

令和5年度（第62回）農林水産祭  
第35回「優秀農林水産業者に係るシンポジウム」  
【消費者の求める「皮まで食べられるレモン」に特別栽培で取り組む】

—業績発表及びディスカッションの内容—

開催日時	令和6年2月20日（火）13時30分～16時00分
場所	広島県広島市 ホテルメルパルク広島 6階 瑞雲
主催	農林水産省 ・ 公益財団法人 日本農林漁業振興会



令和6年4月

公益財団法人 日本農林漁業振興会

# 発行にあたって

農林水産祭事業は、農林水産祭参加表彰行事において農林水産大臣賞を受賞された方の中から特に優秀な農林水産業者を選び、その業績を顕彰し、業績内容について広く普及を図ることを目的の一つとしています。

このシンポジウムは、農林水産祭事業の一環として、去る令和6年2月20日（火）広島県広島市のホテルメルパルク広島において『消費者の求める「皮まで食べられるレモン」に特別栽培で取り組む』をテーマに、平成5年度農林水産祭園芸部門の天皇杯受賞者であるせとだエコレモングループの業績を取り上げて、約40名を超える参加者の下、開催しました。（オンラインでの配信も併せて行い約40名の方にご視聴頂きました。）

本書は、「優秀農林水産業者に係るシンポジウム」の業績発表、意見交換（ディスカッション）等の内容を一冊に取りまとめたものであり、これらの内容が普及し活用されて、今後の我が国農林水産業の振興発展に寄与することを願うものです。

最後に、今回開催にあたり、多大なるご支援とご協力をいただきました関係各位に対し、深甚なる謝意を表する次第です。

令和6年4月

公益財団法人 日本農林漁業振興会



令和5年度（第62回）農林水産祭  
（第35回）「優秀農林水産業者に係るシンポジウム」

目 次

シンポジウムスケジュール	1
シンポジウム出席者	2
受賞者の業績概要	3
シンポジウムの記録	4



令和5年度（第62回）農林水産祭

「優秀農林水産業者に係るシンポジウム」（トップリーダー発表会）

【消費者の求める「皮まで食べられるレモン」に特別栽培で取り組む】

《スケジュール》

13:30~16:00

(敬称略)

- |   |   |           |  |                |
|---|---|-----------|--|----------------|
| 1 | 開 | 会 (13:30) | 公益財団法人 日本農林漁業振興会 常務理事                                    | 小栗 邦夫          |
| 2 | 挨 | 拶         | 農林水産省農林水産技術会議事務局研究推進課<br>技術政策情報分析官<br>広島県農林水産局農水産振興担当部長  | 島津 久樹<br>向井 雅史 |
| 3 | 選 | 賞         | 農林水産祭中央審査委員会園芸分科会主査<br>(農研機構・生物系特定産業技術研究支援センター<br>研究開発監) | 櫻村 芳記          |
| 4 | 業 | 績         | 令和5年度農林水産祭園芸部門天皇杯受賞<br>せとだエコレモングループ 会長                   | 宮本 悟郎          |

・・・休憩 (14:30~14:40) ・・・

- 5 ディスカッション (14:40)  
(登壇者)
- ・コーディネーター  
櫻村 芳記 (3に同じ)
  - ・業績発表者  
宮本 悟郎 (4に同じ)
  - ・コメンテーター  
徳田 博美 (農林水産祭中央審査委員会経営分科会専門委員  
(名古屋大学大学院農学研究科教授))  
根角 博久 (農研機構・果樹茶業研究部門研究推進部長)  
柳本 裕子 (広島県立総合技術研究所農業技術センター果樹研究部 副部長)

(内容)

- ・意見交換、質疑応答
- ・総括

- 6 閉 会 (16:00)

第35回「優秀農林水産業者に係るシンポジウム」出席者

R6.2.20（敬称略）

区 分	氏 名	所 属 ・ 職 名 等
業績発表者	宮本 悟郎	令和5年農林水産祭園芸部門天皇杯受賞者 せとだエコレモングループ 会長
コーディネーター 及び選賞審査報告	樫村 芳記	農林水産祭中央審査委員会園芸分科会主査 (農研機構・生物系特定産業技術研究支援センター 研究開発監)
コメンテーター	徳田 博美	農林水産祭中央審査委員会経営分科会専門委員 (名古屋大学大学院農学研究科 教授)
コメンテーター	根角 博久	農研機構・果樹茶業研究部門研究推進部長
コメンテーター	柳本 裕子	広島県立総合技術研究所農業技術センター 果樹研究部 副部長
挨 拶	島津 久樹	農林水産省農林水産技術会議事務局 研究推進課技術政策情報分析官
	向井 雅史	広島県農林水産局農水産振興担当部長
司会・進行	小栗 邦夫	(公財) 日本農林漁業振興会 常務理事

## 園芸部門

出品財 経営（レモン）

せとだエコレモングループ

広島県尾道市



### 1 地域の概要

尾道市瀬戸田町は、広島県の東南部、尾道市と愛媛県今治市を結ぶ西瀬戸自動車道（愛称：瀬戸内しまなみ海道）の中央に位置し、生口島と高根島の2つの島からなる。年平均気温は15.9℃、年間降水量は1,100mm前後と温暖寡雨な瀬戸内特有の気候であり、レモン栽培に適した年平均気温15.5℃以上の条件を満たす。また、瀬戸内地域は風が弱く、強風により発生が助長される「かいはよう病」の被害を回避する上でも好条件であることから、全国有数のレモン産地となっている。

### 2 受賞者の取組の経過と経営の現況

輸入自由化と寒波によりレモンの生産が激減した瀬戸田町では、消費者の安全・安心志向に応えることで産地の復興を図るべく、レモンの特別栽培に取り組み、平成20年に生産者全員が広島県特別栽培農産物の認証を取得し、せとだエコレモングループが結成された。本グループでは、特別栽培された「エコレモン」の安定出荷や販路の確保に努め、瀬戸田町は国内有数のレモン産地となっている。

### 3 受賞財の特色

#### （1）特別栽培技術の確立

安定生産を基調として化学合成農薬・化学肥料の使用を低減した特別栽培に組織的に取り組み、独自の栽培基準や栽培管理手法を確立した。これにより、消費者の安全・安心志向に対応した「皮まで食べられるレモン」の安定供給を実現している。低温ハザードマップを活用し、収穫時期の寒波による被害を軽減する取組も進めている。

#### （2）安定的な販路確保と加工商品の開発

一般栽培に比べて加工仕向けの割合が高いため、食品メーカー等と連携して付加価値の高い商品を開発するとともに、量販店と連携した情報発信、周年出荷の取組、商標登録によるブランド力強化を図る等により販路の確保及び高価格での取引を実現することで、生産者が安心して特別栽培に取り組める環境を築いている。

### 4 普及性と今後の発展方向

実需者ニーズに対応した生産・販売に取り組むとともに、スマート農業技術を利用した安定的な生産や地域資源を活用した特別栽培を行うことにより、持続性の高い経営と産地を確立し次世代に引き継いでいく。

【開会】公益財団法人日本農林漁業振興会 常務理事 小栗 邦夫

敬称略（以下同じ）

只今から「優秀農林水産業者に係るシンポジウム」を開催いたします。

私は、農林水産祭の事務局を務めます日本農林漁業振興会、常務理事の小栗でございます。皆様には、引き続き、コロナウィルス、インフルエンザの流行が続く中に係わらずご参加いただきまして、誠にありがとうございます。また、本日はオンラインでも、一方通行ではございますが、ご視聴いただけるように対応しております。慣れない設営ではありますが、よろしく願いをいたします。

開催に先立ちまして、先の能登半島地震におきまして亡くなれた方のご冥福をお祈りいたしますとともに、被災された方々にお見舞いを申し上げます。

本日のシンポジウムは、農林水産祭で表彰されました優秀事例の成果を関係者の皆様方に広くお伝えすることにより、今後の農林水産業の発展の一助になればと、毎年開催しているものでございます。

農林水産祭は昭和37年に始まり、今年で62年を迎える伝統ある事業でございます。このうち、表彰事業は、過去1年間の各種のコンテストで農林水産大臣賞を受賞されました 500近い出品財の内から、厳正な審査を経て、天皇杯、内閣総理大臣賞、日本農林漁業振興会会長賞、いわゆる三賞を授与されるところでございます。特に天皇杯につきましては、わが国に天皇杯を授与されているものが全部で30ございます。代表的なものは、正月のサッカーとか、国体などがございますが、この30のうち、七つが農林水産部門に授与されているところでございます。ご皇室の農林水産業に対する深い思いであられ、誠にありがたく思っているところでございます。

本日は、このうち、園芸部門で天皇杯を受賞された広島県のせとだエコレモングループの宮本会長にお越しいただきました。天皇杯受賞後は一層お忙しくなれたと思いますが、快くお受けいただきました。改めてお祝いと御礼を申し上げますところでございます。

それでは、本日は、共催しております農林水産省から農林水産技術会議事務局の島津情報分析官にご参加いただいております。農林水産省を代表してご挨拶をいただきます。

【挨拶】 農林水産省農林水産技術会議事務局研究推進課

技術政策情報分析官 島津 久樹

ご紹介いただきました農林水産省の島津でございます。本年度の農林水産祭「優秀農林水産業者に係るシンポジウム」の開催に当たり一言ご挨拶を申し上げます。まずは、本日は大変お忙しい中多数の皆様にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。

さて、農林水産祭、天皇杯につきましては、先ほど小栗常務から十分ご紹介がございましたので、多くは申しません。農林水産祭といいますと、どうしても皇室にご来臨いただく「実りのフェスティバル」ですとか、明治神宮会館で大臣ご臨席のもとに行なわれまず授賞式ですとか、そういった華々しい行事のほうに目が行きがちでございますが、せっかくの業績を広く周知、普及する、これも農林水産祭の目的の一つであり、本日のシンポジウムはその一環という位置づけになります。受賞内容のすばらしさは、これから宮本様に語っていただくわけですが、常務からも少しご紹介いただきましたように、毎年数百の農林水産大臣賞が授与されるイベント、それから数百の農林水産大臣賞そのもの、この中からそれぞれの部門ごとに一つの枠のみに与えられる賞でございます。そのような数字を挙げさせていただきましますと、手が届く方というのは本当に限られた、名誉ある成果である、結果であるということをご実感いただけるのではないかと思います。

また、農林水産祭、天皇杯は大変歴史あるものでございます。一般には、天皇杯というとスポーツイベントという印象が大変強いのではなかろうかと思えます。広島で一番なじみが深いものといえば、先月行なわれました都道府県対抗男子駅伝、これも優勝県には天皇賜杯が与えられるというイベントでございまして、まずはスポーツという印象が一般国民の中では大変強うございますが、30ある天皇杯のうち7点が農林水産関係でございます。皇室は、以前から農林水産業と非常に縁が深うございまして、陛下は毎年、お田植えをされますし、皇后陛下は蚕を宮殿内で飼育しておられます。それも古くから農林水産業、実りと皇室は非常に深い関係があり、そういった思いが農林水産業を天皇杯という世界の中で、非常に重視いただいているというよい形になっていると認識しております。

本日の主役でございます、業績発表していただくせとだエコレモングループは、地元広島県では非常に著名ではないかと思われます。かなり早い段階で、化学合成資材の使用量を減らした特別栽培を確立、さらには皮まで食べられるレモンを構想し実現させ、一度は輸入材に押されて面積が減少した栽培を復活させる、そののろしとなったという実績がご

ございます。この時点で相当高評価と言ってもよろしいのですが、さらには加工品開発を食品メーカーと共同でおやりになった。加工品仕向けという、どちらかと言えば、安定供給はするが、単価は安いというのが国内の常識的なところですが、それでも非常に有利なビジネスを進められた、そういったことの実現でも非常に高評価かと思います。

こちらの会場に出向く前に広島駅に寄りまして、帰りの土産を先に物色しておこうと土産屋を少しのぞきました。広島土産と言えば、もみじ饅頭か、牡蠣か、広島カーブという思い込みが何となくあったのですが、入ってみますと、非常にレモンを素材にしたスイーツ類を初めとした加工品が非常に多数ございまして、これを切り開いたのも恐らくせとだの皆さんではなかろうかと思います。もちろん生産者のみではなくて、低温被害回避のため、あるいはブランド力強化のために、地元のJAが非常に力を入れて、生産者が安心して生産を続けられる、そういった環境を作り続けてきた、そういったことが現在の状況につながっているのではないかと、そのように考える次第でございます。

今日は、そのすばらしい業績をありがたく拝聴できる貴重な機会でございます。リモート参加の方には大変申し訳ございませんが、やはり対面でこういったものを聞けるということの情報量の多さ、それから一番中心にいる方に直接意見、ご質問等々を発信できる、このコロナの世界において必ずしもあるとは限らないような非常に貴重な機会を、本日参加の皆様は、十二分にご活用いただければと思います。

振り返ってみますと、天皇杯を受賞される方というのは、現在だけを見ていない方が非常に多い。過去も振り返り、それから20年後、30年後というものを見据えまして、常に新しいものを切り開いていく。特別栽培レモンでございますが、今、国では緑の食料システム戦略という政策を推進しておりまして、今や、SDGsに配慮した農業を中心にしていくという流れがございますが、恐らくせとだの皆さんが始めたころにはそんなものは影も形もございませんでした。六次産業化という話もございますが、恐らくそれも、そういった言葉が世に登場する前からせとだの皆さんは手掛けていらっしゃったということかと思えます。そういった他者に先駆けて、未来を見て切り開いてきた実績があるからこそ今がある、そういった点でも模範にさせていただいて、広島県の方々は地元このような方がいるということを誇りに思っていたきたいと思えますし、リモートで参加しておられる他県の皆さん方は一つのワード、一つの情報もいろいろとご参考にしてお持ち帰りいただければよろしいのではないかと考える次第です。

