

## 「強い農林水産業」の実現

(頁)

### ④ 農林水産業の成長産業化

#### (1) 農業の成長産業化

- ・ 農産物のブランド力向上のための品質向上の取組・・・・・・・・・・ 2
- ・ 有機農業の取組による農産物の付加価値向上・・・・・・・・・・ 6
- ・ 持続可能な茨城農業に向けた担い手支援策の構築・・・・・・・・・・ 8

#### (2) 林業の成長産業化

- ・ 木材の安定供給体制の強化と県産木材利活用の促進・・・・・・・・・・ 10

#### (3) 水産業の成長産業化

- ・ 養殖産業の創出と水産物のブランド化・・・・・・・・・・ 12

令和5年8月18日

農 林 水 産 部

④ 農林水産業の成長産業化

(1) 農業の成長産業化

- ・ 農産物のブランド力向上のための品質向上の取組（農産物）

産地振興課

<p>現状と課題</p>	<p>&lt;現状&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 本県は農業産出額全国第3位を誇る農業県でありながら、質より量という側面が強く、茨城県と言えればこれといった際立ったブランド力を持つ農産物が少ない。</li> <li>○ このため県では、優れた特徴を持つ県育成のオリジナル品種（「イバラキング（メロン）」、「恵水（梨）」等）を本県農産物のブランド化のけん引役に位置付け、ICT技術の活用等による高品質・安定生産を推進してきた。</li> <li>○ 本県農産物の顔であるメロンについては、本年度から新規事業「いばらき高品質メロン創出事業」を活用して、贈答用市場開拓に向けた商品づくりを開始した。</li> <li>○ かんしょについては、令和元年度より「茨城かんしょトップランナー産地拡大事業」に取り組み、国内外の需要拡大に応えるため他県に先んじて生産拡大に取り組んでいる。</li> </ul> <p>&lt;課題&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ メロンについては、「イバラキング」をはじめ各品種の年間を通じた贈答用市場への参入や、海外の販路拡大にチャレンジすることが必要である。</li> <li>○ 梨の「恵水」については、生産者全員が大玉で高品質な果実を生産し、適期収穫することで、ブランドイメージをさらに高め、梨のフラッグシップ商品としての地位を確立していくことが必要である。</li> <li>○ かんしょについては、全国的に生産量が増加しているため、今後は実需者の要望に見合った品質の確保、年間を通じた計画的な出荷などによる付加価値の向上が必要。また、「ほしいも」については、産出額が全国第1位で増加傾向（H29：82億円→R3：129億円）にあるものの、「茨城県が主要産地」という消費者の認知度は高くないため、継続的なプロモーションによる更なる認知度向上に取り組む、他産地との差別化を図るブランド力強化が必要である。</li> </ul>
<p>今後の取組方向</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ メロンについては、新たにお歳暮需要等の開拓に向けた生産技術の確立を図るとともに、海外の厳しい残留農薬基準を満たす商品づくりなどに取り組む、海外の販路拡大にチャレンジする。</li> <li>○ 「恵水」については、課題となっている収穫適期を判断するカラーチャートの作成・配布や、系統外生産者も含めた合同目揃い会の開催により、大玉で高品質な果実の生産・出荷を推進する。また、ジョイント栽培等による早期成園化技術と一体となった普及拡大を図る。</li> </ul>

	<p>○ かんしょについては、荒廃農地や陸田等における高品質生産技術のマニュアル化や、需給調整が可能な長期貯蔵出荷施設の整備や輸出に応えられる産地体制構築を支援する。</p> <p>○ また、ほしいもについては、トップブランドの基準作成に取り組むとともに、「美味しいほしいも＝茨城」の認知度向上に向けたプロモーション展開を図る。</p> <p>[令和5年度の取組]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ いばらき高品質メロン創出事業 (当初予算額 8,309千円)</li> <li>・ 茨城かんしょトップランナー産地拡大事業 (当初予算額 307,326千円)</li> </ul>
--	--

