

第 3 回
地産地消推進検討会
議事録

平成18年11月27日

農 林 水 産 省

午後 1 時 0 0 分 開会

○鈴木生産振興推進室長 それでは、定刻となりましたので、ただいまから平成18年度第3回の地産地消推進検討会を開催いたします。

開会に当たりまして、生産局長の西川よりごあいさつをさせていただきます。

○西川生産局長 本日はお忙しい中を本検討会にご出席を賜りまして、まことにありがとうございます。

前回10月でございますけれども、今年の2月に地産地消優良活動として、農林水産大臣賞を受賞されました広島県の世羅高原6次産業ネットワークの地元で第2回検討会を開催したということで、地産地消関係のネットワーク化を中心にご検討をいただいたところでございます。

今日は、商工業と地産地消の連携のあり方について、日本商工会議所の篠原常務理事にお願いしております。商業会議所側から見た農業、農業との連携による地域振興などについて取り組みをご説明いただきまして、皆様にご議論いただくとともに、平成18年度の地産地消推進計画の策定状況なり、行動計画の進捗状況などの報告も私どもの方からしたいということでございます。これらにつきましても、皆様のご意見をいただければと思っております。

また、参考資料についておりますけれども、19年度予算要求におきまして、地域の関係者が一丸となって地産地消を推進することを目的とした地産地消モデルタウン事業といったもの、あるいはコーディネーターなどの人材を計画的に育成するために必要な予算なども新たに要求するなどして、地産地消の一層の推進に努めたいというふうに考えているところでございます。もちろん概算要求でございまして、この12月、政府原案が決定するまでには、まだいろいろと折衝時間等もあるわけでございますけれども、そういうこちら側としての要求の内容などについても説明をさせていただければと思います。

委員の皆様方におかれましては、忌憚のないご意見を賜りまして、この地産地消の推進がよりよく進むように、またアイデア等を出していただければと思っておりますので、どうかよろしくお願い申し上げます。

○鈴木生産振興推進室長 それでは、ここからは永木座長に進行をお願いいたします。よろしくをお願いいたします。

○永木座長 皆様方、本当にお忙しい中お集まりいただきありがとうございました。本日は今年度の第3回の推進検討会ということでございます。

前回は10月に広島県の世羅町で6次産業ネットワークということで、私ども勉強を兼ねさせ

いただきました、現地で検討会をさせていただきました。大変有意義な会だったと思っています。

今日は、今、西川局長からお話しいただきましたように、日本商工会議所の常務理事の篠原さんに来ていただいております。これまでに私どもは、学校給食、それから、観光等検討してまいりましたが、今日は商工業との連携というような観点で、また検討をさせていただくということでございます。

この地産地消というのはあちこちで、もう既に至るところで展開されているようで、世羅町でもそうでしたけれども、私ども非常に地域が活性化してきているということを感じました。それから、もう一つは、生産者と消費者の地場での距離感が非常に近まってきているのではないかなというようなことをじかに感じるようになってきています。ますますこの地産地消というのが、これからの日本の農業、あるいは食のあり方の一つの方向になりますように私ども鋭意、また今日も検討をさせて、勉強させていただき、お互いに議論を重ねたいと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

今日は、15時までということでございますので、時間も限られてございますけれども、どうぞよろしくお願いいたします。

最初に、議題に入ります前に、配付資料の確認と、本日の委員の出席状況につきまして、事務局からご報告をお願いいたします。

○鈴木生産振興推進室長 それではまず、配付資料のご確認をお願いいたします。

議事次第のほか、要領から「平成19年度地産地消関連予算（概算要求）の概要」という右肩に資料8まで資料ナンバーが振ってあるものと、あと、日本商工会議所さんの方から情報誌「石垣」、それから、関東農政局から「地産地消読本」、以上がお手元に配付をしてございます。よろしいでしょうか。

それから、本日の委員の出席状況につきましてご報告いたします。

萩原委員、田中委員、中田委員につきましては、ご都合により本日はご欠席との連絡をいただいております。また、秋岡委員におかれましては、遅れてのご出席ということで連絡をいただいております。ただいまご出席をいただいております委員数は10名でございます。

また、本日は日本商工会議所から篠原常務理事にご出席をいただいております。それから、取り組み状況のご説明をさせていただくということで、農林水産省から総合食料局食品産業企画課、それから、関東農政局から出席をしております。

以上でございます。

○永木座長 どうもありがとうございました。

それでは、早速議事に入らせていただきます。

本日は、3つの議題が用意されてございますが、まず最初に、商工業と地産地消の連携についてということでございます。

商工会議所における地産地消への取り組みについて、日本商工会議所 篠原常務理事からご説明をいただきます。その後、皆様方からご質問やご意見を伺わせていただくことにいたします。

それでは、篠原常務、どうぞよろしくお願いいたします。

○篠原常務理事 日本商工会議所の篠原でございます。

今日は、私どもの取り組みについて説明をさせていただく機会をいただきまして、ありがとうございました。

お手元に資料3というカラー刷りになっている資料がございますが、この資料に入る前に少しご説明させていただきます。私ども商工会議所の組織を紹介いたしますと、現在、全国で520の商工会議所が原則として市と名のつくところに設置されております。私ども日本商工会議所は、その520商工会議所の連合体でございます。全国で約145万の商工業者の会員が520の商工会議所に所属をいたしております。そのうち約94%は、中小企業の方々でございます。したがって、私どもの商工会議所は経済団体の中でも日本経団連と違いまして、地域の活性化、地域の中小企業、この2つをメインテーマとして活動をいたしております。

そういう背景の中で、私ども商工会議所の事業と農林水産業とのかかわりと申しますのは、基本的には私ども日本の産業構造上、資源がない、エネルギーもない、加工貿易で日本は外貨を稼いでいかなければいけない。そういう中であって、少なくとも自給できる食糧ぐらいは自給すべきということが基本的な考え方でございます。したがって、年々食糧自給率が下がっていることについては、私ども商工会議所の政策提言の中でも懸念いたしております。食糧自給については、食の安全も含めて、できるだけ国内で賄っていくということが、産業界としても、また、私どもの団体としても主張してきたところでございます。

ここ三、四年、今日のテーマでございます地産地消の問題も含めまして、商工会議所と農業とのかかわりということが、従来以上に私どもの問題意識として深くかかわってまいりました。その大きな背景は、2つあったかと思えます。

1つは、今年の通常国会で法律改正していただきましたけれども、まちづくりの問題と大きくかかわっているということでございます。具体的に申し上げますと、平成10年に大店法が廃止されまして、日本では、まちづくり3法という形で、大規模小売店舗の規制は周辺的生活環境の問題のみ扱うということになりました。その結果、この平成10年来どうということが全国で起こっているかということでございますけれども、郊外に郊外にと大規模店が出店いたしまして、特に農地、優良農地まで農地転用をして、駐車場5,000台、6,000台、敷地面積20ヘクタール、30ヘクタール、床面積で言えば7万、8万平米という、巨大な航空母艦のようなショッピングセンターが全国的に地方都市の郊外に見られるようになったということでございます。

この関係で何が起こっているかということでございますけれども、地域内経済循環が断ち切られているという問題意識を私どもは持っています。例えば、大ショッピングセンターが、人口10万、20万の地方都市の郊外にできるといたします。それまでの地方スーパーは地域内のもので地域の市場で仕入れて、地域で生産と流通と消費が循環して、そこで自己完結し、お金もそこで、地域で回っていたわけでございますけれども、例えば東京、大阪、名古屋の大資本が地方で出店いたしますと、お金は即日東京の本店の方に回ります。生鮮食料品すら巨大流通資本とのタイアップで、地域の市場を通らずに、自社の流通センターから配送されます。まさしく地産地消を断ち切るような経済活動が、今の流通資本では行われているということでございます。

それ自体については、経済行為でございますから、私どもは、けしからんと言っているつもりはないのですが、ただ、まちづくりの観点から、やはり商業施設も欧米のようにしっかりした立地規制を行ってほしいということでございます。もっと平たく申し上げますと、私どもが主張してまいりましたのは、大規模小売店舗も中小小売店舗、商店街も、消費者にとってともに必要であり、これらが、共存・共栄、共生できるような環境を整備してくださいということです。農林水産省の方には農振法・農地法の運用、国土交通省の方には都市計画法・建築基準法の改正、経済産業省の方には大店立地法の運用改善のお願いをしまして、この春に、おかげさまでまちづくり3法の抜本改正が行われました。

もう一つの背景は、平成の大合併でございます。約3,200～3,300あった市町村が今、約1,800に減っております。現在、520商工会議所がございますけれども、平成の大合併によりまして、商工会議所がある市の多くが周辺の町村を吸収合併いたしました。したがって、今、520の商工会議所のうち約半分の260の商工会議所は、市町村合併によりまして商工会議所の周辺

の町村部が市として合併されて、まだそこは商工会として残っているところがほとんどなのですが、実は農村部が市の中に入ってきたということでございます。商工会議所は市全体の商工業の発展も含めて、それと関連した農業、農林水産業の発展も含めて地域の活性化というところを見させていただいているものですから、やはり地域の活性化は商工業と農林水産業が一体になって、ここで取り上げられているような地産地消を推進するということが、地域内の経済や文化を断ち切ることなく地域の活性化に役立つ、あるいは地域の雇用にも役に立つ、また、食の安全も確保できる、そういう考え方で、ここ三、四年、農林水産業とのコラボレーションを進めてまいりました。

