

平成 23 年度
生産環境総合対策事業
有機農業総合支援事業
〔有機農業調査事業（消費者理解増進）〕 報告書

有機農業への消費者の理解増進調査報告

—消費者意識アンケートと生産者・消費者の交流事例—

平成 24 年 3 月

特定非営利活動法人
日本有機農業研究会

目 次

はしがき iii

I 有機農業に対する消費者の理解と関心に関するアンケート調査

- 1 消費者アンケート調査の目的 2
- 2 調査の方法 3
- 3 調査結果 5
 - (1) 回答者の属性 5
 - (2) 有機農業のイメージと理解 6
 - (3) 有機農産物や関連商品の利用の実態 9
 - (4) 有機農産物の購入への意向 14
 - (5) 原発事故で購買行動は変わったか 22
 - (6) 有機農業の推進のために必要なこと 25
 - (7) 有機農業への理解促進のために必要なこと 26
- 4 小括 29
 - (1) 消費者の有機農業への理解 29
 - (2) 有機農産物の入手について 29
 - (3) 震災・原発事故を経て 30
 - (4) 有機農業推進に必要なこと 30

II 放射能汚染問題と生産者・消費者の交流

- 1 章 放射能汚染問題と生産者・消費者の交流についてのヒアリング等調査の目的 32
- 2 章 原発事故が有機農業の生産者、消費者に与えた影響についてのヒアリング報告 33
 - 1 福島県の事例より 33
 - (1) 有機農業生産者への影響と取り組み——大内信一さんへのインタビューから 33
 - (2) 消費者団体への影響と取り組み
——生活協同組合あいコープふくしまへのインタビューから 33
 - 2 茨城県の事例より 34
 - (1) 有機生産者への影響と取り組み——魚住道郎さんへのインタビューから 34
 - (2) 消費者団体への影響と取り組み
——常総生活協同組合 大石光伸さんへのインタビューから 35
 - 3 ヒアリングを終えて 35
- 3 章 放射能汚染問題への有機農業団体の生産者・消費者の取り組み事例 37
 - (1) 有機農業と相容れない原子力技術 37
 - (2) 放射能汚染問題への対応を探る 38
 - (3) 大震災・原発事故をのり越えるために 39

- (4) 落ち葉・堆肥への取組みと、生消交流 40

Ⅲ 生消交流と「有機」表示保証に関する調査報告

- 1 章 生消交流と「有機」表示保証に関する調査の目的と背景 44
- 2 章 「オーガニックフェスタ in あきた」における有機農家と消費者の信頼形成の試み 52
- 1 はじめに 52
 - 2 「オーガニックフェスタ in あきた」の概要 52
 - 3 「有機」に関する基準の策定 53
 - 4 「秋田方式」の概要 54
 - 5 「秋田方式」の評価 57
- 3 章 生消交流と「公開確認会」——パルシステム神奈川ゆめコープの取組み 58
- 1 はじめに 58
 - 2 消費者の産直交流の概要 59
 - 3 地域参加の事例——小田原食と緑の交流事業の展開 60
 - 4 「公開確認会」の取組み 62
 - 5 まとめ 65
- 第4章 生産者と消費者の交流を通じた相互理解の取組み事例——NPO 法人食と農のまち
づくりネットワーク・コラボ食堂を中心とした取組み（長野県上田市）—— 66
- 1 はじめに 66
 - 2 NPO 法人の立ち上げまで 66
 - 3 NPO 法人化へ 67
 - 4 事業化の進展 72
 - 5 福島からの被災農家受け入れ活動 73
 - 6 まとめ 74
- 5 章 国際有機農業運動連盟（IFOAM）が推進する参加型有機認証（PGS）の理念と方法、
取組みの動向 75
- 1 はじめに——IFOAM と PGS 75
 - 2 翻訳資料 「参加型有機認証」（PGS）とは？ 76

資 料

有機農業に関する消費者意識調査

- 付表1 インターネットアンケート誘導画面文面 84
- 付表2 質問表 85
- 付表3 全質問 単純集計表 112

は し が き

有機農業を推進するには、消費者の有機農業に対する理解や協力が不可欠であるという観点から、本会は、平成 20 年度から一般消費者の有機農業への理解や意識の実態、有機農産物の購買行動や有機農業関連事項に対する意向についてアンケート調査を行ってきた。併せて、先行事例として、消費者が有機農業の普及や有機農産物の取扱いに参画している「生産者と消費者の提携」（産消提携、「提携」）活動について、事例調査（ヒアリング）やアンケート調査（平成 21 年度）を行ってきた。

本年度は、これまでの調査結果を踏まえ、今日、青果物流通の主要な割合を占めるスーパーマーケットでの有機農産物の入手可能性やスーパーマーケットへの消費者の要望、期待について注目したアンケート調査を行った。さらに、3 月 11 日の震災・原発事故以後、大きく消費者の行動様式は変わっており、それが有機農産物の購入行動に対しても影響を与えている可能性があるため、放射性物質への考え方や農産物の購入行動の変化等についても着目し、アンケート調査に設問を盛り込むと共に、福島県・茨城県における生産者・消費者の対応、有機農業団体の対応事例についてもヒアリング等を行った。

また、消費者が有機農産物を選択するには、有機農産物表示とそれへの信頼性確保が求められることから、生産者と消費者の交流を通じた信頼性確保や地域における取組み、海外動向の紹介（IFOAMにおける参加型有機認証）についても取り上げた。

