

- 1 会議名 総務・産業建設常任委員会協議会
- 2 日時 令和4年1月20日(木)
午後3時から午後3時54分まで
- 3 場所 第2・第3委員会室
- 4 出席委員 (委員長)片岡健一郎
(委員)鬼頭博和、水野忠三、黒川武、堀 巖、榊谷規子
- 5 欠席委員 梅村均
- 6 事務局出席 議会事務局長 丹羽至、同主事 丹羽亮二
- 7 委員長挨拶
- 8 協議事項

(1) ブランド野菜研究事業に関するヒアリングについて

商工農政課長：①ちっちゃイ菜の特徴(セールスポイント)をどのようにとらえているかという質問について。食べると甘みがあって、あくが少なく、触感が良くて万人受けしやすい野菜。調理した際に、煮ると白菜のよう、炒めるとチンゲン菜のようで、加熱しても水分が出にくいため、鍋料理にも向いており、レシピのバリエーションが多い。白菜やチンゲン菜と比べ、ビタミンC、ビタミンK、食物繊維が多く含まれており、栄養価が豊富。他の葉もの野菜と比べて日持ちがする。また、比較的栽培がしやすいとされている。

②過去5年程度の市内でのちっちゃイ菜の栽培及び販売の状況(耕作者数、栽培面積、収穫量、栽培方法(平地、ビニールハウス)、販売場、売上)、また栽培における課題、ちっちゃイ菜を推進することになったきっかけについて。ちっちゃイ菜はちっちゃイ菜生産グループという団体において、会員は現在11名。構成員に変更はあるが、平成20年の設立から人数の変更はない。平地での露地栽培で、収穫量と売上高推移は、平成29年度440kgで約66,500円、平成30年度306kgで約33,900円、令和元年度262kgで約26,700円、令和2年度が157kgで約33,300円、令和3年度は現時点だが200kgで35,300円程度である。販売先はJA愛知北産直センター、小中学校の給食、消費生活講座の料理教室への納品、農業フェアでの無料配布を行っている。課題は新たな販売先が確保しにくいこと、栽培面積が年々減少傾向にあること。技術的な課題として、葉もの野菜全般に言えることだが、虫がつきやすい。ちっちゃイ菜をブランド野菜として推進することになった経緯は、平成18年度より新たな特産作物として重点的に栽培することを目指して新ブランド野菜を選定することになり、誰でも栽培収穫ができるように、収穫期間が長く、作業負担が少ない野菜をいくつか候補として、平成18、19年度の2年間かけて試験栽培を行った。試験栽培した農業者、JA愛知北の営農指導員、愛知県農業改良普及

課、消費生活モニターから意見をもらって、栽培しやすい、収穫しやすい、加えて料理もしやすい観点から検討し、平成 20 年度にちっチャイ菜を選定。普及に向けて栽培を開始した経緯である。他候補にはスティックブロッコリーやプチヴェール、モロヘイヤ、葉ねぎ等があった。

③近年のちっチャイ菜を活用した取組について。J A 愛知北産直センターでの販売をはじめ、小中学校の給食ではシェフのスペシャルメニューの食材として使用したりしている。消費生活講座の料理教室においても食材として使用。市ホームページにおいて、栽培方法やレシピを紹介。

④ちっチャイ菜をブランド野菜としてどのようにしていく計画なのか、なんのためにこの事業を行っているのかという質問について。ブランド野菜として需要が拡大して、栽培が簡単で長い期間収穫ができて、調理しやすい、売れる野菜として認知されることによって、本市農業の課題となっている、高齢化による離農の抑制や新規就農者の獲得の一助になることを期待した計画であったと考える。

⑤委託先の団体のこの事業に対する想いについて。生産グループのリーダーを中心に、振興のため熱意をもって栽培に取り組まれている。しかし、ブランド野菜に選定されて以降いままでの取組が新規販路の確保につながっていない現状から、生産グループからも新たな推進策を求める声やブランド野菜の再選考を求める声も出ている。

⑥委託料の 3 万円について。ブランド野菜の研究栽培する委託料として、主にちっチャイ菜の種子購入に充てられている。平成 30 年度からは既存の名産であるカリフラワーについても新たな需要喚起のため、ロマネスコやオレンジカリフラワー等の珍しい品種の種子を購入して試験栽培している。ロマネスコは定期的に出荷できている状況である。

⑦ちっチャイ菜が購入できる店舗について。時期に拠るが J A 愛知北産直センター、野菜の広場で買うことができる。

⑧ちっチャイ菜が食べられる店舗について。市内飲食店の中には不定期ではあるが、産直センターに入荷がある時に購入してメニューに取り入れている店舗もある。

⑨ちっチャイ菜は日本で一番小さいか、一番になる要素は何かあるかという質問について。葉菜類では小型品種であるが、日本で一番小さいというわけではない。種苗会社に確認したところ、一番になる要素こそないが、和洋中どんな料理にも使えるうえ、栄養価が高くて優秀な野菜。