**<参考>これまでの取組と成果**

**【メロン (イバラキング)】**

- 令和5年5月に「キング オブ イバラキング」コンテストを初開催。テレビや新聞各社に取り上げられたことで大きなプロモーション効果を得た。  
コンテスト優勝者のメロンは、都内百貨店において、目標に掲げた1玉1万円以上での販売を実現した。

**【梨 (恵水)】**

- 恵水のトップブランド化を推進するため、関係機関と連携して、幻の恵水の生産に取り組む、京橋千疋屋で10,800円/玉で販売した (R4年9月)。

**表1 「イバラキング」「恵水」の導入面積 (ha)**

	H30	R1	R2	R3	R4
イバラキング	26.6	32.9	38.5	44	47.1
恵水	18.6	22.5	27.4	33.8	38.6

**【かんしょ・ほしいも】**

- 作付面積は800ha拡大 (H29→R4)、所得については2倍以上の向上効果 (H29:312万円/戸→R3:757万円/戸) を発現した。

**表2 東京都中央卸売市場における本県産かんしょの平均単価 (円/kg)**

	H30	R1	R2	R3	R4
かんしょ	199	226	239	264	277

④ 農林水産業の成長産業化

(1) 農業の成長産業化

- ・ 農産物のブランド力向上のための品質向上の取組（畜産物）

畜産課

<p>現状と課題</p>	<p>&lt;現状&gt;</p> <p>【常陸牛（牛）】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 和牛は肥育技術の向上と改良が進み全国的に霜降り度合いが高くなっていることに加え、健康志向など消費ニーズが多様化しているため、従来の霜降り度合いだけでは差別化が困難となっている。</li> <li>○ また、一部の常陸牛について品質のばらつきが指摘されている。</li> </ul> <p>【常陸の輝き（豚）】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 品質を担保するため、出荷段階で高い品質基準に基づき選別していることから、生産者により「常陸の輝き」として出荷できる頭数にばらつきが生じている。</li> <li>○ 令和5年度から品質とブランド力向上を目的に、県が供給する種豚のみを活用した「ALL IBARAKI 常陸の輝き」の試験的な生産を開始している。</li> </ul> <p>&lt;課題&gt;</p> <p>【常陸牛】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 他銘柄との差別化を図るためには、脂肪交雑だけでなく、風味やうま味、口どけなどに関係するオレイン酸や小ザシなど脂肪の質といった肉の美味しさに着目した生産が求められる。</li> <li>○ 更なる品質の向上と安定化を図るため、ゲノミック評価等に基づき能力の高い繁殖雌牛を選別の上、常陸牛の素となる子牛を生産し、肥育する体制が求められる。</li> </ul> <p>【常陸の輝き】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 更なる品質の安定化を図るため、県養豚研究所から供給する種豚のみを活用する「ALL IBARAKI 常陸の輝き」の生産拡大が求められる。</li> <li>○ 常陸の輝きは高い脂肪交雑が特徴だが、他銘柄との差別化とブランド力強化のため、赤身肉のうま味に着目した改良が求められる。</li> </ul>
<p>今後の取組方向</p>	<p>【常陸牛】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ オレイン酸や小ザシ、肥育月齢など、美味しさを重視したブランド基準に基づき選別される新ブランド常陸牛の生産拡大を進めることで、常陸牛の品質向上を図る。</li> <li>○ 新ブランド常陸牛を安定的に生産するため、小ザシやオレイン酸の遺伝的能力が高い繁殖雌牛の増頭を図る。</li> </ul>

【常陸の輝き】

- 県が供給する種豚のみを活用した「ALL IBARAKI 常陸の輝き」の生産拡大に向けて農家へ種豚を安定的に供給する。
- 霜降りに加え赤身肉の美味しさに関する遺伝子解析と解析結果を基にした次世代デュロック（種豚）を開発する。

[令和5年度の取組]

