

令和4年12月15日

発言者	発言要旨
森谷委員	円安が続く中、県産農産物の輸出状況はどうか。
美味しい山形流通販売推進室長	山形県国際経済振興機構（以下「機構」という。）において支援している取引分として、米及び果物が前年度よりも増加傾向にあると聞いている。米については、4月から10月にかけて昨年よりも約17 t 取引量が多い状況である。一方で果物については、昨年度は凍霜害の影響により生産量が少なかったことから一概に円安の影響を評価することは難しい。
森谷委員	米の国内消費の減少が見込まれる中、米の輸出をしっかりと堅持する必要があると考える。県として輸出戦略をどのように考えているのか。
美味しい山形流通販売推進室長	輸出については、「第2次山形県国際戦略」に基づき取組みを進めている。県産農産物で最も輸出量が多いのが米であり、全体の約8割を占めている。米は本県の主要な輸出品目であり、輸出拡大が図られるよう、引き続き取組みを進めていく。
森谷委員	輸出量が伸びている果物の品目は何か。また、果物は国内需要も十分にあるため、今後を見据え、需要に応じた輸出を上手に行っていく必要があると考えるがどうか。
美味しい山形流通販売推進室長	輸出量が多いものとしては、モモ及びリンゴであり、令和3年度のモモの輸出量は97 t、リンゴは72 tである。果物については海外からの引き合いが強いが、国ごとに異なる検疫条件への対応や気象災害などもあり、希望の量に応えられない事例も生じている。県としては、国の補助金を活用しながら、各国の要望に応えられるような果樹産地づくりの支援を行っているところである。
森谷委員	県が主体的に輸出促進に向けて取り組む必要があると考えるがどうか。
美味しい山形流通販売推進室長	<p>「第2次山形県国際戦略」にて、台湾、中国、香港、韓国、ASEANを重点5地域としており、その中で各国の規制や現地ニーズに対応しながら、機構を核に取組みを進めている。</p> <p>コロナ禍の約2年半は、海外渡航が出来なかったことから、これまで築き上げてきた現地パートナーとの信頼関係のもと、現地でのプロモーションを展開してきた。今年に入り、渡航制限が緩和され、現地渡航による取組みを再開しているが、他県でも同様の動きが行われており、産地間競争の中で、山形ブランドを前面に出しながら、引き続き輸出拡大に向けた取組みを進めていく。</p>
森谷委員	畜産農家の経営の現況はどうか。
畜産振興課長	配合飼料の価格が令和2年度は1 t 当たり約6万円だったものが今は約10万円と約1.5倍となっていることから、配合飼料を多く使用する養豚農家、養鶏農家及び肥育農家が非常に苦しい状況にある。また、繁殖農家についても子牛の価格

発 言 者	発 言 要 旨
森谷委員	<p>が安くなってきており、厳しい状況にある。一方で、和牛に関しては枝肉市場での価格が戻ってきている。</p> <p>価格高騰が著しい輸入とうもろこしの代替となる子実用とうもろこし等の国内生産の動きがあるが、県内の状況はどうか。</p>
畜産ブランド推進主幹	<p>WCS（ホールクロップサイレージ）については、水田において主食用米と同様に作付できることから、県内で栽培が拡大しており、令和4年度の作付面積は1,115haである。また、全国的に注目されている子実用とうもろこしの県内での作付面積は、令和3年度は約38ha、4年度は約64haと増加傾向にある。作付けは、鶴岡市、天童市、西川町、大石田町、真室川町及び飯豊町にて行われているが、量としては、輸入飼料に比べてまだまだ足りない状況である。</p> <p>また、真室川町の生産集団が48haを作付け・生産し、県内の畜産農家で利用されており、この取組みが県内のモデル事例と考えている。</p>
森谷委員	<p>子実用とうもろこしの作付農家の経営は維持できる環境にあるのか。</p>
畜産ブランド推進主幹	<p>子実用とうもろこしの生産拡大の取組みに向けた課題としては、新たな収穫機械、乾燥機械の整備、収穫した飼料の保管場所の確保、生産者と畜産農家とのマッチングの場の設定、排水対策等の適切な栽培技術が必要であることが挙げられる。</p> <p>なお、県内の先進事例の収支状況としては、水田活用の直接支払交付金等により、一定の収入を確保している現状にあることから、作付面積の拡大による低コスト生産、単位収穫量の向上、適正な販売価格の設定などの対応により、所得を確保する対策が必要と考えている。</p>
森谷委員	<p>酪農家の現況はどうか。</p>
畜産振興課長	<p>配合飼料が高騰している中、乾牧草も高騰しており、また、牛乳の価格が上がってはいるが、それが酪農家に反映されるのはこれからであることから、酪農家が現下最も厳しい状況にある。</p> <p>そのため、今回の補正予算にて、畜産農家の飼料価格高騰への支援を計上しており、その中で、単味飼料についても支援対象としている。</p>
森谷委員	<p>酪農家の厳しい現状を踏まえると、飼料価格に対する支援に加えて、別の視点での支援も必要と考えるがどうか。</p>
畜産振興課長	<p>酪農家の収入源としては、牛乳の他にも子牛販売があるが、現在、子牛価格も下落している。今後は、受精卵移植の活用など、別の視点での支援も考えていきたい。</p>
森谷委員	<p>「さくらんぼ&amp;フルーツPR協議会」の開催状況はどうか。また、そこではどのような議論がなされたのか。</p>
農政企画課長	<p>総会を1回開催している。協議会のメンバーからは、「やまがた紅王」の令和5年のデビューに向けたPRの方向性について、様々な意見をもらっている。具体</p>

