

農業分野

産業成長戦略【農業分野】の概要（案）

農業産出額の増加・所得の向上

消費者に選ばれる産地へ

安心して農業を継続

2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化

1. 本県農産物の高付加価値化

地域農業の
活性化、雇用・
所得の確保

⑤ 集落営農の推進

- 集落営農組織の育成と活動促進
- 話し合いの場づくりと実践
- 地域が行う研修会や先進地視察等への支援
- 中山間地域等直接支払制度の活用

園芸品導入
周年化

こうち型集落営農の実現

- コーディネーターや集落リーダーの育成
- 農産物加工やグリーン・ツーリズムへの取組を支援
- 法人化への支援
- 加工、交流施設への取組を促進

地域の拠点ビジネス

⑥ 6次産業化の取組による拠点ビジネスづくり

- 加工、グリーン・ツーリズムの取組強化と6次産業化の推進
- 6次産業化をリードする人材の育成
- 地域資源を活かした商品開発・販路拡大を支援
- 拠点ビジネスづくりの推進
- こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスづくり

本県農産物の
ファンづくりと地産
地消の推進

⑦ 中山間に適した農産物等の生産

- 薬用作物の生産拡大支援など

販売力の向上

③ 流通・販売の支援強化

販売額拡大・販路拡大

- パートナーシップの強化
- 新たな出荷・流通・販売体制の構築
- 業務需要の開拓
- 展示商談会の開催
- 輸出の取組をさらに強化

PR・消費拡大

- 高知エリアの開催
- アンテナショップ等での販促
- 花きの消費拡大等に
向けた取組を強化
- 出前授業

販売を見据えた生産
産地を伝える販売

安全・安心

④ 品目別総合戦略

高品質安定生産
地域ブランド米の育成

生産性・品質向上
販売活動の強化

酪農・肉用牛
（坂土佐あかうし）・養豚
土佐ジロー・土佐はちきん地鶏

特色のある
農産物の
生産量を拡大

米

土佐茶

畜産

① まとまりのある園芸産地総合支援

まとまりづくり

「学び教えあふ場」の強化

生産現場での環境制御技術等
グループ実証の実施

省エネルギー対策支援

有望な園芸品目の導入

園芸品目の総合戦略支援

野菜

果樹

花き

レンタルハウス整備事業の充実

園芸用ハウスの流動化を促進

集出荷等施設の再編・集約、
機能向上を支援

3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化

② 環境保全型農業の 地位を確立 トップランナーの

IPM技術を全品目へ普及

GAPの活用 ● 土づくりと施肥の改善

新施設園芸システムの構築

オランダウエアストラント市との
友好園芸協定を活かす

有機農業の推進

有機農業の推進

新規就農者の確保・育成

U・ターン就農
者等の確保

実践研修など
就農に向けた支援

定着に向けて

就農者をターゲットにサポー
ト（優良農地の確保や
研修用ハウスの整備）
・営農指導・フォローアップ

規模拡大
経営強化

企業体的経営体の育成

法人経営体の育成

法人経営体の組織化と経営発展への支援

品目別規模拡大方策の策定

施設整備や資金面での支援

⑧ 担い手の育成と生産資源の保全

生産資源の保全

・基幹的水利施設等の長寿命化対策

・農地・水保全管理支払制度の活用

地域の核と
なる農業の
担い手を
育成

地域の担い手を
確保・雇用の創出

県産花き振興の取り組みについて

生産振興

- ・消費地ニーズに対応した花きの生産
- ・新品目の導入
- ・経営コストの削減
- ・高品質・安定生産

<新たな取り組み>

★新たな草花・枝物等の産地化

- 内容：大阪丸高花き協議会から栽培提案があった18品目について、園芸連が主体となって試験栽培を行い、県は「まともグループ実証」等で取り組みをバックアップする。
- 品目：現状で栽培面積は少ないが市場から要請のある品目
 (草花)花なす、観賞用唐辛子、リンドウ、風船とうわた、千日紅、大蓼
 (枝物)紫陽花、ブルーベリー、夏ハゼ、木いちご、シキミア、ガマズミ、ビバーナム、カルミア、赤やなぎ、シキミ、サカキ
 (薬物)虎の尾
 ○スケジュール
 H25.1まで 産地への栽培意向打診
 H25.2 栽培説明会
 H25.4～ 順次栽培実証開始
 (まともグループ実証活用)
 H26.3まで 試験栽培結果の検証
 生産拡大可能な品目について
 次年度推進

- 園芸品目の総合戦略支援**
- (例)ユリりの夜冷栽培技術による品質向上
 - (例)グロリオサ‘オレンジハード’の導入拡大
 - (例)レンタルハウス事業による施設整備支援など

<販売推進の方向性>

- ブランドの維持
- 地産外商を主軸とした販売
- 実需者との結びつきの強化
- 消費拡大の推進
- 新たな商材の国内外への提案・販売

販売振興

- ・県産花きの販売PR強化
- ・実需者との顔が見える関係づくり
- ・新たな商材の国内外への提案・販売

<新たな取り組み>

★高知の花商談会 (関東地区で試行)

- 内容：東京丸高花き協議会12社と取引のあるブライダル、葬祭等の大口業務関係実需者と各産地とのマッチング
 協力会社・・・大田花き、世田谷花き、第一花き 他全12社
- 時期：平成25年11月下旬(1回)
- 場所：東京都内
- 出展者：県内花き出荷主要JA、県内花き出荷団体
- 商談会のねらいと効果
 - ・新たな取引先の拡大
 - 効率的、相乗的な商談により生産過剰となる品目、時期の解消
 - ・業務需要への取引拡大
 - ブライダル、葬祭等大口販売業者とのマッチングによる規格外品も含めた取引拡大
 - ・産地の見える化強化
 - 活発な産地の動きを見せることによるファンへの拡大、固定客の確保
 - ・顧客情報をもとに新たな取り組みへトライ
 - 新品目・新品種への取引拡大、出荷規格や商品PR方法の見直しなど

