

令和3年度 第1回 滋賀県環境こだわり農業審議会議事概要

- 1 日 時 令和3年8月3日（火）14:00～16:00
- 2 場 所 大津合同庁舎7階 7-A会議室
- 3 出席委員 宇治委員、大林委員、岡本委員、小野委員、加藤委員、立花委員、
田中（勝）委員、田中（浩）委員、中井（浩）委員、西田委員、
深尾委員、福井委員、山崎委員、和田委員（14名）
（欠席：北川委員、高木委員、辻本委員、中井（京）委員、永井委員）
- 4 資 料
- ・【資料1】環境こだわり農業について
 - ・【資料2】滋賀県環境こだわり農業推進基本計画（概要版）
 - ・【資料3】滋賀県環境こだわり農業推進基本計画の進捗状況と評価
 - ・【資料4】各関連事業の進捗状況について
 - ・【資料5】滋賀県環境こだわり農業推進基本計画の改定について

5 議 事

- 【田中（勝）会長】 はい、ありがとうございます。ただいま会長職を拝命いたしました、滋賀大学の田中勝也でございます。どうぞよろしく願いいたします。
- この審議会も前期と変わらず引き続きの方々もいらっしゃる一方で、新しい委員の方々もいらっしゃるということですので、積極的に発言をいただき、この審議会を活発なものとしていただければというふうに考えております。
- もともと環境こだわり農業というのは2004年に始まったと思うんですけども、その頃の主な中心テーマは農業と環境、特に水質問題だったと思います。それが現在、その水質問題も依然として重要であることに変わりはないんですけども、生物多様性ですとか地球温暖化問題ですとか、先ほど中田次長からも言及されましたように、生産性の問題ですとか、様々な環境以外のものも両立させていくということが求められる時代になっていると思うんですね。
- そういう意味で、この審議会がカバーすべき範疇というのも必然的に大幅に広がっておりますので、この限られた回数の中で、この環境こだわり農業というものの今後の方向性というものをまとめ上げていくには、今回も含めて実質的な議論をぜひ活発に進めさせていただき

たいと思います。すみません。今回は私、遠隔という形になってしま
うんですけれども、回線は恐らく大丈夫だと思いますので、できるだ
けこちらから遅延なきようにつつがなく議事進行させていただきたい
と思いますので、よろしく願いいたします。

すみません。一点だけお願いしたいのが、今、このZ o o mで、恐
らくなんですけれども、どなたが御発言されているかというのがち
らからでは少し分かりにくいかなと思うんですね。Z o o mの方は手
を挙げる機能で全く問題ないんですけれども、そちらの実地で参加し
ていただいている委員の皆様におかれましては、御発言される挙手の
時に、事務局のほうでその挙手された方のお名前をZ o o mで分かる
ような形で教えていただけると、議事進行のほうで助かります。事務
局の方、よろしいでしょうか。

【事務局】 はい、了解でございます。

【田中（勝）会長】 ありがとうございます。はい、すみません。

それでは、早速、時間も限られておりますので、議事を進めていき
たいと思います。今回は議事が4点予定されておりますので、皆様、
よろしく願いいたします。

それでは、まず環境こだわり農業について、事務局の説明をお願い
できますか。

【事務局】 環境こだわり農業について説明

【田中（勝）会長】 はい、ありがとうございます。ただいま事務局から説明がありま
したが、ただいまからは皆様より御意見などいただければというふう
に思います。

それでは、どなたからでも結構ですので、今の事務局の説明内容に
つきまして、御質問、御意見等ありましたらお願いします。いかがで
しょうか。

【岡本委員】 はい、岡本です。よろしく願いいたします。

環境こだわり農業について御説明いただきまして、とてもすばらし
いことをされているんですけども、なかなか私たち消費者には伝わっ
てこない。というのは、とてもいいことをしているんだけど、宣伝と
言ったら怒られるかもしれないけど、宣伝下手なのかなというふう

に思います。

5 ページのところ、スライド9のところでも、「琵琶湖にやさしい」だとか、それから「食べることで、びわ湖を守る。」という、このフレーズはものすごく消費者に響くんですね。説明があったように、昔から粉石けん運動だと、とにかく琵琶湖の水質を守りましょうというのが私の年代ではものすごくこびりついていて、滋賀県というのはとても環境にも日本一厳しいところというイメージ、いまだついています。イコール、やはり「琵琶湖にやさしい」だとか、「食べることで、びわ湖を守る。」という、この言葉をもっともっと前面に出されて、それからゆりかご水田だとかいろんなことをされています。田んぼの中に魚を泳がしたり、そういうようなことを子どもたち、若い家族とともに楽しみながら、今は少しコロナ禍でなかなかできにくいところがあるかもしれませんが、そういう若い人たち、家族を連れ出して、しっかりと楽しみながら学習をさせる、そういうようなことをこれからもしていただくと、若い時というのは、子どもというのは、物すごくそういうところでは感性が強くなりますので、ぜひしていただけたらなというふうに思います。

テレビコマーシャルもよく拝見します。みずかがみなどの。でも、これだけこだわり農業というところが、私個人的かもしれませんが、そのところが伝わってきていないように思うんです。名前だけ、みずかがみだとか、滋賀県のコシヒカリというのが耳に入ってくるんですけども、どう特徴があるのかというところは、もっとコマーシャルの中で出されてもいいのかなというふうに思います。お米というのはもういろんな名前が出てきて、それが始終テレビコマーシャルでされていますので、どこが違うのかというところをもっと前面に出されると、見える化、見せる化というのが消費者に伝わってくるのではないかな、この一つ目の議題について、このような感想を持ちました。

以上です。

【田中（勝）会長】 はい、岡本委員、ありがとうございます。こだわりの農産物のメッセージがなかなか伝わりにくいという、そういった御意見だったと思います。特に品名についてはある程度認知があっても、その内容についてどう違うのかですとか、最後に言われた見える化、見せる化ですね。これは確かに非常に大きな、結局消費者が実際に手に取ってもらうには、ある程度の露出と情報がないと、やはり実際に買ってはいただけないと思いますので、その辺りに少し課題があると、そういう

岡本委員の御発言だと思います。

ありがとうございます。

時間も限られておりますので、もしよろしければ、実際に販売、流通などをされている委員の方から、ただいまの岡本委員の御発言について、何か御意見、コメント、何でも結構なんですけれども、いただくことはできないでしょうか。具体的に申し上げますと、例えば今回から新しく入られていらっしゃるイオンリテールさんの宇治委員、もしよろしければただいまの御意見について何かいかがでしょうか。

