

調査出張報告書〔商工農林水産委員会〕

調査年月日	平成30年10月24日（水）	調査時間	12:53～13:45
調査先	青森県港湾空港課	実施場所	青森県議会議員面会室1
説明者	屋崎サブマネージャー	現地視察等	

調査概要

1 調査目的

青森県では、中部以西に鮮度保持したまま農水産品を届けるため、ヤマト運輸と連携協定を締結し、青森県総合流通プラットフォーム「A! Premium（エープレミアム）」のサービスを平成27年4月27日から開始した。空輸と保冷一貫輸送を組み合わせ、中部以西には当日又は翌日、海外においても、東南アジアへ翌日または翌々日までに配送される仕組みを確立し、地理的なハンデを克服していることから、同様に地理的なハンデを抱える本県の参考とするため調査を行った。

2 説明内容

青森県の豊富な農林水産品について、日持ちする産品以外は、中部以西に届けることが難しいという地理的条件の課題があった。

このため、*ロジスティクス課題を改善し、中部以西、さらには海外にも新鮮なものを届けることができないか検討したところ、物流会社の協力が必要なことから連携する会社を公募し、ヤマト運輸1社から応募があった。平成26年7月24日にヤマト運輸とプラットフォーム構築に係る連携協定を締結し、平成27年4月27日から「A! Premium」のサービスを開始した。

ヤマト運輸の保冷状態を保ったまま輸送する技術を活用することが「A! Premium」最大の特徴となっており、青森県各地から仙台空港まで陸送後に伊丹空港まで空輸を行い、大阪にある配送センターから西日本各地へ配送している。また海外へは、仙台空港から関西国際空港、那覇空港を経由し、台湾、シンガポールには翌日、シンガポール、タイなどは翌々日に配送している。

出荷者は、水産の市場や漁協が中心である。取引先の大半は飲食店で、新鮮なまま届ける「A! Premium」に1番なじむ商品ということで、出荷される荷物の9割以上が鮮魚、活魚となっている。

物流部分はヤマト運輸の民間サービスで展開し、青森県は「A! Premium」の荷物をふやすための営業活動やプラットフォームの改善などを担っている。

*原料の調達から生産・販売まで、物流を効率的に管理するシステムのこと

3 質疑の概要

○ヤマト運輸との連携について

公募をして応じてもらったのがヤマト運輸のみであった。「A! Premium」そのものはヤマト運輸のサービスとなる。ヤマト運輸も荷物がないと利益にならな

いので、県としても顧客を確保するため港湾空港課に大阪分室を立ち上げるなど、ヤマト運輸と連携をして荷物をふやす取り組みをしている。

なお、大阪分室はヤマト運輸からも1人配置されている。

○利用者について

市場関係者に使ってもらえているのは大きい。

生産者が直接使うというよりは、市場であったり漁協になる。ホタテは漁協になる。現在は無理なく使ってもらえるような形で「A! Premium」の利用をお願いしている。

○仙台空港を経由する理由について

本音の部分では青森空港を活用したいが、青森空港を発着する航空機は機体が小さいことから保冷庫が積めないため、仙台空港を利用している。

○青森県の体制について

大阪分室は県が2名、ヤマト運輸1名の3人体制。

農産物、水産物について、関係部署とマメに情報共有を行い常に連携している。

4 調査の成果・委員会としての意見等

○高知県も青森県と同様に地理的なハンデを抱えていることから、参考としたい取り組みであった。

○今後、地産外商の取り組みをさらに推進するために、物流の強化は大事な要素となるので、青森県のように民間会社へアプローチを行うなど、官民協働で取り組める体制づくりを促していきたい。

特 記 事 項

調査出張報告書〔商工農林水産委員会〕

調査年月日	平成30年10月24日（水）	調査時間	13:49～14:26
調査先	青森県国際経済課	実施場所	青森県議会議員面会室1
説明者	佐藤グループマネージャー	現地視察等	
調 査 概 要			
<p>1 調査目的</p> <p>青森県では、農林水産品など海外への販路拡大を目指し「青森県輸出拡大戦略」を策定して、平成26年度から5年間の位置づけで取り組んでいる。ホタテはこの品目の一つに位置づけられ、平成27年、28年と輸出量が伸びていることから同様に、水産品の海外への販路拡大を目指す本県の参考とするため調査を行った。</p> <p>2 説明内容</p> <p>青森県では、アジアを初めとした海外市場のマーケットを対象に、農林水産品や中小企業の有望市場への販路拡大を強力に推進し積極的に外貨を獲得するため、平成26年3月に「青森県輸出拡大戦略」を策定し、生産者の所得向上、中小企業の振興を図っている。</p> <p>輸出目標としては、全体で210億円の輸出金額を掲げており、県だけではなく、市町村やジェトロ、民間団体などと連携しプロモーションに取り組んでいる。</p> <p>実績としては、今年も含め3年連続で210億円を上回っており、輸出目標を達成している。</p> <p>3 質疑の概要</p> <p>○リンゴ以外の製品の売り込み方について</p> <p>青森県産リンゴの知名度のある国（台湾や香港）については、リンゴのイメージから入ることができる。知名度のない国では、日本産であればどこの品も同じになり、一からイメージを積み重ねていく必要がある。</p> <p>○輸出へ取り組む企業へのサポートについて</p> <p>企業訪問をしながら、輸出に取り組む企業を掘り起こすのが中心になる。</p> <p>掘り起こした企業は、ジェトロなどと貿易実務講座などでサポートをしていき、商談会以降のサポートは、ジェトロが中心に取り組むことになる。</p> <p>○輸出の状況について</p> <p>平成30年は北海道の減産が回復してきているので、平成28年の数字を確保することは難しいと見ている。</p> <p>中国への輸出については、中国は小振りで安い生のホタテを買い、中国国内で加工・販売をしており、青森県内の加工業者を経由しないため旨みが少ないことから、積極的に行っていない。</p>			

