

# 有機農産物等の流通・販売に関する検討会

## 報告書概要（案）

第4回検討会  
(令和7年1月31日)

## &lt; 目次 &gt;

- I 現状
  - 1 有機農業等についての兵庫県の状況
  - 2 有機農産物等の流通・販売や理解促進に対するこれまでの取組
- II 有機農産物等の流通・販売や理解促進の課題
- III 提言(今後の施策の方向性)
  - 1 流通・販売促進対策
    - 【提言1】 出荷コスト・労力の削減を図るため、出荷・流通効率化モデルを構築し、普及すること
    - 【提言2】 生産情報の効率的な共有と流通事業者等との需給調整に役立つ仕組みを導入すること
  - 2 理解促進対策
    - 【提言3】 官民協力し「地元産」と有機農業による「生物多様性」や「脱炭素」等の価値を関連づけた広報戦略を推進すること
    - 【提言4】 学校給食、食農教育を通じた将来世代への訴求力を強化すること
- IV 検討会の概要・経緯、委員名簿

# 現状

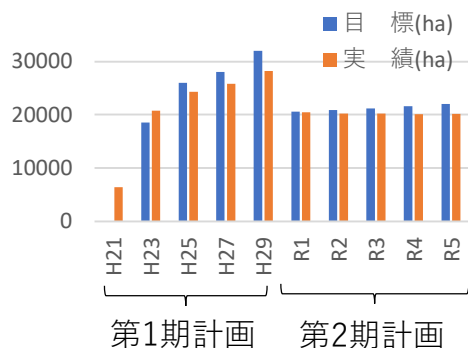
## 1 有機農業等に関する状況

- ・平成21年度に「兵庫県環境創造型農業推進計画」を策定（現在第2期計画期間中）し、推進した結果、県の環境創造型農業・有機農業取組面積は増加してきたが、近年、伸びが鈍化
- ・高齢化により栽培をやめる人がいる一方、県への就農相談者の22%が有機農業を希望
- ・県内では有機農産物等は直売所を中心に販売。一方、消費者が購入するのはスーパーが主
- ・消費者は標準品より1割高までの価格を希望する者が過半で、4～5割高の価格でも購入する者は少数（農林水産省調査より）

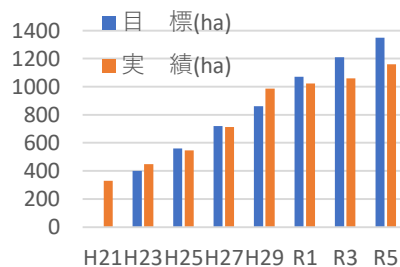
※国が令和3年に「みどりの食料システム戦略」を策定（2050年の目指すべき姿：有機農業取組面積を耕地面積の25%に拡大など）

## 2 有機農産物等の流通・販売促進や理解促進に対するこれまでの主な取組

- ・流通・販売促進のための研修会・商談会の開催：令和2年度1生産者、3年度2生産者が取引開始
- ・県民の理解促進のための有機農業教室の開催：令和5年度受講者 約500名
- ・有機農業産地づくり推進（オーガニックビレッジ）には全国最多の9市町が取組



○環境創造型農業取組面積の推移



○有機農業取組面積の推移

○ひょうご就農支援センター相談件数  
（R3. 6月～R6. 10月）

就農相談数	うち有機農業希望	割合
792人	174人	22.0%

○有機農業産地づくり推進に取り組む市町

取組開始年度	実施市町
R4	豊岡市、養父市、丹波篠山市、丹波市、淡路市
R5	神戸市、加東市、上郡町、朝来市

## Ⅱ 有機農産物等の流通・販売や理解促進の課題

### 1 有機農産物等の流通・販売促進

- ①量販店への出荷が必要だが、ロットが少なく、出荷作業や輸送費が増え、価格高になりがち。特に発送、小分け、袋詰め、シール貼りなどの負担が大
- ②生産グループ内で生産情報（各生産者の生産量や農作物の生育状況など）の管理が非効率で、実需者からのニーズに迅速に応えられていない面がある

【課題 1】 出荷に掛かる労力やコストの削減

【課題 2】 生産情報の効率的な共有

### 2 有機農産物等に対する県民理解促進

- ①従来の取組を通じて、有機農産物等が安全、健康といったイメージは広がり、環境負荷軽減への貢献といった公共的価値の認識も広がってきているが、消費者の行動変容（購買行動）にまでは十分につながっていない
- ②脱炭素などは現役世代より、さらに将来世代に関係する問題

【課題 3】 生産者・流通事業者・行政等による気運醸成

【課題 4】 学校給食、食農教育を通じた将来世代への訴求力強化

### III 提言(今後の施策の方向性)

#### 1 流通・販売促進対策

##### 【提言1】出荷コスト・労力の削減を図るため、出荷・流通効率化モデルを構築し、普及すること

兵庫県の有機農産物の出荷の省力化や輸送コストの低減を図り、生産規模拡大や生産増を目指すため、地域内の生産者、流通事業者等が連携し、以下について効率的な出荷・流通モデルを構築することを提言

