

## 第4回「協同農業普及事業に関する意見を聴く会」

### 議事概要

〔 日 時：平成26年10月9日（木）13：00～16：15  
場 所：農林水産省生産局第1会議室 〕

1. 第3回議事概要について、委員に確認の上了承された。前回のご意見を踏まえた論点整理及びこれまで議論された主な意見（案）について事務局より説明。その後、意見交換を行った。主な意見は以下のとおり。

#### ○意見交換

- ・ 外部評価を21年度に実施し、その後委員からもらった課題の解決を少しずつ行っている。近年は、外部委員による評価は行っていないが、実際に普及活動の対象となる地域農業者による「地域評価」を行っている。
- ・ 女性農業者、若手の育成は重要だが、現場では若手は既存の組織に入りたがらない。40代～50代の女性でもその動きが顕著。
- ・ 「組織化」に非協力的ということであるが、組織が出来ていたわけではなく、長年かけて作り上げてきたものだ。また、自分らにフィットしたつながりなら作りたくないという人はいない。進める側が、彼ら彼女らの気分や感情に合う形が発見できていないのではないか。
- ・ 既存の組織は封建的なところが有り入りにくい。自発的意思を尊重する形であれば良い。担い手支援はあるが男性中心の団体も多い。（女性という）原石を掘り起こすような活動を期待。「家族経営協定」のような女性の活動のフォローをして欲しい。また、後継者育成も重要。インターンシップ等を充実して欲しい。
- ・ 「家族経営協定」は協定の話を出れるようになれば良い方。普及指導員は、問題意識をもって農業者のタイミングを見計らって対応している。女性を育てるという視点は農業の総合的な力を強化するため重要である。
- ・ 農業者の世代の違いや現在の農業構造等の変化を踏まえて普及指導員は対応しないといけない。農林水産省が示した悪循環を打破すれば良い訳では無い。普及はソリューションで研究はイノベーションである。農業を国民の社会的共通資本とすることは良しとして、県、国は独法化、民間企業は海外も視野にいれたサービスの提供など競争化すると良い。また、戦略の無いPDCAは意味がない。ニーズをとらえ、タスクを明確にし、評価を受けてPDCAを回すことが必要。そのような取組と予算を関連付け

るべき。

- ・ 普及センターは毎年普及活動計画を策定するが、農業者個人に対する普及活動計画よりも地域全体をどう良くするかという視点で計画策定している。地域全体の分析は難しい。
- ・ 法人協会に分析のツールがある。ビジョンの作り方もパターン化されマニュアルになっている。地域性は個別事情をくみ取る必要はある。課題を明らかにするマインドマップを行うだけでもいい。
- ・ 現状がとらえられていないとかみ合わないので、実態をとらえる手法を自分たちのものにしていくということが大事。そこで、個人や地域をどうするかということが出来れば、次のプロセスは明確になる。農業者個人の分析はできるが、地域全体の分析は難しい。
- ・ 誰でも使える共通の分析シートをつくるべき。
- ・ ICTの発展により農業者に接する方法も変わったのではないか。会うだけではないコミュニケーションもある。土地の集積や販売の競争化によって、地域農業者間のつながりが希薄になっている。
- ・ 新規就農者にも高い学歴を持つ人や、マイナー作物を栽培する人もいる。県内に対応できる者がいなくても県を越えて相談できるような、普及指導員に相談しやすい体制をつくるべき。女性が相談しやすいということも大事。
- ・ 若者の組織として、今までの4Hクラブではなく会長や役員を置かない組織を新たに作ると参加する。従来のやり方にとらわれない仕組みを考えなくてはならない。個別経営の戦略立案手法をそのまま地域の戦略づくりに行うのは難しいから普及指導員が地域の中に溶け込み、課題を合意形成を積み上げながら洗い出す手法を展開している。個々の経営と地域や産地の合意形成の手法は別。普及組織を客体で区分してセクション分けする必要がある。県だけでは組織を変えられないので国で音頭をとって欲しい。
- ・ 個人経営であっても社員が多いと合意形成は難しい。その手法を経営者に提供いただけるとありがたい。
- ・ 地域関係者の合意形成は普及組織の役割であると考える。
- ・ デンマークの普及（アドバイザー）部門では農業経営の雇用が5人以上になるとファームマネジメントからファームリーダーシップに経営成果を上げる際の重点が移ると強調されていた。。我が国の農業普及でも、こうした普及対象の観察から認

