

日本都市センターブックレット

No. 34

次世代へつなぐ農林水産業 —復興と競争力強化に向けて—

第15回 都市経営セミナー



発行者：公益財団法人 日本都市センター

無断転載、複製および転訳載を禁止します。引用の際は本書（稿）が出典であることを必ず明記してください。

This book is copyrighted and may not be copied or duplicated in any manner including printed or electronic media, regardless of whether for a fee or gratis without the prior written permission of the authors and Japan Center for Cities. Any quotation from this article requires indication of the source.

日本都市センターブックレット

No.34

次世代へつなぐ農林水産業 —復興と競争力強化に向けて—

第15回 都市経営セミナー



公益財団法人 日本都市センター

はしがき

東日本大震災により、東北地方の農林水産業は甚大な被害を受けました。これまでもわが国の農林水産業は担い手の高齢化や減少、所得（農業所得、漁業所得）の減少など構造的な問題を抱えてきましたが、震災発生以降はがれきの除去や除塩による農地の復旧、漁港や水産加工施設の復旧などの問題も加わり、震災復興に向け被災地では懸命な努力が続けられているものの、いまだ課題は山積しています。他方、政府は環太平洋パートナーシップ（TPP）協定に向けた交渉への参加とともに、農産物や水産物、食品の輸出拡大や担い手支援などを柱とする「攻めの農林水産業」の方針を打ち出しており、今後はこの分野の競争力の強化に向け6次産業化や生産現場の強化といった取組みがより一層重要となってくるとしています。わが国の農林水産業の復興と競争力強化は、具体的にどのようにすれば可能でしょうか。また、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はその競争力をどのようにして高めていくことができるでしょうか。

このブックレットは、「次世代へつなぐ農林水産業—復興と競争力強化に向けて—」をテーマに、(公財)日本都市センターが全国の都市自治体関係者を対象として開催した、第15回都市経営セミナー（平成25年8月26日実施）での基調講演、事例報告及びパネルディスカッションの内容を取りまとめたものです。都市自治体や大学による農林水産業の復興や競争力強化に向けた取組みについて、先進事例を紹介しつつ今後の可能性を展望しています。

セミナーでは、参加者は市長、市議会議員、自治体職員など約100名に及び、提言や議論に聞き入っていました。

基調講演をいただいた東京農業大学教授・門間敏幸氏、事例報告をいただいた長谷川俊輔・根室市長、片岡聡一・総社市長、また、パネルディスカッションのコーディネーターを務めていただいた宮城大学副学長・大泉一貫氏をはじめ、パネリストの株式会社パイロットフィッシュ代表

取締役・五日市知香氏、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・新妻敬氏、セミナーにご参加になった皆様、さらにはご協力、ご支援を賜りました全国市長会および公益社団法人全国市有物件災害共済会に改めてお礼を申し上げます。あわせて、本書が全国の自治体関係者はもとより、広く関係各位にも活用されることを期待いたします。

2014年3月

公益財団法人日本都市センター 研究室

目次

はしがき

エグゼクティブ・サマリー	1
--------------	---

基調講演

「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 国際食料情報学部国際バイオビジネス学科 教授 門間 敏幸

はじめに	8
1. 東京農大の取組み	10
2. 相馬市について	11
3. 津波被害を受けた農地の復興	14
4. 担い手の育成	16
5. 放射能汚染問題への対応	19
6. 風評被害について	24
7. 今後の農業経営	27
8. 農商工連携、6次産業化について	30

事例報告1

「根室産水産物輸出プロジェクト～競争力強化に向けて～」

根室市長・全国市長会水産都市協議会会長 長谷川 俊 輔

1. 根室市の現状	34
2. 輸出プロジェクトについて	37
3. サンマの海外輸出の取組み	40
4. ベトナム商工会議所との連携	44
5. 外食産業、富裕層へのアプローチについて	45
6. 直接貿易と独自の販路開拓について	47
7. 官民で取り組む「根室方式」	50
8. 他産地との競争、環境整備	50
まとめ	53

事例報告 2

「農業を得意政策に ～儲かる農業へ 総社市の挑戦～」

総社市長・全国市長会評議員 片岡 聡 一

はじめに	56
1. 日本の課題	58
2. 日本の農業の現状	59
3. 総社市の取組み	60

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―」

■コーディネーター

宮城大学副学長 大泉 一貫

■パネリスト

株式会社パイロットフィッシュ代表取締役・商品開発コーディネーター

五日市 知香

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 新妻 敬

東京農業大学 国際食料情報学部国際バイオビジネス学科 教授

門間 敏幸

根室市長・全国市長会水産都市協議会会長 長谷川 俊輔

総社市長・全国市長会評議員 片岡 聡 一

1. パネリスト報告 大泉 一貫「世界の英知を復興へプロジェクト」	67
2. パネリスト報告 五日市 知香「小さな力の商品開発」	83
3. パネリスト報告 新妻 敬「見せる課の取組みについて」	91
4. パネルディスカッション	100
講師プロフィール	120

エグゼクティブ・サマリー

【基調講演】「東日本大震災からの農業の復興と競争力強化の方向」

門 間 敏 幸 東京農業大学教授

- 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1】「根室産水産物輸出プロジェクト～競争力強化に向けて～」

長谷川 俊 輔 根室市長

- 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り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2】「農業を得意政策に ～儲かる農業へ 総社市の挑戦～」

片岡 聡 一 総社市長

- 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、大変なご苦勞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－」

【パネリスト報告1】「世界の英知を復興へプロジェクト」

大 泉 一 貫 宮城大学副学長

- 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。

【パネリスト報告2】「小さな力の商品開発」

- 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
- 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の商品プロデュース、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)。

【パネリスト報告3】「見せる課の取組みについて」

- 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
- 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。
 - ほかにも、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

- 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。
- (例えば)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、根室市の取り組みではそこに力を入れた。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

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は、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。

「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 国際食料情報学部国際バイオビジネス学科 教授
門間 敏幸



基調講演

基調講演「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 国際食料情報学部国際バイオビジネス学科 教授 門間 敏幸



はじめに

東京農業大学の門間です。今回は市町村関係の皆さんの前で我々の取組みを報告することができ、非常に楽しみにしております。講演テーマは、「東日本大震災からの農業の復興」と「農業の競争力強化の方向」という2つの大きなテーマをいただきました。どこまで十分なお話ができるかどうか不安ですが、精一杯努めさせていただきます。

まずはじめに、この2つのテーマに対する私の基本的な考え方を整理しておく。

<震災復興について>

東京農大は東日本大震災直後の2011年5月から福島県相馬市に入り、大学を挙げて震災復興に取り組んできている。なぜ特定の町村の支援を選択したのか？その理由は、1つの町村の復興に専念することによって、多様な問題が明らかになるからである。1つの地域の問題解決を徹底的にやることで、多くの市町村に共通の解決策を提供できる。なぜ相馬市を選んだのか？ 今回の東日本大震災からの復興は、基本的に「津波からの復興」と「放射能汚染からの復興」が2つの大きなテーマであり、この問題に同時に取り組める地域はそう多くはない。具体的には、福島県の被害地域では我々が6重苦と呼んでいる、地震、津波、放射線、風評、信頼喪失、それと担い手の喪失という問題があり、それらを解決しなければいけない。これらの問題を単独ではなく、トータルに解決できる方法・技術を開発する必要がある。

津波被害の克服も大きな課題ではあるが、実際には2、3年が勝負で、5年かければある程度の目処はつくというのが、我々の共通認識である。ただし、放射能は半世紀にわたる戦いである。セシウム137の半減期は30年であり、完全になくなるには100年以上かかる。こうした状況の中で地域の復興に取り組んでいかねばならない。

また、福島県の農業の復興を大きく妨げている放射能汚染に関する風評被害を克服するためには、通常放射能検出器では検出されないレベルまで、放射性物質のレベルを落とした農産物を提供しなければ、信頼回復はなかなかできない。目標は、そのための技術開発と仕組みづくりである。風評、信頼喪失への対策も2、3年が勝負である。いかに信頼を回復するかが問われている。

一方、担い手の問題は毎年が勝負である。復興が遅れば担い手はどんどん失われていくので、毎年、担い手に希望が持てる技術や政策を出していかなければいけない。

＜日本農業の競争力強化の方向＞

今後の日本の農業は、放っておいても担い手がいなくなる。重要なのは、担い手が減っていく中で、農業をビジネスとしてやろうという担い手育成の仕組みづくりである。法人経営や集落営農など、それぞれの地域の特徴に応じた多様な形になるだろう。しかし、どのような形にしる、地域を支える人々をどう確保するかが重要である。

人間は現状維持に傾いてしまいがちだが、今の農業に関していえば、「守る農業」から「攻める農業」を展開しないと TPP の問題もあり展望が見えなくなってしまうだろう。日本の農業の特徴である安全、高品質、おいしい、美しい農産物をどのように世界に向けて発信・輸出していくのか。日本農業にイノベーションが求められている。高品質と低コストの両立を目指していかなければならない。低コストだから品質が悪い、高品質だから高くていいという話にはならない。相反するものを同時に実現することが求められる。

ビジネスとしての農業は、事業をどう多角化するのか、同時にリスクの分散をどう図るかが重要である。農産物の輸出の取組み、あるいは加工型農業や6次産業化、農商工連携が必要とされる。単なるものづくりを超えて、世界の人たちが農業の観光に来るように、交流型の農業をつくっていく。マーケットインとストーリー性を持った商品開発が、日本農業の競争力強化の中で重要なポイントになっていくだろう。これをどう推し進めていくかが問われてくる。

1. 東京農大の取組み

東京農大は東日本大震災の支援プロジェクトになぜ参加したのか。実は本学の1,500名の学生が今回の震災で被災している。全学生のうち約15%の学生が、被災地から東京農大に入学している、あるいは新たに入学する。教員の中から自然発生的に、こうした学生たちに対する責任を

果たすためにも、被災地の復興に取り組むべきとの声が上がった。加えて東京農大は、現場の問題を解決できる科学技術の開発と実践を教育理念としており、こうした実学を実践する意味でも復興支援は、大学の重要な使命であると判断した。

相馬を選定した理由はいくつかあるが、基本的には津波と放射能からの復興問題を同時に扱えることと、作付制限をしていないから、我々が開発した技術が現場で活用される可能性があるかと判断したからである。立ち入り禁止区域であったり、作付制限をしていると、開発した復興支援技術の普及ができないので、そういう条件からも相馬市がベストであった。

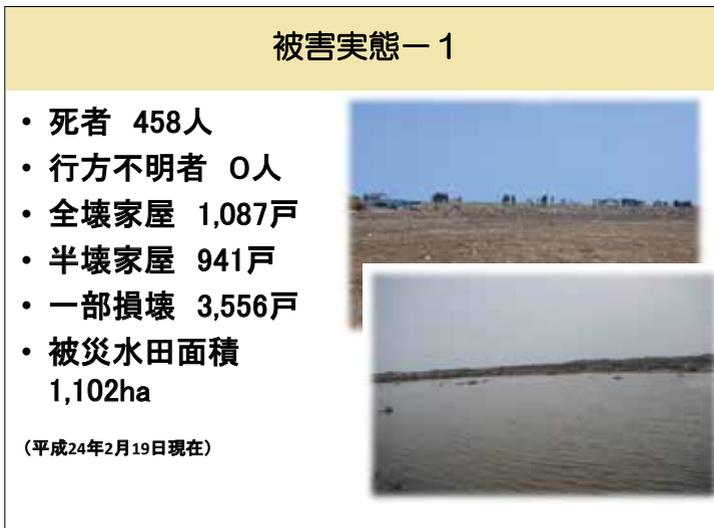
では、実際にどういう取組みをしているか。研究者には研究の素材、材料を求めて被災地に入る人たちも結構いる。一方、我々は現地からの問題解決の要請に従って、活動を展開することになっている。「こういう問題を解決してください」と要請があったときにはじめて出勤して、問題を解決していく。それを迅速に行えるように、あらかじめ8つのチームを設定している。「農業経営」、「風評被害」、「農地復元」、「土壌肥料」、「作物・栽培」、「森林復元」、「栄養改善セラピー」、「コミュニティ再建」のチームがある。

2. 相馬市について

相馬市では、死者・行方不明者を合わせると約500名の方々が亡くなられた。全壊家屋、半壊家屋も膨大で、津波をかぶった農地が1,000ヘクタールあり、大体市内の農地面積の3分の1は津波をかぶった（図表1-1参照）。

（図表1-2）は、2011年5月1日に現地に入ったときの状況である。

(図表1 - 1)



(図表1 - 2)



瓦れきが散乱し、ほとんど海岸の集落は壊滅していた。田んぼには海水が入り、海のような状態になっていた。

我々が現地にも初めに入ったとき、「復興はできないのでは」というのが正直な感想だった。田んぼはヘドロで覆われて、乾燥するとひび割れてくるという状況になっていた（図表1-3）。

（図表1-3）



こうした中で緊急課題にまずなったのは、津波で覆われた1,000ヘクタールの水田をどう復元するかであった。40センチ近く地盤が沈下した水田を本当に復元できるのかという問題もあった。それから地震、津波、放射線被害、風評のダメージを受けた農家の人たちが、本当に立ち直ってくれるのか。どのような営農を新たにつくっていく必要があるのか。このような大きな問題にぶち当たった。

3. 津波被害を受けた農地の復興

復興支援は「何年後」ではなく、「すぐ成果を出す」必要があった。常に何かに取り組み、成果を出し、他の地域にも広がる仕組みを作っていかなければいけない。できるものから確実に、点から面に広げる形で、現在までやってきた。津波が運んできたヘドロが、1,000ヘクタールの水田に、大体10センチから30センチぐらい堆積していた。これを取り除くのか、そのまま攪拌するのが最初の問題であった。すぐに土壌分析を行い、多分15センチ以内ならば攪拌しても大丈夫という結論になった。むしろ津波がいろいろな微量要素を運んできたので、逆に作土にとって良好な結果をもたらすだろうということ、すぐに地域の方々にお知らせした。

津波で被災したいちごハウスを復興させようと取り組んだところ、ほぼ1年でイチゴが収穫できた。表面の大きな瓦れきを取り除いても、家屋の破片やコンクリート、木くずなど、細かなものが水田の中にかくさん入っている。これらの除去が翌年の課題であった。農機会社とタイアップして取り除く方法を開発し、デモンストレーションをした上で、農家の人にやってもらった。

津波で大きな被害を受けた水田の復旧は、「相馬方式」あるいは「農大方式」と呼ばれる方法で復興した（図表1-4）。実際に1.7ヘクタールの水田を農家から借りて、農家と一緒に農大が開発した技術を入れて実施した。幸い、通常よりも多くの収量があった。放射性物質からの安全性をゲルマニウム型半導体検出器で確認し、「そうま復興米」としていろいろなイベントで販売し、復興の成果をPRした。

平成25年度はもっと面積を広げ、甚大な被害を受けた水田50ヘクタールを農大方式で復興した。転炉スラグという製鉄の過程で出るスラグを酸性土壌改良資材として使うので、新日鉄住金に寄附をしてもらった。来年はそれを200ヘクタールで実施するために、県の事業にのせようとしている。

(図表 1 - 4)

水田の復興支援シナリオ（農大方式）

- ★ 津波土砂を水田作土と**混層**する（重金属・有害物質なし、多くの微量元素が含まれる）。
- ★ 雨水による**除塩**を行う。
- ★ 弾丸暗渠耕による透水性の改善。
- ★ 混層作土のECが0.5mS/cm程度以下になれば、**転炉スラグ**を200kg/10a施用する。
- ★ 用排水設備が復旧すれば、
 - ☆ 代かきによる除塩を行う。
 - ☆ 来春には、水稻を作付ける。
- ★ 用排水設備の復旧が遅れたら、
 - ☆ 雨水による除塩を行う。
 - ☆ ソルゴー・ミレット・ヒマワリなどの緑肥作物を作付け、鋤き込む。2013年春から、水稻・大豆など換金作物を作付ける。

土壤肥料班：後藤教授作成資料

(図表 1 - 5)

土壤肥料チーム（新日鉄住金と連携）

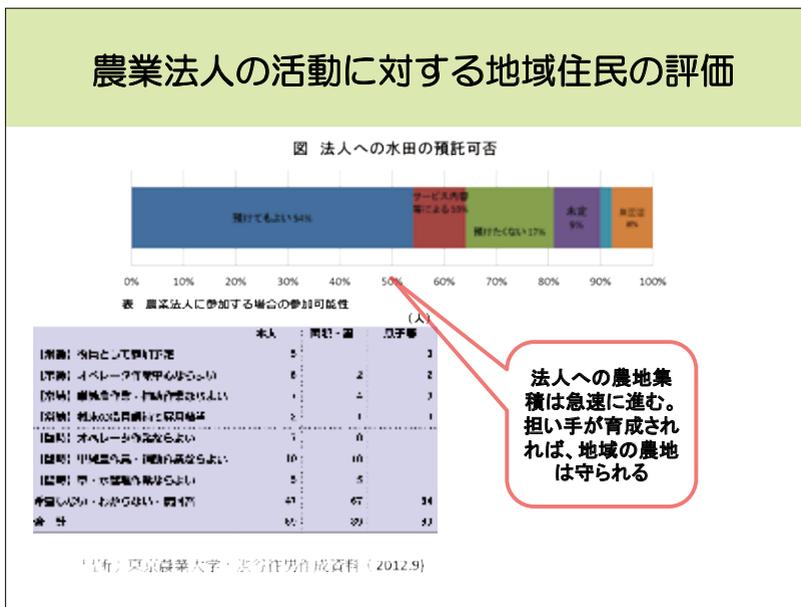
- ・平成24年度－**転炉スラグ**を活用した水稻生産の実証（1.7ha）
- ・平成25年度－**50ha**の被害水田で実証

技術的な話になるが、農大方式は非常に単純である。まず作土と津波土砂を混層し、雨水によって除塩をする。それから弾丸暗渠耕を入れて透水性を改善する。そしてECが下がれば今度は転炉スラグを使って、酸性改良をする。土壌はこれでほぼ大丈夫だろうと考えている。(図表1-5)は転炉スラグを散布しているところである。こうしてできた米が「そうま復興米」である。

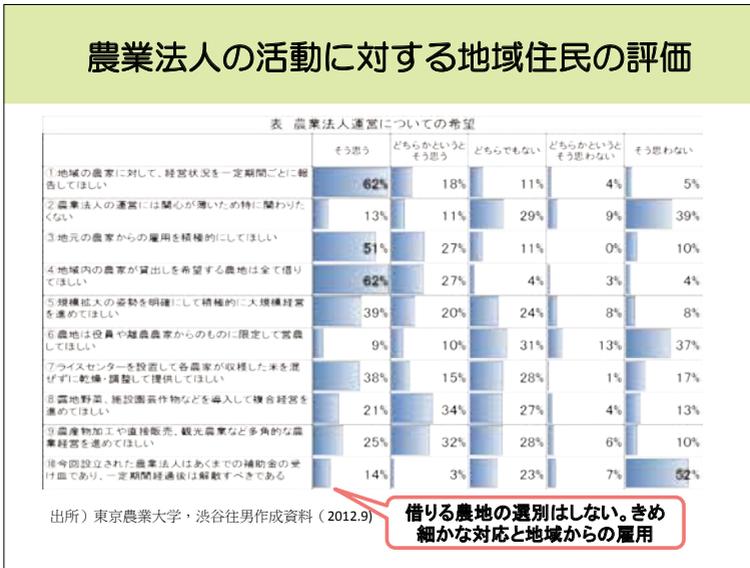
4. 担手の育成

津波を受けた地域の担手をどうするかについて緊急調査を行い、担手が今どのような意識を持っているかを調べた(図表1-6、7、8参照)。

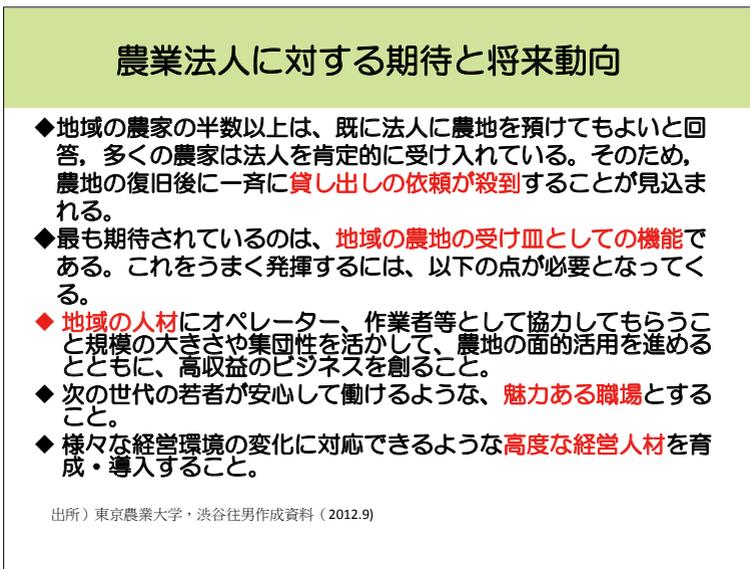
(図表1-6)



(図表 1 - 7)



(図表 1 - 8)



平成 24 年度は法人化して、特定の担い手に地域農業を支えてもらう取組みである。その法人の経営を安定させるため、6次産業化の取組みや法人の設立支援を行っている（図表1－9）。

その結果、津波被害地域で農業の復興を妨げる最大の理由は、農業機械が津波で流されてしまったことがわかった。そのため、相馬市には農業機械の早急な整備をお願いした。市は農業機械整備の支援をする様々な事業を調べ、クロネコヤマトのヤマト財団に申請し、3億円の農業機械の整備予算を確保した。それから復興庁の農機具リース事業にのせ、すべて農業機械を市が整備し、法人など担い手の受け入れ体制を組織的につくったところに、市からそれらが無償で貸し出す体制をつくった。現在4つの農業法人と集落営農組合に農業機械が貸し出され、営農再開を加速化させている。

