

## 第1回IT総合戦略本部新戦略推進専門調査会農業分科会 議事要旨

1 日 時：平成25年10月29日（火） 9：30～11：30

2 場 所：中央合同庁舎第4号館 108会議室

### 3 議 事

- (1) 開会
- (2) 座長あいさつ
- (3) 農業分科会について
- (4) 農業分科会の進め方について
- (5) 「世界最先端IT国家創造宣言」及び同工程表並びに該当施策について
- (6) 関係府省における農業のIT利活用に関する主な取組について
  - ① 農業等のIT利活用に関する施策について（農林水産省）
  - ② 農業等のIT利活用に関する施策について（経済産業省）
  - ③ 農業等のICT利活用に関する施策について（総務省）
- (7) 構成員による意見交換
- (8) 閉会

### 4 配付資料

- 【資料1】農業分科会の開催根拠について
- 【資料2】農業分科会構成員名簿
- 【資料3】農業分科会の運営について
- 【資料4-1】新戦略専門調査会農業分科会について
- 【資料4-2】農業分科会の進め方
- 【資料5-1】「世界最先端IT国家創造宣言」及び「世界最先端IT国家創造宣言工程表」の農業関係部分
- 【資料5-2】農業のIT利活用関連施策の体系図
- 【資料6-1】「世界最先端IT国家創造宣言」の実現に向けた農林水産省における施策について（農林水産省提出資料）
- 【資料6-2】スマートリーン農業アーキテクチャの開発と農業生産支援サービス事業の世界展開（経済産業省提出資料）
- 【資料6-3】農業等のICT利活用に関する総務省の取組（総務省提出資料）
- 【資料7-1】構成員の皆様からいただいた主なご意見
- 【資料7-2】構成員から紹介のあった意見聴取の候補者リスト（案）
- 【資料7-3】澁澤座長提出資料

【参考資料 1】 「世界最先端 IT 国家創造宣言」の概要

【参考資料 2】 新戦略推進専門調査会の検討体制

【参考資料 3】 情報通信技術（IT）関係施策に関する平成 26 年度戦略的予算重点方針

## 5 出席者

澁澤座長、生越構成員、酒井構成員、高市構成員、田中構成員、古田構成員  
総務省情報流通行政局  
経済産業省商務情報政策局  
農林水産省大臣官房統計部  
内閣官房 情報通信技術（IT）総合戦略室 遠藤政府CIO  
神成政府CIO補佐官、二宮参事官、吉川参事官、市川参事官、  
田雑企画調査官

## 6 概要

澁澤座長から、以下の発言があった。

○ 新戦略を実際に推進するために、戦略の中身を吟味しながら、具体的なアクションを起こすための調査の推進や検討を行うということである。これは全省庁にまたがり、自由に省庁を超えて我が国の農業をどうするかを検討できる非常に大事な分科会なので、ぜひ、皆様の御協力をお願いする。

事務局から資料 1、2、3、4-1、4-2、5-1 及び 5-2 に基づき説明を行い、以下の発言があった。

○ 目標額の 1 兆円は現在の倍ということだが、この農林水産物等の中には、物だけではなくてソフトも含むのか。

○ 農水省の輸出目標の 1 兆円は、関税統計の農林水産物と「等」の加工食品を対象としており、物である。

○ キロ幾らで測れるものばかりか。

○ そのとおり。

○ 私は、そういう目標自体についても議論をする必要があると思う。物で価格の競争に陥るようなことの是非は検討し、より積極的な中身の議論が必要だと思う。

○ 大変重要なお意見。1兆円はIT戦略における目標だが、1兆円を達成した時点ですべての色々な効果がある。ITがかなり役に立っていたり、あるいは、今まで見えなかったノウハウが見えるものになる。そうになると、当然、日本で物を作って輸出するだけではなく、色々な所に出て行って、その国に色々な形で貢献することになる。それがどういうお金になって戻ってくるかわからないが、非常に大きな期待の一つ。それは、まだここには目標値といった形で書かれていないが、これから徐々に具体的になってくる可能性がある。従って、その辺も、座長がおっしゃったように、目標は輸出1兆円だけではないという理解で議論いただければよいのではないかと思う。

○ 市場、周辺産業のサービスの中身が変わるといって、KPIの指標があるが、これも非常に重要な視点かと思うので、あわせて、今後の進め方あるいは戦略、検討課題を御理解いただければありがたいと思う。

農林水産省、経済産業省、総務省よりそれぞれ資料6-1、6-2、6-3について説明が行われた後、事務局より資料7-1、7-2、7-3について説明が行われ、以下の発言があった。

○ 今まではIT戦略の下に農業だけの分科会がなかったこともあって、各省の施策がずれていることもあったが、今回、こういう分科会ができた。この会議の前もIT戦略室を中心に各省と何回も議論をしてきており、今後は各省ごとではなくて、ここで議論されたことを各省一体で進めていく体制ができてきたのではないかと思っている。

