プレスリリース

平成２２年度普及活動全国コンクールの審査結果について

平成２２年１２月１６日
(社)全国農業改良普及支援協会

全国の普及指導センターで取り組まれている優れた普及支援活動について、有用な情報を全国に発信するとともに、専門家による評価及びこれに基づく表彰を行うことにより、普及指導員の志気の高揚を図り、普及活動の充実、強化に資することを目的として、標記コンクールを実施しています。

これまで、表彰事例は普及活動のモデル的な優良事例として評価されるとともに、受賞県においては普及組織の活動事例のＰＲ等に活用されるなど、普及事業の理解促進にも貢献しています。

本年度は、農林水産大臣賞１点、生産局長賞２点、全国農業改良普及支援協会会長賞４点を授与することにしました。

応募は４０都道府県から４０事例あり、平成２２年１１月２６日に審査会を開催し、審査を行い、その後の現地調査を経て、別記の普及指導センターの受賞が決定しましたので、お知らせします。

表彰式の開催日時及び場所等

日　時：平成２３年2月1日（火）１３：００～

場　所：国立オリンピック記念青少年総合センター「小ホール」
東京都渋谷区代々木神園町３番１号

主　催：(社)全国農業改良普及支援協会

後　援：農林水産省
日本農業普及学会

問い合わせ先
（社）全国農業改良普及支援協会
担当　情報・調査部　須永、渡辺
TEL 03-5561-9562
FAX 03-5561-9569

記

【農林水産大臣賞】

普及指導センター名	課　　題　　名
茨城県鹿行農林事務所行方地域農業改良普及センター	需要に合ったカンショ産地の育成 ～『ＪＡなめがたの焼き芋戦略』を確立した普及活動～

【農林水産省生産局長賞】

普及指導センター名	課　　題　　名
岐阜県飛騨農林事務所農業普及課	目指せ！輪ギク「飛騨黄金」１００万本！！ －新規栽培者の掘り起こしと需要期出荷技術の確立による産地育成－
兵庫県龍野農業改良普及センター	農商工連携による高タンパク小麦・大豆の産地育成 ～日本一の淡口醤油づくりを支える産地づくり～

【全国農業改良普及支援協会会長賞】

普及指導センター名	課　　題　　名
富山県高岡農林振興センター	ハトムギで「氷見を元気な中山間地域のモデル」に！ ～〝全国屈指の産地を育成・牽引〟高岡農林振興センターの濃密普及活動～
福井県坂井農林総合事務所農業経営支援部	坂井北部丘陵地の企業的経営体の育成 ～園芸産地に興す新たなムーブメント～
大阪府中部農と緑の総合事務所 農の普及課	ファームマイレージ[2] －誰もが納得し農業振興に向かえる仕掛け－
鹿児島県熊毛支庁農林水産部農政普及課	種子島特産「安納いも」の地域ブランド化に向けて ～さつまいもの甘さを保証する全国初の取組～

＊個々の事例の概要は別紙のとおりです。

平成２２年度普及活動全国コンクール受賞事例の概要

【農林水産大臣賞】

課題名	需要に合ったカンショ産地の育成 ～『ＪＡなめがたの焼き芋戦略』を確立した普及活動～
受賞者名	茨城県鹿行農林事務所行方地域農業改良普及センター
活動概要	当管内のカンショは、管内畑面積 3,876ha の内 28.6%を占める重要品目であるが、近年は消費低迷に伴う低単価等で農家経営を圧迫していた。 JA からは、スーパー店舗内における焼き芋販売の不調を背景に、食味安定化技術の確立支援を求められた。普及センターとしても、「焼き芋」をカンショ産地活性化のための起爆剤と捉え、また、消費時点の内部品質の均質化に視点を当てた普及活動への転換を図る好機として、研究等関係機関と連携した普及活動に取り組んだ。その結果「JA なめがた焼き芋戦略」の確立に繋がった。 「農業者」（地域の中核組織である JA なめがた甘藷部会）に対しては、焼き芋に合った栽培技術や新品種について技術を組み立てるとともに、内部品質を保つ長期間貯蔵技術を駆使し、長期安定良食味出荷技術を普及した。更に、「実需者」には、生産現場で得られた生産から焼き芋加工までの科学的データをマニュアル書にまとめ、直接説明する等、産地のこだわりをアピールし、活動の理解促進と信頼獲得に貢献した。 また、「焼き芋」という消費形態に合った生産体制が徐々に整備され、周年需要の高まりとともに、「計画的な販売が可能となる貯蔵野菜出荷型」への転換の契機となり、単価は 127%(132 円/kg→167 円/kg)、売上額は 169%(11.9 億円→20.1 億円)へと飛躍し、カンショ経営の安定化を実現することとなった。

