

平成30年9月21日

陸前高田市議会議長 伊藤明彦様

産業建設常任委員会委員長 佐々木 一 義

平成30年度 管外行政視察報告

産業建設常任委員会の管外行政視察の概要は、下記のとおりでありますので報告します。

記

- 1 期 間 平成30年7月18日（水）から
平成30年7月20日（金）まで

- 2 行政視察地 (1)富山県富山市 （人口417,552人）
及び研修項目 ・富山とれたてネットワーク事業について
(2)石川県羽咋市 （人口21,921人）
・自然栽培及び農業による里山集落の活性化について
(3)石川県金沢市 （人口466,016人）
・農産物認証制度をはじめとしたブランド化の取組について
(4)金沢市街及び近江町市場
・景観に配慮した水利及び近江町市場について

- 3 出席委員等 委員長 佐々木 一 義 副委員長 伊 勢 純
委員 三井俊介 委員 畠山 恵美子
委員 伊藤明彦
随 行 書記 佐藤直樹

- 4 行政視察概要 別紙報告書のとおり

産業建設常任委員会行政視察報告

産業建設常任委員会は、富山県富山市、石川県羽咋市、石川県金沢市において行政視察を行った。

○富山市

富山市では、富山市議会において「富山とれたてネットワーク事業」の説明を受け、その後、地場もん屋総本店の現地視察を行った。

1 富山とれたてネットワーク事業について

富山県は、全耕地面積中の水田面積割合が 95.6%と全国一位を誇る米どころであるが、その一方で、野菜の産出額は全国平均の 9 分の 1 と全国最下位となっていた。また、多くの地方都市と同様、就農者の高齢化に伴う耕作放棄地の拡大、就農者の減少が課題となっていた。

しかし、平成 17 年に 1 市 4 町 2 村という大規模な合併を機に、合併前は各自治体単位で行ってきた地産地消の推進を、新市で一体となって取り組むとともに、各地域の地場産品の情報提供、生産者と消費者の交流、観光、外食、教育などの各分野との連携づくりを行うことが必要だということで開始したのが、富山とれたてネットワーク事業である。

この事業の特徴的な部分は、中心市街地に設置した「地場もん屋総本店」において、各地域の地場産品を集約し販売することで、個人の生産者でも出品することができ、人口の多い都市部の住民や観光客に向けての PR 拠点となっており、小さな経営体でも良いものをつくれれば市内外に販路ができるということ、また、一定要件を満たした市内各所の産直施設等を「地域店」や「加盟店」として総本店と同じのぼり旗を設置することで、地場産品の販売拠点であるということが一目でわかるようになっており、地域店や加盟店同士での横の連携により、他地域の産品をリレー形式で各地域で販売するなど、都市部以外の産直においても地場産品の PR につなげていることである。

来訪者や飲食店の多い中心市街地に店舗を構えることにより、地場産品の PR 拠点となっているだけでなく、製菓専門学校との連携によるオリジナルスイーツの製作や、利用客を対象とした生産現場見学会の開催による食の安全への関心を高める機会、地産地消の大切さを学ぶ機会を提供する場として好評であった。

2 所感

個人でも販売者として参入でき、農協の規格にとらわれずに出品できることから、新規就農者や小規模農家にとってもチャンスがある仕組みだと感じた。また、ベテランの農家や営農団体にとっても、形やキズ等により規格外だが、味は遜色ない、いわゆる「わけあり品」でも出品でき、食品ロスの軽減、農家の収入確保につながる取組と言える。また、市場に余り出回っていない珍しい品種なども出品されており、飲食店関係者も仕入れに訪れるということで、販路拡大への期待もあった。

各地域での産品を中心市街地に集めるだけでなく、地域店、加盟店の設置による横の連携により、地域間の物と情報の流通にも寄与していると感じた。本市においても、市内外からの来訪者が期待される観光スポットや産直施設が点在していることから、新設される道の駅に併設予定の物産館を拠点に、各地の産直施設と連携して地場産品をPRする取組は検討の余地があると思料する。

