

奥野詠子委員の質疑及び答弁

瘡師副委員長 休憩前に引き続き会議を開きます。

奥野委員。あなたの持ち時間は60分であります。

奥野委員 お疲れさまでございます。

質問順序を入れ替えまして、先に子供に対するコロナ対策について伺います。

県内でも爆発的に新規感染者が増加した新型コロナの第5波も、県民の皆様の協力をいただいたことで、来週月曜日から県の警戒レベルはステージ2へと引き下げられることになりました。特に第5波で特徴的だったのは、若年層への感染が目立ったことです。これまで子供たちには感染しにくいと言われてきましたが、全国では学校や保育所でのクラスターも相次ぎました。

昨年度は、冬場に新型コロナとインフルエンザの同時流行が懸念されたことから、県では小学生以下の子供たちのインフルエンザのワクチン接種に助成をし、接種を広く呼びかけました。助成した理由の中には、新型コロナと初期症状が似ていることから、インフルエンザが流行した場合の医療機関の負担、また、厚生センターや保健所、さらには保護者の負担や不安といったリスクを鑑みると、十分な費用対効果があるという判断だったと認識をしています。

結果的にインフルエンザの流行は起こりませんでした。幸いにも大きな混乱が生じなかったということだったと思います。

そして、現在、県内市町村は県に対し、昨年同様の支援を求めて

います。特に、感染力が増したデルタ株に置き換わったことから、昨年よりも子供たちへのリスクは高くなっています。現場に近い市町村からの要望は県として真摯に受け止めるべきだと考えています。

そこで、提案であります。懸念される第6波に備えて、市町村が求めるインフルエンザのワクチン接種への補助であったり、そのほか12歳未満の子供たちへのコロナ対策、特にワクチンについては明確な方針がまだ出されておられませんので、そのほかにも各地域の実情に合った子供たちへのコロナ対策を講ずることができるような、市町村にとって自由度の高い制度設計の財政支援を構築する必要があるのではないかと考えます。知事の所見を伺います。

新田知事 県ではこれまでも、国の新型コロナウイルス感染症緊急包括支援交付金などを活用して、保育所あるいは放課後児童クラブにおける感染防止対策など、子供の感染防止対策に市町村と連携をしながら取り組んできました。

また、今ほど委員御指摘のように、令和2年度は秋から冬の季節におけるインフルエンザと新型コロナの同時流行、これを防ぎたいという観点から、未就学児及び小学生のインフルエンザの予防接種費用を助成しております。本年度は、日本ワクチン学会が特に接種を推奨している未就学児のみを対象に助成を継続することとしております。

一方で、感染力の強いデルタ株が県内でも広がり、コロナワクチンを接種できない12歳未満のお子さんのいる家庭におかれても、不安が続く中、各市町村では小中学校等での感染対策の一層の徹底など、子供のコロナ対策にきめ細かく対応されていると理解をしております。

それで、今ほど委員から御提案という形でいただきましたが、先日、市長会、また町村会の合同要望でも改めて市町村の取組をお聞きしたことから、県としましても、小学生にコロナワクチン接種が行われる見通しがつくまでの臨時的な措置として、子供のコロナ対策やインフルエンザ感染防止のために、市町村それぞれの実情に合わせた包括的な支援ができないかということは検討してみたいと思います。

今後は委員の御提案も踏まえて、限られた財源の中ではございますが、制度の枠組みについて検討してまいります。

奥野委員 制度の枠組みを検討いただけるということで、何らかの支援はしていただけるという前向きな答弁だったのではないかと受け止めています。

次に、農業の振興と輸出促進について伺います。

先月18日、全農富山県本部より、令和3年産米の概算金が発表され、米の話題は今日もたくさんありましたけれども、主力品種のコシヒカリは1等米60キロ当たり昨年産比2,000円減の1万1,000円、富富富は2,700円減の1万1,800円と大幅に値を下げました。県内では、需給バランスを保つために計画的な転作に努めていますけれども、今年はさらに主食用米から飼料用米へ205ヘクタールの緊急転換をしたにもかかわらず、県内8銘柄全ての概算金が下落したことは大きな衝撃であり、農家の中でも不安が広がっています。

これは、コロナ禍で外食需要やインバウンド需要の減少に拍車がかかり、在庫が思ったように減らないことが主な要因とされています。さらに、パンや麺類など米を食べる習慣が少なくなっているということで、米の国内消費の減少が加速しています。

特に本県は農業出荷額のおよそ7割を米が占めており、米価下落は多くの県内農家の所得に直結し、採算が取れないようでは、離農はもちろん、新たな就農者を見込むこともできません。

まずは米価下落の影響と米農家の将来性について、農林水産部長に伺います。

堀口農林水産部長 委員から御紹介もありましたとおり、全農とやまが発表した本年産米の概算金につきましては、在庫の増加や米価の先行き不透明感などから、1等60キロ当たりコシヒカリで1万1,000円と、対前年比2,000円の減額となりました。また、米の主産県であります本県を除く北陸をはじめ、北海道、東北、北関東でも、多くの銘柄で2,000円から3,500円程度の減額となっております。

