

「京の稲作と農地を守るアクションプラン」(中間案) に対する府民の皆さまからの御意見募集結果

平成28年12月19日
京都府農林水産部農産課
(電話 075-414-4953)

「京の稲作と農地を守るアクションプラン」(中間案)について、府民の皆さまから御意見を募集いたしましたところ、貴重な御意見をいただきありがとうございました。

お寄せいただいた御意見及びこれに対する府の考え方を下記のとおり公表します。

また、御提出いただいた府民の皆さまの御意見を十分に考慮し、「京の稲作と農地を守るアクションプラン」をとりまとめましたので、あわせて公表します。

記

- 1 意見募集期間
平成28年10月5日(水)から平成28年11月1日(火)まで
- 2 意見提出者数(提出意見数)
24名(79件)
- 3 意見の要旨とこれに対する府の考え方
別紙のとおり
- 4 京の稲作と農地を守るアクションプラン
別添のとおり

「京の稲作と農地を守るアクションプラン」に係る
パブリックコメントの要旨及びこれに対する府の考え方

<79件>(24人(含団体))

項目	意見の要旨	府の考え方
1 プラン全 般	○ 農家の発展、希望をもたらす制度にしてほしい。	□ ご意見のとおりであり、そのように取り組んでいきます。
	○ まず関係機関の食堂が京都米を100%(年間)使用する「京都米提供店」になるべき。府職員が京都米を食べることで農家・消費者を動かす。	
	○ 利益・経営だけの視点ではなく、社会的視点でも検討いただけるよう、お願いします。	□ ご意見のとおりであり、農村を守る上からも、水田・水路・農道・ため池等がしっかり管理されることが大切であると考えており、今回のアクションプランのタイトルは社会的な観点から掲げています。
	○ 新しい「京都米」の生産を軸にした総合対策の展開について、中山間地域で高齢化が進み法人設立も現実でない米農家として、今回、米政策を取り上げていただき、現状を踏まえた分析とプランを提案願ったことに、大変感謝します。	□ アクションプランへの賛同のご意見ありがとうございます。
	○ 府の今回のプランは先進県に比べて遅かった思いはありますが、営農法人理事の一人として大歓迎です。	
	○ 商品開発、新規需要開拓、技術開発による効率UPの方向で施策を推進していただきたい。農地を守り、担い手確保・育成の上で「米づくり」が最重要。これしか生きる道はない。	
	○ 量質を備えた米生産が課題とされ、『稲作』と『農地』を守るためのプランとされる割に生産者視点の取組がわかりにくく、流通対策や宣伝対策が先行している印象です。(生産対策を中心軸にしないと、不安定な流通販売対策になるのではないのでしょうか。)	□ 生産者対策にはしっかりと取り組むことにしていますが、消費者や実需者のニーズを起点とした取組がこれまで弱かったため、消費拡大→流通対策→生産対策の順番に記載しています。
	○ 今一度、小規模な座談会を設けて、現状を踏まえた上でプランを立てていただきたい。	□ 座談会につきましては、時間の制約もあり、ご要望にお応えすることは難しいですが、本プランの策定にあたっては、事前に府内の稲作担い手への聞き取り調査やアンケート調査を行い現状把握に努めるとともに、検討委員にも生産者の方に入っていただきご意見を取り入れているところです。
	○ 「地域ブランド米」や販売戦略の策定指導等、地域の特性、事情に応じたフレキシブルな対応が認められる施策をお願いしたい。	□ 施策化に当たっては、ご意見を踏まえた検討をして参ります。

