

なめがた市民 100 人委員会「第3班」議事概要

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	なし
説明担当者(自治体)	農林水産課・ブランド戦略室
日時	2021年7月17日(土)13時40分から14時45分
その他	参加者数 会場 6名 オンライン: 3名 欠席者数 14名

総括

コーディネーター総括

- これまでの議論をまとめたものを作った。今回で農業を盛り上げるための議論は終了する。行方市民として「誇り高き生産者と賢い消費者を目指して」いってくれば。行政は、今後は「なんのためにやっているのか」が最重要ポイントとして施策を展開してほしい。

協議の流れ

協議しているテーマ①

「基幹産業である農業を盛り上げる」を農業、ブランド戦略の2側面から考える。

コ)今回は振り返り。基幹産業である農業を盛り上げる、働く場を確保する。これが大事だと認識を大事にしてほしい。

背景と現状を確認する。圏内2位の農業産地。特にイモ類は全国4位。ただし経営者の高齢化・担い手不足が課題。大規模化もダメとは言わないがメリット・デメリットがある。農業が盛り上がると、産業が盛りあがって、観光が潤うということを理解する。

過疎化は近年の課題。若者が「行方市に住み続けたい意識」が低下していて、理由は「経済的な安定化が行方市では難しい」から。経済的な不安があるから出て行ってしまう。不安の解消の手立ては、次の2つだと思う。

①産業基盤の強化

②雇用環境の整備

土地を活用した産業「行方スタイル」=強みを活かした施策、行政×市民=一丸となって「定住人口、交流人口、関係人口の拡大」

全然違うということはないと思う。困ったらこの理屈に戻ってくる

コ)「基幹産業である農業を盛り上げる」について、農家の担い手不足の一番の理由が「大変そ

う」という印象。農業は大変。農家でも知り合いに勧められるかと聞かれたら、難しいと答える。何が「大変」か？資金面・規制・ノウハウ・労力。「大変」が解消されないと農家は増えない。さらに言えば苦労に見合う所得。

農業の側面として「行方市の景観」を作っている。整備された畑・水田はきれい。行方市のイメージアップに耕作放棄地の解消は役立つ

ブランド戦略では6次産業化により、市民所得を目指す。ブランド化には消費者目線にたった取り組みが求められる。「ないものねだりからあるもの探し」へ。

農業の目標。農家の戸数が減るのは仕方ない。一戸あたりの収入をあげる

ブランド戦略の目標。ブランド化への取り組みが、農業所得の向上を始めとする行方市民の所得向上につなげる。

(行政が何をするか／市民が何をするか については参考資料を参照)

コ)市民の取り組みとして、やっていることはあるか。

委)さつまいも、れんこん、レモン。特産品を外に持っていく

委)周りが農家だから、たくさんもらって知り合いに送る

委)自分が農家、近所の方におすそ分けして、お返しもらう

コ)おすそ分け文化も良い。レンコンを作っている家庭なら、作ったものは食べる。これは行方産のものを地産地消していること。他は？

委)スーパーで買うと、結局安いのを買う。

コ)大事な視点で、安いものを買いがち。隣に置いてあって、安い海外産と高い地元産のどちらを買うのか

委)やはり行方のものは質が良い。

コ)この違い、「高いものは質が良い」ことを市民に知ってもらうように行政は働きかけたらどうか。また子供のころから知っていけるような教育が必要ではないか。

委)違いを知るにはお店で野菜買うことかな。

委)スーパーが良くいくところ。地元産は日持ちはする

コ)高いことには理由がある。

委)食べること。行方市の給食で「地元産」のアピールをしている。中学生の職場体験に美容院とかは見たことあるが、農家はどうか

コ)北海道清水町ではやってない。なかなか難しいけど、やっていくのはよい取り組み。

コ)ここからコーディネーターからの提案。後継者対策。市として何か取り組んでいる？

委)婚活パーティーとかやっていた。

コ)やっていればよい。市もいろんな手段を打った方が良い。新規就農者への受け入れに協力。集団に入っていくのはなかなか難しい。そのサポートはいるんじゃないか。

委)とても大事。

委)：委員、コ)：コーディネーター、審)：審議員、市)：説明担当者

コ)よそ者に厳しい土地もあると思う。新しい人が地域の農業者受け入れてもらえるようにしてあげてほしい。

コ)景観保持。きれいな畑も、放置していくと見栄えが悪い。地域で協力していけないだろうか。農業への理解、寄り添い。中学生たちの農業という職業体験や、行方への愛着をもてるようなお手伝いを、行政も進めていければ。

