

会 議 録

- 1 会議名
第2回 上越ならではの産品に発展し得る資源選定委員会
- 2 議題（公開・非公開の別）
上越ならではの産品に発展し得る資源について（公開）
- 3 開催日時
平成27年12月18日（金）午後1時15分から
- 4 開催場所
上越市市民プラザ2階 第2会議室
- 5 傍聴人の数
0人
- 6 非公開の理由
—
- 7 出席した者（傍聴人を除く。）氏名（敬称略）
 - ・委員： 本田勝之助委員、田中陽子委員、竹田香苗委員、秋本隆司委員、松村修委員、和久井博委員
 - ・事務局：農林水産整備部 桃澤参事、農政課 桐木副課長、農村振興課 栗和田副課長
上越ものづくり振興センター 澤海所長、塩練主任、上田主事

8 発言の内容

○開会

○挨拶

（本田委員長）

- ・本日は2回目の会議となります。
- ・本日は「産品に発展し得る資源の選定」を行いたいと思います。
- ・資源の選定に当たっては、産品、いわゆる加工品を含めてイメージした時にどのような資源がよいのかといった目線で議論できればと考えています。

（資料の確認と会議の流れ 上越ものづくり振興センターから説明）

- ・事前に各委員に資料を配布し、各自の考えを資料6「上越市の資源の区分図」と資料7「資源検討プロット図（市場目線）」に落とし込んでいただいた。
- ・その資料をもとに協議を進めていく。

（資料説明）

- ・松村委員、秋本委員が農産物の加工技術について資料4及び5に基づき説明

○協議

（本田委員長）

- ・ここまで説明いただいた内容を踏まえて議論いただきます。
- ・皆さまから事前に資源をプロットしていただいた資料6、7がお手元に配られています。また皆さんのお考えを集約したカラー刷りの資料もお配りしてあります。

- ・まずは資料 6「上越の資源の区分図」について各委員からこういった意図でそう思われてその資源のポジションを付けられたか説明いただきます。その後に、前回もご意見をいただきました健康志向、海外志向という市場の視点でプロットしていただいた資料 7「資源検討プロット図（市場目線）」について、ご意見をお聞きしていきます。
- ・ではまず、資料 6「上越の資源の区分図」で、市場性が高いか低いか、資源の生産量は多いか少ないかを踏まえてどの位置にプロットしてきたか説明願います。

(竹田委員)

- ・上越で生産されている米、野菜、あと魚介類も含めて基本的に絶対量が少ないです。
- ・また、今候補で挙がっているもの、特に野菜関係も含めて、他地域で既に製品化されているものが多く、基本的にはどれも後発です。そういう意味からして、市場の拡大がなかなか具体的ではないというのがまず大前提です。
- ・生産量からして現実問題、特に地場産の野菜、伝統野菜、特産野菜については、地域内の消費だけでも不足な状態ですから、逆に言えば、生産量を確保できれば地域内を含めて販売量や市場性も相当伸びるだろうと思います。
- ・基本的に県外に打って出られるような量がないとすると、地域の中での特徴ある商品をまずできるだけ高付加価値化することが地場産の野菜については大事だろうと思います。
- ・枝豆、ブロッコリーはそれなりの生産量がありますが、これは今の状況からすると、季節限定的な物、例えば枝豆ですと夏場に集中します。特にお盆近辺になると生産量は多すぎて余るくらいですが、その前後においては対外的に打って出ようにも、それだけの量が確保できません。そういう中で作付体系等含めた生産者側の努力などが必要になってくるだろうと思います。ブロッコリーにしても、枝豆にしても生産量は確かに増えていますが、同時にマーケティングも一緒にやっていく必要があると思います。
- ・いちじくについても、名前は聞くけれども地場ではあまり出てきません。むしろイチゴはこの資料には挙がっていなかったですが、若手農家を中心に工夫しながら作り始めています。
- ・洋梨については、青果とは別に、営利品にならないものを加工して売り出していくことを考えていかないといけません。上越の果樹がもっと増えていくようになればといった事も含めて入れさせていただきました。

(本田委員長)

- ・表の左上には玄米、枝豆が入っています。
- ・皆さんの意見を集約したカラー刷りの資料を見て頂くと、米、または玄米、枝豆は結構入っています。また、大豆も意見として多いですね。

(田中委員)

- ・竹田委員もおっしゃるとおり、米以外は消費者目線から見ても魅力のあるものがなかなか考え難かったのですが、生産量からみると、大豆はわりと多く、健康的な訴求も図れそうなので、工夫次第では大豆はこれから注目されると思います。納豆や豆腐と

はまた違った注目度が高められるのではないかなと思っています。

- ・1週間くらい前に東京農大の総合研究所で、5つ星のお米マイスターの西島さんという方のお話しを聞く機会があり「日本中で米を作っているが、世界に通用するのは新潟だ。新潟に追従するしかない。」とはっきりおっしゃっていました。それを聞くと新潟県人としてもっとなんかできるのではないかという気持ちになりました。
- ・ですので、この資料を作る時にも、もう少し米を見直せないかなと考えながら資料を作りました。例えば、玄米でも、新潟の玄米としてもっと市場を広げられるのではないかなと思っていますし、食べ方の工夫としてフレーク状にするなど新しい食べ方を提案できないか。玄米は栄養価が高くて良いとわかっているのですが、炊くのが面倒くさいなどの理由でなかなか手が出ないというところにしっかり提案してあげることができればよいと思います。
- ・蕎麦は59トン作っていますが、長野の隣の新潟県で蕎麦というのは、申し訳ないがピンと来ません。イメージとしてもやはりお米ではないかなと思います。
- ・トマトは、女性も好きですし、健康野菜としても不動の地位にあるので、上越らしいトマトの特色の出し方として栽培法や見せ方、遡及の工夫ができれば市場拡大のエースにもなれるのではないかなと思います。
- ・いちじくは、加工ということを前提にしても遡及ができるのではないかなと思っています。世界でもすごく馴染みのある果物なので、加工法によっては非常によいと思います。コスト面の問題などなかなか難しいところもあるかと思いますが、取り組む価値のある物かもしれないと思っています。

