

静岡県農業と地域性

7 グループ

研究テーマの設定

課題意識

- ◆静岡県の中で、静岡市と浜松市は政令指定都市である。しかし、静岡市は政令指定都市の中で最も人口が少なく、浜松も同じ問題を抱えている。ここには「**若者流出**」が原因なのではないかと議論されている。若者流出を緩和、あるいは住んで働かなくとも、観光や静岡に触れるために来てもらえるように、静岡の良さを伝える教育をする必要があるのではないか。
- ◆全国の食料自給率が38%なのに対し、静岡県は15%と低い値である。また、68%の人が郷土料理の継承をしていないという現状がある。このことから、より特産品への理解を深め、**地産地消**に取り組んだり**郷土料理を継承**する機会を作る必要があるのではないか。
- ◆静岡県は農業分野で実際に**労働者不足**が問題になっており、今後、そのような問題が深刻化するだろう。それを外国人技能実習制度を活用して、外国人を労働者として後継者不足を緩和することができないか。
- ◆農業就業人口は減少傾向にありつつも、49歳以下の若者の新規就農者は増加傾向にある。そこで、農業を単に生産販売するだけでなく、何らかの手を加える考え方をもつ人が増加している。一次産業という概念ではなく、二次産業や三次産業との組み合わせで**ブランド化**を図る必要性が生まれてきている。

