

# 農政商工観光委員会 県外調査活動状況

1 日時 平成21年9月2日(水)～9月4日(金)

2 出席委員(8名)

委員長	鈴木 幹夫				
副委員長	安本 美紀				
委員	大沢 軍治	浅川 力三	岡 伸	樋口 雄一	
	武川 勉	深沢登志夫			

3 欠席委員

委員 望月 清賢

4 調査先及び調査内容

○ 調査先

(1) 【夕張市農業協同組合(農産物の販売戦略について)】

## 主な質疑

問) 大変な、長年の努力でこうした成果が得られ、維持されているのだと思う。先ほど、ビデオを見させてもらったが、台木も、接ぎ木も同じ品種なのか。

答) 当然、台木は違う。種子については2種類、台木については4種類。これは全部、当方が開発した自前の品種である。台木もメロン。台木は、土壌病菌に対する抵抗性のあるものを、圃場によって、4種類を使い分ける。

問) ここでは、メロンをつるさないようだが、その効果はどうか。

答) 静岡のハウスの場合、1株から1つ、それも立ち栽培で、1つのメロンを立てて、空中に吊したままで収穫するという技術。それは、静岡、本州の暖かいところでの栽培技術。

北海道、夕張を考えると、立てることによって高いところまで保温しなければだめだということになる。そこで、ここで考えた栽培方法は、面積は使っていないので、できるだけ地面に近いところを合わせながらその中で葉の面積を確保して、できるだけ保温しやすい方法ということで、地這の栽培というのだが、これでメロンをとっていこうという栽培方法が確立したと。ただし、メロンの場合は、当然、地面に着くのはだめなので、保温も兼ねて地面をビニールで覆うマルチ栽培をするし、メロンについても、マルチに着いても焼けたりするので、通称メロンマットという、座布団のようなものを下に敷いた栽培方法が、この寒冷地でのメロンの栽培方法として確立した。小さいトンネルから大きいハウスに出ていって温度管理も十分にできるように、そして日が当たりやすいことも考えた上で高温を保つように暖房器具、灯油を使いながらということで、今の栽培方法が成り立っている。

問) それは露地物ということになるのか。

答) 路地の無加温の栽培とハウスの加温栽培と無加温栽培ということになる。

問) もう一つ。非常に難しいのは、日にちの問題。収穫。どのようにして収穫、出荷を判断しているのか。

答) 夕張メロンはいわゆる45日タイプ。実がなってから40日から45日で収穫できるようになる。これの欠点は、日にちがかからない分、糖度が低いこと。また、日持ちがしない。

収穫が一番難しい。1戸で2ヘクタールぐらいをつくっているの、ハウスでいうと、1軒当たり4キロメートルぐらいのハウスをつくっている。100メートルハウスを40棟ぐらいつくっている。どうやって収穫するかというと、これはその家の経営者が経営者の奥さんくらいしかできない。毎朝、目視で見て収穫している。その誤差は、45日タイプだと1日くらいしかない。収穫時期が一番難しい。間違ってしまうと売り物にならなくなるので専門家がする。収穫したメロンは、全部検査場に集めて、すべて検査する。その方法だが、光センサーは使っていない。全部目視。検査員は40名ほどいるが、すべて生産者。20代から訓練して5年から10年くらいかかって一人前になる。検査員は、見ただけで、熟度、糖度、果肉の異常がぜんぶわかる。なぜわかるのかというのは説明のしようがない。自分で長年つくってきたの直感力。センサーを使っているところもあるが、センサーというのは、糖度以外の果肉の異常だとか、おいしいかおいしくないかとかはみられない。人間は、訓練するとそれらを総合的に判断することができる。1万ケースを6人で検査するが、だいたい、午後1時くらいから始めて6時くらいに終わる。

うちがこうなった最大の要因は検査である。かなり厳しい検査で、だめなものはすべてはねて加工用原料にまわす。品質管理が徹底していないとなかなか市場等の評価を得られない。最初からそれを徹底してやったのが、ブランドになった一つの要因。

問) 個撰というのがあるが、個撰のメロンは、農家は誰が売ってもよいのか。

答) だめ。

当方の規格についていうと、共撰は4段階ある。特秀、秀、優、良。それから、その下に個撰がある。個撰というのは、外観が悪くて共撰にはならないが、食べたらおいしいもの。要は自家消費分。個撰も抜き打ちだが、ほぼ全量、検査している。さらにその下のものも農協がすべて買い取り、これを果汁原料にし、果肉を取り、お菓子屋さんで売る。

