

## 第2章 草津市における農業の現状と課題

### 1 本市における農業の現状

#### (1) 農地・農家数等

ここでは草津市農水産業の関連データと研究会等の議論を受けて整理した内容を基に、本市の農業の現状と課題を示す。

総農家の経営耕地面積の経年変化をみると、市街化にともない総数として年々減少していることがわかり、1,759ha（1980）から1,024ha（2010）へと30年間でおよそ42%の減少となっている。また、それと同様に農家人口<sup>3</sup>の総数も減少してきている。

次に、各年代の農業就業人口<sup>4</sup>割合をみると、65歳以上が67.5%と7割近くを占め、60～64歳では1割強にあり、それ以下の年代ではそれぞれ1割に満たない。

これに関連する基幹的農業従事者<sup>5</sup>では、65歳以上が62.2%と6割強にのぼり、60～64歳で1割強、50～59歳でも1割程度にあるが、同じくそれ以下の各年代の割合は1割にも満たない。ただし、農業就業人口と比して、中堅の年代層の割合がわずかながら大きくなっている。

以上のことから、本市の農地及び農家人口はともに減少傾向にあり、農業の担い手については高齢化が進んでいることがわかる。

表 2-1 総農家の経営耕地面積（ha）

区分	総数	田	畑	その他
1980年	1,759	1,624	114	21
1985年	1,595	1,483	99	13
1990年	1,538	1,435	97	6
1995年	1,432	1,326	98	8
2000年	1,385	1,271	107	7
2005年	1,242	—	—	—
2010年	1,024	956	66	2

出所：草津市統計書 平成23年度版

<sup>3</sup> 農家を構成する世帯員の総数。

<sup>4</sup> 農業に従事した者のうち自営農業のみに従事した者または自営農業が主の者。

<sup>5</sup> 農業就業人口のうちふだんの主な状態が仕事に従事していた者。

表 2-2 草津市農家人口

区分	農家人口		
	総数	男性	女性
1980年	14,502	7,124	7,378
1985年	11,031	5,360	5,671
1990年	12,235	6,020	6,215
1995年	10,805	5,281	5,524
2000年	10,002	4,839	5,163
2005年	8,389	4,059	4,330

出所：農林業センサス

表 2-3 農業就業人口

区分	15～29歳	30～39	40～49	50～59	60～64	65歳以上	計
男	18	21	25	42	68	423	597
女	11	16	32	60	82	357	558
総数	29	37	57	102	150	780	1,155
割合(総数)	2.5%	3.2%	4.9%	8.8%	13.0%	67.5%	100%

出所：滋賀農林統計年報 2010 年

表 2-4 基幹的農業従事者

区分	15～29歳	30～39	40～49	50～59	60～64	65歳以上	計
男	8	19	22	36	40	222	347
女	1	7	19	27	40	139	233
総数	9	26	41	63	80	361	580
割合(総数)	1.6%	4.5%	7.1%	10.9%	13.8%	62.2%	100%

出所：滋賀農林統計年報 2010 年

## (2) 農家経営体の類型等

総農家数自体は年々減少しているものの、販売農家のうち専業農家<sup>6</sup>および主業農家<sup>7</sup>については経年的に一定数を概ね維持している。ただし、農家全体からみた専業農家の割合自体は 8.4%、同様に主業農家は 5.9%であり大きなものではない。

他方で、兼業農家の減少は著しく、本市の農家数の減少の要因となっている。また、経営規模別にみると、2ha 未満の小規模農家が多くを占めるが、これは滋賀県全体の特徴とほぼ一致する。

