

令和3年度 第2回 滋賀県環境こだわり農業審議会 議事概要

- 1 日時 令和4年2月2日（水）14：00～16：00
- 2 場所 大津合同庁舎7階 7-A会議室
- 3 出席委員 田中会長、宇治委員、大林委員、岡本委員、小野委員、加藤委員、高木委員、立花委員、辻本委員、中井（京）委員、中井（浩）委員、西田委員、深尾委員、福井委員、山崎委員
（欠席：北川委員、永井委員、和田委員）
- 4 資料
 - ・【資料1】 滋賀県環境こだわり農業推進基本計画の改定について
 - ・【資料2】 令和3年度 第1回 滋賀県環境こだわり農業審議会における委員の主な意見
 - ・【資料3】 次期 滋賀県環境こだわり農業推進基本計画の取組の方向性（案）
 - ・【資料3-2】 計画期間について
 - ・【資料3-3】 滋賀県環境こだわり農業推進基本計画（概要版）
 - ・【資料4】 情勢等資料
 - ・【資料5】 環境こだわり農産物認証制度における現地確認方法の変更について

5 議事

【田中会長】

はい、ありがとうございます。

皆さん、こんにちは。Zoomの皆さんもこんにちは。田中でございます。

今日は、実は議題が非常に多いのもう挨拶は程々にさせていただきますが、先ほど中田次長も御発言のとおり、昨年5月に、みどりの食料システム戦略が発表されまして、その中でかなり野心的な方向性が打ち出されております。この審議会に特に関係するところは、有機農業の普及に関連する施策になりますが、ちょうどこのこだわり基本計画も次期の計画を考える時期にありまして、そういった国の大きな流れの中で、環境に対する取組でトップランナーである我が県がどのように今後、来年度以降、施策を進めていくのかということを考える上で、今日の審議会と、それから次回6月でしたか、次回、そこでほぼ形を固めて8月には素案を出すということになりますので、今回と次回は非常に

重要な内容になると思いますので、ぜひよろしく願いいたします。

毎回、皆さん非常に積極的に御発言いただいて、沈黙が流れるということがほぼない審議会ですので、今回はさらに皆さん拍車をかけてそれぞれのお立場からお考えのことを忌憚なくおっしゃっていただければと思います。よろしく願いいたします。

それでは、議事を進めさせていただきます。今回は議事が2点用意されておりますので、願いいたします。

では、まず次期滋賀県環境こだわり農業推進計画につきまして、事務局の御説明をお願いいたします。

【事務局】 次期滋賀県環境こだわり農業推進基本計画について説明

【田中会長】 はい、今井参事、ありがとうございます。これが今日の主要な議事になりまして、この環境こだわり農業推進計画を次の形をどうしていくかということを考えていくわけですけれども、この計画は非常に多岐にわたっておりまして、生産者側、販売者側、流通側、米、野菜、茶、米でもこだわり米、有機、オーガニック、それからゆりかごといろいろなものを含んでいますので、どこから整理して議論していくかというのは非常に難しいのですが、まずはどなたからでも結構ですので、今、今井参事、御説明いただいたこの資料に沿いまして、何かお思いのこと、御意見などございましたらおっしゃっていただければと思います。いかがでしょうか。

【岡本委員】 すみません。まず1点伺いたいのですが、国のほうの有機農業の推進に関する法律と書かれてありますし、資料1ですね、滋賀県有機農業推進計画という言葉が使われています。

ところが、いきなりお米のところになるとオーガニックという言葉が入ってきて、有機農業という言葉が全く入ってきていないんですね。私、オーガニックと有機とどう違うのかしらと思って、ヤフーでちょっと検索しましたら、ほぼ同じ言葉であると書かれてあるんです。

そうすると、同じ言葉であるのであれば、オーガニックという言葉を一歩きさせないで、有機農業（オーガニック）とかそういうような表現方法にはできないんだろうかという感想を持っております。そのところをまず伺わせていただきたいと思います。

幾つかあるんですけれども、まずそこら辺で止めておいたほうがいいですか。

【田中会長】 いや、もう行っちゃいましょう。

【岡本委員】 全部行っちゃってよろしいですか。

【田中会長】 はい。

【岡本委員】 はい。では、すみません、行かせていただきます。

私自身、大変知識不足でして、日本農業遺産という言葉を知りませんでした。そこのところも調べましたら、平成30年に認証を受けているんですね。しかも、滋賀県はとても早い時期からこれをと書かれてあったので、もっともつここのところをアピールすることによって、やっぱり滋賀県というのは環境には最先端の県だな、だから、こだわり農業というようなこともしっかりされているんだなというところは皆さん、消費者にとっては分かりやすいのではないかというふうに思いました。

お米のところも京阪神ではやはり、ここでは書かれてありますけれども、オーガニックの米に対して非常に関心があって皆さん食べられているということですので、これからも米、それからお茶だけではなくて軟弱野菜のところも、季節的なものになるので少し大量生産というわけにはいきませんが、ここのところをもっと進めていただけたらなと思います。作り手もオーガニックはなかなか伸びないんですよというように今、御説明であったかと思うのですが、滋賀県としては、例えばこれから有機農業しよう、オーガニックをしようという農家の方々に少し補助というか、そういうようなことをされているのでしょうか。最初から有機というものをするのは、なかなか難しいところもあると思いますので、技術的なもの、それから財政的なものも少し後ろから押していただけると、もっともっと頑張ろうという農家の方が私は増えてくるのではないかなというふうに思いました。

そして、ごめんなさい、エシカルという言葉が非常に言われていますけれども、私たち、エシカルというと、買い物袋を持っていこうねとか、てまえどりだとか、それから食べ物は無駄にしない、ロスをなくしましょうというようなところがイメージとしてあるんですけれども、あとSDGsの中に入ってくるかと思うのですが、エシカルとSDGsというような言葉もここの中に入れられたらいいかなというふうに思いました。

計画も8年計画ということですが、非常に長いと思います。今の世の中、2、3年でころころ変わっていきますので、4年、4年という形で計画を考えられたらいいかなと思います。

それから、滋賀県のCO₂のネットゼロ社会づくりですが、ここのところは割と環境のところばかり書かれてあるんですが、も

う少しこの中に、こだわり農業の文章というか、そこら辺のところを並べたほうがいいのではないかと。環境と、それからこだわり農業というのは、非常に相通ずるものがありますので、そのところも連携をもっともっとされたらいいのではないかなという感想を持ちました。

以上です。

【田中会長】 はい、岡本委員、ありがとうございます。思ったよりいろいろ行かれましたね。

【岡本委員】 はい、すみません。もう一気にと言われたので一気に申し上げました。申し訳ありません。

【田中会長】 いえいえ、いいんです、いいんです。非常に重要な論点も含んでいると思います。

1点目は、オーガニックと有機というほぼ同じ概念が混在して分かりにくいということ、それから日本農業遺産ということをもっと絡めてアピールしたほうがよいのではないかと。それから、オーガニックに対する県の支援策ですね。これは環境直接支払という形がありますけれども、それ以外でということですよ。はい。それから、SDGsとエシカル消費ということも計画の中にもっと入れ込んだほうが良いということ、それからCO₂ネットゼロについては、環境こだわりと相通ずるものがあるので、もっとその文脈で説明したほうが良いということでもよろしいでしょうか。