問) 長芋を使って焼酎をつくっているとのことだが、成功したのか。

答) 焼酎は今も売っている。

北海道の長芋の原種はすべて夕張長芋1号。あまり知られていないが。夕張の長芋はどんどん減って行って最盛期の10分の1になったが、それは、メロンがどんどん有名になって行って生産が追いつかなくなったから。長芋をやめて全部メロンにしたというのが現状。それでも長芋は16町歩ぐらいつくっている。そのくずを、もったいないので焼酎の原料にしたということ。

問) 先ほどのビデオに、メロンの花にミツバチがいるのが写っていたが、今、全国的にミツバチが不足している。その影響はなかったのか。

答) ミツバチについても当方はすごく早く、専属のハチ屋というのがいて、もう40年になる。

鹿児島県の方。春になると持ってくる。今回のハチ問題というのは、女王バチがいなくなるといふ話なのだが、この養蜂屋は、女王バチの養成も自分です。なので、今回の影響を全く受けない。

問) 販路の開拓についてご説明いただきたい。

また、山梨県でも、知事をはじめ、海外への販路拡大を盛んに行っているが、ここの取り組みと考え方についてお教えいただきたい。

答) 東京、関西の市場についてであるが、東京では、太田市場と築地の2市場。横浜で1市。名古屋で2市。京都で1市。大阪で1市。九州で1市。あとは仙台で1市。主だった各市場にしか入れていかない。例えば8千ケース出たら、市場に持っていくのはあったとしても2千から3千ケース。1市場では、8キログラムのケースが、3百、5百でしかない。日持ちがしないという点から、日々いくけれども一気にはいかないというのが一つある。

輸出については、これまで何度か、全農を使ってテストをしたりしたが、問題は日持ちしないということと、特に東南アジアなどは、非常に暑いということ。食べていただくお客さんが注文されて届けるのであれば流通として成り立つのかもしれないが、百貨店等に並んでからお客さんが購入したのでは、ちょっとタイミングが遅いのかなと。ここでは丸というよりも、カットされたものが売られるのかなと。ことしも、6月下旬から7月に、伊勢丹さんがシンガポールで北海道フェアというのを行った。そのときに数ケースだが、東京を経由してシンガポールに納品した。

それから、先ほど言い忘れたが、当生産組合の決めごとの一つに、生産者が自分で販売する行為が限定されている。親戚、身内にやったり売ったりするのは、それぞれのつくっている面積に応じて、生産組合で決めごとがなされている。地場に市場がある。通常、農家であればできたものは持っていく。当然、夕張メロンがあれば個撰の箱を市場に持っていくことも可能だろうし、沿道に出して「直売」として売るのも可能だろうが、それでは品質が落ちるといって、農協一元出荷。自分たちはよいメロンをつくる、品質を維持する。農協は販売をつかさどる。それぞれ車の両輪に例えてここまできている。これもほかの産地にない大きな特徴かと思う。

問) 当初、昭和50年から55年頃、系統出荷だが、山梨県の場合、530億円くらいあった。今、現状は、3百億円くらい。山梨では農協が合併している。生産者の方からすると、小さい単位の方が生産者の手取りがとれるということ強く感じる。販売戦略を考えたときに、山梨の場合、系統の市場流通のみでやってきたが、今後は、農協自体が販路を別にしてやっていかないと、農家にとっては魅力ある農業という位置付けからするとおかしくなってしまう。夕張の場合、見ると、青年部がしっかりしている。山梨県の場合、小さいところの方がしっかりやっていて、そういうところには必ず若い人たちが後継者についている。そのあたりを見ると、流通対策をしっかりやっていかないと、と感じるがその点はいかがか。

答) 全農を批判するのはと思うが、おっしゃるとおり。

北海道の場合は「ホクレン」だが、当方の場合、販売については「ホクレン」には一切お願いしない。ただ、市場等からの集金だけは「ホクレン」に頼んでいる。

難しいのは、生産者が千人にも2千人にもなると、もう統制がとれないということ。当方が成功した理由の一つは、たかだか2百戸足らずの農協であったため統制がとれたということ。組織としてまとまらないと、ブランドをつくるというときに極めて不利だということ。要するに、勝手なことをする人がたくさん出てくるということ。合併をどうかという話もたくさん来たが、米、麦を中心とした農業。当方はこういった特殊な農業。合併してもたぶん無理だという判断で、一切合併をしないでここまで来ている。大きくなると小回りがきかなくなる。当方のメロンでさえ1日1万ケース出るので、これが合併して10万ケースにもなったらどうやって売ることか。なかなか難しい。

