

## なめがた市民 100 人委員会「第 3 班」議事メモ

議論した基本目標	基幹産業である農業を盛り上げる
コーディネーター	前田真（北海道清水町）
審議員	田中俊（構想日本）
説明担当者（自治体）	農林水産課、ブランド戦略室
日時	2021 年 6 月 27 日（日）14 時 00 分から 15 時 00 分
その他	参加者数 <u>会場 6 名</u> <u>オンライン： 3 名</u> 欠席者数 <u>24 名</u>

### 総括

#### コーディネーター総括

- 各地区で育てている歴史や理由があり、その土地に合った作物のイメージアップ戦略を実践すること
- 地場の産業を強くするためには、行政も民間も強い志が必要で、所得を安定させる。総合戦略に書けるかわからないが、所得倍増計画がある。そのためにはイメージアップ（景観・なめがたブランド）、5 年後に農業・商業に関わる人の所得が向上していることを目標とする
- 総じて、「農家の所得の向上を目指す」ための施策という整理

### 協議の流れ（摘録）

コ) わからない事があれば市職員に聞く、モヤモヤがあればコーディネーターがまとめる。基本的には委員の方に話をしてもらう。難しいことは専門家に聞くので、日常的な話を委員の方に話をしてほしい。

話には基本目標実現シートを用いる。前回の委員から出た話題で、内容を変更した方が良いと思う部分を赤字で修正している。

#### 協議しているテーマ①「農業」

コ) 前回のおさらい。「基幹産業である農業を盛り上げる」というテーマ。農家を盛り上げるにはどうすればよいか。市からは大きく 2 つの方法。一つは安定的な生産（作業の効率化、関係機関と連携）、一つは計耕地面積の維持。しかし、うまくいかない。農耕従事者の高齢化、後継者不足、自然災害の対応など、課題がある。一方、成果がでたところも。農業販売額は上昇。今やっているのは後継者対策（資金援助、応援金）、関係機関との連携。

委)：委員、コ)：コーディネーター、審)：審議員、市)：説明担当者

行方市の課題を解決しないと、ありたい姿の達成はできない。

前回に提出した意見提出シートから一部紹介

- ・ 田んぼの休耕田は難しい
- ・ 農業後継者がいないことはわかったが、その農家は土地を他人に貸せるのか
- ・ 農地はあるのに農家が減っている、解消法は
- ・ 後継者がいないのはわかったが、親などが苦勞している姿を見ているとやりたいと思わないのでは。
- ・ 土地の活用法や小さな範囲で始められるようになれば良いのでは

コ) 農家の実情を教えてほしい。知り合いに農家をやりたいと言われたら、どうする？

委) 最初は都会の生活に疲れて農家に来たようなものだが、農家は疲れる。体力勝負。

コ) 農家をやりたいという友人はいる？

委) いない。「農家に嫁ぐの？」と言われる方が多い。嫁いでから問題点は見つかっている。

コ) 農家に嫁ぐ良いところ、悪いところ。良いところは「大自然の中で、余計なコミュニケーションストレスない」、悪いところは？

委) 機械とかを買う、例えばエンジン何十万、軽トラ壊れた何百万。出費が大きい。新規でやろうと思えば設備投資がかかる。補助があるにしても、審査が通るかどうか。

レンコンを作りたいと思っても、本格的に作れるノウハウがない。家庭菜園とは話が違ふ。知識・経験が必要だから、リスク面を考えるとおススメは難しい。

コ) 初めて行方市に泊まって地域を巡った。初めてレンコン畑を見た。作業は大変だが、その分儲かる。しかし、新規で始めるには大変だろうと思う。他の委員ではどう思う？

委) 実家では農業を少しやっていたが、機械等を手放したところは他の人に貸している。

コ) 面積は減少傾向（全国的な問題）、販売額は上がっている。北海道清水町は農業大国みたいなのところだが、全国で農業生産高 34 位、行方は農業生産高 43 位、イモは全国 4 位。首都圏に近く販売も容易。儲けている農家は増えているのか、市としてはどのような手触りか。一部の農家がものすごく儲けていて、他は儲けていない場合もあるが。

市) 儲けている農家が増えているように思う。けれども農家をする方は減っている。

コ) 農家をする人は減っている。でも、経営農耕面積は維持する、ということは既存の農地は他人に貸すから 1 戸当たりの農地面積は増えていて、1 戸当たりの生産量も増えている。1 件当たりの儲けは増えているのに、人が増えないのはなぜか。

