

農林水産政策審議会 第5回企画部会 議事要旨

I 開催日時 令和5年7月3日(月) 14:00~16:00

II 場 所 県庁2号館2階参与員室

III 出席者

1 委員

石原 淳平 (株)グリーン興産 代表取締役
岩城 紀子 Smile Circle(株) 代表取締役
大山 憲二 神戸大学大学院農学研究科 教授
片山 守 育波浦漁業協同組合 代表理事組合長
齋藤亜紀美 (株)池上農場 代表取締役
辻村 英之 京都大学大学院農学研究科 教授
中塚 雅也 神戸大学大学院農学研究科 教授
長谷川尚史 京都大学フィールド科学教育研究センター 准教授
原 智宏 (株)アグリヘルシーファーム 代表取締役
藤原 建紀 京都大学 名誉教授
船越 照平 (一社)兵庫県食品産業協会 会長
松波 知宏 (株)ワールド・ワン 取締役

2 県

呉田農林水産部次長、塩谷農林水産部次長

ほか県農林水産部、環境部職員

IV 議事次第

1 開会

2 議事

(1) 話題提供

「資料1」により説明

(2) 農林水産業を取り巻く情勢の変化を踏まえた展開方向及び答申素案について

「資料4」及び「資料5」により説明

〔 各委員から意見等は(別紙「主な意見」参照) 〕

3 閉会

主な意見

1 展開方向（案）一覧について

委員 9ページの現状・問題点・提案等欄の⑪⑫について、内容はこれで良いが要望のような書きぶりになっているので、提案等に結びつくような書きぶりに変更した方が良い。展開方向欄は、栄養塩管理等の豊かな海づくりに関する記載が多いが、漁業生産に向けた書きぶりに変えたほうが良い。特に養殖漁業については水産業の中で占める割合が大きいので、無給餌養殖のノリ、カキ、給餌養殖のタイとかハマチでは状況が違うため、書き分けた方が良い。

事務局 答申については基本的に新たな取組を中心にまとめるが、「展開方向一覧」については既存の取組を強化していく部分についても盛り込んでいきたいので、記載方法を検討する。

委員 2ページの展開方向(2)②のペレット堆肥製造施設は大規模施設のみを想定しているのか。個々の農家の取組も含むのか。

事務局 昨年度国の補正予算でペレット化施設の導入補助があったり、農水省以外でも、バイオマス関係での地域資源の有効活用の観点からの補助などがあり、今後も様々な事業が出てくることが想定されるため、ここでは対象や規模等を限定していない。

委員 1ページの展開方向の(2)について、①の方では林業事業者等山側の方の情報を森林クラウドシステムという形で集約・共有すると思うが、④ではこれをさらに川下消費者側までつなげていくのか、あるいは森林クラウドとは違う形で構築するという取組なのか。

事務局 今は①のクラウドについて立ち上げたところであるが、森林所有者、林業事業者とその間に県や市町が入って、情報の一元管理を目指している。④については別のシステムになるので、製材業者や工務店に対する何らかの橋渡しが必要だと考えている。

委員 県民の方が誤解されないような書きぶりにしてほしい。特にスマート化技術は技術導入やシステム構築で終わってしまうことが多いが、それぞれの事業者の方にとってメリットを示して使ってもらうことが重要である。

委員 飼料の価格高騰関係で飼料増産について記載があるが、A5ランク等の牛肉の規格自体が輸入飼料の給餌をベースにしているので、その見直しも併せて行う必要がある。例えば飼料用米を作って与えても肉のランクが下がるようであれば普及しないと思うので、その辺りの記載が必要ではないか。

事務局 大変貴重なご指摘だと思う。国産飼料によって肉質が下がると元も子もない。また、乳牛とか繁殖なら使いやすいのかなと思うので、その辺りについて記載をしていきたい。

委員 11ページの展開方向(4)⑤に万博のことが書かれているが、神戸と大阪を船でつなぐとのことで、人の行き来がかなり激しくなるだろうと思う。神戸の食に関しては昔よりもかなりブランド力が落ちてしまっていると感じているので、万博に向けて兵庫県の食品の何をどのようにPRしていくのか、具体的な方策があってもいいかなと思う。

事務局 県内には食としてはいろいろなものがあるので、実際に来県し県産品を食べていただくような取組をしていく。また、各地域で、フィールドパビリオンという形で、食、体験等を合わせた取組を進めようとしているので、記載方法を検討したい。