これに伴う米農家への影響は大きいものと考えておきまして、各農林振興センターの普及指導員等によりまして、特に米価下落の影響を受けやすい担い手農家を中心に、農業経営にどのような影響があるか丁寧に聞き取りしますとともに、地域農業再生協議会などを通じて農業収入の減少を一定程度補填する国の交付金、いわゆるナラシ対策や収入保険制度の手続への支援などを行うこととしております。

また、このような米価水準が続けば、本県の水田農業を担う経営体の確保育成への影響も懸念されますことから、需要に応じた米生産と水田フル活用を基本として農家所得を確保し、経営の安定化を図っていく必要がございます。

具体的には、農地の大区画化や集積・集約化をはじめ、生産性向上につながるスマート農業の推進、野菜等の高収益作物の生産振興、機械、施設整備への支援や担い手の確保育成などの施策を総合的に

実施することで、米農家の将来に明るい展望も開けてくるものと考えております。

引き続き、農業団体等と連携しながら、意欲ある農業者が安心して営農に取り組めますよう努力してまいります。

奥野委員 米の余剰は全国的に問題となっています。国は、主食用米から収益性の高い他の作物への転換を推奨し、米の供給量の調整に取り組んでいます。今ほども少しこういう転換の話も盛り込まれてきたかと思えますけれども、県も国と同様に農家の皆さんに転作に協力いただけるよう呼びかけ、多くの農家の皆さんの協力を得ています。

一方、長い歴史を振り返ると、本県は高低差4,000メートルと言われる急傾斜地の特性上、河川の氾濫や洪水といった水害に見舞われてきました。先人たちは水田や農業用排水路による治水機能を強化し、それらは県民生活を守る上でも重要な役割を果たしてきました。さらに、立山連峰の豊富な雪解け水は、水稻栽培の資源としても重宝されてきました。これらの要因が重なった結果が、今の富山県の耕地面積の95%を田んぼが占めている、こういう現状に現れているのだと思っています。

本県の農業特性を踏まえ、米から他の作物への転換実績や今後の見通しについて、農林水産部長に伺います。

堀口農林水産部長 全国一水田率が高い本県では、農業者が気象や土壌条件に応じて創意工夫し、需要に応じた米生産と水田フル活用を進めてまいりました。

具体的には、水田として活用できる輸出用米や飼料用米等の非主食用米による生産調整、いわゆる米転作を推進しますとともに、水

田の土壌改良や排水対策などを行い、一定の需要が見込まれる麦や大豆、さらには高収益作物である園芸作物の導入を推進してきております。その結果、麦や大豆が本県の基幹作物となったほか、1億円産地づくりによるタマネギやニンジンなども生産拡大が図られ、近年の転換作物の作付割合は4割程度となっております。また、令和3年産は、昨年比べて約1,000ヘクタールの転換が上積みされる見込みとなっております。

今後の見通しとしては、国営農地再編整備事業「水橋地区」が今年度スタートしたように、県内各地で水稻と園芸作物との複合経営を行うための圃場整備が進められているほか、担い手への農地の集積・集約化やスマート農業の推進などの施策を実施することで、省力化や生産性の向上につながって主食用米からのさらなる転換が進むものと考えております。

人口減少や生活様式の変化などによりまして、米の需要はさらに減少していく中、県農業再生協議会においてしっかり議論し、需要に応じた米生産と水田フル活用を進めてまいります。

奥野委員 私は、この需要に応じたというところが非常に大きなポイントだと思っています。私は、大規模集約化であったり、高収益作物への転換を促すための取組には一定の理解をしていますけれども、農家の所得向上を大義名分に、大規模集約化や供給量の調整にとらわれ過ぎることは危険だと思っています。

本県においては、新たな米消費の需要喚起をして、先ほど答弁にも米転作の話がありましたけれども、転作といっても、主食用米から飼料用米であったり、また輸出用米であったり、水稻の範囲内で転作をしていくことが望ましいと思っています。

特に、本県は兼業農家という多くのステークホルダーで県土を支えていく仕組みであります。この仕組みは先ほど、少し触れましたけれども、先人たちが私たちの生活を守るために残してくれた知恵であり文化であると思っています。

兼業農家であっても安心して米作りができるように、私は官主導の米消費拡大戦略、これは需要に応じてではなくて、需要を高める戦略を打ち出すことが重要だと考えていますが、知事に所見を伺います。

新田知事 少子化、高齢化、そして人口減少の進行に加えまして、食の外部化、また簡便化、そして多様化——炭水化物もお米だけじゃなくてパスタもあり麺類もある、そういう食生活の変化などによりまして、我が国の米の消費量は、近年は年間10万トンずつ減少という状況です。その上、新型コロナにより外食の自粛の影響でさらに深刻化しているのが足元の状況です。