法人経営の調査をしてわかったのは、法人の設立によって急速に農地

（図表1－9）

農業法人の設立と活動支援

<農業法人設立による復興活動支援>

- ①経営チームでは、相馬市における農業法人設立の可能性を地域の代表者に対するヒアリング調査で把握。その結果、地域の実情に応じて**農業法人**、**集落農業法人**、**集落営農**を選択することが望ましいことを判断して提案。
- ②先行して結成された農業法人（合同会社飯豊ファーム）の活動を支援するため、地域の農家の評価、農地集積の可能性、今後の活動展開に関わる合意形成の方法を明らかにするための調査を、地域の利害関係農家を対象に実施して現地報告。
- ③飯豊ファームの今後の**6次産業化**に関する活動を検討するため、先進地視察（大豆加工をテーマ）を企画して実施。

の集積が進むということである。調査結果から、法人設立によって100ヘクタール規模の経営が短時間で実現できる可能性がわかった。しかし、こうした大規模経営の管理運営に関するノウハウは全くないため、今後は経営のサポートが重要になる。

5. 放射能汚染問題への対応

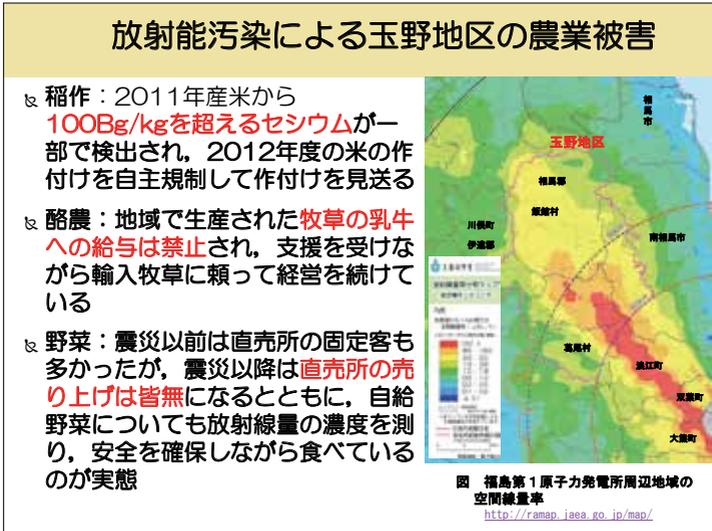
放射性物質、放射能汚染の問題については、「農地・農業の復興」と「森林の復興」の二つに分け、対応をしている。

まず農地・農業の復興では、放射能モニタリングシステムを開発した。これにより地域の復興を確かなものにする。福島県の農業が復興するためには、作付制限をしないこと、安全な農産物を出し続けること、風評被害を克服することと農家の意欲を高めることである。この4つの施策を展開しなければならない。その際、最も基本になるのが、農地における放射性物質のモニタリングシステムであると我々は考えている。

今まで放射性物質は、大体メッシュ単位で測定していた。地域をメッシュで区切って、それぞれそのメッシュの1か所ないし2か所を測定するのが一般的であった。しかし、実際の復興ではそれを農地の1筆単位でやらなければ、ほとんど意味をなさない。それゆえ、我々は農地1筆単位で、モニタリングを実施している。環境省等がやっている放射能対策は、空間線量を下げて人々の健康のダメージをコントロールするということである。しかし、農業の復興においては、各土壌にどのくらいの放射性物質が堆積しているかが重要である。除染や作物への放射性物質の吸収抑制をすれば、どのくらい効果が出るのか。あるいは作物によってどう違うのかをすべて明らかにしなければいけない。

放射能汚染からの復興支援の対象地とした相馬市の玉野地区は飯舘村と隣接しており、市では唯一避難するか否かを検討した放射線量が高い地域である（図表1-10参照）。実際にここで空間の放射線量、土壤の

(図表 1 - 10)



放射性物質濃度、作付け作物、土壌診断などのいろいろな調査を行い、646筆、123ヘクタールの全圃場のデータをとった（図表1-11参照）。データベースを作り、現在の状況や除染の方法、それから除染後に作物を生産した場合の放射能の吸収移行が判断できるようにした。

調査から明らかになったのは、空間線量を下げるのは至難の技だということである。空間線量を現在の2分の1に下げるといふ除染目標を立てても、実際に放射能汚染地域でそこまで下げるのは不可能に近い。周りが全部山林に覆われ、そこから放射性物質が来るので、空間線量は下がらない（図表1-12参照）。

(図表1 - 11)

調査圃場数・面積						
⊗ 調査圃場数・面積：646筆，123ha						
⊗ 水田：34ha						
⊗ 畑：36ha						
⊗ 牧草地：52ha						
表 地目別の調査圃場数と面積						
		地区全体	東玉野	西玉野	副霊山	霊山
調査農地	圃場数(筆)	646	167	320	103	56
	面積(ha)	122.5	35.8	46.1	33.7	6.9
水田	圃場数(筆)	263	92	161	2	8
	面積(ha)	33.9	13.9	18.9	0.1	1.1
畑	圃場数(筆)	278	65	136	41	36
	面積(ha)	36.2	19.0	11.8	3.1	2.3
牧草地	圃場数(筆)	105	10	23	60	12
	面積(ha)	52.4	2.8	15.4	30.6	3.5

(図表1 - 12)

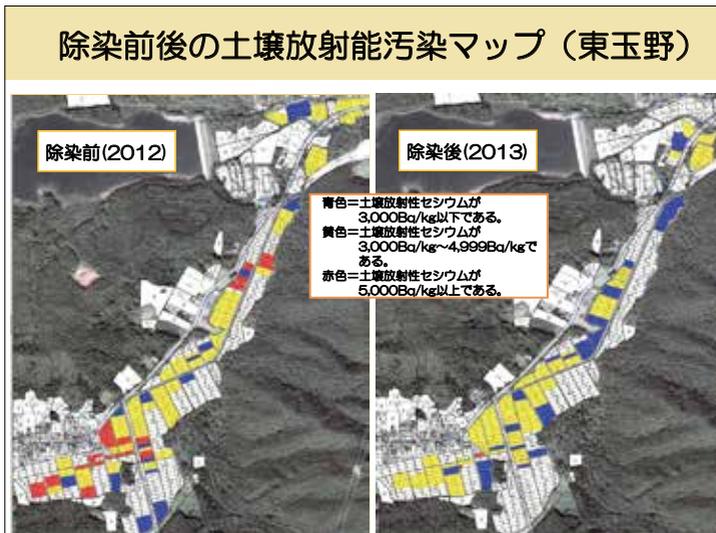
空間線量・土壌放射能汚染の実態と除染効果					
<空間線量>		<水田土壌の放射性物質濃度>			
⊗ 除染で若干低下		⊗ 水田：除染で約1,000Bq/kg程度低下			
⊗ 劇的な低下は認められず					
地区別の空間線量と土壌放射性物質濃度					
2012年度	空間線量 (μ SV/h)	土壌放射性物質濃度(Bq/kg)			
		0~5cm		5~10cm	
東玉野	0.83	4,050		3,312	
西玉野	1.01	5,576		2,423	
2013年度	空間線量 (μ SV/h)	土壌放射性物質濃度(Bq/kg)			
		Cs合計	Cs-137	Cs-134	K-40
東玉野	0.73	3,213	2,069	1,144	799
西玉野	0.86	4,107	2,651	1,456	1,010
出所：調査結果より作成					

汚染された土壌を除去しなくても、ある程度深く耕す、あるいは吸収抑制資材を活用することで、放射性物質の濃度の削減と作物への吸収抑制をすることが通常はできる。

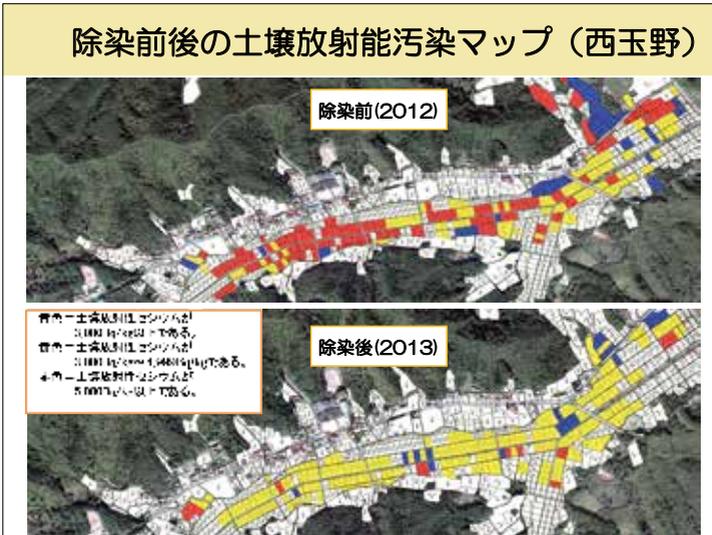
(図表1-13、1-14)は、実際に1筆ごとに放射性物質の濃度を色づけしマップに落とし込んだものである。左側(上側)が除染前、右側(下側)が除染後であり、赤いほど放射性物質が存在しているということである。

赤は5,000ベクレル/キログラム以上あるが、これは除染によってかなり下がってくる。このデータを見れば、農家は自分の田んぼの除染効果を認識することができる。このデータに基づいて除染を行い、これらの水田で今年度は作付けができた。今、農家にお願ひし、圃場1枚ごとに1キロずつ米を収穫させてもらひ、米にどれだけセシウムが移行したかを圃場1枚ごとに明らかにしている。その上で、安全かどうかを検査し、データを農家に提供したいと考えている。

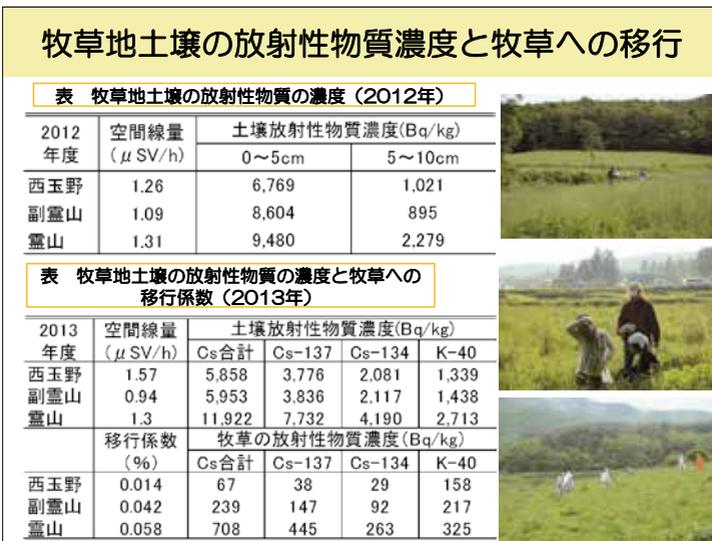
(図表1-13)



(図表 1 - 14)



(図表 1 - 15)



放射能汚染が最も深刻なのは、牧草地である（図表1 - 15 参照）。牧草地は永年牧草を播種しているため耕すことができない。現在は、牧草地の表土を剥ぐ除染作業をしているが、これに大変なお金がかかる。8軒の専業酪農家がいる、その全ての牧草地の除染に大体10億円の予算がかかる。しかし、除染をしたとしても、そこでできた牧草が本当に安全かどうか酪農家は大変心配している。我々の測定では、除染をすれば土壌の放射性物質の濃度は10分の1以下になる。

しかし、除染した牧草地で新たに栽培した牧草にどの程度放射性セシウムが移行するかは、地域・土壌、施肥の状態によって全く違う。牧草が生育した時点で、放射性物質濃度を慎重に測定し、牛に給与するかどうかを判断しなければならない（図表1 - 15 参照）。

6. 風評被害について

風評をどう評価をし、どのような対策をとるべきか否かを判断するための調査を継続的に実施している（図表1 - 16 参照）。

（図表1 - 16）

年次別の消費者調査の実施状況

<平成23年度>
①放射能に汚染された農産物が発見された福島県会津地方、神奈川県足柄地方の農産物直売所利用者の判断（各直売所で200名を調査）

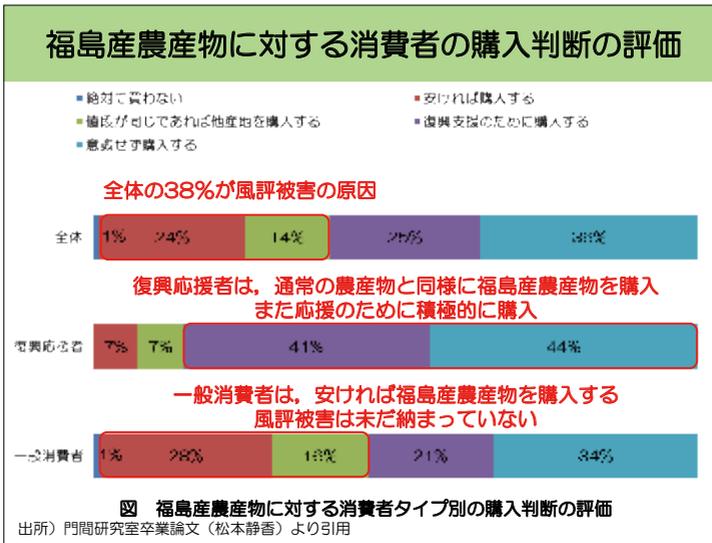
<平成24年度>
①福島県復興応援イベント来場者の食品に対する安全性意識の評価（東京ミッドタウンで48名調査）
②一般の農業イベント参加者の食品に対する安全性意識の評価（約200名を調査）

<平成25年度>
①消費者の食品に対する安全性意識の評価に対する調査の持続



サンプル的ではあるが、我々の調査から分かるのは、一般の消費者のうち風評被害としてあらわれているのは、38%ぐらいである。福島産農産物を絶対に買わない、安ければ購入する、値段が同じであれば他産地を購入する、こうした人の割合が38%である（図表1 - 17 参照）。

（図表1 - 17）

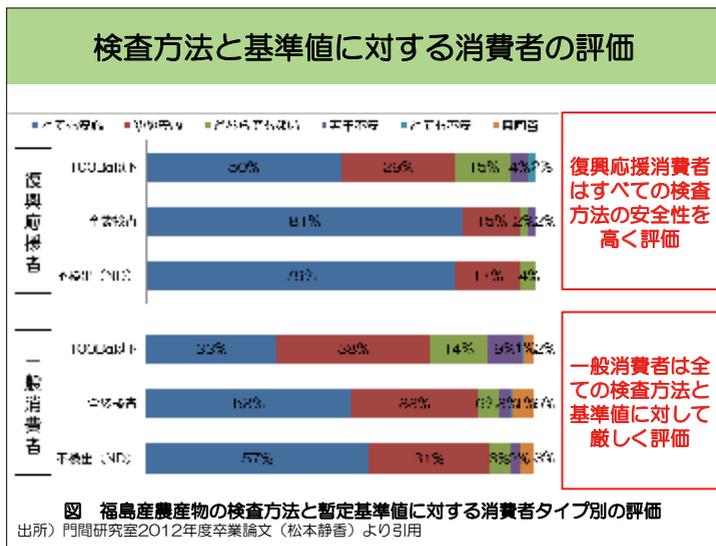


ただし、これについては一般の消費者と福島の農業を応援したいという人ではかなり評価が違う（図表1 - 17、18 参照）。応援してくれる人たちを積極的に掘り起こし、情報を提供していくことが、風評を封じ込める1つの方法である。

2011年時点では安全かどうか判断できないという人が、ほぼ5割に近い（図表1 - 19 参照）。つまり出回っている物が、安全かどうか分からないという人が5割ぐらいいる。これが2012年末には10%前後に減ってきている。ある程度、放射能に関する知識が広まり、自分なりの判断を下せるようになってきている。それでも1～2割ぐらいの人は不安で、

絶対福島産を購入しないという人たちがまだ存在する。これだけ厳しい検査をやっても、実際に福島産を忌避する人たちがいることを示している（図表1 - 17、18 参照）。

（図表1 - 18）

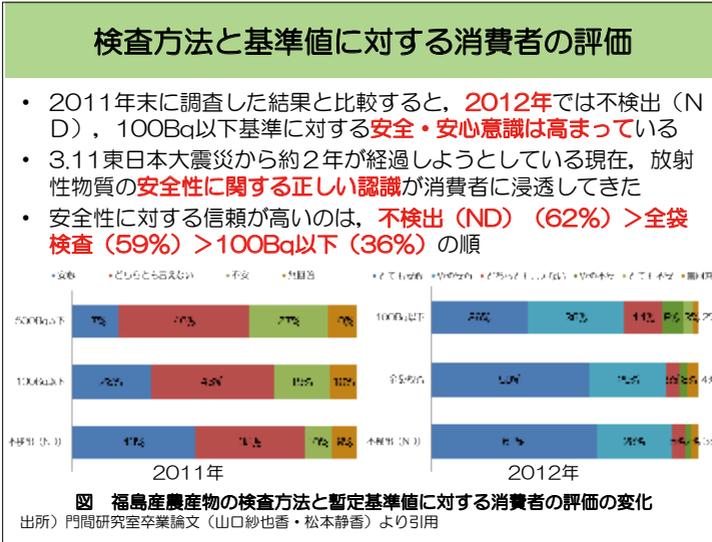


こうした層に安全だと思わせるのは実際には難しいと思う。怖いと思っている層に「怖くないと思ってください」と言っても、なかなか理解されない。それであれば、やはり7、8割の人たちに安全だと確実に認識してもらうことが重要である。放射能リスクに対する正しい情報の提供が非常に大切である。

風評被害を克服するためには、復興支援活動の持続的な展開と厳しい放射能検査による安全確認が必要である。一般の消費者は必ずしも放射能検査を詳しく知っているわけではない。実際にトレーサビリティを見るのは、5%ぐらいしかいない。しかし、それを実施しているか否かの違いは非常に大きい。風評被害の克服のためには、厳しい放射能検査

を肅々と実施することが重要だと調査結果から結論づけることができる。

(図表 1 - 19)



7. 今後の農業経営

震災地域における新たな生産・社会基盤創造の基本は、安心して生きる、人々と支え合って生活する、未来と向き合える、働く喜びや着実に復興を実感できることである。この仕組みをつくるために相馬市では、生活支援、健康支援を含めて様々な取組みをしている。

農業ではいち早くイチゴハウスを復興し、水耕栽培の施設を作り、観光客をもとに戻すことに成功している（図表 1 - 20）。また、ヤマト財団の援助を受けて機械を整備し、法人経営を構築し、これを中核として地域農業を再編成している（図表 1 - 21）。

我々の持論だが、放射能に汚染された地域は単なる除染ではなく、中

山間地域の基盤整備とあわせた除染をしない限り、膨大なお金を投入しても耕作放棄地が増えていくだけである。中山間地域の維持は、基盤整備をし、担い手に地域農業を支えてもらう仕組みをつくっていかねば駄目だと思う。

日本農業の競争力強化の方法についてであるが、TPPではいろいろな試算があるものの、設定する前提によって答えはいかようにでも出せる。あまり試算の影響を考えるのもどうかと思う。農業への影響は、プラス、マイナス双方を考える必要があるだろう。担い手については、海外と価格・品質で競争できる農家を支援する一方、農家のリタイア促進と経営資産の活用、海外輸出の展開、海外での農場経営、あるいは農業経営者の支援などが重要になっていくだろう。農業基盤をいかにつくっていくのか。これは中山間地域の基盤整備の問題や参加型・交流型の観光農業をどう育成するのかに関連する。

(図表1 - 20)

働く喜び・発展が実感できる地域づくり

＜津波被害地域の農業の復興－和田観光苺生産組合＞

- 迅速に復興可能であることを示す
- 風評被害の払拭と復興のシンボル



- ◆歴史：農家13戸で1988年に開園、100棟のビニールハウス、年間3万人が来場（総面積3ha）、相馬松川浦観光の拠点
- ◆津波被害で1.5haが壊滅、風評被害で価格も急落
- ◆被害が軽微な7戸の農家で再開しかし、放射性物質を恐れて客足はもどらず
- ◆相馬市が復興資金2億円で水耕栽培ハウス3棟、6,000m²を無償で貸与－観光客が次第に戻る。現在は、いちごの加工による経営の多角化、観光拠点作りに取り組んでいる。

相馬復興・観光のシンボルとして期待される和田観光苺生産組合の取り組み

(図表1 - 21)

働く喜び・発展が実感できる地域づくり

<津波被害地域の農業の復興—水田の復興>

◆津波で喪失した農業機械の整備と農業法人の結成支援



◆震災直後に東京農大は緊急被害調査を実施。津波被害からの復興では**農業機械の整備が不可欠**であることを相馬市に提言

◆相馬市は、**ヤマト福祉財団**が実施する「東日本大震災 生活・産業基盤復興再生募金」事業に応募し**トラクター18台、汎用コンバイン6台（3億円）**の支援を受けて農地・農業の復興に2012度から利用を開始

◆当該農業機械を活用する組織として**合同会社タイプの農業法人3社（飯豊ファーム、岩子ファーム、南飯洲ファーム）**を結成して地域農業復興の新たな担い手として位置づけた

	農業機械への支援 大	農業法人への支援 小
大	農業再開支援金 ・ トラクター18台 ・ 康復に活用	農業再開支援金 ・ 飯豊ファーム ・ 岩子ファーム ・ 南飯洲ファーム
小	農業再開支援金 ・ 農業再開支援金	農業再開支援金 ・ 農業再開支援金 ・ 農業再開支援金

