

平成24年度秋田県総合政策審議会 第1回新農林水産ビジネス創出部会 議事録要旨

1 日 時 平成24年5月16日(水) 15:00~17:00

2 場 所 ふきみ会館 3階 鳳凰

3 出席者

新農林水産ビジネス創出部会委員(審議会委員、専門委員ごとに五十音順)

【審議会委員】

石 垣 一 子 (「陽気な母さんの店友の会」会長)
菊 地 成 一 (秋田県木材産業協同組合連合会理事長)
丹 羽 博 和 (秋田プリマ食品株式会社代表取締役社長)
橋 本 一 康 (菊地建設株式会社代表取締役)
藤 岡 茂 憲 (有限会社藤岡農産代表取締役)

【専門委員】

鷹 田 芳 子 (「ふれあい直売十文字」代表)
田 村 誠 市 (農事組合法人中仙さくらファーム代表理事)
千 葉 文 士 (株式会社アルク代表取締役)
長谷川 清 仁 (JA新あきた営農センター長)

県

牧 野 一 彦 (農林水産部次長)
佐 藤 博 (農林水産部農林政策課長)
栗 林 勉 (農林水産部農業経済課)
保 坂 龍 弥 (農林水産部農山村振興課長)
渡 辺 兵 衛 (農林水産部水田総合利用課長)
熊 谷 讓 (農林水産部園芸振興課長)
土 田 正 広 (農林水産部畜産振興課長)
佐 藤 暢 芳 (農林水産部農地整備課調整・企画班長)
大 竹 敦 (農林水産部水産漁港課長)
小 川 正 (農林水産部林業木材産業課長)
沼 田 行 英 (農林水産部森林整備課長)
齊 藤 ルミ子 (観光文化スポーツ部観光戦略課地域振興班長)
大 友 義 一 (観光文化スポーツ部秋田うまいもの販売課
まるごと売込み班長)

4 部会長選出及び部会長代理指名

- ・委員の互選により、藤岡委員を部会長に選出
- ・藤岡部会長が菊地委員を部会長代理に指名

5 部会長あいさつ

昨年は、皆さんご存知のとおり県南で大雪による被害があり、更に3月の大震災と、秋田県にとって災害の多い年であった。年が変わって今年、今度は県北の方が大雪に遭い、4月には爆弾低気圧によって全県的に大きな被害が出た。昨今の気象状況は「異常気象」という枠を超えてきているのではないかと感じている。農業にとっても大変な年になるかと思うが、皆さんの長年の経験を活かし、災害に負けない強い秋田県農業をつくることを検討していかなければならないと感じている。この総合政策審議会が県の農林水産行政に与える影響は非常に大きいと思うので、皆さんからは忌憚のない意見をもらい、それが行政に反映されることで、県の経済発展に寄与できればと思っている。この2年間、宜しくお願い申し上げる。

6 議事要旨

(1) 平成24年度新農林水産ビジネス創出部会のスケジュールについて

□事務局（農林政策課長）

- ・資料により、10月下旬までに4回の専門部会（1回の現地視察含む）を開催し、提言をまとめ、11月の総合政策審議会に提出することを説明

(2) 秋田県農林漁業の現状と施策の概要について

□事務局（農林政策課長）

- ・資料により、各種統計等から見た県の農林漁業の現状を説明
- ・資料により、県の農林水産業関連の施策の概要を説明

(3) 平成23年度総合政策審議会からの提言に対する県の対応について

□事務局（農林政策課長）

- ・資料により、平成23年度総合政策審議会からの県への提言に対する対応、予算措置の状況等について説明

●部会長

事務局からの説明に関して、ご質問などあるか。

◎丹羽委員

提言の中に、秋田県は業務用野菜の一次加工の面で立ち後れており、今後は業務用ニーズに対応していく必要があるとある。業務用野菜を使用する側として、私も日頃同じことを感じ、方々に働きかけをしている。23年度は具体的な取組は進んだのか。

