

平成28年度 産業建設常任委員会行政視察報告書

1. 視察日程

平成28年11月8日（火）から11月11日（金）まで

2. 視察先及び視察内容

(1) 島根県浜田市

「山陰浜田港」水産物ブランド化推進事業について

(2) 愛知県豊橋市

農業政策について

3. 参加者

委員長 濱田 栄子

委員 佐々木 隆徳 岡崎 健吾 佐賀 英生

齊藤 孝昭 佐々木 肇

4. 視察内容

◎島根県浜田市（11月9日（水））

【市の概要】

浜田市は島根県西部の中央に位置し、県庁所在地である松江市と道路距離で124km、山口市と121km、広島市と107kmの位置にある。

平成5年には島根県立国際短期大学（現公立大学法人島根県立大学）が開校し、開かれた大学として公開講座、フィールドワークなどを通じて情報発信や地域、市民との交流が生まれている。

また、平成17年10月に旧浜田市と旧那賀郡3町1村が合併し、浜田那賀方式自治区制度を導入して新浜田市が誕生、県内で3番目に人口を有する市となった。

【調査事項】

「山陰浜田港」水産物ブランド化推進事業について

説明者・・・浜田市水産振興課長 吉田 浩

浜田市水産振興課係長 永見 監

浜田市水産振興課主任主事 古城 崇浩

浜田市議会事務局次長 外浦 和夫

浜田市議会事務局庶務係長 鎌原 浩治

【概要】

《浜田市の水産業の状況》

全国で13港が指定されている特定第3種漁港の浜田漁港を有し、島根県の管理漁港である。平成27年度の浜田漁港の水揚げ量は16,953トン、水揚げ金額は47億9,000万円となっている。

《浜田の水産ブランド「どんちっち」》

水産ブランド「どんちっち」は、今年度で15年目の取り組みであり、事業としては全国的にも後発組ではあったものの、現在は東京築地でも認知されるようになった。

まず、「どんちっち」とは、石見神楽の囃子を表現する幼児言葉で、語源は石見神楽が全国的に珍しい八調子と呼ばれる勇壮でテンポの早いリズムで舞うことから、その舞に魅せられた子どもたちが石見神楽のことを「どんちっち」と呼ぶことに由来する。

浜田市では、平成14年に漁獲量の減少に伴う水揚げ金額の低下、魚価の低迷を打開するため、地元で獲れる魚をブランド化し、付加価値向上を行うことで地元水産業の振興を図ることを目的に、生産者、研究機関や行政等の水産関係12団体による任意組織として事業主体でもある浜田市水産物ブランド化戦略会議を設立し、地元のブランド魚として、「アジ」、「ノドグロ」、「カレイ」の3魚種を「どんちっちブランド」として選定した。

この3魚種には、「どんちっちブランド」としての共通項目があり、①浜田市水産物ブランド化戦略会議に加盟した団体（130業者）が浜田漁港で水揚げしたもの、②生産者が選別し、漁業協同組合 JF しまね浜田支所が証明したものに限り、こととしており、「アジ」は、島根県西部沖においてまき網漁業で漁獲し、平均脂質10パーセント以上、サイズは50グラム以上、漁獲期間を概ね4月から9月までで、特徴としては多獲性漁法で漁獲した魚をブランド化しており、脂の乗りが全国平均3.5から4に対し、最高15パーセントと全国トップレベルである。「ノドグロ」は、沖合底びき網漁業（2隻曳き）で漁獲したもので、サイズは80グラム以上、漁獲期間は8月から翌年5月まで。「カレイ」も、沖合底びき網漁業（2隻曳き）で漁獲したもので、サイズは50グラム以上のミズカレイ、エテカレイ、ササカレイに限るほか、漁獲期間は8月から翌年2月まで3魚種とも対象品目として鮮魚と加工品を認定している。

また、「どんちっちブランド」の特徴としては、①科学的データ（脂質含有量）の裏付けとして、全国初のポータブル脂質検体機器の活用や、②トレーサビリティの導入として、生産者情報を記載したブランドシール（地元船と地元外船をシールの色で区別）、脂質含有量を明記した出荷証明書の発行、出荷証明専用サイトの立ち上げなどがある。



《鮮度管理技術向上の取り組み》

浜田市水産物ブランド化戦略会議のメンバーでもある島根県水産技術センター

から定期的に鮮度管理の指導を仰ぎ、鮮度についても十分徹底して行っている。

《アジの平均単価》

「どんちっちブランド」の主力であるアジの平均単価は、右に示した図の青線、まき網船のアジの平均単価が事業開始の平成15年はキロ単価62円であったが、ブランド化の推進により平成25年にはキロ単価263円、平成26年では198円となり、事業開始当初に比べ3倍から4倍になった。

