

平成25年 6月21日（金曜日）

午前10時 0分開会

会議に付託された議案等

概要説明

総合政策部、商工観光労働部、農政水産部

- 1. 農産物及び県産品の販売状況等について
- 2. 民間企業の生産・製造力強化に対する支援について
- 3. フードビジネス振興構想の具体化に向けた取組について

協議事項

- 1. 県内調査について
- 2. 次回以降の委員会について
- 3. その他

出席委員（12人）

委員	長	岩下	斌彦
副委員	長	星原	透
委員		緒嶋	雅晃
委員		坂口	博美
委員		中野	廣明
委員		右松	隆央
委員		山下	博三
委員		鳥飼	謙二
委員		新見	昌安
委員		田口	雄二
委員		函師	博規
委員		徳重	忠夫

欠席委員（なし）

委員外議員 福田 作 弥

総合政策部長	土持	正弘
総合政策部次長 （政策推進担当）	永山	英也
部参事兼 総合政策課長	金子	洋士
フードビジネス推進課長	井手	義哉

商工観光労働部

商工観光労働部長	茂	雄二
商工観光労働部次長	小八重	英
商工政策課長	田中	保通
産業振興課長	椎	重明
産業振興課 産業集積推進室長	富山	幸子
オールみやざき営業課長	日下	雄介
食品開発センター所長	森下	敏朗

農政水産部

農政水産部長	緒方	文彦
農政水産部次長 （農政担当）	郡司	行敏
農政水産部次長 （水産担当）	那須	司
畜産新生推進局長	中田	哲朗
農政企画課長	鈴木	大造
農政企画課 ブランド・流通対策室長	甲斐	典男
地域農業推進課長	向畑	公俊
地域農業推進課 連携推進室長	大久津	浩
営農支援課長	工藤	明也
営農支援課 食の消費・安全推進室長	和田	括伸
農産園芸課長	日高	正裕
水産政策課長	成原	淳一
畜産振興課長	押川	晶

事務局職員出席者

説明のため出席した者

総合政策部

政策調査課主幹 松浦好子
議事課主査 松本英治

岩下委員長 それでは、ただいまから成長産業・TPP対策特別委員会を開会いたします。

まず、本日の委員会の日程についてであります。お手元に配付の日程（案）をごらんください。

本日は、本委員会の調査事項の1つであります「フードビジネスの展開と取組に関すること」を踏まえまして、総合政策部、商工観光労働部、農政水産部より、「農産物及び県産品の販売状況等について」、「民間企業の生産・製造力強化に対する支援について」、「フードビジネス振興構想の具体化に向けた取組について」説明を受けたいと思います。

次に、4の協議事項であります。今後、予定しております県内調査などについて、御協議をいただきたいと思っております。

以上のとおり決定することに御異議ありませんか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

岩下委員長 それでは、そのように決定いたします。

では、執行部入室のため、暫時休憩いたします。

午前10時2分休憩

午前10時3分再開

岩下委員長 委員会を再開いたします。

本日は、総合政策部、商工観光労働部、農政水産部においていただきました。

それでは、早速でございますが、概要説明をどうぞよろしくお願いたします。

土持総合政策部長 おはようございます。総

合政策部長の土持でございます。

本日は、ただいま委員長のほうから紹介がございましたように、総合政策部、それから商工観光労働部、そして農政水産部の各部長以下課長等、たくさん参っております。どうぞよろしくお願いたします。

成長産業化につきましては、先日、アベノミクスの第3の矢として、日本再興戦略が取りまとめられたところでございます。本県では、まさに今、復興から新たな成長に向けた基本方針に基づきまして、フードビジネスなどの成長産業化を目指すこととしておるところでございます。

国が、今後、打ち出してくるといいますか、打ち出してくるであろう成長戦略に関連する施策、これをしっかりと取り組みながら、本県の成長産業の育成・加速化を図ってまいりたいというふうに考えております。

それでは、今回報告をさせていただきます項目につきまして御説明をいたします。

お手元の委員会資料、恐れ入ります、めくっていただきまして、目次をごらんいただきたいと思っております。

本日は、今回、1つ目の農産物及び県産品の販売状況等につきまして、農政水産部、そして商工観光労働部のほうから説明をさせていただきます。その後、2の民間企業の生産・製造力強化に対する支援につきまして商工観光労働部から、そして3つ目でございますが、フードビジネス振興構想の具体化に向けた取組につきまして、総合政策部のほうから説明をさせていただきます。

詳細につきましては、それぞれ担当課長のほうから説明をいたさせますので、どうぞよろしくお願いたします。

私からは、以上でございます。

甲斐ブランド・流通対策室長 農政企画課ブランド・流通対策室でございます。

資料の1ページをお開きいただきたいと思えます。

「農産物及び県産品の販売状況等について」のまず農産物の流通の現状等についてであります。

1の青果物の流通に関する現状と課題等について説明をさせていただきます。

(1) 青果物の流通状況ですが、平成23年度の青果物の総出荷量は28万9,000トンです。そのうち農業団体の出荷量が14万2,000トンで、出荷先は、表にありますように、関西が23.1%と最も多く、続いて県内、京浜、九州内の順になっております。

次に、(2)の平成23年度の輸送比率でございますが、表の左の京浜地区、JRコンテナが14%、海上コンテナが7%と、計21%で、大量輸送機関で輸送しております。また、中ほどの阪神地区へは、JRコンテナが2%、海上コンテナが10%と、計12%を大量輸送機関で輸送しております。

(3)の輸送手段とコストの関係ですが、本県の青果物は、皆さん御存じのように、トラック輸送、フェリーを利用した輸送、海上コンテナ輸送、JRコンテナ輸送の主に4つの輸送経路を利用しまして、産地から京浜市場まで輸送しております。現在のところはトラック輸送が中心ですが、海上コンテナ輸送やJRコンテナ輸送等への転換は、表の右側の標準運賃コストにありますように、海上コンテナが約40円、JRコンテナが約38円と、コスト削減につながるとともに、地球温暖化防止の意味からも必要な取り組みであると考えております。

それでは、2ページ目をお開きください。(4)の青果物流通における課題でございます。

生産コストに占めるキュウリの運賃は約7%、マンゴーは約2%です。運賃に選果場経費や包装荷づくり費等を含めた流通経費は、生産コストの約30%になります。現在、生産量の減少に伴う選果場経費の増加等も見られる状況にありますので、流通コストの削減を図るためには、運賃だけでなく選果場経費など、流通経費全体のコスト削減を図ることが重要になっております。

次に、(5)の今後の青果物流通の展開方向ですが、流通経費全体のコストの削減を進めるためには、県内各地域におきまして、JA内における集出荷施設の整理統合、JA間での委託選果、JA間や農業法人等との荷の混載などを推進するとともに、予冷・保冷機能の充実強化による中央及び県北の拠点集出荷施設への集約化に取り組んでまいりたいと考えております。

このため、県では、その支援策のところでございますが、農産物流通コスト削減総合支援事業により、流通コストの削減計画の策定や削減計画の実施に必要な資材等への助成を行っているところです。

フードビジネスを推進するためには、これらの青果物流通に新たな商流・物流を付加しながら、これらの青果物流通の効率化を進めてまいりたいと考えております。

説明は以上であります。

岩下委員長 ありがとうございます。

押川畜産振興課長 それでは、資料の3ページをごらんください。私のほうからは、畜産物の流通に関しまして、現状と課題を御説明申し上げます。

まず、畜産物につきましては、いわゆる生体

の流通と畜産物にした後の流通と2通りございますので、(1)(2)にそれぞれ掲げてございます。

まず、(1)につきましては、肉牛、肉豚、ブロイラー、それぞれの生体の流通状況を書いておりますが、牛、豚につきましては、県内への出荷、県外に分けて、それぞれおおむね4割程度は県外に出ているといったような現状がございます。また、ブロイラーにつきましては、県外出荷につきましては1割強という状況でございます。

次に、(2)の畜産物の流通状況でございます。

まず、牛・豚肉でございますが、全体の出荷量が平成22年度約7万トン、それぞれの販路、輸送手段で特徴的なところを御説明申し上げますと、主な販路としましては、京浜地域が10%、その一方で県内は31%ということで、牛・豚肉につきましては京浜地域への移出というのが課題となっております。また、輸送手段としましては、トラックの陸送が7割程度ということでございます。

次に、ブロイラー、鶏肉でございますが、22年の出荷量全体で27万トン、主な販路といたしまして特徴的なものは、京浜、阪神・中京、合わせまして7割強でございます。牛・豚肉と違った様相を呈してございます。また、主な輸送手段としまして、トラックの陸送、海上、それぞれ4割ということになってございます。

今まで申し上げました現状を踏まえまして、それぞれの課題と展開方向でございますが、先ほど申し上げましたように、牛・豚とも出荷量の4割以上を県外に出荷している状況がございますので、今後のフードビジネスへの展開を考えると、県内屠畜頭数の増加なりを図るため、屠畜場の機能強化、処理能力を向上させるため

のハード・ソフト面の環境整備が必要かと存じます。

また、食肉の販路は、牛・豚肉、鶏肉、それぞれ特徴がございますので、それぞれに合わせた販売戦略が必要かと存じます。

そして、最後に食肉の流通につきましては、チルド状態での鮮度保持というのが大変重要になってまいりますので、遠隔地にある本県といたしましては、効率的な輸送システムの構築による物流コストの低減が課題となってくると考えております。

以上でございます。

岩下委員長 ありがとうございます。

日下オールみやざき営業課長 オールみやざき営業課でございます。特別委員会資料の4ページをお開きください。

まず、県産品の販売の現状等についてでございます。

1のアンテナショップの売上額等の推移をごらんください。

(1)の店舗別売上額の推移でございます。平成24年度の売上額は、みやざき物産館が前年比15.2%減の2億8,734万5,000円、新宿みやざき館は7.9%減の3億485万7,000円、大阪事務所は5.1%増の1,200万2,000円、3店舗合わせた合計は11.4%減の6億420万5,000円となっております。

ページ下の折れ線グラフをごらんください。平成17年度以降の売上額の推移をお示ししております。

いわゆる宮崎ブームによりまして、本県産品の知名度は全国的に高まり、みやざき物産館、また新宿みやざき館ともに、平成19年度以降、飛躍的に売上額が増加しましたが、平成22年度以降につきましては、長引く景気低迷や東日本

大震災を初めとする県内外の相次ぐ災害の影響等から、宮崎ブーム以前である平成18年度以前の売上額は上回っているものの、売上額は大幅に落ち込んでいる状況でございます。

資料の次の5ページをごらんください。(2)に店舗別の部門別売上状況をお示ししております。

店舗ごとの売りの傾向を見ても、みやざき物産館は観光客が主になっておりますので、お土産であるお菓子が3割を超えているところでございます。

新宿みやざき館では、日用品に当たりますお米やシイタケなどの農産品や、鳥の炭火焼きやチキン南蛮などの畜産品の売りが多くなっておりまして、また軽食コーナーも全体売りの15.1%を占めているところでございます。

