

令和 6 年度

有機農産物等の流通・販売に関する検討会

〔報告書〕



令和 7 年 3 月

<目次>

I 本検討会の経緯	1
II 現状	
1 有機農業等についての兵庫県の状況	2
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県の取組	3
III 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	6
2 有機農産物等に対する県民理解促進	7
IV 提言（今後の施策の方向性）	
1 流通・販売促進対策	9
【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	13
【提言 3】 官民が協力し「地元産」・「地産地消」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	
（参考）検討会の概要、委員名簿	
検討会の概要	19
委員名簿	20

I 本検討会の経緯

近年のSDGsの取組拡大や国の「みどりの食料システム戦略」（令和3年5月策定）の推進など、農業をとりまく情勢や農産物市場の動向等が大きく変化していることを踏まえ、世界的な潮流である地球温暖化対策への貢献など新たな視点も加え、専門的見地から有機農業を含む環境創造型農業の施策展開への提言を得るため、令和5年度に「有機農業を含む環境創造型農業推進施策検討会」を設置した。

10名の外部有識者による5回の検討会を経て、以下の提言を得た。

- ①持続可能な食料生産のため、農業での脱炭素の取組を進めることとし、環境創造型農業の定義に温室効果ガス削減に寄与する取組も追加すること
- ②県として、体系的・科学的に有機農業について学び、就農し、実践できる体制を構築するため、県立農業大学校に有機農業コースを開設し、専門教育を充実するとともに就農地での支援体制を強化し、慣行農業から有機農業への転換を支援すること
- ③有機農業者の経営規模により、販売対象等が異なるため、規模に応じた出口対策を支援すること（詳細について、令和6年度に継続検討）

本検討会は、この提言を受け、有機農産物等の流通・販売や消費者の理解促進について効果的な施策を深めるため設置したものである。

表1 「令和5年度有機農業を含む環境創造型農業推進施策検討会」検討経緯

開催月日	項目	検討内容
R5年7月14日	第1回検討会	環境負荷の少ない農業生産方式・経営として成り立つ有機農業
8月22日	第2回検討会	有機農産物等の流通・販売対策等
12月13日	意見聴取会（北播磨）	多可町の有機農業実践者から経営理念、今後の経営方針などを聴取
R6年1月30日	第3回検討会	意見聴取会報告・報告書骨子の検討
3月19日	第4回検討会	報告書の検討（流通に関する調査報告）

II 現状

1 有機農業等についての兵庫県の状況

(1) 取組経緯

農業の持続的な発展のためには、農業の「自然循環機能の維持増進」によって、農地の多面的機能を将来にわたって発揮していくことが必要である。兵庫県では、生産性の確保を図りながら、土づくり等を通じて化学肥料や化学農薬の使用等による環境負荷の軽減を進め、地球温暖化の防止や生物多様性の保全に貢献することが必要と考え、平成4年度に環境創造型農業推進方針を策定し、環境創造型農業を兵庫県農業の基本と位置づけて推進してきた。

また、平成5年度には兵庫県有機農産物認証制度を創設し、全国に先駆けて有機農業の推進にも取り組んできた。

表2 兵庫県の環境創造型農業に関する主な取組

年 度	取組内容等
平成 4 年度	環境創造型農業推進方針を策定
平成 5 年度	全国に先駆けて兵庫県有機農産物認証制度を創設
平成 13 年度	ひょうご安心ブランド農産物認証制度を創設
平成 14 年度	但馬地域でコウノトリ育む農法の確立・普及
平成 21 年度	兵庫県環境創造型農業推進計画を策定
平成 30 年度	全国有機農業フォーラム in ひょうご開催
平成 31 年度	兵庫県環境創造型農業推進計画（第2期）を策定
令和 3 年度	ひょうご農林水産ビジョン 2030 で 2030 年までの目標を設定
令和 5 年度	有機農業を含む環境創造型農業推進施策検討会設置
令和 6 年度	有機農産物等 [※] の流通・販売に関する検討会設置

※ 有機農産物等：有機農業で生産された農産物のうち、有機 JAS 認証を得ていないものも含む

30 年間余りの推進の結果、県内の環境創造型農業及び有機農業の取組面積は、ともに3倍以上に拡大した（表2，3）。有機農業については、但馬地域の水稲栽培での取組が最も多く、また、丹波地域では水稲の他、ニンジンや黒大豆などの作物で取組が拡大してきた。ただし、農業従事者の高齢化などにより取組面積の増加は鈍化傾向となっている。

表3 環境創造型農業取組面積の推移（単位：ha）

年度	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5
目標	-	8,000	18,500	21,000	26,000	27,000	28,000	31,000	32,000	33,000	20,600	20,900	21,200	21,600	22,000
実績	6,405	15,066	20,760	24,955	24,284	24,387	25,772	27,965	28,191	28,503	20,429	20,182	20,198	20,093	20,152
達成率	-	188%	112%	119%	93%	90%	92%	90%	88%	86%	99%	97%	95%	93%	92%

※令和元年以降の第2期計画にて土づくり技術の導入を要件に加えたため、取組面積が減少

表4 有機農業取組面積の推移（単位：ha）

年度	H21	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5
目標	-	250	400	480	560	640	720	800	860	1,000	1,070	1,140	1,210	1,280	1,350
実績	330	337	448	485	545	619	713	865	986	993	1,024	1,031	1,060	1,081	1,161
達成率	-	135%	112%	101%	97%	97%	99%	108%	112%	99%	96%	90%	88%	84%	86%

令和4年度現在の耕地面積に占める本県の有機農業の割合は1.5%、全国（0.7%）と比較して、高い状況にある（図1）。一方、都市近郊産地が中心となる本県では消費者との直接取引が多いことなどから、有機農業の取組面積に対して、有機JAS認証を取得している比率は25%と、全国平均の62%と比較して低い（令和4年度時点）。