次に、組織形態別では、農協や一部に株式会社がみられるものの、その多くの経営体は法人化していない。

また、農業経営組織別では、稲作が全体の 80%以上を占めているが、施設野菜経営が 10%近く存在している特徴があつて、果樹類や露地野菜、花卉等はごく少数である。

<sup>6</sup> 世帯員の中に兼業従事者が一人もいない農家。

<sup>7</sup> 農業所得が主で 60 日以上/年自営農業に従事している 65 歳未満の世帯員がいる農家。

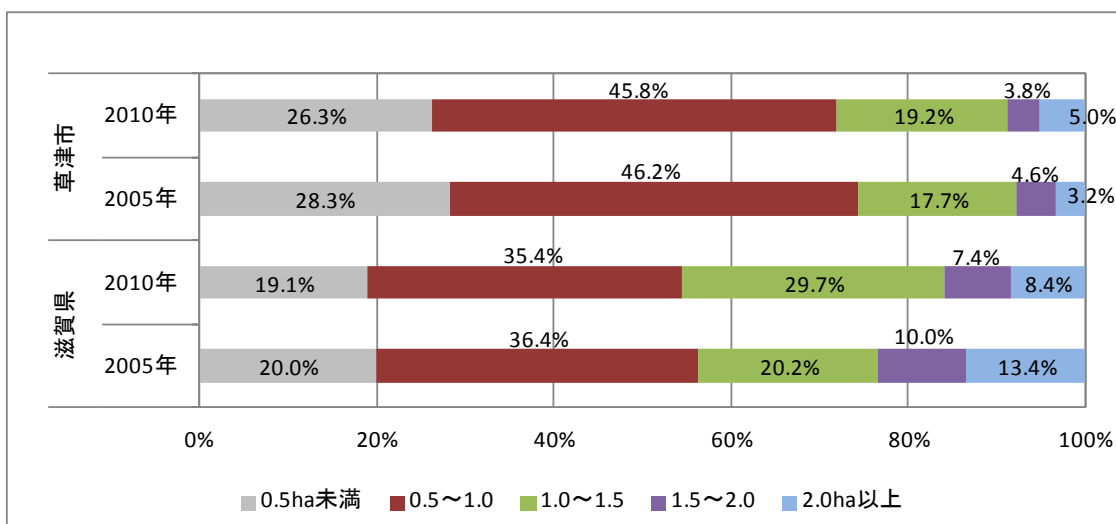
また、農産物販売金額別では、100万円未満の経営体が72.3%と大半を占めるなか、比較的規模の大きい1千万円～2千万円の経営体は3.9%、2千万円以上では2.1%である。これは、滋賀県全体の1千万円以上経営の比率に比して、2倍の比率となっている。

こうしたことから、本市の農業経営体は、兼業農家の大きな減少など総農家数は減少傾向にあつて、また個々の農家としては販売規模や経営規模ともに小さい形態が多いものの、施設野菜を中心とした専業農家・主業農家が保持されており、販売金額の高い経営体が一定数あることがわかる。

表 2-5 主な類型別農家数（戸）

区分	総農家数	販売農家(専兼業)			販売農家(主副業)			自給的農家
		専業	第1種兼	第2種兼	主業	準主業	副業	
1980年	2,904	120	148	2,636	-	-	-	-
1985年	2,767	116	200	2,451	-	-	-	-
1990年	2,430	131	84	2,215	-	-	-	-
1995年	2,177	115	144	1,918	130	289	1,758	-
2000年	2,024	89	80	1,279	116	465	867	576
2005年	1,826	125	61	1,060	102	299	845	580
2010年	1,555	130	50	832	91	263	658	543

出所：農林業センサス ※2000年に区分の見直し（第2種兼業農家と自給的農家に分類）



出所：農林業センサス

図 2-1 経営規模別農家割合

表 2-6 組織形態別経営体数

単位：経営体

区分	合計	法人化している											地方公共 団体・ 財産区	法人化し ていない	個人経営体
		計	農事組合 法人	会社				各種団体				その他 の法人			
				小計	株式会社	合名・合資会 社	合同会社	小計	農協	森林組合	その他の 各種団体				
滋賀県	25,732	246	75	111	110	-	1	56	54	-	2	4	-	25,486	24,843
草津市	1,028	6	-	5	5	-	-	1	1	-	-	-	-	1,022	1,015

出所：滋賀農林統計年報 2010 年

表 2-7 農業経営組織別経営体数

単位：経営体

区分	販売のあつ た経営体	単一経営(主位部門の販売金額が80%以上の経営)														複合経営(主 位部門の販 売金額が 80%未満の 経営)	
		計	稲作	麦類作	雑穀・いも 類・豆類	工芸農作物	露地野菜	施設野菜	果樹類	花き・ 花木	その他 作物	酪農	肉用牛	養豚	養鶏		その他の 畜産
滋賀県	23,727	21,269	20,284	175	26	86	98	245	99	78	21	62	61	7	26	1	2,458
草津市	936	866	769	-	-	-	5	85	1	5	-	-	1	-	-	-	70

