

# 明日の農業を語り合う

## 市長とつがる市農業士会等との意見・情報交換会



農業経営士、青年農業士、ViC・ウーマン、木造地区農村青少年クラブ連絡協議会員(4Hクラブ)ら

「つがる市長とつがる市農業士会等との意見・情報交換会」が6月2日、木造ふれ愛センターで行われ、市内の農業経営士、青年農業士らが、これからのつがる市の農業について福島市長と意見を交換しました。

これは、農業関係者と行政が農業の現状や課題を共有し、農業振興と地域の活性化に役立てようと市農業士会（松橋英樹会長）が主催して初めて開催されました。



### 意見交換「市長とともに考えるつがる市の農業」



農業経営士  
高橋 金昭氏

【高橋】以前、農業委員会などでは、担い手育成・確保のため、事業等を行っていたと思いますが、今後、担い手育成・確保のための方針や政策についてお聞かせください。

【市長】地域農業を発展させていくためには、担い手の育成・確保が不可欠です。個々の農業者に対しての助成については、国・県の事業を活用し、平成21、22年の2カ年でリース事業や経営体育成事業が実施され、延べ件数336件、総事業費17億円の機械施設が導入されています。今年度も、数十件の規模で機械施設の導入が進められています。また、過疎対策事業を活用した機械施設導入事業にも取り組めます。

人づくり、後継者育成については、認定農業者、青年農業士、ViCウーマンの会など市全体をカバーしている組織については今後も継続的に支援していきたいと考えます。

【工藤】つがる市ブランドの農産物を強く押し出していくということですが、大都市でのPRの他に「FOODEX JAPAN（フードクスジャパン）」や「アグリフード」といった食品関係の展示会に出店して業界へのアピールをするのも効果的だと思うのですが、いかがでしょうか。



4Hクラブ  
工藤 康記氏

【市長】「FOODEX JAPAN」には平成21年につがる市から青森アップルジュウスが参加しており、つがるブランド推進会議でも支援したところであります。その結果、台湾の商社が商品を購入し商談を重ね台湾で販売することとなりました。

今は、積極的な売り込みが必要なので、やる気のある方、意欲のある方には是非参加していただきたいと思います。ただ、これらは「商談」の場ですので、一定の取引数量を確保する必要があります。そのためには農家間の連携を図り、供給体制の確立にも取り組まなければならないと思います。

# 「つがるブランド」の確立に向けて「つがる市長 福島 弘芳

## ■これまでの取り組み

つがる市の基幹産業は農業。つがる市誕生以来、消費者に信頼される農産物を送り出す産地として安全で安心できるものを作り、農家所得の向上、担い手の確保、農業振興、農村地域の活性化等、魅力ある地域づくりを目指し「つがる市農産物ブランド化」を推進してきました。

まず始めに、農産物ブランド化の対象品目8品目を選定し、統一栽培基準を制定しました。そしてブランド化推進のためのキャラクター「つがるちゃん」とキャッチフレーズ「生まれるも育ちもつがるです」を公募により決定。その後、農産物加工検討委員会の設置や販路拡大を図るための補助制度を制定し、関西、首都圏でブランド認定メロン・リンゴ等の試食宣伝販売会を実施してきました。一昨年は市の総合的な地域ブランド確立に向けて実施主体を「つがるブランド推進会議」に改称。昨年は、つがる市誕生5周年を記念し、魅力ある「つがる市」を全国に発信するため、市が誇る特産品、食文化、伝統文化、景観



など市民が選んだ「つがるの宝」22を選定しました。

## ■つがるブランドの現状

ブランド認定状況については、平成22年度末現在で1467人、栽培面積では2142ヘクタールです。加工品は、トマトジュース、アップルパイなど12品目が認定され販売されており、首都圏を中心として、トップセールスを行っており、つがる市のリピーターが年々増えてきていると感じています。



市場へは、ブランド独自の統一栽培基準に基づいて生産されている「安心・安全・美味しい」高品質な農産物として継続的に安定的に供給されており、つがる市産の表示がなされていないことから、消費者への認知度が低いのが課題です。今後は、首都圏等において「つがるブランド」の表示がされ販売できる



<http://www.tsugarubrand.jp/>

ようトップセールス、試食販売会等を充実させ、消費者に対しての「つがるブランド」の周知度をより一層、高めていきたいと考えております。

## ■つがるブランド確立のために

ブランド化を進めるには、まず地元におけるブランド作りの気運の盛り上がりが必要です。そのためには、地元において「つがるブランド」であるとはつきりわかるよう販売方法を検証し、それらを地元で消費し、生産者の生産意欲向上を図るよう啓蒙に努めていきます。また、東北新幹線全線開業を契機に、メロン・リンゴをはじめとした農産物の収穫体験ツアーを実施することで、農家の所得の向上に繋がりたいと考えております。

消費者に安心・安全な「つがるブランド」を継続的・安定的に供給するため、今後とも、行政、農協、農家はもとより、市民の皆様のご理解とご協力により、「つがるブランド」の更なる向上を目指して、地域の活性化が図られるよう努める所存です。ので、皆様の一層のご協力をお願いいたします。



青年農業者 松橋 英樹氏

【松橋】近年、農業の6次産業化が必要と言われていますが、つがる市が取り組んでいること、あるいは取り組み計画などはありますか。

（※「6次産業」：1次産業（農水産業）、2次産業（食品加工）、3次産業（流通・販売）を掛け合わせたもので、一般的には生産者が自ら農産物の加工・販売までを一貫して行い農業を活性化させようとするもの。）

【市長】つがる市においても、市で使用しなくなった給食センターを活用して、漬物などを加工、販売し、売り上げを伸ばしている成功事例があります。生産者でなくても米・大豆・野菜を地元農家と契約し、原材料の安定的な供給を受け、加工から流通、販売まで一貫して担い、付加価値を付けて販路拡大しています。

市としては、6次産業化に意欲のある農家、団体には有効な補助事業を紹介したり、情報提供や相談に応じていきたいと思っています。

【七戸】つがる市は本当にさまざまな農産物に恵まれています。地域内の農産物を学校、病院、老人福祉施設などの給食へ利用し、地産地消を推進してほしいと思います。

【市長】給食での地産地消については、規格、価格、年間を通して供給体制などが課題となつていますが、平成20年度より学校給食の地元産の食材使用率を比較し、積極的活用を意識を高めています。また、21年度から毎年11月を「ふるさと産品給食の日」とし、市産のナガイモ、ゴボウ、ネギを共通食材とした「つがるちゃん豚汁」を給食メニューとして、市内の小中学校で提供しています。

成人病センターや老人福祉施設では、給食を民間会社に業務委託しており、全ての食材を地域内の農産物で賄うことは困難ですが、調理材料のほとんどは地元業者を通じて納入されており、委託会社へは、可能な限り地元でとれた食材を利用して欲しいと要望し、できる限りの利用を心掛けています。



ViC・ウーマン 七戸 百合子氏