

平成 25 年第 1 回定例会 環境農政常任委員会にて質疑をいたしました。

小野寺

私からは大きく四つの質問を予定しております。どうぞよろしくお願いたします。

まずはじめに、省エネモデル構築事業について伺います。

省エネモデル構築事業についてですが、私どもの会派では、地球温暖化防止に係る条例策定のときも中小規模事業者に対する目配りを忘れないでいただきたいということを申し上げてまいりましたし、この委員会の中でも、創エネ、蓄エネ、省エネとある中で、省エネというのは中小の事業者には一番経済的なメリットを感じやすいということで、そこに力を入れていただきたいというお話もさせていただいてきました。将来的には電気料金も恐らく上がっていくでしょう。そうした中で、当然、中小規模事業者は、省エネに対する関心は多分高いと思うんですけども、実際には、なかなか省エネ対策が進んでいないと感じています。今回提案された当初予算案の中に、先ほど申し上げた省エネモデル構築事業というのがありました。大変興味深く内容を読ませていただいたものですから、この事業について何点かお伺いをしたいと思います。

まず 1 番目に、中小規模事業者においては、なぜ省エネ対策が進んでいかないのか、県としてその理由を把握していれば教えてください。

地球温暖化対策課長

中小規模事業者の省エネが進まない一番の理由は、やはり資金不足であると考えております。省エネ機器の導入によりまして光熱水費が削減されることが分かっていますが、やはり初期負担を伴う導入には踏み切れない場合があるということでございます。省エネ診断を実施した中小規模事業者を対象として、実は今年度、アンケートを実施いたしました。その結果ですが、やはり 8 割の中小規模事業者の方は、資金面を課題として挙げております。

小野寺

お得なことは分かっていますが、初期投資が厳しくてなかなか踏み切れないということでありました。例えば、この事業でこれから提唱しようとする、いわゆる初期投資がゼロ、実質投資ゼロという仕組みは、いわゆる E S C O 事業と同じ仕組みであると思うんです。民間でも既に E S C O 事業は普及していますが、これまで中小規模事業者は採用できなかったということがあると思うんです。その大きな理由というのは何でしょうか。

地球温暖化対策課長

委員御指摘のとおり、E S C O 事業は、既に民間においても大規模事業者ではかなり普及をしております。一方で、省エネ機器の導入をはじめといたしまして、

導入後も持続的にその削減効果がちゃんと続いているかどうかの計測が必要となります。このように、E S C Oを実施するためには、それを実施する側の企業に一定のコストがかかってまいります。このため、中小規模事業者でE S C O事業を実施しようとした場合は、なかなか採算がとれないということがございます。このため、中小規模事業者における導入事例は少ないと伺っております。

小野寺

今の御説明ですと、大規模な事業者は採算がとれる、中小規模事業者は採算がとれないというふうに受け止めたわけですけれども、なぜそんなに採算が合わないのか、具体的に教えてください。

地球温暖化対策課長

E S C O事業は、光熱水費の削減保証を行うため、先ほども少し申し上げましたけれども、省エネ効果の継続的な計測が必要になってまいります。この計測自体にかなりの費用がかかってまいります。例えば、1割の省エネ効果がある機器を導入したといたします。大企業であれば、例えば1億円の光熱水費がかかっていれば、1割削減をされると1,000万円の余剰金が生まれます。1,000万円の中で更に省エネ機器を導入したり、計測を続けるというお金を出しても、十分にE S C Oの導入企業にもうけが出ます。ところが、中小企業になりまして光熱水費が500万円しかかからないという場合、1割の光熱水費を仮に削減したとしても50万円しか浮くお金が出てまいります。50万円ということだと、省エネ機器の導入はもちろんのこと、計測費用すら賄えないこととなります。こういった事情で、中小規模の事業者にはなかなかE S C Oのような仕組みが浸透していかないということと伺っております。

小野寺

計測のコストがネックだと思うんですが、計測というのは必ずやらなくてはいけないものなんでしょうか。

地球温暖化対策課長

確かに計測自体は、やめてしまえばそのコスト負担はE S C O企業側には必要なくなります。ただし、実際にその計測をしないと、省エネで2割減りますよとか売り文句を言っても、中小規模事業者側の方では、本当にそれだけ減るのかその確証がございません。反対に言うと、そういう確証が持てないと困るので、E S C Oの場合は、計測をして、その額まではちゃんと光熱水費の削減をしますよという削減保証をつけて省エネの提案をするという事業になっております。ですから、今までのE S C Oというものは計測とセットでしたし、計測とセットでなければ発注をする側、注文する側から見ても、本当に削減されるのかどうか確証がなかなか持てないという事情がございましたので、これまでのE S C Oの中では、はっきり言って必須だったということとございます。