大阪事務所につきましては、ビルの9階に位置することもございまして、県人会の関係など宮崎とゆかりのある方が主なお客様となっており、酒類の売りが3割を超えているところでございます。

今後は、これらの店舗ごとの消費者のニーズを的確に把握しながら、品ぞろえの充実や販売方法の多元化、積極的なPR展開などに努め、県産品の販路拡大や定番・定着化に、関係者一丸となってオールみやざきの体制で取り組んでいきたいと考えております。

続きまして、2の主な商談会の開催実績でございます。

平成24年度につきましては、国内外計7回、商談会に参加をいたしまして、工芸品や漬物、お菓子、調味料などにつきまして、バイヤーとの商談が成立しているところでございます。

続いて、6ページ、お聞きいただければと思います。3の物産展の開催実績でございます。

平成24年度につきましては、101件の物産展を開催しまして、うち53件が新たに開催したものでございます。

なお、これらの物産展や商談会の開催につきましては、宮崎県物産貿易振興センターが運営主体となって実施しているものでございますが、今後とも同センターと連携を図りながら、ここに記載しているものに限らず、積極的な事業展開を行ってまいりたいと考えております。

続いて、4、食料品・飲料の輸出の状況をごらんください。

(1)輸出額の推移でございますが、こちらにつきましては当課で行っております貿易実態調査によるものでございますが、平成23年の食料品・飲料の総輸出額6億4,357万5,000円のうち、アジア向けの輸出額が78.7%に当たります5億635万2,000円となっております。

過去5年間の推移を見ても、まず平成19年から平成20年にかけて、総輸出額1億5,604万1,000円から6億568万1,000円と、約4倍弱に伸びているところでございます。これは、平成13年のBSEの発生以降、停止されていた牛肉の輸出がこの時期に再開されたことなどによるものでございます。

また、平成22年から平成23年にかけて、総輸出額7億9,628万3,000円から6億4,357万5,000円と、約20%の減となっておりますが、こちらは平成22年の口蹄疫の発生により、牛肉の輸出がこの時期に停止されたことや震災が要因と考えられますが、現在は輸出の停止も解除されまして、回復しつつある状況でございます。

(2)の輸出企業数の推移をごらんください。平成21年以降、輸出に取り組む企業数は年々増加しておりまして、平成23年は70社の企業に取り組んでいるところでございます。

最後に、5の宮崎県香港事務所の概要についてでございます。

まず、事務所の機能でございますが、県産品の販路開拓等を積極的に推進するため、商品サンプル等を保管する物流倉庫と、県内企業等の現地活動拠点となるフロンティアオフィスを6ブース併設しているところでございます。設置場所は、香港国際港に隣接した利便性のよいところでございまして、面積は150平米、スタッフは県職員1名と現地採用職員2名の計3名の体制となっております。

香港事務所につきましては、去る13日に活動を開始したところでございますが、香港はアジアでも大変有望な市場でございます。みやざき東アジア経済交流戦略上も重点地域として位置づけておりますが、今後とも香港事務所を拠点といたしまして、県産品の積極的な販路開拓を行ってまいりたいと考えております。

以上でございます。

岩下委員長 ありがとうございます。

富山産業集積推進室長 産業集積推進室でございます。資料7ページをごらんください。民間企業の生産・製造力強化に対する支援についてでございます。

1のこれまでの取組でございますが、ここでは支援機関ごとに主な支援業務について説明いたします。

まず、(1)の食品開発センターでございます。同センターでは、食品製造業や加工グループを対象に、技術的な支援を行っております。

の相談・支援等件数でございますが、研究開発につきましては、24年度は冷凍ハウレンソウの加工技術に関するものなど、19課題に取り組んでおります。また、工業相談・技術指導は1,223件、依頼試験が310件、設備利用が215件、

その他、職員による巡回企業訪問や研究会の開催などを実施しております。

に成果事例を上げさせていただいております。

最初の事例は、同センターで開発されました平成宮崎酵母と焼酎用の新品種甘藷「黄金まさり」を用いて試験醸造を行い、アルコール収量、酒質とも良好であることが確認できたというものでございます。この成果をもとに、現在、小玉醸造から新商品が販売されております。

なお、本日、成果事例で紹介します商品の実物をお持ちしましたので、ごらんいただければと存じます。

次の金柑ペーストの事例でございますが、金柑のシロップ漬けをペースト状に加工したいという相談を受けまして、同センターで検討し、ペースト製造方法を指導したものでございます。これも、現在、上沖産業から新商品が販売されております。

8ページをごらんください。(2)の宮崎県産業振興機構でございます。

同機構は、中小企業の新商品開発から販路開拓まで幅広い支援を行っておりまして、の相談・支援等件数にありますとおり、24年度は窓口相談970件、専門家派遣22件のほか、環境リサイクルに係る技術開発支援や産学官連携による技術開発支援、また、みやざき農商工連携応援ファンドを活用しました新商品開発への支援等を実施しております。

の成果事例でございますが、SPGの膜を利用したビール精密ろ過の技術開発では、宮崎ひでじビールがSPGテクノ、食品開発センターと連携いたしまして、県産大麦を原料に、賞味期限の長い新商品を開発したものでございまして、昨年インターナショナル・ビアコンペ

ティションで見事金賞を受賞するなど、高い評価が得られているところがございます。

また、農商工連携による新商品開発の事例は、デイリーマームが新福青果と連携し、食品開発センターの指導を受けてゴボウチップスを開発したものでございまして、現在、月平均3万袋を売り上げるヒット商品となっております。

9ページをごらんください。(3)の中小企業団体中央会でございますが、中央会は県食品産業協議会の事務局を務めるなど、食品関連の中小企業への支援事業にも取り組んでおりまして、

の相談・支援等件数にありますように、企業訪問、セミナー等の開催、発展型食品産業振興事業による商品開発への支援などを実施しております。

の成果事例でございますが、食品産業マッチング会を開催いたしましたところ、24年度は県産素材や一次加工品を製造する企業等40社が出展いたしまして、そのうち1カ月後の追跡調査の情報では、16社が成約、8社が継続交渉中と、一定の取引拡大に寄与したものと考えております。

また、次の事例でございますが、新商品開発支援によりまして、株式会社社器では児湯郡の農産物を使ったドレッシング6種が開発されまして、売り上げも順調に伸びているということでございます。

10ページをごらんください。これまでの取り組みに加えまして、25年度、新たに取り組む事業について御説明いたします。

(1)のフード・オープンラボ整備事業でございます。これは、食品開発センターに食品営業許可が取得でき、ワンランク上の衛生基準にも対応できるオープンラボを整備するものでございまして、企業の新商品開発の活発化とともに

に、衛生管理のレベルアップによる取引拡大を目指すものでございます。

(2)の食品産業試作品ブラッシュアップ事業では、試作品の販売拠点として宮崎空港にチャレンジショップを開設いたしまして、消費者ニーズの効果的な把握と迅速な試作品のブラッシュアップを支援するものでございます。

そのほか、(3)の病院・福祉施設向け加工食品参入支援事業や、(4)の食品産業県内市場開拓支援事業などに取り組むこととしております。

なお、食品製造業は、大半が中小企業でございます。今後、関係機関がより一層連携・協力いたしまして、それぞれの企業のニーズにきめ細やかに対応しながら、各種の支援策をさらに効果的に進められますよう、しっかり対応してまいりたいと考えております。

産業集積推進室からは、以上でございます。

岩下委員長 ありがとうございます。

井手フードビジネス推進課長 フードビジネス推進課でございます。当方からは、フードビジネス振興構想の具体化に向けた取組について説明をさせていただきます。

委員会資料11ページでございます。

まず、1の推進体制の整備状況でございますが、宮崎県フードビジネス推進会議、これは県内の産学官金の機関から構成されているものでございますが、5月30日に第1回を開催したところでございます。

この推進会議におきまして、フードビジネス振興構想につきまして、推進方策も含めて民間の皆様からさまざまな御意見をいただいたところでありまして、そういうものも含めながら、フードビジネスの推進に当たっては随時見直しをして進めていくこととしております。

のほうの県フードビジネス推進本部、ここ

の中にプロジェクト連絡会議、6月10日に第1回を開催しておりますが、実際のプロジェクトを推進するための連絡会議でございます。これを設置しまして、今後、進めていくこととしております。

また、地域におけるフードビジネスの推進組織といたしましては、地域ネットワーク会議というものを県内7地区にそれぞれ配置することにしておりまして、これは7月、来月から順次開催をしていく予定でございます。

今後の進め方でございますが、下のほうの推進体制図でございますように、先ほど申し上げましたプロジェクト連絡会議、そして地域ネットワーク会議、この2つの会議を中心に、具体的なプロジェクト、テーマの取り組みを進めていくこととしております。

その過程におきまして、庁外の関係機関、企業、大学等と十分に連携を図りながら、また場合によっては個別の企業さんと直接お話をさせていただき、県内企業等におけるビジネスの創出・拡大を図ってまいることとしております。

それでは、プロジェクトの内容でございますけど、おめくりいただきまして、12ページ、13ページ、見開きで御説明差し上げたいと思いません。

まず、プロジェクトの取り組みの概要でございますが、右側の13ページのほう、上段のほうにアプローチ1、フードビジネスプロジェクトを中心とした全県的な取組ということで、全県的に取り組む3つのプロジェクトを規定しております。

「拡大」、「挑戦」、「イノベーション」ということで、まず左側の1「拡大」ですけれども、これはこれまでの取り組みの成果を生かしながら、さらにその成果を広げていこうとするもの

でございます。

真ん中の「挑戦」につきましては、生産、加工、販売、誘致、それぞれこれまでの取り組みの中で課題とされていたものを、この際、解決に向けて動こうということで、「挑戦」という名前にしております。

さらに、右側の3「イノベーション」でございますが、これにつきましては、20年後、30年後を見越して、研究、開発に力を注ごうというものでございます。

それぞれプロジェクトの中身ということで、例えば左側の「拡大」でございますが、全共2連覇の宮崎牛を中心とする宮崎の食肉、需要の拡大している加工・業務用の野菜を初めとする加工・業務用の農水産物、そして本県加工品の中の大きな生産額を担っております焼酎、この3つのテーマ。

そして、「挑戦」のほうでは、今後の担い手の確保の課題などに対応していきます連携と参入による産地力の強化、本県の弱点とも言えます加工とか物流に対応するフードビジネスを広げる加工製造、また効率的な物流や多様な販売ルート、海外輸出の拡大のテーマ、さらには「食」による誘客と地産地消の拡大ということで、4つのテーマを「挑戦」の中に置いております。

「イノベーション」につきましては、本県のすぐれた分析技術のさらなる可能性に着目しました、食の安全・安心・健康「日本一」みやざきづくり、今後の増産に向けた研究開発を行う「日本一」キャビアの産地づくり、さらにICT、情報システム等の活用による生産・経営支援等を研究します新技術による先進的な生産・製造という3つのテーマを上げております。