はい。それでは、事務局からの何か、たちまちにお答えできることだけでも結構ですので、よろしいでしょうか。

【事務局】 はい。まず1点目の有機農業というのとオーガニックというのが同じ意味ではないかということで、現行の計画を立てる時も、その言葉の使い方ということについて議論されたようで、その時の考えでは、有機という言葉のイメージというのが、化学合成農薬とか化学肥料を使用せずに栽培された農産物に限定されるということもありまして、オーガニックという言葉は、そのオーガニックということで表現することで、そういうような栽培、農産物に限定されるんじゃなくて、滋賀県がこれまで取り組んできたような琵琶湖をはじめとする環境ですとか生物多様性の保全ですとか自然と共生しているとかというようなライフスタイルも含めたような概念ということで、オーガニックということで、その栽培方法に限定されないという意味を込めて、どちらかという、オーガニックという言葉を使っておるということなんです。

あとは、支援制度なんですけれども、環境直接支払というもので掛かり増し経費は支援しておるんですけれども、それ以外には県に6か所、農産普及課という農業者を支援する方、普及指導員という方がいるんですけれども、一定の有機の研修を受けていただきまして、有機農業指導員という方を県のほうでは育成しておるところでして、そのような指導員の方を通じて、有機農業の栽培方法ですとか、また有機JASの認証の取組の手續とかを支援するような形にしていますし、あとは財政的な支援としましては、ちょっと米限定になるんですけれども、水稻で有機栽培をするに当たって一番ネックとなるのが除草なんですけれども、その除草に乗用水田除草機というような機械があるんですけれども、それを購入するのに支援したり、あとは有機JASの認証を取るのにやっぱり数十万かかるということで、その認証の一部を財政的に支援しているという支援策も用意はさせていただいています。

あと、SDGsとかCO₂につきましては、伺った御意見いただいて、そういう方向も注意しながら入れていこうかなと思っております。

はい、以上です。

【事務局】

日本農業遺産のことについても御発言いただきまして、ありがとうございます。

委員の皆様方にまだまだ周知が当たらないというようなことも認識した中で、さらなる推進というか、周知を図ってまいるように考えていきたいと思っておりますし、御指摘いただきましたように、この農業遺産、先ほどちょっとチラシをお配りしましたけれども、琵琶湖システムというのは、森・里・湖に育まれる漁業と農業が織りなす「琵琶湖システム」というふうに申しております、おっしゃっていただきましたように、琵琶湖のことを考えて、山々の方、琵琶湖の周辺の田んぼの方だけではなく、森のほうの方々も琵琶湖に流れ込む水を大切にしようというようなこととか、そこに流れ込む水の環境のことも考えていこうという精神に基づいたシステムでございますので、そういう意味で、そこで作っていくこれからの環境にこだわった農産物、またオーガニック、有機農業、そういったことにもこの農業遺産のことを絡ましながら進めていけるようにというふうにこれからも考えてまいりたいと思っておりますので、また委員の皆様方にもこれからも発信とか御協力のほど、何とぞよろしくお願いしたいと思っております。どうぞよろしくお願いたします。まだまだ発信が足りないということを認識して頑張っていきたいと思っておりますので、どうぞ御支援をお願いいたします。

【田中会長】 事務局からは以上でよろしいですか。

【事務局】 はい。

【田中会長】 はい、ありがとうございます。

それと、ごめんなさい、一つ漏らして、岡本委員御発言のもう1点、計画期間ですね。変化に合わせて4年、4年がよいのではないかという御意見がありましたので、これについては、いろいろな方が、いろいろな御意見あると思いますので、それについても皆様、よろしければ御意見をお聞かせいただければなというふうに思います。

ほかにいかがでしょうか。

では、せっかくなのでオンラインの方々、どうしても私も、オンライン、あまり得意でなくて、なかなか両方をうまくコミュニケーションするというのが難しいものですから。今日はたまたまなのですけれども、販売の方々が皆さん、オンラインということで、もしよろしければ、そのオーガニックですとか環境こだわり、県が推している農産物の販売状況につきまして、この名簿順にイオンリテールの宇治さん、坂ノ途中の小野さん、それから平和堂の辻本さん、順にざっとその概要といたしますか、販売側での例えばお客さんの売れ行きですとか認知ですとか、あるいは販売する側でも何か課題、要望、何でも結構ですので、やはり販売の辺りが長年弱いなというのが印象として持っておりますので、その辺り忌憚なくお聞かせいただけないでしょうか。

ということで、宇治さんからいかがでしょうか。

【宇治委員】 はい、イオンリテールの宇治でございます。

先ほどお話のあった、まずオーガニックですね。実は、先ほどアンケートの中に地元意識というのがちょっとあったと思うんですけれども、それと同じでして、このコロナ禍で、この辺り、数字がやはり伸びているという傾向があります。世代をちょっと年齢別で見ると、年配の方ではなくて、どちらかというと、Z世代と言われているより上のところ、30代、40代のオーガニックというところの意識が強くなっているというのは、我々のほうとしてデータとして残っています。

数的にはそういう形で、オーガニックだけでしたらそれで大丈夫ですか。ほかに何かありましたら。いいですか。

【田中会長】 はい、ありがとうございます。今のは非常に貴重な御意見だと思いました。オーガニック、ローカルということで、環境こだわりという農産物は、この地場産というイメージで消費者の方は受け止めておられる

と、そんな感じですかね。

【宇治委員】 そうですね。実は、コロナ禍で一番顕著に表われたのは地元意識が強くなっているのは先ほどのデータどおりでして、我々、販促セールスで「好きや！関西」というのを月1回組んでやっています。これが実は売上が一番稼げているセールスになっているという状況です。

ちなみに来週、先ほど話のありました魚のゆりかご水田米を販売させていただく計画になっていまして、京都と滋賀で実験的にやってみるのですけれども、これがどういう動きをするかというのはいちよと興味があります。

はい、以上です。

【田中会長】 はい、宇治さん、どうもありがとございました。

それでは、続きまして坂ノ途中の小野さん、いかがでしょうか。

【小野委員】 皆さん、こんにちは。

まず、販売として思うのは、僕らはもともとが小っちゃい会社なのであれですけども、取扱量としては増えています。お米も野菜もどれぐらいでしょう。大体、毎年1.4倍から1.6倍ぐらいの間で、多分この8年ぐらい連続してそれぐらいのペースでは増えていって、冒頭ありましたお米の消費量減っていると、マクロトレンドとしてはかなり厳しいものがありますが、いろいろ工夫の余地はあるようなので、何かめげずにやっていきましょうみたいなことが、まず何か全体としてのメッセージです。

実際、自分で物を売っていて感じることは何かという水の向けられ方にお答えすると、売りたい若者はめっちゃ増えています。こういうオーガニックとか環境こだわりとか、あるいは地産地消なのか、何かそういうちょっと社会的な価値を持ってそうなものを販売したいという若者ってめっちゃ増えていて、うちでも常に複数します。売る人予備軍みたいな若者がいて、うちでアルバイトとかインターンとかしているうちに農家さんとのつながりとかつくって行って、自分で軽バン1台買って移動販売から始めてみますみたいな。いっぱいいるので、生産量の調査をすごくしっかりしている一方で、まずは販売に関してのそういう潜在的な力みたいなのを計る、売りたい人実態調査みたいなのがあったら、何か案外売りたい若者たちが滋賀県下にも結構いて、そういう子らにちょっと最初の起業資金みたいなのを手当してあげたら、何か頑張っって工夫して売って行って、毎年1.5倍とか1.6倍とかで、最初は小さいかもしれないですけども、ぐんぐん伸ばしていくみたいな人が出てくるん

じゃないかみたいなことを思いました。

【田中会長】 はい、ありがとうございます。今、小野さん言われたものというのは、主に有機とかそういうのではなくて、県の環境こだわりの農産物ということになるのでしょうか。どういったものでしょうか。