- ・ **高品質常陸牛生産対策事業** （当初予算額 75,992 千円）  
オレイン酸の遺伝的能力が高い牛を繁殖雌牛として、県内に保留する支援と受精卵を活用した優良な雌牛を効率的に増頭する取組みを実施
- ・ **ブランド豚肉生産拡大事業** （当初予算額 806,333 千円）  
「ALL IBARAKI 常陸の輝き」の生産に必要な種豚供給のための豚舎整備や肉質分析、実証調査、販売PRを実施
- ・ **遺伝子解析による美味しい牛・豚改良に関する研究**  
（当初予算額 33,546 千円）  
和牛の小ザシに関する遺伝子や豚肉の霜降りと赤身肉の美味しさに関する遺伝子解析の実施

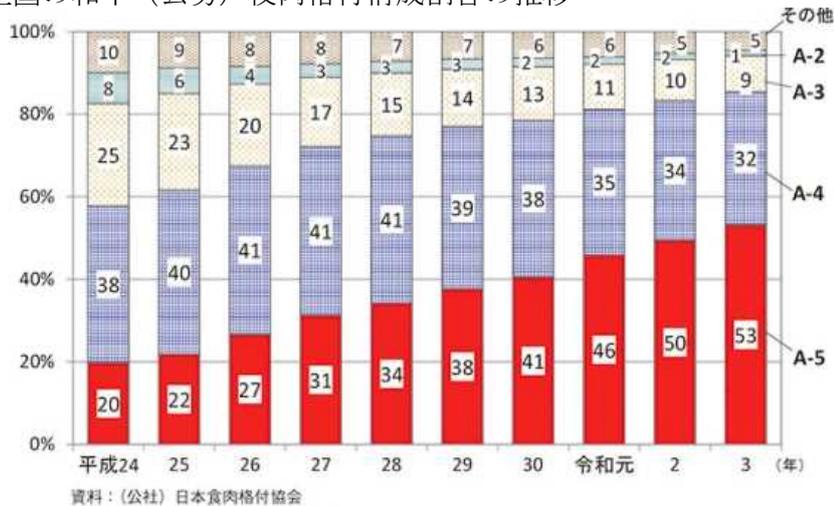
<参考>これまでの取組と成果

○常陸牛の出荷頭数の推移

単位：頭

H25 年度	H30 年度	R1 年度	R2 年度	R3 年度	R4 年度
8,288	8,815	9,532	10,136	11,004	10,885

○全国の和牛（去勢）枝肉格付構成割合の推移



○常陸の輝きの出荷頭数の推移

単位：頭

H30 年度	R1 年度	R2 年度	R3 年度	R4 年度
500	7,607	17,263	19,642	19,526

④ 農林水産業の成長産業化

(1) 農業の成長産業化

- ・ 有機農業の取組による農産物の付加価値向上

農業技術課

<p>現状と課題</p>	<p><b>&lt;現状&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 化学肥料や化学合成農薬を使用しない有機農業は、環境負荷軽減に資する農業であり、その生産物は付加価値の高い有機農産物として差別化した販売が可能であり、通常の農産物よりも高値で取引されることなどから、近年その市場規模が拡大している。</li> <li>○ 令和元年度に「いばらきオーガニックステップアップ事業」を創設し、県北地域を中心とした有機農業を推進し、その後県内全域を対象とした事業展開により、有機農業の取組面積が拡大している。</li> <li>○ 令和4年3月には、生産・消費・実需・行政の異なる分野から構成される、「いばらきオーガニック推進ネットワーク」を立ち上げ、その意見交換会を通して、本県有機農業の推進等について検討を行っているところ。</li> </ul> <p><b>&lt;課題&gt;</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 有機、オーガニック等有機農産物として表示し、差別化した販売をするためには、有機 JAS 認証取得が必須。</li> <li>○ 消費者から有機農産物が選択されるよう、理解醸成や有機農業の多面的な意義の情報発信が求められている。</li> <li>○ 栽培過程において環境負荷が少ないことに加え、有機農産物の持つ特長をアピールして、差別化を推進し、環境に配慮したエシカルな消費行動や、健康志向の消費行動に訴えて需要喚起を図っていく必要がある。</li> </ul>
<p>今後の取組方向</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 有機 JAS 認証取得支援と消費者等の理解醸成に向けた周知活動を実施。</li> <li>○ 有機農産物と一般農産物の差別化指標を評価するため県内で有機農産物として多く生産されている、コマツナやニンジンなどを対象に、内容成分等の調査を行い、本県産有機農産物の付加価値向上と需要拡大につなげる。</li> </ul> <p>[令和5年度の取組]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ いばらきオーガニックステップアップ事業（6月補正予算額 9,204千円） 差別化指標となる内容成分調査</li> <li>・ 有機農業関連事業（当初予算額 275,457千円） 有機農業のモデル団地育成支援、地域における有機農業産地づくり支援、有機農産物の供給能力向上支援、生産・需要拡大支援、指導人材育成、土づくり支援</li> </ul>