農業機械の整備と農業法人の結成による地域農業の復興

コストの問題もある。コストをどう下げることが大きな課題である。TPP で米が無関税に近い状態で輸入されたとき、どのぐらいのコストで対応しなければいけないのかをある程度は見通す必要がある。コスト削減は成長の基本であろう。我々の調査によると、100ヘクタール規模の稲作経営であれば、60kg 当たり 8,000 円ぐらいで生産は可能である。コスト削減の努力で対応できない部分は、付加価値を付けることで対応する必要がある。

農業でもサラリーマンと同じように、「本給」の確保と「ボーナス」の支給が重要になるだろう。水田作であれば米をつくることで、どれだけ所得を得られるか。コスト削減、品質向上、マーケティングによる所得確保のためのビジネスモデルを作り上げる必要がある。それらの努力を超える部分については、所得補償を政策的に展開しなければいけない。「本給」を維持すれば、次は「ボーナス」である。そのためには経営の多角化が必要となり、6次産業化あるいは農商工連携、及び輸出が戦略

の1つの方向になる。また、保有する資産を活用したボーナス確保も重要であろう。例えば、作業の受託やコントラクターという形態が考えられる。

8. 農商工連携、6次産業化について

農商工連携か6次産業化のどちらかという話ではない。地域単位で考えるときは農商工連携、農家の所得補償で考えると6次産業化と仕分けしてもらってもいい。「農商工連携研究会」（※農林水産省と経済産業省が平成20年12月から共同で開催）で私は座長を務めたが、農商工連携をやる大きな理由は3つある。マーケティングをする力を地域がつけること、地域が経営をする力をつけること、地域全体の力をつけることである。農商工連携、6次産業化の成功条件はいろいろあるが、やはり1つは人材をどう確保するか。あるいは人材がいたら、どう伸ばすか。我々が調査した、6次産業化による次世代農業のビジネスモデルのパターンは、まず若い人たちが集まってグループで様々な話をする。「このままじゃだめだよ」というのが出発点である。次に「自分たちでつくったものを自分で売ってみようよ」という取組みが始まり、地域や地元のスーパーへ卸していく。そして「なかなかおいしい。いいね」という評判を得る。大手企業から「うちにも出してください」というニーズがきて、さらに仲間を増やしていく。その過程で規格外の野菜がたくさん出てくるので、規格外の加工が始まっていく。大手になると、条件を整備しないと取引してもらえない。そのために、GAP¹、工程管理、有機認証、トレーサビリティなどの仕組みをつくっていく。このような取組みによって、今度は輸出や地産地消のレストランなどの多様な事業展開が可能になる。この時点で仲間になる農家も取捨選別され、かなり技術の高い農家だけが入ってくる。こういう形で成功しているケースがある。

さらに地域のポテンシャルを高めるためには、農商工連携や6次産業

いう事業者がそれぞれ資金を出し、あとはファンドで用意された資金を使い、新しい事業体を組み立てていく動きである。相馬でも、先ほどのイチゴ水耕栽培の農家とローソンがタイアップをし、ファンド事業を活用して新しいビジネス展開をできないかということを話し合っている。ただ、ローソンと農家集団ではビジネスセンスにかなりの温度差があり、その中間を埋めないとなかなか組むのは難しい。それでも、こうした動きがこれからも出てくると思う。

農商工連携、6次産業化の一般的な形としては、直売、契約、加工、サービス、事業拡大の流れで進んでいく。その過程で地域の人材を雇用することが非常に重要になる。商工が中心になって農商工連携や6次産業化を進める場合は、農業者は単に素材を提供する生産者という位置づけではなく、共存共栄を目指すパートナーであるべきである。プロとしての農家のプライドと技をいかに評価して、一緒にパートナーとしてやっていくかが、非常に重要な要素になる。

最後に、東日本大震災からの復興は、今やっと復旧のめどが立ち始め、農家も新しい農業を考える段階になってきている。我々も積極的に農業の未来の姿を描き出し、地域から発信し地域に合わせた未来型モデルをどんどん提案していこうと思っている。TPPという非常に大きな黒船が来る中で、新しい日本の農業の形を模索する時期になってきている。

「根室産水産物輸出プロジェクト ～競争力強化に向けて～」

根室市長・全国市長会水産都市協議会会長
長谷川 俊輔

事例報告 1

事例報告 1

「根室産水産物輸出プロジェクト～競争力強化に向けて～」

根室市長・全国市長会水産都市協議会会長 長谷川 俊輔



1. 根室市の現状

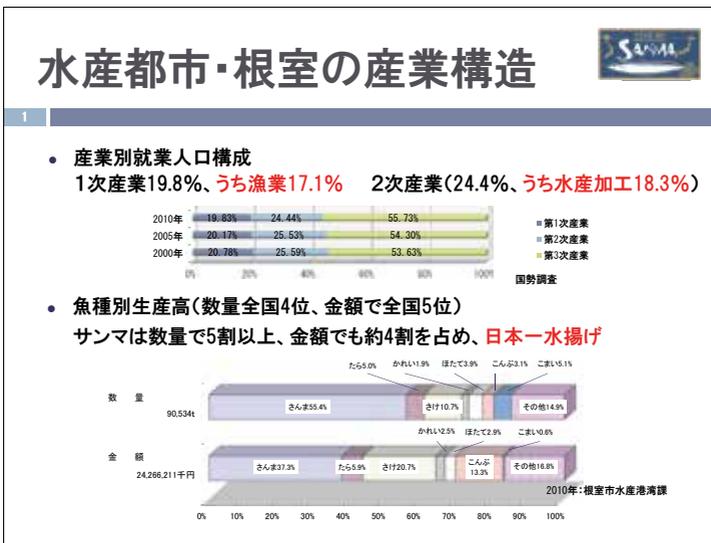
まず震災復興に尽力している皆さんに心から敬意を表したい。今回のテーマは「次世代へつなぐ農林水産業について」である。根室産水産物のベトナム輸出についてお話する。

国立人口問題研究所の発表によると、2010年からの10年間で根室市の人口は約14%減少し、2万5,000人ぐらいになると推計されている。今なお当市は行政区域の一部をロシアに不法占拠され、北方領土返還要求運動の原点の地として、全国の先頭に立って返還運動を展開している。もし北方領土が返還されれば、根室市の水揚げは約4倍に増え、人口も

10万人以上になるという国の調査結果もある。

当市の産業構造であるが、就業人口のうち約半数の市民が水産関係の第1次、第2次産業に従事しており、中でも水産加工業に従事する方の割合は18%にも及び、最も高い。また、当市のここ数年の水産物の水揚げ量は、10万トン前後、生産高は約240億円で推移している（図表2-1、図2-1参照）。

（図表2-1）



根室の魚種別生産高を見ると、サンマは数量の55%で半分以上を占め、金額でも37%を占めている。当市の産業の活力を維持していく上で大変重要な資源であり、2009年を除き十数年にわたり水揚げ量、金額ともに日本一となっている（図表2-1参照）。

魚価の低迷と危機感についてであるが、近年はとりわけ全国的な消費者の魚離れと魚価の低迷に悩まされている。少し古い図表になるが、これによるとサンマの漁獲量と魚価の推移は右肩下がりであり、下げどま

りの傾向が長く続いている（図表2－2参照）。根室産のサンマは常に全国平均よりも高値で推移しているが、価格は生産者側の川上ではなく、量販店などの川下で決められている。生産コストとは違う次元で価格がつけられる状況があり、市内の水産企業や私たち行政も危機感を抱いていた。

2. 輸出プロジェクトについて

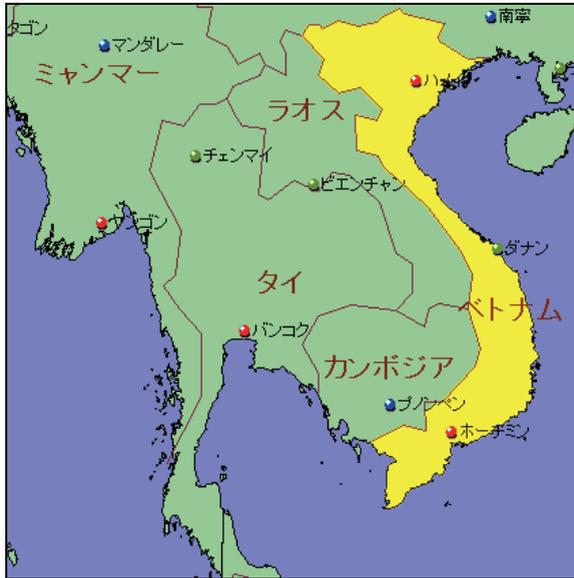
国内は少子高齢化で食品摂取量が減少傾向にあるが、世界全体では人口が増加し、消費が活発化している。3年前から根室市では、旺盛な消費意欲と日本食ブームに沸くアジア市場へ向け、サンマを中心とした水産物の販路の拡大に取り組んでいる。きっかけは、独立行政法人北方領土問題対策協議会の荒川理事長との懇談であった。急成長を続けるベトナム市場の可能性と北方領土問題の解決のためにも、市は経済的に北方領土から頼られる存在であるべきである。水産物の輸出で地域振興を進めようということで見解がまとまり、行政側から市内の経済界にそれを打診した。

根室市には、水産加工を営む企業が大中小合わせて110社ぐらいある。早速、2010年5月に根室水産協会、根室商工会議所、市内に4つある漁業協同組合、及び市内の3つの金融機関の賛同が得られたため、「根室市アジア圏輸出促進協議会」を組織し、自治体と地元業界が一体となった取組みに着手した。

輸出先のベトナム社会主義共和国の人口は約9,000万人であり、面積は日本よりもわずかに少ない33万平方メートルである（図表2－3、図2－2参照）。南北に1,650キロにわたり、南シナ海に面しており、地方の一部では新鮮な魚をよく食べるという。また内陸部でも川魚を中心とした魚食文化を持つ国でもある。私はベトナムに3度現地訪問しているが、国民の平均年齢は28歳と若く、大変活気に満ちた国で、今後

も経済成長が期待されている。少し経済成長率が落ちたと言われているが、今でも7%台の成長率を誇っている。

(図2-2) ベトナムとその周辺の地理



(出典) ワールドマップファインダーホームページ (2014年2月6日閲覧)

<http://www.worldmapfinder.com/Map_Detail.php?MAP=8002&FN=MapVN420x420.gif&MW=420&MH=420&FS=9&FT=gif&WO=0&CE=2&CO=66&CI=0&IT=0&LC=1&PG=1&CS=utf-8&FU=http%3A%2F%2Fwww.e-trip.info%2Fvietnam%2FMapVN420x420.gif&SU=http%3A%2F%2Fwww.e-trip.info%2Fvietnam%2F>

(図表 2 - 3)

輸出先国の概要



3

国名 : ベトナム社会主義共和国
人口 : **9,000万人**(都市部3割、地方部7割)
面積 : 33万km²(南北に1,650Km)
(日本38万km²、九州を除いた面積に相当)
民族 : キン族(約86%、他に53の少数民族)
宗教 : **仏教**、カトリックほか
言語 : ベトナム語
政治体制 : 社会主義共和国(唯一の合法政党: 共産党)
気候 : 熱帯性気候(南部)、亜熱帯性気候(北部)
行政 : 58省、5直轄都市(**ハノイ**、**ホーチミン**、ダナン、ハイフォン、カントー)



なぜベトナムなのかとよく聞かれるが、いくつかの理由がある。1つは先ほど話した北対協の荒川理事長が、商社マンとして20年近くベトナムに赴任されており、現地の情報や人脈を最大限に生かせるということである。2つ目は、根室市は北方領土問題を抱え、様々な経済的制約をこれまで受けてきたため、良好な政治関係にある国と経済交流したいという思いが強いためである。政治関係が良好で親日的、さらには勤勉な国民性や日本人と非常に似た気質であることなどから、ベトナムをターゲットにすることとした。私たちが取組みを始めようとする1年前に日越の経済連携協定(EPA)が締結されたが、今年の日越の国交樹立40年の記念すべき年でもある。

3. サンマの海外輸出の取組み

日本から海外にサンマがどのぐらい輸出されているのか。輸出先上位5か国はロシア、韓国、タイ、中国、ベトナムである。この輸出元は主に銚子や東北地方などから世界に約6万トンが輸出されている。ベトナムとの取引単価は1キログラム当たり105円と、中国に次いで単価が高い点に注目している（図表2-4参照）。

プロジェクトの実現に向けて、どのような取組みを展開してきたのか。行政側として初めに取り組んだことは、人をつなぐことである。私も先頭に立ち、ベトナム政府の要人と市内の漁業団体、水産企業との人脈づくりに努めてきた。

（図表2-4）

国名 (個別上位5カ国)		2005年 (平成17年)	2006年 (平成18年)	2007年 (平成19年)	2008年 (平成20年)	2009年 (平成21年)	2010年 (平成22年)
ロシア	数量(t)	8	430	3,028	7,028	26,396	50,649
	金額(千円)	682	39,902	267,778	646,693	1,869,465	4,088,545
	単価(円)	85	93	88	92	71	81
韓国	数量(t)	896	8,769	9,717	7,143	15,962	2,140
	金額(千円)	47,142	704,705	794,912	523,783	896,723	140,128
	単価(円)	53	80	82	73	56	65
タイ	数量(t)	312	4,382	7,043	20,803	12,323	497
	金額(千円)	21,343	242,628	469,797	1,345,534	598,182	32,887
	単価(円)	68	55	67	65	49	66
中国	数量(t)	4,438	4,833	7,048	8,580	8,559	4,418
	金額(千円)	369,417	426,919	800,639	758,755	646,086	529,827
	単価(円)	83	88	114	88	75	120
ベトナム	数量(t)	82	84	284	4,808	5,258	733
	金額(千円)	10,714	13,534	32,415	491,990	434,041	76,875
	単価(円)	116	161	67	102	83	105
その他	数量(t)	8,579	7,706	5,815	8,731	6,938	1,945
	金額(千円)	625,951	568,364	594,247	840,658	523,834	263,655
	単価(円)	73	74	102	96	76	136
合計	数量(t)	14,325	26,204	32,935	57,093	75,438	60,382
	金額(千円)	1,075,249	1,996,052	2,959,788	4,607,413	4,968,331	5,132,017
	単価(円)	75	76	90	81	86	86

財務省貿易統計品名コード指定(0303.79-100)

(図表 2 - 5) の背の高い右の方は、日本に來られたベトナム計画投資大臣のフックさんである。札幌市に招き、市内のホテルでお会いした。一流のホテルであったが、無理を言ってそこでサンマを焼いてもらい、根室の「北の勝」という地酒とともに、大臣はじめ関係者 20 名の方々にそれを振る舞った。そうしたところ、一さしで根室産サンマのファンになってもらったところである。

後日談だが、民主党政権下であった当時、仙谷国家戦略大臣、前原国土交通大臣が新幹線や原発のインフラ輸出のためにベトナムでフック大臣と会談したところ、根室のサンマの話題で大変盛り上がり、「初対面だったので助かった」と両大臣から聞いた。このフック大臣は、私どものアドバイザーの荒川さんと 10 数年来の友人でもあり、昨年の秋には我が国から旭日重光章の叙勲を受けている。

(図表 2 - 5)

プロジェクト実現に向けて
最初の一步 一人を繋ぐ



5



2010年4月

- 荒川氏(元商社)の支援を受け、**ベトナム計画投資大臣**の来日に合わせて、水産企業とともに根室産サンマの塩焼きを振る舞いトップセールス。
- 官民で、サンマ輸出などの経済交流の実現について要請。

2010年5月

- 根室商工会議所、根室・歯舞・落石・根室湾中部漁業協同組合、根室水産協会、根室市で「**根室市アジア圏輸出促進協議会**」を設立。(会長: 根室市長)
- 荒川氏がアドバイザーに就任。

官民の協議会設立から半年後の2010年秋に、ベトナム政府の貿易実務者を根室市に招聘し、漁業現場や加工場を視察してもらった（図表2-6）。安全・安心な根室産水産物に対して正しい認識をもってもらえるよう努めてきた。このような公的機関の貿易実務者の人脈づくりと同時に、最重要とされる現地の水産バイヤーを招聘し、テスト輸出などを行いながら官民で商流づくりを進めてきた。

（図表2-6）

プロジェクト実現に向けて

政府代表団 — 初めて北海道へ —



6



2010年10月

- ベトナム農村開発省の水産総局副局長を団長とするベトナム政府代表団10人が根室市入り。
- 根室市をはじめ、産業団体と交流。
- 行政側の協力関係を確認。



2010年10月

- ベトナム商社のバイヤー等が根室市入りし、**根室産冷凍サンマ等をテスト輸出することで合意。**

ベトナム政府関係者やバイヤーも当地に招聘する一方で、根室市の漁業団体や水産企業の方々にベトナムを紹介する取組みも並行して続けてきた（図表2-7）。2011年1月には私が団長を務め、経済ミッションを現地に派遣した。ベトナム計画投資大臣や農業省副大臣と面談を行い、水産物の輸出入や水産に関する人材育成などの分野で相互に協力していくことを合意した。取組みの初年度は、（根室産サンマ等の）約20トンのテスト輸出に成功した。その後もバイヤー招聘や現地へのミッション

派遣を継続し、バイヤーと顔の見える信頼関係を築いてきている。

(図表 2 - 7)

プロジェクト実現に向けて
産業経済界にベトナムを紹介





2011年1月

- 根室市長を団長に、市内の漁業生産者や水産加工事業者等で構成する、**経済ミッションをハノイ・ホーチミンの両市に派遣。**
- ベトナム計画投資大臣や農業農村開発省副大臣と懇談。水産物の輸出入や人材育成等、**「互恵関係」の強化を確認。**

2011年4月

- ベトナム市場向け**根室産サンマ等 22トンのテスト輸出**を実施。
- 福島第1原発事故の影響を受けたが、全国に先駆けて放射能検査を実施し、安全性を証明し**テスト輸出を実現。**
(ベトナム政府と根室市の**行政側の対応で早期に問題解決**)

年々輸出量が増加し、2年目は138トン、3年目の2012年度は428トンとなった。テスト輸出の際には、福島第1原発事故のために一旦とめ置きとなったが、国内で出荷が制限される中、ベトナム政府から適切な情報提供を受け、全国に先駆けて放射能検査を実施し、安全性を証明して輸出の再開に至った。

(図表 2 - 8) の左側の女性はハノイ出身のベトナム人である。2011年6月から市の海外市場調査支援員として、語学、貿易相談などの面から市内企業を支援している。市内の水産企業も意欲的に輸出に対し行動しているので、市もベトナムでのブランド化を見据え、日越の両国で商標登録を行い、早い段階から根室産サンマのブランド保護に取り組んでいる。

(図表2-8)

プロジェクト実現に向けて
優秀なベトナム人を起用



8

2011年5月

- 行政側で、ベトナム向け輸出用ブランドマークを策定し、同年6月にはベトナム、日本の両国で商標登録を出願。
- 早い段階から根室産サンマのブランド化とその保護を目指し、行政としての積極支援を展開。

2011年6月

- 根室市はハノイ出身女性を「海外市場調査支援員」として採用。
(現在、勤務して2年経過)
- 根室市内中小企業に対し、ベトナム企業とのマッチングや、貿易実務、通訳・翻訳等の支援を行う。

現在、調理されて提供されるサンマを除き、現地のスーパー等で販売されるサンマには他国産の競合他社との差別化を図るために、「SANMA」、「NEMURO」のブランドマークが商品に添付されている(図表2-8の写真のロゴを参照)。

4. ベトナム商工会議所との連携

活動を開始して、2年目には現地の商工会議所との連携を進め、現地企業と根室の企業とのマッチング支援を強化している(図表2-9)。公式ミッションとして、ベトナム商工会議所が北海道へ初めて派遣された。ベトナム商工会議所は、日本の商工会議所と経団連を合わせたような役割を持っており、企業同士のマッチングや情報交換の面で非常に助けられている。また、東日本大震災の際には、ベトナムの参加者から義援金を募って寄附をしていただき、我々が日赤を通じて被災者の方々にお届けした。

(図表 2 - 9)

プロジェクト実現に向けて
ベトナム商工会議所との連携





2011年8月

- ベトナム商工会議所と連携し、同会議所幹部や会員企業を根室市に招聘。
- ベトナム商工会議所が北海道へ公式ミッションを派遣するのは初めて。



2011年11月以降

- サンマ、秋サケ等、計138トンがホーチミン・ハanoi両市の企業に向けて順次出荷。
- 東日本大震災による放射能問題や円高などの中、一定量の本格輸出が開始。

5. 外食産業、富裕層へのアプローチについて

活動開始して2年目から企業は現地の外食産業へのアプローチを開始し、サンマをはじめマダラやサケ、コマイ、イクラなど、少しずつ輸出製品の拡大に取り組んでいる（図表2-10参照）。

市も需要を見込んで、イクラや刺身用サンマ等の小口商品の空輸試験を行い、実証結果の提供などを通じ、民間の活動を支援している。

次に、富裕層へのアプローチについてである。プロジェクトに着手したとき、新興国のベトナムは過去10年間で年平均7%の経済発展を続け、首都ハノイ市と商都ホーチミン市の2大都市では購買力のある中間層が育ち、富裕層も形成されつつあった。早速、日本食レストランを利用する富裕層をターゲットに握りずしや刺身という日本の食文化を通じたPRを開始した。現地では非常に高い評価をいただき、すっかり定番商品となって喜ばれている。

次の（図表2-11）は、ベトナム人が浴衣を着て、PRをしていると

(図表 2 - 10)

プロジェクト実現に向けて

外食産業へのアプローチを開始



10



2011年12月

- ハノイ市の外食店や、スーパーに向けて、**根室産マダラ**や加工食品など、高価な水産物、約16トン出荷。
- しっかりした商流を築いた上で、外食産業へのアプローチを開始し、同時に商品開発も行う。

