

農業活性化調査特別委員会行政視察報告

農業活性化調査特別委員長 加藤 大弥

【視察日程】平成27年10月27日（火）～29日（木）

【視察委員】加藤大弥委員長，竹内功副委員長，永井武弘委員，佐藤正人委員，
田村要介委員，佐藤幸雄委員，水澤仁委員，倉茂政樹委員，渡辺和光委員，
金子益夫委員，志賀泰雄委員，小野清一郎委員

【視察地】兵庫県養父市，京都府京丹後市，京都府京都市

【調査事項】兵庫県養父市：養父市国家戦略特区の取り組みについて
京都府（京丹後市）：丹後農業実践型学舎について
京都府（京都市）：ブランド京野菜・酒米振興の取り組みについて

○養父市国家戦略特区の取り組みについて ～兵庫県養父市～

1. 特区に指定された経過

人口減少・少子高齢化が大きな課題となっている中で、養父市においても同様であった。1960年には人口44,884人，高齢化率10.3%，耕地面積3,012ha，総農家数6,014戸であったものが，2010年には人口26,501人，高齢化率33.1%，耕地面積1,594ha，総農家数2,769戸と大きく変動している。中でも耕地面積は半分になっており，それに伴って地域経済が衰退し，耕作放棄地の拡大が深刻になっていった。

その状況を打開すべく，市政方針として「地域の新たな生命を育むまち～産業を育み，人を育む～」を掲げ，平成25年4月には，養父市地域経済活性化戦略を策定した。その視点は，①雇用の安定確保，②市内経済循環の構築，③市外からの資金獲得とし，農業と観光を軸に展開し，地域経済の活性化を図っていくことを進めていった。

それらの取り組みを進める中で，新潟市を含め，全国6地区が指定された最初の国家戦略特区のうち，「中山間農業改革特区」として平成26年5月に指定された。

2. これまでの取り組みと成果

養父市では，国家戦略特区に指定されるまでも，人口減少の中で生じた小学校，中学校の廃校を活用し，5社の企業誘致を行い，約140人の雇用の場所を確保してきた。また，山椒やニンニクなどの特産物の産地拡大と，品質向上の支援などの農産物特産開発事業も行っており，企業誘致と農業活性化に尽力してきた。

国家戦略特区に指定されたことによる規制改革メニューとしては，①農業委員会と市町村の事務分担，②農業生産法人の要件緩和，③農家レストランの農用地区域内設置容認，④農業への信用保証制度の適用，⑤歴史的建築物に関する旅館業法の適用，⑥高齢者の雇用の安定等に関する法律の特例がある。

養父市の具体的な成果としては，農業生産法人の要件緩和によって6事業者が加わり，

更に今年度には5事業者が設立予定となっている。今までの取り組みと合わせると16事業者、そのうち14事業者が農業事業者である。また、農業への信用保証制度適用による資金調達は3件、4,600万円の実績である。

一方、農家レストランについての設置実績はまだとなっている。

3. 現状と課題について

国家戦略特区の効果によって農業生産法人が増え、今まで企業誘致に苦慮していた中で、新たに企業が進出することは中山間地では特に大きな意味を持つ。企業進出によって耕作放棄地の活用、農地の再生、そして6次産業化（生産・加工・販売）によって雇用が創出されている。例えば、大阪市の企業が養父市で新たに営農を開始し、ニンニクや大豆を栽培し、産地化を目指す中で、地域の雇用が新たに生まれた。

また、他県・他市からの企業進出によって、従業員とその家族が移住して来る例も生まれ、地域の喜びになっている。

一方、課題としては、地元の小さな兼業農家が不安を抱えていることである。市民の期待と不安解消に向けて、今年1月に事業者も交え、小学校区単位で説明会を行い、地域と事業者が一体となった地域振興に向けての効果説明を行った。

また、中山間地で、耕地が2反や3反などの小規模な土地になる為、大規模農業による効率化は難しく、目指す姿としては6次産業化による所得増を掲げている。

4. 所見

国家戦略特区指定によって、新たな民間事業者の農業参入促進、そして6次産業化の推進を通し、養父市の未来に大きな足掛かりが生まれている。養父市では、農業法人の営農によって、当初営農面積8.5haを5年後には70haまで拡大し、また6次産業化により5年後には100名の雇用創出を掲げている。新たな事業者が農業に参入し、農業従事者だけではなく、市民が広く農業特区のメリットを享受出来る事を目標に据えている。

