

## 課題に対応した施策の方向性整理

令和6年9月6日  
兵庫県農林水産部農業改良課

- I 第1回検討会で示した有機農産物等の流通・販売の課題と主な論点
- II 具体的な課題の抽出
- III 課題に対応した施策の方向性（案）

# I 第1回検討会で示した有機農産物等の流通・販売の課題と主な論点

## 【課題1】

有機農産物等の販売促進のため、一般消費者が日常的に有機農産物等を購入できる環境をつくる必要がある

### 論点①

消費者の目に触れやすいスーパー、量販店、小売店等に幅広く取り扱ってもらうための方策は？

### 論点②

産地から消費地に効率的に有機農産物等を届ける方策、コスト削減の方策は？

### 論点③

取引円滑化のために産地（生産者）と実需者・消費者等をつなぐ仕組みづくりの方策は？（産地の見える化や情報発信のあり方など）

# I 第1回検討会で示した有機農産物等の流通・販売の課題と主な論点 4

## 【課題2】

有機農産物の表示等に関する理解度を高め、その正しい価値を知らせるとともに、一般消費者が有機農産物等に触れる機会を増やし、購入してもらう環境をつくる必要がある

### 論点④

消費者の購買行動につなげるため、消費者に有機農業や有機農産物等により多く触れてもらうとともに、有機農産物等の価値理解に効果的な方策は？

### 論点⑤

安全安心に加え、環境負荷低減や持続可能面での理解促進方策は？

## II 具体的な課題の抽出

【課題1】 有機農産物等の販売促進のため、一般消費者が日常的に有機農産物等を購入できる環境をつくる必要がある

論点① 消費者の目に触れやすいスーパー、量販店、小売店等に幅広く取り扱ってもらうための方策は？

### <委員からいただいた主な意見>

#### 【現状認識】

- ①大きなスーパーは有機農産物を欲しがっている。消費者は野菜果物については約80%がスーパーマーケットで購入。有機農産物の大規模な流通に取り組むならば、スーパーマーケット向けの出口づくりが本筋
- ②品目ごとの生産量が少なく鮮度も要求されることから、受発注回数が多くなるため、出荷作業の手間や輸送費が増大し、商品が価格高になりがち

#### 【方向性】

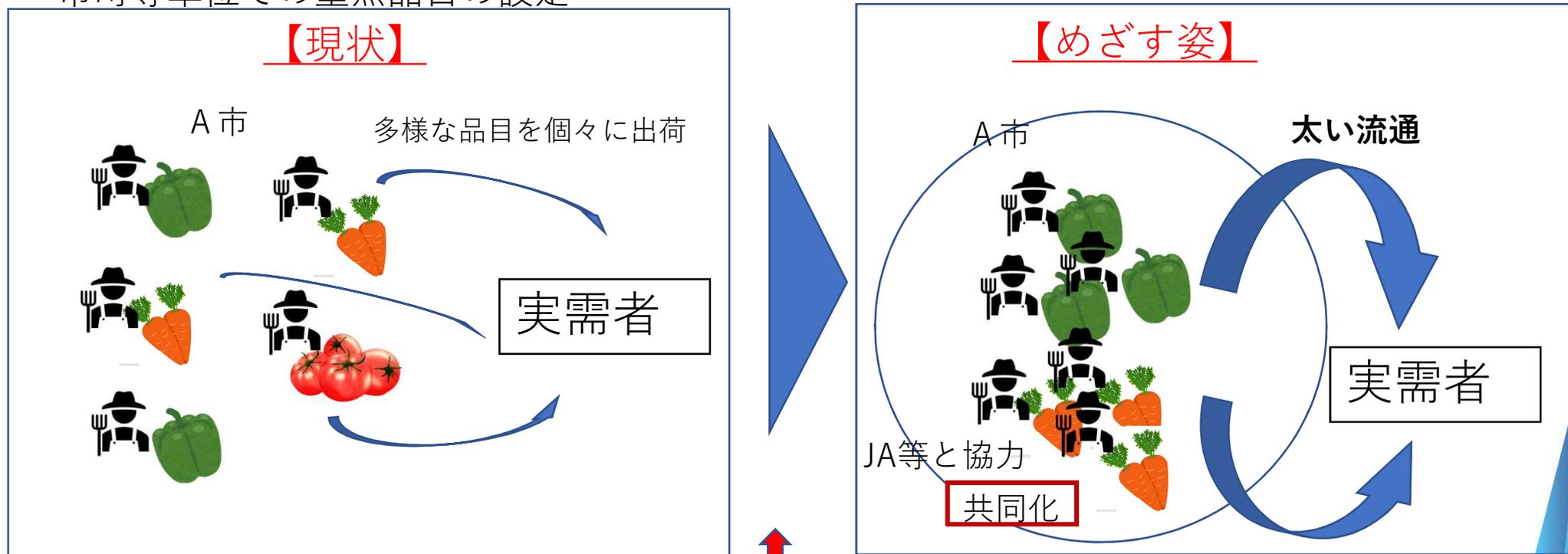
- ①産地の収穫量と、流通販売事業者の受注数の擦り合わせができるような生産者と流通事業者の協力関係づくりによる、スーパーマーケットへの出荷
- ②個人の取組では配送やロット拡大等に限界があるため、生産者の共同化（共同出荷、機械共同利用等）、JA等との協力（集荷拠点、冷蔵庫の利用等）によるロット拡大と配送の効率化

