

日時：令和5年11月2日13:30～

場所：県庁 801会議室

## 次 第

- 1 あいさつ
- 2 検討会の設立趣旨
- 3 委員紹介
- 4 トキ放鳥推進モデル地区の取組
- 5 先進地域の取組
  - ・佐渡市の取組
  - ・豊岡市の取組
- 6 関係者の意見
- 7 意見交換
- 8 市場調査の実施

# トキ放鳥を契機としたコメのブランド化検討会 委員名簿

区分	所属	職	氏名	本日の出席
生産者	(有)ファーマー	社長	宮崎 数馬	
	加茂野農園	代表	加茂野 真奈美	
JA・JAグループ	能登地域トキ米勉強会	代表	山本 好和 (JAはくい組合長)	
	全農石川県本部	県本部長	未政 満	(代理) 副本部長 南 英明
市町	能登地域G I A H S 推進協議会	会長	茶谷 義隆 (七尾市長)	(代理) 副会長 大森 凡世 (能登町長)
消費者	石川県婦人団体協議会	副会長	中山 満子	
	コープいしかわ	常任理事	齋藤 千絵	
流通業者	(株)米心石川	社長	寺田 吉浩	
	パルシステム生活協同組合連合会	米穀課長	佐野 正和	
マーケティング 専門家	(有)良品工房	代表	白田 典子	オンライン参加
	(株)食文化	取締役	井上 真一	
オブザーバー	石川県立大学	准教授	山下 良平	

## 【趣 旨】

昨年、能登地域がトキ放鳥候補地に選定され、早ければ令和8年度となる能登地域でのトキの放鳥に向け、トキの餌となるドジョウやカエル等が生息しやすい環境の整備が進められている。

こうした取組により増加する生産者の負担を軽減するためには、トキなどの希少な野生の動植物が生息できる自然環境で生産される米をブランド化し、所得の確保を図る必要がある。

このため、本検討会において、米のブランド化に向け、生産者から消費者まで幅広い関係者から意見を聞く。

# トキ放鳥推進モデル地区の取組

## 目標

早ければR 8年度の放鳥に向けて、当該地域内（10,400 ha）に700 haの餌場を確保

## 取組内容

モデル地区12地区設定

江や水田魚道などを整備するとともに、減農薬（5割以上の低減）による水稻栽培や、無農薬での畦畔除草などの管理を進めている。



## 農業者がトキやコウノトリが生息できる環境にやさしい米づくりに取り組む意義

トキなどの野生復帰の取組

（＝生物多様性を確保する取組）は、

人や自然にとっても良い環境をつくる取組



農業者はトキなどと共生する米づくりを通じて、  
「地域の環境を守っている」という誇りを持つ



この誇りが「この地で生きる覚悟」や  
「地域の個性の追求」につながる

トキやコウノトリは、地域の米づくりを考えるきっかけであり、取組のシンボル



# 先進地域の取組（佐渡市）

## 取組のコンセプト

人と自然とトキが共生する島、人とトキが共に暮らせる郷

### 「朱鷺と暮らす郷づくり 認証制度」

- ・「生きものを育む農法」により栽培されたものであること。
- ・生きもの調査を年2回実施していること。
- ・農薬・化学肥料を減らして（地域慣行比5割以上削減）栽培された米であること。
- ・水田畦畔等に除草剤を散布していない水田で栽培されたこと。
- ・佐渡で栽培された米であること。



### 「生きものを育む農法」

- ・江(深み)の設置
- ・ふゆみずたんぼ(冬期湛水)
- ・魚道の設置
- ・ビオトープの設置
- ・無農薬・無化学肥料栽培



# 先進地域の取組（豊岡市）

## 取組のコンセプト

様々な生きものと安全で安心なお米が同時に育まれる  
コウノトリの野生復帰を支える「命あふれる田んぼ」

### 「コウノトリ育む農法」

- ・生き物の多様性確保（中干前にオタマジャクシの変態確認）
- ・農薬削減（栽培期間中農薬不使用/7.5割削減）
- ・栽培期間中化学肥料不使用
- ・冬期湛水
- ・深水管理、中干延期
- ・牛糞堆肥、鶏糞たい肥等を活用
- ・国、県、市いずれかの認証制度を取得



# 関係者の意見

- 能登の米は既に「能登」「世界農業遺産」の2つの強力なキーワードがあり、インパクトは強い。
- これにトキが加わるとブランド力は更に上がる。トキの取組をうまく盛り込んだストーリーを作り、既にあるブランド力を生かすことが大事。
- 「トキ等との共生を目指す地域で生産された米 = 生物多様性に配慮したコメ」というイメージがある。
- 最初から高値が付くわけではなく、ブランド定着までに5年はかかる。
- 行政や地域ぐるみの取組は安定感があり、取り扱う側も安心できる。
- 消費者に刺さるストーリーやP Rは必要だが、コメそのものが他の産地のものとどう違うのかを分かりやすく説明できるよう特徴づけることが重要。
- 環境への配慮も重要だが、「味」等の特徴を追及すべき。
- 影響力のある人や企業による評価をうまくP Rに利用すると効果的。



- 1 目的 トキ放鳥を契機としたコメのブランド化を推進するにあたり、ブランド米に対する消費者のニーズを把握するために実施
- 2 対象 県内、県外在住の消費者（それぞれ500名程度）
- 3 方法 インターネット調査
- 4 項目 米を購入する際に重視するポイント、何にこだわったブランド米を購入したいか、ブランド米として許容できる価格水準など約10項目
- 5 結果 第2回検討会で調査結果を報告