

産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括（農業分野）

参考資料1

◆分野全体の目標

農業産出額等 出発点(H30):1,177億円 ⇒ 現状(R3):1,078億円 ⇒ R4到達目標:1,210億円 ⇒ 4年後(R5)の目標:1,221億円 農業生産量 野菜(主要11品目) 出発点(H30):12.6万t ⇒ 現状(R3):12.6万t ⇒ R4到達目標:13.4万t ⇒ 4年後(R5)の目標:13.6万t 果樹(主要2品目) 出発点(H30):2.38万t ⇒ 現状(R3):2.02万t ⇒ R4到達目標:2.44万t ⇒ 4年後(R5)の目標:2.45万t 花き(主要3品目) 出発点(H30):2,019万本 ⇒ 現状(R3):1,709万本 ⇒ R4到達目標:2,020万本 ⇒ 4年後(R5)の目標:2,020万本 畜産(土佐あかうし飼養頭数) 出発点(H30):2,399頭 ⇒ 現状(R3):2,483頭 ⇒ R4到達目標:3,421頭 ⇒ 4年後(R5)の目標:3,725頭
--

<戦略の柱>
 柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化
 柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築
 柱3 流通・販売の支援強化
 柱4 多様な担い手の確保・育成
 柱5 農業全体を支える基盤整備の推進と農地の確保

指標	評価の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満

No	戦略の柱	戦略目標	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値や実績等		3年半の取り組みの総括		次のステージに向けた方向性 (総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築が必要な場合等の具体的な内容)
					目標値 出発点	R5年度末見込 直近の実績	評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
1	1	○Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進 ①野菜主要7品目の出荷量 【モニタリング方法】 ・年次データは、農林水産省「野菜生産出荷統計」を確認 ・四半期データは、JA高知県「園芸販売取扱速報」を確認	○IoTクラウド(プロトタイプ)の構築と検証開始(R2) ・IoTクラウドプロトタイプの委託開発、検証、進捗管理、サービス運用の検討 ○IoTクラウド(プロトタイプ)の検証と改良(R3) ・クラウド運用、検証、改良点の抽出と進捗管理 ○IoTクラウドの構築とサービス展開(R4～) ・IoTクラウドの保守・運用および普及、農家に訴求する機能の充実 ・利用農家数の拡大	・IoTクラウドのプロトタイプを構築しデータ収集を開始(R2.10) ⇒IoTクラウド(SAWACHI)の本格運用開始(R4.9.21) ⇒IoTクラウド利用(環境・画像データ)農家数 R2:180戸→R3:273戸→R4:417戸→R5.7:489戸 IoTクラウド利用(出荷・気象データ)農家数 R2:180戸→R3:326戸→R4:860戸→R5.7:1,025戸 IoTクラウドデータ収集農家数 R3:1,424戸→R4:2,390戸→R5.7:2,472戸	①野菜主要7品目の出荷量 <目標値(R5)> 11.0万t(年間) <出発点(H30)> 10.0万t(年間)	<R5年度末見込> - <直近の実績> 10.3万t 【野菜生産出荷統計】	[評価] ・IoTクラウドのプロトタイプの改良と検証を重ね、当初計画のとおりR4.9.21に本格運用を開始し、農家のデジタル化を加速するツールとなった一方で、利用農家数は目標に達していない。 [課題] ・農家が利用する各種機能の操作性や利便性の更なる向上 ・各種の申請から登録までのフローの簡素化による、登録期間の短縮 ・IoTクラウド利用農家数のさらなる拡大。	・IoTクラウドの更なる利便性の向上を図り、利用農家の拡大を図る。 [具体的な内容] ・SAWACHI利用農家の意見等を参考に、操作性や各種機能の更なるバージョンアップ ・動画マニュアルの充実やQ&Aの作成等により、マニュアルの利便性向上 ・SAWACHI利用拡大説明会への参加者を増やすために、開催案内の周知や参加への勧誘を強化(JAや農振センターと連携)	
			○データ駆動型農業による営農支援の強化(R3～) ・データ駆動型農業の推進(指導体制の整備) ・データ駆動型農業を推進する人材の早期育成 ○データ駆動型農業の実践支援(R3～) ・品目別データ活用方法の検討 ・現地実証によるデータ駆動型農業の実践	・データ分析ツール(BIツール)の導入:35ライセンス(R4) ⇒データ分析ができる技術指導員数:53名(R3～R4累計)(R5は14名+α追加) ・実証ほ等の設置:4カ所(R3～R4累計)(R5は1か所追加予定) ・環境モニタリング機器の設置:70カ所(R3～R4累計)(R5は20か所追加予定) ・データ分析結果を返すためのフィードバックシート数:県域版8画面、地域版6画面(～R4) ・データ共有グループ数:13グループ77名(R4) ⇒データ駆動型農業による営農支援者数 R3:351人→R4:1,255人(R5目標:2,000人) ⇒野菜主要7品目における反収の増加率(R4/H24) ナス:140%、ピーマン:126%、シシトウ:135%、キュウリ:139%、ニラ:109%、ミョウガ:113%、トマト:132%(※H24は環境制御技術導入前)	[評価] ・データ駆動型農業の実践に向けた体制整備や人材育成が進んだことで、営農支援者数の増加につながり、栽培管理の改善などにより増収など成功事例が見られ始めた。 [課題] ・データ分析ができる技術指導員の更なる育成など、指導体制の強化が必要。 ・現場での指導経験の少ない職員は、植物生理や環境制御などの基本知識や技術が伴っておらず、データに基づいた指導に繋がっていない。 ・令和5園芸年度(R4.9)から本格的な支援開始のため、増収や経営改善につながる産地単位の成功事例がまだ少なく、他産地への横展開には至っていない。	・指導員のデータ分析技術や栽培技術の更なる向上により、農家に寄り添ったデータ駆動型の営農支援を強化し、成功事例づくりと成果の横展開を図る。 [具体的な内容] ・データ分析研修や現地指導、職場内研修等による技術指導員の育成及び指導技術の向上 ・データ分析アドバイザーと連携したデータ分析の実践支援 ・品目別担当者や担当者等を通じた成功事例の共有や課題解決に向けた連携を強化			
2	1	○Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進 ②次世代型ハウスの整備面積 【モニタリング方法】 ・四半期毎に事業申請状況を確認	○次世代型ハウスの整備の推進と低コスト化(R2～) ・次世代型ハウス整備に向けた事業説明会の開催 ・補助事業による環境測定装置の導入支援 ・初期投資低減に向けた勉強会の開催 ・次世代型ハウス低コスト化の検証(R4～) ○既存ハウスの強靱化及び施設の高高度化(R2～) ・補助事業によるハウス補強の支援 ・既存ハウスのリノベーション(高度化・デジタル化)支援	・国庫事業を活用して整備した次世代型ハウス:9棟2.37ha(R2～R4累計) ・経営に応じたハウス整備費検討のための資料(冊子)の作成:(R2) ・低コストモデルハウスの整備:2棟(R4) ・補助事業を活用した環境制御技術の導入:385戸(R2～R4のべ) ⇒次世代型ハウス整備面積: 129棟24.62ha(R2～R4累計) 410棟84.2ha(H27～R4累計) ・既存ハウスの補強等対策の実施:179棟25.23ha(R2～R4累計)	②次世代型ハウスの整備面積 <目標値(R5)> 120ha(H27～R5) <出発点(R元)> 59.6ha(H27～R元)	<R5年度末見込> 84.72ha(H27～R5) <直近の実績> 84.20ha(H27～R4) 【R4時点】	[評価] ・新型コロナウイルス感染症や海外情勢の影響、燃油や肥料等の価格高騰による農業経営の悪化から、R2以降は次世代型ハウス整備が伸び悩んでおり、目標達成は困難となっている。 ・一方、中古ハウスの活用や既存ハウスの高度化や長寿命化への需要の高まりから、R5より事業を新設。 [課題] ・新規ハウス整備における農家負担を抑えるため国庫事業の活用へ誘導 ・既存ハウスのリノベーションによる高度化・長寿命化へのさらなる支援が必要	・今後、新規ハウス整備、既存ハウスの再整備について高度化・長寿命化に対する支援策の検討 [具体的な内容等] ・新規ハウス整備については、計画的な国庫事業の活用への誘導を図るとともに、資材高騰等を加味した助成制度の見直しを検討 ・園芸用ハウス等リノベーション事業により、既存ハウスの長寿命化に対するリノベーション内容の拡充を検討 ・次世代型ハウス低コスト化検証事業結果の施策への反映	
			○産地から企業を誘致する活動強化(R2～) ・誘致企業の掘り起こし、企業への戸別訪問、「企業版産地提案書」による誘致活動 ○企業参入のための用地確保対策の強化(R2～) ・1ha以上の園芸団地候補地の選定 ・大規模用地の確保に対する支援策の創設(R2.2～) ○立地企業へのアフターフォロー(R2～) ・ワンストップ窓口による相談対応 ・経営安定に向けた栽培技術支援	・農業参入相談への対応 R2:8社、9回→R3:10社、24回→R4:10社、20回 ⇒新たに農業参入した企業数:3社、2.6ha(R2～R4) (南野市青果(香南市、1ha、R2.6～) Aitosa(南国市、0.4ha、R3.9～) I7ピットファームこうち(本山町、1.2ha、R4.3～) ⇒規模拡大を行った企業数:2社(R4～R5) 榊仔(高知日高村農園(南国市、1.1ha、R4.9～) Aitosa(南国市、0.37ha、R6.1着工予定) ・園芸用地の確保面積:3市、9.3ha	[評価] ・新たに3社2.6haが農業参入し、R27からの農業参入は11社12.7haでほぼ目標通りとなった。 [要因・課題] ・参入相談のあった企業の要望(条件)にあう情報(農地など)が少ない。また、3ha以上の大規模施設用農地は排水や地下水の問題などから確保が難しい(1.5ha以下であれば可能) ・農地の確保に向けた地元の協力を得るための仕組みづくり(地域計画策定に向けた協議の場での提案や支援策など) ・用地確保の取り組みが4地区に止まっており、新規取組地区の拡大につながらっていない	・引き続き、企業による農業参入を促進する。併せて、県内の農業法人の規模拡大を支援。 [具体的な内容等] ・産地から企業を誘致する仕組みの強化 ・企業の要望に沿ったまとまった園芸用地の確保 ・参入相談から営農開始、営農定着まで切れ目ない支援の実施 ・南国国営の能間地区3.8haの園芸団地用地において、県内の2法人の参入を確実に推進			

