

## 令和5年度 第1回 安曇野市農業農村振興計画推進委員会

令和5年7月28日  
安曇野市役所 大会議室

### 1 開会

### 2 委員長挨拶

### 3 新任委員

- ・ R&C ながの青果 松本支社長代理 小沢さん

### 4 事務局の紹介

- ・ →名簿にて紹介

### 5 協議事項

#### (1) 安曇野市農業農村振興計画推進委員会について

- ・ 市長の諮問機関で条例の規定により設置
- ・ 役割は条例により、計画の評価、計画推進に必要な調査、提言を行うとしている
- ・ 任期は2年
- ・ 上位計画は、市総合計画、市農業農村振興基本条例、県の農業農村振興計画など
- ・ 農業農村振興基本計画推進委員会が計画の評価見直しの検討を行う。市再生協議会とも連携する。

#### (2) 令和4年度安曇野市農業農村振興計画事業報告、進捗状況について

<事務局説明：資料2>

- ・ 目標達成はセルがピンク色、水色は未達成
- ・ 94 評価項目のうち達成が 48 項目、未達成が 46 項目、令和3年度と比較すると、未達成から達成は 14 項目、達成から未達成は 14 項目。令和4年度の未達成の理由は、新型コロナウイルス感染症関連によるもの、自然災害や農業資材高騰によるものが考えられる。もう少しで令和4年度の目標を達成できるものも数多くあるように思われる。
- ・ 未達成の主な項目を説明する。
  - 資料2の1P：担い手に関する目標「認定農業者数」。高齢化で離農する農家がいる一方、新規就農者で加入する人もいて横ばい。新規就農者数も横ばい。
  - 「農用地の減少面積」。昨年度の農振除外により、目標 2ha に対して実績が 2.7ha になった。
  - 「作目別の収量」にも未達成が多い。
  - 「宿泊・飲食業者への地元物 PR」の回数も未達成。新型コロナの影響

<P2 稼ぐ>

- 1-3-2「県外 PR」新型コロナウイルス感染症の影響により県外 PR ができなかった。施策の改善点としては関係部局・関係者と連携しながら行っていく。

<P3～7 守る>

- 2-2-1 基幹作物、戦略作物、定着化作物の耕作面積及び 2-3-1 基幹作物、戦略作物、定着化作物の売上について、目標に対して、達成・未達成をしている項目はあるが、国・県と連携しながら補助制度を利用し取組をおこなっている。今後も国・県と連携しながら制度を利用し目標に向け取組を行う。

<P8 農と生きる>

- 3-2-1 直売所。コロナ影響で「利用者数・出荷農家数」とも減少。直売所の活性化が必要

<質問・意見>

・津村委員

P8：農家民宿について。コロナの関係で3年間、ゼロが続いていた。いまは復活できる時期だが、受入をやめたことで農家も気後れしている。松川村・池田町もやめると聞いており、なかなかいいアイデアがでない。農家民宿で直接稼ぐということにはつながりにくいですが、子どもの農業体験の意義は感じているし、受入側の若い農家も高齢農家も元気が出てくる。このままいくとなくなってしまう流れ、なくなるのは惜しいが、いいアイデアもない。

・事務局（竹岡）

学校からのキャンセル相次いだが、日帰りの農業体験として久々に再開したところである。宿泊を伴う体験はハードルがまだ高い。日帰りの体験から会員に受け入れを少しずつ再開してもらいたい。学校の規模には限りがあるが、できる範囲で取組んでいきたいという考え。

・丸山委員

①JA あづみの認識と相違があった。P.1の直売について売上目標よりも2億円ショートしていたとのことだが、JA あづみの直売所ではコロナ中は売上が増加していた。外食を回避して中食を買って家庭で食べるトレンドに乗ったと考えている。そして、コロナが明けた、いま売上が落ち着いた状況である。

