

平成 30 年第 2 回定例会 環境農政常任委員会

平成 30 年 6 月 28 日

亀井委員

我が会派の一般質問でも取り上げましたかながわブランドの販売促進について、何点かお伺いしたいと思います。

報告でも、かながわ農業活性化指針の取組の中で農畜産物のブランド力の強化ということで、かながわブランドの登録と普及PRの推進などがあるのですが、我が会派の一般質問の関連として、何点かお聞きをしていきたいと思えます。

まず、かながわブランドなどの情報発信について、ホームページのリニューアルのほか、県立高校生の活用ということが書かれておるのですが、具体的にどのようなことを行っているのか、お伺いしてよろしいですか。

農政課長

県立高校生の活用ということでございますが、こちらは昨年度のハイスクール議会での提言を踏まえてという形でございます。具体的には、農業、水産業といった専門教育課程の県立高校と限定しまして、各学校から推薦いただいた高校生、こういう方をかなブラ学生特派員ということで委嘱をしまして、日々、SNSを活用している高校生の発想力とセンス、これを生かしてかながわブランドのPRをしていただき、認知度の向上に資するというものでございます。

具体的には、かながわブランドなどの情報発信サイトでありますかなさんの畑、この中でフェイスブックを利用しておりますが、その原稿の執筆と画像の提供、さらには県のインターネット放送局でありますかなチャンネル、これの企画参加や試食販売イベントの運営補助、こういったものをお願いするという内容でございます。

亀井委員

県立高校生とは具体的にどこの高校か、教えていただけますか。

農政課長

具体的な高校ですが、相原高校、中央農業高校、それから吉田島高校、平塚農業高校、海洋科学高校の5校でございます。

亀井委員

分かりました。農業、そして漁業に対して専門に学んでいる高校生にしっかりとアピールしていただくということですが、例えばこれ、そういう高校生ももちろん大切なのですが、県立の普通高校に行っている生徒にも御協力いただくというか、そういう一般の高校生にも、神奈川の食の魅力ということを今からしっかりとアピールすることによって、自分たちにもそういうことが大事な問題だということ再認識していただくことが大事だと思いますが、これは県立の普通高校では駄目なのですかね。

農政課長

普通高校の生徒でございますが、こちらにつきましても、やはり同じように、かなブラ学生特派員ということで募集をかけられるように、現在、教育局と実施に向けて調整をしているというところでございます。

亀井委員

教育局と調整中とのことですが、調整状況はどのような感じですか。

農政課長

一応こちらから、募集のチラシをつくりまして、各高校に配布できるような形でそろそろやってもいいよという段階まで来ているというところです。

亀井委員

そこまでいっているのだったら、いつぐらいからスタートできそうですか。

農政課長

当初は6月ぐらいを予定しておりましたが、まだ遅れているという状況でございます。7月ぐらいには募集をかけるような形で進めていく予定です。

亀井委員

そこまでいっているのであれば、あとはしっかりとスタートを切っていただいて、全県的にこういう形で進めていくということが大事かと思っておりますので、よろしくをお願いします。

あと、私の地元に県立保健福祉大学という大学があって、ここには栄養学科もある。栄養学科を中心として、例えば食の安全・安心はもちろんそうなのですが、こういうところの学生が栄養面も含めた、地産地消も含めての取組をやっているのだが、県庁が契約したらどうですか。

農政課長

県立保健福祉大学ですが、学校内にあるサークルで、いろいろと食品活動をしているサークルがございまして、そういったところとは以前、料理やお弁当等の関係で連携した実績がございまして、それ以後、連携した具体的なものは無いのですが、昨年度、その保健福祉大のサークルが考案したお弁当が昨年度の三浦のかぼちゃフェア等で連携をさせていただきましたが、そういったお弁当も京急ストア等で販売されるようになったという形で、その後の波及的な効果とございますか、活動の展開があったというのはございました。