生産組織がそういうことをする、という考え方でいかないとなかなか難しい。

当方の場合、ほかに売ってはダメだとしているが、これを農協が言うと独占禁止法違反。どうしているかという、生産組合自らがダメだとしている。生産組合は、農協に全量出すから、農協は有利に売れと。そういうことでやっている。うまくやらないと農協と生産者の関係は難しい。

問) 後継者の現状というのはどうか。

答) 学校を卒業してから35歳くらいまでの後継者が50人くらいいる。メロン農家は150戸なので、だいたい3分の1の後継者がいる。主な専業農家には、ほぼ後継者がい

る。たぶん後継者定着率は全国一。

問) 反収は概ねどのくらいか。

答) メロンの場合は個人差がすごい。

極端に言うと、50万円から150万円くらいまでいく。これは技術の差。1戸平均で言うと粗収入で2千万円前後。すべて青色申告で、家族には専従者給与を払っている。そうすると経営者の収入はほとんどなくなる。家族を含めての収入はだいたい半分くらいかと。

問) 資料の3ページを見て、農家戸数は減っているのかということと、生産量の推移は。

答) 農家戸数はたしかに減っている。こういう中山間地域でもともと面積が少ない。もともと農家でメロンをつくっていた人だけではなく、炭坑にいた人も結構いた。そういう方は面積も少ないし経営が成り立たないので後継者がいない。そういう方は70歳くらいでやめていく。最盛期のメロン農家は220戸くらいで、現在は150戸くらいなので、70戸くらいはそういう、面積が少なく後継者がいないためにやめていったということで減っている。

生産量だが、最盛期は生産額で42億円くらい。今は26億円から27億円くらいなので、生産量も当然減少している。

問) 今、山梨県でも、サクランボ等でインターネット販売を始めたところであるが、夕張ではどうか。また、取扱量は。

答) JAを通じたインターネット販売のみ行っている。

取扱量は2ヶ月で4,000から4,500個で、年によってあまり変わらない。大半は百貨店、量販店のカタログを通じての販売。期間が重なっているの。



※ 夕張市農業協同組合で説明を受けた後、質疑を行った。

(2) 【砂川市役所（中心市街地活性化事業について）】

主な質疑

問) 今、説明を受けて大変感心している。

ハード面についてであるが、病院の整備というのがあった。それについて質問させていただきたい。

現在の病院は何床か。今、計画されている病院は何床か。また、現在の市立病院の、市民の利用者はどのくらいか。近隣からは、何市町村からどの程度利用しているのか。

答) 現在の病院は約520床。建設中の病院は506床で、若干減らしている。

また、外来は1日1,054人、入院が360人。平成20年度の年間利用者でいくと、外来が約25万5,000人、入院が約13万9,000人で、あわせて40万人ほどである。そのうちの約4割が砂川市民という状況。

問) この病院の建設にあたって、近隣の自治体の協力はあるのか。

答) 地域の中核病院との位置付けだが、応分の負担を取ることはしていない。

問) 市では、この病院をまちづくりの施設と位置づけているから、近隣の自治体から応分の負担をとらないとしたということによいか。

答) 中心市街地活性化基本計画という大きなとらえ方をすると、担当は経済部。先ほど申し上げた目的は、商店街の活性化にある。市立病院のスタッフとしての目的もあるが。経済部とすれば、患者を、買い物をしていただけるお客様に変わる存在ととらえると、病院は集客施設。経済波及効果が十分にある施設。

問) 視点がずれてくるかもしれないが、医療従事者の確保はどうなっているのか。

答) 昭和40年代から、市立病院のスタッフたちは、この地域に福をもたらすという明確な目標を掲げてきた。そのため、30数年かけて北海道大学との太いパイプを築き上げてきた。それによって、今、研修医も含めて医師が集まる。逆に、近隣に医師を派遣している状況。