小野寺

県が計測あるいは効果検証をするという、この事業の趣旨は理解をさせていただきました。これは中小規模事業者において実証試験を行うということになって

おりますけれども、この委員会資料の20ページの概要の図式を見ますと、例えば、このモデル提案者がこういう中小規模事業者を使って、自分のところのプランを何とか実現させたいということを考えることもあり得るのかなと思うんです。そのように、プランの提案者が、この会社とやりたいんだということで、実証試験協力事業者、つまり当の中小規模事業者を指定をすることはできるんでしょうか。

地球温暖化対策課長

この事業の中で、県が実際の省エネ効果の計測をしようとした趣旨といたしましては、先ほどちょっと申し上げましたが、計測をただ単にやめただけでは、中小規模事業者側に効果があるかどうかという確信を持ってもらうことができないということでございます。それで、ただ単にやめただけでは信ぴょう性がないということもございますので、その効果検証を、県が公正中立な第三者の立場で検証することによって、プランの信ぴょう性を高めて、中小規模事業者におけます省エネモデルの採用を促進したいと考えているものでございます。その趣旨から考えますと、プラン提案者が、指定した事業者において実証試験を行ってしまった場合、もしかしたら裏でつながっているんじゃないかと懸念を持たれかねないということもございまして、プランの信頼性が薄れてしまうと考えております。そのため、県が実証試験協力事業者を募集いたしまして、公正中立な立場で検証を行うことが必要ではないかと考えております。

小野寺

大層厳しく、厳格な条件をしっかりと課しているんだということが分かりました。ただ、そうなると、このモデル提案者にとってみると何がメリットで手を挙げているのかということがあると思うんです。そういった何かメリットがないと、手は挙げてくれないんじゃないかなと思うんですが、その辺りはいかがでしょうか。

地球温暖化対策課長

モデルプランを提案する側としては、県の方で一度検証したプランを提案することになりますので、そういった信頼性が与えられます。そのプランでは、その後の計測を県が行いますので、ある程度コストを抑えた形となり、他の事業者にも普及を図っていくことができます。

一方で、実証試験の協力事業者の方にも、そういった中小規模事業者に手を挙げていただかないといけないですけれども、委員御指摘のとおり、なかなか、効果がまだ分からないものに手が挙がりにくいということはあろうかと思えます。そこで県といたしましても、例えば実証試験協力事業者に対しましては、省エネ診断を優先的に受けていただけるようにするですとか、県のエネルギー管理士によるアフターフォローを実施するなど、実証試験に協力するメリットを感じていただけるようにしていきたいとも考えております。この他、実証試験協力事業者に対する割引ですとか、そういうインセンティブについてもプランの提案と同時に提案していただいて、そのような場合は、モデル選定に当たっては高く評価をしていただくというふうに考えているところでございます。

小野寺

とにかく実証試験の協力事業者に対しての様々なインセンティブを考えていいわけですね。そうして事業者の手を挙げやすくすることは分かりました。ただ、その実証試験をやった結果、光熱水費の削減分ではいろんな省エネ機器のリース料を賄えないとなった場合、つまり、ある意味では実証試験の結果が思わしくなかった場合には、そのもともとのプランはしっかり公表するんですか。こういうプランがあったけれども、余り思わしくない結果に終わりましたよということとは公表されるんでしょうか。

地球温暖化対策課長

実証試験の結果は全て公表する予定でございます。省エネモデルのプラン選定自体は、もう募集を開始しておりますけれども、今年度中に選定をいたしまして、来年度早々に、県が候補として選んだプランを公表する予定です。そのプランを公表しないと実証試験に協力をしようという事業者に手を挙げていただけませんので、選んだプランは一旦全て公表いたします。その後、効果検証をした後も、例えば6プランを選んだのに4プランしか結果を公表しなかったということになると、公表されなかった2プランは全く効果が出なかったのかという、ネガティブなイメージを大変強く与えてしまう懸念もあります。実際には、建物の構造、規模、気象条件等々によって計測結果が変わることも十分可能性がございます。実証試験ではたまたま結果が出なかったとしても、条件が変われば十分な削減効果が出るということも考えられると思います。そのため、計測結果自体は全て公表をさせていただいて、その結果を見て、それぞれの事業者の皆さんが御判断いただければよいのではないかと、こういうふうに考えております。

小野寺

この事業についてはプロセスが幾つもあって、大分時間がかかる事業なんだろうと思います。そういったこともあるからだと思うんですが、もう既にプランの広報ということで、事業はスタートしていると思うんですが、今後のスケジュールについて伺いをしたいと思います。