お手元の資料3でございますけれども、3ページ目に私どもの取り組みで、各地の商工会議所会頭等約200名が参加し、私どもの定例の委員会がございまして、農林水産省の皆様方や、あるいは全国農業会議所の皆様に講師として来ていただきまして、いろいろ勉強をさせていただいたところでございます。

4ページ目ですが、今、申し上げました政策提言でございますけれども、大きな流れといたしまして、食糧自給を向上させるためには、郊外の優良農地を安易に転用をして、ショッピングセンターをつくるような農転はおかしいという主張もさせいただきました。これが4ページの一番上の平成17年4月の要望でございます。

その後、いわゆるまちづくり3法の改正ということで取り組んでまいりまして、これは結果的には法律改正ができました。このまちづくりの関係でも、この真ん中のところに書いてございますとおり「都市と農村との連携強化」ということで、まちづくりに当たってこの連携強化は必要であるということも、私どもみずからの責任として実施すべき項目として掲げさせていただいております。

5ページでございますけれども、今日、私ども日商が、出しております月刊の機関誌「石垣」をお手元に持ってまいりました。これは、8月号の特集でございますけれども、15ページ以降でございますが、「商が変える、農が変わる」ということで、農業と商業のコラボレーションを特集いたしております。その中には、建設帰農の問題も含めて特集をさせていただいております。建設帰農の問題は、地方の商工会議所にとっても大きなテーマでございます。建設業は、商工業の組織の中で大きなウエートを占めている業種でございますが、公共事業の縮小によりまして、この方々たちの農業への転換問題は私どもにとっても大きなテーマでございます。

5 ページでございますけれども、私どもは「カリアック」という研修センターを浜松に擁しておりまして、全国から年間3万人が集まり研修を行っております。ここで、地産地消活動の一環として静岡県内の産品を陳列し、紹介・販売をさせていただいております。

6 ページでございますけれども、3年前から、私ども商工会議所は、観光問題は地域の活性化、地域の雇用にとって非常に大きなウエートがあり、いわば地方にとっては基幹産業の一つであるという位置づけをいたしております。3年前、第1回の商工会議所観光振興大会を宇都宮で開催し、第2回を昨年倉敷で開催、今年10月には第3回として函館で開催をいたしました。函館大会では、全国から約1,200名の方々にお集まりいただきまして、特に北海道の産品のみならず、北海道において、北海道、あるいは市町村が非常に力を入れておられます。移住といったテーマも含めて紹介をしております。先ほど申し上げましたように、平成の大合併によりまして、市域に相当広範な農村地域が入ってまいったものですから、グリーン・ツーリズムを商工会議所で手がけているところが増えつつございます。

7 ページでございますけれども、これはちょっと例示的に各地の地産地消の取り組みをピックアップいたしました。一番大々的にやっておりますのは北海道でございます。道内でとれたお米が6割程度しか道内で消費されていないということで、道内産米が内地に送られ、また、内地の米が道内に還流しているということでございます。札幌商工会議所、北海道商工会議所連合会では、高向会頭以下、非常に熱心に、まずは道内産米の消費をアップしようということで、北海道も入って、商工会議所、あるいは農業経済団体が一緒になって、会頭みずから先頭に立ち、あちこちで路上パフォーマンス等にも取り組んでおります。

7 ページにございますのは、日立商工会議所の地産地消運動の例でございます。

8 ページは、岩手県の水沢商工会議所の例でございますけれども、商業高校との連携によりまして空き店舗を活用し、地元の生鮮食料品を食べていただくというような、商業と農業と高校生のインターンシップを含めましたような事業でございます。

8 ページは、もう有名でございますけれども、気仙沼のスローフード運動でございます。有名シェフの三國氏もお招きして、イベントをやったり、地元の食を使って豊かな食生活を実現しようという運動を商工会議所が中心になってやっております。

9 ページでございますけれども、地域の特産品を活用した商品開発でございます。上段は長野県の小諸商工会議所では、「白土じゃがいも」を使ったポタージュスープを開発して売っています。下段は、実は今年から経済産業省の補助金制度で小規模事業者新事業全国展開支援事

業が始まりまして、1カ所900万円程度の補助金が経済産業省から私ども日本商工会議所経由で各地の商工会議所に交付される事業でございます。今年は初年度でございますけれども、84の商工会議所がこの事業に取り組んでおり、その多くが観光開発、あるいは物産開発でございます。その物産開発は、例えばここにございます、これは北海道の栗山でございますけれども、当地で限定生産されております「さらさらレッド」というタマネギを使ったブランド商品をつくろうという取り組みをしている最中でございます。

それから、10ページに続きまして、上段は石川県の輪島商工会議所でございます。現在は既になくなっている輪島の古代そうめんを復活させようというものです。また、下段、山口県の防府のハモは、関西の方に流れて高級ブランドになるんですけれども、地元でブランド化して付加価値をつけようという取り組みでございます。

それから、11ページは、これも経済産業省の補助事業であるJAPANブランド育成支援事業の一部でございます。三河湾のつくだ煮を全国ブランドにしようと、今、戦略を策定しているところでございます。

11ページの岡崎商工会議所は、農林水産省の食品流通高付加価値モデル推進事業に採択をいただいた地産地消のフェア等の企画でございます。

12ページですけれども、私ども商工会議所には、全国で約400の商工会議所の中に女性会という組織がございまして、現在約3万人の女性会会員を擁しております。5年前から、女性の起業家、業を起こす創業者を顕彰しようという事業を実施しておりまして、これは2年前の第3回女性起業家大賞最優秀賞を受賞した秋田県の大館の「陽気な母さんの店」という大館特産物直売所の起業事例でございます。農家の奥様約10数名が一緒になって、自分たちの家でとれた野菜、果物等を直売、あるいはレストランで加工して売る、あるいは料理として売るということを事業として立ち上げまして、非常に好評な事例でございます。

12ページの真ん中にございますのは、甲府商工会議所、富士吉田商工会議所とJ山梨中央等が商工団体農業団体連携合同会議ということで、全県ベースで商工会議所と農業団体が連携している事例でございます。

下にございますのは、今、全国で40カ所くらい「ご当地検定」がございまして、その中で札幌のフードマイスターとか、明石のタコ検定、あるいは西宮の白鷹SAKE検定など、食べ物にかかわる検定も増えつつございます。

13ページでございますが、冒頭申し上げましたように、私どもは、これからも、各農業団体

の方々と地産地消の動きだけでなく、もっともっと、商と農業をどうコラボレートするかという幅広いテーマに取り組んでまいりたいと思っております。その前提としては、冒頭申し上げましたように、食糧自給率をいかにアップさせるか、その中で商業と農業がウィンウィンの関係でお互いに両立できるような形でどのように地域を活性化し、地域の雇用を上げていくかということを考えております。そういう意味で生産基盤としての農地、特に優良農地の安易な転用というのはぜひ阻止をしていただきたいと思います。また、農業を担う人材の育成に取り組んでいただければ、と思っております。

(1) から (2) (3) (4) は今まで事例的に取り上げ、ご紹介したものでございますので省略いたします。

14ページですが、私どもは、まちづくり問題としまして、約2年半前から本格的にこの地産地消の課題にも取り組んでまいりました。法制度といたしましては、都市計画法、建築基準法の抜本改正、また、農林水産省におかれましては農振法、農地法の運用につきまして、ガイドラインの作成を今、ご検討いただいているところでございます。一方で、私どもは大型店の社会的責任、社会的貢献というテーマにも取り組んでまいりました。

この法律論議の中で、とりあえず決着いたしましたのは、抜本改正しました中心市街地活性化法の中に、「事業者の責務」という規定を第6条に入れていただきました。これは訓辞規定でございますけれども、国会審議の中で、経済産業大臣から、その訓辞規定に基づいて、経済産業省が、事業者が取り組むべき責務について、業界ガイドラインの作成を促すという約束をいただいております。既に、この業界ガイドラインは一部の業界ではできておりますけれども、今、公表されておりますのは、私どもが承知している限りでは日本チェーンストア協会だけでございます。

この中央での動きに呼応いたしまして、今、都道府県、市町村の地方自治体レベルで、大型店の社会的責任、あるいは地域貢献を求める条例、ガイドラインづくりの動きが大変急になっております。既に条例に基づき、大型店に地域貢献、社会貢献を求めましたのは、真ん中にございます福島県で、北海道、熊本県はガイドラインで規定いたしております。市のレベルで条例を制定いたしておりますのは、埼玉県上尾市で、こういうところは非常に広範な大型店が取り組むべき社会的貢献項目が、もう10数項目ありますけれども、その中に必ず県内事業者との取引、地産地消、地域の市場をどう使うか計画等を書かせています。

15ページは、既に実施しております熊本県の事例でございます。熊本県は、昨年12月からこ

れを施行しておりますけれども、イオン八代ショッピングセンターが熊本県に報告している項目の一部でございます。全体で10数項目ありますけれども、2番目の項目と3番目の項目だけピックアップいたしました。特に、今日のテーマに関心があると思われるのは3番目でございます。県産品の積極的な販売等、県産品コーナー設置など、県産品の積極的なPRと販売促進、「熊本県地産地消協力店」の取り組みへの協力と、こういうところでございます。この届け出は、業者側が県に地域貢献計画書の届けをしますと、インターネットで県民に情報公開されています。

16ページが、同じく熊本県熊本市にございますダイエーが県に届け出ている地域貢献計画書で、インターネットで公開されている内容でございます。これも同じく県産品の販売、需要拡大への協力ということで、どういう取り組みをしているかということが、ある程度わかるというふうになっておるところでございます。