最後になりますが、本日のシンポジウムが、参加いただいている皆様にとり、一助とな

りますよう心から祈念いたしまして、挨拶とさせていただきます。（拍手）

○司会 続きますは、シンポジウムの開催に当たりましては、地元広島県の関係者の方々に大変お世話になっております。この席をお借りして厚く御礼を申し上げます。本日は農林水産局の向井担当部長に参加いただいております。県を代表してご挨拶をお願いいたします。

**【挨拶】 広島県農林水産局農水産振興担当部長 向井 雅史**

ご紹介いただきました広島県農林水産振興担当部長の向井でございます。令和5年度第62回農林水産祭「優秀農林水産業者に係るシンポジウム」の開催に当たり一言ご挨拶申し上げます。

本日のシンポジウムは、今年度の農林水産祭の園芸部門で天皇杯を受賞されましたせとだエコレモングループの業績をご紹介いただき、広く普及させていくことを目的としており、オンラインと会場の双方から多くの方々の参加をいただき、開催されますことは大変意義深いものであると考えております。開催に当たりまして、主催の農林水産省並びに日本農林漁業振興会の皆様方におかれましては、多大なご尽力をいただき、深く感謝申し上げます。

さて、改めまして、せとだエコレモングループにおかれましては、このたびの天皇杯受賞誠にめでとうございます。瀬戸田地域は温暖な気候を活かして古くからの柑橘栽培が盛んで、特にレモンに関しましては、平成20年、県内初となる産地単位での「安心！ひろしまブランド」特別栽培農産物の認証を受けられ、せとだエコレモングループが結成されて活動されており、その活躍は皆様ご承知のとおりでございます。

一方、県におけるレモンの取組を少し振り返りますと、平成22年12月に策定いたしました「2020広島県農林水産業チャレンジプラン」に重点品目として位置づけたのがスタートでございます。需要の9割を外国産が占めていた国内市場において、安全・安心な広島レモンの販売促進を強化することで、幾ばくかでもシェアを獲得することを目指し、生産量1万t、販売額22億円を目標にレモンの周年供給体制の確立と業務需要の拡大に向けて取り組んでまいりました。

こうした中において、せとだエコレモングループの取組はレモンの生産拡大を進める先駆者として、また広島レモンの安全・安心のイメージを高めるブランド向上の牽引者として県内の産地をリードしていただきました。また、これらの取組は瀬戸田地域における柑

橘経営の収益性を高め、若い生産者の確保につながり、力強い産地の育成という成果に結びついているものと考えております。県といたしましても、せとだエコレモングループの取組をモデルとしながら、関係機関や産地の皆様と連携して次世代の担い手育成や今後の産地の振興に取り組んでまいりたいと考えております。

終わりにになりましたが、本日のシンポジウムを契機として産地が一層発展するとともに、皆様のますますのご活躍とご健勝を祈念いたしましてご挨拶いたします。本日はどうぞよろしくお願いいたします。

○司会 ありがとうございます。それでは、これから議事に入ります。最初に、選賞審査報告を中央審査委員会の園芸分科会の主査であります農研機構の榎村研究開発監にお願いいたします。

**【選賞審査報告】農林水産祭中央審査委員会園芸分科会主査 榎村 芳記**  
(農研機構・生物系特定産業技術研究支援センター  
研究開発監)

ご紹介にあずかりました農研機構の榎村と申します。私は農林水産中央審査委員会で園芸分科会の主査を担当いたしましたので、私から今年度の園芸部門における審査の経緯についてご報告させていただきます。

まずは、せとだエコレモングループの皆様、天皇杯の受賞、本当におめでとうございます。皆様、ご存じのとおり、わが国農業は担い手の高齢化や労働力の不足、さらに肥料などの農業資材の高騰など、厳しい状況にあります。せとだエコレモングループを初めとして、三賞を受賞された皆様は、さまざまな努力、工夫により、多くの困難を乗り越え、すばらしい経営を実現しておられます。本日はその中でも最高位の天皇杯を受賞されたせとだエコレモングループについて、

このような場で広く皆様にご紹介できることは非常に意義深いことと考えております。

それでは、審査の経緯についてご紹介させていただきます。農林水産祭の趣旨につきましては、先ほど日本農林漁業振興会の小栗様、並びに農林水産省の島津

**【農林水産祭の趣旨】**  
国民の農林水産業と食に対する認識を深めるとともに、農林水産業者の技術改善及び経営発展の意欲を高めるため、農林水産省と公益財団法人日本農林漁業振興会の共催により昭和37年から実施。令和5年度は62回目。

**【農林水産祭選賞部門】**  
●農産・畜系部門 ●園芸部門 ●畜産部門 ●水産部門  
●林産部門 ●多角化経営部門 ●むらづくり部門  
●女性の活躍

**【授賞区分】**

 天皇杯	 内閣総理大臣賞	 日本農林漁業振興会会長賞
---	--	--

2

様からご説明がありましたので、ここでは割愛させていただきます。

農林水産祭では、スライドに映っておりますが、中ほどに記載しております八つの部門それぞれで審査を行ないまして、優秀な生産者に天皇杯、内閣総理大臣賞、日本農林漁業振興会会長賞の三賞を授与しております。本年度の園芸部門における審査ではせとだエコレモングループが最高位である天皇杯に輝きました。

ここから園芸部門における選賞の経緯をご説明いたします。本年度は令和4年の7月から令和5年の6月までの1年間に、農林水産祭参加表彰行事におきまして、農林水産大臣賞を受賞しました野菜で32点、果樹で37点、花卉で68点、経営で16点、合計 153点を対象に審査を行ないました。先ほど八つ

**【第62回農林水産祭(園芸部門)選賞経過】**

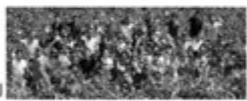
- ・選賞対象:令和4年7月～令和5年6月の農林水産祭参加表彰行事において農林水産大臣賞を受賞した153点(うち野菜32点、果樹37点、花き68点、経営16点)
- ・選賞経過
  - 令和5年7月26日 第1回園芸分科会にて書類選考により現地調査対象を選出
  - 令和5年8月22～31日 現地調査
  - 令和5年9月7日 第2回園芸分科会にて三賞候補を選考
- ・選考委員(園芸分科会委員・専門委員)
  - <委員>  
櫻井芳記(農研機構)、片岡圭子(愛媛大学)、中山真義(農研機構)
  - <専門委員>  
藤田雅美(名古屋大学)、西山未真(宇都宮大学)、坂田好輝(元農研機構)  
山崎 篤(農研機構)、田中芳秀(ながさき西海農協)、本多親子(東京大学)  
大西 隆(セントラルローズ)、山中正仁(兵庫県立農林水産技術総合センター)

\* 下欄は本日の参加者

の部門ごとに審査を行なうと申し上げましたが、この 153点という審査対象の数はほかの部門に比べてかなり多く、園芸部門で受賞の榮譽を得るには大変狭き門を突破しなければならない状況にございました。選考に当たりましては、経営面、技術面に加えまして、地域社会への貢献といった面から優秀性を審査いたしました。審査は、私、並びに、本日、後ほどコメンテーターとしてご参加いただきます名古屋大学大学院の徳田先生のほか、ここに示しました11名の委員及び専門委員により、2段階で行ないました。まずは昨年7月に行ないました第1回分科会におきまして、ご提出いただいた書類に基づく審査を行ない、現地調査の対象を選出いたしました。その後、8月の下旬に2名ないし3名の委員がそれぞれの現地にお伺いし、直接、生産や経営の実態についてお話をお伺いするとともに、園地や施設などを視察させていただきました。この現地調査の結果を踏まえまして、9月7日に開催されました第2回の分科会で三賞の候補を選考いたしました。この選考結果が10月に開催されました中央審査委員会総会で決定された次第でございます。

こちらが、今回、園芸部門で三賞に選

**【三賞の決定】**

<b>天皇杯</b> せとだエコレモングループ (会長 宮本 悟郎) 広島県尾道市 「消費者の求める「皮まで食べられるレモン」 に特別栽培で取り組む」 
<b>内閣総理大臣賞</b> JAやさと有機栽培部会 (部会長 田中 宏昌) 茨城県石岡市 「地域に新規就農者を呼び込み、 ともに地域資源循環型農業に取り組む」 
<b>日本農林漁業振興会会長賞</b> JA愛知みなみスイートピー出荷連合 (代表 小久保 禮次) 愛知県田原市 「部会員が一体となりブランド化、高品質化を 推進するスイートピー生産」 

ばれた皆様です。一番上が天皇杯を受賞された広島県尾道市のせとだエコレモングループ。会長の宮本様には後ほどご講演いただきます。受賞理由につきましては、この後、詳しくご説明いたします。中段が内閣総理大臣賞となります。今回は茨城県石岡市のJAやさと有機栽培部会が受賞されました。農業の現場では担い手、特に若手の確保がむずかしい状況にありますが、この部会はJAや石岡市の研修機関と連携して、新規就農者を育成し、研修後に新たな部会員として迎え入れることで、有機野菜の生産を拡大していることが高く評価されました。若手の生産者が中心となって運営しており、非常に活気のある部会でございます。3番目の日本農林漁業振興会会長賞は愛知県田原市のJA愛知みなみスイートピー出荷連合が受賞されました。スイートピーは比較的安価な花として認識されているのですが、この産地は、生産規模が比較的小さいことから、収量ではなく、品質を重視した生産販売に努めまして、さまざまな創意工夫を行なった結果、高級花としてブランド化し、高値での販売に成功したことが高く評価され、受賞に至りました。近年は市場と連携し、輸出に取り組んでいる点も評価されました。

次に天皇杯を受賞されたせとだエコレモングループにつきまして受賞理由をご説明いたします。まず1点目として輸入自由化と寒波により激減した瀬戸田町のレモン生産の復興を図るべく、消費者の安全・安心志向に対応した特別栽培に取り組み、瀬戸田町におけるレモン生産の発展に寄与した点が高く評価されました。

**【天皇杯受賞理由】**

1. 受賞者の取組の経過と経営の現況

- 輸入自由化と寒波によりレモンの生産が激減した瀬戸田町では、消費者の安全・安心志向に応えることで産地の復興を図るべく、レモンの特別栽培に挑戦
- 平成20年に生産者全員が広島県特別栽培農産物の認証を取得し、せとだエコレモングループを結成
- 特別栽培された「せとだエコレモン」の安定出荷や販路の確保に努めた結果、瀬戸田町は国内有数のレモン産地に発展

5

この後、宮本会長から詳しくご説明があると思いますが、一時は生産が激減した国産レモンですが、1970年代後半に輸入レモンから防カビ剤が検出されたことを契機に国産品に対する消費者ニーズが高まったことを受け、瀬戸田町では再びレモンの増産に取り組み始めました。瀬戸田町では堆肥による土づくりなど、環境に配慮した栽培を進めてこられたところですが、生協組合員などの消費者からは、安全・安心な皮まで食べられるレモンが欲しいという期待が示されました。そこで、化学合成農薬、化学

**【天皇杯受賞理由】**

2. 受賞者の特色

① 特別栽培技術の確立

- 安定生産を基調として化学合成農薬・化学肥料の使用を低減した特別栽培に組織的に取り組み、独自の栽培基準や栽培管理手法を確立
- 消費者の安全・安心志向に対応した「皮まで食べられるレモン」の安定供給を実現
- 低温ハザードマップを活用し、収穫時期の寒波による被害を軽減する取組を推進



6

肥料を従来の栽培方法の半分とする栽培、つまり特別栽培の確立に組織的に取り組み、平成20年、2008年になりますが、「広島県特別栽培農産物」の認証を取得したことを契機といたしまして、248戸の生産者からなるせとだエコレモングループが発足いたしました。輸入自由化に伴う販売価格の低下や寒さによる被害などの厳しい状況を、消費者ニーズを的確にとらえ、努力、工夫を重ねることで克服したことは称賛に値するものと評価されました。特別栽培に取り組んだと簡単に申し上げましたが、柑橘の中でも病気や寒さに特に弱いレモンで特別栽培を実現し、さらに特別栽培されたレモン、つまり本日のシンポジウムの副題にも掲げられております「皮まで食べられるレモン」を安定して生産、供給するためにはなみなみならぬ努力や工夫があったものと思われまます。技術面における努力としては、天然由来農薬や有機質肥料の利用による化学合成農薬、化学肥料の削減に取り組んだほか、除草剤の使用回数を制限する、エコレモンを生産する園地はエコレモンだけの生産に限定することで、エコレモン以外に使用した農薬が飛散することを避けるなど、独自の基準を設けるとともに、防除履歴の提出や定期的な農薬残留検査などにより特別栽培の信頼性を確保しています。

もう一つの努力、工夫としまして、安定的な販路を確保することで、生産者が安心して特別栽培に取り組める環境を構築してきたことが挙げられます。この点については、この後ご講演いただく宮本会長のご尽力によるところが非常に大きいと思いますが、大量流通

**【天皇杯受賞理由】**

**2. 受賞者の特色**

**② 安定的な販路確保と加工商品の開発**

- 一般栽培に比べて加工仕向けの割合が高いため、食品メーカー等と連携して付加価値の高い商品を開発
- 量販店と連携した情報発信、周年出荷の取組、商標登録によるブランド強化を図る等により販路の確保及び高価格での取引を実現