なお、本調査報告は、平成 23 年度農林水産省生産環境総合対策事業の有機農業総合支援事業のうち「有機農業調査事業」（消費者の有機農業理解増進）に関する支援を得て本会が実施した上述の調査をとりまとめたものである。関連して本会は、『有機農産物の流通拡大のための実態調査報告—スーパーマーケット、自然食品店・道の駅を中心に—』（平成 24 年 3 月）も刊行している。併せてご活用いただければ幸いである。

本調査にご協力いただいた多くの皆様にこの場を借りて感謝申し上げますと共に、本報告書が関係者各位のご参考になることを願っている。

2012 年 3 月

特定非営利活動法人 日本有機農業研究会
理事長 佐藤 喜作

調査研究体制

協議会

〈委員〉

今井 優子	有機農業推進協会認証部長
大木 茂	麻布大学獣医学部教授
久保田裕子	國學院大學経済学部教授
関 信雄	株式会社バイオ・マーケット代表取締役
本城 昇	埼玉大学経済学部教授
○ 吉野 馨子	法政大学サステナビリティ研究教育機構准教授
涌井 義郎	鯉淵学園農業栄養専門学校教授
(○印 消費者調査委員長)	

研究協力者

谷口 吉光	秋田県立大学地域連携・研究推進センター教授
古田 睦美	長野大学環境ツーリズム学部教授

事務局

小出すま子	日本有機農業研究会 事務局長・調査事業代表
上杉 幸康	同 事務局
平 良子	同 事務局

執筆分担

I 部	吉野 馨子
II 部	吉野 馨子・久保田裕子
III 部	
第1・3・5章	久保田裕子
第2章	谷口 吉光
第4章	古田 睦美

I 有機農業に対する消費者の理解と 関心に関するアンケート調査

執筆

吉野 馨子

1 消費者アンケート調査の目的

本調査は、一般消費者を対象に、有機農業を推進する際に不可欠な、①消費者の有機農業に対する理解と協力、及び②生産者と消費者の連携について、主に次の二つの観点に係る消費者の意識や消費行動の実態を把握することを目的に、平成 20 年度より実施している。つまり、「安全・安心」「健康」というイメージだけでなく、有機農業は、1) 資源循環の増進や地域自給の促進、生物多様性の保全・地球温暖化対策に資すること、2) 農業と一体となった文化、教育力を有するなど多様な意義があることについての消費者の理解の現状と理解増進のための課題を明らかにすることを目指している。

平成 20 年度は、広く一般消費者を対象としたアンケートで、有機農業に対する意識や認知度、購買行動、食と農、健康、環境についての実態を探った。平成 21 年度には、有機農業者と消費者との連携を強めるための先駆的な活動として、1970 年代から各地で活動が続けている、有機農業生産者グループと都市消費者グループによる有機農産物等の直接供給活動（「産消提携」「提携」と呼ばれている）の実態を明らかにした。平成 22 年度は、再度、一般消費者に対するアンケートで消費者の有機農業に対する意識や認知度をより詳細に探り、今後の消費者向けの有機農業推進政策の形成に資する課題（特に、情報提供や有機農業との出会いの場の形成等）を明らかにした。

調査の 4 年度目に当たる今年度は、我が国の有機生産者がいまだに農家戸数全体の 1% に満たない状況にとどまっていることの一因として考えられる、有機農産物の購買層を拡大する方策の検討に資することを目的に実施した。消費者にとって有機農産物が入手しやすいものとなるために、消費者がどのような情報や、流通ルートを通じて有機農産物を購入しているか把握するとともに、今日の青果物流通の主要な割合を占めるスーパーマーケットでの有機農産物の入手可能性やスーパーマーケットへの消費者の要望、期待について注目した。さらに、3 月 11 日の震災・原発事故以後、大きく消費者の行動様式は変わっており、それが有機農産物の購入行動に対しても影響を与えている可能性があるため、放射性物質への考え方や農産物の購入行動の変化等についても、注目した。

調査の手法としては、初年度、3 年度目と同様に、2,000 名の一般消費者を対象としたインターネット上でのアンケート調査である。

2 調査の方法

質問票は、フェイスシート、食生活習慣、有機農業に関する基礎的知識の有無、有機農産物の購入実態等、初年度及び3年度目の質問票と共通する基本的な質問群に、スーパーマーケットでの有機農産物の購入の実態や意向、原発事故以降の行動様式の変化等についてなどを新たに付け加え、全部で7つの設問群で構成した（質問票は付表2に添付）。

1つめの設問群では、回答者の居住地、年齢、性別、職業、家族構成、所得等の回答者の属性について質問した。2つめの設問群では、回答者の日常的な食生活につき、調理の実態、食事内容、食材の入手先、有機農産物や旬の食材への関心等について質問している。さらに、原発事故以降の農産物の購入手続きの変化についても質問した。

3つめの設問群は、有機農業についての回答者の理解の確認を目的としている。有機農業（オーガニック）という語への認識、有機農業のイメージ、有機農業の定義、有機JASマークへの理解を確認した。

4つめの設問群では、有機農産物の利用（購入）実態について、主に有機米と有機野菜の購入について、スーパーでの購入にも注目し、質問している。5つめの設問群では、そのほかの有機関連商品の購入や、原発事故による有機農産物購入手続きの変化について質問した。

6つめの設問群では、今後の有機農産物購入の意向について、7つめの設問群では、回答者の有機農業あるいは有機農産物へのこれまでの関わり状況や今後の意向、有機農業の推進のために必要と考えることなどについて、質問している。