2012年1月

- 外食産業へのアプローチを視野に入れ、ホーチミン市に向け**小口商品**の空輸による**輸送試験**を実施。
- 日本食料理店などの外食業界向けの**刺身用サンマ**など数百キロ単位を空輸し、品質や輸送コストを評価。

(図表 2 - 11)

プロジェクト実現に向けて

富裕層へのアプローチ



11



2012年2月

- ハノイ・ホーチミンの両市で、富裕層をターゲットに市場開拓調査の実施など、「**根室さんま祭り**」の**キャッチフレーズ**で**海外販売促進活動**を開始。市長を先頭に官民が連携して**トップセールス**を展開。
- 現在まで約2万3千人に対し根室産サンマ刺身、握り寿司、塩焼きを提供しPR。
[PR会場：ホーチミン市内日本食料理店6店舗、ハノイ中心街1ヶ所]

ころである。現地で根室産サンマフェアを開催し、私と水産協会の代表で現地スタッフとともに、日本食レストランの中を歩き、直接消費者へPRを行った。

6. 直接貿易と独自の販路開拓について

(図表 2 - 12)



輸出というと派手な面ばかり目につくが、水産企業は大変な苦勞をしている。貿易には商社を通す間接貿易と、水産企業が直接海外の企業と取引をする直接貿易とがある。国内の水産関係はその大半が商社を通じた間接貿易だろう。私どもは2011年からJETROや金融機関の支援を受け、水産企業の実務者を対象にした貿易講座を計5回開催し、通算で延べ107人が受講した(図表2-12参照)。すなわち、商社を通さずに企業から直接輸出する取組みを促してきた。直接貿易はコスト面でメリットがあるが、このような苦勞もある。

輸出促進の取組みとあわせて、現地との人的交流も順調に進んでいる。現在、商工会議所が窓口となって、ベトナム人研修生 38 名が市内の水産加工場で研修に励んでいる。日本政府にも、これらの取組みが評価され、応援してもらっている。2013 年 2 月には在ベトナム日本大使館公邸において、会員企業と根室企業との人脈づくりや商品の PR を行うなど、ベトナム商工会議所の会頭をはじめ、ご支援をいただいている（図表 2 - 13 参照）。

（図表 2 - 13）の右側の写真が日本大使館の公邸で行っているレセプションである。1 番真ん中の高い方がベトナムの商工会議所のロック会頭で、週に 1 度はサンマ定食をおいしく食べているというエピソードを披露して頂き、会場を大いに盛り上げてくれた。

（図表 2 - 13）

プロジェクト実現に向けて

日越友好40周年を迎え

13




2012年6月

- ベトナム政府との合意に基づき、技能研修生の**監理団体を設立**。（根室商工会議所）
- **ベトナム人研修生**16名を根室市内の水産加工場で受入。
・現在、計38名受入（3事業所）



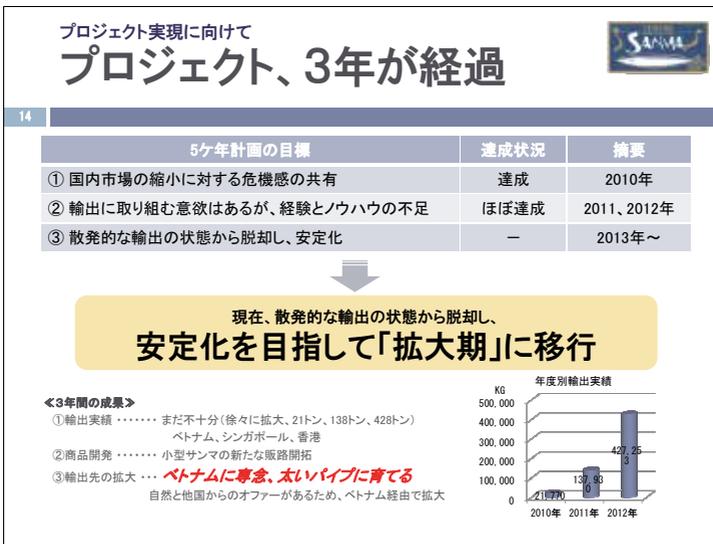
2013年2月

- 日越40周年を記念し、**在ベトナム日本国全権大使の支援**を受け、同公邸においてベトナム商工会議所会頭ほか会員等60名と人脈づくり。
- 港湾・水産都市ダナン市の人民委員会を訪問し、トップセールスを展開。

現在5年契約のプロジェクトが4年目に入っている（図表2-14参照）。散発的な輸出の状況から脱却し、安定化、通年化を目指し、拡大期に移行中である。2012年の輸出実績はまだ十分ではないが、ベトナム、シンガポール、香港に428トン輸出している。事業を開始して3年が経過し、最近では商社やコンサルタント、JETROなど、様々な方々からベトナム以外の国に輸出先を広げたらとよくアドバイスされるが、サンマの評判は海外メディアを通じて自然と他国へ拡大すると私たちは考えている。このため、ベトナムとのパイプをさらに太くするために何が出来るかを日々検討している。例えば、ベトナムを経由して中国やタイ、インドネシア、シンガポールへの輸出も想定している。

また根室市だけでなく北海道内の周辺自治体と連携し、日本側の輸出品の拡大が地方の地域振興につながることから、官民で意見交換を重

(図表2-14)



ねている。隣の別海町は日本一の酪農の町であるが、アイスクリームや牛乳をサンマと一緒に売る話が今、具体化しつつある。

7. 官民で取り組む「根室方式」

ここまでは当初の取組みの概要だが、以下では「根室方式」のポイントを話したい。貿易自体は新しい取組みではないが、根室市の事例は企業の利益という観点ではなく、地域振興の観点から、また官民で取り組んでいる点で特異な例であると考えている。結果的にそれが企業の利益にもつながり、ベトナム側からも官民一体の取組みに安心感を持ってもらっている。従来までは国内ではミールや缶詰原料、また魚の餌用とされてきた小型サンマをベトナムに食用として輸出するために、従業員が手を加えている。国内では高値がつかない規格外品の新たな販路の確立により、所得の向上や雇用確保を図る。官民の連携した取組みが国内外での評価につながっている。

8. 他産地との競争、環境整備

価格競争の課題についてだが、現地では台湾産の安いサンマが販売されている。根室産と比較すると1.5倍の価格差があり、こうした競合商品との差別化が必要である（図表2-15参照）。サンマは北上し、大体8月からずっと南下し、北海道、東北を通して、最後は九州まで行く。根室の納沙布の冷たい水で獲れるときが一番脂がのり、本当にマグロのと同じような味がする。実際に食べ比べてみれば、そのぐらい脂が乗っていて美味しい。価格が高くて、まずは食べもらうことで現地の評価は高まってくると考えている。そうした環境づくりが、ブランド化につながると思っている。

次に、環境整備についてである（図表2-16参照）。この輸出プロ

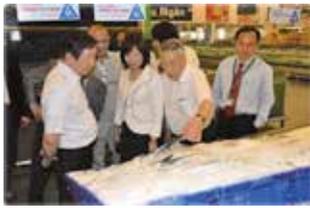
(図表 2 - 15)

“根室方式” — 価格競争の課題 —

15

海外での販路拡大において、販売価格が大きな課題である
と考える人が多い、しかし……。

- 買いたい人が「**何時でも、何処でも買えるようにする事**」が重要
- この価格で「販売してほしい」との気構え
- 単なる一時的な**物産展**では市場は開かない

(図表 2 - 16)

“根室方式” — 環境整備 —

16

□ 環境整備に向けてアドバイザー等の設置
(元商社マン、JETROなど)



- ① ベトナム側の**対応が早い**ので、
早急にビジネス体制の整備
- ② 「**地域商社**」という推進体制
- ③ **ベトナム人の採用**
- ④ 地元の金融機関を通じて国際
取引に関する研修の充実

プロジェクトを進めるにあたっては、積極的に外部の人材の登用を進めてきた。元商社マンの荒川さんをアドバイザーに、またJETROや在日ベトナム人の方々の助言をもらい、市は水産企業に対し情報を提供している。

市としては、都市部の人材とアイデアを地元の経済関係者に結びつけ、地域産業にいかにつなげていくかが重要だと考えている。今回のテーマである農林水産業の場合、生産者は輸出経験が乏しく、煩雑な貿易事務を敬遠する傾向があり、貿易商社を通じた間接貿易を行うことが多い。

しかし、市では事業者を対象に貿易実務講座を開催し、市役所にも輸出業務をサポートするベトナム人職員を採用した。また、商工会議所等がベトナム研修生の受け入れ団体を作り、地元企業で研修生の受け入れを行うなどしながら、積極的に直接貿易を促してきた。根室市というまちに1つの屋根をかけたようなもので、私たちはこれを「地域商社」と呼び、「根室方式」として取り組んでいる（図表2-17参照）。

（図表2-17）

“根室方式” — 地域商社の狙い —

17

□ 経済交流の窓口としての「地域商社」

- 大手商社は、大きな利益なしではビジネスから撤退
- 地域全体で「商社機能」を持ち、地域に**ノウハウ蓄積**
- “**根室ブランド**”の国際化を視野に、**直接貿易**の促進



- 意思決定の迅速化
- 都市部に頼らない
- 中小企業の人材育成

まとめ

根室はサンマの水揚げ日本一のまちである。日本一おいしいサンマを全国に供給しているという自負があり、漁師が命がけで漁獲したサンマに、小さなものでも価値を与えることが漁業文化の継続につながると考えている。根室がサンマ日本一であるのは、三陸地方から110隻を超えるサンマ漁船が入ってくれるからである。東日本大震災のときに根室市では、4月に被災地支援条例を全国の自治体に先駆けて制定し、被災したサンマ漁船、あるいは自治体に対して相当の見舞いをしてきた。三陸の造船会社は再建を果たそうと、日々、帰郷に向けて根室で努力されております。一日も早い復興のためにも魚価の向上と安定が必要である。このような見地からも競争力の強化に向けた輸出プロジェクトをこれからも進めていきたい。

「農業を得意政策に ～儲かる農業へ 総社市の挑戦～」

総社市長・全国市長会評議員
片岡 聡一

事例報告 2

事例報告 2

「農業を得意政策に ～儲かる農業へ 総社市の挑戦～」

総社市長・全国市長会評議員 片岡 聡一



はじめに

総社市は岡山県の真ん中にある（図表2-18参照）。岡山市、倉敷市、総社市のトライアングルで、岡山県の人口の約8割が集中する吉備文化の発祥の地である。震災から3年が経とうとしているが、山陽道の市も東日本大震災の爪跡を決して忘れていない。総社市の行事で何かをやる時には、東に向かって黙祷している。宮城県で両親を亡くした中学校3年生以下の79人の子どもたちに、震災直後から10万円ずつ、総社市の義援金のすべてを送り続けている。当初は60人という設定で始めたが、死亡確認が進み、19人増え、資金がショートした。5年間は送り

続けないといけないので、時にはお客がゼロだったりするが、チャリティー路上ライブをやっている。実は、僕はシンガーソングライターで、ピアノ弾きでもある。「山陽道なんか平穏無事だから、気楽なことを言ってもらえるんだ」と思われるかもしれないが、仙台の国際ハーフマラソンも走ったし、大槌や釜石などの被災地には思いをずっと馳せている。

(図表2 - 18)



(出典) 総社市役所ウェブサイト (2014年2月6日閲覧)

〈http://www.city.soja.okayama.jp/shisei/sojashi_ni_tsuite/ichi.jsp〉

1. 日本の課題

会場の皆さんは百戦錬磨の都道府県や市の幹部職員であり、行政のプロだが、僕は政治家の端くれとして、行政マンが不得意なものを得意技に変えるのが自分のテーマだと思っている。不得意分野を自分の得意政策にしていきたい。とにかく国任せで自分たちの責任ではないと思っていたものを、自分に手繰り寄せて「政策」にしていく。それが我々基礎自治体の生き方だと思う。北海道から沖縄まで813市あり、僕を除くと812人の首長がいる。日本では人口の世代構成も、東京、沖縄、北海道でさほど変わりはない。目隠しをして、「どんな政策が不得意ですか」と聞けば、多分ほとんど一緒である。まず1つは、障がい者雇用、障がい者対策であろう。これが得意だと言う人はまずいない。概ね「僕らが見るのは高等支援学校までで、その後は厚生労働省マターだ」と委ねてしまい、関係ないと言っている。

もう1つは、買い物難民、交通難民問題である。子どもが都会へ出て、残るのは両親だけになり、男は先に亡くなり、おばあちゃんが1人残るのが日本である。そこから目を離したらいけない。おばあちゃん免許証を持っていないから、買い物や病院へ行けない。日本は、これをどうするかの答えを持っていないのではないか。

それから3つ目は農業である。基礎自治体で農業を語る首長は、ほとんどいないと思う。今は、農林水産省の国策やJAが農業を主導している。巨額な資金が動いており、基礎自治体がちょっとやそっとやったっでしょうがない。

それから4点目は、要介護1から要介護5の問題である。全人口に対して4%位のこうした支援を必要とする方々をどうするか。

あえてもう1つ言うなら、多文化共生である。我が市に住んでいる外国人と、どう共生していくか、移民をどう受け入れるのか。これらが基礎自治体が突破していくべき政策課題である。

2. 日本の農業の現状

僕は農業問題をそろそろ国任せにせず、市役所が単市の予算で解決する決心をしなければいけない時代だと思う。中には優秀な市町村もあると思うが、非農地も含めて遊休地が全体の8%に達し、農耕者の平均年齢は78歳である。僕が見る限りでは、おじいさんとおばあさんが大型機械に乗って、どんな日も圃場に出て稲ばかりつくっている。その他の兼業農家が、嫌々ながら土日の業務として米をつくっているというのが現状だと思う。

「清水白桃」という桃をご存じだろうか。全国ブランドで岡山の名産品である。そのほとんどは総社市でつくられている。市には1,400軒の農家があるが、生産する農家は全農家の1%に過ぎない。今年、デパート売りでは1箱2万4,000円ぐらいの価格をつけ、1,000万円以上の商いをした桃農家が9人いる。ブドウのピオーネやシャインなどの種なしマスカットも特産品である。これも全農家の1%である。1,000万円以上稼いでいる農家は11世帯である。得意分野はほっといても、儲かるのでやるものだ。例えば、あるところでは糖度センサーを1億2,000万円かけて導入したところ、桃の品質が上がってどんどん売り上げが上がったというが、そうしたことは1%の農家にしか関係がない。他の8~9割は嫌々ながら悲しんで、先祖代々続くということだけで農業をやっているだけにすぎない。

次に、遊休地についてである。農林水産省がこの秋の臨時国会に中間農地管理機構法案を出すのが、要するにこれは遊休地を集積して再生した場合に補助金を出すという趣旨のものである。これで今の8%を減らせるかという、多分そうではない。もう5年も経てば、日本全国どこでも遊休地が10%を超えと思う。77~78歳の平均寿命は、80歳にいく時代が来るだろうが、活路を見出せというのは結構厳しい。なぜこうなったかと言えば、やはり米重視、圃場整備重視の結果であろう。先進

国の役割として、圃場整備は農業先進国の1つの大きな象徴なので避けては通れない。しかし、どこも米づくり用の圃場に全部してしまったことと、米価のコントロールが農民を苦しめた。全国いろいろなスタイルがあると思うが、米をつくることしかできない。しかも今使っている機械が壊れると、コンバイン1機が400万円する。1反で13万円しか売り上げがないのに、400万のコンバインを買う人がいるだろうか。今の機械が壊れたら、ますます遊休地が増えていくだろう。

今までの圃場整備と米価コントロールの両刀立てで、現在の日本の農業の形があると思うので、これをどうこう言ってもしょうがない。基礎自治体の市役所が大きく農政に関与し、お金を使っていく時代にしないといけない。減反したから何ぼあげるとか、米をつくるのをやめたからと褒めるようでは絶対に駄目だと思う。6対4という減反比率がある。様々な見方があるが、6対4の減反比率を総社市で守っているのは29%の農家である。つまり反当たり1万5,000円をもらった農家が29%ある。他の71%は米を作り放題作って、その結果、米価は下がっていく。100歩譲っても、米を皆さんやめましょうとは言えないが、6対4のうち4の部分をもっと儲かる野菜の作り方を覚えようという農政に轉換しなければ、日本の農業は行き詰まると思う。

3. 総社市の取組み

総社市では、市役所が「野菜買い付け会社」を設立し、僕（市長）が社長となり、農家の皆さんには米ではなくどんどん野菜をつくって頂いて、それらを僕がすべて高い値で買わせて頂くという取り組みをしている。実際に一般財団法人を設立し、当初会計が1億2,000万円ぐらいの単年でやっているところである。

僕はある程度自負心を持っていた。なぜなら市役所はある程度は権力を持っているし、役立つ存在でもあるからである。いろいろなところに

働きかけると、結構言うことも聞いてくれる。野菜をいっぱい買うので、1日1万食の「出口」、すなわち売り先の確保がまず必要である。これさえあれば、野菜の形が少々悪く、価格が高くてもしっかりいけると思っていた。

いろいろなトライをしたが、主に3つある。まず1つ目は、学校関係である。具体的には、学校給食1日6,400食の中に僕が買った野菜を投入するということが、実は以前は全くできなかった。というのも、学校給食法ではこの6,400食は午前8時から10時半の当日に仕込まねばならず、前日に仕込んでおくということができなかったためである。

この点について関係者によく話を聞くと、例えばその当日の2時間半で6,400食分のカレーライスを作らねばならないが、そのためには同じ大きさのメークインのジャガイモが200キロ必要であるのだが、その大きさが一つ一つ異なると機械に通らないために手作業でこの200キロのジャガイモ全部のカットを行わねばならない。しかも芽も取らねばならない。それに加えて、曲がったキュウリや大きさが違う白菜やキャベツなどのことも考えなければならぬということであった。

もっとも、市では学校給食40年の歴史の中で1個も総社市産のジャガイモを使ってこず、群馬県産をずっと使い続けていたことから、栄養士や学校関係者と粘り強く対話を続けた結果、「これからは総社の市役所の野菜を買うため、野菜に大きさの違いやちょっとぐらいの傷みがあっても手作業でやって、2時間半でつくみましょう」ということで、関係者で一致団結することができた。去年からこの事業はやっていたが、2013年4月から本格的に始まったところである。総社産の野菜を重量ベースで34%分入れ、今年はそれ以上を目指している。こうして総社市役所の野菜を、地元の子ども達が食べてくれるようになったというわけである。

2つ目は業界団体である。しかし、彼らに対抗して市が野菜などの農産物を売るのは非常にづらい。

3つ目は流通業、商社である。さきほどの学校給食に加えてスーパーマーケットでの販売にも事業展開をすることとし、総社市内8店舗に総社市役所の野菜を売るコーナーを設けた。すると、「うちの商社を通っていない」との連絡が何件かあった。「このスーパーはうちの商社がずっと扱っていたので、単独で直取でやってもらったら困る」という。しかし、これには耳を貸さないと決め、我々はスーパーマーケット商戦に突入していった。それから仕出し屋、特別養護老人ホーム、民間保育園とありとあらゆるところに「我々の野菜を買ってください」と展開をしてきた。

我々が目指すのは、桃やブドウといった高付加価値の作物を作る特定のエリート集団ではなく、兼業農家やおじいさん、おばあさんなどで農業をやっている方々の普通のタマネギやジャガイモを売ることである。簡単なニンジン、キャベツなどをどんどんつくってもらい、契約農家という形でそれらを買取る。当初の契約農家は70、80軒位しかなくこの政策への支持は低いかと思ったが、現在は272世帯までに増えた。

僕は業界団体よりも必ず高く買うと言い続けている。例えばキャベツなら業界団体のレートでキロ105円のところ、我々の買い取り価格は110円である。最近のレートでジャガイモは、我が総社市がキロ125円、向こうが120円である。ニンジンが180円で業界団体が162円、タマネギは市が90円で業界団体が85円である。ちょっとずつ差をつけて、僕らの方が高く買うことにしている。

農家の方々は、もっとシンプルに物事を考える必要がある。1反10アール、米なら1反最大に獲れても12万円である。しかし、私が経営する「そうじゃ地食(ちたべ)公社」では、キャベツなら1反42万円を買った。ジャガイモは18万円、ニンジンは35万円、タマネギは26万円である。「12万円にしかならない米をやめて皆さんキャベツを作りましょう。ニンジン、大根、キュウリをつくってください。ばんばん買います」と言って、これまでで272世帯にまで契約農家を増やしてきた。

「ほかならぬ総社市長が言うのなら、キャベツをつくらう」と、本当

に山と化した畑を自分のブルドーザーで開墾し、3反つくった地域がある。15世帯で作り、その年の最初の商いで、132万円の現金収入を得てもらった。そのときまでは、「電球をかえてくれ」「イノシシの柵をつけてくれ」「ごみステーションの補助金をくれ」など、うるさいことばかり言うてくる地域だったが、この132万円を渡したら何も言わなくなった。全部それでやっていこうという空気が生まれてきた。

米しかつけれないというのが実情だが、勇気を持って、一般会計を投入しても業界団体や一般の商社に対抗して我々の買い付け会社を作り、「儲かる農業」を市民に示す。農水省に任せきりではなく、市役所が農業を計画的にリードしていく。そろそろ基礎自治体も立ち上がらないといけない。

