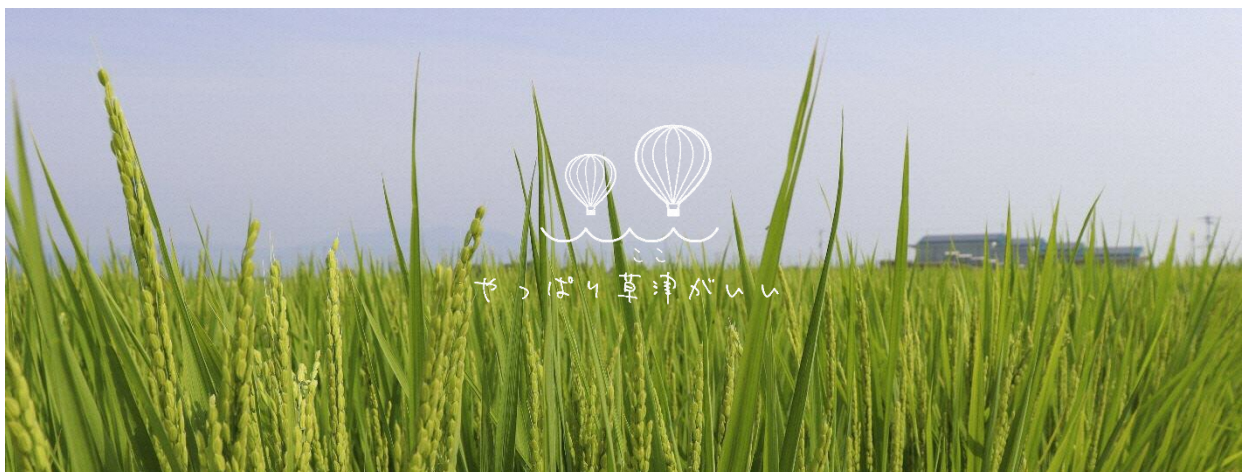


# Ⅲ章

## 計画策定のポイント



## Ⅲ章 計画策定のポイント

### 1. 第1次草津市農業振興計画での取組状況 .....

#### 基本方針1 持続的・安定的な農業経営の確立

指標	実績		目標	達成率
	H26	R2	R2	
認定農業者数	72 経営体	61 経営体	72 経営体	84.7%

#### 成果目標について

- 新たに認定農業者となった経営体数と比べ、高齢化や離農、規模の縮小等の理由により、更新がされなかった経営体数が上回ったため、「認定農業者数」の目標は達成しませんでした。

#### ① 活力ある経営体の育成

- 認定農業者の経営強化に向け、農業用機械・施設の導入に対して補助金の交付を行うとともに、経営所得安定対策の申請に係る支援を行いました。
- 農業経営の体質強化に向け、研修会を開催するとともに、小麦収量の増加に向け、認定農業者に後期重点型施肥栽培の提案を行いました。
- 水田のフル活用に向け、高収益作物であるキャベツやたまねぎ栽培の導入を推進するとともに、JAで、地元シェフと連携して野菜本来の甘みを引き出した野菜生ドレッシングを販売し、草津ブランド推進協議会でそのパッケージやPOP（広告）に係る支援を行いました。
- 農業経営体の安定化、強化に向け、法人化の推進を図るための研修会を開催しました。

#### ② 多様な人材の育成

- 新規就農者の受入体制や普及体制を確保するため、就農相談およびサポートチームによる営農相談・営農指導等の支援を行いました。
- 農業後継者団体等の組織活動の充実を図るため、「草津市青年農業者クラブ」や「湖南農業高校」と連携し、「ベジクサ☆次世代マルシェ」を開催する等、組織活動を支援しました。
- 本市の農業振興に向け、JA・県・市の連携会議を開催し、高収益作物の推進等、各種課題について、情報共有や相談を行うことにより、援農体制のあり方の検討を行いました。

#### ③ 産地強化・草津ブランドの創出

- 消費者等への草津市産農産物のPRを図るため、各種イベントの情報発信を行いました。
- JAや湖南農業高校と連携し、「草津野菜マルシェ」や「草津ブランド市」等のイベントを通して、ベジクサの知名度の向上を図りました。
- 「草津ブランド推進協議会」を設立し、農産物のブランド認証を進めたことに加え、立命館大学食マネジメント学部や市内飲食店との連携により、草津市産農産物の活用を広げる取組を行いました。

