

# 海外経済戦略対策特別委員会会議録

平成29年 7 月20日

場 所 第4委員会室

平成29年7月20日（木曜日）

欠席委員（なし）

委員外議員（なし）

午前10時0分開会

会議に付した案件

○概要説明

農政水産部、環境森林部

1. 農水産物の輸出拡大に向けた取組等について
2. 林産物の輸出拡大に向けた取組等について

○協議事項

1. 次回委員会について
2. 県内調査について
3. 海外調査について
4. その他

○意見交換会

宮崎県経済農業協同組合連合会

宮崎くみあいチキンフーズ株式会社

株式会社ミヤチク

1. 本県農畜産物の海外展開の取組について

説明のため出席した者

農政水産部

農政水産部長	大坪篤史
農政水産部次長 (総括)	野口和彦
農政水産部次長 (水産担当)	成原淳一
畜産新生推進局長	坊菌正恒
農政企画課長	酒匂重久
新農業戦略室長	鈴木豪
農業連携推進課長	山本泰嗣
農産園芸課長	土屋由起子
水産政策課長	毛良明夫
畜産振興課長	花田広

環境森林部

山村・木材振興課長	三重野裕通
みやざきスギ 活用推進室長	日高和孝

出席委員（12人）

委員	長	中野一則
副委員	長	日高陽一
委員		星原透
委員		宮原義久
委員		後藤哲朗
委員		二見康之
委員		清山知憲
委員		田口雄二
委員		渡辺創
委員		新見昌安
委員		凶師博規
委員		西村賢

意見交換会のため出席した者

宮崎県経済農業協同組合連合会

総合企画室・海外事業戦略課 課長補佐	沼田寛樹
-----------------------	------

宮崎くみあいチキンフーズ株式会社

代表取締役社長	川口謙一
常務取締役	遠藤仁志
製造部 工場管理課長	上川一弘

全農チキンフーズ株式会社

営業統括部 副部長	泉英典
--------------	-----

株式会社ミヤチク

常務取締役	中窪哲義
-------	------

平成29年7月20日（木曜日）

牛業務部長	黒原利浩
牛業務部牛業務課 課長補佐	横部顕然
管理部企画管理課 審査役	七日市昌弘

事務局職員出席者

政策調査課主査	森田恵介
政策調査課副主幹	花畑修一

○中野委員長 ただいまから、海外経済戦略対策特別委員会を開催いたします。

本日の委員会の日程についてでありますがお手元に配付の日程（案）をごらんください。

本日は、午前中に、農政水産部及び環境森林部から、農水産物及び林産物の輸出拡大に向けた取り組み等について説明いただきます。

その後、次回委員会の県内調査、海外調査等について御協議をいただきたいと思っております。そして、昼食を挟みまして、午後から農業関係団体・企業との意見交換会を行いたと思います。このように取り進めてよろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○中野委員長 それでは、そのように決定いたします。

では、執行部入室のため、暫時休憩いたします。

午前10時1分休憩

午前10時3分再開

○中野委員長 委員会を再開いたします。

本日は、農政水産部及び環境森林部に御出席いただきました。

執行部の皆さんの紹介につきましては、お手

元に配付の出席者配席表にかえさせていただきます。

それでは、概要の説明をお願いいたします。

○大坪農政水産部長 本日もどうぞよろしくお願い申し上げます。

まず、資料ですが、お手元の委員会資料の表紙を開いていただきまして、目次をごらんいただきたいと存じます。

本日は、御指示のありました農水産物と林産物の輸出拡大に向けた取り組み等について御説明をいたします。

幸いにして、近年、本県の農水産物の海外輸出は順調な伸びを示しておりまして、例えば、宮崎牛につきましては、対米輸出をされる和牛全体の4割を占めるようになりました。そして、宮崎牛というブランド名で、アメリカのレストランで販売されるようになっております。

また、水産物につきましても、養殖ブリを中心に増加しておりまして、本年は念願のキャビアの初輸出も実現をしました。

それから、木材につきましても、材工一体という手法で、現在、韓国を中心に付加価値をつけて輸出する流れができてきたところでございます。

本日は、そういったことを具体的な中身として御説明をしながら、御意見を賜ればと考えているところでございます。

県といたしましては、こういった流れを一層加速させながら、今後、本県の産品のさらなる輸出拡大に向けて取り組んでまいりたいと存じます。

本日は、どうぞよろしくお願い申し上げます。

○山本農業連携推進課長 委員会資料の1ページをお開きください。

農水産物の輸出拡大に向けた取り組み等につ

いてであります。

本県農水産物の輸出につきましては、香港を初めとする東アジアを主要なターゲットとしながら、北米やEPAの大枠合意がなされたEU等での輸出拡大に取り組んでおり、国内外の商社などとも連携しながら、産地の育成や新たな取引づくりに取り組んでいるところであります。

まず、1の輸出支援体制の充実・強化につきましては、平成24年度に県内の商工事業者や農業団体などと連携した、みやざき「食と農」海外輸出促進協議会を設立し、オール宮崎での推進体制を整備するとともに、県香港事務所の開設やジェットロ宮崎貿易情報センターの誘致を進めてまいりました。

また、香港・台湾・シンガポール・アメリカ・EUに、輸出支援の専門家をコーディネーターとして配置するとともに、今年度は県内の輸出産地の育成や商品の掘り起こしを行います輸出サポーターを新たに設置し、海外の輸出促進コーディネーターと連携した活動を展開していくこととしております。

2の輸出実績及び目標につきましては、下の（1）のグラフに示しておりますとおり、口蹄疫等の影響により平成23年度に一旦減少したものの、その後の輸出額は年々伸びており、平成28年度の輸出額は過去最高の34億5,000万円となっております。

2ページに移ってください。

2ページの上の表、（2）品目別実績にありまして、農産物が3億5,000万円、畜産物が26億2,000万円、水産物が4億7,000万円となっておりますが、輸出金額の前年比を見ていただきますと、水産物が1.6倍、茶が1.5倍と高い伸びを示しております。

輸出先別に見ますと、（3）国別実績の表のと

おり、東アジアが21億7,000万円、アメリカやEUが12億7,000万円となっており、特に輸出金額の前年比で見ますと、台湾が4.2倍に増加しております。

台湾につきましては、BSE問題を理由に、2001年から日本産牛肉の輸入を禁止していましたが、この9月から輸入を解禁する方針が今週月曜日に発表されており、今後の輸出拡大が期待されます。

一方、EUにつきましては、前年比88%の2億4,000万円と減少しております。これはお茶の輸出が伸びるなど、数量自体は伸びておるんですけれども、牛肉がやや減少したというところが影響しているようです。

県では、平成32年度の輸出目標を44億円としており、引き続き輸出支援策の強化を図っていくこととしております。

次に、3の主な品目の対応状況につきまして御説明します。

①の牛肉につきましては、JAグループと連携した海外での販促活動や県香港事務所のフロンティアオフィスに入居しております畜産法人等の活動支援に取り組んでおります。

次に、②の養殖ブリにつきましては、東日本大震災以降、輸出先国から求められております産地証明書の発行体制の構築や、養殖業の国際認証取得に必要な漁場環境調査の支援を行っております。

3ページをごらんください。

③のカンショにつきましては、輸送中の腐敗発生を抑制するため、産地の調査や輸送試験などに取り組むとともに、料理愛好家やプロの料理人を対象とした料理教室を開催し、新しい食文化の提案による宮崎産カンショの普及拡大に努めております。

また、記載をしておりますけれども、先ほど伸びておると言いましたお茶につきましては、国内需要が減少している一方で、EU等の輸出が伸びております。

特に、お茶のEU等の輸出につきましては、有機ということが求められることから、有機JAS認証取得を支援してきたところであります。

次に、(2)取引拡大の状況につきましては、①の東アジアでは、香港事務所や現地のコーディネーターが核となりまして、見本市への出展やバイヤー招聘による商談会などと連携したきめ細かなフォローアップを行った結果、お茶や豚肉など、新たな取引拡大に結びついてきています。

キャビアにつきましては、ことし3月に、香港直行便を利用しまして、最高級ホテルと連携した輸出イベントなどに取り組んだ結果、好調なスタートが切れたところでございます。

また、ことし2月に、県と伊勢丹シンガポールとの連携協定を締結しております。この御縁を生かしまして、輸出促進コーディネーターがマッチングを進めたところ、継続的な取引が始まっております。

ブルネイにつきましては、非常に裕福な国ではあるんですけれども、厳しいハラルが課せられる国であること、また、日本との商流・物流はほとんどないといった国でありますことから、現地の日本大使館主催イベント等を活用したマーケット調査や、シンガポール経由での商流・物流の構築に向けた調査を進めております。

次に、②の北米・EUでは、アメリカでの知事による宮崎牛トップセールスや、ニューヨークを中心に展開してきましたスイートピーの輸出先を、さらにロサンゼルスにも拡大するためのプロモーション等に取り組み、輸出拡大につ

ながってきております。

③の輸出前残留農薬検査体制の整備につきましては、近年、特に台湾において、日本との残留農薬基準の違いから、輸入検疫の際に基準値を超過する事案が発生しております、現地での廃棄処分というのが発生しております。

このため、食の安全分析センターにおいて、台湾の残留農薬基準311成分のうち281成分については、迅速に分析可能な技術を開発しております。

また、九州農水産物直販株式会社と連携しまして、輸出前に分析した検査証明書を添付して輸出する実証事業に着手したところでございます。

4ページをごらんください。

(3)施設整備や人材育成の状況についてであります。

まず、①の輸出拠点施設の整備につきましては、国の平成28年度補正事業を活用しまして、表にあります、くしまアオイファーム、ミヤチク、宮崎くみあいチキンフーズの3法人が、カンショの集出荷貯蔵施設や畜産物処理加工施設の整備を進めておりまして、順調に工事が進んでおると伺っております。

次に、②の輸出に取り組む人材の育成につきましては、ジェトロ事務所と連携したセミナーの開催や海外商社との商談のフォローなどを通して、輸出に取り組む人材の育成に取り組みますとともに、農業法人経営者協会が核となりまして、輸出サポーターによる輸出事務の支援や、輸出商品の掘り起こしや磨き上げなどに取り組んでいくこととしております。

農業連携推進課からの説明は以上でございます。

○日高みやざきスギ活用推進室長 続きまして、

林産物の輸出拡大に向けた取り組み等について御説明いたします。

資料の5ページをごらんください。

まず、1の木材の輸出でございますが、(1)の輸出額の推移にありますように、近年、東アジアを中心に、木材需要の高まりや為替の円安基調を背景に木材、とりわけ丸太の輸出額が増加しております。

県内企業等の平成28年度の輸出状況につきましては、太枠部分になりますが、平成28年度は、前年の平成27年度に比べ、中期から後期にかけて一時的に円高傾向に振れたこと等から、前年度に比べ、丸太が4割ほど減少しているところですが、対しまして製品輸出につきましては、対前年比で6割ほど増加し、丸太との輸出額の差も縮んできています。

次に、輸出先の内訳ですが、丸太の多く、90%が中国と台湾が占めており、製品につきましては、全体の5割を韓国が占めているところです。

(2)の課題であります。丸太の輸出は、現在、為替の影響を受けやすく、中国・台湾市場等では、ニュージーランドからの松等、諸外国との価格競争が激しく、為替次第では他国産材に取ってかわられるおそれがあることなどから、不安定さがあることは否めません。

このため、今後は、より付加価値の高い製品の輸出の拡大に取り組む必要があると認識しております。

このようなことから、県では具体的に「みやぎすぎ」販売戦略実践事業」を活用し、5ページの下の方の写真にもありますように、海外での建材展示会出展や丸太輸出の支援を行うとともに、より付加価値の高い製品の輸出を促進するために、「県産材海外輸出トライアル推進

事業」により、輸出相手国の設計士や工務店等を対象に、プレカットした材料と、これを組み立てる建築技術をパッケージにした材工一体のシステムで輸出する取り組みを進めているところであります。

6ページ、上の写真をごらんいただきたいと思います。28年度は、まず日本の木造住宅に類似したハノクという伝統的木造住宅文化が残る韓国におきまして、日本の在来軸組工法を韓国の設計士や工務店などの技術者に理解してもらうために、軸組工法の入門セミナーを韓国の主要都市5地区で開催したところで、延べ800名の参加を得たところです。

なお、ソウル地区での開催では、林活議連にも御参加いただいたところでございます。

さらに、このセミナー参加者の中から、本格的に軸組工法に取り組もうとする技術者に対しまして、県内で実務研修を3回ほど開催し、約50名が受講したところでございます。

このような取り組みの結果、28年度は住宅・非住宅を合わせまして、30棟の建築の実績がございました。

また、年度末に開催しました宮崎県内での実務研修を契機に、新たに約10棟程度の受注が発生しているところでございます。

韓国向けにつきましては、今年度も引き続きセミナーと研修会を開催することとしておりまして、軸組工法の定着と住宅部材の輸出拡大を図ってまいりたいと考えているところでございます。

また、台湾や中国等に対しましても、まだまだ木造住宅の建築市場というのが定着はしていないんですが、国内の住宅需要が縮小する見込みでございますので、将来を見越して、韓国での取り組みを参考にしながら、住宅部材の供給

を検討していきたいと考えております。

次に、(3)のジェットロと連携した取り組みでございますが、県内の木製材企業7社が、ジェットロの「地域間交流支援事業」を活用しまして、台湾における木材産業の市場調査、具体的には内装材等の供給を目指して、今年度、市場調査や商談会を開催する予定であります。

最後に、2の干しシイタケについてでございます。

(1)のとおり、近年、台湾や香港などの東アジアを中心に、干しシイタケの輸出量は年々増加傾向にあり、県内の輸出に取り組む企業への聞き取りによりますと、平成28年には、台湾・香港・シンガポール・イタリアの4カ国に向けて、888キログラムが輸出されたところでございます。

