

令和 2 年第 2 回定例会（9 月議会）

農林水産委員会提出資料

（所管事項関係）

令和 2 年 9 月 1 7 日

農 林 水 産 部

目 次

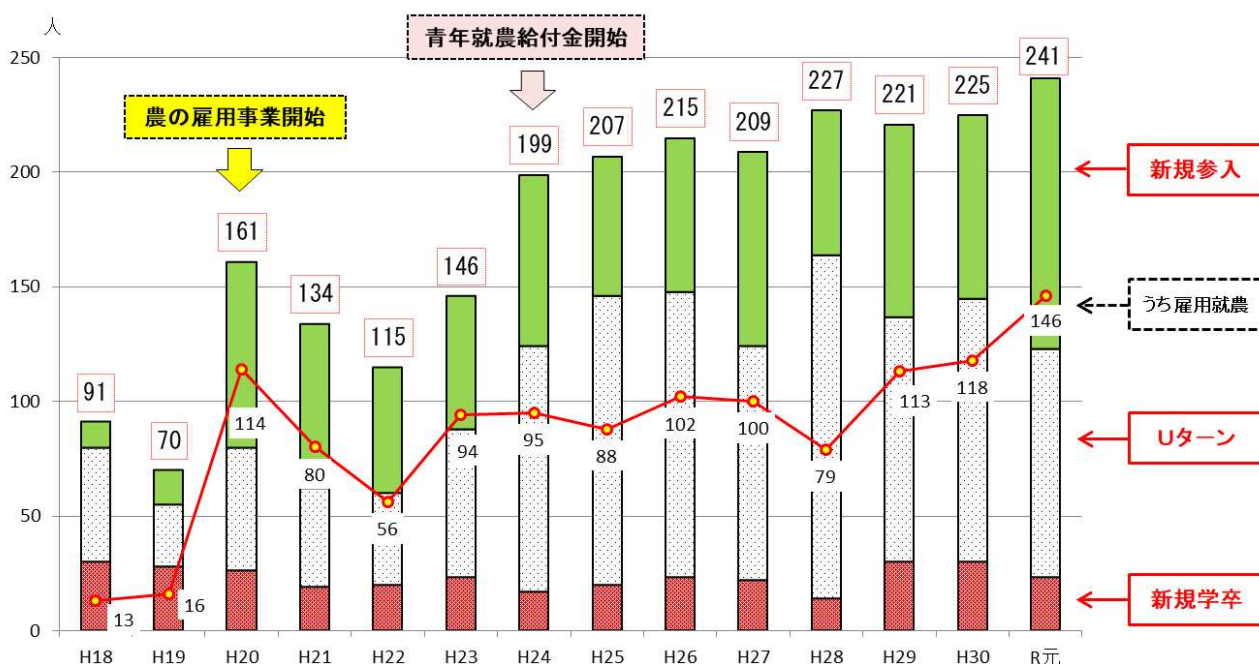
1	令和元年度新規就農者の確保状況について〔農林政策課〕	1
2	県産農畜水産物のPR活動について 〔農業経済課販売戦略室・水田総合利用課・園芸振興課・畜産振興課・水産漁港課〕	3
3	秋田米新品種ブランド化戦略の推進状況について 〔水田総合利用課秋田米ブランド推進室〕	9

1 令和元年度新規就農者の確保状況について

農林政策課

- 1 令和元年度における新規就農者数は241人となり、7年連続で200人を超え、平成元年度以降では最多となった。
- 2 就農区分別では、新規学卒者23人、Uターン就農者100人、新規参入者は過去最多の118人となった。
また、雇用就農は、農業法人等の経営規模の拡大などを背景に、前年度に比べ28人増加し、農の雇用事業が始まった平成20年度以降最多の146人となった。
- 3 園芸メガ団地における新規就農者は23人となり、事業開始の平成26年度から令和元年度までの6年間で93人（うち雇用就農72人）が就農し、特に、ここ3年間は新規就農者数の1割を占めている。
- 4 オンラインを活用した就農相談や実践研修等の就農前対策から、技術指導や機械導入支援等の就農後対策に至るまで、引き続き、総合的にサポートするとともに、農業法人でのインターンシップの実施などにより、就農機会の拡大を図っていく。