⑩ちっチャイ菜の販売価格は、過去から変化はあるか、について。過去 5 年について調べたところキロ単価 174 円～216 円の間で推移しており価格変化は大きくない。

⑪市民から市議会あてに寄せられた意見に対する見解について。ちっチャイ菜について知らない、ブランド野菜としてのPR不足という意見を踏まえ、てこ入れが必要と思っている。現状では認知度向上の取組として、JA愛知北産直センターでの販売をはじめ、小中学校の給食ではシェフのスペシャルメニューの食材として使用したりしている。消費生活講座の料理教室においても食材として使用。農業フェアでの無料配布。市のホームページでも紹介している。前述のとおりである。その他、ちっチャイ菜栽培者には、一目でわかるよう畑に看板を設置していただくなど、認知度向上の工夫をしている。意見にあるように、単に存在を知ってもらうだけでなく、おいしさやどんな料理にも合う万能さ等の魅力を知っていただき需要拡大に繋がるPRが重要と考えている。そのためにも食卓でちっチャイ菜を味わっていただくことや、食材として使っていただくことを狙ったPRを進めていきたい。

⑫児童からの意見、「自分で考えたちっチャイ菜をたくさんの人に知ってもらうくふう」3項目について。農業フェアや市内の学校に種を配布すること、ホームページにおいてプランターでの栽培方法を周知することなど、家庭菜園や栽培学習で活用いただく取組を、関係機関の意見を聞きながら検討していきたい。スーパーやコンビニへの出荷は最低ロット数があり、安定供給の観点から収穫量を大幅に増やす必要があるので、生産者グループやJA愛知北と連携して栽培面積の拡大と新規栽培者の獲得の方策も検討していきたい。

⑬市のホームページにちっチャイ菜の栽培方法が掲載されているが、ちっチャイ菜は誰でも生産できるのか、種はどこで購入できるのか、また市民がプランターでベランダ栽培ができるような、分かりやすい栽培方法を掲載してはどうかという質問について。比較的作業的負担が少なく、誰でも栽培できる。時期によっては取り寄せになるが、JA愛知北産直センターで種子を購入できる。開発業者の野崎種苗や愛知県農業改良普及課の意見を聞きながら家庭での栽培のPRを考えていけたらと思っている。

⑭ちっチャイ菜の販売を促進するために、市内だけでなく、近隣自治体に働きかけて、市外のJA産直センター、スーパーなどで販売してはどうかという質問について。最低ロット数や安定供給の観点からスーパーに出荷することはかなり収穫量を増やす必要があると聞いている。JA愛知北産直センター扶桑店や、JA愛知西産直広場南小渕店への出荷を検討できればと考えている。栽培面積の拡大と新規生産者獲得が不可欠なので併せて検討していきたい。

⑮ちっチャイ菜をふるさと応援寄附金の返礼品とするための条件は何かあるか、またちっチャイ菜を返礼品に加えることについて課題はありそうかという質問について。7～9月は収穫ができない。課題は、安定供給の方法。葉ものの野菜であるため、配送方法や洗浄方法を検討する必要がある。

⑩ネットで検索すると、民間事業者として、小林種苗株式会社、野崎採種場が種子のネット販売をしているので、ちっチャイ菜の知名度向上について連携し取り組んではどうかという質問について。種苗業者にも岩倉市が産地であることをアピールして連携できるかどうか、今は何もやれていないが、検討していけたらと思う。

片岡委員長：委員の中から、質問等があれば発言を。

黒川委員：7月から9月まで栽培できないと言われたが、平地の露地栽培ではなくビニールハウスであればクリアできるか。

商工農政課長：暑さが問題なので涼しくする必要がある。温度管理できるハウスがあればできると思うが、市内には少ない。

黒川委員：野菜工場をビル化して、人工灯で栽培すれば通年収穫できるか。コストの問題は別として。

商工農政課長：可能であると思う。

堀委員：資料のなかで令和元年の供給量が5kgになっているが50kgの間違いではないか。

商工農政課長：給食センターに出したのが5kg。この年は生産のタイミングが間に合わなかったようだ。ただ、少しでも給食に入りたいということでなんとか確保した5kg。

黒川委員：実際に栽培した人によると、コンパクトなんだけど、虫がつきやすく、洗浄するのに難儀したようだ。JAで販売する場合は洗浄が必要だろうが、そういったことも営農者の負担になる。かといって、安易に農薬を使わないよう努力されていると思うが、そういった課題の解決方法はあるか。