なお、令和3年度以降の兵庫県の就農に関するワンストップ相談窓口である「ひょうご就農支援センター」への相談件数では、約4人に1人が有機農業を希望している。

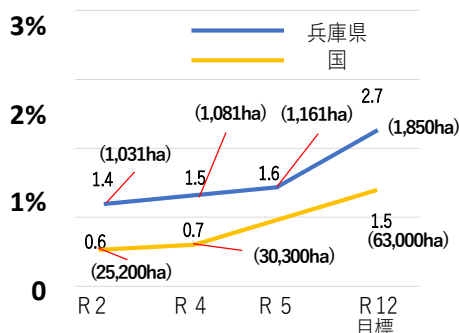


図1 耕地面積に占める有機農業取組割合（現状と目標）

※国はみどりの食料システム戦略、県はひょうご農林水産ビジョン2030の目標値

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県の取組

(1) 流通・販売促進のための研修会・商談会の開催

有機農業を含む環境創造型農業への取組を進め、実需者や消費者に有機農業・環境創造型農業で生産された農産物の価値を発信するとともに、有機農産物の量販店での取扱増加など有機農産物の需要の拡大を促進するため、①「兵庫県認証食品」の取得や有機JAS制度の理解促進、②流通・販売事業者と連携した流通に関する研修会や、流



流通事業者と連携した研修会（神戸市）

通・販売事業者と有機農業者の商談会の開催などに取り組んできた。

令和6年3月末時点で、兵庫県認証品目数は2,354食品、令和3年度の県民モニターアンケートでの認証食品認知度は50.3%であり、食品数、認知度ともに向上傾向にある。

また、商談会を通じて令和2年度に1生産者、3年度に2生産者が取引を開始した（令和4年度はコロナ禍のため休止、令和5年度は商談を進めたものの取引開始に至らず）。

（2）県民の理解促進のための有機農業体験や研修会の開催

生産現場での体験等を通じて、消費者に対して有機農業の特性や難しさ、魅力等を発信し、有機農産物の価値について、生産者と消費者の相互理解を促進するため、①農業者団体等が主催する環境学習・食育研修会の開催、②有機農業体験などの実践活動や有機農業教室・講座の開催などに取り組んできた。

令和6年度においては、有機農業教室を県内12カ所で1か所当たり約10回開催し、461名の消費者が受講した。



有機農業教室の開催
（県立農業大学校）

なお、市町や農業者、流通事業者等によるマルシェや体験交流イベント、CSA（地域支援型農業：生産者と消費者が連携し、前払いによる農産物の契約を通じて相互に支え合う仕組み）などの取組も盛んであり、消費者の理解促進に寄与している。

（3）学校給食への有機農産物の活用推進の取組

令和6年度に県が実施した学校給食における有機農産物の活用についての調査結果では、過去3年間で16市町が有機農産物を学校給食の食材として使用していたが、年間使用頻度は年1～3回という市町が多かった。使用が困難な要因として、①供給量不足、②高価格、③給食規格に合わないなどが挙げられた。使用する場合の供給産地としては、地産地消の考え方もあり、市町内産に限定する市町が多かったが、市町内での有機農産物の生産が少ない都市部を中心に近隣市町産、県内産までを想定する市町もあった。

県産農産物の学校給食への活用については、学校給食関係者と生産者双方の情報

共有が不足していることもあり、地域ごとの課題解決に向け令和4年度から学校給食アドバイザーを派遣し、課題解決を支援してきた。

令和5年度からは、新たに有機農業や有機農産物についてアドバイスできる学校給食アドバイザーを派遣し、有機農業の現状や有機農産物の定義などの情報提供や県産有機食材の活用に向けた課題整理等を支援してきた。

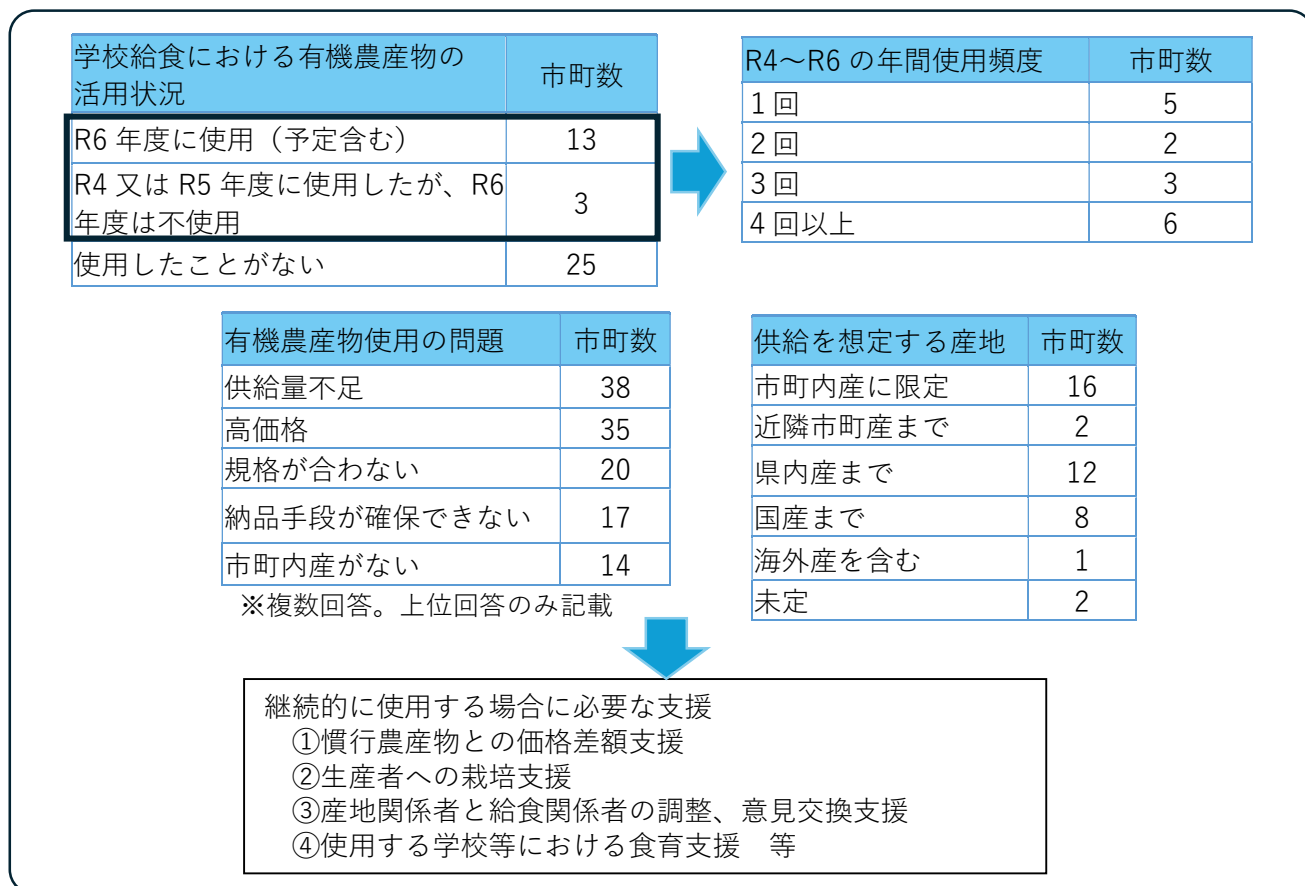


図2 学校給食における有機農産物の活用について（R6県調べ）

（4）オーガニックビレッジの取組

令和6年度に国庫補助事業である「みどりの食料システム戦略推進交付金」を活用し、有機農業の生産から消費まで一貫し、農業者のみならず事業者や地域内外の住民を巻き込んだ地域ぐるみの取組を進めるオーガニックビレッジに取り組む市町は9市町で、全国最多の取組数となっている（全国では合計124市町が取組）。