出所：滋賀農林統計年報 2010 年

表 2-8 農作物販売金額規模別経営体数

単位：経営体

区分	計	農産物の 販売なし	50万円未満	50～100	100～200	200～300	300～500	500～700	700～ 1,000	1,000～ 2,000	2,000万円 以上
滋賀県	25,732	2,005	10,511	6,108	3,633	1,118	793	384	328	486	366
割合(県)	100%	7.8%	40.8%	23.7%	14.1%	4.3%	3.1%	1.5%	1.3%	1.9%	1.4%
草津市	1,028	92	560	183	56	22	27	11	15	40	22
割合(市)	100%	8.9%	54.5%	17.8%	5.4%	2.1%	2.6%	1.1%	1.5%	3.9%	2.1%

出所：滋賀農林統計年報 2010 年

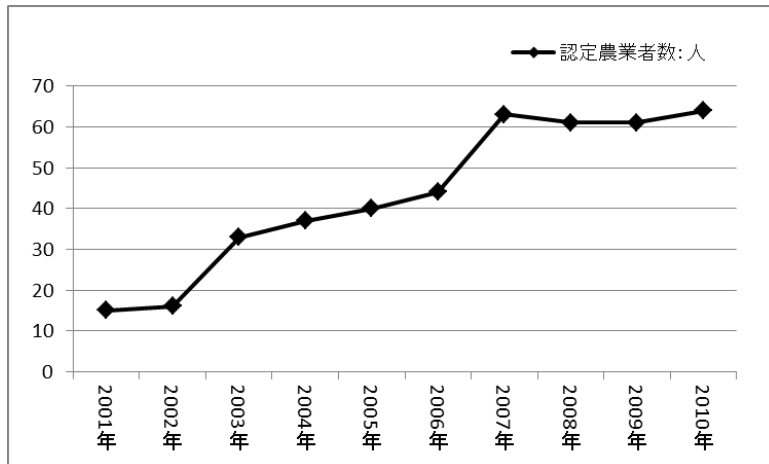
### (3) 認定農業者

本市の農家のうちで、自らの農業経営基盤の強化を図り、農業経営の改善を計画的に行うとされる認定農業者は、2011年3月末時点で、64人(農業経営改善計画認定数)となっている。草津市認定農業者64名の営農類内訳は、水稻19人、施設野菜13人、水稻+施設野菜31人、施設花き1人である。

表 2-9 認定農業者等の認定状況 2010 年度

草津市	認定農業者	特定農業法人	特定農業団体
	(農業経営改 善計画認定数)	(法人数)	(団体数)
	64	0	4

出所：草津市農林水産課資料 2011年3月末



出所:草津市農林水産課資料

図 2-2 草津市認定農業者数推移

#### (4) 農業生産物の動向

本市の農業生産は、水稻を中心としながら、ビニールハウス等整備がなされ軟弱野菜を扱うハウス栽培が盛んであることに特徴がある。

施設野菜の栽培面積をみると、みずなやほうれんそうといった軟弱野菜で県内一の栽培面積を有し、また同様にメロンの栽培面積も県内一に位置している。

また、市内青果作付面積の順位(表 13)をみると、みずなが 66.0ha と最大の面積で、次いでほうれんそう 20.0ha であり、以下、みぶな 10.5ha、九条ねぎ 9.2ha、だいこん 7.6ha、メロン 7.5ha 等の順となっている。また、本市の伝統野菜である山田ねずみだいこん(0.1ha)の作付けがされていることもうかがえる。そして、本市の主な生産野菜であるほうれんそうやみずな等の農産物の面積については、ほぼ横ばいの状態で推移している。

