

平成29年2月定例会(事前)  
経済委員会資料 資料2  
農林水産部

# 徳島県食料・農林水産業・農山漁村 基本計画(案)

～もうかる農林水産業の実現～

## 概要版



阿波ふうど  
AWA FOOD

徳島県農林水産部



## 現状

- ・ 高齢化・担い手不足による就業人口の減少
- ・ 耕地面積・作付面積・生産額の減少
- ・ 国内・国際競争の激化や消費者ニーズの多様化
- ・ 中山間地域など耕作不利地における耕作放棄地の増加
- ・ イノシシ、シカ、サル等の野生鳥獣による農作物被害の増加
- ・ 水利施設や漁港施設など、生産基盤の老朽化が進行

厳しい現状



## 新たな動き

- ・ 農林水産業の振興拠点となる「サイエンスゾーン」を形成！
- ・ 新規就業者を育成する「林業・漁業アカデミー」の開講！
- ・ 新ブランド豚の「阿波とん豚」や、レンコンの「阿波白秀」、イチゴの「阿波ほうべに」など新品種を開発！
- ・ 輸出拡大に向けたハラール認証取得商品やサービスを拡大！
- ・ 本県の「にし阿波」地域が、西日本唯一の「食と農の景勝地」に認定！

兆明  
しる  
い



## 課題

- 多様な担い手の育成・確保、規模拡大・法人化
- マーケットイン型産地の育成、首都圏や関西圏での販売強化
- 地域資源を活用した6次産業化の推進、輸出環境の整備
- 農業用施設の長寿命化対策、南海トラフ対策
- 野生鳥獣被害対策の強化、グリーンツーリズムの推進、移住促進

対策



## 基本目標

「人」「生産」「マーケット」の好循環による  
『もうかる農林水産業の実現』

人を『育む』



マーケットを『拓く』



生産を『増やす』



地域を『守る』



生産を『支える』







## 基本戦略Ⅰ 人を『育む』-次代を担う人材への投資-

- ・農林水産3分野の「ゾーン」を核とした多様な担い手の確保・育成
- ・「林業アカデミー」「漁業アカデミー」による即戦力人材の育成
- ・高・大連携によるキャリアアップシステムの充実、人材育成
- ・障がい者や高齢者等を活用した「労働力確保マッチングシステム」の構築

○新規就農者数 [H27] 327人→[H32] 1,330人	○新規漁業就業者数 [H27] 237人→[H32] 360人
○新規林業就業者数 [H27] 64人→[H32] 240人	○女性農業リーダーの割合 [H27] 8%→[H32] 15%



「海部きゅうり塾」

## 基本戦略Ⅱ 生産を『増やす』-市場ニーズや地域特性に応じた生産振興-

- ・「とくしまブランド」産地のリノベーション、生産販売体制の強化
- ・「東京オリパラ」を契機とした、安全・安心な農産物の生産拡大
- ・「阿波尾鶏」「阿波とん豚」などの畜産ブランドの強化
- ・海藻養殖の生産振興や稚魚の放流

○構造改革を実施した園芸産地の生産額 [H27] - → [H32] 115億円	○県産材の生産量 [H27] 32万㎡→[H32] 48万㎡
○「阿波とん豚」の出荷頭数 [H27] 236頭→[H32] 1,800頭	○養殖わかめの生産量(単年) [H27] 6,317t→[H32] 10,000t



次世代園芸ハウス

## 基本戦略Ⅲ マーケットを『拓く』-需要拡大に向けた販売力強化-

- ・「Turn Table(とくしまブランドギャリ-)」による情報発信強化
- ・「とくしまブランド推進機構(地域商社・阿波ふうど)」による販売拡大
- ・輸販売ルート強化、生産者と事業者の海外展開の支援
- ・「藍」など徳島ならではの農林水産物を活用した商品開発や販路拡大

○「とくしま特選ブランド」選定数 [H27] 77品目→[H32] 100品目	○農林水産物等輸出金額(単年) [H27] 6.1億円→[H32] 16億円
○「あわふうどスペシャリスト」認定数 [H27] 創設→[H32] 170者	○「藍」を活用した食品等開発数 [H26] 9件→[H32] 29件



食藍商品(イメージ)

## 基本戦略Ⅳ 生産を『支える』-強靱な生産基盤の整備-

- ・「直下型地震」に対応した農業版BCPの策定
- ・老朽化した農業・漁業施設の補修・補強による、施設の長寿命化
- ・海域環境の変化や水産資源のライフサイクルを考慮した藻場造成
- ・林道・専用道・作業道等を有効に組み合わせた複合的な林内路網整備

○農業版BCP実地訓練等参加者数 [H27] 247人→[H32] 700人	○藻場造成箇所数 [H26] 18箇所→[H32] 28箇所
○農業用ため池の整備箇所数 [H27] 4箇所→[H32] 8箇所	○林内路網開設延長 [H27] 7,242km→[H32] 7,950km



整備されたほ場

## 基本戦略Ⅴ 地域を『守る』-活力と魅力にあふれた農山漁村の創出-

- ・「日本型直接支払制度」を活用した、多面的機能の維持・保全
- ・宿泊施設等における指導者の育成、インバウンド対応力の向上
- ・野生鳥獣の適正管理・被害対策の担い手確保、資源としての有効活用
- ・農山漁村への自然エネルギー(小水力発電や太陽光など)の導入促進