**<参考>これまでの取組と成果**

○茨城県の有機 JAS 認証取得面積

茨城県の認証取得面積は、毎年増加し、全国順位も上昇。

第3期茨城県有機農業推進計画の現状値 283ha

(2020年:令和2年4月1日;全国12位)

➡直近公表値:2023年 令和4年4月1日 現在321ha(全国10位)

**本県の有機 JAS 認証取得ほ場の面積 (ha) と全国順位、戸数 (戸)**

年度	R2	R3	R4	(目標値)
面積 (全国順位)	283 (12)	296 (11)	321 (10)	R9 : 560
戸数	100	100	110	R6 : 158

④ 農林水産業の成長産業化

(1) 農業の成長産業化

- ・ 持続可能な茨城農業に向けた担い手支援策の構築

農業経営課・農業技術課

<p>現状と課題</p>	<p>&lt;現状&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 令和2年の販売農家は4万3,920戸で、平成27年に比べ1万2,868戸(▲22.7%)減少している。また、基幹的農業従事者の平均年齢が65歳を超えるなど、高齢化が深刻な状況にある。</li> <li>○ 本県の新規就農者数は400人前後で推移している。就農形態では雇用就農が多く、令和3年度においては全体の46%を占める。</li> </ul> <p>&lt;課題&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 本県農業を牽引する経営者マインドを備えた意欲ある担い手を育成・確保していく必要がある。</li> <li>○ 雇用就農者の確保に向けては、法人経営による働きやすい環境の整備や労働条件の改善が必要である。</li> <li>○ 担い手の不足する地域においては、県内外の農業法人等の参入及び異業種からの農業参入を促進することも必要となっている。</li> </ul>
<p>今後の取組方向</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 新規就農者の円滑な就農と定着のため、就農に関する情報発信や相談会等を実施するとともに、経営の発展段階に応じた学びの場を提供することなどを通して、意欲ある農業経営者や就農希望者等の経営者マインドを醸成し、多彩なスキルや知識の習得により、経営者としての育成を図る。</li> <li>○ 雇用就農者など人材の集積や安定的な継承等を実現するため、農業経営の法人化を推進していく。また、資本金や経営管理能力を備えた企業等を新たな担い手として捉え、農業への参入を推進していく。さらに、大規模施設園芸等の収益性の高い営農を行う企業等の誘致を図る。</li> </ul> <p>[令和5年度の取組]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ <b>就農者確保活動費（当初予算額 21,729千円）</b> 就農に関する相談窓口である「茨城県新規就農相談センター」を設置。就農支援に係る研修会や就農相談活動、就農前研修支援、情報発信等を実施。</li> <li>・ <b>いばらき農業アカデミー事業（当初予算額 32,021千円）</b> ヤングファーマーズ・ミーティングや経営スタートアップ講座等、経営管理や生産・加工技術に関する総合的な学びの場を提供。</li> <li>・ <b>茨城県農業参入等支援センター事業（当初予算額 25,984千円）</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) <b>農業経営の法人化等推進</b> 中小企業診断士、社会保険労務士などの専門家からなる支援チームを派遣し、農業経営体の多様な課題解決を通じて法人化等を推進。</li> <li>(2) <b>農業への企業参入推進</b> 農業参入を希望する企業の相談窓口を設置。 市町村と連携した農地のマッチング等により参入を推進。</li> </ul> </li> </ul>