表5 有機農業産地づくり推進に取り組む9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

III 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

県内において、主食用米を除く有機農産物等は主に少量で多品目が生産され、主に生産地近くの農産物直売所に出荷、販売されている。

一方、農林水産省の「有機農業をめぐる事情」（令和6年5月）によると、「週に一度以上有機食品を利用している」者においては、9割弱がスーパーマーケットで有機食品を購入し、農産物直売所や農家からの直接購入の割合は合わせて3割程度となっている（図3）。

今後の有機農産物等の生産量増加に向け、規模の大きな流通経路を確保していくことが必要であり、消費者が野菜等を購入する頻度が高いという点においても、スーパーマーケット等の量販店に幅広く取り扱ってもらうことが必要である。

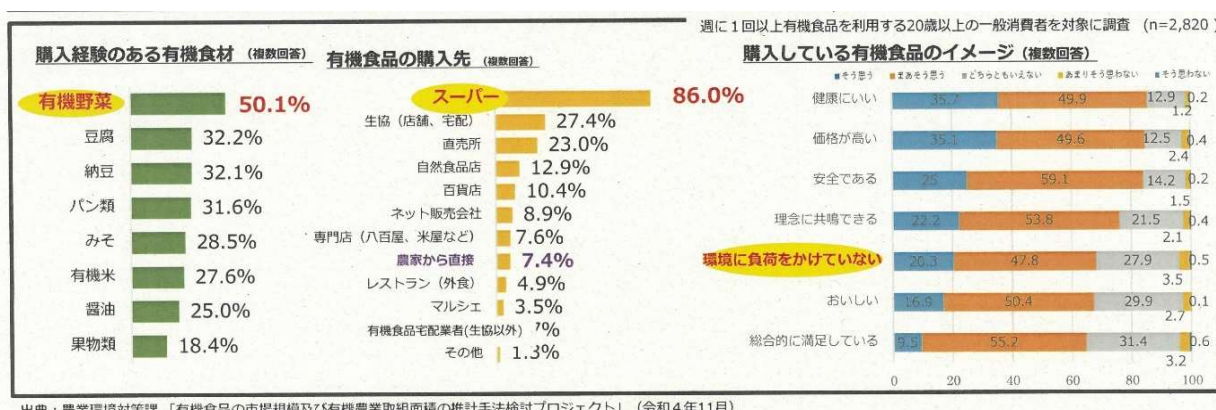


図3 有機農産物の消費動向について（農林水産省の「有機農業をめぐる事情」（令和6年5月）より）

県のこれまでの取組において、有機農業者と流通・販売事業者の商談会を開催した際、商談が成立しない事例もあった。その大きな要因として、県産有機農産物等は品目ごとの生産量が少なく、量販店が求める販売ロットを満たすのが困難であるということが挙げられる。また、出荷時期や出荷量が不安定という問題もある。

加えて、量販店出荷における集出荷場所が近隣にはなく輸送費が大きくなることや、慣行農産物と比較して出荷時には小分け、包装した上でJAS認証のシール貼付など有機農産物に特有の作業が必要なため、コストや出荷労力が大きくなり、商品が価格高になりがち、といった問題がある。

また、生産者にとって、特に化学合成農薬や化学肥料を使用しない有機農産物の生産は不安定であり、当初計画通りの生育の確保や出荷ができないことがある。生

産者グループを結成して生産、出荷量を確保している事例があるが、グループ内での生産者同士の生産情報が効率的に把握できず、出荷時に生産者ごとの数量調整に労力が掛かっているという問題もある。

【課題 1】 出荷に掛かる労力やコストの削減

量販店への安定的な出荷を継続するためには、品目ごとの生産量を増加し、販売ロットを拡大することが必要である。流通販売面での対応としては、有機農産物等に特有の作業などの労力やコストの削減対策を進め、生産者が生産規模を拡大できる状況を作ることが必要である。

【課題 2】 生産情報の効率的な共有

量販店等の需要に対応し、円滑に取引を進めていくためには、産地の収穫量と、受注数の需給バランスを丁寧に擦り合わせていくことが重要である。このため、生産者グループ（産地）が、生産情報を効率的に把握するとともに、量販店等販売先との協力関係を構築し、情報共有していける仕組みづくりが必要である。

2 有機農産物等に対する県民理解促進

農林水産省の「有機農業をめぐる事情」（令和 6 年 5 月）によると、週に 1 回以上有機食品を利用（購入や外食）する消費者は 32.6%であり、多数とは言えない状況である。また、約 9 割が有機やオーガニックという言葉を知っているものの、有機農産物の表示に関するルールについて正確に知っていたのは 3.9%と少ない。

有機農産物（有機 J A S マークを貼付）の価格は、慣行栽培品の国産農産物より高価格帯で取り引きされているが、流通加工業者や消費者では 1 割高の価格まででの購入を希望する者が過半であり、さらに消費者は流通加工業者と比較して、高価格での購入を希望する者は少ない傾向にある（図 4）。

県のこれまでの有機農業体験や研修会、関係者による交流イベント、C S A 手法による取組には多数の消費者が参加しており、このような取組を通じて、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と言える。

