

(参考)新ビジョン策定のための調査について

1 今後の営農意向 (県内全地域の農家・集落代表者)

H27：県内243集落の抽出調査 (農家数2,482戸)
うち奥能登地域103集落 (農家数 894戸)
H19：奥能登地域全525集落の全戸調査 (農家数7,577戸)

- ・後継者がいない農家は9割 (奥能登：89%[H19]、91%[H27])
- ・10年以内にやめる意向の農家は7割以上 (奥能登：73%[H19]、78%[H27])

→<営農意向調査>

- ・後継者がいない農家 全 県 90% (能登：92% 加賀：88%)
- ・10年以内にやめる農家 全 県 73% (能登：78% 加賀：68%)

◆能登・加賀ともに、やめた農家の農地を、担い手が引き続き営農できるよう、農地集積を推進することが必要

◆特に能登では、農地の受け皿となる担い手のさらなる不足が予測されることから、新規就農者や企業等の農業参入を一層進めるなど多様な担い手の確保が必要

→<担い手への農地集積率(H19→H26)>

能 登：26%→34%
加 賀：41%→56%

→<農業参入企業数(H19→H26 累計)>

能 登：2社→31社[185ha]
加 賀：0社→11社[53ha]

2 今後の経営展望 (農業法人等への聞き取り、参入企業(42社))

- ・水稲は規模拡大と農地の集約化によりコスト低減が可能
- ・さらなるコスト削減に向け、従来にない新しい技術が必要
- ・稲作の繁忙期と重ならない園芸品目の導入や多角化を目指したい
- ・参入企業は、栽培規模の拡大や加工等の新たな事業展開を希望

→<参入企業の営農意向調査>

規模を拡大：47%
加工等新たな事業を展開：17%

- ◆担い手の経営基盤の強化に向けた農地集積・整備の促進が必要
- ◆企業等の技術・ノウハウを生かした低コスト生産技術の開発・普及が必要
- ◆水稲単作から複合経営・多角経営への転換が必要

3 県産農産物の利用意向 (食品製造業(104社)、青果小売業(141事業所))

- ・食品製造業は、特色ある県産農産物を使いたい、生産量が少なく入手しづらいと感じている
- ・食品製造業からは、もっと加工・業務用向けに県産農産物を出荷してほしいという意見もある
- ・青果小売業は、日常使用に新鮮な県産農産物の取り扱いを増やしたい、流通量が不安定と感じている

→<県産農産物の利用意向>

・使用量を増やしたい	食品製造業 86%	青果小売業 72%
・利用する理由(第一位)	物語性など付加価値がある(50%)	鮮度がよい(67%)

→<県産農産物の利用拡大に向けた課題>

・流通量の安定化	53%	57%
・生産量の拡大	51%	39%

◆特色ある県産農産物の生産拡大を進めることが必要

◆加工・業務用の出荷拡大に向けた取組みを進めることが必要

◆需要者のニーズに対応した青果物等の安定的な出荷を進めることが必要

4 本県の食に関する意識 (首都圏消費者(102人)、県内消費者(452人))

<首都圏消費者> 県産農畜産物に対し、高級感や美味しいなどプラスのイメージ(アンテナショップ来店者)があるものの、個別品目の多くはまだ認知度が低い

→<県産農畜産物のイメージ>

高級感がある 46% 美味しい 43% 鮮度がよい 34% 安全 13%

→<県内農畜産物の認知度>

加賀野菜 67% 能登牛 56% 能登棚田米 27%
ころ柿 24% 加賀丸いも 18% ルビーロマン 16%

<県内消費者> 味や鮮度に加え、安全性への評価が高い(県政モニター)

→<県産農畜産物のイメージ>

美味しい 66% 鮮度がよい 47% 安全 45% 高級感がある 8%

→<減農薬・減化学肥料農産物を選ぶ価格基準>

価格同程度なら 50% 高くても 42% (2割程度 29%、価格に関係ない 13%)

◆特色ある県産農畜産物のプラスイメージを活用した魅力発信が必要

◆安全・安心をアピールした差別化を進めることが必要