【宇治委員】

はい。イオンリテールの宇治でございます。初めまして、皆様、よろしくお願いいいたします。

先ほど御説明あった内容については非常に理解できる内容で、非常にすばらしいことだと思うんですけども、販売する立場からすると、お客様に何が訴求したいかと言うとやはり味なんで、この辺り、いいことを一生懸命訴求するのももちろんなんですけれども、この米は非常においしいということが一番でないと、リピーターがなかなかつかないということになりますので、継続的に販売するには、やはり味の訴求という一番大事な部分をやっぱり忘れてはいけないと思いますので、ぜひその辺りも検討いただきましたら、よろしくお願いたします。

以上です。

【田中（勝）会長】

宇治委員、ありがとうございました。なるほど。やはり1回は買ってもらっても、おいくなければ2度目はないということですね。非常にシビアですが、消費者としてはやはり当然そういう判断になるんだろうなというふうに思います。

もしよろしければ、小野委員も何か関連して御意見いただいてもよろしいですか。

【小野委員】

皆さん、こんにちは。坂ノ途中の小野と申します。

そうですね。宇治さんのおっしゃったところは、本当に共感するなと思っていて、何か例えば、僕らはどっちかという、ちょっと際物系というか、ちょっと変わったメッセージを出して、お客様の共感を引き出して売っていくという感じでやっていますが、やっぱり僕らも共感性で買ってもらえるのは1回までやでという感じで言ってます。

だから、こんな農家さんがいます、こんな品種があります、こんな意味があるから買ってくださいねと言うと、買ってくれるお客さんに

僕らは囲まれているんだけど、それに甘えていると、やっぱりお客さんってついていかないから、共感性というのはフックであって、その後というのは、もうちょっと本質的な価値で戦っていかなくちゃいけないという認識です。

それで言うと、認証のためにお金を払うという人って、基本いないんじゃないかと思っていますね。だから、認証自体に価値はなくて、認証で何を伝えているのかみたいなのが大事だったり、あるいは僕らだったら魚のゆりかご水田米だったら売れるなみたいな、何か伝えられるメッセージがあるかなみたいなことを聞いてて思いました。

なので、やっぱり環境直接支払いの農地のシェアがめっちゃめっちゃ高いというのは去年、僕、すごい驚いたんですけど、それ自体はすばらしいことなんですけど、やっぱり今年のテーマにすべきは、そのシェアが初めて減少に転じた、すごい高いんです、維持できてますじゃなくて、初めて減少に転じてしまった中でどうしていくかというのを考えなくちゃいけないなと思うんです。

公の立場から何ができるかと言ったら、やっぱり応援対象の農産物が今のおいしさとかというのは、要するに競争環境の中でどうやって競争優位性を確保して戦っていきますかという話なんですけど、それとは別に、競争にさらさない、明確に優遇するというのもあっていいんじゃないかと思います。それはいろんな国でオーガニックの拡大のために、今そういう体でとられていて、台湾だったら行政主導で台湾のイオンさんみたいなところに、地域の有機農産物、売らなあかんみたいな圧力がかかっていたり、いわゆる途上国でもそうですね。ラオスでも、首都の目抜き通りのでっかい広場は、オーガニックの認証を取った人しか出せない「国が運営しているマルシェ」があって、そこが国で一番野菜が高く売れる場所になっていたり、愛知県でもそういう取組がありますが、認証というよりかは、新規でオーガニックをしている人たちが集まってくる売場というのをやっていますが、何かそういう場所を県が思い切って認証取ってる人を優遇しますという姿勢を打ち出してやるというのが、このタイミングでは有効なんじゃないかなと思います。

以上です。

【田中（勝）会長】 はい、小野委員、ありがとうございます。最初の共感性の部分は宇治委員に同意されて、それ以外に環境直接支払いのシェアが減少する中で、これまでとは違うような、そういったフォーカスで新しいこ

とをすることも必要なのではないかとということで、オーガニックに対する優遇ですとか、そういった認証の支援ですとか、場所の措置、ラオスですとか愛知の事例も紹介していただいております。

それでは、まだまだこれからお二人の御意見などを踏まえていろいろな御発言があらうかと思うのですが、実は既にスケジュールが少し遅れまして、大変申し訳ありません。まずは、次の資料に進ませていただいて、その中で質疑応答する中で、先ほどの2委員の御発言にも立ち返り討議を進めさせていただきたいと思います。

それでは、次の資料といたしまして、環境こだわり農業推進基本計画の進捗と評価について、事務局より説明をお願いします。

【事務局】 滋賀県環境こだわり農業推進基本計画の進捗状況と評価について説明

【田中（勝）会長】 はい、ありがとうございました。それでは、かなり多岐にわたる内容でしたけれども、今の事務局からの説明につきまして、どこからでも結構ですので、皆様から御質問、御意見いただければと思います。本当にどこからでも結構ですので、いかがでしょうか。ここは少し長めに時間を取りたいと思います。

【深尾委員】 オーガニックの目標面積もあるわけですがけれども、例えばオーガニックを一生懸命やりたい人とこだわりでいい人との圃場が隣り合っている場合、こだわりのほうの人はかなり迷惑だと思います。例えば、これまであった例ですが、リンゴを無農薬でやっている人と普通にやっている方と虫の発生状況が違ってきます。無農薬のリンゴ園から害虫が飛散して来て困っておられるということでした。従いまして、やはり一定の面積をしようと思いますと、点在するよりも、エリアで考えるという発想が必要かなと思います。それからやはりオーガニックといえども、経営の収支が成り立たないとあきませんので、当面難しいと思います。優遇措置を行政のほうで、県と市町、国も何とか協力をお願いしたいと思っております。

【田中（勝）会長】 ありがとうございました。深尾委員、すみません。3点目のオーガニックに対する優遇についてはどのようにお考えということでしょうか。すみません、ちょっとそこところが聞き取れませんが、申し訳ありません。

【深尾委員】

今、県の資料No.3の一番下のところにもあるんですけども、乗用の水田除草機、かなり高いものですし、そういうことも含めまして機械の補助とか、やはりオーガニックは手間がかかりますので、そういう点で機械の補助あるいは流通コストとか、いろいろお知恵を出していただければと思います。