【小野委員】 売りたい若者が何を売りたいかということですか。

【田中会長】 はい。

【小野委員】 そこら辺はふわっとしているわけですよ。何か売りたいみたいな感じなんで、別に県の環境こだわりの方針に共感して売りたいとかとはみんな思わないわけです。だから、それが接続できていない。多分皆さんの中で、えっ、そんな若者、周りにおるかなみたいになっているとしたら、それはすごいもったいない。若者のほうも情報がないから、オーガニックに絞ろうかな、絞らないでいようかなと、どれぐらい地域性を出そうかなみたいかなのを手探りで起業準備をしているから、何かそこらが足並みをそろえるとパワーが出るかもしれないですねというお話です。

【田中会長】 分かりました。ありがとうございます。何かというのは、滋賀県産かどうかというのは置いといても、環境に配慮したようなものを売りたいという漠然とした情熱のある若い方が、かなり増えている印象をお持ちだということですね。

【小野委員】 そうですそうです。滋賀の例で言うと、くさつFarmers' Market. をやっている内田君も学生時代、うちでバイトしていて、自分でもやるんやと言って始めて、やり出したらおもしろくなって、一旦就職で東京に行ったけれども、1年ぐらいで辞めて戻ってきてまた再開していたり、そういう事例も生まれています。

【田中会長】 はい、ありがとうございます。

【小野委員】 ちょっとほかの部分についてもここでまとめてコメントさせていただいてもいいですか。

【田中会長】 はい、続けてお願いします。

【小野委員】 すみません。正直、次はこっちの資料です、次はこっちの資料ですみたいな感じで、その趣旨を捉えるのがなかなか難しかったのです。音声も100%聞こえていたわけではないので、いや、説明したがなみみたいなところがあつたら申し訳ないのですけれども、ちょっと何個か思ったこ

とを言わせていただくと、前回もちょっとよく似たお話をしたんですけども、有利販売という言葉について、資料3の課題でもやっぱりメリットが薄いと、これが根本的な部分なので、ここを乗り越えなければ、ほかに幾らアンケートをしてもパッケージを替えても変わらないと思うんですよ。話が前に進まないと思っていて、どれだけ明確に下駄を履かすかだと思います。

例えば、小売店さんで新しく滋賀の有機米を扱ってくれたら、通常のものとの有機米との価格の差の3分の2は補填しますと、1年目は3分の2補填して、2年目は2分の1補填にしますみたいなのかで、とりあえず差を確保してあげるとか、何かそういう踏み込んだことが必要だと思っています。実際、農水省のほうでも有機農業推進総合対策緊急事業の中で、今回から新規取組支援とかといって、同じような差額補填しますみたいな、今までだとそこまで具体的に小売店にお金を渡すみたいなことってやっていなかったと思うんですけども、農水省のほうももうそこまで踏み込もうという姿勢を見せていますから、滋賀県でももうそういう時代なんだ、今まで行政が民間の商売に踏み込むか、ちょっと遠慮しながらやったと思うんですけども、もう踏み込む時代だということでもいいんじゃないかなと思います。

2点目が何を訴求するかで、CO₂削減効果があるんですみたいな、ちょっとマクロ的な環境負荷低減とか、気候変動に対する緩和みたいな話が訴求ポイントとして上がっていましたが、こういう話は、ただ環境問題に取り組む全員が競合になります。何か変な話ですけども、この手のエシカル消費に向けてとかという話って、結局、共感の取り合いなんです。だから、いいこととして応援してもらったら何か幸せだなという、ほのぼのいいこととしていたらきっと報われるみたいな思いは捨てたほうがよくて、結局は価格で競争して物を売ると何か似ていて、いかに共感を獲得してお客さんとの関係性を深めるかなので、すごくレッドオーシャンというか、競合が多いプレーをしようとしてきているというふうに僕には聞こえました。

という、とりあえず2点です。はい、以上です。

【田中会長】

はい、ありがとうございます。大分若者の目線で販売に対しての潜在的なものとしてそれをうまく施策に絡められるかということだと思えますね。

先ほど宇治さんがZ世代が非常に存在感として高まっているということで、全体的に比較的若い世代のことをお二人が言われているのは、非常にこちらでも検討すべきことかなと思いました。

また、有利販売に関しまして、生産者には基本的に国や県、市町がインセンティブをつけているわけですね。今の小野さんが言われたのは、販売に対するインセンティブ、それはほかの業界では割とよくあることでもありますので、そういったことにも踏み込んでみたほうがよいのではないかということ、それからレッドオーシャンというふうにおっしゃっていましたが、まさにそうかなと思ったのですが、エシカル消費というのは農業だけには限らないので、競争をし出すと本当にレース・トゥー・ザ・ボトムとか言いますけれども、どこまでも競争してみんな疲弊してしまうという競争にもなりかねないという、これもなかなか貴重な御意見だなと思いました。

ありがとうございました。

それでは、続きまして、平和堂の辻本さん、よろしければ御意見を伺えますでしょうか。

【辻本委員】

平和堂の辻本でございます。よろしくお願いいたします。

先ほどありましたように、販売のほうに資源を注入していただく等々の意見も大変重要かなというふうに思います。滋賀県下で多分我々が一番棚の保有枚数は多いと思いますので、そういった御相談等々がありましたらまた前向きには進めたいと思います。

市況の環境ですけれども、コロナ禍に入って2019年の数字から見ますと、20年は非常に巣籠もり環境に入って米の消費が大きく伸びました。21年に入って、その部分でどうなったかと言いますと、とれ高の部分で言いますと、米の単価は大きく下がってしまいました。よって、プレミアム米と言われる米と通常米と言われる部分の単価差というのが物すごく出た形になっています。先ほどからありました滋賀県のオーガニック米というのが、通常でいきますと3割程度のプラスになる米なのですが、世の中的にいきますと、各産地のプレミアム米というのが物すごく安い値段が入ってくるようになって、各小売がそれを売るようになってきました。

よって、去年に至ってはすごい逆風が吹きました。この部分の差を何とか持っていかないと、これから先、滋賀県の環境こだわり米を伸ばしていくというのに対しては、若干逆風が吹くかなということもあるので、その辺も含めながらということですが、今期に至ってはオーガニック米を販売させてもらおうかなということで検討しておりますので、今期に至っては、滋賀のオーガニック米の販売のほうは進めていきたいというふうには思っております。

以上です。

【田中会長】

はい、ありがとうございました。

辻本さんからいただいた御意見として、小野さんの言われた販売へのインセンティブというのは重要であるということと、それから市況としまして巣籠もりで米の消費が伸びる一方で、プレミアム米と通常米との差が減少してしまって、その一因としては、他地域からのプレミアム米の流入による価格競争といったものがあると。最後に、オーガニック近江米については、販売の計画を立てていらっしゃるかと。

まだ販売はされていないということですね。

【辻本委員】

そうですね。今期からしていくつもりです。

【田中会長】

はい、分かりました。そちらも状況がお分かりになりましたら、次回の審議会にでもお聞かせいただければと思います。

【辻本委員】

はい。

【田中会長】

ありがとうございました。

今、せっかくですので、オンラインということで、続けて販売側の委員の3名の方々に御意見等をお聞かせいただきました。今、販売に関するインセンティブということですか、販売の仕方ですか、エンカルとか、地球規模での環境問題をどこまでアピールするのがいいかですか、それから、これは私もすごく思っていたのですが、環境こだわりというのは減農薬じゃないですか。減農薬がどこまでアピールできているのかなというのは、やはり周りの、滋賀県の私の周りというのは彦根なんですけれども、皆さんの意識とかを聞いていると、なかなかあんまりアピールできてないなど。でも、やはり宇治さんが言われたように、地場産農産物という文脈でこだわりを手取る方は結構おられたというのがありまして、それで非常に興味深く御意見いただいております。