地球温暖化対策課長

今回のプランの提案の締切りは、3月15日までとなっております。その後、審査会においてモデルプランの選定を行いまして、3月末か4月上旬ぐらいにプランの公表、それから実証試験協力事業者の公募をスタートさせたいと考えております。4月中には実証試験に協力していただける事業者を決定し、その状況を見ながら、実際に計測をしてくれる業者をどこにしようかという選定作業に入ろうと思っておりますので、夏前には計測を行う事業者を決定して、夏には計測を実際に開始したいと考えております。特に空調などのプランの場合は、夏までに省エネ機器を導入することが必要であると考えておりますので、こういったスケジュールにさせていただいているところでございます。

小野寺

はじめにこの資料を見て、何となく概念は分かったので興味を持ったわけですが、割と複雑な仕組みになっているなど今もお聞きして感じました。これ

は他の自治体でも同じような取組があるということは、承知されているのでしょうか。そういうところの先行事例などをうまくこちらで利用しながら、より効果が上がるような取組にもつなげられると思うんですが、そういう同様のモデルというのは承知していらっしゃるでしょうか。

地球温暖化対策課長

先行事例は、私どもの方でも参考になるので、同じようなものがないか探してまいりましたけれども、本事業のように効果計測をする事業者側の負担を軽減して省エネサービスを中小企業者に普及し、そして初期投資なしで省エネ機器を導入できるプランをやるんだと、それを民間から公募するんだというような仕組みを持った事業というのは、承知している範囲では、本県が初めてではないかと考えております。

小野寺

それでは、最後に要望を少々申し上げたいと思いますが、省エネ対策を促進するために民間活力を最大限活用しようとする今回の取組は、非常によく工夫された取組だと思います。民間事業者の協力の下、中小規模事業者が安心して省エネに取り組むことができるプランというものができれば、省エネ対策を実施する事業者も今後増えてくると期待をしています。県は省エネモデルの構築にしっかりと取り組んでいただいて、中小規模事業者の省エネ対策を促進していただきたいと要望いたします。

次に、燃料電池車普及促進事業についてお伺いをいたします。

平成 25 年度当初予算案には、燃料電池車普及促進事業費が計上されています。986 万 5,000 円ということですが、この中で普及啓発イベントを実施することですので、その燃料電池車の普及に向けての取組について何点かお伺いしたいと思います。

まずはじめに、4月に kick off イベントを開催する予定ということですが、どのような内容なのか教えてください。

蓄電推進課長

水素を利用する燃料電池車 F C V は、エネルギー効率が高く、走行時に C O 2 を出さないなど環境性能の高い自動車でございます。2015 年に市場投入される予定であることから、この F C V や水素ステーションについて県民に広く周知するため、民間事業者との共同により、kick off イベントを開催することといたしました。具体的には、資料にも記載のとおり、平成 25 年 4 月 19 日 13 時からパシフィコ横浜のメインホールにおいて、神奈川発水素革命と題するイベントを開催いたします。主催は、神奈川発水素革命実行委員会でございます。この実行委員会は、現時点では県の他、日産自動車(株)、J X 日鉱日石エネルギー(株)、東京ガス(株)から構成しております。

内容でございますが、2 部構成を予定しております。第 1 部ではトップセミナーといたしまして、東京農工大学の大学院の教授でございます水素エネルギー協会の会長から御講演をいただくほか、実行委員会に入っている企業

の方々にも御講演をいただく予定でございます。第2部はパネルディスカッションで、学識経験者と実行委員会にお入りいただいている企業等々の皆様に御登壇いただきましてパネルディスカッションをするということで、現在調整を進めているところでございます。

小野寺

このkick off イベントにはどれくらいの経費がかかるものなのでしょうか。それと、今お聞きしますといろいろ協賛企業もあるようですけれども、例えばブースみたいなものを設けて協賛金を頂くとか、そういうことも考えていらっしゃるのでしょうか。

蓄電推進課長

このkick off イベントの全体の開催経費は、現時点では874万円を見込んでございます。このうち県では、平成25年度の当初予算案においてkick off イベントの開催経費として724万円を計上しております。関係事業者に対しましては、実行委員会にお入りいただいております企業の皆様には、負担金として開催経費を御負担いただくほか、燃料電池自動車や水素ステーションに関連する事業者の皆様にも協賛金をお願いしているところでございまして、協賛をしていただくために、今委員おっしゃいましたように、ブース出展ですとかプログラムに広告を出していただくなど、そういったことで協賛金が集まりやすいような工夫も今進めているところでございます。