以上、3つのプロジェクトの中に、計10個の取り組みテーマを設定したところでございます。

この10個のテーマをどのように進めるかということですが、それにつきましては左側をごらんいただきたいと思います。

左側12ページでございますが、フードビジネスプロジェクトによる全県的な取組ということで、具体的取組項目の検討と推進ということで、実は今月から始めておりますが、それぞれプロジェクトの今申しあげました10個のテーマにつきまして、庁内の関係所属、さらには庁外の関係機関、企業等の実務者に加わっていただきまして、具体的に何から取りかかるのか、どのような案件をやっていくのかを設定しまして、その取り組む内容、今後のスケジュール、そして官民の役割分担等を議論して合意形成、それぞれにおいて取り組んでいくというような仕組みにしております。

この例示に書いておりますけれども、あくまで例示でございますが、例えば宮崎の食肉というテーマでございましたら、連携する機関のところに、庁内の畜産振興課でありますとか、ブランド・流通対策室、オールみやざき営業課、さらには衛生管理課、この辺の県庁の中の所属に、関係の機関として経済連さん、また企業等としまして、食肉の加工業者さんであったり卸業者さん、もしくはバイヤー、またブランディングの専門家、こういう外部の方々との意見交換をしながら、どのような案件に取り組むかを決めてまいると。

例えば、それがブランドの強化という案件に取り組むということになれば、畜産振興課、ブランド・流通対策室、オールみやざき営業課に、経済連さんとか加工業者さん、ブランディングの専門家で、具体的に何をやっていくのか、どういうスケジュール感でやっていくのかというようなことを協議して、実際に取り組んでいく。

また、商談会であれば、その下のほうのような所属団体等で、具体的にどんなことをやっていくのか、どのような商談会に出ていくのか、もしくはどのようなスケジュール感で取り組んでいくのかということを決めて、実際にやっていくというような仕組みをつくったところがあります。

あともう一点としまして、地域を起点としたフードビジネスの育成・拡大であります。右側13ページの下のほうにアプローチ2として書いております。これも同様でございますが、外部の専門家等をそれぞれの地域に呼び込んでアドバイスをもらいながら、市町村や関係団体と一体となって、地域の資源を活用した特産品や商品の開発、商談会等による販路拡大、またさらに食を生かした誘客などに取り組んでいくこととしております。

これにつきましても、12ページのほうの(2)にあります。実際に具体的取組項目を関係する団体、企業等と意見交換しながら決定して、関係する団体、市町村、企業などと一体となって実行に移していくというようなやり方をとろうとしております。

これらの取り組みの進捗管理につきまして、フードビジネス、これは民間の動きが主でありますので、民間団体との円滑な連携・協力が欠かせません。これが最も大事というふうに考えておりますので、12ページの(3)にありますように、フードビジネス推進会議の団体の皆様の実務者の皆様方からなる実務者会議、この場でプロジェクトの進捗管理等も行って、協力体制を築いていこうというふうに考えております。

あと、プロジェクトの内容につきましては、14ページから後に詳細が載せてあります。後ほど、ごらんいただけたらと思います。

フードビジネス推進課からの報告につきましては、以上でございます。

岩下委員長 ありがとうございます。

執行部の説明が終わりました。御意見、質疑などございましたら、御発言をお願いいたします。

右松委員 何点か伺いたいと思います。

まず、5ページなんですけれども、県産品の販売の現状についての報告がございました。それで、新宿のみやざき館についてちょっと伺いたいんですけれども、ちょうど1年前の9月の定例会で当時の商工観光労働部長が私の質疑に対して、答弁で、新宿みやざき館を活用した情報発信に力を入れていくという答弁いただいたんですが、新宿みやざき館、営業コンサルといえますか、営業コーディネーターといえますか、あれはことしからだったですか、契約状況を教えてもらおうとありがたいです。

日下オールみやざき営業課長 おっしゃるとおり、今年度から販路開拓コーディネーターとして1名、新たに雇用をしているところでございます。既に、活動を開始しております。

右松委員 ぜひ、効果が出てもらおうといいかなと思っていますが、何かノルマを設けて就任したと伺った覚えがあるんですが、そのあたりの契約内容といえますか、そこをもう少し具体的に教えてもらおうとありがたいです。

日下オールみやざき営業課長 まさしく、新たに今回、販路開拓コーディネーターとして雇用いたしましたのは、アンテナショップ、アンテナという名前にございますとおり、市場のニーズをしっかりと、バイヤーさんだとか、そういったところと話をさせていただいて捉えて、県内にフィードバックする、またそういった県内の新しい商品の情報を向こう、首都圏のバイヤ

ーなどにどんどん売り込んでいく、こういったことを期待をして、今回、新たに設置をしたものでございます。

そういった意味では、目標といたしまして成約の数というのをふやしていく、こういったことを今回コーディネーターとして新たに雇った方については成約の数をふやしてもらおう、これを目標に仕事をしていただいているという状況でございます。

右松委員 具体的なところはまた伺いますので、教えてください。

それから、次に6ページなんですけど、輸出状況、これも含めてなんですけど、24年から28年に関して、みやざき東アジア経済交流戦略で、食品輸出に関するロードマップを作成されておられます。24年度からですから、ちょうど25年度までがステップ1ということで記載があるんですが、この中に県事務所を最大限に活用するための具体的方針の検討というのが1点と、それから試験的アンテナショップの運営というのがここで記載されておりますけれど、状況はこれからでしょうけど、現状でどこまで進んでいるのか、この2点を教えてください。

日下オールみやざき営業課長 香港について、ロードマップについても、各地域別の市場ごとにロードマップを今般作成をさせていただいたところでございますが、特に最重点地域であります香港につきましては、各地域の中でも最も進む度合いが早いスピードで進めているという状況でございます。

具体的に、先ほど御指摘いただきました事務所の活用についてでございますけれども、先般6月13日に新たに香港に事務所を開設をさせていただいたところでございます。先ほど御説明しましたとおり、3名、こちらからは1名派遣

をしておりますし、現地で2名採用をいたしたところでございます。

まずは、輸出販路拡大というところを最大の使命に香港事務所、活動しておりますので、重要なことは先方の香港における人脈をつくって、輸出の相手先というのをどんどんふやしていく、これが最もまずは大事でございますので、まずはそういった観点から、日々、活動しているという状況でございます。

また、もう一点、御指摘のございましたアンテナショップについてでございますけれども、こちら5月28日に香港のほうでオープンをいたしました。オープンいたしましたのは、日本の商品を扱う、日本の企業が運営しているストアが香港にございまして、その一部をみやざき棚として借り受けまして、そこに宮崎の県産品を幾つか置いて販売をしているという状況でございます。

まだまだスタートしたばかりで、もともと定番化をしている甘藷などについては非常に売れ行きもよい状況でございますが、その他の商品については、まだスタートしたばかりでございますので、今後、売り上げを伸ばしていく工夫、努力が必要かなというふうに考えているという状況でございます。

右松委員 昨年、商工建設常任委員会で香港のほうに現地を調査してまいりまして、やはりアンテナショップの重要性と申しますか、現地のデパートの中で、北海道、それから鹿児島ですか、かなり力を入れてアンテナショップをつくられておりました。ですから、どういうアンテナショップが見ていませんからちょっとわかりませんが、ぜひ頑張っていたきたいというふうに思っております。

続きまして、7ページなんですけれども、食

品開発センターについて、これはどうしても伺わなければいけないなと思って聞きたいんですが、まず去年の食品の関係なんです、食品開発部が8名、それから応用微生物部が5名、合計で13名の体制でありましたけど、現在はどうか教えてください。

椎産業振興課長 センターの人員体制につきましては、今年度、食品開発部で1名増員となっているほか、退職者の方をものづくり技術支援相談員としまして非常勤として任用しております、一定の体制強化を図っているところでございます。

右松委員 一定の体制強化ということで、比較をする対象が大き過ぎますけど、北海道の道立の食品加工センターは40名体制でやっていますので、こういった体制はぜひ充実化はさらにまた今後も進めていただければいいのかなと思っています。

また、改めて北海道と比較なんです、食品工業に関する雇用人数ですけど、全製造業の50%が北海道は食品加工に関する従業員になっています。本県は25.1%、全製造業の中での従業員数の占める割合、食品製造業関係25.1%ですから、このあたりも少し、せっかくフードビジネスをこれからやっていこうということになっていますので、このあたりの従業員数の比率であるとか、あるいはよく言われます出荷額はもちろんでありますけれども、従業者数でありますとか、このあたりもぜひ定点観測と申しますか、そのあたりの目標も設定してもらいたいかなと思っています。

それから、質疑なんですけど、7ページなんです、工業相談、それから技術指導1,223件ということで、私もこれはずっと平成18年から調べてみますと、大変伸びてきていますので、18

年の947件から、1,223件にふえてきている、これは大変いい傾向だと思っています。

あと問題は、これをいかに技術支援、技術移転に結びつけていけるか、ここがやっぱり大事なところだと思っているんですよね。ですから、そういった意味では、技術移転が12件から7件に若干減ってしまったということに関しては、いろいろ要因があるかと思うんですが、ちょっと考えていかなければいけないのかなと思っています。そのあたりのことを説明をもらうとありがたいです。

椎産業振興課長 今、委員のほうから技術移転のお話でしたが、県のアクションプランで、食品開発センター、工業技術センターを含めまして、企業への技術移転件数の目標を23年度から26年度の4年間で50件と設定しております。24年度までに40件となっております。

今、委員がおっしゃいましたように、食品開発センターと工業技術センターを合わせますと、24年度で17件、そして23年度が両センターで23件となっております。一応目標としましては、若干年度によって増減はございますが、50件の目標には到達できると思っておりますし、それを上回る移転件数を確保してまいりたいと思っております。

右松委員 最後に、参考までですけれども、北海道がやはり加工技術センターですけど、こちらが年間相談件数は1,200件でした。これは大体本県と同じような件数だろうと思っています。それに対して現地技術支援件数、これが260件になっています。ですから、ぜひ技術支援、ここはかなりウエートを置いて頑張ってもらえるといいのかなと思っています。

以上であります。

岩下委員長 今のは要望で。

右松委員 要望でお願いします。

坂口委員 補足して説明してほしいのが、資料の2ページ、一番上の表の流通経費なんですけど、手数料の内訳の中がどんなぐあいになっているのか。例えばシステム手数料とか、それからいわゆる卸、送り業者というんですか、それとかその他とか、それから今度は先方の市場の手数料とか、そこらのところの中身がどうなっていますか。

というのが、運賃とか選果場経費とか、そういう経費はこちらで計上されているから、純粋な手数料だと思うんですよね。だから、それが1カ所だけじゃちょっと14.5というのは大き過ぎるから。

甲斐ブランド・流通対策室長 2ページ上の表の手数料の内訳でございます。2つございまして、委員御指摘のとおり、JAの手数料、これが販売価格の約2.5%、それと卸売市場の手数料が、野菜の場合は8.5%、果実の場合は7.0%でございます。