関東地区での効果や問題点等を検証したのち、関西地区でも実施を検討

実需者対象の出前授業(関東・関西各1回)
 仲卸、花店への産地のこだわり情報の周知、交流促進

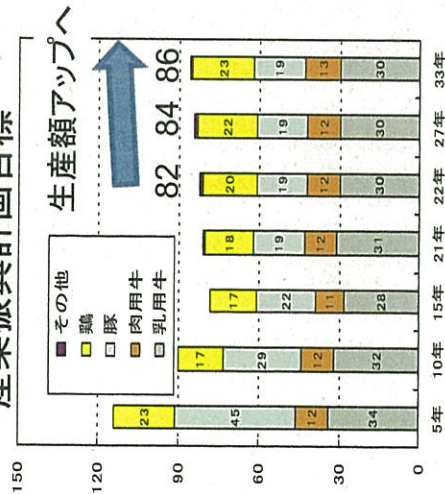
重点施策【新規】レンタル畜産施設等整備事業

○産業振興計画の目標以上の達成に向けて、畜産物の生産基盤を拡大するため、新規就農や規模拡大に要する畜産施設等整備の取組に対して支援する。

・事業主体となる市町村、農協が畜舎や付帯施設等を整備する取組に対し支援する。

現状と課題

○畜産粗生産額の推移と産業振興計画目標



○価格低迷や高齢化等により飼養戸数・頭羽数は減少しているが、県外への販売拡大によって、販売価格の底上げや農家の生産意欲向上がみられている。

○畜産の生産拡大には、多額の資金を要する施設等整備が必要となるため、市町村や農協等と連携した支援が必要である。

取組内容

○レンタル施設等整備

【事業主体】市町村、農協
 【事業内容】レンタル用畜産施設等整備に要する経費について、市町村が補助する事業に対し支援する。（レンタルハウス整備事業の新規及び規模拡大の項目に準ずる。）
 【対象畜種】乳用牛、肉用牛、豚、鶏（土佐はちきん地鶏、土佐ジローを含む。）
 【補助率】県1/3以内（中山間地域2/5以内）、市町村1/10～1/3

効果

☆地域内あるいは県域一貫生産体制の再構築
 ☆消費・流通ニーズに対応した畜産物の安定生産
 ☆生産に見合う流通・販売体制の拡充

畜産地の再構築
 ①産業振興計画の目標以上の達成



②中山間地域の産業振興
 ③ブランド（競争）力の強化
 ④市場の活性化・販売価格の向上
 ⑤担い手の確保・雇用対策



産地自らが取り組む新規就農の育成をトータルサポート

新たな対策のポイント

- ・ポイント1 園芸部会で、産地の将来を話し合い、産地の目標と新規就農に使える農地を選定
- ・ポイント2 農地利用集積円滑化団体による農地の先行確保
- ・ポイント3 JA出資型法人等のハウス整備から、実践研修の実施とのれん分けでの営農開始

【ステップ1:農地の確保】

園芸産地で産地の将来を話し合う(後継者はいるか、農地はあるか)「人・農地プラン」に反映

話し合いの結果から

農地の出し手
(規模縮小や離農を考えている農家)

白紙委任

農地利用集積円滑化団体が農地を確保
(市町村等)

利用権設定

【ステップ2:ハウス整備】

県農業公社
(県・市町村の補助)

ハウス建設し、
JA出資型法人等にリース

JA出資型法人、市町村農業公社等

【農業経営を行うとともに就農実践研修を実施】

農地の利用権を変更

ハウスを転貸

研修終了、就農

【ステップ3:就農への支援】

☆研修で使ったハウスをそのまま経営を開始

☆転貸したハウス分は、必要に応じ、再整備し、法人等の経営安定へ

☆研修ハウスで就農した新規就農者は、レンタルハウス整備事業等で、規模拡大し、経営発展

のれん分けでスムーズに就農

【施研修ハウスで、そのまま独立、自営就農】

経営開始後、実績を積んで

レンタルハウス等で、計画的な規模拡大

産地を支える地域の中心となる経営体へと発展

新規就農への新たな制度の創設

24年度の取り組み

・県農業公社による農地情報の収集と提供への取り組み
→新規就農者が使える農地が少くない

残された課題

・地域農業に詳しい営農指導員と産地が農地や後継者の情報を共有
→産地自らが後継者を育てる

・新規就農の受け皿として、JA出資型法人の育成に取り組み
→設立後の経営への不安
→新たな設備投資への不安

・設立後の経営安定には施設園芸への取り組みが必要
→経営の安定化に向けた施設整備への支援が必要

・就農サポートハウスの整備に取り組み
→新規就農者がいない期間のリスクが大きい
→実績のない新規就農者への不安
→固定資産増加へのJAの懸念

・就農サポートハウスの整備に取り組みJAが少なかった
→営農開始時だけなく農地や研修への支援も必要
→実施主体も含めた新たな対策が必要

戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

【農業分野】

取組方針	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (取り組み・効果)	課題		1	2	3	4	5	
2. 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立 (5)オランダウエストラント市-高知友好園芸農業協定を活かした環境保全型農業の推進	<p>◆高知県は豊かな自然を守るため、環境への負荷を可能な限り低減した「環境保全型農業」に積極的に取り組み、国内のトップランナーの地位確立を目標として普及を推進している。</p> <p>◆オランダ王国の施設園芸は輸出産業として発展し、農業や化学肥料等の環境への負荷を極力抑える多くの技術で世界のトップを走る国として認知されている。そこで、オランダの施設園芸の中心であるウエストラント市と友好園芸農業協定を締結し、情報や技術の導入を通じて、本県の環境保全型農業の推進を加速化する。</p>	<p>・友好園芸農業協定の締結 ・技術交流訪問団の派遣とビジネス交流への支援</p> <p>◆技術交流訪問団の参加者(農大生を除く) 21年度44名 22年度32名 23年度25名</p> <p>◆オランダの取組に直に接することで得た知識、人脈、刺激等は、ビジネス交流を促進したほか、本県で環境保全型農業を推進するための動機づけとして有効に働いた</p> <p>・学生交流の実施 ・研究員長期研修の実施</p> <p>◆農大生の短期訪問 21年度4名 22年度14名 23年度9名</p> <p>◆農大生の留学研修 22年度2名(1か月) 23年度1名(2週間)</p> <p>◆研究員長期研修 23年度2名(3か月)</p> <p>◆学生や研究員の資質が向上するとともに、オランダとの連携が強化された</p>	<p>◆受けた刺激が一過性のものに終わることなく、継続した取組につなげるための工夫や仕組みが必要</p> <p>◆オランダとの交流をより多くの県民に紹介するための工夫が必要</p>	<p>◆派遣研修の継続 ○技術交流訪問団 ○学生交流 ○研究員派遣研修</p> <p>◆★成果報告や情報交換の場となる交流セミナーの定期的な開催</p> <p>◆こうち新施設園芸システムの早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップ構築</p>						