普及活動の特徴１：「現地実証・見せる・食べる」で、高品質安定生産技術の普及と啓発

毎年 50 前後の試験区を設け、カンショのＡ品収量向上のための技術確立と普及を行うとともに、農業者に対し、時期・品種・貯蔵方法・生芋デンプン含量等が異なる「焼き芋」を試食する機会をふんだんに設け、消費する側に立った生産・販売を行うための意識改革を図った。

普及活動の特徴２：焼き芋用カンショの長期安定出荷技術の確立と普及

焼き芋用カンショの品種、系統、デンプン含量、貯蔵方法等を管理し、出荷時期毎に産地で最も美味しい芋を供給する「焼き芋用カンショ出荷スケジュール」を確立（一部、実需者からの注文に応じた対応）した。
特に生芋デンプン含量で区分けした圃場マップを作成し、圃場毎に芋が最も美味しくなる時期に消費者の手元に届く「出荷計画書」を作成して出荷したところ、「ベニアズマ」の食味の安定化が図られた。
また、周年安定供給するため、「長期貯蔵マニュアル」を作成・配布、講習会を実施して、生産者の貯蔵管理技術の高位平準化を図った。

普及活動の特徴３：現場のデータに裏打ちされたマニュアル書の作成とその活用

芋が最もおいしく焼き上がる時間をデータ化した「焼き芋マニュアル」やカンショ良食味化の取り組みをまとめた小冊子などを作成し、実需者に向けて配布を行うとともに、直接説明等を行った。

普及活動の特徴４：産地のこだわりＰＲ－直接指導

ＪＡと連携し、取引先の市場関係者、バイヤー、スーパー店長等に対して、産地の「周年安定良食味出荷」等こだわりの取り組みを理解してもらうためのプレゼンテーションを普及指導員自らが実施した。

【農林水産省生産局長賞①】

課題名	目指せ！輪ギク「飛騨黄金」１００万本！！ －新規栽培者の掘り起こしと需要期出荷技術の確立による産地育成－
受賞者名	岐阜県飛騨農林事務所農業普及課
活動概要	「飛騨黄金」は飛騨地域で育成されたオリジナル品種で、鮮やかな黄色と優れた日持ち性から市場で主に仏花としての人気が高く、盆の需要量は 100 万本以上となる。しかし、実際の需要期出荷量は平成 19 年で 21 万本に留まっており、今後も需要に対して十分な量を供給できなければ、産地の評価を下げるおそれがあった。 そこで農業普及課ではこの課題を解決するため、「飛騨黄金生産拡大プロジェクト」を設立し、関係機関と一体となって「新規栽培者発掘による出荷本数の増加」及び「需要期に出荷できる栽培技術の確立及び普及」に取り組んだ。 その結果、需要期の出荷量を平成 22 年度、43 万本まで増加させることができた。

普及活動の特徴１：新規栽培者発掘による出荷本数の増加

・初期投資を少なくして新規参入を促すため、ハウス栽培以外に露地栽培の栽培技術を確立し、所得の上がる露地栽培体系の導入を図った。また、鳥獣害多発地域においても、鳥獣の被害を受けず、予防対策なしで栽培することが可能であることを実証し、普及を推進した結果、平成 19 年には 0 本だった露地栽培が 6 万本となった。