□園芸振興課長

23年度から新たにスタートした加工業務用農産物出荷拡大支援事業により、由利本荘市にある食品加工業者が県産農産物の一次加工を行い、食品製造業者に出荷し、県産農産物を食品製造業者と連携して売り出すという事例を進めている。

◎丹羽委員

水産物に関してはどうか。私の会社では、水産物の加工品（イカのサイコロなど）があれば大変助かるのだが、県内を探しても加工所が見つからない。水産物も、一次加工品、一・五次加工品があれば、色んな商品に入れて全国展開することで、販路を広げることができると思うのだが。

□水産漁港課長

地魚の加工については、最近、取組が始まったところであり、たとえば金浦では、地元のヤナギムシガレイを昔ながらの珍味である「でんべえかれい」として加工したり、八峰町では、白神の塩もろみを使ってイカを「イカゴロ刺し」という加工品にするなど、芽が出始めた段階である。今後も、地魚加工への取組を推進していく。

(4) 平成23年度の実績について

□事務局（農林政策課長）

- ・資料により、戦略に掲げる数値目標と平成23年度の実績値について説明
- ・資料により、これまでの取組と今後の課題等についてプロジェクト毎に説明

(5) 「ふるさと秋田元気創造プラン」の戦略推進上の課題等について

●部会長

これまでの事務局からの説明を踏まえて、元気プランの内容や課題、あるいは委員の皆さんが日頃感じていることなどについて、意見や質問を頂戴したい。

◎石垣委員

現在、大館市の市街地活性化のための農商工連携事業として、大町の空テナントでの直売に取り組んでいる。これまで、大町の方は市街地の活性化活動など見向きもしなかったようであるが、私たち外部の者と交流することによって、地元商店街の方も加わり、お客さんも

増えるなど、良い影響が出ている。

常日頃思うのは、誰かが何かをしてくれるのを待つのではなく、自分たちが何をしたいか、どうありたいかということを考えて、自ら動かなければならないということだ。

また、先日、“秘密のケンミンSHOW”で北秋田市のバター餅が取り上げられたが、その宣伝効果に驚いている。放送前は一日に20ケース売るのが精一杯だったところ、放送後は一日120ケースつくっても足りない。私はこの15日間で、バター餅だけでも40万円ほど売っている。バター餅が売れるということは、餅米を売る農家の収入が増えるということでもあり、何か一つヒット商品が出れば、このように良い相乗効果が出てくるということだ。そういう商品づくりや宣伝について、もっと考えなければならない。

●部会長

大変心強い意見であった。さきほど知ったことであるが、秋田県は女性による直売所や加工所などの起業数が日本一であり、非常に頼もしい。一方で、これはいかに秋田の男性がダメかという裏返しでもあり、だからこそ女性が立ち上がり、この分野を引っ張っているのである。同じく加工に取り組む男性として、千葉委員はどう思われるか。

◎千葉委員

まさにそのとおりで、私も日頃、食文化は女性がつくるものだと感じている。女性ならではの鋭い視点で、つくってみて、育ててみて、良い面、悪い面をきちんと把握している。また、女性は普段料理をすることで不自由な面が分かるため、不自由と感じたところを商品づくりに活かすことができるが、正にそれが商品化に必要なことだと思う。

テレビによる宣伝効果については、県南で麩を入れたラーメンが取り上げられたところ、観光客がたくさん来たそうだし、B-1グランプリに出展した横手焼きそばなどを見ても、経済効果が非常に大きい。いぶり大根も相当売れており、今すでに、この夏に売る分がないという話を聞いた。秋田県は“ケンミンSHOW”で取り上げられる機会が非常に多く、それだけ、良いものがたくさんあるということだろうが、売り出すのは下手なんじゃないかと思う。

そこでお聞きしたいのが、海外市場への売り込みについてである。能代の業者が、なまこを乾燥なまこに加工し、高級珍味として付加価値をつけて売り出している。地産地消も良いが、このグローバル化の時代においては、付加価値をつけたもので、中国、香港、台湾などの海外市場を狙っていくことが秋田県の農林水産業にも必要と思うが、県としてはいかがか。