具体的な調査は、(株)情報開発センターを通じ、インターネット上でのアンケートの手法をとった。調査は、2012年1月19日（木）から2012年1月25日（水）まで、大手リサーチモニターサイト「ライフメディア（旧：iMi ネット）」モニターを対象に、サンプル回収割付け案の人数（合計2,000件）を集めるべく、回答率を考慮して選んだ各エリア各年代のモニターに、回答依頼メールを送信した。対象者は職業などは問わず「20歳以上」との条件のみとし、「広告代理店・市場調査業・マスコミ関係の会社」勤務の人を除いた。

回答率が良くないエリア・年代は、随時、回答依頼メールを追加送信し、最終的に回答依頼メールを合計18,822通送信して2,871件のデータを回収した（回収率15.3%）。その中から、集計対象者2,000件の抽出は、まず回答内容を見て、明らかに妥当性を欠く回答者を除いたすべての回答者に乱数を付与し抽選を行って、値の上位より各エリア各年代の割付け人数分を選ぶという方法で行った。今回のアンケート票は、構造が複雑なため、矛盾のある回答が生じる可能性のある箇所が数カ所あった。その箇所を事前にマークしておき、回答に矛盾が生じた105人を、オーバーサンプル871人の中から、性別・居住地域・年代が合致するように、回答の矛盾がなく、順位の高い回答者から順に補充する形をとった。最終的な地域、年齢の分布は表1のとおりである。

対象者 全国 20 歳以上男女
 集計対象数 2,000 件
 アンケート配信数 18,822 件
 アンケート回収数 2,871 件 回収率 15.3%
 調査期間 2012 年 1 月 19 日～ 1 月 25 日

性別・年齢別

年齢	北海道		東北		関東		中部		関西		中国・四国		九州・沖縄		小計		合計
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	
20 ～ 30 歳未満	13	13	19	19	81	81	43	43	44	44	25	25	25	25	250	250	500
30 ～ 40 歳未満	13	13	19	19	81	81	43	43	44	44	25	25	25	25	250	250	500
40 ～ 50 歳未満	13	13	19	19	81	81	43	43	44	44	25	25	25	25	250	250	500
50 ～ 60 歳未満	10	10	15	15	62	63	33	33	34	34	19	19	19	19	192	193	385
60 歳以上	3	3	4	4	19	18	10	10	10	10	6	6	6	6	58	57	115
合計	52	52	76	76	324	324	172	172	176	176	100	100	100	100	1000	1000	2000

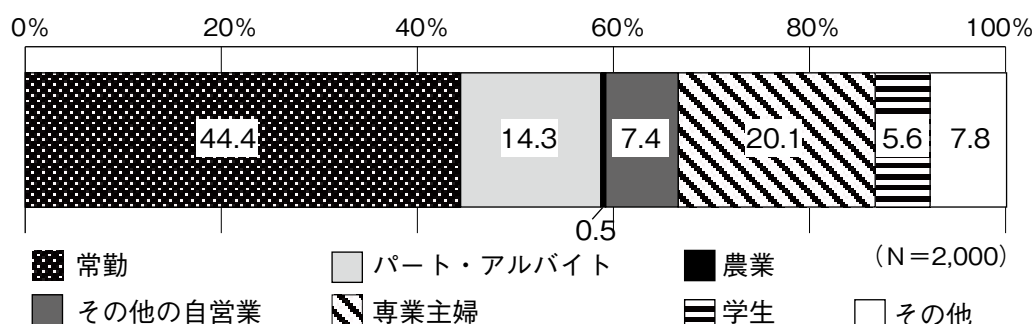
3 調査結果

(1) 回答者の属性

ア 職業構成

常勤者が44.4%と半数近くを占め、専業主婦が20.1%、パート・アルバイトが14.3%となっている。農業者は10人（0.5%）であった（図1）。

図1 回答者の職業構成

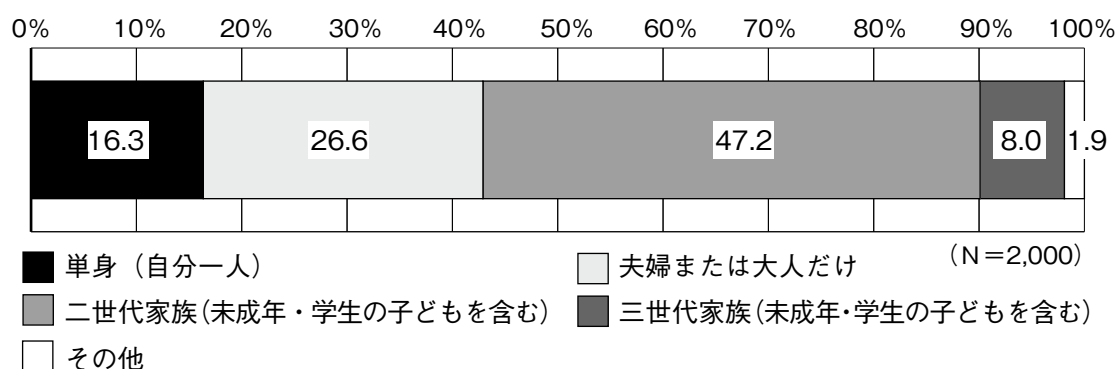


イ 家族構成

回答者の家族構成は、単身世帯が16.3%、夫婦または大人だけが28.1%、二世世代家族が47.2%、三世世代家族が8%であった（図2）。平成22年度国勢調査では、「単独世帯」（一人暮らし世帯）は1,678万5千世帯（一般世帯の32.4%）、「夫婦と子供から成る世帯」は1,444万世帯（同27.9%）、「夫婦のみの世帯」は1,024万4千世帯（同19.8%）、「ひとり親と子供から成る世帯」は452万3千世帯（同8.7%）などとなっており、本アンケートの回答者は、それと比較すると、単身者の割合は低く、核家族世帯の割合が高い。

