

第15回都市経営セミナー

「次世代へつなぐ農林水産業 ー復興と競争力強化に向けてー」

議事概要

日 時：平成25年8月26日（水）13:00～17:00

開催場所：全国都市会館 3階 第1会議室

講師：門間 敏幸 東京農業大学教授、長谷川 俊輔 根室市長、片岡 聡一 総社市長、大泉一貫 宮城大学副学長、五日市 知香（株）パイロットフィッシュ商品開発コーディネーター、新妻 敬 いわき市農林水産部農政水産課 主任主査兼農業企画係長

事務局：（公財）日本都市センター（鳴田理事、佐藤副室長、清水研究員）

【基調講演：門間敏幸 東京農業大学教授「東日本大震災からの農業の復興と競争力強化の方向」】

○ 東京農業大学では、現在「東日本支援プロジェクト」を立ち上げ、震災復興に大学を挙げて取り組んでいる。具体的には、福島県相馬市を中心とする地域において、「地震、津波、放射能、風評、信頼喪失、担い手喪失」という「6重苦」に対して、これらの問題を解決することを通じて復興支援活動を実践している。

○ まず、地震・津波からの復興については（土壌改良などの取り組みで）新農業をめざすこと、放射能については5年で全ての農産物でのND（不検出）を目指すこと、風評・信頼喪失については汚染された農産物を福島から絶対に出さないようにすることなど、東京農大の実際の取り組みを踏まえてご紹介をいただいた。

○ また、日本農業の競争力強化についても、多様な担い手の育成、農地集積、高品質・低コスト化、6次産業化（農商工連携）、輸出促進などの方策が提示され、「（従来の現状維持志向の）守る農業から攻める農業への転換」が必要であり、その際には「安全・高品質・美味しい・美しいという日本農業の特徴」を生かすことが重要であることなどについてご説明をいただいた。

【事例報告：長谷川俊輔 根室市長「根室産水産物輸出プロジェクト～競争力強化に向けて～」】

○ 根室市では、市、水産加工業者、漁協などで構成する「根室市アジア圏輸出促進協議会」を設立し、根室産水産物の輸出促進に取り組んできた。その結果、同協議会は根室産サンマのベトナム輸出に近年成功してきており、地域雇用の確保にも貢献している。

○ このような取り組みが提起された背景には、実は「全国的な漁獲量の増加（供給量の増加）」と「消費者の魚離れ（需要の減退）」とが原因となり、日本国内では「魚価の低迷」が生じているという実情があった。サンマをはじめとする根室産水産物には新たな販路が求められていた。そこで、2010年3月に市から民間企業へ自前の国際ビジネスの取り組みが提起されたのである。

○ このような海外輸出の取り組みが成功した要因として、根室市長自身が根室産水産物のトップセールスの為たびたびベトナムに赴き関係を築いていったことや、長年ベトナムとつながりのある商社出身の民間人の全面的な協力が得られたこと、また、そうした官民一体の取組みがベトナム側に対して一定の信頼感を与えたことなどがある。市・輸出協議会・民間企業が協力して「地域商社」として活動する、独自の「根室方式」とも言うべきこれまでの取り組みについてご紹介をいただいた。

【事例報告：片岡聡一 総社市長「農業を得意政策に ～儲かる農業へ 総社市の挑戦～」】

- 総社市では、契約農家がつくった野菜を市が設立した野菜買付け会社が直接買い上げ、学校給食や地元スーパーでの販売を通じて地元市民に提供するという「地・食べ(ちたべ)」事業が推進されている。これにより、契約農家が増えており、「農家所得補償」と「地産地消」を市が政策として実現させている。
- このような施策を実現させるためには、市長自身が社長を務める会社を設立し野菜を買い取るのみならず、それらを地元の学校に給食として届けるのにも、地元のスーパーマーケットに流通させるのにも、業界団体や商社などとの調整や交渉が必要となり、大変なご苦労をされたとのことであった。
- このように国に任せきりではなく基礎自治体が業界団体や商社に対抗して『儲かる農業』のあり方を市民に示していくこと、また、市が計画的に農業をリードしていくことがこれからは重要ではないかといったことなどについて、市長ご自身のこれまでの取り組みを踏まえてご紹介をいただいた。

【パネルディスカッション 「次世代へつなぐ農林水産業－復興と競争力強化に向けて－」】

(1)大泉一貫 宮城大学副学長：「世界の英知を復興へプロジェクト」

- 東北は食糧基地という人がいるが、被災地では単に「震災前の状態に戻す」のではなく、将来を見据えた「創造的復興」が期待されている。従来から水産物・農産物については高付加価値化の余地が大きいとされており、持続可能な一次産業の確立こそが望まれている。そのためのヒントが欧州の一次産業国にある。「世界の英知を復興へ project」はそれを考え、実践するための取り組みである。
- 例えば、オランダは米国に次ぐ世界2位の農産物輸出国である。光度・温湿度や Co2 濃度など環境条件を人工的に制御する技術を駆使し、生産性の高い農業を実現している。そうした農業の近代化により生産性を高め持続的な産業として農業の可能性を切り開くことが、わが国でも考えられる。また、ノルウェーは世界2位の水産物輸出国である。漁船の大型化、水揚げ・加工作業の効率化、高度な養殖技術により成長を続けている。こうしたノルウェーからノウハウを学び持続可能な水産業への構造転換を図ることがわが国でも考えられる。
- 他方、日本とりわけ東北にとっては、稲作からの脱却が課題となっている。実際、わが国ではすでに、農業の中でも畜産と野菜作などの産出高が稲作を超えて伸びている。よって、これまでの稲作偏重の農業のあり方を見直し、野菜作・畑作・漁業・畜産などのさらなる振興を、わが国そして東北でははかるべきである。それに際して、オランダやノルウェーなど一次産業を振興する欧州諸国の経験やノウハウが役立つはずである。そのための取り組みを現在行っている。