以上が、私どものこれまでの取り組みでございますけれども、各地方公共団体も含めて、商工会議所もこの問題については非常に認識が深まってまいりましたし、取り組み事例も今、増えつつございます。ぜひ今日の会議も含めまして、今後とも私どもは農林水産省、あるいは地域の農業経済団体の方々と一緒になって、この取り組みをもっともっと拡充、強化、広めてまいりたいというふうに思っている次第でございます。

ありがとうございました。

○永木座長 どうもありがとうございました。

あらかじめ申し上げておきますけれども、篠原常務理事は途中で所用のために退席されるということをお伺いしております。ここで、今、お伺いいたしましたお話を材料にいたしまして、皆様方と議論をさせていただきたいというふうに思います。

今、お伺いしましたところ、全国で520の商工会議所があり、145万会員という非常に大きな組織でございます。これが農村の大きな市町村合併の中で農村との連携を強めているというお考えをご提示いただきました。大変この地産地消を進める立場からすると、心強い思いがいたします。

もう既に、先ほど局長も言われたんですが、大変いろいろな取り組みをされているようでございます。非常に率先して、こんなふうにやっておられるということを改めて今、勉強させていただいたんですが、少しどういう観点からでも結構ですので、ご説明いただけますか。

○篠原常務理事 1つ補足いたしますと、14ページにございます業界団体に経済産業省がガイ

ドラインをつくれということで、今、指導しておりますけれども、既にチェーンストア協会は
このガイドラインをつくっておりますが、チェーンストア協会のガイドラインの中には、この
14ページの下にございます北海道、福島、熊本の条例やガイドラインのような、地産地消の問
題は扱われていません。地方自治体の条例・ガイドラインで今は行われておるということでご
ざいます。私ども商工会議所は、この北海道、福島、熊本のような条例・ガイドラインを全国
的に広げる運動をいたしております。

○永木座長 いかがでございましょうか。

○吉田審議官 ちょっと1つ、商工会議所のその取り組みが出ているところなんですけれども、
先ほど元気な女性の会というようなのを聞きしたんですけれども、それ以外に、例えば認定
農業者だとか、認定農業者の中には、みずから販売するというようなことも言っておられる方
がいますが、そういう農業者自身はこの商工会議所の会員に入っている例というのは結構
あるんでしょうか。

○篠原常務理事 農業者も販売行為が伴いますと立派な商業でございますので、会員資格がご
ざいます。特に今、各商工会議所が一生懸命やっておりますのは、中心部の商店街に空き店舗
がたくさんございまして、にぎわいが失われ、本当に寂れておりますが、そういったところを
利用して、地元の農業者の方に店出してもらってにぎわいを取り戻すことです。地方に行きま
すと、車でスーパーに行かないと生鮮産品が買えないというふうな町が増えつつあります。地
域の、特に車をもう運転できない高齢者が、近所で歩いて買い物ができるところが少なくなっ
ていますから、そういう意味でもタイアップというのは今、あちこちで動きが出つつあります。

あともう一つは、観光イベント的に朝市ですね。毎週日曜日だとか、月に3回とか期間を限
ってですけれども、イベント的に朝市をやってにぎわいを取り戻しているという事例もたくさ
ん出ております。

○吉田審議官 農業者が入って、みずから企画しているという例はありますか。

○篠原常務理事 あります。私が見た例では、帯広の駅前の通りは農業者が皆さん自分で企画
・展示して、仕掛けだけは商工会議所が一緒になってやりますけれども、販売と展示は農業者
がやっています。

○永木座長 屋台村ですか。

○篠原常務理事 屋台村ではなくて駅前的大通りです。立派な商店街、歩行者天国にもなって
おります。

○西川生産局長 地域の活性化という面で着目もされているんですが、商工会議所の方で活性化度みたいな、どのくらい活性化したかという何か物差しみたいなものをお持ちなんですか。あるいは評価されたことがあるのでしょうか。

○篠原常務理事 今度の新しい中心市街地活性化法に基づいて、基本計画を今、各地域で作り直しているところなんですけれども、今度の新しい基本計画では、例えば来街者が幾ら増えたとか、あるいはそこに住んでいる人が幾ら増えたとか、あるいは売り場面積が増えたとか、あるいは小売商業の売上額が増えたとか、定量的な数値目標を掲げて毎年フォローアップしなければいけないことになっています。これまでは定量的な評価は余りございませんでした。

○西川生産局長 そうですか。

○篠原常務理事 私も実は個人的には農業をするのが趣味でございまして、これからは団塊の世代とか、ああいう方たちは自由時間があって、それで趣味として農業と、また、趣味としてNPO活動みたいな形でまちづくりだとか商業や商店街の活性化という両方に興味を持っている方が多い。そういう人たちをもっともっと我々は活用したいと思っていますし、そのために、商工会議所と農業団体の皆さんがもっともっと地方で連携させていただきたいと思っております。各論ですね。

農協さんは広域合併で扱う範囲が非常に広がった。市町村合併は行われているんですけれども、商工団体は商工会議所と商工会がまだ併存しているのが現状です。それで、私どもは商工会議所だ、商工会だということではなくて事業は連携してやりましょうということで、こういった特に農業が絡むような事業は商工会と一緒にやっていきますので、商工会議所と商工会も同じ、団体は別ですけれども、同じ事業を協同してやっているというふうにごらんいただいた方がいいと思います。

○永木座長 いろいろとイベントもやっていらっしゃるようですけれども、消費者とのつながり、交流といいましょうか、私どもこういうことをしながら食育ということも大変大事にしたいと思っておりますけれども、そういう取り組みもしていらっしゃいますか。

○篠原常務理事 はい。実は、食育問題、教育問題というのは非常に高いウエートを置いておりまして、特にこの教育問題の中で食育は教育の基本であるという認識です。特に商工会議所の中には、先ほどご紹介しました女性会という組織と青年部という組織がございまして、特に地域の教育問題については非常に興味を持ってやらせていただいております。その中で、食育問題は大きなテーマでございます。

○野見山委員 大変興味深く聞かせていただきました。ありがとうございました。

地産地消というのは、その源流をたどると地域主義に到達すると思います。その地域主義もいろいろありまして、極端に走りますと排他主義ということになってくると思います。また、地場産愛用運動のように矮小化された運動になっては、それはブームに終わってしまう気がするわけです。ですから、地産地消というの、やはり半開放的な地域主義というところが重要なというのが私自身の持論です。それで、その商工会議所の方でこれまで活動されていることを初めて聞いたわけですが、地場産の良さ、また地元でそれを流通すること、売買することの良さを、生産者、流通業者、消費者の三者がその理念を共有することが必要だと思います。商工会議所のいろいろな取り組みの中で、地場の商品を地場で販売することの意義についてどういった理念を掲げてあるんでしょうか。

○篠原常務理事 理念というか、もともとは地域内で経済を回すというのが、私どもの基本的な考え方であります。地域内経済循環については、排他的になったらいけないというのはおっしゃるとおりですし、また、ある程度一定の競争条件の中でやるべきだということもおっしゃるとおりなんです。実はアメリカの学者と議論すると、地域内経済循環という議論があるんですけれども、残念ながら、日本の経済学者は地域内経済循環という議論がないんです。これはもっともっと農林水産省の皆さん、日本の学者さんを教育していただいた方がいいと思うんです。地域のものを地域経済の中で回して、それで競争条件の中で、地域の雇用を増やして地域を活性化させるということについて、アメリカでは数値モデルもあるし、学問ルートにもなっていますし、専門の学者も相当いるというふうにアメリカの人と議論するとされるんですけれども、日本では競争、自由競争だけの議論で、地産地消は途切れている学者さんが多いです。

私どもは、基本的に地域の中で経済をいかに循環させて地域を活性化させ、地域の雇用を増やして、それで、食の安全も確保しながらフレッシュなものを地域の人に喜んでもらえるのかという観点に立っています。今日は、ちょっとまだ今は準備中なのでご紹介しませんでしたけれども、実は、今、商工会議所の中で大きな漁港を持っている商工会議所が集まって、漁業振興と国内の魚食の伝統文化、魚食の振興、食育、それから、漁港を含めた地域の観光開発というものを商工会議所で連合体をつくろうというので、今、ちょっと勉強会を始めています。気仙沼だとか、三崎だとか、大きな有名な漁港があります。そういうところは皆、商工会議所地区なものですから、そういう問題意識を持っている商工会議所が集まって、横断的にそういう勉強をやって、また、農林水産省の皆さんのご指導もいただきたいと思いますけれども、

そういう動きもあります。

○野見山委員 地域内経済循環について研究している日本の学者もいると思います。地域内経済循環をすることが、その地域の消費者なり流通業者にどんなメリットがあるかということ、商工会議所の方からこんなシナリオなりテーマを指し示して問いかけるというか、提示することが必要だと思います。

○篠原常務理事 そうですね。それはやりたいテーマなんですけれども、まだその定性的な議論はできるんですが、定量的に、例えばどこの地区の地区内経済循環が今どうなっているか、あるいは過去はどうだったか、将来どうなるのか、問題があるのかないのかというようなところまで研究が進んでおりませんで、実はそのような研究者も今、日本ではいないんです。そこまで各論ベースでやってくださる方が必要です。

○増田委員 私は、大型店舗と地産地消の取り組みというところで、14ページ以降の資料で伺ったところについて申し上げたいんですが、中でも特に15ページ、16ページの、これはホームページからおとりになった資料でございましょうか。