## 基本方針 2 農地の保全と農業的土地利用の増進

指標	実績		目標	達成率
	H26	R2	R2	
担い手への農地集積率	42.1%	65.5%	55.0%	119.1%

※農地集積率＝担い手農地集積面積／農用地区域農地面積

### 成果目標について

- 関係機関と連携した支援と、各種制度の周知により市内農地の集積が進み、「担い手への農地集積率」は目標値を大きく上回る成果がありました。

#### ① 計画的な農地保全・高度利用の推進

- 草津農業振興地域整備計画の見直しに合わせ、GISを活用したデジタル化を行うことによって、効率的な農用地区域の管理に努めました。
- 地域ぐるみで農道や水路等の農業基盤の保全をはじめ、生態系や景観保全を行う「世代をつなぐ農村まるごと保全向上対策事業」を推進するための説明会を実施することで、取組団体数の拡大を図りました。
- 耕作放棄地の実態把握および解消に向け、農地パトロールを行うことで農地の適正な管理に努めました。
- 米の直接支払交付金が無くなることに伴い、水田での高収益作物の栽培を推進するため、JA・県・市の連携会議で協議を重ね、産地交付金での高収益作物の単価を引き上げ、農地の高度利用を進めました。

#### ② 担い手への農地等の集積

- JA受委託事業による利用権の設定を行い、農業懇談会や市HPにおいて、農地中間管理事業の周知を図ることで、利用権設定面積の拡大を図りました。
- 地域や関係者との意見交換により、各地域の課題や担い手の農地利用の方針の見える化を図り、人と農地の課題や方向性について、共通認識を図りました。
- 耕作者に今後の農地利用のアンケートを行う等、農地の情報収集を行いました。

#### ③ 効率的な営農環境の整備

- 馬場・山寺地区基盤整備事業を推進するため、基本設計業務や外周測量業務を実施するとともに、ほ場整備後、40年以上が経過している湖辺地区の土地改良施設の更新を進めるために関係者説明会等を実施しました。
- 計画的な水路の更新を行うため、草津用水二期事業の事業計画に基づき、更新事業を進めました。
- 土地改良区や地元農業組織が行う土地改良施設の修繕等の支援を行うことで、適正な維持管理を図りました。
- 台帳に記載されている土地改良施設について、利用状況や管理体制等の現状を把握することにより、適正管理を推進しました。

### 基本方針3 市民（消費者）ニーズに応える地産地消の推進

指標	実績		目標	達成率
	H26	R2	R2	
地場産物を購入するよう心がけている市民の割合	53.6%	51.9%	70.0%	74.1%

#### 成果目標について

- 様々な機会や、HP・SNSを活用したPRの実施にもかかわらず、「地場産物を購入するよう心がけている市民の割合」の目標は達成しませんでした。

#### ① 食育と連携した地産地消の推進

- 農業懇談会で関係者と意見交換を行うことに加え、給食センターとの意見交換を行うことで、草津市産農産物の利用拡大を図りました。
- 小学生が自ら農産物を「育て・収穫し・食べる」という一連の流れを体験する「たんぼのこ体験事業」を通じて、農にふれあう機会や食の大切さを学ぶ機会の提供を行いました。

#### ② 市内販売・流通の促進

- 草津ブランド市の開催に併せて、ブランド農産物の試食・販売会の開催を行うとともに、市内での直売所開設に向けて関係者と検討を進め、市内スーパー2店舗において、「草津あおばな館ミニショップ」を開設しました。
- 国・県と連携し、食品関連事業者との商談会や交流会に係る情報提供を行うことで、市内の農業者で新たに食品関連事業者との契約栽培や市内飲食店のメニューでの利用拡大を図りました。

#### ③ 直売所の整備等の促進

- 次世代マルシェやイベントを開催し、生産者が消費者の声を直接聞く機会や顔と顔が見える関係づくりに努めました。
- 駅前の飲食店舗等で草津市産農産物の利用拡大を図るため、地域に密着した共同直売所の設置に向けた検討を行いました。

#### ④ 農に関する情報提供の促進

- HPやSNS、直売所マップでの情報発信を行い、草津ブランド市やJA農業まつり等、様々な機会です草津市産農産物をPRしました。
- 地域のふれあいまつり等のイベントで、環境こだわり米「みずかがみ」を提供し、消費拡大に向けたPRに努めました。