(和久井委員)

- ・皆さんは、米と大豆を左上にプロットされていますが、私は一番左上を大豆にしました。米は糖質などの関係で嫌われ始めているのではないかなと考えたからです。米を大豆に変えて、糖尿病患者が潜在的に多いということで機能性食品みたいなものができるか、例えばおからの粉をパンやピザにするなど、そういう方向に行くべきではないかという意味で大豆が一番左上におきました。
- ・トマトですが、上越ではビニールハウスで結構栽培していますが、千葉大の野菜工場のような栽培の仕方ができればと思い左上に置きました。
- ・蕎麦については、東京ではお店がいろいろあり、蕎麦はかなり食べられているので、都会では売れるだろうということと、やはり糖質カットという意味ではかなり期待できるのかなと思いました。
- ・いちじくは、もちろん生でも食べられるし、加工品としてはジャムにもできるし、粉末にもできるし、乾燥もできるという事で結構可能性があるのではないかなと考え、右上に位置づけました。
- ・野菜類は市場拡大の可能性が低いと考え、下に持っていきました。上越の中でのシェア、市場であればそれなりにあるのかもしれませんが、オールジャパンで考えたときに東京では売れないと思います。

(松村委員)

- ・私は知名度という要素も入れてプロットしました。知名度の点からは「上越といえば

- これ」となるようなものは、残念ながら現状ではなかなかありません。ではその次に「新潟・越後」という範囲でみますと米や枝豆が当てはまるのかなと感じます。次にもう少し地理を広げて日本海といえば魚介類、日本海地域の魚介類美味しいというのが一般国民の共通理解かと思いますので、市場性の高い物になるのかなと思いました。
- ・加工性は重要視すべきです。米は加工性が非常に大きいですし、大豆は大～中かなという感じになります。枝豆になりますとやはり生食で、せんべいやずんだ餅もありますけれどなかなか加工性が限られている感じがします。そういったことから、主要な穀類を仕分けしました。米と大豆は比較的左上の方になります。
 - ・トマトや特産野菜につきましては、やはり新潟、日本海側となると厳しいのかなと思いますので、地場で料理に使うとか観光客を受け入れるといった際に使う事はあり得るのですが、量も少ないし、他の地域の市場に持っていくのは厳しいのかなと思います。ただ、特産野菜のオータムポエムは広く受け入れられるのではないかなと思います。
 - ・そのほか、蕎麦・魚介類、伝統野菜類は、資源量の安定確保が全般的に課題なのかなと思います。北陸研究センターとしても蕎麦の試験を牧区あたりでやっているのですが、なかなか安定して栽培するのは厳しいという成績でした。ただ、十日町の蕎麦がある程度有名ですので、もしも安定供給でき、中山間地域をかかえている上越という所で売り出せば、ある程度は、ダークホース的な存在にはなるといった感じも若干します。
 - ・他の地域重点品目及びいちじくにつきましては、知名度の向上と資源量の確保、この両方が課題であるという事でこのような分類分けにしました。

(秋本委員)

- ・生で出すのか、加工品を出すのか、東京で売ることなのか、東京から来てもらって食べてもらうのか、いろいろ悩んだ結果、一応、加工をイメージしながら資源を選びました。
- ・加工するのであれば、それなりの量を確保しなければいけないというのが絶対条件になるわけですので、まず、米、大豆、枝豆については、それなりに消費量はありますし、生産量もありますので選びました。
- ・以前、特産の山菜を売り出して供給が追いつかなくなり、中国産を使ってしまったという話を聞いたことがあります。加工を前提に考えますと、米、大豆、枝豆がよいかなと思います。
- ・右の区分は、上越に来てもらって食べていただく物として考えました。
- ・蕎麦は、強い思いがあると思うので、来てもらって上越の美味しい蕎麦を食べてもらうとか、魚介類、伝統野菜、特産野菜なども料理店で特徴を出して作ってもらったらとても面白いと思います。例えば、新発田市ではアスパラを一生懸命やってまして、アスパラを使った色々な料理を期間限定で出すなどしており、そういったやり方であれば伝統野菜や特産野菜を使えるかなと思います。
- ・逆に魚介類については、上越は発酵のまちでもありますので、魚醬のような物ができるのではないのでしょうか。魚醬は、糶を使うととてもきれいな物ができます。魚介類も加工すれば美味しくなるのかなと思います。
- ・いちじくですが、注目されてきているので使い方によっては料理も含めて様々に使え