このような中で、国としては、昨年策定した食料・農業・農村基本計画の中で、米と健康に着目した情報発信、企業と連携した消費拡大運動、インバウンドなど新たな需要の取り込みを通じて、米の消費量の減少傾向に歯止めをかけるとしておられます。

本県では、まず消費促進の取組として、JAさんや米穀の卸売業者さんと連携をして、米消費をテーマとした作文、図画コンクールや、テレビCM等での富山米のPR、また、美味しい富山米のお店の登録制度などに取り組んできました。本年度は、市町村やJAグループと連携して、学校給食で富富富の提供支援がいよいよ10月から始まります。そして、米消費拡大を目的とした農水省の公式ユーチューブチャンネルに、消費拡大のためならと私も出演させていた

だきまして、富山米のおいしさを情報発信しております。

さらに、食育においても、富山米と新鮮な魚介、野菜、肉などの栄養バランスのよい富山型の食生活をアピールしてまいりたいと考えております。

なかなかホームランは打てないんですが、ヒットをこつこつと重ねていく、あの手この手で今のところやっているということでございます。

水田の農業が中心の本県にあって、将来にわたり兼業農家を含めた米農家の皆さんが希望を持って米作りをしていていただくことが大切だと思います。そのために、生産者だけではなくて、消費者とも一体となった国内外への販路の拡大と県内での消費拡大が重要です。

引き続き、JAさん、また消費者団体など関係団体と連携をして、米の消費拡大の取組について検討してまいりたいと考えております。

奥野委員 国内の消費は減少していています。これからも急にこの方向性は変わらないだろうと思います。しかし、世界の胃袋は決して小さくはなっていない。そこで、やはり目をつけるところが輸出だろうと思っています。

本県では、平成29年度から令和3年度までの5か年を対象とした富山県産農林水産物等品目別輸出促進方針を策定し、輸出の取組を進めてきています。今年度までの計画ですので、目標の達成状況や取組の成果、反省点を十分に精査し、新たな計画を打ち出すことが必要です。

県の輸出方針を大胆に見直した上で、国や商社など利用できるものは最大限に利用し、本県の農林水産物等の輸出を大幅に伸ばすと、

こういう強い意志と具体的な方法について明示をしていただきたいと思います。そして、その方針を全ての農業関係者等と共有することで生産農家に希望を持っていただき、安心して生産に取り組んでいただけるようにすることこそが県の役割だと思っています。

補償も大切、所得の維持も大切ですが、それだけではなくて、やりがいや誇り、将来伸びていくんだという希望など、やっぱりこういうものが産業を支えていくんだと思います。

この方針の5か年の評価を踏まえて、大胆な方針の見直しが必要と考えます。知事の所見を伺います。

新田知事 県ではこれまで、富山県産農林水産物等品目別輸出促進方針、ちょっと長いですが、これに基づいて、米や日本酒などの重点品目を中心として、海外バイヤーとの商談会の開催をはじめ、輸向け商品開発、国際食品見本市への出展など支援に取り組んできました。その結果、お米では平成27年度の369トンから令和2年度には1,458トンと4倍になりました。着実に伸びてきているのではないかと理解をしております。

しかし、今後さらに幅広い県産農林水産物等の輸出拡大を図っていくためには、安定的な需要確保や海外市場ニーズの変化への対応、商流、物流の効率化が求められています。また、委員御指摘のとおり国内消費の拡大が見込めない中、輸出が販路の一つとして、その重要度はますます高まってまいります。

このため、本年度、横田副知事をトップとする富山県農林水産物等輸出促進協議会において、輸出促進方針の見直しを行っているところです。重点3品目については、有識者や生産団体の実務者等で

構成する品目別のワーキングチームで、輸出目標や輸出を目指す国、具体的な推進方法などについて検討を進めています。

さらに、新たな項目としては、重点品目以外についても、鶏卵や干し柿などの輸出実績のある事業者の現状や今後の意向を踏まえた方策、また、伏木富山港の活用による物流システムの構築、地域商社機能の強化を含む輸出プラットフォームの形成について盛り込んでいきたいと考えています。

今後、この協議会で御議論いただき、実効性のある方針の策定に取り組んで、委員御指摘のように、生産者が希望を持てる、また新しい人たちが参入してこれる、そのような農業にこの輸出を大いに活用していきたいと考えております。

奥野委員 私が目をつけているのは日本酒であります。米の生産を本来であれば拡大したいぐらいに思っていますが、米だけではやはりなかなか難しい。どう米の付加価値を高くして外に出すか。やはり私、日本酒が生産者にまで利益還元ができる一つの方策じゃないかと思っているんです。