「日本一農業のしやすいまち」を掲げながら人口減少に挑戦していく姿は、新潟市と共通のビジョンを見ることができる。



○丹後農業実践型学舎について ～京都府（京丹後市）～

1. 設立経緯

大規模野菜作の生産技術から販売戦略までの経営力を実践習得する「丹後農業実践型学舎」を創設し、512haの丹後国営開発農地に就農し、安定的な農業生産の担い手となる次世代型の農業経営者を育成すると共に、新たなブランド京野菜などの一大産地の形成を図るため、京都府と京丹後市が共同して平成25年に設立した。

この丹後国営開発農地は、約30年前に開拓したが、耕作者も徐々に高齢化し、不作付地も増していたので、ここを利用し、1人につき1～2haを目標とする大規模な農業経営を目指す農業生産法人等を育成することを目的とした。

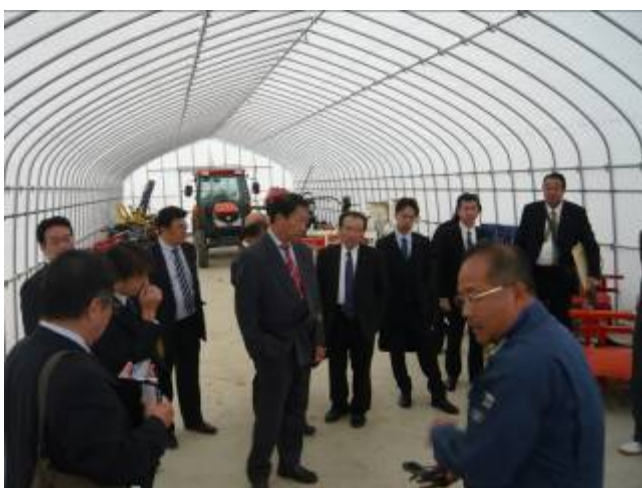


2. これまでの取り組みと成果

平成25年に設立し、毎年10名程度の概ね40歳未満の就農希望者を研修生として受け入れている。研修生は研修期間中、学舎寮を住宅としている。1年目は主として農業の実践、2年目には自ら計画して模擬営農をする。2年間の研修内容は、①栽培技術、②施肥と土づくり、③農産加工研修、④経営研修や農業法人経営者との交流である。

①では黒愛菜（くろあいさい）という京丹後特産の枝豆、九条ねぎ、短形ごぼうなどの京野菜に加え、葉菜類、根菜類の栽培技術を習得している。また、京丹後市は積雪地帯なので、冬期の育苗の電熱温床などをはじめとしたハウス栽培も研修内容に含まれる。

②は花崗岩が風化してできた真砂土（まさど）という土である地域の特性をよく知ることが必要との観点から、土壌学講座の開設、土壌の断面調査も行っている。ちなみにロータリーの刃は3haで摩耗しきってしまうとのことである。土壌の調査は、京甘藷（さつまいも）の栽培に生かされつつある。



③は実際にどう加工しているのか研修し、新たな加工方法も探っている。

④は京都をはじめ、大阪まで足を運んで流通の仕組みを学び、販売研修では京野菜フェスや、地元京丹後市の収穫祭にも出店し、消費者との対面販売を体験する。また、販売先法人との意見交換の機会も利用しながら、消費での需要、ニーズを把握する。農業機械の研修もその一環としている。