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第2期計画	第2期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年後)
<p>新施設園芸システムを実践する農業者育成のための交流、オランダ交流セミナーの開催</p> <p>生産者・事業者:技術交流への参加と交流で得た知識や情報の活用、交流セミナーへの情報提供 農業団体:技術交流への参加・協力、生産者の支援 県環境農業推進課:交流事業のコーディネート、交流セミナーの運営、情報の集積と発信</p>					<p>◆交流事業 2回以上/年</p>	<p>◆オランダの施設園芸をモデルにしたこうち新施設園芸システムへの展開</p>	
<p>新施設園芸システムを実践する後継者育成のための学生交流</p> <p>農大生:留学研修への参加と研修で得た知識や情報の活用 県立農業大学校:学生の支援、語学等留学に必要な基礎教育</p>							
<p>こうち新施設園芸システムの早期完成のための研究員派遣研修</p> <p>農業技術センター:研究員の選定と長期研修への支援支援 県環境農業推進課:長期研修のコーディネート</p>							
<p>こうち新施設園芸システムの早期確立のためのオランダ企業とのパートナーシップ</p> <p>農業技術センター:オランダの技術者との共同技術開発 県環境農業推進課:パートナーシップ構築の支援</p>							

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業界の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる

戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

【農業分野】

取組方針	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
		総括 (取組の進捗)	課題		1	2	3	4	5
3. 流通・販売の支援強化 (1) 流通・販売の強化に向けた支援		<p>⑤特産果樹の販売強化<文旦></p> <ul style="list-style-type: none"> ・パートナー量販店を軸にした販促、販売を実施 ・高知市での「ぶんたん祭」、アンテナショップでの「ぶんたん祭in東京」の開催によるPRを実施 ・土佐文旦振興対策協議会の発足を支援 ◆量販店での試食宣伝、青果担当者の産地招へい等により、商材としての認知度が向上したことに併せ、産地の戦略的な出荷や販促活動が始まった ◆「ぶんたん祭」の開催により、生産者の一体感が醸成されつつある <p><ユズ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・パートナー量販店で青果担当者を対象としたプロモーションを実施(H23) ・アンテナショップを活用したPRを実施 ◆プロモーションの実施によりパートナー量販店で食材として見直され、青果の販売が強化された ◆アンテナショップでは、青果と加工品のセットでフェアを展開することで効果的なPRにつながった <p><新高梨></p> <ul style="list-style-type: none"> ・アンテナショップを活用したPRの実施 ◆関東地区で高級梨としての認知度が上がった <p>⑥花きの販売PR強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・産地、園芸連、県による市場でのモニタリング調査を実施(H21~H23) ・関東4市場/年、関西4市場/年 ・調査結果の産地へのフィードバック ◆実需者の産地招へいによる生産者との交流会を開催 ・「JFF in 丸ノ内(H21)」やアンテナショップ「まるごと高知(H22,23)」等での展示PRを実施 ・県産花きの販促用DVDを作成(H23) ・海外でのテストマーケティング実施(フランス、シンガポール他) ◆モニタリングに参加した産地(生産者)は、実需者からの声を直接聞くことで、これまでとは異なった視点で産地における改善点や課題意識を持たせた ◆モニタリングに参加する産地が固定化されてきており、県域での取組には至っていない ◆大消費地の人の多く集まる場所で展示PRを行ったことで、花きの産地としての高知のイメージアップにつながった 	<p><文旦></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆パートナー量販店等で販売拡大を進めていくため、出荷量の確保と品質のバラツキをなくしていく ◆下級品の加工利用促進 ◆振興対策協議会による「ぶんたん祭」の内容充実とPRのための土佐文旦の異なる情報発信 <p><ユズ></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆青果と加工品とのプロモーションミックスによる総合的な販促活動 ◆パートナー量販店やアンテナショップとの連携による販売拡大 <p><新高梨></p> <ul style="list-style-type: none"> ◆針木梨組合の積極的な販促PR活動を県内他産地に広げていく <p>◆モニタリング結果を踏まえた出荷団体と各産地、県等による「生産振興方針(販売戦略含む)」の策定及び方針の共有</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆モニタリング結果の県域での共有と、結果に基づく産地での改善に向けた取組 ◆県産花きの効果的なPRの実施 ◆商談会の実施による販売の強化 	<p>⑤特産果樹の販売強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ○パートナー量販店やアンテナショップでの販促活動支援 ○実需者等の産地招へい ○産地、出荷団体との出荷販売方針の共有 ○「ぶんたん祭」や各品目の販促フェア等への支援 ○展示商談会等への出展による実需者とのマッチング支援 					

※これからの対策の 大は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第2期計画	第2期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (令和10年度末)
<文旦>	パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化(商材としての認知度向上)					◆パートナー量販店での取り扱い拡大による冬、春果実としての定番商材化(文旦)	◆特に北関東地区での認知度向上による商品の定番化(文旦)
フェアや産地招へい等の拡充により、量販店への「土佐文旦」の商品としての価値を向上させ取扱店舗、取引量の拡大を図る	土佐文旦振興対策協議会による県内外への発信力強化 産地との情報及び販売戦略の共有						
新需要開拓マーケティング協議会・農業団体：パートナー量販店・アンテナショップを軸にした認知度の向上による販売力の強化 生産者団体：関係機関と連携し「土佐文旦」の県内外へ発信・PR 県産地・流通支援課：上記取組への支援							
<ユズ>	パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化(食品としての認知度向上)					◆食材としての活用拡大	◆年間を通じた青果ユズの安定消費(ユズ)
フェアや産地招へい、商品提案等の拡充による「青果の食品としての需要」の拡大を図る	新需要開拓マーケティング協議会・農業団体(ゆず協会)：パートナー量販店・アンテナショップを軸にした利用拡大の提案等による販売力の強化 関係機関と連携し「ゆず」の県内外へ発信・PR 県産地・流通支援課：上記取組への支援						
<新高梨>	パートナー量販店・アンテナショップ等での販売強化(高級果実としての認知度向上)					◆アンテナショップ等での販売による認知度向上	◆量販店出荷と個人出荷販売の両立で高級梨としての認知度が高まる(新高梨)
フェアの拡充や産地招へい等を実施し、「大玉完熟の高級梨」としての価値を向上させ取扱店舗、取引量の拡大を図る	新需要開拓マーケティング協議会・農業団体：アンテナショップ等を軸にした「高級果実」としての認知度向上による販売力の強化 園芸流通を利用した業務需要等への展開 県産地・流通支援課：上記取組への支援						
花きのPR	生産者・農業団体・県産地・流通支援課：アンテナショップや百貨店等での高知果フェアで県産花きの展示PRを行う					◆県産花きの認知度向上による県産花きの販売額の維持	◆生産者がいきいきとやりがいを持って生産に取り組み、県内花きの生産が活発化
生産者・農業団体・県産地・流通支援課：市場や実需者を対象にした花きの出前授業の実施	生産者・農業団体・農業振興センター・県産地・流通支援課：高知フラワーアドバイザー設置によるより効果的なPRの実施						
花きのPR(海外)	生産者・農業団体：国際園芸博覧会(フロリアード2012)への出展 県産地・流通支援課：国際園芸博覧会への出展支援						
展示商談会開催による販売の強化	農業団体等：産地の特徴を活かした商談の実施及び関西地区への拡大(関西H26~) 県産地・流通支援課：上記取組の企画・実施						