・バスツアーや未栽培地域での展示ほ設置、29 回に及ぶ栽培説明会等で飛騨黄金の知名度を高め、新規栽培者を発掘した結果、新規栽培者が 58 名増加した。

・新規栽培者を重点的に指導した結果、新規栽培者でも熟練栽培者と同等の単収が得ることができた。

普及活動の特徴２：需要期に出荷できる栽培技術の確立及び普及

・需要期出荷率を高めるため、現地調査に基づき開花調節技術を確立し、普及した結果、需要期出荷率が平成 19 年の 45%から平成 21 年以降は、目標の 70%以上となった。

・早期に開花した場合に備えて、低温貯蔵による出荷調節技術の確立と市場へのＰＲを行い、貯蔵して需要期に出荷する販売ルートを確保した。

・高温では開花遅延するおそれがあるため、地球温暖化に備えて低コストで施設内の温度を抑制できる方法を検討し、高温条件下での安定開花技術を確立した。

【農林水産省生産局長賞②】

課題名	農商工連携による高タンパク小麦・大豆の産地育成 ～日本一の淡口醤油づくりを支える産地づくり～
受賞者名	兵庫県龍野農業改良普及センター
活動概要	兵庫県たつの市は古くから醤油産業が栄え、淡口醤油の生産量は日本一である。小麦は県下で有数の産地であったが、平均単収は約250kg/10ａと低く、品質は２等Ｂランクと収益性も低かった。大豆の生産面積、生産量も少なかった。 そこで、普及センターは小麦を栽培する営農組合を対象に、営農ビジョンの作成をすすめる一方、「たつの市集落営農連絡協議会」（以下「協議会」）の設立を支援し、20組織の強い連携による生産基盤づくりを行った。さらに、排水対策など基本技術の徹底で技術の平準化を図り、醤油用に適した品種転換で、高タンパク小麦、高タンパク大豆の高品質安定生産の支援を行った。 また、実需者も現地巡回研修など生産段階から参画する体制を整備し、地域全体で生産から加工・販売まで行える産地づくりを図った。 その結果、高タンパク小麦は栽培面積が 50ha(H18)から 152ha(H22)に、単収が476kg/10ａ、品質が１等Ａランク(H21)に向上した。また、高タンパク大豆も栽培面積が 0ha(H18)から 31ha(H22)に、単収が 224kg/10ａとなり、収益性の向上につながった。加えて、実需者は地元産原料 100%のプレミアム淡口醤油として「龍野乃刻（たつののとき）」を製造し、営農組合と実需者との双方に大きな経済効果が生まれ、地域活性化に結びついた。

普及活動の特徴１：組織間連携による生産基盤づくりへの支援

営農組織のビジョンづくりと、協議会の設立を支援し、20 組織の強い連携による高タンパク小麦、高タンパク大豆の生産基盤づくりを図った。

普及活動の特徴２：高タンパク小麦の基本技術の徹底と実需者を交えた意識の改革

高タンパク小麦については、各組織に弾丸暗きょ（だんがんあんきょ）設置等の基本技術の導入を義務付けるとともに、技術の平準化を図るため、各組織リーダー、関係機関、実需者が指導定点ほ場を巡回する仕組みづくりを行い、「良い小麦を作ろう」を共通認識として地域全体の生産性を高めた。

普及活動の特徴３：水稲＋小麦＋大豆の２年３作体系による収益性の向上

大豆狭条無中耕無培土栽培（だいずきょうじょうむちゅうこうむばいどさいばい）の導入や普通型コンバイン受託体制づくりを進め、高タンパク大豆栽培の取組を容易にすることで、水稲＋小麦＋大豆の２年３作体系を確立し、収益性の向上につなげた。