<参考>これまでの取組と成果

- 就農相談会の開催・ポータルサイトによる就農に関する情報発信



- 新規就農者数推移（毎年4月1日：農業改良普及センター調べ）（単位：人）

	H29	H30	R1	R2	R3
新規就農者（青少年）	346	378	321	304	309
うち雇用就農	163	173	137	133	155
新規就農者（中高年）	80	57	62	53	59
うち雇用就農	19	13	25	21	13
新規就農者計	426	435	383	357	368

※青少年とは16～44歳まで、中高年とは45～65歳まで

- 県内の法人経営体数の推移（単位：法人・年）

区分	H17	H22	H27	R2
法人経営体数	517	542	660	770

（農林水産省「農林業センサス」）

- 本県農業分野への企業参入の状況（単位：社・年度）

区分	H30	R1	R2	R3	R4	計
相談数	47	54	76	117	117	411
参入企業数	3	2	10	30	30	75

（うち県内49、県外26）  
（農業経営課調べ）

④ 農林水産業の成長産業化

(2) 林業の成長産業化

- ・ 木材の安定供給体制の強化と県産木材利活用の促進

林政課

<p>現状と課題</p>	<p>&lt;現状&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 素材（丸太）を供給する川上側においては、経営規模の拡大に意欲的な林業経営体により民有林の集約化が進んでおり、今後、大径材を含む素材（丸太）生産量の増加が見込まれる。</li> <li>○ 我が国の建築物の約7割を占める（床面積ベース）住宅は、木造率が約6割と高いものの、後は、人口減少に伴い着工戸数が減少し、住宅分野における木材需要も減ることが想定される。</li> <li>○ 一方、非住宅分野では、木造率は約1割しかないものの、カーボンニュートラルの実現に向け、大手企業やゼネコンなどが中心となり大規模・中高層建築物の木造化に取り組むなど、国産材の利用拡大に向けた動きが活発化しつつある。</li> <li>○ なお、製材品については、いわゆるウッドショックにより、2021年春ごろから国産材の価格が高騰したが、昨年（2022年）夏には輸入材の供給不足が解消され、現在は下落傾向にある。</li> </ul> <p>&lt;課題&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 人工林の約7割が本格的な利用期を迎え、今後、大径材の出材量の増加が見込まれる中、大径材の加工体制の整備や利用拡大に取り組む必要がある。</li> <li>○ ウッドショックにより顕在化した輸入材偏重の需給構造から転換を図るため、生産性を高めながら効率的に素材（丸太）を供給するとともに、これを加工し、川下側が求める製材品を安定的に供給する体制を整備する必要がある。</li> <li>○ また、今後、需要の増加が見込まれる大規模・中高層建築物を含む非住宅分野における県産木材の利用を促進するなど、販路を拡大していく必要がある。</li> </ul>
<p>今後の取組方向</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 県産木材の安定供給体制を整備するため、高性能林業機械やスマート林業機器などの導入を支援するとともに、大径材を含め、品質の高い構造材等の生産体制の強化を支援する。</li> <li>○ ゼネコンなどからの情報収集や意見交換を行うとともに、モデルとなる大規模・中高層建築物をはじめ、非住宅建築物の木造化等を支援する。</li> </ul> <p>[令和5年度の取組]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) いばらき林業トッパー育成支援事業 <b>継続</b>（当初予算額 150,000 千円） 森林経営の集約化に積極的に取り組む経営体を対象に、高性能林業機械やスマート林業技術の導入等を支援</li> <li>(2) 木材利用促進施設整備事業 <b>継続</b>（当初予算額 180,000 千円） 木材加工施設等の整備〔国庫補助率：1/2 以内〕</li> <li>(3) いばらき木づかいチャレンジ事業 <b>継続</b>（当初予算額 117,800 千円）             <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 大規模建築物の木造化（件数：1 施設）</li> <li>・ 民間施設の木造化・木質化（件数：5 施設程度）</li> </ul> </li> <li>(4) 建築物木造化サポート事業 <b>新規</b>（当初予算額 2,000 千円） 建築計画の策定や設計、木材調達等を支援</li> </ul>