亀井委員

そこまでの実績があるのであれば、三浦半島は特に魚もそうですし、今言ったカボチャをはじめ、キャベツやスイカもそうですし、これはもっと連携していくべきではないですか。今後どういうふうに連携していきますか。

農政課長

高校生、それから大学生ということで、そういった若い方との連携というのは、かながわブランドを外にPRしていくには非常に有効だと考えておりますので、今すぐ具体的に何かというのはございませんが、それにつきましては、引き続き、連携できるような形で考えていきたいと思っております。

亀井委員

具体的に、実績のある大学ですし、食に関してのクラブは、シーガルという団体があって、そこは結構県の中でも表彰を受けるような実績のあるクラブがあるから、是非そういうところと一緒にタイアップしてやってください。お願いします。

次なのですが、かながわブランドの販売促進について、今年度取り組まれるイベント、具体的にどのようなものがあるか教えていただいてもいいですか。

農政課長

今年度実施していくイベントということでございますが、一番は認知度の向上と実際に味わっていただいて、良さを知っていただくということで実施をしていくというものでございます。

具体的には、かながわブランドをはじめとした県産品、これを取り扱っていただいている百貨店や量販店を、かながわブランドサポート店ということで登録いただいておりますが、そういったところと連携をいたしまして、統一ロゴをつくりまして、かながわブランドキャラバンというようなことで、旬のかながわブランド登録産品のPR販売を行っているというものでございます。

既に三浦かぼちゃなどを対象にしまして、都筑阪急で開催をしておりますが、今後も引き続きまして、季節ごとに、例えばお米のはるみや湘南ゴールド、こういったものを対象にイベントを連続して開催していきたいというものでございます。

亀井委員

大体概略はよく分かったのですが、季節によっていろいろな食物があって、それを販売していくという話なのですが、今後、我々の一般質問にもお答えいただきましたが、かながわブランド月間、この設定に向けて生産者団体と協議しているということだったのですが、このかながわブランド月間とは、今みたいな年間を通していくと、一年中いろいろな形で作物というのは収穫できて、販売もできるかなと思うのですが、月間と言われている中で、月というのは大体いつぐらいのところをイメージして開催されたのですかね。

農政課長

具体的にどの月、いつの月にするかということは、これからかながわブランド振興協議会の中で協議していくこととなりますが、月間ということで設定するということになりますと、やや比較的多くの登録産品が出荷販売されている1月から3月ぐらい、この辺が一つの案という形になるのではないかと考えております。

亀井委員

1月から3月ですね、それぐらいの時期で、この月間の設定、実施についてなのだが、今協議会との連携もあるのだが、いつごろを目途に考えていますか。

農政課長

現段階では、いつごろになるかというのは、なかなかお答えが難しいところなのですが、一応今年度は、先ほどお答えさせていただきました、旬に着目したかながわブランドキャラバンということでイベントを実施しております。月間等として設定する場合には、やはり十分な期間を設けて、県民の皆様にも周知していくことも必要でございます。

したがって、来年度事業というような形の中で実施していくような形になるのではないかと考えております。

亀井委員

来年度事業ということでしたが、なるべく早めに行っていただいた方がいいと思うのですが、例えば年間を通していろいろな作物が収穫できると申し上げたが、大体かながわブランドは、そもそもどのぐらいの品目があって、どのぐ

らい登録をされているのですか。

農政課長

現在の登録の状況ですが、63品目で100登録産品というような形になっています。

亀井委員

そもそも論になってしまって申し訳ないですが、その品目を設定して、登録をするということなのですが、そのスキームを教えてください。

農政課長

かながわブランドの登録でございますが、基本的に登録は、生産者団体の方から申請をいただきまして、申請をいただいた内容が、審査基準がございますので、それに合致しているか、まず書類で審査をします。書類審査が終わった後、例えば農産物であれば、外部の審査員の方で審査会を組織しておりまして、その中で実際に試食等も含めた中で審査をし、基準点以上を満たせば登録されるという形でございます。