今、販売側の方々からいろいろな御意見がありましたけれども、そこに何か絡めるような形で対面の皆さん、対面以外の方でももちろんいいんですけども、何か御意見というのはいただけますでしょうか。

【西田委員】

道の駅あいの土山で販売のほうをさせていただいております。

今回、この会議に来させていただくのに、ちょうどお米を最近販売してほしいという農家さんがいらっしゃいまして、ただその農家さんは、すぐお米を作ることにこだわっていらっしゃいます。自分の作ったお

米を皆さんに知っていただいて、だから価格は安くてもよいということ
で言われるんですね。同じように並べさせていただいて販売するに至っ
て、やっぱり滋賀県のほうで環境こだわり農産物というのもされてお
りますし、それに携わっていらっしゃる農家さんもいらっしゃいますの
で、そのお米も今現状として置かせていただいているんです。

一般の農家さんは、自分の好きな値段をつけてきはるので、どちらか
と言うと、売れる金額をつけはります。それ以上に、せっかくこだわ
って作ったもの、認証のシールを貼られているとか、何かしら作ったお米
の価値やお客さんに評価していただくためにということで、一番分かり
やすいのが金額を少し高めにつけるということで、プレミアム感をつけ
るというふうなことで今させてはいただいているんですが、前回は、今
まで大体この会議の時にお話はさせていただいているんですが、どうし
ても買っていただく消費者の方は安いものを買って行かはるというの
が、本当に現状で毎日毎日、日々見させていただいている光景です。

こういう会議に出させていただいて、また皆さんのいろんな意見を聞
かせていただいて、どうしたらこだわって作っているお米が安くてもい
いやと農家さんたちが思う思いにならないように、PRも含めてどう
いう販売方法を今お客さんが望んでいるのかとか知っていただけるた
めに、何かよい手法がないかというのを、ここの委員の皆さんに少しで
もアドバイスいただけたらありがたいなという思いで、今日は参加させ
ていただきました。今後、こういう計画の中でPRをしていただいて、
お客様に少しでも作っていただいている農家さんの思いが伝わるよう
な手法を組み込んでいただければと思いますので、よろしく願いいた
します。

【田中会長】 はい、ありがとうございます。今の西田委員の御意見は、その道の駅
で販売される中で、かなりこだわって作られたお米が、要するに価格面
で言うと、やはり下げないと売れないということですか。そういうこと
ですね。

【西田委員】 そうですね。下げていって、一般の農家さん、もちろんこだわって
はいらっしゃるんですが、せっかく県の思いに触れていたり従って
いたり頑張っているという思いで動かれている方々も、一般の価格に
合わないと結局は消費者に手に取っていただけない、買っていただ
けないというのが現状なのかなというところで、少し寂しさと、どんな
にお客さんに説明させていただいても、なかなか御理解いただけない
というのは発信不足なんかなというところで、何かあれば教えていただけた

ら売り方がもうちょっと上手にできるのかなというふうに思っています。

【田中会長】 はい、ありがとうございます。それは道の駅に限ったことではなくて、どのような農産物であっても、通常のものよりこだわったプレミアムなものの違いをどういうふうに消費者に伝えていくかと、そういうことになろうかと思うので、その辺りは非常に難しいですが、克服しなければいけない課題かなというふうに思いますが、今の西田委員の御意見というか、問いかけについていかがでしょうか。それ以外でも結構です。なかなか難しいボールが飛んできましたので、ちょっと違う御意見とかでも結構ですが、いかがでしょうか。

【高木委員】 全農滋賀の高木でございます。日頃お世話になっております。ありがとうございます。

まさしく今、西田委員のおっしゃったとおりだと、私ども流通・販売をしているところからも同じことが言えるのではないかなと思っています。先ほどの資料の3のところの課題に、生産者にとって生産販売面においてメリットが希薄というのが課題だというふうに書いています。これ、そうかなというふうに思うんですが、だとすれば、一番分かりやすいのは、販売価格に転嫁するということがあると思うんですが、それは現状ではなかなか難しいです。やはり買われる消費者が、例えば5キロ100円、10キロ100円、高くても手を出そうと、そういうことでないとなかなか物って売れないと思うんです。一番分かりやすく言えば、100円高いがこっちのお米のほうがおいしいとか、身体にいいとか、そういうセールスポイントがあれば買われるかなというふうに思うんですが、環境にこだわっているから100円高いというのは、なかなか消費者の方には理解がしてもらいにくいのかなというふうに思っています。

また、私ども、滋賀県でとれたお米をJAさん通じまして各米穀卸さんに販売すると、そういう仕事をさせていただいております。県内販売はもちろん、県外、特に関西圏が多いんですが、一部中京方面にも販売しています。ここにも先ほどありました、琵琶湖にやさしいという一つのセールスポイントがあります。これは滋賀県の方には非常に応えるのですが、関西の人に琵琶湖にやさしいからというところがなかなか通りにくい。ただ、琵琶湖水系の川が通っているのでまだ理解があるかなと思うんですが、いざ中京方面に行けば、琵琶湖にやさしいと言ってもふん？という感じです。最近、米がなかなか売れないので私どもも大変苦勞している中で、今つくづく思うのは、やはり滋賀県の県民の方に近江

米を食べてもらうというのが一番重要なということを、改めて最近感じているところであって、その中でやはり環境こだわり米というのも滋賀県民の方が一番理解していただいているのかなと思いますので、そこをもう一度、原点に帰ると言ったらおかしいのですが、見直してしていくというのも大事ではないかなと思いますし、生産者の方に対するインセンティブというのは、これまでから国なり県からの直接支払というのがあったと思います。これはぜひとも続けていただきたいと思いますし、販売のところについても、先ほど販売のインセンティブという話がありましたので、ああ、そういう考え方もあるんだなと、何も価格に転嫁するというだけではなく、そういったことで販売していただいている方にも何らかのインセンティブを持って、やはり消費者に食べていただくというのが一番大事なかなというふうに思っています。

ちょっと今思ったのは以上です。

【田中会長】

高木委員、どうもありがとうございます。

今おっしゃっていただいたこととしては、生産者へのメリットというのがやはり少ないという西田委員も言われた問題ですね。ここについての価格の重要性を指摘しながらも、やはりそのアピールポイントとしての環境というのがどこまで伝わるかというのは、地域によってかなり影響があると。琵琶湖水系ということをおっしゃいましたけれども、これは私も常々思っていたことで、非常に共感を覚えたのですけれども、県民はもちろん県の農産物ですから環境に対するこだわりを理解していただけたらと思うのですけれども、琵琶湖水系という意味では、1,300、1,400万人の下流側の大阪や京都を中心とした府民の方々、こういった方々もアピールの仕方によっては地場産といいますかね、琵琶湖で環境にこだわって配慮したことというのが自分たちのメリットにもなっている。実際、飲み水を飲んでいきますからね。そういうところにも伝わるかもしれないなど。

一方で、中京は難しいと。水系違いますからね。それは本当にそのとおりだなというふうに思いました。

その県民へのアピールというところ、原点回帰というところに重要性をご指摘されておられました。

ただ、県だけですと、どうしてもマーケット小さいので、そこからどう広げていくかというのはこの委員会の長年の議案でもありましたので、そういう今の高木委員のおっしゃり方からすると、やはり水系内の他府県ですとか、そういったところは、琵琶湖への配慮というのが伝わりやすいのかもしれないと、それは少し検討してもよいポイントかなと