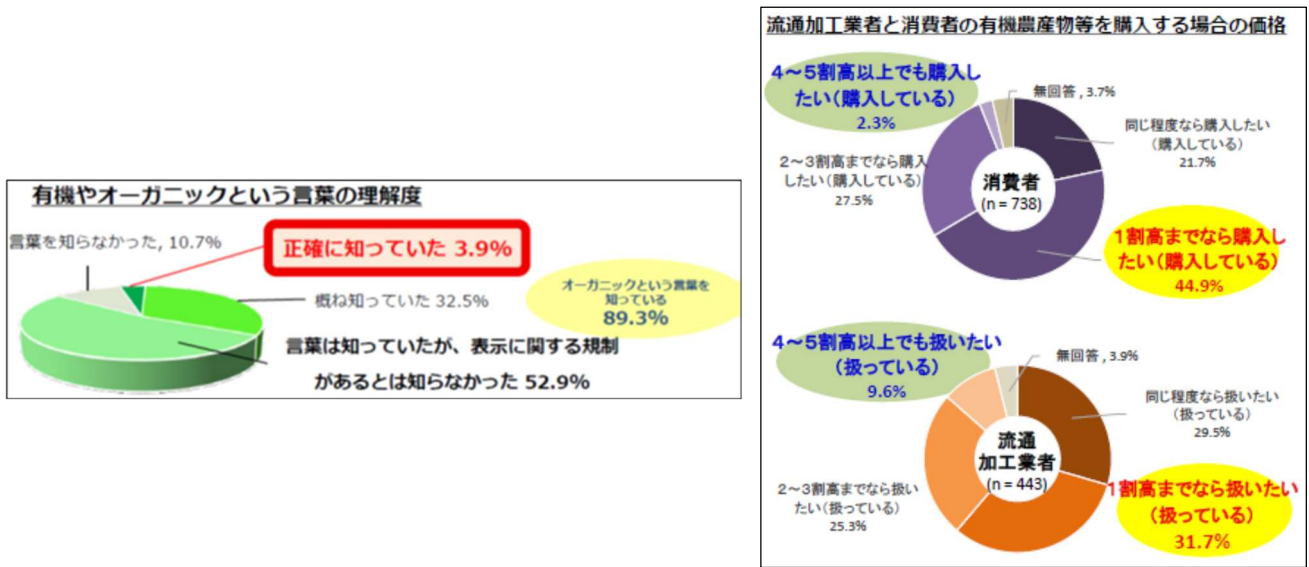


図4 有機農産物の表示や価格への認識について（農林水産省の「有機農業をめぐる事情」（令和6年5月）より）

【課題3】 生産者・流通事業者・行政等による気運醸成

従来の交流イベントやC S A手法等の取組効果は感じられる一方、県による有機農業体験や研修会では、同じ人が毎年受講する傾向が見られるなど新たな消費者への理解の広がりや不十分と感じられる面もある。このため、交流イベント等の継続に加え、官民が協力して気運を醸成し、これまで有機農業等に関心のなかった消費者にも有機農産物等の価値を幅広く発信し、理解を促進する必要がある。

【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

有機農業等の推進による生物多様性や景観の保全、脱炭素などの環境負荷軽減効果（公共的価値）は、安全、安心や健康といった個人的な価値（私的価値）と比較して自らに関係することとして捉えられにくい。大人世代に働きかけて価値観を見直してもらうことは大切だが、これから価値観が形成されていく次世代への働きかけがより効果的で重要である。

このため、学校教育や食農教育を強化し、将来を担う次世代に対して、有機農産物等の価値の理解を促進する必要がある。

IV 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

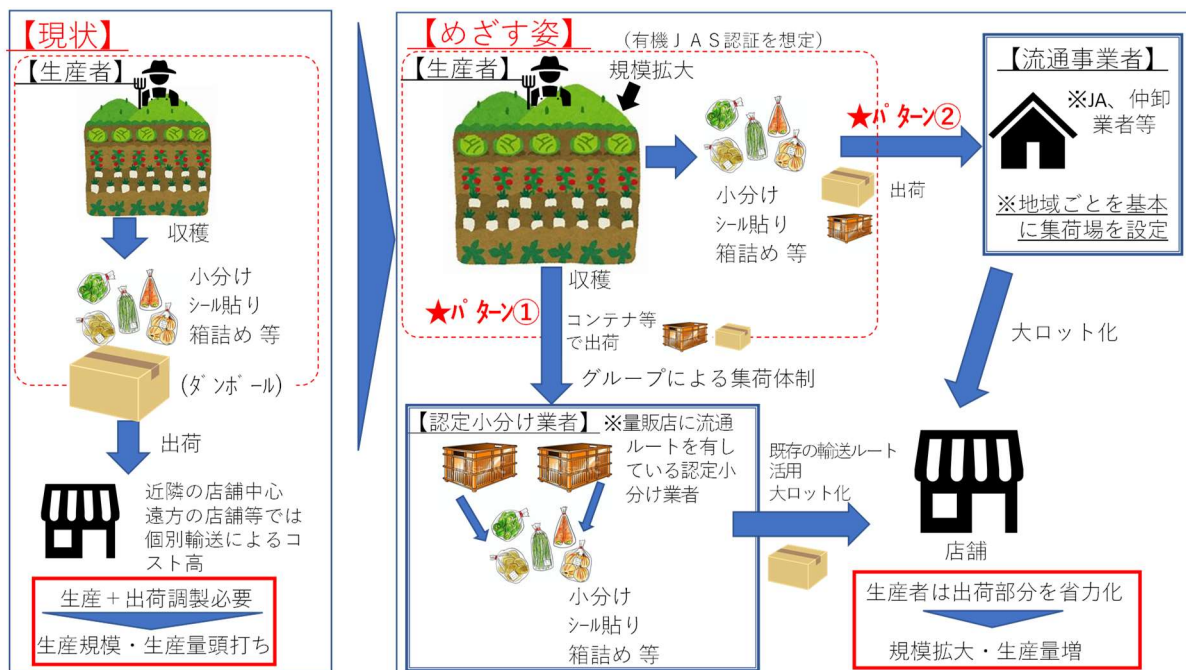


図5 提言1によりめざす姿

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、効率的な出荷・流通モデルを構築することを以下のとおり提言する。

(1) 農業者の小分け作業の省略化による出荷労力の削減

有機農産物の小分け出荷作業を省力化し、生産に集中できる環境づくりを推進し、安定して生産、販売に取り組めるようにすることが必要である。生産規模や経営方針により必要とする支援は異なるが、特に有機JAS認定を取得して生産規模の拡大を志向する農業者に対して、農業者が農産物の小分け等をせずにグループで集荷場所に持っていき、量販店等に販路を持つ有機JAS認定小分け業者（流通事業者）が小分け作業を担う出荷システムを作るべきである。

(2) 産地近隣への有機農産物等の集荷場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、より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の拡大にもつながるよう、卸売市場の仲卸業者やJAなどを含む幅広い販路を持つ事業者と連携した生産地近隣における有機農産物等の集荷場