【新規就農者の推移】



- 新規参入：非農家出身者で新たに就農、又は、非農家出身者で県等が行う農業研修修了後に就農した者
- Uターン：農家出身者で他産業から就農、又は、他産業を退職後に県等が行う農業研修修了後に就農した者
- 新規学卒：農家出身者で学校を卒業し直ちに就農、又は、学卒後に県等が行う農業研修修了後に就農した者
- 雇用就農：農業法人等に常雇いされ新規就農した者

【就農区分別の推移】

単位：人

年度	新規学卒			Ｕターン			新規参入			合計		園芸メガ団地の新規就農者	
			うち 雇用就農			うち 雇用就農			うち 雇用就農		うち 雇用就農		うち 雇用就農
H22	20	(17%)	1	40	(35%)	5	55	(48%)	50	115	56		
H23	23	(16%)	14	65	(45%)	26	58	(40%)	54	146	94		
H24	17	(9%)	2	107	(54%)	30	75	(38%)	63	199	95		
H25	20	(10%)	4	126	(61%)	38	61	(29%)	46	207	88		
H26	23	(11%)	8	125	(58%)	34	67	(31%)	60	215	102	1	(0%) 1
H27	22	(11%)	9	102	(49%)	23	85	(41%)	68	209	100	10	(5%) 3
H28	14	(6%)	3	150	(66%)	32	63	(28%)	44	227	79	14	(6%) 9
H29	30	(14%)	10	107	(48%)	35	84	(38%)	68	221	113	24	(11%) 22
H30	30	(13%)	13	115	(51%)	45	80	(36%)	60	225	118	21	(9%) 18
R元	23	(10%)	11	100	(41%)	43	118	(49%)	92	241	146	23	(10%) 19
増減 R元-H30	△7		△2	△15		△2	38		32	16	28	2	1
過去10年平均	22	(11%)		104	(52%)		75	(37%)		201			

(%)は、合計数に占める割合（県農林水産部農林政策課調べ）

2 県産農畜水産物のPR活動について

農業経済課販売戦略室
水田総合利用課
園芸振興課
畜産振興課
水産漁港課

【実施時期と内容】

分野	時期（月）												内容
	4		9									3	
共通													1 学校給食での比内地鶏、秋田牛、水産加工品の提供
園芸													2 県産えだまめの販路拡大
畜産													3 （比内地鶏、秋田牛）ジャパネットたかたとの連携
													4 （比内地鶏）セブン-イレブン・ジャパンとの連携
													5 （比内地鶏）県内食品関連会社の新商品発表
													6 （比内地鶏）県内小売店の新商品企画
													7 （秋田牛）台湾でのプロモーション活動
水産													8 秋田のさかなを食べようキャンペーン

1 学校給食での比内地鶏、秋田牛、水産加工品の提供

〔6月～2月：県内〕

- ・ 能代市立東雲中学校では、6月19日に、全校生徒237名を対象として比内地鶏に係る食育活動が実施された。生産者や食肉処理事業者から比内地鶏の特長について説明を受けた後、生徒は「親子丼」に舌鼓を打った。
- ・ 藤里町立藤里小学校では、7月16日に、全校児童86名を対象として秋田牛の出前講座が開催された。秋田牛生産者から秋田牛の飼育方法などについて説明を受けた後、児童は各教室で秋田牛の「牛丼」を味わった。
- ・ 県産水産物については、マダイやブリ等の唐揚げやフライ、漬け焼き、炊き込みごはんには使えるフレーク等の加工品として、8月24日以降、学校給食に提供している。
- ・ 8月末までに、比内地鶏は、219校・約4万食（精肉1.3t）、秋田牛は、59校・約1万食（精肉0.6t）が提供されている。水産加工品は、全体で243校・約29万食（鮮魚36t相当）の提供が予定されている。