	項目	意見の要旨	府の考え方
10	プラン全般	○ 京都府全体で米作を考えること自体が、地域の特性に合った農業に叶っていないのではないのでしょうか。気候や土壌が違い、稲作に適しているか疑問な地域もある。	□ 府全体の取組だけでなく、地域の特性を活かした取組が一層重要になると考えており、施策化に当たってはそのように検討を進めます。
11		○ 気候変動による今後の生産作物の変化を見据えた戦略に適っているのか？が不明瞭に感じます。	□ ご意見を受け、「新規施策（制度）のスキーム」Ⅰの1の(2)内に「耐暑性」と追記しました。
12		○ 全体を通じて「京都の米」「京都米」「京の米」「京都産米」と用語の統一ができていない。統一してはどうか。	□ ご意見を受け、本プランでは「京の米」で統一しました。
13		○ 大規模水稻を念頭に置いた就農に対して、他の場合と違う特典などを用意して、若者を水稻農家へ誘導し農地を守る方策がとれないものか。 新規就農者は野菜の栽培を考える者が圧倒的に多く、大規模水稻で農地を維持してほしいという過疎地の思いとかけ離れている現状。	□ 水稻の規模拡大による低コスト生産の取組について、施策化に当たっては何らかの支援を考えたい。
14		○ おいしい米の生産に関する項目の検討が入っていないのではないかと思う。おいしいお米を作るための基本（土質、肥料、消毒、水、刈取時期、等）をもう一度洗い直しをして、生産者が再度、耕作に対する認識を新たに作る場所をもうけて、基本からやり直す事も重要である。	□ ご意見のとおりであり、そのように取り組んでいきます。
15		○ 獣害等により農家の営農意欲が低下しているので、防護柵等の設置の強化を進め、京都米の生産量の低下を防ぐ。	
16		○ 平成30年以降、粗悪な米の増加による消費者の米離れや、水田機能が維持できなくなることによる災害の増加を懸念する。行政の関わりは重要と思うが、多様な経営があるので、いろいろな意見をもっと取り入れて、経営がしやすいようにしてほしい。	
17		○ すでに荒廃地となった中山間地域の農地を国が買取り管理し、農家はその労力を生産意欲に結びつけてはどうか。	□ 京都府では農地中間管理機構による農地集積等により、中山間地域の農地管理を進めることとしております。
18	問題意識	○ 1ページ目と2ページ目で【販路開拓とブランディング】、【食味と品種】が同じ項目になっているが視点の違いが明記されていないため分かりづらい。	□ 同じ項目が記載されていますが、1ページは＜現状＞、2ページは＜課題＞が記載してあります。
19		○ 2ページ目の「微量栄養」という表現が何のことか、一般の方からはわかりづらい。	□ ご意見を受け、「肥料成分」に修正しました。

項目		意見の要旨	府の考え方
20	問題意識	○ 3ページ目の(3)生産の効率化の(現状)に農業資材の現状について書く必要があるのでは？有機栽培や化学肥料減量についてふれる必要がある。	□ 今回のプランの問題意識は、これまで取り組まれてこなかった「食味にこだわった販売」を中心とした記載になっておりますが、特別栽培米や有機米等の化学肥料減量の取組推進や高騰化する農業資材コストの低減対策の取組は引き続き重要と考えています。
21		○ 問題意識の地域間格差について南北に長い地形の中で、都市型・土地利用型と区別され、そこには地域の人・風土・がかなり異なった状態で現在の一次産業が継続されている。各地域の強みでもあり弱みでもあります。これをしっかり分析し、地域に合致した現状分析がされての取組みになることを期待します。	□ 府全体の取組だけでなく、地域の特性を活かした取組が一層重要になると考えており、施策化に当たってはそのように検討を進めます。
22	「新規施策(制度)のスキーム」	○ 家庭用、外食用などそれぞれ消費先に合う米の生産が必要になる。また米穀店に喜ばれる品種の栽培が必要となる。	□ ご意見を受け、消費者・実需者ニーズに対応する「コメの京都(仮)サイト構築」と「ビッグデータを活用した米の嗜好分析」を追記しました。
23	1 インバウンドも含めた国内外のマーケットデータの活用と京都ブランドの確立による販路開拓	○ 今後も需要増が見込まれる業務用で、関西スーパーマーケット向け高級おにぎりの販促PRにより認知度アップ→おにぎりのおいしさから店頭用米の購買を誘導し、ブランド化を図るべき。	
24		○ 「京都ブランド」を旗印にして認知度UPすることが今後不可欠である。	□ ご意見を受け、ブランド化や美味しい米をつくるという地域の底上げにつながるよう、「京の米ブランド化推進協議会(仮称)の設置」を追記しました。
25		○ 「お米コンテスト」は、府内の米の小売店や卸業者、府や関係団体が一体となって取り組んではどうか。	
26		○ コメのコンテストよりも、「京都米提供店」のコンテストにした方が良い。京都米提供店のブランド化を進めることで、京の米の消費拡大に直結する取組になると期待できるから。	□ ご意見を受け、ブランド化や美味しい米をつくるという地域の底上げにつながるよう、「ブランド化推進共励会の開催」を追記しました。
27		○ 各地の米のコンテストは何らかの情状、素人の範囲が抜け出さない環境が伺えるので、京都府のコンテストは、権威ある制度にすべきである。また出品サンプル参加の条件を検討すべきであるし、検査方法をオープンにすべきである。	

