第２回新たなおおさか農政検討部会　議事概要

日　　時　　令和３年８月１０日（火）１０：００～１２：００

場　　所　　咲州庁舎４１階　共用会議室８

出席委員　　増田部会長、藤田委員、中筋委員、髙井委員、西辻委員、山口沙弥佳委員、山口力委員

内　容

１　事務局説明

* 第１回新たなおおさか農政検討部会における主なご意見と対応について
* 新たな農政の視点（環境貢献、価値創造）について
* ３つの視点と将来のすがたの取りまとめについて

２　委員の主な意見

* **第１回新たなおおさか農政検討部会における主なご意見と対応について**

　　〇都市農業の持っている公益性や機能（役割）など、農業に問われている価値や意義について、農家自身の理解がまだ進んでいないことが一番の課題。

〇農家が目の前の仕事に追われすぎて、経営に意識を持っていけないのが問題。経営者が余力を持てる体制づくりがボトムアップにつながる。

〇高収益型農業とは利益率が高いのか、規模が大きいのかなど、経営体によって色々な捉え方がある。どういった捉え方をするのか検討することが大切。

〇農家が日々やりがいをもって自分の仕事をできるようにサポートする、という観点が大切。

〇高収益なぶどうや大粒のぶどうをつくる若手が多いが、高収益ではないワイン用ブドウやデラウェアも必要。販売戦略として安定して需要があるものを作り続ける考え方も組み込んでほしい。

○耕作放棄地の取り扱いについては、基盤整備をして農地として利用するのか、新たな土地利用を考えるのか、荒廃がすすみ森に返していくのか、といった方向性を書き込んだ方が良いのではないか。

* **新たな農政の視点（環境貢献、価値創造）について（農業者からの情報提供を含む）**

　　　<流通（EC）事業者からの情報提供：テーマ「オンライン農産物物流について」>

　　〇産直ＥＣは消費者が生産者に注文し、生産者が直接商品を送付するビジネスモデル。

　　　一生産者当たりの売上の最高月額は野菜で705万円。市場は急激に拡大中で規模は約1.6兆円ほどあり、毎年10％成長している。食品等のＥＣ化率は最近では５％とも言われ、まだ伸びしろがある。

　　○コロナ禍により、今までの販路が失われてやむを得ずECサイトを活用した結果、これまでを超える売上を得る農業者も存在。今後、販路を選べる農業者が伸びていくのではないか。

　　○中小規模の生産者向けサービスと認識。一般には一定の生産量がないと難しい、指名での取引ができることが強み。

<委員の意見（環境貢献）>

　〇国の「みどりの食料システム戦略」では、農業資材や原料の調達を脱炭素に配慮したものに変えるべき、との位置づけがされており、大きな農政の転換。府計画に盛り込むべき。

〇都市農業振興基本法で、農業政策と都市政策を一体的に進めていくべきとされたが、実態はそのようになっていない。農のある都市づくりを都市政策として位置づけることが必要。

〇地産地消に関して、生鮮品は消費者が直接購入する前提で書かれており、外食産業の食材、調理などといった食と農とが切り離されているのでは。例えば、料理の段階で地産地消の食材が使用されていることの見える化も必要。飲食店でフードマイレージを表示する取り組みへの支援なども良いのでは。

〇生産者のＣＯ２排出については試算されているが、直売所に遠方から車で来る消費者が排出するＣＯ２も多いのではないか。大消費地である都心で大阪産（もん）販売所を増やすことによって消費者が排出するCO2削減に有効では。

○フードロスの観点も大切。地産地消でフードロスも解決できると思う。

○フードマイレージの削減は大きな価値創造でもある。アメリカでは消費地との近接性によるフートマイレージの抑制から、人口光型植物工場の意義も見直されている。

○農業でクリーンセンター等のCO2や熱を活用するような取組みを国に働きかけられないか。

○脱炭素への貢献は、言葉だけでなく全体のCO2削減ボリュームを見て捉えないと意味がない。

○ソーラーシェアリングの取組は、農地で発電しているプラスのイメージ作りもできるのでは。

<委員の意見（価値創造）>

○「空間の価値創造」といったことが言われているが、大阪の場合は体験（食育型）の商品化がなじみやすい。貸農園や体験農園は大切なポイントであり、今後はＪＡの関わり方が大切。直売所の利用ついでに体験農園を利用するニーズもあるので、ＪＡ直売所に農園を整備すれば、直売所がコミュニティ拠点になり、農家の意識改革にも繋がるのでは。