なお、乳幼児のいる人は334人（16.7%）、義務教育期の子供がいる人は、365人（18.3%）であった。

図2 回答者の家族構成

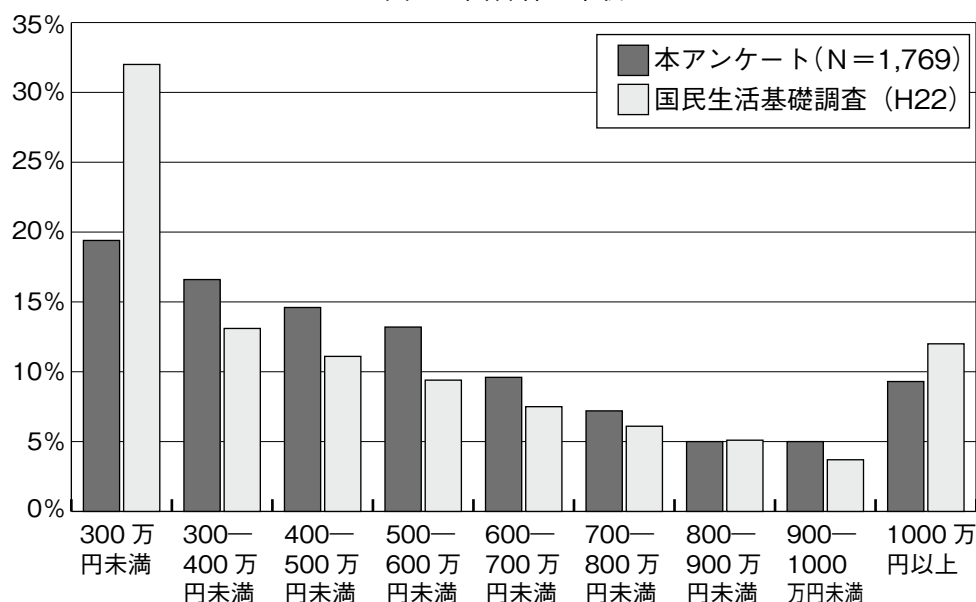


ウ 年収

回答者の年収では、「わからない」を除いた 1,769 人についてみると、300 万円未満の人の割合が最も多く（全体の 19.4%）、300 ～ 399 万円（16.6%）、400 ～ 499 万円（14.6%）が次いでいる（図 3）。平成 22 年度の国民生活基礎調査でも 300 万円未満の層が最も多いが、その割合はアンケート回答者より、さらに高い（33.2%）。アンケート回答者の中央値は、400 万円台であり、国民生活基礎調査の中央値 438 万円と大きな乖離はない。アンケート回答者の所得は、国民生活基礎調査の傾向を反映しているが、より平準化されているといえよう。

なお、年代との関係をノンパラメトリック分析したところ、年代による年収差が確認され、20 代及び 60 代で年収が低い傾向にあった。

図 3 回答者の年収

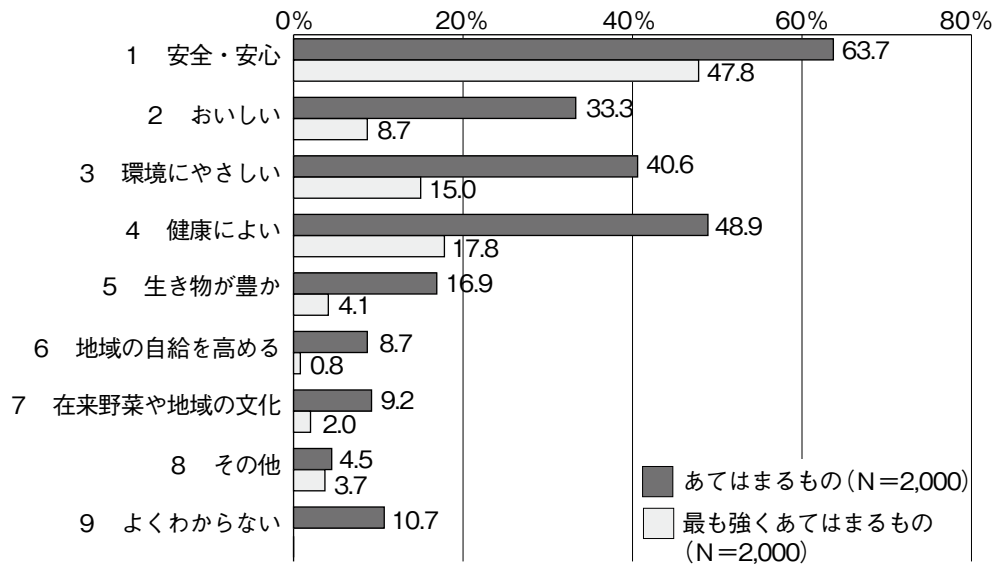


(2) 有機農業のイメージと理解

ア 有機農業のイメージ

有機農業に対する、全体的なイメージとしては、「安全・安心」が最も多く選ばれ（63.7%）、「健康に良い」（48.9%）、「環境にやさしい」（40.6%）が次いでいる。最も強くあてはまるもの（3つのみ選択）についても、大きな違いはない（図 4）。地域の自然環境保全（「生き物が豊か」16.9%）、や地域自給（「地域の自給を高める」8.7%）、地域文化（「在来知識や地域の文化」9.2%）に関連する役割については、あまり想起されないようであった。

