

令和元年 6月11日

田辺市議会議長 小川 浩 樹 様

会派名 紀新会

代表者名 尾花 功

出張（調査研究）報告書

下記のとおり出張（調査研究）いたしましたので、その結果をご報告いたします。

記

報告書は別添のとおり

参加議員	宮井 章、市橋 宗行
期 間	令和元年6月5日 ~ 令和元年6月6日
実施場所 (研修会場、視察先、 相手方等)	JA 全中<全国農業協同組合中央会> (東京都千代田区) 大田市場 (東京都大田区)
活動の目的・内容 及び結果等	1. JA 全中会長との面会 (情報交換) 2. 大田市場における「今日は梅の日 和歌山の梅フェア」参加 3. 研修「近年における農産物の販売流通について」 東京青果樹常務取締役 戸塚幹夫氏

(1) JA 全中ビル (東京都千代田区大手町 1-3-1)

JA 中央会 中家 徹 会長との懇談

(内容等)

農業における労働力の確保と、障害者や高齢者の社会参画の促進を目的とした「農福連携」について各地の事例に触れる中、その円滑な事業運営と推進をするにあたっては、各自治体のもつ役割が非常に重要になってくるとの話があったほか、懇談内容の概略については以下のとおりである。

Iターン者の「暮らし」への考え方として、そこでの「暮らし」は自分の目標(仕事)に対し、直向きに楽しむことができる「居場所づくり」が大切であり、住まいや地域に縛られるでなく、奔放でグローバルな感性から生まれる、新しい働き方、新しい暮らし方が提案されている。いま地方にはIターン者のもつ多様性ある暮らしに対する考え方への対応力が問われている。

地球規模の食糧自給率低下への危惧として、我が国では、飽食の時代と言われて久しいが、地球規模・世界に目を向けると止めどない人口増加と生活水準の向上から引き起こされる食料危機が問題視されている。

とりわけ、将来の食物志向からのたんぱく質不足は、プロテインクライシスと言われ、その対策と研究が急がれている。

現在、多くの日本人は、暮らしの中で食糧不足など微塵も感じておらず、地球規模で起こりつつある、それらの事柄に対する危機感は非常に希薄であると言える。

しかし、日本の食料自給率はカロリーベースで38%と極めて低い。戦後直後の日本の食料自給率は88%であったが、数値低下の大きな要因は急激な食生活の変化である。

国が次第に豊かになっていくことで、食生活が欧米化していく中、米の消費が減少し、肉やパンの需要が急激に増えていった為と考えられる。

食料自給率を上げることは簡単ではない。特に農作物の増産は急には出来ない為、世界の農政動向を見据えながら、将来の急難に備えた対策を講じておく必要があるのではないか。

その他、中家会長から、攻めの農業としての輸出政策と、それに対する輸入品目と量の話や、農協改革及び農業基本計画の今後について話があった。



(2) 東京大田市場青果棟（東京都大田区東海3-2-1）

梅の日 記念行事「今日は梅の日 和歌山の梅フェア」に参加

(内容等)

昨年に引き続き、東京の大田市場にて開催された、梅の日の記念行事「今日は梅の日 和歌山の梅フェア」へ農業研究クラブとして参加した。

特に、今年は改元により、令和元年梅の日のことから、紀州田辺うめ振興協議会の会長である真砂充敏田辺市長の開会挨拶には、令和に因んだ梅の話題が織り込まれるなど、紀州梅に対する一層の思いが伝わるイベントとなった。

紀新会・農業研究クラブでは、紀州梅の会のトップセールスをサポートしつつ、梅関連商品の試食・試飲を勧める中、市場関係者からの和歌山・田辺・梅などのキーワードに耳を傾けながら紀州梅ブランドのPRに励んだ。

また、来訪者より各家庭での梅酒・梅ジュース作り・梅干し・クエン酸等の話題が出ることから、健康意識の高まりを強く感じながら、世界農業遺産としての「みなべ・田辺の梅システム」の紹介にあたっては、生産者と消費者が農作物に対する思いを、深く共有することの大切さを再確認した視察であった。





(3) 大田市場事務棟 (東京都大田区東海3-2-1)