商工農政課長：強いものではないが一定の農薬を使う必要があると聞いている。また専用の洗浄機を導入できるほどでもないので、需要が増えれば設備投資もできるかと思う。虫がつく年も、つきにくい年もあり、自然のものなので左右はされる。

堀委員：家で作って楽しめることが根本にあって、もうけを出すこととは違う次元の目的があると聞いていて思った。実は私は食べたことがないし店で使ったこともない。一般家庭での周知度や使用率の調査をしたことはあるか。

商工農政課長：アンケートを取ったことはない。把握できていない。出荷したちっチャイ菜の売り上げを産直センター聞く程度しかできていない。同じ部類の葉ものと比べるとちっチャイ菜は割高。ただ、出荷すればほぼ売り切ることができると思う。料理教室を実施している先生方や、使っているお店の方に聞くと、おいしいし、歯ごたえが白菜よりあって、ほろ苦く、見た目もかわいい。きっかけを見つけられたらと思っている。

堀委員：消費者側の購買意欲を高めるための工夫として、栄養価が高いこと等を

店頭に表示することなど、市役所から産直センターに働きかけることは可能か。

商工農政課長：できると思う。キャッチーなポップも考えていきたい。

水野委員：将来的に売り上げや生産量はどれくらいにしていこうという考えなのか。

商工農政課長：具体的な目標を作っていないのが現状。他にも販路が確保できた時点で生産量等も決めていけたらと思う。生産者とも調整しながら、さらに協力していただける方を増やせるかが課題。

水野委員：具体的でなくても、2倍くらい拡大するとか、ゴールの設定は必要。

片岡委員長：そもそもブランド野菜研究事業の目的は農業振興、離農抑制、新規就農者獲得なのか、あるいはシティプロモーションなのか。重きを置いているのはどちら。

商工農政課長：当初は農業振興の目的が強かった。当時はシティプロモーションの考えも主流ではなかった。しかし現在ではシティプロモーションは当たり前の時代。いい方法がないか色々な人に相談している。

堀委員：ちっちゃい菜を食べられる店舗もあるということだが、岩倉焼きそばも成功しているとは思えないし、ブランド野菜も低迷気味。店舗と生産者を直接結ぶ取組は。食べてみて納得いくこともあるので。

商工農政課長：生産者と飲食店との結びつきを作っていくことも行政側の仕掛けとして必要。これまではレシピを作っていただくということはあったが、生産者と直接繋ぐことはなかった。

黒川委員：以前、葬儀場が敷地を使って紹介する取組があったが一過性で終わってしまった。気運を高めることについてどう考えるか。

商工農政課長：気運の醸成は必要。これまでしっかり手をつけてこれなかったもので、色々なところの知恵と力を借りながら進めていきたい。

片岡委員長：ある飲食店から、ちっちゃい菜を使ってなにか作れないかと商工農政課から相談があったという話を聞いている。キムチなどにできないかなとそのお店は言っていたが、加工品にすればふるさと納税の返礼品にできるのでは。飲食店にそのような相談を持ち掛けている意図は。

商工農政課長：まだまだ公表できるものはないが、何か違うことをできないかなと考えている。加工品のアイデアをいただいたのでどうにかたちなら実現できるか等、研究している。10年以上経過してそれほど成果を残せていないので、今までとは違った工夫ができないかと考えて色々なところに手を伸ばしている状況。

水野委員：葉もの野菜としては割高とのことだが、生産者にとってはどうか。ほかの作物を栽培するよりメリットがあるか。

商工農政課長：安定供給できる規模の作付けになれば他の葉もの野菜と同程度に、あるいは収穫期間を短くできるので収益増加に寄与できると思う。たくさん供給するためには需要がなくてはいけないので、需要を伸ばす取組が必要と考えている。収益は他の葉もの比べても十分にあると考えている。

堀委員：愛知県の農業改良普及センターの協力を得て労働の手間や人件費もデータとして蓄積しておかないと説得力がない。基盤から見直したほうがいいと思う。消費者は無農薬や有機栽培への意識が高くなっているなので、そうしたアプローチも普及センターと相談しながら、虫の問題の解決の仕方も含めてやれば、各務原キムチが売れているようにちっちゃい菜で岩倉キムチ等の道筋も見えてくるかもしれないし、自家製キムチに結びついたりするかもしれない。

（２）委員会代表質問に向けて

片岡委員長：３テーマが候補。たたき台として作成した。こういう質問がいいのではないかな等、委員の意見を聞きながらまとめたい。２月１８日までに通告要旨を提出しなくてはならない。２月２日（水）午前１０時からと、２月１５日（火）午後１時３０分から協議会開催。場所は別途通知する。この２回で委員会代表質問について内容を固める。

（３）その他

２月１日（火）午前１０時から委員会オンライン視察