国は、農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略の中で、この日本酒を重点品目に選定しています。私は、日本でブランディングに成功したフランスのワインの戦略を参考にすればいいのではないかと考えています。県内の各酒造メーカーは、高価格帯での販路開拓を目指しています。これはワインの中でも、例えば希少性、高付加価値のあるロマネ・コンティのような、こういう戦略、路線に通じるのかなと、こんなふうに捉えています。一方で、ロマネ・コンティというよりも、私たちになじみが深いフランス産のワインはボジョレー・ヌーボーかなと思ったりもしています。これは、その年のブ

ドウの出来を見る、ワインの出来を見る、本来単なる新種の試飲会だったものを、イベントとして仕掛けて大成功した例であります。年に一度口にすることでワインを身近なものとして周知し、そこから興味を持つ人を増やして、さらに通と呼ばれるような人たちを飽きさせないために、ソムリエといった資格を活用して、歴史や製造方法、味など、味覚と同時に知識欲を満たすような取組が相乗的にワイン市場を支えているのではないかなど、こんなふうには分析をしています。

ただ、イベントはきっかけにすぎず、ワインが国内で飛躍を遂げた最大の要因は、手頃な価格でおいしいワインが誰にでも手に入れられるようになり、裾野が広がったことが挙げられると思っています。今ではコンビニでも多くのワインが並んでいます。

まず、海外でも多くの方が本物の日本酒を手にとることができる土台を確立する必要があると思います。それも、それが富山県産であることが重要だと思っています。日本酒の本場は富山県だと認知させることができれば、県内の伝統ある酒造メーカーの希少性がぐっと高まります。逆に、富山のブランド化ができなければ、他県との輸出競争の中で埋没してしまうと懸念をいたします。農林水産部長の所見を伺います。

堀口農林水産部長 日本酒の国内消費が減少傾向にある中、海外での日本食ブーム等を背景に、日本食レストランや日系スーパー等での取扱いが増加するなど、香港、中国、アメリカなどを中心に、日本からの輸出は拡大傾向にございます。

また、本県では、昨年度で県内の10の酒蔵におきまして、24の国、地域に輸出実績があり、その多くは国内の商社を通じて行われてお

りますが、現在も商社からの情報提供や助言によりまして、相手国において売上げが期待できる商品が輸出されているところです。

委員からお話のあった、県育成の酒造好適米と県産酵母を使用した日本酒を海外に輸出するに当たりましては、こうした相手国の嗜好等に対応した商品を提供し、多くの方に手に取っていただけるようにすることによりまして、富山ブランドの基礎ができていくものと考えております。

そのためには、これまで以上に国内商社や海外の輸入企業等との連携をしまして、レストラン等の最終消費者のニーズを把握した上で商品を提供していくこと、また、何より各酒蔵にとってしっかり利益が確保できるかということを見極めていくことが重要だと考えております。その上で、富山県産の日本酒を味わっていただいた顧客に他県産とは異なる価値を共感していただくことにより、富山ブランドの価値の向上につながっていくものと思っております。

現在、輸出促進協議会の日本酒のワーキングチームにおいて、輸出拡大に向けた方策等を検討しておりますが、こうした富山ブランドの確立や創出をどのように進めていくか、関係者と共に検討してまいります。

奥野委員 酒造好適米や酵母について、この後詳しく質問していきたいと思っておりますけれども、この富山ブランドを確立するために、米の品種、そして栽培方法、また酵母、醸造に至るまで、やっぱり富山県にこだわる、そして地場の産業として県内で循環させる仕組みが必要だと思っております。

しかし、県内には、これを完結させるにはまだまだ不十分でありまして、例えば精米です。特殊な技術が必要とされる酒造好適米

——酒米の精米を手がけられる工場は1か所しかない、そしてそこで精米できる量はおよそ200トンと、県内の酒造メーカーが仕込む量の2割にも満たないと聞いています。

富山ブランドの日本酒を確立し、さらに輸出用に生産拡大をすることを見越すと、要は、全て県内で手がけていますよと、こういうものを増やそうとすると、県内で必要量を精米できる体制を整えるということも必要だと考えます。農林水産部長の所見を伺います。

堀口農林水産部長 酒造りでは、玄米を削った後の白米を使用することになりますが、その白米として残った割合を示す精米歩合というのがございまして、食用の約90%に比べて醸造用ではほぼ70%以下であります。特に吟醸酒では60%以下、大吟醸酒では50%以下と特定名称酒などの高付加価値な日本酒になるほど、精米歩合が低くなるということがございます。

この精米具合が低いほど、米が割れたり、砕けやすくなることから、委員の御指摘のとおり、酒造好適米の精米には特殊な技術が必要とされております。このため、全国的にも酒造好適米の精米は醸造用に精米を行う専門業者に委託することが一般的でありまして、本県でも多くの酒蔵において、古くから取引のある石川県の精米業者などに委託されてきました。

そうした中、県内の酒造好適米を生産する農業法人が、平成30年に醸造用の精米施設を整備いたしまして、系列の酒蔵に供給する事例が出てきておりますが、御指摘のとおり、量的にはそれほど多くない状況でございます。