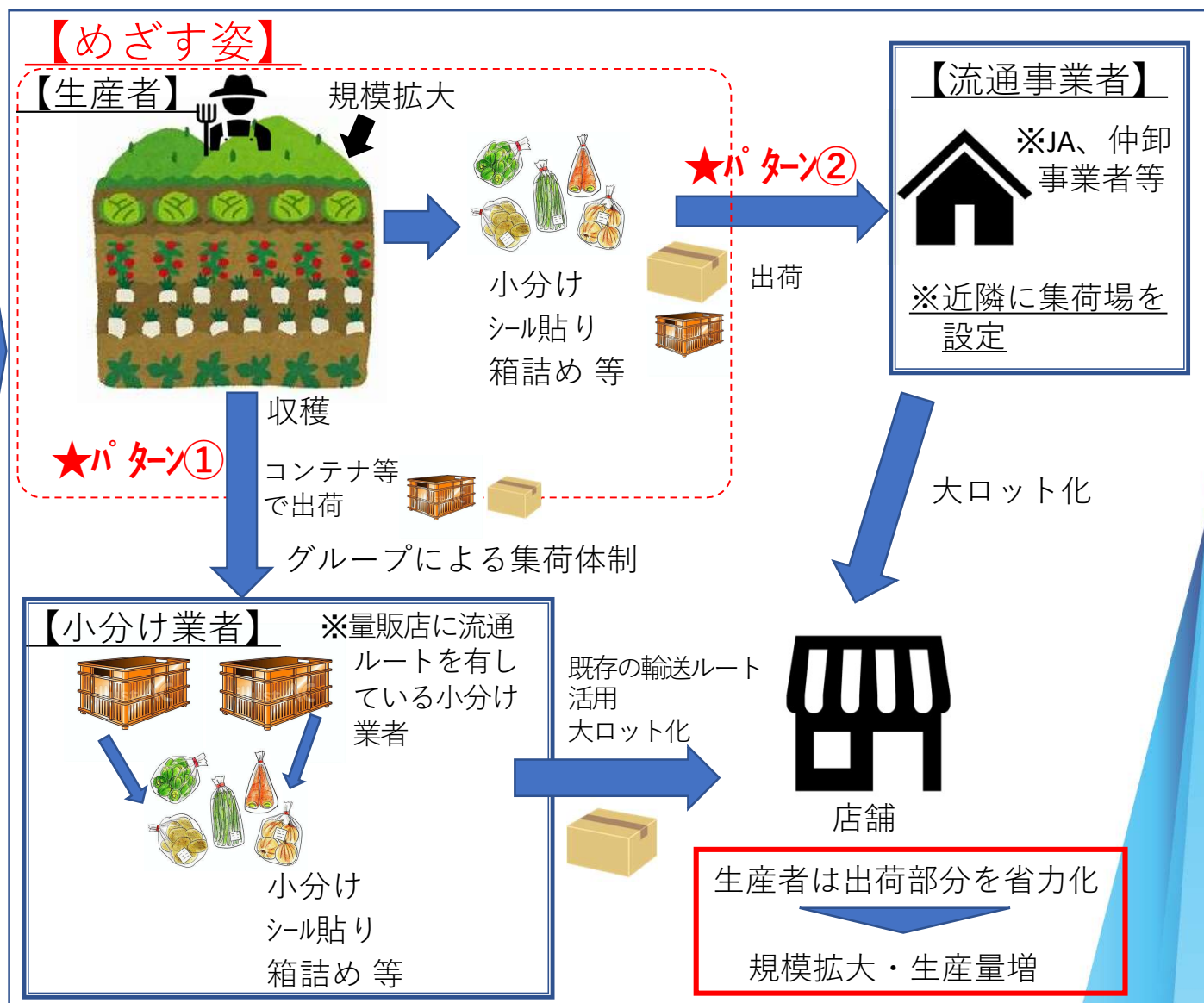
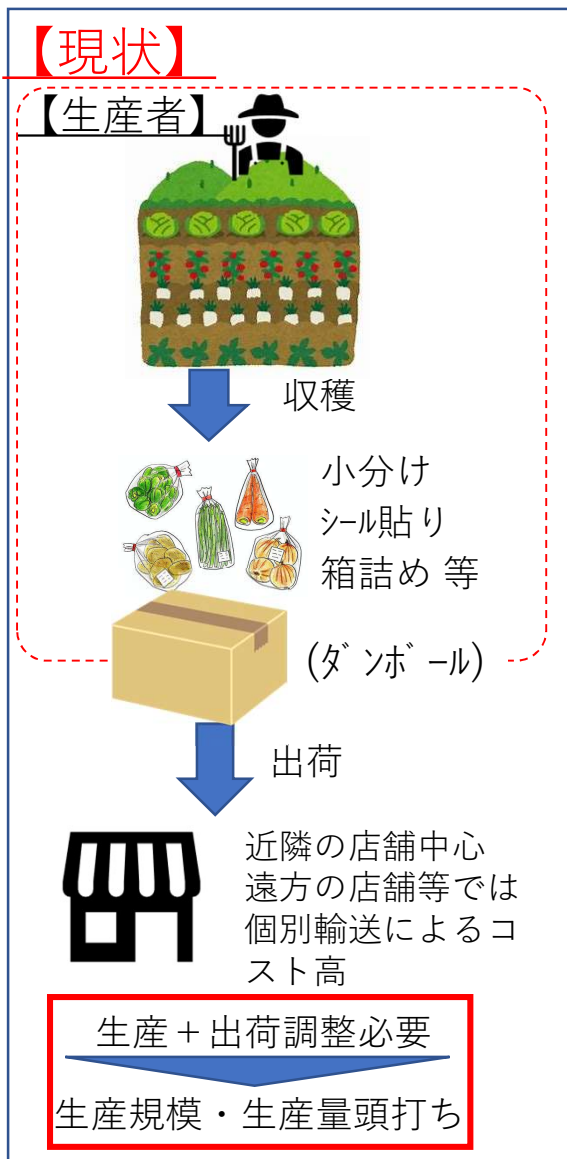
##### (1) 農業者の小分け作業の省略化による出荷労力の削減