項目	意見の要旨	府の考え方
「新規施策(制度)のスキーム」 28 1 インバウンドも含めた国内外のマーケットデータの活用と京都ブランドの確立による販路開拓 29 30 31 32	(2)食味にこだわったターゲット別(高級路線、一般消費者向け)の新たなマーケット開拓	<input type="checkbox"/> ご意見を受け、ブランド化や美味しい米をつくるという地域の底上げにつながるよう、「ブランド化推進共励会の開催」を追記しました。
	<input type="checkbox"/> 老舗料亭の料理人は「××産の** (品種名)を使っている」とは言わない。「ワシの腕が良い」、「ワシの目利きが良い」というのに誇りを持っているから。米販売店は料理人のオーダーを受けて好みに合ったブレンド米を作り上げている。	<input type="checkbox"/> 老舗料亭の料理人には米の品質評価や料理開発の部分でご協力をいただきたいと考えております。
	<input type="checkbox"/> 「京の米」のブランド化には、品質のシバリをキビシクすることが必須。 ・タンパク含量によって、☆(一つ星)から☆☆☆☆(三つ星)までランクを分け、買取価格に差を付けるべき。 ・つや姫やゆめぴりかのように、厳しい基準を設け、出回りが足りない状態をつくる必要。量を作ると値を下げる要因になる。 ・主食米を上記の方法でJAに集荷し、JA米をプレミアム化する。	<input type="checkbox"/> ご意見を受け、「プレミアム米の開発による消費者に選ばれる「京の米」のブランディング」と追記しました。
	<input type="checkbox"/> 認証制度を創設する場合は以下のことを念頭に取り組んでほしい。 1. ダントツの特徴、差別化が出来るか 2. マネのしにくい生産技術を構築 3. 京都の総力を結集しブランド化 4. ブランド、品種の管理 5. 肥料、農薬の選定管理 6. 機能性米が誕生すれば証明機関の設定	
	<input type="checkbox"/> 付加価値の高い「京の米」づくり戦略に追記を希望 (3)ブランド化に向けて ・京都米のコンセプトの基準化、統一化をおこなう (食味、品質等の基準化は、品質に応じ数グレード段階に分ける) ・京都府民、他府県で認知されていくように京都米を一言で表現する「米マーク」(ブランド認証印)を府民から募集し、確定し表示をおこなう。(ブランド認証外の米は一般京都米(認証外米)として流通させる) ・米トレーサビリティ法に基づき生産、流通・販売等のマネジメントを強化する。	

