

令和1年7月1日

田辺市議会議長 安達 克典 様

会派名 篤志会

代表者名 高田 盛行

出張調査（調査研究）報告書

下記のとおり出張調査（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

参加議員	高田盛行、浅山誠一
期 間	令和1年 6月 5日 ~ 令和1年 6月 6日
調査先	・東京都 全国農業協同組合中央会 ・東京都 大田市場
調査項目	■全国農業協同組合中央会中家会長との懇談 ■梅及び農産物の販売促進に係る調査及び視察 （1）和歌山梅フェアへの参画 （2）青果物等の流通実態についての研修

報告書は別添のとおり（案内・パンフレット等関係書類を添付すること。）

■調査活動の目的

当地域において農業は主幹産業の一つである。今回の出張調査では大きく三つの目的を持ち、参加をした。まず一点目は、本市出身で現在は全国農業協同組合中央会の会長を務める中家氏から農業を取り巻く状況を伺うことで、日本全国の農業の現状を知ること。二点目に6月6日「梅の日」において首都圏で行われる関係行事に参画することで仲買人や市場関係者に梅のPRをすること。三点目に東京青果株式会社様より青果物全般の流通実態について研修を受けることで、梅関連事業や青果物販売の更なる発展に向けた知見を養うこと。以上の三つの目的を果たすことで、当地の農業の更なる発展に向けた知見を養うことを目指した。

■全国農業協同組合中央会中家会長との懇談

<新たな担い手について>

問：働くことと楽しむことをうまく棲み分けしながら同居させている人が増えている。自分の居場所を探していて、働くことはその後生き方を開拓した上で仕事をする。先に仕事を見つけるのではない。そういった生き方をする人が増えている。人に喜んでもらえることを実感できることが大事で、良い会社に入っても目的が見いだせなければ居場所がないと感じる。それを農業で救うことはできないだろうか。

中家会長：農村振興5人の参加者のうち4人は他所から来た人たちだった。限界集落に入って村おこしをしている。一人の女性に「生活はどうしているのか。(小児病院やスーパーへの距離)」と聞くと、「ここから20キロなので問題ないですよ」と答えた。彼女らにとってそこが居場所なのだろう。それぞれの地域での居場所づくりが大切になってくる。

<今後の展望について>

中家会長：H30年は全てが右肩下がりです。ここから上を向かせようと色々な取り組みをしている。例えば“食農”の取り組み。食べる前すなわち、食物を育てて、収穫する。ということを実践し、大切に育てた作物を大切に食べるということを通して、農業活動について学んでいくという食農の取り組みは今後の日本のためにも必要だ。10年、20年先も安定的に農作物を確保できるのか。世界的災害、食料自給率の低下、平均年齢の上昇。様々な問題が山積する中でこの令和の時代はどうなるのか。一方で世界人口は増加しており、生活水準をあげなければ食べていけないという状況。なんとかしなければ環境に負荷がかかる。今の状況で収益をあげるにはどうすればいいか。やはり国民が農村を大事にしようという意識を持つことが大事にあると考えている。そのために我々は発信しなければ

ならない。災害が起きれば野菜が高騰する。すると海外に手を出すようになり、国内の需要が減る。国内需要は減り続けている。これだけ飽食の時代に食べ物がなくなるといっても誰もリアルに感じられない。しかし、いざなくなってしまえば、農産物は工業製品ではないため、すぐにできるものではない。しっかりと農業を守っていくことが大切だ。規制改革会議ではこれまで一定の評価を頂いている。成果は必ず出ている。済んだから終わりと思わず、これからも引き続き頑張ろうと思う。

■大田市場 「梅の日フェア」



6月6日の梅の日に合わせた梅の日フェアへ参加。午前6時過ぎより始まったイベントでは真砂市長、JA 紀南組合長のあいさつの後、梅干しや梅ジャム、梅ドリンクの試食や梅干しの配布が行われた。試食会では青梅の流通に携わる大田市場内の職員や仲買人の

方々に青梅から様々な梅製品へと生まれ変わる最終加工品の幅の広さを知っていただくために毎回行われている。また万葉集・梅花の歌が「令和」の出典もととなったことからオリジナルののぼりも掲げられ、これまた当地において梅栽培の促進を果たした安藤家入城 400 年ののぼりと合わせて会場が華やかだった。

みなべ・田辺の梅は他の地域に比べ、品質に優れ価格も売れ行きもけた違いだとある市場関係者は話してくれた。近年、夏場の暑さ対策だけでなく、健康志向の高まりもあり梅の販売はまだまだ伸びしろがある。また世界中から人が集まる東京オリンピックは、その期間が真夏に行われるということで「梅」の素晴らしさを世界に発信するまたとないチャンスになると思われる。関係者一丸となって、世界にも PR できるよう今後も取り組まれることを期待したい。

■青果物の流通実態についての研修

講師：東京青果株式会社 野菜第3事業部 部長 戸塚 幹夫様

〈研修〉

青果物及び加工品の受託販売並びに購入販売を手掛け、卸売会社別取扱高 No.1 (2,017 億円) である東京青果株式会社の戸塚部長より、青果物の流通実態等についてお話しいただいた。

〈内容〉

・5 月末時点で梅の流通量は昨年から 2~3 割減。特に 2 番目の梅の産地である群馬県において 4 月末~5 月初旬にかけてひょうの被害が出ており、場所によっては 9 割の被害を受けるところもあった。しかし、モノがないないと言いつぎてしまうと消費も減ってしまうため、意識的に値下げをしながら様子を見ている。