また、赤線の「どんちっちアジ」の平均単価は平成23年からデータを取り始め、キロ単価225円からは始まり、平成26年では564円となり、一概に各年度において漁獲量やサイズにも影響されるものの、ブランド化の推進によりある程度の魚価の底上げにつながっている。



《ブランドPRの取り組み》

販促活動として、東京にほんばし島根館において、毎年度地元の浜田水産高校と連携して「どんちっち3魚」の干物や加工品等を販売しPRしている。

また、魚食普及のためのオリジナルソングや「どんちっち」のプロモーションDVDを作製し、小売店やスーパーに提供し鮮魚コーナー等で流しているほか、着ぐるみパーカーを作りイベント等においてPRをしている。

《沖合底びき網漁業の取り組みと高鮮度商品のブランド化》

浜田漁港の漁業や水産加工業を支える基幹産業沖合底びき網漁業は、4社5ヶ統（2船団で1ヶ統）が現有、漁期は8月16日から5月31日とし、1航海は6日間操業し帰港するというサイクルで、長期にわたって操業を行うこともあり、これまで漁獲物の多くが干物等の加工用原魚として利用されてきた。

沖合底びき網漁業は、漁船の老朽化等により漁業の維持、存続が極めて困難となっていたことから、国の支援を受けながらリシップ（大規模修繕）等により沖合底びき網漁業の収益性を改善し、10年後には自力で新船建造を可能とする「漁業構造改革計画」を策定した。

平成24年から1船団が国の支援による実証事業を開始したが、国の支援事業が1船団のみだったため、残りの4船団については平成26年及び平成27年にそれぞれ各2船団が、市及び県が創設した支援事業を活用し同様な実証事業を行った。

この事業の実施により、海水冷却装置や魚倉保冷装置等の機器を整備し、漁獲物の鮮度管理に取り組み、沖底物は鮮度が低いというイメージを払拭し、新商品の開発による新規需要の拡大、魚価の向上が図られた。

また、今漁期から地元の生産者団体（島根県機船底曳網漁業連合会）が主体となり、科学的根拠に基づく商品基準を設定した「沖獲れ一番」というブランドを立ち上げて出荷し、浜田市の新たなブランドとしての売込みを開始した。

《浜田港四季のお魚》

新たな事業として、平成 26 年度から「浜田港四季のお魚」として 26 魚種を選定しブランド化を行った。この背景には、アジ、ノドグロ、カレイについては平成 14 年から継続して販売促進活動を重ね、首都圏において知名度も高まり一定の成果をもたらしたが、浜田港では 100 種類以上の魚種が水揚げされることもあり、市民にはまだまだ理解されていない状況が判明した。これは市民 1,000 人を対象にしたアン



ケート調査から判明したもので、その結果を踏まえ水産関連業者等から意見を聴取し、浜田港においてどのような魚が獲れるのか、季節の旬の魚は何なのかなど、消費者への情報発信を行うことで購買意欲を高め、漁獲物の全体的な魚価向上へつなげることを目指し、選定した 26 魚種を常時提供できる認証店を決めて PR することで観光客の誘致にもつなげている。

また、PR 資材としては「山陰浜田港」のロゴマークを作成し、浜田漁港で水揚げされた全ての魚を「山陰浜田港ブランド」として浜田産を明確にして販売している。

さらに、市民や観光客に好評なのが「浜田港四季のお魚」のパンフレットで、魚の特徴やレシピ等が記載され公共施設や集客施設を中心に配布しているが「置けば無くなる」という状況が続いている。

【主な質疑】

- Q 釣り船とのトラブルはないのか。
- A 漁期がずれていることと魚場の形成が違うので、大きなトラブルはない。
- Q 「どんちっちブランド」とならなかった魚はどうするのか。
- A 「どんちっち」は基準があるので、それにもれた魚は普通の商品として店頭で売られることとなる。
- Q ブランド事業によるふるさと納税の返礼品について。
- A ブランド化を進めることでふるさと納税が増えたと考えてよいと思う。去年は約 20 億円の寄附があった。