められる規則性や法則性を自ら解明し、共有化して問題に取り組んでいく実践研究的態度がもっと必要ではないか。

- ・ 現場のレベルは標準偏差である。普及は中位を高位に、低位を中位にすること。高位の農業者には普及指導員のパートナーとして相談相手になって欲しい。
- ・ デスクワークが増え普及指導員が減少する中、普及指導員が現場に出られるようにするためには、例えば、普及の対象を就農 10 年目までの農業者に限定すること。新規参入を含む新規就農者、企業参入などを限定して、担当分野の普及指導員が育成する。活動内容も成果も明確でわかりやすいと思う（東北震災対応同様の超重点課題の位置づけ）。いずれにせよ、現場では課題を絞ることになるだろう。対象を限定してもこれまでの課題は、これまでどおりの重点課題として対応するというのはどうだろうか。超重点課題、対象の設置。
- ・ 対象を新規農業者に限定すると、法人とのつきあいが無くなり普及指導員はますます世の中の動きが見えなくなるのでは。サービスの有料化を検討すべき。
- ・ また、普及組織の中だけをどうするかではなく、普及指導センター、県試験場も一体的にとらえる必要。
- ・ 法人セクションと地域セクションを設けて別々に行うべき。
- ・ 技術普及は手段であって目的ではない。目的は、経営安定や地域振興。普及部門と研究部門が一体にならないと課題解決につながらない。
- ・ 農研機構自ら現場に出て行くには、県とのバッティングを考えると垣根がある。新しいシステムが必要。
- ・ 研究には、研究モードの研究と普及モードの研究がある。普及モードの研究に普及組織が入っていないことが問題。研究者を使う普及員にならなくてはいけない。
- ・ 個人対法人なら直で良いが、産地・地域となると合意形成のために普及組織が関わる必要。普及における問題解決の中で研究を使っていく、コントロールする必要。地域にある民間、試験機関、大学を活用すればよい。
- ・ 成果が出ると技術は自然に広がる。
- ・ 有益なアドバイスが出来る人が他県にいることがわからない。アドバイスできる人がいることが分かれば、来てもらおうということということになるのではないか。旅費

はかかるがお互いで。

- ・ 例えば、果樹のジョイント栽培で神奈川県は特許をとって、他県での技術普及には費用負担を求めている。技術の普及は都道府県の垣根を越えるべき。
- ・ 県を越えてというのは地理的だけでなく、県のしがらみも越えてということもある。
- ・ プロジェクトについては定量評価を行わないと、何を行うべきかわからない。仕事を見える化する必要。評価だけではなく改善を伴わないとダメ。
- ・ アメリカでは、研究・普及・教育が三位一体となっているものの、教育と研究の評価は高いが普及の評価が低い。現場での活動に取り組むことについて、評価のウエイトを上げる必要がある。
- ・ 県の行政部局から見れば、普及組織が何をやっているか見えない。県によっては普及組織の立場が弱く、がんばりが理解されていない。普及の見える化が必要である。
- ・ 「みえる化」と言っても、「みる」という字は、「看」、「見」、いくつもある。トヨタでは、「みえる」ようにして「改善」という意味で、「見える化」としている。単に見える化するだけでは意味が無く、「見える化」の中で改善の仕組みを入れ込む必要がある。
- ・ 「協同」という字を（企業等との）「協働」に変えれば良い。民間企業は、情報を県に聞かないと得られないので、積極的に情報をオープンにすべき。農業者は、技術と製品と制度の情報が欲しい。情報を持って行けば拒む人はいない。経営判断を行う者に正しい情報を伝えることが大事。
- ・ 地域を維持する観点から儲かる農業へ政策を転換していく観点へとシフトする流れの中で、儲かる農業に対して、国・県がどこまで関与するか。県が予算をカットしているのはそこが明確ではないからではないだろうか。中小企業は自主自立でやっている。経産省はここまでタッチしない。論点整理としてまとめると、ボヤッとする。今後の目指す方向を目標数値とともに書くなど、役所もリスクを取るべきではないか。
- ・ 普及指導員の教育のスキームを変えるべきである。また、普及と研究の構造を転換する必要がある。研究開発できる農業経営にすれば強い経営に成長する。
- ・ 普及組織の機能には地域振興としての側面がある。地域の課題を解決するのが普及。
- ・ 新規就農後5年以内の離農者が3割いる。どうしてそういう人がいるのか検証して

いく必要がある。本県では、主力企業の景気がいいと就農相談が減り、景気が悪くなると就農相談が増えるというという関係がある。

- ・ 民間のゴールは経営モデルを作るということで良いかもしれないが、経営の成功モデルをつくり、地域に位置づけるのが普及である。地域ごとの課題もあるが、普及と研究で共通する部分もある。教育スキームに農業革新支援専門員をポジティブに位置づける必要がある。
- ・ 現場によく行くことを評価するということだが、県庁全体の評価スキームとは連動させられない。普及指導員手当の支給要件に、現場に何時間以上いることという条件を指針に加えてもらえれば、良いのではないか。
- ・ 今の若い人は農業者と接することより IT ツールを使う事を好む。現場に行くかどうかではなく、現場とどのようにコミュニケーションをとるかを考える必要がある。成果目標を立て、それを達成するためのタスクを明確にして、その結果について評価を受ける仕組みとすべき。
- ・ IT について、2 回目で井尻さんから技術情報のデータバンクについて話があった。病虫害防除等すぐに農業者も対応しなくてはならないものは、データバンクにすれば良い。
- ・ 既に農薬のデータベースは整備されているが、どこにどのような情報があるということ農業者に伝えていくことも重要。普及事業については国が止めたら県だけでは継続していけないので、制度を維持して欲しい。
- ・ 地元で進めている「春まきソバ」品種を育成したのは農研機構。H19年度の産学官事業を活用して普及が中心になり推進したもの。最近はマスコミでも取り上げられる機会が増えてきた。しかし、ソバの検査（秋ソバと同じ基準）が厳しくなり、地域への栽培拡大が困難になっており、今後の推進が課題である。現場の課題を提案するのも普及の役割。
- ・ 県を越えた普及活動について、これまで野菜の病虫害対策等で行ったことはあるが、農業者が儲けることに関連することになると話は別。そこで、国はすべて県に任せる方向でなく、国も農業革新支援専門員を指導する組織（仮称：スーパー専門員）を設置したらどうか。このスーパー専門員が農業革新支援専門員や農研機構の専門家を調整（旗振り）し、必要であればその県を指導する。実際、国は台風対策等の技術情報を作成・提供されているので、スーパー専門員の設置はできるはず。

— 以上 —