委員 7ページの展開方向(3)②で「発酵鶏糞の海への散布」と書いてあるが、「発酵鶏糞を利用した漁場への施肥」等に記載を変更してほしい。

委員 5ページの展開方向(2)について、3月の総会での意見を受け、展開方法のタイトルが、地域農業発展を目指すものに修正されているが、図ではCSAの実現を目指すもののままである。また、タイトルから「CSAの実現」が消えたことで、「CSA手法の活用」とどまり、これまで重視してきたCSA自体の推進をやめたかのように読める。ところが資料の5の方の33ページの第5の具体的方策の関係というところでは、「CSA手法」ではなくて、「CSAを活用した地域農業の発展」となってしまうている。CSAとCSA手法、有機農業と地域農業の関係を再検討した方がよい。

委員 7ページの展開方向について、(2)飼料増産と(3)耕畜連携があり、どちらも堆肥等を利用しながら、餌や他の野菜を栽培していこうという話だと思うので、一つの項目として整理しておいたほうが良いと思う。また、「栽培試験等への支援」という言葉が出てくるが、兵庫県の環境ではとうもろこし栽培が難しいというご意見が以前にでたと思う。このような県の特異性に関することについて、県の試験場が積極的に音頭を取ってほしい。

委員 11ページのブランド戦略の部分について、これからブランド化しようとする品目については、県内や首都圏でPRするにあたって、どのようにして輸送費を抑えるか等を政策的に後押しする流通戦略が必要になると思う。

事務局 輸送費部分については中々難しい。基本的には市場流通が一番割安となる。特定の事業者や飲食店と提携すれば、貨客混載のような形で輸送費を抑えることはできるが、量が運べなくなるので、個別で対応となる。運ぶ物の量に応じた輸送方法を考える必要があるとの問題意識は持っている。

委員 既にブランド化しているものはいいが、県産品が新しくブランディングされても飲食店の立場として、どのように流通して入手するのか分からないことがあるので、その辺りを戦略的にやっていった方がよいと思う。

委員 兵庫県下にあるいろいろな良いものが消費者、小売店、飲食店に届くような仕組みが不十分じゃないかというようなご指摘かなと思う。今は個人や企業の努力でルートを探しているが、それを広げる場合には体制としてあった方がいいんじゃないか。

事務局 10ページの展開方向(2)の①にあるように、地域商社を介して生産者と実需者をマッチングする取組をはじめており、地域商社を公募しているところ。少量や規格外のものも届けられる体制を作っていきたい。

委員 地域商社のところは、「規格外の利用など」としか書いていないので、地域それぞれの特産品等を流通させていくような記載も検討いただきたい。

委員 JA兵庫六甲が御影に直売所を作り、盛況である。阪神地区や三田地区の農産物を運び、完売している。このような取組を広げていけば、消費に繋がると思う。

事務局 神戸阪神間のスーパー等と組んで、そこにコーナーを作ってもらっているが、

そこに届けるためにJA兵庫六甲が西から三田を回ってスマイル阪神に集まる北ルートと御影等を通る南ルートで各店舗に配送して物を届けている。

2 答申素案について

委員 第3について、子どもへの教育の充実は大事だが、今までの議論からすると、頭出しとしては唐突な感じもする。その辺りの意図は何かあるか。

事務局 総会や部会で、農業、林業、水産業それぞれの分野で子供への教育が大事だとの意見が出たことと、子どもたちが将来兵庫県を担っていくので重視したいという思いで、5番の消費者理解とちょっと近いが6番として項目立てしている。

委員 4番の環境に配慮した取組の推進のところにJクレジット制度の活用があるが、まだ活用の段階ではなく推進し始めたところではないのか。

事務局 Jクレジットについては事務作業が煩雑などの課題があるが、見える化していく手段の一つとして積極的に推進したい。農業分野では、兵庫県で取り組んでいるコウノトリ育む農法は中干しを減らす方向だがJクレジットでは中干しを延長するなど、県内への適用には技術的に検討が必要で、まだ活用よりも手前の段階である。林業分野はもう少し進んでおり、市町で持っている山を中心にJクレジットの取組を進めようとしている。