ると思います。甘いので砂糖の代わりに使うなど。

- ・トマトについては、植物工場を作ってしまう方法もあると思うのですが、ピューレなどトマトの加工品は、全国どこにでもあるんですよね。その中で上越の特徴を打ち出し難いのではと考え下の方にしました。ただし、日本海側でも植物工場でこんなにおもしろい物ができるんだという物ができれば、それはそれで面白いとは思いますが。
- ・そのほか、地域重点品は他にも産地が結構あるので特徴付けが難しいです。売り方を含めて考えていかなければいけないと思いました。

(本田委員長)

- ・ご意見をお聞きしながら感じたことは、やはりブランド力といいますか、「新潟とえば、上越とえば」という物でしょうか。すでにブランドが立っている物を顔にしていくのには、それほど労力はかかりません。上越や新潟という点でやはり一定の顔になっているという基礎があるか無いかは結構重要なポイントになるのではないかと思います。
- ・機能性や加工技術の多さも含めて、米や大豆、とりわけ米はキーワードとしてよく出てきたのが玄米だったように、単に今の白米の品種をそのまま出すのではないというのは、皆さん共通でお持ちのお考えだと思います。やはり健康志向という意味での玄米であり、田中委員がおっしゃったことがとても印象的で、「健康なのはわかってはいるんだけれども、ニーズがあるのはわかっているんだけれども何となく品種を変える努力はしなかったり、それを加工すれば商品として売れる可能性はあるのにそこまで手をつけなかったり」という点をいかにしっかりと対応していくのが重要です。
- ・また、想像以上に大豆に対しての期待値も高いなと感じました。
- ・枝豆は、個性としての独自品種もあるという事と、一定量の生産にもなっているという事、ただし加工を考えた時は大豆、米と比べると少々低いというような所がポイントになるかと思いました。
- ・皆さんの資源区分を集約したカラー刷りの資料を見てもらうと、米と大豆と枝豆がほとんど左上の区分にきています。外部に対して販売していける量の多さが確保できています。右側は、市場性は高く期待はもてるけれどもまだまた生産量は十分でない、という区分であり、今後生産を増やしていくことで左側に移っていくのではないかとこの事でお話しがありました。ということは、まずは地元での理解を得て、食べに来てもらうという観光にも紐づけていくなど、また、少量なのでジャム加工した物をつけてみたりとか、魚醤のような形で添えてみたりだとかというように、中心食材ではないけれども、スパイス的な存在として市場性というのは少し見えてくるのではないかと思います。
- ・その他に区分された資源につきましては、市場性自体の可能性が低いという領域で位置づけられているのかなと思いますので、顔としての可能性は低いという位置づけなのかなと思います。ただし、地域重点品目野菜については、市から事情や背景なども一度お聞きした方がよいかと思います。

(農政課)

- ・ブロッコリーやカリフラワーなどが地域重点品目野菜ですが、市内の需要も満たせて

いないような状況です。

- ・稲作農家が水田でも生産していけるという事での重点品目です。
- ・一般的な野菜ですので、上越ならではという位置付けはなかなか難しいのかと思います。

(本田委員長)

- ・生産農家が何を作ったら一定の販路があるのかという観点で見た時に、重点品目であがっている物は、地元の生産はまだそれほどでもないので、その分作っていけばまず市民からきちんと買ってもらえるものという意味での位置付けでしょうか。

(農政課)

- ・水田でも作りやすいということも特徴。トマトも重点品目です。

(松村委員)

- ・JAのあるるん畑の野菜コーナーを見ているとわかるのですが、やはり真っ先に行くコーナーはトマトとブロッコリー、アスパラ。そこで安く売っていたらさっとなくなる。大根、白菜はたくさんあるし、ほかにも旬のものもあるのですが、お客さんはやはりそこをチェックしています。
- ・ここでの重点品目とは、農家の経営を考えてそれを作れば儲かりますよという話であって、「上越ならでは」という事と意味が違うのかなと感じます。

(竹田委員)

- ・あるるん畑の話がでましたが、ブロッコリーについてはほとんどがここに入っています。枝豆もあるるん畑だけではなくスーパーにも入るのですが、やはり期間限定の物なので限界があり、他地域からも入ってきます。枝豆に関しては、全体的にみると下越から入ってきています。あるるん畑にいっぱい入ると他のスーパーもそこそこいっぱいになってきます。
- ・その辺を含めて考えると、重点品目にした農産物は、地元の農家のために広げるのが重要です。

(本田委員長)

- ・仮にこの委員会の中で重点品目が省かれたとしても、重要ではないということではなく、別の視点でこれは非常に重要な資源であるという事をしっかりと伝えなければいけないと思います。
- ・それでは、市場目線ということで海外志向と健康志向、今後TPPを含めて海外を考えていかなければいけないという点と、食に関しては、健康というキーワードは無視できないものになりますので、それらを軸に入れた時に今挙がってきた資源がどうなるかという事を議論していきます。
- ・健康志向、海外志向という2つの軸をベースにプロットしてもらってきていますが、それ以外にも福祉向け、高齢者向けという市場もあると思います。皆さんがお考えの他の市場の視点もあれば付け加えて頂きながら、どのような意図でプロットされたの

かお話しいただきたいと思います。

(竹田委員)

- ・私は、健康志向というより海外志向の方が強かったのも、そういう意味で、やはり米ですね。将来的な事も含めて、やっぱり上越の一番大きな生産量というのは米ですし、新潟というエリアで海外展開していくというのは非常に強いと思います。それに向けた下地といいますか、生産者の組織規模の大きさも含め考えていかなければいけません。ただ、農業者サイドだけでの海外展開はとても無理で、今変わってきているのは、日本の企業と連携した中での展開するやり方ですから、その時に新潟産という中で上越エリアが大きな力を持つ事ができるのではないかなと思います。
- ・その他は大豆です。国内産だけでも足りない状況ですし、国内産志向が強まっていますので有望かと思います。