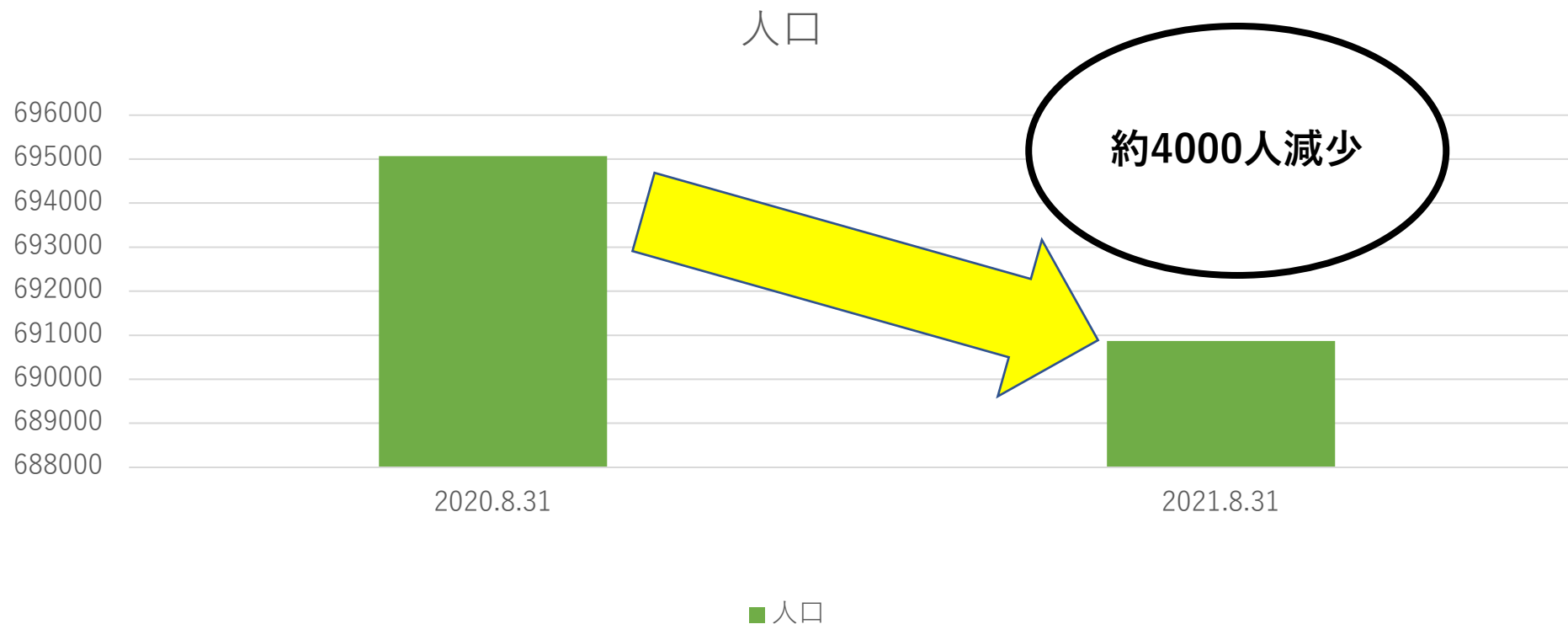
➤ 現代的課題

- ① 農業従事者の高齢化と後継者不足
- ② 食糧自給率の低下
- ③ 政令指定都市での若者の流出

➤ 学習対象者

静岡市に住む小学5年生

政令指定都市での若者の流出



政令指定都市の静岡市では今年度は前年度に比べ人口が約4000人減少している。

参考：東洋経済オンライン記事 [政令市でも若者の流出が続く「静岡と浜松」の苦悩 | 街・住まい | 東洋経済オンライン | 社会をよくする経済ニュース \(toyokeizai.net\)](https://toyokeizai.net/articles/id/368447/p1)

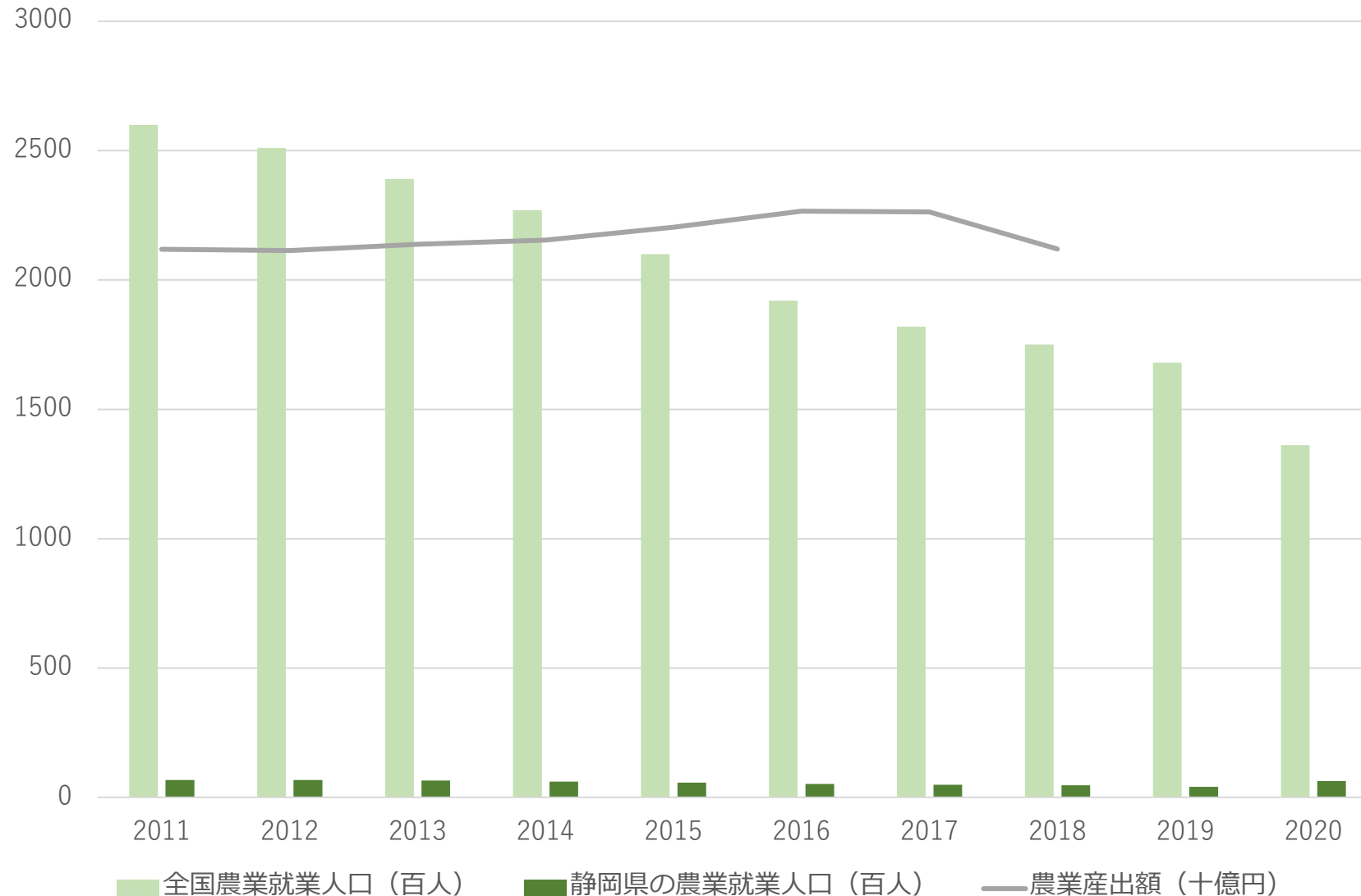
山田 稔：ジャーナリスト 2021年9月27日 「人口減は今後も続く予測」本文中

