

令和 6 年度秋田県総合政策審議会
第 2 回農林水産部会 議事要旨

1 日 時 令和 6 年 7 月 9 日（火） 午後 1 時30分～午後 3 時30分

2 場 所 議会棟 1 階 大会議室

3 出席者

【農林水産部会委員】

齊 藤 恵 美 （黒沢林業株式会社代表取締役）

桜 田 善 仁 （有限会社米道ふたつ代表取締役）

佐々木 一 成 （秋田県漁業協同組合象潟地区総代）

【県】

三浦 卓実 農林水産部次長 ほかに関係課室長等

4 三浦農林水産部次長あいさつ

天候の悪い中、出席いただき感謝申し上げます。

全 3 回の会議のうちの 2 回目になるので、1 回目の会議を踏まえて、更に内容を深掘りしながら、テーマ毎にバランスの取れた議論となることを期待する。

本日所用により欠席の佐藤委員からも事前に意見をいただいているので、それらも踏まえご自身の専門分野以外のところについても、忌憚のない御意見を願います。

5 桜田部会長あいさつ

本日は、第 2 回農林水産部会ということで、第 1 回を終え、足りない部分についての更なる意見交換と方向性の確認について審議を進めていきたい。

6 議事要旨

●桜田部会長

議事に入る前に一言申し添える。

審議内容は議事録としてウェブサイトに掲載される。その際には、委員名は特に秘匿する必要がないと思うので公開としたい。

それでは議事の「第 1 回農林水産部会での論点を踏まえた意見交換」に入る。

最初に事務局から説明をお願いする。

□本郷農林政策課長

～資料 1 により説明～

●桜田部会長

事務局から説明があった内容について、「目指す姿」毎に、発言をいただきたい。

今回は、「農山漁村の活性化」から始めて、「水産業」「林業」、最後に「農業」の順番に審議する。なお、本日欠席の佐藤委員からは事前に意見をいただいているので、私が代読する。

それでは、「農山漁村の活性化」について、発言をお願いする。

【目指す姿4 農山漁村の活性化】

○齊藤委員

中山間地域では若者がほとんど就農していない。横手市では、若手の新規就農者が学べる農業学校をやっており、それをもっと大きい規模でやれると良い。家庭菜園から始める人でも、農業を勉強する場があって、さらにそれを売っていくことができれば、職業の選択肢の一つになると思う。大人になってから学べる機会があることが重要だと考える。

農地の売買が難しい。農業をやっていないと農地が買えないと聞くが、非農家出身者が農地を手に入れて、農業を始めようとするときのハードルになっていると思う。

中山間地域の農業について、平野部と同じような農業機械を導入するのであれば、農地が狭い中山間地域では非効率となるので、地域の協同組合のような組織化した取組に変えていく必要がある。

○佐々木委員

水産白書などに掲載されている先進事例で、規模感や地域性の近いものを、農山漁村の活性化の参考とするべき。

例えばバスツアーとパッケージを組んで、農山漁村に人を呼び込む方法もある。県においても、どの程度の事業収益が見込めるのかななどを明示し、取組への参加を促す必要がある。

にかほ市横岡地域では、県外出身の若者2人が、古民家を改修したゲストハウスを運営し、地域活性化に貢献しており、私も彼らと一緒に漁業体験をしている。県外出身者には、地域資源が新鮮に見えるようで、地域資源の再発見につながっている。彼らが、地域資源を生かしたビジネスモデルを構築し、収益を生み出すことができれば、先進事例として他の地域への展開ができると考えている。

●桜田部会長

佐藤委員の農山漁村の活性化についての意見を紹介する。

「農山漁村の活性化は、地域の風土にあった進め方をしないと根付かず、真の意味で地域の活性化にはならない。一見すると秋田県全体の風土は共通しているようだが、奥底に隠れている風土は地域によって違う。本来の風土を知り、掘り起こすにはどうするか。その土地の人達と膝と膝をつきあわせて、腹を割って話すしかない。」

●桜田部会長

地域計画は、各市町村、農業委員会が取りまとめており、そろそろ締め切りが近いと思うが、個々の農家や組合法人の意見が全く反映されていない。高齢化が進んでいる現場で、いつまで農業を続けるかという話をまとめるのは、大変な作業だとは思いますが、JAや農業委員会、市役所の農業担当者だけで進められている。将来に何を残すかを考えるときは、これまでの殻を破って、その地域ビジョンについて真剣に話し合うことが必要と考える。