表 2-10 施設野菜の栽培面積

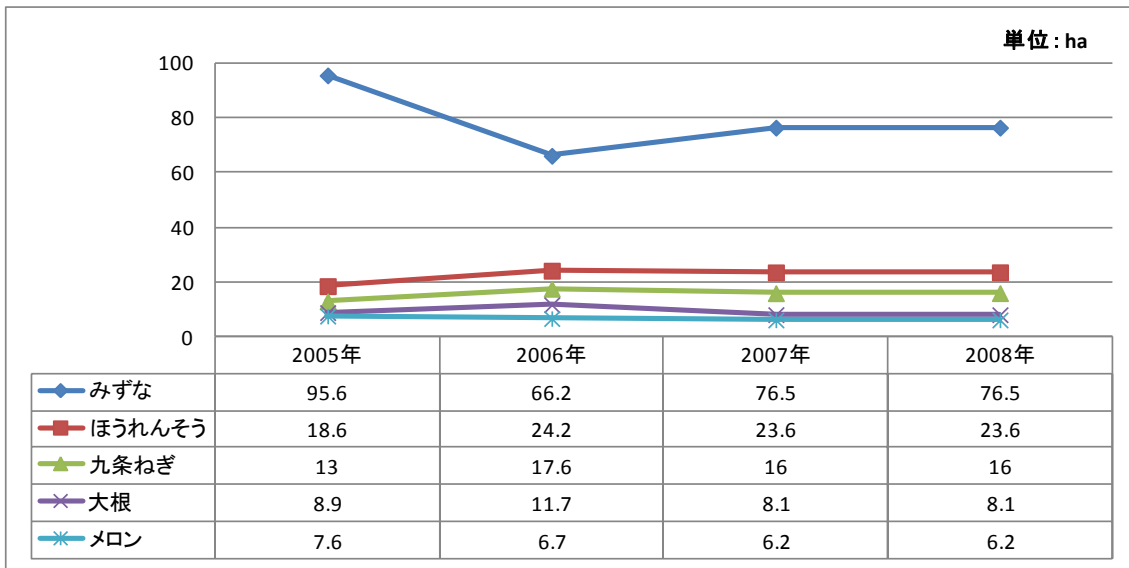
品 目	施設栽培面積・県(m <sup>2</sup> )	市町別ランキング		
		1	2	3
	平成22年			
だいこん	109,230	草津市 55,800	守山市 50,000	近江八幡市 3,000
かぶ	40,100	草津市 36,900	野洲市 2,000	守山市 900
ひのな	40,500	草津市 39,600	日野町 700	竜王町 200
みずな(切葉)	501,730	草津市 460,600	栗東市 18,200	野洲市 18,000
ほうれんそう	320,308	草津市 194,000	栗東市 46,300	守山市 43,500
九条ねぎ	213,000	彦根市 110,000	草津市 91,500	栗東市 8,700
メロン	197,107	草津市 71,400	守山市 65,000	東近江市 30,000

出所：青果生産事情調査（県）2010年

表 2-11 草津市青果作付面積ランキング

No.	品目	h a
1	みずな(切葉)	66.0
2	ほうれんそう	20.0
3	みぶな(丸葉)	10.5
4	九条ねぎ	9.2
5	だいこん	7.6
6	メロン	7.5
7	かぶ	5.5
8	ひのな	5.0
9	こまつな	2.7
10	キャベツ	1.3
	⋮	
36	伝統野菜 (山田だいこん)	0.1

出所：青果生産事情調査（県）2010年



出所: 青果物生産事情調査(県)

図 2-3 草津市施設野菜栽培面積推移

(5) 主な生産地域

本市の主な野菜生産地域は、北山田、山田五条、下笠の本市北西湖岸付近に集中しており、この各地域に存在する 3 つの出荷組織にて「草津市野菜出荷連絡協議会」が形成されている。

北山田地域では、湖南中央園芸組合(生産者 43 戸、組合員 84 名)を中心とした出荷組織があり、野菜栽培を主としたビニールハウス群が連なっており、



出所:草津市野菜出荷連絡協議会資料

図 2-4 草津北山田野菜生産団地

この専業農家の集まりが北山田に大きな生産団地を形成し、産地全体の施設面積は 58ha、ハウス約 2,000 棟にも上る。

すなわち、滋賀県全体の傾向と同様に草津市では、小規模で副業的に営む農家が多くを占めながらも、産地として捉えた場合、130 戸の野菜栽培の専業農家が集積しているという点は本市の大きな特徴となっている。

