

「安心・活力・発展プラン2005」推進委員会委員発言要旨
－産業振興部会－

開催日：平成22年7月15日（木）10：00～12：00
場所：トキハ会館 カトレア
出席委員：矢野部会長、太田委員、甲斐委員、小手川委員
二宮委員、林委員、藤澤委員、渡邊委員

テーマ1 長期総合計画「安心・活力・発展プラン2005」の評価
と課題について

〔議事概要〕

(1) 計画期間の前半を振り返って

- ・指標の中には、その指標で施策を評価することが適当か疑問の残るものもある。
- ・昨年度の実績のみを示すのではなく、5年間でどうだったのかを数字で示す必要があるのではないか。
- ・他県との比較も重要である。目標を達成したと言っても、他県よりも悪い状況であれば、それで十分とは言い難い。
- ・現在の施策1つ1つは間違いではないが、流通の激変にマッチしているのか疑問なものもある。

(2) 新たな政策・施策課題について

- ・口蹄疫などの新たな課題が生じた場合、財源が不足するのではないかと懸念がある。新たな課題に対応できるだけの財源を十分に確保しておくことも重要である。
- ・乾燥材などは、どこに売るかも重要であり、国際標準規格であることをPRしながら、実際に乾燥材を活用する一級建築士などに売り込むことも検討してはどうか。
- ・水産試験場や生産者、加工業者がもっと情報共有することで、生産物に更なる付加価値を付けるような工夫をすることが課題である。

(3) 今後の方向性について

- ・財政状況が悪化する中、知恵を出して政策を実施することが肝要である。
- ・目標を達成した項目についても、将来を見据えるとこの数字に甘んじるわけにはいかないものもある。
- ・園芸10品目は、今後、どこに力を入れていくのか、マーケットをどこに求めるのかをよく見極めることが重要である。
- ・近年は中国マーケットが非常に大きくなっており、中国にどれだけの打ち込みをかけるのかは重要である。
- ・中国等の新たな購買層を誘致することは非常に効果的と思われ、今後の新たなテーマになりうるものと考ええる。

テーマ2 農商工連携による6次産業の活性化について

〔提案理由〕

- ・農林水産業者と製造業者、流通業者等の連携による「農商工連携」は、加工原料の確保、トレーサビリティの明示、産地の持つストーリーの具現化など、商品の魅力向上に大きく寄与する取組であり、地域への波及効果も期待されている。
- ・こうした中、国では「農山漁村6次産業化対策に係る地域農商工等連携促進対策事業」として、農商工等連携の取組を通じた地域経済の活性化を図るため、農林水産業と食料品製造業、観光産業、研究機関等の様々な業種・機関との連携を促進し、国産農林水産物を活用した新商品開発、販路拡大等の取組を支援する企画提案の公募がなされている。

※「6次産業化」とは、1次（農林水）産業（生産）と2次産業（加工）、3次産業（流通・販売）とを融合・連携させることにより、農林水産業・農山漁村の有する農林水産物その他の「資源」を食品産業をはじめとする様々な産業と連携して利活用し、新たな付加価値を生み出す地域ビジネスの展開や新産業を創出する取り組みの総称。

- ・県でも、「マーケット起点の商品（もの）づくり」と「力強い経営体の確保・育成」を柱に「儲かる農林水産業」の実現を目指しており、今後も、農林水産業者と商工業者が、生産、加工、流通、販売等それぞれのステージ毎に協力し合い、意欲ある事業者が世に打って出られるよう支援し、成功へのメカニズムを構築していく必要がある。

（課題等）

- ・農林水産物の価格低下
- ・農商工間の情報交流、情報共有、マッチング機会の活用不足
- ・地域資源の活用、高付加価値化の有効な手法が見出せていない
- ・観光地等における地産地消推進のための地域ネットワーク不足
- ・安定的な販路開拓が難しい
- ・設備拡張のタイミング等の経営相談など、体制の活用が不十分

〔県民の声〕

- ・農産物を加工・販売したいが、安定的な販売先が見つからない。
（生産者：ふれあいトーク）
- ・魚価低迷により所得が減少しており、販路開拓や加工品開発が必要。
（漁業者：振興局聞取）
- ・養殖魚の価格向上のためには、新しい加工に取り組む必要がある。
（養殖業者：振興局聞取）
- ・農商工だけでなく、観光も含めた連携を強化して欲しい。
（農産物加工者：振興局聞取）
- ・地元の原材料を使用することで差別化を図っている。加工食品メーカーとして一定量の農林水産物を安定供給することを求めているが、提供できる農林水産業者が見つからない。農林水産物や生産者の情報が欲しい。
（食品製造業者：企業訪問）
- ・商品開発には流通関係者の意見を聞く場が必要。県の求評・商談会には積極的に参加し、情報収集している。
（食品製造業者：求評・商談会アンケート）

〔議論のポイント〕

- ① 6次産業化の取り組み主体として、生産者、加工者のそれぞれの立場において、新商品の開発から販路開拓等の事業計画の策定にあたって留意すべき点について、ご意見をいただきたい。
- ② 商品を流通関係者（卸売業者、バイヤー等）に売り込むための、行政の支援のあり方（行政に何を求めるか）について、ご意見を伺いたい。

〔議事概要〕

（1）マーケティング

- ・ どこに売るとかという見定めが非常に重要であり、マーケットは常に変化していくので、細心の注意が必要である。特に需要が増えるとマーケット競争が起こり、海外の参入も生じてくる。
- ・ 「良い商品だ」と思われても、継続しないと他者にとって代わられるので、年に2回は相手方と直接接すべきである。
- ・ 農業者が商品開発までは考えても流通まで考えることは難しく、6次産業化で実際に成功している農業者も極少数であることから、実際に成果を出すことは難しい。
- ・ 東京等の大都市を市場と考えるのであれば、相当の生産量がなければ対応できない。
- ・ かぼすパウダーなどの軽い商品は、ネット通販等でサンプルをうまく届ける仕組みづくりができれば、効果も大きいと思われる。
- ・ 求めている人たちにサンプルをタイムリーに送るなどのマーケティングが必要である。
- ・ コールセンターの設置も効果的であるが、深夜の需要が多いことからIT化がより重要である。特にIT化は顧客管理にも有効である。
- ・ 物を届けることの重大さなどを理解する人材の育成も大切である。

（2）地域との連携

- ・ 産業と学校のつながりは大きく、子どもたちに給食で地元の食材を食べてもらうことは大切であり、こうして地元の食を子どもたちに伝えて、その中から、次代の農業を担う人材が出てくるようになると今後に大きな期待が持てる。
- ・ 毎月、給食で地元の食材を使った10分程度で出来る料理を出して、子どもたちにどの料理が良かったかアンケート調査することなどは面白い試みである。

（3）行政の役割(行政への要望)

- ・ 最近、安全面の表示など生産者側の負担も大きくなっており、一個人では対応できないのではないかと懸念される。こうした個人生産者への支援を県で実施することも重要である。
- ・ 地産地消を進めるのであれば、農林水産部、商工労働部、教育庁などの県の垣根をなくして十分な連携を図ることが重要である。
- ・ 「こういう物を作ってみたが、どうすれば売れるだろうか」などという相談できる一次産業への御用聞き行政みたいなものを作ってもらえると、より効果的と思われる。