思います。

ありがとうございました。

ちなみに、すみません、イオンの宇治さんに確認でお伺いしたいんですけども、Z世代が地場産のものに手を伸ばしているということをおっしゃいたけれども、地場産というのは地場産でないものと比べて価格の違いというのはあるのでしょうか。

【宇治委員】

基本的には物流費は安いのでほぼないです。ですので、地場品と言ったのも、今、農産物の話が主題になっていますが、我々のところは、例えばどここの工場が近畿にあるというだけでも地場産というふうに捉えて加工品も含めてやっていますので、一番大きなコスト構造が物流費になっていますから、地元の工場を使えば使うほど物流費は安くなるし、農産物も同様なので、その直接センターに持ってきていただくと物流費は安くなりますから、そちらを活用するほうがコストが下がるというふうには考えて進めていきたいというふうに考えています。

以上です。

【田中会長】

はい、どうもありがとうございました。

そうですね。流通という面で考えれば、价格的に少なくとも不利ではないということですね。プレミアムとかそういうのとは別に、価格面ではむしろ有利な時もあると、そういう理解でよろしいのかなと思います。

ありがとうございました。

ここまで割と販売側の御意見を伺っていましたので、少し生産者の方の御意見というの伺いたいというふうに思うんですが、今、若者というのが少しキーワードで出てきていますので、若手の生産者のほうということで少し代表していただいて、大林委員、いかがでしょう。

【大林委員】

はい、すみません、青年農業者クラブの大林です。

非常に難しい内容かなと思うんですけども、もう皆さん、おっしゃっていますけれども、ここ近年、米が余ってきて米価が下がっている、もう来年度に向けて稲作もスタートしているわけなんですけれども、また肥料の原材料が入らない中で、なかなか、肥料自体の確保もそうですし、資材の値上がりもすごく影響しているのが現状です。資材だけに限らず、農機具も新しい機械等が出てくるんですけども、それなりの価格で、周りに聞いておりましたも、来年度はまた米価のほうも下がると聞いていますので、なかなか現状を維持するだけでもすごく厳しいのかなというふうに思っています。

これは私、周りとしゃべっているあれなんですけれども、滋賀県の環境こだわり農産物も大事なんですけれども、やっぱり僕ら若手農業者、農業に夢を持って、これから農業でやっていきたいという中で、まず農業者として自分自身が認めてもらう、自分の農園でこういうものを作っていますというので認めてもらって何ぼかなというふうに思っていますので、その中でどういうふうに滋賀県の環境こだわり農産物と絡めていけるのかなというのを今後ちょっと考えていきたいと思っています。

うちの青年農業者クラブも、まだ米中心の農家半数が以上ですし、あとまた法人の従業員という方も結構おられますので、うちも今130名ほどいますので、そういうなので若手の意見というので、別の機会にまたこういう場を設けていただければと思います。どうしても新規就農者の方とか、会議の場とかにも、今コロナというのものもあるんですけれども、なかなかちょっと出てきにくい状況ですので、また各地域とかでもいろんな声を拾ってもらえたらというふうに思います。

以上です。

【田中会長】 ありがとうございます。その環境に対する考え方というのは、メインというか、二の次にならざるを得ないという現状があるということですね。

ちなみに、先ほど若手の農家の方で、例えば有機、オーガニックですとか、これまではあまり取り組まれてこなかったような今県が考えているような、そういう新しい米作りですとか、そういうところに関心をお持ちの若手の方というのは多いとか少ないとかどうですかね。ちょっとその辺、率直なところを教えていただければ。

【大林委員】 正直言って、少ないのかなというふうに思います。大きい農家とかがもう多分大半だと思うんですけれども、どうしても米価が下がっていますので、オーガニックというよりは、今、補助金がついていますので、飼料米とかそっちのほうに転換するというのも結構たくさん聞いておりますので、どうしてもオーガニックでの有利販売というのは、生産者となってくると結構厳しいのかなというふうに言っています。

【田中会長】 貴重な御意見、ありがとうございます。そういう意味では、やはり生産のほうを拡大していくところでは、こういった基本計画に沿ってきちんと支援していくことというのは、ますます重要かもしれませんね。はい、ありがとうございます。

ほかに、その他の論点でも結構ですので、いかがでしょうか。

【福井委員】

福井です。私、農業を直接やっています、水稻と果樹と地域のいろんな役があるんですけども、それも進んでやっているほうなんですけれども、ちなみに、今、環境こだわり米、キヌヒカリを昨年までやっていたんですけども、キヌヒカリの単価が1割ほど下がって、肥料のほうも今、大林さんが言われたように値上がり傾向やと。そういうことも含めて、私自身、環境こだわり米、昨年までは作っていたんですけども、もうやめました。

今までそういう金額的にも成り立ってないものが1割も2割も、それに上乗せして成り立たないことを進んです、何かばかみたいやなど、何しているのやろなというのが実感で、それに対して私は何もすることができませんので、できることやって、おいしい米を作って直接そのおいしい米を5キロぐらいの袋に小分けして、皆さんに食べてもらって、その感触を見て、おいしいと言ってくれはる人に売り込みしたりとかして、今、京都の食堂に持っていったりとか、京都まで持って行って交通費とか、私、滋賀県の甲南のほうですので、往復で3,000円ほどかかるわけですよ。そしたら、7,000円で売って3,000円の交通費。実際30キロで4,000円ぐらいしか利益というか、回収できるお金がなかったても、おいしいと言ってくれはること、その言葉に喜びを感じて持っていつているというだけのことで、自己満足だけの世界で農業をやっているというのが現実になっています。

この状態でおいしい米を作れている状況で、要するに環境ですよ。甲南町のほうは今、第二名神が3車線化になって、交通量が最初の計画よりも2割、3割、下手すると恐らくこれは田上から神戸線のところが開通したら倍以上の交通量になる。その弊害として、CO₂の関係でタイヤのチップが、くずが排水、河川に流れて水質汚染しているというのは、我々のところだけとは違うかもわかりませんが、日本国内、そういうことでの環境汚染に対して目に見えないところでそういう状態。私が20年前に甲南町に来た時、ホテルが網ですくうほどとれました。今は一匹もいません。これが現状なんです。

何をしても、米を作っても、水路を管理しても、何もええ話がないわけですよ。そんなええ話がないのに、今の若者、40から50ぐらいの働き盛りの人、農業するわけないです。それで、新規就農するという人で米作りをするという人は今言われたように全くないですね。梨とかブドウとかするということで、私も梨をやっているんですけども、そういうことを今県の普及課が推進していろいろ技術指導してもらっている

のですけれども、今は投資期間ですので成り立ってなくても新規就農の方が、たくさん若い子が入り組んでおられます。でも、実際、これが成り立つかどうか言ったら、今の新しい機械、ドローンとか農薬まくにしても機械が高額であったりとか、そういうのを販売側はどんどん勧めますわ。これ買ってください、あれ買ってください、薬は1週間に1回ずつこれだけふりなさいと。そうして何とか収穫できる状況というのが現状ですね。

何か文句ばかり言っているような話になったらあかんと思って、言おうか言おまいかちょっと考えとったんですけれども、現状はあまり。明るい話というのは、おいしい米を作って、おいしいと言ってもらえる感覚、自己満足、これだけです。

はい、以上です。

【田中会長】

はい、ありがとうございます。非常に厳しい御意見ですが、そういうところに我々の改善点がありますので、そういうのは御遠慮なくおっしゃっていただけたらいいと思うんです。ありがとうございます。