(田中委員)

- ・資源の区分図では蕎麦を低くしていたのですが、蕎麦も日本人向けでなく海外向けであれば、玄米グラノーラのような加工をほどこして、蕎麦フレークとか、玄米フレークとかある程度加工すれば、雑穀類の健康適及の商品としてはいけるかなと思います。そういう意味でも米と蕎麦は高い部分にしました。
- ・いちじくは世界的に知られている食材という事で海外志向なのですが、加工品を海外輸出までするような収量でもないし、その設備やマンパワーを考えるとなかなか難しいのかもしれないなと思っています。
- ・枝豆は、外国人が東京の居酒屋へ来ると、結構枝豆を頼んでいて、すごく好まれているようです。外国人はわりと大豆等は動物の飼料で人間の食べる物ではないという感覚があるようで、加工品をそれほど作ってこなかったし、平気で遺伝子組み換えをします。アメリカでの栽培のうち93%が遺伝子組み換えらしいのですが、そういう大豆ではないという適及ができれば、日本人が大切にしてきた大豆食というストーリーをきちんと伝えられるのであれば、枝豆と共におもしろい展開になるのではと考えています。
- ・白米は日本では健康志向面で無理なのかもしれないですが、それでも今、中国人がお土産として買っていきます。人気は魚沼産こしひかりです。理由を聞くと一番有名だから。炊飯器を買った際にお米をつけてあげる。そういう買い方の時は必ずお米は魚沼産こしひかりらしいですが、そういう意味では、米と言えば新潟という認知がある。平成29年度に「新之助」という米がでるようですよ。すごく楽しみです。

(本田委員長)

- ・「新之助」は新潟での品種改良ですか。

(秋本委員)

- ・そうです。平成29年度は1万トン出す予定です。

(田中委員)

- ・女性っぽい名前ではなく、「新之助」という名前もおもしろいかと感じました。
- ・そういう新しい物をきちんと発信して海外に伝えられれば、白米もそれなりにまだまだいけると思います。ある意味、お米がそういう風のできるのであれば、フランスのロックフォールチーズのように、上越認証、メイド・イン上越よりもさらに厳しい認証制度で審査を通ったもの以外は名乗れないというものもできないかなと思いました。
- ・外国人もそうやってブランドを作り守ってきた物を、それなりに認める人たちがいます。海外遡及に関しては漠然と新潟の米ですというのではなく、上越のこういう厳しい基準で審査した物ですというのを表に出すようなやり方もあると思いました。
- ・健康志向でいうと、グルテンフリーとか糖質制限とかもありますし、ハラールも含めて考えますと、マーケットを誤らないようにしないと、ベクトルが違う売り方をしてしまうと労力ももたないような気がしますので、マーケット分析をきちんとした上で、売る方向性を考え、遡及・ストーリーを考えていく必要があると思います。

(和久井委員)

- ・左上に大豆を持ってきたのは、大豆に力を入れたいなという思いからです。
- ・米は確かに海外志向としてはあるのですが、健康志向となると、白米というイメージでいましたので、澱粉質を嫌うという面で下にしました。ただし、玄米であれば普通に使えるのかなと思います。玄米は、洗って一晩冷凍してそのまま釜に入れて炊くと結構食べられます。だけど、やはり今、りんごの皮を剥くのも面倒だといっている若者が多いですから厳しいかなと感じます。フリーズドライ等にしてお湯をかければ食べられるようにすれば、いけるのかなと思ったりしていますが。
- ・魚介類は、最近、黒潮の流れの影響で上越近辺でも色々な魚が獲れており、柿崎あたりでは、大きな船も持ってない漁師が立派な平目をあげています。それを東京のホテルへ持って行くと非常に好評で、富山より新潟の方がうまいと聞くのですが、おそらく同じ魚を食べていると思うのです。もう少し真剣に獲ればもっと揚がるのではないかなという意味も含めて魚介類を左上にあげさせていただきました。
- ・いちじくについては、田中委員と同じで、海外でよく知られていますし、乾燥いちじくなども流通しているのですが、やはり糖分が多く、最近、果物は健康食品ではないということ言う医者もいるので下の方に位置付けました。
- ・以前、市の農業部署の方が上越市出身者の料理人を呼んできた時があったのですが、その際、「ホワイトアスパラガスを作ってください」ということと「それを作ってくださいはいくらでも買いますよ」ということを言われていました。ホワイトアスパラガスは値段も高いし、そういう意味では、もう少し上に行くのかなと思ったものです。
- ・蕎麦については、先ほどの田中委員との意見とは少し逆で、外国人には無理かなという感じがしまして、右の方に置きました。
- ・伝統野菜、特産野菜は右下に位置付けたのですが、先ほどの意見と同じ考えからです。
- ・トマトについてはやはり外国産の方が多いように思いますし、料理への対応力という点でも今のトマトでは厳しいと感じました。

(松村委員)