(2)五日市 知香 (株)パイロットフィッシュ商品開発コーディネーター：「小さな力の商品開発」

- これまで、新商品企画・パッケージデザイン・商品名・広報・商品改良までトータル的な商品プロデュース、コーディネートを仕事として行ってきた。とりわけ零細事業者や過疎化で悩む地方を中心に、商品開発の支援の取り組みをこれまで行ってきた。
- 近年の取り組みに、岩手県山田町の『山田の牡蠣くん』、二戸市『大西ファーム ドライトマトのオリーブオイル漬け』などの商品がある。これらの商品もそうであるが、パッケージデザインの役割は「消費者に興味を持たせ、買いたいと思わせること」(＝〔この場合は〕美味しそうに見えること)である。その際、「魅力を一瞬で伝える」ことこそが肝要である。
- こうした商品開発のキーワードは「ユニーク」と「ストーリー」であり、これらこそが「商品価値を高める重要な要素」である。また、商品名のつけかたとして、「子供でも、高齢者の方でも覚えられる

名前」であることが大変重要である。さらに、商品名に「地名を入れる」こともまた、商品の価値や競争力を高めるうえでは非常に有効である（例えば、先述の岩手県山田町の『山田の牡蠣くん』など）。

（３）新妻 敬 いわき市 農林水産部農政水産課 主任主査：「見せる課の取組み等について」

○ これまで、いわき市では農林水産業および観光業における東日本大震災からの復興と、福島第一原発事故に伴う風評の払しょくを目指し、「いわき見える化プロジェクト」を展開してきた。また、昨年10月には「いわき市 見せる課」が開設され、農作物、海産物、観光などを対象に、放射性物質の検査結果、復興への取り組み、市民の様子等について、ラジオ、新聞、テレビ、フェースブックなどで積極的にPR活動を行ってきている。

○ ほかに、いわき市では記者発表会や現地視察会、首都圏での水産物（サンマなど）の試食会、いわき市を巡るバスツアーなども行ってきている。これらにより、正確な情報の提供と信頼の回復につとめてきている。

○ 風評の払拭のためには、こうした取り組みの基本として「まずは正しい情報をわかりやすく伝えること」こそが肝要である。なぜなら、（例えばいわき産の農産物等について）「とりあえずよくわからないので敬遠しておこう」という人々の判断の背後には、「正しい情報が得られない」「判断材料が不足している」といった事情があるためである。

（４）パネルディスカッション 「次世代へつなぐ農林水産業－復興と競争力強化に向けて－」

※講師全員による

○ 被災地の農林水産業の復興のためにも、わが国の農林水産業には多様な形で競争力の強化が求められてきている。例えば、コスト削減による「価格競争力」のみならず、都市圏に向けた効果的なマーケティング戦略、輸出や直売所等による独自の販路の拡大、6次産業化、広報戦略、品質向上による差別化など、農林水産業の競争力強化と言っても、多様な方法が考えられる。また、（事業者の経営努力を超える部分についての）「所得補償」や、今年度中に設立が予定されている「農林漁業ファンド」もまた、事業者の経営基盤強化のために役立つ可能性がある。

○ アジア圏へのサンマの輸出戦略ということ言えば、まずは「根室のサンマがいいものだ」ということを知っていただくことが差別化につながる。そのため、そこに力を入れた。東南アジア諸国は経済成長が著しく、富裕層も非常に増えているので日本の価格でも十分に買える層が増えてきている。ベトナムへ売り込みをかけるのに、メディアを活用したPRとともに、根室産サンマの刺身、握り寿司、塩焼きなどを現地で実際に食べてもらい、「根室のサンマがいいもの」であることをPRした。また、根室とベトナムの関係者が両国を行き来した結果、人脈ができて信頼感も増しバイヤーも増えてきている。

○ 農業の中でも明らかに「儲からないところ」がある。そういうところを今後どう面倒をみていくかという点についてルール作りがそろそろ必要ではないか。そういうところでも「儲かるシステム」を農業でも（福祉的に）作っていくことが大事ではないか。その意味で、実は基礎自治体にも重要な役割が果たせるのではないか。

○ 商品の情報発信や広告について言えば、いきなり全国紙や全国放送のテレビに取り上げてもらうよりも、まずは地元のマスコミ（地方新聞や地方誌など）を利用することを考えた方がいいのではないか。そのほうがコストもかからず、（一過性ではなく）継続性もあるので、長い眼で見るといいように思う。

○ 国の施策については、漁業は農業に比べたらほとんど補償がないことや、魚離れが進んでいること

など不十分な点も見られる。こうした点について、今後国の対応に改善がなされることが望まれる。

(文責：事務局)