No	戦略の柱	戦略目標	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値や実績等		3年半の取り組みの総括		次のステージに向けた方向性 (総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築が必要な場合等の具体的な内容)
					目標値 出発点	R5年度末 見込 直近の実績	評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
3	1	○Next次世代型こうち新施設園芸システムの普及推進 ③施設園芸関係機器・システムの販売額 【モニタリング方法】 ・高知県が開発に関与した「生産システム・省力化」、「流通システム・統合管理」に係る機器・システムの販売額を補助事業の活用実績により確認	○IoTクラウド(プロトタイプ)の構築と検証開始(R2) ○IoTクラウド(プロトタイプ)の検証と改良(R3) ○IoTプロジェクト参加企業の拡大(R3~) ・通信機能を備えたデバイス等の開発促進 ○IoTクラウドの構築とサービス展開(R4~)	・改良、開発されたデバイス数:20件(R2~R4累計) 環境測定装置:14機種 高度化事業による機器の改良・開発:5機種 ⇒IoTクラウドへの接続機器数:20件(R2~R4累計) ・開発されたアプリ、システム数:17件(R2~R4累計) ⇒IoTクラウドへの実装システム数:17件(R2~R4累計) ⇒IoTクラウド(SAWACHI)の本格運用開始(R4.9.21) ⇒IoTクラウド利用(環境・画像データ)農家数:480戸 IoTクラウド利用(出荷・気象データ)農家数:997戸 IoTクラウドデータ収集農家数:2,448戸 (R5.6月末現在)	③施設園芸関係機器・システムの販売額 <目標値(R5)> 33.2億円 (H30~R5) <出発点(H30)> 2.6億円 (H30)	○施設園芸関係機器・システムの販売額 <R5(H30~R5)> 一億円 (累計) <直近(H30~R4)> 8.35億円 (累計) (目標達成率64%)	D	[評価] ・産地課題の抽出や関連機器等の高度化促進に向けた事業により、IoTクラウド接続機器、実装システムは37件と目標の27件を大幅に上回った。 ・一方、施設園芸関係機器・システムの販売額は、IoT関連R4年度までで目標に対し64%の達成率に留まっている。 ・IoTクラウド利用農家数の増加に伴う、IoT関連の接続機器の販売額の増加を見込んでいたが、IoTクラウド利用農家数が目標の43%に留まったため販売額が伸びなかった。 [課題] ・産地課題の抽出や、IoTクラウドを活用した製品やシステムの開発のための実証事業等を継続が必要 ・IT技術は分野が広い、企業間連携の促進や、デジタル人材育成の取り組みも継続して行う必要 ・コロナ禍で各地域の品目部会等が中止となり、SAWACHI利用拡大キャンペーン等への参加者が少なくSAWACHI利用のメリットを十分に伝えることが出来なかった ・IoTクラウド利用農家数が計画どおりに増加しておらず市場の拡大に繋がっていない	今後も施設園芸関連産業群の創出を推進するため、生産現場での課題抽出を継続するとともに、関係機関と連携し、事業や補助制度を活用し、製品化の支援を行う。また、IoTクラウド利用農家数を拡大し、IoT関連機器の市場拡大を図る。 [具体的な内容等] ・産地からの課題抽出の継続 ・様々な分野の企業からの提案募集 ・デバイスやシステム開発に向けた実証事業の実施 ・各部署との連携による製品化への支援 ・IoTクラウド利用農家数拡大説明会開催の周知や参加への勧誘を強化(JAや農振センターと連携)。 ・利用申請と同時にSAWACHI利用登録できる(速攻登録)体制を構築。
4	1	○IPM技術(病害版)の普及拡大 ①主要野菜6品目の防除面積率 【モニタリング方法】 ・環境保全型農業資材及び土壌消毒材・技術の導入状況調査(毎年7~9月)により把握。	○実証ほの設置 ・省力的防除法の常温煙霧による病害防除実証:キュウリ8カ所(春野町5、土佐市1、四万十町1、黒潮町1)、メロン1カ所(夜須町1)、ナス4カ所(安芸市2、土佐町1、野市町1) ○みどりの食料システム戦略推進補助金による常温煙霧機の導入支援 ○常温煙霧用農薬の適用拡大 ○研修会等による技術の普及拡大 ・イオウ燻煙剤、湿度制御、点滴灌水、微生物農薬について普及指導員に対する研修で周知	○実証ほの設置および普及 ・常温煙霧の13カ所の実証により、新たにキュウリ5戸(補助事業1台、自己購入4台)、シトウ1戸(補助事業1台)、メロン1戸(補助事業6台)で導入された。 ・殺菌剤(キュウリ6剤、ナス6剤)12剤で適用拡大された。 ⇒常温煙霧の導入面積(補助事業による導入面積) キュウリ:0.14ha シトウ:0.24ha メロン:1.53ha ○研修会等による技術の普及拡大 ⇒IPM技術の導入面積 イオウ燻煙剤:ピーマン46.5ha、シトウ9.5ha 湿度制御:ナス4.6ha、ピーマン2.7ha、シトウ0.2ha、トマト5.2ha 点滴灌水:ナス86.7ha、ピーマン18ha 微生物農薬:ナス26.5ha、ピーマン12.8ha、シトウ3.1ha、キュウリ1.3ha、トマト15.4ha、ニラ105ha	主要野菜6品目の防除面積率 <目標値(R5)> 47% (H30~R5) <出発点(H30)> 31% (H30)	<R5年度末見込> - 41% (R3年度末)	A	[評価] ○実証ほの設置 ・常温煙霧は防除効果および省力効果で概ね良い評価が得られたが、農薬の適用拡大を求める声が多い。 ○研修会等による技術の普及拡大 ・病害に対するIPM技術は、ナスやピーマンの微生物製剤や点滴灌水で徐々に拡大しているが、イオウ燻煙剤では少し減少傾向、その他の技術は横ばいである。イオウ燻煙は被覆資材への悪影響(ポリの破損)が拡大を阻んでいると考えられる。 [課題] ○実証ほの設置 ・農薬の適用拡大および新たな地域への横展開 ○研修会等による技術の普及拡大 ・新たな技術を含めたIPM技術のさらなる普及拡大	・常温煙霧の普及に向けた農薬適用拡大および機器の導入支援 ・新たな省力的な設置型防除技術や、キュウリでの弱毒ウイルスを活用した防除技術、ニラでの湿度制御による防除技術の推進
5	1	○畜産の振興 肉用牛の生産基盤強化と生産性の向上 ・肉用牛飼養頭数(年間) 【モニタリング方法】 ・年次データは、「家畜頭数調査(各年度2月1日現在、畜産振興課調べ)」を確認 ・月次データは、(独)家畜改良センター「牛個体識別全国データベースの集計結果」からの推計値	○生産基盤の強化 ・畜舎整備への支援 ・肉用牛導入に必要な資金の供給(土佐和牛経営安定基金) ○生産性の向上 ・受精卵移植による土佐あかうし増頭(県内酪農家との連携) ・発情発見装置などIoTシステムの普及 ○ブランド力の向上 ・土佐あかうしブランド化の推進 加えて、R5では園芸で成果を挙げている専門家を活用した労働生産性向上への取組手法(カイゼンの取組)についてモデル農家での実施 R5:11農場(うち肉用牛4農場)	・レンタル畜産施設整備事業による畜舎整備5戸整備(R2~R4累計) ・畜産クラスター事業による畜舎整備1戸※用地確保中(R4) ・資金の供給に必要な市町村での基金造成7市町村合計460頭(R2~R4累計、R5:10頭予定) ・受精卵移植による土佐あかうしの生産630頭移植(R2~R5.7累計) ・IoTシステムの普及率 繁殖データベース R2:0%→R4:84% 発情発見装置 R2:8%→R4:53% ・TRB規格の導入(R2)と見直し(R4)による土佐あかうし枝肉価格のさらなる向上 黒牛価格に対して土佐あかうしR2:▲5%→R4:+3% 飼育頭数 ⇒土佐あかうし H30:2,399頭→R3:2,483頭 ⇒土佐和牛(黒牛) H30:2,628頭→R3:2,877頭 ⇒ほか肉用牛 H30:959頭→R3:980頭	肉用牛飼養頭数 <目標値(R5)> 7,333頭 (年間) うち土佐あかうし 3,725頭 <出発点(H30)> 5,986頭 (年間) うち土佐あかうし 2,399頭	<R5年度末見込> 6,250頭 <直近の実績> 6,020頭 うち土佐あかうし 2,434頭 【R4時点】	B	[評価] ・ブランド力の向上については、流通側の意見を踏まえたTRB規格の見直しと枝肉せり開始価格の値上げにより、R4年度の土佐あかうしの価格は黒牛を3%上回った。 ・一方で、コロナ禍や飼料価格高騰により、県内肥育農家の規模拡大が停滞による頭数減や県外肥育農家への流出もみられた。(→R4R5:配合飼料高騰への支援金を交付) ・買取価格がより高い黒牛の受精卵移植が優先されたため、土佐あかうしの受精卵移植頭数が伸び悩み、子牛生産頭数が減少(→R4に買取価格を見直し、移植頭数が増加) ・これらの理由により肉用牛飼育頭数は目標値に到達しなかった。 [課題] ・飼料価格高騰・高止まりによる県内肥育農家の子牛の購買意欲低下。子牛価格下落による肉用牛生産基盤の弱体化が懸念 ・飼料価格高騰等の影響を受けにくい畜産への構造転換を図る必要	引き続き生産基盤の強化、生産性の向上、ブランド力の向上に取り組むとともに、飼料価格高騰等の影響を受けにくい畜産への構造転換を図るため、飼料コストの低減や、労働生産性向上への取組手法(カイゼンの取組)を肉用牛農家へも導入し収益性の向上を図る。 [具体的な内容等] ・畜舎整備への支援の継続 ・肉用牛導入に必要な資金の供給の継続 ・受精卵移植により生産された土佐あかうしの買取価格見直しによる生産計画の達成(300頭移植) ・発情発見装置などIoT機器の導入支援による生産性向上 ・稲WCSの生産拡大や広域流通に向けた取組への支援 ・労働生産性向上への取組手法(カイゼンの取組)の導入、モデル農家での取組を県内全体へ波及