- ・健康志向の観点でみたとき、単純に和食だから体によいのではないかなという事で判断

しました。

- ・海外志向については難しいのですが、輸出というよりは、インバウンドとして海外から来往される方とか、国内に住んでいる外国の方から受けられているかどうか、さらには、外国の方から評判になって日本で受け入れられるようになるパターンといった観点で考えました。
- ・米は海外でも日本の和食として知名度は上昇していますし、アレルゲンフリー、グルテンフリーが科学的に意味あるかは別にして注目されています。また、地場の加工技術を使った物語性というものがあるだろうという事で選びました。
- ・大豆につきましては、豆腐は以前から海外でも食品としても認められていますし、味噌は近年知名度が上昇しています。地場の加工技術の物語性もあるという事で高く評価できると思います。
- ・大豆の特殊性というのは、日本人の普通の消費者で大豆の産地はどこかと問われても「ここです」と答えられる人はほとんどいないということ。米と言えば、新潟とか東北とか返ってくるのですが、大豆にはそれがありません。大豆は、どちらかといえば転作作物ですので、米の生産が多い県で沢山作られており、新潟もかなり作っています。
- ・大豆のブランド性としては、大豆という食品が体によいという漠然とした考えは雪国の日本人なら誰でも持っていると思うのですが、どこの大豆が一番かという点では空白になっています。
- ・ですので、「大豆と言えば上越」というようになれば素晴らしいと思います。
- ・魚介類、トマト、蕎麦、伝統野菜、重点品目につきましては、海外志向という点ではちょっと弱いかなという感じがしますが、健康志向で言えば高い位置付けができると思います。
- ・枝豆、いちじくは少し健康志向という点では低いのですが、海外志向、特に枝豆なんかは、先ほど田中委員からありましたように、非常に外国人から評判がいいという事で動きがあるのではないかと考えています。
- ・一番下の所で、海・山・里が全て揃うというのが上越の強みであって、そのストーリー性というのは個々の産品についてというよりも全体の形成が必要かなと思います。どういう事かというと、例えば、北海道ブランドと聞いたときイメージするのは、じゃがいもとかいろいろありますが、畜産物、海産物を含めて、大自然だとか、北の方の広々としたそういうイメージ。あるいは信州ブランドだったら、高原で水、空気がおいしくてそんなイメージ。あるいは沖縄ブランドだったら、時間がゆったり流れて、南国情緒、お婆がいて、健康で長生きしているみたいな。そういうざっくりとしたブランド作りを上越でやればいかなという考えであります。

(秋本委員)

- ・海外志向という事で米と大豆にしました。今、海外で小麦アレルギーの方がすごく多く、食べられない人がたくさんいるということもあり、この前ミラノ博でPRしに行った際は、米や大豆にもものすごい注目が集まりました。
- ・米に対しては、高い評価で、そういう意味では、これから米はまだ海外での販路は期待できると思います。米でなんでも作るというのは日本の特徴かもしれません。

タイも米の技術を持った国で、米でいろいろな物を作って輸出しています。そういった意味でも、新潟県は米の加工技術はすごく高いですし、ブランドという意味でも可能性は高いのかなと思います。

- ・大豆は、これほど多様に加工するのは世界で日本が一番だと思います。松村委員も言われたとおり、豆腐、味噌、醤油などがあります。和食が世界遺産に認定されたという意味でも、ごはんと大豆食品をセットで売り出すのもとてもよいと思います。
- ・それ以外の資源については、なかなか売り込むイメージができなかったのですが、外国の方がオリンピックで来てもらったりすれば、上越にも来てもらって、お金を落としてもらうという意味で、枝豆、蕎麦、トマトなどを使って料理でおもてなしできればなとイメージしました。
- ・魚介類と伝統野菜は、特色を出してもよいと思うのですが、健康志向・機能性という観点からみれば、そもそも機能性がない食品はなく摂取量の問題になるだけなので、多くを採れない魚介類、伝統野菜は米や大豆等と比べると見劣りすると感じました。

(本田委員長)

- ・ありがとうございました。
- ・皆さんの意見をまとめますと、やはり米と大豆が強いです。
- ・米に関しては、玄米の可能性や「新之助」のような新品種があります。
- ・田中委員からも話がありましたが、やはりマーケットをしっかりと分析して対応していけば、大豆・米はポテンシャルもあり、ブランドもあり、量もありということで主力になるのではないかと思います。米や大豆と比べると少し見劣りするのが枝豆です。もちろん枝豆自体は海外の人が日本に来たら食べる人気の食品ですが、輸出や加工という点では米や大豆より少し見劣りするように感じます。
- ・このように米と大豆、少し見劣りはしますが枝豆といった3つが、上越の顔の存在かなと思います。なお、先ほどの松村委員の意見がとても大事でして、海・山・里が揃うのが上越の強みなので、米、大豆、枝豆だけを使った産品では少し弱く、本当にストーリー性が大事だと思いますので、上越だからこそある海の物や、味を引き立てていく果樹であったり伝統野菜だったりなど、単品では量は足りずインパクトもないかもしれないけれども、それらも活かしての産品づくりが重要だと思います。
- ・ですので、資源の選び方と来年度への伝え方としては、主要な米と大豆、枝豆のほか、話題性のあるいちじくや魚介類など脇役、スパイスとして使うということになります。

(田中委員)

- ・まずは、海外志向も健康志向も高い米、大豆、枝豆に関していえば、きちんと遡及し、マーケット分析やターゲットを間違えないようにするという事に尽きると思います。
- ・米、大豆、枝豆以外の資源の考え方が難しいのですが、例えば、トマトは人気の野菜ですし、値段が高くても購入される方が多いことを見ますと、ある意味、生産者にとっては努力の甲斐があると思います。地元でも売れるし、有名にさえなれば、首都圏でも上越トマトはなんとかなるのではないのでしょうか。そういう意味では、もう少し生産者と共に探る事も含めてできないのかと感じています。
- ・特産野菜については、地元で愛され消費されていますし、ホワイトアスパラとかナス