以上でございます。

坂口委員 5.5%で全体が16万とか、14.5で42万5,000円とか、こういう大きいところをちょっとでも圧縮していくという工面も必要じゃないかな。そのために、どういうぐあいに有利に手数料を下げさせていけるか。それは産地に何らかの強いものがなければだめだと思うんですね、宮崎の品物を欲しいという。そのこのところの工夫が1つ要るのかな。産地の所得というのを考えたときに、これをお願いをしておきます。

それから、7ページなんですけど、せんだって常任委員会でも尋ねたんですけど、焼酎の特に酒税にかかる部分、それと焼酎の定義というか、税率でどこまで改良の限界があるのか。今、ちょっと瓶が回ってきたときに、うわ、青い焼

酎だろうかと思って、そこに目をつけたんですね。

焼酎に色づけができるのかどうかということ、それから今後、焼酎に取り組んでいくときに、例えば金柑の加工がありましたけど、そういったものの果実酒との限界、税率の違いとか、なぜ焼酎は税が低かったのかということと、焼酎の課税率のこれまでの変遷、どう変わってきているかというのをわかっていたら。

森下食品開発センター所長 それでは、酒税法について概略を御説明させていただきます。

現在、焼酎につきましては、1キロリットル当たり20度のとき20万円というのが酒税で決められています。1度上がるごとに1万円加算されるということになっておりまして、いわゆる度数で税金が変わるということで、20度だから安くなっているというのが現状で、実は度数で見ると差がないというのが現状にあるかと思えます。

それと、焼酎の色についてなんですけども、焼酎という表示ができるかどうかというのが、酒税法で色が決められていまして、ある茶色い色が、吸光度という数字があるんですけども、それが0.080以下ということであれば、焼酎という表示をしてよろしいということになっています。それ以外になりますと、ウイスキーとか、ほかのブランデーとか、そういうような酒類、原料の由来というのもあるんですけども、色についてはそのような酒税法上の決まりがあります。

あと、酒税のこれまでの流れでいきますと、WTOとかで酒税を外国のほうから外国並みにしなさいというような流れがございましたので、それで先ほど申し上げました焼酎で1キロリットル当たり20万円というのがあるんですけども、

ただし租税特別措置法というのが設けられておりまして、焼酎の製造場で規模が小さいところについては一定の軽減した酒税を納めてよろしいというようなシステムになっている、そういう流れがありまして、今年度、租税特別措置法の期限が切れたんですけども、また延長になったところでございます。

以上です。

坂口委員 課税額の価格の変遷はどんななってきたんですか。今、20万プラス1万ですけど。

森下食品開発センター所長 細かい変遷は手元に資料がございませんので、改めて御説明ということではよろしいでしょうか。

坂口委員 もし、これが間違いか、正しいかだけわかればだけど、昔は焼酎はかなり税率が低かったですよね。それがずっと上がってきた。税率が低かった理由は、品質に問題があったからです。余り評価の高い質じゃなかったので焼酎税率を低くするというので、特別な税率だったものですよ。間違っていたらあれなんですけど。

常任委員会でもこの前発言したように、これは、宮崎の水久保甚作代議士ですか、国会で、とにかく税率を下げようということでゼロを目指したところに、税率の低さの起源はあると思うんですね。

それから伸びてきて、やっぱりWTOあたりで、税のところまで焼酎に目を向けられるということは、かなり質が上がってきたからということだろうと考えて言いよるんですね。

税率が変わった。そのときにいろいろなんですけれども、度数によって税率が変わることで、限界なく度数が上げられるかどうかということですね。

何が言いたいかという、輸送コストを下げるということをお願いなんです。20度のものを1升瓶で送ったら、取扱嚴重注意で、しかも重量も重い。度数を倍、3倍にして、飲むときに倍、3倍に水割り、お湯割りという方法があるというのが1つですね。

それから、今は、やっぱり目で見ると楽しさとか、あるいは、選択のときに目で見ると、特に初めての挑戦のときに言えるでしょうけど。

今言われたように、透明度の問題がありますよね。色、透明度。そこらのところを、税率を上げてきたのなら、焼酎としての条件とか限界というのは緩和させるべきだと思うんですよ。税率を上げたんだからですよ。そういうのが制限されていたから、限界があったから、低い税率だったわけだから。原料の限界、果実酒と焼酎、リキュールの限界というのが、原料に混合できる限界があるんです、何%とかですね。

だから、これが税率が高くなってくれば、ここらも限界を緩和させて、酒税法なりの中で、上等とか、質のいいアルコール類にだんだん税率を近づけてきているわけですから、あるいは一緒になっているかもわからない。そういう制限は取っ払わせるべきだと思うんです。その中で、海外向けに、色なのか、香りなのか、透明度なのか、度数なのか。度数は、さっき言ったように、どんなにも自由になります。何とでもまぜられる、これは世界で最たるアルコールだと思うんですね。

ほかのものはまぜる相手方にも限界があるけど、焼酎ぐらい幅広いものはないし、数字が勝手にできるものはないということで、ここらと一緒に取り組んでいって、規制だの、あるいは法の矛盾点を解決していかないと、今、もくろ

んでおられるような本当に海外展開とか、酒を駆逐して焼酎に変えていこうとか、あるいは外来の洋酒に挑戦状をたたきつけていこうなんていう手法が限界があるもので、そこで昔、質の余り上等の評価がなかった飲み物だから税率を下げたという、質の問題の壁を取っ払うということが必要だと思うんですけど、そこらの取り組みというのはこれまでしているのか、あるいは課題としては浮上してきているんですかね。

日下オールみやざき営業課長 申しわけございません。税率の推移については持ち合わせていないところでございますけれども、今、御指摘のございました度数の高いもの、そういったところへもどんどん挑戦していくべきじゃないかというお話だと理解をしておりますが、おっしゃるとおり、海外におきましてはいろんな嗜好がございまして、そういった濃いお酒のほう好まれる国というのもございます。

まさしく、今回、事務所を香港に設置しました。そういった現地の機関をしっかりと活用しながら、現地の嗜好だとか、そういったものをしっかりと把握をして、それを県内にフィードバックしていく、そういったことがおっしゃるとおり大変重要だと思っておりますので、そういった機能というの、現地の事務所であったり、また我々がしっかりと果たせるように努めていきたいというふうに考えています。

坂口委員 ぜひ、そこるところを同時に進めていって、いかに焼酎の質の上での規制緩和をやって、堂々とよそのものと同じ条件で、同じ土俵で勝負させていただくということが大きい今後の課題ではないかなと思うもので、これをぜひ。

最後の10ページですけど、目的はどうやって産地に返すかという視点から、農家にどう付加

価値が上がった分を返すかという視点からの質疑なんです、これを（１）から（４）まで見たときに、下の（２）（３）（４）というのは、これは加工業者のところの内部で、自分のところの質を上げて、それを有利にしようという業者の中での付加価値向上で、その利益は農家には行かないと思うんですね。

あとは、どう宮崎の農畜水産物を使わなきゃ勝負に有利にならないよというところをやるかという、差別化の商品をどう農家サイドが供給できるかというのが１つと、目的は６次産業化とかフードビジネスで、１次、２次、３次産業が潤っていくと、県内のものが、地産地消の精神ですから、補助金を出すにせよ、いろんな支援策をやるにせよ、手数料にせよ、例えば入札でやっている地元企業活用審査型総合評価とか、こういうものがあっていかないと、それは利益が必ずしも県内の農家を含めたところで配分されていくんじゃないで、有利なもの、熊本のものを買おうとか、海外のものを買おうとか、そういう無差別にやっていって本当にいいのかということですね。

これは加工業者向けだけのこういった大がかりな、きょうもこれだけのスタッフが見えていますけど、そういった視点じゃ余りにも悲しいと思うんですよ。だから、県から補助金を出す、あるいは人材を出していく限りは、そこで何らかの評価がそこに反映される出し方でないとだめだと思うんですけど、そこらというのは今後取り組んでいかれる考えはないのかどうか。

富山産業集積推進室長 今、委員がおっしゃった視点は、大変重要なことだと考えております。特に、宮崎県産の農作物、そのよさを十分にアピールして、それをしっかり県内県外で使っていくという視点は極めて重要だと考えておりま

す。

例えば、こちらに御案内しております（４）の食品産業県内市場開拓支援事業の中には、これは具体的にちゃんと書いていないんですが、例えば県産品、県産の素材、あるいは県産の素材の１次加工品、それを県内の飲食店、あるいは流通業者、そこにもっと使ってもらいたいと、まずは県内で。ほかの県のものを使うのではなくて、県内でできたよいものをもっと使っただけという趣旨で、マッチングの商談会等を企画しております。

これは、実は９ページにございます成果事例の食品産業マッチング会開催と、ここに掲げたもの、これの延長線上のものなんですけれども、こちら県産の素材、それを県内の食品産業、あるいは飲食業等でもっと使ってもらいたいということで企画したものでございまして、かなり好評を博しておりました。ですから、これをもとに、ことしはさらにこういったものを踏まえまして、県内でどんどんまずは使ってもらおう。

それから、（１）のフード・オープンラボでございましてけれども、これもできれば県内で作られたもの、あるいは６次産業に取り組む農家さんたち、農業関係者の方が加工の試作品づくりに活用していただいて、それをオープンラボでいきますと、試作して、なおかつ試験販売ができますので、そういったことで県外に向けて試験販売をしていただいて、マーケティングを十分行っていただいて、そしてまたブラッシュアップしていただくと、まずそういったことを考えております。

委員のおっしゃったことは大変重要だと思っておりますので、その辺を十分踏まえながら、しっかり進めていきたいと思っております。

坂口委員 ぜひ、そういう視点からやってい

てほしい。ただ、そのこのところで、事業というのはまず利益を上げなきゃならんという経営者責任がありますから、上げた事業は努力した、だから内部で具体的には従業員に利益を配分していかなきゃならん、株主に戻していかんやいかんという、今度は経営者の責任がありますよ。だから、それをうちはもうからんでいいから、うちがもうけた分はあなたに譲るなんていうことは、これは背任に近い行為になって不可能なんです。

だから、宮崎の台地でとれた農産物をうちが買わなきゃ、うちはもうからないんだというものがそこないと、紳士協定は通用しない、ボランティアは通用しないということで、もうちょっとそのこのところはシビアに捉えて、最初にそこと研究したから、それがずっと続くというのはそれはちょっと甘いんじゃないかな。

だから、例えば（１）の説明、H A C C Pの説明もありました。工場がH A C C P対応なら、農家のH A C C P、生産者のH A C C Pはどこまでいけるのか、衛生面で違うよ、よそはまねできないよとか、成分面で、あるいはなかなか成分とか味となると加工品は難しいと思うんですけど、それを差別につなげるのは、そこらに余地があれば研究していく、そしてそれは品種改良からオリジナルの品種を持つということにつなげなきゃだめ、そうなるのを農業試験場に戻していくとか、かなりやっていかないと、これはモデルをやらされただけで、もうかるのはまた県外の農家となりかねないから、これは難しいことですから、考え方だけを聞いて終わりますけど。