政令指定都市での若者の流出

〈説明〉

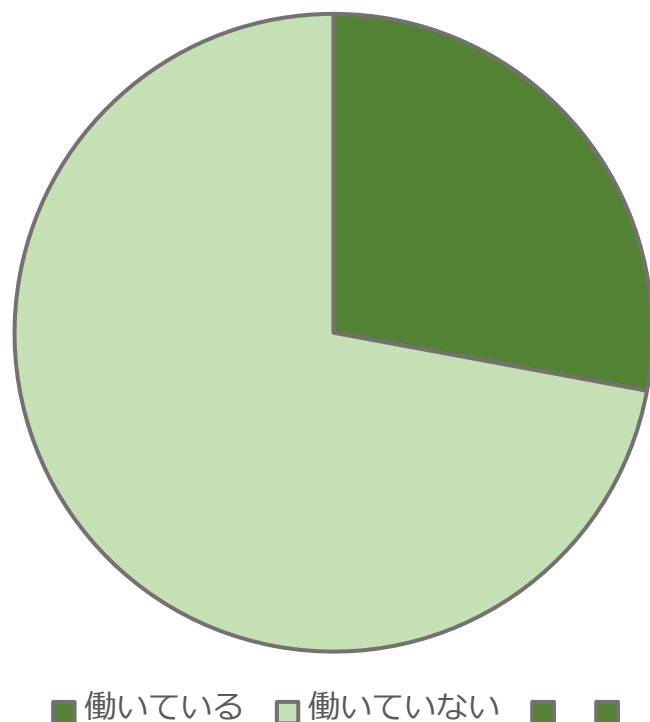
- 政令指定都市である静岡市は、前年と比べて4000人人口が減少しているというデータがある。2020年10月1日と2015年10月1日の国勢調査によると、政令指定都市のうち、最も人口減少が大きいのは新潟県新潟市（－2.52%）、その次に福岡県北九州市（－2.25%）、次いで静岡県静岡市（－1.59%）である。
 - 国立社会保障・人口問題研究所の「将来推計人口」（2018年推計）は、静岡市の人口予測について2025年に約67万人、2040年には約59万人にまで減少すると指摘。市は「2025年に人口70万人を維持」としている。
 - 一方の浜松市の「将来推計人口」は、2025年に約78万3000人、2040年に約72万8000人にまで減少するとしている。これに対し、市では2040年に73万8000人、2060年に68万1000人という展望を示している。今後の強化ポイントとして新産業・就業機会の創出、「70歳現役都市・浜松」の推進、子育てがしやすい生活環境の整備などを挙げている。
 - 地方大都市の若者流出、人口減を食い止めないことには、周辺市町村の衰退を防ぐこともできない。今後も人口減が続くようであれば、政令市のあり方を根本から見直す動きが出てくるかもしれない。東京一極集中の是正策とあわせて議論していくテーマだろう。
- と記事内で書かれている。