図4 「有機農業」という言葉から浮かぶイメージに合うもの

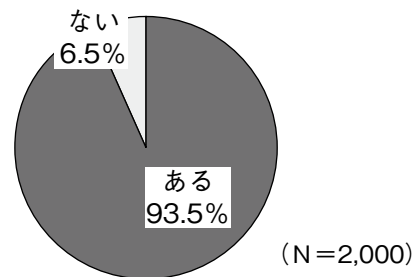


イ 有機農業、有機農産物への理解

次に、具体的な、有機農業、有機農産物への理解についてみてみよう。

有機農業（オーガニック含む）という語を聞いたことがある人は、93.5%（1,870人）にのぼり、幅広く周知されていることが確認された（図5）。

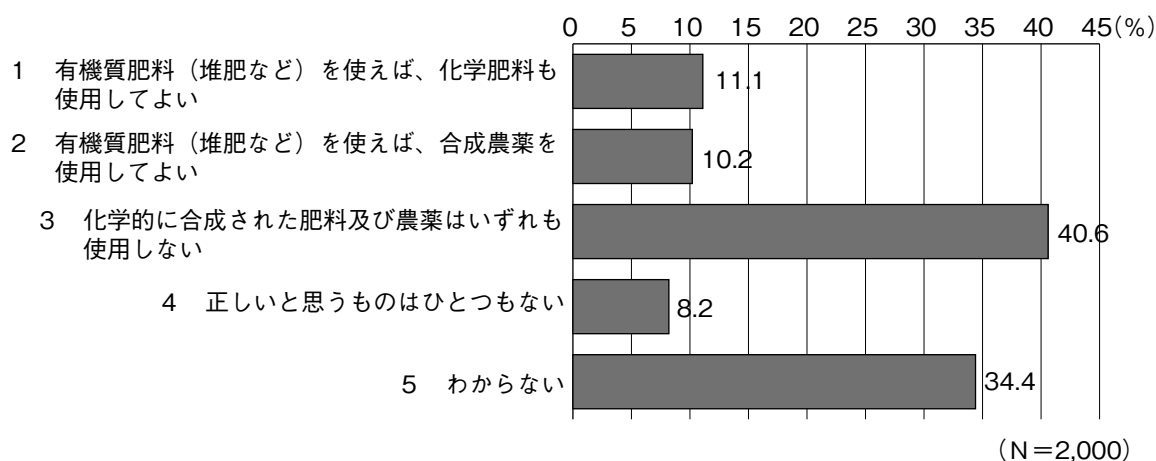
図5 有機農業（オーガニック）という語を聞いたことがあるか？



ウ 有機農業についての知識

有機農業において化学的に合成された肥料（化学肥料）や化学合成農薬の使用が原則としてどのように決められているかについては、40.6%の回答者が、化学肥料も合成農薬も原則として使用しないことを理解していたが、その他の回答者は、「わからない」（34.4%）か、あるいは間違った回答を選択しており、知識の浸透が十分でないことが明らかになった（図6）。

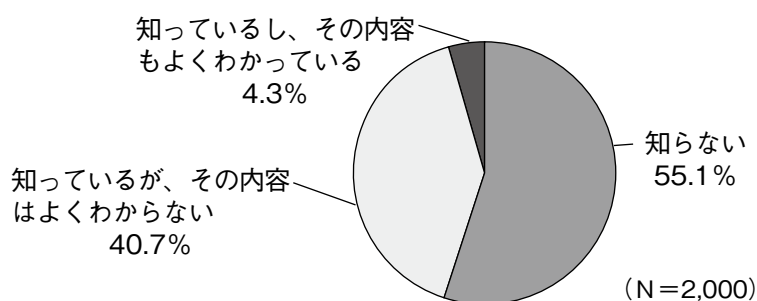
図6 有機農業の化学肥料や合成農薬の使用の原則（図中の数値は%）



エ 有機 JAS マークの認知度

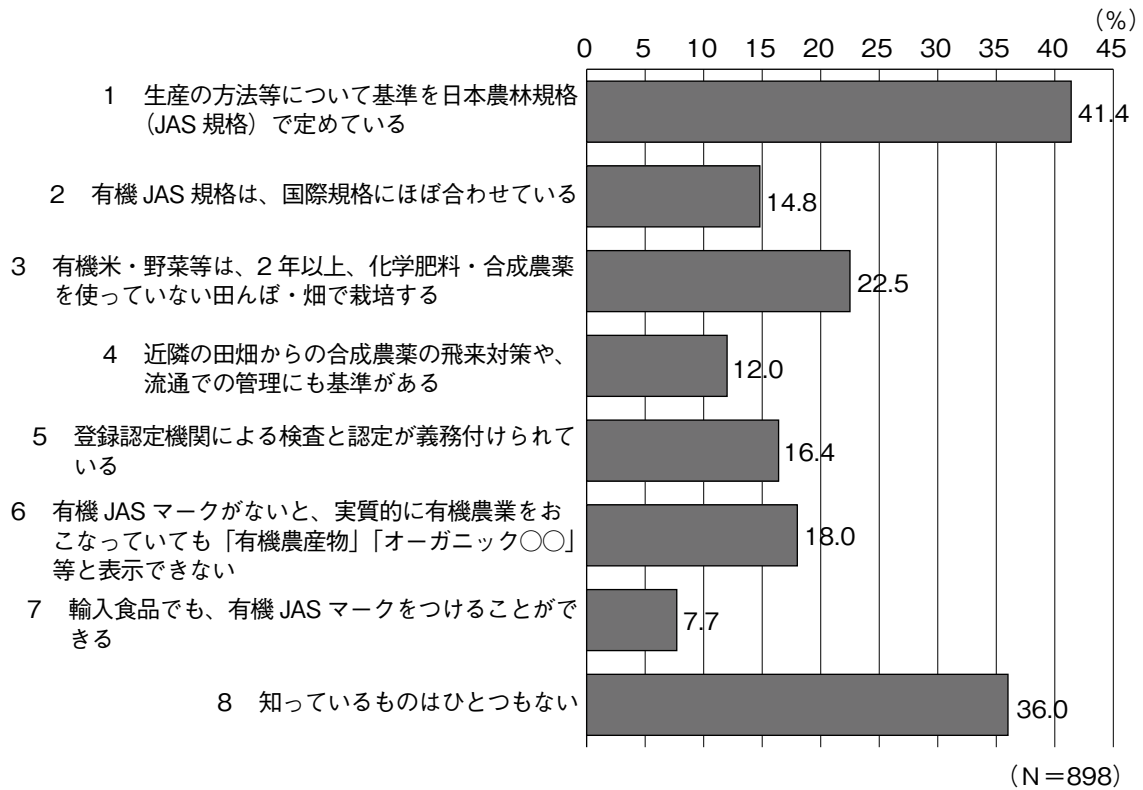
次に、有機農産物であることを認証する有機 JAS 検査認証制度についての認識と理解をみると、有機 JAS マークを知らない人が、55.1%と半数を超えている一方、その内容まで理解している人は、4.3%に過ぎなかった（図7）。

