

# 農林水産委員会 県外所管事務調査の概要

◆調査日程 平成30年8月22日（水）～8月24日（金）

## ◆調査先・調査内容

### ①総社市農林課／一般財団法人そうじゃ地食べ公社（岡山県総社市地頭片山）

調査内容：学校給食等への地元農産物利用による農業者確保・農地維持の取組について

総社市では、農業者の確保と農地の維持を図るため、一般財団法人そうじゃ地食べ公社を核として、学校給食に市内で生産された農産物を利用する「地食べ」事業を行っている。その仕組みは、公社が生産者から農産物を仕入れ、配送・販売する一方で、公社自らも農産物を生産・販売している。総社市内の学校給食での野菜と果物の利用率は、重量換算で38.8%（平成27年度）と、取組前の2倍を超えている。余剰農産物の買取りも行い、量販店や直売所での販売のほか、規格外品をレトルトカレー等地域特産品の原料とするなど、生産ロスが生じないよう積極的な販路開拓を行っている。

今回の調査では、公社を核とした地食べ事業の仕組みや生産者との取引条件、特産品の開発と販売、米を返礼品としたふるさと納税との連携などについて調査を行い、意見交換を実施した。

<主な質疑等>

- ・余剰農産物を利用した特産品開発の取組と流通ルートの拡大について



### ②京都青果合同株式会社／京都市中央卸売市場（京都府京都市下京区）

調査内容：京都市場における県産農産物の販売状況及び市場関係者との意見交換

京都市中央卸売市場では、1日当たり985トン、約2億6千万円超（平成29年度）の青果物が取引されており、京都府や滋賀県等の量販店や飲食店、加工業者等に供給されている。大分県産の青果物の取扱いは、野菜は2,554トン、10億847万円、果物は560トン、6億6,607万円（平成29年度）と、京都市場内でのシェアを着実に伸ばし、重要な産地と見なされている。

県では、「マーケット起点の商品づくり」と「力強い経営体の確保育成」を柱に農林水産業の構造改革に取り組んでいるが、水田政策の見直しが進む中、高収益作物への転換と園芸品目の更なる生産拡大を図る必要がある。

今回の調査では、卸売市場のせり及び場内視察を行い、市場が求める青果物の供給や産地づくり、トップセールスによる話題づくりなど、京都青果合同(株)の関係者と意見交換を行った。

<主な質疑等>

- ・物流のコストダウンと集出荷体制について
- ・いちご新品種「ベリーツ」の供給量と品質管理について



### ③ハートランド株式会社（大阪府泉南市幡代）

調査内容：水耕栽培サラダほうれん草による障がい者雇用の取組について

ハートランド株式会社はコクヨグループの特例子会社である。知的障がいや精神障がいのある方が主役となって働く職場を作るため、天候に左右されず年間を通して栽培できるサラダほうれん草の水耕栽培に取り組んでいる。2, 800㎡のハウスには90台の水耕栽培ベッドが設置され、障がいを持つ7名の社員が播種や収穫、出荷の作業に従事して、年間50トンのほうれん草を出荷している。また、収穫、出荷作業には近隣のB型作業所からも障がいのある人が従事するなど、農福連携の好事例として取り上げられている。

今回の調査では、障がい者の特性を理解した職場環境、栽培品質のマニュアル作り、合理的配慮の在り方などについて調査を行った。

<主な質疑等>

- ・障がいのある方の通勤や作業環境の整備、配慮について
- ・精神に障がいがある方を雇用する場合の配慮について
- ・多品種栽培や販路拡大のための営業活動について
- ・障害のある方の通勤方法について



### ④大分県大阪事務所（大阪府大阪市北区）

調査内容：関西圏での県産農林水産物の販路拡大とおおいたブランド確立について

大分県大阪事務所は大阪、名古屋の2大都市圏を含む愛知県から広島県までを所管地域とし、観光・物産のセールス活動の強化や企業誘致、移住者の掘り起こし、農林水産物の販路開拓とPR活動の強化などを行っている。

農林水産物の販路開拓・取扱量の拡大については、拠点市場での戦略品目のシェア拡大に取り組んでおり、特に京都市場ではピーマン、白ねぎの取扱量を拡大するため、知事によるトップセールスや生産者、JA、県が一体となった販促活動に取り組んでおり、着実にシェアを拡大している。

今回の調査では、おおいた豊後牛サポーターショップの開拓、しいたけの消費拡大の取組、かぼすぶりを中心とした水産物の販売促進の取組などについて調査と意見交換を実施した。

<主な質疑等>

- ・豊後牛サポーターショップ認定店に対するインセンティブについて
- ・メーカーや全農大分県本部職員の活動状況について



## ⑤株式会社匠／豊後牛ホルモンこだわり米匠（大阪府大阪市淀川区）

調査内容：おおい豊後牛のメディア掲載による集客効果とお客様の反応について

株式会社匠は大阪市内に焼肉店などの外食店を6店舗、精肉店、デリバリー店各1店舗を展開している。平成27年12月からは、店舗で取り扱う牛肉全てをおおい豊後牛に変更し、飲食店5店舗が豊後牛取扱認定店、1店舗が豊後牛サポーターショップとして営業されている。また、地元テレビのグルメ番組や新聞、タウン誌など幅広いメディアに露出することで、男女を問わず全ての年代に豊後牛のおいしさを周知し、集客効果と営業利益の確保に努めている。

今回の調査では、開店直後に吉田店長に説明を求め、その後夕食をいただいたが、当日は台風第20号が接近する中、18時の開店からサラリーマンや若者などの予約客が来店し、飛び込み客を断る場面もあった。また、女性店員からは、大分県の産地との連携や肉の部位と切り方、おいしい食べ方などの説明を受け、社員教育の状況や、ふだんお客さまに説明している様子を確認できた。

<主な質疑等>

- ・豊後牛サポーターショップに認定される利点について
- ・来店するお客様の傾向と満足度について



## ⑥株式会社なにわ花いちば／大阪鶴見花き地方卸売市場（大阪府大阪市鶴見区）

調査内容：大阪市場における県産花き取扱い状況及び市場関係者との意見交換

株式会社なにわ花いちばは、大阪鶴見花き地方卸売市場に入場し、全国から切花等を集出荷・販売する卸売業者である。近年の不景気による切花の販売価格の下落や国内の市場規模の縮小に加えて、原油価格の高騰による生産コスト増もあり、生産農家は苦境に立たされているが、同社は輸出専用の高機能集出荷貯蔵施設「HanaKo」を新設し、海外で高い品質を評価されている日本の切花を、主としてアメリカや中国に輸出する取組を強化している。

今回の調査では、「HanaKo」の施設調査を行うとともに、同社関係者からは、現在、海外で評価されている日本の草花などの情報や大分県産花きの輸出先、国内市場において継続的に取引されるための出荷量や価格帯などについて示唆をいただき、意見交換を行った。

<主な質疑等>

- ・最近10年の市場における取扱数量、金額の減少とその理由について
- ・大分県産花きの市場における評価と今後取扱量の増加が見込まれる品種について