No	戦略の柱	戦略目標	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値や実績等		3年半の取り組みの総括		次のステージに向けた方向性 (総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築が必要な場合等の具体的な内容)
					目標値 出発点	R5年度末 見込 直近の実績	評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
6	2	○集落営農組織等の新規設立数 【モニタリング方法】 ・地域担い手育成総合支援協議会又は地域農業再生協議会からの報告(10月末時点)により確認	○組織化等に取り組む候補集落等の掘り起こし(R2~R5) ・市町村等との協議による候補集落等の掘り起こし ・推進用資料の作成配布 ○組織化等の意識醸成・合意形成支援(R2~R5) ・市町村・農業団体等と連携した集落営農塾(組織化コース)の開催によるリーダー育成 R2:19回 → R3:28回 → R4:18回 → R5:13回(7月まで) ・地域営農支援事業による研修会の開催及び地域営農アドバイザーの派遣による組織化支援 ・中山間農業複合経営拠点構想の構想策定サポート R2:2回 → R3:1回	・新規取組地区の増加 R2:10地区 → R3:6地区 → R4:7地区 ・集落営農塾(組織化コース)の参加 R2:延べ189集落 → R3:延べ192集落 → R4:延べ150集落 → R5:延べ182集落 ・中山間農業複合経営拠点の構想策定サポートの参加 R2:2地区 → R3:1地区 ⇒集落営農組織の新規設立 R2:5組織 → R3:3組織 → R4:4組織	集落営農組織等の新規設立数 〈目標値(R5)〉 40組織 (R2~R5) 〈出発点(H30)〉 -	〈R5年度末見込〉 13組織 (R2~R5) 〈直近の実績〉 12組織 (R2~R4)	D	〔評価〕 ・新規取組地区の掘り起こしと合意形成支援に取り組むことで、組織化の必要性が共有され農作業のオペレーターを確保できたことなどにより、12組織(R2~R4)が新規設立 ・新規設立が進む一方で、高齢化等により解散・休止する組織があり、集落営農組織等は横ばいで推移 集落営農組織数:222(R元)→222(R4) 中山間農業複合経営拠点数:21(R元)→21(R4) 〔課題〕 ・集落で組織化の必要性が共有されずオペレーターが確保できないなど、組織化に向けた取組を休止する地区がある ・組織化の合意形成や人材の確保に時間を要している	地域計画の策定・実行に向けた地域での話し合いにおいて、集落営農の合意形成やオペレーターの確保を支援するとともに、新規取組地区を掘り起こし、持続可能な組織設立を推進する。 〔具体的な内容等〕 ・地域推進チーム(市町村、農業振興センター、JA等)が話し合いの熟度に応じて選定する重点支援地区に対し、法人化を視野に入れた合意形成や、オペレーターの確保(副業含む)などの組織化支援を強化 ・目指すべき将来の農地利用の姿を明確化する「地域計画」の策定・実行に向けた地域での話し合いにおける集落営農の推進 ・集落営農組織等の地域農業の担い手となる地域営農法人(仮称)の設立を推進
7	2	○集落営農組織等の法人数 【モニタリング方法】 ・地域担い手育成総合支援協議会又は地域農業再生協議会からの報告(10月末時点)により確認 ・農業振興センターからの活動報告(7月、9月、11月、1月末、3月末)により概算値を確認	○法人化の推進と経営発展への支援(R2~R5) ・市町村・農業団体等と連携した集落営農塾(ステップアップコース、法人化コース)の開催によるリーダー育成 R2:13回 → R3:13回 → R4:37回 → R5:11回(7月まで) ・話し合いの場づくりや専門家の活用による法人化支援 ・集落営農塾(法人経営コース)の開催による経営発展支援 R2:9回 → R3:15回 → R4:57回 → R5:9回(7月まで) ・地域営農支援事業の活用による経営の確立支援 ・アグリ事業戦略サポートセンターの設置による事業戦略の策定及び実行フォローアップの支援 ・営農データを活用した省力化等への支援	・集落営農塾(ステップアップコース、法人化コース、法人経営コース)の参加 R2:延べ91組織等 → R3:延べ83組織等 → R4:延べ171組織等 → R5:延べ43組織等 ・事業戦略の策定支援・実行フォローアップの参加 R2:21法人 → R3:24法人 → R4:17法人 ・営農データの見える化と共有 R4:9法人 ⇒集落営農組織の法人設立 R2:2法人 → R3:3法人 → R4:2法人 ⇒中山間農業複合経営拠点の新規整備 R2:1法人 ⇒集落営農組織等の法人数 R元:54 → R2:57 → R3:60 → R4:61 ⇒集落営農組織等の事業戦略策定数 R元:40 → R2:48 → R3:51 → R4:53	集落営農組織等の法人数 〈目標値(R5)〉 69法人 (H21~R5) 〈出発点(H30)〉 45法人 (H21~H30)	〈R5年度末見込〉 61法人 (H21~R5) 〈直近の実績〉 61法人 (H21~R4)	B	〔評価〕 ・集落営農塾等による合意形成や人材育成などの支援で、7法人(R2~R4)が新規設立 ・事業戦略の策定支援で中山間農業複合経営拠点が1法人整備されたが、経営の悪化で既存1法人が解散し、中山間農業複合経営拠点は横ばいで推移 集落営農組織の法人数:33(R元)→40(R4) 中山間農業複合経営拠点数:21(R元)→21(R4) ・アグリ事業戦略サポートセンター(経営コンサルタント等の専門家)の活用により、事業戦略の策定と実行が定着 〔課題〕 ・労力や資金面から組織の活動が作業受託に留まり、法人化に向けた経営計画が作成できないことなどから法人化を断念する組織がある ・組織に集積される農地は条件の悪い狭小なほ場が多く、生産資材等の高騰などにより生産コストも増大しており、それらに応じた経営計画の作成が遅れている	地域計画の策定・実行に向けた法人化や規模拡大の推進により、持続可能な営農組織を育成する。 〔具体的な内容等〕 ・地域推進チーム(市町村、農業振興センター、JA等)が集落営農組織の意向や経営状況を踏まえて選定する重点支援組織に対し、経営管理やデジタル活用などの法人化支援を強化 ・集落営農法人が集まる情報交流の場を増やすことで、規模拡大に向けた省力化事例などの情報交換を促進 ・集落営農組織等の地域農業の担い手となる地域営農法人(仮称)の育成を支援
8	2	○地域農業戦略の策定数 【モニタリング方法】 ・農業振興センターからの活動報告(7月、9月、11月、1月末、3月末)により概算値を確認	○組織間連携の推進と中核組織の育成(R2~R5) ・市町村・農業団体等と連携した地域農業戦略協議会による地域農業戦略の策定支援 ・組織間連携に向けた研修会の開催及び地域営農アドバイザーの派遣 R2:6回 → R3:3回 → R4:11回 ・地域営農支援事業の活用による中核組織の育成支援	・地域農業戦略協議会の設置 R元:5地区 → R2:14地区 → R3:15地区 → R4:15地区 ⇒地域農業戦略の策定 R元:2 → R2:5 → R3:7 → R4:8	地域農業戦略の策定数 〈目標値(R5)〉 17 (R元~R5) 〈出発点(H30)〉 -	〈R5年度末見込〉 8 (R元~R5) 〈直近の実績〉 8 (R元~R4)	D	〔評価〕 ・集落営農組織等による組織間連携の推進により、6地区(R2~R4)が地域農業戦略を新規策定 地域農業戦略策定数:2(R元)→8(R4) 〔課題〕 ・組織間連携による機械施設の共同化など、生産コストの削減を検討しているが、取り組みの具体化や、地域の中核となる組織の経営計画の作成が遅れている ・地域農業戦略協議会の設置が、一部の市町村にとどまっている(11市町村で15地区)	地域計画の策定・実行に向けた地域での話し合いにおいて、組織間連携を推進し、持続可能な営農組織を育成する。 〔具体的な内容等〕 ・中核となる組織の経営安定と組織間連携に向けた機械施設整備等の支援を強化 ・目指すべき将来の農地利用の姿を明確化する「地域計画」の策定・実行に向けた地域での話し合いにおける組織間連携の推進
9	2	○スマート農業の実証と実装面積 ①ドローン防除 【モニタリング方法】 ・実績値は「空中散布実績報告書」により、3月末に確定	○スマート農業技術の実証、実演(H30~) ○普及指導員によるドローン防除の実証(R3~) ○防除用ドローンの導入支援(R2~) ○農業の適用拡大試験の実施(R元~R4)	・スマート農業技術の実証、実演数 (~R4累計:12箇所) ・セミナー開催(R5.9)に向けた農機メーカーとの協議(R5.4~7) ・ドローン防除できる普及指導員の養成 (~R4:26名、R5.4~7:1名) ・普及指導員によるドローン防除実証回数 (~R4:9品目22回、R5.4~7:2品目2回) ・事業導入した防除用ドローン数 (~R4:24機、R5.4~7:7機交付決定済) ・適用拡大農業数(~R4累計:ショウガ13剤) ⇒ドローン防除面積 水稲:1,315.9ha、ユズ:3.6ha、ショウガ:1.4ha 枝豆:1.2ha、ボンカン:0.8ha、クリ:0.1ha カンショ:0.1ha、カボチャ:0.1ha	ドローン防除面積/品目 〈目標値(R5)〉 1,500ha/7品目 (年間) 〈出発点(H30)〉 66ha/1品目 (年間)	〈R5年度末見込〉 1,500ha/7品目 (年間) 〈直近の実績〉 1,325ha/8品目 (年間) 【R4時点】	A	〔評価〕 ・国や県の補助事業活用やスマート農業技術の実証、普及指導員によるドローン防除の実証等により、ドローン防除面積は大幅に拡大し、目標面積は達成見込み。 〔課題〕 ・ドローン防除のほとんどが水稲であり、その他の品目では農業の適用拡大や防除・実証などが進んでいない。 ・導入効果の周知は十分とはいえない。	・ショウガをはじめ、水稲以外の品目での防除実証・実演や農業の適用拡大による、多品目での防除用ドローンの導入、防除面積の拡大 ・防除用ドローンをはじめ、農家の関心が高い他のスマート機器について、県が主催する実演会やセミナーのみならず、JA生産部会等が実施する実演会の開催支援により、生産者へのスマート農業技術の周知を強化

