

鶴田町農業委員会委員視察研修報告

視察先：みんなみの里（千葉県鴨川市）

大田市場（東京都）・国会議事堂

日程：平成十八年十一月二十日～十二月一日

参加者：下山昭郎・山形正直・神保弘・相馬一二

寺山清蔵・棟方顕悦・鈴木良子・三浦岩男

石村孝憲・長内弘美・澁谷篤・吉川昌彦

田村勝則・坂本榮一・澁谷光正・加賀谷忠栄

「千葉県鴨川市・みんなみの里」

「みんなみの里」とは、房総半島南東部、太平洋側に位置する人口三万七千二百二十五人の鴨川市にあり、正式名称を都市と農村の交流施設・鴨川市総合交流ターミナルといい、わが町の「あるじゃ」と同じように、公募による愛称であります。

業務内容は「あるじゃ」と同じようなものであり、道の駅の情報等施設と地場産品の直売所を兼ねた施設ですが、房総半島のリゾート性の立地を活かした観光体験型のハウスが隣接し、イチゴやトマトを栽培し、主に首都圏のお客様方に体験していただいているという。年間の来場者は一万人にもなるといふ。ちなみに物産販売の組合員数は、開設当初二百三十一人から現在では三百八十人にものぼるといふ。敷地は小さく、一般車両六十台と大型バス七台の駐車場ですが、売上高は、交流施設で一億八千万円で施設全体の来場者数は二十万人を数えるという。農産

物販売高は二億二千万円を超える

そうで、「長狭米」というブランド米を生産販売しており、その価格は5kgで二千八百円で、われわれの「つがるロマン」との価格差にはビックリしました。しかし、そこには千葉県が進める「ちばエコ農産物」の推進と、この施設のトップの考え方とリーダーシップ、そして生産農家の「所得向上のための生産」という考え方に沿った安全安心の食を追求する姿勢と団結力があると感じました。

ちばエコ農産物とは、千葉県が推進する事業で平成十四年から展開しており、化学合成農薬を二分の一以下に低減、栽培情報の公開、使用済みプラスチックなどの適正処理、生産管理体制整備などを統一させ、合格した地域を産地指定するなどの認証制度を普及しているものである。認証された産物には認証マークの貼付が許され、その条件として、収穫前の審査では、県の担当職員が実際田畑に行つて厳しい目でチェックするという。



△都市と農村の交流施設・鴨川市総合交流ターミナル「みんなみの里」。ブランド米「長狭米」をはじめ、安全安心な農産物を販売。販売高は2億円にも上る。

道の駅鴨川の清水宏事務局長いわく「農産物は結果」であり店頭

に並ぶ過程が大事「安全安心」な農業を展開する意味は「お客様に支持される事」である。地域全体が同じ考え方になれば、おのずと結果に結びつく。ころころ変わる国の農業政策に振り回される事の

ないように、自分たちの生産した物は自分たちで売り切る事が大事なのだという。

実際に、体験ハウスを展開している会長さんの説明では、千五百坪のハウスに「イチゴとトマト」を栽培し、イチゴ狩りなどにより年間一万人を呼んでいるという。

その組合員は酪農家二人、水稲が二人と野菜農家が二人の計六人で運営しており、酪農から出た排出物を肥料として活用したりと異業種の集合体により新しい形態の農業を実現している。

会長いわく「作るためだけの農業には限界があり、売れる物を作る農業にならないといけない」。また、この研修には清水氏と会長、鴨川市農林水産課の渡辺課長、県からは農林振興センター普及指導員の宇賀神さんほか一人出席され、市および県、施設と農家との連携が非常に良くとれている事が感じられる研修でした。何よりも地域がまとまり、農家が自分たちの所得向上のために意識を改革する事が大事であり、そこに県や市がバックアップする体制づくりこそ、必要なだと改めて認識させられた研修でした。最後に清水氏の言葉の中で印象に残った一言が「化学合成の肥料や農薬は、十年で一メートル地下浸透していく」との言葉でした。



△大田市場では館山所長さんから、青森リンゴの市場価格や評価を高めるための具体的なアドバイスを数多く頂きました。市場に入荷された鶴田産のスチューベンを見つけ、農業委員の顔にも笑みがこぼれました。

【大田市場】

東京都中央卸売市場九か所の中で約四十町歩の敷地に入荷量総額二千八百億円ともいわれる最大規模（東洋一ともいわれる）大田市場は東京都の台所の全体35%を取り扱っている。平成元年に神田より移転して現在に至る当市場は、仲買や買参人の形態や数も時代の流れと共に変ぼうし、大手流通業者（イオンやイトーヨーカドーなど）中小のスーパーなどへの供給が85%を占めるようになってきている。今、卸売りや仲買、個人単位の八百屋形態の会員が激減してきてい

るといふ。小売業者は毎年四十〜百五十の退会者があり、延べにすれば千単位の廃業者を数えながら現在に至っているという。今回は、JA全農あおもり・東京青果販売事務所館山広実所長に説明をいただきながら、リンゴの市場状況を視察するとともに、市場で評価を高めるための生産方法や出荷方法などについてレクチャ―していただきました。館山所長いわく「正月までのリンゴ市場では、青森リンゴは長野のリンゴにかなわない」と言い切り、メンバー一同ショックを受け

た様子で、実際に長野のリンゴと青森リンゴとの試食をさせながら相違点や具体的対応までも、実例を挙げて説明をいただきました。まず、長野県では三十六玉の出荷が主流でその比率は70%に達するのに対し青森県の主流はまだまだに四十五玉であること、その結果が食味に表れ、青森では三番手クラス、長野では一番手クラスになるのにも関わらず、市場価格が逆転することや、年中セリが開催されているブースで、長野県あずみ野産や岩手県江差産には、セリが殺到するが終わればセリ場が閑散となる状況などから、わが県より他県の方がブランド化で勝っている。「葉取らず」や「顔が見える」「センサー活用」などについては、セリ人にとっては当たり前のことで「こだわり」と流通価格は別ものなのだ」と断言。特に「葉取らず」などの「こだわり」については、市場入荷量と期間がポイントで、少量では市場価値は生まれない。それよりは、新梢の摘蕾を徹底し、花摘みの段階までに四頂芽に一票を指すことにより、三十六玉のパーセントを高めることこそが、食味の評価を高め市場価値も高まり、農家の実入りも向上する。まずは、一本の木からでも初めてみてはとのことでした。今一つ、青森県のリンゴ生産の不思議な点は、四十六万トンの生産高の内、

県外流通は三十万トンにすぎない。後の十六万トンはどうしているのか？市場販売者の目から見た生産への疑問と生産への提案、そしてアドバイスは非常に有意義な言葉に思えるのだが、実際現場で生産しているメンバーの皆さま方には、今までの仕事が否定されているような思いと、新しい生産体系に対する未知なる不安により、なかなか納得が出来ないのも事実であると思われまふ。しかし、まさに青森県全体のリンゴ生産の根本から見直すと同時にJA鶴翔にとつても農家所得向上のキーワードが見

つかったような気がいたします。「日本一青森リンゴ」と言う過去の固定概念から脱却し、市場評価日本一を目指して、生産農家の意識改革が必要と感じました。リンゴ王国青森県のリンゴに「こくが無い」との言葉にショックを受けるとともに、明治以降、同じリンゴ作りをしてきた青森県のリンゴ生産の危機であり、今からでも遅くない、発想の一大転換をするべき時と感じた次第です。以上視察地の中で、直接的に感じられる二施設について報告いたします。

