

# 地域農業戦略

JAきしわだ

power

11/25/2008

丘陵地区整備機構協議会用

1

## 岸和田農業の現状その1

### ■ 農業の担い手の現状 農家数 (農林業センサス)

年次	総数	専業	第1種兼	第2種兼	自給的農家
昭和60年	2,336	293	248	1,795	...
平成2年	1,759	245	212	1,302	...
7年	1,427	174	167	1,086	...
12年	1,408	127	155	494	632

販売農家 : 経営耕地面積30㏍以上または販売金額50万円以上  
自給的農家 : 経営耕地面積30㏍未満かつ販売金額50万円未満

11/25/2008

丘陵地区整備機構協議会用

2

## 岸和田農業の現状 その2

■ 耕地面積、農作物作付延べ面積(大阪農林水産統計)  
耕地面積

単位:ha

年次	総数	田	畑	樹園地
平成 2年	1,370	691	39	639
7年	1,282	646	57	579
12年	1,040	553	73	411
16年	952	531	67	354

農作物作付延べ面積

単位:ha

年次	総数	水稲	果樹	野菜	その他
平成 2年	1,350	323	553	345	129
7年	1,187	301	501	273	112
12年	910	212	366	220	112
16年	836	200	303	217	116

11/25/2008

丘陵地区整備機構協議会 用

3

## 岸和田農業の現状 その3

■ 農業粗生産額 (大阪農林水産統計)

単位:百万円

年次	総額	米	野菜	果実	花き	農業所得
平成 8年	3,610	395	1,091	1,206	846	2,013
10年	3,318	304	1,237	874	852	1,799
12年	2,639	257	932	753	646	1,428
14年	2,634	247	1,034	652	650	1,159
16年	2,720	250	1,140	620	650	1,200

11/25/2008

丘陵地区整備機構協議会 用

4

## 地域農業の課題

### ■ 農家数の減少・農業生産の減少

地域は南北に市街化調整区域と市街化区域が二分する形で存在し、優良な農地が多く存在するが、大半の農業後継者が他産業へ流出し、担い手が不足し、農業生産が減少している。

### ■ 遊休農地の拡大

農産物価格の低迷が農産物の再生産意欲を減退させていること、農地面積に対する担い手数が不足していること等より、遊休農地が拡大している。

### ■ 食と農の乖離

農産物の生産に関する体験、情報不足ならびに、外食、中食の増加等により、食の大切さ、食を支える農業の役割についての認識が低下している。

11/25/2008

丘陵地区整備機構協議会用

5

## 地域農業への期待と要望

- ◇ 地域農業は今後とも、市民に対して新鮮で安全・安心な「食」の供給と、農空間を提供していく必要がある。
- ◇ 市民から健康、生きがい志向の観点から農に関わり、農業に参画したいという意欲の高まりがある。

### ↓ 地域農業の目指すべき姿

- 多様な担い手が多様な農業を実践し、新鮮で安全・安心な農産物を常に市民に供給している、府下で最も活発な農業地域である。担い手以外の市民も、体験型農園、市民農園等を利用して、農業に関わりを持っている地域である。
- 農業者の目指すべき姿  
意欲と活力を持って農業を実践し、一定の所得を得て、生き活きと充実した生活をしている。  
安全・安心・新鮮であり、かつ、環境にやさしい農業を目指し、創意工夫をしている。(エコファーム、エコファーマーへの取り組み)

11/25/2008

丘陵地区整備機構協議会用

6

## 地域農業の戦略

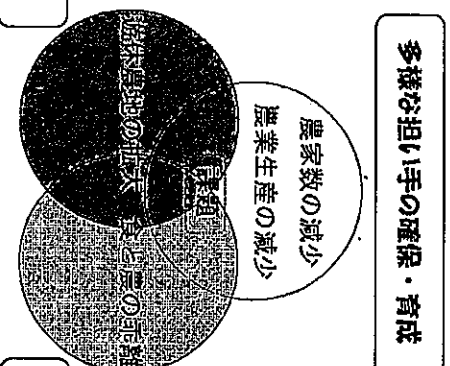
- 多様な担い手の確保・育成  
農業後継者、定年帰農者、女性農業者、市民農業者等の多様な農業の担い手の確保・育成を行なう。
- 遊休農地の解消  
多様な主体による、多様な遊休農地活用を行なう。(新規作物、観光農園、体験型農園、市民農園等)
- 食農教育の実践  
地産地消の推進、農産物・農業情報発信の充実を行なう。