亀井委員

なぜあえてこういう基本的なことを聞いたかということ、例えばブランドという三崎マグロにしたら、皆さん御承知のとおり、今、三崎港に水揚げされているマグロ、それに要するに三崎でいわゆる目ききという人が、このマグロは幾らだ、このマグロはどうだという話を判断して、それで出荷されるときに三崎マグロになるわけですよ。例えば今、焼津で揚がったマグロもいきなり築地に持って行くわけではなくて、陸送で三崎まで来るわけですよ。何のために来るかということ三崎マグロにしたい、ブランド力をアップしたいからなのですよ。

そこで、目ききに同じことをやってもらって、その後、築地に持って行く。三崎、三浦半島のことですが、例えば松輪サバというサバがありますね。あれは松輪の漁港に揚がったサバであるが、それだけではなくて、要するに一本釣りをして、人の手を余りかけない、要するに人が余り触らないような魚として松輪に揚がったサバがブランド化された松輪サバとして出荷されるわけですね。

今、生産者の申請によって、書類審査もあって、もちろん試食もして、それがかながわブランドですよと言ったって、神奈川の県民も全国の人、北海道産ですよと言え、新鮮だねと思うが、神奈川産でかながわブランドですよと言ったって、大丈夫かなというか、これがブランドとして通るかなと、三崎のマグロや松輪のサバ、そういうものだったらブランド力はあると思います。

だが、かながわブランドという、そもそも論の話で大変恐縮だが、それが要するに全国で認知されるかということなかなか難しいと思うのです。ブランド力を付けていくためには、今の一連の流れだけでは足りないと思うのだが、どうやってブランド力を高めていきますか。ブランドとして本当に国民に認知されたものとして、それをしっかりと出荷できる体制にしていくことが県の責務としてやらなければいけないと思うのですが、いかがですか。

農政課長

ブランド力の強化ということでございますが、本県の農業ということでお話をさせていただきますと、例えば三浦の大根、キャベツ、これは正に全国的な

産地ということで、かながわブランドにもなっておりますが、こういった品目につきましては、県内だけではなくて全国流通という中で、他県も含めた付加価値を付けた販売、こういったものが重要になっていると思います。

その他の品目につきましては、やはりどうしても都市農業地域ということで、非常に生産規模的にも小さいものがございます。こういったものを全国流通に乗せるというのはなかなか難しい問題がございますので、そういった品目につきましては、かながわブランドというような登録等を行うことによって一人でも多くの県民の皆様にご覧になって、実際に食べていただき、そして買っていただくと、こういったような循環を進めていくための一つの取組ということで、かながわブランドがあると思っておりますので、そのためのPR販売ということで支援をしていきたいと考えています。

亀井委員

各論で申し訳ないが、今、私マグロの話とサバの話をしたのだが、水産課としてはこのブランド力アップをどのように捉えていますか。

水産課長

それぞれ、例えば松輪のサバ、松輪の漁師が水揚げしたら全て松輪サバになるわけではなく、旬のおいしい、ある程度脂が乗っているもののみを松輪サバという名前を付けて、生産者は出荷しているわけです。それはただつくって、それを出荷すればいいというわけではなくて、やはりそれなりの売る側、生産者側の努力の成果としてブランドができているのだと思います。

あと、委員がおっしゃったように、三崎マグロについては、三崎の目ききの力によって、目ききを通ったマグロはおいしいという安心感、信頼感があると思います。

そういう意味では、そういったブランド化、ほかの水産物につきましても、ある程度そういう名前が付いていることで安心して買える、信頼して買えるということを進めていくべきだと考えています。

亀井委員

ブランド力を高めるために、県としてもう一工夫していかないといけないと思うのです。農産物にしても魚にしても、畜産物にしてもそうなのですが、ここはもう一息というか、全国に通用するような取組をしていかないといけないのだが、局長はどのように考えていますか。