項目		意見の要旨	府の考え方
33	「新規施策(制度)のスキーム」	○ 「京都米」は全国に埋没する生産地を示すだけで、量や質の特徴は表していません。このため、「京都米」のブランド化ではなく、栽培方法・品種・食味などの基準をクリアする「プレミアム京都米」のブランド化を進めることに注力し、府内産米の先導役として生産誘導と流通販売戦略を講じるべきではないでしょうか。	□ ご意見を受け、「プレミアム米の開発による消費者に選ばれる「京の米」のブランディング」と追記しました。
34	1 インバウンドも含めた国内外のマーケットデータの活用と京都ブランドの確立による販路開拓	○ 京の米のPR方法として以下のことが考えられるので検討してほしい。 1. 世界文化遺産「和食」の基本としてPR 2. 懐石、会席、茶懐石、ミニ会席の普及(お茶から始まる懐石の普及) 3. お弁当コンクール大会(京都の業者)開催 4. 米粉、もち米、お米を利用した、世界を念頭に置いたお菓子の開発 5. 老舗料亭が参加 6. おにぎりは日本の文化、活用を工夫 7. 世界の観光客を対象に工夫された料理を開発	□ ご意見を受け、「新たな食べ方の提案、インバウンドや輸出向けなど、新マーケットの開拓を支援する施策を創設」を追記しました。
35		○ 少ない量を売りにする。地域別の限定販売の年間シリーズ化	
36		○ JA、地域行政機関、生産者、研究者等で構成されている地域での「〇〇米振興協議会」、「地域〇〇協議会」の活動を強化し、米の生産性、食味などの向上のための支援施策を強める	□ ご意見を受け、「地域における良食味米の生産振興を支援し地域全体の底上げにつながる「地域共励会」の開催を追記しました。
37		○ 地域別の特徴の見直しを行い、付加価値の高い作物を作付するため府・JA京都・法人又は担い手でチームを結成して最適な作物を作付けする体制を確立する。そして付加価値の高いブランドを確立する。	
38		○ ALL京都でどうしてもこの課題を無理矢理でも早々に乗り越えるのだという意気込みが、本当におありなら、まずリーダーとなるものを無理矢理作るのです。その人に引っ張ってもらうではありません。周りが私のように勝手についていくのです。そのぐらい夢のある(つまり魅力のある)リーダーの成功を周りの生産者に見せつけるのです。頑張れば良い物をつくれれば『府があんな風に引っ張り上げてくれるんだ』でもいいじゃないですか。『頑張って良い物を作ったらあの人みたいに成功できるんだ』でもいいでしょう。とにかく『京都中のどの市町村に居ても、全ての稲作農家が、誰か一人は稲作で成功している人のことを知っている』そんな状態にならないと、後を追う者はそんなに勝手にどんどん出てくるなんて状態にはなりません。	

項目		意見の要旨	府の考え方		
39 1 インバウンドも含めた国内外のマーケットデータの活用と京都ブランドの確立による販路開拓	(2)食味にこだわったターゲット別(高級路線、一般消費者向け)の新たなマーケット開拓	○ 「京の匠による合わせ米」で京都ブランドの知名度を上げてはどうか。またパッケージの工夫も必要。	□ 施策化に当たっては、ご意見を踏まえた検討をして参ります。		
		○ 商品に、どれだけソフトを乗せるか、がポイント。 (例)生産者の顔写真をパッケージに載せる。分づき、1kg単位の量り売りをする。 (例)真空パックで販売する(虫のクリームゼロ)。など			
		○ 首都圏の百貨店、高級スーパーマーケット、こだわり米販売店での催事、ギフト、ネット販売で京都米の露出を高めブランド化を図るべき。			
		41		○ 府内でコシヒカリに代わる良食味の新品種が必要と思います。	□ ご意見を受け、「京都オリジナル新品種の開発」を追記しました。
		42		○ 全国の新銘柄にはコシヒカリだけでは勝てない。農家はやはり米が中心で、京都でも掛米や、酒米とともに売れる米作がやはり中心ではないか? 「京都米」だけでは駄目で甘い米が出来ないものか?	
		43		○ 品種改良にあたり、市場価格の目標や市場の分野の選定が大切。	□ ご意見のとおりであり、そのように取り組んでいきます。
		44		○ 品種改良は品種の確定に時間がかかり問題。	□ 施策化に当たっては、時間を短縮する方法を検討して参ります。
		45		○ 品種の選定、改良にあたり、機能性米の方向を探るとともに、京都の大学との提携をしてはどうか。	□ 施策化に当たっては、ご意見を踏まえた検討をして参ります。
		46		○ 品種改良にあたり、美味しいことは必須条件で安心・安全は当然条件である。これからは、健康志向が高まると思うが機能性等の特徴はうたえるか。	
47		○ 品種改良にあたり、コメの特徴には白度、輝き、粘り、硬さ、粒の大きさ等があるが、消費者(含外国人)が見て触って他の米との違いが分かり易いものがよい。			
48					