普及活動の特徴４：実需者ニーズに合った小麦・大豆の品種の導入

醤油用に適したタンパク含有率の高い小麦や大豆の品種導入や、高タンパク小麦の種子生産体制づくりを支援した。

普及活動の特徴５：組織リーダーと実需者との相互連携の強化

組織リーダーと実需者との現地巡回や工場見学で話し合いの機会を設け、小麦や大豆の生産から加工・流通までの仕組みを相互理解させ、小麦、大豆づくりにやりがいを持たせた。

【全国農業改良普及支援協会長賞①】

課題名	ハトムギで「氷見を元気な中山間地域のモデル」に！～〝全国屈指の産地を育成・牽引〟高岡農林振興センターの濃密普及活動～
受賞者名	富山県高岡農林振興センター
活動概要	全域が中山間地域の氷見市では、米が農業産出額の約８割を占めているものの、排水性の劣る土壌条件から大豆・大麦の生産が困難なため、地域に適した「新たな土地利用型戦略作物」の選定・普及が、水田農業の活性化を図るうえで喫緊の課題となっていた。 高岡農林振興センター(以下「センター」という)では、これまでも市内の一集落で細々と栽培されてきた「ハトムギ」に着目し、耐湿性で吸肥性に優れていることなどから、同市の重点振興作物として、その生産と消費拡大に向けた取組の支援を開始した。当時県内に栽培に精通した指導者はなく、センターでは「技術ゼロの克服」という困難な課題に対し、ハトムギの生産や利用に関する情報収集・調査研究から着手した。また、販売対策が重要であることから、平成 17 年度にはＪＡ氷見市（以下「ＪＡ」という）が取り組むペットボトル飲料「氷見はとむぎ茶」の開発・商品化を支援した。 センターではこの普及活動を平成 18 年度に濃密課題にステップアップさせ、一層の調査研究による栽培技術の確立や栽培機械の導入支援など、農家が安心してハトムギ生産に取り組めるよう条件整備を重点的に行った。その結果、農家の生産意欲は年々向上し、平成 16 年度に 3.5ha であった栽培面積が平成 21 年度には 90ha を超え、さらに氷見市の取組が県内各地へ波及し、本県は栽培面積 147ha(H21)全国第 3 位、生産量 249t(H21)全国第 2 位の一大産地へと飛躍した。

普及活動の特徴１：農商工連携の先駆け“ペットボトル飲料「氷見はとむぎ茶」開発を支援”

センターでは県食品研究所とも連携し、県内の清涼飲料水等製造会社とＪＡとの協議を促進、平成 17 年 11 月に製品化に向けた具体的な取組がスタートした。平成 18 年１月に新商品「氷見はとむぎ茶」が完成。平成 18 年に 134 千本だった売上げ本数は、平成 22 年には 2000 千本を超える見込みとなっている。さらに、金沢大学医学部とＪＡの連携による機能性ハトムギ飲料「透白美人」の開発を支援し、本年６月に商品化され、12 月までに 30 万本が販売されている。

普及活動の特徴２：農家が安心して栽培できる生産・支援体制の構築

生産性向上と機械コスト負担の軽減を目的に、機械化作業体系の確立を支援。また、種子については氷見市内での自主供給体制の整備を図った。

乾燥調製後のハトムギについては、収益性と農業者の栽培意欲の喚起を狙い、ＪＡによる一元集荷と国内原料相場より高い購入価格設定の実現を支援した。さらに、ＪＡと連携して基本技術に関する調査研究を進めるとともに、平成 19 年２月にはその成果を反映した「栽培こよみ（初版）」と「栽培マニュアル（初版）」を作成し、以降、毎年改訂しながら生産者への配布、講習会に活用している。