#### 基本方針4 市民生活に潤いをもたらす農のあるまちづくりの推進

指標	実績		目標	達成率
	H26	R2	R2	
農業体験に参加した人の数	1,807人	1,747人	2,000人	87.4%

#### 成果目標について

- たんぼのこ体験事業と市民農園の利用を推進しましたが、目標は達成しませんでした。

#### ① ふれあいの場の確保と拡大

- 講習会の開催や体験型イベント等の開催を通じて、市民と農業者の交流する機会や市民が「農」とふれあい、「農」への理解を深める機会を創出しました。
- 次代を担う子どもたちに対して「たんぼのこ体験事業」等により、「農」に関わる機会を創出しました。
- 市民農園を通じて農業体験の場を提供することにより、多くの市民が農業に親しむ機会を創出しました。
- 朝市や即売会等を通じて、草津市産農産物の地産地消を推進することによって、多くの市民が草津市産農産物に親しむ機会を創出しました。

#### ② 環境配慮型・資源循環型農業の推進

- 地域のふれあいまつり等のイベントで、環境こだわり米「みずかがみ」を提供し、消費拡大に向けたPRに努めました。(再掲)
- 地域ぐるみで農道や水路等の農業基盤の保全をはじめ、生態系や景観保全を行う「世代をつなぐ農村まるごと保全向上対策事業」を推進するための説明会を実施することで、取組団体数の拡大を図りました。(再掲)
- 県が推進する琵琶湖バイオマスプロジェクトに参画し、市内で発生する野菜残さの利用について、協議を行いました。

## **基本方針5 農業振興のためのネットワーク強化**

### **① 関係機関との連携強化**

- 本市の農業振興に向け、J A、県と定期的に連携会議を開催し、高収益作物の推進等、各種課題の共有や、ネットワーク強化に努めました。
- 市内飲食店への草津市産農産物の利用に向けた意向調査アンケートを実施することで、ニーズの把握に努めました。
- 市内飲食店との農商連携により、草津ブランド（愛彩菜・からすま蓮根）を使ったパンを開発し、草津市産農産物のPRにつなげました。
- 6次産業化の取組として、J Aと地元シェフの連携により、規格外野菜を活用した野菜生ドレッシングを販売しました。

### **② 市域を超えた取組強化**

- 大津湖南地域野菜振興協議会に参画し、広域連携事業として「近江のキャベツ」の栽培を推進しました。
- 湖南地域農業センターが主催する調整会議や各部会等に参画することで、市域を超えた広域的な産地形成に向けた情報共有や農業者への支援を行いました。

## 2. 農業や食に関する動向（アンケート・ヒアリング）

### （1）市民（消費者）アンケートでの意向

（939件／2,000件 47.0%）

#### ●市民の草津市産農産物の購入意向

- 市民の農産物の購入先は、性別、年齢にかかわらず「スーパーマーケット」が多く、利用理由は「距離の近さ」の回答率が高い。
- 草津市産の農産物を「ぜひ購入したい」割合や認知度が前回調査よりも減少し、購入したいと思わない理由として「あまり産地に興味がない」の回答率が高い。
- 草津市産の農産物を購入する条件は「主に利用する購入先で取り扱っている」ことの回答率が高く、「草津あおばな館」や「道の駅草津（グリーンプラザからすま）」を利用している人は、草津市産の農産物を「ぜひ購入したい」と考える回答率が高い。



- 市民の産地への関心度が減り、草津市産農産物の購入意向が減少しています。
  - 農産物は身近な場で購入する傾向にあり、利用先で取扱いがあれば、草津市産農産物を購入する可能性があります。
- ⇒草津市産農産物の情報発信や流通拡大を行っていく必要があります。

#### ●ブランド農産物のイメージ

- ブランド農産物のイメージは、「品質（味等）」がとても優れている」「地域性がある（地域の特産物等）」「高級感がある」の回答率が高く、求めることも「すぐれた品質（味等）」の回答率が高い。



- ブランド農産物の「イメージ」、「求められる点」は、ともに味などの品質が優れていることが挙げられています。
- ⇒消費者ニーズを把握し、ブランドの価値向上やイメージを再構築していく必要があります。

#### ●市民と農業の関り方

- 草津市内で農業と関わった経験がない人が、前回調査時より大きく増加した。農業への関りを妨げることとして、「栽培の知識がないこと」が同様に前回調査時より大きく増加した。
- 「30～40歳代」で農業と関わりたい要望がやや高く、その方法としては「家庭菜園やベランダ菜園」「観光農園（イチゴ狩り等）」が挙げられている。