もう1点、男鹿産のフグが山口県に出荷され、山口県で出されているという話を聞いた。これは非常にもったいないことだと思うが、県としていかがか。養殖の状況も含め、お聞きする。

□水産漁港課長

なまこについては、ご指摘のように中国市場への輸出が非常に伸びている。県内でも10数トンから30トンほど捕れるが、県内には加工業者が殆ど無く、青森県に生で出荷され、

加工されるケースが多い。中国市場での需要は若干落ちてきたようであるが、なまこに限らず、県外で売れる地場産品を我々も常日頃探している。

養殖に関しては、波が穏やかな静穏域の多い西日本で盛んであり、県内では唯一、静穏を確保できる男鹿の戸賀湾でクロソイやヒラメ、アワビなどの養殖が行われている程度である。外洋では、昨年度から、県産ワカメ増産支援対策事業により、ワカメの養殖に取り組んでいるところだ。

トラフグに関しては、山口県の南風泊が最大のマーケットであり、遠隔地から搬送しても商売になるようだ。県では今、秋田沖が天然トラフグの北限の産卵地であることから、「北限のフグ」としてブランド化し、売り出す取組を進めている。

□秋田うまいもの販売課 まるごと売込み班長

海外市場への売り込みに関しては、今年度も香港、台湾方面への輸出を積極的に進めるべく取り組んでいるところであり、中国方面については、市場調査や情報収集を進めている段階である。アメリカ市場については、県産日本酒の出荷が増大していることもあり、輸出に向けた取組をしっかりと行えば、有効な市場になると思っているので、引き続き、売り込みへの取組を展開していく。

●部会長

中国市場に詳しい菊地委員からは何かあるか。

◎菊地委員

木材産業に関して言えば、中国で材料をつくり県内に持ってきてはいるが、中国での販売はごく少量である。中国現地で販売し、回収することは中国人の間でも難しいこととされており、日本人にとっては更に難しい。信頼できる流通業者もしくは融資を通して市場に入るといふことであれば良いが、自ら販売するとなれば、回収をどうギャランティ（保証）するかということ念頭に置かなければならない。

●部会長

長谷川委員は、J Aというお立場から何か意見などあるか。

◎長谷川委員

「あきたこまち」がデビューして四半世紀になる。山形県では「つや姫」という新品種を開発し、知事がトップセールスを行っているが、秋田県での“ポスト・あきたこまち”となるような品種の開発については、現在どのような状況かお聞きしたい。

また、さきほど話が出た青果物等の一次加工について、私どもの会社では、秋田市内に50数校ある小・中学校の学校給食に生食を提供しており、年間の販売額は2億円にもなるが、その材料の25%は地元秋田市産で賄っている。加工所をつくるには、当然ながら生産量がないといけないのだが、貯蔵施設も含めて、県内における加工所の必要性を感じている。

もう1点、販売ルートについてであるが、県内のホテルに泊まった観光客からは「お米がおいしくなかった」という感想が多いとよく聞くが、これは、コスト面が重視されて、安い米が使われているからである。日本一を目指しているえだまめに関しても、夏にビアガーデンや飲食店で出されるのは旬物ではなく冷凍物であることが多い。美味しい物を味わいたいと県外からやってきた観光客が目の前にいながら、高い燃料費をかけて東京にトラックを走らせる。秋田県は食材の宝庫と言われながらも、売り方が下手なのである。秋田県内の直売所も、まだまだ右肩あがりであり、鮮度がよく品質の高い農産物が秋田県内でもきちんと評価されるような販売・流通対策を考えていかなければならない。

□水田総合利用課長

「あきたこまち」の作付面積は県全体の77～78%となっており、なかなか「あきたこまち」以外の品種が増えていない状況ではあるが、全国的に見ると、「あきたこまち」は家庭食に浸透しており、名前も知られている。一方、米の消費が伸びず、むしろ減る中で拡大が見込める市場は中食・外食の分野であるが、「あきたこまち」はそこに食い込むことができていない。そこで、「あきたこまち」並みの食味で中食・外食に向けた品種として、「めんこいな」や「ゆめおぼこ」を開発した。