産地や品目ごとにロットを拡大し、安定的な供給

## 【論点①について必要な取組】

### 産地や品目ごとにロットを拡大し、安定的な供給

産地や品目による生産者の共同化（共同出荷、機械共同利用等）  
市町等单位での重点品目の設定



### 【行政の支援の方向】

- ア オーガニックビレッジ取組市町との協力、調整による産地化、共同化への誘導支援
- イ 広域での品目選定や有機部会の立ち上げ等による生産者の確保など、生産調整ができる人材養成
- ウ 生産と実需の情報交換の場づくり
- エ 栽培の技術的支援や重点品目の拡大に向けた施設・機械・資材等整備支援
- オ 有機JAS認証取得への支援

## 論点②

産地から消費地に効率的に有機農産物等を届ける方策、コスト削減の方策は？

## &lt;委員からいただいた主な意見&gt;

## 【現状認識】

- ①生産者が栽培に集中できないと有機農業の栽培面積は広がらない
- ②特に小分けパッキング（小分け、袋詰め、シール貼りなど）の負担が大きい。グループにおいては、グループ内での数量調整、受注、仕分けなどの作業が多く、発送作業が非効率
- ③有機JAS認証取得の拡大の必要性を感じる

## 【方向性】

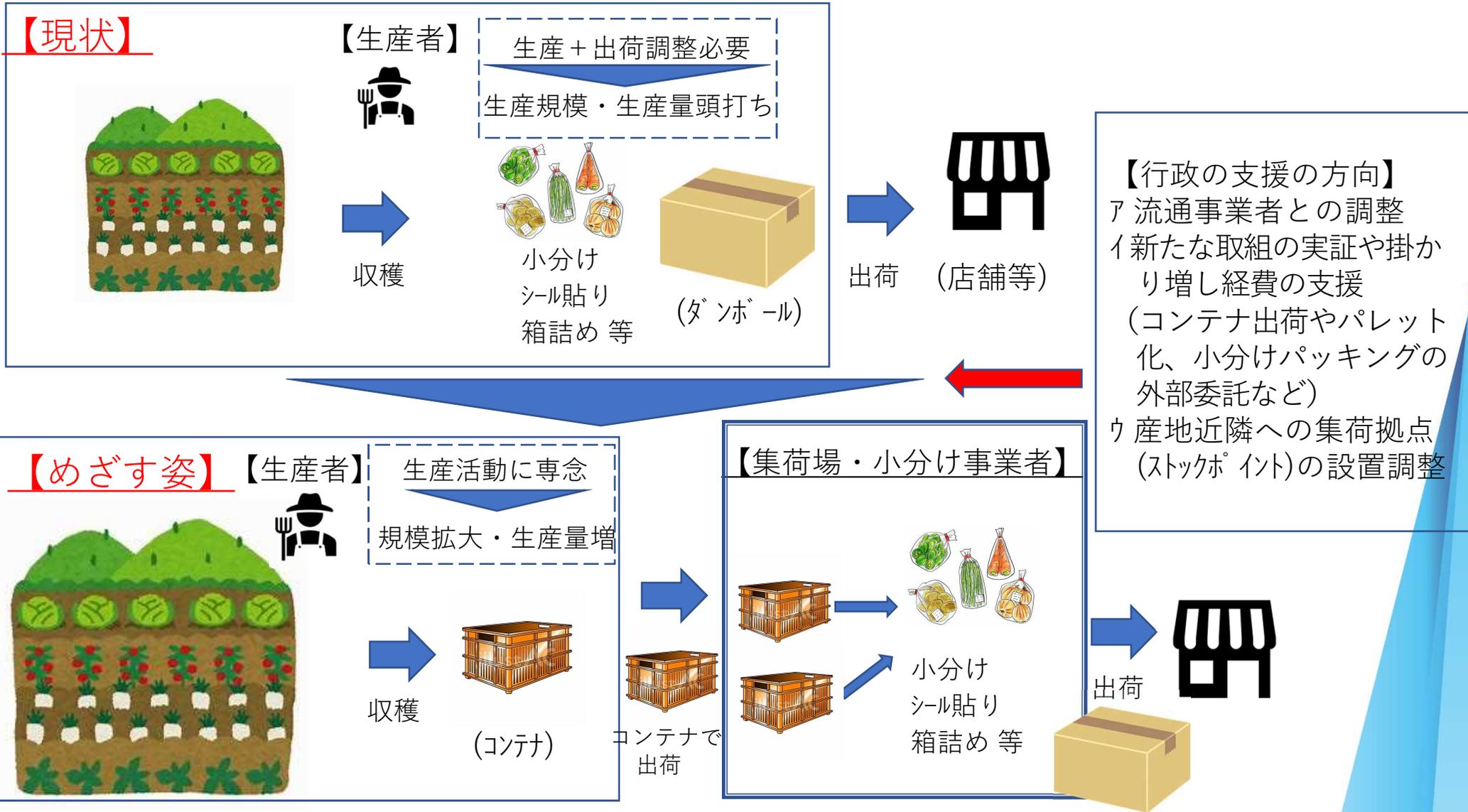