地域で草を刈ったり、花を植えたりして補助金をもらう多面的機能直接支払交付金というものがあり、地域で実施されてきた。農村においては、小学校の閉校や高齢化による地域行事の減少により人の集まりがなくなってしまったが、豊作祈願として行われている地域のお祭りなどは、人が集まって情報交換が生まれている。地域で同じ方向を向いてお祭りをするという作業は大事なことで、次のステップにつながっていく可能性があるのではないかと考えている。

最後に、最近の海外視察で衝撃を受けた事例を紹介したい。観光をメインとした多様な農村ビジネスの一例と考えている。スイスのマッターホルンのふもとにある小さな村は、内燃機関の乗り入れが一切禁止となっていた。多くの観光客が訪れるが、その村の手前の駅で降りられ、そこから電気鉄道で村に入る。ここで手数料を徴収することで、人数制限ができるのでオーバーツーリズム対策にもなっている。鉄道会社の収益も見込める。マッターホルンという観光資源があるからこそ成り立つこととは思いますが、一つの方法論として、何かに特化してこだわることによって、観光客や地域住民が付加価値を見い出すことはできないだろうかと考えさせられた。

【目指す姿3 水産業の持続的な発展】

○齊藤委員

水産業への新規就業については、漁業や養殖のやり方などを包括的に学べる場があれば、ハードルが下がるのでないか。主婦の目線からすると、普段馴染みのない魚の捌き方や調理方法などの紹介も含めて販売されることで、より県内の水産物を身近に感じるきっかけになると考えている。

県内で水揚げされた魚の県内消費が増えれば、魚の消費量の減少が改善されていくと思う。魚のブランド化は難しいが、学校給食で積極的に活用するなどの取組が必要だと考える。

○佐々木委員

齊藤委員のお話にあった「魚はとっつきにくい」という意見は、様々なところで聞くことがあるが、新聞などの媒体で取り上げられるなど、情報発信が十分にできていれば、手に取りやすくなるのでないかと思う。普段馴染みのない魚を捌くのは難しいので、YouTubeを見るのが良いと思うが、魚に詳しい人が身近にいないのも要因の一つと考えている。

新規就業者の確保・育成について、現場からは新しい人材が欲しいという声は聞こえてこない。個人漁師は自分の代で終わるのであればそれでも良いという考え方が多く、世代間の継承がうまくいっていないと感じているので、漁師を確保していくことが課題と考えている。

少量多品種とブランド化について、少量多品種だと、特定の魚種は薦めにくくなるが、下処理などで付加価値を付けることで、秋田県産の魚を薦めていけば良いと思う。山形県では鱈がブランドになっており、下処理などの取組が市場から評価されているという例もあるので、獲った後の処理が評価される機会が必要と考える。ブランド化は漁師や組合、行政と一緒にやって取り組む必要がある。

●桜田部会長

それでは、佐藤委員の意見を紹介する。

「本県の農林水産物の品質は、全国的にも勝るとも劣らないと感じているが、運送コストなどを考えると、生鮮出荷一辺倒より加工品の伸びしろの方が期待できると思う。

もちろん主要加工品は先進地が先行しているので、秋田県の加工品が狙う市場はニッチ市場。例えば、「いぶり」。いぶりは、イコール、燻製であり、スモーク。いぶりイチジクは実験したら美味しかった。「スモーク王国 秋田県」は可能性があると思う。

また、せっかく収穫・水揚げした農水産物を最後まで使用し、捨てる場所がなくなるまで使うべき。今まで見向きもしなかった原料を加工食品にすることで、付加価値を高めることができる。冷凍保管が拡充できれば、小規模でも加工のチャンスが広がる。

また、農業・漁業の現場も、大量に獲れてしまったから安くても売らねばならないという状況から脱し、一定量は冷凍に回すことで値崩れを防ぐ効果が期待できる。

他には、中学生を対象にした「焼魚キレイな食べ方教室」。彼らが社会人になった時に、人前でも堂々と魚を食べ、キレイな骨が残ったお皿で完食したら秋田県人として誇らしく、秋田の海産物のPRにもなる。

早ければ彼らが最短で社会人デビューする3年後に結果が出始める。長期的なマーケティング戦略よりも低予算かつ短期的に良い結果がでるかもしれない。」

●桜田部会長

農業ではよく食育という言葉を使うが、水産業も同じではないかと思う。例えば子どもが鮎や鮭の放流を行う企画などがあるが、そこで終わってしまっただけで収穫することをしない。放流した先がどうなっているのかを知り、最後に自分の口に入っておいしかったという経験をするので、魚に対する価値観が次世代を担う子どもの頭の中にインプットされるのではないかと。