生産規模拡大を志向する農業者が生産に集中・拡大できるよう、農産物の小分け等をせずに集荷場所に持っていき、<sup>(A)</sup>量販店に流通ルートを持ち、認定小分け業者となっている流通事業者等が小分け作業を担うシステムづくりにより、出荷作業を省力化を推進

##### (2) 産地近隣への有機農産物等の集荷拠点の確保による輸送コスト、労力の削減

小分け作業に自ら取り組み、一層の収益を確保しようとする農業者の省力化や販売ロット拡大にもつながるよう、<sup>(A)</sup>卸売市場の仲卸事業者やJAなどを含む幅広い流通網を有している事業者と連携した産地近隣における有機農産物等の集荷拠点の確保の活用による効率的な出荷の仕組みづくりを推進

# 提言 1 によりめざす姿イメージ





## 【提言2】生産情報の効率的な共有と流通事業者等との需給調整に役立つ仕組みを導入すること

生産が不安定になりがちな有機農産物の出荷において、産地の収穫量と、受注数のバランス調整を効率的に実施し、円滑に取引を進めていくため、以下のことを提言

### (1) 生産グループ内での効率的な生産情報の共有による対応力の強化

生産グループ内において、<sup>(D)</sup>出荷量の振り分けや会計処理などを効率化し、流通事業者等のニーズへの対応を迅速化するため、アナログ的な情報共有から、アプリ等を活用した<sup>(C,F)</sup>各生産者の生産量や農作物の生育状況など生産情報の効率的かつ的確な共有への転換を推進

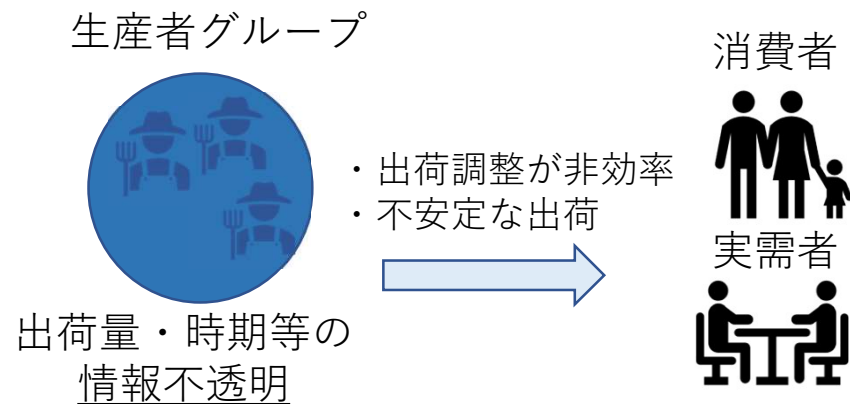
県ではクラウドツールと表計算ソフトを組み合わせ、生産者がスマホ上にて簡便な操作で生産情報の入力や生育状況の写真を添付することにより、情報共有できるアプリを開発中。操作性やコストなど有用性を確認し、さらに、利用者の評価を踏まえて改善し、流通事業者や消費者とのコミュニケーション機能や生育予測などの機能の追加を検討