小野寺

協賛金の目標額のようなものはあるんですか。

蓄電推進課長

実行委員会の収支計画におきましては、実行委員会委員からの負担金として120万円、協賛金としては約30万円を見込んでおりますが、今15社の皆様にお声をお掛けしまして、今のところ2社から計15万円を協賛いただくという御回答を頂いているところでございます。

小野寺

協賛金をできるだけたくさん頂けるように頑張っていたきたいと思いますが、いずれにしても、大分県費の負担が大きいイベントだと思います。もちろん将来にわたって、恐らく自動車業界の中でも中心的な技術になっていくと思うんです。だから、今から関係事業者と連携して普及啓発に取り組んでいくということは、大変重要なことだと思っています。ただ、これは将来にわたった非常に長いシナリオですよ。国とか自動車メーカーとかインフラ事業者とかいろいろな分野が関連していて、そこに県が入っていくということです。それぞれどういう役割なのかというのがちょっとよく見えてこないところがあるんですが、これはいかがでしょうか。

蓄電推進課長

委員会資料に記載してあるシナリオでございしますが、まず、その前に、2011年1月に自動車メーカーと水素供給事業者13社が、燃料電池自動車の国内市場導入

と水素供給インフラ整備に関する共同声明というのを発表してございます。この声明では、自動車メーカーは、F C Vを 2015 年に4大都市圏を中心とした国内市場へ導入して、一般ユーザーへ販売開始することを目指して開発を進めており、導入以降、エネルギー環境問題に対応するため、更に普及拡大を目指すとしております。また、この声明では、水素供給事業者につきましては、F C Vの量産車の初期市場創出のため、2015 年までのF C V量産車の販売台数の見通しに応じて、100 箇所程度の水素供給インフラの先行整備を目指すとしております。この自動車メーカーと水素供給事業者の両者が、運輸部門の大幅なCO₂排出量削減に資するために、全国的なF C Vの導入拡大と水素供給インフラ網の整備に共同で取り組むとともに、実現に向けた普及戦略について、官民共同で構築することを政府に対して要望するとしております。

これに対しまして、国でも 2015 年の販売開始並びにその後の全国的な普及拡大を実現させるべく、必要な取組を進めていくとしておりまして、国においては平成 25 年度予算の中で、新たに水素供給設備整備事業費補助金として 45 億 9,000 万円が計上されるなど、普及に向けての取組が進められております。そうなりますと、資料 23 ページのシナリオの中では、今、国と事業者における技術実証、フェーズ 1 とフェーズ 2 のところまで計画的に進められているという形になっております。

次に、では県がどのような役割を持つのかというお話ですが、2015 年のF C V量産車が導入されるまでに水素ステーションが整備されることになっておりますが、水素ステーションを整備するためには、一般の皆様にも水素エネルギーについて正しい理解を持っていただいて、水素ステーションや水素についての理解を深めていただく必要がございます。県といたしましては、このフェーズ 2 の技術実証、社会実証のパターンにおきまして普及啓発を行っていきたいと思っております。その一環として、4月のkick off イベントも位置付けてございます。さらに、フェーズ 3 の普及初期におきまして、初期需要の創出などの取組も必要になると考えておりますが、具体的にどのような取組を進めていくかについては、今後検討してまいりたいと考えております。

小野寺

丁寧な答弁をありがとうございます。2015 年にF C Vの実用化、市販化が実現するというところで、そのタイミングを考えれば、E Vのときがそうであったように、今から県が支援をスタートしていく、普及促進に向けて一定の役割を果たしていくということは、そんなに突拍子もないタイミングではないのかなと思うんです。ただ、いかんせんE Vのときも急速充電器の設置だとかいろいろ課題はありましたけれども、このF C Vは一層普及のハードルが高いような気がするんです。技術としてはもう素晴らしい技術だと思っておりますけれども、恐らくそういうところで非常に時間がかかるんだろうと思うんです。本当に民生用で誰しもが手に入れられるようになるまでには、大分時間がかかっていくだろうなと思いません。

もちろん素晴らしい技術ではありますので、県がその普及に対して一定の役割を果たしていくというのは素晴らしいことなんだけれども、これは要望なんですけれども、電気自動車のときも申し上げたような記憶があるんですが、こういう非常に壮大な計画に対して、県という一つの自治体が絡んでいくときに、やっぱりタイミングとその規模というのはよくよく見極めないといけないと思うんです。県としては大金を投入したんだけれども、余り思ったような効果が出なかったということにもつながりかねないし、どのタイミングで投入すれば県民の利益につながっていくのかということをよくお考えいただきながら、今後、そのFCVの普及促進に取り組んでいっていただきたいと要望させていただきます。