環境農政局長

神奈川県としては、やはり地域の生産者の方が一生懸命作っている生産物をしっかりと販売ルートに乗せて、皆が買って帰るという形を進めていく必要があると考えております。

かながわブランドでの取組を行いまして、県は、生産者の方と一緒にブランド力を上げていくというスキームはつくった。この間、登録のスキームをつくってやってきたが、もう一押し要るのではないかとというのが委員の御指摘だと思います。それは確かにそのとおりでありまして、しっかりこれから、各地域でもいろいろなブランドアップというのは、当然取り組んでいるところでもありますから、特に負けずにやっていくには、かながわブランドのブランド力を上げることが必要であると思います。

やはりどうすればいいかということは、なかなか行政だけで考えるのでは恐らく足りなくて、生産者の方々と一緒になって知恵を出していく必要があると思うのですが、まず行政として考えておりますのは、かながわブランドというものを一緒になってつくりますので、まずそれを知ってもらう。おっしゃったように、かながわブランドと言ったって、そのような知らないよというもの、それも確かに残念ながら事実の部分がございますので、まずは、かながわブランドというものがあるということを県民の方にも知っていただくということから、まずもう一回始めるのですね。

更にブランドアップするための方法はどうしたものがあるかということにつきましては、ブランド協議会等もありますので、そこでよく話し合って、いい工夫をこれから考えていきたいと考えております。

亀井委員

分かりました。どこの生産者も頑張っています。だからこそ、行政はそこでしっかりとフォローの風を与えて、これから一緒に考えていくのでは私は遅いと思うが、これからも継続して生産者に寄り添って、しっかりとこのかながわブランドが全国区になるように、北海道ブランドに引けをとらないように、是非お願いしたいと思いますが、最後に、決意をもう一回お願いします。

環境農政局長

かながわブランドは、全国的にも世界的にも発信できる、北海道ブランドにも負けないような形で、ブランド力を得られるように取り組んでいきたいと思っております。

亀井委員

分かりました。その決意を忘れないように頑張ってください。

次に、質問なのですが、私、漁業の話をしていただくと、最近、この時期だからでしょうか、アニサキスの食中毒の発生が結構大きなニュースになっているのです。つい先日も、私の地元横須賀市内の飲食店で、寄生虫の一種なのですが、アニサキスが原因となって食中毒が発生したのです。

最近、アニサキスによる食中毒の発生が多くて、特に三浦半島は消費者が水産物を買控えるといった風評被害が心配されているのです。

そこで、アニサキス食中毒の発生による漁業経営への影響について何点かお聞きしたいのですが、まず基本的なことで、このアニサキスによる食中毒、どのような魚を食べるとそれが発生しているのか教えてもらえますか。

水産課長

アニサキスは、イルカやクジラなどの海洋性の哺乳類を最終的な宿主としている寄生虫でございまして、その卵は海中に放出され、ふ化した幼虫はまずオキアミ等の甲殻類の体内に入り、それを餌として食べたサバ、イワシ、カツオ、サケ、イカ、サンマ、アジなど、非常に多くの魚介類に寄生しております。これらの魚介類を生食することにより人間の体内に入り、アニサキス症という食中毒が起きることがあります。

亀井委員

次に、アニサキスによる食中毒の原因と、そして原因を除去する方法があったら教えてもらえますか。

水産課長

アニサキスが寄生している生鮮魚介類を生で食べることにより、アニサキスの幼虫が胃壁や腸壁に潜入し、食中毒を引き起こします。これはアニサキス症と呼ばれ、食後数時間から数日後に激しい腹痛やおう吐等の症状が出ます。

アニサキスは、魚の内臓に寄生しておりますが、鮮度が落ちると筋肉に移るので、鮮度の良いうちに内蔵を取り除くことが効果的です。また、マイナス20度で24時間以上若しくは60度で1分以上加熱すれば死滅します。また、アニサキスは数センチメートルぐらいの長さがございますので、調理の際、注意すれば取り除くことも可能であり、有効でございます。

