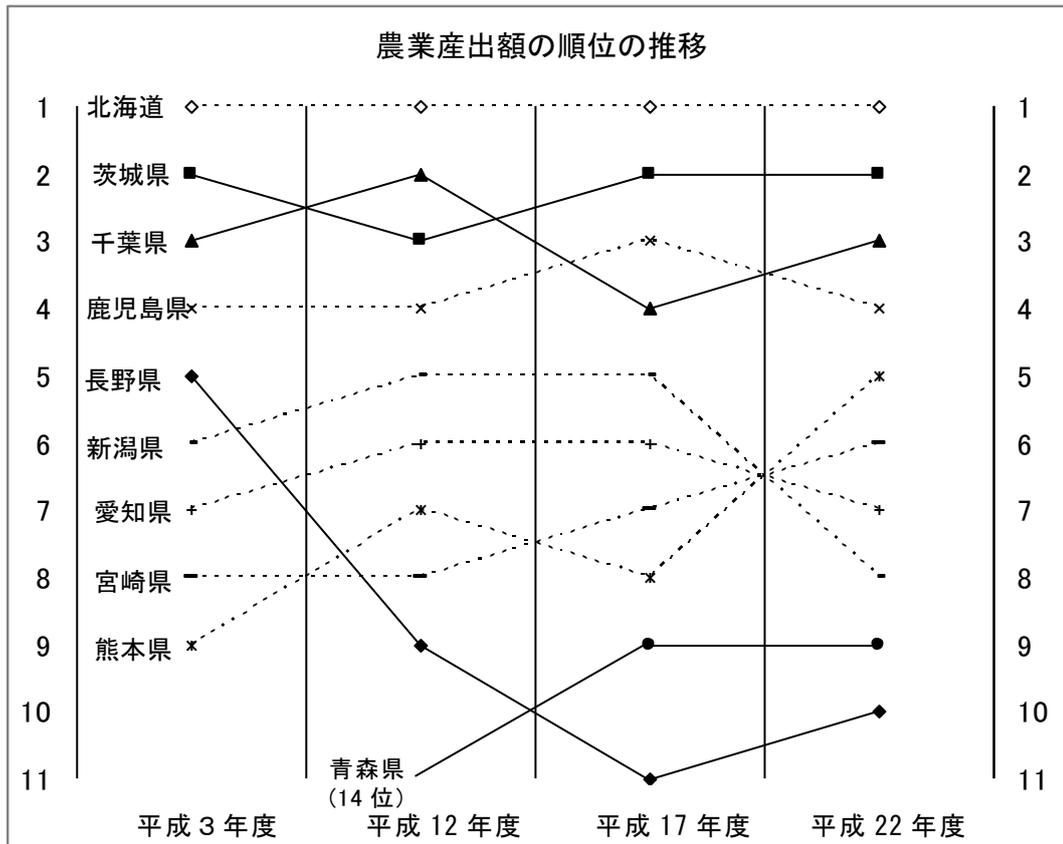


農業産出額全国順位上位・上昇道県の特徴等について

1 農業産出額の順位変動状況

- (1) 上位を維持している道県：北海道、茨城県、千葉県、鹿児島県
- (2) 順位が下がっている県：長野県、新潟県
- (3) 順位が上がっている県：青森県、熊本県、宮崎県