- 農業との関わりがない人が増加し、栽培知識の不足がその要因と推察されます。
  - 農業との関わり方として、家庭菜園やベランダ菜園、観光農園の要望が高くなっています。
- ⇒潜在需要を掘り起こす事業展開を行っていく必要があります。

## ●農業従事の意向

- 農業に対するイメージとして、「儲かりそうにない」「自然災害のリスクが高い」「重労働である」といったネガティブなイメージに対する回答率が高い一方で「社会的意義がある」といった認識も強い。
- 職業として農業に従事する条件として「収入が安定していること」の回答率が高い。



●農業に対して低収入であり、リスクや重労働というネガティブなイメージが強く、市民が農業に従事する条件として、収入の安定性が求められています。  
⇒既存の農業者の持続可能な農業経営および新規就農者の確保のために、農業所得の向上に向けた事業を行っていく必要があります。

## (2) 農業者（生産者）アンケートでの意向（169件／300件 56.3%）

### ●農業者の状況

- 前回調査と比べると、「個人経営で専業農家」が20.1ポイント増加し3割以上となり、「個人経営で兼業農家（農業収入の割合が少ない）」が19ポイント減少し、同じく3割以上となっている。
- 耕作面積は「100a未満」が半数以上を占めており、農業所得は「50万円未満」が4割以上である。農業以外の所得を主とする農業者の場合、耕作面積は「100a未満」が8割以上、農業所得は「50万円未満」が6割以上となっている。
- 生産している農産物は「水稻」が8割以上と最も多く、次いで「野菜」が4割以上、「麦・大豆」が1割以上となっている。



●耕作面積が100a未満、農業所得が50万円未満の小規模な農家が多くを占めています。  
⇒今後の中・小規模農家の農地を耕作放棄地にすることなく、どのような展望で利活用していくのか方向性を示す必要があります。

### ●後継者や担い手の状況

- 後継者については「後継者候補はいるが、引き継ぐかは未定」が18.6ポイント増加し、おおよそ5割となっている。
- 担い手の確保に向けて「定年後の就農に向けた支援を行う」ことが必要との意見が4割以上と最も高く、現在行っている人材確保の方策として「特になし」の農業者がおおよそ7割とほとんどである。



●後継者に引き継ぐか未定および後継者がいない農業者が大半であり、多くの農業者が、現在、人材確保に関して何も行っていません。  
⇒後継者が明確でない農業者の農地を耕作放棄地にすることなく、どのような展望で利活用していくのか方向性を示す必要があります。



## ●農業経営について

- 法人化に対して「今はわからない」が3割以上、「法人化するつもりはない」が4割以上であり、希望しない理由に「必要性を感じない」が高い。
- 農業経営の今後を「拡大していく」の回答が14.2%と前回より10%以上増加している。
- ブランド農産物を「生産していないが、今後生産したい」が15.4%、「生産していないし、今後も予定がない」が63.9%となっている。



- 法人化の必要性を感じず、検討していない農業者が大半を占めています。一方で、今後、規模を拡大する見込みの農業者は増加しています。  
⇒農業経営を持続可能に進めていくための手法として、法人化は有効な手段であることから、その必要性等について農業者に啓発を行っていく必要があります。
- ブランド農産物を今後も生産する意向がない農業事業者が多く、ブランド農産物への関心が低いことが伺えます。  
⇒消費者ニーズを把握し、ブランドの価値向上やイメージを再構築することで、より魅力ある草津ブランドを創造する必要があります。

## ●耕作放棄地について

- 耕作していない農地が「ある」は25.4%であり、その理由は「立地等耕作条件が悪い」が高く、「当分はそのままにしておきたい」の今後の意向が高い。



- 耕作していない農地を持つ農業者が2割以上であり、耕作条件が悪く、そのまま放置する傾向にあります。  
⇒耕作放棄地となっている原因に合わせたその解決方法について、関係機関と連携した取組を検討する必要があります。

## ●野菜残さ処理の問題

- 野菜残さに対しては、処分場所に困っている農家の声がこれまでから多い。また、アンケートでは、「そのまま田や畑に鋤き込んでいる」が4割と高い。



- そのまま田や畑に鋤き込むと、細菌による土壌感染症等の一因となり、次の作付の品質等に悪影響を及ぼす恐れがあります。  
⇒土づくりによる作物の高付加価値化などを見据え、資源循環型農業による持続可能な処理に係る枠組みを検討する必要があります。

### (3) 小売業や食に関連する事業者ヒアリングでの意向

(21件(小売業者、ホテル、JA))

