

2. 求められる持続可能な農・水産・畜産業

2-1 伊達市における農・水産・畜産業の現状

本市の農業従事者数は、平成7年の2,215人から平成17年には1,318人に減少しており、年間150日以上農業に従事する世帯員も同じく1,112人から911人と減少傾向が顕著である。(表2-1参照)

このような農業従事者数の減少を防止するためには、農業経営における収益の確保、向上が必要である。

表2-1 各項目別農家人口

各年2月1日現在

区 分		伊達市			旧大滝村		
		平成7年	平成12年	平成17年	平成7年	平成12年	平成17年
農 家 数(戸)		622	581	557	66	60	51
専業・兼業別	専業農家	276	252	262	27	31	18
	兼業農家	346	261	213	39	24	25
	第1種	165	129	115	21	11	17
	第2種	181	132	98	18	13	8
自給的農家(戸)		...	68	82	...	5	8
耕地規模別	例外規定	14	7	-	-	-	-
	0.5ha未満	} 167	} 178	51	} 20	} 17	5
	0.5~1.0ha			67			4
	1.0~3.0ha	125	103	115	10	9	10
	3.0~5.0ha	71	66	52	7	8	3
	5.0~7.5ha	82	66	} 85	5	4	} 7
	7.5~10.0ha	58	52		6	3	
	10.0~15.0ha	58	53	} 68	7	7	} 7
	15.0~20.0ha	21	20		-	1	
	20.0~30.0ha	20	23	27	7	8	7
	30.0~40.0ha	4	11	} 12	4	2	} 4
	40.0~50.0ha	1	1		-	-	
50.0ha以上	1	1	4	-	1	1	
農業従事者数(人)		2,215	1,859	1,318	185	155	105
150日以上農家従事世帯員数		1,112	977	911	70	68	65

(出典：世界農林業センサス)

農業と同様の傾向は水産業・畜産業にも生じており、平成12年には143あった漁家は、平成17年には101まで減少しており(表2-2参照)、畜産農家においても乳用牛では平成7年の56から平成17年には31にまで減少している。(表2-3参照)

しかしながら、肉用牛に関しては国産牛肉ニーズの高まりを受けて高い収益が見込めることもあり、平成7年の40から平成17年の44と増加している。この事実は、収益性が見込めれば後継者や新規就業者等が現れることの証左と捉えることができる。

表 2-2 漁家数及び従業者数

年次	総数		伊達地区		有珠地区	
	漁家数(戸)	従業者数(人)	漁家数(戸)	従業者数(人)	漁家数(戸)	従業者数(人)
平成12年	143	156	64	75	79	81
平成13年	141	156	62	75	79	81
平成14年	132	167	56	73	76	94
平成15年	121	148	54	64	67	84
平成16年	111	138	49	60	62	78
平成17年	101	129	40	52	61	77

(出典：伊達市経済環境部商工観光水産課)

表 2-3 家畜飼養農家数及び飼養頭

単位：戸・頭・羽

各年2月1日現在

区分		伊達市			旧大滝村		
		平成7年	平成12年	平成17年	平成7年	平成12年	平成17年
乳用牛	農家数	56	41	31	12	12	11
	総頭数	2,739	2,419	2,218	563	553	514
	24ヶ月未満	1,122	839	765	177	173	130
	24ヶ月以上	1,617	1,580	1,453	386	380	384
肉用牛	農家数	40	46	44	18	13	8
	総頭数	1,390	1,311	1,226	413	255	139
	和牛	477	793	978	393	252	133
	和牛と乳用種の交雑種	...	301	80	...	3	x
	乳用種	913	217	168	20	-	-
馬	農用馬頭数	16	6	3	-	x	-
	軽種馬頭数	60	33	5	-	x	-
	農家数	2	3	3	-	x	-
	頭数	65	56	41	-	x	-
豚	農家数	3	3	3	-	-	-
	頭数	2,085	2,370	2,232	-	-	-
採卵鶏	農家数	3	1	1	1	2	2
	羽数	3,200	x	x	x	x	x

肉用牛各項目頭数「和牛」は子取り用めす牛(481)、肥育中の牛(116)、売る予定の子牛等(381)の合計。

「和牛と乳用種の交雑種」は肥育中の牛(10)、売る予定の牛(70)の合計、「乳用種」は肥育中の牛(155)、
 売る予定の牛(13)の合計。

(出典：世界農林業センサス)

2-2 農・水産・畜産業の収益向上の方向性

現在の農・水産・畜産業を、その従事者だけでなく後継者や新規就業者が安心して働くことのできる持続可能な産業としていくことが重要であり、そのためには収益性を向上さ

せるため生製品の付加価値を高めるとともに販路拡大に向けた取組みが必要となる。

付加価値を高めるためには、地域として生製品を加工する技術を身につける必要がある。

自然の生製品を出荷しても生産者に残る収益はわずかであり、厳しい競争にさらされるほか、自然の食材は日持ちがしないため安価で取引される。それに比べ、加工品にすれば競争業者が減少し、日持ちも長くなり、価格決定権も生産者の手元に残ることになる。

また販路の拡大については、地産地消の取組みを進める一方で、大消費地で販売するための販路の確立が求められる。

2-3 品質向上の必要性

消費者に、農・水産・畜産業経営が持続可能となるような一定以上の価格で商品を購入してもらおうと、品質の向上・維持は至上命題であり、そのため生産者においては、消費者との連携が不可欠となる。

このため生産者は品質向上の技術のみならず、消費者からの声を直接拾うことが可能な仕組み作りの検討が必要となる。

2-4 加工・小売・飲食業等の役割

食に関わる事業者は生産者だけではなく、加工・小売・飲食業等と多岐にわたるが、これら事業者は生産者と異なり消費者の声を身近に拾うことが可能な場所にいる。

そのため、生産者と消費者との仲介役となり、双方に情報を伝え消費者ニーズに見合った商品の生産をサポートする役割を担うことが期待される。このことにより消費者は好みの商品を得やすくなるだけでなく、生産者の情報を間接的に得ることで、安心・安全な生産物の入手が可能となる。

一方で、生産者と消費者が直接触れ合うことのできる直売所や食育、体験等を通じて生産者の活動に消費者を巻き込む機会を創出することで、生産者に直接消費者の声が届くことが可能となり、生産者においてはニーズに合った新商品・サービスの開発を目指すことができれば第一産業の活性に貢献することができる。

2-5 「食を通じたまちおこし」のための基盤の整備

生製品の加工や販路拡大、消費者の声が生産者に届く仕組みづくりなどといった一連の活動を市の統一された活動と位置づけることにより、地域全体のイメージアップを図り、地域の食資源の付加価値を高める。これが地域ブランドの考え方である。

こうした仕組みを機能させていくには、各種活動に一定の方向性を与えるビジョンやガイドライン的なものが必要であり、それは生産者はもとより食に関連する事業者や消費者

にも受け入れられるものである必要がある。

それぞれに独自の取組みを行っている事業者等の活動が、全体として見れば、本市の基幹産業である第一次産業を元気にするという一定の方向に向かっている状況を生み出すことが重要である。そのための基盤として、「食を通じたまちおこし」が目指すビジョンを「ウェルシーフード構想」とするものである。