【全国農業改良普及支援協会長賞②】

課題名	坂井北部丘陵地の企業的経営体の育成 ～園芸産地に興す新たなムーブメント～
受賞者名	福井県坂井農林総合事務所農業経営支援部（ふくいけんさかいのうりんそうごうじむじょのうぎょうけいえいしえんぶ）
活動概要	坂井北部丘陵地は県内最大の園芸産地であるが、高齢化が進み、スイカ等重量野菜の作付け減少が顕著で、遊休農地が大きく増加していた。そこで、平成 17 年から関係機関が一体となって農業参入を地域内外へ呼びかけ、企業的経営体を目指した法人参入を支援した。その結果、平成 18 年までに 4 法人が参入した。 このような中、新たな動きを興すことで産地振興を図りたいと考え、①担い手の企業化、②露地野菜の機械化、③耐候性ハウス導入による周年化の 3 つを重点活動とした。また、これらを面的に発展させるには、既存の地域農業者の意識改革することが重要であり、参入した法人の経営基盤確立と、企業的経営のモデルを育成することがポイントであると考えた。 そこで F 社をモデルに位置付け、経営安定の最重点課題である白ネギ栽培の機械化一貫作業体系の組立等を支援した。さらに、地域農業者や新規就農希望者を F 社に案内して、機械化や経営の状況を実際に見せて、地域への波及を図った。 これらの結果、F 社の白ネギ作付面積は参入から 4 年目（平成 22 年）で 2.7ha と飛躍的に増加し、販売額 2 千万円台のビジネスモデルとなった。同時に地域農業者に刺激を与え、規模拡大や新たな農業経営の高度化を目指す動きが大きく広まり、平成 22 年には白ネギで 3 倍（5.4ha）、秋冬ニンジンは 4 倍（20ha）と機械化野菜の生産が拡大した。また、現在、参入した法人は合計 9 法人と増加しており、担い手の育成に成果を上げている。

普及活動の特徴１：参入法人への経営基盤確立支援によるモデル経営体の育成

F 社は機械化や雇用導入により白ネギ栽培 3ha 規模を目指しており、定植から収穫調製まで一連の機械化体系の組み立てが急務であったため、栽培技術の向上と機械化一貫体系の組み立てを支援した。

F 社は非農家出身の 1 戸 1 法人であり、栽培から販売、経営に至るあらゆる分野全般の相談役として共に考え、その都度判断材料を整理しながら、目標に向けた意思決定を支援した。

普及活動の特徴２：モデル経営体を活用した地域への意識づけ

新規参入を目指した現地案内や事例紹介の際は、モデル経営体 F 社に案内し、栽培の状況や機械化体系を実際に見せ、意見交換に活用した。企業的経営体を目指した新規参入だけでなく、家族経営形態での新規就農者や若手農家、手作業中心のネギ農家も F 社に案内し、規模拡大の動機づけに活用した。また、県の就農研修制度を活用した就農希望者の農業体験や技術習得研修の里親農家となり、就農予備軍の意識づけの場として活用した。

農外から参入した F 社が順調に生産規模を拡大していることは、地域での認知度の高まりとともに、モデル経営体として活用の場を広げた。

【全国農業改良普及支援協会長賞③】

課題名	ファームマイレージ[2]－誰もが納得し農業振興に向かえる仕掛け－
受賞者名	大阪府中部農と緑の総合事務所　農の普及課
活動概要	当課では、大阪市や東大阪市など、都市を含む大阪府内の中心部を所管区域とし、都市農業の推進と支援を行ってきた。これまで、生産振興をはじめ、生産者と消費者の交流や食農教育を展開し、農業や農地に対する消費者の認識を高めてきたが、消費者が自分たちの将来や次の世代のことを考え、農業や農地の保全を目指した行動を起こす大きな流れには至っていなかった。 そこで、当課では、平成 19 年にオープンした東大阪市の直売所を活用し、独自のファームマイレージ[2]制度を確立した。この制度は、消費者が農産物を購入することで、どれくらいの広さの農地が守れるかということを文字や写真で示し、消費者が今まで感心のなかった農地のことを意識できる「仕掛け」となっている。 取組の結果、地場農産物を意識して買う消費者の割合が 40%→89%と増え、それに伴って直売所での地場農産物の売り上げが 2 倍に伸びた。同時に、生産者のモチベーションも大きく向上し、この制度の対象としたエコ農産物の生産面積は、平成 21 年 7 月には 71a→255a と前年同期比で 359%と飛躍的な伸びとなった。