【田中（勝）会長】

はい、深尾委員、ありがとうございました。オーガニックと既存のこだわり農業のある種バッチングが圃場レベルの面的なところですか、それからオーガニックを普及促進していく上での大きな障壁となり得るような除草作業ですか販売に対するある種の便宜ですか、そういったところで課題が多いということですね。それをどういうふうに検討していけるかというところの問題提起をしていただいたということだと思います。

これこそ、まさに本審議会がこれから検討していくべき核心的課題の一つだと思いますので、ほかの委員の皆様、ただいまの深尾委員の御発言に関連して、あるいはほかのトピックでも結構ですので、御意見をいただければと思いますが、いかがでしょうか。

【和田委員】

すみません。滋賀県茶業会議所の和田と言います。よろしくお願ひします。

今の深尾委員さん言われました環境こだわりの中でも、特にこのオーガニックの件について、御発言をされております。お茶の関係も今、各農家ともに非常に興味を持って、何とか取り組みたいなという思いが増えてきているのがオーガニックでございまして、特に3年ぐらい前から海外のほうに展開をしようとしたら、やはりオーガニックやなということを農家の方も思っておられまして、そういったことで、特にアメリカに出すのに、今、需要があるんですけどもね。なかなかコロナの関係でうまく流通がいかないというところがありまして問題になっているんですけども、そういった意味でオーガニックを進めていきたいと思っているんです。

場所的には、今、リンゴの関係の例で隣り合わせという話が出たんですけども、お茶の場合、幸いかどうか分からないんですが、高齢化になってきまして荒廃茶園が若干増えてきまして、そういった意味では、隣の茶園との距離がものすごく取れるようになってきている部分がありまして、特に有機JASを取ることも含めて、オーガニック

の茶園についてはもう離れたところにポツンとある部分、そういったところを優先的にオーガニックでやっていこうかなというような取組を今やっていただいております、目標面積は今年はまだ多分目標を超えているのかなというふうには思うんです。

しかし、悲しいのが、さっき一番最初に岡本委員さんが言われたように、消費者の方にその評価をまだまだしてもらえてないというところがあるんですね。お茶の場合にも収量的には相当落ちる、半分以下の収量しか取れなくなるのですが、価格はあまり変わらないので、農家が気張って作ってもなかなか生産が拡大するには、その価格面で厳しいところがあるのかなと思っております。

そういった意味で、もう少しオーガニックでこういうものやと、その環境こだわり農産物も含めてですけれども、それらがもっとPRできて、これだけすばらしい農産物ですよということが一般消費者の方に分かっていたりするような施策をもっときつく打ち出していただけたらなというふうなことを思っております。

それと、岡本さんが言われた、子どもたちを巻き込んでの取組は、非常に大事かなと思いました。昨年、実はお茶の関係で、滋賀県内の小学校全てに滋賀県内でこんなに良いお茶は取れますよということで、ティーパックに詰めたお茶を配らせてもらったんです。学校で飲めないの、各家庭に持って帰って飲んで、感想文をうちの事務所のほうに送っていただいたんですけれども、そういった中でも、一つは滋賀県でお茶が作られているのを知らなかったというようなことが、まずありました。

しかし、飲んだらこのお茶、苦い煎茶でもこんなにおいしいのやなということを書いてくれる子どもたちもいました。

それとまた、おじいさん、おばあさん、お父さん、お母さんから後でまた電話をいただいて、今まで飲んだことないようなお茶でどこで買えるんやろというようなことで、多くの電話、今もまだかかっている状態です、やっぱりPRしていくのはその手法も含めて大事かなと思えます。特に、この環境こだわり農産物、オーガニックについても、子どもたちを巻き込んでするのがいい方法かなと思うんですが、何か学校で習ったこと、したことは必ず家へ帰って子どもたちはしゃべっているみたいですね。感想文を見てそう思いました。うちの孫はなかなかどうかなと思うんですが、ほとんどの子はやはり学校で習ったことを家でしっかりお父さん、お母さんにしゃべっているんやなと思えましたので、子どもたちのことは、またお父さん、お母さんが気

張って聞くように思いますので、そういった意味の広がりや広がっていったらなというふうなこと、今ちょっとオーガニックの話が出たので思いましたので、発言をさせていただきました。

【田中（勝）会長】 はい、ありがとうございます。お茶の生産という視点からいろいろと御意見をいただきまして、オーガニックに取り組みたいと考えておられるような生産者さんも結構おられるということで、それが1点目です。それから高齢化で、荒廃茶園とおっしゃっていたと思うんですけども、そういった問題があったりですとか、また課題として消費者に十分に評価してもらえず、オーガニックでは収量が半分になるんですけども、価格がそれに見合わないわけですね。そういった課題。そして最後に、岡本委員も言及されていた子どもを巻き込んだ関連活動を促進していくことの重要性、そういったことを御意見いただいたというふうに理解しております。

もしよろしければ、委員の中で和田委員と同じようにその生産者の立場から本審議会に出席されている方に御意見をいただければと思うのですが。もちろん、ほかの方でも結構なんですけどね。話の流れとして、生産者の方からご意見をいただければと思いますが、委員の皆様、いかがでしょうか。

【福井委員】 小さい農家ですけどお米とか果樹とか自分でやっています、いつも思うんですけど、一生懸命、農業やっているんですけど、私としてはおいしい米を作って食べていただける方に、おいしい米やなど言ってもらえるのが喜びで、一生懸命、毎日汗水たらして田んぼに出かけとるわけですけども、今、この場で聞いているのは、みずかがみとコシヒカリしか表に上がってないんですけどね。一緒にやっている同業者の話からも、その2品目以外にもおいしい米の品種をこれ作ったらおいしいでと言ってくれはる人が本当にたくさんいるんですわ。なぜ、そういう喜びが消費者のほうに情報として流れないのかなと。どうも僕はちょっと、性格によるのかしりませんが、そういう取組をしている、そういう団体から何か力が加わってほかのものを要するに推奨しないように仕向けているのかなと、ひがみっぽく思ったりします。その辺のことは、今日、ちょっと来られています滋賀県の方とか、そういう専門の方に聞いてみたいと思います。