秋田県沖は有名な魚種が大量に獲れるところではないという認識でいる。その中で、どうやってお金に換えていくか。私が米を売っている首都圏の取引先は、異物が入っていない安定した食味の米が毎日決まった時間に届くことを求めている。首都圏はテナントスペースが狭く、米を保管する場所がないので、毎日米を届ける必要がある。それが彼らの求めている付加価値ということになる。一方で、去年の11月から保育施設に米を出荷しているが、保育施設の場合は一定量をまとめて送らないと輸送負担が大きくコスト負けしてしまうので、20～30 kgを一回で送る。30 kgの米を消費するのに2～3週間かかるので、白米の酸化を防ぐため真空パックにして提供している。

魚も同じように買い手が求める付加価値を提供することが必要と考える。アウトソーシングでもいいので、きめ細かなサービスを付加価値として提供することが必要と考える。

○佐々木委員

魚は鮮度が落ちやすいのでPOSの活用も手法の1つだと思っている。今年から干物加工品に挑戦しているので、参考にしながらやっていきたいと考えている。

【目指す姿2 林業・木材産業の成長産業化】

○齊藤委員

就職先として農林水産業を選ぶ人の割合は低い、特に林業は人の目に触れる機会が少ないので、町中でのイベント開催など就職先として認知されるための取組が必要と考える。

作業免許の取得プログラムなど人材育成の支援が充実しているので、高校生の就職セミナーなどでPRしていく必要がある。

県産材の販路拡大については、例えば私の山土場から、中国木材まで材を出すには、運送コストの負担が大きいため、選択肢に入っていない。加工品に関しても同じではないかと思っている。そこで、県内や東北のハウスメーカーが、県産材を一定以上使用した場合に、特典がつくなど、県産材の利用に向けたバックアップができないか。一番外側にカラマツが張られている合板は、木目が独特で壁紙を貼らずに使う人もいるので、こうした県産材が使われた建物を掲載したパンフレットなどを作成するのも面白いのではないかな。また、円安基調でもあるので、県には集成材などの質の良い国内加工品の海外輸出に力を入れてほしい。

森林の有する多面的機能については、資料で挙げられているもの全てが重要だと考えている。子供たちに森林資源が豊かであることの意味を伝えるのは難しい。例えば、広葉樹林は水源涵養の役割を担っており、ダムと同じ働きをしていることや、杉は大量の花粉を飛散させるが、二酸化炭素吸収率は広葉樹林より高いことなどを説明すると興味を持って聞いてくれる。そのようなことから、自分たちが住んでいる場所がすごくいいところだと感じてくれればいいと思う。

○佐々木委員

身近なDIYなどでも積極的に県産材が活用される気運が高まればいい。

子育てをする環境という観点からは、帰省した際に田んぼでどじょうを捕まえたり、カブトムシを捕まえたりするような原体験は大事だと思う。自然から距離ができてしまった現代社会だからこそ、親子でそういった経験をする機会がより必要になっている。

●桜田部会長

若者や女性の新規就業に向けた具体的な取組において、最も大事なことは、お金を稼いで生活基盤を維持できるということ。そこで国や県が用意している様々な補助金について、積極的に周知を図ることで、林業に飛び込みやすくなるのではないかな。

森林の有する多面的機能については、水源涵養が最も重要だと考えている。農業は山から流れる川の水がないと成り立たないし、漁業も川から流れるミネラル豊富な水によって支えられていると感じている。その点、秋田県は山から流れる川が比較的多く水源に恵まれている県だと考えている。

【目指す姿1 農業の食料供給力の強化】

○齊藤委員

種苗交換会を活用して就農に向けた気運が高まるようなイベントを開催できないか。目にする機会がないと就職先の選択肢に入らないので、毎年開催されて集客力もある種苗交換会の活用を是非検討してほしい。

農産物の輸出拡大については、冷凍も含めた加工が重要になると考えている。県内に加工拠点を増やして、冷凍などの保存のきく状態で販売できれば、海外輸出のほか国内流通の拡大にもつなげることが可能と考える。