〔比内地鶏の親子丼〕



〔秋田牛の牛丼〕



〔加工品の例：マダイフレーク〕

2 「ゆうパック」を利用した県産えだまめの販路拡大

〔7月～9月：首都圏等、県内〕

- ・ 京浜中央市場で年間出荷量日本一を達成した「えだまめ」の更なる販路を拡大するため、秋田中央郵便局と連携し、ゆうパックを利用した通販に取り組んでいる。
- ・ これまで産地毎にバラバラであったパッケージや化粧箱を統一して、販売先も県内から首都圏等に拡大し、首都圏等には約800箱が販売されている。



〔パッケージを統一したゆうパック商品〕

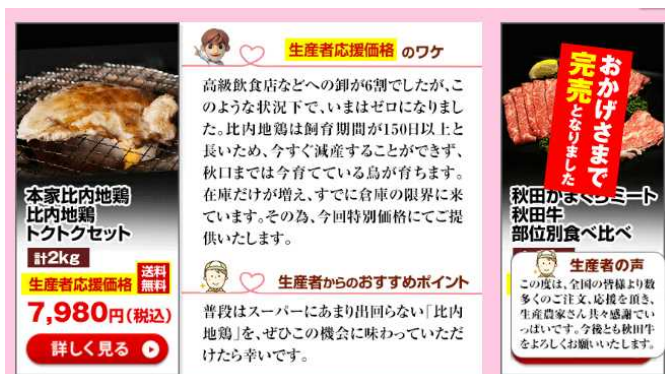


〔えだまめゆうパックの出発式〕

3 （株）ジャパネットたかた「生産者応援プロジェクト」との連携

〔5月2日、8日：BSテレビ東京〕

- ・ 新型コロナウイルス感染拡大により影響を受けた生産者を応援するため、（株）ジャパネットたかたが取り組む「生産者応援プロジェクト」の一環として、比内地鶏と秋田牛がテレビショッピング及びインターネット通販により販売された。
- ・ 番組に佐竹知事が出演し、秋田県の紹介映像とともに比内地鶏と秋田牛をPRした。
- ・ 当日は、放送直後から注文が殺到し、秋田牛1,000セット（1.2t）は即日完売、比内地鶏の販売数が3,000セット（6t）となるなど、全国各地から予想を上回る反響があった。



〔「生産者応援プロジェクト」のホームページ〕



〔知事のPRビデオ〕

4 (株)セブン - イレブン・ジャパンとの連携

〔5月19日～7月13日：東北6県〕

- ・ 県と地域活性化包括連携協定を締結している(株)セブン - イレブン・ジャパンが、消費が低迷する比内地鶏を応援するため、東北地域の約1,400店舗において、比内地鶏の親子丼、おむすび及び炭火焼鳥丼の3商品をそれぞれ、期間限定で販売した。
- ・ 発売に先立ち、5月18日に県庁で共同記者会見を行ったほか、6月15日には、同社から知事へ販売等の中間報告がなされた。
- ・ 本県を始め東北全域で好評を博し、2カ月間で約35万食(精肉16t)が販売された。特に、県内では、需要に供給が追いつかなくなる店舗があったほか、親子丼が弁当類で過去最高の販売数となるなど、中食での利用拡大の可能性が大きく広がった。



〔比内地鶏の親子丼、炭火焼鳥丼、おむすび〕



〔販売状況の中間報告等〕

5 新商品展示会（秋田うまいもの販売課との共催）

〔6月29日：県庁〕

- ・ 比内地鶏の消費拡大を図るため、県内の食品関連会社3社（秋田活性化（株）、秋田比内や（株）、（有）秋田味商）が比内地鶏の味わいを楽しめる新商品を開発した。
- ・ 県庁での新商品の展示会では、比内地鶏と県産食材にこだわった缶詰、レンジ調理で手軽に食べられる冷凍商品などを紹介した。