それと、本当においしい米というのは、みずかがみ、コシヒカリの以外にほかにありますよということ、販売する側の人の意見もたく

さん来られていると思いますので聞けたらなと思って、今日は来させてもらいました。

【田中（勝）会長】 はい、福井委員、ありがとうございました。そうですね。その2品目、みずかがみ、コシヒカリ以外にもおいしいお米はあるということで、確かに県内でもお米の生産で品目数で言うと、具体的に何品目か分かりませんが、まあ、二桁ですよ。ですので、そういった適材適所と申しますか、地域や圃場によっておいしいお米というのは2品目に限らず様々なものがあるのは、それは農業というものの特質として当然なわけですので、そういったより多様化したような県のアピールですとかプロモーションですとか、そういったことがあり得るのかどうかという、そういったことをこれは福井委員、事務局に質問をされたということになりますか、それともほかの委員にも同様の意見を求めたということでしょうか。

【福井委員】 今、事務局の方にも販売される方にも、本当においしい米というのは、その二つだけ違ってほかにもありますよというのを、この耳で聞きたいなと思っています。

【田中（勝）会長】 ありがとうございます。はい、よくわかりました。
それでしたら、その公的なお立場で事務局のほうから御回答いただいても結構ですし、委員の中で販売の御立場の方に、個人的な見解のような形でも結構ですので、ただいまの福井委員の2品目以外のものの売り方について、少しざっくりと御意見いただければと思いますが、いかがでしょうか。

【事務局】 まず、事務局のほうから。

【田中（勝）会長】 はい、お願いします。

【事務局】 はい。米の品種なんですけれども、最近、おいしいお米作られてきていると思うんですけれども、制度として奨励品種という制度があって、いろんな米の種類があるんですけれども、滋賀県の中でどれが栽培に適しているかとかいうようなことをいろいろ調べまして、その中で今コシヒカリとかみずかがみとか、ほかにもあるんですが、それを奨励しています。県とか農協さんとかと構成しているような近江米振

興協会というところがありまして、その中でいろいろ話をする中で、家庭用に売っていくものについては、特にみずかがみとコシヒカリについては、環境こだわり米ということで進めていこうということで取り組んでおりますので、今のところ、その2品種をPR、CMしたりしているところです。もちろん今後、いろんな新しい品種とか、そういうおいしい品種が出てきて、また市場のほうもそういうものを求めてくるというようなことがありましたら、それが滋賀県に合うのかとか、あと市場からどういうふうに関わりがあるのかというようなことも含めて、調査させてもらいまして、導入等を考えたいと思います。また、いろんな情報を教えていただければと思っております。

【田中（勝）会長】 はい、ありがとうございます。具体的には、これからの検討課題ではあるけれども、2品目に特に限ったものではないという、むしろそういったオープンな方向性が県としてはあるということだと思えます。

ほかの内容についてでも結構ですので、非常に総合的な資料の御説明でしたので、ほかの皆様からもまた違った視点で御意見等いただければと思います。もうお一方、お二方ぐらいお話、御発言をお受けできればと思いますので、全方位的にいかがでしょうか。

【山崎委員】

こんにちは。山崎です。

すみません。滋賀県で農業でお米を6品種作っておりますけれども、みずかがみとコシヒカリって、米の質が全然違って、コシヒカリを食べている方がみずかがみを買われると、まずいと言われるんですけども、みずかがみの特徴としてさっぱり系なので、日本晴を食べている方はみずかがみをおいしいと言ってくれるんです。コシヒカリはちょっと餅系の粘りがあるので、みずかがみはまずいとか言われるのもあるので、お米の質を販売する時にちょっと言ってもらったほうがいいのかなと思うんです。

それと、近年、私たち、お米20ha作っているんですけども、業務用米を作ってくれとよく地区から言われているので、コシヒカリの作付面積は2番目で、みずかがみの作付面積が3番目になっています。1番は、お店でもう契約をされている、全然一般には出回ってない品種を作らせてもらっているんで、この面積を増やすということができないんですが、ちょっとそういうこともあるので、そういう点、よろしくをお願いします。

【田中（勝）会長】 山崎委員、どうもありがとうございました。確かにおっしゃるとおり、推奨品目のコシヒカリとみずかがみ、全く性格異なりますから、どちらかが好きな方はやはりもう一方はということはあると思います。そういったところは、やはり冒頭の委員の御発言にも関係してくるんですけれども、やはり内容をきちんと説明していくという、その中身ですね。岡本委員の御発言だったと思うんですけれども、商品名だけではなくて内容も伝わるようにというところに立ち返る御意見ではなかったかなというふうに思います。

それから、業務用米の御意見も承りました。

それでは、すみません、時間がさらに押してきていまして、申し訳ありませんが、ここで次の令和3年度事業計画について、事務局からの説明をお願いしたいと思います。お願いいたします。

【事務局】 令和3年度事業の進捗状況について説明

【田中（勝）会長】 はい、ありがとうございました。重点施策3点を中心に事務局から説明がありましたが、こちらにつきまして皆様、御質問、御意見などいただければと思います。いかがでしょうか。

【中井（浩）委員】 市場連合会の中井です。よろしくお願いたします。

今、事務局のほうから資料4について説明をいただいたわけですが、この資料4の（2）やったかな、重点施策2の流通拡大に向けた新たな取組というところで、（2）のところ令和2年度よりデジタルサイネージ。これ、滋賀県だけじゃなくて、昨今、他の県でもこのデジタルサイネージを取り上げるようになってきているんですね。その中で、今、参考になるのかどうか、テツandトモ、こういう芸能人を使って物を売ろうって、これ、安直な考えなのと違うかなと。我々、環境こだわり委員会なんですよね。環境こだわりの米を売りたいんであったら、最近、ドローンでの撮影ができたり、田園の風景も撮れるでしょう。それと、例えばここにもあるように、ゆりかご水田の子どもたちの作業と先ほど福井委員であったり山崎委員がおっしゃられた農家さんの苦勞、こういったものをこのデジタルサイネージで滋賀県独自のPRの仕方があるんじゃないかなと。それを県で逐次、24時間オープンされているお店もあるでしょうし、それを流すことによって理解いただく、足を止める。特に、このデジタルサイネージを使う場

合は、やはりその場所にマグネットとして足止めをできるような画像であったり、中身がなかったら、もう意味ないん違うかなど。ある意味、このテツandトモを使わなくたって、先ほど福井さんがおっしゃられてました、我々、一生懸命おいしいと言ってもらえるように作るんだというようなお話やった、これ、福井さんの顔を出して、俺が作った米やから食べてくださいよと話したっていいんじゃないかなど。