No	戦略の柱	戦略目標	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値や実績等		3年半の取り組みの総括		次のステージに向けた方向性 (総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築が必要な場合等の具体的な内容)
					目標値 出発点	R5年度末 見込 直近の実績	評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
10	3	○市場流通で開拓した取引先との販売額 【モニタリング方法】 ・高知県園芸品販売拡大協議会から販売拡大委託業務先の販売額を四半期毎のヒアリングにより確認	○地域別戦略の策定と実行(R2~) 6エリア(関東、中京、京阪神、東北、北陸、中四国) ○県産園芸品の販売拡大(R2~) ・大消費地での販売拡大 卸売市場委託: 関東4社、中京2社、京阪神2社 ・地方エリアへの展開 卸売市場委託: 東北1社、北陸1社、中四国1社 ・量販店フェア、産地招へい、生産者派遣 ・中食・外食等への提案 ○新生活様式に対応した販促・PR(R2~) ・品目紹介動画の制作・発信(R2: 10品目、R3: 4品目) ・レシピ動画の制作・発信(R2: 7レシピ) ・オンラインセミナー等による品目・産地PR(R2~) ・健康宅配冷凍食品会社への提案(ナス、土佐甘とう)(R3~) ・機能性表示食品「高知なす」のPR(R3~) (宣伝隊長 三山ひろし氏によるPR、管理栄養士向けセミナー) (令和5年度の取り組み状況) ○県産園芸品の販売拡大 ・大消費地での販売拡大 卸売市場委託: 関東4社、中京2社、京阪神2社 ・地方エリアへの展開 卸売市場委託: 東北1社、北陸1社、中四国1社 ・量販店フェア、産地招へい、生産者派遣 ・中食・外食等への提案 ・産地のまとまりのためのPT会開催(4、6、7月) ・商業施設等でのPRイベント(4月まるごと高知: ナス・ピーマン・キュウリ。6月まるごと高知: ミョウガ・新ショウガ。東京ジャルシェ: ショウガ・新ショウガ。8月イオンモール高知: 米なす等青果物・米・花・茶・エコの認知度向上および飲食店14店舗での合同キャンペーン) ○新生活様式に対応した販促・PR ・雑誌等での宣伝PR(お料理家計簿、旅たび)	○6地域(関東、京阪神、中京、東北、北陸、中四国)における高知県産青果物の販売促進 ・販売拠点となる量販店の増加 R元: 27店舗→R4: 47店舗 ・量販店フェアの定着化 毎月13日土佐の日等の定期開催(複数市場) ・量販店フェア R4: 3943回 ・産地招へい R4: 15回52人 ・生産者派遣 R4: 10回36人 ⇒市場流通で開拓した取引先との販売額 R2: 14.7億円→R4: 24.7億円(内訳) ⇒量販店等での販売額 R2: 12.5億円→R4: 21.1億円 ⇒中食・外食等の販売額 R2: 2.2億円→R4: 3.6億円 (令和5年度) ・産地招へい 2回5人(6月シティ青果、6月大阪中青) ・生産者派遣 4回15人(5月新ショウガ、6月早堀かんしょ、メロン、7月新ショウガ、土佐甘とう)	市場流通で開拓した取引先との販売額 <当初目標値(R5)> 15億円(年間) <目標値(R5)> 25億円(年間) <出発点(H30)> 7.5億(年間)	<R5年度末見込> 25億円(年間) <直近の実績> 24.7億円(年間) 【R4時点】	A	[評価] ・コロナ禍においても、定期的なフェアの実施や試食宣伝にかかわる推奨販売、動画でのPRなど、需要喚起を図ることで販売額はR5 当初目標(15億円)より大きく増加した。 ・コロナ禍で人の行き来が制限され量販店バイヤー等への直接的なPRの機会が少なくなる中、オンラインでのセミナーや料理教室、動画配信などデジタルを活用した販促PRに取り組み、産地にとっても販促手法の拡大となった。 ・機能性を生かして健康をテーマとする冷凍食品業界への販路開拓ができた。 [課題] ・卸売市場への委託の販売額の合計値をKPIに設定しているが、県全体の販売額とは整合しておらず、成果指標の見直しできていない ・フェアは、棚どり、棚の継続、販売額動向の視点で実施時期の検証ができていない ・中食・冷凍食品対応など新たな販路確保や営業が不十分 ・デジタルサイネージ活用の効果検証ができていない ・機能性表示食品等の特長を十分に生かせていない ・物価高騰にあたり、生産者から適正な価格での販売や価格転嫁の要請が多い	地域別戦略に応じた県産青果物の理解促進による需要喚起策を講じ、地域ごとの販売拡大を図る。 [具体的な内容等] (1)卸売市場等と連携した販売拡大 ・棚どりの視点でのフェアの開催 ・中食・冷凍食品業者への提案 ・マーケットインの視点による販売 (2) デジタル技術の有効活用 ・関東や関西の野菜サポーターによるSNS発信や生産者によるオンラインセミナーの実施 ・デジタルサイネージ等による購買行動の把握および効果検証 (3) 機能性等のオリジナリティのある品目の販売PR ・各品目の機能性に合わせたターゲットへの提案 (4) 適正価格の構築 ・量販店バイヤー等への理解促進に向けた産地情報の発信、協議

No	戦略の柱	戦略目標	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値や実績等		3年半の取り組みの総括		次のステージに向けた方向性 (総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築が必要な場合等の具体的な内容)
					目標値 出発点	R5年度末 見込 直近の実績	評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
11	3	<p>○直接取引等多様な流通による外商額</p> <p>【モニタリング方法】</p> <p>1 高知県直販流通外商拡大協議会作業部会から四半期毎の外商額をヒアリングにより確認</p> <p>2 特産農畜産物販売拡大総合支援事業の実績報告(年度末)により外商額を確認</p>	<p>1 直接販売等による外商強化</p> <p>(1)とさのさとの活用</p> <p>①広報活動による県外客誘致 ②カタログ配布による顧客拡大 ③県外ファーマーズマーケット(FM)の新規提携と連携強化 ④商談会や出張販売でのPRによる県外量販店や飲食店への販売拡大</p> <p>(令和5年度の取り組み状況)</p> <p>①旅たび高知37、わおマップでの広報 ②包括連携協定企業(20社)等へのお中元カタログ配布 9,000部 企業イベント(東京海上日動火災 本社 6/20)での冷凍カタログ配布 ③県外FMへのお出張販売と招致 6回(4~6月) 出張:とれった広場4/15,16、賛さん広場4/1,2、いなべっこ6/10,11、しよいかーご6/24,25 招致:周年祭(6店舗)4/8,9、紀菜館6/3,4</p> <p>(2)Web販売サイトの販売強化</p> <p>①販売サイトの充実 商品数増加 予約や定期購買の開始 ②販売サイトの認知度向上 Twitterリツイートプレゼントキャンペーン Web広告</p> <p>(令和5年度の取り組み状況)</p> <p>①土佐和牛セット、土佐マンゴー等販売開始 ②Google広告 Twitterフォロー&リツイートキャンペーン 顧客満足度アンケートの実施</p> <p>2 農畜産物の総合的な販売拡大支援による外商強化 ・特産農畜産物販売拡大総合支援事業費補助金(R2~) ・情報共有会議(R2~)</p>	<p>1 直接販売等による外商強化</p> <p>(1)とさのさとの活用</p> <p>・カタログ提案企業及び組織新規開拓数 20(R2~R4累計)</p> <p>・提携FM数 R元:17→R4:37 ・県外量販店出張販売 5回 商談会4回 (R2~R4累計) ・協力量販店及び飲食店新規開拓数 5(R2~R4累計)</p> <p>⇒店舗外商額 R元:40百万円→R4:255百万円 ⇒県外FM販売額 R元:17百万円→R4:38百万円 ⇒カタログ販売額 R元:31百万円→R4:57百万円</p> <p>(令和5年度)</p> <p>・新たなカタログ配布企業 6社(お中元)</p> <p>(2)Web販売サイトの販売強化</p> <p>・会員登録数 R3:2,007名 →R4:4,139名</p> <p>⇒サイト販売額 R3:23百万円 →R4:38百万円</p> <p>※Webサイト開設がR3.2月のため実績はR3以降のみ。</p> <p>(令和5年度)</p> <p>・新規会員登録数 280名 ⇒サイト販売額 R4:7451千円 →R5:7397千円(4~6月) ※昨年6月にルビエTV放映があったため。</p> <p>2 農畜産物の総合的な販売拡大支援による外商強化</p> <p>・補助金活用 R2:4団体5市町村、R3:4団体6市町村 R4:5団体5市町村 ・情報共有会議 R2:35人、R3:34人、R4:24人</p> <p>⇒品目や地域をまたがる総合的な販促活動や販路開拓事業者 R元:0→R4:3団体</p>	<p>直接取引等多様な流通による外商額</p> <p><目標値(R5)> 8億円 (年間)</p> <p><出発点(H30)> - (年間)</p>	<p><R5年度末見込> -</p> <p><直近の実績> 5.5億円 (年間) 【R4時点】</p>	B	<p>1 直接販売等による外商強化</p> <p>(1)とさのさとの活用 [評価] ・店舗での外商販売額は増加したが、目標には至っていない。 ・カタログ販売は、県人会、包括協定企業等の提案先を拡大し、販売額を確保した。 ・提携県外FMは増加し、販売額も増加したが目標には至っていない。 ・飲食店等小規模BtoBは、販売手数料やピッキングの手間がかかることから取り組みとしてはメリットが少ない。 [課題] ・コロナの行動制限解除やらんまん効果による来客数の増加で店舗販売額の増加は見込めるが、一層の誘客や品ぞろえが課題。加えて、県外客の持ち帰りのため冷凍商品の要望が増えている。 ・販売額アップにつながる県外FMとの交流の増加ができていない。 ・BtoBは飲食店、とさのさとともメリットが少ないが、オーダーには対応する。</p> <p>(2)Web販売サイトの販売強化 [評価] ・令和2年度末に開設したECサイト「とさごろ」は掲載商品の充実や会員登録数の増加で順調に売り上げを伸ばしている。 [課題] ・果実など高価格帯の品ぞろえや定期購買、業務ニーズへの対応が不十分。 ・顧客ニーズの把握とメルマガ会員数のさらなる増加</p> <p>2 農畜産物の総合的な販売拡大支援による外商強化 [評価] ・和牛の販売先や販売頭数の増加により販売額が増加した ・補助金活用により販路開拓につながるノウハウが一定できた団体もみられる [課題] ・米の地産地消的販売拡大支援の強化 ・有機農産物の販路開拓支援 ・補助金活用団体の固定化</p>	<p>1 直接販売等による外商強化</p> <p>(1)とさのさとの活用 コロナ後の県外客増加等を見据えた、さらなる外商の拡大 [具体的な内容等] ①県外客誘致に向けた広報活動 関西・中国・四国地区のマイカー客に有効な雑誌への記事掲載→旅行代理店への情報提供 ②カタログ販売 冷凍商品カタログの制作と記載内容更新 県外法人会、包括協定締結企業、農商工連携協議会構成団体等への提案強化 ③提携FM 取引量拡大:交流拡大(産地ごとの特産品の出荷盛期での招へいや出張)、規格外品の販売 ④県外飲食店 地産地消外商社と連携した飲食店との個別商談会の実施</p> <p>(2)Web販売サイトの販売強化 顧客ニーズをより意識した商品充実 [具体的な内容等] ①定期購買商品数と予約販売商品数の増加 出荷規格を活用した業務用商品数増加 ②サイトへのアンケート機能追加 顧客ニーズ把握のためのアンケート実施 ③Web広告、SNS広告の継続 会員向けキャンペーンの定期的実施</p> <p>2 農畜産物の総合的な販売拡大支援による外商強化 各団体の戦略に沿った活動支援 [具体的な内容等] ・優良事例紹介等のセミナー ・米の県内卸業者が連携した協議会に対する県内販売の支援強化 ・有機生産者と量販店や業務加工業者のニーズ調査、マッチングによる販路開拓支援 ・グループ化した有機生産者への補助金活用支援</p>