○篠原常務理事 はい。

○増田委員 大規模店が、地域への貢献ということに積極的な姿勢というのを見せていないというふうに、この資料レベルでは読めてしまうんです。

○篠原常務理事 はい。それで、熊本県のこのガイドラインの趣旨は、それを評価するのは県民、市民である、つまり消費者であるということです。したがって、これは届け出させて、ホームページで、だれもが見えるような状態にしてあるものを今日持ってきたものです。そして、A社はよくやっているけれども、B社はけしからんというのを各県民が判断する、消費者が判断するという仕掛けなのです。

○増田委員 それについて、ボールの投げっ放しというか何か空に向かって物を言っているんじゃないでしょうか。

○篠原常務理事 A社は頑張っているけれども、B社が不十分であると、消費者が評価する仕組みになっており、ビジネスにどうはね返るかは消費者側が考えてくださいということです。

○増田委員 そこで、これは絶対に必要だなと思いますのは、先ほど野見山委員がおっしゃられたように、商工会議所としてのメリットといいますか、シナリオづくりが次の段階で必要ではないかと。そして、大型店舗というのはどうも大量消費、廉価販売という大前提がありますから、私どもがずっとここで議論してまいりました地産地消という理念とは、どうもそぐわな

い販売形態で繁栄してこられたと思うんですね。そうしますと、生産者、流通、消費者の理念の共有とかということとはちょっと遠いと。どうしても今、必要なのは、自給率問題の大前提でもあると思うんですけれども、食を中心にした暮らしの文化の共有というのは大きく欠落していて、そこに力を見せたいのが地産地消だろうと私は考えているんですが、商工会議所として、これだけ大量消費の時代になってきますと、その理念をどこかで達成できるようなシナリオづくりがあるのでしょうか。

○篠原常務理事 今、増田先生がおっしゃったような理念は、私どもが持っている考え方と全く同じでございます。もともとスーパーマーケットのこれまでのやり方は、おっしゃったように大量販売、大量仕入れ。どこかの産地で大量仕入れして、全国の流通網で廉価に販売するという、地産地消とは逆方向で販売戦略を立ててきたというのがおっしゃるとおりです。その流れを少しでも変えさせようと、変えてもらいたいということで、そのための仕掛けを我々は都道府県にアピールしながら今やっていて、都道府県ももう三、四県はこういう形で条例・ガイドラインをつくり、具体的な取り組みを示せと、それを評価するのは消費者だということまで来たんです。

これから消費者がもっともっと賢くなっていただければ、我々は消費者にもお願いしなければいけないんですけれども、これはマーケットメカニズムの中でビジネスをやっている人たちの方向を変えさせる話ですから、最後はやはり消費者がジャッジする話だと思います。ただ、そのための消費者への情報提供なり、なぜ地産地消が必要なのか、あるいは地産地消が地域にとってどういいことがあるのかということをもっともっと我々も研究しながら、PRしないといけないというふうに思っております。まだ入り口で、最終ゴールに行く過程だと思ってください。

○高鷲委員 私は、学校給食の場で仕事をしている者なんですけれども、これは日本商工会議所さんに協力要請ということになると思うんですけれども、実は学校給食で使われているパン、それから、めん、それから米飯、牛乳。牛乳については一部大手も入っているんですが、大体地元の工場で作って、学校やセンターに届けるというような実態です。その工場は大体規模が小さいものですから、全国に恐らく今、延べ2,000カ所ぐらい工場があると思うんですけれども、恐らくその工場は何らかの形で商工会議所と関係があると思うんですけれども、現在当面している問題はやはり人手の問題だとか、それから、機械設備の更新という問題があって工場をやめていく、辞退していくという現実があるものです。これは学校給食で地産地消を進め

る。もちろん原料はお米、それから国産の小麦を使った、そういうパンとか、めんをつくる。これは生乳も当然なんですけれども、牛乳も。そういうことをしていく上で、やはりお話を聞いて、商工会議所さんと今後は文科省、農水省ばかりではなくて、もっと広げて協力をお願いをしていかないと、学校給食での地産地消は進まないのかなというふうに思いましたので、ぜひ今後はそういう点からも協力をして、させていただければと思っております。

○篠原常務理事 おっしゃるとおりだと思います。私どもは役所じゃございません。一応法律に基づいて認可を受けた団体ではございますけれども、位置づけとしては民間でございます。やはり役所の連携をもっともっととっていただくと、今、ご指摘あったような文部科学省と農林水産省との関係だとか、そういうところの役所の方の横の連携をもっともっとスムーズにやっていただくと、我々も仕事がやりやすいのは事実でございます。

○高鷲委員 よろしくをお願いします。

○永木座長 ほかにご意見ございませんか。

どうぞ。

○米倉委員 大型店舗ができますと、地域の商店街というのは必ず空洞化するんですね。それにかえて、直売所というのは余り影響がないというところは事実なんですね。それで、ちょっと手前のことを申しますと、私どものところでも地域の加工品というか、いろいろなものが欲しいと。そういうときに農家で農産物を生産しながら加工までというのはなかなか手が回らないんですね。だから、その辺を少し商工会議所の部分で担っていただくと、私どもも地域にしかない、ここにしかないというのができるかなと思います。なかなかそこが商工会議所とＪＡとか生産者との意思の疎通というか、連携がないというのが一番問題だろうと、お話を聞きながらですね、思っています。

○篠原常務理事 おっしゃるとおりです。まだ私ども商工会議所の組織も先進的な事例は今、発表いたしましたけれども、まだ全国520の商工会議所の全部が全部、同じ方向で同じようなことをやっているわけではございません。今、それに行く過程にございまして、もっともっと地域の末端レベルで、同じ佐賀県で言えば同じ郡ぐらいのレベルで商工会議所、商工会、農業団体がもっともっと連携を図らなければいけないというふうに我々は認識しています。始めてまだ3年ぐらいですから、そういった方法をこれからもっともっと地域に根差すような活動に持っていきたいと思っています。

○米倉委員 わかりました。

○永木座長 いかがでしょうか。時間が来ておるところなのですが、よろしいでしょうか。

最後の米倉委員からお話がありましたように、私も商工会議所さんというのは商と工を持っておられるところです。ですから、農のそこにくっついて地域で連携すれば、最強のパートナーができるんじゃないかなと思っております。先ほどの人手の問題もございましたけれども、そこでの学校給食がさらにそこに連携をすると、やはりそういう地域の核になるものがあって、そこに広がりができることによって、連携ができることによって、また、新しい地産地消の取り組みが広がってくるのではないかなと思っております。

増田委員がおっしゃられましたように、私はちょっと違うかもしれないんですけども、どこにしても、最近は飲食とかそんな形で、地産地消に近いような販売戦略をどんどん持ってきていると。そうすると、お互いが似たようなことをやっているわけですけども、逆に、やはりそこで増田委員が言われるようにアイデンティティーを持って、何か理念を持って、そこに商工会議所と地域の農が組み合わせができたときに、こういう理念で地産地消をやるといふようなものをもうちょっとこれからお互い勉強し合って、コラボレーションもしながら、そこで深めていくということがこれからの課題であろうかなと思っております。

ただ、まだこれから私どもの大事なパートナーとして、またこれから商工会議所さんにいろいろお願いしたいと思います。

○篠原常務理事 こちらこそ、お互いにコラボレートしてまいりたいと思っております。よろしくお願いいたします。

○永木座長 どうもありがとうございました。

○篠原常務理事 どうもありがとうございました。

○永木座長 それでは、時間が来ておりますので、次に進めさせていただきます。

今度は、18年度における地産地消の推進状況について、担当よりご説明をいただきます。質疑は、取りまとめて行うこととしたいと思います。

最初に、地産地消推進計画の取り組み等の概要説明を関東農政局生産経営流通部農産課の合田課長よりお願いいたします。

○合田農産課長 関東農政局農産課の合田でございます。よろしくお願いいたします。

まず、ご報告に入る前に、今年2月に私ども、関東農政局で地域農業交流セミナーを開催させていただきました。地産地消の推進という観点から事例発表会を行わせていただいたところなのですが、本会の座長でおられます永木座長、それから、委員の高鷲委員からご講演等いた

できました。この場をおかりいたしまして、再度お礼を申し上げたいと思います。大変ありがとうございました。

それでは、資料4のところ、関東農政局の地産地消推進部会というのを立ち上げておりまして、その取り組み状況について簡単にご説明させていただきたいと思います。

17年度から私も生産サイドの農産課で地産地消の推進の取り組みの窓口を担当しております。農政局におきましては、毎年重要なテーマにつきまして部会というのを設けまして、例えば、今年でありますと品目横断的経営安定対策とか、主要な施策について、5つか6つぐらいの部会を設けまして、各課横断的にチームで取り組んでいるところでございます。今回は、その推進部会の方で取り組んでいる状況につきまして、ご報告をさせていただきたいと思います。

資料4で、まず1ページ目でございます。

17年5月に、こちらの推進検討会で17年度の行動計画等が示されたので、私も管内10都県で全体の市町村数が469市町村ありまして、そこで推進計画の策定目標を3割とし、150地区程度を目標に掲げて、それらの計画を樹立していただくということで取り組んできたわけでございます。

それで、150というのは結構な地区数と認識したものですから、担当者会議、それから、10都県に私の推進委員会の委員のメンバーが行きまして取り組みを進めてきたわけでございます。右の点線の欄のところに、都県の反応として、こういったようなことが挙げられたということでございます。