次に、県内の和牛ブランドについて少々お尋ねをしたいと思います。

今日も他の委員からこの質疑がございました。自分も認識不足でありましたが、神奈川県が和牛の産地という意識もありませんでしたし、大した頭数も飼われていないだろうと、そういうふうに思っていました。確かに頭数はそんなに多くないということだそうなんですけど、実は、関東に肉用牛枝肉共進会というのがあって、そこでは毎年のように上位に食い込んでいるということがございます。そういう素晴らしい成績を残していることも事実だと聞きました。大変品質が良いと評判だそうです。

ただ、今日の質疑にもありましたように、枝肉相場の長期下落ということがあって、一方では素牛の価格が上昇しているということがあって、県内の和牛肥育経営は大変厳しい状態にあると承知しています。そうしたことから、今回の和牛肥育経営緊急支援対策事業によって、生産者を支援していこうということが打ち出されたんだと思います。そのことに関連して何点かお伺いしたいと思いますが、今回の支援において、和牛肥育経営者に限って支援をする理由というのを確認のために教えてください。

畜産課長

和牛の肥育経営を巡る情勢は、先ほど委員もおっしゃいましたとおり、枝肉販売価格の低迷、それと、これは畜産業に共通でございますけれども飼料価格の高騰、それと素牛、子牛の価格が高騰しているという中で、他の家畜とは違う課題として、素牛の価格が高いのに枝肉の価格が低いということにより、経営の苦しい状況がもう既に1年以上続いているということがございます。本県では、規模拡大による経営のスケールメリットは見込めないということで、従来から質の高い素牛を導入して、それを最上級の肉として、ブランドとして出していくということで経営をしてまいりました。しかし、現在、こうした最上級の肉を生産しても、なかなか収入が厳しく、収入が生産費を下回るような状況が生じております。

和牛というのは、もともと肥育期間が20箇月という長期にわたるものですから、この間の収入は見込めないという状況がございます。こうした中、県内の和牛ブランドは経営努力を超えた危機的状況に陥っており、衰退のおそれがあるため、和牛肥育経営に限定して支援を行うということでございます。

小野寺

事業の内容は分かりました。ところで、県内の和牛の飼育状況、あるいは牛肉生産量というのはどのようなになっているのか教えてください。

畜産課長

県内の飼育状況でございますけれども、まず肉牛の飼養農家戸数は 82 戸でございます。その中で、今飼養しています肉牛が 4,700 頭余りでございます。そのうち特に、いわゆる和牛を飼っている農家が 30 戸ございます。飼養頭数は 2,100 頭余りということで、こういった農家が主力となつて、今ブランドを支えているということでございます。飼われている地域につきましては、横浜、三浦半島、湘南地域、県央、西側の西湘地域と、ほぼ全域にわたって飼養されているということでございます。生産量のお尋ねでございますけれども、和牛に限って申し上げますと、年間 1,000 頭生産され、そのうち 422 頭が出荷をされております。これをいわゆる国民統計で、農水省で出している需給表での 1 人当たり 9.3 キロという年間消費量で割りますと、約 5 万人程度という数字になります。

小野寺

ほぼ県内あまねく飼われているということを知りました。不勉強で葉山牛ぐらいしか知らなかったものですから、是非、県内の和牛ブランドにはどのようなものがあるのか、この機会に教えていただければと思います。

畜産課長

県内の和牛ブランドでございますけれども、今主力となりますものは、委員おっしゃるとおり、一つは葉山牛がございまして、もう一つは横濱ビーフです。それ以外に、個人ブランドがかなりの数ございます。まず、葉山牛につきましては、三浦半島を中心に 11 戸の農家が生産しております。先ほど年間 1,000 頭と申し上げましたが、そのうちの 300 頭ですから全体の 3 割程度でございます。それから、横濱ビーフにつきましては、横浜、湘南、県央地域の 10 戸の農家が生産をしております。これもほぼ 300 頭で、葉山牛と同じぐらいのシェアです。その他にも和牛として、個人ブランドで恐縮ではございますが、例えばちがさき牛なんというののもあって、最近ちょっと私も食べております。こういった個人ブランドは、全体で年間 400 頭ぐらいの生産という状況でございます。

小野寺

今、実に個人ブランドまであるんだということが分かりました。その中で、かながわブランドに認定されているような主力の和牛ブランドの特色はどのようなものですか。

畜産課長

かながわブランドに認定されております和牛ブランドは二つございまして、一つは葉山牛、それからもう一つは、先ほど申し上げた横濱ビーフでございます。どちらのブランドも非常に質の高いもので、そのためには質の高い素牛を導入して、それを高い技術力によって育て上げて肉牛として出しているということです。この技術は、恐らく松坂であるとか神戸に匹敵するか、それ以上の技術力を持っているということでございます。そういうことを一つの特色として持っています。