県といたしましては、日本酒の富山ブランド化には、酒蔵が富山の米と水を使い、蔵人の技で仕込むことが重要であります。酒蔵の

これまでの精米に対する思い、こだわりなども尊重すると、必ずしも県内で精米する必要はないのではないかと考えております。

なお、県の酒造組合等からは、精米施設整備の要望は現在のところ聞いておりません。今後、ニーズ等があれば支援等も含めて検討してまいります。

奥野委員 県内の酒造好適米の栽培の状況や、また、栽培されたものの8割が実は県外に出て行ってしまっている。一方で、県内の酒造メーカーは、県内産の酒造好適米——酒米を買って酒を仕込んでいっている。こういうような現状を見ると、確かにコストの面などいろんなことを考えれば、現状ではその方法が一番適切だという選択肢を取っていらっしゃるのだと理解はしていますが、今後、富山ブランドの輸出を本当に進めていこうとかじを切ったとしたならば、本当にそれでいいんですかということをおは問いかけているわけでありませぬ。

そして、次の質問に行きたいと思っておりますけれども、やっぱり富山ブランド化、今の部長の答弁では、酒造好適米の品種や、水、蔵人の技術であったりとかということがありましたが、それだけではなくて、私は、もちろん高い品質は当然ですけれども、人を魅了する物語がやっぱり必要なのではないかと考えています。

日本酒の味の決め手の一つ、酵母について、先ほどの答弁で酵母という言葉があったかどうかはあれですけれども、県の食品研究所が平成15年から13年間にわたって、開発や改良を重ねた酒造りに適した優良酵母を無償で酒造メーカーに提供しています。こういう取組というのはなかなかこれまで取り上げられてきていませんけれども、すばらしい取組だと思っています。

県の研究開発によって生み出された酵母の中には、砺波のチューリップの酵母や、魚津のリンゴの酵母など、実は県産の酵母だけで1,000を超えるものが開発されていまして、その中で、県産酵母を使った日本酒はこれまで11銘柄作られていて、そのうち6銘柄が現在も販売中であると聞いています。少量しか生産はされていないものの、とても好評で、毎年続いているということを知っているわけでありまして。

さらに、原材料となる酒造好適米——酒米については、富山県のオリジナルブランドとして「雄山錦」と「富の香」という2種類があって、これはいずれも県の輸出促進方針に生産拡大が掲げられていた2つの種類であります。

この富の香にも、私はいい物語があるなと思っています。富山の気候では「山田錦」、これは酒米として非常に有名な米ですがけれども、この山田錦は、収穫時期が遅くなり過ぎて栽培が困難なことから、富山の研究者たちが、富山の気候に合う高い品質の酒米を追い求めて12年間にわたって研究開発を重ねた結果、父に富山オリジナルの雄山錦、母に山田錦を持つ新品種の改良に成功した、こうして誕生したのが富の香であります。

実際に、富の香を使った日本酒は、平成21年11月に実施された県酒造組合の利き酒の結果、日本一と言われている兵庫県産山田錦を使用した日本酒よりも3倍も多い票を獲得しています。さらに、この富の香で生産した日本酒は高い人気があって、国内の大手航空会社では、ファーストクラスでも提供された実績があります。

しかし、大変残念なことに、この富の香の作付というのは年々減少していまして、今年度は僅か10ヘクタールにすぎません。生産減

少の要因と、そして県産清酒酵母の研究実績について、農林水産部長に伺います。

堀口農林水産部長 本県の酒造好適米は、JAなんとやJA福光を中心に、県内外の酒造会社との契約によって作付されてきております。平成28年の約5,400トンピークに減少傾向にありました。令和2年は、新型コロナによる影響などもあって、約4,000トンになっております。

このうち、県育成品種の生産量でございますが、まず雄山錦については、平成28年の約510トンに対し令和2年が約450トン、9割程度になっております。富の香については、同じく約190トンに対し約40トンということで、2割程度になっている現状でございます。

こうした酒造好適米の生産減少というのは全国的なものでございまして、その要因は、他のアルコール飲料との競合による日本酒離れということがございます。また、新型コロナの影響により飲食店等の需要量が減少していることが挙げられております。

特に富の香でございますが、日本酒にしたときに甘みと香りが明瞭になるなどの評価が一方でされておりますけれども、米自体が柔らかく吸水が早いといった特徴がございます。醸造の際には、それをコントロールしなければならないというような課題もありまして、そうした点も生産減少につながったのではないかと考えております。

また、県の食品研究所での県産酵母の研究につきましては、委員からもるる御紹介がございましたとおり、チューリップやリンゴなどから採取した酵母の醸造への実用化に取り組んでおります。県内の6つの酒蔵で11の商品開発が行われております。そのうち6商品は、少量ではありますが、現在も販売をされているというこ

とで、中でも富の香とリンゴ酵母で作った日本酒は台湾への輸出につながっているということでございます。

奥野委員 米の消費が国内で減っている、それは人口が減っていることにも起因をしていますし、人口が減っていますから、日本酒の消費も減っていく、当然のことです。ですので、輸出をしていく上で、これを大幅に拡大する方針をやっぱり考えなければならぬということなんだと思います。