②また、農地面積が800アールほど減少した一方で、売上は増加しているというところ

で、なぜこうなったか知りたい。

③P.2 地域のブランド育成政策。第2期の農農計画の際に、東広島市に視察も行った  
りしている。第2次までに積み上げたことが活かされていないのか？

④加工所の利用者が目標から乖離していることが気になる。特に直売所事業など、冬場  
の売上確保には加工品が大切。加工所を活かしていく手段を考えていく必要がある。

・事務局（竹岡）

①農産物の直売所での加工について、生産者が高齢化、出荷している組合員の減少によ  
り、出荷する野菜が固定化し、品数が減っている。これによって、直売所の売上が落ち  
ている。各直売所では野菜が減っているが、加工の売上は好調というのが実態。  
加工所の利用は低下してしまったが、これから味噌づくり等あがってくる。外国人の受  
入も含めて対応できるようにしていきたい。

・平田委員（消費者の会）

P.3-4：米の生産が減っている。夏が熱いので水が心配。わさびのできにも影響がで  
る。米単価の上昇。温暖化に対応した農業が必要。

・事務局（赤須）

基幹作物の栽培面積の数字について水稻は作付け動向調査を使っている。  
2,230→2,873 48.4→219 と訂正をさせていただき、訂正後では、前年と大きな変化は  
ない。指摘のあった温暖化に対応するため、農村支援センターと連携しながら進めてい  
く。

・座長

もっと儲かるようにしてほしい。もっと具体的に進めて欲しいと思う。何か考えてい  
ることはあるか？

・事務局（赤須）

生産振興としては、ブランド化を進めるためには量の確保が必要と考えている。JA と  
連携しながら進めていきたい。

・事務局（赤澤）

儲かる農業を推進することを求められている。計画行政を進めて行くうえで、施策の  
評価等をいただき、進めていくことが必要。チェックと活動のバランスが必要。  
米価については、1つの自治体では対応できる問題ではない。関東農政局の説明会で

も、農家からは国に対する批判的な質問が多く出た。農家は、国の農業政策に対する疑問・要望をそれぞれに持っている。

どういう政策が良いかは簡単には決められない。1つでも良いアイデアを出して考えていくことが大切。いきなり元気がでるものではない。

新たに農業に飛び込んで、多様な生産物をつくる皆さんもいる。若手や創業者を支援していきたいと考えている。

水を守る活動も盛んにおこなわれている。安曇野にも温暖化が押し寄せている。地下水の低下による問題も顕在化している。なかなか厳しい状況。

根拠をもって減っているとはなかなか言えないが、農林及び観光サイドとも連携して会議を重ねていく。知恵を出し合ってできることから始めましょう。

市の政策を見守って欲しい。

- ・事務局（北條）

あずさマルシェの事業は、新宿駅でPRするというもの。新米の購入が進まなかったが、今後はコロナがあけたので試食を増やしたい。シンガポールへのPRでは、安曇野のわさび、信州サーモン・風さやかなどPRをしてきた。海外にも安曇野をPRしていきたい。

- ・平田委員

無農薬・有機栽培をやっている。ちょっと高くても安全安心でおいしくければいいという消費者が増えている。コロナ中は自宅で食べるため、米が不足し、知らなくても安曇野の米を試しに買ってくれた。少しお金を出しても、安全性や美味しさの付加価値を求める消費者が増えた。少しずつ、消費の質を高めていくべき。

- ・座長

現状は厳しいが、少しでも農業所得があがるよう、再生協議会でも頑張っていきたい。

- ・加島委員

地元の宿泊施設や飲食店などで使える「地元農産物をPR」するポスターや販促品を作って、地元での販売促進につなげてほしい。

- ・事務局（藤原）

地元の農産物のPRについては、資料3で説明しますが、保育園・小中学校・新宿・千葉などでもPRを行っている。鎌倉・千葉などでブランド化についての視察を行い、今後のブランド化の検討をしている。ブランド化については、これからの課題と