○農山漁村(ふるさと)協働パートナーの協定数 [H27] 52協定→[H32] 67協定	○「阿波地美栄」取扱店舗数 [H27] 23店舗→[H32] 33店舗
○とくしま農林漁家民宿数 [H27] 37軒→[H32] 47軒	○自然エネルギーの導入地区数 [H26] 10地区→[H32] 14地区



農林漁家民宿





## 1 農林水産3分野の「サイエンスゾーン」による本県農林水産業の成長産業化

農林水産業の成長産業化に向け、人材育成と技術革新を加速します。

【主な取組み】

- ・次世代型農業の研究・実証
- ・実践能力の高い人材育成



サイエンスゾーン



林業アカデミー



漁業アカデミー

## 2 「地域商社・阿波ふうど」の本格展開

販売力強化に向けて生産振興・流通改善・販売促進に一体的に取り組めます。

【主な取組み】

- ・「マーケットイン型」の産地づくり
- ・効果的な流通販売システムづくり
- ・体質の強いブランド産地づくり



首都圏での常時販売

## 3 「Turn Table」の開設

首都圏から世界に向けて徳島の魅力・新しい価値を発信します。

【主な取組み】

- ・飲食・物販機能に宿泊機能を備えた施設の開設
- ・「体験・交流」を通じた「魅力」や「価値」の発信



ロゴマーク



「Turn Table (イメージ)」

## 4 「新次元林業プロジェクト」の推進

県産材の増産・加工体制強化・利用促進を新たな次元で展開します。

【主な取組み】

- ・主伐推進による県産材増産
- ・木材加工施設の大規模化や高性能化
- ・需要の拡大と木育の推進



先進林業機械

## 5 「水産創生ビジョン」の実現

水産資源の増大と競争力の高い産地づくりに取り組みます。

【主な取組み】

- ・広域浜プランの推進
- ・アワビの漁獲アップ
- ・中層型浮魚礁の設置



アワビ

## 6 「攻めの輸出戦略」を推進

アジア・欧米をターゲットとした農林水産物の輸出を強化します。

【主な取組み】

- ・アジア・欧米市場への販売ルートの強化・支援
- ・スイーツをはじめとした新たな需要開拓
- ・ハラール市場の開拓支援



販路開拓

## 7 「2020東京オリ・パラ」への対応

本県が誇る農林水産品や農山漁村の魅力を戦略的に発信します。

【主な取組み】

- ・オリパラを契機とした「こだわり農産物」生産支援
- ・とくしま藍の活用
- ・県産材製品の常設展示



藍染めのスギ板

## 8 強い農業農村を支える基盤の整備

収益性の高い農業経営の実現と農村の防災・減災力の強化に取り組めます。

【主な取組み】

- ・もうかる農業の実現に向けた基盤整備の推進
- ・農村地域の県土強靱化対策の推進



ため池の整備

## 9 「中山間地域」支援・鳥獣被害対策

集落ぐるみでの対策を支援し、地域の活力を取り戻します。

【主な取組み】

- ・集落ぐるみによる野生鳥獣の防護と捕獲の一体的推進
- ・地域農業の持続・発展に向けた対策の推進



共同活動により保全された棚田



# — ロゴマークの紹介 —

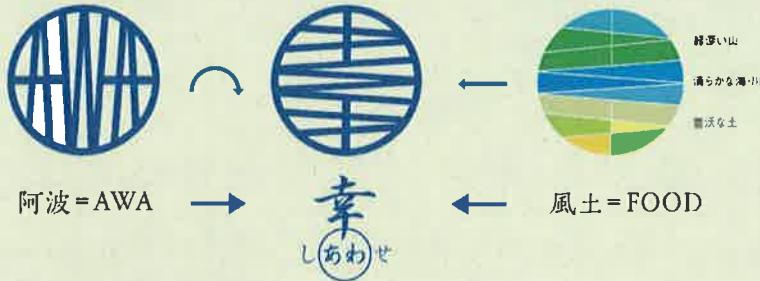
## 『阿波ふうど』



県では、共通コンセプト「vs東京」を踏まえ、全国に向け「徳島の食」の魅力や価値を伝えるブランドネームに「阿波ふうど AWA FOOD」を決定しました。

そのロゴマークは、「AWA」が「幸」となる。「しあわせ」の真ん中に「あわ」がある。という二つのストーリーをシンプルかつ象徴的に表現。

また、丸い窓から阿波の食を育んだ風土・景色を眺めているようなイメージでデザインしています。



## 『藍とくしま』

2020に開催される東京オリパラの公式エンブレムに野老朝雄氏が製作した藍色の「組市松紋」が採用され、「藍」に大きな注目が集まっています。

この徳島が誇る「藍」を国内外に発信し、藍の生産振興と利用拡大を推進するため、藍の推進ロゴマーク及び組み合わせデザインを野老朝雄氏に作成していただきました。

「藍ロゴマーク」：「藍」をモチーフに「徳島の藍」を表現

「組藍海波紋」：「鳴門の渦潮」「祖谷の雲」をイメージ



「藍ロゴマーク」



「組藍海波紋」



ロゴマークと「組藍海波紋（くみあいがいはもん）」の組み合わせ例



## 『Turn Table』

ターンテーブル

「Turn Table（とくしまブランドギャラリー）」は、世界的に注目が集まる「奥渋谷」において、徳島の「食」をテーマとした首都圏における情報発信と交流の拠点として、平成29年度のオープンを目指して整備を進めています。

そのシンボルマークは、ターンテーブルを回る「レコード盤」と、徳島の豊かな自然を象徴する「切り株」を同時にイメージするデザインとしています。





AI / TOKUSHIMA