### (2) 生産者と流通事業者との情報共有による需給バランスの調整

<sup>(E)</sup>生産者と流通事業者が信頼関係を構築し、その上で上記のアプリなどを活用し、出荷量や出荷時期が把握できるよう農作物の生育予測等の情報共有や量販店ニーズのフィードバックなどのコミュニケーションが効率的にできる仕組みづくりを推進

## 提言2によりめざす姿

### 【現状】



### 【めざす姿】





## 2 理解促進対策

### 【提言3】官民協力し「地元産」と有機農業による「生物多様性」や「脱炭素」等の価値を関連づけた広報戦略を推進すること

有機農産物等は生物多様性や脱炭素など、価格に見合った様々な価値を有していることについて県民の理解を促進し、買い支えてもらえるようにするため、以下について提言

#### (1) 官民協力した気運醸成

C S A手法での生産者と消費者との連携や流通事業者による店頭でのP R、<sup>(G)</sup>行政機関等によるマルシェや農業体験等に加え、生産者による直接的なP Rが効果的と考えられるため、小売店店頭等でのP Rや<sup>(I)</sup>消費者に生産現場に来てもらってP Rする取組などに対して支援

さらに、<sup>(H)</sup>県産有機農産物等を使用している飲食店の明確化や、生産者、流通事業者等ステークホルダーによる協議などにより、官民協力した気運醸成を推進

## (2) 「地元産」、「地産地消」と関連付けたPRなど広報戦略づくり

購買行動につなげるには安全安心や健康という「私的価値」に加え、景観や脱炭素、生物多様性などの「公共的価値」の認識をさらに広げることが重要。有機農業の取組により保全される公共的価値は、取組が実施されている地元地域で、より身近なものとして理解されやすいため、「地元産」、「地産地消」と、景観や脱炭素、生物多様性などの「公共的価値」を合わせてPRし、新しいライフスタイルとして、地元産有機農産物等の購買を提案

また、本県が環境にやさしい農業に先進的に取り組んでいることが<sup>(K,L)</sup>広く認知されるよう  
広報戦略を推進

なお、<sup>(H)</sup>小売店の有機農産物コーナーに立ち寄るのは有機農産物志向の一部消費者であり、それ以外の消費者の目には留まりにくい。例えば、慣行農産物と有機農産物を同じ棚に置き、その価値を発信して価格差を認識してもらいつつ、販売することも必要。このためには、小売店や消費者に有機農産物等の価値を理解してもらう取組が一層必要であり、中長期的に広報活動を推進

## 提言3によりめざす姿

### 【現状】

#### 【生産者・流通事業者・行政等】



★様々な情報発信、交流活動

- ・マルシェ、フォーラム等イベント開催

- ・C S A手法等による消費者との交流



- ・ポップ掲示等店舗でのPR

- ・産地見学会の開催 等

### 【めざす姿】

官民協力

ステークホルダー  
協議会



マルシェ、  
C S A手法、  
農業体験等  
取組

店舗



生産者等に  
よるP R

- ・従来の取組に加え、生産者や飲食店を通じたPR等強化
- ・本県が環境にやさしい農業に取り組んでいることを周知する広報戦略（HP、SNS、インフルエンサー活用など）
- ・小売店で、より消費者の目に留まりやすい商品陳列働きかけ