一方で、このような販売形態では、市場価格よりも安価で販売している、いわゆる「薄利多売」であることから、一定の消費量があって初めて成り立つビジネスモデルであり、40万人都市の富山市では成功している、本市において成功するかは疑問があり、とれたてネットワーク事業を参考としながらも、本市の事情も十分に考慮し、独自の事業として昇華させるよう、慎重に議論する必要がある。

○羽咋市

羽咋市では、邑知公民館神子原分館において「自然栽培及び農業による里山集落の活性化」について説明を受け、その後、神子原地区の棚田及び神子原米を取り扱う産地直売所を現地視察した。

1 自然栽培及び農業による里山集落の活性化について

羽咋市は、2011年日本で初めて世界農業遺産に認定されたまちであり、優れた里山景観や豊かな生物多様性など、農林水産業とそれに関連した人々の営みが特徴的なまちである。中でも神子原地区は、能登野菜に認定されている「神子原くわい」や、ローマ法王に献上したことで知られるブランド米「神子原米」などが育てられている自然豊かな地域であり、生産された農産物は地元が出資して整備した直売所で販売されている。

2 所感

原則として種と苗以外は農場に持ち込まないこととし、農薬や肥料を使用しないで作付けするという自然栽培については、食の安全に対する関心の高まりもあり、高値で取引されている一方で、収量が不安定であることが課題である。しかし、まちを挙げての取組であるため、町民出資による会社や、市、JA、農家によって構成される「自然栽培実行委員会」などが積極的に活動を展開することで、自然栽培を行う農家が近年急増しており、移住して新規就農する者も多いとのことであった。

羽咋市の農業による里山の活性化については、里山、殊にも、神子原地区の美しい棚田を生かした環境保全型の農業に特化し、志の高い農家を集め、自然栽培の流れをしっかりと作った上で計画的に推進していく。しかも、その自然栽培の方向性は行政ではなく実行委員会が決めるという、あくまでも農家主導での発展形であるからこそ、地域一丸となって取り組んでいるのだと思料する。

本市においては、まず、農家の方々の創造性やアイデアを高めるための支援としっかりと収益が上がるビジネスモデルの構築に向けての支援を充実させた上で、個々の農家のみならず、北陸の多くの自治体のような集落営農を目指していくこと、あるいは、農業法人の育成なども視野に入れる必要があると考える。

また、農業だけではなく、地域の生活空間、伝統文化、生物多様性などを含めた「地域」そのものの価値を住民自身が発見し、それに自信を持って外に発信していくような、積極的な地域のブランディングも求められる。

自治体の農政担当部局だけではなく、まちづくり戦略、教育委員会など、組織横断的な取組も必要であると思料する。

農地の景観形成については、国などの補助金を組み合わせることで、農道整備や歩道整備、それに伴う看板整備だけにとどまらず、広大な棚田の草刈りまでされていたことにより、とても美しい景観が形成されており、観光スポットとして十二分の魅力があると感じた。そのような活用できる補助金を行政側も積極的に農家へ提案し、申請趣旨を変更しながら、目的を定めて投資をしていくことが必要だと感じた。

○金沢市

金沢市では、金沢市議会において「農産物認証制度をはじめとしたブランド化の取組」について説明を受けた。

1 農産物認証制度をはじめとしたブランド化の取組について

金沢市では、平成9年に金沢市農産物ブランド協会を設立し、昭和20年以前から栽培され、現在も主として金沢で栽培されている野菜を「加賀野菜」と認定し、これを含めた26品目を特産農産物とし、積極的な消費、宣伝に努めてきている。また、加賀野菜以外の生産者からの要望により、優れた品質や豊富な生産量を持つ農産物を平成22年5月に「金沢そだち」として認定している。「金沢そだち」は、金沢の風土を生かして生産された優れた農産物の認証であり、消費者への周知と信頼を高めることで、金沢の農産物のブランド力向上につなげ、生産振興と消費の拡大に寄与している。

