

令和7年度第1回埼玉県農林水産業振興基本計画懇話会 議事要旨

1 日 時 令和7年8月28日（木）14時30分～16時30分

2 開催方法 オンライン（Microsoft Teams）

3 議 事

- （1）埼玉県農林水産業振興基本計画の実施状況について
- （2）次期埼玉県農林水産業振興基本計画（案）について
- （3）その他

4 質疑内容

（1）埼玉県農林水産業振興基本計画の実施状況について

○ 委員A

意見として申し上げるが、なかなか基盤整備が進まない状態にあり、米をしっかりと作れる体制が整っていないように感じる。

→ 引き続き皆様の御意見をいただきながら、基盤整備を進めていく。

○ 委員B

指標「農家一戸当たりの生産農業所得」の目標値が低すぎるのではないか。

→ 統計上、農業を生業としている農家だけでなく、販売金額が年間50万円に満たない自給的な農家も含めた全農家数で算出していることから、低い数値になっている。次期計画では、新しい指標を検討している。

○ 委員C

指標「農山村につないだ都市住民の延べ人数」とは具体的に何を指しているのか。実績が目標を大きく超過している理由は。

また、最終ゴールは移住者数かと思うが、人数は調べているのか。

→ 埼玉移住サポートセンターにおける相談件数や、県・市町村で開催しているセミナーへの参加者数などを合計した人数である。実績の目標超過については、以上のような取組を積極的に進めたものによると認識している。

また、移住者数は把握できる範囲が限られてしまうため、目標としては設定していない。

（2）次期埼玉県農林水産業振興基本計画（案）について

○ 委員D

「みんな」に喜ばれ、「もうかる」農林水産業・農山村を目指します。」というスローガンは非常に良い。いちごのあまりんに代表されるように、消費者に支持され

るものを作っているという実感は、生産者を元気にする。こうしたことがもっと進めば、スローガンのとおりになる。埼玉県は大消費地の中にあり消費者が近く、様々な野菜を作っている産地である。県にはより生産や販売の後押しをしてもらいたい。

→ 消費者に支持されるマーケットインの発想が競争力に繋がると考える。こうした取組により、農業を持続的なものとしていくため、いちごに限らず、様々な品目の推進に、しっかり取り組んでいきたい。

○ 委員 E

スローガンは非常に良い。最近、生産者と消費者が離れているようにも感じるため、ぜひ消費者目線で、消費者が望んでいるものを作り、流通させていただきたい。

→ 大消費地に産地がある本県は、東京も含めた日本の大きなマーケットを間近で見られるため、需要の動向に応じた供給ができる立地の優位性を持っている。

特に直売所は、生産者と消費者の顔が互いによく見え、県産農産物の良さや安心もより伝わりやすいと思う。立地の優位性を踏まえた施策の展開を、今後も基本的な軸として位置付けていきたい。

○ 委員 F

よくまとめられているが、もう一步踏み込んだ形で、未来に引っ張っていくイメージがあると良い。農林水産業は、消費者に近いことが、大変重要なポイントである。地産地消も、言われてからもう 20 年経つ。国の政策も、「食料・農業・農村基本法」の改正により、食料安全保障が一番の柱になっている。そうした時代の情勢変化を受け、今回の米騒動も踏まえ、消費者に身近になった食料問題ということ意識した内容にしないと、少々時代遅れな印象が否めない。スローガンには「儲かる」だけではなく、「環境にやさしい」や「安全性」ということも踏まえて生産している生産者の姿を示すべきではないか。

埼玉農業とは、どういう特徴なのか。また、埼玉県の消費者に対して、応援団になっていただくという、戦略的な文言、構造、構成みたいなものを立てた方が良い。それがぼやけていると、消費者も読まないと思う。他の委員からも、埼玉県のいちごが消費者に支持され生産者が盛り上がっているという話があった。さらに追い風を吹かせるような消費者への分かりやすい発信が必要だと思う。食と農が分断しては、農業も持続可能とならない。

→ 仰るとおり、基本法改正により、食料安全保障が国の主要施策となっている。埼玉県の大消費地に近いという立地性は、物流リスクを回避する観点でも、優位性を発揮できる。こうした優位性は重要であることから、スローガンの中でどう表現するかも含めて、検討したい。