○佐々木委員

農林水産業では、女性・若者の新規就農者の確保が課題となっており、県も様々な取組を進めていると思うが、そういった取組が現場まで周知されていない。現場と行政が足並みを揃えて課題解決に向かうには、現在の取組の趣旨を周知することが必要と考える。

農産物の輸出については、最低限のロットの確保が課題と考えているので、県としても具体的な取組を考えていく必要がある。

●桜田部会長

それでは、佐藤委員の意見を紹介する。

「農業については、水産業と同様、基本的に①加工品の拡充、②原材料の冷凍保存、③原材料ロスの削減、の3点が必要と考える。」

●桜田部会長

海外視察でフランスに行った際、現地のスーパーマーケットを見て回ったが、日本円で1個800円するおにぎりがよく売れていた。パックご飯も売っていたが、店頭に並んでいたのは韓国産だった。ユーロ圏は魅力のある輸出先の一つと思うので、県でも調査して積極的に進めてほしい。

また、フランスでは国産の食品に「ABCDE」のナチュラルスコアを付けていて、環境に配慮した商品かどうか一目で分かる仕組みとなっていた。評価が高いほど値段設定も高くなっている。日本においても温室効果ガス削減「見える化」事業を実施しており、星一つから三つまでの3段階で評価しているが、価格設定に影響しない。星の数で消費者が評価して、高くても買うような仕組みづくりを検討したらどうか。

□三浦農林水産部次長

県の担当課室から委員に質問等をさせていただきたい。

□山内農山村振興課政策監

農山村振興課では、中山間地域の人づくりに向けて、「AKITA RISE」という講座を行う予定であり、佐藤委員からもパネリストとして御自身の経験などをお話いただくことにしている。

にかほ市横岡地域では、県外から移住してきた若者が、古民家を改修してゲストハウスを営み、県内外から人を招き入れて地域との交流を図るといった事例が出てきており、県としてもこうした取組を支援していきたいと考えている。

本日の資料にもあるとおり、新たなビジネスにつなげていけるような展開を支援する施策について、また、こういった支援があれば具体化していないイメージが具現化できるのではないか、といった御意見があればお願いしたい。

○齊藤委員

食品衛生法の改正に伴い、いぶりがっこの生産者へのサポートはあるか。

□齋藤参事兼農業経済課長

県では、食品衛生法の改正を受け、国の交付金などを活用した補助事業等を実施し、多くの生産者に活用いただいた。

いぶりがっこの生産者に行った意向調査では、高齢などを理由に法改正を機会に廃業する生産者が3割から4割ほどで、継続意向の生産者が6割ほどだったが、そのうちの9割近くは、県の事業を活用し、設備の改修や共同利用施設の設置を行った。

○齊藤委員

施設改修等への補助があるのは分かっていたが、大根を抜いたり漬物を運ぶ人材に払う給料などの資金繰りが苦しいと聞く。人材の確保についても同様であり、そういうところへの支援はあるのか。

□齋藤参事兼農業経済課長

施設に対する支援だが、そういったものを全て含めて、経営として成り立つよう支援している。

○齊藤委員

いぶり干し柿の生産者もいるので、広く食べてもらえるような会などを企画していただきたい。

○佐々木委員

農村ビジネスは田舎体験などを組み込んだ観光業などが多いと思うが、わざわざ東京から

秋田まで足を運ぶ動機がないといけない。田舎体験だけであれば、関東近郊で済んでしまう。マーケティングに強い第三者の意見を取り入れる必要がある。

●桜田部会長

農業ビジネスに関連した関係人口について。毎年、取引先の社員 30 名程度が春の田植えと秋の稲刈りを体験しにくる。また、去年の秋から取引先の保育園との交流が始まり、先生方が足を運んでくれた。今後は、子どもやその父兄に来ていただきたいが、残念なことに二ツ井には宿泊施設がない。農村ビジネスの一環で宿泊施設ができることを期待している。

□中林水産漁港課長

漁業の人材確保を進めるに当たっては、採算の取れる漁業経営モデルを提示すべきと考えているが、県には経営に関する知識や経験がないのが実情である。そこで、佐々木委員の御意見なども参考にしながら、経営モデルの事例をつくり、新規参入を目指している方々に紹介することで、円滑な人材確保ができないかを考えている。

また、獲れる魚については、付加価値向上策として、加工品づくりへの支援事業などを進めるとともに、YouTube などの SNS を活用した漁業や魚などの PR を実施し周知を進めていく必要がある。