「次世代へつなぐ農林水産業 —復興と競争力強化に向けて—」

■コーディネーター

宮城大学副学長 大 泉 一 貫

■パネリスト

株式会社パイロットフィッシュ代表取締役・

商品開発コーディネーター 五日市 知 香

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

新 妻 敬

東京農業大学 国際食料情報学部

国際バイオビジネス学科 教授 門 間 敏 幸

根室市長・全国市長会水産都市協議会会長

長谷川 俊 輔

総社市長・全国市長会評議員 片 岡 聡 一

パネルディス
カッション

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—」

■コーディネーター 宮城大学副学長 大 泉 一 貫

■パネリスト

株式会社パイロットフィッシュ代表取締役・商品開発コーディネーター

五日市 知 香

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 新 妻 敬

東京農業大学 国際食料情報学部国際バイオビジネス学科 教授 門 間 敏 幸

根室市長・全国市長会水産都市協議会会長 長谷川 俊 輔

総社市長・全国市長会評議員 片 岡 聡 一



はじめに

- 大泉コーディネーター：今回の全体のプログラムは「次世代へつなぐ農林水産業—復興と競争力強化に向けて—」である。復興は一応テーマになっているが、一般論として競争力のある1次産業をつくるのが日本全体の再興に、被災地の復興につながるという脈絡でシンポジウムは企画されているので、その趣旨を踏まえ「世界の英知を復興へプロジェクト」についてお話したい。

1. パネリスト報告「世界の英知を復興へプロジェクト」

宮城大学副学長 大泉 一貫



東北を食糧基地という人もいるが、人口は減り、1次産業はさらに衰退する可能性が大きい。震災を契機に「単なる復旧ではなく、創造的な

復興」が考えられるべきではないだろうか。政府が発表したように、震災前の状態に単に戻すのではなく、将来を見据えた創造的復興が大事である。

歴史学者のウォーラステインはその著書『近代世界システム』の中で、辺境はいつまでも辺境であり続けると言っている。例えば東京や大阪が中心であるように、中心は中心であり続け、辺境が中心になることはめったにない。ここでこのような辺境と中心という考え方を少し大胆に考えてみてはどうか。そのためのヒントが実はヨーロッパにある。ヨーロッパのノウハウを我が国の農林水産政策にも取り入れたらどうか。

(図表3-1)は被災したばかりのころに私どもが出した提案書である。「三陸海岸は水産業で復興する必要がある。仙台平野は農業で復興だろう。三陸地方は水産業のサプライチェーンとしての構築と法人化の実現をしよう。それから湾岸平野部は競争力ある農場の創出と大規模複

(図表3-1)

東日本大震災から一次産業の復興を目指す第一次提言

1. 被災した農林水産物・畜産物の生産・加工・流通の再開と被災地の生産・加工・流通の再開

2. 被災地の生産・加工・流通の再開と被災地の生産・加工・流通の再開

3. 被災地の生産・加工・流通の再開と被災地の生産・加工・流通の再開

4. 被災地の生産・加工・流通の再開と被災地の生産・加工・流通の再開

5. 被災地の生産・加工・流通の再開と被災地の生産・加工・流通の再開

6. 被災地の生産・加工・流通の再開と被災地の生産・加工・流通の再開

7. 被災地の生産・加工・流通の再開と被災地の生産・加工・流通の再開

8. 被災地の生産・加工・流通の再開と被災地の生産・加工・流通の再開

9. 被災地の生産・加工・流通の再開と被災地の生産・加工・流通の再開

10. 被災地の生産・加工・流通の再開と被災地の生産・加工・流通の再開

三陸地方: 水産業のサプライチェーン構築と法人化の実現
仙台湾岸平野部: 競争力ある農場の創出、大規模複合経営 園芸の導入
亘理・山元: 法人化と農業経営者の全国流動化、集約園芸農業

内閣官房 食と農林漁業の再生推進本部 大泉委員提出資料

http://www.cas.go.jp/seisaku/npu/policy05/pdf/20110712/siryu3_2.pdf

合経営、園芸の導入が必要である。特に^{わたり}亙理・山元では、法人化と農業経営者の流動化を進め、その人材を全国に募集しよう。集約園芸農業を「やろう」と提言した。

(図表3-2)は、上の第1次提言の具体的内容である。その際の課題を解決するためにオランダ農業やノルウェー水産業に学ぶべきである(図表3-3参照)。「単なる復旧ではなく創造的な復興をするために、もっと世界を学ぼう」と言っても、被災を受けたばかりの漁家や農家の人たちにとってはイメージができない。それならば、彼らと一緒に海外へ行ったり、あるいは人を海外から呼んでもいい。世界で一流と言われる農業や漁業はどういうものなのかを勉強しよう、言わば人づくりから始めようと考えた。

(図表3-2)

第一次提言の個別具体的内容
<p>大規模園芸団地とスマート・コミュニティの形成</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 人材の全国流動化等のモデル展開だ。 ② 法人化等による産地の強化。 イチゴ栽培が盛ん。およそ500戸で35億円の生産。塩害で悩む個人経営の産地を、約300名で、1法人1億円35法人へ転換して経営力を付けてみてはどうか。 ③ 大規模園芸施設とスマートコミュニティ
<p>水産業のサプライチェーン構築と法人化</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 農村自営業者の必要性 ② LLC合同会社の設立、遠洋、沖合の拠点化、沿岸(定置)・養殖の共同化や法人化を如何に追求するか ③ 水産加工業者や流通業者を中心とした、水産物のサプライチェーンの創出 ④ 水産業のロジスティックスの形成は、スマートコミュニティの創設にあわせて考える。 水産業での太陽光発電や北上山地の木質バイオマス活用、林業のSCMの実現などをからませたスマート・コミュニティの構築が浮上する。それらは、三陸一帯の国際観光地としての整備とあいまって計画したらいいと考えている。

(図表 3 - 3)

東日本大震災復興のための「世界の英知を復興へプロジェクト」

【オランダ農業に学び東北農業を日本一にするプロジェクト】
オランダは米国に次ぐ世界2位の農産物輸出国。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確立している。そうした農業の近代化により生産性を高め持続的産業の可能性を切り開く(参考、日オの輸出額推移)

【ノルウェー水産業に学び東北水産業を日本一にするプロジェクト】
ノルウェーは世界2位の水産物輸出国。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、今も成長を続けている。ノルウェーから経営ノウハウを学び持続可能な水産業への構造転換を図れる(参考 年収の違い 日本200万円/ノルウェー2000万~3000万円、参考②日ノの漁獲の推移)

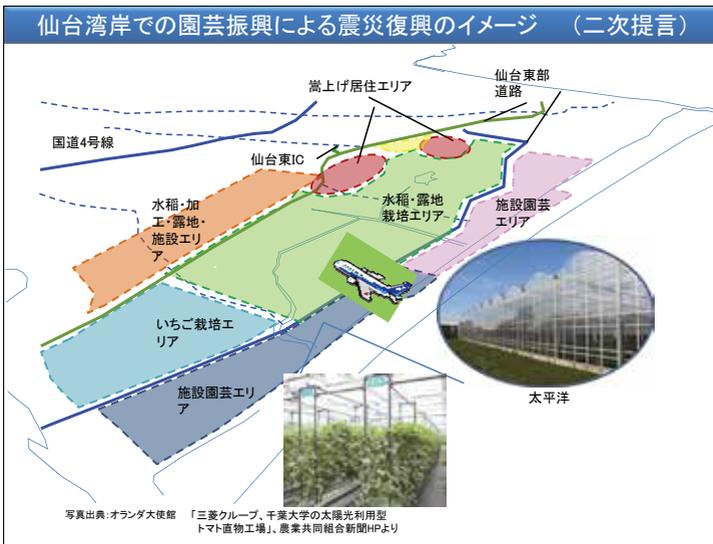
2011年5月
・農水省の協力→各大使館への連絡→農水省東北農政局の協力でプロジェクト推進
・宮城大学に推進本部立ち上げ(ノルウェーの水産業、オランダの園芸、デンマークの畜産)

震災から2か月後の2011年5月に、農水省の協力を得て各国大使館へ連絡し、プロジェクトを立ち上げた。ノルウェーの水産業のあり方、オランダの園芸のあり方、デンマークからは、畜産を中心に加工し世界の市場へ打って出るといふ6次産業化について学んだ。デンマークには、ダニッシュクラウンという肉畜会社がある。日本でも大体ハムのシェアの半分がデンマーク産だと考えられる。世界の大手大商社であるが、これは農協のような組織である。言わば農協が中心となって世界の大手大商社になり、畜産の豚肉を輸出している。それからMDフーズという酪農メーカーがあったが、これがスウェーデンの酪農メーカーと合併してアーラフーズとなった。これも農協のような組織だが、世界のグローバル企業になっている。アーラフーズは今、中国でも合併企業をつくって輸入生産をしている。日本流に言えば6次産業化ということになると思うが、それらを勉強した。

以下では、主に仙台湾岸の水産業の復興と、園芸の2つをお話したい。

(図表3-4)は、仙台湾岸の図だが、右側が海で、真ん中に東道路の高速道路があり、6号線が通っている。この地域の土地利用方式を皆で考えようとなった。「イチゴ栽培エリア」、「水稲・露地栽培エリア」、「水稲・加工・露地・施設エリア」、「施設園芸エリア」として、それぞれ土地利用をする。最後は、これらにほど近い仙台空港から国内外へ、北海道、北東アジア、ロシア、東アジア、ソウル、北京、上海、それから東南アジア市場、ベトナム等々へ、パプリカやトマト、花などを輸出できないか。輸出できるような一大産業地域を作れないかと考えた。気宇壮大である、実態を顧みないなどといろいろと言われるが、実現にこぎつけることが復興につながる。

(図表3-4)



(図表3-5)はノルウェープロジェクトで、南三陸町のイチキさんと会っているときの写真である。私どもの大学に建築の専門家がいて、南三陸町に番屋を作り、そこにノルウェー大使館の人たちが来られて、

漁家と話をした。

(図表 3 - 5)



(図表 3 - 6) は南三陸漁業生産協同組合結成の紹介記事(「Fishermen find hope in each other」)である。震災から6,7か月経ったころに、このような生産組合を作り、法人化することによって、生産を始めたと伝えている。

もう1つは、水産物のサプライチェーンを創出し、消費と生産をできるだけ近づけなくてははいけない。1次産業の最大の欠点は、消費と生産の場にいろいろな業者が入ってくることである。先ほど片岡総社市長の話にもあったように、要するに「中間搾取」が行われている。今までは漁家が3次市場で上げ、そこで競られ、どこへ行くかわからない。いくらで値段がつくかわからないので、「隣のおやじが朝4時に起きるなら、俺は3時に起きてやる」と、漁を競うようになる。

そうではなく、仙台中央卸市場でキログラム 300 円の魚を明日何トン揚げてくれと予約を入れておくと、情報が漁家に直結する。(図表 3-7 の中の)「宮戸水産」という流通専門の水産会社が間に入ることによって、情報が雄勝町の漁家や田代島の漁家に直結する。その結果、サプライチェーンが1つできる。ただし、このサプライチェーンも石巻魚市場が崩壊したことによってできたため、復旧とともに再び市場が機能するとまたもとに戻ってしまうという矛盾はある(図表 3-7 参照)。

水産物サプライチェーンで一番良いのはこうした直結ではあるが、直結してもなかなかうまくいかない、ある大手流通業者のような例もある。やはり流通専門の業者を入れることによって情報やブランド及び物を直結するシステムをつくる必要があると提案した。ノルウェーに皆で行ったときに、この点については提言書をまとめた(図表 3-8 参照)。

園芸プロジェクトでは、世界に誇れる園芸を仙台湾岸で作り、復興に役立てようと考えた。私どもが関係している農場が、いかに立ち直ったかの事例を紹介する(図表 3-9 参照)。山元町いちご団地は 20~30 ヘクタールぐらいの面積があり、亶理町いちご団地は 68 ヘクタールぐら^{わたり}いである。亶理では、いろいろな園芸団地ができてきている(図表 3-10 参照)。

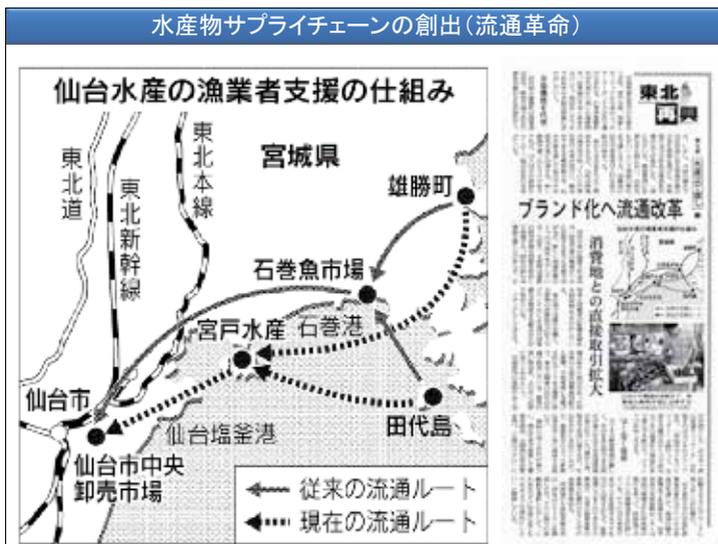
ここでは「施設園芸ネットワーク」を作り、園芸農家に対して支援をしている。技術コンサルや経営コンサル及び投資家らがワンストップで施設園芸事業者を支援できるように、システムを立ち上げた(図表 3-11 参照)。

なぜ園芸での復興だったのか。日本農業のウイークポイントは、農業産出額が減少し、市場開拓力、特に輸出力が弱いことである(図表 3-12 参照)。目指す農業の型が不明確だからだと私は思っているが、その解決法を考えた。この 15 年間で 3 兆 1,000 億の農業産出額の減少のうち、米の減少額が 2 兆 1,000 億である。この減少は米が実質的に担っていると言っている。

(図表 3 - 6)



(図表 3 - 7)



(図表 3 - 8)

震災からの復興をめざし世界に誇れる水産業を構築するための提言(二次提言)

提言 1. 持続的水産業にするための資源管理の徹底 (VMS搭載とTACの厳格化とI/VQの導入)
 【当番VMS (Vessel Management System 船隻追跡船管理システム) の普及を各船に義務づけ、少なくともTAC (Total Allowable Catch 漁獲枠) 7割に達しては船あたり漁獲高を示すI/VQ (Individual Vessel Quota 漁船あたりのクォータ) の義務を図る。さらに上記を1条船 (例えばイカ) で実験してみる。海面監視艇では海面の利用計画を関係者と議論し、適正漁獲度を確保する】

提言 2. 漁船、市場、加工、運搬等の効率化の推進
 1) 高度な性能を持った漁市場の構築 (フィッシュポンプとHACCPの導入)
 【当番フィッシュポンプと、氷と魚を別けるセパレーターの導入を図る。同時に、フィッシュポンプを日本の漁業に適したものにするため、実験に成功しながら適合度合いを改善する研究事業等を行い、将来的に適用の拡大を目指す。またHACCPを導入するなど衛生管理を徹底する】
 2) 効率的な漁船の導入とそのための規制緩和 (ノルウェー型漁船の導入)
 【当番、台湾で導入し始めるノルウェー型漁船の導入を試みる。またノルウェーの中古船をそのまま利用できる特区を設定する】
 3) 水産加工施設の機械化・効率化、集約化の推進
 【当番、世界のモデルになるような水産加工施設について(工場の機械化、効率化、集約化の推進、作業環境の改善、従業員の意識の向上、そしてなにより品質管理の徹底、そのための記録の作成等)HACCPへの取り組みの強化)。さらに、地球環境を念頭に、地域の水産全体の活性化に寄与するとともに、多(輸)業種展開(加工に限らず漁業、商業、流通、観光、農業等)の可能性を模索する】

提言 3. 漁業・観光から販路までを統括する仕組みの構築 (水産業の融合産業化)
 1) 流通の短縮化、サブプライチエーンの構築を目指す
 2) 付加価値の高い魚介類、商品の開発
 3) 法人化、農商工連携、六次産業化の推進
 【当番、より消費者に近い新たな販売ルートを開発する。仕組、うに、あわび、わかめなど、さらに付加価値の高い商品開発を進める。漁業、水産加工業者・流通単位の連携を図るなど、農商工連携、六次産業化を推進する。地元漁業者を中心とした法人化の推進に努め、水産業の発展に貢献し合理的と考えられることをシムプルに実行する】

提言 4. 水産物国際品質規格と、国内市場の拡大および輸出の振興
 【当番、新市場開拓・輸出を視野に入れ、国際品質水準をクリアーできる高い付加価値をもつ産品にするための意識の醸成に努める。国も、世界での品質水準の認定水準を確保するとともに、輸出のための書式やルールのシムプル化、JAPANブランドの構築など、輸出の振興しに努める】

提言 5. 世界へ日本の食文化・とりわけ魚食文化を売り込む
 【魚食文化普及を始めた商品開発を進める。その際アメリカ、ヨーロッパでの寿司事業・居酒屋事業等の展開をイメージしながら考えてみる。そのために、当番、仕組、うに、わかめ、はたて、ほや 等々の生産基盤の強化をはかる】

提言 6. 水産復興をベースとしたまちづくり
 【水産加工地域特区や世界一の魚市場プロジェクトの実施を考える】

(図表 3 - 9)

復興の現状

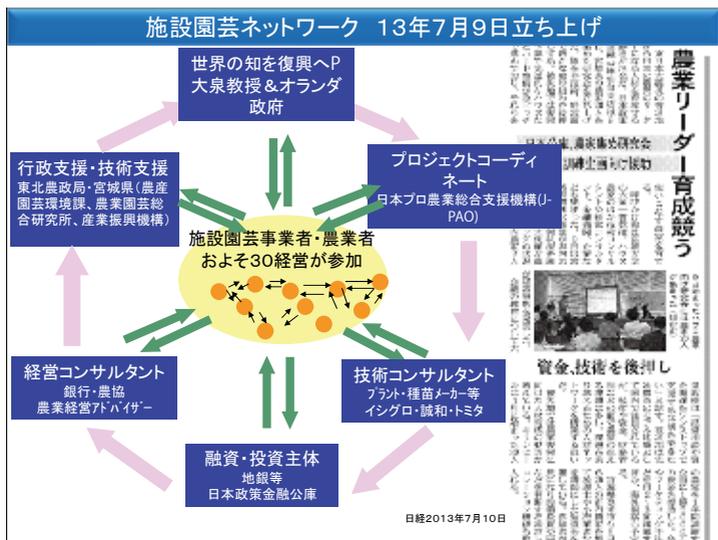
The map shows the Otsu Bay area with several callout boxes providing details on aquaculture and processing facilities:

- みらい+日本QZ**: 完全人工水産物工場 200㎡、1.5ha
- 白河魚産農場**: 無菌飼育(70㎡×1ha)、無菌出荷 養魚トマコ船
- みらい+さき(2.8ha)**: 1.5、1.5ha、2工場、養魚+総合環境制御
- さんらん(5.0ha)**: 養魚企業が主導、70㎡工場、ペレージープ等
- 山元1515(養魚株式会社) (1.7ha)**: 大規模養魚施設、早割に連携し、H24年より出荷開始
- 山元1515(養魚株式会社) (1.7ha)**: 1.5、1.5ha、2工場、養魚+総合環境制御
- 石巻市農産団地(2ha)**: 造成面積 約1.2ha、施設面積 約8ha、受益者 23名、トマト、いちご等
- 山元1515(養魚株式会社) (4.0ha)**: 造成面積 約2.0ha、施設面積 約16ha、受益者 52名、1名開き養魚施設、H25年より出荷開始
- 宮城町いちご団地(3.6ha)**: 造成面積 約8ha、施設面積 約23ha、受益者 89名、全て養魚施設、H25年より出荷開始

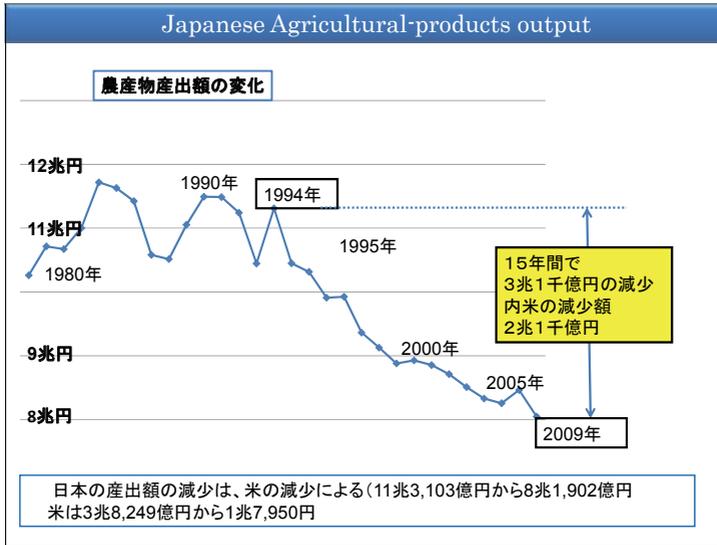
(図表3 - 10)



(図表3 - 11)



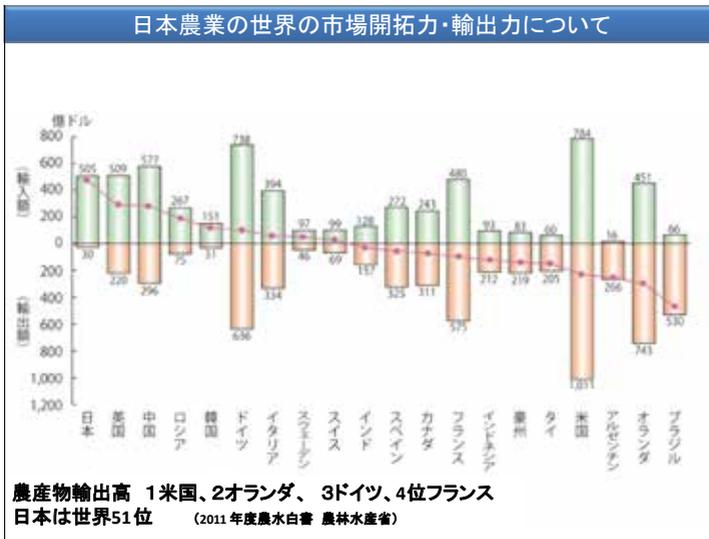
(図表 3 - 12)