No	戦略の柱	戦略目標	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値や実績等		3年半の取り組みの総括		次のステージに向けた方向性 (総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築が必要な場合等の具体的な内容)																														
					目標値 出発点	R5年度末 見込 直近の実績	評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価																															
12	3	<p>○農畜産物の輸出額【モニタリング方法】</p> <p>・高知県園芸品販売拡大協議会から輸出拡大委託業務の輸出額を月別報告により確認</p> <p>・輸出に取り組む産地からの補助事業実績報告(国、県)により確認(年度末)</p> <p>・ユズ輸出額について、高知県食料品輸出額で確認(毎年7月調査まとめ。9月中旬公表)</p>	<p>1 国(品目)別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大【青果物、花き】</p> <p>○卸売会社との委託契約を通じた輸出ルートの拡大</p> <p>・R1:青果2社・花き1社と委託契約(10,000千円)→R5(7,000千円)</p> <p>・シンガポールなど東南アジアへの需要拡大を推進(青果物:シンガポール等のレストランで県産農産物使用メニューの提供:R2:6店舗→R3:4店舗→R4:3店舗、スーパー等での高知県フェア開催:R2:15店舗→R3:12店舗→R4:30店舗)</p> <p>・花き:オランダでの国際見本市への出展・商談(パイヤー向けのECサイトをR2年度より立ち上げ)</p> <p>・R3:オランダでの花の展示会IFTF(Webで参加、県産花きPR)</p> <p>・R3:国際園芸博覧会フロリアード2022に嶺北から「みもり」出品</p> <p>・R4:オランダでの花の展示会IFTF参加</p> <p>・県産花き・青果物の輸出状況市場調査(R3年度分～)</p> <p>○展示・商談会への出展による販路開拓支援</p> <p>・シンガポール:FOOD JAPAN(出展数:R1年5事業者→R2年中止→R3年はWebでの開催となり不参加→R4年2事業者→R5年2事業者)</p> <p>・東京FOODEX JAPAN(R4年2事業者出展)</p> <p>(令和5年度の取り組み状況)</p> <p>1 国(品目)別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大</p> <p>○卸売会社等との委託契約を通じた輸出ルートの拡大</p> <p>・青果卸売市場2社とR5年度計画協議(7月、2回)</p> <p>・花き卸売市場プロポーザルによる審査(2社応募)</p> <p>・シンガポールに詳しい企業への委託事業に係るプロポーザル募集・審査(3社応募)</p> <p>○展示・商談会への出展による販路開拓支援</p> <p>・シンガポールでのFOOD JAPAN出展募集(5月)</p>	<p>【輸出額推移】</p> <p style="text-align: right;">単位:千円、%</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>R1</th> <th>R2</th> <th>R3</th> <th>R5目標</th> <th>R3/R5 目標進捗度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>野菜・果実</td> <td>25,069</td> <td>25,892</td> <td>25,017</td> <td>239,000</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>花き</td> <td>28,258</td> <td>23,913</td> <td>92,333</td> <td>158,500</td> <td>58</td> </tr> <tr> <td>ゆず果汁・ 青果・皮</td> <td>372,446</td> <td>368,372</td> <td>426,703</td> <td>434,000</td> <td>98</td> </tr> <tr> <td></td> <td>425,774</td> <td>418,177</td> <td>544,053</td> <td>861,500</td> <td>63</td> </tr> </tbody> </table> <p>注) R5年目標には畜産30,000千円が合計されています。</p> <p>1 国(品目)別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大【青果物、花き】</p> <p>○卸売会社との委託契約を通じた輸出ルートの拡大</p> <p>・青果物:シンガポール、香港、タイを中心に高知県フェア、試食宣伝実施</p> <p>⇒委託卸売市場の県産青果物輸出額、R1:13,669千円→R2:14,192千円→R3:7,492千円→R4:5,492千円</p> <p>・R4オランダの花の展示会IFTF(31社商談)</p> <p>⇒委託卸売市場の県産花き輸出額、R1:10,442千円→R2:4,421千円→R3:6,000千円→R4:4,602千円</p> <p>⇒「みもり」がフロリアード エクセレンス アワード賞受賞(将来性、ユニークさ、流通のしやすさ、珍しさを基準とした賞)</p> <p>・主要卸売会社等の協力が得られ、県産農産物の輸出状況がより詳しく分かり始めた</p> <p>⇒花き:R3年度分に4社、青果物はR4年度分より1社の協力が得られた</p> <p>○展示・商談会への出展による販路開拓支援</p> <p>・展示・商談会への出展をきっかけに、輸出業者との繋がりができ、テスト輸送などを行っている事業者もいる。</p> <p>(令和5年度)</p> <p>1 国(品目)別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大</p> <p>○卸売会社等との委託契約を通じた輸出ルートの拡大</p> <p>⇒花きにおける委託卸売市場決定(1社、関西地区)</p> <p>⇒シンガポールの状況に詳しい委託企業決定(1社)</p> <p>○展示・商談会への出展による販路開拓支援</p> <p>⇒FOOD JAPAN出展事業者決定(2事業者)</p>		R1	R2	R3	R5目標	R3/R5 目標進捗度	野菜・果実	25,069	25,892	25,017	239,000	10	花き	28,258	23,913	92,333	158,500	58	ゆず果汁・ 青果・皮	372,446	368,372	426,703	434,000	98		425,774	418,177	544,053	861,500	63	<p>農畜産物の輸出額</p> <p><目標値(R5)> 8.6億円 (年間)</p> <p><出発点(H30)> 4.0億円 (年間)</p>	<p>農産物の輸出額</p> <p><目標値(R3)> 6億円 (年間)</p> <p><直近(R3)> 5.4億円 (年間)</p>	B	<p>1 国(品目)別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大【評価】</p> <p>・コロナ感染症によるロックダウン等の影響もあり、引き合いのあるゆず以外は目標に対しての達成度が低く、特に青果物において、対象や品目を絞った取組ができていない。</p> <p>・青果物:東南アジアを中心に取組んできたが、主要県産農産物の認知度向上への取組や輸出先国に合った活用への提案などができておらず伸び悩んだ。</p> <p>・花き:輸送コストの高騰などもあり、EU圏主体から輸出先国の変更をするなど新たな方向性が明確となった。</p> <p>・ゆず果汁については、新たなフレーバーとして好評で世界的に需要が拡大しており、さらなる拡大が期待できる。</p> <p>・輸出商談会や展示会への参加などの活動が定着してきた。</p> <p>[課題]</p> <p>・青果物の輸出拡大</p> <p>・青果物:シンガポールを中心に東南アジアでの県産品の認知度向上と販路拡大</p> <p>・花き:輸送コストや経済の回復状況を踏まえた輸出国の開拓と輸出拡大</p> <p>・ゆず果汁:将来増産される慣行栽培ゆず果汁の販路確保と継続・安定した取引のための産地での適切な在庫管理</p>	<p>1 国(品目)別輸出戦略に基づいた需要・販路拡大</p> <p>・県産農産物の輸出拡大を図るため、輸出先国のシフト(花き)や、令和5年度実施の東南アジアを中心にした調査結果を元に、輸出先のニーズに合った品目や対象に重点を置き、利用方法の提案や効果的なPRの実施などにより販売拡大へ支援を行う。</p> <p>[具体的な内容等]</p> <p>・青果物:シンガポールを中心に、ゆず、ミョウガ、ししとう、トマトなどの需要調査を元にした販路開拓・拡大の強化</p> <p>・花き:EU圏主体から米国、アジアなどへのシフトによる輸出強化に取り組む</p> <p>・ゆず果汁:シンガポール中心に東南アジアにおいて、慣行栽培のゆず果汁について、需要調査を元に販路開拓・拡大に取り組む</p> <p>・卸売市場や輸出先現地企業への委託事業により、さらに輸出強化に取り組む</p>
	R1	R2	R3	R5目標	R3/R5 目標進捗度																																		
野菜・果実	25,069	25,892	25,017	239,000	10																																		
花き	28,258	23,913	92,333	158,500	58																																		
ゆず果汁・ 青果・皮	372,446	368,372	426,703	434,000	98																																		
	425,774	418,177	544,053	861,500	63																																		

No	戦略の柱	戦略目標	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値や実績等		3年半の取り組みの総括		次のステージに向けた方向性 (総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築が必要な場合等の具体的な内容)
					目標値 出発点	R5年度末 見込 直近の実績	評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
12	3	<p>○農畜産物の輸出額【モニタリング方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高知県園芸品販売拡大協議会から輸出拡大委託業務の輸出額を月別報告により確認 ・輸出に取り組む産地からの補助事業実績報告(国、県)により確認(年度末) ・ユズ輸出額について、高知県食料品輸出額で確認(毎年7月調査まとめ。9月中旬公表) 	<p>2 輸出に意欲的な産地への支援強化</p> <p>○輸出に意欲的な産地への支援体制の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・輸出拡大を図るための事業者の輸出事業計画作成支援及び策定された事業計画推進への支援(課題整理等協議:適宜) ・輸出先の法規制・貿易基準に応じた生産への支援(作成に向けた現地調査への支援R5:4産地) ・欧米市場の有機ニーズへの対応支援(ゆず)(R4:ゆず出荷場全担当者研修会1回、JA高知県中山ゆず加工場職員研修1回) ○高知県農産物輸出拡大プロジェクトチームによる新たな輸出品目の発掘 ・プロジェクトチーム会(毎年2回開催) ○事業者の残留農薬検査や商談会参加等への支援 ・高知県農産物輸出促進事業費補助金(1組織につき上限:1百万円、補助率1/2以内)(R1年10件→R2年4件→R3年3件→R4年4件) ○その他(補正対応) ・コロナ感染症拡大で失った海外需要の掘り起こしのため。海外及び在留外国人向けの雑誌に県産花きの特集記事を掲載(R2:4,000千円) ・新しい生活様式に対応した輸出商談会等のオンライン化に対応するため、英語版のデジタルコンテンツ制作(R3:3,977千円) <p>(令和5年度の取り組み状況)</p> <p>2 輸出に意欲的な産地への支援強化</p> <p>○輸出に意欲的な産地への支援体制の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ゆず輸出事業計画について全農と協議(6/19) ・JAゆず担当協会(県の輸出取組方針、輸出事業計画、生育状況等協議:4月、6月、2回開催) ・JA高知県中村支所おおきみ部会総会への支援(6/20) ○高知県農産物輸出拡大プロジェクトチームによる新たな輸出品目の発掘 ・輸出拡大プロジェクトチーム会(4/28) ・葉ニンニク生産者へのGFP訪問診断による輸出への助言(6月、1回) ○事業者の残留農薬検査や商談会参加等への支援 ・高知県農産物輸出促進事業費補助金(4件:7/20時点) 	<p>2 輸出に意欲的な産地への支援強化</p> <p>○輸出に意欲的な産地への支援体制の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> ・輸出事業計画策作成に向けた助言を適宜実施⇒グロリオサ、おおきみいちご輸出事業計画認定(R3:2件認定)、ゆず輸出事業計画は策定中(R4~R5) ⇒輸出先国の法規制・防除基準に対する書類作成への支援(R4:米国向けメロン、R5:米国向けキュウリ、ナス、ショウガ、シントウ、ミョウガ) ・有機認証についての研修会(R4:研修会参加のべ16名) ⇒有機栽培の拡大は難しく、慣行栽培でのゆず果汁の輸出拡大へ方向転換 <p>○高知県農産物輸出拡大プロジェクトチームによる新たな輸出品目の発掘</p> <ul style="list-style-type: none"> ・県域のPT会を毎年2回開催し、輸出事業者の状況などを情報共有し、輸出に対する意識向上が図れた。 ⇒輸出に取り組もうとする産地R1:5産地→R4:10産地 <p>○事業者の残留農薬検査や商談会参加等への支援</p> <p>⇒輸出促進事業費活用 R1:5,805千円→R5(予定)6件、約3,000千円</p> <p>○その他</p> <ul style="list-style-type: none"> ・家庭画報国際版に県産花きの紹介記事掲載(A4サイズ8ページ、デジタル版も刊行し10の販売サイトで取り扱い、パンフレットも1,000部作成) ・英語版調理動画17本制作、高知県HP、JA高知県HP、YouTubeへの掲載など ⇒デジタル技術を活用したPRができた <p>(令和5年度)</p> <p>2 輸出に意欲的な産地への支援強化</p> <p>○事業者の残留農薬検査や商談会参加等への支援</p> <p>⇒農産物輸出促進事業補助金(2,429千円、7/20時点)</p>	<p>農畜産物の輸出額</p> <p><目標値(R5)> 8.6億円(年間)</p> <p><出発点(H30)> 4.0億円(年間)</p>	<p>農産物の輸出額</p> <p><R5年度末見込> -</p> <p><直近(R3)> 5.4億円(年間)</p>	<p>B</p> <p>2 輸出に意欲的な産地への支援強化</p> <p>[評価]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・輸出に取り組んでいる産地は、着実な取組により前進している。 ・輸出事業計画作成(R1:0件→R5:3件予定) ・県域のゆず輸出事業計画が作成され(R5年度中予定)、また定期的にJAゆず加工場担当協会が開催され、適切な在庫管理について協議され始めた。 ・輸出事業計画策定産地に対し、支援チームによるサポートなどもあり、グロリオサ(JA高知県)、おおきみいちご(JA高知県幡多地区中村支所)の輸出額は概ね増加傾向となっている。 ・輸出拡大プロジェクトチーム会などでの情報共有や市場からの要望もあり、輸出に取り組もうとする産地がR1:5産地→R4:10産地に増加した。 ・輸出商談会や展示会への参加などの活動が定着してきた(再掲)。 <p>[課題]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・青果物は欧米の安全基準のハードルが高い。 ・輸出に前向きに取り組む産地に限られている。 ・グローバル産地づくり推進事業費補助金など国費の補助事業はハードルが高い 	<p>2 輸出に意欲的な産地への支援強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新たに輸出に取り組む事業者や品目の掘り起こしを行うとともに、すでに輸出を行っている事業者への支援を継続して支援していく。 <p>[具体的な内容等]</p> <ul style="list-style-type: none"> ○輸出に意欲的な産地への支援体制の整備 ・海外のバイヤーを招聘し、新たな輸出品目の探索と輸出に取り組もうとする産地の強化 ・輸出事業計画内容の実戦に向けて関係機関と連携した支援の実施 ・輸出先国の増加に合せ、輸出先国ごとの法規制等に応じた生産への支援 ○事業者の残留農薬検査や商談会参加等への支援 ・高知県農産物輸出促進事業費補助金 	