資料4-1の検討の方向性については、皆さんのご意見もいただいて検討し、積極的に各省と連携して、より有効な方向に変えていきたいと思っている。今回は、資料の文章の表現についてではなく、どういった分野の議論が不足しているかということも含め、全体的な話を伺えたらと思っている。

最初に事務局から説明したように、農業のITの範囲は非常に広いので、専門が違う色々な意見をお持ちの方に集まっていただいており、意見には頑張って対応したいと思う。

○ 私の農業との関わりは、レストランを仕掛けたり、東北の農業の復興支援などで全国の農家をくまなく回ったりしている。本日の議題にも出てくるし、澁澤座長がおっしゃったとおり、人材をどうするかが課題。農業の作る側の専門家はいるが、こういった会議でちゃんと話せる農家が少ないために農業生産側のことが伝わらない。

各地域で、ITを使った色々な施策が行われているが、現場が使いきれしていないのがほと

んどという現状。言い方は悪いが報告書のために何となくやっている印象で、そこで出てきたアイデア、情報自体が、連携する業界の人たちにも渡っていない。クラウドとして情報は集まったとしても、それをリアルなところにつなぐ人材も非常に重要ではないかと思う。

それと同時に、マーケットサイドで何が本当に望まれている情報なのかを掴んで対応していくことが必要だと痛切に感じている。特に我々は、地域のプロデューサーを育成したり、農業の分野とビジネスプロデューサーをマッチさせる取組を企業と組んで行っているが、間に人を入れていかないと、生産サイドだけでマーケットサイドを全部理解して対応していくことはなかなか難しい。

今回、私から挙げさせていただいたのが、ハラールがこれから重要なテーマになってくるのではないかということ。最近、マレーシアのテイラー・ユニバーシティという大学を見に行ったが、そこはハラール専門のホスピタリティ、ホテルサービス、レストランのサービスを教えており、世界中から留学生が来ている。韓国からも国が支援して200人ほど留学に来ているが日本からはまだ来っていない。今、ヒルトンだとか、世界中のホテルのマネージャークラスが、そこの出身の人たちを雇い入れて、イスラム圏の人たちに対応している。ハラール認証はトレーサビリティでもあるが、誰にとって価値があるトレーサビリティにするのか、マーケットサイドからの出し方が切り口だ。ハラールだけではないが、マーケットサイドから見たトレーサビリティの使い方は、一つの方向性ではないかという気がする。例えば糖尿病の方のためのとか、そういった形でユーザーが選べるという形が一つ必要ではないか。

もう一つ、私は色々なプロジェクトのブランディングをしている中で、オランダもそうだが、国としてのブランドをどう見せるか。これまでのブランドというのは、モノのようなものかと思うが、これからは取組自体がブランドになる時代なのではないか。

小さい事例だけれども、デンマークのサムソ島というのは、100%自然エネルギーだけで回す島ということを仕掛けた。実際に100%自然エネルギーで回っている島だと謳い、その農産物が市場の1.5倍ぐらいで売れるようになっていく。味で勝負だといっても、流通する前は味がわからない。信頼をどうやって世界の中で勝ちとるか、何を売り込むのかというときに、システムは信頼を勝ちとる方法だと思う。生産側だけにトレーサビリティをという話ではなく、それをいかにブランドとして使っていくかも非常に重要なポイントではないか。そういった意味ではディフェンシブな部分からオフェンシブまで一気通貫で、人材を育成していかねばならないと思っている。

○ 10年前に、ウォール街のアナリスト100人ぐらいが集まって世界のフードマーケットの将来を議論し、結論を出すのを聞いた。世界のフードマーケットの80%は低価格のもので大規模農園が支配し、15%は日本産のように高付加価値なものが占め、その主要部隊は日本だろう。5%はエスニック市場で、その中にハラールがあると。だから、ハラールは

市場規模としては少ないけれども、独特な価値観と流通システムで残っていくというのが彼らが出した結論だが、そういう意味ではそのとおりということか。

○ そのとおりで、しかもハラールは宗教的な観点があるけれども、アメリカの西海岸などではハラールの食生活が健康にも良いという違う理由で広がってきている。トレーサビリティもできているし、健康の観点も出てきている。

○ 最新の情報では、東南アジアで2.4億人、ハラールの食事を守っている方がいると言われている。

○ インドネシアは2億人いるので、インドネシアにプラスした人数になる。

○ その周辺でイスラム教でハラールの食生活を守っている人数である。

○ 西海岸でスタイルとしてハラールを守っている方もいるというのは、日本の国としてのブランドとニアリーイコールと考えてもいいということか。

○ そのとおり。

○ 日本としてのブランドは何かないか。

○ 日本食である。先日、ある企業の会長との話で出たが、アジアを中心に日本食レストランが多くなっているけれども実際は日本食レストランではなくて日本風レストランだと。それは9割方が日本人ではなく、韓国人を中心としたアジアの人の経営になっているため、どうにかすべきだと。それほど増えた理由は、日本の料理学校にアジア各国から多くの人々が学びに来ていてその人たちが技術を学んでスシを1年ぐらいで握れるようになっていくようなことがどんどん起こっているため。そのような中で、フランスの戦略のように、ただチーズやワインを売るだけではなく、文化を売りながら、トータルで海外に展開しなければいけないのに、日本がやりたいことをアジアの他の国がやっている状況。まさにハラールと同じような位置づけで、日本の文化、日本の食を見た場合、農業や、ITをベースとしたその先の大きなマーケットが存在する。これからは、日本食は、日本だけではなく、アジアを中心に世界的に展開できる非常に大きな要素だと現場でも感じている。