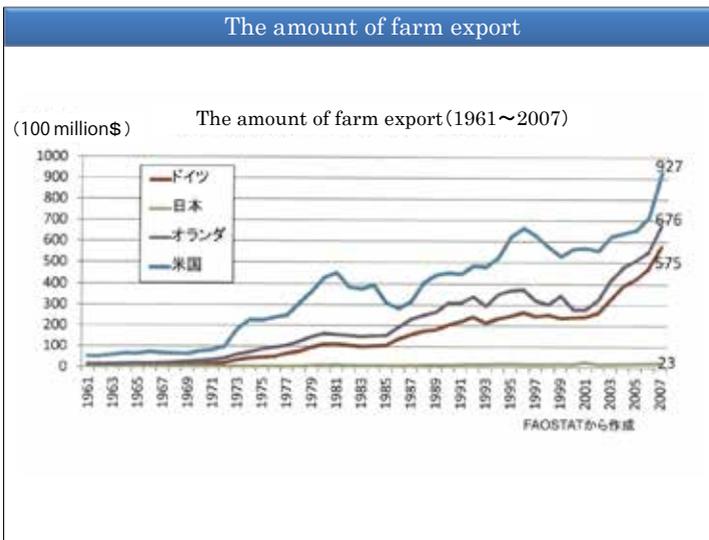
(図表 3 - 13) は世界の農産物の上が輸入額、下が輸出額であるが、よく日本は面積が小さいからアメリカやオーストラリアにかなわないと言われる。確かにアメリカも輸出額が大きい、2位はオランダ、3位はドイツである。なぜ日本は輸出の力が弱く、輸入ばかりの状況になったのか。

(図表 3 - 14) は、1970 年を境に日本、ドイツ、オランダ及びアメリカの輸出額の伸びを示したグラフだが、70 年を境に世界と日本の傾向が違ってきているのが分かる。何が起きたのかということ、60年代は食糧過剰で各国とも困っていた。過剰分を日本は生産調整し、その後もずっと調整を続けた。一方、他国は海外へ援助や輸出をし、そのノウハウがあって伸びてきた。しかもデリケートな南北問題が存在していたが、2000年代に入ってグローバリズムが進むと、こうした国々は新しい商品を開発することによって輸出するようになってきた。しかし、日本ではそうしたことが全くなくなってしまった。その原因は70年代からの米の減反政策が影響していると言っている。

(図表 3 - 13)



(図表 3 - 14)



(図表3-15)の左側は世界の農業産出額である。右側は、中国、インド、アメリカ、ブラジル、ロシアの1人当たりの農業産出額である。ネーザールランド(オランダ)が上の方に来て、フランス、イタリア、デンマークが入っている。日本も産出額では6番目で結構大きい。世界には競争力のある農業が3つある。1つは「開発途上国型農業」(中国、インド、ブラジル、ロシア、タイ)であり、自国民を養うことが第1の課題なので、食料の自給が大切となる。

それからケアンズ新大陸は、「輸出目的の先進型農業」であり、労働生産性が非常に高い。アメリカ、カナダ、オーストラリアが含まれる。私が学生の頃には、世界にはこの2つの農業があると習った。そして世界は徐々に「開発途上国型農業」から「輸出目的の先進国型農業」へ移行するのだと。

ところが最近、フランス、イタリア、ドイツ、オランダ、デンマークの国々が、付加価値の高い農産物を世界に輸出している。新たな価値創

(図表3-15)

世界から見える農業の型					
OUTPUT(100MilliUS\$)			Per person(10thousandUS\$)		
1	CHINA	4873	1	AUST	1087
2	INDIA	2219	2	NETHERL	835
3	USA	1534	3	FRANCE	827
4	BRAZIL	911	4	ITALY	700
5	RUSSIA	715	5	DENMARK	586
6	JAPAN	713	6	CANADA	568
7	FRANCE	513	7	JAPAN	560
8	ITALY	417	8	KOREA	542
9	GERMANY	287	9	RUSSIA	506
10	KOREA	261	10	USA	492
11	THAI	251	11	BRAZIL	475
12	AUST	229	12	THAI	372
13	ENGLAND	216	13	CHINA	362
14	CANADA	189	14	ENGLAND	351
15	NETHERL	138	15	GERMANY	349

MAERSTAT

造や市場開拓、商品開拓を中心とした農業をやっている。例えばオランダは、パプリカやトマト、花などの園芸分野で、生産性や付加価値が高い。デンマークでは先ほど述べたように、酪農製品や畜産を軸にした農業である。フランスでは付加価値が非常に高いワインを生産している。日本はこのような農業を目指すべきである。日本の農協がいう農業とは、日本は食料自給率や BRICS のような「開発途上国型農業」が大事であり、新大陸にはかなわないと言っている気がする。しかし、ここを目指すべきだと私は思う。

では、日本の農政はどうだろうか。実はどこを目指しているのかが分からない(図表3-16参照)。例えば2兆1,000億円の予算が現在あるが、うち8,000億円が土地利用型農業、要するに稲作対策である。2兆1,000億円の中には、農水省の官僚の給料など全部入る。なぜ、土地利用型農業対策が、8,000億円なのだろうか。「稲作は日本の文化と深く結びつき、

(図表3-16)

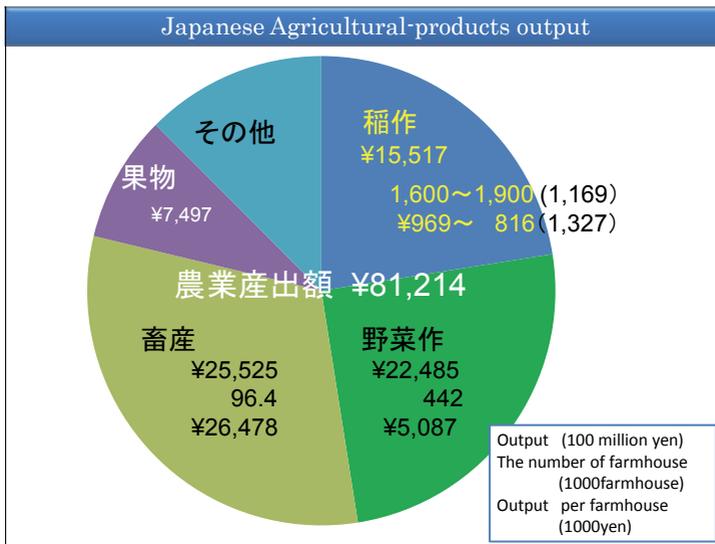
日本の農政は米に手厚い(2012年度予算)	
およそ2兆1千億円の農水省予算の内、8千億円が土地利用型農業対策 (うち2千億円強が畑作対策)。	
I 農業者戸別所得補償制度(特会・一般)	690,070百万円
1 畑作物の所得補償交付金	212,302
2 水田活用の所得補償交付金	228,431
3 米の所得補償交付金	192,900
4 米価変動補填交付金[新規]	29,400
5 加算措置	15,000
6 農業者戸別所得補償制度推進事業等	11,037
II 関連支払	111,877百万円
1 中山間地域等直接支払交付金	25,917
2 農地・水保全管理支払交付金	24,695
3 環境保全型農業直接支援対策	2,644
4 甘味資源作物・国内産糖交付金等	51,418
5 戸別所得補償経営安定推進事業	7,203
稲作偏重の理由＝①日本の文化と深く結びつき、②主食だからという側面もあるが、基本的には③兼業農家維持。 1970年代、稲作地帯の県の農政は、ほとんどが「稲単作からの脱却」を掲げていた。 →それが、URや、関税化阻止、米価維持要求等によって、まともに取り上げられず、失敗に終わる。	

主食だから」という理由はあるが、結局は兼業農家の維持のためである。ここから脱出し、稲単作からの脱却を目指さないと、日本の農業は成長産業にならない。

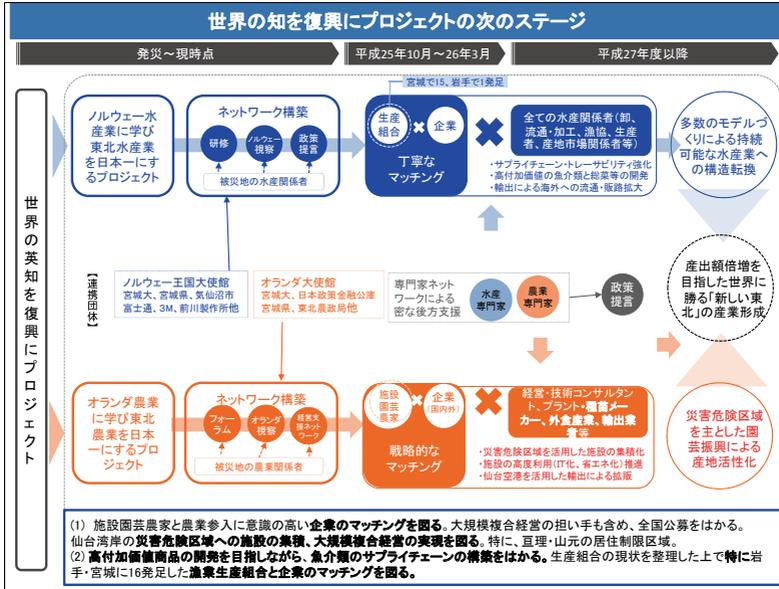
現実に1番伸びているのは畜産である。1戸当たりの販売額は、2,647万円である(図表3-17)。次に野菜が伸びている。1戸当たりの所得は、508万円である。それに対して、かつては1番だった稲作はどんどん縮小し、第3位になっている。衰退する稲作から脱出しなければいけない。

我々は被災地では園芸に特化し、ネットワークを構築して、先ほどのような園芸支援のための体制を作り、これから販売額をどんどん伸ばしていこうと考えている。また、ノルウェーと同様に付加価値の高いユニやアワビを作り、加工業者と結びつけてさらに高付加価値のものをつくろうと考えている(図表3-18)。

(図表3-17)



(図表3 - 18)



2. パネリスト報告「小さな力の商品開発」

株式会社パイロットフィッシュ代表取締役・商品開発コーディネーター

五日市 知香



(1) はじめに

私は商品開発コーディネーターとして、食品を主に商品化するお手伝いをしている。今回は大きなテーマの話が多かったが、生産者や小規模事業者の商品開発の事例をここではお話しする。私が商品開発を手伝うときに心がけているのは、必ず収入を上げることである。時間やお金、労力をかけて商品開発に取り組んだ分、その方たちの収入が上がるようにしている。商品をつくるときには、「買いたくなる商品」をつくるようにしている。消費者が買いたくなる、動く商品のキーワードは2つある。1つは「健康」、もう1つは「手軽さ」だと思う。今、料理する方が大変少なくなってきたので、手軽に一品でき、体にいいと

いうのが動く商品になってきている。そして「誰に、どういう人を買ってもらいたい商品なのか」というターゲットをきちんと決めている。自分がターゲットとした方がどこで買い物をするのか、スーパーなのか百貨店なのか。そうすると自然に量や価格、パッケージデザインなど、必要なことが決まってくる。また、ターゲットと同じぐらい大事なのが、どのようなシーンで買ってもらう商品なのかである。晴れの日用の特別な日に買って食べたいものなのか、あるいは日常的に普通の生活の中で食べる商品なのか。そこを想像しながら作り込んでいく。

(2) 二戸市の大西ファームの事例

岩手県北の二戸市の大西ファームの事例を紹介する。こちらはご夫婦で会社をやめてから農業を始め、トマトやニンニクを生産している。最初、ドライトマトをつくって売りたいと言っていたが、ドライトマトは知っていても、食べ方がよくわからない方は多いと思う。単に売るのは難しいので、手軽に料理ができるようにドライトマトのオリーブオイル漬けをつくった(図表4-1参照)。

(図表4-1)

	岩手県 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』 120g 630円
	・岩手県産 アンチョビ使用 『バーニャカウダー』 120g 1,050円

オリーブオイルに漬けてあるだけではなく、酢、白ワイン、塩、ニンニク、ハーブが入っていて、万能調味料になっている。これが1本あると、野菜をまぜればサラダになり、温野菜、パスタ、鶏肉料理、魚料理も簡単に手軽にできるという商品である。岩手県ではなく、首都圏から売り出した商品で、今はギフト用や下の写真の瓶のものも両方つくっている。

岩手県産のアンチョビを使ったバーニャカウダーは、ソース状のもので、野菜につけたり、まぜたりして使う調味料である。パスタやパンに塗って食べることもできる。岩手県産アンチョビ使用となっているが、このアンチョビも岩手県三陸の宮古湾で水揚げされた小さなカタクチイワシである。ほとんど値段がつかず、魚の餌になるような未利用食材である。材料は安価だが、手間ひまがとてかかる。手の込んだ手作業のみによって作られている。価値をもっと作り出すために、全国ではまだ珍しい国産アンチョビをつくった。

(図表4-2)は、バーニャカウダーをパンに塗って、トマトやドライトマトをのせると簡単に、一品おつまみができるという商品である。こういう食品は、おいしさや安全性も大事だが、見た目も大変大事だと

(図表4-2)



思う。それゆえ、その商品の魅力を一瞬で伝えるための、パッケージデザインも重要である。

(3) 岩手県山田町の『山田の牡蠣くん』

(図表4-3)は『山田の牡蠣くん』という商品で、岩手県山田町のカキやホタテを養殖している漁師が、加工から販売までしている。最初、商品名を『牡蠣くん』として商標登録したいと相談を受けたが、ちゃんと地名を入れた方がいいので、『山田の牡蠣くん』になった。最初は地名を入れたくないと言っていたが、今は役場がお遣い物に使ってくれるなど、山田町を代表する地域ブランド商品となっている。

(図表4-3)

実例『山田の牡蠣くん』
(牡蠣の燻製のオリーブオイル漬け)
中味さえよければ・・・は通用しない
〈美味しそうに見えること〉!



The image shows two versions of the product packaging. On the left, two jars with simple, handwritten-style labels. A green arrow points to the right, where two jars with more professional, printed labels are shown. The labels on the right include the product name and a seal.

**水産加工品コンクール
岩手県知事賞受賞**
小瓶(牡蠣 70g):1,250円
大瓶(牡蠣150g):2,500円

パッケージデザインは、おいしそうに見えることがとても重要である。最初はウニの瓶に自分でラベルを作り、それを貼って売っていた。商品名や見た目がよくないと売れないため、変えた方がいいと助言し

た。しかし、中身がおいしいから売れるはずだと半年頑張ったが、やはり駄目だった。パッケージを変えてからは安定的に売り上げも上がり、銀行からも融資を受け、加工所も新しくした（図表4-3, 4-4参照）。

（図表4-4）



地元の人を雇用していたが、加工場を新しくして5か月後に東日本大震災が発生し、加工場や自宅も全部流され、借金だけが残った。最初は「もうやめてしまおうか…」と心が折れてしまったが、全国のファンの方々の応援や、また食べたいとの声があり、もう1回つくろうと、内陸に加工場をつくってまた作り始めました。とにかくマスコミの方に力をかりて、情報提供をずっとしてきた。日経新聞の全国版や「週刊現代」などの雑誌、さらにテレビにも取り上げてもらい、震災前より今の方が、売り上げがある商品に成長した。

商品名のつけ方だが、子供でも高齢者の方でも覚えられる名前がよ

く、覚えられないようだとブランド化はできないと思う。「山田の何とか買ってきて」とか、「何とかの牡蠣くんおいしいね」と、ちゃんとフルネームで呼ばれないと商品のブランド化は難しい。覚えやすい名前をつけ、できるだけ地名は入れた方がいい。地域のブランド化につながる可能性もとても高くなる。商品一つで、その地域に行ってみたいと思う方も出てくるかもしれない。ネットで色々と調べたり、他の商品にも興味を持ってくれることもある。私はマスコミの力を借りる。私がお手伝いする方は、生産者や小規模事業主の方が主なので、広告料を持っていない事が多い。作っても知ってもらえないと売れる商品には中々ならないので、マスコミの方々が取り上げたいような価値やストーリーのある商品を作り、どんどん情報提供していく。

(4) 漁業者と農家の連携

昨年から私が力を入れているのは、「連携」である。岩手県は海も山もあり、漁業者や農家も多い。おいしいものがたくさんあるので、ばらばらに商品をつくるのではなく、連携をする。先ほどのアンチョビも、被災で加工場も自宅も流された方が加工場を再建する際に、話題となるような商品があった方がいいとの判断から、未利用食材のカタクチイワシを使ったアンチョビを作り、大西ファームにつないでバーニャカウダーソースをつくってもらった商品である（図表4-5参照）。できるだけこういう連携やいいものをかけ合わせる取組みに力を入れている。

（図表4-6）の記事の写真は、山根商店の女性社長と大西ファームの奥さん、そして私である。このようにマスコミに取り上げてもらっている。

最近のヒットとしては8月初めに売り出した「糠床」（ぬかどこ）がある（図表4-7）。

(図表 4 - 5)

未利用食材の商品開発	さらに・・・ アンチョビを使って農家さんが商品開発
『宮古湾で水揚げされた カタクチイワシのアンチョビ』	『バーニャカウダー』
	
→ 連携	
35g 1,500円	130g 1,050円

(図表 4 - 6)

	2013年4月2日付 『岩手日報』
--	----------------------

(図表 4 - 7)



一戸町の産直で
『産直奥中山高原
おばあちゃんの糠床』
を販売開始！！

※産直奥中山高原のおばあちゃんたちに
糠床マイスターになっていただき、
糠床の問い合わせ、ご相談等対応
いただいています。

現在の担い手である若い方の商品開発も手伝っているが、今まで農業を支えてくれた年齢の上の方にも夢を持って欲しいとの思いから、高齢者向けの商品開発も手伝っている。糠床は、まさに健康と手軽さを兼ね備えた商品で、洗った野菜を糠床に漬けるだけでぬか漬けができる。タッパーに入れて売り、冷蔵庫で保管できるようにした。そして糠床をつくっているおばあちゃんたちに「糠床マイスター」になってもらい、作り方がわからなかったり困ったことがあったら購入者の相談に乗ったり、いろいろな問い合わせの対応をしてもらっている。

商品のキーワードは、“UNIQUE”(ユニーク)と“STORY”(ストーリー)である。UNIQUEとは個性や価値である。消費者は価値にお金を払ってくれるし、物語のない商品は長続きしない。きちんと価値と物語をつけて商品を作るようにしている。

3. パネリスト報告「見せる課の取組みについて」

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 新妻 敬

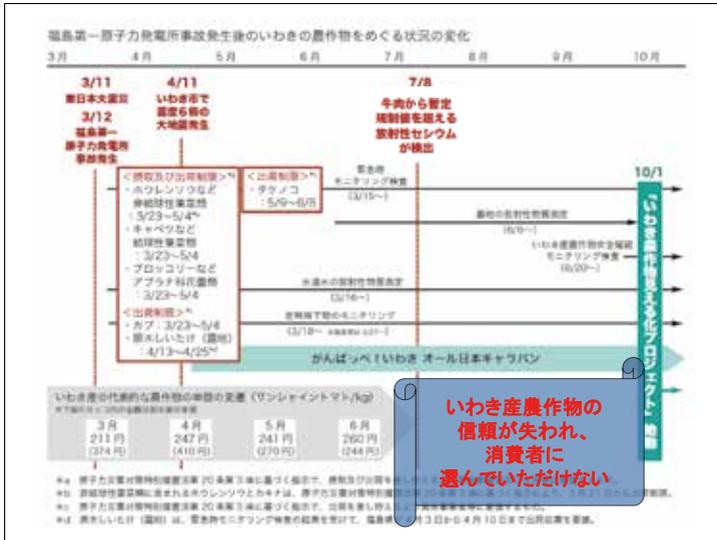


福島県いわき市役所の新妻です。市の農政水産課所属だが、見せる課の職員も兼ねている。本日は、いわき市の「見せる課の取組みについて」を説明したい。

これまでの5人の方々の話は、これからの農業、水産業における挑戦的な取組みであるが、私の話はその前段の、震災からの復興に向かっていく取組みである。いわき市は、東北の福島県の最南端に位置する。今回の東日本大震災やその後の復興、風評の払拭にあたっては、各自自治体の方々からさまざまなご支援をいただいた。感謝申し上げたい。

我々の目標は、風評の払拭だが、3月11日に東日本大震災が起き、さらに福島第一原子力発電所の事故が発生した後も、いわき市の農家は営農活動に取り組み、生産活動をしていた（図表5-1）。

(図表5 - 1)



もちろん野菜などの成長がとまるわけもなく、出荷は続いていた中、県の放射性物質検査の結果、品目により出荷制限が指示されるようになってしまった。生産されているものすべてが出荷制限になったのではないが、「福島県のもは危ない。いわきのもは駄目だ」と思われ、いわきの野菜は出荷制限がかかっていない品目までもがも選ばれなくなりました。様々な取組みにより、選ばれるようになってきたが、他の農産物で出荷制限が指示される度に「いわき産は大丈夫なのか、駄目なんじゃないか」と思われてしまい、なかなかいわきの野菜が選ばれない状況となった。