の確保による効率的な出荷の仕組みづくりも推進すべきである。

【提言 1 に関する委員からの意見主旨】

- ・ 県産県消の推進を基本とするところからはじめて、中長期的に広域流通をめざして取組を進めてほしい
- ・ 品目ごとの生産量が少なく、それに対して販売先が多いため、受発注回数が多く、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
- ・ 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、JA等との協力等によるロット拡大と配送の効率化が必要
- ・ 生産拡大のためには農業者は生産活動に注力すべき
- ・ 小分けパッキング（小分け、袋詰め、シール貼りなど）の負担が大きく、発送作業が非効率
- ・ 小分けパッキングを自ら実施すれば農業者の利益は増加。小分けを自分でやるのか、委託するのか。選択肢を作ることが大切
- ・ 小分け自体を省略し、スーパーなどで量り売りできるのが理想
- ・ グループで地域内で共同集荷基地を設置できれば流通が効率化

【事例 1】 調製作業を分業化して個々の経営を拡大し産地規模を拡大（養父市）

おおや高原有機野菜部会は、夏のホウレンソウを中心に有機野菜の契約出荷等を行っており、生産者が栽培管理に集中して生産拡大を図れるよう、旧大屋町（現養父市）が出荷調製施設を整備した。JAたじまが施設の運営主体となり、出荷調製作業はシルバー人材センターに外部委託している。養父市大屋野菜集出荷所において調製、計量、袋詰め、予冷出荷を行っており、分業化によって生産拡大するとともに、新鮮な有機野菜を安定供給している。



【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

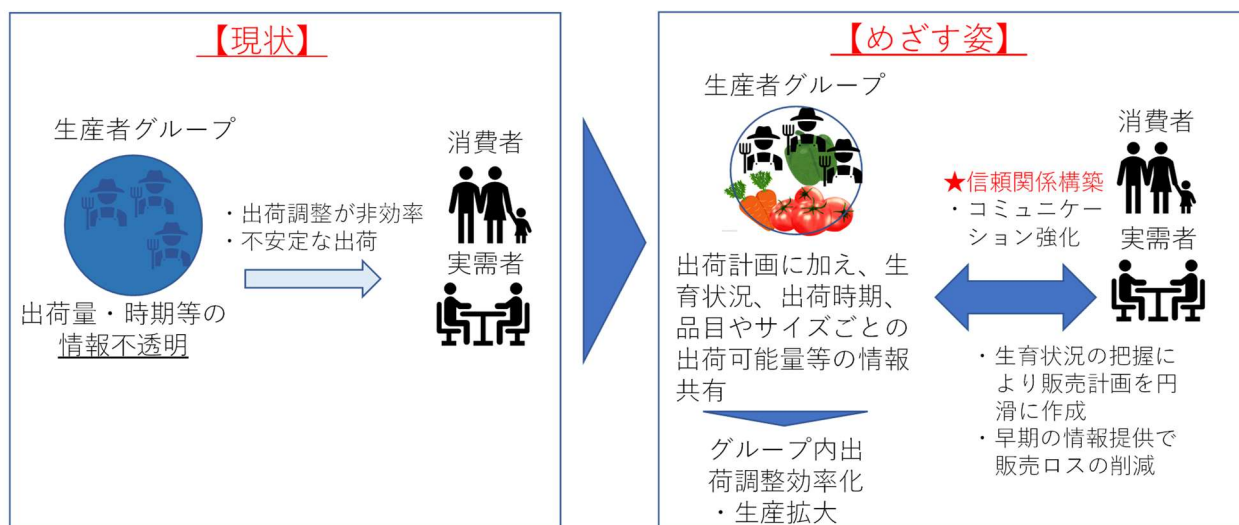


図6 提言2によりめざす姿

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、以下のことを提言する。

(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、各生産者の生産量や農作物の生育状況などの生産情報や出荷振り分け等は電話やファクシミリなどでのアナログ的な共有が主となっている。しかし、グループ員が多数になると情報の共有が迅速にできず、流通事業者からの注文や消費者ニーズへの迅速な対応が難しくなる。これらの情報共有を効率的かつ的確に実施して、出荷量の振り分けなど出荷・販売に係る事務作業等を円滑にし、ニーズに迅速に対応できるようにすることが必要である。

このため、県では令和6年度に既存の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随時、生産情報を入力し、生育状況の写真も添付することにより、情報共有できる兵庫県版ツール（以下、「アプリ」という。）の開発に取り組んでいる。これにより、生産グループ内における出荷量の振り分けや会計処理などの効率化を見込んでいる。操作性やコスト面などにおいて、このアプリの有用性を確認した上で、県内に活用を広げ、出荷販売に係る事務の省力化を支援するとともに、利用者の評価を踏まえた改善により広く普及すべきである。

(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

生産量が特に多い場合には生産者と流通事業者のコミュニケーションが重要である。流通事業者の立場からは、特に「どのような品目」が「どのくらいの量」、「いつ」に出荷されるのか分かれば、販売計画の作成が容易になり、より円滑な取引が可能となる。現状において、生産計画は共有されているが、生育状況までは的確に共有されず、当初の販売計画にずれが生じ、販売ロスにつながることもある。

このため、生産者と流通事業者が情報共有する場を作って信頼関係を構築し、その上で前述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すべきである。

また、流通事業者と共有している生産情報を消費者にも直接発信することで、販売促進につながることも考えられるので、前述のアプリなどに消費者向け機能も付加してほしい。

【提言2に関する委員からの意見主旨】

ア 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

- ・生産の情報管理が非効率で、実需者からのニーズに迅速に答えられていない面がある
- ・ウェブアプリを活用して生産グループの出荷の振り分けに取り組んでおり、作業が効率化できている
- ・アプリの活用により生産グループ内での情報共有が効率化することは効果的かもしれないが、システムの運用、管理等にコストが掛かれば、継続的な活用は困難

イ 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

- ・生産者の収穫量や出荷時期と流通事業者の受注数の擦り合わせなど情報共有できる協力関係づくりが必要
- ・生産者には流通事業者に開示できる情報とできない情報があると思われるが、流通事業者としてはいつの時期にどれだけの量が出荷されるか、正確な情報が欲しい。播種前等の生産計画の共有も大切
- ・アプリなどシステムありきではなく、情報共有する場づくりが先決