図7 有機 JAS マークを知っているか？



有機 JAS マークに関して知っていることについては、「生産の方法等についての基準を日本農林規格（JAS 規格）で定めている」ことを知っている回答者数が一番多く 41.4%であり、「輸入品にも有機 JAS マーク」が付けられることを知っている人は 7.7%、近隣の田畑からの合成農薬の飛来に対する対策や流通過程での管理にも基準があることを知っているのは 12.0%と、全体的に理解の度合いは低かった。有機農業も含め、一般消費者の理解は、まだまだ十分でないことが明らかとなった（図8）。

図8 有機 JAS マークに関して知っていること（図中の数値は％）

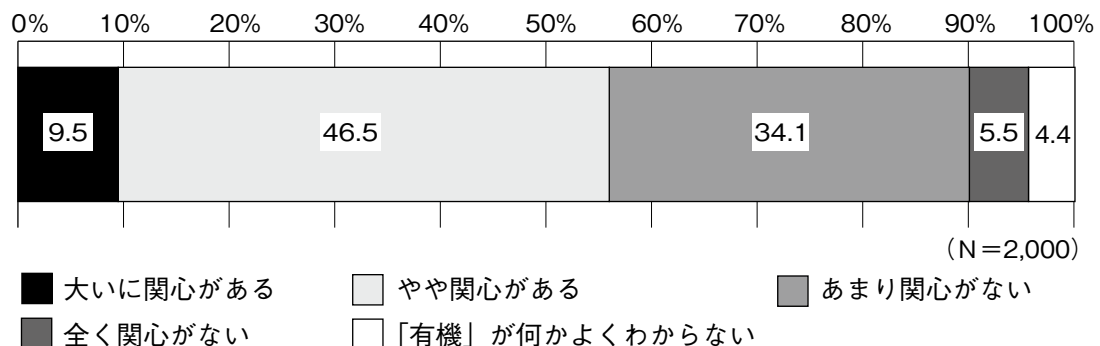


(3) 有機農産物や関連商品の利用の実態

ア 購入の実態

米・野菜・果物等（農産物）が有機であることに対する関心については、「やや関心がある」人が最も多く 46.5%と半数近くを占め、「あまり関心がない」人が 34.1%と次いでいた。「大いに関心がある」人は 9.5%であった（図9）。