問) 山梨県では地方独立行政法人化したが、新市立病院の建設にあたって、経営形態の見直しの議論はあったのか。

答) なかった。道内でも数少ない黒字の病院なので、そういった議論は出ていない。

問) 課長は、最初からこの計画に参画していたのか。

答) 砂川市役所の事務職の中では異例といわれていて、10年目になる。化石と呼ばれている(笑)。通常は3年から5年で異動するのだが、平成12年に係長で来て、課長補佐、課長と、10年目になる。だから、最初から参画している。

問) やはりその辺がないと、想いが伝わらないと思う。すばらしいこと。

問) 全国型の大型ショッピングセンターは、ここにはあるのか。

答) ある。一番の課題は、隣の滝川市に郊外型の大型店が集中しているのと、当市にも中型のものがある。200ヘクタールの中に3件ある。我々としては、そこを集客施設とみなして、そこに集まる方々を商店街に回遊して、逆にここに来たお客様を逃がさないようにしよう。

問) 大型店の立地についての考え方は？

答) 200ヘクタールの中には、1万平方メートル以上の大型店が出店する場所がない。そこが恵まれていたのかもしれない。逆に200ヘクタールの中心にある中型店は、砂川市のJAが経営するスーパーで、隣町に客が行ってしまうのを防ごうという点では一致している。課題は、「後継者はいるのだが、継がせられない」と言っている点。

問) この商店街の従事者の平均年齢はどのくらいか。  
意欲は？

答) 54歳である私と同年が一番若い世代。それから考えると、50代から60代。  
意欲については、温度差がある。

問) ここは地域が広い。自動車で来る人が多いのか。

答) 自動車で来る人は多い。バスで来る人もいる。平成13年に、砂川市が再開発を行ったとき、まちなかに大きな駐車場をつくったが、ミニ駐車場はまだまだ少ない。市立病院から中心市街地まで5百メートルほどあり、歩きづらい。その辺が課題。

問) 映画館はないようだが？ 院外処方薬局は？ また、ビジネスホテル進出の声はないのか？

答) 映画館はかつて3つあったが、すべてつぶれた。この周辺、半径50キロメートルに映画館はないのではないかと。工業団地にパチンコ店が進出してきてシネコンを建てたいという話があったが、用途地域の制限でだめだった。ホテルは、昭和60年に砂川市民出資して株式会社を設立し、パークホテルというのを建て、市民に愛されている。薬局は1つある。

問) 非常にスポーツ、公園施設が多く、目につく。すぐ近くにゴルフ場もあるようだが、歴史的なものとかがあるのか。

答) なぜなのか、よくわからない。

問) 非常に平坦で中心的な道路も直線なので、インフラ整備、特にライフラインの工事単価は比較的安いのではないかと。

答) 比較したことがないのでよくわからないが、安いのではないかと。

問) 「ひやかしスタンプラリー」は成功したのか。

答) 「ひやかしスタンプラリー」は、消費者の皆さんが小さなお店に入るお手伝いをしようというもだが、今年休止している。というのも、その後に抽選会というおまけをつけたため、スタンプを押すことが目的となってしまう、ゆっくり、ひやかさないで、グルッとまわってくることになってしまった。成功した部分もあるが課題もあるので、休止した。もう少し期間を長くして、ウォークラリーとあわせたスタンプラリーにしようかなど。やれば課題が見える。挑戦して得た課題というのは克服すれば、次のステップに上がる。その第一段階。やってよかったと思っている。

問) 葬儀だが、当方では農協がやっている。葬儀場はどういう形になっているのか。

答) 砂川市にも葬儀場が進出している。寺というのももちろんあるが。

問) 直線の国道でマラソン大会、といった奇抜な構想はないのか。

答) 昔はあった。29キロメートルの直線なので、往復すれば42.195キロメートルとれる。イベントをやる場合、誰がやるかというのが問題。行政だと、走ることだけが目的になってしまう。やりたいという要望が沸き上がってこない。