★理解の進んでいる価値

「安全・安心」【私的価値】



★さらに理解を促進したい【公共的価値】として

- ・景観維持

- ・脱炭素等、環境負荷軽減

- ・生物多様性

- ・資源循環・S D G s などを

「地産地消・県産県消（地元産）」と併せて発信  
公共的価値を守る新しいライフスタイルを提案



【制度理解】

- ・有機J A S 認証

- ・特別栽培農産物

- ・ひょうご安心ブランド



消費者の行動変容（選択・買い支え）

## 【提言4】学校給食、食農教育を通じた将来世代への訴求力を強化すること

特に将来世代の有機農産物等への価値理解を促進するとともに、地域農業や農家を知るきっかけにするためにも、以下について提言

### (1) 学校給食現場等での県産有機農産物食材活用のさらなる取組拡大

学校給食等への食材供給により将来世代に有機農産物の価値を伝えていくことは重要。

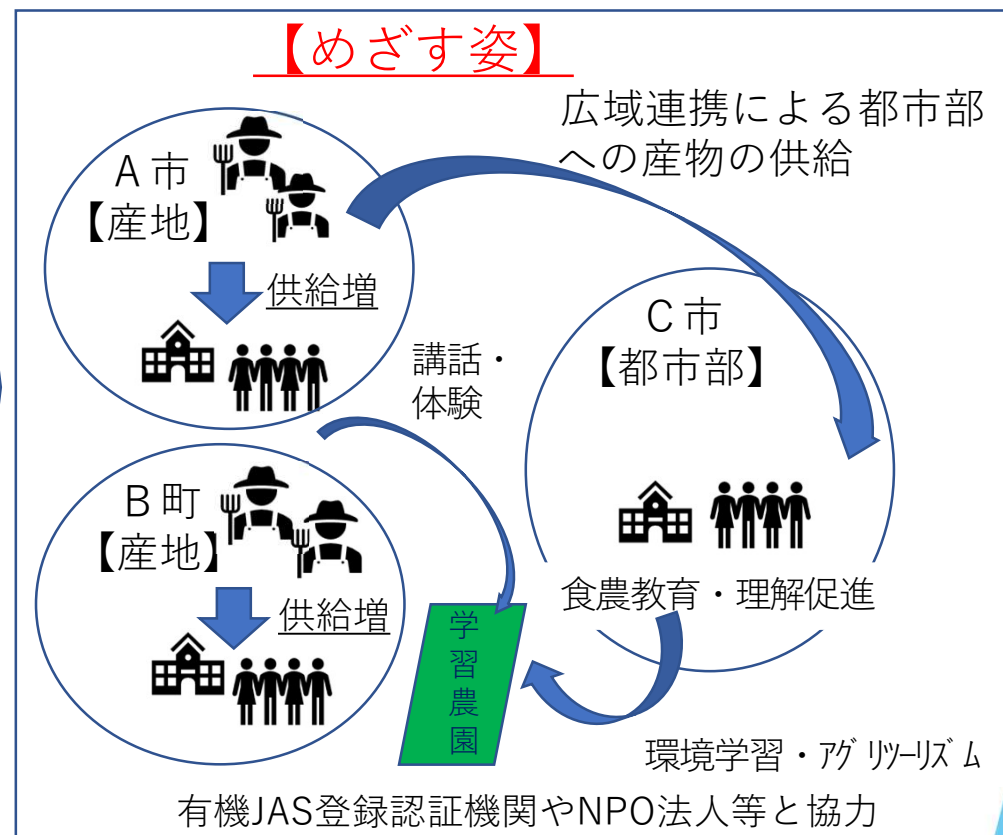
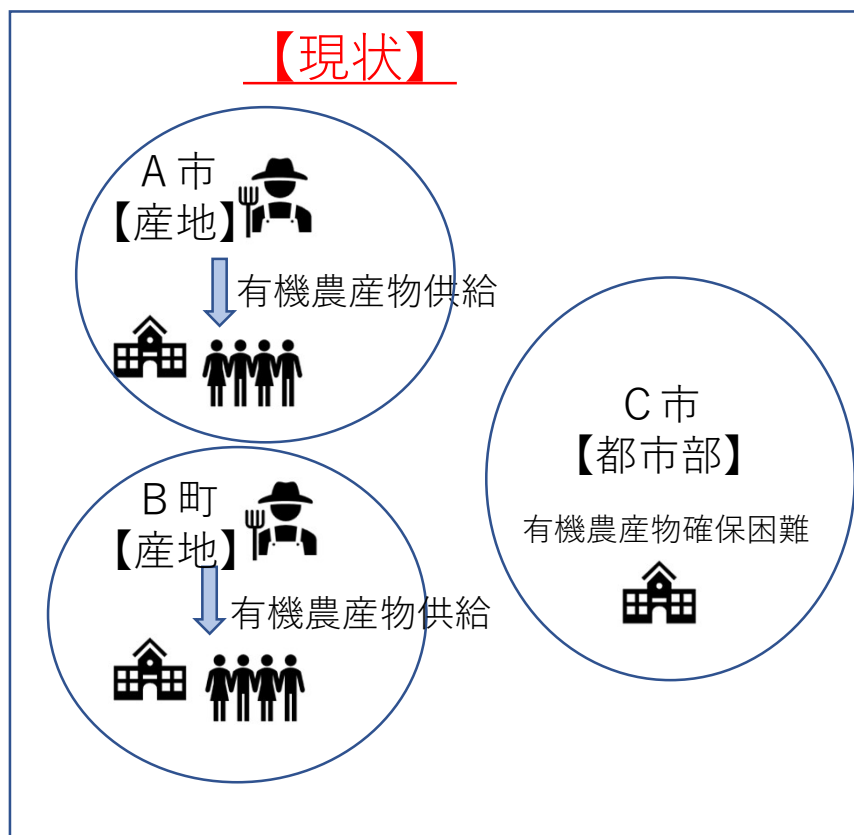
産地での有機農産物等の生産量を増加させることを基本に、生産者と学校給食関係者との関係づくりを支援や、<sup>(N)</sup>学校給食への有機農産物供給を支援する民間団体（NPO法人等）の活動事例なども参考とし、産地市町内での学校給食での有機農産物等の活用を拡大。さらに、<sup>(M)</sup>産地市町から都市部等の市町への有機農産物等の供給モデルを構築し、より多くの子どもたちが有機農産物等や地域農業に触れる仕組みづくりを推進