規格でございますけれども、全国統一のいわゆる5段階評価による規格がございます。最上級は5等級ということになりますけれども、5等級、4等級の評価を受けたものだけがブランドとして認知されているということになっておりまして、全国に冠たるブランドの中でも、それを上回る規格で認知をされているという状況であります。

一方で、先ほど技術のお話をしましたけれども、飼料につきましては、どちらのブランドも、例えばおからなどのトウフ粕、それからビール粕を使っていたりとか、それからエコフィードとして炊いた御飯を使うなど、それぞれ独自の工夫を凝らしながら、おいしいだけではなくて独自の風味を出した牛肉を作っているということでございます。

小野寺

ブランドというのは、いっぱいつくり過ぎても、また反対に余りに少量でも、なかなかうまくいかないと思うんですけれども、本県の和牛ブランドにおける今後の展開目標はどのようにお考えなんでしょうか。

畜産課長

今後の展開目標でございますけれども、本県としては三つを考えております。一つ目は生産への支援ということ、それから二つ目は流通への支援、それから三つ目は価格、つまり販売への支援というこの三つを考えております。生産では、既においしさの一因でありまして、最近、他の県でもやっておりますが、肉脂質のオレイン酸の含有量を測定しております。このデータを蓄積することによりまして、よりおいしい牛肉とはどういうものかを生産の現場へフィードバックしているという状況でございます。

それから、流通では、県としてより高いニーズのある、例えばレストランでありますとか、それから和牛ブランドに直結して供給できるような小売店への流通支援に努めてまいりたいと考えております。

それから、三つ目の販売については、消費者へアピールを強化するというところで、ブランドを知っていただくことがまず第一と考えております。そのため具体的には、実際にそれを食べていただいておいしさを実感していただき、県内和牛ブランドでなければいけないというような思いを持っていただくようにしていきたいと思っております。そういったファンを多くつくっていただくという過程を支援していきたいと思っております。

小野寺

神奈川県和牛ブランドというのは、実は全国的にも大変素晴らしいものであるということを再確認させていただきました。今後も今回の緊急支援対策事業の推進を図ることによって、県内和牛ブランドの発展に努めていただくようお願いしたいと思います。またさらに、和牛以外の県内の畜産物につきましても、その発展のためには、ブランド力を高めるということも必要だと思っておりますので、県としても積極的に支援をしていただくようお願いをして、この質問を終わります。

最後の質問は、食育推進事業と医食農同源セミナーについてお伺いしたいと思います。

今回の委員会に報告されております第2次神奈川県食育推進計画案に関連した新規事業として、かながわの食育推進事業費が計上されています。また、医食農同源の取組として整理をされていますけれども、同じように食育推進計画の中にも位置付けられている医食農同源セミナー事業費、これも計上されています。これらについて幾つかお伺いをしたいと思います。

まず、今回の委員会資料 30 ページを見ますと、かながわの食育推進事業費として若い世代の食育プロジェクト推進費という項目があります。若い世代と言っても実は様々で、若年の単身者もいれば既婚者もいますし、既に母親になって子供を育てている人もいます。確かに、今回の資料を見ますと、20 歳代とか 30 歳代は朝食を欠食する割合が多いということがございます。これは単身世帯が多いということでしょう。あるいは、親元を離れて暮らしている学生も同じだと思います。また、ダイエットを頑張り過ぎて非常にやせた女性も多いということで、その辺りを一くくりにして若い世代としているような感もあるんですが、まず、その程度の理解でよろしいのかどうかということをお聞きしたいということと、様々なライフスタイルがある中で、ターゲットをあえて世代でくくってプロジェクト化した理由も教えていただければと思います。

かながわ農林水産ブランド戦略課長

まず、年代層でございますけれども、第2次神奈川県食育推進計画の重点目標におきましては、学生、それから二、三十代の社会人などの若い世代として記載してございますけれども、年齢層といたしましては、10 代後半から 30 代までの世代を対象と考えております。この世代の食の現状といたしまして、委員御指摘のように、朝食を欠食する割合が男性では 20 代、女性では 15 から 18 歳が一番多くなっております。また、男性では 20 歳代から 30 歳代にかけて肥満者、メタボの割合が急激に増加しております。逆に女性では、やせとおっしゃいます低体重なんですが、その割合が 20 歳代で一番多いことなどから、この世代に対する食育が重要であると考えております。