発 言 者	発 言 要 旨
森谷委員	<p>的には、PRに向けてインフルエンサーを活用すべきではないか、まずは地元がしっかりと盛り上がらなければならない、県外に対して知名度がまだまだ足りないため、認知度向上に向けた様々な工夫をすべきとの意見があった。</p> <p>2月定例会において、情報発信は必要であるが、そのために「ハコモノ」は似合わないとの議論がなされ、予算案が撤回となった経緯がある。改めて情報発信に向けた構想をどのように考えているのか。</p>
農政企画課長	<p>施設整備の案の撤回後、県産フルーツのPRをゼロベースで検討してきた。情報発信の方法としては、本県に実際に来てもらう事が望ましいのではないかとこの考えから、県内様々な方法でフルーツを楽しんでもらう「場」が必要ではないかという考えに至った。そのような「場」として、2月定例会の案のように県が建物を建てるわけではなく、民間事業者が様々なサービスを提供できる「場」をつくるという案を考えている。そのためには、どのような「場」をつくるか民間事業者と連携・対話をしながら進めていくという構想をアイデアの1つとして考えている。</p>
森谷委員	<p>協議会の意見は参考でしかなく、県が具体的な構想を示すことが必要である。予算案として提出する前に、常任委員会の場に限らず、議会に対して説明する場を設け、丁寧に進める必要があると考えるがどうか。</p>
農政企画課長	<p>協議会では、ソフト面での対外的なPRを検討する。それとは別に、本県にどのように実際に来てもらい、フルーツを楽しんでもらうかを考えている。こうしたトータルでの全体像として、「実行計画」を考え、議会にも説明しながら固めていきたい。</p>
木村委員	<p>県内の養鶏場で初めて発生した高病原性鳥インフルエンザに対する防疫措置の評価はどうか。</p>
畜産振興課長	<p>12月8日午前8時に遺伝子検査の結果、鳥インフルエンザであることが確定し、発生農場と関連農場合わせて約6万8000羽の殺処分を行った。簡易検査で陽性が判明した段階から、事前に備えていたマニュアルに基づき、しっかりと準備を進め、速やかに防疫措置を開始した。なお、防疫措置に当たっては、日頃から、防疫資材を備蓄するとともに、9月補正予算にて防疫対応にかかる予算を計上しており、万全の体制で臨むことができたことに加え、部局横断的に、県職員を始め、関係市町及び団体からも多数の応援があり、極めて速やかに防疫措置を進めることができた。また、9月に県の高病原性鳥インフルエンザ対策本部対応マニュアルを改正しており、作業員名簿の整備、本庁及び各総合支庁における防疫演習の成果が発揮されたものと考えている。</p>
木村委員	<p>発生農場から半径3km以内の移動制限区域及び半径10km以内の搬出制限区域にある農場に対する対応状況はどうか。</p>
畜産振興課長	<p>半径3km以内には1農場があり、検査したところ異常なしであった。なお、この農場に関しては、鳥の移動制限に伴う鶏卵価格の減少や飼料代のかかり増し分などに対して、国と県で2分の1を負担し支援する制度がある。</p>

発 言 者	発 言 要 旨
木村委員	<p>半径 10km 以内には 9 農場あり、飼養衛生管理基準をチェックし、国と協議して、順次出荷を認めているところである。</p> <p>近県における発生状況はどうか。</p>
畜産振興課長	<p>11 月 18 日に新潟県阿賀町、11 月 23 日に宮城県気仙沼市、11 月 29 日に福島県伊達市、12 月 7 日に福島県飯舘村で発生している。岩手県及び秋田県では今シーズンはまだ発生していないが、今朝時点において青森県の大規模養鶏場で発生したとの情報がある。</p>
木村委員	<p>鳥インフルエンザの抜本的な対策として、豚熱のようなワクチン接種は行われているのか。</p>
畜産振興課長	<p>鳥インフルエンザワクチンはあるが、緊急用として国が備蓄している。接種が行われていない理由としては、人と同じく感染を完全に防ぐものではないこと、接種した場合、逆に発症しているかどうか分からないことから、国の方針で使用しないこととなっており、発生した場合の対応としては、殺処分となる。なお、世界的にも同様の対応となっている。</p>
木村委員	<p>大手コンビニエンスストアで「雪若丸」を活用した商品が販売されているが、「雪若丸」の認知度向上に向けた取組状況はどうか。</p>
県産米販売推進主幹	<p>今年度、新たな取組みとして始まった株式会社ローソンの「単一銘柄おにぎり企画」にて、本県の「雪若丸」が採用され、全国の店舗で販売された。「雪若丸」の美味しさが非常に評判であったことから、現在、南東北エリアの店舗で「雪若丸」の銘柄を打ち出した弁当などの商品が提供されている。「雪若丸」の銘柄を全面に打ち出した商品販売は、消費者が「雪若丸」を知るきっかけとなることから、こうした取組みを通じて、引き続き需要の開拓を進めながら、認知度向上につなげていきたい。</p>
木村委員	<p>「雪若丸」の認知度向上に向けては、著名人を活用した取組みが効果的と考えるがどうか。</p>
農林水産部次長	<p>県産品を売り込む際に、著名人を活用することは有効な手段だと思う。今後の対応については検討していきたい。</p>