特に大林委員と共通するところとして、やはり米に対する厳しさですね。新規の方がまず米をされないのは、環境に対するこだわりが経済的に成り立たない、消費者にも伝わらない、やっぱり食味のほうが重要だということにもつながると思うんですけれども、この審議会は農業の環境に対する配慮に対する基本計画の考え方なんですけれども、そこの辺りが十分消費者に伝わらないということは、少し構造的な問題もあると思いますので、次の計画を考える上では、ぜひ考えないといけない、非常に重要な御意見をいただいたかなというふうに思います。

時間も限られてまして、ちょっと指名させていただいてよろしいでしょうか。すみません。私のタイムマネジメントが、毎回毎回なんですけれどもね。少し生産者のお立場ということで、続きまして中井京子委員、その後で生産者と販売をつなぐというところで、中井浩二委員にもお聞かせいただければと思います。よろしくお願いいたします。

【中井(京)委員】

皆さん、御苦労さまでございます。いつも県の方にはいろいろとお世話になっています。どうもありがとうございます。

私は栗東で去年の10月の収穫終わってからまた3ha増えました。だから、30haになってしまったんですね。米価が安くなってしまって、生産されている個別の農家の方がもうこのままではやっていけないということで、私の近隣の集落営農の方とか本当に生産すること自体、田んぼでお米を作ることがもう厳しいということになってしまっ

ているので、それを言えば、私らのほうがもっと厳しいんですね。やっぱり大型農家のほうがもう実際は厳しいのですけれども、従業員もいます、孫もいます、そこでどういうふうに生きていくかということを模索しながら。

それから、このこだわりには本当に初年度から、一番最初の取組から取り組ませていただいている、もう暑い暑い7月、草取りするのにもう目の前、真っ暗になりながら取り組ませてもらっている、本当にその価値を出るように売る手法を自分たちで考えるというのが。生産はプロなので上手なのですけれども、売ることというのが本当に下手くそなので、そこを何とか今、販売の方にいろんな御意見いただいて、すごくいい意見をいただきました。どんなふうに付加価値を上げて売っていただける、それにすごくいい意見いただいて、そういうふうに使っていただけたらとか、そういうふうに使っていただいているのだなというのを、今日、こうして参加させていただいて、いいことを聞かせていただきました。

一つ、去年、日本農業新聞で7月10日の記事なのですけれども、東京大学のすごい先生が、水田が持っている多目的機能、水田とか環境とかそういうことについて長野県の方にアンケートをとったら、1世帯当たり18,000円、年間に出しますよという意見があったそうなのです。長野県は風光明媚で、すごくいい世界遺産、いろいろありますよね。そういうこともあって、多目的機能がすごく活用される農業というのは、すごく皆さん、消費者の方がそういうふうに使っていただいているみたいなの。

その同じアンケートを東京の方にしたら、東京の方はもっと、23,000円出しますよという結果が出たそうなんです。

というのは、東京の方というのは、長野県なんかちょっと足伸ばして行って、そういう自然を満喫したいなという思いがあるのかなと。そのアンケートで、そういうことが分かるのかなと。

そしたら、さて滋賀県でもそういうアンケートを消費者の方に、琵琶湖がある、滋賀県だけじゃなくて、京都、この近畿圏、二府四県にとってもらって、滋賀県、琵琶湖がありますよ、何か大阪の人に水止めるぞみたいなことをよう言うてはりますよね。

だから、滋賀県の琵琶湖というのは、そういう存在なんやなと。そこでとれているお米とか野菜とかというのを、やっぱり消費者の方に、いい資料、いろいろ難しい資料をいただいた、このたたき台の裏のエシカル消費意識を醸成すると、ここら辺のことを消費者の方にフード・マイ

レーズをできるだけ抑えようとか、それから滋賀県のものを、今、コロナで地場がすごく要求されたということも聞いていますし、そういうことで私たち農業者というのは後ろ楯をもらうというか、ああ、そんなふうに考えてくれはるのや、そしたらやっている意味というのはこんなにあるのやというような思いを持ちたいので。

今、水田リノベーションですとか補助金をいろいろ言ってきてくれはるのです。でも、やっぱり何千万するコンバインにトラクター、それから田植機というものは、水田にしか使えないんですよ。野菜を作れ、さあ、作れとか言われても、収穫機とか何かいろんなそういうものが要るのに、また莫大な費用がかかってくると、そんな思いで、水田を上手に使う、それからこれだけ集まってくる利用される方の田んぼを維持していくというのは、やっぱりお米しかないのですけれども、皆さんの意識を消費者の方にこんなふうに頑張ってもらって作ってくれてはるのやという後ろ楯みたいなのを、おかげさまで、うち、長男も次男も農業をしてもらっているんで、この先30年、また頑張ってもらっていかすためにも、こだわり、それから滋賀県の方の意識の向上というのは、ぜひお願いしたいです。

【田中会長】

中井京子委員、ありがとうございます。消費者の意識ですとか価値ですとかというところは、我々滋賀県におりますと、そういうのはあるという前提でいろいろ考えてしまいますので、そこをもう少しきちんと考えることと、京阪神まで広げるのであれば、その滋賀県の環境というものに対して、どの程度、そういった方々が考えていただけるか、後ろ盾というふうにおっしゃいましたけれども、とにかく売り先の消費者の方のイメージをもっとつかんで、そういった方が買っていただけそうだといいところまでの情報がやはり生産者にはもう少し手厚く、特にこれから環境への取組は高度化していくということになりますので、そこではより重要になるのかなと思いました。

ありがとうございます。

では、中井浩二委員、いかがでしょうか。

【中井(浩)委員】

卸売市場連合会の中井です。先ほどいろんな御意見ございました。その中で、我々は販売の側、生産の側、その間に入ってする仕事ですが、やはり農業もそうなんですよね、後継者不足。世間で言う超高齢社会にどんどん進んでいっているわけですよ。団塊の世代が800万人いるわけですけれども、では、今、実質働いている方たちの会社にいる、今税金を納められている保険料率も、これ、もうはっきりと31%、ここまで

上がる話が出ていますし、雇用の問題が出る、医療の問題が出る、福祉の問題が出る、そういった時に、収入から税率が上がってきたりすると、食費にどれだけ金かけられるのかなというようなどころがあるわけですね。

私もこの県の環境こだわり農業審議会、長らくお仕事をさせていただいているわけですが、弊社で先ほどZoomで参加の量販店さんの売場をお借りして、令和3年度、我が社は1度、実際買っておいでになれる消費者の動向を1度勉強してみようかなというところで、Zoomのイオンさんであったり平和堂さんであったり、特に平和堂さんの店舗を借りて我が社の売場の一角をお借りして、実質、売場づくりをしています。消費者の動向、こういったところも販売しながらいろいろやっています。また、我々、青果ですから、野菜、果物だけじゃなくて、滋賀県で作られている6次産業の商品等もその売場で置いています。また、売場づくりの中で、環境こだわり、減農薬をPRしたいわけですが、先ほど青年農業者クラブの大林さん、話をされましたけれども、新規就農者、結構増えているのですね。その新規就農者がどう売ったらいいのだというところの相談もあります。ですから、今、うちはそういった大量に出さなくても少量でも市場の中でどのようにして販売をしてあげられるか、こういったところの窓口を構築するために直接の売場をつくっていますけれども、どんどん増えています。

また、買い手はどうかと。同じものを量販店さんの中でキャベツが平和堂さん、イオンさんにも並んでいます。我が社もお借りしている売場でキャベツ並べています。しかし、売場の展開として私どもの売場というのは地場の売場にはしていますから、そこへ一番に来ていただける。また、リピーター、増えています。そういったところから販売展開を考えていかならんのかなというふうに考えておりますけれども、地場だから物流の経費はかからないように思いますけれども、意外と。物流経費の中で、例えば陳列するに当たって環境こだわりを知ってもらおうと思えばシール1枚貼らんといかん、資材も要る、こういったもろもろを換算していくと、なかなか商品に展開していかんといかんわけですよ。だから、素で売った時の同じ物の単価と経費をかけた商品、ただ経費分だけが上がっているだけで、何の評価も得られないのかなというふうにも思います。