それで、1つは都県によりましては、実際地域で取り組んでいる市町村等の意向を十分に把握していかなければならないとか、そういったことで時間を要して、ちょっと取り組みが遅れていたというようなところ。

それから、2つ目の丸のところにございますように、県がその推進計画を策定してからでないと市町村の方に推進しづらいというようなことがありましたので、県が作成していないところは立場上苦しくて、推進が遅れたというようなところもあります。

それから、3番目の丸のところで、地産地消に従来から取り組んでいる地域では、計画策定するメリット感がないというようなことが言われておりました。それで、ある程度実績を上げたところにつきましては、さらに高い目標を設定していくのがなかなか難しいというようなことが挙げられております。

ここには記載がありませんが、山梨県のように既に地域の協議会が存在していて、そこでも

策定するということで、全市町村が参加しているというような事例もございます。神奈川県のように、農業振興施策の一つとして、地産地消の推進を既に位置づけていた市町村については、多く策定されたというようなところがございます。

そういった問題がありましたので、これらに直接答えるということにはなりませんけれども、今年10月から地産地消のネットワークづくりをして、推進計画の策定主体に情報提供等をしていくこととしました。また後ほどご説明しますが、そういう取り組みをしていこうとしております。

それで、2ページのところなんですが、18年度の重点推進県での状況ということで、一部の県では取り組みがやや遅れたというようなこともございまして、そこにつきましては、再度私どもの担当者が出向いて取り組みを進めたということでございます。18年度は東京都、それから長野県、埼玉県を重点県というようなことで、各県の方に働きかけていきました結果、右のところがございますように、東京都では1地区から18年度末には11地区。それから、長野県につきましては、4地区から33地区というようなことで取り組みが進められております。重点県の埼玉県については記述しておりませんが、早くから地産地消に取り組んでおりまして、県では14年度に地産地消の推進室を設けて取り組まれています。それから、ＪＡ全農さいたまにおかれましては、県内にこれだけいい食材があるのを知ってもらおうというようなことで、地産地消を推進しているということでございます。

それで、私ども管内では150の目標に対しまして、17年度末には目標には達しませんでした、117の計画が樹立されております。それで、18年度末には180という目標を掲げて、全体では222計画が取り組まれるというようなことで、かなり計画の取り組みが多くなってきたというふうに考えております。19年度末に230の市町村で計画を樹立していただくということで取り組んでおります。

それから、3ページでございますが、先ほどありましたように、ちょっとメリット感がないとのことでしたので、関東地産地消ネットワークをつくりました。計画を策定していただいたところにつきましては、今後評価なり見直しとか、そういったところも取り組んでいきますので、いろいろな課題も出てこようかと思えます。それで、ほかの県の優良な取り組み事例、それから意見発表会とか、そういった交換会を通じて支援するため計画を策定したところには会員になっていただいて、そういった活動を、右に掲げてありますような会員相互間の情報交換でありますとか各種の情報提供、それから、優良活動等における事例発表会と、そういったも

のに取り組んでいこうと考えております。

それから、4ページでございますが、地産地消推進のための活動の主なものということで、17年度は先ほど申し上げましたように、セミナーを開催したとかホームページの開設、それから、「地産地消読本」を作成して配布いたしました。それから、優良事例の収集・提供といったものを行っております。

それから、18年度はネットワークづくり、優良事例の情報収集・提供といったものを行って、いこうということで現在取り組んでいるところでございます。

その次のページ以降につきましては、それらの添付資料としてその内訳等を掲げさせていただいております。それから、各県の推進状況、そういったものも掲げさせていただいております。

以上、簡単でございますが、私どもの方の取り組み状況についてご報告を終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

○永木座長　ありがとうございました。

それでは、引き続きまして、地産地消推進計画の策定状況と平成18年度地産地消行動計画の進捗状況を、鈴木生産振興推進室長からご説明お願いいたします。

○鈴木生産振興推進室長　それでは、資料5と資料6につきまして、私の方から説明させていただきます。

まず、資料5の方をごらんをいただきたいと思います。

市町村の地産地消推進計画の策定状況ですけれども、18年3月末、今年3月末で618ということで、これは前々回、ご報告をさせていただいたところですが、18年度の現在の進捗状況ということで、農政局を通じまして都道府県からご報告をいただいたところ、18年の9月末、左から2つ目の欄でございます。全国で702ということで、新たに策定が進んできております。

真ん中になりますけれども、この後18年度中に計画策定の見込みであるということでご報告をいただいたのは258ということになりまして、このとおり追加がなされた場合には、19年3月末には960の市町村で計画が策定される見込みということで報告をいただいております。

実は、この後の資料6に出てくるんですけれども、現在、地産地消の一応の目標として地産地消推進計画の策定を一つの目標としておりまして、19年度末といいますと、20年3月になるんですけれども、そこで一応900という目標を掲げてこれまで推進をしてきておるんですけれ

ども、皆様、非常に反応よく、このまま行きますと、1年前倒しで達成をする可能性があるというか達成をするのではないかと思います。次回以降、次回になるか、次の年度の初頭に、また私ども今年度の取り組み状況のご報告をさせていただきますして、予定どおり900を超えておりましたら、また新たな目標等について委員の皆様方にいろいろご意見をちょうだいしながら、目標設定をして取り組んでいくという、そういう点では非常に喜ばしいことであるんですけれども、ちょっとうれしい悲鳴といえますが、そういう状態であるということをご報告をさせていただきます。

続きまして、資料6でございます。

これも18年度の地産地消推進行動計画、これは第1回の検討会のときにご説明をいたしまして、今年度の活動をこういう計画でやっていこうということで決めたものでございますけれども、オレンジ色で塗ってあるところが、これまでに実施をした事項です。青で塗ってありますが、今後行われるということになっております。それから、二重線で囲んでありますが、4月に計画をしたときには載っていなかったんですけれども、実施をしたものと、または実施をする予定ということになったものでございます。特に、追加をしたものを中心に若干ご説明をさせていただこうと思います。

1枚めくっていただいた後ろに、それらのバックデータということで、それぞれの項目のものがありますけれども、1枚目のカラー刷りのこのページでご説明をしていこうと思います。

ここで行きますと、ごあいさつにもありましたように、10月1日、2日と検討会で世羅の方へ、現地へ参りまして検討会を行ったというのは、当初計画をしておりませんで、そこは追加ということになっております。

それから、2つ目、地域における地産地消の実践的な計画の策定を促進ということでございますけれども、これにつきましては、7月10日付けで地産地消の実践的な計画策定における食育等との連携による地域の取り組みの一層の促進についてという、私どもでいいます通知を関係局長連名で出させていただきますしております。具体的には、学校給食等に関する目標の設定を促進をしていこうというのがございまして、これは食育の計画の中に学校給食における地場産物の割合を30%まで上げていこうというのがあるものですから、いろいろな計画があるところを連携をとってという趣旨で通知を出させていただきますしております。

それから、計画の推進状況の把握につきましては、随時ということで、今回先ほどご説明をしたようなものをやらせていただいております。

それから、1枚裏側になりまして№2のところ、ここは具体的ないろいろな活動をしているものが載っております。地域特産物マイスターの推薦とか募集については、あらかじめ計画にのせておりまして着実に進めておるんですけれども、計画にのせておりませんで実施をしましたのが、地産地消人材育成セミナーでございます。これは、西日本につきましては、10月30日から11月2日まで、いろいろな専門的な事項につきまして、先生から講師としていろいろな研修の形で実施をしております。東日本につきましては、来年2月26日から3月1日までということで、やはり地産地消を進める上で人材が非常に重要だということで、こういうようなセミナーを現在実施中でございます。

それから、特に新しいものにつきましては、地域間の情報交換というのが上から3つ目の項目にあるんですけれども、ここの青で塗ってございます地産地消の広報誌の発行ということで、11月から3月ということになっておりますけれども、地産地消の関係で広く活動しておられる皆さん方にいろいろな情報を提供していこうということで、広報誌を発行することとしております。近々、實際上、印刷ができ上がりまして、関係の都道府県、市町村、その他いろいろ地産地消に取り組んでおられる皆さんのところへ配布をしていこうということで進めております。発行はいつぐらいになりますか。

○土屋課長補佐 12月10日前に発行できる予定です。

○鈴木生産振興推進室長 12月10日まではでき上がりまして、委員の先生方のところにもお送りをさせていただこうと思っておりますので、着きました際にはお目通しをいただければと思っております。私どもの関係の事業で新たに2つ追加をして実施をしております。

すみません。ご紹介が遅れました。地産地消人材育成セミナーについては、野見山先生に、講師をお願いしたところです。どうもありがとうございました。

一応そういう点では、予定に従いまして、それぞれ着実に進めており、なおかつそういう点では当初計画に上げておらなかったんですけれども、追加でさらに活動をしております。今後この計画に従いまして、着実に地産地消の推進に努めてまいりたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

以上でございます。

○永木座長 ありがとうございました。

それでは、ここで少しお時間をとりたいと思います。

ただいま関東農政局の地産地消推進計画の取り組みの状況、3割の計画策定を目標にしてい

るということでご報告いただきました。それで、ネットワークをつくって推進している真っ最中ということでした。それから、資料の５で、鈴木室長からこの全国的に見た策定状況というのは順調に進んでいる。それから、資料の６で、今年度の取り組みの状況と、新しく追加で入ってきたものを含めて順調に進んでおりますということでございましたが、何かご質問等はございませんでしょうか。