砂川は、無理に背伸びして都会を目指す必要はないというスタンスでやっている。逆に田舎を生かすというスタンス。



※ 砂川市役所での説明、質疑の様子

(3) 【スイーツ王国さっぽろ推進協議会（ブランド戦略の推進について）】

主な質疑

問) ホエーというのは、どうやってとるのか。

答) 製法については詳しくないが、チーズをつくったときの上澄み、乳清。チーズをつくったときの廃棄物。ホエー豚というのは、まさに、その廃棄物を使って育てた豚。

問) コンテストとかをやっているようだが、世界大会等に出品することがあるのか。

答) コンテストは独自に行っている。我々としては、逆に、このコンテストを世界から募集できるようなものにしたい、という夢はある。今、世界には、四大コンペティションがある。もちろん、札幌のパティシエたちは、個人でそれぞれいろいろなコンペティションに応募している。技術が高いので、世界のコンペティションで受かる人もいるが、我々は、自分たちが主催するコンペティションを一生懸命やっていて、将来的には世界のパティシエたちが出品してくれるようになったらいい、という夢はある、まだまだ、だが。まずは地元で、地元のパティシエでということ。

このことはまさに課題で、「スイーツ王国さっぽろ」というのはインパクトがあったらしく、全国からの注目が先に来てしまった。逆に、地元の方たちが全く認知していないのに騒がれてしまったというのがあった。今、地元の人たちに知らしめようと必死になっているところ。せっかく訪れた観光客が「どこがスイーツ王国なの?」とか、訪れた地元の洋菓子店が「それってなんですか?」というのは最悪。全国発信は大事だが、地元の方たちにどう定着させていくかが大きな課題だと思っている。

神戸や東京もおいしいと思うが、札幌は素材の良さ。ただ、デザインは東京の方が、若干、上かと思うが、技術が本当に高く、素材には本当にこだわってやっている。当たりはずれがあまりない。

問) 単価はどのくらいか。

答) だいたい、300円から450円くらい。一般の店では300円くらい。

問) 何店ぐらい訪れるのか。

答) 例えば、このスタンプラリーには28社あるが、すべて制覇する人がけっこういる。たぶん女性は、1日3、4軒はいける。最近は男性もすごくスイーツを食べる。

問) 圧倒的に女性だとは思いますが、年齢層はどうなっているのか。

答) スタンプラリーの年齢層を分析すると、30代の女性がトップ。ただ、小学生から80代まで。スイーツというのは本当に広い。最近は、男スイーツという言葉があって、男性のスイーツ好きが堂々と行く世の中になっている。以前は、ケーキを食べるのはちょっと恥ずかしいと思われる方が多かったが、今は堂々と男性同士で食べているような状況。

問) 遠くから来た場合は頻繁に来ないから、まずは海の幸だとかを食べたい、その後だという感じもあるが、5千人ほどの地域から来ているのか。

答) これは、JTBの、道外から来た人だけのイベント。その方たちだけで1万人いて、そのうちの半分が郊外店に行っている。我々も本当に驚いた。初日に、澄川というところにある洋菓子店から電話が入って、「東京から家族4人がクーポンを持って訪れて、1時間ケーキ談議をしながらケーキを食べていった。こんなことがあるんだ」と。パティシエたちの方が驚いたという感じ。これは、仕掛けがいち早かったので、今までにな



かったからというのものもある。今やって同じ現象が起こるかということ、もう定着してしまったのでそんなでもないと思うが。確実にそれを目的に来ているということ、ついではないということは確か。

平成18年にどこかのシンクタンクが調べた、全国注目のキーワードに「さっぽろスイーツ」というのがポンと入った。もしかすると、ブームにのったのかもしれない。

問) ネットで流したのが原因では？

答) 今、一般の方はブログがすごい。ケーキ屋に行ったら必ずケーキの写真を撮ってすぐに流してくれる。それが大きかったのではないかな。

問) JTBと組んだのもよかったのでは？

答) 最初、JTBの知り合いに話したら、「おもしろいからやってみようか。」といったノリだった。みんな「やってみようか」という応援から入ったのがよかったのでは。正式に依頼したらすごく時間がかかったと思う。人対人で、「それは地域の活性化になるからやってみよう」という感じでやってくれた。皆さんが共感しやすいジャンルだったのではないかな。ただ単に、洋菓子業界の活性化ではなくて、「自分たちのまち、札幌を」という、そこではないかと。

問) 洞爺湖のウィンザーホテルは入っているのか。

答) ちょっと遠いが、実は、ウィンザーホテルはコンペティションに応募してきてくれた。札幌市及び札幌市近郊といているので、普通は応募してこないのだが、ウィンザーホテルさんは、洞爺湖から5時間かけて持ってきてくれた。