- ①栽培したものを小分けせずにコンテナなどを利用してそのまま持っていけるようなシステムづくり
- ②小分けパッキングを担う中間事業者と連携した集荷拠点を生産者の近隣に設置するとともに既存配送ルートを活用し、効率的に出荷できる仕組みづくり
- ③チャーター便の導入

価格高や生産拡大阻害の要因となっている出荷コスト・労力の削減（出荷・流通効率化）

# 【論点②について必要な取組】

## 価格高や生産拡大阻害の要因となっている出荷コスト・労力の削減 (出荷・流通効率化)

生産者による小分けパッキングを省略  
集荷拠点等への集約によるロット拡大と物流の効率化



## 論点③

取引円滑化のために産地（生産者）と実需者・消費者等をつなぐ仕組みづくりの方策は？（産地の見える化や情報発信のあり方など）

### <委員からいただいた主な意見（方向性）>

**【現状認識】**

- ①生産者グループにおいて、グループ内での生産情報の把握が効率的にできず、数量調整、発送に手間が掛かり、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。

**【方向性】**

- ①オンライン上で生産出荷情報をシステム管理（スマホアプリ利用・より高度な管理システム）。入口の情報と出口の情報をしっかり繋いで、生産者と流通事業者の需給を調整、消費者に伝達