＜参考＞これまでの取組と成果

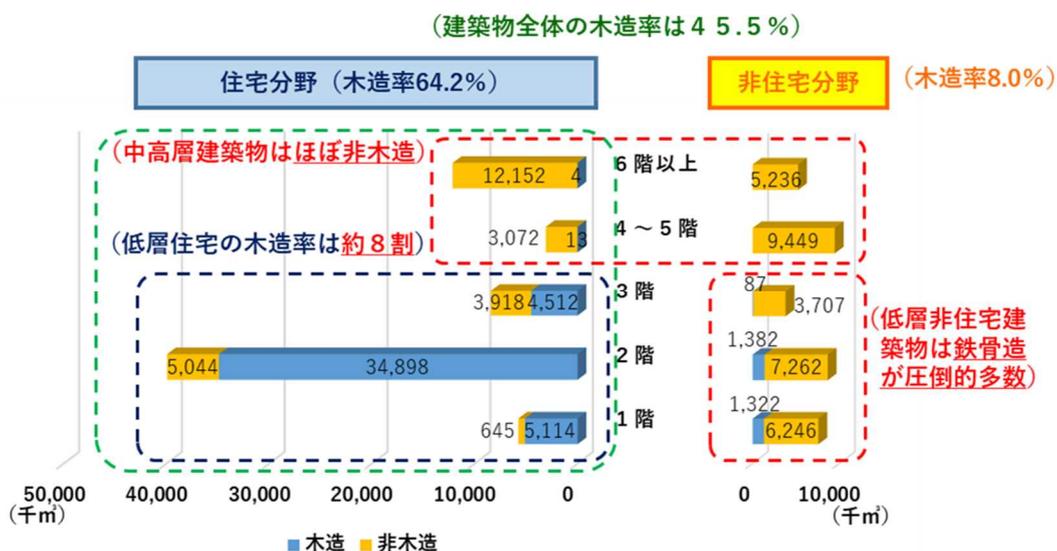
○経営規模の拡大に意欲的な林業経営体による集約化の状況 (単位：年度)

H29	H30	R 1	R 2	R 3	R 4
2,325ha	6,622ha	7,737ha	10,297ha	13,498ha	15,805ha

○県内の素材生産量の推移 (単位：千<sup>3</sup>・年)

H10	H15	H20	H25	H30	R 1	R 2	R 3	R 4
240	187	254	342	405	454	423	401	455

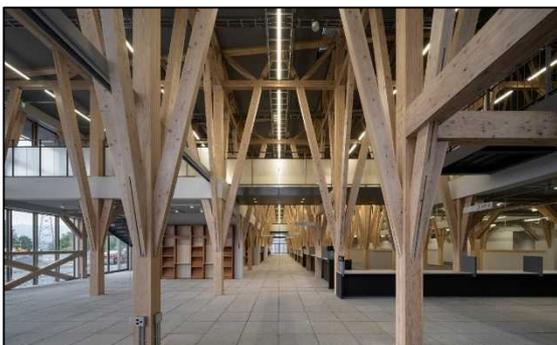
○用途別・階層別・構造別の着工建築物の床面積



注：「住宅」とは居住専用住宅、居住専用準住宅、居住産業併用建築物の合計であり、「非住宅」とはこれ以外をまとめたものとした。

資料：国土交通省「建築着工統計調査2022年」より作成したもの

○木材利用の事例



大子町新庁舎 (R 4. 7月竣工)  
 “純木造の大規模建築物”

○全国規模の展示会への出展等に対する支援



WOOD COLLECTION2023  
 (R 5. 2月 東京ビッグサイト)