近年における農産物の販売流通について

東京青果株式会社 において、東京青果株式会社の常務取締役であり、野菜事業本部長 兼 輸出室担当者でもある戸塚 幹夫 様より、近年における農産物の販売流通についての話を聞いた。 その主な内容及び所見は以下のとおりである。

群馬県では、梅農家への雹被害について、その被害額は約3億3000万円と深刻で、被害の大きい農家などへの支援策として、県は市や町と連携した助成を検討しているとの事であった。

これからの季節、6月の店舗棚を潤す商品として、らっきょうと梅が紹介される中、大田区にある大森小学校では、食育として、梅の漬け方教室が開催されたと聞いた。

まず食育の大切さとして、母親が食べないものは子供も食べない傾向にあることから、親子での共同作業による食育体験学習が行なわれた。

因みに、最近の子供の嫌いな食べ物として、1位ナス 2位シイタケ 3位ピーマンであると話されていた。 ネット調べではゴーヤ、セロリ、春菊がトップ3を占めていることが多かった。

輸入品の動向に関連して、中食(市販の弁当・そう菜など、家庭外で調理・加工された食品の総称)や食堂やレストラン等の外食では、提供価格が決まっているため、国産野菜の価格上昇はそのまま輸入品の取引拡大に繋がる。

また、塩害などの被害がメディアに取り上げられ、野菜不足が噂されると、卸業者は一斉に輸入品の仕入れへと向かう。

一旦、輸入品の取引を契約されてしまうと、多年度取り引きに繋がる場合もあり、国産品の需給バランスが崩れ価格暴落を引き起こしかねない。

過去の例として、つま恋キャベツやポテトチップス向けのジャガイモの事例が紹介された。 その対策として、他県を視野に入れた産地間連携により、輸入品に道を開ける事が無いような流通システムの構築を考えておく必要がある。

全般的に市場は、消費税・天候不順・10連休などが要因が重なり、5月頃から数量「減」の単価「安」という状態が続いているが、九州熊本では、特にトマトの販売に苦勞しているという。これは、国の補助施策による生産過多が、原因の一つでもある。

これに対して、「毎月10日はトマトの日」ということで、5月にはトマト主産県である11県が集まり、トマトのさらなる販売拡大をPRするべく、東京青果市場にて合同試食宣伝会が行われた。

※(主産県：JA 全農いばらき、JA 全農とちぎ、JA 全農ぐんま、JA 全農ちば、JA 静岡経済連、JA あいち経済連、JA 全農岐阜、JA 全農ふくれん、JA さが、JA 熊本経済連、JA 宮崎経済連)

中国の動向に関連した話の中で、食生活の変化として昔は中国で消費されなかったサンマや刺身などが、近年では大量に消費されるようになった事を受けて、野菜についても同様な現象が予想されることから、中国をはじめとする諸国の経済成長に伴う食生活の変化や動きを注視しながら分析していく必要がある。

最後に感じた事として、たとえ販売価格が高くても、特産品であるとか有機農法による高品質な作物であるとか、産品の背景に生産風景が見えるといったような、特有な価値観を含めた付加価値をもって、消費者から支持してもらえないかと考えた時、食へのこだわりと農産物への愛情をどれだけ伝えられるかが重要になってくるのではないか。

紀州梅を例にとれば、東京青果市場にあっても、遠く離れた和歌山県田辺市にある梅畑での農作業を如何にして感じてもらうかという事である。

それには、生産者・消費者・販売者が、それぞれの「現場」に出向き、見て触って体感しながら、その作業工程における背景をも含めた営みを知ること、そしてその多くを共有することが国内産品の需要拡大の第一歩であり、非常に大切なことであると強く感じた次第である。

その他、近年の青果の取扱高について聞いたところ、減少している品目としては、豆類やナス類であり、増加傾向にあるのは、ミニトマト・アスパラ・ブロッコリー・小松菜 スナップエンドウである。また、変動が少ない品目として、トマト・キャベツ・レタスが挙げられていた。変動の少ない品目から想像出来たことは、これらは和洋中に限らず、ファミレスや大衆食堂からデリバリーに至るまで、必ず食品プレートに使用されている青果物であると感じたところである。

