

○ 委員長報告

12月定例会本会議で報告された農林水産委員長報告は、以下のとおりです。

平成26年12月定例会

農林水産委員長報告

報告いたします。

当委員会においては、所管事務について調査を行いました。

以下、調査の過程において論議された主な事項について、その概要を申し上げます。

まず第1点は、「みかん」の名称を使用したブランディングについてであります。

このことについて一部の委員から、本県では「柑橘王国」という言葉をよく聞くが、「みかん県」のイメージがあるのだから、消費者に対して「みかん」という名称を使った戦略の方がわかりやすいのではないかとただしたのであります。

これに対し理事者から、本県では、長年にわたり温州みかん生産量日本一を誇ったことから「みかん王国愛媛」を標榜してきたが、気象災害を受けた平成16年度以降、温州みかんの生産量が全国2位となったことや、中晩柑類への転換が進んだこと、和歌山県や静岡県でも「みかん王国」の言葉を使っていることもあり、平成17年頃から生産者団体を中心に「柑橘王国」という言葉が使われ始めたものである。

愛媛の柑橘農業の特長は、温州みかん一本ではなく、流通しているだけで40種類を超える多様な柑橘をほぼ周年供給できることにあり、ここがライバル県と決定的に違う強みである。

このため、この特長を全国にアピールしていくには、温州みかんだけではないことを端的に表せ、イメージも優れている「柑橘」という言葉を、ブランディングの基本ワードに据えながらも、販売戦略においては、消費者等に対して愛媛のみかんをアピールするなど、適時適切なPR手法を展開している旨の答弁がありました。

なお、このことに関連して一部の委員から、消費者目線をさらに意識するためにも、県自らが県産品に関する消費者意見を把握できるような調査の実施を検討してほしい旨の要望がありました。

第2点は、営業本部の農林水産物の海外輸出成果についてであります。

このことについて一部の委員から、営業本部の農林水産物の輸出の成果はどうか。また、今後の展開はどうかとただしたのであります。

これに対し理事者から、将来の国内市場縮小を見据え、東アジア地域を中心とした海外への販路開拓に向け、粘り強く営業活動に取り組んでおり、本年度上半期時点での農林水産物の海外輸出額は全体の33%、約4億5千3百万円と

なっており、昨年度の年間実績、4億1千5百万円をすでに上回っている。内訳はブリ、タイを中心とした水産物が約3億9千3百万円、県産材が約4千7百万円、みかんが約1千3百万円となっており、国別では、中国、韓国へ水産物と県産材を、台湾、シンガポール、マレーシアへみかんと水産物、タイ、アメリカへ水産物、香港へみかんを輸出している。

今後、本県が単独で海外に売り込んでいくとなると、本県を代表する産品である水産物やみかんが中心となるが、輸送コストの問題などから、農林水産物の輸出は東アジア地域がメインターゲットになると考えており、厳しい競争下ではあるが粘り強く取り組んでいきたい旨の答弁がありました。

第3点は、キウイフルーツかいよう病についてであります。

このことについて一部の委員から、キウイフルーツかいよう病は終息しているのか。また、予防や伐採農家への対応はどうかとただしたのであります。

これに対し理事者から、終息までには至っていないが、国が現在取りまとめ中のキウイフルーツ生産県に対する全国一斉調査では、本県の新たな発生については聞いていない。

P s a 3型の終息については、来年の3月から4月の状況を見て判断することになると考えており、仮に、その時期に再び発生すれば、きめ細やかな調査や対応が必要となるが、将来の根絶を目指した対応に努めたい。

予防としては、11月上旬に果樹研究センターにおいて、今後の防除についての研修会を行い、薬剤の散布、苗の定植方法、安心できる資材の使用について指導を行った。

また、部分伐採した発病園地の発生調査では特に注意を払い見回るほか、全伐採農家については9月補正予算で営農再開支援事業を創設しており、本事業を活用しながらきめ細かな支援を行っているところである旨の答弁がありました。

このほか、

- ・愛媛ブランド牛の開発と販売戦略
- ・県内におけるチョウザメ養殖
- ・農業生産工程管理（GAP）
- ・うんしゅうみかんの生産状況と価格動向

などについても、論議があったことを付言いたします。

以上で報告を終わります。