委) ハス レンコンが有名。視覚的に見て注目を浴びさせることも良いのでは。上野の不忍池もハスがきれい。きれいな景色は、勝手に人がくる。レンコン（ハス）の風景が良ければ、そこをアピールすれば。

コ) せっかくだから農業という仕事のイメージアップを。やっていることに誇らしさを。農業従事者として、農業のイメージは。

委) 農家に始めてきたときは（レンコン畑のハスは）よい宣伝になるのでは？と思った。

委)：委員、コ)：コーディネーター、審)：審議員、市)：説明担当者

- 元からいる人はなんとも思っていない。常識になっている。きれいな景色だと思うが
- コ) 花は咲くだろうが、同時に咲く？
- 委) レンコンは1本につき1個しか花が咲かず、植えた時期によるので、同時は咲かないかも。
- コ) 市職員は、レンコン畑がきれいだと思って仕事したことある？
- 市) ない。
- コ) 清水町はジャガイモが有名で、花も咲くが、欲しいのはイモなので気にしたことない。きれいにしておけばまちのイメージアップにもなる。経営耕作地の面積の維持にもつながるが、水田はほっとくと草木が乱雑に生える。市が耕作放棄地を恐れる理由はわかる。市は収入にかかる側面を重視しがちだが、景観という側面を考えるきっかけになったのでは。自然・風景がきれい、というものにも種類があり、ありのままの姿がきれいなものと、整備されているからきれいなものがある。畑や水田がきれいといえるには、人の手を入れないといけないので、対策できればよい。
- コ) 行方でレンコンを始めた理由は水田があるから、水田の利活用からスタート。水田でも、コメじゃない。
- 委) 米は一年さぼるとダメになる。レンコンは何とかなる。心構えが違う。
- コ) 北海道には北海道の、行方には行方の農業がある。その作物を育てているのには歴史や理由がある。土地に合った農業を選択して、イメージアップにつながれば。

協議しているテーマ②「ブランド戦略」

- コ) 農業を中心に話をしてきたが、ブランド戦略の話に移る。農業のイメージアップのために、避けては通れない道としてお金の話がある。儲けられるか。儲けにつながらない農業を続けようと思えるかということにつながる。
- お金を儲けられる仕組みづくりとして、市はなめがたブランドを戦略としている。しかし、多品目をPRすることの難しさがある。例えば北浦地区はビニールハウスが多い。いろんな作物がたくさんある。商業多品種を手がけている農家がある。市はえこひいき出来ないで、農家に均等にPRしたい。ブランド戦略は様々な手法で実施している。
- 一方で、原点に戻るという話。誰のために、何のためにブランド化するのか。ブランドの価値を決めるのは消費者ではないか。80品目を進めていくのは難しいかもしれない、特定の品に絞って進めるのもよいのでは。委員の意見として、特産品を使った料理を考案するなど言ってもらった。
- 委) 農家から食料をもらう場合、この木からは自由に取っていい、みたいな形態があると思うが、レンコンってそういうのできる？