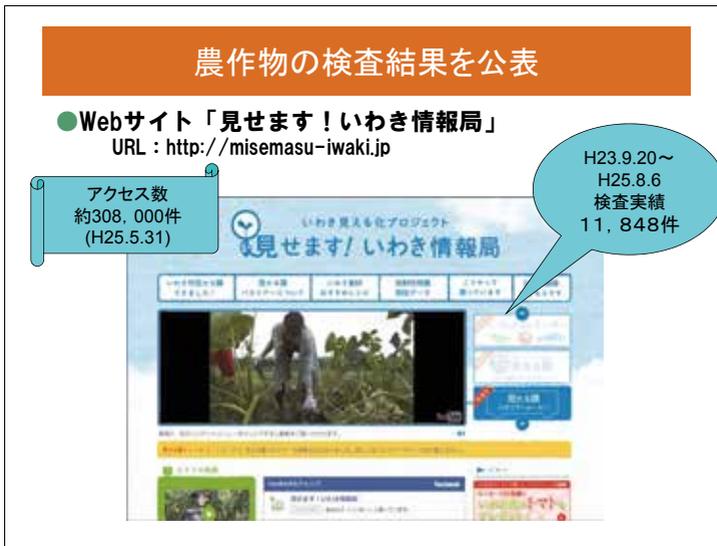
そこで、いわきの農作物の本当の姿を見せようと「いわき農作物見える化プロジェクト」が、平成23年10月1日に始まった。このプロジェクトの目的は、失われたいわき産農作物の信頼を回復することである。

なぜ敬遠されるのかといえは、いわきの野菜についての正しい情報がない。いわき産農作物についての判断材料が不足している。「とりあえず、

よくわからないので敬遠しておこう」という方々がほとんどだった。それがまさにうわさ、風評である。この風評払拭にあたってはわかりやすく、正しい情報を伝えていくことが、最も基本の取り組みとなった。「いわき農作物見える化プロジェクト」は、消費者自身に安全・安心を判断して頂くための材料を提供するプロジェクトである。農産物や食べ物の安全性にまつわる問題が発生すると大臣や行政の関係者がパフォーマンスで食べたり、安心だと訴えたりするが、かえって消費者から信頼されない。「うそをついている。隠している」と言われる。このため、いわき市は「安全です、安心です」と訴えることはせず、その判断材料を提供し、消費者がいわきの野菜が安全かどうかを自分で判断していただくための取組みを始めたのである。

「見せます！いわき情報局」というサイトで農産物の検査結果を公表している（図表5－2参照）。平成25年5月までのアクセス数は30

（図表5－2）



万 8,000 件であり、今現在もアクセス数は増えているので、それだけ気にされている方や情報を求めている方々がいる。これまでにおよそ 1 万 2,000 件を超える検体を測っているが、内訳は、20 ベクレルを下回っているものが 97% であり、国の基準値 100 ベクレルに対しては、99.7% が下回っている。数字上はかなり安心・安全ではないかととらえているが、サイト上では見解は公表せず、あくまで数字だけを客観的に出している。

他にも、わかりやすく理解してもらうために、地元の FM 局で職員や生産者が出演するラジオ番組を放送したり（図表 5 - 3 参照）、新聞折り込みによる情報発信も行っている（図表 5 - 4 参照）。それらの取組みをさらに進めるため、平成 24 年 10 月に「見せる課」を設置した（図表 5 - 5）。

（図表 5 - 3）

ラジオでの情報発信

- 地元FM局「SEA WAVE FMいわき」（76.2MHz）
毎週木曜日 17:33～17:48（15分間）
『ラジオでも、見せます！いわき情報局』放送中
生産者をはじめ、農業関係者等との出演により、
生産者の生の声、取組み、想いなどを届ける。



平成23年10月から
93回放送(H25.8.1)



(図表5-4)

新聞折込による情報発信

●新聞折込やイベント時に配布し、Webサイト『見せます！いわき情報局』への誘引を図る。

<平成24年度実績>
 Vol51
 平成24年6月15日発行
 Vol52
 平成24年9月14日発行
 Vol53
 平成24年12月14日発行
 Vol54
 平成25年3月15日発行
 各11万5,000部

いわきブランド農産物通信



(図表5-5)

見せます！いわき情報局 見せる課 設置

見える化プロジェクト、2年目の挑戦

●平成24年10月1日（月）に、農作物の風評対策で培ったノウハウをいかし対象を水産物や観光まで広げ、復興と風評対策を目的とするプロジェクトチームとして、いわき市役所内に「見せる課」を開設。

*名称 見せます！いわき情報局 見せる課（通称・見せる課）
 *人員構成 22名（→平成25年度は26名に）





辞令交付式（10月1日いわき市役所にて）

何かを「見せる」というような名称の課は、おそらく日本でも初めてではないかと思っている。普通「見せる、広報する」だと広報課になるが、この見せる課は農産物、水産物、観光分野におけるありのままの情報を見せる特異的な部署となっている。なお、見せる課は正式な課ではなく、平成26年3月までのプロジェクトチームとして、各担当者が所属課から持ち寄った情報を総括的に提供する役割を担っている。

昨今ソーシャルネットワークが発達しているので、Facebookのページも開設している（図表5-6参照）。農家や漁業関係者、観光業者、そして行政の取組みをわかりやすく公開しており、現在、「いいね！」は1,700件を超えている。その他にも県内や首都圏でテレビCMをオンエアし、農産物、水産物、それぞれに報道機関に情報を提供した（図表5-7）。様々なメディアに取り上げられることで、私たちの取り組みが消費者にわかりやすく伝わったものと思っている。

（図表5-6）



(図表 5 - 7)

関連メディアによる取材

●見せる課等 取材件数
536件(H25. 2現在)

TV 16件
新聞 78件
Web 433件等

●Web
『いいね！ JAPAN』さま
http://iine-japan.f-navigation.jp/socialaward/pickup/pickup_article26.htm

●専門誌
『料理王国』さま
2012 12月号



見せる課の稲穂プロジェクト
(見せる課の稲穂)







東京・有楽町の駅前で、サンマのイベントを開催し、さかなクンや南海キャンディーズのしずちゃんといった縁のある方々にも協力をいただき、いわきの情報発信に努めた（図表 5 - 8）。また、東京駅でイチゴのイベントも開催し、いわきの特産物であるイチゴをPRした。これらは、地産地消の促進が目的であるが、そのためにまずは発信力の強い首都圏から情報を発信していく取組みである（図表 5 - 9）。

見せる課バスツアーでは、首都圏の方をいわき市にお連れして、いわきの農産物の生産現場や放射性物質検査の様子を隠さずにすべてを見せている。今まで14回開催し、のべ412名が参加した。また、首都圏でもいわき産のトマトを販売し、首都圏における販売チャネルの拡大なども行っている。今後も様々な取組みを行っていくが、平成25年10月5、6日には「ふりかけグランプリ in いわき」を開催し、地元産米の消費拡大を図っていく。

(図表 5 - 8)

イベントの開催

● **いわきのサンマ豊漁祭** 平成24年11月20日開催

有楽町駅前広場にて
サンマ塩焼き 300名
サンマツミレ汁 300名 試食



(図表 5 - 9)

イベントの開催

● **ようこそ、いわきへ出張いちご菜園** 平成25年1月15日開催

東京駅動輪広場にて
いちご 300名試食



いわきの農産物は、購入されることは購入されているが、他の産地の物がないという時に、「じゃ、いわき産を買うか。福島県産を買うか」といった二番手、三番手のような取扱いがなされている。こうした事態が解消され、いわきの野菜が味で選んでもらえるようになるまで、私たちの取組みは進む。以上、農家と行政団体の一丸の取組みの紹介である。

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－」

(コーディネーター) 宮城大学副学長

大 泉 一 貫

株式会社パイロットフィッシュ代表取締役・商品開発コーディネーター

五日市 知 香

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 新 妻 敬

東京農業大学 国際食料情報学部国際バイオビジネス学科 教授 門 間 敏 幸

根室市長・全国市長会水産都市協議会会長 長谷川 俊 輔

総社市長・全国市長会評議員 片 岡 聡 一



○大泉 いわき市の「みせる課」は風評被害対策として情報を頻繁に提供しながら、いわき産農産物の信頼を回復する過程にあるということですね。それでは、最初に両市長に伺いたい。具体的な取組みは報告でわかっ

たが、一般論として水産業の競争力を強化するときに、どこがポイントになると長谷川根室市長はお考えか。また、総社の片岡市長には、一般論として農業の成長産業化、競争力の強化はどこが軸になるかをお聞きしたい。

○長谷川 これは国内の販売でも同じだが、アジア圏へのサンマの輸出戦略においては、最初に根室のサンマがいいものだという差別化と特化に非常に力を入れた。ベトナムではサンマがとれない。日本ではほとんど餌にするような、1キログラム100円ぐらいのサンマが台湾から年間6,000トンぐらい貿易で入っており、サンマといえば安物というイメージがベトナムにはある。あまり脂がなく、安いものという感じをとにかく払拭するために、実際にベトナムの皆さんに食べてもらう。1年目は根室産のサンマを5,000食、2年目からは1万食を日本の食べ方である炭火で焼き、しょうゆや塩をかけて提供した。これが非常に好評で、2年目は味がわかっているので大勢の人が来て、1匹のままではとても足りず、3つに分けてようやく皆さんに渡った。努力の結果、20トンだった輸出が、500トンへ伸びた。台湾はキロ100円、根室のいいものはキロ500円するので、やはり高い。しかし、500円でもいいものは買う。東南アジアのすべてがそうだが、ベトナムは非常に富裕層が増え、日本の価格でも十分買える層がいる。そこに非常に意を用いたということである。

ベトナム人は非常に日本人と気質が似て勤勉な国民性である。売込みの場合の人脈づくりとしては、とにかく名前や人を覚えることに重点を置き、日本からは3回行っている。ベトナムからも3回来てもらい、今では名刺交換をしなくても「やあやあ」という感じのバイヤーが増え、信頼感も非常に増している。これが市場、貿易につながっていくと思う。先ほどの事例発表にもあったが、報道関係、メディアの活用が効果をあらわすので、その点も大いに工夫した。

○大泉 輸出は水産業の1つの大きな課題である。商品力、バイヤー等との人脈づくり、それからメディア活用といったヒントがあった。サンマは、根室に豊富にあると考えていいのか。

○長谷川 日本の半分ぐらいが根室でとれているので、かなり豊富にある。ただ去年は小型のサンマがあまりとれず、大きいサンマばかり獲れたため、ベトナムに輸出するサンマが少し不足した。漁業の場合、年によってなかなか安定しないという問題はある。そのために冷凍サンマというシナリオもあり得る。

○大泉 根室の場合は、卸業者が何かしていると思ったが、輸出主体は加工業者だそうだ。ベトナムの水産加工場はかなり HACCP²をとっているの、大事になってくるかもしれない。

それでは総社市長、農業一般論で結構です。どうぞ。

○片岡 私が市長になって6年目であるが、市長就任当初は、農業は得意なある特定の売り出したいものを育てるのが、農政における首長の役割だと思っていた。今では反省しているが、東京の大田市場に総社産のピオーネをトップセールスとして持っていった。大田市場は大変広いので、首長が行くと「岡山県総社市様が、総社産のピオーネの売り出しに来られておりますので、近くのブースの仲買人さん、どうぞお立ち寄り

2 HACCP (ハサップ) とは、食品の製造・加工工程のあらゆる段階で発生する恐れのある微生物汚染等の危害をあらかじめ分析 (Hazard Analysis) し、その結果に基づいて、製造工程のどの段階でどのような対策を講じればより安全な製品を得ることができるかという重要管理点 (Critical Control Point) を定め、これを連続的に監視することにより製品の安全を確保する衛生管理の手法のことを指す。その詳細については、以下もあわせて参照されたい。

cf. 厚生労働省 HP<http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryuu/shokuhin/haccp/>.

ください」とアナウンスをしてくれる。同時に、その日たまたま宮崎県産のマンゴーを東国原知事が売っているので、お立ち寄りくださいと言ったら、宮崎県マンゴーの競りがぶわーっと本当に光り輝き、100対0で完封負けした。しかし、僕がいなくても総社産のピオーネのいいものは完売する。こういう売り込みやセールスは県庁の仕事だと思った。多分、農家は県庁にあまり行かない。県庁に行くのは市の職員や団体の長である。一方、市役所には農家が大勢長靴を履いてくる。その多くは兼業農家やもうやっとなでやっている高齢者がほとんどである。ブドウや桃など特殊性がある農家はもうかっているが、それは我々市役所の仕事では多分もうないと思った。

これから農業を底辺から活性化するためには、農家の8割ぐらいを占める兼業農家や高齢者、米をつくっても全然もうかっていない層に目を向けるべきである。我々基礎自治体がこの層の面倒をみて、そのためのルールづくりをすることがとても大事である。

大泉先生が指摘するように、減反政策で日本の農業は体力を失った。米ばかりつくって大赤字になった。その現状をやはり市役所が変えていかなければならない。農業弱者、兼業農家などに対して、つくったら必ず買ってあげる、つくったら必ず売れる、つくったら必ず現金収入になるという、儲かるシステムの構築を基礎自治体が本気でやっていく時代だと思う。これは最初、福祉から始まる。今は偉そうに言っているが、1億2,000万円決算のうち一般会計から1,300万円を投入しながら、昨年は単年で490万の赤字である。これまでで約2,000万円弱の赤字であるが、これを黒字化するには、市役所が踏み込んでいかなければならない。桃、ピオーネ、マンゴーなどのいいものは、ほっといても売れるし、ほっといても海外へ行く。だから兼業農家やもうからない高齢者に対して、どこまでアシストできるかが僕らのテーマである。

○大泉 日本全国には240～250万人ぐらいの農家があり、そのほとん

どは兼業農家である。農業に対してはある種の諦めを持っているが、その8割の兼業農家に対してどのような政策を組めるかが最も重要であるというのが、片岡・総社市長のお話だった。「もうからない農業」の参加を総社市では「野菜買い付け会社」をつくることによって、インセンティブを与え、さらにその人たちが新たな農産物を産出するための試みなのだと思う。まず「つくったら売れる」という段階を押さえれば、売れるものをつくろうと次になるのかもしれない。回転がうまくいけば市財政が投下した分に対し、黒字として返ってくるのかもしれない。それまでに仕組みをつくれるかが非常に重要である。

日本の農業の衰退時には、農協の産地も衰退してくる。高齢化や兼業化による衰退もあるが、同時に農協の農業離れがある。

一方、今、トップリバーや野菜くらぶなどの野菜の営農販売会社が伸びている。なぜなら、「出口」を押さえているためである。先ほど総社市長は1万食と言ったが、「出口」を押さえて供給をしていく。トップリバー等々は、専業農家を押さえている。他方、総社市はどちらかという兼業農家への利益の動機づけだと思う。専業農家を押さえ、専業農家の集団を作り、その人たちが逆に兼業農家をつかっていくのが、今出てきている野菜営農会社ではあるが、総社市の場合はそれを一気に兼業農家におろしたということになるだろう。

このやり方は群馬の甘楽富岡農協が、じいちゃん、ばあちゃんたちに朝どり野菜をつくらせた例と似ている。兼業農家や高齢化した人たちに朝早く起きると健康にもいいからと働きかけた。この野菜買い付け会社は今後どうなるのか。この仕組みが成功し、全国に普及するかが課題になってくるだろうと思うので、期待したい。

今回の話は、被災地の農林水産業の復興も含まれるが、結局、競争力のある農業をつくる方向は同じだと思う。そのためにはマーケティング、商品開発、情報の提供、特に都市圏に向けた効果的なマーケティング戦略が重要である。今回の話には出ていないが直売所や輸出による独自の

販売の拡大、6次産業化が求められている。広報戦略、品質向上等々、いろいろな手法がある。

まず門間先生への質問だが、東北地方の農業経営の復興に携わっていて、都市圏、とりわけ首都圏の消費者への取組みが重要だと思うが何が効果的か。

○門間 東日本大震災で被災した東北地方の農業の復興について、ある程度将来を見据えた未来型の農業とは一体何かと学会で論議になった。未来型農業をどう考えているのかと問われたことがある。1つは、「津波被害地域」と「放射能汚染地域」を分けて考える必要がある。まず、「津波被害地域」では津波に冠水した水田が復元したときに、従来の農業システムとはかなり変わってくる。第1に、法人のような会社組織の経営体が伸びるだろう。あるいはそのような担い手がいないところでは、集落単位で農地を守る動きも出るだろう。しかし、いきなり100ヘクタール規模のすぐれた経営を管理・運営することは難しい。そうすると、その間どうサポートするかの仕組みを考えなければいけない。その間に、個別経営、あるいは集落営農のような担い手も育成し、その大規模な経営体が100ヘクタールの経営をうまく展開できるまで、共存して農業を守ることが重要である。こうした地域の仕組みづくりをこれからやらなければいけない。また、農地を特定の経営体に集約すると、仕事なくなる人々がでてしまう。その人たちを雇用できる仕組みを地域で考えなければいけない。1つは施設園芸農業を導入して、地域で働きたい人は皆、働ける仕組みをまずつくる。これが津波被害地域での対応である。

一方、「放射能汚染地域」は、おそらく耕作放棄がこれまで以上に急激に進む。農業の担い手である若い人たちが、仮設住宅などに出て、地域からいなくなってしまう。地域の農地を守る仕組みをつくらなければいけない。この1つの手段として、基盤整備がある。それともう1つは、安全な農産物については施設園芸のようなものを入れ、放射能汚染

されない花や野菜をある程度組織的につくれる仕組みにしていく。あるいは畜産、例えば養鶏も入れながら、地域の人たちがお金を得て働ける場所をつくれれば、経営は維持できるだろう。この仕組みが被災地での農業の今後の方向であろう。

それから都市圏との連携はいくつかに分けて考える必要がある。首都圏と連携する場合、あるいはローカルなエリアの中で都市部と連携する場合、あるいは市町村と企業が連携する場合とに分けて連携の仕組みを考えていかなければならない。

地域で拠点的に農産物の販売を行い、いろいろな体験や交流ができる仕組みを「交流型農業」と私は呼んでいる。ある程度地域の中で消費ができる仕組みをまずつくる。1つは直売や法人的な企業体で地域や自分の農場に人を呼ぶ仕組みである。熊本県のココファームなどではかなり工夫をして、地域の人たちを常に農場へ集めている。これは養鶏の農場なので、卵にこだわった商品開発をしている。さらにそこへ地域の農産物を出店する直売所を整備し、地域全体が、地域内外の人たちを集めて発展していく方法がある。

それから、ある程度首都圏に近い地域では単に農産物を買ってもらって交流するだけではなく、首都圏の人たちに来てもらう。例えば、栃木県宇都宮市の近くの赤字を抱えた第三セクターの公共施設を民間のノウハウを入れ復活させた、ファーマーズ・フォレストのような非常にすぐれた取組みがある。ここでは栃木県の特産品を開発し、その発信の拠点ともなっている。

市町村と企業との連携については、日本都市センターの風評被害研究会で調査に行った際、会津若松市では、市に進出している企業と連携しながら企業マルシェをしていた。企業からいろいろな会津の農産物が欲しいと言われたときに、それに対応できる仕組みがあった。社員食堂へ食材を提供し、誘致企業などとその市町村の農業が連携して商品を出すという試みをしている。企業と市町村の連携、首都圏と市町村の連携、

首都圏ではないが近隣エリアとの連携を進めていく取組みが有効である。

震災復興に関しては、市町村間の姉妹都市などが非常に大きな力を発揮し、被災した地域に支援の手を持続的に伸ばしてきている。例えば、相馬市は多くの市町村からサポートをもらい、それらは復興に多大な貢献をしている。日ごろから姉妹都市交流を持続的な形で進めるのが重要だと切実に感じる。

○大泉 販売チャンネルが多様にあるという話である。群馬の Farmdo (ファームドゥ) は、直売場を作りながらどんどん付加価値が高いものを売っている。様々な提携の仕方があると思う。

水産の事例で指摘したが一時期に途切れても、新たなチャンネルがいろいろとある。これまでのチャンネルにあまりこだわらなくても、意外と足下にあると気づくと思う。国内市場チャンネルが実は結構豊富にあるという、ありがたいご指摘であった。先程、新妻さんは広報、五日市さんは商品開発の視点からお話をされたが、違った観点から市場浸透のお話をいただきたい。

○五日市 現在、インターネットの普及で「消費者が欲しいものに苦労なく早くたどり着く時代」になってきている。情報提供もマスコミに取り上げてもらうのは、大変大きい。予算があれば広告代理店に一括で依頼すればよく、もし海外にということであれば、海外に支社のある広告代理店にお願いすればいい。しかし広告予算がない場合、まずは地域のマスコミである新聞社やテレビ局から始めるとよいだろう。いきなり全国紙や全国ネットのテレビ局に取り上げてもらうのは難しい。やはり地元のマスコミへのきちんとした情報提供と、取り上げてもらえる価値のある商品をつくらなければいけない。地元のマスコミが取り上げてくれることで、徐々に全国紙やテレビ局、雑誌が取り上げてくれるようになる。まずは小さいことでも地元のマスコミを活用して、協力してもらう。

今は「消費者が動く時代」なので、情報提供をこつこつと進めることが大事である。

○**新妻** 今はインターネットが氾濫しているので、いろいろな情報が飛び交っている。たくさん情報がある中で、どのように自分の情報や野菜の情報を伝えるかを考えると、差別化が必要である。6次産業化も差別化の1つである。同じ野菜をつくっていても、加工によって、でき上がってくるもの、プロダクトが変わってくる。違うものをどう売り込むか、それが情報のツール化だと思う。

いわきではトマトをたくさんつくっている。その味がどうかというと、おそらく普通においしい。とびきりうまいというわけでもなく、かといってまずくもない。私ども「見える課」としては、農家がこうやって一体的に取り組んでいるという姿を伝える。それも1人1人の生産者の顔が見える紹介をすることで、安心感を与える。そのためには実際に味と品質がよくなければいけない。差別化はベースである野菜、魚介類の品質がしっかりとしていなければいけない。その2つが備わってこそ、情報のツール化につながっていくと思う。

