

## 京都府農林水産ビジョン（仮称）検討委員会（第2回）議事要旨

### 1 日 時

平成30年11月29日（木）9:00～11:30

### 2 場 所

ホテルルビノ京都堀川 2階 「ひえいの間」

### 3 概 要

#### ●開会あいさつ

第1回の検討委員会の様子は、テレビや新聞でも取り上げられ、多くのマスコミから注目があつたところ。全国的な人口減少が農山漁村で特に進み、TPPやEPA等グローバル化の波も急速に押し寄せるなど、農林水産業を取り巻く状況は厳しいが、こういう時だからこそ若者が魅力に思える農林水産業を作っていきたい。農業については、今年で、京のブランド産品30周年の節目を迎え、ブランド京野菜の販売額は順調に伸びている。畜産においても近畿東海北陸連合肉牛共進会で並み居る強豪に打ち勝ち、優秀賞を受賞するなど、明るい兆しがある。今回も様々な御意見をいただき、明るい前向きなビジョンを作っていきたい。

#### ●株式会社サラダボウルの取組について

##### （講演要旨）

農業の新しいカタチを作りたい、農業を地域に価値ある産業にしたいという思いで取り組んでいる。今までの田舎での農業は、土地がない、人がいない、売り先がないなど、できない理由がたくさんあったが、それがなくなってきた。人、モノ、お金、情報が整い、自分たちの手で取り組める事業領域が変わり、自らの意思で農業を変えていけるようになってきたと感じている。

田舎に小さな産業を興したいと思っている。地元でお金を貸してくれて、経営指導に来てくれて、資材や段ボールを届けてくれて、地元のレストランやスーパーで販売できるといように、たくさんの人と関わり合いながらバリューチェーンを進め、地域の中で価値ある産業にしたい。

儲かる農業はもっと広がっていくだろうし、今後人気のある産業にもなっていくと思う。農業を志す人達が自分がやりたい農業にチャレンジできるかどうか、情熱を注げる環境にあるかどうかで就農してもらえるかが決まる。

課題は2つあると考えており、1つ目は、農業の課題は農業界だけで解決できないということ。ICTやロボティクスの導入など、他産業の力も必要になってくる。2つ目は、地域の課題は地域だけでは解決できないということ。他の地域との連携によって、相互が豊かになっていく関係を築いていく必要がある。

農業者は販売につまづくケースがよくみられるが、当社の営業チームには「作っているものを売るのではなく、社会（消費者）が買いに来る仕組みを作ること。」が仕事だと指導している。会社が利益を生むということは、自分たちが作るものが認められ価値あるものとして買ってもらうことにほかならない。ネーミングやパッケージで売れるわけではない。

農業では、どのような作物を作るのか詳細に検討せずにいきなりハウスを建て、失敗するケースもよくある。販売ターゲットを定めて生産設計をするべき。それに応じて、ハウスの品目・品種を選びそれに見合った栽培のための設備の仕様設計を行う。

生産拠点を決める際の立地の条件はないが、農業者として地域から声をかけられた場所をより良くしたいと思っている。地域の農業者など核となる人が見つかるかどうかのポイント。やりたい人がいれば自分たちがやってきたことをその地域で生かしてもらい、拠点にしたい。大規模になれば、地域の支援なしではやっていけない。

世の中に必要とされる作物を必要な品質・価格で作れば、社会に当然のように流通する。この時、初めて農業者は「作るのが上手」と評価される。個人的には3,000~5,000万円稼げるようになるなど、産業としてのスケールアップができたときに、趣味の世界から仕事・産業の世界になり、何らかの管理業務が発生し、農業で家族を養え、安心して誇りを持って生きていけるようになると思う。

## ●農事組合法人和知町升谷畜産振興組合の取組について

（資料4に基づき説明）

子牛価格の高騰により、全国的に大型の肥育センターなどでも一貫経営の取組が広まっている。

一貫経営を進めることで、安心・安全面等、ブランド力向上に寄与している。

## ●農業・畜産業について

ブランド京野菜は、他とは違う取組をしているから生き残っているという認識を持つべき。京みず菜はサラダ用にチャレンジして成功し、一時は大きく伸びたが、最近では下がっている。今残念に思うのは次に続く「チャレンジ」が足りていないこと。JAとの連携でブランド京野菜に取り組み出した当初は、提案型の取組として開始したが、今はチャレンジができていない。マーケットから求められそうなものづくりを積極的に行っていくべき。

また、今後、有機JASの取得を推進していくべき。米もお酒も輸出する際は、有機JAS認証のお米を求められると聞く。有機農業をしている人がいると聞くが、有機JAS認定は取得していない人もいる。取得していなければ、国際的にオーガニックと認められない。南丹地域で増えている新規就農者からは、オーガニックに取り組みたいとの声を聞くが、有機JAS取得までには至らないのが実態と聞く府としても指導できる体制を作りたい。話は戻るが、京野菜が生き残っていくためには、「売れる」ことが大切で、売れる京野菜商