ですから、この進め方の中で、このデジタルサイネージを活用されるのであれば、店側の販売先の意見も聞かんといかんでしょうし、この中身、もう少し検討いただけたらなというふうに思いました。

以上でございます。

【田中（勝）会長】 はい、中井委員、ありがとうございました。デジタルサイネージというものの使い方とその販売方法について、もう少し実際の作り手ですとか、その背景ですとか、いわゆる芸能人を使う、そういったものとは違う、その環境こだわりにより適したものがあるのではないかという、そういった御意見、問題提起だったと思います。

はい。そちらと関連してもそれ以外でも結構ですが、大林委員、もしよろしければいかがでしょうか。内容については今の中井委員の御発言に関してもしなくても結構です。いかがでしょうか。

【大林委員】 はい。すみません。青年農業者クラブの大林です。

ちょっと純粹に教えてもらいたいんですけども、このオーガニックのコシヒカリ2kgの値段、幾らぐらいで販売されているのか率直に知りたかったのと、あと支援対象取組面積、3番目に堆肥散布とかもあるんですけども、ここ近年、どうしても米価も下がってきて転作割合増えてきて、麦、大豆で地力の低下というのが問題になっていると思うんですけども、それでやっぱり環境こだわりでやられていて収量が減ったから、緩効性肥料を入れて取るほうの、経営もしていかないといけないですので、そういうことも分かりますし、今の堆肥散布に関してなんですけれども、滋賀県も酪農、肉牛問わず、今また牧場を大きくされていまして、堆肥もあります。いい堆肥もできているというふうに伺っていますし、私自身、堆肥散布の作業も行わせてもらってるんですけども、どうしてもその堆肥散布にも、機械がそれなりに要りますので、散布する機械であったりとか、牧場は場所が決まっていますので運んだりとか、そういうことがありますので、その機械とか、また畜産課からも堆肥散布に関しては補助事業はあるのは私も

存じ上げているんですけども、環境こだわりのほうと絡めて何か一緒に事業を取り組んでいただけると。畜産課のほうは、堆肥をとにかく畜産農家から言われているから捌かないといけないというふうになっておられるんですけども、やっぱり田んぼの地力が痩せていることを堆肥でカバーして、良い作物を作ってというふうに、またそういうなんも進めていただけるとと思います。

【事務局】 事務局です。オーガニックなんですけれども、値段としては2kgで1,300円ぐらいだと思います。

堆肥散布なんですけど、大林委員がおっしゃられたとおりで、大豆とか麦とか畑作物にすると田んぼの地力が減っていくということで、水田作物の体系を考えた時に、やっぱりどこかで堆肥を入れるというのが非常にいいことだと思います。最近、また後でちょっと説明させていただきますけれども、CO₂の排出削減の取組ということを積極的に進めていこうと思っているんですけど、そういう堆肥ですとか、あとマメ科ですね。レンゲとかヘアリーベッチを入れるカバークロップという取組があるんですけども、そういう有機物を土の中に入ると、炭素の貯留、堆肥とかレンゲの全てが分解されるわけじゃなくて、土の中に残り、CO₂の排出削減にもつながるということで、県としても有機物を入れるような取組は積極的に進めていきたいと思っています。その田んぼの地力を上げるというのは、結局オーガニックとか自然の循環機能を活用して作物を作っていくということにもつながってくると思いますので、畜産課とも相談したり、できれば積極的に活用できるような方向で県としても進めていきたいと思っています。

ありがとうございます。

【田中（勝）会長】 はい、ありがとうございます。大林委員の御発言については、今、事務局のほうからほぼ回答されたと思います。

【小野委員】 もしよかったら僕もしゃべってもいいですか。

【田中（勝）会長】 はい、小野委員、お願いします。

【小野委員】 すみません。2回目の発言で恐れ入ります。

何点かあって、一つは緩効性肥料の使用なんですけど、プラスチックに被覆されたものって、今、マイクロプラスチック減らそう、脱プ

ラしようみたいな流れで割と問題視されがちだと思っていて、なので、その環境こだわり云々というところで言うと、生分解性プラスチックに限定するとか、何かしらそこへの目配りというのは必要だと思うんですけど、どんな御検討状況でしょうかというの問いの一つ目です。

二つ目は、これはお問合せじゃなくて感想として、効果測定をしないあかんと思います。デジタルサイネージ作りましたとか、のぼり作りますというのが、どんな効果を狙ってやってどうだったのかみたいなのを知りたい。テレビCMもそうです。すごい測定しづらいものですけど、フェイスブックやインスタで発信中とテツandトモさんの下に書いていたけど、であれば、どれぐらいのフォロワー獲得を目指して結果どうなったのかみたいな、この辺というのは何か完全に商売の領域なので、ひたすら効果測定してやり方を改善というのを繰り返していかないといけないと思います。

三つ目が、有利販売の考え方というのか、その有利販売における戦略性というのはもうちょっと要るんだろうなと思います。とてもじゃないけど、パッケージを変えることを有利販売とは言えないと思うんですね。ましてや、贈答を狙いますとありましたけれども、金のパッケージのものが贈答用で売れているって最近ありました？多分ないです。売れないです。なので、贈答用を本当に狙うんだったら、そもそもあの金のパッケージじゃないんですね。誰に、どうやって売るかというのとパッケージとか買う方が全てつながっているんで、どんな形の有利販売を目指すのかという戦略性は要ります。

例えばちょっとメルマガ配信していますという話が出ましたけど、それはすごいコミュニケーションとしていいと思うんです。たびたび会場でも意見が出てた、せっかく生産者のストーリーがあるんだからそれを伝えようやみたいなのって、15秒のCMじゃなくてメルマガでちゃんと語ったほうがいいと思うんですね。

そうすると、同じ予算かけるんだったらテレビCM打つんじゃなくて、例えば米を配って、まず個人情報で1万件なり10万件なり獲得します、1万件なり10万件なりの人にメルマガが届く状態にしますとやって、月に1回、年間12回メールを送ってお客さんの反応を見るとか、何かその限られた予算の中でちゃんと効果測定ができて、ちゃんとメッセージがお客さんに伝わるような戦略構築というのが要るよなと聞いていて思いました。