○ その部分は農水省だけではできないということか。

○ できないかどうかは何とも言えない。できるなら、日本の強みを生かすべき。

○ 文科省はそういうところで一緒にできるのか。

○ 文科省もぜひ入ってもらいたい。私達の個人的な取組になるが、地域にヴァンフォーレ甲府というサッカーチームがあって、そこで食育活動をしている。アーセナルにヴェンゲル監督という有名な監督がいるけれども、名古屋で監督をしていて、世界のトップ選手に日本食を勧めているとのこと。選手寿命を長くするとか、地域そのものにも日本文化を入れる取組をしていて、教育や文化と一緒に持っていくのは、農産物をただ売るよりも世界的に展開しやすいのではないか。そういう切り口で考えた場合、日本のおもてなしや文化に関連してくるので、文科省はとても心強く感じるセクションの一つであると思う。

○ 補足だが、私が農業の業界に入ったとき、生産しているところは農業、消費されるところは外食産業と違う業界になるのはおかしいと思った。車業界だったら、車をつくる人もレーサーも車業界であり、エンドユーザーに近いところまで全部一気通貫で情報が行っている。

だから、日本料理やレストランの世界でも、これを学んでいる専門学校のところ、素材としての食材のことは知っても、農業のことはほとんど勉強していない。結構有名なシェフのレストランのメンバーも、ほとんどが生産者の情報は知らずに料理を作っているという中で、日本食が海外に出ていったとしても、食材も含めて出るかということ、今は難しいなという気がする。

○ 今、具体的に何をどう解決したらいいのかという問題がよくわかった。

○ 情報共有と流通をどうようにするのか。各省の検討課題に該当するものがあり、しっかりと議論を進めていきたい。

○ 「物だけなのか」という点は、まさに私たちは、物ではなく仕組みを売りたい。それも、先ほど発言があったと思うが、1兆円の周りの付加価値のところ成り立っていくのではないかと思う。

○ 私は生産技術の開発の立場からであるが、良いものを生産するという日本の生産現場が廃れていく流れが抑えきれない現状は、燃料や資材の高騰にも原因があるし、人口の減少などで国内市場の減少が見えてくる。そう言う閉塞感がどんどん出てくると思うけれども、そういった中で、国の輸出戦略で打ち出す方向がある程度見えれば、そこに対して生産法人の皆さんが力を入れていって、国内の市場を混乱させずに農業が発展する。このことは難しいとは思いますが、そういった重点的な項目、作目を決めて取り組めば、法人が投

資したり、技術も入れたりと色々なことができる。今はそれぞれが自力で対象を見つけるような形で取り組んでいるが、これは難しいと思うので、基本的な、全国的に生産できる品目などの輸出戦略を示してあげると、元気が出てくると思う。

○ ジャパンブランドの中身という意味か。

○ そのとおり。難しいけれども、何かそういったものをいくつか挙げていって、そういう方向へ誘導してあげないと。

○ 何か指標みたいなものか。例えば人材教育の指標かもしれないが、それとも品種を定めるとか、そういう感じか。

○ そのとおり。日本としてこれを打ち出すといった作目がいくつかあって、そういったものが国内の市場を混乱させないようにどんどん発展できればいいのだが、今は国内の市場が先決という状況。小さい市場が10年、20年たってもっと人口が減ってくると、国内だけを見て動くと問題が出る。