(2)の課題であります。安価な中国産と競合しないよう、高品質の干しシイタケの輸出を図るなど差別化が必要と考えております。

具体的な取り組みとしまして、「みやざき乾しいたけプロモーション事業」により、市場ニーズ調査や海外でのPRイベントの実施に取り組むこととしております。

なお、写真でございますが、昨年度行った台湾でのPRイベントの状況でございます。

説明は以上です。

○中野委員長 執行部の説明が終わりました。

御意見、質疑等がございましたら発言をしてください。

○田口委員 ちょっと1点確認させてください。

先ほど、農産物輸出の中で、台湾の事情が変わるという話をされましたが、あれは東日本大震災の関連のやつですか、違うんですか。ちょっと、私、ここ、聞き漏らしたものですから、もう一度教えてください。

○山本農業連携推進課長 台湾の牛肉輸出が、9月に解禁するという方向で動くということになります。

これはBSEを理由に、2001年からこれまで、日本からの輸出を閉じてきたんですけれども、以前から、ここ数年かけて国同士の交渉をずっとやっております、安全性が確認されたというところもありまして、今回、解禁することになった運びです。

○花田畜産振興課長 ちょっと補足説明をさせていただきます。

BSEの関連でとまっていたということだったんですけれども、今回、7月17日付で、台湾のほうで2カ月間のパブリックコメントというようなことで、輸出解禁に向けた取り組みが始まったということでございます。

早ければということで新聞報道されておりますけれども、その後のまだまださまざまな手続もあるということで、はっきりした日程についてはまだ不明確なんですけれども、それに向かひまして、いずれにしましても、解禁になったらすぐ輸出できるように準備等は進めているというような状況でございます。

○田口委員 ありがとうございます。

ちょっと確認をしたかったものですから伺いました。それで、今、問題になっているのが、例の東日本大震災の原子力発電所の放射能の関係で、日本の食品に関する不信感がいまだにあって開放されておられません。

国のトップがかわって開放しようというような状況があった中で、台湾の中でもかなり反対運動といいますか、デモとかもありましたけれども、その後、何か新たな展開はあるんでしょうか。

○山本農業連携推進課長 やっぱり放射能に対

する動きというのは、台湾のみならず、いろんな国が問題視しております、2ページの下の方の養殖ブリで書いておりますけれども、産地証明書というものを添付していくということで、本県の場合はこの産地証明書をつけることで、かなりの国には輸出ができるという状況になっております。

**○田口委員** 実は昨年暮れに、日台議連で台湾に行っているいろいろ話をしました。日本人は放射能に対して何とも思わないのかということを中心に聞かれました、いや、僕らは逆に東北の方のやつは復興のために食べようと思ったりしているんですけどもと言ったりしましたが、何か、かなりそういう固定観念みたいなのがあって、なかなか開放、日本のものを自由に入れるのは大変だなあと思ったところだったものですから、ちょっとお伺いをいたしました。ありがとうございました。

**○渡辺委員** 木材の輸出の関連でお伺いしたいんですが、先ほど御説明ありましたように、ずっとこここのところ、近年、韓国への木材輸出の量を高めるために、材工一体でやっていって、技術も一緒に出していくという戦略をずっととっていらっしゃると。実績として、先ほど御説明いただいたように、その説明会、セミナーに800名ぐらいの方が来られて、さらなる実務者研修も50名ぐらいの方が参加されている。

実績としても、材工一体なわけですから、この施工をされた30棟というのは、当然、宮崎から出した木材でつくられたんだろうというふうに理解をしますが、例えば、この30棟、そして今決まっているのがあと10棟あるというのは、そもそも例えば目標値があったのか、目標値はなかったとしても、この30棟という評価は、かなり期待感を持ってこれから広げられるなあとい

うイメージでの30棟なのか。

それとも、実際やってみると、いろいろと苦労があるというような数字なのか、その辺の認識といいますか、分析はどうかということころを、あわせてそのセミナーの参加者数とか、宮崎で行われた実務研修に来られた方の数というのが、そういうふうイメージとどのぐらいの乖離があったり、期待感を持てるのかというあたりのちょっと認識を教えてくださいませんか。

**○日高みやざきスギ活用推進室長** まず、木材の輸出についてでございますけれども、現在、丸太の輸出が非常にふえているところなんです、丸太ですと宮崎県産材の場合、送り出す港の着価格で、スギのB材・C材が、大体、九千七、八百円、1万円弱でございます。

台湾とか中国のほうに型枠とか足場材、あるいは棺おけの資材等が行っていますけれども、こういった資材が板材で、大体、二万三、四千元から2万5,000円となっています。

韓国のほうは、木造住宅の文化がございましたけれども、こちらのほうに宮崎でプレカットして組み立てる前までの状態で送っていくと、当然これにつきましては、設計図面をこちらに送っていただいて、プレカットしまして手がかかるわけですが、木材の場合ですと立方8万円程度、それから集成材ですと立方10万円程度の単価で送れるということになりますと、やはりそれだけ宮崎にお金を落とした上で、付加価値をつけて送れるということになります。

こういった取り組みにつきましては、平成24年段階では、住宅はほとんどゼロというような状況だったんですが、翌25年度に7棟、それから26年度に9棟、それから28年度に25棟、それから、非住宅等を含めまして合わせて30棟とい



うことで、丸太につきましては、先ほど説明したように為替の影響を受けて、価格競争で異常に変化が大きいんですけれども、やはり付加価値の高い住宅というのはあんまり、やはりそれが必要になってくれば、輸入せざるを得ないという状況でございますので、為替の影響も受けにくいというようなことで、順調にふえてきているところでございます。

具体的な棟数について、目標値ということについては定めていないところですが、やはり今後の目標としては、原木の1万円に対して、プレカットした集成材等の付加価値の高い部材ですと立方10万円いくということであれば、やはり、より県内にメリットがある、経済効果の高いということであれば、より住宅部材としての供給にシフトしていくべきではないかというふうに考えております。

**○渡辺委員** 今、御説明でも、手応えがある程度感じられるということだと理解をしたんですけれども、県が今、関係者の皆さんと一緒に進捗を促すというのは当然の立場だと思うんですが、将来的には、当然、県内の事業者の皆さんと韓国で建物を建てる皆さんの間で十分に成り立っていく、もちろん宮崎県にとって付加価値で高く売って、利益をたくさん上げるというのはありがたいことだと思うんですけれども、それが十分に成り立っていく環境につなげていける取り組みであるという確証を、担当部としては、今、持っていらっしゃるというふうに僕らは理解をされていていいですよ。

**○日高みやざきスギ活用推進室長** 現在、宮崎県内で木造住宅が4,000棟台の規模、建設されているところでございます。

対しまして、韓国につきましては、約1万棟、木造住宅が建っているところです。

このうち8,000棟ぐらいがアメリカ発のツーバイフォー住宅で建てられており、日本の在来軸組工法、それから韓国のハノクの工法というのは、1,000棟から2,000棟ぐらいの規模でございます。

宮崎の企業ですが、企業独自に持っている目標としましては、この8,000棟のツーバイフォーの住宅、仮にこの1割がとれたとしたときに800棟ということになります。

やはり8,000棟台のうちの800棟の規模が仮にとれたとすれば、これは県内の木造住宅、また、木製材納入業者にとっては、非常に大きな数字ではないかというふうに捉えているところでございます。

**○中野委員長** ほかにありませんか。

**○函師委員** 資料の1ページなんですけれども、1の輸出促進コーディネーターをそれぞれの国に配置されておるんですが、今後、このコーディネーターの配置の数の検討をどのようにされていくのかと、あと台湾なり、EUという形でぎっくり書いてあるんですが、EUの中でも、どの国をまたさらに掘り下げていくようなお考えがあるのかお聞かせください。

**○山本農業連携推進課長** コーディネーターにつきましては、今、我々が目指している輸出をカバーできる形で配置できているというふうに考えておりますので、当面、この形で数を変えようとは思いません。

それで、EUにつきましては、どこを掘っていくかという話になりますと、今、ドイツに配置しておりますのでドイツを中心にしていくと。EUの食料を輸入する港というのがドイツとオランダにございます。この拠点を押さえていくということが、まず大事になるかなというふうに考えております。

○**図師委員** 先ほども出ました牛肉が台湾にという話もあります。台湾に配置する予定はないんですか。

○**山本農業連携推進課長** 済みません、台湾にも置いております。

○**図師委員** 今後、数の増加は考えていないということなんです、もう今までの実績で、前年度比140%達成されておいて、成果は十分に上がっておると思うんですが、薄く広くもいいとは思いますが、それぞれの国別の成果が見えてきているところで、どこがまだ伸びしろがあるとか、まだここはほかの県が入ってきているところが少ないとか、もしくはほかの県が入ってきていないところがまたエリアで見えてきたとか、そういうところには集中的に、5人でも10人でもコーディネーターを増員して、他県が入ってくる前にどんどんすり込みをしていくべきだと思います。特に品目別実績のところ、牛肉は、特に香港・アメリカよりもその他のところの数字が大きいと、つまり薄いけれども伸びている地域がたくさんあるかと思いますが、そのあたりの数字も精査されて、ここならまだまだいけるというところには、もう集中砲火していく必要があるかと思うんですが、そのあたりのお考えはないですか。

○**山本農業連携推進課長** 委員おっしゃるとおりだと思います。

我々も輸出に着手した当時は、いろいろところでフェアをやったり、プロモーション活動をやったりということで、まず知ってもらおうという取り組みから入ったんですけれども、知ってもらおうという取り組みでは、やっぱり取引につながらないというところがありまして、輸出促進コーディネーターという人を配置して、企業と産地をマッチングさせていくということ

で、輸出額が伸びてきているというふうには考えています。

特に、牛肉につきましては、部長が最初に申しましたとおり、かなりアメリカへ伸びております。こういう言い方は変ですけども、TPPがもしあのまままとまっておりますと、今、200トンが低関税、200トンを超えると関税が上がるという状況で、なかなかそれをもう上回る輸出がなされているという状況でございます。

そういう国の縛りが、TPPというのがなければ3,000トンまで非課税という形で動いていたはずなんですけれども、そういう形でいろんな縛りがございますので、そこをどう攻めていくかというのが、多分、その縛りの中でどう動くかという話になると思うんです。

そういう形で見ると、EUというところが今度はあきます。大枠合意ということで交渉が進んでいくと思います。ここはやっぱり食の文化が高いですので、しっかり攻めどころだというふうには考えております。

○**図師委員** 私も各国、市場調査に入ったんですが、例えば、上海に入ったときも、北海道がフェアをもう積極的に打って、特に乳製品、生乳も出ておりましたが、上海の市場関係者に聞くと、もう日本という国名よりも北海道というその地名のほうが、上海では認知されている割合が高いですよとか、インドネシアに入ったときも、ナシにしてもモモにしてもリンゴにしても、もう岡山県産というものが市場のほとんどを占めておいて、もう岡山というものが日本という国名よりも知名度が広がっていますとか、そういうようなところも見てきたところです。

1つの国に絞っていくのももちろんそうですが、アメリカという国の中でも、何々州は、もう宮崎は他県よりもどんどん先駆けていくとい

うように、後追いではないというところの実績を今後期待したいと思いますので頑張ってください。

**○後藤委員** 今の凶師委員に関連してなんですが、実は3ページ、取引拡大の状況、輸出前残留農薬検査体制の整備のところ九州農水産物直販が出てきました。

この設立当時、まさに九州のブランドというか、1つで売っていきこうという設立の目的じゃなかったかなと思います。非常に凶師委員と関連するんですが、この残留農薬検査って初めて出てきたんですが、それこそ取引拡大、販路拡大におけるこの九州農水産物直販との連携の状況というのをお聞かせ願いたいんです。

**○山本農業連携推進課長** 九州農水産物直販は、本県のJA経済連が出資をして設立をした会社でございます。

基本、九州だけではなくて、九州以外からも香港に向けて物を売っているという状況で、デリーファームというところと組んでおりますので、非常に格が高いストアでの販売ということになります。

そういうところと組みますと、相手ははっきりしていますので、非常にうちのこういう取り組みの説明をしやすいという環境がございます。

今のところ、先ほど説明したように、まだ台湾に向けた311成分のうちの20成分ができていないというところがございますが、去年の事例ですけれども、一応できる分の分析証明書をキンカンにつけて送ったところ、こういうものがあれば大丈夫だよということで、取引が成立したということもございます。

この分析技術を向上させていくには、もう少し時間がかかりますので、今年度中には何とかめどをつけて、台湾についてはクリアができる

ような形で進めていきたいというふうに考えております。

**○後藤委員** 実は、きょう、午後に、ちょうど輸出拠点となる施設整備の推進部隊、ミヤチクさんとかチキンフーズさん、御意見をいただく場を設けていただいているんです。私も、何か九州ブランド、1つの産地、特に今、インバウンドでも九州という1つの広域連携による取り組みですね、そこら辺、輸出もなかなか独自で行くと厳しいものがあるかなと思っているんですが、また午後いろんな御意見を聞いてみたいと思います。

**○中野委員長** ほかにはありませんか。

**○宮原委員** この品目別実績のところ、カンショが香港・台湾を主要国として輸出をされているというふうに思うんですけども、香港は土地がないからかなと思うんですが、台湾はもともサツマイモってつくっていないんですか。

**○山本農業連携推進課長** 台湾でもカンショの生産はされております。

ただ、本県のようにウイルスフリーにして、きれいな紅色のカンショをつくるというところまでは体制ができていないということで、香港でもベトナム産とかのカンショが入ってきますけれども、やっぱりジャガイモみたいなカンショが出回っていますので、味も品質も全然違うというような位置づけになっております。