○観光など庁内の他部局との連携について

元々観光と輸出が別で動いており、輸出は農林水産部局が担当していた。

戦略を作った際に組織改正を行い、観光国際戦略局をつくり、商工、農林水産などを集めた国際経済課で業務を行うこととなった。

リンゴは観光素材でもあるので、リンゴ園を見てもらいながらといったように、一緒になって取り組んでいる。

なお、青森県のインバウンドの伸び率は東北で一番高くなっている。

4 調査の成果・委員会としての意見等

○北海道のホタテの減産があるとはいえ、その減産分をプラスにつなげる取り組みであり、高知県も産業振興計画など参考にできる部分があるのではないかと。

○国際観光と輸出促進の連携という視点は大事だと思うので、本県においても、関係者が情報交換をしながら取り組んでもらいたい。

特 記 事 項

調査出張報告書〔商工農林水産委員会〕

調査年月日	平成30年10月25日(木)	調査時間	9:29～11:01
調査先	高知県園芸連仙台事務所	実施場所	(株)宮果会議室
説明者	高知県園芸連仙台事務所 弘田所長他	現地視察等	高知県園芸連仙台事務所

1 調査目的

高知県園芸連は、これまで東京事務所の管轄であった東北、北海道方面の活動の拠点として、本年4月に仙台事務所を開設した。地域に根ざした活動を行うことで、競争力を持つ原動力となるよう取り組んでいることから、その活動状況や県産品の流通状況について、今後の委員会活動の参考とするため調査を行った。

2 説明内容

高知県園芸連仙台事務所

仙台事務所は、仙台市にある仙台市中央卸売市場内に本年4月から開設し、現在2名の職員で活動している。

東北の取引会社は、青果物の取扱をしている6社、花き1社となっており、他に北海道もカバーしている。

管内の青果物の取扱実績は平成29年9月～30年8月で北海道地域を含めて4,631トン、金額にして2,582百万円。品目はナスが中心となっている。

事務所が開設されたので、地元と協議する場をたくさん持ち、コミュニケーションを密にしていきたい。

東北土佐会

高知県園芸連と連携して、昨年約26億円の取扱高を平成30年には30億円を目標に取り組んでいきたい。

今年は6社が連携して、一斉にミョウガを売り込んでいくなど連携して取り組んでいる。

東北土佐会青果物流通研究会

今年は7月の豪雨、8月の猛暑、9月の北海道での地震と災害が多かった。そのため、4～6月は野菜の高騰の反動か前年割れし、その後は7～9月が前年比110%くらいの価格、直近の10月は前年比120%くらいの価格で推移している。

猛暑の影響で売れる品目（飲料水等が売れた）にも影響した。青果も猛暑で生育状況が悪く高値で取引された。

3 質疑の概要

○市場調査について

こちらでの市場調査は、日々の消費動向が変化中、品目の時期の把握が中心となる。研究会とも連携しながら産地に伝えたりしている。

産地も高齢化中、機械的な調整という状況にはまだ至っていない。現在、仙台事務所としては人と人のつながりを重視している。

○東北、北海道地域への輸送について

高知からの輸送は産地を出て、仙台で販売するまで約3日。

大阪や京浜よりもやや遠く、運賃コストも高い中、取引会社に努力してもらっている。北海道へはJRのコンテナになり、産地を出てから5日目で販売することになる。

○仙台事務所開設による効果について

対面することにより、電話では伝わりにくいニュアンスが伝わることや、顔をつきあわせることでコミュニケーションが深まり、課題の共有などにつながっている。また、売場の品物を見ながら意見交換ができるというメリットがある。

東北土佐会としても事務所があることによって、情報交換などのやりとりのほか、一緒に動くことができ、需要の掘り起こしにつながるのではないかと期待している。

※ この後、仙台市中央卸売市場内の見学を行った。

4 調査の成果・委員会としての意見等

○事務所開設の効果は、すぐには見えてこないかもしれないが、現地の東北土佐会などと連携を密にし、東北、北海道地域へ高知の園芸品の普及促進に努めてもらいたい。

○本県として、どのような動きをすれば仙台事務所開設との相乗効果を得られるか検討していく必要がある。

特 記 事 項