2 理解促進対策

【提言3】 官民が協力し「地元産」・「地産地消」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

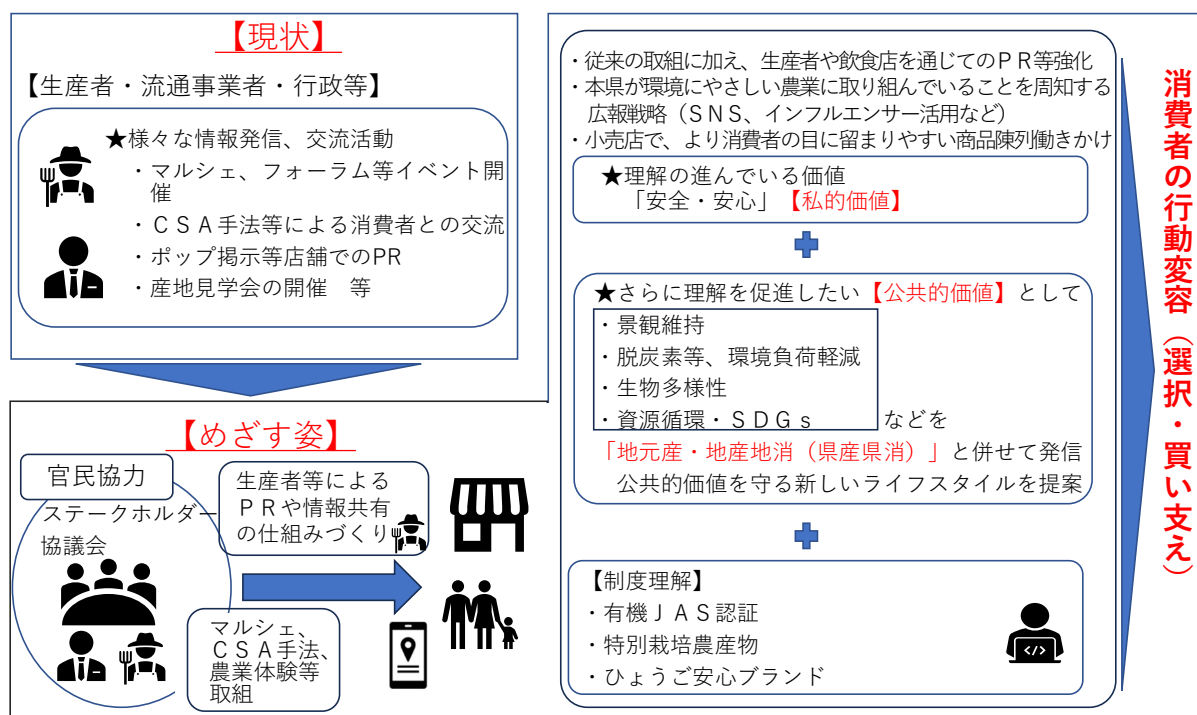


図7 提言3によりめざす姿

県内有機農産物の販売ロットの拡大や出荷労力・コストの削減により、慣行農産物との価格差を低減することは重要である。しかし、価格差があったとしても、有機農産物等は生物多様性や脱炭素など、様々な価値を有している。労力、コストを費やした上で様々な価値を保持していることに対する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、以下のことを提言する。

（1）官民協力した気運醸成と課題への対応

従来のほ場での交流イベントやCSA手法での消費者との連携、流通事業者によるポップ掲示や店頭でのPR、行政機関等によるマルシェや農業体験、フォーラムの開催等、様々な手法での消費者へのPRを引き続き実施する。

特に、小売店店頭等での生産者による直接のPRや消費者による生産現場での体験など、効果的と考えられる取組に対する支援が必要である。

さらに効率的に一層の理解促進を図るため、前述のアプリなども活用し、県内の有機農業に取り組む生産者の考え方や出荷先などの情報を消費者に広く周知し、販売につなげていくことが必要である。

さらに、本県の有機農産物等を認識してもらう機会を増やすため、県産有機農産

物等を使用している飲食店のPRや、生産者、流通・販売事業者、消費者、行政等のステークホルダーでの課題対応への協議などにより、官民協力してPRする気運を醸成していくことが必要である。

(2) 「地元産」・「地産地消」と関連付けたPRなど広報戦略づくり

有機農産物等に対する安全安心や健康という「私的価値」のイメージは広がっており、これを購買行動につなげるには、これに加えて景観や脱炭素、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必要である。有機農業の取組により保全される景観や生物多様性などの価値は、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ものである。また、地産地消の取組は消費者に対して一定の訴求力を持っている。

このため、「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、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するとともに、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広く認知されるよう、広報戦略を推進すべきである。

なお、小売店では、有機農産物コーナーが設けられている事例が見られるが、そこに立ち寄るのは一部の有機農産物志向のある消費者であり、それ以外の消費者の目には留まりにくい状況にある。有機農産物等に関心のない多くの消費者の理解を促進する必要があり、それらの人々の目に留めてもらうためには、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である。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、中長期的な広報活動に取り組んでいくべきである。

【提言3に関する委員からの意見主旨】

ア 官民協力した気運醸成と課題への対応

- ・ポップなどのツールでの案内は消費者への訴求力が今ひとつ
- ・消費者はどんな生産者がどういう思いで作ったものか知りたい
- ・価値を伝えるには、草の根的な店頭でのPRや産地での体験学習、CSA手法等の実施により、消費者が生産者と交流し、有機農産物に触れる取組も引き続き必要
- ・有機食材を利用している飲食店が分かる取組も良い
- ・購入だけでなく、現地に来ってもらう行動につなげる取組も必要。その商品を購入することで県内の観光農園に招待したり、直売所で使用できる商品券をプレゼントするなどの取組も面白い。ポイント制やスタンプラリーなど

- ・遠方の顧客など、直接出会えない人との「顔が見える関係づくり」にアプリでの情報共有が役立つのではないかと。生産者の苦勞も発信できれば、有機農産物等への「理解促進」にもつながる
- ・ステークホルダーによる協議会づくりなどの取組も大切

イ 「地元産」・「地産地消」と関連付けたPRなど広報戦略づくり

- ・地元で持続可能な農業が続くことの便益は県民自身が得る。地元産は消費者として選択しやすい。風景を守ることも有機農産物の価値。地元の農業が風景を守っている
- ・「地元産」や「有機農産物」であることと、それを選ぶとどんな公共的価値につながるのかを合わせて伝える仕組みが必要
- ・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広く認知されるためには、効果的な仕組みづくりが必要
- ・一般の消費者が有機を含む環境創造型の農産物を選択できる環境を整備していくことも必要。価値を認識しているのなら、特別な有機コーナーを設置するよりも慣行品と有機農産物を同じ棚に並べ、価格差を明確に認識しながら選択できる環境の方が適切であって、購買にもつながる可能性がある