は認められれば高く売れるマーケットはあると思います。そういう意味では、人気を探る、マーケティングするのも大切です。上越は、首都圏にも近いですし、特色さえつかんでマーケットを的確に捉えることができれば様々な可能性があると思います。もちろんそんな簡単なことではありません。

(竹田委員)

- ・上越の農産物については、東京でのマルシェなどに出店してPR販売しています。また、地場産の物を料理人の方々から使ってもらい提案いただいています。シェフからは「上越ならではの農産物を作って欲しい」と言われます。それらは伝統野菜の中にいくつかあり、特別な物になります。アスパラガス、トマト、越の丸ナス、枝豆、春先の冬菜、オータムポエムなど上越ならではの資源です。そういう情報を得ながら、高付加価値の農産物を作るという意識を農家が持ってくればよいと思います。
- ・また、味噌や酒、どぶろくなど上越ならではの加工品プラス上越産野菜という売り方があります。私も米の販売を通じて様々な業態と付き合っていますが、ここ2年くらいは、米を売るだけでなく上越産の野菜も一緒にして新潟フェアみたいな形で発信し、販売したいとの意向をもった業者が増えています。
- ・あとは加工品をイメージしますと、和食が世界遺産登録されたことを踏まえ、和食の一番の元である味噌・醤油のもとになる大豆が有力だと思います。

(和久井委員)

- ・資源の絞り込みは難しいです。
- ・例えば海外志向と言ってもどの国をイメージにするのか、その国によって食習慣が違います。例えば中国の人に川の魚と海の魚のどちらが美味しいですかと聞くと、川魚と答える地域がありますが、やはり食べなれている物が好まれるのでしょうか。
- ・どう考えを整理すればよいかまとまらないです。

(秋本委員)

- ・米、大豆、枝豆はある程度定番な感じがしますので、上越ならではの色をつけるために、物語性のあるものが大切だと思います。そうすると発酵食品やナス、オータムポエムなどの特産野菜になります。

(松村委員)

- ・米とか大豆がよいと思います。
- ・特に大豆は先ほど申し上げたように、ブランド化に向けて早く手をつけたほうがよいと思います。言った者勝です。
- ・そして、主要ブランドとして上越の米・大豆という単品の力だけで勝負できるかと言えばそうではなくて、北海道ブランドや信州ブランド、沖縄ブランドのようなブランドがあってその下に商品名が付くとすぐに売れてしまうという、そういう地域ブランドを作る必要があります。そのためには、米や大豆だけでは駄目で他の種類が必要になります。そういう意味で、一品一品の生産状態は小さいのですが、伝統野菜や魚介類は地域全体のブランドを作っていく上で欠かせない物という感じがします。

(本田委員長)

- ・一番上に出てくるのは米と大豆ですね。次いで枝豆が出てきます。これらは上越の顔といった場合に出てくる資源です。
- ・今の議論の中で、個性・上越らしさという観点から特産野菜と魚介類が出てきました。
- ・もう一つ議論で出てきたのが市場性です。農家自身が売っていかねばいけないという市場性の観点であり、ここに力を入れたらそれはそれで販売につながるという資源として重点品目がありました。例えば、トマトはおそらく市場性の観点から出てきたと思います。顔になっていくという事を考えますと、やはり農家自身が本当に熱心になって売っていかねばいけませんし、しっかり取り組んで力をつけていかないと支えていけない資源です。
- ・その中で伝統野菜やいちじくも個性・上越らしさを出すものかと思われませんが、生産量やマーケット的な面で線引きされてしまうのかどうか、その他ここまでのまとめについて補足なども含めご意見を頂ければと思います。

(竹田委員)

- ・イチゴやアスパラガスは専業でやる農家がでてきて生産量的にも増えてきています。まだまだ量は少ないですが将来的には経営・販売体制をしっかりと整え、重点品目やトマトのような市場性のある上越の資源になると思います。

(秋本委員)

- ・特産野菜は4品、伝統野菜は11品あります。例えば、これから伝統野菜11品すべてをやろうとなったらすごく大変ですので、これらの中からどれを選んでいくかということになると思います。例えば、特産野菜の中ではナスとオータムポエムとそれぞれ物語性が違うなど、特徴を踏まえて少し品目を選んでいくべきだと思います。

(本田委員長)

- ・主要な資源が米、大豆、枝豆というのは明確なのかなという気がするのですが、その他の品目も来年度に申し添えていただきたいです。

(秋本委員)

- ・そうなるとう個性という面で蕎麦も出てくると思います。

(松村委員)

- ・魚介は、生食というのが原則だと思いますが、魚介でブランドを確立しようとするとう、例えば富山の白えびのように、漁獲量が多く生食と加工の両方に使えることが必要になります。上越では、水産の現状を見ると難しいと感じます。

(田中委員)

- ・上越を知らない人にプレゼントするものとして「上越の美味しい物のセット」に入れたくなる物を考えますと、やはり米、次に「越の丸なす」など他地域には無い野菜。

季節物でいつでもある訳ではないのですが、自分が上越を語る時に外したくない物です。また、私が食べた中で一番美味しい野菜を考えると冬菜が出てきます。

(本田委員長)