○ 海外展開をする対象作物については、幾つかピックアップして、重点的に取組を進めていくことが必要なのではないか。

○ そのとおり。確定は当然できないと思うが、そういうイメージを持てるような方法を講じるべき。

○ 実証事業が成果を踏まえて横展開ができるような方向性を、きちんと打ち出すべきという理解でよいか。

○ それで良いのではないか。ものではなくて、それを担う人や組織があれば成功すると思う。最初、ものを打ち出してしまおうとなかなか人はついてこない。

○ ニュージーランドのゼスプリなどはまさにそう。今、日本の農家が1,000人ぐらい契約しているという形であるが、その逆バージョンをどう探すか。

○ ニュージーランドは日本の農家が土壌を送ると分析するサービスをやっており、こういう仕掛けであればグローバルマーケットはいくらでもあると思う。

○ この間も香港の品種の会の検証に行ったときに、日本の技術が色々なところに出てい

ながらも、ブランドとして見せたり、最終的な仕組みとして横に連携して見せるのがうまいのは、やはりオランダとか、欧米のブランドなのかなという気がする。

○ 話題が変わるが、私は食品のトレーサビリティについて専門的に研究してきた。資料7-1の「食品トレーサビリティに関する御意見」のうち、下の2つは私が申し上げたことかと思う。食品の高付加価値化に食品のトレーサビリティが役立つかということ、情報を提供するだけで高く買ってくれる消費者は多分いないと思う。各段階の事業者の履歴情報をつなげて提供するシステムを開発し、また消費者の反応を確かめるプロジェクトは色々あったけれども、実用化されたものは少ない。同じことをやったら、また失敗してしまうのではないかと心配していた。今日の資料を拝見すると、消費者が買い物履歴を見られるような形になっていて、ここは今まであまりなかった工夫かなと思っている。

恐らくこれは、例えば家計簿をつけやすくするとか、問題が起きたときにクレームをつけやすくするということが主な目的かと思う。が、今、偽装や誤表示問題がホテルやお米に関して起きている。そういうことが起きたときに、レシートを持ってきたら返金すると言われてもレシートは3年も取っておかないが、デジタルでレシートをもらっているのだったら、それで返金してもらえるかもしれない。返金は細かい話だけれども、一部の外食店が平気で産地ブランドを間違えて表示するようなことが続いていくと、せっかく作ったブランドが壊されてしまう。そんなことをしている日本の市場の食品を輸出するわけにもいけないと思うので、ブランドを維持するためにも、消費者からフィードバックを得やすくする、いざというときは消費者が返金を請求できる仕組みが有効なのかなと思った。そんなことを加味してプロジェクトを計画していくといいのではないかと思う。

○ 私は、特許庁で特許の審査を長年していたけれども、農林水産分野で、最近、知財教育でお邪魔することが多いが、工業分野とだいぶ違う。何が違うかということ、まず情報は公共財であると農林水産の方たちが考えていることで、工業の会社に研修に行くと、会社の中でちゃんとみんな情報を守るという考え方があるが、農業だと、みんなに広げることがデフォルト値である。そこが良いか悪いかというのは色々なステージでの問題だと思うけれども、歯止めがきかなくて、オーストラリア人や中国人にサクランボの穂木をプレゼントしてしまうといった状態になってしまっている。それが農業分野のすごく大きな特色だと思った。

今日話題に出ている、篤農家から情報を得るということについては、篤農家も一生懸命研究した成果、色々な技術を持っているわけで、この方たちにどうやってメリットを与えるか、そのバランスも必要ではないかと思った。反対に篤農家の情報をみんなに広げると多様性がなくなってしまうので、それが本当に日本の農業にとって良いことか悪いことか、ここも考えるべきだと思う。

あと、情報を公開した場合であるが、最近、工業の色々な会社を見ていると、営業秘密



が中国、韓国、台湾に漏れてガタガタになっている。私は農業では同じことをやってはいけないと思っている。先ほどゼスプリの例も出たが、佐賀県、愛媛県でしっかり契約してライセンスをして、ゼスプリのシールを貼らせて売るということをやっており、他の国に技術を持っていくときは、常に技術は盗まれるということを考えながら持っていくべきだと思う。今は技術に格段の差があるから余裕をもって持っていくのだと思うが、それは工業の二の舞になると思う。ちゃんと信頼できる相手かどうかを確認してビジネスしなければならない時代が来ているのだと思う。

あと、トレーサビリティについては、福島原発事故が起こったときにフランスのホームページを見ていたら、農林水産物や水の安全性がホームページで公開されていた。だから、トレーサビリティと安全性をセットにして出せば、風評被害がひょっとしたら防げたのかもしれないと思った。

最後に、文化と一緒に持っていくという文化庁の話も出ていたけれども、まさに“Trade follows the films”ということで、映画を見せて物を売ったのがアメリカで、私たちも、文化を見せて農林水産物を世界に売っていく時代が来ているのではないかと思う。

○ そういう意味では、府省連携でチームワークを発揮するのは非常に大事なポイントだと思う。

○ 知財の流出は非常に大きな問題である。経産省が資料6-2で紹介しているスマートリーンは、この問題に対する対応策の一つではないか。知財そのものを提供するのではなく、知財は日本側に存在して、現地を遠隔地からサポートするということを目指している。

○ ご指摘のとおり、データは手元で管理しつつ、現地の方々は指示を受け取って、遠隔指導を行うという考え方で取り組んでいるものである。

○ 経営者が管理、秘匿すべき知財、情報と、雇用者が共有すべき情報を、そこでは区別されているわけですね。

○ そこは、知財とか、技術、ノウハウは守らなければいけないという点に注意しなければいけないと思っている。

○ 経産省の取組は、農法にも特徴がある。露地栽培でもある程度の生育管理が可能だからこのような取組が実現されている。今後、どのように情報を提供するかが重要な問題となるのではないか。