なお、年に 1 回、青年・女性漁業者交流大会を開催しており、漁業者の取り組む研究事例を紹介する場となっているが、一般の方々にも広く解放した形で、漁業の実態や漁業機器の展示を行い、ミニ種苗交換会のようなイベントにできないかを検討している。

漁業や魚の PR について、以上のような取組のほかに、さらにこういった場があれば良いのではというようなアイデアをいただきたい。

○齊藤委員

魚の捌き方の実演や調理方法など食につなげた企画があるといいと思う。

また、種苗交換会についても、農業だけではなく、漁業・林業と一体となって開催してもよいのではないかと考えている。

○佐々木委員

魚の捌き方教室は取組としてはおもしろいと思う。普段魚を食べられない子どもが、自分で捌いたら食べられるようになったという体験もある。ただ継続していくのが難しいところ。いかに普段の生活の中で魚が身近な存在になっていないかが分かるので、もっと簡単な形で、生活に取り込む方法を考えなくてはいけないと感じた。

●桜田部会長

農業でも同じだが、ブランド化は大変なことだと思っている。何をターゲットにするのかという話で、中途半端なブランド化はうまくいかない。YouTube 配信など、SNS を活用するのが良いと思うが、ターゲット設定をしっかりとしないとうまくいかない。

いずれブランドという言葉は気をつけて使うこと、SNSを活用したPRをするのであれば、コストをかけてでもプロに頼むことの2点が重要と考える。

□真崎林業木材産業課長

林業・木材産業における人材確保対策として、林業を身近に感じてもらうため今年初めて秋田県森林祭で高性能林業機械の実演を行うなど、多くの来場者に足を運んでいただき大変好評だった。こういう機会を通じて、小中学生向けの林業体験など様々な形での林業のPRを進め、人材確保につなげていきたいと考えている。

また、販路拡大については、住宅への県産材の利用率を高める事業を実施しており、72%以上の県産材を使う工務店に対して、1戸当たり15万円の補助金を交付しているが、この利用率を年々上げている。当初は60%だったが、現在は72%で、今後は80%ぐらいまで上げていきたいと考えている。県内でも大きいビルダー、大量に家を建てる会社は外材をメインに利用しているが、そういった会社にも、なるべく県産材を取り入れてもらえるようチャレンジ枠を設けて利用率50%程度の補助金で、外材から県産材への転換ということを図っている。

併せて首都圏を中心とした県外の住宅メーカーに秋田材パートナーに登録してもらい、県産材の利用普及に協力いただいております。東北各県、特に山形県や宮城県にも、秋田材パートナーの住宅が建てられているほか、非住宅分野や人材育成などのソフト事業にも力を入れている。従前から北陸地方、特に新潟県や富山県では、秋田県産の製材品が住宅に利用されている。

さらには、東京での県産材を活用した施設建設の話を進めているところであり、県外、県内、人材育成とトータル的に施策を進めていきたいと考えている。

□小野森林環境保全課長

県では、カーボンニュートラルの実現に向け、二酸化炭素吸収量を確保するための施策を展開しているが、その他に、森林の有する多面的機能のうち重要視するものがあれば意見をいただきたいと考えていたところである。今日、齊藤委員からは全て重要であり、それを子どもたちに意識させることが非常に重要であるという意見をいただき、桜田委員からは、農業、漁業には、森林からの栄養豊富な水が重要という意見をいただいた。それらの意見も踏まえ、時間をかけてでも子どもたちに森林の重要性を知ってもらい、人材育成につなげていくことが重要であると考えている。このため、県職員が行っている出前授業に加え、学校教育で活用できるDVD教材を作成し展開するといったことを検討しているが、アドバイスや意見をいただけるとありがたい。

●桜田部会長

以前、東京の取引先に、山が好きで自然の中で仕事がしたいと木こりに転職した方がいた。こういったケースを見ると、人材確保については県内に絞り込む必要はないと思う。首都圏には都会の生活に疲れ、自然の中で田舎暮らしをすることを夢見ている若者たちがたくさん

いる。そのような若者たちに向けて、生活の基盤が成り立つことをしっかりアピールしていくことが大事だと思う。いずれ、子どもの数が減っていく中で、県内だけで人材を確保するのは困難だが、首都圏には先に述べたような若者が一定数いるので、ターゲットを切り替えるのも一つの選択肢ではないか。

○齊藤委員

木材需要を住宅だけに絞り込むと頭打ちになるので、県内の小中学校の机や椅子を県産材で作るなどの取組ができないか。木材加工業の収入増につながるし、木材の良さを体験する環境を子どもに提供することができる。