富山産業集積推進室長 おっしゃるとおり、なかなかコスト面、経営面を考えると、こちらが全て県産品でということは考えたようには

いかない、ハードルは高いところがあるかもしれません。

ただ、宮崎県の農産品、太陽の恵みということもありまして、非常に例えば全国的に見ると抗酸化活性の高い農作物が多いであるとか、あるいはフード・オープンラボで、先ほど委員もおっしゃっていただきましたように、しっかりと衛生管理レベルアップを図ると、そういったことで少しでも差別化できる要素をこれから一生懸命探して工夫して、それを実現するにはどうしたらいいかということを考えて、検討してまいりたいと考えております。

坂口委員 ぜひ、そこはお願いしますよ。これは緒方部長抜きでは成り立たないよというぐらい、農政水産部の影響力というか、ここが生死を分けるんだというぐらいにならないと産地につながらないものですから、ぜひ。

緒嶋委員 今まで、県は、フードビジネスは農業サイドやらでやってこられたと思うんですよ。今後は、やはりT P Pという新たなことが目の前に迫ってきているわけですね。そうすると、今までどおりではこれはだめだと。農業も、農商工連携を含めて、そういう危機感があることを前提として、フードビジネスという強化した体制にされたのかどうか、基本的なものの考え方を。

永山総合政策部次長 フードビジネスにつきましては、今、委員から御指摘がありましたように、これまでも農業施策としてさまざまなことをやってまいりました。あるいは、先ほどもありましたように、食品加工についてもさまざまな取り組みをやってきた。基本形はその延長線上にあるとは思っていますが、今、宮崎県、あるいは日本の農業を取り巻く環境が非常に厳しい状況にある。ただ、宮崎において成長産業

をつくっていくという意味では、やはり農業を機軸として、食関連産業を伸ばすことが一番可能性が高いのではないかというふうに考えております。

したがって、危機感はしっかり持ちながら、どうやってこれまでの得意分野、取り組みを生かしていくのかという視点、それから先ほど課長からも説明しましたけれども、これまで課題となっていて、なかなかそこが解決できなかったものにしっかりと取り組みながら成果を上げていくということで、今回、構想をつくり、組織づくりも行ったということでございます。

緒嶋委員 その中で、行政がやること、民間がやること、生産者がやること、いろいろあるわけですね。それを三位一体というか、それぞれ立場で協力しながら推進しようということだと思っております。

その中で、私は、基本的に宮崎県の農産物の物流、物の流れ、輸送、やはり消費地に遠いということの中で、いかに輸送コストを下げるか、いいものをつくっても、流通コストがいろいろと出ておりますが、運賃が高くかかっております。こういう中で、特に私は本当に宮崎の農業を推進するためには、ＪＲのコンテナ基地を、これは前から言われているけど、それをどうするかということで、運送コストを下げる。それは行政がやらにゃ、生産者や民間にはできんことです。

これはＪＲを含めて、ＪＲは今民間と言われるかもしれんけど、そこ辺を含めて、これをどうするかという基本的なものも視野に入れながら進めていかなければ、トラック輸送も燃料も上がるわけだし、環境を考えた場合はＪＲなんかの輸送というのが一番合理的でもあるわけですね。そういうことも視野に入れながら、長

期的な展望も含めながら構想を練っていくということが私は大変重要だと思うんですけど、そのあたりの視点というのは持っておられるわけですかね。

甲斐ブランド・流通対策室長 ブランド・流通対策室でございます。ＪＲ貨物基地の御質問でございます。

現在、御指摘のとおり、佐土原ではなくて延岡からのＪＲの荷物の発送ということになっております。ＪＲ貨物とは、毎年、そういった協議をしております、何とか佐土原地区のほうに持ってこれないかという話をしているわけなんですけど、そのときＪＲ側から出ますのが、やはり年間を通して安定した荷の確保ができないと、なかなか難しいですよというような意見を聞いております。

我々は、農産物として、先ほど御説明しました荷の集約化を図って、ＪＲコンテナの利用というのを進めていきたいというふうに考えておりますが、農産物としてちょっとつらいところは、年間を通してとなると、どうしても時期的に冬場はあるけども、夏場が少ないといったような問題もございます。

そういった点につきましては、総合交通課とも連携しまして、安定した荷の量の確保と中央地区への貨物基地の誘致というものを進めてまいりたいというふうに考えております。

緒嶋委員 やはりこれだけフードビジネスをやろうということであれば、そこまで持つていかんと、本当のフードビジネスが、それだったら現状のままで終わるということになるわけですね。年間、いかにそういう農産品、そのほかのものをうまく生産するか、そこを行政としてどう進めていくかということをも基本的にもうちょっと熱意を持って取り組む必要があると私

は思っておりますし、延岡のターミナル基地は狭いですわ、誰が見ても。それを今までどおりあそこでやるということは、言えば限界が来ているわけです、延岡は。

そして、宮崎県は鉄道そのものが単線だから、時間的にもかかる、そういう輸送のロスタイムが多いというようなこともあれば、日本で鉄道で単線だけというのは宮崎県だけなんです。ほかのところはほとんど複線なんです。そういう国の中での宮崎県の不利な状況というのも考えながら、これは国、あるいはJRなんかにも強く要請していかんといかんというふうに思います。

それと、輸送の中で、フライト輸送で農産物を動かすというものは、これは何もないとですかね。フライトが何も載っていないわけですが。

甲斐ブランド・流通対策室長 航空輸送についてでございます。航空輸送、今回、全体からすると非常にまだ量が少ないということで御説明しなかったわけなんですけども、航空輸送につきましては、スイートピーや農産物の場合はニラとか、そういった小さい軽い品目、こういったものを中心にスポット的にある程度ということで、現在はスイートピーを中心に利用がされている状況でございます。

緒嶋委員 そういうのは資料として載せるべきだと、ないのなら載せる必要はないけど、あるのなら載せるのが資料じゃないかなと思います。

それと、宮崎の場合は、東京に対して輸送が遠い。やはりそれはフェリーでどうするかということで、宮崎、南港線が中心で、それからトラック輸送ということになっておりますが、かつてはあったわけですね。そこらあたりも含めて、輸送ルートを強化することによって、フ

ードビジネスをまたさらに前に進めるというような全体的なものが、私はフードビジネスということだけでは、物をつくって売るという手段的なものをもうちょっと強化していかんと、関東圏の近い茨城とか千葉とか、東北地方から見た場合は東京市場に何時間もせんで持っていかれるわけ。

ここは24時間、それ以上かかるわけですね。それは肉なんかは24時間、冷凍やらだからかかってもいいけど、生鮮野菜とかいうものは時間を競うわけですね。そういうことであれば、ここあたりは行政が力を入れなければ、民間が力を入れるわけにはいかん。

それは量がないからと言われればそうでありますけど、量をいかに確保して、そこまでもって日本一のフードビジネス拠点にするというぐらいの、私は将来、長期的な夢というか、そういうものがあって、県もやると、それは安倍さんも10年後には農業所得を150万ふやしますというわけだから、宮崎県も150万ふやすための政策を立ててもいいわけですね、国と連動して。

そういう前向きの姿勢の中で、それから数値目標も含めて、そういうものがあって政策を進めていかなければ、こうします、ああしますだけでは、私は本当の政策ではない。将来構想も含めて、将来、こうなりますと、それだから農業を頑張ってくださいというものが出てきて、初めて政策として一体的なものが出てくる。

だから、畜産にしても、屠殺場が問題だ、それをどこか一体的なすばらしいものをつくらにいかんのかという課題というようなことにも書いてありますが、そういうものも計画の中に将来構想の中に載せて、初めて全てを総合的にフードビジネスを進める、そういうようなものを私はここ一、二年でつくって、10

年後には宮崎の農業はこうなります、こうしますというような長期的な展望を明確に打ち出して、政策を進めるべきだというふうに思いますが、そのあたりの考え方を総合政策部長にお伺いいたします。

土持総合政策部長 重要な御指摘をいただいております。皆様御承知のとおり、特に京浜に向かっては本県の物流につきましては大変厳しい状況にある。ただ、先ほど農政のほうの資料を見せていただきまして、京浜地区に海上コンテナで7%あるということで、これはおっしゃったように、大阪の南港のほうで関東航路に、業界のほうの大変な御努力で、そこからアクセスして、また京浜へというルートも確立されつつございます。

ただ、どうしても下り荷の関係で、大変業者さんが苦勞されているという話は我々もよくお聞きしております。いろんな物流につきましてはいろんな選択肢があるというのが本当がいいんですけども、おっしゃったように、本県の置かれたそういう地理的な状況等もございまして、今後、関係者の皆さんからそういう我々もいろんな御意見をお聞きしておりますので、おっしゃったような、今後、戦略としても本県も立ち上げておりますけれども、十分対応につきましてはしっかりと検討してまいりたいというふうに思っております。

緒嶋委員 そこで、新たにTPPがここ1年ぐらいの間に、将来どうなるかというのが見えてくるだろうと思うんです。それは聖域を決めて、ぴしゃっとできるかどうかということも不明確であるし、なかなか厳しいと思っているんです。そうなれば、ますますもって農業はさらに深刻な状態になる。消費地に遠いというハンディを背負いながら皆さん頑張っておられるわ

けで、それが日本の地産地消だけじゃなくて、今度は外国から宮崎県の農業も攻められるわけです。

そうなると、宮崎県が東アジアに打って出ようというけど、逆に宮崎県に外国から攻められるということだから、東アジア攻略どころじゃないわけ。いかに地域を守るかということのほうで深刻になってくるんじゃないかなという予想もできるわけですね。

それを乗り越えるためには、よほどの覚悟を持って政策を進めなければ、私は、宮崎の、日本の農業そのものが守れんのではないかという気持ちがあるので、そこ辺を見越した対策というのは、何が起こっても農業は重要な産業として前進するんだというようなものを、やはり我々が納得する、農業者が納得するものを打ち出してほしい。

そういうようないろいろなことを、TPPも我々から見れば最悪のことを考えながら対策を立てるといような思いで、行政も、これは民間、JAもですが、全ての人が立ち向かっていかなければ、私は乗り切れんのではないかという深刻な思いを持っておりますので、そういう将来展望が開けるような、お互い努力をしなきゃいかんという思いがありますので、ぜひ頑張っていたいただきたいということを要望しておきます。

鳥飼委員 まず、最初の要望は、TPPのことについて今出たんですが、本県としては基本的にTPPが導入されたら、我が国の農業そのものなんですけど、崩壊をするということで、反対運動は反対運動でしっかりやっていただきたいと思います。

それで、何点かお尋ねしますが、要は農産物の中の青果と畜産の流通の状況とか、県産品の販売の状況で御説明いただいたんですが、1ペ

ージの青果物なんですけど、まず総出荷量が28万9,000トンということで、特定の団体法人の出荷量、これ農業団体が14万2,000トンとなっておりますので、約5割、50%ですね。あとは相対なり、直接の大型店にということなんですけど、ここの把握はどういうふうなことではおられるのか。地域別出荷割合等も書いてあるんですけども、これは把握できるんですかね、残りの5割、半分、全体像というのは。