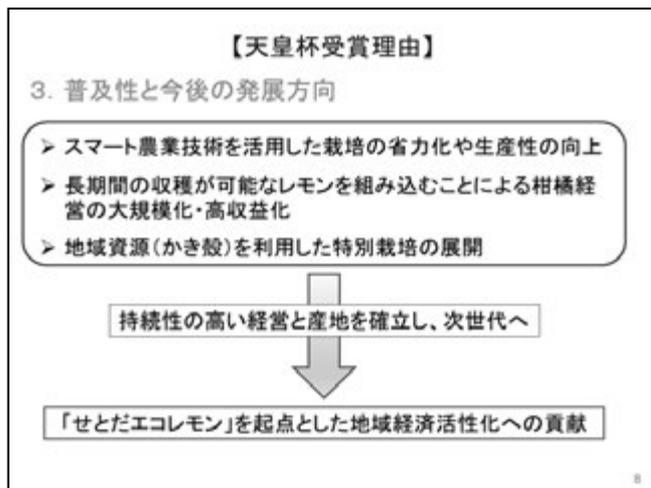

皮まで安全安心な「せとだエコレモン」

➢ これらの取組により、生産者が安心して特別栽培に取り組める環境を構築

ルートである卸売市場に積極的にアクセスすることで販売量を拡大するとともに、量販店との連携、リンゴの貯蔵施設を利用した周年出荷に向けた取組、商標登録などによるブランド力の強化など、多面的な取組をされてきたことも評価のポイントとなりました。また、特別栽培の場合、どうしても外観に問題があり、生食用に出荷できない果実の割合が高くなりやすいという問題がありますが、食品メーカーなどとの連携で、独自の商品を開発し、加工向け果実の販売強化に取り組まれたことも功を奏したと思います。

最後に今後の発展方向ですが、レモンは寒さに弱いため、温暖な瀬戸田町でも低温による被害を受けるリスクがあります。せとだエコレモングループでは、ITを利用してこの

ようなリスクを下げるための取組を行なっているほか、スマート農業技術を活用した生産の安定化や省力化にも取り組まれております。レモンだけで経営を成り立たせることはむずかしいと思いますが、収穫期間が長い点を活かし、柑橘経営における品目の一つにレモンを取り入れるこ



とで、経営規模の拡大や収益性の向上に寄与することが期待される点も評価されました。

「せとだエコレモン」の効果は柑橘生産に限ったものではなく、食品産業、観光業など、地域経済全体の活性化にも大きく貢献するものと期待されております。

以上が私からの報告になります。ありがとうございました。

○司会 櫻村様、ありがとうございました。続きまして、業績発表を天皇杯受賞のせとだエコレモングループの宮本会長にお願いいたします。

**【業績発表】令和5年度（第62回）農林水産祭園芸部門 天皇杯受賞  
せとだエコレモングループ 会長 宮本 悟郎**

それでは、失礼いたします。ご紹介にあずかりましたせとだエコレモングループの会長をさせていただきます宮本悟郎と申します。よろしくお願いを申し上げます。

このたび、第62回農林水産祭におきまして天皇杯を授与していただくことができました。これも、地元のグループの生産者の地道な努力とともに、本日ご出席の関係者の皆様方のご尽力によってこういう賞に導かれたのではなかろうかなと、大変深く感謝を申し上げます。ありがとうございます。

私はエコレモングループの会長を現在させていただいておりますが、昨年までは農協の職員としてあわせてエコレモングループの会長として勤務をさせていただいておったところでございます。ちょうど昨年定年を迎えるに当たりまして、今年1年間は専業農家ということで、現在、柑橘、またレモン栽培と、あわせて農協にも運営委員会という組織がございますので、そちらのほうに少し関わりを持たせていただきながら現在仕事をさせていただいているところでございます。

目次としまして5項目ほどございますが、順番に「せとだエコレモン」の歴史と概要、取組についてお話をさせていただいたらと思っているところがございます。

まずは、当地区の立地条件でございますが、瀬戸内海に浮かぶ島、生口島と高根島の2島で栽培をいたしているところがございます。愛媛県と広島県のちょうど県境という、温暖で、大変風の少ない、レモンの栽培には大変適した地域ということで、昔ながらの先人が適地栽培としてレモンを日本一にした産地であると思っているところがございます。レモンにつきましては、

年間10月から5月まで長期間にわたりまして収穫をしてるわけでございますが、通常、年内から年明けにかけてが一つのピークとなり、この3月から4月にかけて、木に成っているレモンについては、ご覧のように、これから収穫を迎える状態になっているところがございます。

瀬戸田町におきましては、大きな産業といたしまして、農業以外に造船業、また観光というものが3大産業になっているところであります。こちらは生口島と高根島を結ぶ高根大橋であり、多々良大橋は、愛媛県と広

目次	
1	地域の概況
2	グループの概要
3	経営の特色
4	経営の成果
5	今後の取組方向

JA せとだエコレモン

### 1 地域の概況

(1) 立地条件

- ・尾道市瀬戸田町は、県の南東部に位置する生口島、高根島の二つの島からなり、合計面積は32.75km<sup>2</sup>。
- ・国内外からしまなみ海道サイクリングに訪れる観光客が増加している。
- ・温暖で雨の少ない瀬戸内特有の気候。(平均気温15.9℃、年間降水量1,100mm)
- ・風が弱い瀬戸内の地域は、かいよう病の被害を回避する上でも好条件。
- ・このため、瀬戸田地域は全国一のレモン産地となっている。



JA せとだエコレモン



島県を結ぶ橋でございます。尾道市におきましても観光というもの一つのベースに、サイクリング等、活発な誘致をしながら、また地域におきましては、向上寺、あるいは耕三寺、また平山郁夫美術館、それぞれ観光の分野でも幅広く宣伝をしているような島でございます。



それでは、グループの概要を少しお話しさせていただきます。ただただと思わさせていただきますが、もともと瀬戸田でレモンの栽培は明治時代から作っていたのではなかろうかと伺っているところでござい

## 2 グループの概要

**(1) レモン栽培の導入と生産拡大～輸入自由化による激減**

- ・ 地域には水田がなく、総農家の50%が柑橘専業農家。
- ・ 1戸当たり経営面積は約1.5haで、県内の柑橘産地では規模が大きい。
- ・ 明治32年 ネーブル導入
- ・ 昭和元年 レモン商業栽培開始
- ・ 昭和6年 うんしゅうみかん導入
- ・ 昭和38年 全国一のレモン産地に。瀬戸田産が900tとなり、全国のレモン生産量の75%を占める。
- ・ 昭和39年 レモン輸入自由化。生産量は自由化前の1/3に激減。

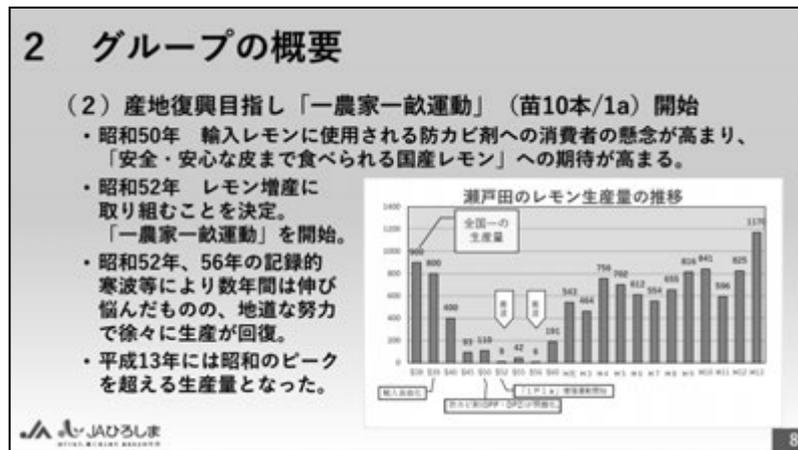
国産レモン発祥の地 石碑

JAひろしま

ますが、本格的には昭和元年にレモンの商業栽培が始まり、適地という中で徐々に面積が増え、昭和38年には全国 1,200 tあるうちの約 900 t、レモン全体の75%を占めるような全国一の産地になったときでございます。しかしながら、翌昭和39年には国の施策でありますオレンジ、レモンの輸入自由化ということで、特にアメリカのサンキストのレモンが大量に入ってくる、また安価に入ってくるということで、レモンではなかなか経営が成り立たないということで、一斉に農家さんはレモンを切って、産地として一旦は消滅してしまう。グラフにもありますように、当時 900 tあったものが、輸入自由化によって、あっという間に半減、また右肩下がり、ほとんど産地としてはなくなってしまったのが生産者としては一番苦しい時代であったのではなかろうかなと思います。

そういう中で、一つの転機として出てきましたのが、一番量が減った時代、昭和50年にサンキストの輸入レモンに対して防カビ剤、OPP・TBZが使用されている可能性があるという懸念が高まる中で、やはり皮まで安心して食べられる国産レモンを瀬戸田で作ってもらえないだろうか。今まで取組をしておりました生協さんについても、なかなか価格には勝てないで、輸入自由化になったら一旦取引が厳しくなってきたということであり

ますが、これを契機に国産レモンをもう一度復活してもらいたいというような動きの中で、農協の先人たちが農家さんにお願いをしながら、一度壊滅した産地を復活していく。農家さんはそう簡単



には「いいよ」という話にはならなかっただろうなと。そういうふうなことで、農協は苗木を農家さんに配りながら、一畝ずつでもいいから、経営に余り影響のないところから始めてもらえないかと、これも大変な努力がそこで行なわれたのではないかなと。そういうふうな先人の努力によって、グラフにありますように、少しずつ生産量が伸びていったわけでございます。平成13年には昭和のピークとなる生産量になり、2回目の日本一の産地が復活したということでございます。

農協といたしましても、大変順調に事が進んでおったというわけでございますが、やはり量的に増えてくる中で、販売先も少しずつ開拓をしている状況の中でも、なかなかレモン自体の販売がむずかしくなってきたのが平成10年代ぐらいに入っております。それはなぜなのかということではありますが、先ほど申しましたように、当然ながら量的に増えたことが受け皿という販売先とのリンクがなかなか上手にできていなかったというのも一つありますが、もう一つは、国産レモンとしての位置づけ、また宣伝、消費者への浸透力、そこらが徹底できていなかったのかなと。広島県は日本一の産地ではありますが、価格の誘導力というものもなかなかむずかしい中で、安定した販売がなされていかなかったというところで、レモンがちょっと厳しくなってくるのかなというような時代に突入してしまつた。わかりやすく言いますと、広島県はレモンが日本一でございます。2番目の産地は愛媛県でございます。愛媛県も当然ながら瀬戸内の産地でレモンをつくられております。しかしながら、日本一の柑橘産地である愛媛県については、やはり温州ミカンが中心なので、宇和、西宇和、この辺が主力産地であります。そういう中で、ミカン自体も同じ時期に大変厳しい販売を強いられた時代でございます。1箱1,500円、2,000円、売ればよしというような時代とちょうど交差します。そういったときに広島県としては日本一のレモンをやはり3,000円を一つの目安にして安定販売をしていかなければ、生産者が安定的に

作ってくれないという中で推進をしておりましたが、そこが消費者までなかなか浸透していかない。ミカンでさえ、2,000円、1,500円で売れるのだったら、レモンも2,000円、1,500円で上等ではなかろうか。なかなか売れない時代ですから、愛媛県も当然そんな値段で販売をしていく。レモンの価値観よりは、やはり価格優先的なところが締めつけとして生産者の経営を圧迫してきたというのがちょうどその時代ではなかろうかと。将来的にはなかなか厳しい中で、これからも日本一の座を守っていくためには、このままの状態であったら、産地も2回目の崩壊につながるのではなかろうか、売り先がなくなるのではなかろうかという危機感があった時代であります。

そういう中でいかにして日本一のレモン産地を再度安定的な販売へ導いていかなければいけないかというところで、農協としてはいろんな情報をもとに模索を始めたわけでございます。

## 2 グループの概要

(3) 環境に配慮した生産のはじまり

- ・平成10年代 堆肥による土づくりや被覆植物の利用など環境に配慮した栽培を推進。
- ・平成15年 第8回環境保全型農業推進コンクールで優秀賞を受賞。
- ・平成20年「安心! 広島ブランド」特別栽培農産物の認証取得を契機に「エコレモン」が誕生。
- ・同年、エコレモン栽培者248戸からなる「せとだエコレモングループ」発足。




9

そういう中でやはり原点に戻って考えていくと、過去の輸入自由化の経験をもとに、やはり皮まで安心して食べられるレモンというものが消費者に求められている、そこは追求していくべきだろうと。日本一の量の産地ではない。品質といっても、やはり安全性が一番重要であろうというところで、たどり着きましたのが平成20年に資格認証をいたしました特別栽培農産物でございます。国の施策としてみどりの食料システム戦略等がありますが、無農薬であるとか、有機であるとか、いろんな栽培方法があります。それぞれいろいろとメリット、デメリットがありますが、われわれがここで基本的に考えたのは、やはり個人の農家、レモン農家さんを助けると言ったら失礼ですが、一緒になって踏ん張らなければいけないが、基本的には産地、皆さんでレモン産地を守らなければいけないというのが根本にあったわけでございます。したがって、産地全体の生産者がこういう取組に参加できて、一つのブランドがもう一度できる、そういう環境を整えたいということで、この特別栽培農産物については産地認証という方向を目指してきたわけでございますが、当時は制度設計の中で個人認証だというのがありました。県の担当者の方と1年間やりとりをしながら、産地の思いを十分汲んでいただきながら、1年たったら「団体認証でもオーケーですよ」ということで、県のほうと一緒にタッグを組むことができた、これが大きな

一歩であったのではなかろうかなと思います。

そういうふうなことで、平成20年に特別栽培の認証を取ったわけですが、このときも農家さんについては、過去の輸入自由化であるとか、価格低迷であるとか、なかなか素直にという言い方をしたらあれですが、「では、それに取り組もう」というのはなかなか厳しい反応がございました。レモンは、当時、農協では毎年苗木を植えて、日本一のレモン産地を守ろうというのがスローガンでございましたが、生産者の立場で言いますと、10年先までレモンを本当に作れるのか、農協はこれからも推進するが、10年たったら「だめだからやめてください」と言われるのではないかというふうな強い意見も出る中で、われわれがこれからレモンを将来的に残していくのは、量が増えた中では、ほかの産地と違うブランドとして生まれ変わらなければいけない。そこはやはり特裁を取って、県の認証でもって後押しをしてもら