農業従事者の高齢化と継承者不足



参考：[静岡県]の農業 | 農業産出額推移 全国順位 気候 基本情報 | ジャパクロップス (japancrops.com)

外国人労働者の就業の有無



外国人労働者の活用理由

- 日本人だけでは人手が足りない 62.9%
- 能力・人物本位で採用した 41.1%
- 教育・生活面などで職場環境を整えれば日本人と遜色ないため 24.4%
- 若い従業員が加わることで、職場の活性化につながる 22.5%
- 技能移転を通じた国際貢献ができる 17.8%
- 外国語など外国人ならではの能力がある 16.1%
- 人件費の削減につながる 13.3%
- その他 8.5%
- 無回答 0.8%

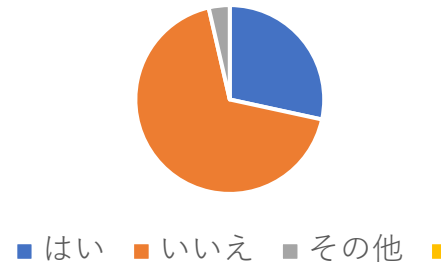
参考：静岡県外国人労働者実態調査 7 ページ本文中上部

<https://www.pref.shizuoka.jp/kenmin/km-160/documents/roudousyatyosa.pdf>

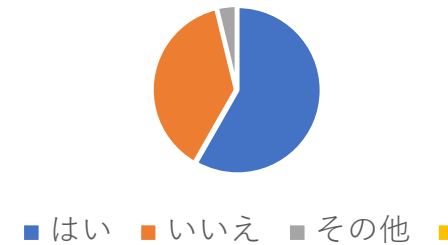
郷土料理の継承について

- 食育として実施していることについてのアンケートでは郷土食や行事食についての解答が平成23年度に比べ平成28年度では約10%減少しており、また、家族との食事、食事への感謝を表すなどの項目では大きく減少していた。しかし男性も積極的に料理を行うという項目が増え、13%の解答があったなど、社会の変化によって郷土料理などへの関心が薄れてきていると考えられる。
- また、伝統的料理や作法の継承をしている人は3割程度にとどまっており、約7割の人が継承できていない現状である。平成29年に行われた全国調査では伝統的料理や作法を受け継いでいると答えた人が60%であり、静岡県での継承度は低いと考えられる。

伝統的料理や作法の
継承をしている
(静岡県)



伝統的料理や作法
の継承している
(全国)



参考：農林水産省ホームページ <https://www.city.shizuoka.lg.jp/000779401.pdf>

参考：農林水産省ホームページ [3 調査結果の詳細 \(6. 食文化の継承及び伝承について\)](#)：農林水産省 (maff.go.jp)

地産地消について

地産地商が推進されていく中で、地場農産物の使用にあたっての取り組み効果として、消費者への安心、安全な農産物加工品の提供が79.8%であり、最も高い結果となっている。つまり地産地消を行っていく中で安心、安全な食品を提供できるという点が強みであると考えられる。

静岡で行われている食育推進計画での項目として食の安全に関する知識をもつ人が6割であり、その知識を学ぶ機会を増やす必要がある、とある。また、食育の取り組みの認知度として地産地消が最も多く、より食育という観点で興味を引きやすいものであると考えられる。

そのため地産地消をより推進していくことで、消費者の関心が最も高く、かつ地産地消で最も効果がある食の安全性から、地域の食品を食べることにつながることができ、食料自給率の増加にも影響があると考えられる。

参考：農林水産省ホームページ [<91E682528E9F90C389AA8E73904888E7908490698C7689E6967B8F912E696E6464>](http://shizuoka.lg.jp)
(shizuoka.lg.jp)

参考：[untitled \(maff.go.jp\)](http://untitled.maff.go.jp)