○ 委員 G

農業産出額が令和 4～5 年にかけて回復傾向にある理由は。上昇をリードするブランドや品目などはあったのか。

→ 幅広い品目で産出額の上昇が見られたため、特定の品目によるものではない。品目によって背景が異なるが、生産資材価格の高騰を受けた価格転嫁が一部進んだ点や、県育成品種のあまりんを中心とするいちごの躍進などが考えられる。

○ 委員C

「策定のねらい」について。農林水産業及び農山村の有する「多面的機能」が非常に重要だと思う。消費者のニーズには、安全な農産物だけではなく、暮らしやすさとかコミュニティといったものもある。

しかし、案では農業政策と地域づくりが繋がっているということが見えにくく、「儲かる農業」が前面に出ている。車の両輪と言われるように、生産と農村振興の双方が大事という点を打ち出すべき。「農山村」についても、にぎやかな農山村、訪ねたくなる農山村、魅力ある農山村といった、何か関われる農山村というようなビジョンが見えた方が良いと感じる。

→ 「農山村の活性化」として、どんな方向性を目指すのか、コンセプトの言語化も含めて検討する。

○ 委員B

現行計画の指標「農家一戸あたりの生産農業所得」に代替する指標として提示された「販売目的の農業経営体における平均販売金額」について、販売金額、つまり売上であることから、まだ低いと感じるが、現行の指標に比べて農業が魅力ある職業だと分かるように改善されている。

地産地消に係る指標について、現行計画の「県産農産物コーナー新規設置店舗数」は指標として残るのか。県内の消費総量と生産総量が分かれば、「地産地消率」が出るのではないかと。そうした数値があると、分かりやすい。

→ 指標を「販売金額」に改めた理由としては、年間販売金額については、層ごとに経営体は何人いるという具体的な数値が把握できるためである。目標値については、これまでの成果を踏まえて設定し、進展に合わせてさらに高い目標を設定していくことも考えられる。

→ 地産地消に係る指標は、現行計画と同じ「県産農産物コーナー新規設置店舗数」としている。

「地産地消率」が把握可能か、現行計画の指標以外にふさわしい指標があるかどうかも含めて検討する。

○ 委員D

高温対策については、ハウスでミニトマトを栽培しているが、外気導入等に取り組んでいる。ヒートポンプはコスト面で導入が難しい。作付けを遅らせるか、最終的にはハウス自体を軒高にして換気効率を上げるくらいしかない。

また、県内のスーパーは、埼玉県産というカテゴリを設けている売場が意外と少ないと感じている。農業者も東京に目が向いてしまい、東京から地方の市場に転送し、それから埼玉県に戻ってくるなど、流通上の問題がある。県としても、いかに

効率よく配送ができるか、整理して提言などしていただけると有難い。そうすれば、地元で消費されるようになると思う。

→ 県としても、高温対策に対して問題意識を持っており、検討しているところ。検討の過程でご意見を頂戴したい。

→ スーパーや小売店における県産農産物コーナーの設置については取組を進めているところではあるが、御指摘を踏まえて計画への記載も含めて検討したい。

○ 委員G

指標「販売目的の農業経営体における平均販売金額」について、主穀や野菜など、作目によって販売金額に差がある。作物別で表示すると分かりやすいのでは。

また、耕作面積でも変わる。この位の面積で、この位の収益が出る、というような、大まかなグラフなどがあると、新規の方も希望を持って始められると思う。

→ 統計上、得られるデータとそうでないものがある。提示できるデータがあるかどうか確認したい。

○ 委員H

加工業者の立場としては、近年、高温による原料不足に悩んでいる。高温について、生産現場における対策、技術の研究の状況について伺いたい。

→ 県としては、施設栽培における高温抑制資材の導入助成等を行っている。さらにはどのような対応ができるか、検討中である。

→ また、試験研究については、品目網羅的ではないが高温下における栽培技術の研究を行っている。高温を含む県の気象条件に適した品目・品種についても、比較試験を行い、栽培データを示している。

○ 委員I

高温対策として、ねぎのほ場の一部でかん水に関する試験を行い、投資に値するものか検証している。また、必ず複数品種を栽培し、生育具合の検証を毎年繰り返している。

また、雨がやまない時期には酸素供給材を、干ばつ時には保水材を導入する等の対応を取っているが、目立った差は出ていない。

梨については日焼けによる秀品率の低下がみられるため、果実を葉で隠すような樹形づくりをしている他、今後は袋かけ、傘かけをする等の物理的な対策が、場合によっては必要になると考えている。

(3) その他

今後のスケジュール等について説明。

→ 質問、意見無し。