って、「皮まで食べられるレモン」というキャッチコピーを全国に広めていかなければいけない。その強い信念が生産者にも受け入れられた

## 2 グループの概要

消費者の求める「皮まで食べられるレモン」の生産に産地全体で基準を統一した特別栽培で取り組む。

農林水産省ガイドラインによる表示	
特別栽培	レモン
肥料削減率	施用比5割減
化学肥料（窒素換算）	施用比5割減
栽培責任者	ひろしま農業協同組合 柑橘事業部 せとたけ農産指導課
住所	広島県尾道市瀬戸田町中野409-8
連絡先	0845-27-2295
栽培責任者	ひろしま農業協同組合 柑橘事業部 せとたけ農産指導課
住所	広島県尾道市瀬戸田町中野409-8
連絡先	0845-27-1885



10

のではなかろうかなと感じるところでございます。それによって、228戸、レモンの栽培農家の方が一斉に特裁を取ってエコレモンの始まりということになったわけでございます。

エコレモンにつきましては、特裁でございますが、表の一番上段にあります、農薬あるいは化学肥料、基準の5割減ということで作っていかなければいけない。5割減でございますので、当然ながら病虫害の発生あたりがありますと、かなり生産量も不安定になってくる。そういう状況の中ではありませんでしたが、直近の令和3年には生産

## 2 グループの概要

### (4) グループの現況

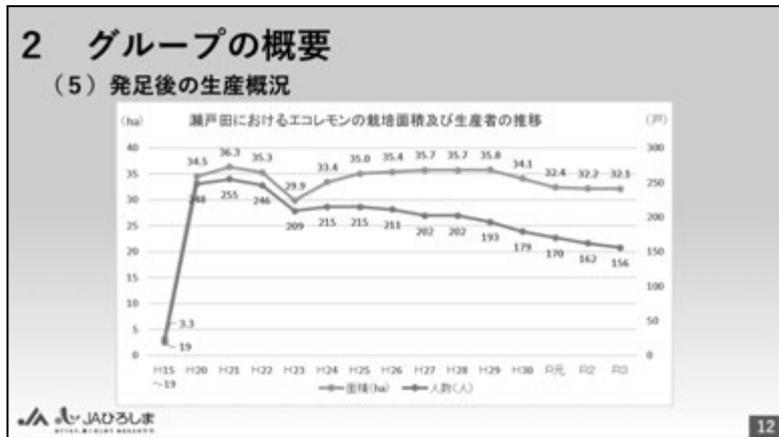
- 令和3年のエコレモン生産者は156戸。栽培面積は32ha。
- 令和3年産は604t出荷。  
(多い年には約1千トン。)
- 販売額は約2億円。
- 令和5年第52回日本農業賞(集団組織の部)大賞を受賞。
- 令和5年第62回農林水産祭天皇杯(園芸)を受賞。



11

者156名、30ha。また、販売金額2億円というところまで達成することができているわけ  
でございます。

この中で、表を見ていただくとわかりますように、皆さんの意向とともにエコレモンを  
進めてきたわけですが、何せ産地がどこでも  
持っている後継者問題、ど  
ンドン人が減ってくる。青  
い棒グラフが人数でござい  
ます。ジワッと人が減っ  
てくる。それをカバーでき



るだけの施策がなかなかないということではあります、その中で唯一見ていただきたい  
のが赤いほうの面積でございます。当初から30haあったものが直近でも30haとほぼほぼ変  
わっていない。これは何を意味するかということではありますが、結局、1人の生産者のエ  
コレモンに対する栽培面積が増えた。したがって、人の数は減っても現状の面積は維持で  
きた。そこが生産者も特裁を取って、加工原料ができ、製品需要が下がりというような実  
態の中でも、エコレモンに取り組まなければ、産地は今後も安定しないということが皆  
さん方の心の底に残った結果、面積が減らずに、安定的に、離れたところもだれかが作る  
というような結果になっているのではなかろうかなと思うところであります。

そういうことで、先ほど  
申しましたように、令和3  
年度につきましては、若干、  
生産者は減っておりますが、  
156名、また面積は32ha、6  
04 t の2億円。この販売額  
については、寒波の状況に

## 2 グループの概要

### (6) 生産概況

せとだエコレモングループ 近年の生産者数及び販売額

年 度	生産者数 (戸)	面積 (ha)		販売量 (t)		販売額 ※ J A 出荷
		※ J A 出荷				
平成30年度	178	34.1	502	1億8千百万円		
令和元年度	170	32.4	996	3億1千4百万円		
令和2年度	162	32.2	710	2億5千2百万円		
令和3年度	156	32.1	604	2億円		

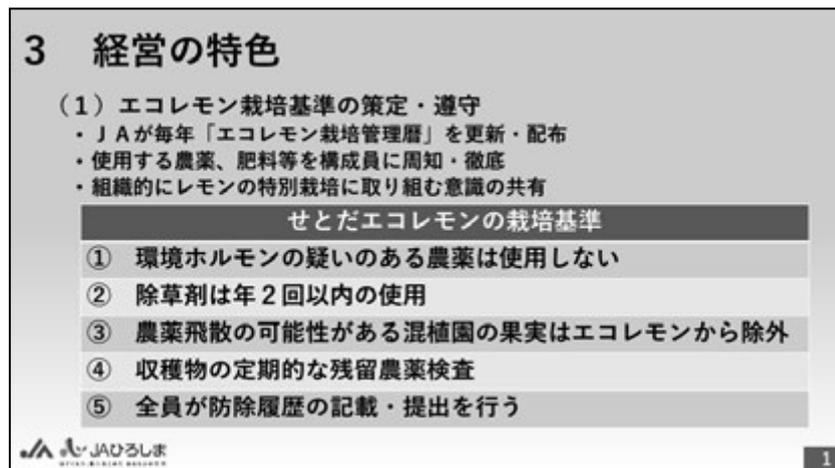
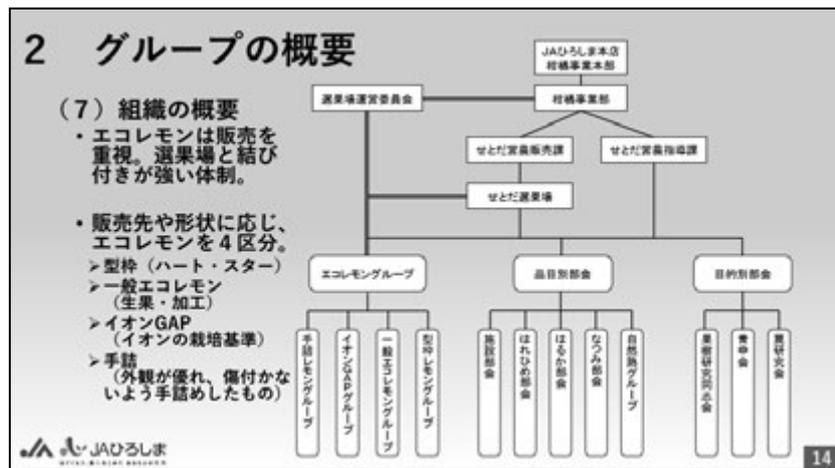
よって豊作、不作がありますので、2億から3億ぐらいの間で推移をしているという実態  
でございます。

エコレモンのグループにつきましては、根本的にでき上がったものをいかに販売してい  
くかというのが生産者の一番危惧するところでございます。言われたとおりに特裁で作っ  
ていく中で、ちゃんと予定どおりに販売がなされるのかどうなのか、でなければ経営を圧

迫してしまう。そういうふうな組織体系の中で、ここにありますように、エコレモングループの中には、ハートあるいはスターの型枠のレモンであるとか、

またイオンのGAPであるとか、手詰めグループであるとか、それぞれ生産者の意向に沿ったようなかっこうで、少しでも生産者手取りが上がるようなグループ形成。さらに、右のほうには品目別部会とか、目的別部会とかございますが、通常、農協の場合では生産指導をベースに部会を形成するわけでございますが、エコレモンについては、生産指導もさることながら、上に行きますと、選果場の運営委員会と。やはり販売と直結したような組織運営をしていく。したがって、生産者が納得できるような栽培方法で、さらに納得できるような価格で販売をしていくということが生産者に受け入れられておったところではなかろうかなと考えているところでございます。

そうは言いましても、生産者につきましても難しい面がたくさんございます。栽培基準をそれぞれ書いておりますが、基本的には特裁に沿ってやらなければいけないということでいろいろあるのですが、一番ネックになっているのが⑤でございます。栽培履歴の記帳は、今まで一々書面に書いたことがない方がほとんどでございます。もう70代、80代の方もちゃんと履歴書を書いてくださいねと。これに対して、最初はかなり抵抗があったわけですが、やはり周りの生産者みんなが一緒になって協力していただきながら、1人も取り残すことなく、一緒になって特裁の認証を受けることができたということが、産地全体が一つの方向に向いて取り組むという一つの大きな柱になったのではなかろうかな



と思っているところでございます。

そうは言いますが、やはりレモンの販売について、特にいろんな場面で言われますのが、より生産者手取りを高く、より有利に販売していくということになると、すぐ

### 3 経営の特色

(2) 市場の卸売機能の発揮・量販店との連携

- ・当初は、輸入レモンに市場を奪われ、国産レモンの認知度は乏しい。
- ・一方、レモン植栽の増加で出荷量が増え、需給バランスが崩れる危機。
- ・市場の卸売機能を最大限活用し、販路拡大する戦略を採る。
- ・各市場を産地自ら訪問し、安全・安心なエコレモンの価値をアピール。
- ・地道な努力で近畿から東日本にかけ、多くの市場を通じた販路を確保。
- ・イオングループや生協と市場経由で安定的な取引を実現。
- ・エコレモン栽培基準と、イオンGAPや生協の基準とのすり合わせ
- ・実需者との信頼に基づいた安定的な取引関係を築いている。

JAひろしま

短絡的に直接取引で直接販売をしたら一番儲かると。あるいはインターネット販売であるとかいろいろありますが、やはりわれわれが一番原点で思っているのがレモンの認知度をまず上げていく。全国にこのレモンのポジショニングをつくっていくのだと。国産レモンはこういうふうな商品であるということ年全国の生産者PRしていかなければいけない。ただ儲けるだけではないという観点から、そこにありますように、卸売市場。うちはほとんど卸売市場を使っています。卸売市場の方が販売については専門でございます。農協だけで直接販売をしても、人員的な問題、いろいろそう簡単な話にはならないが、やはりわれわれ産地の思いを全国30社ほどある市場の担当者だけでなく、社長以下、役員様皆さん方に説明をしていけば、産地のこういう思いが伝わる。そこにもってきて、市場が瀬戸田のレモンを絶やしてはいけない、また瀬戸田の産地をこれからも支えなければいけないというような絆といいますか、信頼関係といいますか、そういうものが市場筋の中で連携として生まれてきた。ここらによって、当然ながら、価格帯についても安定的に将来に残る価格を中心に、全国のレモンの価格の主導権を握れる産地形成ができる市場販売に特化していったわけでございます。何分、販売については、農協関係は疎いものがありますが、そういう理解を十分していただく中で、安定的な販売に少しずつたどり着いたのかなと思います。

そういう流れの中で出てきましたのが長期貯蔵による長期販売であります、市場側は、言い方は悪いですが、年内から年明けにかけて、寒い時期にレモンは

### 3 経営の特色

(3) 長期貯蔵技術により長期販売

- ・10月から4月 露地レモン
- ・翌年5月から7月 鮮度保持フィルムで個包装した貯蔵レモン
- ・6月から9月 ハウスレモン（特別栽培ではない）

JAひろしま

第1回目のピークになります。これから4月、5月が第2回目のピークであります。第1回目のピークというのは寒い時期ですから、消費者もレモンはそんなに食べない。やはり暖かくなったら消費が増える。したがって、量が増えてきたときには余るのですよね。

だから、オーバーフローしてしまう。このオーバーフローしてしまう分について、12月、1月、2月、市場が売り切れない数量については、とりあえず長期貯蔵のほうに回すと。消費者が消費者志向としてどんどん求めてきてくれる春先にかけて貯蔵レモンとして販売をかけていく。市場側の要請にも応えられるし、またそれをすることによって、年間安定した数量を販売することができる。すべてが商談取引でございます。年間の数量と単価を決めながら販売するわけでございますから、ある程度安定した数量、価格を取っていくためには出たところ勝負では金が取れない。それをすべてこちらの長期貯蔵のほうに回していく取組に傾注していったわけでございます。その中で特にJAながののリンゴの貯蔵庫を借りながら、JAながの

### 3 経営の特色

(4) 他産地との連携

- ・ 5月～7月出荷の貯蔵レモンをJAながののりんご用冷蔵庫で貯蔵。
- ＞ 瀬戸田からJAながのにコンテナ輸送
- ＞ JAながので選果・仕分け・貯蔵
- ＞ レモンの需要が増える5～7月時期に東京を中心とした関東市場に出荷

JAながののメリット

- ・ りんご作業の閑散期の雇用確保
- ・ 貯蔵施設が空く時期の利用料収入

瀬戸田のメリット

- ・ 自前貯蔵に比べ経費が2割程度減



で選果、出荷をしていたきながら販売をしていく。夏場でございますので、広島から東京まで送ると、トラック輸送で中1日かかるので蒸れてしまう。そうすると、クール宅急便で送らなければいけない。冷房輸送でなければいけない。運賃がたくさんかかる。そのかわり、長野からでしたら、夕方出荷すれば夜の間に着いてしまう、かなりコスト削減になるということで、こちらのメリットは2割ほどコストが削減できる。また、JAながのについても施設を利用してくれるので大変ありがたいということで、ウィンウィンの関係で今つながっているところでございます。