#### ①小売業の草津市産農産物の取り扱いについて

##### 取り扱っている店舗の主な回答

###### ●地場産物が好まれている

- ・滋賀県の人には地元のを好む傾向があると考え、今後も地場産物を取り扱う見込みである。
- ・地場産コーナーがそれなりに人気であり、今後も取り扱う見込みである。
- ・地場産物の取り扱い意向は極めて高く、どこで誰が作っているかがわかり安心を生むため、お客様のニーズとして強い。
- ・野菜は地場産コーナーで取り扱っており、草津メロンは期間限定でコーナーを作る。草津メロンほど人気があるものは今のところない。

##### 取り扱っていない・不明店舗の主な回答

###### ●本社の意向

- ・地場産物を取り扱う場合、本社に申請が必要であり、手間が掛かるため行動に移しづらい。
- ・本社から地場産を取り扱う許可が下りれば地場産のコーナー等を実施してみたい。

###### ●産地を優先していない

- ・滋賀県産、草津市産というよりも値段と品質で決めているため、地場産物の取扱いは不明。
- ・産地を表に出すよりディスカウントを売りにしている店舗であり、本社方針もあることから、店舗単体で実施は難しい。
- ・もし滋賀県産、草津市産のものが、他の産地より質や値段が良ければ、コーナーで取り扱っても良い。



- 地場産物のニーズが高いと認識している店舗が主に地場産物の取り扱いや、常設コーナーを設けています。
  - 店舗が本社方針に従っている場合や、産地よりも価格や品質等を優先している場合は、地場産物の取り扱いを優先していない傾向にあります。
- ⇒ロット数、価格等の諸課題から、既存の枠組みの中では新規に取り扱いを増やすことが難しいケースが伺えます。(以下②③④についても同様)

#### ②小売店が地場産物を販売する上での課題について

###### ●安定供給が難しい

- ・商品が安定供給でないので、お客さんが付かない。生産者の付加価値を野菜ではそこまで消費者に伝わらない。
- ・地場産物の供給が不安定であり、売り場を維持することができない。種類が少なく、偏りがある。
- ・地場産物は応用が利かない。その商品がない時に別の産地のものを代理で置くことが地場産コーナーではできない。

### ●特徴がない

- ・地場産とそうでないもので違いや特徴がないため、付加価値を見出してほしい。
- ・質と量、価格のトータルバランスが重要であり、他の産地でよい質・量があると難しい。

### ●本社の意向が必要

- ・地場産品の取り扱いには本社申請が必要であり、その手間で後回しとしている。
- ・基本的に本社方針に従うため、店舗独自で動くことが難しい。

### ●その他

- ・個人農家と直接やり取りは使用禁止の農薬等を扱っている可能性もあり、リスクが高く、中規模大規模農家や、農協、業者を通してのやり取りでないと難しい。しかし、後者は、ある程度の販売数を見込めないと厳しいため、当店では難しいと考える。



- 安定して地場産物を提供できていないことや、地場産物の特徴がないことから、店舗で取り扱いにくい点となっています。
- 本社が県外、市外であり、地場産物の取り扱い方針のない店舗は、取扱いを独自で決めることが難しいもしくは、そこまでの優先順位を感じていないと見込まれます。

## ③ホテルの草津市産農産物の取り扱いについて

### 取り扱っている店舗の主な回答

- ・現在は、コロナの状況下にあるため、感染リスクが低い加工食品を仕入れているが、以前は地場産を仕入れていた。会社の方針として、なるべく地場産物を取り扱うこととなっており、今後もそれに従う見込みである。

### 取り扱っていない・不明店舗の主な回答

- ・食品関係は、本社の指示に従っているため、現状では取り扱う予定はない。
- ・ホテル内の施設に仕入れ方法を任せており、特に地場産を優先して扱っていない。



- 基本的に本社の方針に従って商品を取り扱う傾向にあり、地場産物を優先して取り扱う意向がある場合は、食事で提供しています。

## ④地場産物を販売する上での課題について

- ・食材の調達手段が確立されており、地場産利用の予定はない。もし利用するなら、価格面や食材の提供方法等について調整してもらえることが重要となる。
- ・流通が課題であり、地場産物を取り扱う人と契約しても配送手段がない。
- ・地場産物のコストが高いことが課題である。
- ・そもそも取り扱う方針がない。



- 食材の取り扱いが少なく、コストの高さや、配送手段等のノウハウが必要となります。

### 3. 取組成果・課題を踏まえた計画策定のポイント