はい、どうぞ。

○林委員 農政局の合田課長さんにお聞きしたいんですけれども、特にこの地産地消の場合の地産の方ですか。首都圏を抱えたところで、都市農業というのはなかなか難しい状況になってきておりまして、関東農政局としては具体的に都市農業の振興といたしますか、推進に当たって取り組みの具体的なものがあればちょっとお聞かせ願いたいんですけれども。

○合田農産課長 私どもは、例えば地産地消の取り組みで産地直売施設ですね。そういったものを核として都市農業に取り組んでいるような産地が、近郊にはぽつぽつと見られておりますので、そういう観点からの育成にも取り組んでいます。

○永木座長 よろしいでしょうか。

ほかにはありませんか。はい。

○野見山委員 １ページの破線で囲んであるところの丸の３番目ですが、「地産地消に從來から取り組んでいる地域では、メリット感が無いために、作るに至らない」とありますが、以前、農水省にヒアリングに行ったとき、地産地消推進計画を立てると強い農業づくり交付金の対象になるという、いわばアメの部分があると伺ったんですが、その部分はほかのところでもらえるから要らないということなんではないのでしょうか、この立てない地域はどういう理由があるのですか。

○合田農産課長 ええ、現在では事業を実施するには必ず計画を立てることになっていますが、事業を実施しないとか、そういったところについては、特にそういうメリット感みたいなものがないというようなものが聞こえてきたものですから、どういう手法をやっていけばいいのかというようなことで、情報提供を多くやっていけばいいのじゃないかというようなことで今はやっています。

○野見山委員 埼玉県は地産地消に随分早くから取り組んでいる県だと思うんですが、非常に少ないですね。

○合田農産課長 そうなんです。もう既に、そういうのに取り組んできているので、計画をわざわざ立てなくも、既に取り組んでいるよというような話があったというようなことを聞いて

ております。しかし、今年は結構策定していくというようなことで取り組んでいただいているというふうに聞いております。県の方も組織として、そういった地産地消推進室を早くから設けたりして取り組んでいただいているという話は聞いております。

○永木座長 ほかにいかがでしょうか。

蓮尾委員、どうぞ。

○蓮尾委員 質問というよりは、ちょっと感想的なんですけれども、私は何力所かこの間、新潟とか群馬とか、幾つかちょっと産地に触れる機会がありまして、参加してきたんですけれども、地産地消という受けとめ方というのが、末端のところですね。末端の生産者のところとか消費者のところでの受けとめ方というのは、例えば生産者の方にとってみれば直売所だとか出荷先、出荷というと大きな出荷じゃないんですけれども、自分で行って販売もするというような出荷というか、自分で値決めができるというか、それを買ってくれる人が1対1で自分のつくった作物を説明できるとか、それから、料理方法をお互いに買いに来た人と交換できるかといった、そういう何というかぬくもりの、ぬくもりみたいなものというのは食育とも関係してくるんじゃないかと思うんです。そういう形で地産地消をやらなければならないとか、これが地産地消であるとかといった定義づけを排したところで実感してつくる喜びとかです。それから、買いに来た人にしてみれば、生産の今の状況を聞く一つの情報手段というか、そういうことで何か非常に喜びを感じているというのが末端のところでは割と、そういう位置づけ方というとおかしいんですけれども。ですから、推進計画ができて、これをやらねばならないということをやっているというよりは、これからやはり自分たちが楽しみながら農業をやっていくということから、こういう形でのやり方を自分たちが選択していくというような感覚がすごくあるような感じを受けとめたんですね。ですから、推進計画で策定してどうのということでありてきたというよりは、むしろこれからの農業のあり方、先ほどの商工会議所の方のお話も聞いていて思ったんですけれども、高齢化していく農業の中で、自分たちが生き残っていくという深刻な受けとめ方というよりは、自分たちがつくっているだけではだめなんだと。自分たちがつくったものを、どう評価してもらえるかということを発信していきたいというような、そういう感覚の人たちが結構増えてきているなというのは感じたんですけれども、それは上から来たからということじゃないみたいなんです。

○合田農産課長 そうですね。おっしゃったように非常にそれは大きな動きだというふうに思っております。

○蓮尾委員　ですから、それがどこかでドッキングしたときに、やはりもうちょっと狭い範囲のところだけではない、広がりというのにつながっていくだろうと思うんですけれども、まだそこまでドッキングしているような受けとめがなくてですね、これをどういうふうに投げかけていかれるのかなという。

○合田農産課長　計画作成のための計画というのではなくて、委員がおっしゃるとおり、かなり地元の方では、そういう取り組みを主体にしてやっておられるというふうに私どもも認識しております。

○鈴木生産振興推進室長　そこは、とかく国から計画を市町村とかでつくりましょうという、そういう点ではお仕着せというか押しつけ型にとられるんですが、前回そういう点では世羅でご検討いただいたように、ネットワーク、つくっている皆さん方のグループ化といいますか、ネットワーク化、それから、使われる皆さん方のネットワークづくり、それを2つをつなげるということは、それぞれの個々の皆さんの取り組みをよりよくするということと変ですけども、融通がきくとか、いろいろな面で広がりを持っていけるということで、そういう形をそれぞれの現場で目指していただきたいなということで、我々はその点、この後実はもう一度、少し資料にありますけれども、19年度にモデルタウンという、どこを見ても地産地消というご説明を以前にしているかと思えますけれども、ああいう連携の進んだようなモデルをそれぞれ現場の皆さんの方へ提示をしながら、その情報をお出しをして、そういうふうにステップを上げていくために計画を自然とつくっていただけるような方向へ、できれば我々としては情報提供を通じて行っていきたいなというふうには考えております。

○永木座長　ありがとうございました。

多分、資料の5にありましたけれども、これは数字ですけども、この数字の中にあるやはりクオリティーといいましょうか、やはり質のことだろうと思うんですね。これは、先ほどの商工会議所さんのお話の中にも、多分あそこの議論にもやはりそういう点が求められるというような委員の先生方のお話、ご発言であったかというふうに思います。

そのこれから展開していく一つのモデルとして食料産業クラスターというのが、今、非常に注目を浴びているわけですが、時間が大分迫ってきましたので、次に、この食料産業と農業との連携の構築という観点で、食料産業クラスターの形成について、総合食料局食品産業企画課よりご説明をいただきたいと思います。

○食品産業企画課内藤課長補佐　食品産業企画課地域食品班の内藤と申します。よろしくお願い

いいいたします。

資料7についてご説明いたします。

まず、クラスターという言葉なんですが、皆様方もご承知の方がほとんどかと思うんですが、若干簡単にご説明しますと、ある特定の分野の業種が関連産業も含めて特定の地域に集中して集積したもので、カリフォルニアのワインクラスターですとかシリコンバレーですとか、イタリアの革靴のクラスターですとか、有名なものがあります。クラスターがなぜ有効であるかといいますと、特定の業種の関連産業が集中しますと、それに関する情報が集まりやすい、特定業種にかかわるインフラ等が総体的に安く低コストで設置しやすい。また、企業が集中しますと、その地域内における企業同士の競争というものが非常に激しくなる。それは結果的に技術革新、イノベーションを促進する。しかし、他地域と戦う場合には連携もしなければいけない。こういうふうに競争しつつ連携することを繰り返しますと、その地域、その特定業種にかかわっては非常に強い産業、一つの固まりができ上がるという理論であり、実際にそういうところが多々見受けられるという現実があるということかと思います。

私どもの食料産業クラスター事業なんですが、その一般的なクラスターとは完全なイコールではありません。私どもの食料産業クラスター事業は、地域の農林水産物、これと食品産業の力、日本の場合でも地域地域によってそれぞれ伝統的な技術、製法等を持っておりますので、こういうものの連携をうまくしながら競争力ある農林水産業と食品産業が連携したその固まりを各地域につくっていこうと、こういう取り組みであります。

クラスター事業といいますと、経済産業省、文部科学省がやっているわけなんですが、私どもの食料産業クラスター事業の特徴は、地域の農林水産物に根差しておりますので、地域の産物とより密接な関係を構築せざるを得ないというようなことであります。ただ、そのクラスターは競争力のある企業の集積ということではありますが、一朝一夕にでき上がるものじゃありませんので、私どもの事業はその動きを加速化させる、そういう事業であるというご理解をしていただければと思っております。

資料7にいきまして、ご説明させていただきます。

まず、1ページ目、2ページ目、3ページ目は、これは非常に簡単で、私ども先ほど申しましたとおり産学官、農業生産者、漁業者も含めて、あと食品製造業者、あと自治体、あと学です、試験研究機関ですとか大学、そういう3つの力を結集して連携し合って、お互いいいところを引き出していこうというものであります。事業の中身としましては、新たな製品開発で

すとか人材の育成ですとか、地域ブランドの開発、こういうものを主な事業にしております。

4 ページ目に、具体的なその事業名が書いてあるんですが、この事業は平成17年度から始まったということもありまして、まず、その枠づくりを第一に考えております。各地域、県レベルなんです、クラスター協議会をつくるのをまず最初にやっております。それから、そのクラスター協議会を中心にして製品開発とか人材育成とか、やっていくというような考えであります。

5 ページ目にいきまして、その枠づくりがどのくらい進んでいるかということなんです、現在、10月末現在36カ所でありが、つい先日、愛知県の方にもできましたので、現在37カ所の県レベルでのクラスター協議会ができ上がっております。