・昨年は林修氏のテレビ放映のおかげで漬物全般が好調だった。一方で若い世代の梅離れが進んでおり、近隣の小学校や量販店で母親向けに梅の漬け方のレクチャーも行っている。子供たちに「嫌いな野菜は？」とアンケートをとると 1 位/茄子、2 位/しいたけ、3 位/ピーマンだった。一番大きな要因は母親が食べないこと。母親が食べないので子供も食べる機会がなくなり、嫌いになる。これは梅も同じで、梅干しを食べない若い親が増えており、親子を巻き込んだ食育（食べ方含め）が今後、大切になると考えている。

・2018 年 11 月から野菜の不調が続いている。5 月、6 月は数量減の単価安で厳しい状況。総キロ単価 220~240 円。過去は 250~260 円。一昨年は天候不良もあり、3 か月間 300 円が続いたこともあった。現在の野菜の消費は中食・外食で約 5 割。これらは量が決まっており、値が上がると輸入に偏ってしまう。この 1 年、生野菜の輸入が過去 2

番目に多い92万トン（1/3が中国）、冷凍野菜の輸入に至っては過去最高の101万トンとなった。

- ・輸入が増えたことの背景に報道の怖さもある。もちろん輸入にも頼らなくてはならないが、国内の農業従事者を守るためにはバランスが大事。例えば北海道胆振東部地震で300町分のたまねぎが被害にあったという報道が出たことで輸入が増えた。しかし、北海道は全体で1万2千町分の耕作面積があり、被害が出たのは0.数%程度。またポテトチップス用の馬鈴薯が不作という年に大量輸入し、翌年豊作となったことで40年振りの安値となってしまったこともあった。

- ・今年のGWでの10連休、消費増税もあり景気減退ムードが蔓延し、野菜の消費が少なくなっている。特に九州ではトマトが厳しい状況。場所によってはハウス設置費用の9割補助を行っているところもあるが、生産者は他の地域でもトマト栽培が増えたことで自分たちの売上が落ちたと嘆く。先ほども述べたように輸入野菜が増える中、産地を超えて「トマトをどう売るか？」を考える必要がある。（特に冬場に売れない）ある地域では10軒のトマト農家がチームを組んで市場で一緒にトマト味噌汁をふるまうなど、新しい市場の開拓を進めている。これからの時代、輸入に頼らなくてもいいように、農家間での共同、連携が必要不可欠になる。

- ・世界最大の人口を抱える中国。最近、食生活に変化が生じている。健康志向や多文化の流入により、食べる量が少なかった魚を食べる習慣が根付いた。次の10年で野菜の消費が増えるのではないかとされている。そうなれば、日本から高品質な野菜を中国に輸出するというビジネスチャンス、マーケットが広がる可能性を秘めている。

- ・市場も農家も生き残るためには単価アップはマスト条件。そのためには色々な現場を見ることが大切。それも畑だけでなく、加工、小売り、流通、他産地など多岐にわたる。生産物を扱う側の人間はモノを大事にするマインドも求められる。モノが出来上がる苦勞を知らないのですぐに廃棄をしがち。できる限り換金化することが大切。そのためにパイヤーが農業体験を行うなどの取組みが重要だったりする。

- ・和歌山の認知度が東京でも上がってきているように感じる。消費者が求めていると感じることも。ただし、産地について果物は差が出るが、野菜はどこでも一緒。ブランド化、差別化するためには色々な提案をしなければならない。

- ・キノコ類が売れなくなってきている。エノキ、フナシメジなどの消費が落ち込んでいる。

- ・日本人一人あたりの一日で食べる野菜の量は現在290グラム。これが350グラムになると野菜が足りなくなる。若者はカット野菜などの簡便性から、50歳以上は健康志向から野菜を安定的に摂取しており、当面市場は堅い。特にトマト、レタス、キャベツはここ20年堅調。豆類（いんげん含む）、ナスは減っており、ミニトマト、アスパラ、プロ

ッコリー、ズッキーニ、小松菜、スナップエンドウは増加している。特にブロッコリーは米国産の輸入が4トンから2トンまで半減した。（収穫から食卓に並ぶまで1か月程度かかるため、硬くおいしさで国産に劣る）

〈所感〉

・3か所の視察先を経て、青果物全般の消費を増やすために行政としてソフト面の取組みが今後ますます重要になってくると感じた。もちろん生産者への支援、安定的な供給があって初めて成り立つことではあるが、出口戦略をしっかりと考えなくてはならない。特に戸塚部長がおっしゃられていた「野菜を食べない母親が増えたことで、子供が野菜嫌いになっている」というお話に対して、中家会長の食農という取組みは今の時代に必要不可欠であると感じた。田辺市においても学校給食では可能な限り、地元産の野菜を利用している。今後、学校給食だけに留まらず家庭の場でも青果物をより摂取していただけるように様々な機会を捉えて推進しなければ、輸入野菜が増え続け、国内の青果物（特に野菜）を取り巻く環境が悪循環に陥ってしまうとさえ感じた。農業が盛んな当地において、青果物の消費量が増えることは、生産者（農業所得の向上）、市民（健康維持）、行政（税収増等）の三方良しの取組みになる。行政と市民の接点は多くあり、関係各所を巻き込みながら食農の取組みについて日本全国に誇れるモデルを作っていくのも世界農業遺産のまちに求められているのではないかと感じた。