11/25/2008

丘陵地区整備協議会

7

## 岸和田農業の課題と戦略



遊休農地の解消

食農教育の実践

11/25/2008

丘陵地区整備協議会

8

## 地域農業戦略実践の拠点

### <農産物直売所>

#### ■ 農業生産の拠点

- ・小規模生産者が作付の種類、量、規格を気にせず、それぞれの体力に合った少量多品目の農産物を販売するためのシニアムがある「農産物直売所」
- ・流通に係る中間経費を省いて、消費者に直接供給することで、農業所得の維持、拡大ができるのは「農産物直売所」

#### ■ 地産地消の拠点

- ・生産者の顔が見える農産物だから、消費者にとって「安心感」が生まれる「農産物直売所」
- ・消費者にとつての魅力である新鮮さは、地場生産・地場消費が基本であり、その強みを持っている「農産物直売所」

11/25/2008

丘陵地区整備協議会専用

9

## JAきしわだ農産物直売所構想

農産物直売所を拠点とした直売事業の基本理念

「地域から愛される、オンラインファン、そして日本一」  
の農産物直売所を目指して

### 基本理念

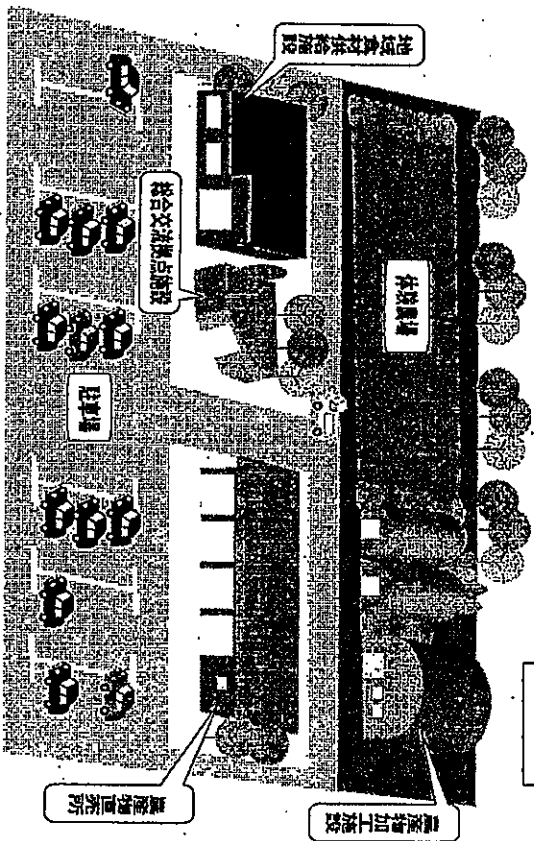
- ◇ 新鮮で顔の見える安心な農産物を提供します
- ◇ 消費者と生産者が対話と交流の輪を拡げ、ともに喜びを分かち合える場を提供します
- ◇ 食農教育を推進し、健康で心豊かな地域づくりに貢献します

11/25/2008

丘陵地区整備協議会専用

10

JAきしわだ農産物直売所を中心とした拠点施設 (予定図)



丘陵地区整備連携協議会用

11

農産物直売所を拠点とした地域振興

<繋がりと広がり>

- 丘陵地区整備計画との繋がりと広がり  
農業的土地利用の機会創出と持続的な活性化の拠点
- 岸和田ブランド創出との繋がりと広がり  
岸和田ブランド戦略の事業実施の拠点
- 観光振興計画との繋がりと広がり  
観光振興計画の具体的な行動計画・仕組み実現の拠点



まちづくり全体との繋がりと広がり

11/25/2008

丘陵地区整備連携協議会用

12