



「遠野牛」の一貫生産と販売について

菊池 巳喜男 議員
(清風会)

問

先頃、遠野市とヨーカ堂、食肉加工大手のエスフーズの三者が「いわて遠野牛」の生産・販売連携の協定を締結したが、今後、どのような取り組みを行い、ブランド化の確立をしようとしているのか。この中で、畜産農家との連携はどのように進め、所得向上に寄与できるのか。また、TPP交渉の展開により、この事業の見直しも迫られるのでは。

答

この連携により、大手食肉業者のエスフーズが現地法人を設立し、肥育施設を立地し、「いわて遠野牛」として将来的には、3千頭の肥育牛の生産拠点ができる。この牛肉を大量販店ヨーカ堂のプライベートブランドとして各店舗で販売することとしている。このことにより、単なる肥育牛生産地となるだけでなく、遠野管内で生産される2千頭の子牛を素牛として、一貫生産体制が確立され、ブランド確立と同時に子牛の

産地として認知度が高まり、黒毛和牛の産地としての評価を得ることができると期待している。TPP交渉は、今後どうなるのか予測しづらいが、三者連携によるプロジェクトが、この難しい局面を打開できるチャンス握るものと捉えている。

問

少子化対策の取り組みの中で、若者定住に向けての出会いと婚活支援体制で、パートナー支援ネットワークの結婚相談員は現在3人体制であるが、各町に2人位の積極的な配置とした方がいいのではないかと。また、「出会い応援イベント」が、今年は一度も開催されておらず消極的ではないか。

答

パートナー支援ネットワークでの登録者数が大幅に縮小となっており、サービスを希望しているものの相談員と面会したことがないケースもあることから、登録者数の減少に合わせ10名いた相談員を3名

に減らしつつも、担当を割り振りするなど、きめ細かなサービスに努め、市のホームページに内容を掲載するなど周知に努めているが、今後とも利用について広報等を活用してPRを行っていく。出会い応援イベントについては、東日本大震災



のびのびと自然の中で育む黒毛放牧牛

のため実施できる状況でなかったが、今後はクリスマスパーティーなど、数回のイベントを企画する予定である。

●その他の質問

生活保護の実態について。