**○宮原委員** そうしたときに、サツマイモは伏せ込んでおけばまた苗が出てくるので、それを植えてもやっぱり気候的に合わないということになるんですかね。ウイルスフリーというのはまた特別だと思うんですけども。

**○山本農業連携推進課長** うちの県でもバイテクセンターというところで、ウイルスフリーの苗をつくりまして、それを農協なりに供給して、

ふやして農家に配付するという形になっておりますけれども、自家苗ですとずっとやっておりますと必ずウイルスが入ってきますので、もうそれこそ筋状にまだらの入ったカンショになっていくということになります。

○宮原委員 はい、わかりました。

あと、お茶についてですが、お茶はEU・アメリカとなっていますけれども、EU・アメリカは、普通にやっぱり沸かして飲むのか、ペットボトルが普及するというわけじゃないんだけれども、そういう状況なのか、この利用はどうなっているのでしょうか。

○土屋農産園芸課長 EUにしても北米にしても、安全安心という観点から有機のお茶が人気でございます。

その飲み方なんですけれども、特に北米では、割とお抹茶、粉茶を溶かして健康飲料みたいな形で飲むというような形が多々ございます。

EUのほうには、割と煎茶の形での輸出が多々ございますけれども、向こうで粉茶とかにして、やはりそういう形での飲み方も多いというふう聞いております。

今度、8月に、ロサンゼルスの方にプロモーションにまいりますけれども、そこではまた煎茶としての新しい飲み方であるとか、そういう飲み方もプロモーションをしてきたいというふう考えております。

○宮原委員 あと、宮崎が、日本で一番大きなお茶の産地ならあれなんですけれども、静岡なり鹿児島なり、他の大きな産地があるんですが、そこもやっぱりこういった輸出という部分には力を入れている状況があるんですか。

○土屋農産園芸課長 同じように、やはり静岡にしても鹿児島県にしても輸出に力を入れてございます。

○宮原委員 ちなみに、静岡あたりはどのぐらい輸出に、金額ベースとか、トン数でもいいけれども、そんなのがわかりますか。すぐ出なければ後でいいです。

○土屋農産園芸課長 茶の輸出につきましては、国全体では、平成28年、116億円と過去最高を記録したという資料が手元がございますけれども、ちょっと県別では、今、手元ございませんので後ほどお願いいたします。

○宮原委員 わかりました。

そしたら、金額ベースですと116億円ですから、まだまだ宮崎が頑張ればという可能性はあるということでもいいですね。

あと一点、乾燥シイタケですが、台湾・香港、前年にして下がったとはいうものの、そう大きな差はないのかなというふうに思いますけれども、全体的に見ると、ずっと上がってきた状況がここにきて横ばいになったというようなふうに見ればいいのかと思います。これはどう分析をされていますか。

○三重野山村・木材振興課長 こちらについては、事業者の方々と一緒にやっていくということになります。まず事業者の方の手の届く範囲で徐々に伸ばしているという段階でございます。

これが、例えば、来年倍増というところはちょっと厳しいと思います。

と申しますのは、こちらについては、干しシイタケ、競合相手で申し上げますと、中国産の非常に廉価な干しシイタケというのが、相手国市場に入っております。

そちらと、私ども国産の干しシイタケ、宮崎県産の干しシイタケにつきましては、原木シイタケでできていると、その味わいをよく理解してくださいということで、よく理解をしていた

だきながら進めるということにしてございますので、そういったことを御理解いただきながら、徐々にここは広げていこうというふうに考えてございます。

○宮原委員 はい、わかりました。

○星原委員 きょう、説明いただいて、輸出実績の推移ということで、平成25年から東アジア経済交流戦略が始まって、このような形で、今はグローバル戦略ということで伸びてきたのは、その成果が出ているのかなというふうに思うんです。

ここに品目別の実績というのものもあるんですが、それぞれのこういうものに対して、県としてどういう支援というか、どのような形で今やっているのか、民間の人たちがやっているのを拾い上げている部分もあるんじゃないかなというふうに思うんですけれども、やっぱり外国と取引するには、信頼関係というのが非常に大事な部分になってきて、民間の企業ではなかなか入り込みが難しい部分も結構あると思うんです。

そのときに、県の行政としてはどういう役割を果たさなくてはいけないか、そういう取り組みが非常に大事じゃないかなというふうに思うんです。

そういう中で、宮崎県、今、「ひなた」を全国展開しながら、いろんなところでPRしているわけですが、そういうものを使って外国にも宮崎県が保証しているとか、推奨しているものなんだというのを、基準も厳しくしていかななくてはいけないと思うんですが、そういうのをやりながら差別化をしていかないと、宮崎県だけじゃなくて、国内どこでもいろんな外国とはやりとりをしているわけで、ほかの県よりか伸ばしていくには、何らかのそういう行政からの信用度をあらわす、そういったものを相

手の国、あるいはそういう取引の企業なり、向こうの商社なりに、宮崎県はこういう形で、官民挙げて輸出に向けてのそういうものをちゃんとやっているんだというのを私はやっぱり示していく、あるいはそういう時期じゃないかと思うんですが、そういう考えはどうなんですか。

○大坪農政水産部長 よく理解できますし、まさにそういう時期が来ているんじゃないかなというふうに考えております。

外国に輸出する場合、まずはその事業者が自分の商品をどうやって輸出していくか、そこが一番の出発点になるわけですが、私も、昨年、一昨年、環境森林部長をしております、木材の業者の方と随分話をしましたが、やはり1企業だけではなかなか相手国に信用されない。そういう中では、行政が一緒になってフェアとかプロモーション活動とかをすることは、大変有意義だということを知りました。

そういったこともあって、木材に関しましては、韓国とかで一緒にフェアをやって、そして商談会をやったりということにしているんですが、それは当然ながら農水産物にも当てはまるわけですが、一昨年のミラノ博であったり、あるいは食品の見本市であったり、そういうところに県としても積極的に出展をしながら、業者の人も一緒に行っていただいて、そこで商談をまとめていく、今後の商談につなげていく、そういった取り組みをいろんな国々と、ビジネスチャンスを考えながら積極的に取り組んでいきたいなど、そんなふうに考えております。

○星原委員 ですから、そういう取り組みをすることが、やっぱり業者も意欲を示す、いろんな形でやっていこうというふうに思いますし、これから台湾が牛肉の解禁になってくる、

そういうときでも、どういうふうな形で相手の国に信用させていくのか。

我々は宮崎牛が全共で2連覇したとかいろいろ言っている、ことし、3連覇がどうなのかわかりませんが、そういう状況の中で、かなり牛肉なんかの畜産物には力を入れてきていますよね。

だから、やっぱりそういうものを、よりほかの日本国内の都道府県なんかと競争する場合でも、どこをポイントに、どういう形で攻めていってどういうふうにしていくのか、そういうのを早く察知していないと、みんないろんな情報網をいっぱいそれぞれ入れていると思うんです。

宮崎はそういう取り組みをどういう情報網を使ってやっていくのか、そういうのを検討しておかないと、多分9月ないし、あるいはそれ以降に解禁になっているような条件が出てきたときに、対応できる体制だけはしっかりとっておかないと、解禁になってからいろいろ動いていたんじゃないか、私は遅くなるんじゃないかなというふうに思うんです。

というのは、台湾でいけば、焼酎も、今度、今までと違って変わってきて、もう鹿児島なんかは、船便で持ち込んでいるという、そういう状況まであるわけです。

そういうことになったときに、宮崎はどこまでどうしているのかという、それはやっぱり一方でおくれるということは、多分、情報のとり方とか、あるいは業界の皆さん方との連携のとり方とか、こういうものが変わるときには、きょう、あしたにぱっと決まるわけじゃなくて、何カ月前からやっぱり事前にそういう動きがあるわけですから、いかにそういう情報をつかんでおくかというのは非常に大事だと思うんです。

やっぱりそういうことを常にやっておかない

と、最初の取っかかりで食い込んでおかないと、なかなか後から追っかけてでは厳しいところもあるというふうに思うんで、これから本当に海外との取引をするのであれば、そういう情報のとり方に、かなりしっかりした方法をとらないと厳しいんじゃないかと思うんですが、その辺の考えはどうなんですか。

**○大坪農政水産部長** 海外との商取引につきましては、信用が前提になりますので、先ほど輸出のコーディネーターの話もしましたけれども、やはり先方との人脈をどれだけつくっておくかということは、とても大事な出発点になるかと考えております。

そういう中では、幸い、台湾とはいろんな形で人脈づくりも今進んできていますので、まずはそういったところとの連携というのものも1つ、有効な方法として考えていきたいと思えます。

一方、台湾につきましては、まだ具体的にこういう条件でというのが示されていませんので、そういった情報をいち早くキャッチをしながら、先方が解禁ということになれば、速やかに輸出できるような体制というものを、団体とも十分連携をしながら進めていきたいと考えているところです。

**○星原委員** ぜひ、そのようにお願いをしたいと思います。

次に、木材の関係でも、やっぱり同じことが言えるのかなと思うんです。

だから、丸太で輸出するのと、付加価値をつけて輸出するのじゃ、林家の所得も変わってくるわけですね。

ですから、やっぱりその国々に売っていかうとしたら、やっぱりその国がどういったものを欲しがっているか、じゃあ、そのためには素材で送るんじゃなくて、加工して送れないとか、

今、プレカットとかいろいろあるわけですし、今度CLTも一応いろんな形で取り組みをされているので、そういうものをちゃんと特徴を、相手の国に向けてどこまでしてやったら、林家なり、製材とかいろんな加工するところなり、そういうところにお金が落ちるかということではないかと、ただ、もう丸太で輸出したって、私はそんなに効果ないと思うんです。

だから、やっぱりそういう面における加工の技術を上げる方法とか、付加価値をつけるためにどうする方法とか、やっぱりそういう団体の人たちとのそういうところで、技術的なものはそういう業界の人たちがやるわけですから、今度は逆に、県としては、どういうところを支援したり、どういう形で取り組んでいったら付加価値をつけて販路開拓ができるのか、やっぱりそういうことにも積極的に取り組むべきじゃないかなというふうに思うんですけれども、その辺の考えはどうなんですか。

**○日高みやぎきスギ活用推進室長** まず、今、韓国で材工一体という取り組みを行っています。もともとは県内のプレカット企業が、アメリカのツーバイフォーというものが、製品じゃなくて技術を先に送り込んで技術を普及して、その後、製品がついていったということから、やはり日本も技術を先に送り込んで、後から材料がついていくんだということで、業界の提案を受けまして、県のほうで日本の在来軸組の工法についてマニュアルをつくって、それを韓国語に翻訳をして、これを使ってくださいよという形で県のほうが支援したところです。

実は韓国でセミナーを開催する場合でも、企業さんが独自にやるよりも、実際は韓国側の工務店からあった申し出というのが、県がやってくださいと、やはり宮崎県がそういったセミナ

ーをやることについて、やっぱりそこは非常に信頼性が高まるというようなところで、中国・韓国については、そういうふうに行政が前面に出ることによって保証を与えるという、いわゆる御用商売的な要素がまだまだ強く残っております。なので、技術的なものは企業さんのほうにお任せするとしましても、商談会、そういった技術セミナーについても、やはり県がついて行って、この企業さん、大丈夫ですよというような形で、やっぱりそういった保証を付与するという点では、行政の立場は非常に重いのかなというふうに考えております。

そういったことで、例えば、韓国につきましては、昨年、滅多に起きない地震が起きたところでございますので、昨年のセミナーでは在来軸組とはこういうものですよという説明をやったんですが、ことしのセミナーでは、それに加えまして、日本の木造住宅の耐震性について、県のほうで技術的な部分も含めて説明に行き、向こうのユーザーの反応を見るというような形ですので、やはり東アジア、御用商売的な部分があるところについては、県のほうがやはり業界と連携していくということが非常に重要と受けとめていますので、今後も業界と連携していきたいと、そういうふうな基本方針で考えております。

**○星原委員** そこでなんですが、要するに、スギでいけば26年連続日本一の宮崎県と、こうやっているわけよね。そうなってくると、外国に輸出しているスギ材が、ほかの県と比較して日本一になっているのかどうかという比較の仕方をしていって、何が売り込みに足りないのか、どうしたらいいのかということ。今、海外に向けて日本がスギならスギで日本一になっているんなら、努力している、あるいはそれはそれな

りの評価高いんですけれども、他の都道府県がどれだけの量を輸出しているか、私、わからないんで。

ただ、国内においてはスギ26年連続日本一だとか、こういう言葉が出るわけで、輸出についてもそういう日本一を目指す、あるいは牛肉の輸出にしても、やっぱり宮崎牛が、今度、3連覇を狙っていくんだということであれば、やっぱりほかの県よりかはそういうもので一步前に、あるいは焼酎でも日本一だと言うんなら、ほかの県よりか、海外に向けてもそれだけのものを売るんだという、そういう意気込みとか、そういう取り組みとかがなされないと、宝の持ち腐れになっても仕方ないんで。

やっぱりそういうところをしっかりと考えた戦略というか、そういうことをやって、それはもう県だけじゃなくて、そういういろんな業界の人たち、あるいは市町村とか、いろんなものを巻き込みながらしっかりやっていかないと、やっぱりほかの県におくれをとるようじゃいけないんで、日本一になっているものがあるものは、絶対に海外に向けても輸出で日本一になるんだというぐらいの、そういうものを思いながら取り組んでほしいなというふうに思っています。

○中野委員長 ほかにありませんか。

○田口委員 ちょっと確認をさせてください。

先ほどの農産物の国別の出荷の中で、数量に対して金額が非常にふえているところが、例えば、台湾とか香港、余り重たなくて単価の張るものが出ているんだと思いますけれども、それはどういう要因なのか。