また、この世代は、近い将来、社会を担う人材となり、また、子育てを担ってくる重要な世代でございます。今後、この若い世代に食生活の重要性について認識していただき、生涯を通じて健やかな食生活を送ることができるよう、食の自立が図られる食育を推進してまいりたいと考え、ターゲットといたしております。

小野寺

具体的な説明をお願いしたいと思うんですが、この資料の 30 ページに平成 25 年度の取組としてワークショップの開催、年 2 回というのがあります。このワークショップの結果をかながわ食育推進県民会議、あるいはかながわ食育推進会議に提案やプレゼンをするということですが、これはどんな人たちでどんなことをやるのか、まずお聞かせいただけますか。

かながわ農林水産ブランド戦略課長

先ほど申し上げましたような若い世代に、個別にアプローチすることは難しいと考えておりますので、大学や関係団体、企業等と連携いたしまして、若い世代の食育プロジェクトを立ち上げ、若い世代に向けた食育の普及啓発の効果的な方法や手段について検討するため、ワークショップを開催いたします。ワークショップにおきましては、なぜ朝食が食べられないのかとか、なぜバランスのとれた食事ができないかなど、若い世代の食に対する考え方や行動を分析したいと考えております。その後、若い世代に対しまして食育の考え方を認識させ、食の自立が図られるための具体的な方策を検討する予定となっております。どのような手法が効果的になるかにつきましては、ワークショップにおける活発な議論を期待しているところでございます。

小野寺

このワークショップの内容として、食育啓発手法の検討という中に、学食とか社食の活用、地産地消料理教室などと記載されています。その後、推進県民会議とか推進会議で実施する内容についても、学食、社食と連携した食育支援、あるいは企業と連携した地産地消料理教室ということになっているんだけど、この学食、社食の活用だとか地産地消料理教室というのは、ガイドラインとしてある程度決まっていることなんでしょうか。

かながわ農林水産ブランド戦略課長

ガイドラインと言いますより、プランを考えていた段階では、例えばタニタの食堂のようなものが念頭にございまして、社員食堂と連携した食育支援の取組をやっていききたいなという、ちょっとラブではございますが、そのようなものを念頭に置いて作成しております。

小野寺

大体このようなメニューでワークショップも進めていくのかなとちょっと思ったものですから、お聞きした次第でございまして。

まず、このプロジェクトの進め方ですが、この概略をお聞きしたいのと、あと、学食とか社食との連携というお話がありましたけれども、それと並んで、企業と連携したプログラムの実施ということも掲げられております。今ちょっとタニタとかそういうところをイメージされているということでしたけれども、それとは別の形も考えていらっしゃるのか、どういう事業を行うことを考えていらっしゃるのか、その辺りを教えてください。

かながわ農林水産ブランド戦略課長

今おっしゃっていただいた企業なんですけれども、神奈川・食育をすすめる会というものがございまして、これは多くの県内の食品関連メーカーとか卸とか小売業が百二十数社会員となっている団体なんですけれども、こちらと連携して行うことを前提として考えております。

小野寺

このプログラムの進め方というのは、先ほどお答えいただいたところに含まれていると考えてよろしいですか。

かながわ農林水産ブランド戦略課長

はい、おっしゃるように含まれております。

小野寺

はい、分かりました。それでは、次に、医食農同源セミナー事業費についてお伺いをしたいと思います。

医食農同源ということについてなんですが、何をもちて体に有益とするかというのは、医学や栄養学などの学問における学究の対象であると同時に、もう思想のようなものがあると思うんです。また、医食農同源という言葉の中には、もともと食材や食品の素性等、例えば自然農法で作られたものかどうかとか、そういったものが包含されているのではないかと考えられます。

先ほど作山委員から、旬の作物を食べるというお話が出ましたけれども、私もそれも一つの思想であると思います。マクロビオティックですとか菜食主義でありますとか、それらはおなじみですけれども、一時、粗食というのが大分推奨されたときもありましたし、最近では肉食とか炭水化物は長生きにとって是非かなんていう議論も聞こえてきています。医食同源あるいは医食農同源というときには、どうしてもそういった趣味とか思想のようなものが絡んでくるわけですが、頂きました推進計画案の資料を拝見しますと、病気を治療するのも日常の食事をするのも、さらに食材等を育てるのも、共に健康を保つために欠くことができないもので、源は同じだというようなことが書いてありました。そこで、健康を保つために、医、食、あるいは農はかくあるべきという基本的な考え方は、県の方ではお持ちなのでしょうか。どなたがお答えいただいても結構でございます。

環境農政局副局長兼総務部長

医食同源という言葉はもう既に日常の言葉になっていると思うんですけれども、知事はここで医食農同源として、あえて農を入れてきたわけです。この農というものは食材を育てる部分でありまして、医食という部分に加え、その食材も考えることによって、正に医食が更に一体化することから、それらの三位一体でやっております。そういった意味で、県としてはこの医食農同源を位置付けており、既に世間でも一般化しているものと考えております。