ブランド化が図られた要因としては、明治から昭和初期にかけ、篤農家が優良品種の系統選抜を行ってきたこと。地産地消を基本とし、地元での安定的な需要を確保しながらも、さらに関西中心の県外出荷できるロットの大きい品目が存在したこと。加賀百万石、加賀料理、加賀友禅などを通じ、「加賀」のネーミング自体に高い知名度があったことなどが考えられる。

また、首都圏でのPR活動やメディアを利用した情報発信を積極的に行ったことにより全国に周知され、ブランド農産物として消費者に認識されるようになった。

2 所感

金沢市の御担当者の言葉で最も印象に残ったのは、「【金沢育ち】は単なる野菜。しかし、この野菜には金沢の食文化が息づいている。シンボルマーク【五感にごちそう】というのは、そういう意味でもある」との一言である。つまり、金沢という「風土」を生かし、それを金沢の市民のみならず、外の方々にも金沢で育った野菜を通して感じていただくということ。野菜という「モノ」ではない伝統文化という「コト」をも消費していただくという発想である。本市のブランド化においても、「陸前高田らしさ」とは何であるのか、この具体的な五感を通じたイメージを共通認識として持つことが重要ではないかと感じた。また、消費者、とりわけ市外の方々に本市の何を誇っていくのか、地場産品を通して何を感じ取っていただきたいのかを明確にしていく必要があると感じた。

また、金沢市において用いている「認証シール」「パンフレット」「マスメディア戦略」など、あらゆる手段、媒体を利用してPRすることは、本市においても「たかたのゆめ」を米穀のみならず様々な製品のブランドとする検討もあるようだが、金沢市における認証制度やPR方法は活用できると思料する。

○景観に配慮した水利及び近江町市場

金沢市内の伝統的な景観に配慮した用水路や、伝統野菜である「加賀野菜」などの農産物、水産品などの販売を通じ、地域産業の発展に貢献している近江町市場を現地視察した。

1 景観に配慮した水利及び近江町市場について

かつての城下町である金沢市では、城の建築資材の運搬、城を守る堀、防火用の用水として、古くから多くの用水路が整備された。現在も歴史的な景観の保全に配慮し、かつての用水網を生かしつつ、農業に必要な用水の確保に取り組んでいる事例に着目し、視察を行った。



犀川上流から取水している辰巳用水は兼六園を經由し、金沢駅を訪れた人を迎えている。

金沢市の近江町市場は、伝統野菜の「加賀野菜」を含め、地場製品の販売や、それらを活用した加工品を扱う業者が集まることから「金沢の台所」と呼ばれており、金沢市民はもとより、国内外からバイヤーや観光客が訪れる場所である。当市で現在整備中の道の駅に併設予定の物産館に期待される役割の一つとして、地場製品の販売、PR等による地域産業の活性化であり、その先進事例として視察を行った。

2 所感

かつて加賀百万石とうたわれ、栄えた城下町であるが、まちの発展に欠かせないのは、そこに暮らす住民の生活に必要な水や食料である。当初は城郭や防火のために整備された水路であるが、結果として豊かな水が地域の農業を支えてきたことは想像に難くない。また、水路により火災から守られた伝統的な町並みは、地域の観光資源となっている。当市においても、気仙川や清水川といった清流が流れ、流域である矢作町や横田町では、田園風景が広がり、釣り人や観光客が訪れていることから、これらの景観を守りつつ、地域の産業を支える水利の整備が必要だと感じた。

近江町市場では、新鮮な農水産物が販売されているだけではなく、それらを目の前で調理したものを試食として提供したり、購入者に英語や中国語でレシピを配る等、地場製品のPRを各店舗が工夫を凝らして行っていた。

当市においても米崎りんごやたかたのゆめ、エゾイシカゲガイなど、地場産品を積極的にPRし、物産館を訪れる人を通じて販路拡大を図る必要があると感じた。