甲斐ブランド・流通対策室長 残りでございますけども、残りは県内の市場に出荷されるもの、または県内の市場から転送されて県外に行くものというものがあまして、それにつきましては県外がおおよそ市場流通で行ったものにつきましては6.4万トン、県内が6.7万トン、そういった形では把握できますが、どここの地域というところについてはなかなか今把握できない状況であります。

以上です。

鳥飼委員 なかなか難しいでしょうけども、これは把握をしていく努力をやらないといけないんじゃないかなというふうに思っております。今後の対策の立て方なりを含めて出てくると思いますので、系統から外れて、例えば中央卸売市場でということ、手数料がちょっと高いんですけども、県内の市場に商品が回る分もあるでしょうし、直接あそこで落として、相対で県外の東北に送ったりとかしておられる業者さんもおられるようですので、そこ辺はある程度努力をすればできるのではないかなという気もしますけども、ひとつよろしくお願ひしたいと思います。

それから、次の畜産の流通ですけども、同じく生体で流通をしている分と、加工になって流通をしている分とあるわけですが、この分につ

いてもここで把握をしているのが全てという理解でよろしいのでしょうか。これから外れてといますか、県が把握できない形で県外なりに流通をしているというものはないのかどうか、お尋ねしたいと思います。

押川畜産振興課長 お手元の資料、御説明したものににつきましては、概数といたしますか、大まかな数字としてはここに掲げてございますけども、例えば県外に出たものがそれがそれぞれの屠場から、処理場から各業者さんに渡りますと、それから先のというのは、委員がおっしゃったように、なかなか把握しかねている部分もございます。

しかしながら、今後、例えば宮崎牛を売っていく中で、ポイントを押さえて、そこにPRをしていくものを流すというふうに戦略を持っていきませんと、効率が非常に悪くなりますので、それは委員おっしゃったように、今からの私どもの課題だと考えております。

鳥飼委員 生体より、屠畜をして加工してというほうがいいんじゃないかなと思うんですけど、そうすると、ここにも書いてあるように、緒嶋委員も言われたように、屠畜場なり検査場なりを増設をしていくということもできてるだろうと思うんですよね。そこについての議論というのはどの程度されておられるのか、お尋ねします。

押川畜産振興課長 主なものとしましては、高崎と都農にミヤチクの大きな屠場がございますが、施設の老朽化もございます。それと、取扱量の変化もございますので、これを1カ所にするのか、大型化するのかというのは、構想はかなり前からありました。

しかしながら、口蹄疫の発生等々で、1カ所にするもののリスクというのも出てまいりまし

たので、それをあわせまして、今回のフードビジネスのプランの中、それと私どもがせんだって立てました畜産新生プランの中でも、関連産業の検討という中で、そこをあわせて今さらに検討を進めているところでございますが、大変なかなか大きな問題でございますので、関係業者、農家さんも含めて、慎重に、そしてできるだけ早く、両方考えながら進めてまいりたいと考えております。

鳥飼委員 できるだけ早くといえますか、協議を進めていただいて、そういう体制づくりをしっかりとお願いしたいというふうに思います。

最後になりますけれども、県産品の販売なんです、6ページに食料品の輸出の状況とかいうのが書いてあります。どれくらい加工品として生産があるのか、そしてそれを県外にどれくらい出しているのか、そしてまた国外にどれくらい出しているのかというのを把握をしていくことが非常に大事ではないかなというふうな気がいたしますので、きょうはそれはおいておくとしまして、4番の食料品・飲料の輸出の状況ということで、輸出のところをお聞きしますと、いろいろ書いてありますが、例えば輸出の品目、何を輸出の中で、先ほど焼酎の話とかも出たんですけど、評価をしていこうとされているのかということになってくると、今、現状はどうなんだということになるんですけど、その辺の全体の輸出額で6億4,000万の中の品目といえますか、何が一番多いのか、二、三、御紹介をいただければと思います。

日下オールみやざき営業課長 品目でございますけれども、品目として、やはり宮崎県の場合は肉類の関係と、それから魚類、このあたりが量としては多くなっている状況であります。食品の中ということでございますけれども、肉

類や魚介類が割合としては高い状況でございます。

鳥飼委員 肉類は精肉ということになるんでしょうか、それとも例えばベーコンとか、いろいろありますけども、2次加工したものとか、今、資料がなければよろしいんですけど、そういう把握をしっかりとやっていって、今、現状がこうなんですよというようなことと、それをどうやってこの部分を伸ばそうとしているんですよという目標といえますか、額とかも当然出てくると思いますので、そこはしっかりとお願いしたいと思います。

日下オールみやざき営業課長 今、済みません、量で肉、魚介類と言いましたけれども、宮崎県の場合は焼酎等もございますので、飲料・アルコールも量としては順位的に申しますと、飲料・アルコールが額としては一番多くなっておりまして、次が魚介類及びその調整品、その次が肉類及び同調整品というふうな順位づけになっています。

その中で、加工品と素材のままの割合までは、恐縮ながら、この調査におきましては判明はしていないところでございますけれども、おっしゃるとおり、宮崎の強みというか、何を重点的に売っていくかといった形で、しっかりとそういった優先順位をつけながら取り組んでいくことというのは、おっしゃるとおり大事だと思っておりますので、そういった形で戦略的にしっかりと取り組んでいきたいというふうに考えています。

鳥飼委員 よろしく申し上げます。

岩下委員長 ほかにございませんか。

徳重委員 TPPの交渉に7月から入るといような流れになっておると思うんですが、県も対策本部を立ち上げられて、今日までどれぐらの協議をされてきたのか、それぞれの部に

において、総合政策部、商工観光労働部、農政水産部、それぞれの部においてどのような方向と
いうか、どういう問題が出てきたのか、お知らせをいただきたいと思います。

金子総合政策課長 TPP対策についてでございます。

知事を本部長といたします対策本部を設置いたしまして、これまで過去2回ほど本部会議を開きまして、情報収集、それから関係方面の声、それから国への要望事項、そこらあたりを協議しているところでございます。あわせて、知事の要望活動等も実施をしているところでございます。

御案内のとおり、7月中に動きが出てくるような状況になっております。また、国におきましても、強い農林水産業というような形での打ち出しも今検討されておるところでございますので、特に本県の基幹産業への対策をどうしていくかというところにつきまして、それこそ関係部一体となりまして、先ほどフードビジネスの論議もございましたけども、たとえTPPがあろうがなかろうが、しっかり本県の成長産業の基盤、フードをつくっていくということは大事なことでありますので、成長産業の育成ということで取り組んでいるところでございます。

また、今後につきましても、国からの情報収集活動、なかなか核心のところは、これから交渉に入るようなことなので、なかなか情報提供がないところでありますけれども、さらにアンテナを高く張りまして、そして今後の対策あたりを本当に真剣に考えていきたいというふうに思って、必要に応じて国への要望活動、要請活動等も強化してまいりたいという状況でございます。

徳重委員 今、要望活動なり、強い農業をつ

くっていくためにどうすべきかと、いろいろ具体的な話が出ていると思うんですけど、しかし結果が出てこない、数字が出てこない、どれだけ宮崎県に影響があるんだというものが出てこない、皆様方が何を要望していくのか、どこがどうだから宮崎県の産業が経済がどういう形になっていくから、こういう要望をしたいんだというものがないと、TPPをやめてください、どうしてと言われても、なかなか相手にはね返ってこない、こう思うんですね。

宮崎県は宮崎県独自のものがあるだろうと思うし、大阪や東京、大都会は農業の問題なんて全然関係ないでしょう。北海道とか宮崎とか、農業県は農業県として、あるいは宮崎県は独特のものがある。それなりの要望活動があっべきだと。だから、絶対宮崎県では、今の流れからいくと、TPPは絶対反対しなければ、農家は生きていけないんだというような考え方がまだまだ私は大半だろうと思います。

攻めの農業、攻めの農業とおっしゃいます。確かに、攻めの農業をしていかなきゃならないことはみんなわかっているんですよ。それはわかっているが、今の状況をTPPが始まったら宮崎県の農業はどうなっていくのかということを実際に考えているから、対策本部もできたはずですから、具体的には前もちょっと数字が出たかと思うんだけど、やっぱりこれはだめなんだと。それを明確に提示しなければ、要望活動にならないと思うんですね。そういう要望の観点というか、問題点というのは何なのか、具体的なものがあれば教えてください。

金子総合政策課長 本県への影響額ということでありましたが、国の今回の試算、全体が3兆円というふうに出ておるんですが、それに照

らしまして本県に置きかえた場合の試算を出してございまして、具体的には1,250億円程度ということで、非常に大きな影響額になっていますが、特にそのうちの畜産関係、豚肉、牛肉、鶏肉、ここらあたりを中心に約8割という形で、非常に大きな影響額になっているところでございます。

口蹄疫のときもそうでしたけれども、1次産業のみならず、2次、3次、さまざまなやはりそういうマイナスの影響というのが広がるというのは十分認識しております。具体的に、これだけの1次産業だけ見ても1,250億円の影響があるということはきちんと要望書に載せた上で、具体的な数字も示した上で、農水省、あるいは内閣府に対しての要望もちゃんとやっているところでございます。

徳重委員 今、畜産関係も1,200億程度の影響があると、県の総生産額、農業生産額が3,000億と言われておりますね。なかなか3,000億を越すというのは非常に至難のわざだろうと思うんですが、その中の1,200億といったら、特に畜産県としての農業は全滅だと言っても過言でないような数字ではなからうかなと、ほんの一部しか残れないというようなことになるんじゃないかと思っておりますが、畜産の関係の皆様方、誰でも結構ですが、そこをどうクリアできると思えますか。

鈴木農政企画課長 TPPの影響に関する御質問だと思っております。

先ほど総合政策課長のほうから申し上げた影響額がございまして、これは販売ベースのほうでの影響額ということでございまして、直ちに本県の2,800億という産出額と比べられるものではないというところが1つございましてけれども、同じベースで計算したものではありませんの

で、2,800億円の中から幾らという話ではございませんが、それでも畜産、米に関しましては当然非常に大きい影響が出るものということは我々も当然思っております。

今後、どういう影響が出るか、あの試算に関しましては、全ての品目に関して関税が即座に撤廃されて何の対策も打たない場合という仮定がございましてけれども、どういう影響が出るかにつきましては、国の交渉を待たずしても、県としても独自でしっかりと把握していく必要があるというふうに考えております。

県といたしましては、現在、全ての農業者に対しまして、現時点での情報に基づいて、TPPに関してどういう思いを持っているか、今後、自分の営農活動に対してどういう影響が出ようかというようなアンケート調査も行っております。こういった結果も7月、8月に向けて取りまとめようと思っておりますので、先ほど申し上げました提案要望の中でもしっかりそこら辺、宮崎の農業が実際にどのぐらいの影響を受けるということが予想されて、そのために必要な対策が何かということをしっかり整理してまいりたいと思っております。

また、対策につきましても、現在、宮崎県農業成長産業化推進会議という形で、有識者の方、あるいは実務経験者の方に集まっております。しっかりとTPPの推移、あるいはフードビジネスの推進というものを踏まえた農業生産基盤をどうしていくべきかという議論を今年4月から始めたところでございます。