以上です。

【田中（勝）会長】 はい、小野委員、ありがとうございました。御質問1点と御意見2点ということですね。

まず、1点目はマイクロプラスチックの議論を踏まえて、その生分解性プラスチックを使ったような、そういった取組というのはどうなっているのかという御質問、これ事務局のほうから。では、先にその御回答を事務局のほうからお願いできますか。

【事務局】 はい。緩効性肥料のプラスチックの問題なんですけれども、また後ほどちょっと改定のところで話をさせていただこうかと思ったんですけれども、確かにプラスチックがこう田んぼの四隅に肥料が出た後の殻があるという問題がありまして、環境直接支払交付金の要件としまして、令和2年度から例えば浅水代かきとか、濁水と一緒に取組にはなるんですけれども、田んぼの中から外に水が流れ出ないような取組をするというような要件をつけているところです。それ以外は、生分解性のものとか、ほかのプラスチックを使わないような被覆資材を使った肥料とかがあると思うんですけれども、それについては今後、実際に有効なのかというのを調べて、導入するかを検討したいと思います。今、そのような状況になっています。

【田中（勝）会長】 はい、事務局、ありがとうございます。

また、小野委員からの御意見2点、一つは販売促進のキャンペーン、デジタルサイネージも含めて、そういったものの効果測定をしたほうがよいのではないかということですね。確かに、実際にいろいろなキャンペーンをこれまでにやっていますが、中には効果が非常にあったものもあれば、そうでなかったものもあると思うんですね。そういったものから取捨選択して行って、効果のあるものを続けていくという、それが恐らくは望ましい形だと思いますので、この効果測定はすぐに事務局として回答できるたぐいのものではないと思うんですけれども、今後の検討課題の中には含めていただきたいなど、私も個人的に思いました。

それから、有利販売の考え方についても、現在、進めているようなパッケージングのものとはまた違った考え方を持っていくことも恐らく重要だろうと、かなりオブラートにくるむと、そんな感じでしょうかね。それについてもやはり同じことだと思います。デジタルサイネージの件もそうなんですけれども、やはり消費者の物の買い方ですとか、かなり変わってきております。その中で環境に配慮したものを買

うという購買様式というのは、特に変化が激しいと思いますので、これまで効果があったものが今後のそうだという保証もありませんので、その効果を検証しつつ、パッケージングも含めて総合的に何か新しいもの、考え方の再検討というものも必要になってくると私も思います。この辺りは一応事務局に一つの今後の方向性ということで記録としてとどめていただければなというふうに思います。

小野委員もそちらでよろしいでしょうか。

【小野委員】 はい。パッケージというのは一例であって、有利販売をどう実現するのかという戦略づくりというのが肝になるというふうに認識しています。

【田中（勝）会長】 はい、ありがとうございます。つまり、小野委員が言いたいことはまだまだたくさんあるということだと思っんですね。いや、私もそうだと思います。こういったところは、やはりその審議会の限られた中だけではなかなか議論というのが深まることも難しいと思いますので、また別の機会などを設けまして多面的に御意見を伺えればと思いますので、事務局、小野委員、ほかの委員の皆様も、ぜひよろしく願いいたします。

はい。それでは、次のところで最後ですね。滋賀県環境こだわり農業推進基本計画の改定について、事務局から御説明をお願いいたします。

【事務局】 滋賀県環境こだわり農業推進基本計画の改定について説明

【田中（勝）会長】 はい、事務局、ありがとうございました。この審議会の本題とも言うべき環境こだわり農業推進基本計画の改定についての基本的な方向性と、今後のスケジュールについて事務局からの説明がありました。この内容と第1回審議会も終わりを迎えつつありますので、全体の内容につきましても総合的に御意見等いただければと思います。まだ本日御出席の委員で御発言をいただいております方に、ぜひ御意見、御質問いただければと思います。いかがでしょうか。どなたからでも結構です。

【立花委員】 立花です。2年ぶりにここの席に座らせていただいています。率直な感想として、今日はちょっといなかったこの2年間、どの様

に進んだのかが気になっていたのですが、最初の印象では、あらっ、全然進んでないわというふうに思いました。特に、環境こだわりはいい取組なのに全然広まってない、皆さん知らないよねというところの部分です。その当時、私は広告費が全然取れていないというふうにお聞きしていたので、そのところをすごく力強く言わせていただきました。そういった面では、今はメディア露出とかはされているんですけども、認知度がいまいち上がっていないというのが現状なのかなと感じます。私、会議に参加していなかったこの間、消費者として、まちでこの環境こだわりに出会えてたかどうかと考えると、あまり会えてなかったんですね。1度、自分の住んでいる近くのスーパーであえて探してみた時があったんですけども、その店舗には全然なかったんですね。それで、ちょっとショックだったのを覚えています。

ただ、今日、最後までお話を聞かせていただいて、認知度アップ以外の部分のいろんな問題が同時にいろいろ、そのCO₂のこともそうですし、プラスチックの肥料のこともそうですし、どんどん生産者の皆さんがこれに取組に当たって出てくる課題というのが、そのPR以上にすごく課題がたくさん出ているというのもすごく分かりました。

だからこそ、なおさら消費者にこういった取組というのも効率よく訴求していく必要があるのかなというふうに思いました。

ただ、本当に滋賀県、PRが下手だなと感じる部分、私も一応広告宣伝に関わる仕事をしてますので、その辺りはぜひそういうブランド作りの分科会があってもいいのかなというふうに思いました。

【田中（勝）会長】 はい、立花委員、ありがとうございます。とても1期外れたとは思えないほど話が変わってないということで、これは非常に厳しい御意見ですが、ここは真摯に受け止めなければならないかなというふうに思います。

それから、PRの問題ですね。これは確かにここまでの議論の中でも出てきたことでもありますし、最後にちらっと立花委員が広告に関連した分科会があってもいいじゃないかと、そういうこともおっしゃっておりました。実際、分科会という形にするかどうかというのは別にしましても、これは今後のこだわり農業を考える上でも避けては通れない重要なテーマで、恐らくこれまでの審議会でこういう御意見はたびたび出ていたと思うんですよ。