そうはいいまして、成果のほうは何となくいい感じになりましたが、やはり生産者が一番気にしていますのが加工品でございます。特裁の作り方をすると、従来2割あった加工品が3割に増える。3割だったものが35%に増える。加工品が増えれば増えるほど、当然ながら農家経営を圧迫してしまうところがございます。当時は加工品として販売先が限られてくる中で、言葉は雑ですが、掃いて捨てるような販売になっていたのが実情だろうと思います。そういう中でメーカーさんと協力しながら加工品の販売を模索していくしか、加工品の価格を上げるには手だてがなかったわけでございます。私は加工品の販売につい

では「柳の下戦略」という言い方を勝手にしているのです。要は大手の一般のメーカーさんが作った、あるいは販売をしている商品。今、写真に出ているのはほとんどそういう商品です。

ラベルだけうちの商品に変えていただいている。だから、メーカーさんのほうには「レモン原料を安定的に供給します。そのかわりおたくでいろんなものを売っている中で順調に販売が

きているものについてはうちのラベル、PBで作ってください。それをうちが買い取ります」と。だから、何となく消費動向に合った商品開発が勝手になされてきた。われわれはこういっ

たエコレモンを押ししていく中で、加工品であっても1年も待てない。一回でも失敗したら生産者に迷惑をかける。だから、いろんな商品を作ったら確実にすべて利益に結びつけなければいけない。では、何をするかというのが今話をしたような内容です。だから、爆発的なヒットはないが、確実に金が取れる商品だけをピックアップしてメーカーさんとタイアップしながら販売をさせていただく。これは本当にメーカーさんのありがたい対応、農協だけではできなかったことだろうと、大変厚く感謝をしているところでございます。また、地元としましても、これは地元の「島ごころ」のレモンケーキであります。原料提供をさせていただく中で瀬戸田のレモンというのを広く全国にPRしていただけるということで、一緒になってそういうPR事業に乗り出しているところでございます。

### 4 経営の成果

(1) メーカーとともに商品開発・ブランド化

特別栽培では慣行の1/2以下の農薬使用量で栽培するため、慣行に比べ病害虫被害果が多い傾向。

生食用レモンだけでなく、菓子等の加工向け販売にも力を注ぐことで、多くの商品が開発された。

せとだエコレモンのブランド化が一層進展した。



JADOSHIMA

### 4 経営の成果

(2) メーカーとともに商品開発・ブランド化



JADOSHIMA

### 4 経営の成果

(3) メーカーとともに商品開発・ブランド化

- ・メーカーと連携し、様々なレモン商品を提案・開発
- ・エコレモンの安定的な販路確保

第3表 せとだエコレモンと広島県産レモンとの単価の比較

	広島県 産レモン	令和元年 エコレモン	令和2年 エコレモン
販売量 (kg/10a)	3,000	3,073	2,208
販売額 (円/10a)	819,000	967,995	783,840
単価 (円/kg)	273	315	355

※ 加工仕向けのものを含む

ブランド力強化

- ・せとだエコレモングループの販売単価は、県指標を上回る。
- ・生産者は安定収入が確保でき、特別栽培に取り組める。
- ・生産規模が維持される。

JADOSHIMA



やないですが、赤い地域はもう年内にもいдах方が危なくないですよと。青い地域だったら、たとえば3月、4月まで置いておいても大丈夫ですよというようなことの中で、生産者指導とあわせもって、その数量に基づいて販売計画もある程度加味できるのではなからうかなということで、なかなかすぐに活用するところまではいっておりませんが、地道にこういう技術を運用しながら、産地として安定的な経営ができるところに向けていきたいと思っていますところでございます。

また、せとだエコレモングループの決意といたしまして、一般的なところを書いています、その中で、今回余り出てきておりませんでしたのが、やはり農業だけでレモンをしておったのでは今のこ

**5 今後の取組方向**  
(2) せとだエコレモングループの決意  
今後も私たちは、全国一のレモン産地である広島県で  
レモン生産の中核を担い、  
「皮まで食べられるレモン」のトップランナーとして、  
減化学肥料・減化学合成農薬の取組を進め、  
エコレモンを起点とした地域経済活性化に貢献し、  
せとだエコレモングループの誇りを次世代へと  
受け継いで行きます。

の実態にはなっていなかったのではなからうかなと思うわけでございます。瀬戸田町はレモンの産地ではありましたが、なかなか地域全体がレモンというところまでには今まで達したことはございませんでした。このたび初めて、地元の観光協会であるとか、商工会、この「瀬戸田レモン」、また国産レモン、これを一つのキーワードとして、レモン以外の産業の方から一緒になってこのレモンを全国に売り込んでいこうという動きが出てくれたわけでございます。特に今月24日には当地区で行ないます「レモンマラソン」、また3月24日には「瀬戸田レモン祭り」ということで、尾道市の行政さんを初め、観光協会、商工会、そういうさまざまな団体の方で実行委員会を作っていただきまして、当然、農協も入っているわけでございますが、やはりこのレモンの位置づけを全国に、将来的に残せるような安定的なポジショニングに持って行く必要があるだろう。これを農業者だけでなく、島全体で盛り上げていこうという大きなうねりにつながったのは、このたびの受賞も含めまして大変ありがたいことではなからうかなと思っていますところでございます。

われわれは今まで先人から受け継いだこの日本一のレモン産地を、当然ながら次の世代に伝承していかなければいけないという大きな使命を持っているところでございます。そういう中で、今年から取り組んでおりますのが環境循環型の農業というものを一つのキーワードとして、これはわれわれJAサイドがというよりも、生産者のほうから声が出たわけでございます。広島県は日本一の牡蠣の産地であります。今、いろんなニュースでもあ

りますが、牡蠣の消費量は日本一だが、牡蠣殻の消費がなかなか厳しい、県のほうも苦慮している。であれば、この牡蠣殻を使った肥料をレモン園地にまいて、根っこを潤沢に育成することによって、寒さにも強い、生産力のあるレモンに仕上げたいこうという発想が生産者から起こってきた。これに対して、農協も、今までは特裁であるとか、要は押しつけであったものが、どちらかというところ、この規定に沿わないと特裁になりませんよというのではなくて、農家さんの自由意思によってこの牡蠣殻を使って環境循環型農業に取り組んでいこうではないかと。今年の注文数を聞きますと、前年の5倍出ていると聞いております。やはりそこまで生産者の意識が高まってきたのではなかろうかなど。これから次の世代へ結びつける中で、われわれとしましても、安定した生産地を若い世代につなげていくように努力をしまいたいと思っております。

本日は、関係機関の皆様方、大変貴重なお時間をご出席いただきまして、また私ども、エコレモンの内容をお聞きいただきまして大変ありがたいと思います。産地といたしましては、今まで以上に、生産者一堂、これからは全国の消費者に皮まで食べられる、安全で安心なレモンを届けられるように、未来永劫続けられる産地を作っていく所存であります。ぜひとも皆様方の力強いご指導、ご支援を賜りますように強くお願いを申し上げまして、私の紹介にかえさせていただきたいと思っております。本日はどうもありがとうございます。

(拍手)

○司会 宮本様、どうもありがとうございました。ここまで2件のご報告にご質問などあるかと思いますが、後ほどパネルディスカッションの中で会場からご参加いただく時間もございますので、その中でお願いをいたします。ここで10分間ほど休憩といたします。再開は14時50分といたします。

( 休 憩 )

○司会 それでは再会いたします。これからはパネルディスカッションでございます。進行はコーディネーターとして榎村主査をお願いいたします。

#### 【パネルディスカッション】

コーディネーター 農林水産祭中央審査委員会園芸分科会主査 榎村 芳記

パネルディスカッションのコーディネーターを担当いたします榎村でございます。よろしくお願いたします。これから大体4時を目途といたしまして、ちょうど1時間ちょっ

とですが、天皇杯を受賞されたせとだエコレモングループの取組につきまして意見交換をさせていただきたいと思います。ご協力よろしく願いいたします。

初めにパネリストをご紹介します。皆様から向かって私の右手になりますが、先ほどせとだエコレモングループの取組についてご講演いただきました宮本様でございます。また、今回のパネルディスカッションでは3名の先生方にコメンテーターをお願いしております。向かって宮本様の右隣が名古屋大学大学院の徳田先生でございます。経営分科会の専門委員として園芸分科会における審査もご担当いただきました。先生には農業経営の視点からコメントをいただきたいと思っております。そのお隣が農研機構・果樹茶業研究部門で研究推進部長をされていらっしゃる根角先生でございます。先生は長年にわたって柑橘の研究に携わっておられます。本日は柑橘の専門家として技術面を中心にコメントをいただきたいと思っております。そのお隣、向かって一番右手になりますが、広島県立総合技術研究所農業技術センター果樹研究部副部長の柳本先生でございます。広島県はレモン生産量日本で、令和3年のデータを見ましたところ、全国の収穫量のおよそ半分が広島県産となっております。これは広島県としてレモンの生産振興に向けてさまざまな施策を行ってきたことに加えまして、貯蔵技術や品種開発などの研究開発面でのバックアップによるところも大きいものと思っております。柳本先生にはレモンに力を入れておられる広島県の立場からコメントをいただければと思っております。それではこのメンバーでパネルディスカッションを進めてまいります。

パネルディスカッションを始めるに当たりまして、進め方について若干私からお話させていただきます。せとだエコレモングループの取組につきましては、先ほど宮本様からご講演いただきましたが、まずはこの取組について議論をさせていただきたいと思っております。このグループ、さまざまな取組をされていらっしゃると思いますが、本日は次の三つのポイントを中心に議論してはどうかと考えております。1点目はエコレモンの生産技術、特別栽培技術かと思っております。一般的に柑橘の生産では、甘さ、つまり糖度を上げることが重要な技術上の課題ですが、レモンの場合はそのような面でのハードルは低いものの、寒さや病気に弱く、特別栽培を実現、継続しておられることは特筆すべきことと思っております。2点目が販路の確保です。せとだエコレモングループが生産を維持できているのは、作れば売れる、つまり安心して生産に取り組める、このことが大きな要因と思っております。3点目には地域への貢献を挙げたいと思っております。グループに参加している生産者の皆さんは「エコレモン」だけを生産しているわけではありませんが、品目の一つとしてエコ

レモンを取り入れることで経営の安定化を図っているものと思います。また、エコレモンの存在は瀬戸田町、引いては広島県産レモン全体のブランド力の強化に寄与しているだけでなく、加工品原料や観光資源として地域経済への貢献も大きいものと思います。せとだエコレモングループ単独の取組というよりは、瀬戸田地域という大きな枠組から見たときの位置づけ、あるいは期待といった観点から議論できればと考えております。

それでは、最初にコメンテーターの先生方から自己紹介とせとだエコレモングループの取組に対するコメントや意見、質問をいただきたいと思います。その後、宮本代表からコメンテーターの意見、質問をお聞きになった感想あるいは回答をいただきたいと思います。その後、先ほどお話しした三つのポイントを中心に意見交換をさせていただきたいと思います。また、最後に時間が取れましたら、会場からの質問や意見もお受けしたいと考えておりますので、よろしくお願いいたします。

それでは、初めに徳田先生からコメントをお願いいたします。

○徳田（コメンテーター） 紹介いただきました名古屋大学の徳田でございます。私、専門が農業経済ということで、その中でも果樹経営や果実のマーケティングについてこれまで研究してまいりました。そのような立場から、特に、今、座長の言われたポイントの中の2点目と3点目について2点ほどコメントさせていただきます。

1点目は販売ということですが、これは宮本さんの先ほどの報告の中でも生産技術とあわせてエコレモングループの発展の中では非常に重要な点だったかと思います。特にレモンは、恐らくほかの果実とは販売面での性格が異なるのではないかと思います。通常、一般的な果実は生食を主体とした販売になりますが、レモンの場合には生食よりも、加工であったり、いわゆる生食ではない形での消費なので、当然、売り方が異なってくる。そういう意味で言うと、そもそもレモンの売り方はどういうものだろうかというのは、非常に興味のある点です。報告をずっと聞いていまして、従来、販売戦略というと、よく4P戦略ということが基本と言われます。プライス・価格、プロダクト・生産物、プレイス・販売チャネル、あとプロモーションですが、報告の中でこの4点がそれぞれしっかりと考えられているなど率直に感じました。当然、この4P戦略、うまく適合することによって販売がうまくいくということだと思いますが、それは決して販売する側の思いということだけではなくて、その製品に非常にフィットしたものであり、先ほど報告の中でポジショニングという言い方もされていましたが、産地のポジションということにも合わない、単に思いだけでうまくいくものではないと思います。そういう意味では、産地や市場

の特性をしっかりと踏まえた形の戦略であったのではないかなと思います。ただ、最初に申しましたように、レモンはほかの果実とは違う部分があるかと思うので、そもそもレモンの売り方はほかの果実と比べて違う点とか、特に重要な点、ポイントとなる点というのが宮本さんのほうで何か思っているところがあれば教えていただければと思います。

あと、もう1点として地域貢献ですが、最後のところで観光協会とか、商工会ともこれから連携と言われていました。レモンに関しては、今の座長さんから、レモン自体は農家にとってみると柑橘類の中の一つの複合品目だと思うと言われていましたが、恐らく地域で見れば、金額以上の役割があるのかなと感じております。やはりレモンの場合にはほかの柑橘以上に加工部門が重要で、恐らくほかの柑橘類も当然あるかと思いますが、地域の食品産業等にとってみると、レモンというのは非常に重要な商材になるのかなということもありますし、また、報告の最初のところにレモンの島というような紹介もされていましたが、観光にとってもレモンは非常に重要なポイントになるものだと思います。そういう意味で言うと、地域の観光とか、食品産業など、商工業に対する貢献を考えると、農家における販売額以上に地域経済にとってみると重要な役割を果たしているだろうと感じました。と同時に、地域全体として、今、レモンをどう活かしていくのかがこれからより重要になってくると思いますし、そういう点も最後のところで言われた点だと思います。その意味で、今後、「瀬戸田レモン」のブランド、地域全体として単にレモンそのものではなくて、地域の観光とか、商工業もあわせてのブランドマネジメントは今後どういう方向性があるのか、これはむしろこれから恐らく検討されることだろうと思いますが、もし何か宮本さんのほうで考えるところがあれば教えていただければと思います。

