

Cool Japan NIIGATA-OJIYA

NISHIKIGOI-strategy (新潟おぢや錦鯉戦略)



1. 錦鯉発祥の地「新潟おぢや」

(1) 位置

▽本市は、新潟県のほぼ中央、新潟市の中心街より南方約 70 km に位置。北、東、西は長岡市、南は十日町市に接し、市域面積は 155.19k m²、周囲は 86.1 km

(2) 概況

▽人口 36,498 人、世帯数 12,165 (2015 年国勢調査)

▽典型的な日本海側気候 降雪が多く、最大積雪深が 200 cm を超える特別豪雪地域

▽鉄鋼などの製造業が盛んで、平成 26 年出荷額等は 1,091 億円

▽農業産出額は 32.8 億円、うち米が 23.5 億円 (2015 年農林業センサス)

▽魚沼産コシヒカリの産地で農地の 8 割以上が水田

▽農家総数は 2049 戸で総世帯数の約 17%、専業農家数は 217 戸で総農家数の約 10% (2015 年農林業センサス)

2. 錦鯉を取り巻く現状と課題

(1) 錦鯉そのものの産業化

▽錦鯉は、古くは良質な蛋白源として食用鯉として養殖されていたものの中から突然変異により発生した「色鯉」を継続飼育して、江戸時代に誕生したとされています。

▽その後、品種改良を重ね、その色合いや泳ぐ優雅さから、富裕層から特に好まれ、錦鯉が観賞魚としての地位を確立することとなり、養鯉業として産業化しました。

(2) 情勢変化と新たな波

▽平成 16 年 10 月 23 日発生の新潟県中越大震災では、大規模な地滑り等により生産拠点としている養理池が被災し、錦鯉の多くを滅失しましたが、復興のシンボルとして、わずかに残った親鯉から生産を再開し、現在は震災前に近い状況まで復興しました。



- ▽平成 29 年 5 月に新潟県の鑑賞魚として「錦鯉」が指定され、さらに、平成 29 年 3 月には、錦鯉の生産を含めた地域の農業システムが「雪の恵みを活かした稲作・養鯉システム」として、日本農業遺産に認定されました。古から農業と養鯉業が一体的に営まれ、自然と地形を活かしながら、それらと共存するための知恵と技術、文化全体が後世に残すべき重要な遺産であると評価されたのです。
- ▽錦鯉発祥地であり、現在も国内有数の錦鯉生産地である小千谷市には、海外から来訪する錦鯉バイヤーが多く、新潟県内でも年間外国人訪問者数が多い地域です。また、世界的にも稀な錦鯉鑑賞専門展示施設「錦鯉の里」は「NISHIGOI-MUSEUM」として、外国人来訪者が増加傾向にあります。
- ▽毎年 10 月頃には、県内各地で錦鯉品評会が開催され、各国人来場者で溢れ、リゾート地のような賑わいを見せます。
- ▽最高級ブランド米魚沼産コシヒカリの生産地でもある当地域では、従来コシヒカリを中心とした水稻栽培が行われてきました。しかし、中山間地域での水稻栽培は、大規模集約できないために生産の効率化やコストの削減が困難であり、労働者の高齢化も相まって、耕作放棄地の増加が大きな課題となっています。
- ▽更に、平成 30 年から国による米の生産調整が行われなくなり、米の直接支払交付金が廃止されることから、米の栽培を継続できなくなる水田等が更に増加することが想定され、農村の環境が悪化することが懸念されます。

(3) これまでの課題

- ▽錦鯉は生産販売と観光の相互関係で、より成長するノビシロの大きい産業ですが、錦鯉生産者及び観光関連業者の双方によるメリットが見えにくいこと、また、錦鯉生産者の昔からの大胆な経営感覚により、役割と費用分担などで調整しきれない状況でした。
- ▽錦鯉鑑賞専門展示施設「錦鯉の里／NISHIGOI-MUSEUM」は、平成元年(1989)開館で既に 28 年を経過しており、新たなターゲットとする外国人来訪者への体感、体験アピールなどの機能を付加しにくい状態であり、大規模改修または生産改良・研究施設と併せた新規施設設置が課題とされています。
- ▽この地域では、売上の約 8 割が海外への輸出と言われ、外貨獲得の一大拠点となっていますが、海外からの来訪する錦鯉バイヤーがビザの取得に時間を要することによって、大切な販売の機会を失ってしまうことも少なくありません。