### (2) <sup>(O)</sup>食農教育の充実

学校給食での有機農産物等の供給に加え、学習農園を活用した環境学習やアグリツーリズムなどにより、食農教育を充実させ、その価値の理解をさらに促進。

生産地と教育現場をつなぐ人材の育成や、有機農業の現場を熟知している有機JASの登録認証機関や民間団体等による協力を支援し、<sup>(O)</sup>食農教育の取組が一過性に終わらず、継続していく仕組みづくり

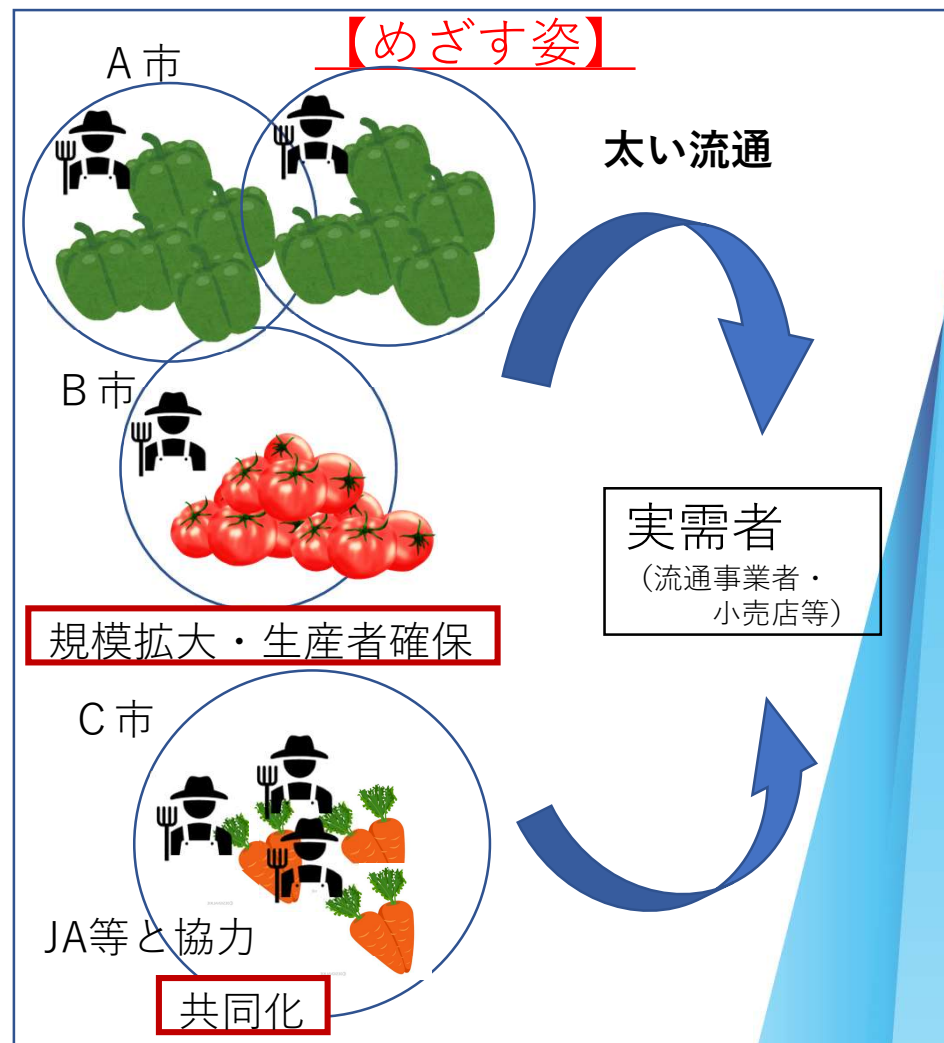
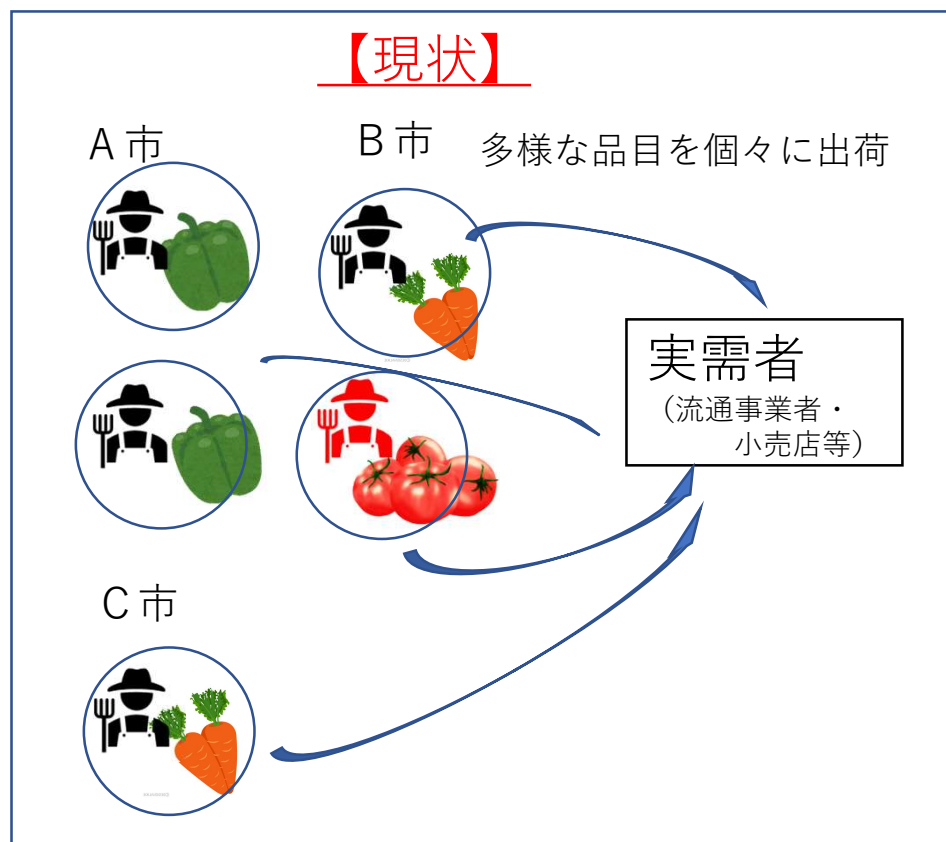
## 提言4によりめざす姿