- Q 水産物ブランド化推進事業の経緯について
- A 漁獲量の減少に伴う水揚げ金額の低下、魚価の低迷を打開するため、地元で獲れる魚の付加価値向上を目的として、平成14年に「水産物ブランド化戦略会議」を設立し、地元石見神楽の囃子を表現する幼児言葉「どんちっち」を水産物ブランド化事業の代名詞として使い、鮮度管理技術の向上やポータブル脂質検体機器の活用により、同じ魚種であっても鮮度や脂質の高い魚をブランド化したことにより全体の魚価が向上した。
- Q 浜田港に水揚げされた水産物の付加価値を向上するために、どのような取り組みをしているのか。
- A 沖底漁獲物の高鮮度化への取り組みとして、国等の補助を受け船体へ海水冷却装置や魚倉保冷装置を設置し、漁獲物の高鮮度処理を実施している。また、科学的根拠に基づく「高鮮度商品」のブランド化を目指している。さらに、ポータブル脂質検体機器を導入して商品基準を設定した「沖獲れ一番」として出荷し、浜田市の新たな水産ブランドとして売り込みをしている。
- Q ブランド化に至った目的は。
- A 漁獲量の減少に伴う水揚げ額の低下、魚価の低迷を打開しブランド化により付加価値の向上を図るため。
- Q ブランド化を3魚種にした理由は何か。
- A 浜田漁港で水揚げされる馴染みのある魚で3魚種とも脂質が高く非常に美味しい魚であるため。
- Q ブランド化戦略会議立ち上げ時の問題点はどのようなことか。
- A 事業主体となる会議の参加団体それぞれに利害関係があり、調整するのが一番大変だった。

【委員の所感】

- 全ての説明を聞いてブランド化に向けた取り組みは科学的にも証明された。成分はどの表示もきちんとしており、消費者や業者にも分かりやすく、安心できる商品に取り組んでいることが伺える。また、漁場が良いのだと思うが脂質の高い魚が多いことに感心した。
- 13年前からブランド化事業へ取り組んでいるということで、地域と行政が一体となっていることが強みと言える。当初は、利害関係が壁となっていたが、何とかここまで進めてきたということなので、当市でもそのようになってほしいと思った。トレーサビリティをいち早く導入したことも成功の要因と思う。
- 「どんちっち」という覚えやすい言葉を使っていると思う。神楽の囃子が祭り以外のイベントでもよく使われていること、パンフレットの「四季のお魚」レシピ本は当市でも作りたいと感じたほか、どのパンフレットにも地元の地図やアクセス方法が記載されているのは良いと思った。また、当市と浜田市では魚種や漁法に違いはあるが、魚の鮮度管理や脂質の測定については共通の認識と考える。北の魚は脂質が高いと思うので直ぐにでも取り組みたいと感じた。

- ・ 「どんちっちブランド」の特徴として、全国初のポータブル脂質検体機器の導入（科学的データの裏付け）や、脂質含有量を明記した出荷証明書の発行、出荷証明専用サイトの立ち上げなど参考とすべきことが多い。
- ・ 県内随一の水揚げを誇る浜田港とのことで、水揚げ魚種も豊富でうらやましい限りである。また、ブランド化推進のため脂質を調べる機器や一目で分かるようにした出荷用シール、小売用シールのほか、様々なパンフレット類の作成など取り組みへの努力がうかがわれ大変参考になった。



◎愛知県豊橋市（11月10日（木））

【市の概要】

豊橋市は日本のほぼ中央に位置し、豊かな自然と温暖な気候に恵まれ、全国有数の農業生産地であるとともに、自動車の輸出入に特化した重点港湾「三河湾」を擁し、農業・工業・商業のバランスのとれた都市である。

さらに、東三河の中核都市として東三河地域の発展、静岡県遠州地域や長野県南信州地域など県境を越えた広域交流圏の中心都市として、三遠南信地域の発展にも大きな役割を果たしている。

【調査事項】

農業政策について

説明者・・・豊橋市産業部農業支援課長	黒柳哲禎
豊橋市産業部農業企画課課長補佐	藤沢英樹
豊橋市産業部農業企画課企画・政策推進G主査	夏目祥子
豊橋市産業部農業支援課生産支援G主査	石黒勝宏
豊橋市議会事務局議事課	安形義光

【概要】

《豊橋市の農業について》

豊橋市の農業は、全国有数の農業生産地帯で豊かな水と温暖な気候に恵まれ露地野菜や施設園芸を中心に多種多様な農産物が栽培されている。

トマト・ミニトマト、スナックえんどう及びうずら卵は豊橋市の主要3品目であり、この3品目を中心にPR活動を行っている。

また、うずら卵は全国1位、キャベツについても隣接の田原市と合わせると日本一となる。その他、大葉、次郎柿、ラディッシュ（二十日大根）、エディブルフラワー（食用花）等についても日本一の生産量を誇る。