- ・「冬菜」という意見が何人から出ていますね。

(松村委員)

- ・冬菜については、以前広島で作って見たのですがダメでした。暖かい土地なので、適度に伸びながら柔らかい状態が保てない。すぐに固くなってしまう。

(竹田委員)

- ・雪の下が一番。

(田中委員)

- ・雪どけの後でとった冬菜は本当に美味しいです。

(本田委員長)

- ・米、大豆、枝豆が主力であり、他の資源とは一段明確に違いはあると思いましたがいかがでしょうか。

(田中委員)

- ・米、大豆、枝豆の3つだと思います。大豆に関しては、従来の味噌・醤油ももちろん和食ブームで大事なのですが、将来性の事を考えると加工品に特化してもよいのでは。注目してもらえるような加工品を。その際は、「特に上越産の大豆で作るからよいのだ」という遡及もしてほしい。

(本田委員長)

- ・先ほどのブランド認証的な話もそうですしね。

(和久井委員)

- ・野菜などは、やはり生産量がどれだけ確保できるかが関係してきます。冬菜は花が枯れていない時に食べるから美味しいのだと思います。その他には、トマトもあると思います。

(秋本委員)

- ・主力として米、大豆、枝豆を、その他には冬菜もよいと思います。生産量は少ないので季節物として。
- ・冬菜については、流通に耐えうる加工ができない事はありませんので、通年で上越らしさを伝えることができると思います。

(竹田委員)

- ・ストーリー性も含めてですが、上越では米を餌にした豚がこれから出てきます。そういう物は他地域ではやってない物です。餌米は上越が一番最初に取り組んだもので、そこから豚の餌に向けた訳です。それを食べた上越の豚。周りにはなかなか伝わらないのですが、そういう取組もやっています。畜産が低迷してきていますので、やはり大きな柱だと思います。「上越の美味しいお米を食べた豚」というのは、上越発祥の一つの物語になると思います。

(本田委員長)

- ・そうでしょうね。飼料でだいぶ変わりますもんね。

(松村委員)

- ・消費者の中でも豚は美味しいというイメージがかなり定着しており比較的新しいブランド性かなと思います。
- ・JA 上越では、飼料米を作って豚に食べさせるという取組を率先してやられているので、そこを考えると重要な品目だと思います。

(本田委員長)

- ・全体的なまとめになりますが、まず、主要な資源として米、大豆、枝豆を選んでいきます。
- ・ただし、米は白米でよいということではありません。また、大豆については、海外の動きも含めてとても可能性のある資源なので、「大豆といえば上越だ」というブランド化に向けたよいチャンスの時だと思いますので、既存の商品だけではなく、様々な品種や加工技術の開発が必要になると思います。そしてこれらはいずれも加工しやすいという点で秀でています。
- ・枝豆も海外需要が高く、個性のある品種であったり米農家が作りやすいという特徴があります。
- ・この3つの資源を土台として考えながら、農業経営や上越ならではの個性も大事にしようという事を来年度に引き継いでほしいと思います。
- ・事務局から何かご意見はありますか。

(澤海所長)

- ・今後の展開として、上越の産品になり得る資源が決まってきたという事をアピールし、セミナー等を行って料理や土産品等を幅広い人達に開発してもらいながら、農家の方々からも安心して資源を生産してもらえるように取り組んでいきたいと思っています。
- ・その際は、マーケットをどういう所に絞り込んでいくかという事が大切であること、また、米、大豆、枝豆を生かしつつ特徴的な資源も生かして取り組んでいくとのご意見は、全くそのとおりだと思いますので、それを間違えないよう今後の梶取りをしていかなければいけないなと思います。

(農政課)

- ・これまでの議論では、大豆の人気の比較的あったと感じました。
- ・今一番安い物はアメリカまたはカナダ、次に高いランクで国産大豆となります。国内大豆は非常に引き合いが強く値段が高いので、上越の米農家の転作大豆は比較的儲かっているのではないだろうかという感じがします。
- ・健康面でもイソフラボンなど機能的に優れており、国内単価も高く、安全性も確保できるのであれば、上越の大豆はとても優秀であると常々思っていました。

(松村委員)

- ・国内の大豆市場で豆腐屋が大豆を買う場合、評価が高いのは富山県のエンレイという品種や佐賀県のフクユタカという品種です。ただそれは豆腐屋の目線でのブランドであり消費者のブランドではありませんので、大豆については、そういったブランド化を早くした方がよいと思います。

(本田委員長)

- ・米の品種は皆知っていますが大豆の品種はよく知りませんね。

(松村委員)

- ・大豆の主要産地を知っている一般消費者はそれほどいらっしやらないだろうと思います。

(田中委員)

- ・地場産品の掘り起しができたらよいと思います。

(和久井委員)

- ・氷見イワシや関サバのように上越産とわかるようなブランド名を付けたほうがよいと思います。

(本田委員長)

- ・ブランディングを考えた時にネーミングとか基準とか違いとかが分かるようにということですね。

(和久井委員)

- ・大豆もそういったようにブランド化できればよいと思います。

(松村委員)

- ・「上越」という地名は、これまでは上州と越後の境付近をイメージされていましたが、北陸新幹線ができて上越妙高駅という名称になった効果は非常に大きいと思いますので、これから認知度が上がっていくと思います。

○今後の進め方

(澤海所長)