□真崎林業木材産業課長

以前、能代市で数校、「杉ですくん」という名前で1年生から6年生まで同じ机を持ち上がりで使う取組を実施していたが、現在は行われていない。県外ではパソコン・タブレット仕様の木製机を1年生から使うという事例もあるようなので参考にしていきたい。

□佐藤食のあきた推進課長

加工食品の輸出について、県では令和4年度に「食品産業振興ビジョン」を作成しており、10年後の食品関連の輸出を倍増させるという目標を立てている。これには、コロナ禍前の訪日外国人によるインバウンド需要から一転、コロナ禍で訪日できなくなったことによる日本食品の海外需要が増えたことで、本県でも輸出を増やしていきたいとの背景がある。

本県の食品輸出額の8割は日本酒が占めている。日本酒と稲庭うどんといぶりがっこの3本柱が本県の輸出を支えている。本県の特徴としては、シンプルな原材料で、あまり加工されていない食品が多く輸出されているが、これは、相手国側の規制で、農薬の使用状況や加工にあたっての衛生上の基準など、クリアしなければならない課題が多いことによる。そういった状況を踏まえ、相手国の事情を勉強しながら輸出に取り組んでいる事業者に対して県で支援をしている。しかしながら、訪日外国人はコロナ禍前の水準に戻ってきており、円安効果も手伝って、自国で買うより日本に来て食べた方が安いという食品輸出にとっては厳しい状況が続いている。

輸出は卸売業者を介してのB to Bがメインとなるため、間に入る卸売業者に安く買い叩かれることがあり、輸出を続けられないという事業者も多かった。昨日お会いしたアマゾンで個人客に米を売っている事業者は、アマゾンに支払う手数料は高いが、卸売業者と交渉するストレスを考えると、Eコマースで売った方がストレスがなくて良いと話されていた。2キロの米が日本国内の値段の4～5倍の値段で売れるとのこと。輸出については、越境ECなども盛んになってきているので、様々なやり方を研究していきたい。

生産者からは、6次化ということで加工品の提案や輸出の相談を受けているので、その趣旨に合った形で販売していく方法もアドバイスしていきたいと考えている。

●桜田部会長

私も取引先がアメリカにあるので、ニューヨークのユーザーに米を出しているが、アメリカにはUSDAによる基準があり、残留農薬についてすごく厳しい。ただ、こういう生産現場、あるいは生産形態を育てていかなければならない。国も食料安全保障を重要施策に掲げているが、日本の8倍もの値段でおにぎりが飛ぶように売れている状況を見ると、ユーロ圏やアメリカなど経済的に優位な国に世界の食料が全部流れてしまう可能性がある。円が安いので、調達が厳しい状況が近づいてくるということを実感している。当然、原材料を提供する側は、利益が大きい方に売るので、日本には入ってこないということになる。そういう流れの中で競争していくためには、生産の現場から成長していく必要がある。今までどおり作っていかばいいということではなく、栽培について国際レベルの認識を持つべきだと考える。

米の輸出は是非進めてほしい。日本は食料のほとんどを輸入しているが、米と野菜は余っている。そのため、天候に恵まれ豊作になると値段が下がる。余っている上に、値段も安定していないのに、県では園芸を進めて野菜を作ろうとしている。仮にやる人が増えたとしても、うまくいかないのではないかと考えている。園芸は関東の首都圏近郊の農家がやればいい。秋田県は主食の米、麦、大豆などの保存が効いて移動にコストがかからないものを作るべきだと考えている。輸出は将来的な命綱にも武器にもなると思っているので、輸出で生産現場が成り立つ仕組みを作っておくべきであり、万が一海外から食料が入ってこなくなっても、それを国内で消費することができるので、潜在的な備蓄になる。時間と土地と労力を全部輸出に傾けるべきだし、お金も輸出に特化するべきだと考えている。

いずれにせよ、マーケット調査をユーロ圏やアメリカでやるべき。秋田県が食料の生産拠点として世界を相手にどんなチャレンジができるのか、どんな可能性があるのかを探る必要がある。

□三浦農林水産部次長

本日は長時間にわたり様々な御意見をいただいた。

次回は3回目ということで、1回目、2回目でいただいた意見を提言として取りまとめるため、それぞれの分野において、どういう方向性を示すかという提言の具体案の作り込みとなるので、よろしくお願いします。