第1回の会議では、やはり担い手の関係、あるいは中山間地域をどうしていくのか、そういったものをもっと掘り下げて研究すべきではないか、そういったことも伺っておりますので、またそういった施策面のほうも、先ほど申し上げ

ました影響調査と含めて、しっかりと形にしていきたいというふうに思っております。

徳重委員 ぜひ、少しでも早く具体的なそういった素案をつくり上げていただいて、対応をしっかりとさせていただきたいと思っております。

それから、もう一つ、フードビジネスについてちょっとお尋ねしたいと思いますが、先ほど坂口委員の質問の中でもいろいろ出てきたところではありますが、新しい製品、あるいはフードビジネス化していこうとする努力はしていかなくありませんし、当然それを大きな柱としていることは事実であります。やっていってほしいんですが、それがお金に変わってくるというか、還元されて、宮崎県内の生産者の、あるいは事業者の所得に返ってこなければ、全く意味のないことかなと思うんですよ。

そうなりますと、そういったつくったものが本当に消費者に売れるという形がとれなければいけないわけであって、外に打って出ればよいということだけでは、これはなかなか広がっていかないというのが私の思いであります。

まずは、つくったものを宮崎県の県民がそれぞれの立場で、いいものができたと、これは宮崎県の特産品なんだと、こういう立派なものができただから、みんな食べようじゃないかという、そういう運動展開が最もビジネスにつながる、地産外消につながっていくんじゃないかと思うんですよ。まずは、宮崎県内でつくったものがいい品物が消費されるかということが最大の問題ではなからうかと、こう思うんですよ。

いろんな新しいものもたくさん出ておりますが、これをまず宮崎県は県内ではこんなに使っていますよということが最大の売りになると、私はこう思うんですが、その点についてはいかがでしょうか。

井手フードビジネス推進課長 地産地消とフードビジネスの関係だと思えます。

委員おっしゃるとおりの視点だと思っております。まして、委員会資料でございますと、15ページが一番下段を見ていただきたいと思うんですが、これは誘客というところだけでちょっと言葉が足りていなかったのかもしれませんが、地産地消の拡大という視点も入れてございます。

一番下段、でございますね。「食」による誘客と地産地消の拡大、特に一番下の丸等で示していますけども、創作料理という言い方をしていますが、本県の素材のよさ、先ほど産業集積室長のほうからもありましたように、抗酸化物が多いとか、機能性に富む部分、この辺まで含めまして、本県の素材のよさを十分引き出す食べ方、そういうもの等も開発しながら、県民の皆さんにも食べていただく。

その上のほうにございますように、それをうまく使って、「食」の魅力をアップしながら、飲食業界の方々、もしくはホテル旅館業界の方々と連携しながら、誘客にもつなげていく、おいしいもの、いいものを県内で食べて、しかも県外からもお客様を呼び込む、そういうような取り組みをしてみたいと考えております。

以上でございます。

徳重委員 おっしゃるとおり、そうなんです。これが現実にちゃんと実行されなければ、あるいはメディアを通してでも、いいものはどんどん宣伝していくというか、広報していくというそういう方法、そして確実に宮崎では何店舗はこれを使っていますよと、あるいは都城では、延岡では何店舗使っていますよと、そういうものが出てくることによって、量がさばいていかれるというか、生産者も、あるいは加工業者も安定した所得につながっていくんじゃない

かなと。

まずは、ある程度の安定したものが生産できて、販売できるような体制ができることが、フードビジネスにつながっていくんだと、こう思うんですよ。まずは、県内でいかに消費ができるか、そういったことをさらに真剣に取り組んでいただきたいなということが私の思いであります。

前も本会議で質問しましたように、外国の肉を病院が使っているというようなお話もありましたが、そういうことでは宣伝のしようがないということですね。ぜひ、ひとつそういったことで、具体的に、ただ言っていますよ、そうしてくださいじゃなくて、確実に広げていくというような、まずは県内ということをやりたい。そのほうが経費も一切かからないわけですね。輸送経費もかからない、安くで販売できるわけですから、そこ辺を考えて、ぜひ頑張ってくださいますようお願いをしておきたいと思います。

以上です。

岩下委員長 ほかにございませんか。

星原副委員長 なければ、私のほうからちょっとお伺いしたいんですが、農商工連携、あるいは6次産業、フードビジネスと、一連の流れがようやくここまで来たのかなというふうに思っています。非常に遅きに失しているところもあるなという思い。それはなぜかという、これまで担い手とか後継者とか、そういう育成と言いながら、なぜそういう形が育ってこなかったのかというのは、先ほど来出ていますように、農家所得がなかなか安定したものにならない、そういう部分があったと思うんですよ。

それで、今回、フードビジネスということで、新たに販路までの、ようやくそこまでたどり着

いたと思うんですが、これからが本当の戦いじゃないかな。先に走っている県もあるんですよ。フードビジネスのことについて先行している県もあるわけですから、その中に切り込んでいくものを何をどういうふうにやっていくのかということをしっかり把握しないと、私はいけないんじゃないかなと思うんですが。

これを見ますと、フードビジネスの振興、これからの具体化の取り組みということなんですが、ことしからこれを政策に掲げたということは、去年の予算編成の時期で、こういうものを目指して、こういう方向でこういうふうにしていくんだというものがあって、多分政策の方向性が決まって、予算も編成されたと思うんですよ。

だから、そういう会議が5月にあって、今後また何回かの会議をしていくということなんですが、そういう問題においても、そこに至る前に何らかの去年の政策にのせる、予算編成するときには一定の方向が決まったはずなので、その辺のフードビジネスに入っていくとした基本的な考えを先に聞かせていただくとありがたいんですけど。

井手フードビジネス推進課長 フードビジネス振興構想の最も基本的な物の考え方は、やはりマーケットインということではないかと思っております。昨年度中にいろんな議論がされて、振興構想そのものは昨年度中、3月に策定されたものでありますので、構想の物の考え方というのは昨年度来ずっと詰めてきて、予算についてもそれが県庁全体の予算として整理されているというふうに考えております。

今回の進め方で、3つのプロジェクトを示しておりますけれども、これにつきましても、マーケットインという考え方で、実際に売る市場

側から見てどこが一番売れる、本県の持っている特性の中でどこを売っていけばいいのかというような議論の上で、具体的な項目を示す。要するに、構想自体の中より具体化をしていくというブレークダウンのやり方を今回はとらせていただいております。

なおかつ、今後もさらにこの中身をブレークダウンしていくというのが、今回の御説明差し上げました取り組みの進め方。しかも、ブレークダウンのやり方については、申しあげましたように、マーケットインということで、実際にマーケットにかかわっている方から意見、提案をもらいながら、その中で売れるビジネスのところに傾注していく。

ある意味、総花に見えるかもしれませんが、総花の中で実際にビジネスにつながる場所を見つけたら、そこを突破口にそこに傾注していきたい、そういうふうを考えております。

星原副委員長　そういう流れの中で、アンテナショップの説明があって、17年からずっと続いていますよね。そうすると、それぞれのアンテナショップの消費者の動向、どういったものを消費者が求めているのか、あるいはどういった味とか、あるいは宮崎に期待するものとか、いろんなそういうためのこういう場所で物を売るのも大事なんですが、買って行く方々にアンケートでもとって、2年後、3年後に向けてどういったものを売っていこうとか、あるいはどういったものを消費者は望んでいるとか、それは時代によってもどんどん変わっていくだろうと思うんですが、そういう情報収集の仕方はどういうことを今やってきているんですか。

日下オールみやざき営業課長　そういった情報、市場のマーケットの情報のフィードバックにつきましては、どういった商品が売れている

かといった売れ筋の情報を、各会員の皆様、実際に販売している皆様にそれをお渡しする、フィードバックするというのもしておりますし、また実際に店舗においてアンケート調査を行って、そういった消費者の方の意見というのをこれまたフィードバックするような取り組みというのも行っています。

また、そういったまさしく御指摘のとおり、アンテナショップのアンテナとしての機能を強化するために、先ほども御説明させていただきましたけれども、今年度から販路開拓コーディネーターということで、新たに新宿のほうに置く形にいたしました。そういった多面的な取り組みで、実際の市場のニーズというのをしっかりとくみ上げていきたいなというふうに考えています。

星原副委員長　それと、今、TPPの話も出ているんですけども、外国の競争もそうなんですけど、私は国内競争に勝たないと、まず外国との競争の問題の前にそっちがあるだろうというふうに思うんですよね。TPPがどういう形に流れるかは別として、こういうフードビジネス構想で今後進めていこうとすれば、まずそれよりも国内の中でどういった形で勝ち上がっていくのか、あるいは東アジア経済交流戦略というのを今度打ち出した、じゃ近辺の諸外国にどういった形で切り込んでいくのか、そういうところがやはり目標、あるいは計画、あるいはどういう成果を上げていくというものが、将来を目指す、5年後に目指すのか、10年後を目指すのかわかりませんが、そのためには10年先の目標だったならそれにかけて、5年先は、あるいは3年先は、来年はどういう形で、多分そういうスケジュールができていると思うんですよね。

だから、目的がそういうふうになっていくた

めには、どういうふうに組み込んでいくかという、今回、きょう来てもらっている総合政策部、商工観光労働部、農政水産部、そこら辺の連携のとり方が非常に大事じゃないかなと思うんですが、その辺の取り組み方というのはどういう方向で今後考えていらっしゃるんですか。

井手フードビジネス推進課長 おっしゃるとおり、マーケットインという言い方をしましたけれども、川下側から物を見て、しかも川上まで含めて、上流から下流までソリューションとして一体として捉えて振興を図るということが大事だと思っています。

例えば、きょうは農政水産部の皆さんも来られていますので、細かい数字はお任せするとして、冷凍ホウレンソウであれば、国内の冷凍ホウレンソウの7割のシェアを宮崎のほうでとっております。これにつきましても、売り口から見ればそうなんですけども、海外製品も合わせた中で国内の冷凍ホウレンソウの中のシェアをどう広げていくか、やはり国内産を好む傾向がだんだん出てきているというようなお話もある中で、もっとシェアが拡大できるのではないかな。

そうした場合に、今度は産地のほうがそれに対応できるほどのホウレンソウを産出できるかという、産地側の課題が見えてくる。それをあわせて、売り先のほうの商工なり、そして産地側を強化する農政なり、その間を総合政策部をつないで、バランスよく全体調整しながら進めていく、そういうようなことを考えております。

星原副委員長 あと、産学官金という、その連携のとり方をどううまくとっていくのかなという感じがするんですよね。結局、宮崎をこうやって打ち出している、全国47都道府県あれば、それぞれの県が農業県のところは同じよう

な形で、流れは国がそういうふうな方向を示しているわけですから、そこで一番宮崎の財産というか、宝というものはどういうふうに磨いていくかということが非常に重要だと思うんですが、その辺の連携、言葉では出てくるんですけども、どういうふうに今後つないでいって、最終的には生産する人たちも力をつける、あるいは加工する加工業の人たち、販路、売り先をどういうふうにしていくかということと、求めている消費者がどういうものを求めているか、それをちゃんと探りをつけて、その一体の中で流れをいかにつくるかだと思うんですよね。