図9 米・野菜・果物等（農産物）が有機であることに関心があるか？

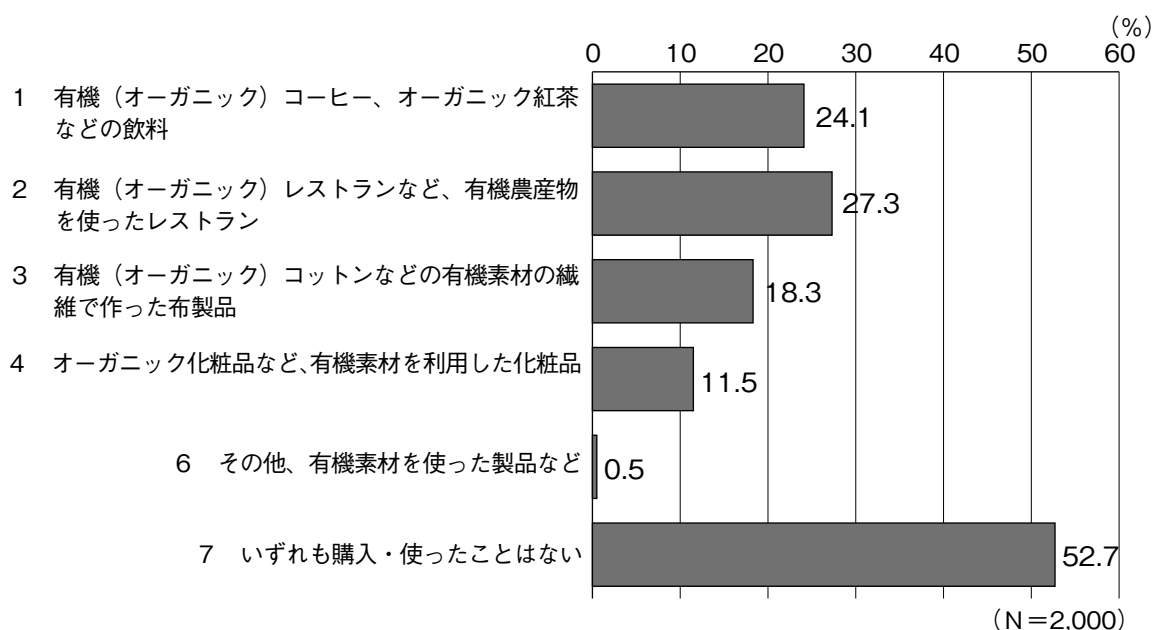


イ 有機素材を用いた商品の利用経験

現在、有機素材を用いたさまざまな商品が流通するようになっており、47.3%の回答者は、何らかの利用の経験があり、有機農産物を用いたレストランは27.3%、オーガニック飲料は24.1%であった。一方、「いずれも購入・使ったことがない」と答えたのは、52.7%であった（図10）。

ただ、2010年度の調査では、いずれも購入・使用したことのない人は3分の1ほどであり、今回の回答者は、前回回答者群と比較して、利用の経験が低い傾向にあるといえよう。

図10 有機素材を用いた商品の利用の経験（図中の数値は%）



ウ 購入している有機農産物

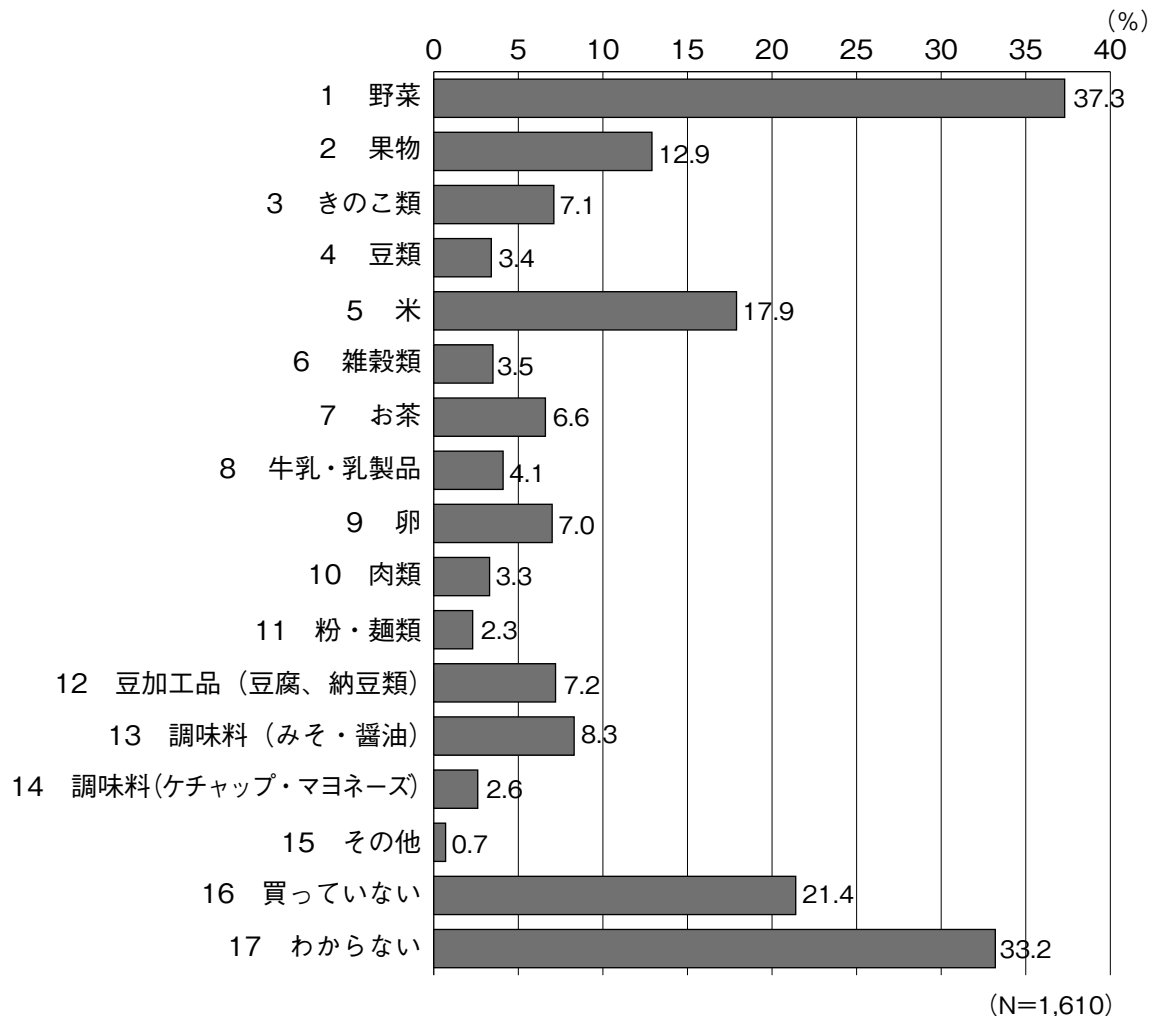
次に、有機農産物及びその加工品の利用の実態についてみてみよう。なお、利用実態については、日常的に買い物をしない回答者には、わからないことが多いと考え、「Q8 あなたは、日常の食事の材料を自分で買いますか」で「買う（日常的に買う）」と答えた1,059人（53.0%）及び、「買う（ときどき買う）」と答えた551人（27.6%）の計1,610人に限定して、質問を行っている。

