

青山浩子委員 意見書

【ニーズに即した農業生産について】

- 消費者の食べ方が外食であったり中食であったりと変わってきていることを考えていく必要がある。
- 野菜の6割は、外食産業で使われており、業界も国内産を求めているが、ニーズに合った供給が国内農業にはできていないという課題がある。
- 一般的に市場流通に強い産地は、外食・中食産業への直接的な売り込みが弱い場合が多く、外食・中食産業が求める大玉のキャベツやレタスは、市場では売れないため、生産現場では市場に好まれるものを作っている。また、カット野菜工場では、玉ねぎは皮をむいた状態を仕入れたいが、国内ではその処理をするところがないため、ニーズに合う状態で流通している外国産を使わざるを得ないのが現状である。
- 産地が作りたいものと野菜の6割を占める外食・中食産業の求めるニーズとの開きがある中、ニーズに即した生産・販売ができれば、さらなる販路の拡大につながる。

【農産物等のブランド化について】

- 農産物では、「ブランド」という言葉を使いすぎていると思う。例えばレイ・ヴィトンでは何百年もかかってブランドを確立してきた。農産物がたかだか20～30年でブランド化するのは難しい。
- ブランドというネーミングだけなら、いくらでもあるが、本来のブランド化とは、定量・定時・定質・定価があって成り立つもの。
- ブランド化ではないかもしれないが、地元の外食レストランに県産農林水産物の提供を行政が支援し、その後、新たな取引が生まれるのであれば、ブランド化による販路拡大という、本来の目的は達成している。

【6次産業化について】

- 6次産業化は、定義がバラバラなので、いろいろな意見があると思う。
- こうした中、自分なりに6次産業化の考え方を整理しているところ。
- 今までは、直売所、農家の加工所、農家レストランといった取組を6次化と意識せずにやってきた。これらの取組をまとめて6次産業化と定義するのであれば、商品や販売ルートなどはある程度確立されているし、加工業者が企業から農家に替わるだけなので市場規模が大きくなるものではない。
- 農林水産省の食料産業局長の話では、国が考えている6次産業化はこうした取組ではなく、例えば、大手企業と北海道が組んで、機能性食品や医薬品などを開発する新たな産業であるようだ。この取組は、今後、どうなっていくのかわからない。ただ、国は現段階では参考となる事例がないと言っている状況に

ある。

- 県としても新産業としての6次産業化と従来の取組の延長線上にある6次化の違いを分けて考えていくべきだと思う。
- ただし、6次化といった既存の取組を連携させることは、今までやってこなかったもので、個々の取組を連携させる人材を行政が発掘又は育成し、それぞれの取組をまとめて新たな販売手法を確立することで、農村地域の活性化につながっていくと思う。

【農林水産物等の輸出について】

- 農林水産物の輸出に本気で取り組むためには、多大な投資が必要であり、フランスやアメリカでは国策として農林水産物の輸出に多大な金額を投資している。日本で農林水産物の輸出を推進していくのであれば、国がJETROなどに支援し、輸出可能な農林水産物の産地や量、農薬の使用状況といった情報を一元管理して海外に情報発信できる体制を構築するとともに、海外での営業活動やニーズに即した商品開発などを展開していく必要がある。
- しかし、現在の体制は、国は都道府県や農家に丸投げ状態となっており、中途半端な推進では生鮮品の輸出は進まない。県で輸出を考えるなら、加工品なら可能性があるかと思う。
- ただし、仲卸の業者の中には、アジアの富裕層向けに「果物」や「米」を輸出できる可能性は高いとの意見もある。
- 都道府県レベルで農産物の輸出に成功している事例として、岩手県の「りんどう」が挙げられる。「りんどう」をオランダに輸出しており、オランダの国内シェアの6割を獲得している。さらに、ニュージーランドに苗を渡して、年間通じて出荷できる体制までできている。これは、日本でできる「りんどう」は背丈が高く、オランダではできないという背景があるため。ただし、輸送費が高く、農家の収入は国内市場と同じであり、今後付加価値を高めていくことが課題。

【多様な担い手の確保・育成について】

- 6次化などで消費者を相手にした農業を展開しているところは、後継者が多い傾向にある。
- 農業への企業参入については、企業の強みを生かし、成功する事例があれば、一気に加速すると思う。ただし、企業においても補助金ありきの農業参入になっている状態では、現実的には補助金がないとやっていけないものの、それが農業の体質強化につながるか疑問に思う。
- 若い農業者の育成は大事な視点。ベテランの農業者の中には、若手へ技術を伝承したいと考えている人が多く、こうした人を起用した若手への技術指導や、シェフやチェーン店の社長を呼んで利用する側のニーズを伝える勉強会を行政が支援していくことはよい取組だと思う。

- こうした取組は今までもやられていると思うが、品目横断的だったので、キャベツとかトマトなど、品目を絞った勉強会としていくことが重要。

【担い手への農地の集積について】

- 現在、国が検討を進めている「県農地中間管理機構（仮称）」は、現場取材をしていると、「使えない農地」はどこがやっても一緒なので、うまくいかないとの意見が多い。
- 国の動きを踏まえ、「県農地中間管理機構（仮称）」に県独自の手法を加える形で農地の集積を進めていくことが必要。

【その他（産地直売所について）】

- 産地直売所は、付加価値をつけやすい場所だと思う。韓国の農家が日本の直売所を視察した際、スーパーより高い畜産物がどんどん売れていくのを見て、日本は消費者に恵まれていると言っていた。
- レジャーも兼ねて直売所めぐりをしている人も多く、こうした消費者がより楽しめるよう、施設を充実させていくことで付加価値の高い農産物の販売が進むのではないかと思う。