

農商工連携研究会（平成20年度第2回）—議事要旨

日時： 平成21年1月14日（水）16:00から18:00

場所： 経済産業省本館2階西8共用会議室

議事

1. 委員等からのプレゼンテーション
 - (1) 木内委員……「和郷園のご紹介」
 - (2) 大澤委員……「農商工連携」のコンテンツ・人材を創る繁盛直売所」
2. 意見交換

出席者

門間座長、飯野委員、上杉委員、大澤委員、尾崎委員、木内委員、小林委員、紺野委員、高島委員、竹田委員、皆川委員、山本委員

議事概要

木内委員、大澤委員から資料に沿って説明した後、「農商工連携のあり方について」を中心に討議。

各委員からの主な発言概要は以下のとおり。

（直売所について）

○加工業や農業が不振な理由は、その商品の「新しい価値（＝個性）」をアピールできていないからである。その商品価値をなかなか（消費者等に）気付いてもらえていない。直売所は「新しい価値」を生み出す場として、また、消費者にアピールする場として有効。

○直売所流通が活発になると、固定化している農產物流通の市場構造が活性化する。
○直売所の繁盛などで、一次産業と観光産業が連携することで、お互いの良さを引き出せる。

○繁盛している直売所には、コンテンツ（商品・サービスの製造仕様書）と人材が生まれつつあり、これを進化（ネットワーク化）させることによって本格的な農商工連携につながる。ネットワーク化のメリットとして、「各店の商品品揃えが向上」、「大口販売先と直接取引が可能」等がある。

○「新しい価値」は初めから量産できない。これからは、「新しい価値」を自ら進んで創っていかなければならない。農商工連携のゴールは、地域に「新しい価値」を創出してグローバルな新市場を創ることであり、直売所の活性化は一つのゴール

の姿ではないか

- 直売所は外から来る消費者によって成り立っており、また、その地域のミニスーパーとしての役割を果たすことでも成り立っている。
- 東京世田谷では地産地消を進めているが、なかなか農産品が集まらない。そこで農協が集荷をしていく仕組みを作れないか検討している。
- 売れ残りの対処法に関しては、買い取り方式がある。買い取り方式では無駄を出せないので、仮に買い取った農産品が売れ残った場合は、加工して新しいビジネスにつなげるという試みをしている。
- 地方の直売所では、午前中に品切れなった場合、需要があるのに集荷がうまくいっていないため、損をしているケースがみられる。
- 直売所に農産品の提供しているのは、ほとんどが兼業農家である。
- 直売所に出荷している農家は、自分のものが売れ残ったら恥ずかしいという理由で農産品の価格を適正な価格以上に落として販売する、いわゆる直売所デフレが進んでいるケースがある。
- 消費者は、直売所でものが売れたら、農家は皆喜ぶと勘違いしている。また、直売所でデフレを起こしている価格を見た消費者は、流通業者が間でかなりのマージンを取っているのだと考えてしまいがち。これから直売所には、直売所デフレを起こすことなく、適正な価格・適正な商品価値を伝えていく役割が求められる。
- これからは、農協流通・市場流通ではなく産直流通をする農家を支援していくべき。

(農商工連携のあり方について)

- 安全・安心がプラットフォームとしてあることが最低条件であり、これは農商工連携のキーである。安全安心のプラットフォーム形成に役立つ仕組みとして GAP (Good Agricultural Practice : 適切な農場管理とその実践) の取得が挙げられる。
- GAP は難しいものではなく、当たり前のことを当たり前にやっているだけのもの。したがって、GAP は、やったからといって商品にプレミアがつくものではなく、専業農家が兼業農家と差別化した生産を実現している意識作りをするために取得する性格のもの。
- GAPについて2つの考えがあり、一つは農業側の適正評価である。もう一つは、生協側（消費者側）がどう評価するかという考え方である。農業者は GAP のような基準を作り、消費者側は監査人を置く。監査人は、農業支援センターの研究員と産地に訪れ、公開で監査をする。これによって、農業者の努力や苦労を、消費者自らが評価する仕組みを作る。この仕組みによって、農産品の価格に大きな影

響を及ぼすこととなる。

- 消費者に GAP の基準を全て伝えきるのは難しい。いきなりハードルを高くするのではなく、徐々に GAP の普及を図っていくことが必要ではないか。
- 「農商工連携」で地域経済を活性化するためには、連携で「何をするのか」、「誰がするのか」が重要。前者は、「売れる商品・サービス」を生み出すこと。後者は、「連携を主導するキーパーソン」を全国、津々浦々に作ることが必要である。
- 技術革新の例として、消費者に分かりやすく産地等を伝える手段であるトレーサビリティが挙げられる。
- 農商工連携を推進するために、農業側から商工側へ食育等（農業の特殊性・特性）の理解を働きかけていかなければならない。
- 品質が安定することが大事な要素になる。
- 農商工連携フォーラム in 千葉に参加し、学んだが、農商工連携の成功の秘訣は、農家を儲かるようにすること。儲からない農商工連携は駄目。
- 農業発信型の農商工連携を考えていかなければならない。
- 農商工連携に模範解答はないと思う。地域性や地域におかれている状況に従って、バリエーションを持った取組が重要になってくるのではないかと思う。
- 専業農家と兼業農家の位置付けをどうするのかが重要な役割となる。また、人材をどのように確保し、活かしていく仕組みも重要なポイントであると思う。

(以上)