項目		意見の要旨	府の考え方
49	「新規施策(制度)のスキーム」 1 インバウンドも含めた国内外のマーケットデータの活用と京都ブランドの確立による販路開拓	○ 新品種の開発にあたりネーミングが大切である。未来志向とかストーリー性を含む、なじみやすいものがよい。カタカナ、ひらがな、混合、横文字、英文文字も視野にいれてはどうか。	□ 施策化に当たっては、ご意見を踏まえた検討をして参ります。
50		○ 「京の輝き」は、主食用としてもいける品種である。粒が大きく、口当たりが良い。	
51		○ 新品種の開発・販売にあたりパッケージデザインが大切である。和風にするとか。又袋の素材の選定も大事。	
52		○ 味の評価で戦うのも大切だと思いますが、同時に、百貨店に置いてもらうとか、ゆめぴりかのような印象に残る名前をつけるとか、流通とか宣伝とかでも戦っていかないと、生き残れないと思います。関東では京都の米って聞いたことがありません。	
53		○ 他県は米のTVCMがあるが、京都はない。アピール不足。京野菜と違い京都米(酒米も)は府民に認識がなく購入意識が低いと思う。もっと宣伝すべき。	
54		○ 米の出荷形態でJAの系統出荷が激減している理由として「丹後産コシヒカリ」のネームバリューとブランド力が生かされていない現状が挙げられていますが、そのひとつとして「京都米」のネーミングにも問題があると思う。特Aの実績を生かすならば、なぜ「丹後米」の区別ができないのかが、系統出荷上の課題。同じ京都米でも、産地間競争があるべき。	
55		○ 京都米で加工した和菓子を宇治茶とセットして主たる観光地で販売。府内ホテル、旅館の宿泊客に京都米をさらに提供してはどうか。	
56	○ 販路開拓について ・レストラン、ホテル、旅館、料飲店などで、京都米の積極的利用の促進と80%以上の利用をおこなっている店舗を「京都米提供店」として登録し、「登録章」を掲示し、京都米の宣伝、普及につなぐ。 ・府民を対象に田植え、稲刈り、料理講習会等の「京都米普及講座」を広げる。定められた条件をみたす企画には助成をおこなう。 ・京都府内公私立学校の給食に京都米を使い、給食提供にあたっては生産地、生産者、栽培努力等を子供たちに伝えていく取り組みを強力に推進する。		

	項目	意見の要旨	府の考え方
再掲	「新規施策(制度)のスキーム」	(1)新たな需要の創造 家庭用、外食用などそれぞれ消費先に合う米の生産が必要になる。また米穀店に喜ばれる品種の栽培が必要となる。(再掲)	<input type="checkbox"/> ご意見を受け、「ビッグデータを活用した米の嗜好データの分析を通じたニーズの把握」を追記しました。
57	2 京都に集結している食に関する多種・多様な産業と	(2)和菓子、米菓、味噌など酒造業界以外の食品加工業者との結びつきの拡大 ○ 「ごはん」だけでも食べられるお米は少量こだわり生産にして、「業務用」は多収穫米を大量(粗放)生産してはどうか。	<input type="checkbox"/> ご意見を受け、「地場産業等の実需ニーズに対応した生産支援」と追記しました。
58	コラボした需要の創造	○ もち米、酒米生産を増加させて主食米をタイトにしてはどうか。	<input type="checkbox"/> 施策化に当たっては、ご意見を踏まえた検討をして参ります。
59		○ 京都の「もち米」を和菓子屋に売り込むべし。その際に、「京都産モチ米使用店」の看板を作り、和菓子屋に他店との差別化を訴求してはどうか。 京都のもち米は出回りが少ないことと、滋賀県の羽二重糯との違いがハッキリしないことがネック。	
60	(3)京の米を使用した地場産品の需要拡大などのPR活動	○ 食品加工業への供給拡大について(現状)他府県に比べ管内・京都産米粉の取組みがおこなわれていない(課題)食糧自給の向上、地産地消の推進、アレルギー対応等の視点から「京都産米粉」の普及、米粉商品の開発に取り組む。そのための特用品種の開発、府民向け普及事業(学習、料理講習会等)を推進する。	<input type="checkbox"/> ご意見を受け、「京の米・米加工品を使用した地場産品等のターゲットを絞った販路開拓などのPR活動」と追記しました。
61		○ 酒造業という大消費業界をかかえているメリットを考え、酒米の需要拡大のためにはより綿密に酒造メーカーを巻き込んでその気にさせる必要がある。	
62		○ 関係者が飲食(外食)は「京都米提供店」や「京都の酒提供店(制度化希望)」を利用するような意識改革が必要。	<input type="checkbox"/> ご意見のとおりであり、そのように取り組んでいきます。
63		○ 「京都の米でつくった酒の飲める店」の看板をつくと良い。「京都産米の日本酒提供店」をつくりましょう。	<input type="checkbox"/> 施策化に当たっては、ご意見を踏まえた検討をして参ります。
64		○ 京都産であっても原料価格が高いと優位性が発揮できないので地場産業側の需要が伸びない。他の産地と同等若しくはそれ以下の価格を考えられる制度が必要である。	<input type="checkbox"/> 京都ブランドを活かした地場産品の需要拡大の取組を地場産業と一体的に推進して参ります。価格制度につきましては国の政策の動きも見ながら検討して参りたいと考えております。