それと、台湾だけが養殖ブリではなくて水産加工品というふうになっていますけれども、この中身は何なのか教えていただきたいと思えます。

○山本農業連携推進課長 基本的に単価が高い輸出品は牛肉でございます。

カンショはどうしましてもかさは張るんですけども、単価は、どちらかというと大衆品で出しておりますので、金額としてはそう上がってこないという状況でございます。

今、伸び盛りというのは花きで、花ですね、これが香港なり、それからアメリカで非常に評価が高いということで、これをどう伸ばしていくかが課題になっています。

○毛良水産政策課長 台湾の水産加工品につきましては、魚卵ということでございまして、これはボラの卵ということで、台湾のカラスミ文化に対応した輸出ということでございます。

○花田畜産振興課長 香港が伸びているというのが、牛肉の部分、先ほど単価の高いものということでしたけれども、50トンが100トンに伸びたということで、かなり上がっているということでございます。

○田口委員 最近はまだ魚屋さんも取り合いになるぐらい、東南アジアとか東アジアでも魚が盛況に食べられています。この養殖ブリというのは、多分、真空パックみたいなことにして、生で送っているやつだと思うんですが、これは現地の人はどのような食べ方をしているのでしょうか。現地の人なのか、逆に日本人が買っているのか、それはわかりませんが、どういうふうな商品になっているのかですね。

○毛良水産政策課長 養殖ブリについては、台湾につきましては詳細にはちょっと調べていないんですが、おそらく刺し身商材、寿司ネタということで、EUにつきましても、当然、寿司ネタということで刺し身商材、高級魚として食べられているということでございます。

○田口委員 長崎県が鮮魚ではかなり実績を残



していますから、食べ方を何で聞いたのかっていうのは、食べ方によってはまだ宮崎の中でもいろんな魚が出荷できるのではないかと思いますので、そのあたりの研究もさらに進めていただきまして、多分、魚は単価の高いほうだと思いますので、ぜひ御尽力をよろしく願いいたします。

**○新見委員** 1点だけ教えていただきたいんですが、先ほど宮原委員も触れられましたが、6ページの干しシイタケなんですけれども、この地域別の一覧表がございしますが、特に台湾が平成25年から26年にかけて500キロ、また翌年が100キロということで、その前の年等と比べると圧倒的にふえておりますが、この時期、他県の干しシイタケの輸出状況がどうだったかというのわかりますか。

**○三重野山村・木材振興課長** この間、国全体で申し上げますと40トンぐらいで横ばいということですので、他県の状況ということで言えば、特に大幅に伸びたという状況ではなかったというふうに考えてございます。

全体から申し上げますと、先ほどの40トンという中の、私どもの県で申し上げますと、約1トンということでございますので、どちらかという、これから追いかける立場でございます。

ですので、先ほどいろいろ御指摘もいただきました相手との関係をうまくつなぎながらと、逆に言うと、その伸びしろがあるということでございますので、しっかりとハートをつかみながら、輸出量を伸ばしていきたいというふうに考えてございます。

**○新見委員** 現地ではやっぱり干しシイタケの効用というか、健康にいいとか、そういうのがブームになって、こういう状況になっているのかどうか、ちょっと教えてください。

**○三重野山村・木材振興課長** こちらの香港・台湾といった地域、もともと干し物文化がございまして、その中で、もともと食材としてシイタケを使うという文化があったというところがございます。

それから、あとは日本の食に対する関心度が非常に高いというところがございまして、やはり原木シイタケであるというのが非常に特徴でございますので、その味わいを理解していただける方というのが徐々にふえているという状況かというふうに分析してございます。

**○新見委員** はい、わかりました。

**○宮原委員** 先ほどの品目別の27年、28年というのを、数量、金額で割り崩して見ると、計算が間違っているのかもしれないけれども、カンショが平成27年で270円、平成28年で290円、キロ単価にすると上がってきている。

お茶については、平成27年が2,117円、平成28年が1,790円、これ下がっている。

牛肉は、それもどこの部位を送るかでも違うんでしょうけれども、平成27年がキロ単価にすると9,984円、そして平成28年が9,000円ということになっています。ちなみに、牛肉なんかは、こういうグラム単価に直すということにするといいんでしょうけれども。

輸出することで量を送れば、当然この金額というのは上がってくるんだけれども、国内で売ると、海外にここをどんどん広げていくということは、1つの選択ではあるんですが、農家にとって、また事業者にとって、利益がどうなのかというのはどういう状況に判断をされますか。

**○山本農業連携推進課長** カンショにつきましては、過去5年、一生懸命やってきたんですけども、1つ、輸送中の腐敗という問題がござ

いまして、これを克服するために、予措をかけて、予措庫を整備をする、それから輸送のための包装を特殊な機能性フィルムを使うといったことで、腐敗を1割以下に抑えようという形で取り組みました。

そういう取り組みが功を奏しまして、単価自体は上がってきたという形になっております。

それから、お茶はやっぱり輸出先が変わってきたということでしょうね、EUなりはかなりシフトしてきたということで、こういう価格の動きになってきていると、量がふえたことで、取引ロットが大きくなってきたんだろうというふうに思います。

あと、花なんですけれども、これ、意外に価格が、輸出用は国内に出す価格よりも高値でとっていただいております、むしろ、かなり国外のほうが有望な輸出先になっているという状況でございます。

いずれにしましても、B to Bで、どの層を目指した商品をつくっていくかという話で価格は変わっていきますということと、それから、さっき木材でも出ましたけれども、どうしても為替の影響がありますので、我々も伸びているということに安住せずに、商品づくりをしたいというふうに考えております。

○土屋農産園芸課長 少し、金額的なことで捕捉をさせていただきたいと思います。

今、宮原委員おっしゃいましたように、カンショにつきましては、28年度、割り戻しますと290円という単価が出ますけれども、県内の食用カンショの年間通しての単価っていうのが、大体180円から220円でございます。

それから考えますと、単純には比較できない部分もございましてけれども、特にカンショの場合は2S品であるとか、S品であるとか、国内

流通が非常に低単価しかとれないものを中心になっておりますので、そういう意味でも非常にいい単価ではないかというふうに考えております。

それから、お茶につきましても、まずヨーロッパでもアメリカでも、先ほど健康志向の高まりから有機農産物、有機茶が人気があるというふうに申しあげましたけれども、海外でも実際の有機のものと有機でないものは、2割ぐらいの単価差があるというふうに聞いておりますし、実際、本県から有機茶として輸出しているものは、非常によい単価で出荷ができているような状況でございます。

以上でございます。

○中野委員長 ほかにありませんか。副委員長ありませんか。

○日高副委員長 ないです。

○中野委員長 山村木材振興課の調べで、木材の輸出の推移が書いてあるんですが、丸太の輸出ですけれども、どういう調査法をされたのかをお聞きしたいと思います。

○日高みやざきスギ活用推進室長 原木の丸太の輸出に取り組む団体でございますけれども、県森林組合連合会、それから県内の森林組合が中心となっておりますので、直接聞き取りで行っているところでございます。

○中野委員長 我々が見渡すところのほとんどのスギが伐採されていますよね。それと、港に行けばそれこそ山と積まれていますよね。特に、志布志なんかはもう物すごい量ですよ。

それなのに、わずか2億6,900万円というのは安いんじゃないかなと思うんです。輸出を見ても、こんなもんじゃないだろうと思うんですがどうですか。

○日高みやざきスギ活用推進室長 委員長御指

摘のとおりでございまして、例えば、志布志でございまして宮崎県産材、それから鹿児島、それから熊本から主に集まっております。

この統計でお知らせしました数字については、県内の企業・事業者等の輸出額ということになっていますが、実は商社も九州から木材を集めて輸出しているところがございます。

輸出額につきましては、それぞれの港で財務省が管理しております、財務省で港別の輸出額、輸出量というのを把握できるんですけども、その中で県産材がどれぐらいかということは、特に輸出量の多い志布志では把握できない状況でございますので、一応この資料にありますのは、県内の事業者から聞き取ったほぼ正確な数字というふうに理解しておりますが、これとは別に輸出に取り組んでいると思われる商社さんのほうにも可能な範囲で聞き取りをして、推計の数字で把握しているところがございます。

その推計の数字でいきますと、県内の企業と商社さんも含めると、大体、宮崎県産材10万立方から15万立方のちょっと幅が広いんですが、それぐらいの量が丸太で輸出されているというふうに推計しているところがございます。

**○中野委員長** 志布志の港から出す木材、南那珂森林組合、都城の森林組合が、そのあたりもあるけれども、物すごい量なんですよね、西諸県の伐採する業者にしても、大体、志布志に運ぶというんですよね。

だから、この数字は実数で本当に、今、限定された森林組合連合会とか、森林組合の聞き取りということですけども、実態としてはどのくらいを把握されているわけですか、パーセンテージで。

**○日高みやざきスギ活用推進室長** まず、地元の南那珂森林組合さんが出されている分につい

ては、ほぼ実数ということで御理解していただいているかなと思います。

ほぼ全量を拾っているということですので、この28年度、2万6,900立方、この範囲内ということで御理解いただいてよろしいかなと思います。

先ほど申し上げました商社を含んで、トータルで10万立方から15万立方ということについては、これは推計値ということになっております。

**○中野委員長** 輸出には関係ないけれども、山の崩壊、荒れる云々というのが、再造林をするかしないかでよく説明されますよね。

今度の九州北部豪雨を見ても、物すごい日田の山とか荒れていますよね。ああいう雨が降れば、特に宮崎県も荒れると思うんですけども、そのためには、伐採した面積に対して造林計画がきちんとしていなければ、かなり山が荒れてくると思うんです。

延岡地域が何か指定されてやっていますけれども、特に西諸県なんかは、いつかの説明では極端に少ないんでしたよね。

だから伐採する正確な面積を把握してもらっておかないと、再造林のことも、また輸出に絡むことも、きちんと後々のための整理がいかないと思いますので、そういう意味を含めてちょっとお聞きしたところでした。わかりました。

ほかにありませんか。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

**○中野委員長** ほかに質疑等ございませんので、これで終わりたいと思います。

執行部の皆さん方、御退席して結構でございます。本日はまことに御苦労さまでした。

暫時休憩いたします。

午前11時8分休憩

午前11時11分再開

○中野委員長 委員会を再開いたします。

協議事項（1）の次回の委員会についてであります。

前回の委員会で決定しましたとおり、7月26日から27日までの県内調査にかえて、7月27日木曜、海外展開企業との意見交換会を実施いたします。

資料1をごらんください。

海外展開に取り組む企業と調整をした結果、2社が御対応いただけることとなりましたので、この日程で計画をしているところであります。

来週の開催まで時間がありませんので、できればこの案で御了承いただきたいと思いますが、御異議ありませんでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○中野委員長 それでは、そのような形で進めさせていただきます。

次に、協議事項（2）の県内調査についてであります。

資料2をごらんください。

県内調査については、8月24日に予定されています。

調査先については、正副委員長に御一任をいただいているところですが、ごらんのような日程案を作成いたしました。

午前中は油津港に伺い、貨物港としての取り組みや、大型客船誘致のための環境整備の取り組みについて調査したいと考えております。

午後は、黒瀬水産株式会社と株式会社くしまアオイファームに伺い、各社における輸出等の海外展開の取り組みについて調査したいと考えております。

県内調査については、調査日が迫っており、調査先との調整もある程度進めさせていただ

ておりますので、できればこの案で御了承いただきたいと思いますが、御異議ありませんか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○中野委員長 それでは、そのように決定いたします。

なお、諸般の事情により、若干変更が出てくる場合があるかもしれませんが、正副委員長に御一任いただくようお願いいたします。

次に、協議事項（3）の海外調査についてあります。

資料3をごらんください。

前回の委員会におきまして、調査先については正副委員長に御一任いただいたところですが、ごらんのような日程案を作成いたしました。

前回までの委員会での説明内容や御意見等を総合的に勘案し、本県発着の就航便も活用しながら、ベトナムに所在の日本からの海外展開企業や行政機関、台湾の航空会社などへの調査を考えております。

空欄の箇所は、現在調整を行っているところです。その状況によって、この行程に修正等があるかもしれませんが、今後の委員会で改めて御提示したいと思います。

調整先との調整等もございまして、できればこの案で引き続き準備を進めてまいりたいと思いますが、よろしいでしょうか。

〔「異議なし」と呼ぶ者あり〕

○中野委員長 それでは、引き続き準備を進めさせていただきます。

○星原委員 いいですか、日程の説明の中であったんですけども。

○中野委員長 異議があるの。

○星原委員 いや、異議とか何とかじゃなくて、どういうことをやろうとしているかなんだけれども、ベトナムだったら、今回、アオイファ

ムに行くんで、多分、アオイファームがベトナムに農場を準備して実際やっているんで、だから、そういうところも1カ所、視察先に、この4カ所ある中のどこかに組んでもらうのもいいのかなというふうに思っているんだけど。アオイファームに行ってみないと、今度、行ったときに聞いてみればわかるけれども、あるいはもう前もって、日程を入れるんだから聞いたほうがいいかもしれんけれども、どこら辺まで準備進んでいるか、進んでいけば、そういうことで調査に入れてもいいのかなというふうに思ったんです。

○中野委員長 ちょっと暫時休憩いたします。

午前11時16分休憩

---

午前11時21分再開

○中野委員長 再開いたします。

それでは、引き続き準備を進めさせていただきます。よろしく願いいたします。

最後に協議事項（4）のその他で、委員の皆様から何かございませんか。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

○中野委員長 それでは、ここで暫時休憩いたします。

午後1時に再開いたします。

午前11時22分休憩

---

午後1時1分再開

○中野委員長 それでは、委員会を再開いたします。

ただいまから宮崎県議会海外経済戦略対策特別委員会と農業関係団体・企業の皆様との意見交換会を始めさせていただきます。

初めに、一言御挨拶を申し上げたいと思います。

ただいま申しあげました我々委員会、昨年設置し、1年間では宮崎県のいろんな産業が、輸出を含めて海外との取引をとすることは、調査するのは難しいだろうということで、連続しての特別委員会の設置ということになりました。