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる

戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

【農業分野】

取組方針	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
		総括 (取組のまとめ)	課題		1	2	3	4	5	
4. 品目別総合戦略 (3) 土佐茶産地の再構築 P212 別冊(農7)参照	◆消費動向の変化により、リーフ茶の消費が減少し、本県産荒茶価格が大きく低下している ◆荒茶価格の低下による生産者の収益の減少や、生産者の高齢化により、栽培面積が急激に減少している。	◆土佐茶販売対策協議会の設立と土佐茶のPR・販路拡大の取組の実施 ◆「土佐茶カフェ」への土佐茶PR拠点業務の委託の実施 ◆全農高知県本部への販路・消費拡大業務の委託 ◆県内の緑茶の購入量の増加、土佐茶の認知度の向上、全農高知の仕上茶取扱金額・数量・店舗の増加の成果が得られ、県内緑茶消費量の県内産シェア 66%と向上した。 ◆JA全農こうち仕上茶工場の高度化 ◆JAコスモス仁淀茶、JA高知はた十和、JA津野山茶工場の高度化 ◆荒茶・仕上茶の生産性・品質向上が進んだ。仕上茶では、新たなティーバッグ・パウダーの商品化が進んだ。	◆県内外に向けた土佐茶のPR・販路拡大の取組を強化する。 ◆各関係機関が連携し、県産茶の品質向上に向けた取組を行う。	◆土佐茶の消費・販路拡大活動の強化 ★〇試飲・PR活動、新たな飲み方の創造・提案による消費拡大、営業活動の強化による販路拡大 ★土佐茶のブランド化推進 ◆生産を維持する活動の強化 ★荒茶の生産性・品質向上対策の実施 ★荒茶加工施設の再編・高度化						
(4) 畜産の振興 (ア) 酪農 P213 別冊(農7)参照	◆生乳生産は、国や生産者団体において需要に即した計画生産を実施。近年は増産計画を継続。 ◆飼料価格の高騰による所得の減少	◆牛群検定情報を活用した乳量・乳質改善の取組や牛群検定の加入を促進 ◆経産牛1頭当たり乳量の向上 H19: 7,500kg → H22: 7,800kg ◆検定農家加入率のアップ H19: 23.8% → H22: 30.1% ◆学校給食等消費拡大への取組 ◆学校給食への牛乳供給やイベントでのPR活動を実施 ◆牛舎の快適性改善の実証を支援。 ◆モデル農家4戸での実証展示や普及・啓発用マニュアルを作成	◆乳量・乳質向上のための更なる取組が必要 ◆消費拡大の取組が必要	◆乳量・乳質向上の取組への支援 ○牛群検定の指導強化と加入促進 ○消費拡大の推進 ○牛舎の快適性改善の推進 ◆生産基盤の強化 ○畜産施設等整備促進への支援						

※これからの対策の ★は新規事業
 ◎は拡充事業
 ○は継続事業

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (平成30年度末)	
土佐茶の消費・販路拡大活動の強化 生産者・農業団体・茶商・土佐茶カフェ：試飲・PR活動や営業の強化等による、県内外に向けた消費・販路拡大活動の実施 県地域農業推進課・茶業試験場・農業振興センター：消費・販路拡大対策の支援強化 生産者・農業団体・茶商：県の特徴を活かした外高向け商品の開発・販売によるブランド化の推進 県地域農業推進課・茶業試験場・農業振興センター：ブランド化の支援強化					◆仕上茶販売額のアップ H20 → H27 3倍へ H20 7,500万円 ↓ H27 22,800万円	◆地域で暮らし稼げる農業	
生産を維持する活動の強化 生産者・農業団体：荒茶の生産性及び品質向上対策の取組の実施 市町村・県地域農業推進課・茶業試験場・農業振興センター：荒茶の生産性及び品質向上対策の支援強化 荒茶加工施設の再編・高度化(1ヶ所)							
牛群検定の指導強化と加入促進及び消費拡大 全農こうち・酪連協：牛群検定の推進や消費拡大イベントの開催 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：牛群検定情報の活用、リーフレットによる加入促進及び消費拡大イベントへの支援					◆1頭当たり県平均乳量 H22年度：7,800kg ↓ H27年度：8,200kg	◆地域で暮らし稼げる農業	
牛舎の快適性改善の推進 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場：牛舎快適性改善マニュアルによる普及・啓発 レンタル畜産施設等整備の促進 JA・市町村：畜産施設等整備促進 県畜産振興課・家畜保健衛生所：畜産施設等整備促進への支援							

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
 2 産業界の連携を強化する
 3 足腰を強め、地方を高める
 4 新たな産業づくりを挑戦する
 5 産業人材を育てる

戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

【農業分野】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
			総括 (取り組み・総括)	課題		1	2	3	4	5
4. 品目別総合戦略 (4)畜産の振興 (イ)肉用牛		◆肉用牛農家戸数や頭数の減少 ◆飼料高騰や子牛・枝肉市場価格の低下による所得の減少 ◆土佐和牛の中で、土佐あかうしは、黒毛和牛を中心とした脂肪交雑重視の和牛肉流通体系では、販売価格の上積みは厳しい状況	◆生産性向上への支援 ◆枝肉重量の上昇 枝肉重量H20:448.6kg→H22:460.9kg ◆優良育成子牛の市場率の向上 H20:31%→H22:35% ◆土佐和牛ブランドの再構築への支援 ◆土佐和牛ブランド推進協議会での黒毛、褐毛和種それぞれの販売流通戦略によって、新規取扱店が拡大し、県内枝肉価格は全国相場と比較して好調に推移	◆土佐和牛の安定生産に向けた生産基盤の維持・拡大 ◆ブランド方向上に向けた黒毛、褐毛和種それぞれの生産流通戦略の徹底 ◆土佐和牛ブランド力の向上への支援 ○土佐あかうし(地産外産)・黒毛和牛(地産地消)の生産流通戦略の展開	◆生産性向上や生産基盤強化への支援 ○篤農家の技術を活かした育成・肥育成績向上への取組強化 ○土佐和牛繁殖雌牛導入促進による生産基盤拡大 ○畜産施設等整備促進への支援 ◆土佐和牛ブランド力の向上への支援 ○土佐あかうし(地産外産)・黒毛和牛(地産地消)の生産流通戦略の展開					
(ウ)養豚		◆飼料価格の高騰や畜産環境対策に対応しながら、堅調な肉豚価格の推移により生産規模を維持してきたが、H20から肉豚価格の低減などにより、厳しい経営状況。 ◆米豚の生産は順調に拡大、H23年度は当初計画3千頭を大幅に超える1万頭まで拡大	◆ブランド化を目指した飼料米給与豚(米豚)の生産実証(JA四万十)を支援。 ◆飼料用米生産面積 H20年度:1ha ↓ H23年度:41ha ◆米豚生産頭数 H21年度:120頭 ↓ H23年度:10,000頭 ◆肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援	◆選ばれたブランドとなるためには「米豚のさらなる高品質化」が必要。 ◆必要となる飼料用米の安定確保。 ◆肉豚価格安定基金の生産者積立金積み増しの軽減	◆米豚の高品質化 ○「さらにおいしい米豚」を目指した、飼料用米の最適な添加割合の確立 ◆飼料用米の安定確保 ○飼料用米低コスト生産 ◆需要に見合った米豚の生産頭数の確保 ◆肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援					