項目		意見の要旨	府の考え方	
65	「新規施策(制度)のスキーム」 3 知恵産業や大学などのノウハウやアイデアを活かしたコメの生産効率化	(1)省力化や低コスト生産対策の拡充	○ 地域のブランドとしての米を位置付ける必要があるし、転作作物として加工用米だけではなく、京都のブランドとしての京野菜・黒大豆・小豆等の特産物を増やす手立てを講じてもらいたい。	<input type="checkbox"/> ご意見を受け、「地域特産物の生産推進」と追記しました。
66		○ 大型機械による効率化が難しい草刈と水管理について、除草、カバープランツ、防草・抑草シート等の平場、中山間地それぞれに応じた効率化の試験と、水田の水位を自動で調整する水門の試験、開発を進めるべき。	<input type="checkbox"/> ご意見を踏まえ、国や他府県からの情報収集に努めるとともに、今後の試験研究課題の候補として、検討して参ります。	
67		○ 農地が担い手のみに集中すると、水路の溝上げ・畦畔の畦草刈等の管理が思うように出来なくなるので、インフラの整備を早急に進めるべきだ。	<input type="checkbox"/> 施策化に当たっては、ご意見を踏まえた検討をして参ります。	
68	(2)食味や実需者ニーズにこだわった生産対策の創設	○ ライスグレーダーは、米選機のほうがなじみが深い。	<input type="checkbox"/> ご意見を受け、「米選機」に修正しました。	
69		○ 規模拡大に限界がある地域・農家で、儲かる稲作を進めるには、需要ターゲットを絞り、徹底した小規模ブランドで売り出すため、生産流通を地域ごとに再整備する必要がある。生産者と実需者の顔が見える関係をさらに築くことも必要と考える。	<input type="checkbox"/> アクションプランへの賛同のご意見ありがとうございます。ご意見を受け、「食味にこだわった米を地域でまとめて生産流通するために必要な「京の田舎お米センター(仮)」「ミニライスセンター」の整備」と追記しました。	
70		○ 「京の米」生産効率化戦略について JAの運営するライスセンターが老朽化による維持管理が困難な状況の中、ミニライスセンターへの着目は良い。(ただし近年の色彩選別の普及によって、稲の生産現場(水田圃場)において共同防除の運営が困難となりつつあるのが課題)。また農地中間管理機構における農地集積者には、単なる耕作者の斡旋にとらわれず、農地の管理能力を精査しなければ、周辺農家とのトラブルなど山間地域の農地、農地インフラは維持困難となりうる事が心配。		
71	○ II.3.(2)食味や実需者ニーズにこだわった生産対策の創設について 最近収穫した米を農家別に精米してくれるという点が、生産者・消費者双方に満足感・安心感を与えているようで、農業生産法人や営農組織が管理している小規模のライスセンターを利用する農家が増えており、JAの大規模な各施設の老朽化も含めて考えると、近い将来、生産量に対してそれを処理する施設が不足してくることが心配。 今後においてはミニライスセンターや貯蔵庫等農業用施設に対する補助金制度を充実させていくが極めて重要ではないか。			