少しでも宮崎県の産業が、海外との取引で、いわゆる輸出等で浮揚することを願う、特に農業あるいは林業、水産業、こういう第1次産業がそういう方面でできていけば、それにこしたことはないがなと、そういう思いでのこととなります。

それで、皆さん方に御案内を申しあげましたところ、快くお引き受けいただき、本日は多忙な中、御出席を賜りました。まことにありがとうございます。感謝を申しあげて御挨拶とさせていただきます。

座らせていただきます。

ただいま挨拶をしたのは、私、中野でございます。本日は御出席いただいた団体・企業様における本県農畜産物の海外展開の取り組みについてお伺いするとともに、意見交換をさせていただきたいと存じますので、どうぞよろしくお願いいたします。

次に、委員を紹介いたします。

最初に、私の隣が宮崎市選出の日高陽一副委員長です。

続きまして、皆様から見て左側、都城市選出の星原透委員です。

小林市・西諸県郡選出の宮原義久委員です。

延岡市選出の後藤哲朗委員です。

都城市選出の二見康之委員です。

続きまして、皆様から見て右側、延岡市選出の田口雄二委員です。

宮崎市選出の渡辺創委員です。

同じく宮崎市選出の新見昌安委員です。

児湯郡選出の凶師博規委員です。

日向市選出の西村賢委員です。

それでは、早速ですが皆様から概要説明をお願いいたしたいと思います。

最初に、J A宮崎経済連様、お願いいたします。

**○沼田課長補佐** J A宮崎経済連の沼田と申します。よろしくお願いいたします。

本来なら、私のほうの担当の部長の出席ということでございますけれども、御存じのとおりかと思っておりますけれども、6月30日付で、私の上役のほうで常勤監事ということになりましたので、かわりまして私のほうの出席ということで御了承いただきたいと思っております。

それでは、私のほうから2枚紙のほうを御準備させていただきました。

**○中野委員長** どうぞ、お座りください。

**○沼田課長補佐** 座って説明させていただきます。

私どものJ A経済連グループの輸出の現状の御報告と、今後のあるべき方向ということで御説明を申し上げたいと思っております。

本日、ミヤチクとチキンフーズということで、畜産関係の団体のほうで来ておりますので、私のほう、青果物中心で御説明申し上げようと思っております。

まず、1の輸出の現状ということをお伝えしたいと思います。

青果物に関してなんですけれども、青果物の輸出、私どものほうが約10年前から取り組みを開始いたしました。

約10年たちまして、今、輸出先が香港・台湾が中心ということになっておりまして、取り扱い高で、年間、約1億5,000万円程度と、輸出の

量について言えば約500トンから600トンというところで、ここ3年、4年推移しているところでございます。

やはり輸出の中心が香港というところになりますけれども、実は私ども、平成24年の6月に、香港事務所を開設いたしまして、今、5年が経過しております。

その後、昨年2月、海外の事業のところに特化する部署ということで海外事業戦略課をつくりまして、私がそちらのほうに2月から配属ということになっております。

資料に戻りますけれども、輸出先、香港と台湾が中心ということで、非常に価格競争が激しい中でここ数年続いていると、その青果物の競争先としては、やはり香港・台湾・タイ・シンガポール、この4つについては、かなりの競争が顕著になっているところになっております。

続きまして、②なんですけれども、輸出品目、中心はカンショというところになりまして、それ以外の品目については、ほぼ限定的ではありまして、消費者のターゲットは上・中級購買層以上ということになっております。

あと、ここ5年ほどなんですけれども、③のところにありますとおり、カンショの冬場腐敗、あと日本のほうでは問題はないんですけれども、発芽、これがジャガイモのソラニンと同じような感度で向こうのほうは受け入れられていまして、そこで、品質の部分で、なかなか一筋縄ではいかないという部分も出てきている現状ではございます。

畜産物につきましては、私のほうからは割愛させていただきますが、1点だけ、③、ミヤチクのほうの豚肉加工品、農村協働工舎というところのものがおりますけれども、そちらのほう、

今年度から小売店向けに輸出が開始されたところでございます。

卵についても、今年度、卵パックとして小売店向けに輸出を開始したというところでございます。

続きまして、2になりますけれども、29年度、3カ年計画というのを私ども立てますけれども、そちらのほうの29年度の重点施策ということで2つ掲げております。

取引先確保というところでありますが、輸出については、これは必須のものではありませんで、やはり国内外市場を見る中で、あくまでも手段としての輸出になりますけれども、その行き着く先はやはり生産基盤を確保するためというところで、そのために青果物は量、畜産物はブランディングと量ということで掲げております。

(2)につきましましては、系統、内外のところ、私ども香港の駐在も含めまして、ネットワークも含めて、経営資源も含めまして、経済連グループのほうにございますので、そちらのほうで事業構築というところが、海外事業戦略課としての使命というところになっております。

最後に、3のところの「あるべき方向」というところになっているんですけれども、(1)の①、先ほど価格競合が顕著になっているというところがありますけれども、ここについてはやはり市場の中で伸びしろのある企業、こちらのほうに絞り込んで、その商流に注力して、販売のほうを行っていくというところが必要ということで考えております。

あと、②なんですけれども、10年前から輸出を始めて、青果物単体についてはやはりカンショ中心、それが90%以上の売り上げということは、そこから飛躍するところはここ10年ないという

のが現状になりますので、そこについてはやはりオールジャパン、オール九州というところで一体的に取り組むというところで、私ども、かじを変更したというところではなく、そちらのほうを重点的にして、これまでの取引先は、効率的なところはそちらを利用しつつやっていくというところで方向づけをしております。

あとは、③になりますけれども、加工品と1次加工品、こちらのほうでしっかりと売り込みをしていくと、やはり青果物単体、原料ではなくて、こちらのほうで材料なり、加工品というものを残すのであれば、経済連グループなり、JA、産地のほうに利益が残る形で輸出ができる、ないし輸出のリスクが少ないというところで、そちらのほうに注力をしていきたいということで考えております。

私ども、JA宮崎経済連のほうからの御報告は以上とさせていただきます。

○中野委員長 ありがとうございます。

続きまして、宮崎くみあいチキンフーズ株式会社様をお願いいたします。

○川口代表取締役 皆さん、こんにちは。ただいま御紹介にあずかりました宮崎くみあいチキンフーズで代表取締役をやらせてもらっております川口でございます。本日はよろしく御願ひ申し上げます。

また、きょうはこのような機会を設けていただきまして、大変ありがとうございました。

それでは、早速なんですけど、私どもの出席者の紹介をさせていただきたいと思っております。

向かって、私の左が業務担当の常務をしております遠藤でございます。

私の後ろ、向かって右側ですが、工場管理課の課長をしています上川でございます。

向かって左側のほうですが、全農チキンフー

ズ、私どもの親会社になるんですけれども、そこで営業統括部の副部長をしております泉という者でございます。

当社は、昭和47年に宮崎県経済連グループ傘下の子会社ということで、ブロイラー事業を専門にスタートしております。

その後、平成20年に事業強化を図っていこうということで、全農グループのほうの傘下に資本を移行しまして、傘下に入ったところでございます。そして現在に至っております。

それ以前は、私ども、生産、処理加工、販売まで一手にやっていたんですが、グループ化以降、販売機能のほうを全農チキンフーズに移管したということございまして、今回こういった輸出事業に当たっても、全農チキンフーズと一体となって取り組んでいこうということで考えておるところでございます。

それで、現在、当社は輸出実績はございませんけれども、今回、新工場をつくるということで現在進めさせてもらっております。この新工場を契機に、私どもも積極的に輸出のほうに取り組んでいって、本県農業、また、本県経済の発展に貢献したいなということで考えておるところでございます。

それでは、早速、私どもの事業概要の説明に入らせていただきます。

説明は常務の遠藤がしますので、よろしくお願ひします。

**○遠藤常務取締役** お世話になります。宮崎くみあいチキンフーズの遠藤です。

では、お手元のパンフレット、その後、ペーパーのほうで、概要と今後の輸出拡大の中核となる新工場建設について、簡単に御説明をさせていただきます。と、お願いいたします。

まず、パンフレットの1ページ目をあけてい

ただきたいんですけれども。

**○中野委員長** 皆さん、もう全部お座りください。

**○遠藤常務取締役** 失礼します。

ただいまの社長の挨拶にもありましたように、我々は全農チキンフーズグループの一員として、ここでは年間約3,000万羽と出ておりますけれども、昨年の実績で3,100万羽のブロイラー生産を行っております。

チキンフーズグループは、下の地図にありますように、東京に本社のある販売会社でありますチキンフーズを中心に、岩手の住田フーズ、あと、鹿児島くみあいチキンフーズ、宮崎くみあいチキンフーズの3生産会社、合わせて4社からなるグループで、年間、約7,000万羽弱の処理をしております。

日本全国の約10%強を当社グループで扱っているということになっております。

右隣の地図をごらんになっていただきたいと思いますけれども、ブロイラーの生産農家としては、当社の傘下が135戸、工場が日向の北部工場、高鍋の中部工場、都城の南部工場と3工場、合わせて約3,050万羽、それに加えて、佐土原の食品加工場と、ひなをつくります佐土原孵化場、計5つの施設を持って事業を運営しております。

国産にこだわって、生産から処理・加工までの一貫体制を当社で築いているということでもあります。

グループ全体の使命としましては、次のページに3つのミッションということでありますけれども、丹精を込めてつくり上げたチキンをまごころを込めてお客様にお届けする。トップブランドを目指してグループ全社員がベストを尽くす。それと、生産者とともに日本の食と農を守るというミッションを受けて、事業を進めて



いるというところであります。

済みません、次のページに入ってください、会社の沿革は、先ほど、社長が、冒頭、話をしましたが、2008年以降、グループ化をした以降ですけれども、さらに食の安全に積極的に取り組んで、工場においてISOの9001、22000、それと直近では、佐土原の食品工場と南部工場においては、FSSCの22000を取得しているという状況になっております。

会社としましては、資本金は2億8,000万円、年商が約309億円、従業員は全体で853名ということになっております。

以下、4ページ以降は各部門の詳細ですので、また後ほど、お時間のあるときにお目通しいただければというふうに思います。

続きまして、1枚で宮崎くみあいチキンフーズ新工場建設という資料があるかと思えます。

新工場の建設の経緯から御説明させていただきたいというふうに思います。

当社の北部工場及び中部工場は、創業以来、本県中部以北の鶏肉処理施設拠点として稼働しておりましたが、工場の建屋や機械の老朽化というのが大きな課題となっております。

また、将来的に国内の人口減少が進むことにより、国内市場が頭打ちになることが懸念される中、一方、世界では人口の増加や鶏肉の需要がますます見込まれるということもありまして、特に経済発展の著しい東アジアへの輸出拡大を図ることが、宮崎県の鶏肉生産の基盤強化を進める上で、大変重要なことというふうに考えております。

そのため、今後、輸出をするに当たり、他国産の鶏肉との差別化や競争力強化が必要となってくると、そこで、国際基準に照らした高度な処理、衛生レベルの向上が、当社としても喫緊

の課題となっているという状況であります。

このため、新たな処理施設の建設が急務となっておりますが、現行の北部・中部工場では敷地が狭くて、建てかえ、あるいは増改築というのができないような状況にありまして、この2工場を統合して、新たな土地で衛生レベルの高い新工場を建設する運びとなったというところでございます。

今後の展望としましては、輸出拠点として輸出相手国の需要や処理、衛生レベルに応じた安定的な供給体制の構築を図ること、あと、都農食肉衛生検査所の指導もいただき、ゾーニングや結露対策、今後、グローバルスタンダードとなる可能性のあるアメリカの処理基準等に準拠した工場を建設するというところで考えております。

次に、県とみやざき地頭鶏事業協同組合が連携して進めております宮崎県ブランド「みやざき地頭鶏」の輸出に取り組むため、当社が製品製造を請け負うことで、その一翼を担い、宮崎県産ブランドの価値向上と宮崎県の経済の活性化に貢献してまいりたいというふうに考えております。

また、新工場建設に当たって、北部・中部工場の現行処理能力が、1日、5万6,000羽ですけれども、それを7万4,000羽に増強することによって、ブロイラー飼養羽数日本一を誇る宮崎県生産業のさらなる拡大を図って、本県農業の発展に貢献してまいりたいというふうに考えております。

なお、新工場完成後には、当社の処理羽数が現行の3,100万羽から3,600万羽に規模拡大するというようになっております。

また、新工場は最新式の機械設備を導入して、コスト削減も図ってまいりますけれども、処理

規模の拡大もありまして、新規雇用を促進することで、地元経済の発展及び活性化にも貢献してまいりたいというふうに考えております。

新工場の概要としましては、場所は宮崎県児湯郡川南町、農業大学校の北東部に当たります。敷地面積としては8万7,000平米、建築面積は合計で1万6,800平米、1階、2階がそれぞれ下の数字のようになっております。

従業員数としましては、新規雇用者60名を含めて、420名を現在計画しております。

処理能力は、先ほど申したとおり7万4,000羽の年間2,087万羽で、概算事業費としては94億円を計画しております。

補助事業を活用させていただけることになりまして、28年度の農畜産物輸出拡大施設整備事業、このうちで18億円強を交付いただけるということになっております。

輸出計画としましては、完成3年後の平成34年度に、60トン現在計画をしております。

工事は10月から開始いたしまして31年の6月に完成、31年の7月から工場の稼働を目指して、現在、作業を進めているところでございます。

それと、済みません、もう一枚、こちらの資料がございますでしょうか。

こちらは、先ほど話した内容がほぼ網羅されておりますけれども、若干、足りないところだけ御説明いたします。

現状につきましては、輸出は先ほどゼロということで御報告いたしましたけれども、平成23年度にモミジが75トン、香港に出荷以降、輸出はありません。

グループとしての取り組みとしましては、香港に対して外食関係者へのプロモーションですとか、量販店との商談を現在実施しているというところであります。

事業計画としては、3カ年事業ということで、初年度が41億8,000万円、2年度が47億1,000万円、3年度、5億1,000万円の94億円を計画しているところでございます。