また、下笠地域では、組合員 15 名で構成された野菜組合など比較的小規模で生産活動を行っている。この地域では定年後に農業を始める者も多く平均年齢は 70 歳程度で、北山田の専業農家と同様にハウス栽培に取り組んでいる。その他、農薬の使用料を減らすために害虫駆除活動等も進められている。そして、同地域には JA の直売施設である「草津あおばな館」が立地しており、周辺には同館向けの野菜の出荷を担う農家（会員制で 324 名）が存在している。

#### (6) 市内で展開される主な取り組み

パナソニック・アプライアンス社が JA に打診し、依頼を受けた市内の農家による同社工場の社員食堂のサラダバー用野菜の提供が実現している。具体的には、野菜を袋詰めしてサラダバーに用いる材料を運搬している<sup>8</sup>。



特産品としては、「愛彩菜」<sup>9</sup>を山田地域限定で生産しており、  
出所：農業共済新聞 2012. 4. 3 週号  
その他、伝統野菜である「山田ねずみだいこん」も生産し、  
図 2-5 草津産愛彩菜  
これについては漬物屋と提携して漬物販売を行っている。

規格品外野菜の活用としては、ひび割れメロンについてコンビニと提携してシャーベット販売を行っている。その他には、あおばな館の加工場でメロンの粗悪部分を除去して、カットメロンとして販売している。



過去には、米を京都の店と提携してセンベイとして販売の試み、また粉砕機・乾燥機を活用して、  
出所：近畿農政局 HP  
図 2-6 草津産山田ねずみだいこん  
米粉の取り組みや廃棄対象であったダイコンの葉の粉末粉への加工等も行われてきた。

市内の加工場としては、草津あおばな館が役割を担っており、カット野菜や独自商品として野菜の飴等を販売している。

<sup>8</sup> 京都新聞日刊 2012 年 8 月 12 日記事分。

<sup>9</sup> 愛彩菜とは、わさび菜の一種で、ほどよいわさび香味を特徴に持つ草津産の野菜である。



草津市発のブランド商品化を目指し、「あおばな」<sup>10</sup>の活用や「ホンモロコ」の養殖が継続的に取り組まれている。また、志那町の柳平湖にて淡水養殖真珠の復興を目指した調査が進行中である。



出所:草津市農林水産課資料

図 2-7 あおばなを用いた加工商品

## 2 本市農業を取り巻く主な課題

本市の農業関連データが示すように農地面積の減少、農業生産者の高齢化および後継者不足、農家人口の減少等、基本的な農業生産基盤が弱体化傾向にあることが指摘できる。

まず、市の中心的な栽培品目であるみずな等の「軟弱野菜」は、県内で最大の作付面積を誇るものの、主な出荷先である京都中央卸売市場等であっても全てを売り切ることが難しく、供給の受け皿が求められる。

次に、これからの農業生産は少量多品目が望ましいとされるなか、草津市産の農産物にはハウス栽培による軟弱野菜が中心という特徴を持つ反面、そこには品目数が少ないという問題も抱える。例えば、ある野菜の時期になるとそればかりが並ぶ状態で、商品に偏りが出てしまうが、いかにして商品ラインナップを揃えていくかという課題をもつ。

さらに、一度に同じ商品が大量に出荷されると、必然的に商品価値が下がってしまい価格低下を引き起こす原因ともなっている。

次に、規格品外野菜の活用として、コンビニ等との提携による加工商品の販売を行ってはいるものの、こうした動きはごく少量・一部の展開にとどまり、規格品外野菜のすべてを加工・販売できるような手立てとなっているものではないことに注意が必要である。

次に、農産物の加工という点では、粉碎機・乾燥機といった加工機械を地域で有しているが、こうした機械を用いて行う加工作業には時間と手間がかかることと、対効果の

<sup>10</sup> あおばなとは、旧来友禅染の下絵を描く「青花紙」を作るため、全国でも草津市だけで栽培されてきた花で、1981年に「市の花」に指定されている。