項目		意見の要旨	府の考え方
72 73 74 75 76 77	「新規施策(制度)のスキーム」 3 知恵産業や大学などのノウハウやアイデアを活かしたコメの生産効率化	○ 大量の買取りが可能な業者に対し、JAブランドを使って売込むためJA京都、府、農業法人で開発チームを立ち上げ販売先を確保するとともにストックが必要なものは保存庫等の設備設置のために府の補助金をお願いしたい。	□ アクションプランへの賛同のご意見ありがとうございます。ご意見を受け、「食味にこだわった米を地域でまとめて生産流通するために必要な「京の田舎お米センター(仮)」「ミニライスセンター」の整備」と追記しました。
		○ 資材費値上がり、異常気象、米価の安値安定で経営難。担い手や法人だけでは京都の農地の維持管理は無理なので、全ての農家に助成が必要。消費者は農薬を嫌うので色選機等への補助を求める。	□ 食味や実需者ニーズにこだわった生産等、方向性が合致する取組については支援できるよう、施策検討の中で考えて参ります。
		○ 農地を守ることについて、中山間等地直接支払・多面的機能支払制度を利用し、なんとか、耕作放棄地を防いでいる状態。この事業の事務の簡略化を望む集落役員が多い。また集落営農の組織化を計画し、人の組織化ができて機械の購入が難しく、補助で購入できる制度が必要。(京力農場プランとは別)	□ 施策化に当たっては、ご意見を踏まえた検討をして参ります。
		○ (2)食味や実需者ニーズにこだわった生産対策の創設)について ・個別プライベートブランド～ミニライスセンターの整備～支援の表現 →削除する。(理由:エリアをどうするのか、投資費用をだれが出すのか、できた商品の販売をどのようにおこなうのか、一連の費用、販売管理をマネジメントできる人材をどうするのか) →地域別の個別「プライベートブランド米」づくりを推進する。一定基準(生産量、品質レベル等)を満たせば系統流通(JA-全農-米卸)の中で認証及び品質管理を強め、とう精をおこない商品化を行う。そのために必要な費用支援を実施する。	□ 既存の系統流通も含めた中での食味や実需者ニーズにこだわった生産対策の創設を想定しています。
		○ 施設の更新に対するの支援を言及してほしい。	□ 施設の単純更新についての支援はできませんが、規模拡大による低コスト化等、方向性が合致する取組については支援できるよう、施策検討の中で考えて参ります。
		○ II「京の米」の生産効率化戦略の(2)食味や実需者ニーズにこだわった生産対策の創設に期待しており、強力に進めていただきたい。ミニライスセンター周辺に、自ら食べる米を市民が生産から確保できる場(「市民コメ農場」)の整備支援をお願いしたい。	□ アクションプランへの賛同のご意見ありがとうございます。施策化に当たっては、ご意見を踏まえた検討をして参ります。

項目		意見の要旨	府の考え方
78 工程表 (ロード マップ)		<p>○ 実際にこの新しい行程表をどなたが実行支援してゆくのでしょうか。成果報酬や生産高に生活が影響されない行政職員や組合職員に委ねて、生産者の意識改革までたどり着けるのか疑問。実行力のある取組主体を期待する。</p>	<p>□ 府のアクションプランであるので、府が関係団体が一体となって取り組んで行くこととなります。また毎年、運営目標を立てて進捗管理します。</p>
79		<p>○ ・プラン全体が「誰かがやるでしょう」的な整理で主語がわかりにくい。まずは、プレミアム京都米の生産流通販売対策として、誰(生産者・農業法人・農業団体(JAの米対策が見えないとの意見が現場に多い)・流通業者・行政など)が、何を目標に、どんな取組を進めるかが分かれば、米農家に責任とやりがいそして希望が生まれると考えます。</p>	