○コミュニティ形成に多様な形を求めるのは良い。大阪府立花の文化園や農業公園の拡充も入れてはどうか。

○大阪府下での農村移住はあり得る。千早赤坂村や能勢町の農家空き家を使い、都会に居住しながら二地域居住で農村生活を楽しむといった展開ができないか。

○市民農園で作ったものを売ることはできないか。ドイツでは野菜生産量の３割が市民農園。

○地域の話し合いのコーディネーター役を都市住民が担うのは難しい。農業普及員がコーディネーター役を担うべきでないか。

○数値に基づく政策、方向性を入れるべき。農地保全の問題、情緒的な面もあるが、経済的合理性の中で競争に勝っていくことが根底になければならない。

○栄養素、食味、機能性の表示は大事だが、大産地が全力で取り組んでおり、大阪に競争力があるのか。消費者と話して感じるのは、食べ方の提案が大事。新しい食文化を発信し、消費につなげる流れが近道であり面白いのでは。

○きくなサラダなど食べ方とともに、栄養素の観点も入れ込むのが良い。

○環農総研だけでなく、大阪府立大学との連携もしていくべきでは。今後の大学も地域貢献無しには成り立たない。

* **３つの視点と将来のすがたの取りまとめについて**

〇「３つの視点」の重なり合う部分を、既存の施策や新たな施策、人材育成で進めていくのが実効性を持たせる上で重要。具体的な施策と目標設定をもって、どう進捗管理するのか示してほしい。

〇農業塾でも、最初から就農を目指す人は一部だが、研修する中で就農を目指す人も出てくる。体験や環境の価値創造を求める消費者も農業に関心を持っているから、最終的に農業の世界に足を踏み入れ、担い手となってくれる人も出てくる道筋があるとよい。

〇GI大阪のワインの根拠として、環農総研に成分分析をしてもらった。世界に発信するときのバックデータには有効。

○生食ぶどうのＢ品もワイン醸造用に買い取っており、そのマッチングを農と緑の総合事務所がやってくれており助かっている。その仕組みが広がるとよい。農家も加工業者も助かり、フードロスも削減できる。

○当社と農と緑の総合事務所、福祉事業所で、地域協同で農空間を保全するために、自社倉庫に管理道具を用意し、貸し出す仕組みを行っている。本業の人以外に農地の保全管理を手伝ってもらうのが当たり前になればよい。

〇農業をやる上で林業や水産業との接点は大切なので、藻や海藻を原料としたた堆肥の利用、林業のバイオマスで発電など、林業や水産業との関連性を計画に位置付けられるとよいのでは。

〇「３つの視点」のいずれも、人を育てるのが大切。成長と持続は農家、環境貢献は企業、価値創造は料理人を巻き込むべき。多様な人が多くいるのが大阪の強み。

〇府の農業が競争力を高めるには、土地の集約も必要であるが、ビジネスとして都市部のスーパーや加工業者に生産者として選ばれるにはどうすべきか。実際に生産物を使う人にどうやって入り込んでいくのか、を考えていく必要があるのでは。

<部会長とりまとめ>

　　○消費者と生産者双方のウィンウィンの関係を作るべき。

○生鮮品だけでなく、食材や食品まで踏み込んで議論すべき。

○複数の販路を持つこと、いくつかの経営モードを持つことが大事。

○農空間づくり協議会がプランを作成する意味として、土地利用の方向性を地域で課題共有する事と同時に、プランを作る過程がプラットホームの構築に役立つ。共同出荷や役割分担につながる、という流れが理想。地域経営の機能、プラットフォームの機能を多角的に担っていくべき。