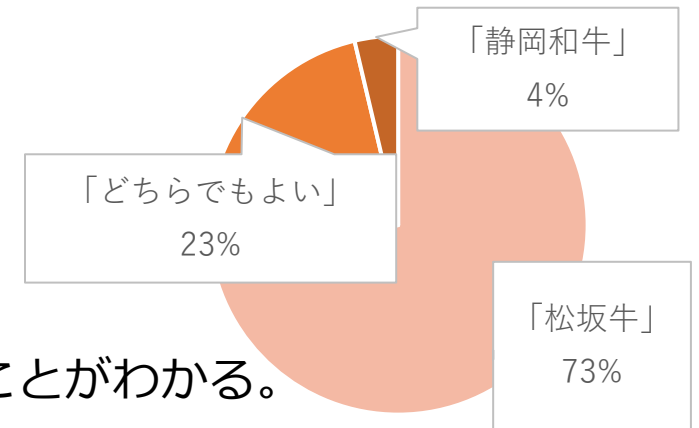
商品作物のブランド化需要とその例

〈商品作物のブランド化需要を、これまでに反響のあった商品を例に挙げて説明する〉

- 味と価格が全く同じ「2つの牛肉」があるとする。
パッケージには「静岡和牛」と「松坂牛」と書いてある。
どちらの牛肉を選ぶだろうか？
選択肢：①どちらでもよい
②静岡和牛
③松坂牛

(全国の消費者1000人を対象とした調査結果)

- ➡この調査でブランド化されている商品の方が購買意欲が上がっていることがわかる。
- 京都で開催された伝統のある「和牛の品評会」で最優秀賞を受賞したのは「静岡和牛」であるが、直後のセリで最高価格を射止めたのは「松坂牛」であった。
- ➡これにより、最高品質≠最高価格でないことがあると事実が明らかとなる。すなわち、商品作物を販売する際には、「モノづくり」ではなく、「ブランドづくり」を行うことが重要になってきているのではないかと考察する。



商品作物のブランド化需要とその例

- アメーラトマト

アメーラの栽培は、1996年、静岡県の3人の農家によって始まり、「最高品質の高糖度トマトでおいしさの感動を届ける」ことを企業理念としている。また、名前にある「アメーラ」は静岡の方言で「甘いでしょ」という意味である。農業は国内に9カ所ある。（静岡県に8カ所、長野県に1カ所）またスペインに農場もあり、現地の農業法人と連携し、国内だけでなくヨーロッパへの生産や出荷もされている。

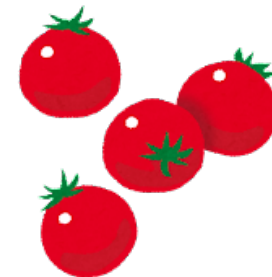
➡アメーラトマトは、弱みを強みに変えることでブランドを図った商品である。元の品種であるアルメラ・ルビンスは、皮が硬いことが弱みだった。しかし、その点を「噛んだ時のパキッとした弾んだ歯ごたえ。これは肉厚の食感。」というキャッチコピーで存在感を出すことに成功した。また、ヘタがないという点は、形が美しくゴミが出ないとアピールすることで商品価値を高めていった。こうして、本来はトマトの「弱み」だった点を「強み」としてアピールすることでブランド化に成功した。

➡その後アメーラトマトは、2000年から2012年間の12年間で出荷量は12倍に増加した。また価値と需要が高まったため単価も1.25倍に増加、さらには2012年6月にヨーロッパで優秀味覚賞を受賞した。

参考文献：岩崎邦彦「小さな会社を強くするブランドづくりの教科書」日本経済新聞出版社、2013

株式会社サンファーマーズ「【公式】高糖度トマト アメーラ®」<https://www.amela.jp/>

参考文献：岩崎邦彦「小さな会社を強くするブランドづくりの教科書」日本経済新聞出版社、2013、p.162-169



どのように授業を展開するか

JAの方をお呼びして、
農業がどのように行わ
れているかお話を聞いて
みよう

静岡の特産品について
考えてもらうのはどうか
な？

静岡の地図を使って、
特徴的な商品作物が
ないか調べてみよう

農業体験ができないか
お願いしてみてもどう
かな？