3. 新たな風と波

(1) 販売対象の形態変化

- ▽錦鯉その色彩は、「和」のテイストと「彩」による NIPPON を代表する「美」として、近年、海外からの関心が高く、国内消費から海外展開へ、輸出対象国、量、金額とも販売対象がシフトしてきました。
- ▽しかし、国内はもとより海外でも錦鯉の生産が活発になり、国際競争が激しくなる中で、「錦鯉発祥の地」としてのブランドを守るための国による産地ブランド化戦略が必要になっています。

(2) オールジャパンでの対応

▽2020年東京オリンピック・パラリンピックには、海外から日本への関心が更に増し、日本イコール「和」「彩」「美」「優雅」というデザイン性により、日本ブランドの需要が大きく高まるものと期待できます。

4. 積極的な施策・事業展開

(1) 需要に対応する生産環境対応

[生産基盤整備・確保の柔軟性 — 錦鯉生産特区 —]

▽販売需要、特に海外への輸出については、好調を維持していることから、若手後継者が順調に育ち、地域の雇用創出にも大きく貢献しています。



▽生産基盤の基礎は養鯉池及び越冬用室内施設であり、生産拡大には用地の確保が課題ですが、適地の確保は容易ではありません。

▽そこで、米の栽培を継続することが困難な水田などの農地を養鯉池として活用することができれば、生産を拡大したい錦鯉生産者の需要に応えることができます。

▽その結果、農道の維持管理も含め、土地が適正に維持されることにより、地域の環境が保全され、住民や周辺農地の権利者にとっても利益が生じるものと考えられます。

▽更に、越冬用室内施設については、農業振興地域の整備に関する法律第3条第4号で規定する「農業用施設」に位置づけることにより、農業振興地域内の農用地区域であっても、所定の手続きをすることにより、越冬用室内施設の築造を可能にすることも考えられます。

▽日本農業遺産に認定された「雪の恵みを活かした稲作・養鯉システム」で明らかにされたように、この地域で農業から派生した錦鯉の養殖業を農業の一形態と捉え、米の栽培を継続することが困難になった農地等を錦鯉の養殖業が容易に引き継ぐことができるように、農林水産業における既存制度の柔軟な適用を提案します。

[過去の構造改革特区提案と却下の経緯]

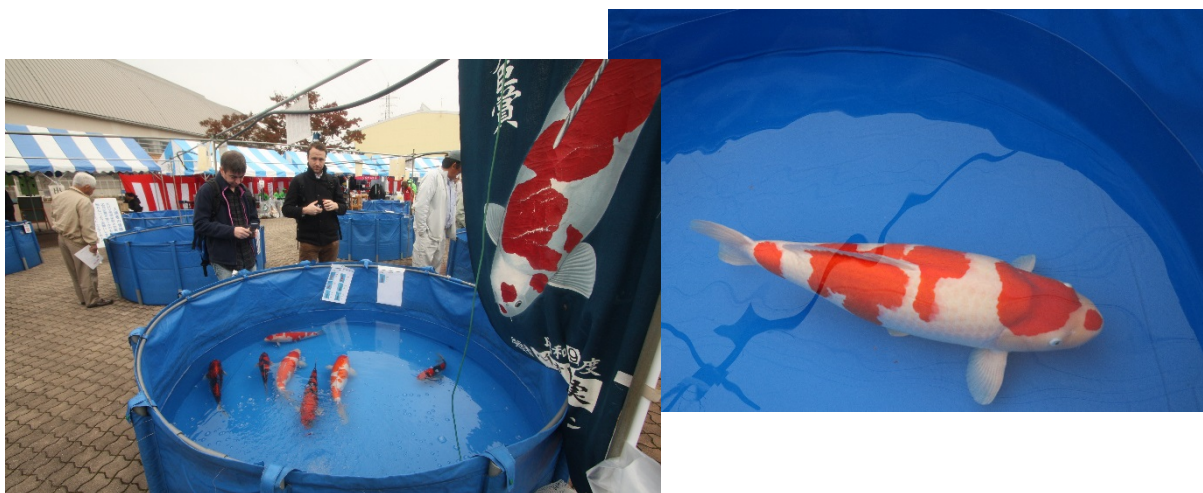
- ・この地域では、新潟県中越地震から復興を遂げる過程において、従前の錦鯉養殖施設が使用できなくなったことから、市街地近くの農地（畑）を一時転用してその代替地として確保しました。
- ・従来の生産地は山間地で被害が甚大であったことに加え、地理的な制約もあってライフラインの復旧にも時間を要したため、代替地での錦鯉生産が本格化していきました。
- ・そして、代替地で錦鯉生産を継続して行うために、当該農地を永久転用することを目的とした規制緩和を求める気運の高まりを受け、小千谷市は被災した錦鯉養殖に関して農地法等の規制を緩和するために、農林水産省に対して構造改革特区の提案を3度試みましたが、いずれも採用されませんでした。

