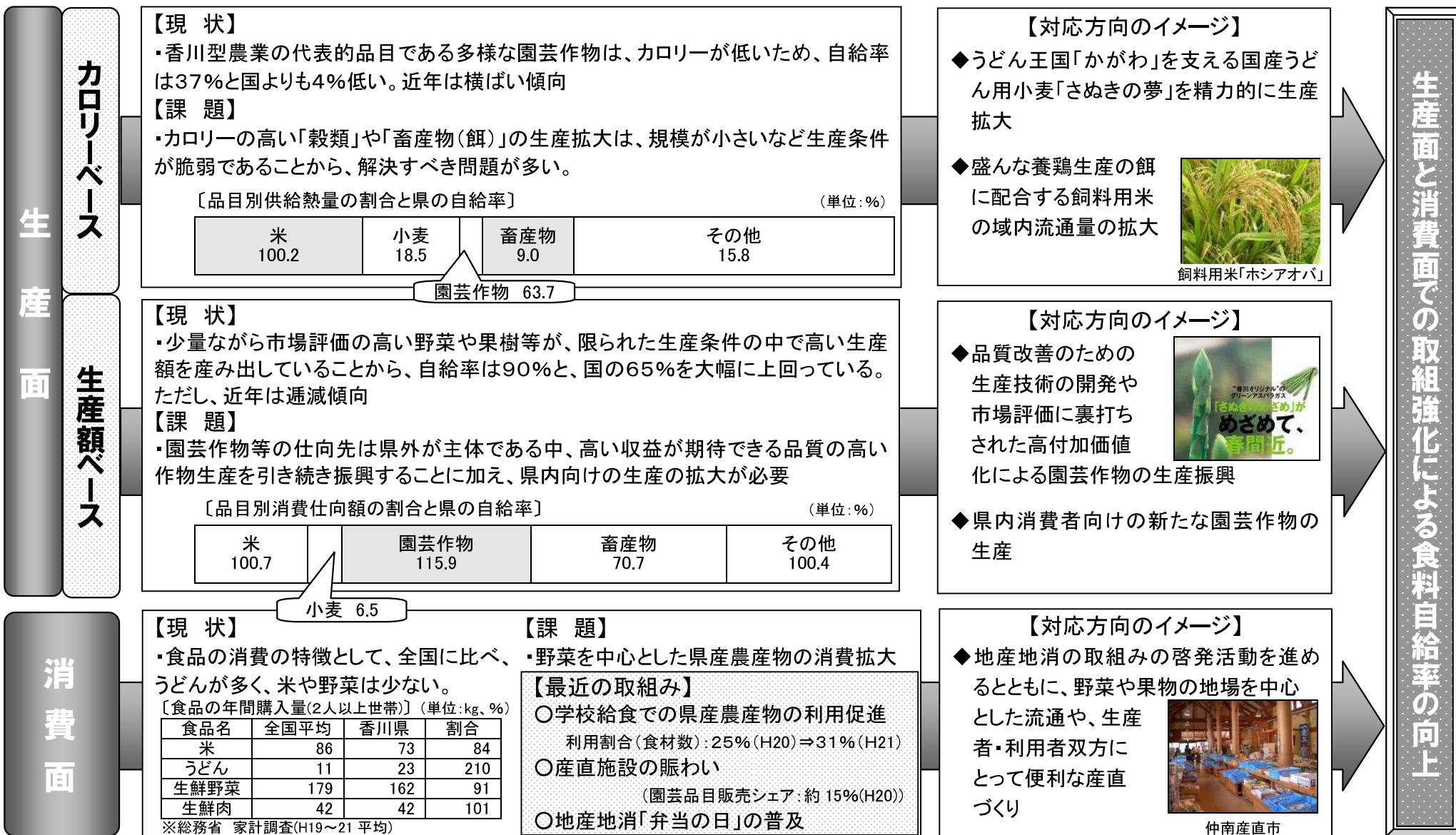


## 重点課題名 : ①食料自給率の向上


- 検討項目
1. 本県に適した自給率の目標設定
  2. 自給率向上に向けての麦類や飼料用米等の作付  
(カロリーベース:小麦・飼料用米の作付)
  3. 自給率向上に向けての麦類や飼料用米等の作付  
(生産額ベース:野菜・果樹の作付)
  4. 県民を巻き込んだ地産地消の展開方向

# 本県に適した自給率の目標設定


- 本県の食料自給率は、カロリーベースでは37%、生産額ベースは90% ※ 数値はいずれも平成20年度時点
- 本県農業の、生産面と消費面の特性を踏まえた食料自給率の向上を図ることが必要




## 【対応方向のイメージ】

- ◆うどん王国「かがわ」を支える国産うどん用小麦「さぬきの夢」を精力的に生産拡大
  - ◆盛んな養鶏生産の餌に配合する飼料用米の域内流通量の拡大
- 
- 飼料用米「ホシアオバ」