なぜ応募してきてくれたのか、なぜだったのだが、すごくグレードが高くて、二次審査まで残ったものの、残念ながらグランプリにはならなかった。

問) スタンプラリーは、大変な枚数が来るのではないかと思うがどうか。

答) 実を言うとあまり枚数が来ていない。1, 200枚ほど。意外と地元には根づいていないと、先ほど言ったのはそこ。10万枚印刷して、店、空港等に置いているが、意外と応募が少ない。売れていないかということ、結構売れている。もしかすると、そろそろスタンプラリーとスタイルを変えないといけないのかもしれない。若い人たちは、クーポンは携帯の時代なので、これを持って歩いてスタンプをもらうということ自体が、わずらわしいというか、忘れてしまおうかというのがあるのかもしれない。

問) 昔、不二家では、シールをくれて集めるというのがあったが。

答) いくつかの方法を組みあわせるなど、やり方を考えないといけないのかもしれない。

問) せつかく4人そろっているの、経験の多い、少ないはあろうが、たずさわった感想を。

答) 平成19年からこの仕事にたずさわっているが、その頃は、観光客等の反響は大きかったが、内部への浸透が今ひとつだった。私の周りでも、「さっぽろスイーツ」と言っても「なに？」というぐらいのレベルだったが、2年間やってきて、だいぶ市民にも浸透してきたということを実感している。今年のちょうどこの時期に「さっぽろオータムスイーツファンタジー」というイベントをやった。これは、各店舗からスイーツを集めて売るイベントで、3日間やったが、1時間待ちとか1時間半待ちとか、それでも来てくれた。「さっぽろスイーツ」はかなり札幌の定番としていけるなという実感がわいた。それが10月にオープンする「さっぽろスイーツカフェ」という構想にも結びついている。

答) 今、1日8軒くらいまわっている。もともと会員のところもまわってできるだけリレーションをとるようにしている。その中では、今まで見向きもしてくれなかったお店が、最近は「こうしたらよいのでは」というコメントを書いた書面をくれたり、アドバイスをくれたり、また、こちらから相談を持ちかけても相談に応じてくれるところがすごくふえたというのが実感としてある。それが大きい。

市民に対してのアプローチを洋菓子店は個店ですごく考えていて、我々は、広報、宣伝活動等でそれをどうやって助けていけるか、我々を通してどうやってアピールしていくかということ、2年間集中してやらなければいけないと思っている。

答) 8月からお世話になっているのでまだ勉強しているところだが、「さっぽろスイーツ」を全国に広めるとい、すごく夢のあることにたずさわれる、使命感のある仕事だと思うので、札幌市民と全国の方々に、札幌といったらスイーツと言ってもらえるように、まずは勉強して頑張りたいという意欲に燃えている。

答) パティシエたちも、「スイーツ王国さっぽろ」という構想をなかなか理解してくれない。自分だけなので、「なぜそんなことに協力しなければいけないのか」と、実は、1年目、2年目はかなり言われた。出向いてお会いして、お願いしながら少しずつ話していった。今、彼女たちがまわってくれているおかげでコミュニケーションができてくると、今度は、「よし、やってやる」という方々が多い。もしかすると、そこが分かれ目で、当たってきた理由かもしれない。最初の頃は「何、それ。なんでそんなことをしなくてはいけないのか」とよく言われた。

問) (ケーキ職人も) どこかで修行してきたはず。その経歴の傾向とかがわかれば。

答) 例えば、去年のグランプリのパティシエは、神戸でお菓子屋をやっていたが、原料に限界を感じて札幌に移住してきた。フランスで修行して、神戸から札幌へ来た。こういう人は結構多い。本場の一流どころで修行して、日本ではどこでやろうといったときにたどり着くのが札幌。こういう人が何人もいる。これは、札幌の一つの傾向かと思う。経歴を調べて傾向を出すというのはよいことかも知れない。

問) そんなに原料が豊富とは思えないが。

答) 例えば、全国で、通年、いちごが手に入るのは北海道だけとのこと。また、ハスカップはまさに北海道の果物。道産ワインのぶどうもすごい。実は、今、フルーツはたくさんある。