○樫村（コーディネーター） ありがとうございます。続きまして、根角先生、お願いいたします。

○根角（コメンテーター） 私は実は柑橘の品種改良を長くやっておりました。その中で病気に強い、特にかいよう病でありますとか、黒点病とかにかからない品種があればいいなと思って努力をしてきましたが、いまだに完全に抵抗性を持つ品種はできていないんです。レモンはかいよう病に弱い品種です。また、黒点病にもかかります。黒点病の特効薬を使わない、それからかいよう病の防除回数を減らすというような工夫により、防除歴を見ますと、半分、もしくは半分以下でやっているのではないかと思います。そのような防除体系を組んで、展示されているレモンを見ても、きれいなものだけを持っているのかわかりませんが、非常にきれいなレベルのものが生産されています。このような技術は

多分すぐにはできなかつたと思います。その辺の苦勞をもう少し、お聞きしたいなと思いましたが。

それと、徳田先生もおっしゃいましたが、レモンの販売額以上の地域的な効果はとて大きいと感じています。いろんな加工品を作っておられます。このときの取り組み方を紹介いただいていたのですが、メーカーさんに原料を安定供給するという形で商品開発をするとのご紹介でした。このような取り組みが、地域の産業にかなり影響しているのではないかなと思うのですが、その辺も少しコメント、感想をいただければなと思います。

○榎村（コーディネーター） ありがとうございます。それでは最後に柳本先生お願いいたします。

○柳本（コメンテーター） このたびは天皇杯受賞おめでとうございます。近年は、温暖化であったり、人の出入りがあたりまえに海外と盛んに行なわれたりする中で、日本の中で今まで発生しなかつた病気、虫が非常に多くなつてきています。それをこの低農薬、減農薬で抑えて、きれいなレモンを出荷する、流通に値する生産物を作っていく流れは非常にみなみならぬ努力があつてのことだと思ひ、本当に感心しているところです。

紹介が遅れましたが、私、果樹研究所で肩書は副部長ですが、育種を主にやつてきております。隣の根角先生からも紹介がありましたが、やはり柑橘と言つたら、かいよう病、黒点病というのが一番の病気になりますので、そういったものに強い品種を目指すこと、それから種がなくて、残さの少ないもの、果汁の多いもの、主にそういった形質を育種目標にして進めております。あと、広島県ではやはりレモンは第一の重点品目でありますので、先ほども宮本さんの発表にもいろいろありましたが、広島は温暖で、島嶼部はレモンに一番適した地域ではあるのですが、数年に一遍大寒波が来てしまう。その寒波をどう乗り切るかといった中で、育種の視点からは寒波に強い、寒さに強いレモンの育種といったものも念頭にあり、真性抵抗性といって本当に真から強いものの育種も目指しておりますが、今、目の前まで来ているのは早く収穫してしまえる、寒波に来るまでに規定の大きさに達して収穫が全部終わってしまえるような品種の育成。もちろん12月の寒波が来る前に収穫されてしまつては一番値崩れを起こしやすいときに出してしまうので、それプラス、貯蔵技術といったものが必ず組み合わさってくるのですが、そういったものを中心に今研究を進めているところです。

このたびの取組を聞いていまして、今、どうやつて病気を、有機栽培とか、無農薬栽培というのは本当に巷のあちこちの農家さんでも取り組んでいるのですが、粗放栽培と勘違

いされて、真っ黒なレモンでも、これも無農薬ですよ、安心ですよと言われて出されても、恐らく市場流通には耐えられない。そういったところを「せとだ」さんではきれいで、なおかつ減農薬ができているところですが、恐らく仕分けの段階では「これはちょっと」というランクを落とさなければならぬレモンも出てきていると思うのですが、そういったところ、農家さん、生産者の皆さんで、ランク付けをするところで、やはり問題とか、いざこざが起きたりとかがあったのではないかなと思うのですが、そういったところをどのように意識統一されたのかなというのを聞いてみたいなと思っております。

○樫村（コーディネーター） ありがとうございます。今3名の先生方からコメントをいただきました。徳田先生からは、レモンは柑橘の一つといっても、十把一絡げではなくて、他の柑橘とはちょっと違う。そういうレモンでこれだけブランド化できたのは売り方にも独特なものがあったのではないか、その辺のお考えが聞きたいということがございました。また、根角先生もおっしゃっていましたが、単なる果実、商品というだけではなくて、瀬戸田地域におけるある意味ブランドイメージというか、非常に大きな位置づけがあるのかと思います。こういったものについて、今後のブランドマネジメントをどうやっていくのかについてお考えがあったらお聞かせいただきたいということがあったと思います。それから、根角先生と柳本先生からありましたが、一言で、特別栽培、化学合成農薬半分でやりましたと言え、それでおしまいです、実は非常に難しいものがあるのではないかと。限られた時間の中ではご説明できなかったこともあるかと思いますが、いろんな試行錯誤なり、努力をされて、今の特別栽培ができ上がってきたのではないかと思います。その辺、ポイントといいますか、工夫されたこととかをお聞かせいただければと思います。また、柳本先生からは、最近、有機栽培を粗放栽培と間違えている人もいて、非常に汚いものを出してくる。これでも安全だからいいじゃないかと売ろうとする方もいるが、そうではない。今日もお持ちいただいておりますが、「せとだエコレモン」の場合はきれいなものを出荷されている。ただ、一方で、特別栽培の場合、どうしても外観に問題のあるものが出てくる。そういった規格外といいますか、生食用に出荷できないような果実、こういったものについて取り扱いをどうされているか、その辺で何か問題は起きなかったのか、あったとすれば、どうやって解決してきたのか、お聞かせいただければ非常にありがたいと思います。盛りだくさんで申し訳ございませんが、宮本会長からご回答いただければと思います。

○宮本（業績発表者） 先生方から大変鋭い質問をいただきまして、かなりたじたじして

いるような状態ではありますが、私の今感じていることを一つずつお話しさせていただけたらと思っているわけでございます。

まずもって、徳田先生からレモンの売り方ということでございます。確かにそのとおりでろうと思います。皆さん方、スーパーに買い物に行かれたら、ミカン、あるいは今の時期ですと、ネーブルですとか、中晩柑、昔からそういった季節の商材が店の顔になるということで、入り口のところに置いてある。それでもって店全体の売上を伸ばしていくのがそれぞれの店、バイヤーさんの戦略でございます。しかしながら、レモンは普通探してもないですよ。一生懸命探さないと、どこに置いてあるのだろうというレベルです。ほとんどスーパーに買い物に行かれない方もおられるかと思いますが、すぐに見つかる場所にはないのです。では、野菜を売っているところにあるかといったら、それも余りない。つま物、大葉とか、ああいったたぐいの小陳列ケースの、しかも、片隅にレモンが1個、2個で、縦に10cm幅で置いていただけというのが普通のスーパーの置き方であります。サンキストレモンも同じように置いてある。だから、基本的にはどんどん売るというつもりがないのでしょうかというのが、我々がずっと携わってくる中で、絶対量の問題もあると思いますが、そういう実際の店舗展開というもの。もう一つは、消費動向からいきますと、レモンにしてもそうですが、特にミカンは豊作、不作がございます。値段もいろいろアップダウンします。豊作になったら、今まで1袋七つ398円で売っていたものが、今度は10個入って398円であると。普通に1袋買ったなら3割以上のものがお腹に入ってしまうというような売り方をスーパーさんで行なわれている。だから、豊作のときには玉数を増やして、とりあえずはかせるというのが市場を経由した販売の仕方である。だけど、レモンについては、量が増えたからといって、1個を2個使うのかという話になります。皆さん、家に帰ってレモンをどう使いますかといったら、この前もシンポジウムで話をさせてもらったら、から揚げに使うのが関の山ですかねとか、うちではレモンをしませんとか、そんな話ばかりですね。だから、売るのが難しいというのが一つあります。このエコレモンで全国的な販売展開を仕掛けたときには、逆に売っているところが少なかった、要は今まで余り取り扱っていない店舗のほうが多い、本格的に売る気のない店舗のほうが多い、我々にとってみたら、そこが一つの攻めるターゲットだと。要は、今までいろんな消費戦略をしていないので、一般消費者もよくわからない、知らない。だから、冒頭いろいろ話をしましたが、市場を経由して、いろんな担当者で末端まで、今まで置いていない店舗に1個置いてもらう。今まで置いていない店舗に1個置いてもらうと、放っておいて

も10倍売れますよという話になります。だから、まずそこから始めていきながら販売量を増やしていくのが、講演の冒頭で少し話をさせていただきました、1個ずつ自分たちが売るのでなくて、一斉にすべての店舗でとりあえず1個ずつレモンを置いてもらおうというような売り方を、競り人なり、市場の担当者が理解をしていただいて、スーパーさん、量販店を説得していただいた。そんなに言うなら1個置いてあげるよという店舗が増えれば、あっという間に販路が広がっていくのが長い間で一応販売の一つの流れになっておったのかなと。ニッチ産業以上に紙一重の置き場というところが、逆に我々にとってみたら、それぞれのお店が宝の宝庫だったというのが振り返って感じるところであります。

もう一つは地域貢献の話でございますが、やはり自分のところだけでブランドを作っていく、またブランドマネジメントをしていくのは当然限界があると我々は思っております。一番ネックになると思いますのは、こういう言い方をするとあれですが、農協グループ、そういう意味では消費宣伝費あたりは大変厳しゅうございます。また生産者においても、「どんどん宣伝してくれ」と口では言いますが、「では、これだけかかりますよ」と言ったら、農協が出すのだろうという話になり、そこがなかなかうまいこと噛み合わない。なので、やはりその地域のブランドを作るというのは、われわれがブランドを作るのではなくて、周りの人がブランドを作ってくれるのだという方向性しかないのではなからかなと。だから、要は国産レモン、また「瀬戸田レモン」というものを一つのキーワードに、異業種であるとか、または行政の方々みんながさわってくれるようなお膳立てをする。たとえばメディアの取材があつたら、うちの農協は、忙しかろうと、どうだろうと、全部受けろ、丁寧に受けろと。そうしたら、そういういい噂がどんどん広がって次から次へと来る。だから、聞いたことのないような雑誌でもすべて受けろと。本当に役に立ったのかどうかはかなりクエスチョンマークがついたのが過去にありましたが、そういうことをする中で、やはり幅広く、いろんなところ、うちの業界だけでなく、いろんな業界で認知をしていただき、またそれによって地元の企業、商工会、観光協会あたりが、レモンをPRすれば、自分のところが儲かるという仕組み作りをしていけば、我々としては、あとは皆さんに任せざるを得ない流れで動かせるのではないかなと。本筋論とは、ブランドマーケティングマネジメントとは専門的にはちょっと違うと思いますが、やはり我々ができる範疇の中で、経費もかかることでありますので、周りの地元の人間を動かして、そこが尾道市、また広島県全体に広がっていく。

その一つとなったのが、ちょうどタイミング良く「おいしい！広島県」の県の施策があつ

た翌年に「全国菓子博覧会」、これは持ち回りでやっているのにたまたま広島県が当番に当たった。そのときに広島県知事さんがレモンをベースにしたお菓子を作れという指示を出していただいた。それによってお菓子業界が一斉にレモンを使ってくれました。広島駅に行っても、どこに行っても、レモンのお菓子が訳わからないくらい置いてある。これとの共生ですね。うちの「せとだエコレモン」だけでいくのではない。そういうレモン全体のブランドとして乗っかっていく。あとの宣伝は周りの方にさせていただく。そういうやり方しか実情としてできなかったということですが、結果論として皆さん方が支えてくれたのかなと考えているところでございます。

それと、根角先生からありましたように、黒点病であろうと、なかなか特效薬、一番いい薬は使えない。二番手、三番手の薬しか使えないというのはございます。冒頭で生産者が取組をしていただいたという実態については若干触れましたが、やはりレモンの値段が不透明な状況に陥りかけているのを生産者も薄々肌で感じ取ったのではないかと。そこにいいタイミングでエコレモンにしましょうね、これだったらブランドになって安定販売できまっせ、そのかわり加工品ができ安いですかねというような話の中で進めていったところに、生産者もやはりこういうことをせにゃいかんのじゃなど。当時、有機であるとか、無農薬であるとか、いろんな栽培方法が入ってくる中で、われわれもできる範疇のことで取組をしていこうというのがうまいこと噛み合ったのではないかなと。それを技術的に乗り越える一つの手段としては、すべての方がエコレモンではございません。エコレモンと、そうではない一般のレモンの方、また1人の農家さんでもエコレモンを作っている畑と一般のレモンを作っている畑を明確に分けております。これは何かというと、根角先生が心配をいただいております黒点病が出過ぎた、あるいはかいよう病が出過ぎた、また製品にならなくなってきた、どうしたものだろうかというときに、一般の作り方に変えましょうと。特裁の認定は1年ごとでございます。申請書も1年ごとに出さないといけないから農家さんは大変だと思いますが、そこがありがたかったわけですね。1年ごとだから、1年作って、この畑は怪しいよ、だめだよとなったら、1年間、農薬をきっちりやってください、慣行栽培に戻してと。ほかの畑でエコレモンをやっていてねと。それをうまいことインターバルを持ちながら、交互、交互にやってきた。そこが農家さんは、何となく経営の中でもグロスで考えると成り立っていくのかなというところだろうと思います。