ブランド化

行政の取り組み

80 品目全部ではなく、強いところを強くする。

市民の取り組み

なめがたブランドの発信。SNS に書くばかりじゃなくて、知り合いに渡すとかもよいのでは。

(行政が何をするか／市民が何をするか については参考資料を参照)

委)結構取り組みはやっている。職場体験とかは受け入れ側も大変。一番簡単な仕事ばかりやらせている。子供たちに何をさせたいのか、目的をしっかりと持って関わってもらわないと。婚活パーティーもみんな行かないっていうけど、サクラでもいいから人を集める努力した方が良いのでは？

委)前に聞いた話では、女性1:男性3とかになっていた。

委)何をしたいのか

コ)市が主体で婚活パーティー・料理教室を担当したものとかあった？

委)市の農業婚活パーティーで知り合って結婚した。

市)今は事業推進課、前は農業振興センターとかでもやっていた

コ)市でやっているのなら、取り組みに入れてもいいと思う。

委)水戸でも似た取り組みをやっていたのに協力したことがある。

コ)農業の理解者で、応援団になってもらえれば。

職場体験のように「何のためにやっているのか」は核心めいたところ。

①働く場の拡大プロジェクト

働く場の拡大プロジェクト (背景・現状)

【行方市の農業】

- 県内2位、特にイモ類は全国で4位の産出額を誇る農業王国
- 近年は、農業経営者の高齢化により急激な担い手不足と、
農家戸数の減少による大規模経営が増加
- 大規模化のメリット→生産効率向上
- 大規模化のデメリット→品質の確保や労働力対策が必要
- 結論・・・担い手減少、大規模化経営の増加は今後も続く。
メリットに対応：農業基盤の計画的な整備
経営規模に見合った農地集積
デメリットに対応：担い手確保による **農家戸数の維持が必要**

4

働く場の拡大プロジェクト (背景・現状)

【行方市の産業構造】

農業の発展（川上）



農産加工業をはじめとする工業の発展



サービス業などの商業の発展（川下）

基幹産業の **農業が盛りあがる** →工業、商業も盛り上がる

新たな雇用が生まれるという経済循環

5

働く場の拡大プロジェクト (課題)

【市民アンケート】

○「行方市に住み続けたい意識」

→世代が**若くなるほど低下**

(20歳代：65.5%、30歳代：73.4%、60歳代85.6%)

○若い人たちが求めていること

→雇用の確保による**経済的な安定**

(69.1%)

6

働く場の拡大プロジェクト (課題とその解消方法)

経済的な不安を解消するためには・・・・・・・・

①産業基盤の強化

(基幹産業である農業、関連する商工業、観光業)

②雇用環境の整備

(市民の所得向上)

・・・・・・・・①と②は**両輪**

7

働く場の拡大プロジェクト (導き出された結論：NEXT STEP)

強みを活かした産業活性化「行方スタイル」の実現

特色ある農業・商工業
そこから生まれる豊かな食



行方ならではの地域資源
(歴史、風土、文化)

郷土の誇りや魅力が存分につ
まった「なめがたブランド」

強みを活かした施策に、行政と市民が一丸となって取り組む

定住人口、交流人口、関係人口の拡大
行方市ならではの潤いとにぎわいに満ちたまち

8

基本目標 1 基幹産業である農業を盛り上げる

(みなさんから意見をいただいてコーディネーターとして感じたこと)

(農業分野：シート1_01_1)

- 農家の担い手が減少している一番の理由は、「大変そう」だから
「大変そう」とは、設備投資に係る資金面、農地を購入する規制、
作物を育てるノウハウ、労力
→これらが解消され、所得も向上しなければ農業に携わる人が増える
わけがない。苦労に見合う所得が必要。
- 行方の景観は、人々の営みとともにある。芋畑、れんこん畑がきれいに
手入れされてこそその景観。
→行方のイメージアップと耕作放棄地の減少は一体。