ただ、言えることは、我が直接売場を持って進めていく中で、売場に人を配置したりする場合がありますけれども、買い物に来られた方の認知を上げてもらうことによってリピーター、増えています。

だから、そういった細かな動きがどんどん進んできたら理解される方もあるのかなど。

それと、新規就農者の方もそうです。売場なくて少量、我が社だけでなく、地元のファーマーズマーケットであったり、または近くのレストラン等、注文を持って納品はされているけれども、全部販売できないですよ。そういったものを市場に持ち込んでもおられますけれども、それをきっかけに新たな売場の展開といったお話をすると、前向きに意見も聞いていただけますし、また今年だけではなくて、来年の展望が見えてくるというのか、そういう相談にも乗れますので、意外と若い人が作りたいんだという方は増えています。普通、例えば自分に土地がなくて、ハウスがなくて、レンタルじゃないけれども、借りながらでも農業しようかという若者いますから、その人たちがしっかりと将来に向かって生計が立てられるような相談に乗れる窓口を市場の中で設けてもいいのかなど。それには、やはり現状の消費者の動向、こういったものを理解して買っていただけるのか、こういったものを売場でいろいろ試行錯誤しながらつくっていただきますけれども、やはり先ほども言った、唯一、環境こだわりの売場をつくってみたいなども思いましたけれども、消費者はそれだけではないんだということもあって、消費者にもっと環境こだわりを知ってもらうための。

いろんな新しいもの、オーガニックの話もいろんな話出ていましたけれども、この環境こだわり審議会は16年からずっと立ち上がってきて長らくいるけれども、環境こだわりが県民、または消費者につながっていないのは、新たなものを乗せ過ぎてみんな悩んでしまうのかなど。だから、この委員会は、環境こだわりを一本化して、これを前面に出したほうがもっと県民の理解力も上がるでしょうし、滋賀県の環境こだわり、やはり違うんだということをもっと進められるのかなど。

私、年に数日ですけれども、私どもの市場の隣に龍谷大学の農学部があります。農学部の1回生向けに流通の話をするのですけれども、約400名ぐらいかな、そういった方たちにも、滋賀県というのは全国に先駆けて環境こだわりをやったんですよと、そういった授業の中で話をすると、では、少し調べてみようかなという生徒さんも出ているぐらいです。落とし方をもう少し違う形で進められたら、もっと広がっていくのかなというふうに私は感じました。

ですから、この審議会全員で、環境こだわりという言葉をもっと前面に出して進めていただけたらなというふうに思います。以上です。

【田中会長】

はい、中井浩二委員、ありがとうございました。

時間限られていますので簡単にしますけれども、非常に重要なことをいろいろとおっしゃっていただいたなと思いました。特に、実際の店舗をお借りして販売される中での印象として、やはり消費者への認知のまだまだ低いというところが、これは本質的に重要な問題だと思いますし、それから環境こだわりという言葉が始まってもう20年近くたちますけれども、その中でいろんなものに乗っかってきて非常に分かりにくくなっていると。だから、原点に立ち返るということも重要なのではないということもおっしゃっていました。それから、新規就農者について、売り手、売りたいという若手、作りたいという若手が増える中で、この環境こだわりというのは、恐らくそこを十分拾えていないので、その辺りは非常に大きな潜在的なものを失っているような印象ですので、ここも検討課題かなと思います。

はい、ありがとうございます。

いよいよ時間が押してしまったのですが、やはり皆様に御発言はいただきたいので、今、会場でまだ御発言いただけていない山崎委員、それから立花委員、いかがでしょうか。

【山崎委員】

こんにちは。甲賀市の水口町で家族で農業をしております山崎と申します。今日はありがとうございます。

環境こだわり農産物は、米、野菜、花で認定いただいているんですけども、米に関しましては、昨年20haの作付をしましたけれども、米の価格の減少がひどくて、今年は作付15haにいたしまして、農転作面積、麦を18haに作付させてもらって、環境こだわりで花は菊を取らせていただいているんですけども、菊に関しましては一番下の娘が担当で、自分の花をいかにして売るかということで、自分なりに猫の絵の値札のポップをつけたりして、自分の花が目立つようにフラワーパックも自分自身のがパッと見て分かるように自分なりに考えて、若い子の意見はやっぱり今後の売る戦略に対してはすごく重要だと思うので、もう娘と息子の意見を十分に聞いて取り組んでいます。

環境こだわり米なんですけれども、環境こだわり米も全部作っているんですけども、普通の米の価格と環境こだわり米の価格の差がほとんどなくて、お米ばかり作っていたら、ちょっと経営状態が悪くなるので、野菜を2haほどさせてもらっております。専業農家で食べていくには水稻だけでは死活問題になってくるこの価格の変動で、ほんまに皆、苦しく、頑張っているんですけども、環境こだわりを一生懸命作っているんですけども、もうちょっと何か価格を普通の米と差をつけていただけたらもっと頑張っ作ろうかなと思うんですけども、ちょっとあま

りにも、何か何百円、100円か200円ぐらいの差ぐらいしか売るときにないので、そこがちょっとネックかなと思ったり、一番最初、10年前ぐらいなのかな、この環境こだわりのシールを野菜に貼らせていただいて出していたんですけども、このシールが1枚2円だったんです。キャベツなら100円、ラッピングのお金もかかるし、このシールを貼るのに2円もかかったら差引き、やっぱり経費ばかりかかって、売上げが。お客さんが見て、このシールは何？と滋賀県の人でもあまり分かってない方が、いまだにほんまにたくさんいてはります。滋賀県全域でこの環境こだわりということを知っていただいてから、近畿地方に広めていただいたほうがいいかなとも思わせもらいました。

【田中会長】

ありがとうございました。価格差という問題は、ほかの委員の方からも出ている、やっぱり非常に重要な問題ですね。それから、こだわりのシールが有料というのは私は知らなかったんですけども、こだわりのシールは私の周りでも認知がほぼ皆無の状態なので、やはりその辺りも検討すべき課題かなというふうに思いました。

ありがとうございました。立花委員、いかがでしょうか。

【立花委員】

今回、改めて用意くださった資料を読ませていただき、この環境こだわり農業審議会の存在、そして今作ろうとしている計画案が誰のためのものなのか、本日の参加者の皆様の発言もお聞きして考えさせられました。これまでは消費者がこの取組を知って買いさえすれば解決するのかなと思っていたので、PRに力を入れれば良いだけだと思っていたのですが、資料にある第五期の数字の実績値をみると、御報告の通り減っている現実がある。この会議でも消費者側の意見としては環境こだわり農産物のニーズはあるというのに、現実には作っている人が減っている、これはものすごく大きな課題だと思いました。

こだわった食材というものに対する市場のニーズというのは、私自身がこれまで食材のPRを主にお仕事にすることが多かったのですが、実はこのコロナ禍になってからは野菜と健康のことについてお話しください、といった仕事が増えてきて仕事のニーズが変わってきています。それに合わせてますます高まっていくのではないかと思います。健康意識の高い方々というのは、質のいい食材への関心がものすごく高く、特にオーガニック食材へのこだわりも強い印象があるからです。一般的にオーガニックイコールおいしいという印象を持たれている方もいらっしゃるみたいですし、それが事実かはおいておいて、だから買い続けようという人もいたりするのはよく聞きます。ただ、ニーズはあるけれど