- ・ありがとうございました。
- ・この委員会でのご意見をまとめ、今後は、上越市として外へアピールしていけるような方向を考え、加工や料理、土産品などに関するセミナーや市民向けの講習会等を開催したいと考えています。また、新年度からは、新たに別の委員会を立ち上げて、様々なアイデアを募りながら産品を選定し、磨きあげていきたいと考えています。

(本田委員長)

- ・消費者目線でどういう産品を作っていくかということでしょうか。

(澤海所長)

- ・そうです。消費者目線で見ながら、加工品だけではなく料理も含めて考えていくと思います。
- ・いずれにしましても、上越らしさを売りにしながら、上越そのものをPRしていきたいです。メイド・イン上越自体もそういった考え方でスタートしているのですが、メイド・イン上越の課題は、個々の事業者の展開にとどまっていて、全体の面的な展開になっていないという事があるかと思しますので、市民一丸となった展開にしながら、上越を売り出していければよいというのが理想であり、その最初の一步がこの委員会でありました。
- ・については、北陸新幹線の開通で北陸・信州・大消費地の東京と1時~2時間で行き来できるようになったこと、また、東京オリンピックが5年後に控えているという事などを踏まえつつ、海外志向や健康志向等に留意しながら次への展開についての皆様のご意見を頂ければ助かります。
- ・具体的には、核になる資源が米、大豆、枝豆という事ですけれども、それらをどのように活用して商品や料理をつくっていくと上越らしさにつながっていくのかという点です。

(本田委員長)

- ・産品づくりは次年度のテーマではありますが、その方向性に関する示唆を求められましたのでご意見をいただけますでしょうか。

(田中委員)

- ・上越には、海・里・山の資源が豊富なのでなかなか難しいと思うのですが、マーケットを意識しながらも、まずは上越市は何を遡及したのかというキャッチコピーがあるのと無いのでは全然違うと思いますので、そういったテーマを明確にしてから産品の切り口を考えたほうがよいと思います。

(本田委員長)

米や大豆などをもちいた加工品の事例等をご存知でしょうか。

(秋本委員)

- ・上越には、味噌、とりわけ浮き糍味噌という特徴があるのですが、それが伝わってないと思います。
- ・産品づくりについては、どこをマーケットにしていくかによって全然違うと思います。ある程度年齢の上の方々をターゲットにするのか、若い方々をターゲットにするのか。私は、これからは若い方々をターゲットにしていかなければならないと思います。
- ・若い方々に受け入れられるようにするためには、個性やストーリー、伝統などはとても大事ではありますが、それにおしゃれ、ファッション性、スタイルなどを加えることが大切だと思います。

(澤海所長)

- ・例えば、さきほどから議論にあるように、お土産品・加工品と、当地に来てもらって食べていただく料理と、部会を作るとすれば2つの区分があるのではないかと感じます。
- ・ただし、それは、マーケットの絞り方によっても変わってきますので、どういった方向でマーケットを絞っていくのが重要だと思います。そしてそれを受けて今後のセミナーのテーマや講師が決まってくると思います。

(和久井委員)

- ・例えば米であれば、魚沼産よりも美味しいと言える、差別化できるようなブランドを立ち上げる必要があるのではないのでしょうか。

(澤海所長)

- ・米であれば加工せずそのまま市場に出せるのですが、この取組の目的は、一次産品をそのまま売るというのではなく、上越で生産された一次産品を用い、それに付加価値を付けて売れる加工品を作り上げていくことにあります。そのことによって、農業に関わる人だけではなく製造業者も商業者もあるいは市民の皆さんからも楽しんで関わってもらえると思いますし、そういった加工品を作っていく事で上越の多様な魅力を再認識しながら、上越のPRにもつながっていければと思っています。

(本田委員長)

- ・全国各地の様々な事例を見ていますが、西日本の三重県では、松阪牛やしいたけのほか、味噌やこんにゃく等があるのですが、それらの食材を組み合わせる味噌田楽を作るという取組がされています。
- ・その他にも、パンのように具材を練りこんで作る物であれば、この食材の変化が面白く、皆がワイワイと楽しく取組を広げていけるのではないのでしょうか。
- ・上越市の場合は、例えば米をベースに考えた時に、海や山の具材との組み合わせであれば、ピザがピッタリだと思います。米であれば徹底的にピザ生地の為にもっちりパリパリに仕上がる品種を開発し、魚介、野菜、発酵という加工物などを生かす。大豆もよいソースになるかもしれません。
- ・多様な食材と上越ならではの技術を生かした物が、上越には一番合っていると思いま

す。

(澤海所長)

- ・そういう組み合わせはあると思います。

(本田委員長)

- ・日本酒と相性がいいピザなどもあるかもしれません。そういったピザであれば「一体どんなピザなんだ」と注目も集めます。

(澤海所長)

- ・イタリア料理というのが今ブームみたいですが、例えば、東京の銀座イタリー亭など上越市出身の方がやっている飲食店をはじめ、Jネットなど様々なファン層の皆さんと一緒に「上越」を発信してPRに取り組んでいければよいと思っています。

○閉会

(上越ものづくり振興センター)

- ・本日は資源の選定、次の取組につながるアドバイスを頂き有難うございました。

9 問合せ先

産業観光部産業振興課 上越ものづくり振興センター

TEL : 025-522-2666 E-mail : monodukuri@city.joetsu.lg.jp

10 その他

別添の会議資料もあわせて御覧ください。