品を模索して作り続けて欲しい。

有機認証は農産物に対しての認証でお酒の取得には難しい現状があり、海外でも評価される有機のお酒を日本で作るのには難しい。兵庫県のオーガニック認証センター（OCC）であれば海外の認証に近い認証を受けられる。京野菜の有機認証については、パックセンターが小分けの認証を取らなければならないが、JA では設備投資が厳しい。万願寺とうがらしなどは仕分けが多い時期は作業が間に合っておらず、産地として生産を伸ばしていきたいと思う反面、労働人口の減少で務める人も減っている。京野菜を国内で広めつつ、京都府で一時選別のオート化を支援できないか、農業者への支援はそこではないかと思う。

また、南丹地域の新規就農者に対しても、魅力を感じてもらい働きかけをしないといけないと考えている。

目指すべき方向は、資料で説明があったとおりでと思うが、全員の賛同が得られるような施策は、皆が同じ考えで独り勝ちを目指し、勝ち残れるのがごく一部だけになるので、失敗する。「非常識を常識にする」とか、「チャレンジをする」とか、プラスアルファを考えていくことが必要。普通の野菜を PR するのであれば、有機 JAS や安心・安全を PR するだろうが、京都の野菜を PR するとなると、単なる見た目や味だけでなく、どういう器でどういう調理法で食べて欲しいか等をセットで打ち出すことが、京都ならではの「香り」になる。お米も環境配慮面だけでなく、グローバル化に負けない京都の強みを出していく必要があるのではないか。京都というだけで「香り」がしてくるとするのは京都の一番の優位性。料理人等とも連携し、京都の「香り」を東京や海外の姉妹都市につなぎ、流通や販売などに働きかけていく戦略の視点が必要ではないか。京都の文化に紐づいた経済活動の増加が必要。森林環境税のような「里山税」の創設など、都会の人に里山を支援してもらいような仕組みがあってもいいのではないか。

様々な農業の課題について説明があったが、優れたパートナーと一緒に取り組むことが大事で、「だれが」、「いつまでに」やるかの強力なコミットメントが必要。差別化については原料、製造過程、売り方の3つで、これらがうまくミックスして売りが立ち、ブランド化が成立するが、お水、お米、お茶は原料が限られており、一般的にブランド化が難しい。お茶の木は品種が少なく、製造過程でしか差別化できない。「京都のお米」の打出しにおいては、機能性を重視する視点が良いのではないか。例えば低血糖の米、酒専用の米など、とがったものにすべきで、既存の品種を作っても難しいと思うし、京都ならではの特徴を持った食品を、お米の中で考えればよいのではないか。

有機 JAS に関連し、エコラベル的なブランド化というのも1つの選択肢である。

また、水産では気候変動が大きな議論になっているが、京野菜や畜産への影響も考慮す

るべき。

畜産は一貫経営の方向性も必要であり、消費者の応援があれば生き残れる産業だと思っている。CSA（地域支援型農業）やふるさと納税なども活用し、応援してくれるファンを増やす取組が必要で、付加価値を付けるようなものも含め、多角的な経営展開も大切だと思う。

京都らしい付加価値が大切で一貫経営はトレーサビリティなどの安全面も訴えられるのではないかと。米も京都の香りをつけるためにお米に混ぜるためのお米だとか、高く売れる付加価値を付けていくことも重要である。

農業のブランド化はパブリックな側面があり、農地をどれだけ守っていくかの視点も大切。本日の資料はよくまとまっていて、論点がよく分かる。例えば、地域別では中丹地域の農業従事者が非常に少なくなるなど、危機かもしれないが、今後、経営体の多くが適正規模に向かうのであればそれは1つの方向でないか。南北連携の視点は非常に大切だが、こういったルール作りをするかという点で府がサポートすることが大切ではないか。

これからの農業・畜産業はデータやその解析力が重要になってくると考えると、現場の就業者という考え方ではなく、より高度な技術者を育成する必要があると思う。大学が多いという京都の強みを生かして、大学と連携した技術者の育成が必要ではないか。

また、ブランド京野菜やお肉について、インバウンドに対して、どの程度認知度があるのか把握することが輸出にもつながると思う。畜産物の購入金額が多く、高級な肉を購入しており、潜在力があるのではないかと思う。

農業は小規模な面積でも経営に成功しているところも多くあると思うので、そういう経営がどういうものなのか研究しなければならない。問題は高コストの部分の構造を研究し、機械の稼働率が低いのか、流通コストが高いのか、原因があればバーチャルな共同体を形成して機械の稼働率を上げるなどの取組を進めるべき。また、農業の機械は山（林業）にも使えるし、「農」と「林」の連携といった考え方も必要ではないか。

条件不利地域などでは集落機能が重要になってくるが、リーダーが必要不可欠。丹後農業実践型学舎の強化など人を育てる事業にも力を入れていく必要がある。

ハローワークで募集をかけても全く畜産を知らず一週間でやめてしまうケースもあり、畜産現場の人手不足は深刻。以前は農業大学校に畜産専攻があり、当社でも卒業生が多い。大学でも畜産を勉強している人が少ない。府だけで取り組むことには限界があり、近畿圏内で連携して担い手の育成ができないか。

牛肉を販売しているが、牛肉を食べる調理のレパートリーが少ない。料理の専門家に野菜と肉を使った料理のレパートリーを増やすような取組を行ってほしい。また、牛肉のブランドは京都に複数あるが、皆が一緒に取り組んでいけるような仕組みが必要。繁殖農家も含めてブランド化が進めばよいと思う。