今、富の香の吸水等、扱いの難しさというのも紹介がありました。私は、それでも、やはり富の香がポイントなんじゃないかと思っています。

日本酒の富山ブランドを確立するために重要な拠点となってくるのが、昨年4月にオープンした、とやま醸造・発酵オープンラボです。これまで研究室レベルの試験結果を、酒造会社が商業規模で製品化するのには大きなリスクがありました。ラボでは実用規模での試験醸造が可能となりました。初年度となる昨年度は、延べ数にして38の酒造会社が6種類の試験醸造に取り組んだと聞いています。

私も先日、お邪魔をさせていただきました。若手蔵人の方々が蔵の垣根を越えて、今紹介をしています富の香を使ったスパークリング日本酒の試験醸造に臨んだ際の試作品というのを拝見しました。残念ながら試飲はできませんでしたが、栓を開けてグラスに注ぐと、まず、きめの細かい泡がグラスの淵までぱーっと立ち上がって、その泡が落ち着くと、日本酒自体は薄い色味で、すごく透明度が高く、本当に香りもフルーティーで、日本酒と言われなければまるでシャンパンのようだと感じました。

スパークリング日本酒のほとんどというのは、お話を伺うと、醸

造後に気体を充填しているんだそうです。けれども、この試作品は天然の発泡であって、1回目にして奇跡的にうまくいったということのを伺いました。海外では、発泡性のあるアルコールが好まれるという調査結果もあります。富山ブランドを発信する起爆剤になるのではないかと非常に期待をしております。

とやま醸造・発酵オープンラボの実績と試作品の評価について、農林水産部長に伺います。

堀口農林水産部長 県食品研究所では、昨年7月から県酒造組合と連携いたしまして、所内に設置したとやま醸造・発酵オープンラボにおきまして、県内18の酒蔵の若手蔵人や杜氏が26名参加して3つのチームを編成し、県産の酒造好適米を使った3種類の試験醸造を行っております。

まず、1つ目は精米歩合90%、つまり1割しか削らない「五百万石」という酒米を使用したお酒。2つ目には山田錦、今ほど委員からも御紹介のありました富の香、この2つを使用した発泡性のお酒、スパークリングのお酒になります。3つ目は、富の香に乳酸菌を入れて発酵させた山廃仕込みのお酒になります。

この3種類の試作品につきましては、昨年10月に富山の酒造りセミナーにおきまして、各チームから試験の狙いや醸造過程で工夫した点、また、アピールポイントなどのプレゼンテーションを行いまして、試飲をしてそれぞれ評価し、情報交換も行っております。出席者からは、それぞれ味に深みがある、香りが高い、芳醇で濃厚との意見がございます。いずれの試作品についても、このまま商品化してもよいのではないかとといったような高評価でありました。

また、食品研究所による味覚センサーの分析では、市販のお酒に

比べ、うまみや酸味が強いなどの特徴ある日本酒となっていることが裏づけられております。

これまで交流の少なかった県内の若手の蔵人たちが、酒蔵の垣根を越えて、初めて相互に交流しながら技術の研さんを行ったということでございまして、大変大きな意義があったのではないかと考えております。参加した蔵人からも大きな財産になったとの御意見をいただいております。

本年も若手蔵人たちが集まりまして、別なテーマ、古いお米を使って酵素剤を活用した試験醸造などにも取り組まれているほか、2つの酒蔵において、試験醸造で習得した技術を活用して、新しい商品開発に向けた検討が行われていると聞いております。

今後とも、県内の酒蔵が協力して、人材育成や技術向上を図る、こうした取組を県としてもしっかりと支援してまいります。

奥野委員 もちろん、各酒蔵、酒造メーカーの蔵人の皆さんの挑戦というのをしっかりと後押しをいただきたいと考えております。ただ、それと同時に、この輸出戦略については、私は各酒造メーカー、各酒造会社任せでは、大きな消費にはつながらないと思っています。これについては、また後ほど質問したいと思います。

さて、ここまで、私はちょっと富の香にこだわって質問していますが、すけれども、この富の香の長所、そして課題、改善すべき点というのが明らかになったと思っています。

平成26年度、当時のみずほ情報総研が農林水産省の委託で行った調査では、アメリカ、イギリス、フランス、この3か国を対象に日本酒のマーケティングをしています。日本酒の飲み口は、この3か国においては、軽くフルーティーなものが好まれて、特にスパーク

リング日本酒が若者や女性に人気が高いという結果が出ています。特にフランスでは、ランチにワインを飲む習慣がある、もしくは、仕事上のビジネスの、日本で言う接待のようなものはランチで行う、こういう習慣があることから、アルコール度数はワインと同等かそれ以下、14度程度までのものが好まれるというような調査記載もありました。