ただ、ほとんどスルーされていたのが現状で、立花委員が話が進んでいないと思われた一つの要因でもあるかと思えますし、私も非常に

重要で感心もありますので、ぜひここは事務局、ここいらで本腰を入れてこの問題に取り組むべきことかなというふうに思いますので、御検討をよろしくお願いいたします。

はい、ありがとうございました。田中委員、画面がオンになったということは御発言いただけますかね。

- 【田中（浩）委員】 はい、ありがとうございます。立命館の田中でございます。
- 今日のディスカッション、大変有意義でございました。私どもは、教育を教えておりますから学生も教育しているんですけども、学生は滋賀の野菜ですとかこのようなオーガニックの取組というのは、すごく理解が高いんですね。
- けれども、自分の消費とのつながりというのがすごく弱くて、買っていきたいと思いつながりながらも、やっぱり価格的にお金、ツールがないというのか、そこが今、一番大きなところなので、ここはずっと取り組んでいききたいというふうに思っております。

- 【田中（勝）会長】 はい、田中委員、ありがとうございます。
- 具体的には、どういったことをこれからされるとかそういったことって、何かお考えおありですか。

- 【田中（浩）委員】 全部をいろいろなところで取り組んではいるんですけども、私はマーケティング、特に流通なので、購入のところにも切り込んでいききたいというように思っております。

- 【田中（勝）会長】 はい、ありがとうございます。そうですね。マーケティング、特にこの審議会では、これまでやはりどうしても生産者にどちらかと言えば比重が高かったような気がするんですね。こだわり農業は結局、それを実際に買ってくれる消費者のことも考えないわけにいかないわけですので、そういったマーケティング的な視点から、今後、ぜひいろいろなことを進められて、審議会のほうにもフィードバックをいただければと思いますので、よろしくお願いいたします。

- 【田中（浩）委員】 承知いたしました。

- 【田中（勝）会長】 ありがとうございます
ほかに御発言いただいていない委員の方々、よろしければいかがで

しょうか。この資料5以外でも結構です。

【加藤委員】 加藤です。今年度から参加させていただいております。よろしくお願ひします。

初めて参加させていただいて、いろいろ勉強になりまして、研究分野的というより、どちらかと言えば消費者的な視点から聞いていたんですけれども、やはりPRの点とか、なかなか実際、自分で買おうと思っても買えないなみたいな話はふだんから感じていたところなので、そういう話というのが大切なんだろうなというのは改めて思ったところですよ。

あとは、PRとかそういう話も含めてなんですけれども、やはりこの環境こだわり農業で環境面の話とかされていて、最初のほうとかでちよこっと出てきていた日本農業遺産が認定されてとか、ほかにもいろんな政策でこういう環境系の話というのはあると思うんですよ。子どもの教育とかでもグリーンツーリズムとかいろいろ取り組んでいたりとかもあると思うので、そういう点と環境こだわり農業とかもくっつけてPRしていくとか、何かもっとほかの政策の環境面、環境系の政策とか、そういうのともくっつくと、よりPRしやすいのかなというのを聞いててひとつ思ったので、発言させていただきました。

【田中（勝）会長】 はい、加藤委員、ありがとうございます。1点目の消費者の視点が重要と、これは田中委員とも共通する重要な視点だと思います。それから、ほかの環境を関連の政策ですとかとの組み合わせですね。これは確かに重要ななというふうに私も思いました。特に滋賀県は琵琶湖を預かるという立場上、やはり環境関連の政策が特に多い県だと思うんですよ。ともすれば、それは乱立を招き、混乱にもつながりかねませんので、うまくそういったものを組み合わせて、より一般の方々に分かりやすい形で、かつ相乗効果を考えるというのは、非常に効率的かなというふうに伺っていて思いました。

ありがとうございます。

そうですね。西田委員、御意見等ございますでしょうか。今日の内容の全体的などの部分でも結構ですので、よろしければいかがでしょうか。

【西田委員】 道の駅あいの土山で駅長をさせていただいています西田と申します。

前回、2年間ぐらいこの会議に参加させていただきまして、毎回、私、お話聞かせていただいて、いろんな勉強をさせていただいてるんですというようなことをお伝えさせていただいているかと思うんですけども、今回に至りましても、いろんな勉強をさせてもらったなと思ってます。

ただ、この2年間参加させていただいてた中で、道の駅というところは情報発信するところですからとか、PRさせていただきますのでということで伝えさせてもらったかと思うんですが、その伝えさせていただき方がうまく伝えられへんかったのか何かで、特にポスターであったりとかのぼりであったりとか、こういう情報提供してくださいねというのを伝えていただいたような気がしなかったというのが実際のところなんです。

小さいポスターが来てとか、A4サイズの何かチラシ差してくださいねというのは、通常どおりずっとあったんですが、ここの場に参加させていただいて、こういう形でPRできたら少しでも皆さんに知っていただけるのかなというようなことをお伝えさせていただいたような気はしているんですけども、実際、消費者、ほんまに売場に立ってても、お米一つにしても、お茶一つにしても、それ以外の農産物に対しても、さほどこだわっているからとか、オーガニックやからとか、無農薬やから、有機栽培やからというのを全然把握した状態で御購入いただいていることがないというぐらい、断言してしまうと失礼な話かもしれないんですが、実際そういうふうにはしか見受けられないんです。先ほどいろんな方からお話聞かせていただいた中で、おいしいお米を食べていただきたいんです、おいしいお茶飲んでいただきたいんですとおっしゃっていただく。それにプラスアルファ私たちの店員なり従業員が、こういうお米はこういう形でできているんですというのをお伝えさせていただいているつもりなんですけども、消費者は安いものしか買ってくれません。なので、少しでも作っていただいている方が、こんなおいしいもんがあるねんとか、こういう形で作ったんやということがほんまに分っていただいて、お客さんのほうに伝えられる、伝えさせていただけるのは私らの仕事やと思っておりますので、その辺も含めて、滋賀県には20個道の駅があります。各道の駅には、ほぼ直売所がついてますので、こだわり農産物にかかわらず、おいしいお米は、もちろん滋賀県認証とか推奨してはるのは、みずかがみやコシヒカリやと思いますが、キヌヒカリ、きぬむすめ、ミルキークイーン、好んでくれるお客さんもいらっしゃいますので、その辺も含めて作って

いただいている方の気持ちが消費者に伝えられるようなPR活動、情報発信ができるようにしたいと思いますので、その辺を含めて県のほうでも考えていただいて、検討していただきたいと思いますので、どうぞよろしく願いいたします。