“ポスト・あきたこまち”に関しては、「あきたこまち」を遙かに凌ぐ品質のものを開発するという視点にシフトし、品種開発に取り組んでいるところである。

□園芸振興課長

青果物等の一次加工については、貯蔵施設と通年稼働させられる加工施設がなければ難しいが、学校給食は商品を安定的に供給できる良いターゲットであるため、実際、そこに的を絞ってやっている事例が多い。我々としても、今後も加工業への参入をバックアップしていきたいし、地元の小中学生にはもっと地場産農産物を食べてほしいという思いで取り組んでいる。

えだまめの問題に関しては、えだまめ日本一の産地として県外に出荷・PRしていくことはもちろん、県内の飲食店や旅館業と連携して、秋田に来れば旬の一番美味しい枝豆が食べられるというような状況をつくっていかねばならないと思っている。今年はプレ・デスティネーションキャンペーン、来年は本キャンペーンがあり、全国から注目を集めることになるので、観光文化スポーツ部と協力しながら、供給ルートの確立をバックアップしていきたい。

●部会長

田村委員からは何かあるか。

◎田村委員

秋田の農業のゆく末というものを考えたとき、私は、グリーン・ツーリズム型の農業が生き残るだろうと思っている。

統計上は、秋田は良い話題がなかなか無いし、県外から見ると、秋田は東北の中でも特に辺境というイメージが強いようで、県外出身の知人からは“日本の中のガラパゴス”などと揶揄されたこともあるが、実際、流通面、交通面で不利なのが現実である。そういう中であって、秋田がどう戦っていくかという、もちろん加工業も大事であるが、やはり、豊かな自然だとか秋田の人の人間性だとかということになるかと思う。形のないものではあるが、その良さを理解してくれた首都圏の人は、我々と長い“付き合い”をしてくれるものと思う。

県の広報などを見ると、グリーン・ツーリズムは端に置かれている感があるので、もっと力を入れてPRしてほしいところだ。

□農山村振興課長

グリーン・ツーリズムについては、昨年度まで農山村振興課で所管していたが、観光分野に関しては、今後の発展性を考えて、今年度から観光文化スポーツ部へ移管し、destinationキャンペーンと絡めて徹底的にやってもらうことにしている。

さきほど冷凍えだまめの話があったが、私どもが支援している農家民宿などにおいては、まず、冷凍えだまめなど出ない。農家民宿の方は、自分たちの料理や農産物に自信を持って出している。そういう意味でも、秋田県内の農家民宿は、それぞれがアンテナショップだと私は思っている。

また、例えばの話だが、田村委員が経営する中仙ファームの側には「秀吉」という酒蔵があり、あきたこまちを100%使用した発泡清酒をつくっている。そこから出た酒粕と秋田産の魚がコラボレーションすれば、農家、酒蔵、漁家と広がりを持った面白い取組となる。

今後も、観光文化スポーツ部と連携を図りながら、グリーン・ツーリズムの拡大に取り組んでいく。

●部会長

橋本委員は、異業種からの参入というお立場だが、何か意見などあるか。

◎橋本委員

私どもの会社は農村地域にあるので、前々から、農業に関わっていくことになるだろうと思っていたが、昔は参入できなかった。しかし、建設業の仕事が減っていく中で、合併や異業種参入を勧められ、幸いにもグラパラリーフに出会い、農業に関わることが出来るようになった。

農業のことはまだ勉強中であるが、一つ、お話できることは、どこへどう売るかを考えることが大事ということだ。米に関していえば、単なる銘柄ではなく、無農薬にするなどの差別化が必要だと思っている。

また、畜産に関して申し上げますと、由利地域は「由利牛」の産地だが、我々地元民は普段なかなか食することができない。話を聞くと、一旦、東京方面へ出荷され、そこから逆輸入し、その上、予約をしないと食べられないということである。頭数が少ないということもあるのだろうが、畜産関係ではどのような取組を行っているのかお聞きしたい。先日、由利本