そういうものがしっかりしていけないと、なかなか勝ち上がれないんじゃないかなと思うんですが、産学官金、あるいはもう一ついけば、私は料理をする人とか、あるいは消費者とか何かそういう人たちも入った中で、どういうふうな売り方をしていくかということも探っていないと、物は私は全国でも宮崎県の農畜産物、林産物、全てトップクラスだと思うんですよね。あとは、どう味つけというか、色づけというか、そういう方向にどう力をつけていくかじゃないかなと思っていますので、その辺の取り組みはどういうふうにしていこうと考えていらっしゃいますか。

井手フードビジネス推進課長 フードビジネス推進会議、これは、県内の産学官金と申し上げましたが、金融機関も大学も入っていただいております。ただ、実際にやるときには、本当は小さな取り組みから始めていかざるを得ないのかなと思っておりまして、例えば委員会資料のほうで御説明差し上げたのは、8ページにあるひでじビールさん、「穂倉金生」というビール、この辺につきましても宮大さんも少し絡んでいただいております。高原町の麦をつくっていらっ

しゃる農業生産法人さん、そして宮大さんと、あとひでじビールさんと、SPGテクノさんと食品開発センター、この辺のこういう取り組みが具体例だと思っております。

同じように、今回、新聞でも少し取り上げていただきましたけど、同じ生産法人さんが今度は県北の千徳酒造さんと組んで日本酒をつくらうとされています。酒米をこの間、田植えをされたんですけれども、ここについては東京のミシュランの一つ星のレストラン、和食のお店をやられているシェフさんにも入っていただいて、そういうような出口サイドのシェフさんの意見も取り入れながらという事業を、ことしからやらうとしております。

全体としてどう進めていくかということもありますし、そういう一つ一つの取り組みをきっちり表に出しながらやってまいりたいと思っております。

星原副委員長 最後ですが、私は、最後の戦いじゃないかなというふうに思っていますので、ぜひしっかり頑張っていたきたいと思えます。

岩下委員長 大変恐れ入りますが、予定時間で幾分オーバーをしているような状況でございますが、あと一、二問でお願いしたいと思えます。

山下委員 時間がありませんので、簡単にいきたいと思うんですが、先ほどの説明の中で、本県の成長産業としての食のビジネス、フードビジネスを進めていくんだという決意のもとに、今回、かなりの事業展開をされるわけですが、きょうはせっきやく3部の部長さん方もおられますので、私は1次産業の農政水産部の役割として、1次産業の農家の所得を上げること、これが一番大きな原点だろうと思うんですね。

それを売っていく商工観光労働部の責任とし

て、東アジア、日本全国に向けての本県の豊かな食材、つくったものをどうやって売っていくか、これがまた商工観光労働部の大きな責任だろうと思っています。

そして、これをまとめていく総合政策部の部長さんもお見えでありますから、その辺の取り組みの決意をぜひ3部の部長さん方にお伺いしたいと思います。

農政水産部からがいいと思いますので、農政から商工、最後のまとめで総合にお願いします。

緒方農政水産部長 農政水産部は、1次産業製品をつくるということなので、産地としてしっかりとした産地をつくっていききたい。それがスタートになって、フードビジネスが成り立っていくんだろうと思います。今、非常に農林水産業、いろんな課題を抱えていますので、そういう問題を解決しながら、しっかりとした産地をつくり、そして1次産業に従事する人たちがしっかりと所得確保できるように、一生懸命支援してまいりたいと考えております。

以上です。

茂商工観光労働部長 私、先日、東京に行きまして、東京のアンテナショップめぐりをしたんですけれども、そのとき、最初は新宿のKONNEに行きまして、それからあと有楽町から銀座かいわいに、今かなりアンテナショップが出ているんですね。そこを大体小一時間で回ろうと思えば、10軒ほどのアンテナショップを回れるんですが、それを全部駆け足で回ってみたんですけれども、やはり皆さんすごい競争されているなというふうに思いました。広島県さんだけは地下1階地上3階で物すごいアンテナショップを持っているんですけど、それ以外の各県は規模とか場所とか、それはほとんど一緒だと思えました。

ただ、いろいろ表示の仕方とか、アピールの仕方が、各県によって違うなというふうに思いました。まさに各県の競争だなというふうに思ったところです。

それと、もう一つ思ったのは、東京交通会館というところの中に、全国の商工会連合会が出しているアンテナショップがあるんです。これは47都道府県の商工会が出しているんですが、物すごい品数があるんですね。ただ、その中でどれがいいのかというのがさっぱりわからないと思いました。だから、目立っていくためには、相当な努力とか工夫が必要なんだなと思いました。ということです。

それと、あとあわせて、幾らいいものをつくってみても、我々は幾らいいものだと思っても、それが消費者の方に受け入れられなければ売れないということですね。それで、私が思ったのは、先ほどもドレッシングを見ていただいたと思うんですけど、私もあれを食べてみたんですけど、非常においしいです。

ただ、いかんせん、地元のスーパーに並んでいるかということ、残念ながらほとんど並んでいません。KONNEとかにはもちろんあるんですけども、いかにそういうものを県内のスーパーに並べていただくか、そしてそれを日本に広げていくか、そして世界に広げていくかということが非常に大事です。

これは、やはりいいものをつくり、それを知っていただいて、そして多少高くても買っていただくということが大事だと思いますので、例えばいろんな試食とかも必要かなと思ったりしています。いろんな問題はあるんでしょうけど、そういうふうな工夫をしながら、全てがそろってやっと物は売れると思いますので、商工観光労働部としても一生懸命取り組んでいきたいと

思います。

土持総合政策部長 食品産業等を含めたフードビジネスの振興につきましては、皆様御承知のとおり、これまで農政水産部、そして商工観光労働部を中心に、本当にやるべきことをやってきたというふうに考えております。

ただ、今回、復興から新たな成長へということで、本県の成長産業、これをどう位置づけて、どう発展させていくかという中で、やはり本県の基幹産業である農業、そしてフードについては外せないということで、さらなる高みを目指して、この分野の成長を図っていこうということで、今回、総合政策部のほうにフードビジネス課をわざわざ設けて、これを全県的に進めていこうという決意の表明であろうというふうに考えております。

私どものほうでやれることというのは、本当に限りはあるんですけども、しっかりと農政、商工と連携しながら、新たな切り口としてマーケットインという考え方も出してきておりますので、そういった今まで弱かった部分につきまして、精いっぱい我々としても頑張りたいというふうに考えております。

以上です。

山下委員 ありがとうございます。私は、基本は商工観光労働部だろうと思うんですよ。しっかりと国内国外に向けて、何が売れるのか、安売りじゃだめなんですよ。いいものを高くで売ること、そして何をつくってくださいということ、何が売れるんですよということをフィードバックして農政サイドにおろしていくこと、このことをしっかりと役割をそれぞれが担っていかないと。本県の切り札だろうと思ってますから、しっかりと商工観光労働部は勉強してください。

そして、国内外に何が今はヒットしていくんだと、食品をどんどん海外などへ送って、世界を見ていただいて、派遣していただいて、宮崎を売っていただきたい。全国各県との戦いだろうと思っていますから、しっかりと政策をやっ
ていってください。

終わります。

岩下委員長 ありがとうございます。手短かに要望ということで。

中野委員 済みません、資料提供。この中で、宮崎県農業経営管理指針、私はこれ初めて聞いた。これ冊子か何かわからんけど、資料をください。

それから、TPPアンケートのサンプル、中身。何か地元で笑い話みたいに聞いて、中身が見たいなと思っていたもので、この中身を。

工藤営農支援課長 今、委員のほうからお話がありました農業経営管理指針、これにつきましては各農業改良普及センターごとに、主要な品目も含めて、例えばピーマンとかキュウリとか、収入が幾らで、経費が幾らかかって、幾らぐらい所得があるのかというのを品目ごとに整理をしたものがございます。委員からお話のありました品目等については資料がございまして、また用意をさせていただきたいと考えております。

岩下委員長 資料のほうは。

工藤営農支援課長 資料のほうはございます。

岩下委員長 提出のほうで、よろしいでしょうか。ありがとうございます。

まだまだお聞きしたいこと、勉強したいことはたくさんあるんですけども、今回はこれで終了したいと思います。

それでは、これで終了いたします。ありがとうございました。

執行部の皆さんは、御退席いただいて結構でございます。ありがとうございました。

暫時休憩いたします。

正午休憩

午後0時2分再開

岩下委員長 それでは、委員会を再開いたしますけれども、時間が参っておりますが、このまま御審議をお願いしてよろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

岩下委員長 ありがとうございます。

それでは、協議事項1の「県内調査について」でございますが、資料1をごらんいただきたいと思えます。

内容的には、こういった状況になっております。7月10日、7月11日の予定表が書いてあります。内容につきましては、皆様方からお聞きしたその点を踏まえて、正副委員長も含めて協議をさせていただいたところでございますが、県北調査につきましてはこれで御了承いただきたいと思えますが、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

岩下委員長 それでは、そのように決定いたします。

なお、諸般の事情により、若干の変更が出てくる場合もあるかもしれませんが、正副委員長に御一任いただきたいと思えます。

次に、第2表、資料2でございますが、8月27日、8月28日の県南調査の日程表でございます。綾町の小水力発電、鹿児島県庁、そして翌日、ミヤチク、イシハラフーズ、そしてローソンファーム宮崎というふうに予定をしております。

先ほど申し上げましたけども、県南調査につきましても、調査先との調整もこれからとなり

ます。皆様の御意見がございましたら、お願いいたします。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

岩下委員長 異議なしという声でしたが、それではこのように決定してよろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

岩下委員長 ありがとうございます。それでは、そのように決定いたします。

なお、繰り返しになりますが、諸般の事情により、若干の変更が出てくる場合もあるかもしれません。その点につきましては、正副委員長に御一任をいただきますようお願いいたします。

次に、協議事項2の次回以降の委員会についてであります。

資料3をごらんください。表のとおり、年間の調査活動を計画しております。執行部からの説明聴取は、フードビジネスが4回、新エネルギー、TPP対策が3回、海外戦略が2回となるよう計画いたしております。県内調査は、先ほどの御協議いただきましたとおりでございます。県外調査は、調査事項のバランスを考えながら計画し、別途協議したいと考えておりますが、いかがでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

岩下委員長 異議なしの声でございます。それでは、そのような形で準備をしていきたいと思いますが、執行部の資料説明等につきましては正副委員長に御一任をいただきたいというふうに思いますが、よろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

岩下委員長 最後になりますが、協議事項3の「その他」でございますが、委員の皆様から何かございませんか。（「故障しないようなバスを使ってください」と呼ぶ者あり）というよう

な要望が出ておりますが、よろしく願いいたします。

時間延長、本当にありがとうございます。

日程確認でございますが、次回の委員会は7月の25日午前10時からを予定しております。

それでは、本日の委員会を閉会いたします。ありがとうございました。

午後0時7分閉会