亀井委員

分かりました。私冒頭に申し上げたのですが、アニサキスによる食中毒を恐れる余り、消費者が水産物を買ひ控えるといった風評被害の発生も心配されるのです。風評被害が発生した場合に、県としてどのような支援を行うことができるのか、詳しく教えていただいてもいいですか。

水産課長

まず正しい知識を持ち、適正な対応ができれば、アニサキスによる食中毒はある程度減らすことができるのではないかと考えますが、風評被害を直接潰すことはなかなか難しいかと思えます。ただ万一、消費者が買い控えをしたことによって、例えば、水産物が売れなくなったり魚価が大きく暴落して、その結果、漁業者の年間の水揚げの金額が減った場合には、その減収分を補填する漁業共済という制度がございます。県はこの漁業共済の加入を促進しておりまして、また漁業者の負担軽減の観点から、共済掛金の一部を県も補助しているところでございます。

亀井委員

魚がとれなかったことによって漁業者の収入が減少してしまった場合は、保険というか、漁業補償によって補填できるのですよということですよ。だから、収入が減ることは、保険に入っていれば大丈夫ですよという話でしたね。

だが、漁業者の方というのは、仕事をしなくても保険で賄ってくれるからいいやと思っている人は余りいないのです。要するに、漁に出て魚をとることが自分の生きがいであって、そういうことによって自己実現を図っていくために漁師になっているわけなのです。そういう人たちが、風評被害で困っているので、だからこそ県に、風評被害が発生したときに、収入を補填してくれるということはもちろん大切なことだが、風評被害を払拭するように県としてはやっつけていかなければいけないと思うのだが、県として風評被害を払拭するために収入補填以外にどういうことをやってくれますか。

水産課長

なかなか一旦風評被害が起きると、それをおさめるというのは難しいかと思えますので、逆に風評被害が起きない、若しくは食中毒が起きないということに、力点を入れる必要があるのではないかと考えております。

例えば、水産課といたしましても、健康医療局が主催の研修会におきまして水産課の職員が出向きまして、例えば調理師の方に対して、いわゆるアニサキスによる食中毒等につきまして研修を行っているところでございます。また、

健康医療局では、県ホームページでアニサキス症への注意喚起を行っているところでございます。

亀井委員

調理師の方々の研修、あとは神奈川県ホームページを見てくださいという話なのだが、これは調理をする人やプロの人がどうやって気をつけなければいけないか。今までずっと修業していて、親方、師匠についてやっていく人たちはいいかもしれないが、いきなりぽんと飲食店の経営や調理をするようになると、なかなか難しいので、今みたいな研修は大事ですよ。

さらに、ホームページに書いてありますよというのは分かるのだが、一般の県民は、アニサキスとって、では神奈川県ホームページを開かなければと思う人はいないですよ、はっきり言って。調理師というか、プロの人もアニサキスが出てきてしまったから、県ホームページを開かなければという人はいません。一般の県民に対して、啓発していかなければいけないが、そうしたらどのようなことをしますか。

水産課長

いろいろ食育等の部分で携わったりというのは、先ほど申し上げたように、衛生当局とも協調して、アニサキスを含めて食中毒の予防についていろいろと啓発しているところがございますので、そういう意味では、いろいろなチャンネルを通じてやっていくべきではないかなと思います。例えばアニサキスによる食中毒の発生が大きいときであれば、県のたよりでも注意喚起をすとか、いろいろなやり方はあるかと思っておりますので、そういった形で調理師等に対する注意喚起のほかに、一般の消費者の方に対してもそういった形で、気を付けてくださいといった周知については工夫を考えていきたいと思っております。

亀井委員

是非、漁業者の方々とあとは一般県民の健康等を守っていかなければいけないと思うので、それは環境農政局としてできることは、ホームページに書いてあるからいいと、それで終わりではなくて、是非分かりやすく県民に周知していかなければいけないし、漁業者の方は仕事をするということを、それも安心して仕事をしてもらいたいということは、そこはこれからも是非検討、考えていただいて、啓蒙の仕方、啓発の仕方、これからも工夫していただくことを要望して、質問を終わります。