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第2期計画	第2期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (令和10年先)
篤農家の技術を生かした育成・肥育成績向上への取組強化	子牛哺育育成センター(キャトルステーション)実証展示 畜産会:篤農家による研修や繁殖・肥育農家合同研修会の実施、育成・肥育技術の検証、キャトルステーション方式の育成技術等の新技術の普及 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:子牛哺育育成マニュアルの普及、篤農家の技術を生かした生産性向上への取組への支援					◆土佐和牛飼養頭数(2月現在) 平成23年 4,545頭 ↓ 平成28年 5,000頭	◆地域で暮らし稼げる農業
土佐和牛繁殖雌牛導入促進による優良繁殖雌牛群の拡大	生産者・全農こうち・市町村:県内家畜市場からの繁殖雌牛導入促進 県畜産振興課・畜産試験場・家畜保健衛生所:繁殖雌牛導入促進や優良系統繁殖雌牛の供給への支援				導入雌牛を活用した繁殖雌牛群の改良促進		
レンタル畜産施設等整備の促進	JA・市町村:畜産施設等整備促進 県畜産振興課・家畜保健衛生所:畜産施設等整備促進への支援						
土佐あかうしの地産外産を視野においた生産流通戦略の展開	協議会:県内外のPR戦略や生産流通戦略による表示店舗や販路の拡大 県畜産振興課:畜産振興アドバイザーとの連携した県内外のPRやこだわりの飲食・量販店への販路拡大への支援						
黒毛和牛の地産地消を視野においた生産流通戦略の展開	協議会:県内を中心としたPR戦略や生産流通戦略による表示店舗や販路の拡大 県畜産振興課:県内を中心としたPRや販路拡大への支援						
米豚の高品質化	養豚農家:飼料用米の給与実証 JA四万十:飼料用米の給与に関する技術支援、豚肉の評価 くみあい飼料:飼料用米を配合飼料に加工 県畜産振興課・家畜保健衛生所:飼料用米の給与技術の提供、豚肉の評価の支援				需要に見合った米豚の生産頭数の確保	米豚のブランド化 (生産頭数 10,000頭の維持)	◆地域で暮らし稼げる農業
飼料用米の安定確保	(有)営農支援センター・耕種農家:飼料米の低コスト生産 県環境農業推進課・農業振興センター:飼料用米生産技術の支援 JA四万十:飼料用米の需給調整、助成事業の実施						
肉豚価格安定基金の生産者積立金造成への支援	生産者・県畜産振興課:肉豚価格安定基金の生産者積立金造成 配合飼料基金:養豚経営安定基金造成事業実施						

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業界の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる

戦略の柱【1. 本県農産物の高付加価値化】

【農業分野】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21~H23)の総括等		これからの対策	改革の方向					
			総括 (取り組み/総括)	課題		1	2	3	4	5	
4. 品目別総合戦略 (4)畜産の振興 (エ)土佐ジロー		◆県が開発した卵肉兼用鶏として昭和61年から普及を開始、平成8年7月に県の商標登録後、土佐ジロー協会を中心としたブランド化に向けた取組を実施	◆鶏の安定供給への支援 ◆ふ卵体制の整備(土佐ジロー協会:H22年度から離供給開始) ◆品質向上への支援 ◆マニュアルに基づく技術巡回指導、卵質検査の実施 ◆認知度向上や販路拡大の取組への支援 ◆試食販売会、展示商談会やイベント開催や参加、食べ歩きマップによるPRによって、新規取扱店や県外へ供給量は拡大	◆生産量の拡大 ◆既存農場の規模拡大・種鶏場の整備 ◆ブランド力の向上と生産拡大に見合う販路の確保	◆生産・流通拡大への支援(飼養羽数5万羽体制の確立) ○生産基盤の拡大や品質向上の推進(種卵の安定供給体制の確立) ○ブランド力の向上や販路の拡大 ○加工処理・流通体制の確立 ○畜産施設等整備促進への支援						
(オ)土佐はちきん地鶏		◆産業規模で飼育可能な高品質肉用鶏として県が開発、平成18年8月に商標登録、土佐はちきん地鶏振興協議会を中心としたブランド化に向けた取組を実施 ◆産生産羽数は平成19年度の約1万羽から平成22年度は約9万羽へ生産拡大	◆生産拡大と生産性向上への支援 ◆新規農家の参入 H23年:試験飼育(1戸) ◆種鶏の安定供給、技術研修会や巡回指導の実施。 ◆流通拡大の取組への支援 ◆試食販売会、展示商談会の開催・参加や食べ歩きマップ等によるPRによって、新規取扱店が拡大。 ◆特定JAS認定取得	◆更なる生産の拡大と生産性向上の取組 ◆ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の確保	◆生産・流通拡大への支援(飼養羽数14万羽体制の確立) ○生産基盤の拡大や生産性向上の推進(増羽体制の確立) ○ブランド力の向上や生産拡大に見合う販路の拡大 ○加工処理・流通体制の確立 ○畜産施設等整備促進への支援						