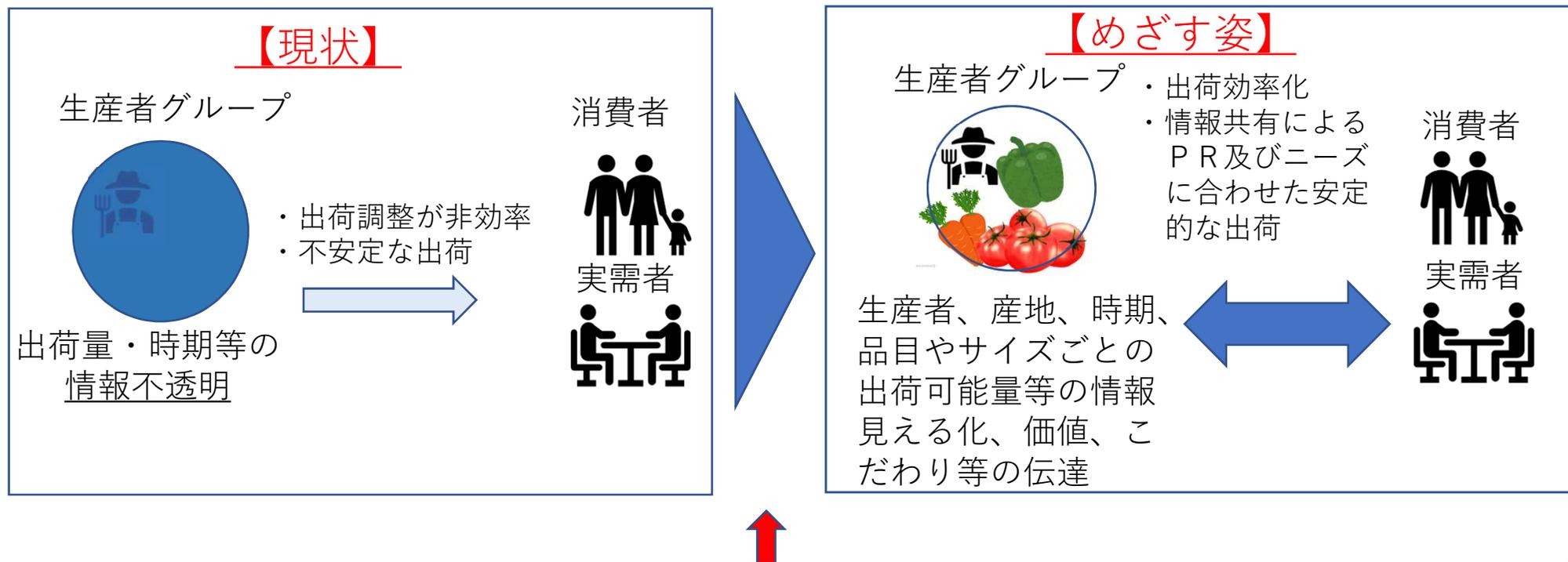


生産情報の見える化等のシステムづくり

## 【論点③について必要な取組】

### 生産情報の見える化等のシステムづくり

生産情報の効率的な見える化とともに、実需者等との受給調整に役立つシステムの導入



#### 【行政の支援の方向】

- ア 生産情報の見える化等に役立つアプリの開発、実証
- イ アプリを活用した生産者と実需者、消費者との情報交換と商取引システムの構築
- ウ システムの普及、拡大に向けた啓発

【課題2】 有機農産物の表示等に関する理解度を高め、その正しい価値を知らせるとともに、一般消費者が有機農産物に触れる機会を増やし、購入してもらう環境をつくる必要がある

## <委員からいただいた主な意見（方向性）>

### 論点④

消費者の購買行動につなげるため、消費者に有機農業や有機農産物等により多く触れてもらうとともに、有機農産物等の価値理解に効果的な方策は？

#### 【現状認識】

- ①一般の農産物よりも出口戦略が弱い。有機農産物がどういうものか、価値が十分に伝わっていない。価値として、安心や健康面は認識されているが、市場が広がっていない
- ②スーパー店頭で来店者に聞くと「オーガニックが体に良い、環境にも良いという」認識はされているが価格が問題。ポップなど色々なツールで案内しているが、消費者への訴求力は今ひとつ
- ③消費者に有機農産物に触れてもらうには、マルシェや定期的な市の開催、オーガニックフェスタのような催事で見せることも大切。