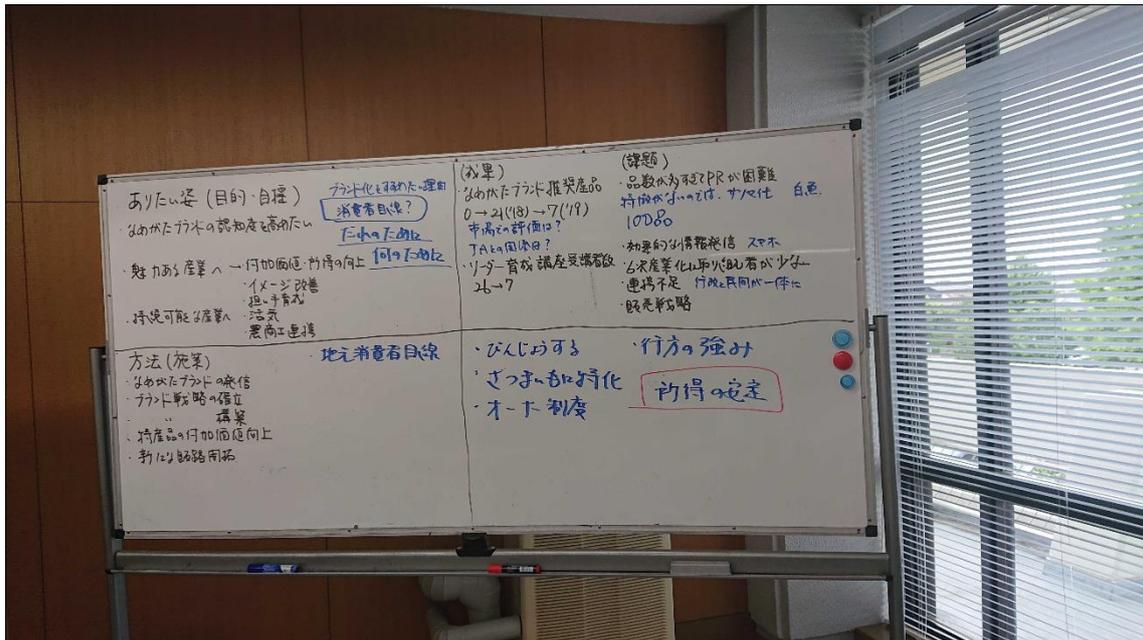
- 委) 観光農園の話はしたことがある
- 委) 観光農園みたいなことができれば、体験もできてハスの花も見に来られる
- コ) 行方市にはファーマーズヴィレッジがある。サツマイモの館など、色々あった。若い人が畑にいて、観光農園みたいなことをやっていた。行方市内でやっている人はいるが、レンコンは難しいかも。泥の中に入るから。
- 委) それがいいともいえるが。
- コ) 80品目を公平に扱ってブランド化に繋げるとするのは、担当課として実現可能か。
- 市) 正直難しい。さつまいもは全国的にも認知されている。さつまいもを中心にPRして、その他の特産品を合わせてPRしていきブランド力を高めていく。
- コ) 前はさつまいも・白魚に焦点を合わせることをどう思った？
- 委) さつまいもブームが来た時に、一点突破で進めていくのはいいと思う。乗っかって他のも進めるのはいいと思う。私が担当者だったら、それで行くかも。ただ、80品目作っていて、小さく作って出している作物もあるはず。そこが悲しい気持ちにならないか。「白魚とサツマイモのかきあげ」みたいに、一緒にして売り出す方法はないかな、と考えている。
- コ) 玉造の道の駅、ファーマーズヴィレッジなどを見た。白魚や鯉などおいしかったが、80品目の中でもやはりメインならさつまいもだろう。水のは白魚など。市は今後の5年間、サツマイモを出していきながら他の特産品をPRしていく。
- 80品目を外に出していくのは難しいが、行方に来てもらった時には武器になる。
- 審) 農業の議論でイメージアップの話が出た。新規就農には金がかかるといい、市は対策しているが、それでも人が集まらないのは農業へのマイナスイメージが強いのでは。みんながそう思っていることを変えていくのに、まずは自分たちで考えることだと思う。
- 「改善提案シート」というのはアイデアを書き出すシートなので、たくさん出してほしい。
- ブランド戦略の話。消費者目線に立ったらどうかという話が合った。スーパーで買うときに、行方産であることを意識するのか。地元の消費者目線での感覚を。
- 委) だいたいの食品は揃っている。足りない食品を外から買う感じだと思う。農家は収入の安定化を狙っている。農家の人にとって悩ましいのは収入が安定しないこと。だから子どもも農家をやっていない。公務員を退職してから農家を始めた人がいて、サツマイモを作っている人がいるが、サツマイモは難しい。
- コ) 役所の人間が最も苦手なのはお金の話。地域を活性化させるというポンヤリした言葉が使うが。お金って、大事ですよ？
- 委) 大事です。サラリーマンと同じくらいの収入。
- コ) 農林水産課もブランド戦略室も考えていて、消費者のことも考えているが、生産者のことをもっと盛り込んだ方が良い。金儲けの話ばかり書くのもよくないが、農家の所得の安定は必須事項だと認識して、シートを修正してほしい。
- 市) ブランド戦略室は所得の安定を盛り込んだシートにしている。

コ) 市の意図がそういうことなら大丈夫。ただ、市の書くシートに金のことは表現しにくい。役所の言い方としてはっきりは言わない。

委) 行方は2時間走れば大都会に行ってしまう。お金を儲けられるところがある。農業に絞る理由がない。

コ) 他に選択肢がある中で、農業を活性化させるよう計画を立てていく必要がある。

ホワイトボードの写真 (コーディネーターが議論をまとめた資料含む)



委) : 委員、コ) : コーディネーター、審) : 審議員、市) : 説明担当者