地が近い」や「歴史、観光資源、田園景観等の資源が豊富」などの奈良県の持っている強みと「全国的に高齢化し、担い手が不足」などの奈良県への向かい風を踏まえ、新たに「女性農業者への支援」を課題と捉えて、次世代の女性農業者を積極的に育成します。