先ほど紹介した富の香で試験醸造されたスパークリング日本酒も、アルコール度数を抑えることを念頭に置いていると伺いました。実現すれば、これはさらに期待が高まる、3か国の好まれるこの調査結果と非常に合致したものではないかと思っています。

先ほど答弁にあったように、富の香の最大の課題というのは、その吸水性の高さであります。県内でも富の香を使って日本酒を作っている富美菊酒造の先代の羽根社長が、10年前に食品研究所に宛てたお手紙というのを拝見いたしました。その中には、県内で栽培されている酒米の中で最も柔らかく、山田錦より精米後の吸水が早いため、原料処理は慎重に対応する必要があるが、仕込んだ酒の味はふくよかさが感じられ、安定供給をいただければ、将来有望な酒米になるとしたためられていました。これは、10年前に既に、この富の香という酒米の将来性を見越して、力を入れていくべきではないかということを示唆したものだと思っています。

富の香の課題と言える吸水等の扱いについては、これは確かに非常にデリケートなものだと聞いていますが、それこそ、このとやま醸造・発酵オープンラボにおいて凡庸的な技術を確立して、富の香を使用した輸出用の富山ブランドの開発を進めるべきだと思います。農林水産部長の所見を伺います。

堀口農林水産部長 富の香を使用した日本酒の特徴といたしまして、県内の酒蔵の方からは、甘みと香りが明瞭で今の市場にフィットしているという評価を得ておりまして、現在は5つの酒蔵で取扱いがされております。

一方で、他の酒造好適米に比べ、米自体が柔らかく、吸水が早い特徴がありますことから、1つには、米が割れやすいという特徴がございます。また、米の中心まで麹菌が入り込みにくく、でん粉が分解されにくいことなどの課題もございます。また、一般的に酒造好適米は、その年の登熟期間の気象条件によって吸水性に影響してしまうといったようなことも指摘をされております。

こうした課題があるわけでございますけれども、この課題解決のため、委員からも御指摘ありました、とやま醸造・発酵オープンラボを活用いたしまして、米を水に浸す時間、あるいは水温、蒸し時間、麹室内での条件等について検証を行うことに加えまして、気象条件による年次ごとの吸水速度や時間等を分析していきたいと考えております。

委員御指摘の輸出用富山ブランド日本酒の開発を進めていくことにつきましましては、富の香を使用した日本酒が、2019年と2020年にフランスの日本酒コンクール——K u r a M a s t e r というのがございますけれども——こちらで最高のプラチナ賞を受賞した事例もございます。海外での評価も高く、今後さらに商品に磨きをかけることで、日本酒の富山ブランドとして成長していくことも期待されているところであります。引き続き、県内の酒蔵とも連携いたしまして取り組んでまいります。

奥野委員 今ほど、フランスの品評会で最高賞、プラチナ賞を受賞し

たというお話も御紹介をいただきました。私は、やっぱり日本酒とワイン、ワインの本場はフランスだという前提で話をしますが、原料や作り方は異なりますけれども、地域性や歴史、文化と密接な関係があるという点は非常に似ていて、海外に輸出するための戦略において、ワインは前例として参考になる点が多くあると思っています。

先ほども少しフランスワインの戦略、うまいなという話を紹介しましたが、フランスでは、ワインを原料となるブドウの品種や栽培方法、産地ごとにくくっており、でき上がったワインは日本酒と同様に、地域ごとに個性があって多くの種類が共存をしています。そして、その背景にある歴史や文化も含めて楽しまれていると認識をしています。そういう点も、日本酒と非常に似通っているなと感じます。

酒米の品種、栽培方法、水、そして酵母など、地域ごと、蔵ごとに特色が際立つ日本酒も、フランスではワイン同様に、そういうものを楽しむ土壌があるわけですから、同じように評価をされ、受け入れられやすいのではないかと考えています。

これまで県の輸出促進方針では、フランスを含むEUというのは、重点地域ではなくてチャレンジ地域の位置づけでしたが、今後は日本酒の輸出先は、戦略的にフランスをはじめ、特にフランス押しですが、フランスをはじめとするワインを飲む習慣がしっかり根づいているEUへシフトをすべきではないかと考えます。農林水産部長の所見を伺います。

堀口農林水産部長 本県の日本酒の輸出量は、昨年度は10者で133キロリットル、主な輸出先は中国、韓国、香港の順となっております。

フランスには1者が、量は少ないものの本格的に輸出をやっておりまして、2者がテスト販売等を始めたところといった状況ではございますが、委員御指摘のとおり、フランスはワイン文化が根づいておりまして、日本酒造りにおいて使用する酒米や水、酵母等の原材料へのこだわり、醸造所の立地条件、気候、風土など、富山の日本酒ができるまでの一連のストーリーや価値を日本酒文化として評価していただける素地があるものと考えております。

そうした中、本年3月には、ジェトロ富山さんがフランスの輸入販売業者と連携いたしまして、パリ市内で外食事業者や消費者を対象として、日本酒や玄米等、4者6品目の県産品のテスト販売を行いました。