荘市に完成した秋田総合家畜市場には「秋田牛」という看板があったが、「由利牛」ではなく「秋田牛」というブランドで売るといふことか。

□畜産振興課長

「由利牛」は年間 100 頭ほどしか出荷されておらず、県内へ潤沢に提供できる基盤が整っていないため、橋本委員がおっしゃったような状況である。

「秋田牛」と「由利牛」の違いに関しては、今、県産牛は「由利牛」のほか「三梨牛」や「白神牛」など約 25 の地域ブランド名で販売されているが、それぞれのロットが小さいため、全国的な展開が難しい状況にある。そこで、それぞれのブランドを「秋田牛」という大きな風呂敷にくるんで売り込み、秋田牛ブランドを全国的に展開しようと取り組んでいるところである。

●部会長

さて、今はどこに行っても、女性が非常に元気であるが、鷹田さんは、女性経営者というお立場から何か意見などあるか。

◎鷹田委員

総合政策審議会でも意見があったように、過去を捨てて未来を向いていくということ。自分たちの考え方を変えなければ、秋田県は変わらないと思う。直売に取り組んで、そういう点での男性の方々の頭の硬さ、意気地のなさというものをつくづく感じた。

私は平成 10 年に小さな直売所を立ち上げ、それが足場となり、今の道の駅につながった。以前は、50 人で 1 日 3 時間営業し、年間 3,000 万円ほどの売り上げであったが、今、道の駅では 1 日に 100 万円売れることもある。男性は、最初は腕を組んで見てただけで、「小遣い稼ぎ」と私たちの活動をからかっていたが、私たちは、物が売れて現金が入って、ますます元気になり、それを見た男性も変わってきて、今は直売の仕事に協力してくれている。

人が減っても、子供が少なくなっても、今までどおり暮していかなければならないのだから、マイナス面も糧にして、どうしたら元気に生きていけるかを前向きに考えていくべきではないだろうか。

商品については、新しいものを追求するのも良いが、「いぶりがっこ」や「花すし」など、昔からあるものを商品化していくことも大事であり、それが、秋田の元気の維持につながると思う。

また、秋田の人は、口下手という県民性もあってか、人のつながりが線になっていない。女性でもこれだけ底力があるのだから、連携できれば、もっと大きなことができる。農政においても、縦と横とを線でつなげて、連携して進めていくことが大切だと思う。

●部会長

最後に、菊地委員から何か意見などあるか。

◎菊地委員

これまで、県産農産物についての話がされてきたが、木材業界でいうと、県産材ということになり、この県産材というものが実は今、木材業界では色々とネックになっている。全国における秋田県の割合は、昔は人口で1%、住宅（住宅着工戸数）で0.5%だったのだが、今は、人口で0.8%、住宅は0.4%になっている。そうすると、必然的に県外へ売っていかなければならないということになるが、たとえば、今回の震災による岩手県内の復興住宅については、1戸あたりの補助金が諸々の組み合わせで560万円あり、そこには岩手県産材を使用するという要件があって、岩手県の復興住宅に秋田県産材は全く入っていけない。そういう現象が、実は全国のあちこちで起きていて、どこの県でも「県産材を使ったら補助金」という制度によって需要の囲い込みが生じている。これは、秋田県のような生産量が多いけれども需要が少ない県にとっては、非常にまずい状況であり、地産地消の行き着くところには非常に大きな問題点があるということを、我々木材業界が先取りして経験しているといえる。

林野庁や国交省には、県産材などという了見の狭い話はやめて、国産材という要件にしてほしいと申し入れたところであるが、このようなことは、木材業界以外でも起こりうることなので、皆さんにも是非、知っておいていただきたい。

●部会長

話が盛り上がり、議論もこれからというところだが、予定の時間も過ぎたので、これでいったん議事をしめる。

今日は1回目ということで、皆さんそれぞれの経営面からの話であったが、2回目、3回目、4回目は、総合的に秋田県の農林水産業をどうしていきたいのかという視点からご意見を頂戴し、提言という形にまとめていきたい。

— 議事終了 —