## 【対応方向のイメージ】

- ◆品質改善のための生産技術の開発や市場評価に裏打ちされた高付加価値化による園芸作物の生産振興
  - ◆県内消費者向けの新たな園芸作物の生産
- 

## 【対応方向のイメージ】

- ◆地産地消の取組みの啓発活動を進めるとともに、野菜や果物の地場を中心とした流通や、生産者・利用者双方にとって便利な産直づくり
- 
- 仲南産直市

# 自給率向上に向けての麦類や飼料用米等の作付(カロリーベース:小麦・飼料用米の作付)

- 地域ぐるみでの不作付地等の有効活用と新規耕作者も含めた担い手による小麦や飼料用米等の作付拡大
- 国産うどん用として優れた「さぬきの夢」の特性を活かした需要拡大と地域内流通における飼料用米等のマッチングの強化

## 【現状】

- 小麦
  - 本県の小麦の作付面積は、昭和37年産の17,700haをピークに減少、その後、「さぬきの夢2000」の普及に伴い増加し、平成21年産で1,520ha(ピーク時の約9%)
  - 「うどん王国」である本県のうどん生産量に占める県産小麦の割合は、約5%
  - 「さぬきの夢2000」は、全国の麺用小麦の中で最も高価格で入札
    - ※ 平成22年産 61,910円/t(対平均価格109%)
  - 認定農業者や集落営農組織は水田を有効に活用し麦を栽培一方、1支店1農場構想に基づく組織(1・1組織)は、作付拡大の余地有り



※小麦の経営形態別作付状況(H21年産)

項目	戸数	作付面積(ha)	作付率(%)
認定農業者	139	665	63
集落営農組織	27	253	70
1・1組織	66	602	18

※作付率は経営面積に占める小麦の栽培面積割合

- 飼料用米等
  - 不作付地等で、認定農業者や集落営農組織が作付け
    - ※ (21年産の生産状況)
    - 生産者数20戸 作付面積 9ha

## 【課題】

- 新たな耕作者の掘り起こしとともに、小麦は認定農業者や集落営農組織で作付規模の拡大、1・1組織は水田の有効利用で作付拡大
- 「さぬきの夢」と飼料用米等の需要先の確保

## 【最近の取組み】

- 小麦
  - 1・1組織における麦生産の共同化や作業班の独立を契機とした集落営農法人の設立により麦の作付拡大
    - 事例①【A営農組合】 麦作業の共同化 21年産28ha→22年産34ha
    - ②【B営農組合】 集落営農法人の設立 21年産30ha→22年産34ha
  - 「さぬき夢2000」の後継品種として、色やコシなど食味評価が高く、収量性に優れた「さぬきの夢2009」を開発
  - 県産小麦を使用した小麦粉及びうどん製品の名称を「さぬきの夢」に統一

## 【対応方向のイメージ】

- 小麦
  - 1 地域ぐるみで不作付地等の有効活用(二毛作の助長など)を進めるとともに、新たなオペレーターや地域外からの新規耕作者による集団的農地での作付拡大
  - 2 「さぬきの夢」の県内外のうどん店の利用拡大はもとより、消費者に対するPRやパンやそうめんなどの新たな用途の需要開拓
- 飼料用米等
  - 1 地域内流通の需要を把握し、条件が整った作付希望者との結び付けによる作付拡大
    - 既存の乾燥調整・保管施設等の活用
    - 供給先の畜産農家から、堆肥の還元による生産者の負担軽減
  - 2 飼料用米を利用した生産物(卵、豚肉)の販売促進

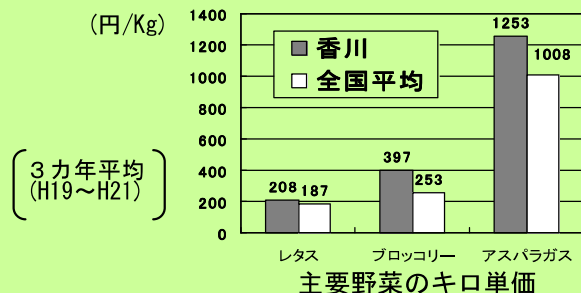


# 自給率向上に向けての麦類や飼料用米等の作付（生産額ベース：野菜・果樹の作付）

- 市場ニーズに即した高付加価値な作物の生産を新たな技術と栽培方法により維持・拡大。
- 県内消費を意識した多彩な野菜・果樹の生産と県内流通の拡充。

## 【現 状】

- ・ 本県の野菜は水田裏を主体とした産地、果樹は傾斜地畑を主体とした産地を形成。
- ・ 本県の野菜・果樹の産出額は300億円で、県全体の38%を占め、本県農業の柱。  
野菜では、レタス、いちご、ブロッコリーが全体の4割  
果樹では、みかん、ぶどう、ももが全体の7割
- ・ 生産者の高齢化の進展により、不作付地等が拡大し、野菜・果樹の生産は減少傾向。
- ・ 県外向けを中心に高い品質と市場ニーズに即した出荷が評価され他県より高価格で販売されている。