【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

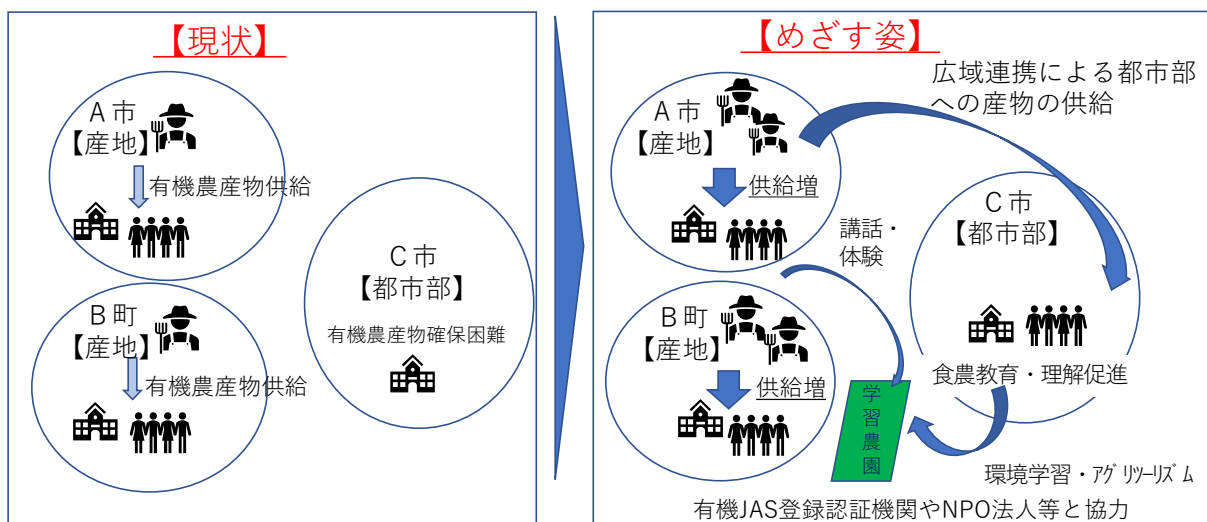


図8 提言4によりめざす姿

現在の子どもなど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、以下のことを提言する。

(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

は重要である。現在はオーガニックビレッジ取組市町等で有機農産物食材による給食に取り組んでいる市町があるが、供給量や価格、規格が合わないなどの問題があり、有機食材の活用は限定的である。特に農業生産の少ない都市部等の市町では有機農産物等の学校給食食材としてのニーズがあっても地元産の調達は困難である。

そこで、産地市町での有機農産物等の生産量を増加させることを基本として、生産者と学校給食関係者との関係づくりの支援や、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に、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せる。さらに、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するなど、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するべきである。

（２）食農教育の充実

学校給食を通じて有機農産物等の供給に加え、出前授業や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するべきである。

このためには、生産者と教育現場をつなぐ人材が必要であり、両者間で調整する人材の育成や、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NPO法人等による協力を支援し、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が必要である。

【事例２】学校給食関係者による研修会を開催（豊岡市）

令和５年７月に、豊岡市では学校給食センター栄養士やNPO法人、生産者、行政等が参加し、学校給食での有機農産物利用拡大に向けた研修会を開催した。有機農業の特徴や栽培の工夫などについて栄養士と生産者による意見交換や、NPO法人から他地域での取組事例紹介などがあり、有機農産物を使用した学校給食推進への気運が高まる機会となった。



【提言４に関する委員からの意見主旨】

ア 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

- ・但馬で供給できない食材を淡路で確保するなど、県内広域で供給を推進すべき
- ・学校給食センターの調理士や栄養士を支援するNPO法人が活動している。慣行の食材を有機食材に変えても献立や調理技術によって経費削減を図っている事例もある。そういった動きを取り入れるのも良い

イ 食農教育の充実

- ・ 出前授業は、一過性とせず回数の増加や食農教育専用の授業の導入なども必要
- ・ 脱炭素などの価値は将来世代が享受
- ・ 行動変容は容易ではない。幼少時からの啓発が大切であり、食農教育で公共的価値を学んでもらうようにしてほしい。時間は掛かるが、これが最も有効と考える。
- ・ 有機農産物や地元産を選ぶことが、環境や景観の保全、食の安全保障などに影響を与えることを発信し、特に子どもたちに給食などを通じ、これらの農産物を食べることの公共的価値が自然な思考として理解される取組が必要
- ・ 食べることで環境配慮の取組に参加していると意識してもらえようようにしたい

【その他】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である。

- ① 拡大志向農家を中心に栽培技術面や重点品目の拡大に向けた施設・機械整備等の支援により、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