※これからの対策の★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

第2期計画	第2期計画				H28以降	目指すべき姿(目標値)	
	H24	H25	H26	H27		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (概ね10年先)
飼養羽数の拡大や品質向上の推進(新規農家の育成、卵質検査の実施等)	→					◆土佐ジロー飼養羽数 H22年度:3万羽 ↓ H27年度:5万羽	◆地域で暮らし稼げる農業
種鶏場の設置に向けた検討(現地実証)	→						
種卵の安定供給体制の確立	→						
レンタル畜産施設等整備の促進	→						
協会:産安定供給、中山間地域の農家育成(篤農家による現地説明会)や品質向上の取組(卵質検査、技術研修会の開催等) IA・市町村:畜産施設等整備促進 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:生産拡大、畜産施設等整備促進や品質向上の取組への支援	→						
ブランド力の向上や販路の拡大	→						
協会:地産地消の徹底と地産外販の更なる推進(PRや販路拡大) 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:ブランド力向上や地産地消・外販への支援	→						
加工処理・流通体制の確立	→						
協会:加工処理・流通体制の確立(加工品の開発や流通販売体制の整備) 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:加工処理・流通販売体制確立への支援	→						
生産羽数の拡大や生産性向上の推進(増羽への取組、技術研修会の開催等)	→					◆土佐はちきん地鶏生産羽数 H22年度:9万羽 ↓ H27年度:14万羽	◆地域で暮らし稼げる農業
レンタル畜産施設等整備の促進	→						
生産者・協議会:産の安定供給、既存農家の規模拡大や新規農家参入による生産基盤の拡大、生産性向上の取組 IA・市町村:畜産施設等整備促進 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:生産基盤拡大、畜産施設等整備促進や生産性向上への支援	→						
ブランド力の向上や販路の拡大	→						
協議会・会員企業:地産地消の徹底と地産外販の更なる推進(PRや販路拡大) 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:ブランド力向上や地産地消・外販への支援	→						
加工処理・流通体制の確立	→						
協議会:食鶏加工処理や流通販売体制の確立 県畜産振興課・家畜保健衛生所・畜産試験場:食鶏加工処理や流通販売体制確立への支援	→						

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業間の連携を強化する
3 足腰を強め、地方を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業人材を育てる

戦略の柱【2. 中山間地域の農業・農村を支える仕組みを強化】

取組方針	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向				
		総括 (取り組みの総括)	課題		1	2	3	4	5
2. 6次産業化への取組による拠点ビジネスづくり (1)加工、グリーン・ツーリズム等への取組強化と6次産業化の推進	◆今後、地域の活力を取り戻すためには、地域資源を効率的かつ最大限に活用しながら、他産業との連携や、農業者等が、加工業への市場展開を図ることにより、新たな産業を創出し、地域内に所得と雇用を生み出しながら、地域経済を活性化していくことが求められている。 ◆農村の起業活動は着実に増加しているが等質な経営が中心 ◆各地域の学校で行われている食育は、米や野菜での取組事例が大部分で、米・野菜以外の土佐はちきん地鶏、土佐茶、メロンなど(以下、「特産農畜産物」)を活用する食育が行われていない。 ◆食べ方(文旦などの剥き方等)や茶の淹れ方を知らない子どもたちの増加	◆各農業振興センターに6次産業化の取組を支援する担当を配置し、農業者が相談しやすい体制を整備。総合的なコーディネートを実施 ◆人材創出セミナーの実施による先進地視察、地域活性化計画策定支援 ◆国の6次産業化法総合化事業計画認定に対するサポート体制の構築 ◆県産振興の総合補助金、国の交付金を活用した、新たな加工施設の整備などへの支援を実施 ◆意欲ある地域や団体の高付加価値化の取り組みに対して、技術的なサポートや施設整備など、ソフト・ハード両面からの支援策を実施した結果、一部で加工品の商品化、直販店の充実などの動きが見られ始めた。 ◆特産農畜産物の学校給食(県内小学校等)への食材提供(土佐はちきん地鶏・土佐ジロー・エメラルドメロン) ◆初めて食べたという子どもが多く、県内での認知度向上に繋がった。 ◆特産農畜産物等の出前授業 ◆子どもたちは、生産者の苦労やこだわりを知ることで農畜産物への思いが構築される。 ◆生産者が出前授業に参加し子どもたちと接することで、生産意欲の向上に繋がった。 ◆小学生が考えた、高知野菜を活用したメニューの表彰 ◆子どもたちが自分でメニューを考案することで、より高知野菜への意識が高まった	◆農業者等の商品開発ノウハウの向上 ◆地域資源発掘、商品開発、商品力の磨き上げ、販路開拓への支援対策の強化 ◆6次産業化をリードする人材育成 ★魅力ある商品づくりを通じて企画・提案・実行していくための技術力習得支援 ◆地域資源の活用による付加価値化の取組を助長する環境づくり(生産、加工、サービス、未利用資源利用等) ★地域に残された伝統作物の栽培体制を整え、地域資源としての活用を図る ★農業者等の生産から加工、販売までの取組を総合的に支援 ◆特産農畜産物等の食農教育 ◆高知野菜大好きっ子表彰事業による食育の推進と高知野菜の消費拡大	○					
(2)所得向上や雇用拡大につながる拠点ビジネスづくりの推進	◆都市の農村に対する関心が高く、両者間で交流を進めることを必要と考える都市住民が約8割を占める等、農村への強い期待感 ◆一方、県内中山間の高齢化は顕著で、集落機能が衰退しており、あらゆる方面から活性化を図ることが急務	◆農村資源の活用 ・グリーン・ツーリズムの活用方法の検討、実践 ・農村資源の活用をおこなう組織の立ち上げ、及び支援 ・新たな資源の発掘、生産体制確立支援 ◆情報発信 ・集落の魅力を発信する仕組みづくり	◆農村資源の活用 ・農村の価値の再認識と付加価値化 ・集落及び組織が一体となった生産体制づくり、販売の確立 ◆こうち型集落営農を通じて所得の確保が期待できる農産加工やグリーンツーリズムなどの経営の多角化に取り組む	○					