拠点整備後の展望としましては、工場完成後は国内最大規模の鶏肉の輸出拠点が整備できるということと、全農グループの拠点やネットワークを活用した鶏肉の商流を構築してまいります。

それと、プロモーション活動の実績を利用した鶏肉加工品も含めた戦略的輸出並びに安定的な供給体制及び高水準な衛生体制の構築ということを、全農チキンフーズとともに進めてまいりたいというふうに思います。

以上です。

○中野委員長 ありがとうございます。

次に、株式会社ミヤチク様をお願いいたします。

○中窪常務取締役 どうもお疲れさまでございます。ミヤチクの中窪と申します。

本当は、もう一人の常務の小山のほうが出席を予定していたんですけども、ちょっと体調不良ということで、申しわけありませんが、欠席という形になっております。

まず、紹介をさせていただきます。

今、右のほうに座っているのが、牛業務部の黒原部長でございます。

私の後ろのほうで、今回、ミヤチクの都農工場を再建するに当たってプロジェクトを立ち上げたところでございます。そのプロジェクトリーダーということで七日市審査役でございます。

その隣が、牛業務部の、主に輸出担当の業務に携わっております横部補佐でございます。

それでは、私のほうから、まず会社の概要を説明させていただきまして、その後に都農工場

再建整備に係る海外展開の取り組み状況を七日市審査役のほうで説明させていただきます。よろしくお願ひしたいと思います。

では、お手元の会社案内、こちらのほうで、私のほうで会社の概要を説明させていただきます。

まず、めくっていただきまして、経営方針、事業の取り組み内容でございますけれども、我が社におきましては、本県畜産の振興、拡大に寄与することを目的といたしまして、生産者、農協、経済連を通しての肉牛、肉豚の集荷を主体にいたしまして、屠畜解体、枝肉の買入れ、部分肉の製造販売業務を行っておるところでございます。

県内外に10の営業所を設けております。関東、関西、あと福岡、そこら辺の大都市圏、県内は もちろんなんですけれども、都市に対しまして安全安心な良質の食肉を安定的に供給することを目的といたしておるところでございます。

続きまして、会社の概要でございますけれども、資本金につきましては、20億1,427万円ということで、中身につきましては、主な出資先、株主さんですけれども、農協団体、あと県、農畜産業振興機構、その辺が主な株主さんとなっているところでございます。

続きまして、次のページでございますけれども、製造部門につきましては、高崎工場と、今回、再建整備いたします都農工場、あと佐土原の流通加工センター、あと農場につきましては、27年度の4月より経済連のほうに移管したわけでございますけれども、一部、御池農場のほうだけ組織に残しているような状況でございます。

まず、高崎工場につきましては、株式会社宮崎くみあい食肉として発足いたしまして、昭和55

年4月1日に操業を開始したところでございます。

処理能力につきましては、申しわけありませんけれども、お目通しのほうをお願いしたいと思います。

そのような中、輸出認定国でございますけれども、アメリカを初めといたしまして、合計7カ国の認定を取得しているところでございます。

続きまして、都農工場でございますけれども、都農工場につきましては、株式会社宮崎県畜産公社として発足いたしまして、昭和47年10月2日に操業を開始したところでございます。

処理能力につきましては、お目通しのほうをお願いしたいと思います。

輸出認定国につきましては、香港を初めといたしまして、高崎と同様、7カ国の認定を取得しているところでございます。

あと、加工につきましては、主にハム、ソーセージ、スライス、肉製品、主にお中元とか、お歳暮、そこら辺がちょうど、今、繁忙期なんですけれども、そこら辺の製品、あと、ネット販売を主に手がけているところでございます。

あと、めくっていただきまして、最後のページでございますけれども、本社は高崎町、あとは高崎工場、都農工場、先ほど申しました宮崎加工センター、下ほどに、東京営業所を初め、全部で県内に3営業所、県外に7の営業所で、合計10営業所で販売展開を実施しているところでございます。

加工センターにつきましては、ハム、ソーセージの都農加工センター、あと、1.5次製品と言いまして、骨とかいろいろ副産物関係进行处理するところなんですけれども、それが高崎加工センター、あと、外食の事業が、今、全部で7店舗で、県外につきましては大阪と博多にレスト

ランを設けて、県内に5カ所でレストラン運営を事業展開しているところがございます。

ちなみに、28年度の総売上高につきましては547億円で、豚の処理頭数につきましては、それはちょっと書いていないんですけれども37万726頭、牛につきましては、2万6,882頭を処理させていただいたところがございます。

以上で、ちょっと簡単ですけれども、私のほうの会社概要の説明を終わらせていただきます。

続きまして、都農工場の再建整備に係る説明を七日市が説明いたします。よろしくお願ひいたします。

**○七日市審査役** 都農工場の施設整備概要について説明させていただきます。

お手元にカラー刷りの2枚の紙があると思いますけれども、そちらのほうに沿って説明させていただきます。

今回、都農工場の施設整備ということで、目的としましては本県畜産業の高齢化、後継者不足や、配合飼料、生産資材等の高どまりにより厳しい経営が強いられている中で、攻めの農業を展開するための鍵となる大変重要な位置にあり、本県の畜産が中長期に発展していくためには、生産基盤を強固にしていくことと同時に、安全性の高い高品質な食肉を消費者に届けることが極めて重要であり、さらに台北・EUを初めとする海外への輸出展開を強化し、宮崎ブランドの確立を図る経営の活性化を担う産地食肉センターの機能を最大限に発揮するため、国内最新鋭の衛生管理施設を整備し、生産から流通・販売にまでわたる攻めの農業の実現に向けた輸出事業の拡大を図っていくということを目的として取り組んできました。

施設の内容としましては、設置場所としまして、ミヤチク都農工場、児湯郡都農町、現在、

都農工場がある敷地内に建設予定です。

処理能力としましては、屠畜処理としまして、牛が1日60頭、豚、1日820頭、部分肉処理としまして、牛、1日40頭、豚、1日750頭の処理能力と計画しております。

施設概要としましては、牛・豚処理施設の構成等を含む3階建て、建築面積1万4,084平米で、1階の部分に牛・豚処理加工施設、2階に従業員の更衣室、控室、資材室、3階を工場事務所等と関係機関の事務所を用いた施設としております。

お手元の資料にいけますけれども、現状としまして27年度実績でお話させていただきますが、都農工場で、牛、1万3,000頭、豚、17万1,000頭、計18万4,000頭の処理をしております。

輸出実績は、都農工場で、牛肉、75.8トン、主な輸出先としては、アメリカ、27トン、香港、24トンとなっております。豚については、現在、海外で実績がありません。

輸出拡大に向けて直面している課題としまして、牛肉についてはアメリカ・香港等に高い輸出実績があり、今後もEUについても輸出拡大するために、EU向けの施設認定を取得するため、施設整備が必要となっております。

豚肉については、豚肉の輸出を行うための輸出対応施設の整備が必要である。宮崎牛や宮崎ブランドポークの銘柄の食肉のさらなる販路拡大や部位拡大等も課題となっております。

この課題に向けた取り組みとしまして、輸出対応型の牛肉処理施設と輸出対応型の豚肉処理施設を目指して取り組んでおります。

拠点整備後の展開としましては、国内では先陣を切って輸出を開始しまして、牛肉の輸出のパイオニアとして、牛肉・豚肉の双方の輸出施設の整備をすることによって、国内最大規模の

輸出能力を拡大していく。

アメリカにつきましては、宮崎県産牛肉、日本の4割程度を輸出しております。ミヤチクからの販路に加えて、あと全農グループや大手食肉事業者との連携による多様なチャンネルを駆使して、輸出拡大を進めていきたいと考えております。

さらに、輸出解禁国が追加があれば、即座に対応もしていきたいと思っております。

あと、その中で、すき焼きなどの和食文化の普及拡大や、日系の外食店への牛肉・豚肉のセット販売等の相手国に応じた販売戦略を駆使しながら取り組んでいきたいと思っております。

牛肉・豚肉の輸出量につきましては、平成27年度、75.8トン、平成33年度で牛肉・豚肉合計で100トン、32%増を計画しております。

輸出拡大に向けた戦略としましては、対EUに向けた、HACCP、動物屠畜対応型施設を整備し、EUへの輸出拡大を初め、アメリカ、東アジア等に対する輸出効果を図っていきます。

また、多様な輸出関連会社と連携しながら、現地シェフを対象としたカットセミナーの強化、また、自社レストランのシェフを派遣した日系外食チェーンでのカットやメニュー開発、サービス面での総合的な技術伝導の強化や和食文化のさらなる拡大を行いながら、確かな品質、もっと豊富なロットに加えて、厳しい衛生基準をクリアした安全安心を武器に販路拡大を図ってきたいと考えております。

次のページが、先ほど、最初でお話ししましたけれども、ミヤチク都農工場の新築工場の完成イメージということで外観図と、現在、都農工場がありますけれども、その既存の駐車場のところを整備しまして、新工場の建設を予定しております。

説明は以上になります。

○中野委員長 ありがとうございます。

補足で何か説明等ありませんか。よろしいですか。

では、ここからは御説明いただいた事項について、質疑や本県企業の海外展開等に関する自由な意見交換をさせていただきたいと思っております。

委員の皆様から、お伺いしたいことがあればお願いしたいと思います。

また、御出席の皆様から忌憚のない御意見をいただきたいと存じますので、よろしく願いいたします。

午後2時20分をめどに意見交換をしたいと思いますので、よろしく願いいたします。

まず、委員の皆さんから。

○二見委員 きょうは、お時間をつくっていただきましてありがとうございます。

午前中に、ちょっと海外への、本県の品目とか、金額ベース、数量等についてのデータ等をいただいたところだったんですけども、まず最初に、宮崎牛肉についてちょっとお伺いしたいんですが、御説明いただいた中で、経済連さんのほうでも、牛肉は高級部位を中心として、そういう飲食店関係にブランディングをつくっていているというようなことだったんですけども、牛1頭から出るロースとかヒレとか、そういった部分は、もちろん高級部位として入れるんでしょうけれども、残りのほかの部分、そういったところ、今、どのようになっているのかなと思ひまして。もちろん国内で消費するときには、モモとかいろんな部位全部、モツから何から販売、消費しているわけなんですけれども、そういったところを、例えば、高級部位は高級部位で、今、B級品というわけじゃないですけども、他の部位については何か別の販売戦略とか、

何かこういうのを取組んでいらっしゃるのかなど、ちょっとわからなかったものですから、そこ辺をお聞きしたいんですが、何か、きょう、今からわかりますか。

**○中窪常務取締役** 海外用に高級部位、ロース、ヒレがもう主流となっているのは現状でございます。

あと、残りの部位につきましては、やっぱり先ほど申しましたように、県内が20の営業所がございます。これで営業所に送って、営業マンが2トントラックに積んで、各スーパーさん、焼肉屋さん、卸業者にも回りますけれども、そこで全部販売しているような内容でございます。

**○二見委員** 宮崎牛というブランドをどう展開していくのかということなのかなと思うんです。もちろん、素晴らしい高級店の鉄板焼きとかで出てくる肉もあれば、もう少し層の低いところにも届く宮崎牛というものもあるのかなというのを、海外展開というのは、今の段階ではまだ考えていらっしゃるかなんですか。

やっぱり、例えば、価格がある程度高くないと、やはり輸出という輸送コストをかけてやる分ですから、そこ辺の課題等もあるんだろうなとも思うんですけれども、そういう、今、御説明いただいたところが現状というところなんです。

**○中窪常務取締役** 皆さん御存じのように、牛、非常に相場が高うございます。そういった中で、カット肉で利益をとるのは、今の現状は非常にもう至難のわざでございます。

そういった中で、輸出は国内で販売するよりも、若干、利益幅はあるんですけれども、そういった中で、残った部位を営業所なんかで販売するわけですが、正直言いまして、今、生産者の方が上物の率が非常に高うござい

ます。4等級、5等級が、共励会なんかでもうほぼ100%ぐらいの比率を占めているわけですが、我々、販売からすれば、やっぱり2等級、3等級が多いほうが利益はとりやすいんですが、そこもやっぱり2等級、3等級をつくっても生産者の方は利益がとれないということで、私たち販売する者としては、やっぱり上物、ここら辺のものを取り扱っていただく店舗を、常日ごろ、営業マンには新規開拓しなさいということで、今、取り組んでいるところでございます。

**○二見委員** ありがとうございます。

**○渡辺委員** まず最初に、ミヤチクさんにちょっと数字の整理をさせていただきたいんですが、ミヤチクの2つの工場を合わせた話でも結構ですし、都農の新しい工場のお話でも結構です。現状で輸出実績が75.8トンあって、平成33年にはそれを100トンにもっていくというお話がありますけれども、国内も含めて、販売できている額という形か、処理という言い方が正しいのかわかりませんが、総生産量というか、全てでどのぐらいあるうちの海外に出す比重がどのぐらいかということを知りたいんですが、この75.8トンに対比する現状での生産総量みたいなものというのは何トンというイメージでお示しいただけることはできますでしょうか。