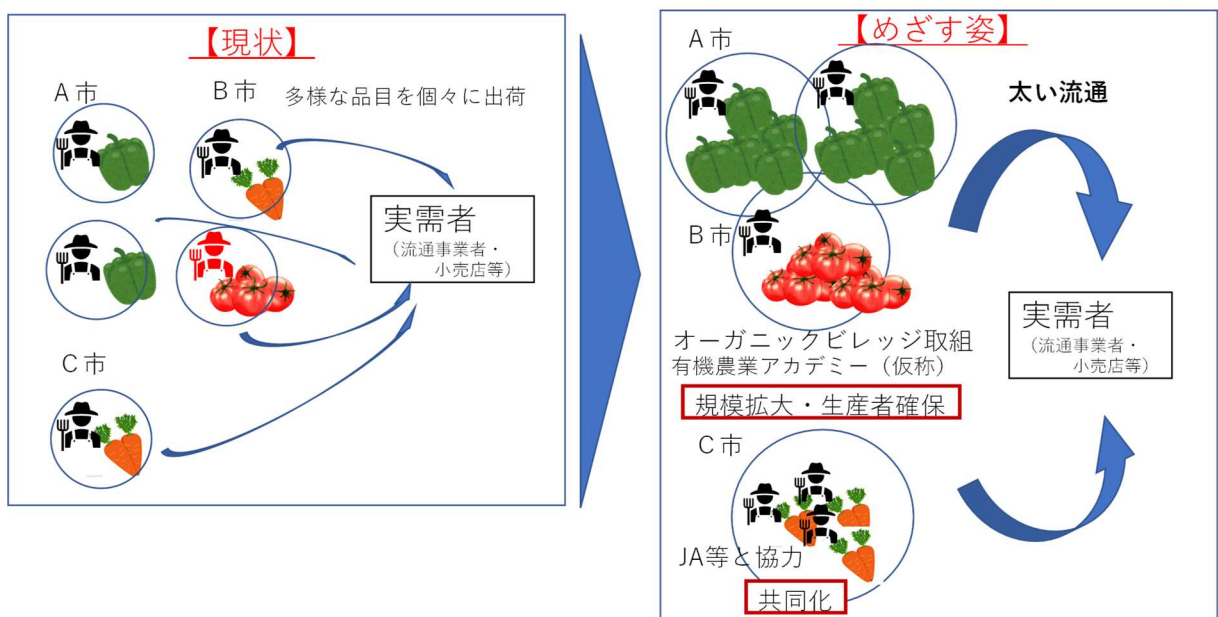
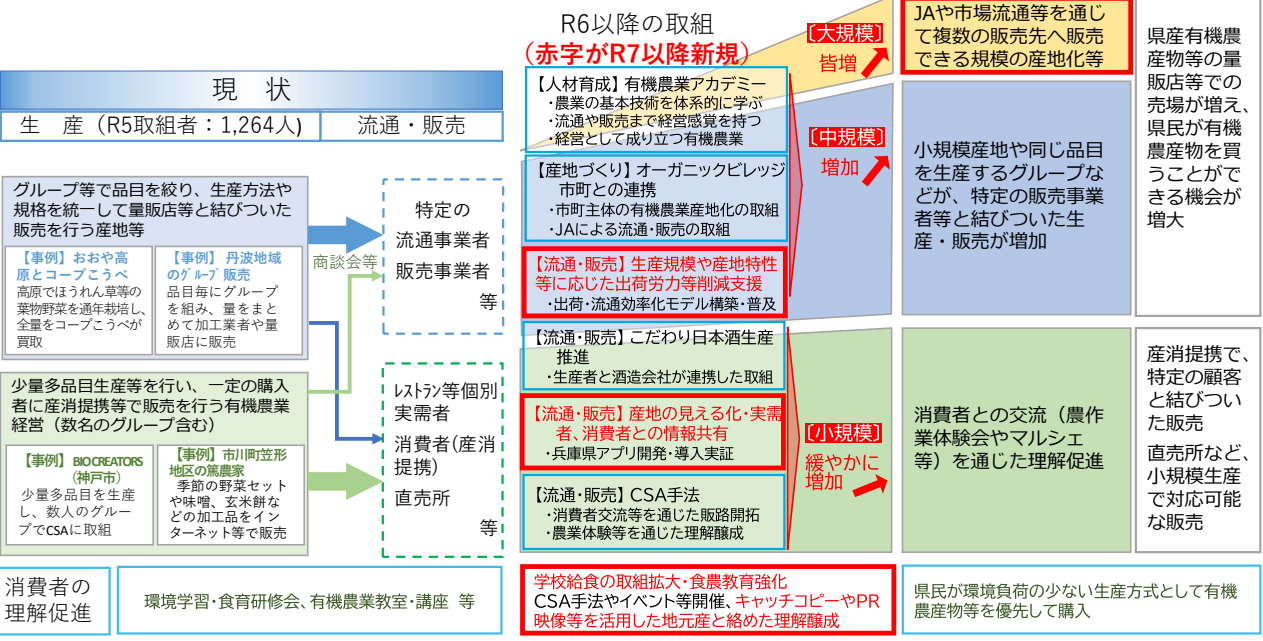


図9 生産面のめざす姿

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



先行実施すべき取組と中長期的に必要な主な取組

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	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) 【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】 【継続】有機JAS認証取得への支援		【生産者】 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
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	出荷コスト・労力削減支援 (出荷・流通効率化の実証) 【流通事業者等との連携】 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) 【生産者・流通事業者の意見確認し開発、普及】	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) 【JAや流通事業者等との連携】 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)	【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
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	地元産と有機農業の価値を関連づけた情報開示 (環境にやさしい農業の発信キャッチコピー等の作成、産地地消推進、理解促進フォーラム開催、消費者への生産者情報発信等) 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) 【市町、教育委員会と連携】	官民が連携したPRの強化 (ステークホルダーによる協議、飲食店PR、キャッチコピー等活用促進、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) 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) 【市町、教育委員会と連携】	【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
	【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		

【参考】検討会の概要、委員名簿

検討会の概要

(1) 設置目的

兵庫県では、環境創造型農業を推進しているが、近年のSDGsの取組拡大や国のみどり戦略の推進など、農業をとりまく情勢や農産物市場の動向などが大きく変化している。

これらを踏まえ、有機農産物等の流通・販売や、消費者の理解を促進するための施策展開を検討する。

(2) 検討経緯

開催日	項目	検討内容
R 6 年 7 月 26 日	第 1 回検討会	【検討課題】 有機農産物等の流通・販売促進や県民理解促進に向けた課題抽出
9 月 6 日	第 2 回検討会	【検討課題】 課題に対する施策の方向性検討
11 月 22 日	第 3 回検討会	【検討課題】 報告書骨子（案）の検討
R 7 年 1 月 31 日	第 4 回検討会	【検討課題】 報告書（案）の検討

委員名簿

氏名	所属等	備考
辻村 英之	京都大学大学院農学研究科 教授	委員長
村上 佳世	関西学院大学経済学部 准教授	委員長代理
酒井 徹	秋田県立大学生物資源科学部 准教授	
中嶋 敏博	豊岡オーガニックワークス代表（農業者）	
澁谷 嘉一	伊川谷有機農業研究会 リーダー（農業者）	
岸本 芳樹	J A 丹波ひかみ営農経済部 部長	
及川 智正	株式会社農業総合研究所 代表取締役会長 CEO	
中永 昌宏	生活協同組合コープこうべ 商品部 生鮮食品 農産チーム課長	
新井 正枝	イオンアグリ創造株式会社 生産本部 西日本直営事業部長兼営業部長	
藤原 啓	神戸市経済観光局 農水産課長	

事務局

兵庫県農林水産部農業改良課

< 関係課 >

【農林水産部】総合農政課、農業経営課、流通戦略課、農林経済課、農地整備課、
農産園芸課、畜産課

【環境部】環境政策課

【教育委員会事務局】体育保健課