#### 【方向性】

- ①脱炭素などグローバルな公共的価値は現在の世代には関係ないという人もいるため、価格での価値の見える化、地元での生産などローカルな価値はラベル表示などによる情報開示が適している。
- ②有機農業者による店頭でのPRや産地での体験学習等の実施
- ③有機をテーマにした催事の開催や、消費者との交流、CSA手法などの取組も引き続き、必要

生産者・流通事業者・行政等によるPRの継続、強化

## 【論点④について必要な取組】

## 生産者・流通事業者・行政等によるPRの継続、強化

脱炭素や生物多様性などに関する情報開示  
SNS等を活用して発信する産地PR人材の確保・育成  
消費者との交流やCSA手法の継続、強化

## 【現状】

## 【生産者・流通事業者・行政等】



- ★様々な情報発信、交流活動
- ・マルシェ等イベント開催
  - ・CSA手法等による消費者との交流
  - ・店舗でのPR
  - ・産地見学会の開催 等



## 【めざす姿】

★理解の進んでいる価値  
「安全・安心」



★さらに理解を促進したい新たな価値等について発信

- ・環境負荷軽減
- ・生物多様性
- ・脱炭素
- ・資源循環
- ・地産地消・県産県消
- ・SDGs
- ・農家のこだわり など



インフルエンサー



## 【制度理解】

- ・有機JAS認証
- ・特別栽培農産物
- ・ひょうご安心ブランド

## 【行政の支援の方向】

- ア 脱炭素や生物多様性効果等の見える化を促進する取組支援（ラベル作成と情報開示等）
- イ 生産者や流通事業者による店舗での試食イベントや生産者の講話等、交流活動への支援
- ウ 産地PR映像製作、WEB等でのPR、産地をPRするインフルエンサー(伝道師)養成
- エ 有機マルシェやCSA手法の取組拡大支援
- オ 消費者を対象とした理解促進フォーラムの開催

消費者の行動変容（選択・買い支え）

## <委員からいただいた主な意見（方向性）>

論点⑤ 安全安心に加え、環境負荷低減や持続可能面での理解促進方策は？

### 【現状認識】

①脱炭素の問題は現役世代より、さらに将来世代に関係する問題

### 【方向性】

①これからのお客様は、今の子ども。環境への関心は高く、学校給食など教育現場で価値を伝える取組を。購入が地域の環境負荷低減や脱炭素につながるという新たな価値を理解してもらえるよう体験学習等の実施