※これからの対策の ☆は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【農業分野】

第2期計画					H28以降	目指すべき姿(目標値)	
H24	H25	H26	H27	中期的な視点 (平成27年度末)		長期的な視点 (昭和10年度末)	
6次産業化をリードする人材育成 農業者等：農業創造セミナー等への参加により、企画・提案・実践力とビジネスに必要な知識・技術を習得 農業振興センター・地域支援企画員：意欲ある人材発掘、地域課題の掘り起こし、企画提案実現への支援、フォローアップ 県地域農業推進課：農業創造セミナー、アドバイザー派遣等による支援、フォローアップ					◆自ら考え企画・販売できる農業者の育成 (6次産業化に取り組む組織数増加)	◆6次産業の担い手としての自立	
地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援 農業者等：伝統作物等の栽培への取組、地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発、販路拡大 農業振興センター・地域支援企画員：栽培実証、種苗の確保・保存、商品開発・販路拡大に向けた支援 県関係課：商品開発、磨き上げの支援対策の整備 農業者と加工業者、販売業者等とのマッチング支援							
高知の特産物ジュニア博士育成のための特産農畜産物の食農教育の推進 農業者・農業団体：食農教育への積極的な取組 県地域農業推進課：高知の特産物ジュニア博士育成のための食農教育実施 農業振興センター：食農教育に取り組む産地への技術支援					◆地域特産物への理解が深まり、子どもから親に話をすることで、家庭での消費も増える ジュニア博士育成：18,000人(H23末：5,969人→H27末：18,000人)	◆出前授業を通じて高知県の農業や特産農畜産物への理解を深めることで、将来の高知県農畜産物の応援団が増加する。	
「高知野菜大好きっ子」の表彰と普及啓発 県地域農業推進課：高知野菜を活用して子どもが考えたメニューの表彰制度の実施と普及啓発					◆高知野菜の家庭や学校給食での活用により、高知野菜をよく食べる子どもが増える。	◆高知野菜を使った給食や食育を通じて、子どもたちが将来の高知県農畜産物の応援団となる。	
地域資源を活かした商品開発、販路拡大を支援【再掲】 農業者等：地域・集落固有の地域資源の発掘・活用と商品開発、販路拡大 農業振興センター・地域支援企画員：商品開発・販路拡大に向けた支援 県関係課：商品開発、磨き上げの支援対策の整備 農家と製造業者、販売業者等とのマッチング支援					【再掲】 ◆集落営農数 H22.12 160組織 ↓ H28.3 250組織(うち、5組織)	【再掲】 ◆集落営農数 500組織	

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産農間の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりを担う
5 産業人材を育てる

戦略の柱【3. 新たな担い手の確保・育成と経営体の強化】

取組方針	施策	背景	第1期計画(H21～H23)の総括等		これからの対策	改革の方向						
			総括 (取り組みの総括)	課題		1	2	3	4	5		
1. 担い手の育成と生産資源の保全 (1) 新規就農者の確保・育成		<p>◆農業者の高齢化や農業就業人口減少などに伴い担い手が不足している。産地の維持・発展のためには若い新規就農者を継続的に確保・育成する必要がある。</p> <p>◆PR段階から営業開始まで段階的に支援を充実することにより、第1期計画時(H21)の161人からH23は234人と新規就農者の増加につながっている。</p>	<p>◆PR段階 就業相談窓口や支援制度・事例紹介などをホームページへの掲載し、就業希望者への呼びかけ</p> <p>◆相談段階 県や新規就業相談センターなどによる相談活動の実施や、県外での就業相談金の実施。</p> <p>◆技術習得段階 農大での基礎的な研修や就業予定市町村での実践的な研修の実施</p> <p>◆営業準備段階 農地・遊休ハウスの情報の収集・提供や初期投資に要する経費の軽減、JA出資型法人設立への支援</p> <p>◆営業開始後 普及職員、営業指導員による支援や認定農業者への誘導・育成の実施</p>	<p>◆就業希望者の確保</p> <p>◆研修支援等の強化</p> <p>◆営業開始に必要な農地、施設、資金等の確保</p> <p>◆実践研修を支援する指導農業者の確保</p> <p>◆新規就農者の定着</p>	<p>(就業前) ◆U・Iターン就農者の確保 ◆実践研修への支援 ★青年就業給付金(準備型)の活用</p> <p>○農地等の情報提供 ★農地の確保への支援</p> <p>★JA出資型法人の経営強化並びに実践研修から就業へのスムーズな移行への支援</p> <p>(就業時) ◆★営業定着への支援 就業サポートハウスと青年就業給付金(経営開始型)の活用</p> <p>(就業後) ○経営安定への支援</p> <p>○雇用就業に向けた支援</p>							

※これからの対策の ★は新規事業
◎は拡充事業
○は継続事業

【農業分野】

第2期計画	H24				H25				H26				H27				H28以降		目指すべき姿(目標値)	
	H24		H25		H26		H27		H28		H29		H30		H31		中期的な視点 (平成27年度末)	長期的な視点 (平成30年度末)		
<p>県外からの就業希望者の確保</p> <p>新規就業相談センター(農業金融・県農業公社):就業相談活動の実施 県立農業大学校研修課:「こうちアグリスクール(東京・大阪会場)」の運営、スクーリング研修の実施 県農業振興部:専門技術員を中心とした「こうちアグリスクール」講義の実施、就業相談活動の実施</p>																		◆新規就農者数 年間230人	◆新規就農者数 年間250人	
<p>研修の拡充</p> <p>生産者:研修生の受け入れ(指導農業者等の受入先の拡充) 市町村等:実践研修の実施 市町村担い手協議会等:研修事業の円滑な推進の支援 県産地・担い手対策課:研修生(就業時45歳未満、研修期間1年以上2年以内)への青年就業給付金(準備型)、創設+県費上乗せによる支援内容の強化と研修受入農業者への支援 研修生(上記以外で65歳未満)への県新規就業研修支援事業の継続 県立農業大学校教育課:就業希望者に対して産学・実習など2年間の実践的な研修教育を実施 県立農業大学校研修課:新しいなかにビジネススクール(ネット研修)や就業希望者長期研修等、就業希望者のニーズに合わせた短期の研修を実施</p>																		◆指導農業者 H23:49人 H27:70人	◆人・農地プラン の作成 200集落	
<p>遊休農地やハウス等の活用</p> <p>市町村担い手協議会(農業委員会等):ハウス情報の収集・提供 県担い手協議会:耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援(～H25) 農業団体(県農業公社):遊休農地やハウス等の情報を収集し、就業希望者等に情報提供 耕作放棄地の再生利用に向けた取組への支援(国への上乗せ) 県産地・担い手対策課:農地解借団体が白紙委任を受けた農地を新規就農者へ集積を促す取組を促進し、管理に要する経費を支援(H25～)</p>																				
<p>初期投資の軽減</p> <p>県産地・流通支援課:新規就農者等に対するレンタル用の新設ハウス整備を支援 県民間組合指導課:就業する際に利用できる無利子の資金の貸付</p>																				
<p>円滑な就業に向けた支援</p> <p>市町村担い手協議会(市町村、農業委員会、JA等):農地や研修等の情報提供や助言などの実施 市町村:集落単位での「人・農地プラン」を作成し、青年就農者の定着支援を実施 県産地・担い手対策課:JA出資型法人等が行うハウス整備を支援し、経営体の強化を図るとともに実践研修の実施と就職したハウスのリースによる新規就農者の育成を図る。(H25～)</p>																				
<p>営業定着への支援</p> <p>県産地・流通支援課:就業サポートハウスにより1～3年実績を積むための支援(H24～H24から実施) 県産地・担い手対策課:45歳未満の新規就農者に対する青年就業給付金(経営開始型)の創設</p>																				
<p>経営安定への支援</p> <p>農業団体(県農業公社):就業から5年以内の認定就農者等の経営状況を把握し、農業振興センター等と連携し、営業面や経営・資金面についてフォローアップを実施(H22年度から新たに職員を配置) 農業団体(農協):営業指導員による営業指導 農業振興センター:普及職員による技術指導</p>																				
<p>雇用就業の拡大に向けた支援</p> <p>国:農の雇用事業による農業法人等への支援 県産地・担い手対策課:従業員スキルアップへの支援 農業団体(農業金融):ハローワークと連携した就業相談会の実施や情報の提供</p>																				