【田中（勝）会長】 はい、西田委員、ありがとうございました。道の駅というお立場から貴重な御意見いただいたと思います。特にこの審議会を通じた形、それ以外でも何か具体的なアクションがないというのは、非常にもったいないことでもありますし、道の駅というのはある種環境ですとかその配慮した農産物を求めてお客さんが来るような場所でもありますし、ある程度分かっている方というのも大勢いらっしゃると思いますので、具体的なアクションというのはこれからあってもいいかなというふうに思いますので、事務局のほうも御検討いただければと思います。

今日、実に多面的に生産者、消費者、流通、様々な視点で多くの委員の方々から貴重な御意見をいただきました。そこについて、何かもう少し言いたいですとか、何かお考えがまだおありの方ですとかそういう方、もしおられましたら、お一人お二人ぐらいは伺ってからこの会を閉じたいと思いますので、いかがでしょうか。

では、私、ちょっと指名させていただきたいんですけどね。すみません。また、冒頭いきなり指名して申し訳なかったんですけども、イオンリテールの宇治委員、冒頭で御発言いただいた後で、いろいろな御意見あって、その中の多くがやはり量販店というキーワードに関連するようなものもあったと思うんですね。具体的にどこがということではなくて結構ですので、イオンリテールさんのほうのお立場で、今日の内容について何かを感じになったことですか一般的な内容でも結構ですので、御意見いただいてもよろしいでしょうか。

【宇治委員】 はい。本日はありがとうございました。非常にいいお話を聞かせていただいて勉強になりました。

例えば、米というものに絞らせていただくと、世の中には北海道から九州までいろんな米があって、それを競争する状態で販売をしているということなんです。例えば、オーガニックのお米の話が出てたんですけども、今イオンの中では、バイオセボンという子会社がありまして、有機、オーガニック専門のお店があります。これは実は都内だけなんです。なぜかと言うと、都内しか売れないからなんです。

実は、近畿内でオーガニックの野菜が一番売れているお店は、構成比で言うと野田阪神店なんです。そういったデータを僕は持っています。ヒントになるかどうか分からないんですけども、今、取組自体は方向性は間違っていないと思うので、その消費者へのアプローチの仕方というのやはり一緒に大事で、マーケティングの話が出ていましたけれども、本当にそれが一番大事だと思いますので、テレビコマーシャルじゃなくて我々は実はユーチューブを使っています。そういったそのマスの使い方というの、やはり研究の余地があると思いますので、どうやって消費者の方に伝えるかというのは、今後議論を深めないと、なかなかこの話が前に進まないのではないかなというふうな感じで聞いておりました。

ちょっとすみません。生意気言いまして申し訳ございません。

【田中（勝）会長】 はい、宇治委員、大変貴重な御意見ありがとうございました。そうですね。非常に重要な点を含んでいると思います。全国の都道府県がお米について競合しているということをおっしゃいましたけれども、これ私、どの県を農業調査でも思うんですけども、自分の県の調査をするんですけども、売っているものには常に競合製品があるという視点がなくて、例えば滋賀県のお米に興味があるという消費者の方の意見が何%とそこで議論をしてしまうと、京都ですとか福井ですとかそういう消費者には常にほかの選択肢がありますので、それを考えた上で売り方を考えないと見誤ってしまうというのは、私も専門の観点から思っていたことでございます。

バイオセボンですね。私、バイオセボン、大好きなんです。東京出張とかで近くにある時は必ず行くようにしています。結構いろんな店舗を回りましたけれども、あそこはもうお客様が全然違うんですよね。もうそういうのを分かっている人が来て、決して多くはないんですけども、結構見ているといい買い物していかれるんですよ。やはり有機ですから、全方位的に売るというのはもうそもそも間違っていて、そういうのを求める一部の顧客にもうターゲティングする。ユーチューブを使われているというのは、まさにそういうことですね。テレビでコマーシャルをすれば全方位的ですけども、関心を持つ方というのは一部になってしまいますから、ユーチューブのほうが効率的なわけですね。それは非常に理に適っているかなというふうに思いました。

あと、様々なデータをお持ちだということをおっしゃっていただき

ましたけれども、まさにそのマーケティングも含めて、これからはデータを活用して、どのような消費者に、どのような売り方をしていくかというのを考える時代ですので、そういった視点からもイオンリテールさんの持つ御見識というのは、ぜひこの審議会にもフィードバックをいただければと思います。

すみません。ちょっと関連して1分間だけちょっと私も発言させていただければ。

私、今、アメリカのポートランドというところにおります。今回の研究活動とは別に、近隣のスーパーとかも回って、どういった形で環境配慮型の農産物が売られているかというのも大分リサーチしているんですけども、結局キーワードは三つだけなんです。その三つというのは何かというと、オーガニック、ローカル、それからアニマルウェルフェア、この三つだけです。低農薬、低化学肥料ですとか、そういう細かいのはあるんですけども、ラベルにはなっていないんですよ。実際にはやっている農家はいるんですけど、そこで消費者には訴求しないのか、規制が入ってるのか分からないんですけども、公のラベルとしてオーガニックとローカルというのは地産地消、地場産ということです。それから、アニマルウェルフェアというのは、例えば畜産で言うケージフリーとかグラスフェッドですとか、そういった取組ですね。この三つだけなので非常に分かりやすいんですよ。売場も完全に分けられているところが多くて、特に決まっているわけではないと思うんですけど、消費者は迷う必要がない。価格はかなり差があります。単純に言うと、2倍から3倍ぐらいはするんですけども、やはり買う人は買うんですね。ビオセボンさんのように、完全にもうそれに特化したスーパーというのもあって、やはりそこに行くお客さんというのは、もう普通のスーパーに行くお客さんは違って、いいとか悪いとかではないですよ。そういったすみ分けがより明確になっているというのが個人的な印象です。

すみません。時間、1分過ぎてますね。

もう少し私、いろいろと調べて、やはり滋賀県にはまだまだポテンシャルがあると思っていますので、そこでどう掘り起こしていくかというのは、ぜひこのいろいろなお立場から御参画いただいている委員の皆様とも今後より深い議論をさせていただきながら、できればその終わる2年後には、実質的には議論は1年間ですから、この1年間にできるだけ濃密な議論とともに、やはり2年ブランクがあっても変わってないなんてことが言われないうように、ぜひ頑張りたいなというふ

うに思いますので、皆さん、どうぞよろしく願いいたします。