

# 提言 花きの銘柄産地を目指す園芸振興対策について

## 提言の背景・趣旨

本町の農業は、これまで様々な振興策が実施されてきたが、農家一戸当たりの耕地面積の低さや二種兼業の著しい増加なども影響し、米中心の農業から脱却できず、依然として少量多品目の生産に留まっている。また、過疎化や少子高齢化が急速に進んだことによる後継者不足、耕作放棄地の増大などの深刻な問題も抱えている。

国内においては米政策の大きな転換期を迎えている。政府の予想を上回る米の消費量減少が続く中、長年にわたって米の生産を抑制してきた減反政策が今年度で廃止されることで自由競争に委ねられ、米価の下落など、規模の小さな農家にとっては経営がより困難になるものと考えられる。

こうした中、本町では農産加工や農商工連携による付加価値づくりの取組みに連動した農産物の生産量が少しずつ伸びてきているほか、収益性の高い園芸作物の生産拡大が進められており、米に代わる農産物として期待されている。特に園芸作物は、水田の畑地化による園地拡大や周年農業などを可能とすることから、本町においても、山形県の戦略的園芸振興対策事業等を活用し、啓翁桜やスノーボールの園地の拡大を図り、その生産量、生産額ともに伸びてきている。

しかしながら、山形県が全国に誇る「花き」として、特に啓翁桜は本県が全国シェア第1位(77%)となっているものの、その産地規模は小さく、いわゆる「銘柄産地」の確立までには至っていない。町は、園芸作物の導入による農業経営の振興を図るとともに「啓翁桜といえば西川町」と言われるような銘柄産地を目指し、町として、より積極的な支援策を実施することが必要と考える。

## 提言内容

西川町議会では、本年度、行政評価（事務事業評価）の対象事業として、園芸振興対策事業を選定し、評価を行った。園芸作物については、高い収益性が見込まれるほか新規就農者の拡大にも結び付けられるなど非常に重要と捉えている。

町においては、これまでも各種の支援策を講じており、一定の成果を得ているものと評価できるが、農業者の安定経営を確立するためには、さらなる町の支援も必要と考え、次の施策について提言する。

### 「啓翁桜」産地拡大の推進

町は、大規模園芸団地化計画に基づき啓翁桜の園地を現在の21.5haから約38haまで拡大する圃場整備に着手している。もとより県内有数の産地に成長してきていることや、この圃場整備が町内の耕作放棄地の解消にもつながるということをふまえ、計画の着実な実施により産地拡大を推進し、啓翁桜の産地として県内外に知らしめ、西川町産のブランド化を確立できるよう、今後も積極的な支援を図るべきである。

また、生産者をはじめ関係者だけでなく、広く町民に対しても西川町の啓翁桜の価値と可能性を紹介し、町を代表する農産物であるという意識を町民一人ひとりが高める取り組みも必要である。

## 「スノーボール」産地拡大の推進

新たな園芸作物として導入されている本町のスノーボールは、その品質の高さが全国的に評価されるとともに、雪の利活用による出荷時期の調整などにより、労力の分散化と周年農業への取組みをも可能としており、町は、山形県戦略的園芸産地拡大支援事業に基づく栽培施設の拡大を進めている。現在も高単価で取引されているが、国内の需要に対して生産が追い付いていないため、この契機を逃すことのないよう迅速な事業の実施を図るべきである。

## 園芸振興対策にかかるマンパワーの拡充

現在、啓翁桜の生産組合は11名、スノーボールの研究会は4名で、それぞれ構成されているが、産地拡大による生産量の増加は、その生産者並びに関連作業従事者等の拡充をも必要とする。

そのことをふまえ、新規就農者の導入を含め、園芸作物の生産に取組もうという人材の確保に、町として積極的な取組みを図るべきである。特に、農業に携わりたいという明確な考えを持つ「地域おこし協力隊」や移住希望者などを広く全国に求め、町内への定着、定住につなげていくというI J U W ターン の取組みとの十分な連携を推進すべきことも重要である。

また、生産者の実質的な支援にあたるJ A などの指導員の配置についても、今後不足することのないよう町として働きかけを行う必要がある。

## 産地間競争に負けない生産性と品質の向上

市場流通において、県内外の産地との競争になるのは当然のことであり、県全体としてのシェア拡大はもちろん、その中でトップを目指すためには、生産性と品質の向上が必須である。そのための施設整備や技術研修などの取組みに対し、町は積極的な支援を図るべきである。

## 流通体制の整備と新たな販路の拡大

消費ニーズの多様化により、需要の拡大も急務となっている。個人での消費拡大につなげるためには、これら消費ニーズの的確な把握と検証、消費拡大のPRを実施する必要がある。町としても積極的かつ効果的なトップセールス等を行い、より多くの方々が西川町の「花き」に触れる機会を設け、新たな販路の拡大を図るべきである。その具体的な方策として以下の3点を提案する。

トップセールスの際に、啓翁桜のイメージソングである「冬のさくら」を活用する。

新たな販路の拡大のため、友好関係にある宮城県仙台市の宮町商店街振興会や東京都品川区の不動前駅前通り商店街振興組合などとの連携による「冬のさくらまつり(仮称)」を開催する。

出荷時期の拡大に必要な条件整備を進める。

「啓翁桜といえば西川町」というイメージ戦略として、国道沿いへの園地拡大や、切り出し後の園地の景観の有効活用を図る。