※改革の方向 1 足下を固め、活力ある県外市場に打って出る
2 産業界の連携を強化する
3 足腰を強め、地力を高める
4 新たな産業づくりに挑戦する
5 産業界を育てる

高知県産業振興計画の推進によって実現を目指す本県産業の姿 農業分野

現状

第2期計画ver.2(仮称)の取り組み

H24

H25

H26

H27

4年後の目標
(H27年度末)

さらなる飛躍
へのポイント

10年後の目指す姿
(H33年度末)

農業産出額 930億円(H22) → 958億円(H23)

生産

- ◆本県農産物の品質を高め、生産量を増やす
 - 高収量・高品質に向けた取組の展開
 - ・「学び教えあう場」の取組をさらに県内に広げる。
 - ④・高知県産花きの生産振興を強化
 - ⑤・農業技術センターと連携し、現場のハウスに合った革新的な環境制御及び省エネ技術等の確立・普及（オランダの技術を習得して増収）
 - ⑥・レンタルハウス整備や園芸用ハウス流動化への支援により、営農定着や規模拡大への負担を軽減する→ハウスの整備とあわせて、ヒートポンプ、木質バイオマスボイラー、改良型燃料タンク等を整備する場合等、補助対象を拡大する。
 - 環境保全型農業のトップランナーの地位を確立
 - ・天敵導入など安心・安全につながるIPM技術を全地域、全品目へ普及。
 - ④・オランダとの友好園芸協定を活かす。
 - オランダ民間企業の技術者の招へい等による技術開発、普及の加速。高収量・高品質に向けた「こうち新施設園芸システム」を構築する。
 - 米・土佐茶・畜産など地域の特産物の生産拡大やブランド化、生産性の向上を進める
 - ⑤・畜産の生産基盤強化
- ◆担い手の確保と、地域の中核となる農業者等の規模拡大を進める
 - 新規就農者の確保・育成と、実践研修などによる営農定着を支援する
 - ⑤・研修や就業時に利用できるハウスの整備
 - 農地の集積による規模拡大や、経営体質の強化を進める
 - ◆中山間地域の農業を維持・活性化させる
 - 集落営農を県内全域へ拡大する
 - こうち型集落営農のステップアップを支援する
 - ④・法人化や組織の加工等への取組を促す
 - 中山間に適した農産物等の生産（兼用作物の生産拡大支援など）
 - ④・中山間での有望品目として販売ルートが確保され、軽量で初期投資の少ないミシマサイコの振興を図る。
 - 中山間での販売強化のための集荷の充実
 - ④・生産者が高齢化しても安心して農産物を生産できるように、直販所向けを含めて、農家の庭先や地域拠点施設への集荷、横持ちなど集出荷体制の充実強化、有望品目の導入を支援する。

加工

- ◆生産と一体となった加工ができる体制づくりを目指す
- ◆農業者の収入につながる地域資源の加工を進める
 - 農産物加工ができる人材を育成する
 - ・農業創造人材育成事業修了生等のステップアップを支援する
 - 地域資源を活用した商品開発や事業者とのマッチングを進める
 - ⑤・地域に合った伝統作物を復活させる、増やす、加工につなげる
 - 農産物加工品のブラッシュアップを支援する

流通・販売

- ◆園芸品の基幹流通を強化するとともに、実需者のニーズに対応できる新たな流通・販売体制を構築する
 - 産地を伝える販売を強化し、本県園芸品のファンづくりを行う
 - ・「新園芸ブランド」による販売を拡大する。
 - ・本県農業の取組を理解してくれるパートナー量販店での販売を強化する。
 - ・流通関係者等の産地招へいや、メディアの活用、学校等への出前授業の実施により、産地の取組をPR。
 - 新たな販路を開拓するとともに、実需者のニーズを的確に捉え生産に活かす
 - ・市場流通以外の「顧客と産地をつなぐ新たな受発注システム」を構築する。
 - ・こだわり野菜・果実の生産者と多様なニーズを持った実需者とのマッチングを進める。
 - ④・高知県産花きの販売強化（関東で商談会を実施、実需者との顔が見える関係づくり、県産花きの販売PR強化、花きアドバイザーの設置、輸出の拡大）
 - ④・ユズ青果や果汁・加工品、花き等の輸出支援。EU向け農産物輸出支援。
- ◆特産農産物のPRや販促、商談会等により販路を拡大する

- IPM技術がより高度化するとともに、全地域・全品目へ普及
- 集落営農組織による農地（田・畑）のカバー率
 - <組織構成員の所有面積の県内面積（28,600ha）に占める割合>
 - H23：9.1%（2,607ha）
 - H27：13.9%（3,974ha）
- こうち型集落営農数
 - H23：17組織
 - H27：32組織
- 新規就農者数 230人/年

- 地域資源を活用した加工の取り組みが県内各地に広がる

- 本県農産物の販路開拓を通じ、実需者ニーズに合った柔軟な流通・販売体制ができている

- 実需者の声が産地にフィードバックされ、販売を見据えた生産ができている

生産性の向上と、安全・安心による選ばれる産地の形成

オランダ並みの生産性を目指す「新施設園芸システム」を県内各地に普及

一経営体あたりの収入をアップ

農地を集積

施設の高度化・大規模化

経営力のある企業的经营体を県内各地に育てる

中山間で収入を得る仕組みを定着

こうち型集落営農を通じた拠点ビジネスを各地域へ拡大

農産物の付加価値を向上

各地に生まれた加工の動きを産業に育てる

農で働き高知で暮らす

- 新規就農者数：250人/年

若者からお年寄りまで笑顔で暮らせる中山間の農業の確立

- 集落営農組織による農地（田・畑）のカバー率：27.8%（7,948ha）
- 集落営農のうち、こうち型集落営農数：100組織

攻めの外商で稼ぐ農業

- 販売金額1,000万円以上の農業経営体の割合：20%（H22：11.5%）

農業産出額 1050億円以上を目指す
地域で暮らし移る農業