もう一点、情報流通に関して伺いたい。以前、農家の取引先が増えれば増えるほど異なった情報を入力する相手が増えて非効率という話を伺ったと記憶しているが、このあたり

についてご説明いただけないか。

○ プラットホームを作らない限りコストが下がらない。人材育成にしても生産工程管理にしても、レベルが上がっていかないという大きな危惧を感じている。システムをこのままどんどん開発してしまうと、例えばA社のものを自分たちは使っていたけれども、取引先のある会社はB社のものを要望し、取引先のあるところはC社のものを要望し、結局その都度、打ち出したものや手書きのものを渡すという、全く意味のない状況に行ってしまう。互換性のあるシステムを作ってくれば、各社がそのまま開発をしてもいいし、プラットフォームとして強いものもできるが、川上と川下がそれぞれ開発をして、それが互換性のない中で進めていくという大きな問題が現場で起こっていると思う。

早めに何か別の方向性が出ない限り、今のままどんどん進んでしまったときに、これまで蓄積してきたデータが、ほかの仕組みに切りかわったらこの財産がなくなってしまうという大きな不安をすごく感じている。

○ コミュニケーションだけではなくて、農業知財の継承でも問題が発生する可能性が高いと。

○ そのとおり。

○ そのバランスを取る必要がある。

○ オランダと比較した資料もあったが、やはりそのベースのところは大きく違うのだろうと感じる。

○ プラットホーム化させるべき情報と守るべき情報というバランスだが、例えばマーケットサイドからすると、農家毎に受発注書もばらばら。いい物をつくっているけれども、この農家さんたちの受発注が弱いので、結局、一元管理してくれるところに頼んでしまおうということになり、物の勝負にならずに終わっている場合も多い。そういったところは、逆に一元化してあげる。誰も得意ではないということが無理に全部取り組ませるのはやめて、一元管理させてもいいのではないか。

○ 言いたいのは、これは氷山の一角で、現場の例えば厨房の若い人が個別に対応できるかということ、できない。

○ そういうことができる人を雇っていないのも問題である。

○ でも、今の社会的な構造の中で、飲食にしても何にしてもお金が取れないわけで、そういう問題はより根深くあるという事実があると思う。しょっちゅう発注漏れを起こしているのにメニューは変わっていないため、自分のところではない材料を使っているはずなのに、どうしているのだろうかと思う。

○ 人材養成の意見が色々なところで出てくるが、この分科会の中でもどこかで議論してほしいと思っているのが、人材のクオリフィケーション、資格の問題。管理栄養士だったら管理栄養士、農業をするのだったら農業ができる資格や技術を売る雇用労働になる資格、そういうものがちゃんと標準化されていて、それについてのプログラムが組めれば、安心して人材、知財、労働力も通用していく。今、それが曖昧である。色々なハードはあると思うが、それは、ITの技術を具体的に現場で実行していくときの大きな課題にはなるのではないかと思う。

○ それをITで実行する場合の生産者サイドの人材育成とか、その辺の民度を高める必要性はもちろんあると思う。例えば飲食やスーパーのバイヤーの現場のどちらも人材育成と民度を高めない限り同じ問題が起こるのではないか。せつかくITで情報を整理するツールができたとしても、機能しなくなることがは起こるのではないかと感じている。

○ 我々が大企業と仕事をするときに、大企業の言葉と一緒に農業の話ができる人が少ないという場合も圧倒的に多い。

○ 大企業は農業の側の言葉をしゃべるのか。

○ かなり難しいと思う。

○ 逆の質問で、百姓の言葉をしゃべれないような企業に農家と取引する資格はあるのだろうか。

○ だから、企業も今、一生懸命現場に入ってやっている。両方が歩み寄らなければいけない。

○ この議論というのは、今のように向こうが言ったらこういう形でお互いにプラットフォームをつくっていこうというような形で、一方通行にならないようなコミュニケーションをしたらいい。

○ 話を伺っていて、農業というのは組織的活動がされているようにはとても思えない、

みんな個人プレーだ。例えば、発注するときでも、私どもは工業の側から来ているので言うが、ある物をつくらうと思ったら、誰が発注しても間違えないように、ちゃんと必要なコンポーネントは全部あるわけで、リストが作られ、必ずそれが維持されている。だから、何を何台作るというと、自動的に計算して、発注先も決まっている。1か所とは決まっていないうが、何か所か決まってい、ちゃんと振り分けをして注文するようになっている。だから、誤発注や漏れとかいうのはあり得ない。話を伺っていて、一体何をやっているのかと思った。

○ もう少し農業の現場のリアルなイメージ感をお伝えしたい。発注側と受注側両方がそういうシステムに対応できればいいのだが、例えば、ある会社が100名の農家から仕入れを行う場合、Aさん、Bさん、Cさんは長けていて、非常に簡単にやる。でも、篤農家と言われるけれども、60、70で、タブレットもなかなか見えない人もいて、結局、今までどおりファックスでいいということになる。色々なレベルの人たちが入ると、一番できない人たちに合わせることになってしまう。本当にこんなこと言うのだろうかと思うのだが、メールなどITを使って連絡したら、「1本確認の電話を入れてくれ」と言われる。全然ITの意味がない。