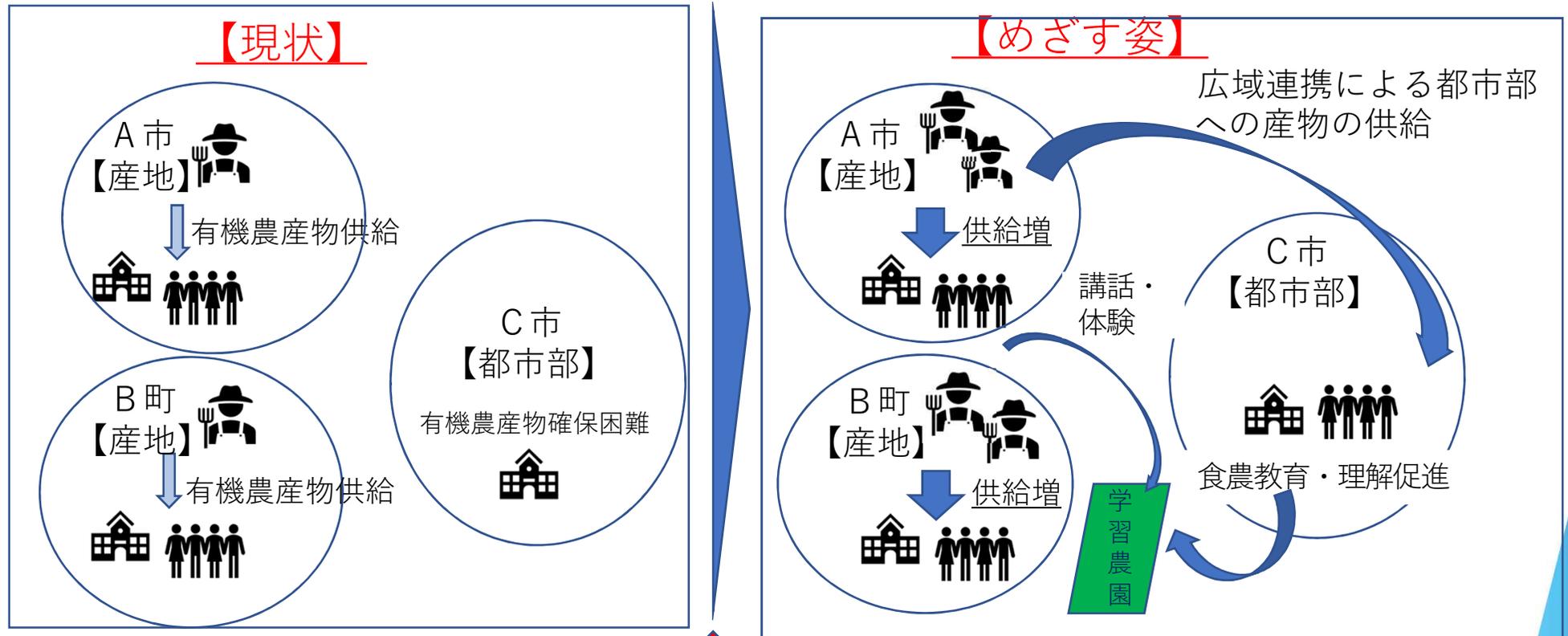


学校給食、食農教育を通じた将来世代へのPR

## 【論点⑤について必要な取組】

### 学校給食、食農教育を通じた将来世代へのPR

学校給食への県産食材流通強化  
食農教育の充実



#### 【行政の支援の方向】

- ア 配送資材費や運送費など掛かり増し経費を支援
- イ 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
- ウ 「地産地消の日」や学習農園での有機農産物等の導入取組支援
- エ 学校給食向け食材生産での有機JAS認証取得支援

# III 課題に対応した施策の方向性（案）

有機農業等のさらなる取組拡大のため、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 (案)	中長期的な取組（案）	各機関の役割や 取組（案）	
流通・販売	<p>県産有機農産物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>	<p>産地や品目ごとの生産者の共同化、市町ごとの重点品目の設定やロット拡大（論点①）</p> <p>【オーガニックビレッジ取組市町、J A等との連携】</p> <p>出荷・流通効率化モデルの構築（論点②）</p> <p>【流通事業者との連携】</p> <p>生産見える化等、流通との情報共有につながるシステム試行（論点③）</p> <p>【生産者・流通事業者の意見確認して試行】</p> <p>【継続】 有機J A S 認証取得への支援（論点②）</p>	<p>卸売市場等、既存流通拠点での有機J A S 農産物の取り扱いができる集荷場設置など受入機能強化（論点②）</p> <p>【J A や流通事業者との連携】</p>	<p>【生産者】</p> <p>ア ニーズに応じた生産と安定供給</p> <p>イ 面積拡大や共同化によるロットの拡大</p>
	理解促進	<p>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>	<p>環境創造型農業サミット開催（論点④） （消費者への取組紹介）</p> <p>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（学校給食を通じた将来世代へのP R）（論点⑤）</p> <p>【市町、教育委員会と連携】</p> <p>【継続】 C S A 手法やマルシェ等イベント開催による消費者との交流（論点④）</p>	<p>サミット理念を継承するさらなる理解促進（産地をP Rするインフルエンサー養成、P R映像作成、ラベル作成等、取組の情報開示等）（論点④）</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を通じた食農教育の充実（論点⑤）</p> <p>【市町、教育委員会と連携】</p>
<p>【行政（主に県）】</p> <p>ア 生産と実需のマッチング・情報交換の場づくり</p> <p>イ 産地ごとの重点品目の選定</p> <p>ウ 産地化・共同化支援</p> <p>エ 市町やJ A 等との調整、広域調整</p> <p>オ 新たな取組の実証や当面の掛かり増し経費の支援</p> <p>カ 啓発イベント等開催</p>				

上記取組（案）について、委員からさらなる意見をいただきたい