事務局 答申はビジョン2030の具体化に向けたものになるので、今まだ取組が進んでいなくても、これから加速化させたい取組を記載するイメージである。

事務局 林業分野のJクレジットについて、これまでは木を切って収益を得ていたが、Jクレジットを活用すれば木が立ったまま生産者に収益が入る。農業も同じで、今のやり方を環境に意識した取組に変えることによって、新たな収益が入る可能性があり、生産者にとってプラスになる可能性を今後に向けて研究し、幅広く取り組んでいきたい。

委員 16ページの但馬牛・神戸ビーフについて海外の販路を考える時に、ヨーロッパでは遺伝子組み換えの餌は使用しないが日本は使用する。日本でも鶏豚では農場によって遺伝子組み換え不使用に取り組んでいるところがあり、今後伸びていくと思う。レストランでもこの肉はどんな飼料食べてるんだとか言われるようになった。今は和牛で世界に通用してると言われているが、この辺りを将来に向けて検討する必要があると思う。

委員 但馬牛も神戸ビーフも岐路に立っていると思う。評価基準が海外の餌に依存している。海外の方が来られてどこの餌を使っているか言われて、輸入飼料とは言えない。

委員 神戸ビーフのブランド強化の話の中で、ここに書かれているブランド強化は、知名度の向上を目指しているが、それ以上に、生産物の質の向上と言う意味でのブランド強化が大事である。質を向上させてその情報を消費者に伝え、知名度を上げていくという形が大事だと思う。

委員 現在できてないことについて変化をして、兵庫県の農林水産業の向上を図り、若い人たちに農林水産業に参入してもらうことが目的だと思うが、適材適所ということもある。既に海外で大量に作っているものを、今から日本で作るわけにはいか

ない。兵庫県農業は稲作中心で高齢化がすすんでおり、暖かいところから寒いところまで幅広い。この多様な兵庫県の中で農林水産業の将来像を描くのは非常に多難である。兵庫県の多様性に応じて昔からつくってきたものをいかに伸ばしていくかという視点も大事だと思う。一生懸命努力している生産者が今後も生き残れるような方策を作ってほしい。

委員 第2のキャッチフレーズ案について、案1と3っていうのはかなり似通っていて、2がちょっと系統が違うと思う。環境の変化をチャンスと捉えるという案2は、そこまでポジティブに捉えるのはなかなか難しいと思う。その意味で、1か3あたりはいいんじゃないかと思う。

委員 キャッチフレーズとしては若干長い。例えば、案1で言えば、「ひょうご」、「多彩」、「力強い」等はなくとも、「多様」、「連携」が入っていれば伝わる気がする。

事務局 もう少し文章を短くし、コンパクトにした形で提案させていただきたいと思います。

委員 トップの方が一言でうちはこれやるんだっていうことをPRできるようなキャッチフレーズにしたい。

委員 キャッチフレーズについて、案の1が良いと思うが、長いので「力強い」や「ひょうご」を取ったほうが良いと思う。

委員 今まさに国では海業というのがどんどん進められており、漁業者が減少して空いた漁港を利用し、地域住民や商工会の方とかを取り込んで、漁業地域全体を振興しようとしている。今年はノリやシラスが過去にないぐらいの高値であるが、全国的な不漁が原因で、偶然である。これを安定した方法で収入を得られるように考えると、キャッチフレーズにも書かれていた、1次産業同士の連携が大事だと思う。

委員 概ね全体として、この方向でいいのではないかと皆さんからご意見いただいた。今日いただいた意見については、総会に向けて資料の整理をいただければと思う。

フィードパビリオンとか万博の議論がある中で、今回の答申素案では、あまり食のイメージが伝わってこない。生産現場、農林漁業なのでそれでいいのかもしれないが、一般の消費者向けには、食が前に出てくるような見せ方も良いかと思う。生産振興と同時に、おいしいものを食べに来てもらってその食をしっかりPRしていくことも大事なポイントである。

答申第3に「多様な主体の活躍」があるが、活躍の主体である人がそもそも居なくなってきたというのが現実でもある。まずはベースとなる人材を育成し、その上で役割分担しないとこれからの地域の農林漁業がなかなか維持できない。

最後に、今議論してる中で、行政がやるべきことがしっかりわかる方が良い。リーダーシップや、施策そのものは行政しかできないので、行政がやるべきことをしっかりと示してほしい。