次に、私ども各県にクラスター協議会を設置しているわけなんです、資料の7の6 ページ目にいきまして、次の一手として、その先進事例といいますか、成功事例をつくり上げたいということで、本年6月なんです、モデル地区と、各地域の中からこれはいけるんじゃないかというようなことで5地区のモデル地区を選んでおります。

概要が書いてあるんですが、簡単に1つ事例として、清水森ナンバクラスターをご説明しますと、この清水森ナンバというのは弘前在来種のとうがらしで、非常に大型のとうがらしです。一時、外国産のとうがらしが大量に輸入されて、この清水森ナンバというのは無くなったというふうに言われていたんですが、弘前大学の先生のご協力もありまして、苗が残っていたというようなことで、それを元に生産拡大をして、今、広げようとしております。

なぜ、私どもが清水森ナンバクラスターをモデル地区にしたかといいますと、まず、品種的に非常に管理がしっかりしている。とうがらしは、外国産がほとんどで、国産のとうがらしというのはほとんどない。そういう意味で商品として魅力があるというのと、あとマーケットとしても非常に小さい。マーケットが大きいと、いろいろな新規参入業者が入ってきますので、どうしても競争が厳しくなるんですが、ニッチの産業、また、小さい規模として地域の活性化するにはいい事例になるんじゃないかと考えております。このとうがらしを使って一味とうがらしとか、七味とうがらしですとか、漬物ですとか食品としての広がりも見込まれる。こういうこともありまして、今、県庁さんなんかを通じて、私も何カ月か前にこちらの方に行ってきた農家の方と話したんですが、なかなか本当に売れるのかみたいなちょっと疑心暗鬼なところがあるんですが、つくれば売れると、通常の一味唐辛子は、普通、100円ぐらいですが、アンテナショップとかに出しますと、この清水森ナンバは500円で飛ぶように売れております。そ

ということもありまして、今、この生産拡大というのが私どもとしてもいろいろな多方面と連携しながら進めているところであります。

あと加賀野菜ですとか小豆島ですとか、西条ですとか、それぞれ地域の持ち味を持ったところをモデル地区ということで連携しながら、進めている次第であります。

8ページ、9ページ、10ページ以降は、取組内容をポンチ絵にしております。

それとあと、資料13ページに、これは19年度事業の、クラスター事業の要求なんですが、私どもクラスター事業をやっておりまして、いろいろお話をしますと、やはりマーケティングが非常に弱い、食品企業の大企業さんなんかは、もう車の企業とかにも遜色ないぐらいマーケティングに関しては最先端を行っているわけなんですけど、やはり地域の小さな食品企業となるとマーケティング、その販売の仕方等がまだまだできていないというようなことを伺いますので、マーケティングに力を入れたいということと、あとやはりいい国産原材料、国産農産物があっても、なかなかその生産拡大が追いつかないというような状況もありますので、ここら辺につきましても私ども積極的に支援をしていきたいというふうに考えております。その2つのポイントから19年度事業は若干中身を変えさせていただいているというようなことであります。

以上であります。

○永木座長 ありがとうございます。

非常にわかりやすいイラスト、絵を添えていただいてご説明をいただいたんですが、産業クラスターと地場の農産物をベースにして食品産業とつなげていくと。課題は、今、最後にお話があったマーケティングの弱さと、それから、生産が持続的な生産拡大につなげられるかというようなところが課題だろうというようなお話でした。

私は大学で講義するときに、先ほどカリフォルニアのワインのお話いただきましたけれども、静岡のお茶ですとか和歌山の梅なんかを私は産業クラスターと言っているんですけども、そんなものも含められるのではないかなと思うんですけども、これは地産地消ですね。

増田委員、どうぞ。

○増田委員 以前にですね、ここに同席されている秋岡委員から資料を随分いただいていたのですが、日本の地産地消の食材として、重要な昔の香辛料が、自慢していいはずなのにどこにも出てこないんですね。たまたま秋岡委員はその特集をした雑誌を入手なさって、私にも届けてくださったんですけども、とうがらしとか、しょうがとかいろいろありますね。「柚こしょう」なんていうヒット商品も大分から出て、今や大きな食品産業の目玉商品になっているん

ですけれども、香辛料文化こそ地産地消でしょう。どうも大根だとか、発酵食品、みそまでは行くんですけれども香辛料は無い。なぜかといいますと、たまたま現地を見せていただいて、いろいろ試食をさせていただいたりしていますと、地産地消で農産物を前に出そうとすると、どこかでまねなさるんですね。

具体的にいいますと、コンビニでもヒット商品だと言われて、今、どこでも売っているゴボウサラダ。ゴボウサラダなんていうのは、地産地消でやる必要ないと私は思うんですけれども、ゴボウサラダを一生懸命地域で出してらしたりしています。それよりも、やはり今の都会の若者、若い消費者というのは、フレンチだ、イタリアンだといって香辛料好きですから、そのところをもう一回掘り起こすか、それこそクラスターの中に組み込まれる項目として立派にできるんじゃないかと思うんですが、いかがでしょうか。

○永木座長　そうですね。少し、増田委員のご意見は、つくるものを考えてみようと。どこにでもすぐまねできるものでなくて、もうちょっと違うものをつくっていくと、そういう工夫をなさйтеというご意見かなと思うんですけれども。

○鈴木生産振興推進室長　勉強します。

○永木座長　ほかにはご意見ございませんか。

秋岡委員、遅れていらっしやいましたけれども、何か特にありませんか。

○秋岡委員　ちょっと教えていただきたいんですけれども、この産業クラスターって、すごくいろいろな複数の方々がかかわっていらっしやいますよね。そうすると、例えば開発コストだとか利益だとか、事業リスクというのはどうやって分配しているんですか。

○食品産業企画課内藤課長補佐　今、そこまで売れている例というのがまだないので、利益配分をめぐってどうするかというところまでいった事例はないです。

○秋岡委員　でも、逆にじゃ、コストがかかっていますよね。コストはどうやって負担しているんですか。

○食品産業企画課内藤課長補佐　企業の宿命としまして、製品開発というのは常にやらなければいけない話ですので、そこはもう通常の企業の経費というか、それで見ているという話です。

○秋岡委員　でも、普通そうすると、コストを払っているということは、売れなかったときのリスクを取っているということになるので、結局うまくいっても、じゃ、結局最後は企業が利益をさらっちゃうということになっちゃう。

○食品産業企画課内藤課長補佐　そうですね。売ればそうです。生産者の方にしてみれば、

実際にその生産物が使われるけですので、購入してもらえというメリットがあります。

○秋岡委員 それでいいんですか。

○食品産業企画課内藤課長補佐 それはもう、儲けてもらおうというのは、当然良ろしいんじゃないかと思います。

○永木座長 ただ、企業にリスクも背負ってもらいながら、既存のマーケティングも軌道に乗れば利益もかけてもらおう。ただし、生産者も販売の窓口が安定、膝下の窓口がそこにできるということなんでしょうか。

○秋岡委員 よくわからないんですけども、それだと普通の企業の研究開発と余り変わらないような気がして、クラスターというからには生産者と企業の間にもっと何か新しい関係があるとか、何かそういうイメージかと思ったんです。ちょっと何かそれをクラスターという言葉はいいんですけども、今のコストの分担とかリスクの分担とか、いずれはというと何か企業の、結局はその企業の商品開発に生産者の人が協力して何か新しい生産者と商工業者の連携というのは、よくわからないんですけども、何かイメージが違うなと思っただけです。

○食品産業企画課内藤課長補佐 一般的な理論としてのクラスターの理論と、農林水産省版の食料産業クラスター、食農連携の一環としてのそれをクラスター事業というふうに位置づけていますんで、秋岡先生の一般的なポーター教授の言っているようなものとはまたちょっと違うかと思います。

○鈴木生産振興推進室長 それぞれのところで、結局これまでの形だと売れないとか、いろいろな意味合いで生産が縮小してきたとか、今あるルートで供給しているのもういっぱい、新たに供給するだけの余力がないというのは生産側のある意味、今の現状だと思うのですけれども、こういう形で商品開発をして供給先、中には実は価格の問題とか安定供給の課題がありますように、そこは話し合いの中で、じゃこういう用途なら、うちでこういう商品を開発するとこれぐらい売れるだろうという、企業の皆さんがリスクを背負うわけですけども、そのとき生産者の皆さんの方にはこの値段でという話とか、こういうふうに供給してくださいねといういろいろ注文とかの条件の変化なり売り先が安定してという中で、従来とは違う供給の方法とか、それぞれの地域の話し合いで出てこない、ある意味、原料の生産拡大というのはなかなか難しいんだと思いますので、そこはそれぞれの中でうまく見つけてもらおうというのが今のスタイルかと思います。

○秋岡委員 何かそのモデル地区で、何か一つでも最終的に単なる物づくりのメーカーと納品

業者という関係ではなくて、何か新しい関係、だから、金融で言えば、例えばみんなでファンドをつくったとか、結局箱をあけてみたら単なる物づくりメーカーと納品業者の関係で、ちょっといわゆる協力会社ですねみたいなことではない、地域としての何か人間関係とか一緒に何かやるグループだとかができる、食料クラスターというイメージがわくんですけれども、何か1つ、1個でもあるといいのかなと。

○食品産業企画課内藤課長補佐 例えば、とうがらしの場合ですと、漬物が今までは一味とうがらしとか、七味とうがらしだけであったのが、漬物産業ができ上がるとか、派生してですね、そういう重層的な。一味とうがらしと漬物ができたらどうだって、同じようなものじゃないかという議論もあるかもしれないですけれども、一つの企業、関連産業ができ上がる可能性が今後ありますので、そういうのを加速化していこうと、私どもは思っております。