(注) 農林水産省：生産農業所得統計

2 上位10位道県に共通する特徴

- (1) 耕地面積が多く、農業基盤が強固
- (2) 野菜・畜産の主産県（野菜・畜産の産出額のウエイトが高い）

3 順位の変動に対する考察

- (1) 畜産の主産県は、施設整備された大規模経営体が多いことから畜産産出額の減少が少ない

平成3年度対比：熊本県97%、宮崎県88%（21年度）、鹿児島県96%

(注) 宮崎県は平成22年度は口蹄疫の影響があるため21年度で比較

- (2) 茨城県、千葉県は、大消費地への食料供給地（首都圏の台所）として確立

(3) 青森県は、畜産・果実を維持しつつ、米から野菜（根菜類等）へ品目転換を実施

(4) 本県と比較する対象県

ア. 園芸品目（特に野菜）の産出額が中心で品目構成が類似している県

イ. 順位変動が少ない若しくは順位が上がっている県



対象県：茨城県（2位）、千葉県（3位）、青森県（9位←15位）

4 茨城県、千葉県、青森県の特徴

(1) 野菜の産出額のうち東京都・名古屋市・大阪市の三大市場への野菜の出荷割合が25～30%

単位：%

	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年	増減	
						対2年	対12年
青森県	31.6	31.0	29.2	26.5	31.6	△ 0.0	2.4
茨城県	28.1	25.7	26.3	28.1	30.9	2.8	4.6
千葉県	36.2	29.4	27.5	25.9	24.7	△ 11.5	△ 2.8
長野県	54.6	56.3	52.9	46.9	46.4	△ 8.2	△ 6.5

産出額：農林水産省 生産所得統計

市場出荷額：東京都・名古屋市・大阪市中心卸売市場年報

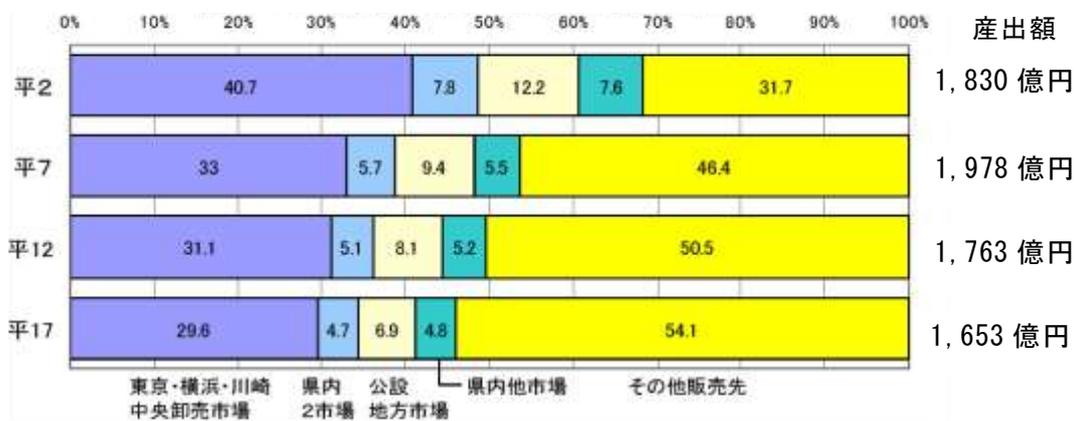
(2) 首都圏の台所として確立（県庁及び市場からの聞き取り：以下同様）

首都圏に野菜を供給していた東京都・神奈川県・埼玉県のシェアが大幅に低下（昭和35年：47%から平成17年23%）し、代わって茨城県・千葉県が首都圏の台所として台頭