普及活動の特徴１：仕掛け「ファームマイレージ²」

これまで消費者の関心が薄かった「農地」というキーワードを設定した。例えば、小松菜 1 袋 250ｇを育てるには 1250c ㎡の農地が必要なこと等を売り場で表示・掲載し、消費者自らが「購入した農産物が育つのにどれくらいの広さの農地が必要になるのか」について意識してもらうこととした。農産物に貼付したシールを集めるとマイレージがたまり、消費者は購入した分、「農産物が育つための、地元の農地を守った」こととする仕組みを作った。この仕組みを『ファームマイレージ[2]』と命名した。

普及活動の特徴２：エコ農産物の取組促進への支援

マイレージの対象は、平成 16 年から当課が推進していたエコ農産物のみとした。直売所でのエコ農産物の売り上げが伸びたことで、エコ農産物認証の申請者がファームマイレージ[2]開始前に比べて 1.5 倍に増え、これまで申請していた人もエコ農産物の栽培面積を拡大した。それらの結果、ファームマイレージ[2]開始直後の平成 21 年 7 月申請時には、エコ農産物栽培面積が前年同期比で 3.5 倍に増えた。

＊「ファームマイレージ[2]」は、「ふぁーむまいれーじ」と読む

【全国農業改良普及支援協会長賞④】

課題名	種子島特産「安納いも」の地域ブランド化に向けて ～さつまいもの甘さを保証する全国初の取組～
受賞者名	鹿児島県熊毛支庁農林水産部農政普及課
活動概要	種子島の西之表市安納地区が発祥とされる安納いもは、しっとりとした食感と甘さが認められ、全国的に人気が高まり、需要が急激に増加した。 このような中、島内での生産が急速に拡大するとともに、消費者から味に関するクレームが、当地に対して増えたことが課題となっていた。 そこで、当課では島内のほとんどの生産者や出荷者等が一体となり、全島統一の品質基準やそれを遵守する生産・出荷組織の設立、安心・安全な生産技術の確立、優良種苗の供給体制整備を通じた地域ブランド化を支援した。 その結果、全生産者や出荷者が一体となって高品質の安納いもを生産・出荷するための組織が設立され、品質統一基準に基づく品質審査体制が確立された。また、ほとんどの生産者が「かごしまの農林水産物認証制度（Ｋ－ＧＡＰ）」を取得し、併せてウイルスフリー苗を用いた生産に移行したことなどから、種子島で生産される安納いもの品質差をなくする取組が進んだ。もとより，生産者自身が種子島の安納いもの未来を真剣に考え，地域ブランド化という同じ目標に取り組むように意識が変わったことが最大の成果となった。

普及活動の特徴１：産地振興の合意形成と組織化

農政普及課は、品質の高い安納いもを生産出荷するための品質統一基準やそれを遵守する人たちで組織する「安納いも等出荷販売協議会」（以下「協議会」という）の設立の必要性について、生産者や出荷者等関係者に対し働きかけを行った。その結果、協議会が発足し、全島あげての高品質生産・出荷への取組が進み、平成22年には「安納いもブランド推進本部」が設立され、地域ブランド化に関する取組が進んだ。

普及活動の特徴２：品質レベルアップのための取組

甘さに関係する成分(ブリックス値)を活用した品質統一基準の作成を行い、それに基づく栽培技術指導を行った。また、安定した品質や収量を確保するため、種子島高校等を交えたウィルスフリー苗の供給体制の整備などを行った。さらに、安心・安全な安納いもであることを裏付けるため、Ｋ－ＧＡＰの取得に向けた支援をおこなった。