さらに、ぶどうの「種なし巨峰」は豊橋市が発祥地であるほか、梨の「小島梨」はブランド梨として知られている。

なお、豊橋市の農産物は関東圏を中心に関西、中京圏に出荷されているほか、一部は香港やタイ、シンガポールなどにも輸出している。

《次世代施設園芸》

次世代施設園芸愛知県拠点は、農林水産省が平成25年度補正予算から開始した「次世代施設園芸導入加速化支援事業」の補助金を活用して整備が進められている事業であり、特徴としては生産から販売までをひとつの拠点で行うことが事業の柱である。

豊橋市では、平成27年度及び平成28年度の2カ年で整備が進められ、来春には施設が完成し本格稼働する予定である。

施設の全体面積は3.6ヘクタールで3つの区画に分かれており、それぞれ定植

時期をずらすことにより1年間通して出荷できる体制をとることができる。

現在は昨年整備した温室が全て完成していることから、一部の施設を稼働させ、8月にトマトの苗を植え、10月に初めて出荷された。

このような拠点は全国に10拠点あり、東海地区では豊橋市のみとなっている。

施設の特徴としては、複合型環境制御技術によりトマトの栽培に必要な温度、湿度、二酸化炭素濃度等を自動的にコントロールし、最適な環境のもとに栽培を進めていくことで、ミニトマトの収量を10アールあたり21トン（一般的なミニトマトの収量は10アールあたり11トンから12トン）を目指すこととしている。

もうひとつの特徴として、施設は愛知県の下水处理場用地に整備し、下水処理場から出される放流水等の熱エネルギーを活用して温室栽培における化石燃料使用量の約3割以上の削減を目指すとしている。

また、運営については国の事業でもあるため、1事業者ではなく県や市のほか、民間事業者、JA、地域の関係団体等でコンソーシアムを組織しており、そのコンソーシアムが運営主体としている。

なお、トマトの販売先については約8割が契約出荷であり、販路開拓については現在協議が進められている段階である。



今後については、施設が完成すれば実習生の受け入れ、地域の担い手を育成する施設としても活用していく計画である。

《新規就農者育成支援事業の実績等について》

この事業は、諮問機関でもある豊橋市農業農村活性化等対策協議会から、新規就農者の育成について答申があり、新規就農者を育成、確保する仕組みづくりとして事業を実施したものであり、全国で開催される就農フェア等を活用し新規就農者の募集を実施し、十数名の応募があり、その中から面接等で2名を選考して研修を行った。

研修作目は、就農しやすく就農した後も生計を立てやすい施設園芸のミニトマトと露地野菜の2品目を選定し、その後、最大3年間地元の受け入れ農家のもとで研修し、平成25年度に就農している状況である。

なお、応募資格は豊橋市民以外も可能であるが、市内で就農することで豊橋市の農業に貢献してもらうことを条件としている。

また、2名の就農者は国の青年就農給付金を活用しながら、安定した経営を行っている。

《6次産業支援について》

6次産業化に対する支援については、平成22年度から「農産物加工販売トライアル事業」として、平成25年度からは「豊橋市6次産業化支援事業補助金」として行われ、今年度で7年目を迎える。

平成25年度から昨年度までの事業内容として、予算規模が毎年度120万円（事業費の2分の1以内で限度額は40万円）、これまでの採択事業は3年間で12件であり、成功事例としては次郎柿加工品開発（ドライフルーツ・酢）とプロモーション（見本市出展）で、この加工品が「柿あん」という名称で平成27年度優良ふるさと食品中央コンクールで農林水産大臣賞を受賞した。

今年度は、今後開駅予定の「道の駅」で販売する豊橋ならではの農産加工品の商品開発を目指し新商品開発プロジェクトチームの立ち上げと研究会を開催し、試作品の製作や試験販売等に取り組むことを今年度の目標としている。

《海外販路開拓事業について》

豊橋市の海外販路開拓に取り組む背景として、少子高齢化の到来による市場縮小の懸念から海外に活路を見出していくこととし、市長の強い思いもあり現在事業として取り組んでいるが、豊橋市農業企画課では農家の所得を維持、もしくは向上することを目指している。