○**大泉** 先ほど門間先生も述べていたが、自治体と企業の連携について、自治体が農業、一次産業の復興にどのぐらい関与すべきなのか、あるいは民間に任せたほうがいいのか。根室市は、行政がサンマの輸出に関わっているし、総社市も買い付け会社に関わっている。行政と民間企業との関係はどのように整理したらいいのか。

○**新妻** 基本的に「見える課」の取組みは広報活動であるが、われわれもその枠を少し超え、首都圏にいわきのトマトを流通させている。去年の秋口から実施したが、流通には、いろいろな流通関係者が関わっており、行政が流通部門に入っていくのは難しい。実際、今もトマトに続い

て、ナシやネギを乗せていこうとしているが、野菜は野菜、果物は果物で流通の流れが違う。関係者が悩みを抱える部分でもあるので、今回の両市長の取組みは、非常に力強く感じる。

○長谷川 ベトナムの輸出は、行政が主導しなければ実現しなかったと思う。水産加工業が約110社あるがお互いに横にらみで、なかなかリーダーとなる人がいない。根室市、水産加工、漁業者、商工業者及び金融業者が、全部一体となって協議会を作り、始めて成功した。実は国の予算をもらっている。毎年約500万円の農水省の補助を受け、平成22年から3年間続けている。農水省に輸出拡大サポートチームがあり、十分に予算があると思う。1団体あたり、大体400～500万円ぐらい交付される。

つい先日も協議会を開き、最終的には行政は手を引くという話をしたが、ずっとやってほしいと猛反対を受けた。今はまだ400トンぐらいだが、5,000トン、1万トンと輸出したいので、行政の参画はぜひ必要という意見も強く、やむを得ない感じもある。話はちょっと逸れるが、国の補助政策について言えば、根室の場合は漁業が8割、農業が2割であった。管内の根室市近郊（1市4町）をすべて含めると、漁業が7割、農業が3割であった。

○大泉 その場合の漁業とは、加工も含めた水産業か。

○長谷川 水産業である。それが今は逆転し、農業が7割で、漁業が3割になってしまった。根室はまだ水産業主体だが、私は国の施策が農業に偏っているとずっと感じている。例えば、北海道は今かなり米がとれているが、根室管内は根室と釧路だけがまだ米がとれない地域である。したがって、根室、釧路は酪農が主である。乳を搾って生計を立てているが、いろいろな事業に8～10割の国の補助があるものの、農家はほ

とんど負担がない。それで1,000～3,000万円ぐらいの所得を得ている。ところが、漁業はほとんど保障がない。今言った農水省の500万円の補助金は特殊な例だが、漁家に対する補助は農業と比べると圧倒的に低い。私は今年から全国市長会の水産都市協議会の会長になっているので、この点についてもっと大きい声を上げていかねばならないと思っている。

我々は水産業を何とか一本立ちさせようと、海外輸出や貿易だけでなく、沿岸漁業の振興のために種苗放流や種苗生産技術の開発、HACCP対応及び地産地消を進めている。市のお金をたくさん使っているが、やはり本家本元は価格形成にある。漁家の都合ではなく、量販店の川下で決められてしまう。それから消費者の魚離れが進んでいるのが非常に大きい。これらの根本部分にぜひ国が関与して欲しい。もちろん我々や都道府県でも一生懸命にやっているが良くならない。根本部分である流通慣行に行政が入るのは難しいが、水産業がこれから持続的に発展するためには、国の一定の関与が必要である。

最近の円安により漁船の燃料代が非常に高騰し、根室ではあまりないが、スルメ、イカが安いために燃料に取られ、出漁できない事態が実際に起きている。農業では所得補償や冷害地区対策などいろいろと先行している一方で、将来にわたる安定的な漁業環境構築のための施策はいまだに見えない。漁業環境の今後の構築を図るために、漁業に対しても所得補償の導入が私は絶対必要だと思っている。これは国に対して強く要請していく必要がある。

○大泉 漁業の担い手がどんどんいなくなっていく中で、こういった形で漁業を振興しなければいけないのか、同時に所得補償をどうするかは深刻な問題だろう。先日も釧路の人たちが漁業から農業に変わるという話を聞いた。魚価と関係して、今話に出たスルメやサンマもTAC³の対象にはなっているが、資源管理をきっちりしていかないと、小さいものまで獲り過ぎてしまう。今、サバも根室に大分行っているようだが、

ジャミサバばかり獲っていて、価格の高いサバになかなかならないという。3歳ぐらいのサバを獲れば、それなりに魚価も上がって、漁業者も潤うと思う。そうした資源管理をもうちょっと国全体が見直さなければいけない。

実は私も行政は、農水省の行政ではなくて、地方分権しながら自治体が農業を考えなければいけないと思っている。とはいえ自治体がどの程度まで、農林水産行政に打って出たらいいのかという問題もあるだろうし、あるいは企業との連携も必要だろう。政治家としてここは言いたい、こういった方向が考えられるべきという意見があればお聞きしたい。それから先ほど兼業農家の方々に対する補助に対して、売るのが1番の特効薬だという話もお願いしたい。

○片岡 基礎自治体は圃場や大型のインフラ整備以外は農水省には頼るべきではない。過去と決別をした方がいいと思う。それから企業との組み方だが、2通り、両にらみでいかないといけない。農家にも2通りある。優秀な農家であり、担い手がいて、若くていいものをつくる農家が大体ざっと20%いる。一方、嫌々ながら面倒くさがって、しょうがなしにしているのが8割のB級農家である。市長の立場や市の職員としては、むしろ8割の弱者を守ってあげないといけない。8割の農家を守るための企業の組み方はない。企業や流通商社と闘い、行政指導で半ば福祉的にやっていくことは避けて通れないのではないか。

それから、A級農家を守っていく企業等のあり方は、6次産業化し、

3 漁獲可能量（TAC）制度：TACとは、Total Allowable Catchの略。制度対象魚種の年間漁獲量の上限を国が設定し、一定のルールの下、漁業種類や都道府県ごとに漁獲数量の配分を行う制度のこと。我が国では、沿岸域から沖合、遠洋まで、多種多様な漁業が営まれており、水産資源管理のため、魚種や漁業種類の特性に応じ、都道府県による漁業権免許、国、都道府県による漁業許可、漁獲可能量（TAC）制度等の公的規制が行われている。その詳細については、以下もあわせて参照されたい。

cf. 水産庁 HP<http://www.jfa.maff.go.jp/j/kikaku/wpaper/h23_h/trend/1/t1_2_3_2.html>.

インセンティブをつけ、投資をしていくことである。ばんばん企業と組んで、僕もこの隣に座っている五日市さんと明日にでも一緒にやりたいぐらいである。80%のB級を行政主導で守っていくやり方と、20%のエース級が五日市さんと一緒に組むという、2通りの6次産業モデルを考えていかなければならない。

ただ、その6次産業モデルも段階的進歩過程があり、最初は初歩的であるべきだと思う。多くの農家を守り、多くの簡単な野菜を買ってあげる、多くの種類を買ってあげることができる6次産業モデルでないといけない。例えば、学校給食で1番弱いのは固いものである。2時間半仕込みなので、カボチャやゴボウなど固くてカットができないものは、ほとんど中国の冷凍真空野菜である。それで6次産業モデルで行政がカット工場をつくれれば、もっとたくさんの野菜が買い付けできるようになる。

野菜は話しかけても成長がとまるわけではない。勝手に大きくなる。7月20日以降8月31日までの学校給食がない間にも、キャベツはたくさんとれる。その保冷庫をどれだけ巨大にできるか。初歩的6次モデルをばかにしていたら、政治家として絶対にいけない。初歩的6次産業モデルを成功の途に導き出すのが僕らのあり方だと思っている。だから、五日市さんとは2割だけ結婚したい。

○大泉 先ほど8割の部分に関係するが、福祉政策の延長になるのか。

○片岡 その部分は福祉になる。やってみて恥ずかしいが、スーパーで売れば売るほど赤字が増える。このシステムは福祉なので、反省しないとイケない。福祉になぜなっているかの理由もわかっている。高齢者がつくったエンジンを市役所職員が取りに行き、集荷しに行く。洗浄から袋詰めも僕らがやる。場所代も売り上げの10%で抑えている。しかも売れ残ったものは、僕らが買い取っているので、やはり赤字になる。

なおかつ業界団体より高く購入している。だからそろそろ、この272軒の農家が軌道に乗った時点で、「申しわけないが集荷しないから持ってきてください。自分でパッケージしてください。それから売れ残りはあなた方の責任ですよ、引き取ってください。場所代を15%に上げます」とすれば、黒字になる。そこのさじ加減である。

○大泉 アウトソーシングは考えていないのでしょうか、最初から考えていなかったのでしょうか。

○片岡 僕は流通を度外視するところから始めているので、アウトソーシングは考えていません。

○大泉 「競争力のある水産業」「次世代へつなぐ農林水産業」にするためには、どうしたらいいか。我が国最大の農学部を有する東京農大は、一次産業と大学との産学連携もそうだが、そもそもなぜ相馬市へ入ったのか。また、農大が日本の農業の復興に対してどのように貢献してきたか、貢献をしようとしているのか。海外での展開も昔からあったと思うが、海外への関与も伺いたい。

○門間 我々は「東日本支援プロジェクト」と言っているが、なぜ農大が相馬を選んだのか。それは、純粹に被災した東日本地域の農業の復興に貢献したいということと、東京農大が120年間にわたり農業で教育をしてきた大学であるので、東日本大震災の復興にぜひ農業で貢献したいというのが、学長をはじめ学内の教員の共通認識であったためである。それゆえに、我々は予算も全部学内で用意をしている。もう1つは学生が個人でボランティアに行くよりも、大学として組織的に入って復興に貢献して欲しいとの願いがあった。特に東京農大は実学を大きな教育研究の目的にしており、震災復興という問題が眼前にあったとき、どう実

践するかで日ごろの実学のあり方が問われることになる。プロジェクトの展開にあたっては、常に成果が目に見える形で出るようにするため、できるものから順番に実施し、次第にハードルの高いものへチャレンジするという方法をとっている。

相馬市も、今後の市の農業復興は農大に全面的に任せるという形で、相馬市、農協、東京農大、県が様々な活動を展開し、常に連携をとりながら実践するという仕組みを作っている。しかし、最初は農家に入るのも非常に厳しかった。この大変な時期に研究の材料みたいに俺らを扱うのだろうと、全く相手にされなかった。市長は連携協力を了承したが、行政の担当者にとっては震災復興で夜も寝ないで頑張っている忙しい時期に、さらに余分な仕事が増えてしまうことは十分に分かっていた。そのため、知り合いのつてを頼りながら、1軒1軒農家に入りながら信頼を勝ち得て、今ではどこへもフリーパスで行けるようになっている。

それから現在の農大は、全国の20ぐらいの市町村と連携協定を結び、東京農大のいろいろな技術やノウハウを提供するとともに、学生の教育、あるいは研究成果の実証フィールドの提供面で便宜を図ってもらっている、最初は各市町村と農大という2つの組織間の関係だったが、3年前から市町村間の横の連携を重視し、その接着剤としての役割を農大が果たしている。

海外でも多くの農大OBが活躍している。特に南米に移民として移住をしたOBは、その地域の農業の担い手として重要な役割を果たしている。特にブラジルとパラグアイの農業については、農大のOBと日系人の移住者が非常に大きな力を発揮している。現在、姉妹校が東南アジア、アフリカも含めて21校あり、それぞれ選抜された学生たちを教員として現地に送り返して、様々な連携を進めている。

○大泉 横井時敬学長以来の歴史のある東京農業大学が、震災復興に当たって先頭を切って産学の連携に入るのは、今後の大学の歴史にも残る

1つのエポックだと思う。

○五日市 6次産業化についてだが、生産者にとって、加工から販売は大変ハードルが高い。商品化し、販売できるかは、専門的なエキスパート・地域のコーディネーターの力によるところが大きいのと思う。全国を歩いて感じることは、そうした私を含め地域のコーディネーターの質を上げていくことが大事ということである。

○片岡 僕は東日本大震災の3県の他、被害に遭われた県をずっと思い続けて応援したい。生産地表示があれば、福島県のものを徹底的に食べようと思う。そういう支え合いがあれば良い。

各市町村の遊休地の再生について、都道府県が関与するのは骨折りだと思う。その表裏一体として農業振興地域及び市街化調整区域の中には企業誘致ができない。長い間、農地法、農林省との間の高い壁で困っている。農地中間管理機構法案がこの秋の国会に出てくる。遊休地、農地を減らすのではなく、遊休地及び非農地を開墾・再生し、集積して、農家をつけて商いをさせた場合に、それと同等の面積及び価値のものを農地から企業誘致ゾーンに転用する権限を、地方の自治体の長、首長に与えてほしいと今日、林農水大臣に直談判したが、完封負けした気がする。この試案は、全国市長会において全会一致で採択をされているが、ハードルは非常に高い。今日は全国市長会経済部、浜松市、新潟市長、長崎市ともに、僕が発案市長として参加した。ぜひ農地法改正について、各市町村に深く理解をしてもらい、協力を願いたい。農地は減らさない。農業を復興させることと表裏一体の問題として、企業誘致と農地転用のあり方についてお考えいただければありがたい。

○長谷川 国はいま、一次産品の輸出促進に力を入れている。農水省や経済産業省のいろいろなメニューがあるので、やる気がある自治体はぜ

ひ活用して欲しい。海外貿易する場合にJETROの力は非常に大きいと思う。国の補助だけでは全然足りない。JETROの支援の方がむしろ2、3倍くらいの様々な支援をいただいている。ぜひ活用をして、海外貿易等に挑戦していただきたい。

○門間 首長の指導力あるいは職員の問題意識など様々な要因があると思うが、支援活動を行っている中で痛切に感じているのは、市町村間の取組みの格差が非常に大きく出ているということである。現在足りないのは、地方自治体ができないところを補う仕組みである。我々が支援しているのは、その地方自治体ができない部分、例えば技術的な問題についてである。そうした点で大学やNPO、企業をうまく活用することが求められている。しかし、そのようなノウハウの差が市町村間でかなり出てきている。

○大泉 今回は輸出を含めた市場開拓、それから国内市場の様々なネットワークを使いながら市場開拓をしていくという話があった。同時に、商品も品質のいいものを作って、商品開発もしていかなければいけない。販売やマーケティングなど、国内外に輸出をする話や野菜買い付け会社の話もあった。

また、「米からの脱出」とでも言ったらいいのだろうか。米はなかなかマーケティングになじまないこともあり、今までの農政システムからの脱却も必要なのかもしれない。競争力をつけていくためのいろいろな仕組みがある。企業と組むという1つの方向性が出てくると思うが、そうではない層もある。兼業農家、あるいは水産業でも徐々にだがやめていかなければならない、赤字を抱える人たちがいる。この層にはある種の補助、あるいは自治体のサポートが必要になってくる。自治体が政策として考えられるところもあるが、例えば所得補償などは国が考えなければいけない。

最終的には農地のあり方をめぐって、農政が今のままでいいのかという話も出た。人がいなくなっても農地が残ればいいのかという農政では、とんでもないという話になる。農地はちゃんと残すので、農業をやるところと工業団地がつけられるところというように、地域ごとの土地利用計画に合わせた地目変換をさせてくれという要望がなかなか通らないという話もあった。

水産業に関しても資源管理も含め、漁港整備に偏った今の水産庁行政がこのままでいいのか。現在、世界の先進地域ではフィッシュポンプを使うのが一般的であるが、根室のサンマの水揚げはいちいち網で行われている。今後、漁港をどのように改変するのか。水産庁は柔軟ではないところもあり、結局は国の行政に対して、市サイドからどのように現場の声やノウハウを背景として、物を言っていくかに課題が集約されるのかもしれない。



講師
プロフィール

講師プロフィール

基調講演／パネルディスカッション（パネリスト）



門間 敏幸（もんま としゆき）

東京農業大学

国際食料情報学部国際バイオビジネス学科 教授

1972年東京農業大学農学部卒業後、農林水産省農業研究センター上席研究官などを経て、1999年より現職。専門は農業経済学・農業経営学・農村計画学。農林水産省「農林水産技術会議 評価専門委員会」座長、経済産業省「農商工連携研究会」座長などを歴任。著書に『TN法－住民参加の地域づくり』（単著、2001年）など多数。近著に、ルハタイオパット プウォンケオ・松本静香・星 誠・山口沙也香・門間敏幸（2014）「農産物風評被害の実態と克服方向」東京農業大学・相馬市編『東日本大震災からの真の農業復興への挑戦』ぎょうせい（印刷中）がある。現在、東京農業大学「東日本支援プロジェクト」のリーダーとして福島県相馬市を中心とする地域の震災復興に取り組んでいる。「地震・津波・放射能汚染・風評被害の克服」をテーマとし、大学を挙げて復興支援を実践している。

事例報告／パネルディスカッション（パネリスト）



長谷川 俊輔（はせがわ しゅんすけ）

根室市長・全国市長会水産都市協議会会長

根室市出身。1963年に北海道根室高等学校卒業後、根室市役所に入庁。水産経済部長、企画振興部長、総務部長、収入役、助役などを歴任。2006年9月に根室市長に就任（現在2期目）。市や水産加工業者、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む。同協議会はサンマのベトナム輸出に成功し、地域雇用の確保に貢献している。



片岡 聡一 (かたおか そういち)

総社市長・全国市長会評議員

総社市出身。1984年青山学院大学法学部卒業後、橋本龍太郎事務所入所。内閣総理大臣公設第一秘書、行政改革・沖縄北方担当大臣大臣秘書官などを経て、2007年に総社市長に就任（現在2期目）。契約農家がつくった野菜を直接買い上げ、学校給食や地元スーパーでの販売を通じて地元市民が食する「地・食べ（ちたべ）」事業の推進や、再生した耕作放棄地と同等の農地を企業用地として活用できる制度の新設を国に提案するなど、農業の活性化に向けた施策に取り組んでいる。

パネルディスカッション

■コーディネーター



大泉 一貫 (おおいずみ かずぬき)

／コーディネーター

宮城大学副学長

1972年東京大学大学院修了（農学博士）。専門は農業経営学。農業政策、地域政策等への提言活動が続いている。宮城県南三陸町「震災復興計画策定会議」委員長（11年～13年）、内閣官房「食と農林漁業の再生実現会議」委員（10～11年）等を歴任。著書に『日本の農業は成長産業に変えられる』（単著、2009年）など多数。現在、オランダの園芸とノルウェーの水産業に学び東北の農林水産業の復興を目指す「世界の知を復興へプロジェクト」に尽力している。

■パネリスト



五日市 知香（いつかいち ちか）／パネリスト
株式会社パイロットフィッシュ 代表取締役・商品開発
コーディネーター／岩手大学客員准教授

盛岡市出身。広告代理店、印刷会社等で商品企画、営業業務等を経て、2009年9月に「株式会社パイロットフィッシュ」を設立。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の商品プロデュース、コーディネートを行う。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』等、実績多数。零細事業者や過疎化で悩む地方を中心に取り組みを行う。岩手県農政審議会委員等も務める。



新妻 敬（にいつま たかし）／パネリスト
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

いわき市出身。平成7年いわき市役所入庁。平成24年4月より現職。いわき市の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、東京電力(株)福島第一原子力発電所の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」を展開しており、昨年10月に開設された「いわき市 見せる課」の係長も兼務。農作物や海産物、観光を対象に、放射性物質の検査結果に加え、復興へ向けた取り組み、市民の様子などについて積極的にPRしている。

日本都市センターブックレット No.34

次世代へつなぐ農林水産業 ―復興と競争力強化に向けて―

第15回 都市経営セミナー

平成 26 年 3 月 発行

企画・編集

公益財団法人日本都市センター

〒102-0093 東京都千代田区平河町 2 - 4 - 1

T E L 03 (5216) 8771

E -Mail labo@toshi.or.jp

U R L <http://www.toshi.or.jp>

印 刷

株式会社サンワ

〒102-0072 東京都千代田区飯田橋 2 - 11 - 8

TEL :03 (3265)1816 / FAX :03 (3265)1847

ISBN978-4-904619-64-3 C3031

日本都市センター ブックレット

定価（本体価格 500 円＋税）

<平成20年度>

No.19 コンプライアンスと行政運営

No.20 都市の地域ブランド戦略 —地域経営の新たな視点—

<平成 21 年度 >

No.21 都市自治体の収入確保策

No.22 分権時代における事務機構のあり方

<平成 22 年度 >

No.23 都市自治体の財政健全化

No.24 第 8 回都市政策研究交流会 —都市自治体行政の専門性確保—

No.25 児童相談行政における業務と専門性 —みんなで支える子どもと命—

<平成 23 年度 >

No.26 これからの広域連携

No.27 オランダの都市計画法制

No.28 都市自治体職員の地域活動等への参画のあり方について

No.29 徴税行政における人材育成と専門性

<平成 24 年度 >

No.30 これからのコミュニティのあり方と行政との関係

No.31 第 12 回都市政策研究交流会

—都市自治体の広域連携における機能的な共同処理のあり方について—

No.32 都市自治体の広報分野における課題と専門性

—478 市区のアンケート調査結果を通じて—

<平成 25 年度 >

No.33 シティプロモーションによる地域づくり —『共感』を都市の力に—

第 14 回都市政策研究交流会

No.34 次世代へつなぐ農林水産業 —復興と競争力強化に向けて—

第 15 回 都市経営セミナー

No.35 生活困窮者支援とそのあり方 —第 15 回都市政策研究交流会—



9784904619643

ISBN978-4-904619-64-3

C3031 ¥500E



1923031005006

定価(本体価格500円+税)



公益財団法人 日本都市センター