させてほしい

(3) 令和4年度「施策評価」と「改善の方向性」について意見交換

・ 柳原委員（ハイランド）

気象災害が多くなっている。農業農村を守るには、収入保険への加入が必要。果樹農家はじめ、気象災害に対応した保障を受けられる人が増えるように、加入を促進する必要がある

・ 事務局（北條）

凍霜害があり、あづみ農協より支援の要請を市が受けた、県議会農政林務委員会へ要望を挙げた。保険加入促進を進めたい

・ 座長

市内には収入保険に未加入の方がまだ多いと聞く

・ 小林委員：

ブランド化については、過去にも取組まれているが、市役所の中でも委員の中でも、ブランドイメージが統一されていない。

計画策定前に農家にアンケートで尋ねたが、7－8割は経営的にはなりたない。稼ぐと言っても、大きい事業者と小さい事業者で状況が大きく異なる。

トップ層を持ち上げるブランド化、面として産地形成し、底上げしていくブランド化の2つがある。安曇野市としてはどのようなブランド化が良いか？

・ 座長

ブランド化はロットが集まらないとだめとずっと言われてきた。私は数量にこだわらなくてもいいと考えている。少量のものでもブランドになる。

・ 小林：

安曇野市の農業振興・ブランド化として、地域なのか、個々なのか？

・ 丸山委員（JA）

J Aとしてはある程度の大きなロットが必要。みどりの食糧戦略で、基準を設けて、化学肥料2割削減等の取組を行う農家には市長の認証を与えるなどの方法を考えては。市民が身近で地盤消費率を高めることが、ブランドにつながる。物流経費も考えると地場の消費が重要。量販店は儲からないが・・・。直売所を核とした取組をJ A

としても考えていきたい。

- ・ 事務局（赤澤）

ブランドという言葉はあいまい。世界・県外で知名度をあげることを市としては力を入れ始めた。美味しい野菜やコメの評判で、市民が誇りを持ってもらえるように。シビックプライドを刺激するようなことを促進している。

原産地呼称制度もあり、わさび農家がチャレンジしているところでもある。

いずれにしても、地域の合意形成がないと難しい状況。1つの品目に絞って展開していくことは、市としては難しいかもしれない。ご理解、ご協力をお願いしたい。

#### （４）第３次計画（令和４～８年度）重点プロジェクトについて

- ・ 令和４年度「地域内自給率向上による農家所得と地域の魅力向上のための調査・提案」

- ・ 黒岩委員

スライド P.14、夏秋いちごの提供のニーズが高かったがどのような需要か？

加工用なのか、生食なのか？

- ・ 小林委員

調査ではそこまで尋ねていないが、回答者には飲食店が多い。生食希望が多かったと推察はされる。この場を借りて、農業者に質問したい。農業者にインタビューしたが、数が少なかったので、率直な感想を聞きたい。

- ・ 大倉委員

市の絡みで、江戸川荘から依頼され、農産物を提供したことがある。宿泊した人から問い合わせをもらい、いいことだと思う。〇〇さんちのりんご、みたいな形でPRになるが、個別販売よりも、定期的な仕入れのほうが農家のためになる。このような調査はありがたい。

- ・ 黒岩委員

わさびは供給に課題がある。年中通して供給できる農産物ではないのが課題。枯らさないように腐らないように育てる努力をしている。気候もだいぶ変わってきていて、わさびは高温に弱いので、いかに冷やしながら育てるか、寒冷紗のつくりや川の水を効率よく流す工夫・試行錯誤をしている。

- ・ 小林委員

供給面では手がかかるため、J Aに入ってもらうのが現実的。通年でなくても旬のものを提供することが魅力にもなる。無理なく提供できる形が良い。

事務局：次回は、9/25

- ・ 内容的には、実施計画への修正点、重点プロジェクトの改善点