○ 我々も全部そういうところを通過してきており、通り抜けるのに20年ぐらいかかっている。

○ ぜひ、そのノウハウを教えて欲しい。

○ だが、今の日本の農業の状況を踏まえると20年はかけたくない。

○ 20年やったら、日本から百姓がいなくなってしまう。

○ 結局、世の中がだんだん変わっていくときに、合わせていかないとだめだ。発注でも、電子的に発注する場合もあれば、自動的にファックスでやる場合もある。だから、こういうものを使えばいいとこちら側から行って何回も指導をしている。そういう気持ちがお互いにあるかどうかである。「いや、私は前からやっていたやり方でずっとやる」と言う人はいるが、そういう人は大抵つぶれている。

○ 我々も月に100軒の農家と取引があるが、100軒中、納品書と請求書が期日までに来るのが20件ぐらい。あとは全部こちらから連絡をしている。また、納品書と請求書の値段が違い、安く請求書が来ているので直してくださいと言うと、「その値段でいいわ」という話になってしまう。要は産業として成り立っていない。

○ 今の発言だと百姓がみんなバカみたいに見えるが、それはそういう人もいるけれども、十分国際的にビジネス展開できる人たち、1億円以上の売上げを上げているような農家も数百軒ある。アメリカの農業と比較しても日本の農家の水準は劣らないこともあわせて言ってもらわないと。そこを基準に農業の施策を講じるのはとんでもないことで、それがマスコミによって、日本の農業は弱いんだとか、あまり頭がよくない連中が農業をやっていると、そういう噂になってしまうので、そういった発言は気をつけてほしい。

○ 物はものすごくいいものだけれども、要は「差」。普通の業界だとそこまで差は出ないはずだと思う。受発注のところはその一例。

○ そんなことでは生き残れない。

○ ほかの業界だって生き残れない。農業の場合はそのままなくなるということを正確に理解しないと、そういう人たちがなくなったらコミュニティが壊れてしまう。

○ 話が受発注情報に集中しているが、食品の流通の中でも、小売と加工業者・卸売業者の間とか、卸売業者と加工業者の間などでは受発注システムの標準化が進んでいる。一方、農家の多くは今まで基本的に農協や卸売市場に出荷してきたために、直接外食店に出荷する場合や顧客を自分で開拓して直接出荷していくときに、受発注の標準が恐らくまだないという事情がある。

○ レベルは低いかもしれないが、農協を通せば農協レベルでの標準がある。

○ 今までは、農協を通して卸売市場に行くというルートが中心であった。受発注という形ではなくて、農協が、できた物を卸売市場に出す。注文を受けて作るのではない。

○ 農協はサプライヤーだから、それを百姓から直接取引をしたら、できないのは当たり前。

○ そこは多分、作っていかなければいけないところなのではないかという問題意識を持っている。

もう一つ、お尋ねしたいのは、受発注の話に偏ってしまったが、受発注してから納品に至るデータは確かに標準化が必要なかもしれないが、ほかに標準化が求められているのはどんな情報なのか、古田さんや田中さんにお尋ねしたい。

○ 個人的に考えているのは、受発注の前の情報の整理、予測の情報だと思う。これだけ農産物が4定（注：定時・定量・定質・定価格のこと）と言われるほどマーケット側から安定を求められている中では、現場で生産が早まった、遅まった原因は天候のことがあるかもしれないが、この予測を1週間前に伝えられるかどうか。当日、「すみません、今日欠品です」ではなく、生産工程管理をし、予測情報を伝えられることで、もともと農産物の豊作や不作や早まっただけのというのを経験してきているので対応できるバッファはあるのだが、伝えられるのが当日なのか、1週間前かでは大きな違いがある。

○ 生産管理ですね。

○ そのとおり。こここそ畑の生産管理で予測ができて伝えられるかどうか。それも、できれば今までのように電話とかファックスではなく、同じプラットフォームの中でそれぞれが見られるような形になれば、大きく農業の仕組み、収益構造そのものも変わっていくと思う。

○ 澁澤先生の専門の精密農業にも関係するが、要は、ほ場から取得されたデータが、再利用が可能な形で取得されていない。つまり、場所性とかデータのとり方に対して均一性がないから、温度、湿度、例えば土壌の温・湿度、pHやリン酸濃度にしても、取得環境や粒度に関する補足情報が無いと単純に比較しても意味がない。そこで取得したデータはそこでしか使えないと言う場所性の問題に直面する。データの利活用を図るためには、この問題への対応が必要である。そうやって始めてプラットフォームを構築する価値が供出される。