## 【参考】生産面の対策

有機農産物等の流通・販売促進のためには、生産量の増加による販売ロット拡大が欠かせない。このため、以下のような取組が必要

- ① 拡大志向農家を中心に栽培技術面や施設・機械整備等を支援し、生産規模拡大を推進
- ② 有機農業アカデミー（仮称）開設、オーガニックビレッジ取組市町と協力した情報共有等により、新規就農者や有機農業への転換農業者など新たな生産者確保を推進
- ③ JAや流通事業者等との協力により生産者の共同出荷や機械共同利用等を支援
- ④ 有機JAS認証取得への支援





# 【兵庫県内で目指す有機農業のイメージ】

有機農業アカデミーで確かな技術を持ち、販売までを見据えた経営として成り立つ有機農業に取り組む担い手を育成し、産地単位の面的な取組を増加・拡大し、本県有機農業取組面積の目標達成に向け取組を加速化

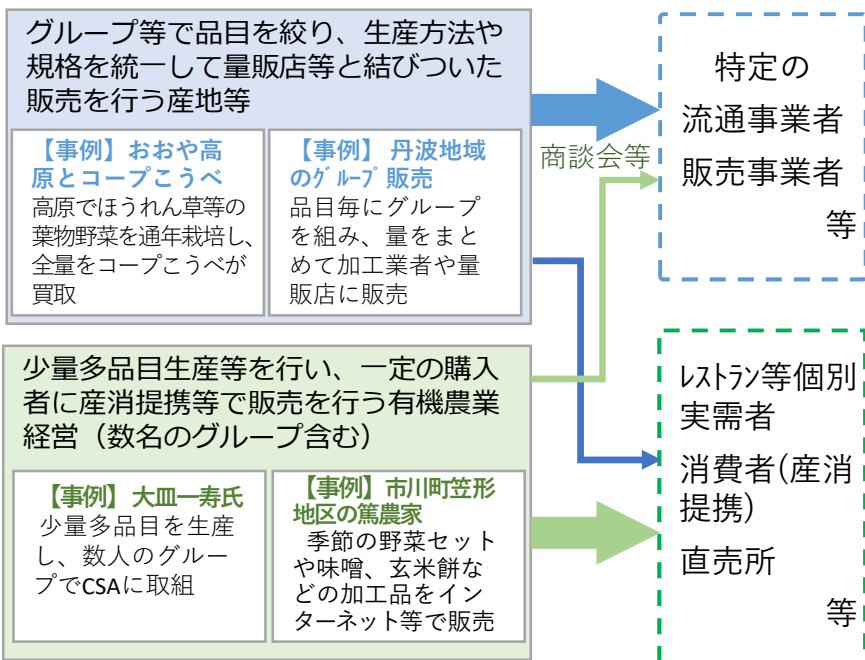
## めざす姿(2050年)

生産	流通・販売
取組者の増加と規模拡大による生産量確保	県産有機農産物等の量販店等での売場が増え、県民が有機農産物を買うことができる機会が増大
JAや市場流通等を通じて複数の販売先へ販売できる規模の産地化等	
小規模産地や同じ品目を生産するグループなどが、特定の販売事業者等と結びついた生産・販売が増加	産消提携で、特定の顧客と結びついた販売 直売所など、小規模生産で対応可能な販売
消費者との交流（農作業体験会やマルシェ等）を通じた理解促進	
県民が環境負荷の少ない生産方式として有機農産物等を優先して購入	