問) それは、認識を改める。

細かいことだが、「さっぽろスイーツカフェ」への出店方法は？

答) まずは、出店の希望及び出店希望の月を出していただき、調整している。

問) 公平性等、問題はないのか。

答) 毎朝、数百個、用意しないとならないので、小さい店ではそれが出店のネックになっている。そのため、今のところトラブルはない。

問) どういうことがきっかけだったのか。

答) 最初のきっかけは、協議会の会長をしている「きのくにや」の長沼社長に、「これきてドットコム」という、北海道に行くとき何を着ていくかという観光サイトとスイーツをコラボ(レーション)しないかという相談に行ったときに、「スイーツ王国さっぽろ」の構想を話したところ、「おもしろい」と言われ、また、既に商工会議所も札幌市もス

スイーツの企画を持っていて、話をしたところ、話がまとまった。みんなが、スイーツはどうだろうと思っていたところだったのではないかと思う。

もう一つは、協議会が立ち上がる前年に、「チョコモンブラン」というのを、浪漫亭という人気の店が物産展で出したところ、大ヒットした。そこで、長沼社長が、「そんなに売れるのならレシピを公開してみんなにつくらせてほしい」と提案し、「そんなことができるならコンペができるのではないかと」と、そういったいろいろな関連づけがあったのではないかと思う。

問) 言われるように、やはり1店ではだめで、何店かでやれるように仕組んでいかないと。また、チャンスも、人もないとなかなか難しいと思う。どこから攻めていったらよいかかわからないが。

答) やはり、企画できる人、仕掛ける人が必要。連携しながらそれぞれが競っていくという環境をどうやってつくるかということだと思う。

問) 山梨の場合は果物だが、ケーキ等、加工した方が売れて生き残っていけるのではないかと思うが。

答) やはり、物語をつくってそれを発信していく仕掛けをやっていくことだと思う。ただ単に、加工しておいしいからといっても、そういったものは世の中にたくさんある。

それがどういう意味を持つのか、それにどういうストーリーを持たせて発信していくのか。それが、プレスリリースするときキーワードになる。そこに必然性とストーリーを、無理やりにでもいいからくっつけていく、というところがすごく大事だと思う(笑)

問) 先ほどのストーリー性のところが成功したのだなと、聞いていて感じた。

やはり、カリスマ性のある人が先頭に立ってやっているから、すばらしい「スイーツ王国」なるのかなと。

たまたま、午前中に行った砂川市にも、10年、まちづくりにたずさわっている人がいて、北海道の人のハートを感じた。

やはり、スターがいないとだめかと思うが。

答) 長沼会長にぜひ会っていただきたかった。なかなか会長も熱い。カリスマ的。

どうしてそこまでやるの、という人がプロジェクトの中に一人いると、結構動くなという感じがある。

ただ、北海道も次のステップに来ていると思っている。ほかにもたくさん点在しているが、なかなかつながらない。キーパーソンはそれぞれいるが、それが一つになっていけないので、北海道は観光の魅力がいっぱいあるのにつながらない。そこが次なる課題で、よいことばかりでもない。



※ スイーツ王国さっぽろ推進協議会事務局職員からの説明、質疑の様子

(4) 【財団法人 北海道農業企業化研究所（新たな担い手の確保・育成について）】

主な質疑

問) 財団法人の設立当時からこういった取り組みがなされているというのはとても素晴らしい。

2, 700社という取り組み数というのは、全国レベルから見て、実際問題、多い方か。

答) 圧倒的に多い。

問) この財団の設立経緯は。また、基本財産はどのくらいか。

答) この財団は、プロミスの創業者である神内良一氏の個人の資産を寄付していただいて、基本財産10億円、運用財産100億円で平成15年12月24日に設立された。

理事長は、元北海道副知事の磯田憲一が担当している。

他からは、行政も含めて、寄付はいただいている。

この資産を運用しながら、今のビジネスモデルの構築を行っている。

問) 創業者は、北海道の出身か。

答) 神内氏は、四国の出身。

問) なぜ、出資したのか。

答) 実は、神内氏は農家の四男で、北海道にあこがれ、北海道で農業をしたいということで、18歳頃に研修に来られたそうである。戦時中であつたため、なかなか研修が実らず、志半ばで戻らざるを得なかった。その研修のときに伊達市の農家に大変お世話になり、寝食の面倒を見てもらったことにもすごく恩義を感じていらっしやっていた。そして消費者金融で一定の成功をおさめ、個人資産4千億円近くつくられて、いつか北海道に恩返ししたいということで、戸籍を、現在、当財団の本社がある浦臼町に移されて、今現在、月の半分は浦臼町で、自ら持っている農業生産法人、神内ファーム21の代表取締役として活動している状況である。