(3) 実需者と直接取引するタイプの農業者が台頭

千葉県の平成2年の野菜出荷先は、68%が卸売市場であったが、平成17年には46%に減少し、全国に先駆けて実需者と直接取引をするタイプの組織が台頭してきた

千葉県における野菜仕向先比率



資料：「各都市中央卸売市場年報」「千葉県卸売市場概要」「生産農業所得統計」

注：①その他の販売先は、千葉県の野菜出荷額から②の卸売市場出荷額との差

②県内2市場とは、千葉市中央卸売市場、船橋市中央卸売市場

③公設地方市場とは、市川市、松戸市2、柏市、成田市、木更津市、茂原市

【参考】

産出額の上位・順位を上げている道県のからの聞き取り結果

道県	要因等
北海道	<ul style="list-style-type: none"> ○特定品目に限定せず、総合的な品揃えで買い手の要望にに応じている ○果菜類（トマト、キュウリ）の生産拡大を進めている 従来のじゃがいも、タマネギから果菜等幅広い品目の生産 ○高齢の生産者は、インゲン豆、サヤエンドウの軽量品目への展開を進めている ○「JA新はこだて」では、大規模農家が少なく、ネギ、ニラ、トマト等の生産拡大に取り組んでいる。また、他産地が取り組まない品目やニッチ（隙間）的な品目を重視している ○平成23年度に中国本土を意識しつつゲートウェイとして、香港への輸出を狙った香港現地消費者の「北海道ブランド」嗜好調査を実施した
青森県	<ul style="list-style-type: none"> ○米の生産調整として野菜（にんにく、ながいも、ごぼう等）への転換を進めるため、県単事業で機械を助成し、東北一の野菜産地に成長した（温暖化の影響なのか、太平洋側では野菜が作りやすくなっている） ○果実の増加については、基準としているH3年度は災害のあった年なので参考にならない。また、りんごの価格が年によって大きく影響する ○近年は、通年出荷に対応するため、貯蔵りんごを発泡スチロールでの梱包にするなど、流通対策を実施 ○平成12年以降は、JA合併が進み、JAが大型化したことから、施設整備や輸出に対する取り組みも進んでいる ○青森は産業の中心が農業（一次産業）であり果樹産地における後継者の就農率も高い ○平成16年度からは、販売戦略への取り組みに力を入れており、知事のトップセールスを実施している
茨城県	<ul style="list-style-type: none"> ○大規模な法人組織の経営体が生産拡大に取り組んでいる（特に加工・業務用野菜） ○従来、関西圏には茨城県からの出荷は少なかったが、四国等の産地が弱体化している中で、茨城が埋めている ○地域農業の総点検を県内全市町村で展開し、農業者自らがやる気を持って課題解決に取り組む「いばらぎ農業元気アップ作戦」を推進し、農業者自らが創意工夫に基づく自主的な活動を支援している ○「JAなめがたの焼き芋作戦」を参考にマーケティング戦略推進

	<p>の手本として県内の普及組織で取り組みを実施している</p>
千葉県	<ul style="list-style-type: none"> ○首都圏に野菜を供給していた東京・神奈川・埼玉のシェアは大幅に低下（４７％(1960年)→２３％(2005年)）し、代わって千葉・茨城が首都圏の台所として台頭。 ○平成２年の野菜の出荷先は、６８％が卸売市場であったが、平成１７年には４６％に減少し、全国に先駆けて実需者と直接取引をする新しいタイプの組織が農業者主導で内発的に誕生してきた ○千葉県生産販売振興課では東京都中央卸売市場大田市場内に「首都圏マーケティングセンター」を置き、千葉県産農産物の首都圏におけるセールスプロモーション活動及び市場動向の情報収集、分析、提供等を行っている
福岡県	<ul style="list-style-type: none"> ○平成に入ってから米の生産調整として野菜（イチゴ・ナス等）への転換を進めた。（県単事業で施設化を推進） ○お茶については、価格が安定していることから生産拡大につながった ○輸出については、県と農業者団体を中心に「福岡農産物通商（株）」を設立し、「あまおう」「八女茶」「柿」「いちじく」を香港を中心に輸出をしている ○昭和６３年から「福岡県農林水産物ブランド化推進協議会」（事務局：（財）福岡県農業振興推進機構）でPR活動等を展開してきたが、来年度から組織の更なる機能強化を図るべく検討に着手している
熊本県	<ul style="list-style-type: none"> ○平成に入ってから米の生産調整として野菜（イチゴ・ナス・トマト等）への転換を進めた。（県単事業で施設化を推進） ○ハウス集団産地を作りトマトの生産拡大を進めている ○葉たばこから野菜（トマト、ナス等）への転換を進めている
宮崎県	<ul style="list-style-type: none"> ○葉たばこから野菜（トマト、ナス、スイートコーン等）への転換を進めている ○露地果樹の構造から施設果樹へ構造転換を図ってきたことに加え、マンゴーや日向夏、きんかん等が伸びている（県単事業で施設化を推進） 近年は景気低迷の影響や重油価格の高騰などから伸び悩んでいるところもあり、その対策が求められている
鹿児島県	<ul style="list-style-type: none"> ○葉たばこから焼酎用かんしょへの転換を進めている ○サトウキビが再生産価格を維持できなくなっており、今後、品目展開が予想されている ○食品加工業等との密接な連携