

## (別紙) 主な発言内容

### 1 魅力ある農畜水産物づくりと新たな販売ルートの確保について

- 意欲ある産地が主体となった取組みを応援するだけでなく、生産者、行政、農業関連団体の情報を共有するためのネットワークごと強化することが大切。
- 中山間地域は産地になりづらい性質がある。産地であることを前提にした論議では、今までと同じことが繰り返されるのではないか。
- 魅力ある農畜水産物づくりには新しいもの、岐阜県にしかない特徴のものを県が開発し、普及させていく必要があり、それがゆくゆくは産地の広がりになっていく。産地という言葉の定義ははっきりしておくべきである。
- 人しかできないところは人が、機械化可能なところはお金をかけて機械化していくというメリハリが必要だと思う。
- 「魅力ある」という部分の定義が曖昧であると感じる。何を魅力と定義して、どのような施策を誰が必要としているのか明確にしなければ、伝わりにくい。
- 大学と試験場が連携して、高温耐性品種を作っという動きがあるが、先の長い話にはなる。新たな育種以外にも、現在の品種が持つ特性や、高温障害の原因等についても、大学と県の共同で研究課題を立ち上げていきたい。
- 2024年問題を契機に、他県も含め、近いところへの出荷へシフトしていく傾向にあり、中部圏への出荷にシフトしていくと思う。また岐阜県も消費する立場であり、県内のものを地元で消費するという流れが進むと考えられる
- 生産者としては、コストのかかる銘柄米の生産と並行して、求めやすい価格の家庭用米（いわゆる単収の高いコメ、多収性品種）を作る努力をして、消費者に提供していく必要がある。
- インバウンドだけでなく、国内の観光客も含め、岐阜県の農産物についてのストーリー性、バックボーンと合わせて消費できる展開が大切では
- 自給率向上に取り組むにあたり、消費者として、県内の方だけでなく、観光客にも目を向けると、インバウンドは230万人とあるように非常に数が多い。輸出には直接つながらないかもしれないが、自給率向上にはつながっていく
- 道の駅の活用はどうか。京都の道の駅の指定管理者と話す機会があったが、岐阜の道の駅はもっと盛り上がるとのことだった。
- 生産者としては1円でも所得を上げたいので、名古屋や東京に売ってしまい、せっかく地消地産できるような県内のよいお店でコメが不足してしまう。ここに支援が必要だと思うし、その論点も考えるべきでは。生産者の努力と合わせて地消地産への誘導

も必要。

- 同じ野菜でも、商品特性の違いがあるので、消費者がどこにお金を使うか、生産側が量と質どちらで勝負するのかを、財布に限りがある以上、明確にしておかなければならない。過去10～20年見ても傾向は変わらず、“味”のある商品は今も生き残っている。そういった点を意識したほうが良い。

## 2 骨子案について

- 「参入障壁」という表現が、特定の意図をもって何かは阻害・妨害しているように感じる。
- 具体的に国の2倍のペースで向上させていくにあたり、耕地面積や、農産物の収量を何倍にするかという内訳があればイメージしやすい。
- 自分は種子が大切だと思っている。まず種子がないと生産できないし、種子の等級が低いと生産物の等級にも影響する。
- 新たな環境調和型農業の認定制度・マークについて、農業者だけでなく、地域の方にどれだけ知ってもらえるかで、価値が決まると思う。
- 基本方針「多様な主体の参画促進」の中に、アグリパークと地域農業を牽引する経営体の両方が含まれることがしっくりこない。
- 地域計画の達成がなければ、荒廃農地は減らないし、また、国の2倍のペースで食料自給率を上げていくこともできないと思う。それぞれの地域性があると思うが、基本方針2の生産強化の基盤として、地域計画達成を大事にしていく必要があると思う。
- 消費者との信頼関係構築について、信頼関係は数値にできず、評価がしづらいと思う。これまでの消費者と生産者とのつながりが現状どうなっているのか、消費者の声がどこまで届いていて、どのように評価されているのかを見極めるべき。
- 販路を拡大、確保するにあたり、岐阜県産としてのブランドづくりは当然必要だと思う。

ー以上