**○中窪常務取締役** 正確な数字は、私もちよつと把握してなくて申しわけないんですけれども、28年度の輸出実績を見た中では、全体の売り上げの2%ぐらいは輸出の売上金額でございます。

**○渡辺委員** 今、現状としては2%ぐらいであると。これが100トンに仮に上がったとしても、数字の動き方は1%とか、1.5%という範疇かと思えます。人口減少を日本が迎えていく中で、

先ほど経済連の御説明にもあったように、きちんと新たな市場を確保していくということの上で、現段階では投資の段階というところだろうというふうに思うんですが、平成33年までという短期の目標の中ではなくて、もう少し長いスパンで見えていったときに、例えば、ミヤチクさんであったり、もしくは経済連さんのほうと一緒にかもしれませんが、どのぐらいの入りの段階で、例えば、宮崎県から出していく牛であったり、豚であったりのどの程度の量が海外の市場でさばけるようになれば、人口減少を見越した上で、宮崎の生産者の皆さん、そして流通にかかわる皆さんのところで、ある意味、産業として維持していくために、有効な武器になっていくというふうに判断し得るのは、どのぐらいの時期を見据えていて、かつ量として、明確な数字は難しいと思うんですが、どういうイメージになっていくことで、海外戦略をやっていく意義が出てくるというふうに、今の時点でお考えになっているのかというのを、ちょっと教えていただければというふうに思うんですが。

**○中窪常務取締役** ちょっと難しい質問で、答えになるかはわからないんですけども、今回、都農工場を再建整備するに当たって、EUの認定を取得する考えでございます。

これは、EUを主体に輸出をふやしていくというわけでもないんですけども、やっぱり今までどおりアメリカ・香港、EUを含めた中で、全体的な取り扱い量をふやしていくということで、EUの施設はやっぱり国内の衛生レベルではもう最高のレベルでございます。衛生管理の行き届いた認定を取るということで、やっぱりその海外輸出も同時にふやしていくわけでございますけれども、そういった中で、国内の生産頭数が右上がり伸びていくわけではござい

ません。

そういった中で、輸出を最終的には、私の個人の意見ではやっぱり国内を中心として販売をやっていききたいというのが、我が社の考えなんですけど、そういった中でやっぱり輸出もふやしていきたいということで、将来的には全体の売り上げの1割ぐらいをもっていければ、ここ最近を見通した中での目標なんですけれども。

申しわけありませんけれども、先の目標までちょっとまだ把握していないのが現状でございます。

**○渡辺委員** ありがとうございます。イメージすることがよくできました。

その上で、くみあいチキンフーズさんのほうにもお伺いをしたいんですが、質問の趣旨としては、ある種、同じところなんですけれども、今回の新工場をつくれることで、より本格的な海外への輸出に取り組まれるということだと思んですが、東アジア、東南アジアまで含めた市場のいろんな可能性も含めての御検討だというふうに思うんですが、平成34年までの目標値というのは、ここ、いただいているところですが、同じように今から投資をしていって、どのぐらいの段階のときに、どういう戦略を持って、どのぐらいの会社の中でのシェアを占められるようになれば、輸出戦略に取り組んできたことが、結果的にきちんと会社をより強いものにし、生産者の皆さんのところにも利益を直結していけるというふうにお考えなのか、なかなか漠然とした質問でお答えづらいというのはわかるんですけども、その辺をお伺いできればと思います。

**○遠藤常務取締役** 先ほども御説明しましたように、現時点で我々の輸出がゼロということで、当面の目標として、みやざき地頭鶏事業協同組

合さんも含めて60トンという数字を上げておりますけれども、鶏肉が輸出できる国が、現在、香港とベトナムとカンボジアの3カ国だけに限られていますので、ここの窓口を広げてもらえるようなことを、業界挙げて、今、国に対して要請しております。その間口が広がるのは、どういうふうに広がるかちょっと現時点でわからないのもあって、明確に5年後、10年後がさらに100トン、200トンというような数字を現時点ではちょっと申し上げられないんですけれども、ゼロから始めて、まずきっかけをつくりながら、順次拡大をしていきたいというふうに思っております。

具体的な戦略等については、若干、全農チキンフーズのほうから説明させていただいてよろしいですか。

**○泉副部長** 全農チキンフーズの泉です。よろしくをお願いします。

今、5年後、10年後の展望ということでお話をいただきまして、今、遠藤常務がお話になられたとおりでありますけれども、先ほどのA4の横型の資料のところ、ちょっと補足の意味も含めまして御説明したいと思います。

現時点、現状値でゼロトンということで、当然、国も3カ国ということでこれからスタートするところなんですけれども、どのようなことをやっているかというのをちょっと説明させていただきたいと思っております。

まず、右下のところ、拠点整備後の展望というところに丸が4つついていまして、2番目のところの「食肉輸出経験豊富な全農グループの拠点やネットワークの活用」ということでございます。

これは、ことしから全農のインターナショナルという新しい会社ができまして、全農ミート

フーズにあった輸出部門がそっくり行って、それプラスで補強されている会社なんですけど、そこも業務提携を結びまして、まず鶏肉のところで、私も実は3月まで全農ミートフーズにいたもんですから、よく知っている仲間なんですけれども、そこの顔の面識だけじゃなくて、きちんと業務委託契約を結んでチキンを拡大していくということで、6月から締結させて進めさせていただいております。

今、香港にあります、そこの現地法人と協力しまして、今、進めているのが現地の量販店、これはちょっと名前は出せませんが、大手量販店でございます。それと、日本にあります大手量販店さんの現地法人、それと、日本にもあります通販業者、ここのところと具体的に商談を進めて、6月に1度、サンプルの輸出をさせていただいているというような形で拡大をしていこうということになっております。

その表の中で、一番左の上のほうに、実は鶏肉製品の例ということで、左側に、いわゆる2キログラムの真空パック、それと横にそれが入っているダンボールが書いてあるんですけれども、実は国内流通の鶏肉の流通というのは、ほとんどこういう形で流通しています。

ですから、2キロの袋ということで、今のところ香港には凍結物、フローズンにした荷姿で持っていこうと思っておりますので、それを持っていっていったときに、逆に向こうのほうで、どうやって末端消費者に販売させるかというので非常に困っていると、日本のように食肉卸業者さんがたくさんあって、すぐスライスして店頭で並ぶだとか、量販店にもバックヤードがきちんと整備されているとかっていう状況じゃないもんですから、逆に、新しい平成31年の新工場では、コンシューマーのパックをつくらうと思ってい



ます。

2年後ですので、今、その練習段階としまして、先ほどの北部工場のほうにデモ機を入れてまして、ここで、いわゆるコンシューマーのパック、すぐ量販店の棚に並べられるようなパックをつくって輸出するというトライアルをしています。

それと、自主的な取り組みとしまして、外食関係のプロモーションですとか、量販店との商談会とかあるんですけども、8月に量販店を中心とした香港のトレードショーのほうに全農がブースを出展しますので、そこに宮崎の鶏肉をサンプルとしてきちんと並べさせていただいて拡販をしていくということと、あと9月に、レストラン&バーというショーがありますので、そこにはうちの香港のエージェントであります卸業者があるんですけども、そのブースをお借りしまして、宮崎県産の鶏肉を並べて販促をするというような段取りで進めています。

ちょっと答えにはなっていないかもしれませんが、補足ということで説明させていただきました。ありがとうございます。

**○宮原委員** ミヤチクさんでそれぞれ輸出国ありますよね、この輸出国、例えば、マカオならマカオに輸出したときに、向こうで宮崎牛の、例えば代理店みたいなのがあって、そこにそのままぼんって輸出っていう形になるんですか。直接いろいろなところに卸して回るわけじゃないんでしょうけれども、どういう形になっているのかなど。

**○横部課長補佐** ミヤチクの横部です。よろしく申し上げます。

うちの輸出につきましては、国別に取引先があらかた固まっております、それぞれが日本に本社を持っていて、海外に支社があるとか、

あるいは逆のパターン、そういうところにもものを出しております、基本的にその卸業、ディストリビュートしながら、あるいは自社で経営されている外食店でも使っていくというようなことを各国で展開をしていただいています。

**○宮原委員** ということは、新しくその国で宮崎牛の取引をしたいといった場合は、その代理店みたいところが卸してくれなければ、広がりはないということですよ。

**○横部課長補佐** ある程度固まっているんですけども、総代理店契約のようなものを結んでいるわけではございませんので、ですから、国別に、例えば、今年度、取引先が2つ、3つふえていたり、あるいは逆に減っていたりということはあり得ます。

**○宮原委員** なぜこういうことを言ったかというと、マカオに行ったときに、日系の方でそういった肉とかを取引している方と意見交換をしたんです。

そうしたら、残念なことに宮崎牛を取引したいんだけど、宮崎牛をもらえないと言われたんです。もらえないので、熊本のを入れていると言われたんです。

もったいないことだなあというふうに思ったんですけども、もうある一定のたくさんの量がそこにといいことであれば、そこがもう、うちのほうは手を引きますと言われたら、今度は困ることになるので、そのあたりが、広げるに当たっては代理店さんか、そういうところにしかもう流れていかないのか、そうすると、宮崎牛がこっち側から輸出をしても、そこが非常に値段を操作ができてしまうのかなという気もするもんですから、こちらは損はしないんでしょうけれども、安く入れて、向こうの方々はそれを高くそれぞれのところに売るといってもでき

ますよね。

だから、そういった部分で広がりというのが果たしてどうなのかなって、そのときにマカオで感じたものですから。

宮崎のを入れたいんだけど、残念ながらうちにはもらえないと言われたんです。だから、それはちょっと残念だなというふうに思ったもんですから。済みません、そういうことでした。

**○後藤委員** 経済連さんにちょっとお聞きしたい。考え方というか確認なんですけど、今回のペーパーでお示ししている「あるべき方向」の中で、やはり畜産というのはこの宮崎、長い歴史、伝統、技術につくられた一つのブランディングでありますよね。

青果物は、はっきり量ということでうたわれていますけど、九州農水産物直販株式会社、これは当然、JA宮崎経済連さんも出資が一番のはずですが、やはりオール九州という考え方、畜産とは違って、青果物については、やはり輸出効率、輸送がありますけれども、ここはやはりセグメントとして考えるべきじゃないかと、ずっと思っていたんですけど、きょう、はっきりペーパーでお示しされているもんですから、この九州農水産物直販との今後の連携とか、そこはどう図られていくのかなと思ひまして、お聞きしたいんですけど。

**○沼田課長補佐** 御案内のとおり、昨年、九州農水産物直販のほうに出資をいたしまして、私ども、出向も含めて今やっている状態にはなっているんですけど、あくまでも1つの取引先として、輸出の手段先として、九州農水産物直販については見えています。

実際のところ、私どものほうの青果物の取り扱い高の約2割ぐらいが、九州農水産物直販に行っているという状態で、それ以外のところの

取引先もあるんですけども、そこは何が魅力的なのかということ、その先にある、御存じのとおり、香港デイリーファーム社というところ、東南アジアも含めて非常に大きな流通網と小売網を持っているところに対する輸出の手段としては、そちらのほうが1つ有効だなというところではあります。

ただ、そこには、やはり先ほど後藤委員がおっしゃられましたとおり、オールジャパン、オール九州でなければ効率性のところがついてこないで、なかなか輸出が伸びないというところがございますので、そこもしっかりです。

あとは、ほかのところについても、オールジャパンの中でやる取引のところもございまして、やはりこれまでの活動の中で、さまざまなネットワークを私どもも持っていますので、その中でオールジャパン、オール九州というところを見越した、どの輸出手段、物流、商流が効率的なのかということ、私どものほう、具体的に持っておりまして、そこに戦略を持ってやっているところでございます。

**○後藤委員** わかりました。

**○星原委員** 教えてほしいんですけど、今、外国に向けてという戦略の中で、いろんな課題がいっぱいあって、ミヤチクさんでいけば、都農工場もこのEU向けとかいろんな形、牛肉・豚肉のその施設整備が一番の課題だとうたっているところもありますし、今後の課題解決に向けて、そういう処理施設が重要ということで今回取り組まれるんですけど、この処理施設は処理施設として、それ以外の今まで取引の中でいろんな課題があるんじゃないかなと。

販路を開拓していく上での課題というのは、どういったところを今後このようにしていかないととか、皆さん方だけで解決できる問題なの

か、宮崎県とか行政のほうでも、こういうことの部分があると、我々がまだ入っていきやすいとか、何かそういう外国に向けての取り組みの中で、課題とか、そういったものは感じていることは何かないんですか。

**○横部課長補佐** 今、牛肉輸出の中で課題と感じておりますのが、二見委員からも先ほど御指摘をいただいたところだったんですけども、ほぼロスだと、輸出の重量は28年で165トンばかりなんですけれども、これ、頭数ベースに換算すると、約3,000頭ほどになります。

ですから、処理頭数の10%程度の頭数にはなっていると。ただ、どうしてもその現地のシェフ自体が金太郎飴のようになっていないと、なかなか肉の使いようがわからないというところがあって、細かい筋肉の流れをどういうふうに分割するかということの知識がないもんですから、そういったところを、弊社もアメリカに同行営業したりとかしながらつなぎはするんですけども、なかなか1日、2日ではそれが伝え切れなくてという部分で苦戦をしているところはあります。

ですから、そういったところの情報とか、技術が、もう少し海外でも浸透してくればいいなというところが1つです。

それと、先ほど中窪のほうからありましたとおり、アメリカ向けの輸出量の、日本から行っている200トンのうちの約40%は、ミヤチクの工場処理したものが28年度までは行っておったということがあるんですけども、例のセーフガードではないですが、200トンの日本からアメリカへ行く枠がありますので、それが今年度は6月の半ばでもう200トンを超えてしまったというところがありますから、一番の売り先になかなか思うように量が出せないと、関税が26%ま

でかかってくるっていうことになったときに、やっぱり取引先はちょっと尻込みをしてしまうというところがありますので、こういったところが課題かなというふうに思います。

**○星原委員** それと、宮崎県だけじゃなくて、海外向けにどこの県も、多分、いろいろ売り込みをやっていると思うんです。

そうしたときに、国内でも競争しているわけですが、外国でも競争になったときに、価格競争になってしまったら利益が出てこないというふうに思うんです。

だから質とかそういったものをグレードアップして、ほかの国、あるいは国内の競争に勝つための方法ですね、そういったものをしていくのがいいのか、各県、それとも、日本全体でどことやるのに、どれだけ宮崎県は供給して、外国の国々の価格競争をしたほうがいいのか、その辺がやっぱり今後、出てくるんじゃないかなというふうに思うんです。