問) 女性、若者が雑穀に興味を持っているとのことだが、やはり、健康志向の中で雑穀が取り上げられているのか。

答) 年代によって全く違う。60代以上は「とんでもない」と敬遠される。若い方たちは健康志向ということで。

特に玄米食を嗜好している方が非常に増えてきているように感じている。子どもに玄米を食べさせたいということがあって、今、玄米のおかゆを開発しているところ。健康食志向、自然食志向が非常に高まっているということが背景にあると思う。大きな市場になるかは別にして、裾野の広がりを感じている。

問) 雑穀は何種類を。

答) 7種類。実は、北海道では、ひえ、あわをつくっているところがない。岩手が一大産地だが、北海道も開拓時代にひえ、あわはつくっていたので、つくれないことはない。このあいだの勉強会でも、「トライしてみようか」と言っていた農業生産法人がある。

問) 北海道では何をつくっているのか。

答) 今は、きび。雑穀というのも非常にあいまいな部分があって、ひえ、あわ、きび、赤

米、黒米が雑穀だという方もいれば、黒豆とかあずき、そば等も雑穀だという方もいる。雑穀は収穫が大変。粒が小さいので選別が大変。

問)「マルシェ」とは何か。

答)「青空市場」のこと。フランス語。日本版の「マルシェ」を展開している農水省が募集をして、全国10カ所ということで、当財団も、手を挙げたところに協力して申請を進めているところ。3年間の事業。毎日テントで展開する。大通公園。我々は企画。

問)私は農業をしているが、耕作放棄地、休耕田で何をしたらよいのか、非常に困っている。みんなでいろいろ考えている。雑穀、大豆等。花豆、黒豆だが、おいしい。それをやっているが、後継者がいない。東京に知り合いがいて、玄米、ひえ、あわを食べはじめたが、長続きしない。そういうことで、みんなですべてどうしていいかと。

東京から、定年になったので農業をしたいということで来たが、過労で倒れてしまった。

耕作放棄地をどうするかということが一番の悩み。こちらではどうか。

答)こちらでは耕作放棄地はほとんどない。その点では、ほかとちょっと違う。

今、牛乳を飲まなくなったということで、酪農は生産調整を行っている。道東の別海町というところを中心とした地域では、500町歩、600町歩を24時間作業で行ってきたところだが、何かできないかということで、その牧草地を使って、今、雑穀の栽培に真剣に取り組みは始めている。雑穀も、今、収穫、選別も機械でできるようになりつつあるので、産地化への取り組みを進めようとしている。

問)緊急雇用で11人決まったとのことだが、雇用については。

答)15万円ほど。全国的に合同企業説明会が行われているが、すごく大きな企業でもなかなか成約率は低い。我々はそんな大きなことではなくて、小さい会議室を借りて、会話をどんどんしていただくということで、その組合とつながりをつくってきたなかで、非常に高い雇用が図られている。やはり大きな会議をすると非常に敷居が高いものになる。今回、目線の低いマッチング会を開催できないかなど。それは、成果としてはよかったかなど。エントリーされてきた方の中には50代も何人かいた。年齢でお断りはしないで、まずはやる気があるんでしたらぜひということで行った。その中で、農業生産法と会話して、どうもちょっと難しいなという方は帰られた、ということはあったが、非常に雇用が冷え込んでいるので、皆さん必死で、地域は関係なくどこへでも行くということだった。

問)それは、北海道の方のみか。

答)今回は、北海道で失業されている方。在住の方を中心に行っている。ただ、申し込まれてきた方の中には、関東圏、関西圏の方もいらっしまった。

問)神内氏や花畑牧場の田中さんのように、一攫千金を夢見てということか。(笑)

答)そういう方はいらっしやらなかった。(笑)ただ、ここにギャラリー農窓を出してからいろいろな方が見えられているが、中には農業を安易に考えて相談に来る方もいる。あるいは、農業参入したいという企業で、本業がなかなか厳しいので、「農業はもうかるんでしょ」というようなところもたくさん来る。



※ 「ギャラリー農窓」で(財)北海道農業企業化研究所職員から説明を受けた後、質疑を行った。