No	戦略の柱	戦略目標	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値や実績等		3年半の取り組みの総括		次のステージに向けた方向性 (総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築が必要な場合等の具体的な内容)
					目標値	R5年度末見込	評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
					出発点	直近の実績			
13	4	○新規就農者数 【モニタリング方法】 各農業振興センター単位 で新規就農者調査(期間4 月～5月、集計6月～7月)を 実施し、7月末を目処に前年 度における新規就農者数を 確認	○産地での担い手確保に向けた取り組みの強化 (1)産地提案型担い手確保対策の推進 【新規就農者数】 ・ポータルサイトの開設による情報発信力強化 アクセス数 20,738件(4～6月末) ・相談体制の強化 社会人の相談しやすい出張相談窓口の設置 及び相談フェアへの参加 県内:7回5人、東京:4回24人、大阪:2回18人 ・新たな層へのアプローチおよびイベント等参加者の継続 したつなぎとめ イベント開催:東京・大阪各1回15人 ・農業体験(アグリ体験合宿・オーダーメイド型農業体 験)の実施 アグリ体験合宿:1回11人 ・産地提案書の更新と有効活用による受入体制の強化 33市町村100提案 ・関係機関(Uターンコンシェルジュ・市町村等)との連 携強化による相談体制の再構築 【親元就農】 ・後継者候補がいる農家(リストアップ農家)の調査 ・リストアップ農家及び後継者候補へのpush型アプロ ーチ ・親元就農支援策パンフレットの作成と支援策のPR 【雇用就農】 ・雇用就農相談会の開催 ・ポータルサイト求人ページの開設 ○シニア世代の就農促進 ・相談窓口の設置(農業経営・就農支援センター) ・担い手Cリカレント講座のオンライン及びオンデマンド 配信の環境整備	⇒新規就農者数R元:261人→R2:217人→R4:214人 うち 新規参入 R元:94人→R2:72人→R4:53人 親元就農 R元:80人→R2:61人→R4:79人 雇用就農 R元:87人→R2:84人→R4:82人 20歳以下R元:71人→R2:58人→R4:64人 30歳代 R元:97人→R2:67人→R4:62人 40歳代 R元:52人→R2:45人→R4:46人 女性 R元:52人→R2:51人→R4:52人 県外からのUターン就農者数(構成比) R元:34人(16%)→R2:36人(20%) →R4:30人(17%) ・新規就農ポータルサイト開設(R2年3月) アクセス数 R元:なし→R4:72,156件 ・就農相談会(出張窓口設置・相談フェア参加) R元:18回(県外:15回、県内:3回) →R 2:11回(県外:1回、オンライン:10回) →R 4:56回(県外:24回、県内:32回) ⇒相談者数(農業経営・就農支援センター) R元:200人→R2:186人→R4:240人(20%増) ⇒農業担い手育成センター研修生数 R元:23人→R2:30人→R4:37人(61%増) ⇒県外相談者数 R元:122人→R2:92人→R4:134人(10%増) ・産地提案書数 R元:32市町村79提案→R2:33市町村87提案 →R4:33市町村99提案 ・農業体験実施回数 R元:3回→R2:0回→R4:7回 ⇒参加者数 R元:20人→R2:0人→R4:17人 ・親元就農支援対象リストアップ R元:0→R3:10部会132人→R4:17部会232人 ・新規就農者数 R元:37人(15%)→R4:36人(16%) ・就農相談件数 R元:28人→R4:42人(相談者数の17%)	新規就農者数 ＜目標値(R5)＞ 320人 (年間) ＜出発点(H30)＞ 271人 (年間)	＜R5年度末見込＞ - ＜直近の実績＞ 214人 (R4) (前年213人)	D 【評価】 ・新規就農者数は、コロナ禍の影響等により、R2年度には前 年度に比べ44人減の217人まで減少、その後は210人台と横 ばい。特に30歳代を中心に若年層の就農者が減少。女性の 人数はほぼ横ばい。また、県外からのUターン就農者の割合 が2割程度と低い状況が続いている。 ・新規就農ポータルサイトの開設2年目となるR4年度は、前年 度に比べ情報発信数は増加したもののアクセス数が約3万件 減少した。 ・就農相談者数は、コロナ禍で相談会が中止されるなど減少 していたが、R4年度に社会人のライフスタイルに合わせた出 張相談会等を県内外で開催したことにより前年に比べ約3割 増加した。 ・R5年度には、就農コンシェルジュを3名から4名に増員し、相 談者にきめ細かなフォローを行うための体制を強化した。 ・R4年度の新規就農相談者240人のうち女性が24%(58人)を占 めており、女性への就農支援が必要 ・資材高騰等による初期投資や生産コストの増大に伴う所得 の減少 ○親元就農の推進 ・親元就農者を増やすためには、親世代の経営安定や経営 発展への支援が必要 ○雇用就農の促進 ・企業経営を担う農業者の掘り起こしと、育成による 雇用の受け皿の拡大が必要 【課題】 ○県外からUターンする若年層(女性の就農者含む)への就 農支援の強化 ・若年層の農業に対するネガティブイメージを払拭し、農業を 職業として選択してもらうための取り組みが必要 ・R4年度の新規就農相談者240人のうち女性が24%(58人)を占 めており、女性への就農支援が必要 ・資材高騰等による初期投資や生産コストの増大に伴う所得 の減少 ○親元就農の推進 ・親元就農者を増やすためには、親世代の経営安定や経営 発展への支援が必要 ○雇用就農の促進 ・企業経営を担う農業者の掘り起こしと、育成による 雇用の受け皿の拡大が必要	1 県外からUターンする若年層(女性の就農者含む)への 就農支援の強化 【具体的な内容等】 ・20～30代の若い世代(女性を含む)を対象とした農業 体験の実施 ・新規就農者が経営を開始し定着するまでの就農支援 の強化(サポートハウスの活用拡大) 2 親元就農の推進 【具体的な内容等】 ・経営開始後の支援の実施 ・農業経営・就農支援センターによる親世代への経営安 定や規模拡大への支援の強化 3 雇用就農の促進 【具体的な内容等】 ・農業経営・就農支援センターによる企業経営を担 う農業者の掘り起こしと雇用の受け皿となる経営体 の育成	
14	4	○農業法人数 【モニタリング方法】 ・市町村に対して、農業法 人数調査を高知県独自で実 施することで、毎年の12月 末、3月末時点を把握する	1 法人経営体への誘導 ・法人化を目指す農業者の掘り起こし ・農業経営力向上セミナーの開催 2 経営発展への支援 ・農業経営相談センターによる経営相談対応や経営改 善指導等の実施(H30～) ・農業経営・就農支援センターによる重点指導対象者 への伴走型支援の実施(R4～) 高知県農業経営相談センターを開設し、セミナーの開 催や伴走型支援を実施(H30) 高知県農業経営・就農支援センターを開設、県内9カ 所サテライト窓口を設置(R4) ※高知県農業経営相談センターの活動を継承。	・農業経営力向上セミナーの参加者 R元:延べ100人(15回) R2:延べ151人(15回) R3:延べ131人(15回) R4:延べ126人(15回) ・経営発展への支援 経営改善指導を実施した農業者数 R元:22経営体 R2:14経営体 R3:12経営体 R4:24経営体 R5:23経営体(6月末現在) ⇒農業法人数 R元:223 → R2:217 → R3:236 → R4:258	農業法人数 ＜目標値(R5)＞ 445 (H30～R5) ＜出発点(H30)＞ 206 (H30)	＜R5年度末見込＞ - ＜直近の実績＞ 258 (R4年度末)	D 【評価】 ・農業者への経営力の向上や経営発展への支援により、農 業法人数は増加してきており、R4年度末では258法人とな った。 ・目標値は、国の目標(R5:5万法人)に準じて県目標を設定し ていたが、法人化に取り組む農業者が少ないことなどから目 標は達成できなかった。 ・農業経営・就農支援センターをR4年度に開設するとともに、 経営体の課題に応じた専門家派遣などの伴走型支援を実施 し、法人化や経営発展の支援を強化することができた。 ・農業経営力向上セミナーでは、経営計画の作成方法や労務 管理のほか、事業継承・経営継承など、法人化につながる項 目をテーマに講習し、法人化への啓発を図ることができた。 【課題】 ・燃油・生産資材等が高騰する中、コスト削減や販売額の向 上などを図るための中長期的な経営戦略の作成が必要。 ・販売単価のアップや従業員の生産能力の向上等の収益性 を向上させる必要がある。	高知県農業経営・就農支援センターの専門家の充実 を図り、様々な経営課題に応じた対応が行える体制とす るとともに、雇用の受け皿となる経営体の育成に取り組 んでいく。 【具体的な内容等】 ・経営相談者への経営支援の実施 ・雇用の受け皿となる経営体の掘り起こしと、経営課題 の解決に向けた経営改善支援の実施	