特定のシステムにおいては、システム間のデータ流通を促進するための検討はされており、その場合には場所性を排除してデータの利活用を図る事が可能。先ほど申し上げた、経済産業省事業の一つであるスマートリーンは、そのような取組みを進めている。このような取組みを横展開するための検討、仕組み作りが必要だとおっしゃっているのではないかな。

○ そのとおり。

○ もう一つ検討すべきなのはわかりやすい導入メリットがどのようなものとなるのかという点である。未だに多くの農家において、ITはコストという認識が強い。具体的な取組みに基づき、この状況を払拭していかなければならない。先ほど遠藤 CIOがおっしゃっていた20年という年月が本当にかかるというのであれば、抜本的に取組みを変更する必要があるだろう。

○ 今行われているのを展開すればいいだけだから、やる気になれば20年なんか絶対かからない。

○ やる気にさせるためには、メリットも、わかりやすいインセンティブも示すことが大事だというのが私の意見。

○ 一步、農家サイドに私たちが入って言われるのが、農家には色々な情報を出せとみんな言うけれども、逆に買い手側の情報が全くこっちに来ない。例えば、何トン出してくださいと言いながら、急に、今週は売れ行きが悪いから出さなくていいと向こうから言われる。そうすると、こっちも困る。

○ そういうモラルのない業者が暗躍するような状態というのは、よくないのではないか。それに対しては誰も管理監督しない。

○ 農家のほうが弱い立場だ。

○ 一応、弱いですね。

○ 逆に言うと、消費側の傾向なども、店の側がどれだけ出すかということがあると思うが、そこを一体化させるのも重要なポイントだと思う。

○ リスクを共有することはできないのか。

○ それは、先ほどの発言のように、いいモデルをきちんと取り上げてそれを知らしめることも大事だと思う。農家が知らないとできないけれども、良ければそこに加わろうと思うもの。幾つかピックアップしなければいけないかも知れないが、農法だけではなくて、そういうバリューチェーンまで含めた全体の良いものをきちんと取り上げて、そこを評価して広げる枠組みをつくるのが大事だという話は、高市さんがおっしゃったことにつながると思う。

○ 良いものにするために良くないものを弾くことは、標準化なりクオリティを維持するために、他の業界も世界中でもやっている。農業の場合はそこが非常に曖昧になってしまう。

○ 私が言いたいのは、生産者のほうに、予測をして出すという習慣がないということ。天気が晴れたらがむしゃらに進めるというだけで、逆に出荷調整をする技術も我々も組み

立ててきていない。もちろん、施設園芸などでは、播種期とか色々なもので、かなり色々な対応はできてくるのだが、そういった習慣がまだ生産現場に入っていないので、出荷予測とかそういったものと連動して生産するという習慣がない。そうすることで技術側も対応していけるので、その辺の情報の使い方のようなものが、先ほど言われた優良事例みたいなものが示されると、どうやって作業調整や作業計画が楽にできているかが伝わる。

○ でも、それはどうか。それに関しては、頑張っている農家はかなりその方向にシフトしつつある。直接取引が増えていることも一つの証明だし、頑張っている単協は単協で、それをオーガナイズすることによって、力を持っている単協とそうではないところが出てきているのは事実であり、そういった意味では、そのような取組がかなり始まっていると逆に私は思っているが。

○ 始まっていると思う。そういった優良事例の中には真似されて困るという場合もあるかもしれないが、その辺の情報利用ができるはずの法人があると思うので、できるはずの法人が、目先のドタバタでそういうものに対応できていない場合に支援ツールのようなものを情報として提供できると、さらに全体としてのグレードアップができるのではないかと思う。

○ 企業の参入があると今の問題は解けるのか。

○ かなり進むと思う。私がいた会社は、全世界の何万点という製品・部品の売れ行きが翌日全部わかって、それに基づいて出荷計画を作っている。全世界ではあるもののそれは大した IT を使っているわけではない。なぜかというと、売上を上げると必ず情報をインプットするから、その情報を使っているだけ。ところが、うちはできたのに他社は誰もできていない。

○ そこにはどんな差があったのか。

○ 何の差もない。

○ そういうシステムがほしいと、私が情報システム本部長のときに言ったら、情報システムの担当は5年の期間と何百億がかかると言ってきた。私は反論して、これだけ情報があればいいのでそれで進めるよう言ったら、2,500万で3か月でできた。情報技術というのはどうやって上手に使うか。私は別に IT 技術屋ではないが、余計なことをあまり言わず、何が分かれば不具合が直せるということさえわかればものすごく役に立つ。

例えば、売れるかどうか、日本の総需要が下がって売れないケースもあるし、ある地



域だけ何かの理由で売れなくて、こっち側には必要だという場合がある。それがすぐにわかると、出荷先をちょっと変えるだけでも随分無駄は減る可能性があるのではないか。

○ ありがとうございます。

今日はフリートーキング、ブレーンストーミングであり、私のほうでこれをよく復習しながら、課題を整理して、短期間に達成していくものと2年かけて取り組んでいくものと分けながら、後日、提案したいと思う。