面でも必ずしも期待できるものではないため、加工商品開発に慎重な姿勢をとらざるをえない、とした地域内の意識も見受けられる。

そして、草津市の農家の特徴としては、大都市への利便性が高いという利点を有するが、他方で、京都や大津の卸売市場に近いという条件や卸売市場に出せば確実に収入が見込めることなどから、市場へ直接出す農家が多く「市場意識」が非常に強いことが挙げられる。

さらに、農産物のブランド化の点では、ブランド野菜といえば本市に近接する京都が有する「京野菜」なるブランドがリードするが、そうした他の知名度の高い商品に対抗できるような、ブランド化の確立に期待が向けられる。

### 3 本市農業の SWOT 分析

本節では、第2章1、2の検討をふまえ、本市農水産業に関する強み(S)、弱み(W)、機会(O)、脅威(T)についての整理を行う。

#### <強み(S)>

- ①軟弱野菜(ほうれんそう、みずな、ねぎ、だいこん、こかぶ、ひのな)の栽培面積が県内一(ねぎは彦根市に次いで2位)
- ②淡水養殖真珠等ブランド資源の存在
- ③愛彩菜、草津メロン、山田ねずみだいこん等の特産品の存在
- ④あおばな館や道の駅くさつによる野菜の直売や加工品の販売
- ⑤専業農家による高い栽培技術力の集積(高い品質)
- ⑥市内に立地する大企業の工場や社員の存在

#### <弱み(W)>

- ①農業生産基盤の弱体化(農業者の高齢化、農家数の減少、農業後継者の不足、農地面積の減少等)
- ②生産品目に偏りがあり品目数が少ない(多量少品目)
- ③加工場の少なさと加工技術者の確保
- ④卸売市場依存と直売所の未成熟
- ⑤目玉となる高い知名度の産品がなくブランド化が未確立
- ⑥今日の消費者ニーズに合った加工技術や商品提案力の未成熟さ

#### <機会(O)>

- ①卸売市場への出荷から生産者による直売の流れなど6次産業化に向けた時代潮流
- ②地元産野菜の活用に期待する地元の小売店や工場との連携の流れ
- ③草津市産の野菜の味を未だ知られていない
- ④農産物に対する消費者ニーズの多様性
- ⑤子育て世代の転入など若い世代が多い
- ⑥京都等の大消費地に近接しているため、流入人口や流入客が見込める

#### <脅威(T)>

- ①京野菜等の他のブランド産品との競合
- ②他府県の安価な野菜の流入

- ③農産物の価格低迷
- ④販売・出荷先の狭小さ（卸売市場と直売所の二択）
- ⑤若者等にとっては農業への接触が少なくイメージを持ってないこと
- ⑥夏場の気温上昇等、生産を取り巻く自然環境の悪化

## 《 草津市農業 SWOT 分析試案 》

こうした強みや弱みを踏まえ、各特徴を組み合わせることで本市の農業の道筋を見つけていくことが望ましい。ここに、強み(S)・弱み(W)・機会(O)・脅威(T)の各組み合わせによって考えられる方策を本報告書の試案として示しておく。

### S0（強みを活かす）

- ・草津市産野菜の味のよさを PR するなど、専業農家の高い栽培技術を活かしたブランド化の展開
- ・既にある特産物に更なる付加価値をつけるため、地元商店や企業との連携やそのノウハウの活用
- ・消費者の嗜好やライフスタイルに合わせた加工商品の開発
- ・消費者が流入する中心市街地で草津産のアンテナショップの展開

### ST（強みで脅威を回避）

- ・地域性や伝統に基づいた特産物あるいは他業種との交流から生まれる新たな商品開発による、他にはない草津市産ブランドの確立
- ・専業農家の高い栽培技術に裏打ちされた農産物の品質のよさを前面に押し出すことで他のブランド品や格安品との差別化を図る
- ・農産物のブランド化や加工化の展開から、加工・販売機会の増加に伴う若者の雇用創出とイメージの変化
- ・既存の直売施設とリンクしながら、農作物を直売できる施設の増設