一番の柱となっておりますのが生産者のエコレモンをやっているという強いプライドだろうと思います。我々は日本一の産地でエコレモンを作って頑張っているんだ、日

本一のレモン産地だと。だから、農薬のタンクも一々全部洗って下さいねと言ったら、面倒臭くても皆さん洗ってくれるような作り方をしているので、そこは意識レベルが少しずつ上がっていったと。だから、もしも金にならないようになったら一般レモンに切り替えましょうというので今までつながってきているのではないかなと考えております。

また、有機云々、加工品（加工仕向けのこと以下同じ。）の価格、柳本先生からございましたが、やはりいろんな作り方をする中で、加工品は大変できやすいものであります。ここが一番ネックになるわけです。経営の中で加工品の率が上がれば上がるほど経営が苦しくなってくる。そういう中でいかに加工品については価格的に安定なものを作っていくかということで、いろんな業者さんともタイアップをさせていただきながらではあるのですが、その一つの原点となりますのが一般の業者さん、今まで付き合いのある業者さんが、加工原料を取り扱うことによって、瀬戸田のエコレモンに対して長い意味で一緒になって産地を形成していくという信念を持たれて、われわれの産地と一緒に取り組んでいただいている。したがって、量がないときは、量がないなりに調整をしていただけるし、量が増えたときには逆に貯蔵しながら加工品を安定的に販売していただける。そういうふうな取組をすることによって、生産者においては加工品率が高くなっても今の値段であればレモンを作り続けても経営としては成り立つ、安心してエコレモンに取り組んで農協に出荷できる、そういうふうな判断が働いたのではなかろうかなと思います。これもやはり生産者のそういった意識レベルにのっっているということで大変ありがたいことだと思っております。

○樫村（コーディネーター） 詳細にご説明いただきありがとうございました。ここからはフリーで議論していきたいと思います。まず販売ですが、今のご説明で卸売市場に行かれて、1店でも多く置いてもらう、店を増やすことで販売量を確保してきたという話ですが、一般論として卸売会社の方と話すと、売れないものは置かないと、けんもほろろに言われる方も多くて、そういう中で増やしていくには非常な努力があったと思うのですが、そういうときにエコレモンであることが売りになったのでしょうか。

○宮本（業績発表者） まず、最初からエコレモンでというのは不可能です。こちらの思いとしては、当然エコレモン、特裁を取っているレモンなので、安定的に売っていただきたい、生産者の意向としては当然より高く売っていただきたいということがありますが、冒頭申しましたように、当時はレモン自体がかなり売りにくい時代に突入しておったということでもあります。だから、青果会社のほうにも、我々は特裁を取ったエコレモンを全面

的に打ち出して販売計画を組みます。片や一般レモンも並行して販売をしているわけです。そういう中で、要はどっちが売りやすいという話です。売りやすかったら、そちらを買ってもらえばいい。値段は高くなくてもいい、同じ値段で構わない、逆に安くても構いません。そのかわり、うちの商品でも、一般レモンと、特裁のエコレモンがあって、やはり売りやすい商品だから、生協さんとか、スーパーさんに売り込みやすいというのだったら、エコレモンに手を出してくれと。そのかわり値段は、浸透するまでは好きに売ってもらったらいいいということで、そうは言ってもある程度の値段提示をしています、そういう中で、どうしてもこういうものを作ったのだから一般物よりは高く売らないといけないという概念をまずなしにしました。それをすると、多分、皆さん、蜘蛛の子を散らしたように逃げてしまう。だから、要は県内でもよその産地のレモンがございます。これは一般の作り方でございます。だから、下手したら、よその産地のレモンより安くてもいい、うちのエコレモンは安くてもいいから買ってくれと。まずお客さんを作ってくれば、販売ルートが確保できる。値段はその次だという考え方の中で青果会社の方と話をします。レモンだけの付き合いではございません。柑橘全体の売上の中のレモンは一つなので、やはり会社としての販売計画の中で、当然ながらほかの柑橘の販売計画もレモンと付随して企画しますというような会社とのタイアップの中での販路拡大ということに舵を切ったというところはおかしいですが、最初はグッと堪えるしかないかなというような戦略でした。

○榎村（コーディネーター） ありがとうございます。徳田先生、この販売戦略といたしますか、流れについて何か一言ありますでしょうか。

○徳田（コメンテーター） 非常におもしろい話を聞かせていただいてありがとうございます。今の話とちょっとずれる点もあるかもしれませんが、恐らく長期貯蔵出荷とか、多分、加工との関わりで、一つお伺いしたいのは、農家への販売代金の精算についてです。どうしてもある程度売り方の自由度を取るためには精算のところでも工夫しなければいけない点、例えば規格別とか、どのくらいのプール期間にするかとか、そういうところが全体の販売戦略を考える上では重要な気がするのですが、その点で何か工夫されている点があれば、あわせて教えていただければと思います。

○宮本（業績発表者） 生産者への精算状況であります。基本的にはレモンは安定販売、安定供給するんだというふうなことの中で、長期的に精算プールを設けております。基本的には1カ月プールと。普通のエコレモンにしても、一般レモンにしても、通常は1カ月プールの中で販売をしていきます。ですから、その1カ月の中で出していただいた商品は

基本同じ単価ですというやり方をしております。したがって、われわれがそれをベースに考えて、いろんな青果会社と商談をするのも、当然ながら、10月はこのぐらいの値段ですよ、11月はこのぐらいの値段ですよというような価格の商談の中で進んでいきます。そういう中で、やはりレモンに対して需給バランスというのが特に多いです。特に10月とか、11月というのはまだ出始めの時期なので、そこは要は要る時期ですが、なかなか太らないから出てこない時期。どちらかという、12月から1月にかけては本格的にミカンの収穫も終わり、レモンも寒さがあるから収穫しなければいけないということで、たくさん収穫して出てくる。だから、そういった価格形成についても市場のほうと相談する中で、特に農家さんから出してもらいたい10月、11月は高めに設定します。12月、1月についてはある程度こなれた値段にしますというような価格誘導というものを、われわれだけの手ではできないので、青果会社と相談をする中で行なっていく。

われわれは生産者に対して、共同選果場でございますので、明快な精算システムになっているので、1カ月ごとにプールでちゃんと精算しなければいけない。しかしながら、青果会社のほうは、どちらかという、ルーズではないんでしょうが、要はレモンの売上をトータルで考えたときに去年よりも伸びていればいいと。だから、そういう意味で、10月、11月は若干高くても、思う以上に高くてもしょうがないよねと。言い方は悪いですが、高い分は年明けのところからトータルでうまいこといきましょうねみたいな上手な販売戦略というのは、やはり現場の販売担当者のところが上手ですので、そういう意味でも市場を経由した中で価格の時期帯の誘導というものを考えていったわけでございます。

もう一つ、貯蔵レモンということですが、この貯蔵レモンについては、全期プール。一旦、貯蔵レモンで受けたものについては、月別関係なく、すべて販売が終わってから精算します。したがって、貯蔵レモンについては販売先との綿密な計画によって、行き先を決めて、販売をする青果会社も決めて、確実に価格が取れるような戦略でもって動かしていったというところではなかろうかなというふうに思います。今になって、エコレモンに対する需要が少し増えてきておりますので、どうしてもエコレモンが足りない部分は一般のレモンが欲しいというような市場筋の声があるということになると、レモン全体で平均単価が上がってくるという、いい回転になったのではなかろうかなというふうに思います。

○榎村（コーディネーター） ありがとうございます。続きまして、地域貢献ということで先ほど宮本様のほうから、ブランドというのは周りが作っていくんだ、地域が作って

いくんだということで、異業種との連携などいろいろなことをやっていく中で、瀬戸田のレモンにこだわることなく、まずレモンをブランド化していくんだというお話があったと思います。柳本先生にお伺いしたいんですが、たしか「広島レモン」というのが一つのブランドになっていると思いますが、こういった県全体としてレモンの振興を図っていく中で、このせとだエコレモングループは、特別栽培のレモンという特殊なレモンを作っているわけですが、どういうふうに位置づけられているのか、何か県としてのお考えがあれば聞かせていただきたいと思います。

○柳本（コメンテーター） 私、行政の代表ではないので、なかなか厳しい質問ですが、広島県がレモンの振興を進めた一つの理由として、瀬戸内の温暖な気候というのと、ちょうど台風の通り道にならないという気象的な環境要因もあって、今言われた病気の一つであるかいよう病に比較的強いというか、かいよう病の発生が少なくて済む地域であるということが一つの売りでもあったんですね。そういう背景もあって、温州ミカンからレモンの生産にと移ってきた背景もあつたりしますので、そこが長年の歴史の中、せっかくそういったメリットがあるにもかかわらず、ドボドボ農薬をやっている栽培方法よりか、そういったメリットを活かしつつ、もちろんそれ以外の努力がかなり必要になってきますが、そういう減農薬という一つ差別化できるものが頭に来ている。広島のレモンと言えば、皮まで食べられる。マスコミでもほとんどそういう言い方をされますよね。たまに苦笑いするようなコメントをされる番組もあるんですが、皮まで絶対食べられますよねというものが念頭に来るようなことというのはイメージ的には非常に強いことだと思っています。戦略としては間違いではない。ただ、これを維持していくとなると、行政、それから研究も挙げて、それを維持していける栽培方法なり、施策なりというものは続けていかなければいけないと責任を感じております。

○樫村（コーディネーター） ありがとうございます。確かに皮まで食べられる、それが非常に大きな売りだと思いますが、そのためには特別栽培を今後も続けていかなければならない、それは大変なことだと思います。根角先生にお聞きしたいのですが、今後も、こういったレモンの特別栽培を続けていくには、こういった点がポイントになるとお考えでしょうか。

○根角（コメンテーター） 先ほど宮本さんのほうから回答がありましたが、特別栽培と普通の栽培とを1年ごとに登録し直してやるということで、うまく回している。ご講演の中ではそういう詳しいことはなかったですが、そういうノウハウが多分あると思うんです。

たとえばちょっと気になっているのが土壌のマネジメントと、除草剤を2回以内に抑える、そういう制約をもってやっておられて、ナギナタガヤの導入とかもされているというのも、恐らく体系の中でやっておられるんですね。ダニの発生なども、ナギナタガヤのようなものを入れることで天敵が働くとか、いろんなことが技術としてはあって、それをうまく取り入れようとしておられます。私たち技術開発を担当するものとするれば、もう少し技術として確立をしていくということが重要だと考えています。現場のほうでも試行錯誤をやっていると思いますが、どういう難しさがあるか、宮本さんにちょっと教えていただきたいんですがね。

○宮本（業績発表者） 確かに根角先生がおっしゃられますように、栽培体系というのは大変むずかしいところだろうと思います。やはり生産者のほうがどういう柑橘の経営をされているのかという中の一つがこのレモンであるということなのではないかなと思います。その中で柑橘農家さん皆さんがこのエコレモンに取り組んでいるわけではない。窓口は広げております。皆さんが一緒になって取り組んで産地を守りましょうねというような意思是生産者には伝えている。その中で、全く今のエコレモンに取り組みにくい方、これは園地条件であるとか、そういった病気の問題であるとか、どうしてもある程度のネックは致し方ないのかなというふうに思います。だから、そこを産地としてがんじがらめな状態にしてしまうと、逆に大ぜいの出荷者の中から反発を受けてできないだろうというところにたどり着いていき、最終的には組織として崩壊してしまうのではなかろうかなというような懸念があったものですから、先ほどのどうしても今の特裁の栽培体系に対して生産者ができる範疇の中で取り組めるような人が、結局、当初の240名、最初はとりあえず手を挙げてみましょうと手を挙げていただいた中で実際に取り組む中でいまだに続けられている方は、やはりそういうプライドを持ってやられて、どうにかすべてのことに対して克服をされている方。

または一般品レモンのほうが儲かるのではなかろうかと。これは議論として産地の中で出てきます。本当に「特裁のほうが手取りが高いのか。一般の作り方をしたほうが手取りが高いのか。宮本、どっちだ」とよく聞かれるんですが、どっちだと聞かれても、自分でよくわかるでしょう。精算単価を見たら、どっちが高いかわかるでしょう。精算単価はやはり「エコレモン」のほうが高いわけですが、そういった労力であるとか、農薬であるとか、すべてコスト計算をした場合に、実際、農業経営としてどっちが得策なのかということになってくると、やはり一般論としては一般レモンを作られたほうが得策

になりますと、何となく皆さんは意識している。だから、そういう意味で言ったら、経営のことだけはある程度考えると、やはり一般レモン、普通の作り方をしてしまうのではないかなと。けども、その中の一部はやはり瀬戸田として推進している「エコレモン」を産地のプライドとして作っていかうという、損得勘定だけで動いていないということが「エコレモン」が今までつながってきた理由なのではないかと。簡単に言うと、普通の作り方をしていたほうがきれいです。けど、そうではない作り方をしても、自分たちが作っている「エコレモン」が瀬戸田のレモンを守っているんだ、これからも永遠と日本一のレモン産地につなげていくんだ、そういう強い意思が全部のレモン畑にはいかないが、たとえば宮本農園だったら宮本農園のこの畑は「エコレモン」をやろう、こっちは無理でもここだけはしていかう、そういうふうな意識というのが働いているから、繰り返すようですが、単純な損得勘定だけで動いているという産地ではない。損得勘定で動かないから今までつながってきたんだなというふうに思います。