④ 農林水産業の成長産業化

(3) 水産業の成長産業化

- ・ 養殖産業の創出と水産物のブランド化（養殖産業の創出）

水産振興課

<p>現状と課題</p>	<p>&lt;現状&gt;</p> <p>○近年、地球温暖化等による海洋環境の変動や水産資源の減少、特定魚種の需要増など市場動向の変化等が生じており、これらに対応するため、気象や天然資源の変動に左右されず、市場ニーズに即した生産が可能な養殖事業の展開が必要である。</p> <p>○このため、県では「いばらきの養殖産業」創出事業として、市場において高い収益性や商品性が見込まれる生食の「マサバ」や希少価値が高い「ブドウエビ」の養殖技術開発に取り組むとともに、技術の実用化に目途が立ったマサバについては、民間企業等による商業化を目指し ICT を活用した実証事業に取り組んでいる。</p> <p>○また、県産キャビアの市場拡大を図るため、市場づくりとして「霞ヶ浦キャビア」としてブランドを立ち上げ、キャビアの認知度向上や市場での商品力強化に取り組んでいる。</p> <p>&lt;課題&gt;</p> <p>○養殖産業の振興を図るため、事業化に必要な研究や実証を引き続き進めるとともに、これまでに蓄積された技術や知見を活用しながら、漁業者や企業等を多面的にサポートし、養殖事業への参入を促す必要がある。</p> <p>○「霞ヶ浦キャビア」のブランドイメージの確立及び市場への一層の浸透を図るため、さらなる商品力強化とPR、キャビア産地としての生産量拡大等を図る必要がある。</p>
<p>今後の取組方向</p>	<p>○養殖技術の開発や ICT を活用したビジネス化実証を引き続き進めるとともに、漁業者や企業等による養殖事業参入の取組に対して、設備導入等経費の助成や技術支援、商品の市場づくり等、多面的な支援を行う。</p> <p>○「霞ヶ浦キャビア」について、一般消費者へのPRに加え料理店や小売店での取扱いを働きかけるとともに、新たなチョウザメ養殖事業者の確保を図る。</p>

	<p>[令和5年度の取組]</p> <p>○「いばらきの養殖産業」創出事業（当初予算額 118,279 千円）</p> <p>（1）複合養殖新規参入促進（新規）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本業に併せ新規に養殖に取り組む漁業者、企業等に対する設備導入等経費の一部助成</li> <li>・霞ヶ浦・北浦の不漁対策として、テナガエビの養殖技術を実証する経費の一部助成</li> </ul> <p>（2）養殖技術開発、ICT 技術を活用したビジネス化実証事業</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ブドウエビ、マサバの養殖、生産技術の開発、確立</li> </ul> <p>（3）企業進出支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・漁業者、企業等に対するアドバイス等行う養殖相談員の設置</li> </ul> <p>（4）県産キャビアの市場づくり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「霞ヶ浦キャビア」の品質向上や、飲食店、小売店等向けプロモーション</li> </ul>																																	
<p>&lt;参考&gt;これまでの取組と成果</p> <p>○本県の海面漁業生産量と海面養殖収穫量 <span style="float: right;">単位：トン</span></p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th colspan="2">項目</th> <th>H30</th> <th>R 元</th> <th>R2</th> <th>R3</th> <th>R4</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">海面漁業 生産量</td> <td>本県</td> <td>259,031</td> <td>290,796</td> <td>302,213</td> <td>299,686</td> <td>271,000</td> </tr> <tr> <td>全国</td> <td>3,359,530</td> <td>3,228,025</td> <td>3,213,035</td> <td>3,193,785</td> <td>2,893,700</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">海面養殖 収穫量</td> <td>本県</td> <td colspan="5">陸上養殖でアワビ等が数トン程度</td> </tr> <tr> <td>全国</td> <td>1,004,871</td> <td>913,775</td> <td>970,081</td> <td>926,641</td> <td>910,900</td> </tr> </tbody> </table> <p>※出典：農林水産統計（R4 は速報値）</p>		項目		H30	R 元	R2	R3	R4	海面漁業 生産量	本県	259,031	290,796	302,213	299,686	271,000	全国	3,359,530	3,228,025	3,213,035	3,193,785	2,893,700	海面養殖 収穫量	本県	陸上養殖でアワビ等が数トン程度					全国	1,004,871	913,775	970,081	926,641	910,900
項目		H30	R 元	R2	R3	R4																												
海面漁業 生産量	本県	259,031	290,796	302,213	299,686	271,000																												
	全国	3,359,530	3,228,025	3,213,035	3,193,785	2,893,700																												
海面養殖 収穫量	本県	陸上養殖でアワビ等が数トン程度																																
	全国	1,004,871	913,775	970,081	926,641	910,900																												