3. 今後の課題など

第1期生は現在8名が就農している。そのうち、市外からは1名である。

第2期生は8名で、2年目研修として入植予定団地で個別実践研修中である。1人当たり4～7品目を延べ100～260aで作付している。

第3期生は研修1年目で、5名が在籍している。

課題としては2点。1つ目は研修後、就農するときの住宅問題である。第2期生では現在2名がまだ決まっていない。

2つ目は資金問題である。700～800万円の自己資金がないと最低限の機械が揃えられないという。せめて5年間はリースでできないかと考えているとのことだった。

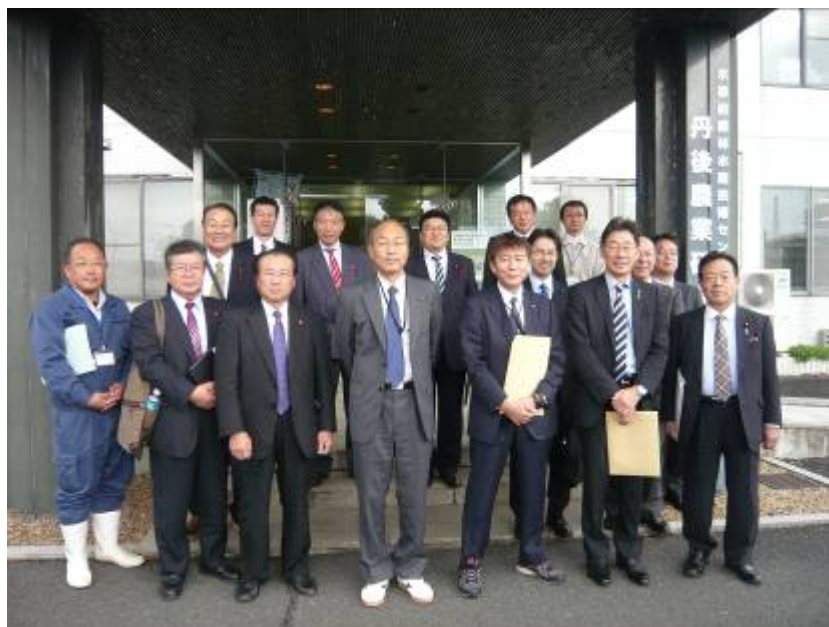
4. 所見

丹後農業実践型学舎には、大規模国営農地という地の利があり、いわば、国、県、市と行政ぐるみで取り組みがすすめられている。また、京野菜という言葉自体もブランドの響きがあり、これを有効に利用できる地盤が存在している。

大規模農業経営で野菜を生産、販売する経営力を若手に伝授する手段として、このような寄宿舍型の研修は有効であると思う。

また、実際に対面販売や、経営者との懇談などで、消費者のニーズをつかもうとする講座も有効であると思った。

気になるのは、ご多分に漏れずこの国営農地でさえ、高齢化で不作付地が増えつつあったということである。



○ブランド京野菜・酒米振興の取り組みについて ～京都府（京都市）～

<ブランド京野菜の取り組み>

1. 目的

京野菜そのものは全国的に認知があったところで、ブランド化に対する取り組みに自治体が介入し、現在は大きな成果を挙げているが、その道のりは決して平坦ではなかった。その失敗談を中心に話を組み立てていただき、ブランド化の重要性、ポイントについて講義していただいた。

2. ブランド京野菜の確立の歴史

(1) ブランド化への経緯

昭和 49 年 伝統野菜の原種保存（京野菜ブランド化の基幹）

昭和 62 年 ブランド化協議会立ち上げ

昭和 63 年 基本方針策定

平成元年 初出荷

平成 2 年 首都圏へ

(2) みず菜のブランド化の成功

みず菜は元来 1 株 3 キロの重さで、冬に収穫する野菜であったが、京都府が中心となり品種改良し、①小束化、②周年栽培を成功させ、現在のみず菜のブーム化に成功した。平成元年に 77 万円の売り上げだったが、平成 15 年のピーク時は 8 億円の売り上げ。京野菜全体の約半分の売り上げを達成している。

(3) みず菜のブランド化の失敗

平成 15 年の 8 億円をピークに、売上は減少し続け、平成 26 年度は約 3 億円まで落ち込んだ。その理由としては、関東圏で安価なみず菜が大量生産されたことに起因しているが、知的財産や種に対する保全が万全でなかった点が挙げられるとのこと。

(4) 現状

みず菜の売り上げ減が響き、平成 15 年の 15 億 5,000 万円から大きく売り上げを落としたが、序々に品目の拡大等により売上を回復し、平成 26 年度現在、認証品目は 30 品目、売上高は 12 億 9,000 万円である。

3. 京ブランドの認証について

認証要件として、①京都らしい、②地域産業の振興、③量のまとまり、品質・規格の統一性の 3 項目をもとに、（公社）京のふるさと産品協会が認証を行い、現在は 30 品目が認定されている。

平成 11 年までは野菜中心の 21 品目であったが、平成 19 年からは酒米、しめじなど野菜以外も認証、食文化全体を網羅するように努めた。

認証品目には「京マーク」の認証を行い、シールの貼り付けが可能となる。

4. ブランド戦略の展開

- ・平成 24 年度より、みず菜に代わるブランドスター作りに取り組む

- ・顧客ニーズに合致した商品作り（夏場の豆の連続出荷を可能に）
黒豆の品種改良による早生化，紫ずきん（枝豆）
- ・地名を冠とした商品作り（九条ねぎ），コラボ（九条ねぎラーメン）
- ・京野菜フェスティバルの開催
- ・料理店との協定を京都だけでなく，首都圏にも展開（京都 193 店舗，東京 26 店舗）
- ・機能性成分研究の展開（健康京野菜ブランド作りを目指して）

5. 今後の展開について

- ・和食の文化遺産登録に向けて
食育，食育改善による食文化の促進
茶，漬物，肉など，多様なメニューの構築（食全体をカバー）
- ・企業との連携の拡充
- ・海外への展開

6. 所見

自らの失敗談までお話しいただいた上で，京ブランドの多様な取り組みを詳しく説明していただいた。新潟の食文化も京都に劣っていないと思うが，新潟の食というと，酒，米，茶豆など単品で，地域それぞれのすぐれたものであるが，それを統括する新潟ブランドとしての総合力，企画力は，比較的乏しい現状であると言わざるを得ない。