ミヤチクさんの場合、全農との関連もあるわけで、そういう場合になったときには、ちゃんとそういう宮崎県の畜産農家の、要するに所得がふえないと、農業をやる人たちが、若い人たちが出てくるためには、やっぱり所得も安定した所得にならんといかんと思うんです。

だから、そのためには、やっぱり外国でも価格競争をしちゃったら、本当の意味の競争になるのかなと。安全安心な日本の牛肉でも豚肉でも鶏肉でも何でもそうなんです、そういう流れの中で、やっぱりその評価の高い、付加価値を上げていかないと、価格競争だけしたって意味がないような、まして国内の他県とのそういうのになるんじゃないかと、日本のものはこうなんでこうという形、どっちがいいのか、個々のやり方で対応していったほうがメリットが出る

のか、どっちが出るようなふう考えたらいいんでしょうか。

○黒原部長 ミヤチクの黒原です。

今、星原委員のほうから言われたオールジャパンで行くべきなのか、それは以前もそういう話がある中で、ドイツとかミラノの万博等も宮崎牛として出してもらったんです。EUについて、今現在、結構、神戸牛とか、そういうのがやっぱり一番浸透している中で、うちの場合は今までの都農工場再建の話の中で、今までアメリカ・香港とかやっていたんですけれども、全国的にも輸出認定工場というのが、平成2年の3カ所から、今、十何カ所あるんですかね、そういう中で、アメリカ・香港について言えば、どこの企業も輸出量等も伸びてきている中で、今後はEU等に向けて量をふやしていくと。そういう中で、やはりオールジャパンなのか、オール九州なのか、宮崎牛というような中で、どちらがということではなくて、星原委員が言われるように、やっぱり農家所得とかいろいろ考えたときは、宮崎牛というので打ち出していったほうが農家の所得等も一番ふえます。

また、今、横部からもありましたように、アメリカについては約4割がもう宮崎牛というような、アメリカの方と話すと、やっぱり宮崎牛が一番知名度があるとか、そういうこともある中で、私たちも新たな取引先とかもあるんですけれども、平成2年に輸出が始まり、最初からのパートナーも大事にしながらというような中でいくと、なかなか国内と一緒に競合する部分が出てきます。なので、最初のうちはそういうのも守りながらやっていたんですけれども、先ほど言われたように輸出の数量等についても、そういうパートナーだけを守っていても、やっぱり量もふえません。

だから日本も競争でやる以上は、海外も多少競争してもらいながら、やはりその付加価値をつける業者に今後出して行って、先ほど言われるように農家所得、そういうのを上げていく中で、やはりミヤチクとすれば、宮崎牛というので推していきたいというのが今後の考えです。

○星原委員 それと、逆に日本はどちらかというと家庭で食事する機会が多いんですが、外国はどっちかというと外食なんですよ。

そうすると、ここにあるように、それぞれの国に、ミヤチクならミヤチクのこういう店舗を展開して行って、要するに地域の中で食べたことで、長い時間がかかるかもしれんけれども、やっぱりそれぞれの国なり、それぞれのその国の中の何カ所かにやっぱりこういうことを、ミヤチクさんがやらんでも、ミヤチクさんとそういうことをやりたいという、外国で商売したいという人がおればそういう人と組んでとか、そうやって宮崎牛の食べてもらう拠点をつくっていくのも1つの方法かなというふうに思うんです。そういう売り込みもあってもいいのかなというふうに思うんですが、そういう考えというのはどういうふうに、要するに、香港でも台湾でも韓国でも、どこでもいいんですけれども、やりたいという人がおれば、そういう人にやっていける形のものでやっていくか、こういう自分のところの直営店でこうやるやり方とかいろいろ方法あると思うんですが、そういう売り込みも1つ、外国の場合は必要じゃないかなとある部分は思うんですが、そういう考えはないもんなんですか。

○横部課長補佐 海外での展開につきましては、今、我々の末端の納品者、卸し先なんですけれども、ほぼ高級外食店が占めておりまして、そういった中ではそういったところの料理長から

宮崎をという御指定をいただく形で、メニューにも確かに宮崎と書いていただいているというところが結構多くなってございます。

ですから、おっしゃられたように海外に店舗をつくってということになると、恐らく非常にコストがかかるんじゃないのかなと思うんですけども、そういったところを、今、我々の直接の取引先が、また、納品先に協力をしていただき、宮崎牛が何たるかということ伝えてもらいながら、成りかわってやっていただくような形になってきつつあるのかなというふうに思います。

**○星原委員** そこで、今回、台湾が輸出解禁になる方向になってきていますから、もう以前から焼肉をやっている仲間が台湾で商売したいと、早く台湾がそういう解禁になってくれればいいんですけどもという話があったもんですから、今回そういうことになってくれれば、そういう方々がいればそういうのと組んでいって、今、いろんなものをやっぱりチェーン店化というか、多くの店がやることで、運ぶ運賃の経費だったりいろんなものが出てきますよね、量がまとまってくると。

そうすると、やっぱりそれぞれそういうのをまとめていかないと、販路の開拓もどっかの処理会社に委託していれば、先ほど誰かも言いましたが、ルート開拓してくれない限りは、何となくお任せみたいになりますよね。

だから、そうではなくていろんなチャンネルを使いながら、そういうことで宮崎牛なら宮崎牛、宮崎豚なら豚、鶏なら鶏というものをブランド化していくためには、ある程度、そういうところの展開というのも、やっぱり、今後、考えるべきじゃないかなというふうに思っているんです。ぜひ何かそういう知恵を出してほしい

なというふうに思うんですが、よろしく願いしておきます。

**○二見委員** ちょっとお聞きしたいんですけども、今度、都農の工場にしても、川南のこの処理場にしても、新しくつくられるということなんですけど、インフラ整備というのと、やっぱりお金の投資の大きいものでありますよね。

ただ、もちろん、それで生産能力とか、効率とか上がるのも非常に大事なことだと思うんですが、例えば、この前、ちょっと西都のほうの冷凍工場のほうも見てきたんですけども、今現在の段階で、稼働していない時間というのもやっぱりあつたりするんですよね。

そこでもし動かすことができれば、もうちょっと生産量はふやすことができるんだよとか、実はちょっと食鳥処理のほうで、生体検査ですかね、この時間が限られているので、もうちょっとこの時間が長くなれば、もっと効率よく生産できるんだけれどなというようにもちょっと聞いたことがあるんです。今までの鶏の処理数とか出ていましたけれども、何かそういう生産現場から、もう少しこういうところが変わってくれば、もっと効率よく生産できるんだけれどなというところがあれば、何か教えていただきたいと思うんですが、特にないですか。

**○遠藤常務取締役** 今、二見委員が言われたとおり、食鳥処理の場合は検査制度がございまして、先生が一羽一羽、全部、生鳥と屠体を見るということで、この先生の勤務時間によって工場の稼働が、ある程度、制約があるという現実がありますので、そこはもう少し時間帯を延ばしてもらおう、あるいは稼働日数の対応をしてもらおうということがあれば、稼働自体は上げれるのかなというふうに思います。

ただ一方で、それに伴って、当然、生産と、

あと従業員の雇用という2つの問題もあって、なかなか1つだけうまくいけば全部合理的にいくかということでもなくて、この2つをどういうふうにそろえていくかと、生産と処理と検査と、この3つをどういうふうにそろえていくかというのが問題かなというふうには思っています。

今回、新しく工場をつくることで、生産性はぐっと上がりますので、まずはそれに合わせて生産基盤のほうも、幸い当社グループの中では、生産者の中でも若手の生産者を中心に増頭意欲もありますし、我々も直営の農場を建設するようなことを今進めていますので、生産と処理あるいは検査がまた一体となって、合理的になるようにしたいというふうには思っていますけれども、そのうちの1つの要素が、検査制度の対応というのはやはりついて回るといふふうには思っています。

○二見委員 ありがとうございます。

○凶師委員 経済連にお伺いしたいんですが、香港事務所の方との意見交換を香港のほうでさせてもらったこともあるんですけども、そのとき出たのが、県事務所との連携がとりにくいと申しますか、やはり県は県で販路開拓をしなければいけないというような使命感もあるもんですから、ただ、経済連との連携は必然だと思うんですが、現場がなかなか機能していないという話も聞いたんですが、最近はそのあたりは改善されているのでしょうか。

○沼田課長補佐 凶師委員のほうに来てくださったときには、私が香港にちょうどいたころだったと思いますけれども、それから今年の7月に、県の事務所のほうと、今、一緒になって、販路開拓も含めて、フェアも含めて、今、連携してやっているところでございます。

じゃあ、その宮崎県のほうの動きと、私どものほうの動きがミスマッチにあるのかどうかというところについては、これ、考え方によると思うんですけども、私ども、JAグループについては食のインフラ企業的なところで、どうしても大量に集めたものを大量に販売していかなくちゃいけないというところであって、効率性を求めていくところがございます。

ただ、やはり宮崎県のほうとしては、中小企業様も含めて、輸出に対して非常に意欲のある方、少ない量でも持って行って、あちらのほうでブランディングを持って、ステータスを持っていきたい方、そういう方も広く救っていかなくちゃいけないというところがあって、必ずしも両者の思いがマッチングしないところが今まであったんだろうなと。

ただ、やはり役割分担というところで、これからについても、一緒にできるところについては効率的にやっていければいいなと思いますので、そこについては、今は問題ないかというふうに思います。

○凶師委員 沼田さんが言われたというわけではなくて、そのときの職員の方が、もう我々に任せてくれと、もう農業関係、その販路開拓も含めて、商社との取引の交渉に関しても、我々のほうがプロフェッショナルなことから、県はサポート役に徹してほしいというようなことをほかの方が言われておって、ただ、県は県で、やはり独自の活動もしたいということもあったんですが、今話を聞けば、以前のような小競り合いというような関係ではなく、ある程度の連携がとれているんだろうなという理解はいたしたところです。

あと、視点を変えてもう一つ。

今後、東南アジア、アジアへの進出がどんど

ん広がっていくのにあわせて、登録商標の問題も出てこようかと思うんですが、そのあたりの対策はどう講じられていますか。

**○沼田課長補佐** 現在のところ、登録商標については、青果物の部分については行っておりません。

東南アジアの展開というところについては、今、考えられるところがハラール以外のところで行くと、やはりシンガポールとマレーシアと、あとはタイということになるんですけれども、それ以外の国について、東アジアもそうなんですけど、どうしても食べ物、国策、政策の交渉事に使われるというところで、あとは東南アジアの地域についても、自国で日本の技術をもって生産量をふやして、自国で輸出を高めようという中では、日本のものが行きづらい状況になっております。

そういう中で、私どもが何ができるかとなると、JAグループの中では、やはり装置産業として、今、来ている2社も含めて、私どもほかにも農協果汁、冷凍工場も持っていますので、そこについて持っている品物を、いかにこちらのほうで価値をとどめて、向こうのほうに半製品の的に持って行くかというところを優先すべきと思っていますので、まだそこについては行き着いているところではございません。

**○凶師委員** 先ほどの話にもありましたがブランディング力を持ってという話、これを進めれば進めるほど、やはり商標の問題もあわせて出てくるかと思えますし、御存じのとおり上海の視察に入ったときに、福岡の「あまおう」がもういいようにやられておって、量販店の外で、もう屋台の中で「あまおう」ならぬ「あまあう」とか、「あま何とか」というのが、もう10分の1ぐらいの値段でどんどん出されておる、そうい

うことが宮崎の県産品にないように、対策を早目に講じられるといいなと思います。

最後に1つ、ミヤチクさんのほうにお伺いしたいんですが、輸出の対象国といいますか、輸出認定国の中にベトナムも入っておられるんですが、今後、我々、海外視察でベトナムに入る予定もあるものですから、実際、どういうところに卸されているか、流されているのかをちょっと教えていただきたい。

**○横部課長補佐** 実際、ベトナム向けの認定は取得しているんですけれども、実績は今のところありません。

**○凶師委員** わかりました。いいです。

**○中野委員長** いいの、これで。

**○凶師委員** 実績が今あれば、そこの視察を考えてもいいのかなと思ったんですが、ないということですので。

**○中野委員長** じゃあ、関連です、私から。

チキンフーズさんにお聞きしたいと思うんですが、今、凶師委員からも質問があったんですけども、輸出拡大を図るために、将来の目標としてはわずか2トンですけれども、ベトナムを選ばれた理由というか、何かあれば教えていただきたいなと思って。

**○遠藤常務取締役** 先ほども申したとおり、今現在、輸出可能国が、香港とベトナムとカンボジアの3カ国しかあいておりませんので、一番現実的なのは既に商談を開始しております香港はありますけれども、第2、第3のところはベトナムかカンボジアかということで、まだ、可能性が少しでもあるのはベトナムかなという程度の話です。

現在、ベトナムに対して具体的にアプローチをかけているという段階ではございません。

**○中野委員長** はい、わかりました。

平成29年7月20日（木曜日）

ほかにありませんか。ないですか。

〔「なし」と呼ぶ者あり〕

○中野委員長 以上で終わりたいと思いますが、本日は大変御多忙の中に御出席をいただき、いろいろと御指導を賜りました。

いただいた御意見をこれからの我々の委員会活動に積極的に取り入れてまいりたいと、このように思っているところであります。

最後になりますけれども、皆様方のこれからの御活躍、御健勝を御祈念申し上げまして、本日の委員会を終了させていただきたいと思えます。まことにありがとうございました。

午後2時20分閉会