○秋岡委員 あと、例えば、増田先生がおっしゃったみたいに、地域の地域調味料と言われる伝統食だったりして、地域の人たちがすごくノウハウを持っているわけですね。そうすると、それを活用してそのノウハウに対して企業はちゃんとそのノウハウ料を払うとか、生産者の人が物販供給者だけではなくて、地域に住んでいる人たちの知恵をちゃんと評価して一緒にこうやる、チームをつくるというのだと地域食料クラスターという感じになるんですけれども、これだと別に生産者とメーカーが、こっちとこっちに離れていても余り変わらない関係に見えてしまうので、何かもうちょっとそこに新しいものがあると、新しい地域社会の中の食料と商工業者の連携というイメージがあっていいなと思いました。

○吉田審議官 私も内容がわからずに横から口挟んで申しわけないんですけれども、例えば、青森のナンバの場合でも、これを売り出すときの過程ね、どういう協議をしてこのナンバを製品化してきたのか、そこをもう少しうまく説明すれば、恐らくそういう話があるんじゃないかと思うんですけれどもね。単に、企業がもともとアイデアを持っていて、生産者が物を出してという話じゃないと思うんですよね。それだったら、別にこんなことやらなくたって出ているはずですよね。

○秋岡委員 普通の話ですよね。

○吉田審議官 だから、わざわざこれが出てきたということは、その協議会とかそういう中で地域がアイデアを出して、これが製品化されてきたんじゃないかと思うんですけれども、恐らくそういうものを期待されていると思うんですよね。だから、こういう製品が出てきたとか、その結果じゃなくて、そのものを出すとき、どうやって地域で話し合っただけでそれを出してきたのか。

そのアイデアを出した人はだれなのか。それに対して、売れたときどうするのかと。単に企業がもうける、生産者は供給というだけじゃなくて、アイデア出しのときのそういうものに対しての還元というか、そういうものをどうするのかとか、その辺の決めがどうなっているかというんじゃないかと思うんですね。

○食品産業企画課内藤課長補佐　そこは協議会といいますか、大学の先生ですとか地元の農家の方ですとか、あと製造業者の方ですとか、協議会をつくってどういう売り方をしていこうかとか、どうやって生産拡大をしていこうかとか話し合って、連携、今まではなかった関係が生じていますので、実践的なトレーニングを積んでいるということです。

○永木座長　手短にお願いします。

○増田委員　例えば、私はクラスターというのはここに書いておありになるように、知識とか技術の相互交流みたいなのがあって、必ずしも秋岡委員がおっしゃったみたいに、仕入れをするものを納めるというだけじゃない関係でないと、地産地消の発展にとって余り意味がなさないと思うんですね。

例えば、私は現地を見せていただいたときに、かす漬けを買って帰ったんですね。現地で試食をさせてもらったときもなかなかよい味。ところが、3日たったら、家へ持って帰って3日たったら味が変わりました。塩分が強過ぎて、某有名メーカーのかす漬けと食べ比べをしてみたんですけれども、非常に劣ってしまうんです。ただし、使ってあるウリは皮もやわらかくて、こんないいウリができていのに、どうしてかす漬けにすると3日たったら味が変わるのかと。それから、あんこの入ったおもちを買ってきたんですけれども、翌朝になったらもうかたくなって食べられない。多分大きいメーカーだったら、そこへでん粉を工夫をすることで、少なくとも1日は日持ちがするような工夫もできただろう。そういうふうにつくっている人は、生産者は、ある種ひとりよがりだったり、情報が少なかったり、多少技術が昔風だったりして、達成度は高くない。そこで自己満足してしまっているというつらさがあると思うんです。ところが、素材そのものは実にいいものが地場であるし、おばあちゃんから受け継いだ漬物の技術もある。工夫とか新しいテクニックを知らないだけだと。それまでが交流できるようにならないと、ここでいう食料産業クラスターというのは、まさに絵にかいたもちで終わってしまうだろうと、そんなふうに思います。

○永木座長　ありがとうございました。

多分、最近非常にクラスター、クラスターという話がよく出てきますけれども、今日問題提

示していただきましたように、今日もう時間が来てまいりましたので、ちょっと議論を打ち切らせていただきたいと思いますけれども、やはりそれは本当の私どもが求めるクラスターというのは、食料クラスターというのは何だろうということを、もう少し別の機会に改めて議論をさせていただきたいというふうに思います。

それで、まことに申しわけありませんが、もう時間が残り少なくなっておりますので、簡単に次の議題に移らせていただきたいと思います。

事務局からの連絡事項をお願いしたいんですが。

○鈴木生産振興推進室長 ごく簡単に、資料8でございます。

地産地消関連予算の概要ということで、前回、ここに載っておりますところでいきますと、1枚目の表の丸4つ、私ども推進室の関係予算の方、若干ご説明をさせていただいたんですけれども、農林水産省で地産地消の関連予算ということで登録をし、推進している事業ないしは新しく要求している事業の簡単に取りまとめたものでございます。ということで、1枚目の真ん中に、今ほどの説明がありました食料産業クラスター展開事業、それから、その下、これは商工会議所からご説明のありました、資料の中に使っていますということで名前の載っております食品流通高付加価値モデル推進事業初め、この地元でのいろいろな施設の整備初め、そういう関係の予算、ここにありますような形で今、概算要求をしております。

今の予算の状況は事務レベルで財務省の方といろいろ議論を進めて、事務レベルとしては結構段階はいろいろ議論も進んできておる状態ですけれども、決着は12月末ということで、今、一番しゃべりにくい時期なんですけれども、鋭意我々の進めたい趣旨が実現できるように事務レベルとしては今、精いっぱい努力をしております。先生方にご説明したことは、事項ごと倒れるということがないように頑張っておりますので、また決定いたしましたら、また資料等を送らせていただくような形で結果の方をご報告をさせていただきたいと思います。

以上でございます。

○永木座長 ありがとうございます。

何かこの点について、ご質問がありますでしょうか。

それでは、時間がまいりましたので、このあたりで閉じさせていただきたいと思います。

今日は、議論等は、議題は商工業との連携というようなことが大きいテーマでございました。それから、今の食料クラスターということでありました。

今日、ご議論いただきましたことを、ちょっと私の感想も含めて一言申し上げさせていただきます。

きますと、非常に地産地消が、私は地に着いてきたのではないかなと思っております。しかし、これからスーパーとか、あるいはいろいろなところとくみして競争する市場競争の中にも踏み込みつつあると、厳しい環境にもなれつつあるということだろうと思うんです。ただ、今日、一方でご議論あったことは、何かもう一つ、地産地消にはロジックがあるんじゃないかということであったんではないかと思います。最後に吉田審議官も言われてましたが、食料産業クラスターの中にも、もう一つ何かありじゃないかというお話がありましたし、増田委員からもそうでしたと思いますけれども、私は何か関係性マーケティングという、やはりそこにお互いに商いをする相手、買い手と売り手の何か一定のつながりといいましょうか、その関係性のようなものを私は大事にしたいと思っています。そういう地産地消のあり方の中にも、少しこれから鮮明にこのロジックというのは何だろうと、地産地消という一つの形が定着していくためには、何かそういうものを構築していかなければいけないんじゃないかと思っております。もうここに実際にその世界にいらっしゃる方、それから、学術関係の方、これからさらに私どもの知恵を、英知を結集させていただいて、本当に地産地消が地に着いたものになるように、これからも研究を積みさせていただきたいと。

本日は、日本商工会議所の篠原常務理事からお話を聞かせていただきまして、それから、関東農政局の合田農産課長にも、進め方についてのお話を聞かせていただきました。それから、食品産業企画課の内藤さんに食料クラスターについて聞かせていただきました。その後、委員の皆さんに大変熱心にご討議いただきまして、新しい研究課題も出てきたということではないかと思えます。本日は本当にどうもありがとうございました。

事務局におかれまして、本日この委員の皆さんにご議論をいただいた結果を踏まえまして、今後の地産地消の推進活動に取り込んでいただきたいということをお願いしておきます。

これで議事進行を事務局にお返しいたしますので、よろしくお願いいたします。

○鈴木生産振興推進室長 委員の皆様におかれましては、本日も熱心にご議論いただきまして、ありがとうございました。

閉会に当たりまして、審議官の吉田よりごあいさつさせていただきます。

○吉田審議官 本日はお忙しい中、本当にありがとうございました。

先ほど座長の方からお話がありましたように、日本商工会議所の常務理事の篠原さんから大変有意義なお話をお聞かせいただきました。もう中座されましたので、お礼が言えないんですけれども、まだ始められて二、三年ということで、まだまだ課題もあるようでございますけれ

ども、商工と農、本当に連携する場面がこれからたくさん出てくるとだろーと思っております。我々それを生かして、こういう今日の話も生かして、施策の方に反映していきたいと思ひますし、それから、当方で取り組んでおります例えば地産地消の推進計画、これにつきましても、本当に意味のあるものにしていく必要がある。今日もそういうご指摘がございました。さらに、食料産業クラスター、これについてもいろいろなご指摘をいただきまして、今後の運営に当たって、きょういただいたご意見を十分参考にして、少しでも地産地消が進むように精いっぱい努力していきたいと思ひますので、今後ともご指導賜りますことをお願い申し上げまして、閉会のごあいさつにさせていただきます。

本当にありがとうございました。

午後3時04分 閉会