### R6以降の取組 (赤字がR7以降新規)

- 【大規模】 皆増**
  - 【人材育成】有機農業アカデミー
    - ・農業の基本技術を体系的に学ぶ
    - ・流通や販売まで経営感覚を持つ
    - ・経営として成り立つ有機農業
  - 【産地づくり】オーガニックビレッジ市町との連携
    - ・市町主体の有機農業産地化の取組
    - ・JAによる流通・販売の取組
  - 【流通・販売】生産規模や産地特性等に応じた出荷労力等削減支援
    - ・出荷・流通効率化モデル構築・普及
  - 【流通・販売】こだわり日本酒生産推進
    - ・生産者と酒造会社が連携した取組
- 【中規模】 増加**
  - 【流通・販売】産地の見える化・実需者等との情報共有
    - ・兵庫県アプリ開発・導入実証
- 【小規模】 緩やかに増加**
  - 【流通・販売】CSA手法
    - ・消費者交流等を通じた販路開拓
    - ・農業体験等を通じた理解醸成

現 状	
生産 (R5取組者：1,264人)	流通・販売



消費者の理解促進

環境学習・食育研修会、有機農業教室・講座 等

学校給食の取組拡大・食農教育強化  
CSA手法やイベント等開催、キャッチコピーやPR映像等を活用した地元産と絡めた理解醸成

# 【課題に対応した県の施策の方向性】

有機農業等のさらなる取組拡大のため、担い手の育成・確保や規模拡大等による生産量増加に加え、有機農産物等の物量確保による太い流通の確立や、環境負荷低減や持続性に有効な取組であること等の県民の理解促進に資する施策に取り組む。

	めざす姿 (2050年)	先行して実施する取組 (R7)	中長期的な主な取組 (R8～)	各機関の役割や 取組(案)
生産	取組者の増加・規模拡大によりニーズに応えられる生産量確保	<p>担い手育成・確保(有機農業アカデミー(仮称)開設) 規模拡大志向生産者への支援・新たな生産者の確保推進(技術的支援・施設機械整備等支援) 生産者の共同化支援(共同出荷、機械共同利用等支援)</p> <p>【オーガニックビレッジ取組市町、JA、流通事業者等との連携】</p> <p>【継続】有機JAS認証取得への支援</p>		<p>【生産者】 アニーズに応じた生産と安定供給 イ面積拡大や共同化によるロットの拡大 ウほ場や店頭でのPR</p>
流通・販売	県産有機農産物等の量販店等での売場が増え、県民が有機農産物を買うことができる機会が増大	<p>出荷コスト・労力削減支援(出荷・流通効率化の取組の実証)</p> <p>【流通事業者との連携】</p> <p>生産者と実需者との情報共有推進(情報共有の場づくり、生産見える化等情報共有に役立つアプリの開発・実証)</p> <p>【生産者・流通事業者の意見確認し開発、普及】</p>	<p>出荷コスト・労力削減支援(出荷・流通効率化モデルの普及、流通拠点の強化等)</p> <p>【JAや流通事業者との連携】</p> <p>生産者と実需者との情報共有推進(アプリの普及等による情報共有の強化)</p>	<p>【民間事業者・JA等】 ア有機農産物の取り扱いの円滑化(小分け認証など) イ既存拠点の有機農産物集荷への活用 ウ店頭などでのPR エ輸送効率化</p>
理解促進	県民が環境負荷の少ない生産方式として有機農産物等を優先して購入	<p>地元産と有機農業の価値を関連づけた情報開示(県産の「環境にやさしい農業」を発信するキャッチコピー等の作成・理解促進フォーラム開催等)</p> <p>学校給食現場での県産食材導入のさらなる取組拡大の推進 (生産者と都市部を結びつける広域での学校給食県産食材流通モデルづくり等)</p> <p>【市町、教育委員会と連携】</p> <p>【継続】CSA手法やマルシェ等イベント開催による消費者との交流</p>	<p>関係者が連携したPRの強化(キャッチコピー等活用促進、PR映像等コンテンツ活用、産地をPRするインフルエンサー養成、生産者によるPR取組強化等)</p> <p>学校給食現場での県産食材導入のさらなる取組拡大・有機給食を通じた食農教育の充実 (有機農業に関する食農教育人材の確保、育成、産地と学校の調整を担う産地コーディネーター人材養成等)</p> <p>【市町、教育委員会と連携】</p>	<p>【行政(主に県)】 ア生産と実需のマッチング・情報交換の場づくり イ産地ごとの重点品目の選定 ウ産地化・共同化支援 エ市町やJA等との調整、広域調整 オ新たな取組の実証や当面の掛かり増し経費の支援 カ啓発イベント等開催 キ食農教育取組支援</p>