(別添資料参照)

▽このような経過をたどりましたが、昨今の錦鯉生産の拡大、農業者の高齢化等に

伴う農地荒廃の懸念、国による米の生産調整終了に伴う生産者の自主的な生産調整の受け皿の必要性、「雪の恵みを活かした稲作・養鯉システム」の日本農業遺産認定など、農地を錦鯉の養殖施設として活用することについて、多く人の理解が得られる条件が整ったと考え、あらためて提案します。

▽優良農地を維持して農業の利便性を確保することも重要であることから、地域の事情に即した、地域の農業と養鯉業が共存・共生できる方法を模索しながら、農業者と養鯉業者双方に利益となる仕組みを構築したいものです。



[この提案により実現する農業との相乗効果]

▽全国で農業の担い手不足による耕作放棄地の増加が問題視されていますが、当地の養鯉業においては、若者の担い手が多く就業しています。

▽農業の担い手不足という負の側面がある一方、耕作放棄となる農地を養鯉業者の担い手が養鯉池として借り受けることで、農道（農業施設）の維持管理も含め、国土保全と地域活性化に繋がります。

▽国による生産調整が無くなる平成 30 年度以降は需要に応じた米作りが求められますが、水田を養鯉池とすることで米生産者の自主的な生産調整の受け皿となり、水田の環境保全の機能を有したまま農家の所得確保が期待できます。

▽その結果、適切な農地管理が可能となり、農業者は、ブランド米「魚沼コシヒカリ」や棚田米として付加価値をつけて継続して販売できます。

▽また、柔軟な土地利用は養鯉業者にとってインバウンドなど需要に対応した生産量の拡大に少ない負担で対応できる上、需要縮小にも容易に規模縮小し元の農地として農産物の生産を行うことができます。

▽総じて、当地の住民（農家）は、自分たちの生活様式から生まれた産物がブランド米（魚沼コシヒカリ・棚田米）であり、錦鯉であると認識しており、これまでの生活文化に則した制度が導入されることは、地域（生活圏）への愛郷心、特に中山間地域での生業に対するモチベーションの向上に絶大な効果をもたらすことができます。

(2) NISHIGOI を活用した COOL-JAPAN の売り込み

[国家的な象徴と日本のイメージ醸成]

▽錦鯉は、「和」「彩」「美」「優雅」なデザイン性により日本をイメージできるもので、国を代表する鑑賞魚としてふさわしいものであり、「中国のジャイアントバンダ」、「オーストラリアのコアラ」と同様、錦鯉を外交アイテムとして活用できると考えます。

▽錦鯉を国の鑑賞魚として位置付けて活用展開することを提案します。

(3) インバウンドへの取組強化

[上記(2)を展開する拠点施設と案内導線の整備]

▽当市での外国人からの一次受入施設として、「NISHIGOI- MUSEUM」は効果的な常設施設です。現「錦鯉の里」は経年劣化及び時代趨勢により、大規模な変革が求められています。このため、錦鯉の生産及び研究施設、直売所等と併せた国営新施設整備を提案します。

▽当市は首都圏から3時間圏、また、大阪府泉佐野市との特産品相互取扱協定を締結し、関西新空港と新潟空港も平成29年3月からLCC路線が開設予定であることなど、外国人来訪者の増加が期待されています。新潟空港やJR長岡駅からの2次交通の整備に加え、市内におけるスムーズな移動を可能とする新たな統一サイン（案内看板）を整備することが必要です。

▽錦鯉の原産地であるこの地域にインバウンドを取り込み、錦鯉の魅力を知ってもらうためには、気軽に錦鯉の観賞や購入ができる環境を整備することが必要です。

▽そのためには、「錦鯉の聖地」であるこの地域ならではの仕掛け、例えば、錦鯉の施設を訪れる外国人に対して、ビザの取得や免税手続を簡素化するなど独自の施策が重要になります。

(4) 外国人来訪者による情報発信

[体感・体験をSNS活用]

▽口コミによる外国人来訪者の波状効果を促進するため、市内の国際交流協会と連携した統一サイン及び案内情報を作成するなどの連携事業化を進めます。

▽連携事業による呼び水としてのSNSによる情報発信のほか、インターネット上のサイトにおいて、写真の自由投稿（必要によりコンテストなど）欄を設け、情報の拡散による外国人来訪者の増を目指します。

▽日本文化の象徴ともいえる錦鯉文化に多くの外国人が触れることにより、その魅力が拡散し、更に外国人旅行者を呼び込むことが期待できます。