また，品種改良を自治体が主導しているなど，顧客ニーズにマッチしたブランド価値を高める努力を行政が継続して行っていることも，農業政令都市である本市として参考になるはずである。

そして，京都府には農林水産部に「流通・ブランド戦略課」が存在すること。その重要性，価値が分かっているのは，さすがに観光都市ならではと感心した次第である。

ブランド化は「研究の技術と普及の技術」が重要だと再認識した。



<酒米振興の取り組み>

1. 水田フル活用ビジョン

水田フル活用ビジョンとは、地域の特色のある魅力的な産品の産地を創造するための地域の作物生産の設計図となるものである。

地域の水田における作物ごとの取り組み方針、作付予定面積、産地交付金の活用方法等を明らかにし、地域で共有することで、地域の特色ある産地づくりに向けた取り組みをさらに推進することを目的としている。

2. 経緯

米の減反廃止に対して、京都府は酒米「祝」を復活・増産させる方針を決めた。

政府は米の生産調整（減反）を4年後の2018年度をめどに廃止する方針を決めた。主食用の米の価格が下落する恐れがある中、京都府は対策の一環として、京都の酒造業界から要望の強い酒米「祝」の増産を目指す。需要があり価格面でも有利とされるためだ。

減反は1970年に始まり、政府が各都道府県に生産数量目標を割り当てる形で行われている。減反に参加する農家には補助金が支払われている。

一方で、生産意欲のある農家から不満が出ていたことや、農業の成長産業化を促す狙いから、政府は廃止を決めた。減反廃止後は国の需給見通しなどを参考に、農家が自由に生産できる。

ただ、生産量が増えれば米価低下が予想される。対策が求められる中、府は府立農事試験場丹後分場（現・丹後農業研究所）が1933年に開発した独自の酒米で、一時、栽培が途絶えたものの、1992年に復活した祝に着目した。

京都の蔵元は、地元の酒米を使った酒造りをしたいとの思いが強い。府酒造組合連合会は、昨年12月に祝の増産を府に要望している。

酒米は、主食用の米づくりから比較的移行しやすいとされる。府は2013年に78ha（生産量260t）だった祝の栽培面積を、2014年には少なくとも120ha（400t）に拡大し、減反廃止に向けてさらに増やす方針。

府は、酒米は普通の水稲に比べて倒伏しやすいなどの難しさがあり、栽培技術の指導に力を入れていきたいとしている。

3. 京都府の酒米振興

「京の米で京の酒を」推進会議

平成26年、京都府の酒米生産者団体や酒造業界等が連携して「京の米で京の酒を」推進会議～京都酒米振興プロジェクト～を設立し、「祝（いわい）」や「京の輝き」など京都府オリジナル水稻品種の生産振興と、それらを原料とする日本酒のPRに取り組んでいる。

4. 「京の米で京の酒を」推進会議～京都酒米振興プロジェクト～

発足：平成26年6月2日

構成団体：京都府、京都府農業協同組合中央会、全国農業協同組合連合会京都府本部、公益社団法人京のふるさと産品協会、京都府酒造組合連合会、地域部会（京

都酒米振興プロジェクト京都乙訓部会，酒米振興プロジェクト京都丹波部会，
京都酒米振興プロジェクト中丹協議会，京都酒米振興プロジェクト丹後部会)

取組内容：生産振興対策，消費者へのPR活動等

5. イベントを開催し消費者へのPR活動

(1)「祝」の栽培復活 20 周年を記念して，より多くの方々に「祝」のことを知ってもら
うため，「京の酒米『祝』の酒◎きき酒・販売会」を開催

(2)平成 28 年 2 月 10 日（水曜）～12 日（金曜）に，東京ビッグサイトで行われる展示
会「外食 FOOD TABLE2016」に参加予定

(内容)

京都府限定のお米，祝，京の輝きを京都の蔵元が仕込んだ，純京都産の日本酒を紹介。

6. 所見

第一に，京都府農林水産部の職員は，必死になって農業政策に取り組んでいるように感
じた。政府の減反政策廃止に対応して，苦肉の策でもあった酒米への切り替えはさすがで，
いいところに着目したと思う。先の京野菜のブランド化にしても，京都の野菜を守り育て
る農家の立場に立ち，上手く導いている。

また，京都酒米振興プロジェクトを立ち上げ，多くの団体の歯車が上手く噛み合ってお
り，潤滑油役の京都府農林水産部の熱意が伝わってきた。学ぶべきところが多くあり，今
後の本市の農業活性化対策に大いに参考になると思った。