### WO（弱みを克服）

- ・地元企業や直売所との連携や魅力ある商品を創造することで出荷・販売方法の多様性を促進（卸売市場依存からの転換）
- ・新規就農の促進による農業展開の多様化の確保
- ・農家との連携に期待する商店・企業に対し、農産物の多量かつ安定的な供給体制の構築

- ・生産者と消費者との接触を増やして直売意識を高める

#### WT（脅威の影響を受けないように撤退）

- ・他のブランド商品と同じ手法での競合は避ける
- ・スーパー等の格安野菜等に対し、安易な価格競争に走ることは避ける
- ・全ての農産物を卸売市場ありきで売り切る意識から、生産者が少量でも農産物を直接販売する方向に向かう

以下、上記の内容を整理した表である。

表 2-12 草津市農業の SWOT 分析試案

	内部の強み(S)	内部の弱み(W)
	①軟弱野菜（ほうれんそう、みずな、ねぎ、だいこん、こかぶ、ひのな）の栽培面積が県内一（ねぎは彦根市に次いで2位） ②淡水養殖真珠などブランド資源の存在 ③愛彩菜、草津メロンや山田ねぎみだだいこん等の特産品の存在 ④あおばな館や道の駅くさつによる野菜の直売や加工品の販売 ⑤専業農家による高い栽培技術力の蓄積（高い品質） ⑥市内に立地する大企業の工場や社員の存在	①農業生産基盤の弱体化（農業者の高齢化、農家数の減少、農業後継者の不足、農地面積の減少等） ②生產品目に偏りがあり品目数が少ない（多量少品目） ③加工場の少なさと加工技術者の確保 ④市場依存と直売意識の弱さ ⑤目玉となる高い知名度の産品がなくブランド化の未確立 ⑥今日の消費者ニーズに合った加工技術や商品提案力の未成熟
外部の機会(O)	SO(例)	WO(例)
①出荷販売方式から直売方式への流れなど6次産業化に向けた時代潮流 ②地元産野菜の活用に期待する小売店や工場との連携の流れ ③草津市産の野菜の味を未だ知られていない ④農産物に対する消費者ニーズの多様化（カット野菜や惣菜等） ⑤子育て世代の転入など若い世代が多い ⑥京都等の大消費地に近接しているため、流入人口や流入客が見込める	・草津市産野菜の味のよさをPRするなど、専業農家の高い栽培技術を活かしたブランド化の展開 ・既にある特産物に更なる付加価値をつけるため、地元商店や企業との連携やそのノウハウの活用 ・消費者の嗜好やライフスタイルに合わせた加工商品の開発 ・消費者が流入する中心市街地で草津産のアンテナショップの展開	・地元企業や直売所との連携や魅力ある商品を創造することで出荷・販売方法の多様性を促進（卸売市場依存からの転換） ・新規就農の促進による農産業展開の多様化の確保 ・農家との連携に期待する商店・企業に対し、農産物の多量かつ安定的な供給体制の構築 ・生産者と消費者との接触を増やして直売意識を高める
外部の脅威(T)	ST(例)	WT(例)
①京野菜等のブランド産品 ②他府県の安価な野菜の流入や、農産物の価格低迷 ③6次産業のビジネスとしての難しさ ④販売・出荷先の狭小さ（市場の存在と、直売所の不足） ⑤若者等からの農業に対する冴えないイメージ ⑥夏場の気温上昇等、生産を取り巻く自然環境の悪化	・地域性や伝統に基づいた特産物あるいは他業種との交流から生まれる新たな商品開発による、他にはない草津市産ブランドの確立 ・専業農家の高い栽培技術に裏打ちされた農産物の品質のよさを前面に押し出すことで他のブランド品や格安品との差別化を図る ・農産物のブランド化や加工化の展開から、加工・販売機会の増加に伴う若者の雇用創出とイメージの変化 ・既存の直売施設とリンクしながら、農作物を直売できる施設の増設	・他のブランド商品と同じ手法での競合は避ける ・スーパー等の格安野菜等に対し、安易な価格競争に走ることは避ける ・全ての農産物を市場ありきで売り切る意識から、生産者が少量でも農産物を直接販売する方向に向かう