海外販路としては、香港には今年度で4シーズン目になる「ミニトマト」を、タイとシンガポールには豊橋市の特産品でもある「次郎柿」を輸出している。

取り組みの経緯として豊橋田原広域農業推進会議（豊橋市、田原市、JA豊橋、JA愛知みなみ）が主体となり、平成19年度から香港を重点的に見本市に出展しトップセールス及びバイヤーの招聘が行われている。豊橋市も同様に平成25年度からトップセールスを実施している。

また、シンガポールでは量販店での試食販売を行い市職員、委託先（豊橋市第三セクターの株式会社サイエンス・クリエイト）及び現地の販売プロモーターが現地の人の様子を見ながら販売をしているほか、豊橋市シティプレミアムショップという名称でインターネット販売も行っている。

なお、今後の取り組みとして高品質な農産物の品目を取りそろえ、通年での供給を可能にすることや、輸出量を拡大し国内他産地との価格競争もあり商品の販売単価に掛る輸送費用の低減を図るほか、地域一体となった海外輸出事業は効果的、効率的であることから広域的な取り組みを促進することとしている。

【主な質疑】

Q 新規就農者育成支援事業について。

A 事業説明会は地元と都内で開催し、研修作目をミニトマトと露地野菜として2名の研修生を決定。最大3年の研修期間の間に、フォローアップミーティング、大学等での研修や会合などへの参加、家族を含め地域との接点を設けるほか、就

農時の資金確保のための融資制度の紹介及び農地の賃借等の手続きの支援を行った。

Q 次世代施設園芸について。

A 民間企業、生産者、県、市及び農業関係団体で構成するコンソーシアム（共同体）を設置し、先端技術と強固な販売力を融合させ、生産から出荷まで流通過程を確立している。

Q 6次産業支援をどのように実施しているか。

A 平成25年度から「豊橋6次産業化支援事業補助金（事業費2分の1以内／限度額40万円）」を創設し、これまで平成25年度5件、平成26年度4件、平成27年度3件を採択し



ている。また、農家や食品加工業者、行政等の異業種が連携したプラットフォーム（プロジェクトチーム）を立ち上げ、研修会を開催する中で新商品の提案を行い、試作品の製作や試験販売等に取り組んでいるほか、地元産の「次郎柿」を加工した「柿あん」が平成27年度優良ふるさと食品中央コンクールにおいて、農林水産大臣賞（新製品開発部門）を受賞した。さらに、先進的な取り組みを行っている道の駅（道の駅四万十とおわ）を運営する仕掛人に依頼し、売れる商品開発に関する研修会の実施や、今後、開駅予定の「道の駅」での販売を目指した新商品の施策開発も行う予定である。

【委員の所感】

- ・ 豊橋市は財政的にも豊かであり、首都圏や名古屋圏の人口が集中している地域を隣接地にもち、生産、流通、販売が容易にできる環境にある。よって、当市がこの地域のようになることは非常に厳しいと感じます。しかしながら、さまざまな環境を利用し、さらに海外への販路拡大をしている取り組みは参考になる事例であります。
- ・ 下水処理場からの放流水熱を利用して暖房経費を削減するなど、無駄を省いた運営は感心させられた。また、青年就農給付金や補助金の活用を上手に使い、安定した経営に行くよう努力しているため、徐々に新規就農者が増えてきているということは将来性があると思う。さらに、農産物を主に海外に目を向けて栽培しているところが他とは違う視点だと感じた。
- ・ 次世代施設園芸では、温室施設を3棟に区分し、定植時期をずらすことにより年間出荷できるようにしている。施設面積3.6ヘクタールでミニトマトを栽培し、収量で10アール当たり21トンを目指し、販売先の8割が契約販売、2割を市場

としており、下水道処理場の放流水の熱エネルギー利用は、今後、当市においても検討するべきと思う。また、木質バイオマス等の地元資源のエネルギー化も検討するべきと感じた。

さらに、農産物の海外販路開拓については、JETRO（日本貿易振興機構）に市の職員を派遣し、研修を積ませていることについても感心させられた。

- ・ 今後、むつ市でも「道の駅」を開設予定であるが、参考とすべきところは多々あると思う。また、農業者間や異業種間で連携したプロジェクトチームを作り、事業の推進を図るべきと考える。
- ・ 立地条件や温暖な気候に恵まれ、多種多様な作物を生産しているが、後継者問題や遊休農地の増加及び輸入農産物の影響による価格低迷など、他地域と同様の諸問題を抱えているが、次世代施設園芸や海外への販路開拓に力を入れた取り組みが行われている。

上記のとおり視察報告いたします。

平成28年12月 8日

むつ市議会議長 浅利 竹二郎 様

産業建設常任委員会

委員長 濱田 栄子