〔展示商品〕

秋田活性化（株）	金の比内地鶏（アヒージョ）、赤の比内地鶏（トマト煮込み）
秋田比内や（株）	比内地鶏すぐ食べられますシリーズ （もも肉等の少量パック、ステーキ、手羽先、ハンバーグ、つくねバーグ、ミンチボール）
（有）秋田味商	比内地鶏塩焼き詰め合わせ、お肉増量 比内地鶏カレー、比内地鶏そばろ（混ぜご飯の素）



〔展示商品の例：トマト煮込みとアヒージョの缶詰〕



〔新商品展示会での試食取材〕

6 比内地鶏家庭向け新商品企画

〔8月1日～10月31日：県内〕

- ・ 外食販売が低迷している比内地鶏の食卓需要を喚起するため、県と包括連携協定を結ぶ（株）伊徳及び（株）タカヤナギと、調味料メーカーの日本食研（株）が、新たな“おうち料理”を共同開発した。
- ・ 家庭での消費喚起につなげ、産地を応援するため、夏から秋に楽しむ比内地鶏の新商品を毎月2品ずつ特別販売しており、8月は3,509セット（比内地鶏精肉約0.5t相当）を売り上げている。

新商品	8月 「秋田うまいもの焼肉セット」「秋田うまいものすき焼きセット」 9月 「比内地鶏 から揚げセット」「比内地鶏 焼鳥セット」 10月 「比内地鶏と鶏つみれ ちゃんこ鍋セット」「比内地鶏 鶏めしセット」
実施店舗	いとく県内全22店舗、タカヤナギグランマート全15店舗 計37店舗



〔特別販売の開始〕



焼肉セット



すき焼きセット

〔8月の新商品〕

7 台湾での秋田牛プロモーション

〔6月25～30日：レストランフェア（台北市等）、8月22日：カフェでのイベント（台北市）〕

- ・ 台北市等に12店舗を展開するレストラングループにおいて、秋田牛ステーキフェアを開催したほか、新たに秋田牛のギフト商品の取り扱いを開始した。
- ・ 台北市内の訪日インバウンド情報を発信するカフェで開催された本県の観光を紹介するイベントにおいて、参加者約30名に秋田牛のステーキを試食提供した。



〔レストランメニュー〕



〔観光PRイベントでの秋田牛の試食提供〕



8 秋田のさかなを食べようキャンペーン

〔第1弾 5月15日～6月30日、第2弾 8月17日～9月17日：県内〕
旬の地魚の消費拡大と認知度向上を図るため、小売店や食品メーカー等と連携して「秋田のさかなを食べようキャンペーン」を開催し、特設コーナーの設置や料理レシピの配布などを行った。

第1弾 マダイ

(1) 小売店における特設コーナーの設置と料理レシピの配布

- ・ 実施期間 5月15日～6月15日
- ・ 配布レシピ 鯛のカルパッチョ、鯛のしょつつる海藻蒸し等
- ・ 実施店舗 イオン系列36店舗、いとく県内全22店舗、タカヤナギグランマート全15店舗など 計74店舗

(2) 県庁食堂でのマダイ料理の提供

- ・ 実施期間 6月2日～30日
- ・ メニュー マダイのソテー、マダイの炊き込みご飯等

第2弾 サザエ

(1) 小売店における特設コーナーの設置と料理レシピの配布

- ・ 実施期間 8月17日～9月17日
- ・ 配布レシピ サザエの炊き込みご飯、サザエの甘醤油煮等
- ・ 実施店舗 イオン系列30店舗、いとく県内全22店舗、タカヤナギグランマート全15店舗など 計68店舗



〔小売店の特設コーナー〕



〔マダイの炊き込みご飯（県庁食堂）〕

9 今後の予定

【共通】

- ・ **大手給食企業との連携**

本県と連携協定を締結したエームサービス株式会社が運営する社員食堂において、9月から11月まで北海道東北フェアを開催し、比内地鶏等を使ったメニューを提供する。

【秋田米】

- ・ **秋田米の販売促進キャンペーン**

米の需要が比較的堅調な家庭用を中心に県産米の需要拡大を図るため、新米の出回る10月から翌年2月末まで、集荷団体等による販売促進キャンペーンを首都圏等で展開する。

【青果物・花き】

- ・ **新幹線物流を活用した首都圏における産直市**

J R 東日本が開催する産直市において、県産えだまめを J R 大宮駅（9月23日～26日）と J R 上野駅（9月24日～26日）で、NAMA H A G E ダリアのブーケをグランドスタ東京（9月29日）で販売する。