No	戦略の柱	戦略目標	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値や実績等		3年半の取り組みの総括		次のステージに向けた方向性 (総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築が必要な場合等の具体的な内容)
					目標値 出発点	R5年度末 見込 直近の実績	評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
15	5	<p>○ほ場整備率</p> <p>○新たなほ場整備の実施面積</p> <p>【モニタリング方法】 ・各農業振興センター月例報告により、工事の発注状況、進捗状況を把握し、達成状況を確認。</p>	<p>○ほ場整備事業の実施 ・県営事業:12地区(R5時点) ・国営事業:高知南国地区</p> <p>○地域ニーズに応じた基盤整備の推進 ・市町村への啓発活動の強化(地域ニーズの把握) ・候補地58地区の選定と共有 ・推進新体制の強化(PTの立ち上げ) ・モデル地区の選定と事業化 ・ニーズに応じた計画策定と合意形成への支援</p> <p>○施設園芸用農地整備の推進 ・IoTプロジェクトの推進(4地区)</p> <p>○ほ場整備の推進における課題への対応 ・入札不調・不落 見積活用方式の初回からの導入 農政局及び国営事業所との協議 建設業者(国営、県営)との意見交換 ・未相続農地 農政局との登記制度に関する協議 法務局との登記方法に関する協議 対応方針の整理</p>	<p>○ほ場整備率 ・R2:49% ⇒ R5(見込):49.4%</p> <p>○ほ場整備の実施面積(R2～R5(見込)) ・県営事業:67.6ha ・国営事業:52.7ha ・面積計:120.3ha</p> <p>○地域ニーズに応じた基盤整備の推進 ・権利関係調査等の実施:8地区(R2～R5) ・ほ場整備計画の策定:8地区(R2～R5) ・新規採択地区:8地区(R2～R5)</p> <p>○施設園芸用農地整備の推進 ・基盤整備の実施(1地区) ・候補地の選定(1地区) ・候補地の調整(2地区)</p> <p>○ほ場整備の推進における課題への対応 ・入札不調・不落 見積活用方式の初回からの導入(1件) ⇒ 1件落札:庄毛地区(室戸市)</p>	<p>新たなほ場整備の実施面積</p> <p><目標値(R5)> 実施面積 239ha (R2～R5)</p> <p><出発点(H30)> 実施面積 -</p>	<p><R5年度末見込> 実施面積 120.3ha (R2～R5)</p> <p><直近の実績> 実施面積 69.5ha (R2～R4)</p>	D	<p>[評価] ・地域の現状を踏まえた全体計画の見直しや、入札不調・不落により、整備面積(率)は目標の約半分となる。 ・地域のニーズに応じたほ場整備の新規地区(8地区)を事業化した。 ・資材など物価高騰に伴い、ハウス建設を希望する担い手が減少し、農地整備の実施は1地区と低迷した。</p> <p>[課題] ・未相続の農地が多いため事業区域の設定など、地元調整に時間を要し、事業化が遅延。 ・ほ場整備導入について、地域の合意形成は図れるが、担い手不足から営農計画の策定に難航し事業化が遅延。 ・地域によっては、入札不調・不落が多いため対策が必要。 ・施設園芸と併せて、露地園芸推進(国営事業を契機)の強化が必要。</p>	<p>今後は、新規地区の掘り起こしと優良農地の持続的活用など、人口減少下で持続的に発展する農業全体を支えし、地域計画(地域ニーズ)の実現に寄与する。</p> <p>[具体的な内容等] ・事業着手前の権利関係調査(未相続含む)の徹底と、市町村との連携による早期事業化への取組を強化 ・基盤整備済み地域の現状把握と、関係者への共有、現状を踏まえた対策の実施 ・施設園芸用農地整備の推進と併せて、露地園芸用農地の迅速な整備を推進 ・地域ニーズに応じた、きめ細かな基盤整備の推進</p>
16	5	<p>○新規ほ場整備農地の担い手への集積率 (集積面積/整備済面積)</p> <p>【モニタリング方法】 ・新規ほ場整備地区について、3月末現在の集積率を調査</p>	<p>1 地域での農地集積に向けた合意形成の推進 (1)重点基盤整備地区における担い手集積支援</p> <p>(2)地域計画策定に向けた取組支援(R5～) ・市町村、農業委員会等の取組をサポートし、地域計画の策定を通じた担い手への集積</p> <p>2 担い手への農地集積の推進 ・農地中間管理事業による出し手・受け手の掘り起こし</p>	<p>・重点基盤整備地区(7地区) ⇒担い手への集積率67.5%(R5年3月)</p> <p>・地域計画策定予定地区271地区(R5年1月現在) ・県域連絡会議の開催(県域での支援体制の整備。6/5第1回連絡会議を開催。)</p> <p>・広域連絡会議の開催(県内5ヶ所での情報共有等を進める体制を整備。6/12～6/20第1回広域連絡会議を開催)</p> <p>・地域計画策定に向けたファシリテーター研修会の開催(7/25開催) ⇒地域計画策定モデル地区の選定(R5年6月に県内5カ所を選定)</p> <p>・出し手・受け手の掘り起こし R元:出し手443件、131.8ha 受け手92件、85.6ha R2:出し手326件、91.2ha 受け手76件、100.3ha R3:出し手381件、104.6ha 受け手64件、72.5ha R4:出し手260件、63.7ha 受け手69件、61.2ha</p>	<p>新規ほ場整備農地の担い手への集積率</p> <p><目標値(R5)> 65% (R2～R5)</p> <p><出発点(H30)> -</p>	<p><R5末見込> 67.5%</p> <p><直近の実績> 67.5% (R4年度末)</p>	A	<p>[評価] ・重点基盤整備地区における担い手集積率は、土地改良区等の団体・機関の連携した取組や営農計画の実行支援等により、ほぼ計画どおり進んでいる。 ・地域計画の策定に向け、モデル地区の選定などを行い、各地区での作成を推進しているところである。 ・農地中間管理事業による出し手・受け手の応募面積がやや減少している。</p> <p>[課題] ・重点基盤整備地区での集積の状況や営農の定着について継続した進捗の確認が必要。 ・地域計画の策定地区や策定スケジュールの再検討が必要。 ・農業委員会を中心に、農地の出し手・受け手の意向把握を進めていく必要がある。 ・担い手の確保や担い手に提供できる優良農地の確保。</p>	<p>目指すべき将来の農地利用の姿を明確化する地域計画の目標達成に向け、担い手への農地の集積、集約化を進めていく。</p> <p>[具体的な内容] ・地域計画の策定・見直し支援 ・地域計画の実行支援(担い手の確保・育成、基盤整備など) ・新規就農者や規模拡大農業者に提供できる優良農地の確保に向けた支援</p>

産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括（連携テーマプロジェクト）

プロジェクト名	IoT推進プロジェクト
プロジェクトマネージャー	農業振興部 副部長 青木敏純
関係部局	農業振興部、商工労働部、産業振興推進部、総務部

目指す姿	IoTクラウドを活用するための対応デバイスの普及や関連サービスの創出を図ることで、施設園芸農業の高収量・高品質化や省力化を実現するとともに、施設園芸関連産業群の創出・集積につなげる。
	(第4期計画) ○県内野菜主要7品目の出荷量 R元 10.3万t → R5 11.0万t ○施設園芸関係機器・システムの販売額(累計) R元 4.0億円 → R5 33.2億円

※進捗状況の基準について

指標	進捗状況の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満

項目	実施主体	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値や実績等		3年半の取り組みの総括		次のステージに向けた方向性 (総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築が必要な場合等の具体的な内容)	
				目標値 出発点	R5年度末 見込 直近の実績	評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価		
クラウドサービスに対応したデバイス 関連産業の創出	【関係事業者】 JA高知県、デバイス機器開発 メーカー、通信事業者 【県】 農業イノベーション推進課、 産業デジタル化推進課、 産業振興センター	○デバイスの改良、開発への支援 (農業イノベーション推進課) ・データ連携型の産業創出に向けた実証の実施 データ連携基盤活用事業の実施 R4:3社、R5:3社(予定) (産業デジタル化推進課) ・オープンイノベーションプラットフォーム(OIP)の活用	・改良、開発されたデバイス数:20件(R2~R4累計) 環境測定装置:14機種 高度化事業による機器の改良、開発:5機種 ⇒IoTクラウドへの接続機器数:20件(R2~R4累計) (R2:9件、R3:5件、R4:6件) ⇒IoTクラウド利用(環境・画像データ)農家数:480戸 IoTクラウド利用(出荷・気象データ)農家数:997戸 IoTクラウドデータ収集農家数:2,448戸 (R5.6未現在)					[評価] ・産地課題の抽出や関連機器等の高度化促進に向けた事業により、IoTクラウド接続機器、実装システムは37件と目標の27件を大幅に上回った。 ・一方、施設園芸関係機器・システムの販売額は、IoT関連R4年度までで目標に対し64%の達成率に留まっている。 [課題] ・産地課題の抽出や、IoTクラウドを活用した製品やシステムの開発のための実証事業等を継続が必要 ・IT技術は分野が広いいため、企業間連携の促進や、デジタル人材育成の取り組みも継続して行う必要。 ・コロナ禍で各地域の品目部会等が中止となり、SAWACHI利用拡大キャンペーン等への参加者が少なくSAWACHI利用のメリットを十分に伝えることが出来なかった。	今後も施設園芸関連産業群の創出を推進するため、生産現場での課題抽出を継続するとともに、関係機関と連携し、事業や補助制度を活用し、製品化の支援を行う。また、IoTクラウド利用農家数を拡大し、IoT関連機器の市場拡大を図る。 [具体的な内容等] ・産地からの課題抽出の継続 ・様々な分野の企業からの提案募集 ・デバイスやシステム開発に向けた実証事業の実施 ・各部署との連携による製品化への支援 ・IoTクラウド利用農家数拡大説明会開催の周知や参加への勧誘を強化(JAや農振センターと連携)。 ・利用申請と同時にSAWACHI利用登録できる(速攻登録)体制を構築。 (産業デジタル化推進課) ○オープンイノベーションプラットフォーム(OIP)の活用による開発支援 ・時流の変化に合わせて事業の見直しを行う。
データ連携を行うソフトウェアの 開発促進	【関係事業者】 JA高知県、システム開発会社 【県】 農業イノベーション推進課、 産業デジタル化推進課	○アプリ、システム等の開発への支援 (農業イノベーション推進課) ・データ連携型の産業創出に向けた実証の実施 同上 (産業デジタル化推進課) ・オープンイノベーションプラットフォーム(OIP)の活用	・開発されたアプリ、システム数:17件(R2~R4累計) ⇒IoTクラウドへの実装システム数:17件(R2~R4累計) (R2:8件、R3:4件、R4:5件)	○県内野菜主要7品目の出荷量 <目標値(R5)> 11.0万t (年間) <出発点(H30)> 10.0万t (年間)	○県内野菜主要7品目の出荷量 <見込値(R5)> 一万t (年間) <直近(R4.1~12月)> 6.36万t (年間)			[具体的な内容等] ・民間・行政各方面でデジタル化に取り組む体制が整ったことを踏まえ、オープンイノベーションプラットフォームの課題抽出から解決までの一貫支援について、見直しを検討	
デジタル人材の育成	【関係事業者】 JA高知県、デバイス機器開発 メーカー、システム開発会社 【県】 農業イノベーション推進課 産業デジタル化推進課	○取り組みを進めるためのデジタル人材の育成 (農業イノベーション推進課) ・IoTクラウドに関連するデジタル技術の知見の習得等を目的としたIoT技術者コミュニティの設立(R4.8) ・IoT技術者コミュニティの開催(R4:6回、R5:2回) ・企業間交流促進や実証事業の取組共有等を行う定例会の開催(R4:6回、R5:2回) ・IoTクラウドを通じた最新のクラウド技術を習得する人材育成講座の開催(R4:3回、R5:1回) (産業デジタル化推進課) ・高知デジタルカレッジ AIビジネス活用講座の開催: (R3:2コース、R4:1コース)	・IoT技術者コミュニティ参画企業:38社(県内企業26社、県外企業12社)(R5.6月末現在) ・IoTクラウドを通じた最新のクラウド技術を習得する人材育成講座の受講者:県内12社41名 ⇒IoTクラウドの設計、施工、運用保守に係る管理業務を委託し、IoT技術者コミュニティの人材育成を担っているプロンプト・K(株)が本県に高知オフィスを開設(R5.4) ・AIビジネス活用講座の受講者数(R3~R4累計:25社58名)	<目標値(R5)> 33.2億円 (累計) <出発点(H30)> 2.6億円 (累計)	<見込値(H30~R5)> 一億円 (累計) <直近(H30~R4)> 8.35億円 (累計) (目標達成率64%)			(農業イノベーション推進課) IT技術は分野が広いいため、企業間連携の促進や、デジタル人材育成の取り組みを継続するとともに、IoT技術者コミュニティに様々な分野からの企業参加を呼びかけ交流の機会を広げる。 [具体的な内容等] ・IoT技術者コミュニティの継続 ・様々な分野からのIoT技術者コミュニティへの参加の呼びかけ (産業デジタル化推進課) 事業者(①IT企業、②一般(非IT)企業)のニーズを見極め、企業のデジタルレベル等に応じて、IoT、AI、DXなどの高度な受講メニューを提案していく	