④ 農林水産業の成長産業化

(3) 水産業の成長産業化

- ・ 養殖産業の創出と水産物のブランド化（水産物のブランド化）

漁政課

<p>現状と課題</p>	<p>&lt;現状&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 本県は、海面漁業生産量は全国2位、内水面漁業生産量は全国4位と、豊富な水産資源を背景に水産業が盛んに営まれている。</li> <li>○ 沿岸小型船漁業ではシラス、霞ヶ浦北浦の漁業においてはシラウオが主要な魚種となっており、全国トップレベルの漁獲量を誇っている。</li> <li>○ また、イセエビのように海洋環境の変化により近年漁獲量が増加している魚種もある。</li> </ul> <p>&lt;課題&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 本県の主力魚種であるシラス、シラウオは、全国平均の単価よりも低い価格で取引される場合があり、水産業の経営安定化のためには改善が求められる。</li> <li>○ 単価向上、消費拡大のためには、他県産と比較して選ばれる商品づくりが必要であることから、本県の独自性を打ち出したブランド化が求められる。</li> </ul>
<p>今後の取組方向</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 以下の3魚種について、本県産の特長及び県独自の技術により他産地と差別化を図りながらブランド化を推進していく。</li> </ul> <p>[令和5年度の取組]</p> <p>(1) イセエビ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県産水産物流通消費拡大事業（当初予算額 5,251千円）</li> </ul> <p>近年漁獲量が増加しているイセエビについて、県内の漁業者、加工業者、流通業者、飲食店等による検討会を立ち上げ、大型のものが多く獲れるという強みを活かしてブランド化を行うとともに、メニューフェアにより適正価格での取引と認知度向上を図る。(6月30日に「常陸乃国いせ海老」としてブランド発表)</p> <p>(2) シラス(加工品)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 県産シラス競争力強化対策事業（当初予算額 9,988千円）</li> </ul> <p>沿岸小型船漁業の主力であるシラスについて、水産試験場が指導する「低温維持管理」を軸に本県独自のブランド基準を設け、高級百貨店で販売できる加工品の開発を目指す。</p> <p>(3) シラウオ(加工品)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 霞ヶ浦北浦産シラウオトップブランド化事業（当初予算額 5,000千円）</li> </ul> <p>霞ヶ浦北浦の漁業における主要対象魚種であるシラウオについて、県と漁協の共同開発した漁獲直後の透明感と食感を維持できる技術を使用したトップブランド品の開発を目指す。</p>

<参考>これまでの取組と成果

○ 主力3魚種の漁獲量推移

・イセエビ

(単位：トン)

年	H29	H30	R1	R2	R3
漁獲量	8	18	24	30	58
全国順位	15	12	10	10	6

・シラス

(単位：トン)

年	H29	H30	R1	R2	R3
漁獲量	3,775	3,395	3,411	4,645	3,457
全国順位	4	4	4	4	5

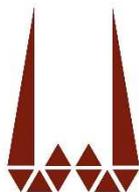
・シラウオ（霞ヶ浦北浦）

(単位：トン)

年	H29	H30	R1	R2	R3
漁獲量	211	176	161	187	152
全国順位	2	2	2	2	2

○ 「常陸乃国いせ海老」のブランド発表

- ・ 県内の漁業者、加工業者、流通業者、飲食店等で構成される「県産イセエビ消費拡大検討会」で試験流通等を通してブランド基準を設定。
- ・ 令和5年6月30日に検討会による知事表敬訪問を実施し、名称およびロゴマークを決定した。



常陸乃国いせ海老

HITACHINOKUNI ISEEBI

ブランド基準

・スタンダード基準

サイズ：600g以上  
 美しさ：触角・眼が揃い見栄えがするもの  
 荷姿：活魚または冷凍

・プレミアム基準 ※数量限定

サイズ：1.0kg以上  
 美しさ：触角・眼が揃い見栄えがするもの  
 荷姿：活魚のみ