

風評に打ち勝つ園芸産地競争力強化事業（新規）

1 趣 旨

東日本大震災等による風評に打ち勝つためには、「ふくしま」ならではのブランド確立に向けた出荷時期の長期化や品質向上のための施設化の推進、特色ある品種・品目の新たな導入など生産基盤の強化を図り、園芸産地の競争力を高めていくことが必要であることから、作付実証に係る経費や施設・機械の導入に必要な経費等を支援する。

2 事業内容

(1) 競争力強化県推進事業

園芸産地の生産力強化や競争力の高い産地を育成するため、県域及び各地方で行う果樹及び野菜の推進活動を支援する。

(2) 生産対策強化支援事業

ア 産地活動支援事業

市場等からの信頼回復に向けた取組や風評払拭に向けた取組、創意工夫をこらした取組（オンリーワンの取組）、新たな挑戦に係る取組を行うための果樹及び野菜の作付実証に係る経費、加工品の試作や求評会等のための活動経費、土壌分析費用等を支援する。

イ 生産体制強化支援事業

市場等からの信頼回復に向けた取組や風評払拭に向けた取組、創意工夫をこらした取組（オンリーワンの取組）、新たな挑戦に係る取組を行うために必要な、果樹及び野菜の県育成品種の種苗導入や、施設等の資材購入及び機械のリース導入に係る経費等を支援する。

3 事業実施主体

- 2の(1) 福島県
2の(2) 市町村、農業協同組合、農業者の組織する団体等

4 予算額

- 2の(1) 1,500千円
2の(2) 85,000千円

5 補助率

- 2の(2) ア 定額
イ 1/2以内

6 事業実施期間

令和3年度～令和7年度

【担当課：生産流通総室園芸課 024-521-7355】

155

風評に打ち勝つ園芸産地競争力強化事業

園芸産地における風評の構造

- 震災以降、全国平均単価を大きく下回っていた本県産園芸品目の単価は、徐々に回復しつつあるものの、出荷量の減少に伴い市場占有率が低下する等、価格ポジションは多くの品目で震災前より低下し、固定している。
- 市場占有率が低い園芸品目ほど風評の影響が大きく、市場からの優先率が低くなることで、競合する他県産地と比較して単価がさらに低下する傾向が見られる。
- 市場や販売先への供給量が潤沢であると産地の選択順位が低下し、低い単価で取引されてしまう傾向が見られる。

園芸産地における課題

- 震災前は地域特性を生かした多様な産地が発展的に取り組んでいたが、近年産地規模が縮小傾向となり競争力が弱体化。
- 園芸産地の構造的な高齢化や担い手不足により、農家戸数や栽培面積が減少し、出荷量が減少
- 出荷量が減少すると風評の影響が大きく、単価が低下

(例)ピーマン（主な出荷期間6月～10月）

作付面積 H22：110ha →H30：82ha

出荷量 H22：3,140t →H30：2,420t

全国平均単価に対する本県産単価の割合

H22：115% →H24：63% →H30：97%

※令和元年度福島県産農産物等流通実態調査（令和2年3月農林水産省）より

風評対策のPRに加え、園芸品目の生産力の強化が必要

地域性を生かした多様な競争力の高い産地を育成

風評に打ち勝つ園芸産地競争力強化事業

下記の4つのテーマから1つを選択し、選択したテーマに係る取組を行うための経費を支援（対象作物：果樹・野菜）

- 1 産地活動支援事業（作付実証や加工品試作、求評会等の開催、各種分析に係る経費等を支援）補助率（定額）
- 2 生産体制強化支援事業（パイプハウス等の資材購入及び機械のリース導入、県育成品種の導入に係る経費を支援）補助率（1/2以内）

産地信頼回復

市場や販売先のニーズに
応えられる「選ばれる産地」づくり

- ・十分な出荷量の確保
- ・望まれる期間の安定出荷
- ・高品質

風評払拭

風評に結びつく直接的な要因
へ対応するための取組
(例)じゃがいも
土がついていると拒否される

- ・洗浄して土を除去
- ・放射性物質分析を行い安全性を確認

創意工夫(オンリーワン)

地域性や特定の品種、栽培方法等に
こだわり、特色ある農産物を生産する取組み

(これまでにある産地の例)
高精度トマト（水分の制限）
西会津ミネラル野菜（土づくり）
金山かぼちゃ（地域・品種）

新たな挑戦

競争力を強化するため、産地が
新たに行う取組み

- (例)
- ・需要ニーズに応えるため、新たな品種・品目を導入する取組
 - ・競合産地と差別化を図るために新たに行う品質向上の取組等

156