産業振興計画の実行3年半の取り組みの総括（農業分野）

◆分野全体の目標

<p>出発点(H30):1,177億円 ⇒ 現状(R3):1,078億円 ⇒ R4到達目標:1,210億円 ⇒ 4年後(R5)の目標:1,221億円</p> <p>農業生産量</p> <p>野菜(主要11品目) 出発点(H30):12.6万t ⇒ 現状(R3):12.6万t ⇒ R4到達目標:13.4万t ⇒ 4年後(R5)の目標:13.6万t</p> <p>果樹(主要2品目) 出発点(H30):2.38万t ⇒ 現状(R3):2.02万t ⇒ R4到達目標:2.44万t ⇒ 4年後(R5)の目標:2.45万t</p> <p>花き(主要3品目) 出発点(H30):2,019万本 ⇒ 現状(R3):1,709万本 ⇒ R4到達目標:2,020万本 ⇒ 4年後(R5)の目標:2,020万本</p> <p>畜産(土佐あかうし飼養頭数) 出発点(H30):2,399頭 ⇒ 現状(R3):2,483頭 ⇒ R4到達目標:3,421頭 ⇒ 4年後(R5)の目標:3,725頭</p>

<戦略の柱>

柱1 生産力の向上と高付加価値化による産地の強化

柱2 中山間地域の農業を支える仕組みの再構築

柱3 流通・販売の支援強化

柱4 多様な担い手の確保・育成

柱5 農業全体を下支えする基盤整備の推進と農地の確保

指標	評価の基準
S	数値目標の達成率 110%以上
A	数値目標の達成率 100%以上110%未満
B	数値目標の達成率 85%以上100%未満
C	数値目標の達成率 70%以上 85%未満
D	数値目標の達成率 70%未満

No	戦略の柱	戦略目標	取り組みの概要	具体的な成果 (可能な限り具体的な数値を記載)	目標値や実績等		3年半の取り組みの総括		次のステージに向けた方向性 (総括を踏まえ、戦略の見直しや再構築が必要な場合等の具体的な内容)
					目標値 出発点	R5年度末 見込 直近の実績	評価	これまでの取り組みについて、成果を踏まえた総合評価	
		○関西圏における外商額 (年間) 【モニタリング方法】 ・JA高知県から関西圏の卸売市場を通じた販売額を9月にヒアリングにより確認	1 関西圏の卸売市場関係者との連携強化による県産青果物の販売拡大 (1)卸売市場と連携した販売拡大とデジタル活用 ○卸売市場2社との委託契約(R3) ○関西土佐会(11社)との委託契約(R4~) ○品目別戦略の策定・実行(R4~) ・キュウリ、ピーマン、ナス、ニラ、シントウ、ミョウガ ○量販店等での高知フェアの開催 R3:47回、R4:103回 R5:4~6月:60回 ○卸売市場や量販店バイヤーの産地招へい R4:9回 R5:1回 ○消費地への生産者派遣 R4:6回、R5:7月1回 ○トップセールス(R4~) ○農水連携フェア(R4~) ○ミョウガの販売拡大の強化(R4~) ・みょうが一斉販売の実施(6月) ・関西在住の高知野菜サポーターによる「みょうがぞっこんファイブ」の結成(R5) ・惣菜等の調理会社を通じ、関西を中心とした企業の社食でのミョウガ試食 (ミョウガを使った惣菜提供)(R4) ○農水連携レシピ動画作成(2種)(R4~) ○高知野菜サポーターによる農水連携レシピ開発(18種)、リーフレット作成(5種)、関西風レシピ開発(20種)・SNS発信(R4) (2)業務需要の開拓 ○エコや機能性表示食品等のPR(R3~) ○業務用への提案(R4~)	1 関西圏の卸売市場関係者との連携強化による県産青果物の販売拡大 (1)卸売市場と連携した販売拡大とデジタル活用 ・関西圏の卸売市場と連携し、関西全エリアで高知県産青果物の販売PRが実施可能となった ・量販店等での高知フェア R3:663店舗、R4:1548店舗 R5:4~6月:790店舗 ・卸売市場や量販店バイヤーの産地招へい R4:38人 R5:6月3人 ・生産者派遣 R4:20人、R5:7月6人 ・トップセールス 2回(R4:1月、R5:7月) ・農水連携フェアの定期的開催5回(R4:1月、R5:4月2回、6月1回、7月1回) ・みょうが一斉販売の実施 R3:50店(大阪・京都)→R4:562店(関西全域)→R5:790店(関西全域) ・「みょうがぞっこんファイブ」による販売PR(R5:6月2回) ・関西を中心とした企業の社食でのミョウガ試食(R4) 303社、6,500食 ・農水連携レシピ動画による発信 2回(R5~) (2)業務需要の開拓 ・機能性表示「高知ナス」の健康宅配冷凍食品の販売(R3~) ・非辛みシントウの飲食店でのサンプル活用11店舗(R5~) ・業務用への採用(R4~2社)(1社通年取引)(ヨシケイ:ニラ・ナス、ロックフィールド:ミニトマト、ピーマン、シントウ) ⇒R4園芸年度販売額(R3.9~R4.8) R4目標:105億円 実績:93.8億円	関西圏における外商額 〈目標値(R5)〉 120億円 (年間R4.9~R5.8) 〈出発点(R2)〉 103.9億円 (年間R1.9~R2.8)	(R5年度末見込) 97億円 (年間R4.9~R5.8) 〈直近の実績〉 93.8億円 (年間R3.9~R4.8) 【R4時点】	C	(1)卸売市場と連携した販売拡大とデジタル活用 [評価] ・コロナ禍で休止していた量販店フェアやバイヤーの産地招へいが関西全エリアで徐々に実施でき、販売額が回復した ・品目別戦略によって効果的なフェア実施時期が明確になった ・増量期前の1~2月に高知フェアを集中して実施することで、量販店の棚の確保と、3月以降の増量期の販売増加につながった ・農水連携では、農産物の卸売市場と量販店が連携して産地(農業・水産を含め)を訪問するなど、新たな動きが出てきた ・関西圏での消費が弱いミョウガの社食アンケートからは、ミョウガを購入したことがない方の4割は調理方法がわからず、ミョウガの食べ方提案が十分でないことがわかった ・コロナ禍で新たなPR手法となったデジタルサイネージを活用した産地や品目PRの効果は、販売額増につながる報告があるが、消費者の属性や具体的な分析ができていない [課題] ・品目別戦略において、ナスのように系統率の低い品目はイベント時に十分な量の確保が必要 ・フェア開催から棚の確保につながるが見えてきたので、効果的なフェア実施の検討 ・販売拡大の取り組みをするうえで、系統率向上(総量の増加)の取り組みが必要でPT会を設置 ・農水連携は、相乗効果があると評価していただいているが、農産物・水産物の流通ルートの異なる量販店側の調整が必要 ・「みょうがぞっこんファイブ」の本格的な活動によるミョウガの認知度向上、販売拡大 ・デジタルサイネージの効果検証 (2)業務需要の開拓やデジタルの活用 [評価] ・市場関係者からコロナ後の動きとして量販店の冷凍売り場の拡大や中食・外食の需要拡大への対応が提案された ・機能性表示による明らかな単価差は見えていないが、コロナ禍で免疫機能等が注目され、生協宅配による紙面での紹介や、健康食宅配業者など業務取扱など反応がでている [課題] ・中食や冷凍食品をターゲットにした戦略が必要 ・機能性表示の販売拡大に向けて、業務用に対する提案方法の検討	卸売市場と連携し、品目別戦略に沿ったフェアの開催により単価の底上げを図ると共に、マーケットインの視点で業務需要に対応した販売拡大を図る。 [具体的な内容等] (1)卸売市場と連携した青果物の販売拡大 1)品目別戦略の運用 ・継続した取扱につながる棚取りを目指した量販店フェアの実施 ・系統率アップに向けた産地のまとまりの強化 2)農水連携による販売拡大 ・量販店側の取り組みやすい農水連携の仕組みづくり ・実施可能な店舗の拡大 3)デジタルを活用した販売PR ・デジタルサイネージの効果分析を基にしたPRの実践 ・訴求力のある動画やレシピ配信による販売戦略への応用 (2)マーケットインの視点による業務需要拡大 1)業務需要拡大 ・中食・外食・冷凍食品をターゲットにした戦略の選定 ・戦略に基づく提案先の選定 ・マーケットのニーズに応じた弾力的な出荷形態の検討