○榎村（コーディネーター） ありがとうございます。今、ちょっとお話にあったプライドということですが、現地調査にお伺いしたときに、なぜ皆さんが付いてくるのか、なぜ継続して「エコレモン」をやっているのかとお聞きしたところ、今、おっしゃったように高いプライドを持って、減農薬で栽培したレモンを自分たちが責任を持って供給していくんだ、そういう思いがあるということをおっしゃられていましたが、今日のお話を聞いて非常にそういう思いが強いんだと改めて思いました。先ほど、特別栽培を続けると病害虫が出てしまうので、インターバルを置いてやっているとのことでしたが、このインターバルをどういうふうに調整するのかという課題があります。また、出荷についても、たとえば、だれがイオンと取引にするのか、だれが生協と取引するのか、そういった調整もどのようにやっているんですかと聞いたところ、昔はいろいろあったが、最近はどうもちゃんと回るようになったというお話があって、長年の活動を通じてグループの中で信頼を醸成してきた、それが今この状態を生み出しているのかというふうに思いました。宮本会長のこれまでの努力というのはあると思うんですが、皆さん方のそういう思いが非常に大きかったのかなと思いました。

だんだん時間もなくなってきましたが、この辺で会場の皆さんからご質問とかご意見があったらお受けしたいと思います。どなたかございますでしょうか。ありましたら、挙手をお願いします。せっかくの機会ですので、何かありましたらお願いいたします。

○会場 広島県の柳と申します。行政の関係で大変お世話になっております。貯蔵レモン

も含めて、周年での供給というのが大きなポイントだと思うんです。そこにつなげるに至った思いとか、戦略みたいなものがあれば教えていただければと思います。

○宮本（業績発表者） まず、「エコレモン」もそうですが、レモンの周年供給ということの戦略のご質問でございます。やはりレモンを幅広くPRしていかなければいけない、レモンの位置づけというものを今以上に高めていかなければ、先ほど事前に少し話をさせていただきましたが、たとえばミカンが1,500円だったらレモンは1,500円でもよからうとか、ミカンが3,000円だからレモンも3,000円でいいとか、そういうふうな価値観であるものではないというふうにわれわれは思っているわけです。ミカンが幾らだろうと、ネーブルが幾らだろうと、レモンはやはりこのぐらいの価格で実際に販売をしていただかないと、生産者のほうも安心してレモンを作れない。また、そこが先ほど来から申しますように、特に根角先生も心配をいただいておりますように、農薬を抑えれば抑えるだけ加工原料が増えてくる。そうすると、当然ながら経営を圧迫してしまう。加工品の値段をがんばって高く売ることになったと言っても、やはり生果の販売のほうはるかに高いわけです。そういう意味で言うと、レモンといたら生果で売るよりも加工で売るほうが、商品がいろいろ多いですので、何となく加工で売っているんじゃないのというイメージがあるかもわからないんですが、7割方は生果で売っております。そういうふうな状況の中で、年間を通じて、全国の生産者のほうに、この時期しかレモンはないですよと言うと、あとの時期は忘れてしまうんですね。そうすると、新しい年度が始まったら、また一からの出発みたいなイメージなんです。だから、消費者の方には国産のレモン、瀬戸田のレモンは、こういうふうな位置づけで、常に市場のほうにも出回っているし、常に接することができる。それによってやはり価格的にも安定し、また愛着を持ってご購入いただける、そういうところに向けて産地のほうは考えていくべきなのではなかならうかと。通常のものであれば、旬というものがあって、ミカンでも、ネーブルでも、この時期がピークだからこの時期に売って終わり、すべてそんなものです。けれども、そうではなくて、やはり年間を通じて消費者にうちのレモンに触れてもらいたい。それによって、いつ行ってもこの値段で買うというのがあたりまえの消費構造になってしまうというところがわれわれの一つ目指しているところで、レモンが高いとか、安いとかではなくて、国産レモン、「せとだエコレモン」は1個買ったら200円なんだ、それがあたりまえなんだ、いつでもその値段で売っているから、それが家計の中で、食事でこういう使い方をするというようなところまで落とし込みができれば、これからレモンの量が幾ら増えても安定的になるのではないかと。そ

のためには周年供給ということの中で一番ピークである年内から年明けの12月、1月の一番売れない時期に山のように出るレモンを冷蔵貯蔵しておいて、夏場に売っていく。そうすることによって、安定供給をし、また年間を通じて、先ほど申しましたような消費者に対しての訴えかけができる。だから、市場のほうも何も考えなくてもこの値段で売れていくんだねというような流れをつくれば、みんな苦労しないでレモンを売れますよね。売れないときは市場の担当者にもっと高く売れ、高く売れと喧嘩しながら売るような状態、ギスギスした状態。けれども、今、話をさせていただいたような消費構造がおのずとできるのであれば、安定して、皆さんがにこやかに右から左に利益を出していただける。消費者の方も安心して買っていただける。そこが根本的に周年供給をもっと本気で考えなければいけないというふうに思ったところであります。

○樫村（コーディネーター） ありがとうございます。ほかはよろしいでしょうか。どうぞ。

○会場 熱い話をありがとうございます。専門家の先生方もおられますが、このところ、「璃の香」とか、マイヤーレモンといった品種が各県で導入されています。今日のお話の中で、低温被害を回避する観点から、レモン栽培に向く地域は青色、むずかしい地域は赤色で示した図をお示しいただきましたが、風の強い地域には「璃の香」を、寒波被害を受けやすい地域にはマイヤーレモンを導入するといった考えはないように思いました。「せとだレモン」としては、あくまでもリスボンとか、ユーレカにこだわって今後も進められるのか、お答えいただけると幸いです。

○宮本（業績発表者） 瀬戸田におきましては、今、99%がリスボンでございます。基本的には要は品質を統一して、全国の消費者にお届けするのに、ある程度統一品種で、ばらつきのない商品に仕上げ販売をしていくというのが、レモンに限らず、果樹全般の考え方ではなかろうかなと。そういう意味で、基本ベースはリスボンというものに統一しているということでございます。その中で一つは風あるいは寒さ対策でマイヤーレモン云々ということも一部はございますが、うちの考え方としてはリスボンを中心として、先ほど申しましたマッピングシステムであるとか、園地条件でもって、特に寒い園地はこういう出荷の仕方をしましょう、生産の仕方をしましょうということで現在乗り切っているような状態です。マイヤーレモンを植えたからといって、寒波が来たら枯れないかというような状態でもないのです、基本的には寒さに強いのは、まだリスボンのほうが寒さに強いというような観点の中で今押し進めている。璃の香につきましては新しい品種でござい

ます。産地化の一つとして、特に璃の香については夏場、8月から9月にかけて販売できる商品ということで一部導入もしております。生産者の労力軽減も含めて、周年の労働力とあわせ持って年間を通じた換金作物というような観点から、特に柑橘類については夏場に換金できるものが少のうございます。したがって、寒さの強い地帯、または年明けではレモンは作りにくい地帯、こういうところに絞って、この璃の香を植栽したらどうかということで、基本的には今提案をしているところでございます。今年の春にもまとまって苗木が入ってきますので、多分、県内では一番大きい璃の香の産地、まだ実はなりません、まずこの春先に誕生するのではなからうかなと。あわせもって、上部団体である広果連さんを通じて、来年度においてもこの璃の香の苗木の育成というのもお願いをしているところでございますので、やはりそういう立地条件を加味した中で経営の中での安定経営という一つの品目として璃の香は導入していくという方針を打ち出しております。

○榎村（コーディネーター） ありがとうございます。まだまだ質問があるかと思いますが、時間になってしまいましたのでここで終わりたいと思います。

最後になりますが、本日の議論を踏まえまして、コメントーターの先生方から一言ずついただきたいと思います。まず、徳田先生、お願いいたします。

○徳田（コメントーター） いろいろと非常に貴重な話を聞かせていただいてありがとうございます。最後に1点だけ。やはり今、これは柑橘産地だけではなく、日本の農業自体、高齢化等で非常に厳しい条件があるわけですが、その中でも、最近、統計データで瀬戸内の島嶼部の柑橘産地の動向を見ると、その中でも非常に厳しい状況にあります。今後、どうしていくかと考えたときに一つのポイントとして、農業者だけでなく、地域全体がやはり元気である、人も残り、元気であるということが、その地域の農業を守っていく上でも非常に重要な点ではないのかなというふうに最近思っております。その意味で言うと、瀬戸田のレモン、今、地域貢献の議論がありましたが、単にレモンの生産者のみでなく、地域全体の経済や社会、あるいはレモンの島ということで、気持ちというか、心の問題も含めて、これは多分、恐らく農業者だけではなく、地域の人全体にとって一つの誇りになるようなものになるのではないかなと思います。そういうような地域全体の活性化なり、元気をつけるという意味で、今後、ぜひさらに、他の商工会や観光協会とも連携しながら頑張っていたらというふうに思います。

以上です。

○榎村（コーディネーター） 根角先生、お願いいたします。

○根角（コメンテーター） 最後に農研機構育成の「璃の香」についての質問をいただき、また前向きに増やしていただけるという回答をいただきまして、育成者として非常にうれしく拝聴いたしました。「璃の香」は、一応、かいよう病にも抵抗性というか、感染しないわけではないですが、片親の日向夏の持っている抵抗性を受け継いでおりまして、減農薬栽培に使えるのではないかなというふうに私どもは今期待をしておりますので、ぜひご活用いただければと思います。今後とも持続的に減農薬なり、化学肥料を減らしていくというようなチャレンジを先導的にやっていただき、瀬戸田、広島に限らず日本全国に展開できるようなモデルとして先鞭を付けていただければと期待しております。今日はどうもありがとうございました。

○樫村（コーディネーター） 柳本先生、お願いいたします。

○柳本（コメンテーター） 広島県の果樹研究の第一線としましては、レモンについてはこれまでも知見、研究を続けてきてはおりますが、今、前面に出していますのが環境制御型によるハウス等を用いまして早い時期から出る生産体系、それから防腐剤、特殊なフィルム、そういったものを使わないでも、秋口ぐらいまで出荷が伸ばせるといった貯蔵技術、そういったものを開発しています。さらに、今、璃の香の話題も出ましたが、広島県でも早取りする、肥大が早くて、寒さが来るまでには収穫が終えられるレモンといったものの開発も進めておりますので、この先も広島県の顔である、そして瀬戸田などが、広島県のイメージとしてレモンは非常に明るくて、さわやかで、いいものをトップに置いたなど私も感じていますので、それを崩さないためにも、そういったものから研究の部門で少しでも役に立てるように続けていけたらなと考えております。よろしくお願いいたします。

○樫村（コーディネーター） ありがとうございました。それでは最後に宮本会長から今日のシンポジウムに参加いただいた皆様に向けて一言メッセージをいただきたいと思いません。

○宮本（業績発表者） 本日はこのようなシンポジウムを開催していただきまして大変光栄に思っているところでございます。生産者、産地の出荷者は、70歳になっても、80歳になってもレモンの苗木を植えております。農業は定年がない職業であります。もう行き着くところまで頑張るんだという強い意思のもとで苗木を植えられている方が瀬戸田には大勢ございます。やはり日本一のレモン産地で農業をしたという一生に残る思いを子供、孫に伝えていくという強い意思が80になっても苗木を植えていくのではないかなというふう

に思っております。消費者の皆さんにおいても、やはり瀬戸田で作ったレモンを食べてい

いただいている方がまだまだ大勢おられます。われわれの使命としましては、瀬戸田で作った「エコレモン」、また国産レモンというものを全国のまだ知り得ない消費者にも十分お届けし、手に取って食べていただける、こういう幸せを感じながら生産者とともに農業を続けていきたいというふうに思っているところでございます。このたびの天皇杯を頂戴するに当たりまして、今日のシンポジウムに参加させていただきまして、思った以上に大変な賞なんだなとつくづく感じたところでございます。もう一度初心に戻って、産地に戻りましたら、こういう思いを地域の生産者に伝えて、やはり一緒になって次の世代につなげるような産地を目指し続けましょうというふうに語っていきたいと思います。本日のご関係各位、皆様方のこれからのご指導、ご鞭撻をちょうだいいたしまして、さらなる産地の発展にかえさせていただきたいというふうに思っております。このたびのこういう大きな企画、大変ありがとうございました。（拍手）

○樫村（コーディネーター） 宮本会長、それからコメンテーターの先生方、そしてオンラインを含めまして本日ご参加いただいた皆様方、ご協力のほど本当にありがとうございました。ちょっと時間を過ぎてしまいましたが、これで今日のパネルディスカッションを閉めたいと思います。どうもありがとうございました。

○司会 演壇の皆様、長時間にわたりまして、有意義な意見交換、ありがとうございました。また、会場の方々も積極的にご参加いただき、それからオンラインで参加の方々もありがとうございました。以上をもちまして、本日のシンポジウムを終了いたします。

本日の結果は、この後、内容を整理した上で、ほぼ全文を私ども農林漁業振興会のホームページにアップいたします。今後の参考にしていただければと思います。よろしく願いをいたします。

また、来週、2月28日には同じ農林水産祭のうちむらづくり部門のシンポジウムを愛媛県松山市で開催いたします。こちらもオンラインで視聴できるようにいたしますので、ご関心のある方はぜひ参加をお願いいたします。

以上でございますが、お帰り際には、簡単なアンケート用紙をお配りしておりますので、ご記入の上、受付にお渡しいただければと思います。それからオンライン参加の方々には、退室されますと、自動的にアンケートの画面に替わりますので、ご記入をよろしく願いをいたします。

以上でございます。本日は誠にありがとうございました。

（閉会）

令和5年度（第62回）農林水産祭  
**（第35回）「優秀農林水産業者に係るシンポジウム」**  
**（消費者の求める「皮まで食べられるレモン」に特別栽培で取り組む）**

発行 令和6年4月

編集・発行 **公益財団法人 日本農林漁業振興会**

〒104-0045

東京都中央区築地3-12-5 築地小山ビル4階

TEL (03) - 6441-0791 (代)

FAX (03) - 6441-0792

URL <http://www.affskk.jp>

本資料に掲載の記事、写真の無断転載を禁じます。