も、では、生産現場ではなぜ増えないのか、というところの根本的な要因を、この会議ではみんなで真摯に考えていく必要があるのかな、と思います。

その原因の一つに、先ほどおっしゃったように、実際の栽培の手間に対しての付加価値がついた値段ではなく、経費がかかった分の上乗せの価格であれば、慣行栽培のものとの差異が付かない、だから生産者さんは増えないという事実をみんながもっと知る必要があるのかなとふうに思いました。要するに、作ってくださる方のモチベーションが上がる仕組みなどをしていく、考えていくのが課題だということだと思います。

今日、ここで具体案があるわけではありませんが、身内に大阪で農業をしている親戚がいて、大阪は大阪を代表する特産品を「大阪産（おおさかもん）」と認定されていて、親戚のつくっているブドウも認定されているため、以前、少し誇らしげに「私たちの作っているブドウも認定されているねん」と話してくれたことが印象的でした。そういったことも農業者の方のモチベーションにつながるようですので、そのような視点、作りたくなる仕組みにもこだわったブランドづくりをしてはどうでしょうか。そしてやはり環境こだわり農業や農産物がずっと抱えている「おいしがうれしが」との区別なども明確にしていくことが必須だと思います。

また消費者の感想やニーズなどをもっと生産者さんにフィードバックすることも大切ではないかと思いました。

以上です。

【田中会長】

はい、ありがとうございます。ニーズがあるのに作り手が減少しているというところに、その経費が上がっているのに価格が、そういう経済的な問題ですよ、非常に重要なことかなと思いました。

あと、健康に関するお話の依頼があって、いわゆる健康リテラシーの高いような方って増えている印象ですか。

【立花委員】

これからもっともって増えるだろうというふうに言われています。よくある依頼としては、特にテレワークになってきて体を動かさなくなったので、自分たちの健康を食べ物でも見直していきたいというようなお話。

ただ、そこに実は白米というのは、ちょっとこの会議で言いにくいのですけれども、結構ネガティブなイメージがあって、逆に玄米のほうがそういった健康志向の方にはすごく高いんですね。せっかくお米を作ら

れているのであれば、最近、パックスライスなんかでも玄米とかもいっぱい出てきてるので、そういうふうな販売とかも一つ入れてもいいのかなというふうに思います。

【田中会長】 ありがとうございます。それは非常に重要な視点かなと思います。そういうことも、単に食味を追求するだけでなく、玄米需要ですとかグルテンフリーですとか、そういう方ですとそうかもしれませんね。

はい、ありがとうございます。それもぜひ検討課題に入れていただきたいと思います。

あと、オンラインのほうで、まだ御意見をいただいておりますでした農協のお立場から深尾委員、今日の議論を踏まえまして、どの点でも結構ですので、御意見いただけますでしょうか。

【深尾委員】 資料3の裏面です。オーガニック農業の一層の推進で強みを伸ばすと、またブランドづくりでも強みを活かすとされています。いわゆる、マーケティング手法では、強みや弱みの分析とがありますけれども、これがオーガニックが果たして強みなのか疑問です。ブランドづくりができなかったら強みが弱みになります。しっかりと広告とかにお金をかけていく必要があると思います。

それから、この資料3の表面のほうの現状と課題では、今まで皆さんがおっしゃいましたように、価格がかけている手間に合っていないというのが一番の問題だと思います。

それから、環境こだわり農産物の認知度というのは45.7%にとどまっております、今回は目標設定もされないようです。私、毎回言っているんですが、もう20年もたって45.7%というのは普通はもう成立しない数字でございますので、これはまた条例とか補助金上の名前に残しておいて、もうちょっとブランドイメージが確立するようなもの、「ブランド滋賀」でも「滋賀ブランド」でも何でもいいですが、だから滋賀ブランドは肥料、農薬が半分ですとか、そういうネーミングに変えてお金をかけないと、そのままやってもちょっと難しいかなというふうに思っております。

以上です。

【田中会長】 はい、深尾委員、ありがとうございました。

そうですね。長年続けて、他府県と比べれば非常に高いですけども、今踊り場に完全に差しかかっている状態で、若干減ってもおりますので、そのネーミングを変えるということも含めて、その環境こだわりの位置づけと方向性を踏まえて、その適切な名称も考えたほうがいいのかも

しれませんね。はい、それも一つの検討課題とさせていただきたいと思
います。

ありがとうございました。

それでは、まだ御発言いただいていないのが加藤委員ですね。すみま
せん。恐らく最後だと思うんですけども、全体を踏まえて何か総括す
るようないい御意見でもいただけるとありがたいんですが、それはもう
何でも結構ですよ。

【加藤委員】

加藤です。全体を踏まえて、一番印象に残ったみたいなところを繰り
返すだけになってしまうかと思うんですけども、やはり環境こだわり
農産物を皆さんで作って売っていくという時に、そのブランド力という
ところが共感の競合性みたいな話があって、そこは本当あるだろうなと
いうふうに思いました。ほかにもオーガニック製品というのはいっぱい
ある中で、滋賀県が出している環境こだわり農産物というブランドをど
う築くのかとかもありますし、全国的に東京とかというマーケットを見
たとしても、全国区で農産物は作られているので、滋賀のものを売る場
所というのはどこなのだろうというのを考えると、県内で地産地消をど
んどん進めていくというのもいい方向ですし、また先ほどありました琵琶
湖水系というところ、流域というか、そこを中心に進めるというのは、
やっぱり一番いいやり方なのかなと思います。消費者と生産者の関係性
とかが共感というのをつくるものだと思うので、その琵琶湖に身近な人
たちに琵琶湖にやさしいなど訴えかけながら売るとするのがいいのか
なというのが一番思いました。

はい、以上です。

【田中会長】

はい、加藤委員、ありがとうございました。

そのブランドの力をどういうふうに築いていくかというところに関
連して、その生産したものの地産地消、県内での販売、ひいてはその琵
琶湖水系である他府県への販売、そういったところをやはりブランドの
改善も含めて考えていくべきであろうというような御意見だというふ
うに理解いたしました。

ありがとうございました。

正直、まだ議論はもう道半ばもいいところで、まだまだもう一巡する
と、皆さんからまたもっといい御意見いただけると思うんですが、残念
ながら時間が既に定刻を過ぎておりまして、本当に申し訳ありません。

よろしければ、ここまででいただいた御意見を踏まえまして、事務局
と次の審議会までにもう少し論点を整理して今後の方向性を踏まえな

がら、もう少し具体的なところで皆さんの御意見を拝聴して形にしていくという形でさせていただければと思います。御了承いただければと思います。

もしほかにも御意見おありでしょうから、その際は私でも事務局でもメールでいただければ反映させていただきますので、オンラインの皆様もぜひそのようにさせていただければと思います。よろしく願いいたします。

それでは、すみません、大変長くなってしまいましたけれども、1点目の議事は以上ということで、続きまして2点目のほうの事務局の御説明をお願いできますでしょうか。

【事務局】 環境こだわり農産物認証制度に係る事務作業の変更について説明

【田中会長】 はい、今井参事、ありがとうございます。

基本的には、農産物の確認制度について、これまでの実績、現況を踏まえて若干簡素化して、より効率的なものにするという趣旨になると思います。この今の提案につきまして委員皆様、いかがでしょうか。特に御異論あるいは御意見いただければと思いますが、ございますでしょうか。

はい。もし特にございませんでしたら、次年度は試験的ということで、またそこでの見直しも入り得るということで、次年度、この形でお進めいただければというふうに思います。はい、よろしく願いいたします。

はい。それでは、これで2点目終了ということで、事務局に進行をお返しいたします。お願いいたします。