中でも、日本酒については、味わいが良く、デザインも好評だったとお伺いをしておりまして、今後の販路開拓が期待されるところでもあります。

現在の輸出促進方針では、フランス等のEUは輸送コストが高いものの、今後の市場開拓の可能性が高いということから、重点国に次ぐチャレンジ国に位置づけております。先ほど答弁した日本酒のワーキングチームには、酒造関係の実務者あるいはジェトロ富山にも参加いただき、フランスは非常に有望との御意見もいただいているところであります。

引き続き、販路や代理店の開拓等の課題あるいは可能性などを踏まえまして、どの国、地域をターゲットに戦略的に進めていくのか、フランスも含めてですけれども、輸出先国についてしっかり検討してまいります。

奥野委員 ぜひ検討していただきたいと思いますが、ここまで私は、

日本酒の富山ブランド化や、拡大を目指すべき輸出先について順を追って質問してきました。

まず、基本的に整理しておきたいのが、酒造メーカーが現在取り組んでいる輸出戦略、高付加価値、高価格帯というものと、富山ブランドの裾野を広げるための取組は、別物だと私は考えています。

欧米では、日本から輸入した日本酒が、関税や酒税率から高級酒と認識されています。フランスでは、レストランでグラス1杯が大体10ユーロ、日本円にすると1,300円相当で、これは現地では高級酒として提供されているわけでありまして。これは、私は県内の酒造メーカーさんが目指している市場だと思っています。

一方で、家飲み用のワイン、フランスでは特におうちで食事のお供にワイン、これはもう当然根づいている文化でありまして、このワインの価格はどうかということを見ると、実は1本当たり5ユーロから10ユーロが手頃な価格帯で、中には、1ユーロ以上であれば、おうちで飲むには結構いいワインがたくさんあるんだよという話も聞いています。

私が提案をしている富山ブランドの定着のための最初のターゲット、裾野を広げるというターゲットを考えると、家庭で飲めるような価格帯の提供も必要ではないかと思っています。そのためには、今、各酒造メーカーが取り組んでいる高付加価値、希少性、高価格帯、これとは別の手頃でおいしい大量供給が必要ということだと私は提案をしているわけでありまして。

これだと、県内の酒造メーカーと競合することはありませんし、新たに酒米を大量に消費することができる。要は、米農家にとってもこれは資するというような仕組みになるということを考えている

わけです。

むしろ、富山ブランドに日本酒が浸透して、繰り返しになりますが、日本酒といえば富山と認知されれば、県内の各酒造メーカーが取り組む高付加価値、高価格帯、希少性の高いプレミアム日本酒の消費の後押しにもつながると考えています。

富山ブランドを飲んでみた、手頃でおいしい、でもこれはもっとこだわりの各酒造メーカー、匠の技の高級品があるらしいよ、じゃ、飲んでみたいよね、こうしてどんどんとファンが増えていき、高いお金で日本酒をたくさん消費するというような、こういうサイクルができていくんだと私は思っています。

大幅に輸出を拡大するためには、今取り組んでいる酒造メーカーさんの取組を後押しするのも当然これからも必要ですけれども、それ以外にも、大量に輸出をして、まず土台をつくる。このための取組というのは、県が主導して、国と連携して、大胆な戦略を描いてそれを実行に移していく、これが大変重要になると思っています。

このことについて、知事の所見をお伺いいたします。

新田知事 本日、奥野委員には、農業の振興に始まりまして、そして農林水産物の輸出について、さらに日本酒について深掘りをいただき、ブランディング、また新たな輸出拡大の方策などについても御提案をいただきました。

私も、今の富山県の酒造組合で進められる方向性は一つのやり方だと思いますが、今の奥野委員の御提案は全く違ったアプローチだと思います。これは、新たなマーケットをつくっていく、それも海外でつくっていくという、とてもチャレンジングな取組になるというふうに思います。

県主導でということでしたが、酒造組合の皆さんがその気になられるかどうかはやっぱり大切なことだと思います。今の御提案を受け止めまして、松田理事長以下、酒造組合の皆さんと、よろしかったら奥野委員にも入っていただいて、このような取組の可能性を探ることができればと考えております。

私、ここのところお酒は控えておりますので、なかなか刺激的な議題がずっと続きまして、蛇足です。ありがとうございました。

奥野委員 ありがとうございます。ぜひ、大きな将来的に夢を描けるような戦略を、やっぱり知事が主導して進めていくということが、これは農家にとっても、酒造会社にとっても、富山の産業にとっても非常に面白い、そして希望が持てる取組に成長するんだと思います。

ぜひ、こういう思い切った戦略を取っていただきたいと要望しまして質問を終わります。ありがとうございました。

瘡師副委員長 奥野委員の質疑は以上で終了しました。

暫時休憩いたします。

休憩時間は10分間といたします。

午後 3 時 20 分 休憩