小野寺

知事が医学のことを語られるときに、必ず東洋医学の考え方を出されますね。でも東洋医学を基に語ることも、言葉は悪いですけどもある意味でバイアスがかかっているわけです。当然、食とか農に対してもいろんな考え方があって、どういう考え方を基に進めていくかというのが大事だと思ったものですから、今、聞かせていただきました。今後いろいろな意味で組織的な検討を加えられると思いますので、またその都度確認をさせていただければと思います。

続いて、今回のこの資料の 37 ページにあります医食農同源セミナー事業費の項目を見ますと、農業体験の参加者を対象としたセミナーということですが、なぜ受講者を農業体験参加者に限るのか、その関係性というか必然性がちょっと見えてこないんですが、いかがでしょうか。

かながわ農林水産ブランド戦略課長

まず、農業体験の方でございますけれども、公募した親子等を対象にしておりまして、稲作体験とか大根、トウモロコシなどの収穫体験を実施するとともに、用水路などの農業用施設等の見学会を開催するものでございます。医食農同源セミナーというのは、この農業体験事業と連携して実施するものでございまして、収穫体験を通じて県産農産物に直接触れる体験をした参加者に向けて、医食農同源の健康観や医食農同源につながる県産農水産物の魅力と利用法を伝えるセミナーを開催するものでございますので、限定したものとなっております。

小野寺

また、この取組の図式の中に、医食農同源料理の実演というのがあるんです。これは例えば、畑で農業体験をした方々が、例えばその畑で収穫されたものをその場で食べられるというような、そういった内容も含まれるんでしょうか。

かながわ農林水産ブランド戦略課長

先ほど申し上げましたトウモロコシの収穫体験なんですけど、まず、朝一番でトウモロコシを収穫していただきます。その後、医食農同源セミナーを開催するんですけども、その取っていただいたトウモロコシを、その生産者がお勧めする一番良い方法で調理していただいて、参加者に味わっていただくという方式を考えております。

小野寺

最終的には、食べるという行為に尽きるのかなと思います。食育というのは、本物の味を知らしめることだと私は考えているんですけども、例えば、これまでいい加減な食生活を送ってきた人が、どんなものを食べれば正しい食を認識できると思いませんか。

かながわ農林水産ブランド戦略課長

あくまで私の意見となりますけれども、私の実家が農家だということもございまして、やはりお野菜とか果物とか、畑から取ってきたものをそのままの味で頂くのが一番だと思っています。ゆでたりとか調理したりとかする前に、農家の場合はほとんど生で頂戴いたします。元の味がよく分かるということで、取れ立てのブロッコリーとかカリフラワーとかニンジンなんかも生で頂いたりとかしておりますので、やはり新鮮さが一番であります。もちろん安全・安心を考えなければならぬという面はあると思いますが、個人的にはそう感じております。

小野寺

今お答えいただいたことも、本当にそのとおりだと思います。本物の味ということではそのとおりだと。ただ、先ほど七草がゆの話も出てまいりましたけれども、中にはおいしいと思うにはハードルの高いものもあるわけです。私もベジタリアンのレストランで食事をしたとき、ちょっと閉口したときがありました。やっぱりどんなものを食べて正しい食に目覚めるかということ、単純な答えで恐縮なんですけれども、本当においしいなと感じたときなんだと僕は思うんですよ。多分、まずいと思ったら、どんなに体に良い食材でも二度と積極的に食べようとし

ない人が多いと思います。

以前この委員会でも、フランス料理のシェフの取組をちょっと紹介させていただいたことがあったんですが、東京都世田谷区の東京都市大学附属小学校では、このシェフの協力で昆布とかつお節と干しシイタケなどのだしの味を子供たちに教えるプログラムを行っていると聞いたことがあります。もちろん家庭の味というのもよろしいと思うんですが、最近、私の経験上、おふくろの味というのも結構怪しいところがあったりとかしますので、やっぱり民間のプロの力を活用した食育の実を上げるための取組というのも、神奈川県にとって、是非、取り入れてみてもいいのかなと思うところであります。

また、農業体験とそれをおいしく食べる体験も是非組み合わせて実施してほしいと思います。民との協働で農家レストランをプロデュースするというような実例も他の自治体ではございますし、是非、本物の味を知る機会をたくさんつくっていただきたい。一人でも多くの県民が本物の味に出会えるよう、県としてもいろいろな工夫していただくよう要望させていただいて、私の質問を終わります。ありがとうございました。