- ・ **料理メディアサイトを利用したレシピコンテスト**

県産農産物の家庭内消費を拡大するため、11月に料理メディアサイトで、しいたけ、ねぎ、せりの特長を生かしたレシピコンテストを開催し、上位レシピはサイトで特集するとともに、リーフレットを作成し首都圏等量販店での販売促進活動に活用する。

【畜産】

- ・ **秋田牛**

10月9日から11月15日まで、県内でのメニューフェア・販売促進キャンペーンを実施するほか、年末のお歳暮需要に向けたギフトキャンペーンを実施する。

- ・ **比内地鶏**

10月31日、ブラウブリッツ秋田のホームゲームでの冠マッチを実施し、ストロングポイントを P R するとともに、来場者への比内地鶏の加工品等の抽選配布や比内地鶏料理の提供を行う。

また、首都圏及び県内量販店における販売を強化するため、年末需要が一段落する1月から3月まで販売促進フェアを開催する。

- ・ **あきたの畜産・市場まつり**

10月17日、県有種雄牛「義平福」顕彰碑の除幕式と併せ、一般県民への県産畜産物の販売や、畜産試験場における試験研究成果の P R を行う。

【水産】

- ・ **県産水産物**

「秋田のさかなを食べようキャンペーン」は、今後、第5弾まで開催するほか、11～12月の2日間、秋田県漁業協同組合や水産加工業者等で組織する「秋田の地魚消費拡大協議会」が、ドライブスルー方式による県産水産物の販売会を開催する。

3 秋田米新品種ブランド化戦略の推進状況について

水田総合利用課秋田米ブランド推進室

本年3月に策定した秋田米新品種ブランド化戦略に基づき、新品種の名称案の選考を行うとともに、令和4年産の生産団体の募集を行った。

1 名称案の選考状況

(1) 応募件数 250,893件（募集期間 令和2年4月7日～5月17日）

(2) 選考経過

- ・ 1次選考（～8月18日）
ブランド化戦略総合プロデューサー等により、名称案を20件に絞り込み
- ・ 2次選考（8月25日）
ブランド化戦略本部名称選考部会において、名称案を6件に絞り込み

【名称案（50音順）】

秋うらら（あきうらら）、あきてらす（あきてらす）、秋の八二一（あきのはちにいいち）
稲王（いなおう）、サキホコレ（さきほこれ）、べっぴん小雪（べっぴんこゆき）

(3) 今後のスケジュール

令和2年9月中旬～：名称案に対する消費者等アンケート
〃 10月中旬：秋田米新品種ブランド化戦略本部
〃 11月中旬：名称発表（都内、県内）
〃 11月下旬～：名称周知キャンペーン（県内外）

2 令和4年産に係る生産団体の登録申請状況

(1) 募集期間 令和2年7月1日～8月28日

(2) 申請件数 19団体

(3) 申請面積 820ha

単位：件、ha

区分	申請件数（生産者数：人）	申請面積
J Aグループ	9（746）	691
主食集荷組合	1（74）	82
その他	9（108）	47
合計	19（928）	820

(4) 今後のスケジュール

令和2年9月上旬～：申請内容の審査
〃 12月中旬：生産団体の登録
令和3年1月下旬～：生産者研修会
〃 4月～：先行作付（令和3年産 80ha程度）

【名称案（縦）】

秋 う ら ら	あ き て ら す	秋 の 八 二 一	稲 王	サ キ ホ コ レ	べ っ ぴ ん 小 雪
------------------	-----------------------	-----------------------	--------	-----------------------	----------------------------

【名称案（横）】

秋うらら
あきてらす
秋の八二一
稲王
サキホコレ
べっぴん小雪