○ すみません。もう一つあるが、海外へ行くと日本食が随分あるという話が出たけれども、まずいのがものすごく多い。あれが日本食だと思われたら本当に私は困る。現地の人の口に合っていればいいのだが、日本に来て例えば私がおいしいと思っているすし屋に連れて行くとか、あるいはすき焼き屋に連れていくと、絶対においしいと言う。だから、そこも何か考えないともったいない。もっと需要が増えたり、高付加価値をつけて売れるはずのものが売れていない。そういう意味で言うと、外国人が向こうで日本食の看板をぶら下げるのではなくて、やはり日本人が出て行って日本人の舌で店をやる必要があるという気がするがどうか。

○ そこは私たちもやるべき。ただ、日本の若手の料理人たちは、夢を持っていないというか、そういう勝負ができる仕組みがないというか、どんどんきつい産業みたいな感じになってきているのは事実。ただ、今はタイなどで日本食の良いレストランも出始めてきてはいるけれども、食材に関しては、調達は全部地元の農作物。やはり価格が安く、日本から持っていくことはできない。本当は日本の素材で出す方が良いが、それは出せないから現地の魚を使っている。

○ 申しわけないが、そういうのばかりではない。2週間前に私はロシアのアムール州へ行ったが、北海道出身のすし職人が向こうですしを作った。ネタは築地で買って航空便で届けて、米は日本の古米。日本のものを持って行って、現地で全部目の前でやって皆さんに味わってもらった。板前さんがつくっている手のスピードが見えないと大臣も褒めた。現地のすし職人に目の前で教えてあげたが早すぎて見えないのでゆっくりやってほしい、などという会話をしながら、日本食はこういうものだ教えていた。そういう事例を掘り起こして展開してはどうか。

○ 食材を現地調達しても、ジャパノクオリティを担保する食材を、きちんとした生産現場と流通を踏まえて確保し、的確な技能を持った料理人がいれば、どこでもまともな日本食を食べることは可能だ。メイド・バイ・ジャパンの手法で海外で日本品質の野菜や果実を生産し、それを用いてその国で素晴らしい日本食を提供する。それが先ほどから話に出

ていた、文化の輸出という話にもつながるのではないか。

また、このような取組みの中で、若手の日本食の料理人が夢を持って活躍してくれればとても素晴らしい。

○ でも、チャレンジしている人も結構たくさん出てきている。先生のおっしゃるとおり、工業ではそういうこともできており、今が過渡期のような気がしている。ただ、産業とするには、ミドルレンジのレベルは上がらなければいけないのにそのボリュームゾーンに関しては非常に質が低いという現状もある。ここをどうやって底上げするかというところに、今、日本から若手の人もチャレンジしている。何で海外に出ていくかというところ、日本よりも海外でやったほうが今はおもしろいから出て行っているのは確か。そこにそれ用の農作物をつくる動きも出てきている。

○ そろそろいい時間になってきたが、1兆円の目標をどういうふうにするか。それに向けての技術の集約ということは、最後に出たように、何とかしてその道筋をつくり上げたいと思う。

今日は、色々な角度から議論が出たので、後で精査して、議論の整理を次回までに皆さんに届けたいと思う。

○ 大変興味深いというか、ああ、そんなことがあるのかという話も聞かせていただいて、今後の展開が楽しみ。何度も座長からお話があったが、2020年に1兆円輸出というのは一つの象徴的なKPIで、それをなし遂げられるようになった暁には、多分、色々なものが相当強化されている。それから、先ほどもあったように、海外での日本食の位置づけも、今まで以上に、えせ日本食を駆逐して本当の日本食が勝てるのかということも非常に大きなポイントではないかと思う。

今後、色々予定を立てて、色々な対策を打っていくための示唆を得たいわけだが、短期間にあわててやるようなことではなく、ある程度時間はかけてやっていかなければいけない。この分科会は期間的に少し時間を長くとっていただいても、やるべきところまできちっとやる。これは、ほかのことが重要でないわけではないけれども、非常に重要だと思う。

私も聞いていてあきれたが、私がいた企業というのは政府に一度も助けてもらったことがない業界。全部自分たちでつぶれたり一緒になったりしながらやってきた。ところが、片方はおんぶに抱っこに上げ膳据え膳でしょう。そういう人たちが本当に強くなるわけがない。今後、それではいけないということが今の国民的なコンセンサスだと思う。だからそれを、我々が20年かかったことを例えば2年、3年でやれるような、他業界のノウハウも上手に使うということが非常に重要なのではないかと思いつつ、お話を伺っていた。繰り返しになるが、大変楽しみなことなので、ひとつ、それに応えられるようにぜひお願いしたいと思う。どうもありがとうございました。

○ では、本日の議事はこれで終了する。次回の会合については、事務局から連絡する。  
また、議事録については、後日、皆さんに検討を依頼したいと思う。どうもありがとうございました。