## 【課 題】

- ・ 市場ニーズに対応した高品質な生産の維持・拡大
- ・ 鮮度・手軽さなどの特徴を活かす県内向け園芸作物の生産と消費の拡大

## 【最近の生産拡大例】

- 新たな人材の確保による農業経営の維持拡大
  - ・ 雇用を契機とした経営規模の拡大やのれん分け就農を加えた生産のグループ化。
  - ・ 農業大学校で研修を受けた定年退職者等による跡継不在の樹園地の継承。
- 新たな品種・技術、支援組織による産地拡大
  - ・ 特色ある品種開発や省力安定生産技術（2畝栽培）の開発・普及による作付拡大。  
さめきゴールド H16:2.5ha → H20: 5.2ha  
さめきのめざめ H16:3.4ha → H20:20.1ha
  - ・ 農作業支援組織による定植作業や出荷調整作業を活用したブロッコリーの作付拡大  
ブロッコリー H16:357ha → H20:565ha



〔のれん分け就農された  
県外からの移住者〕



〔本県オリジナル品種  
さめきゴールド〕

## 【対応方向のイメージ】

- 定年退職者など多様な人づくりや農作業支援組織の活用、省力安定生産技術の普及などの経営改善による高品質な野菜・果樹の作付維持・拡大。
- 県内消費拡大を意識した「朝穫り農産物」などの市場や産地への働きかけによる県内流通量の拡大。



〔ブロッコリーの定植支援〕



〔学校給食への食材提供〕

### 想定される作付拡大例

- ・ 集落営農での余剰労働力を活用した野菜栽培の振興
- ・ 集団的な樹園地を集落で効率的に利用する生産組織の育成
- ・ 県内の加工業者や学校給食のニーズに即した品質規格の野菜栽培の振興

# 県民を巻き込んだ地産地消の展開方向

○ 県民の地産地消に対する認知度は高まっているが、その実践につながっていない。引き続き、県民に対する地産地消の取組みを促していくとともに、県産農産物の県内への流通量を増加させることが必要

## 【現 状】

○ 県HP「讃岐の食」や県広報誌等様々な広報媒体による情報発信



地産地消イメージキャラクター「讚太くん」

○ 県産農産物を購入できたり、食材を利用している地産地消協力店は、183店舗(H21)に増加

○ 県民の「地産地消」の認知度は約90%ながら、実践している者は4人に1人

※ 県政モニターアンケート結果(H20. 7)

## 【課 題】

○ 県民の地産地消の実践につながるような運動がまだまだ不十分

○ 県産農産物は、京阪神を中心に県外への流通が主体

[県産農産物の流通の実態] (単位: %)

区 分	米	主要野菜	温州みかん	肉類
県の自給率	126	328	176	125
県内への出荷量/県内消費量	67	72	97	58

※ 主要野菜: レタス、ブロッコリー、ネギ、アスパラガス  
農業生産流通課調べ(H17~18)

## 【地産地消の実践に向けた最近の取組み】

○ 学校給食への県産農産物の利用が高まる。

- ・ 県産利用割合(食材数ベース) : 25%(H20) ⇒ 31%(H21)
- ・ 県産農産物を原料とした学校給食用冷凍食品などの開発と導入  
※ 冷凍食品(7商品)導入実績(H22. 2 現在) : 16市町149校

○ 産直施設が賑わう。

- ・ JA直営36店舗の売上高は 37.5 億円(H20)で、園芸品目販売シェアは約15%(H20)

○ 滝宮小学校における“かがわ発「弁当の日」”が、学校はもとより、公的機関などへ拡大する。

- ・ 県内 17 校(小、中、大学、専門学校)で実施(H22. 5 現在)
- ・ 県庁では、平成21年11月より、毎月第1月曜日に地産地消「弁当の日」を実施中



県庁での地産地消「弁当の日」

## 【対応方向のイメージ】

○ 引き続き、地産地消の取組みとその実践を促進

- ・ 社員食堂や給食施設での県産農産物の利用促進
- ・ 学校給食調理場の規模に応じた県産農産物の安定供給に向けた産地の育成



○ 生産現場の情報発信とあわせた、県産農産物の県内への流通量の拡大

- ・ 県産農産物へのニーズに即した生産など、生産者や消費者双方にとって便利な産直づくり
- ・ 県産農産物の県内流通量の増加による、地場を強く意識した卸売市場づくり