9

基本目標 1 基幹産業である農業を盛り上げる

(みなさんから意見をいただいてコーディネーターとして感じたこと)

(ブランド分野：シート1_01_2)

- 6次産業化の取組みの支援が、基幹産業である農業を盛り上げ、農産加工業、産地直売所等の販売額の増加につながり、結果そこに携わる**市民所得が向上**すれば良い。
- 80品目を特産品としてブランド展開するのではなく、対外的には、強みであるサツマイモや白魚に特化した戦略をたて、行方市に招き入れたときに、80品目をを用いた料理を提供、販売することに市民も協力するなど**消費者目線にたった取組み**が求められる。
- 地域イベントや学校給食等をとおして、**ないものねだりからあるもの探し**へと、**市民が主体的**に行方の**魅力発信**、**地産地消**をすすめる。

10

目標（ありたい姿を実現するために）

(農業分野：シート1_01_1)

- 農業産出額の増
(令和元年度249.2億円 県内2位、全国43位)
 - 経営耕地面積の維持(令和元年度4852ha)
 - 年間新規就農者数/農家戸数減少数の増
 - 一戸当たりの農業所得の増加
- ◎現実的に農家戸数は減ることを受け入れつつ、
一戸当たりの農業所得は向上させたい

11

目標（ありたい姿を実現するために）

（ブランド分野：シート1_01_2）

- なめがたブランド6次産業化支援事業採択件数・事業相談件数
 - 行方市6次産業化・農商工連携ビジネスセミナー受講生又は修了生
 - なめがたブランド推奨商品の増
 - ふるさと納税取扱商品数の増
 - 産地直売所販売額・農産加工所販売額（難しければ直売所だけでも）
 - 地産地消の取組件数（施策⑥で把握できるもの）
- ◎ブランド化への取組が、**農業所得の向上**を始めとする**行方市民の所得の向上**につながってほしい
- ◎市民も主体的に**農業を支え**てほしい

12

誇り高き生産者と賢い消費者を目指して

【施策】（農業分野：シート1_01_1）

【行政】

○就農希望者への支援

新規就農者や農業後継者による就農者への支援や、農業就農希望者への相談を行う

- ・農業次世代人材投資資金交付金
- ・なめがた新規活力応援金補助金
- ・就農相談会の実施
- ・新農業人フェア、
県実施の技術習得のための研修会への案内

○耕作放棄地の解消

耕作できなくなった農地を担い手に耕作してもらうための体制整備を行う

- ・農地中間管理機構の活用
- ・人・農地プランの方針の取組

【市民】

○農業を理解し、寄り添う

基幹産業である農業を理解し、農業が持続可能な産業になるようサポートする

- ・地元産の農産物を消費する
（買う、食べる、料理する）
- ・農業を理解し、情報発信する
（農業体験、ホームステイ）
- ・後継者対策への協力する（結婚）
- ・新規就農者への受け入れに協力する
- ・景観保持に協力する（草刈り等）

農家数が減ることを受け入れつつ、一戸当たりの農業所得は向上させたい

誇り高き生産者と賢い消費者を目指して

【施策】（ブランド分野：シート1_01_2）

【行政】

○なめがたブランドの構築

主要農産物であるサツマイモを中心に、地勢に恵まれ豊富な農畜水産物を活用して、持続可能な産地づくりのための「なめがたブランド」を構築する。

- ・なめがたブランドの発信
- ・販売戦略の構築
- ・農畜水産物の付加価値向上
- ・新たな販路の開拓
- ・地産地消の取組

【市民】

○農業を理解し、市民として寄り添う

基幹産業である農業を理解し、農業が持続可能な産業になるよう市民としてサポートする

- ・なめがたブランドの発信
- ・地産地消費の実践
（買う、食べる、料理する）
- ・食イベントの企画、参加
（加工品の試作、料理コンテスト）
- ・なめがたブランド推奨商品を広める

ブランド化への取組が、**農業所得の向上**を始めとする
行方市民の所得の向上につながってほしい

14