回答者のうち、21.4%は有機農産物を買っていないかった。また、33.2%はどんな食材を買っているか「わからない」と答えている。これは、「お宅」について聞いているため、「食材をたまに買う」だけの回答者は、全体像がわからないためか、と思われたため、食材を買う頻度とクロス分析してみると、「たまに買う」人の39%が「わからない」と回答していたが、「日常的に買う」人でも30%が有機農産物及びその加工品を購入しているかどうか「わからない」と回答していた。日頃、意識せずに食材を購入している人が少なくないということであろう。

多くの回答者が購入している有機農産物としては、野菜が群を抜いて高く（37.3%）、米（17.9%）、果物（12.9%）が次いでいた。加工品では、豆加工品（豆腐、納豆等）、調味料

(味噌、醤油)といった、大豆を原料とする加工品を1割弱が利用していた(図11)。

図11 購入している有機農産物(図中の数値は%)



エ 有機米、有機野菜の購入

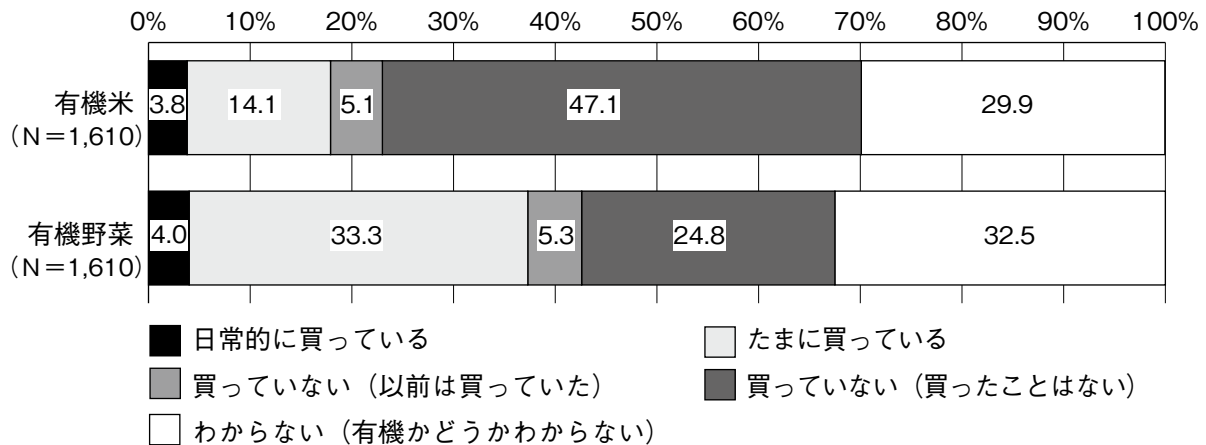
次に、多くの回答者によって購入されている「野菜」と「米」について、より詳しくみてみよう。

「日常的に買っている」のは、有機米 3.8%、有機野菜 4.0%、「たまに買っている」のは、有機米 14.1%、有機野菜 33.3%、「以前は買っていた」のは、有機米 5.1%、有機野菜 5.3%であった。

一方、「買ったことはない」のは、有機米 47.1%、有機野菜 24.8%と多かった。購入しているものが「有機かどうかわからない」のが、有機米 29.9%、有機野菜 32.5%と約3割もあった(図12)。

有機野菜の方が、購入者の割合は有機米よりも多いが、有機かどうかわからない、という回答も、有機米より若干多かった。米の方が、日常的に購入するものの産地や銘柄を決めておくことなどによって、野菜よりもその生産方法が把握しやすい、という傾向があると思われる。

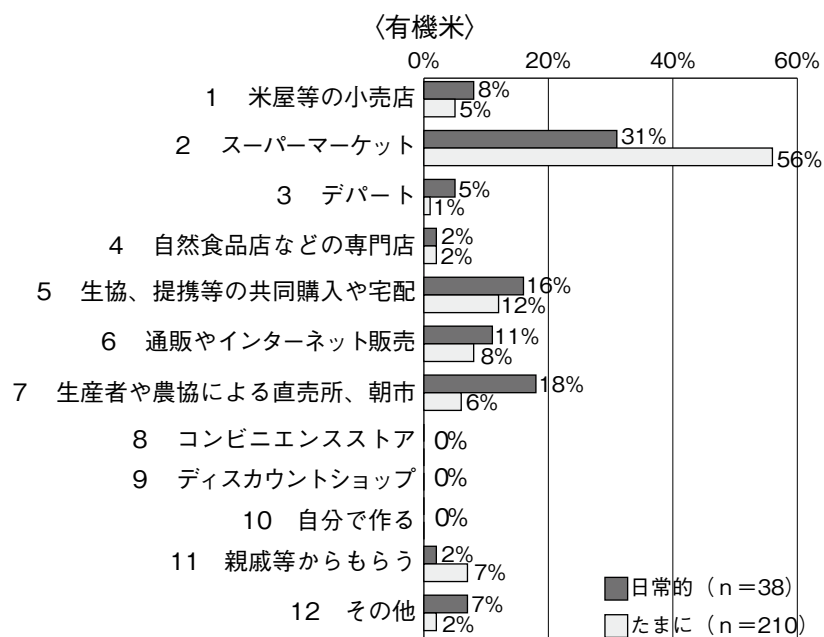
図 12 有機米、有機野菜を買っているか？

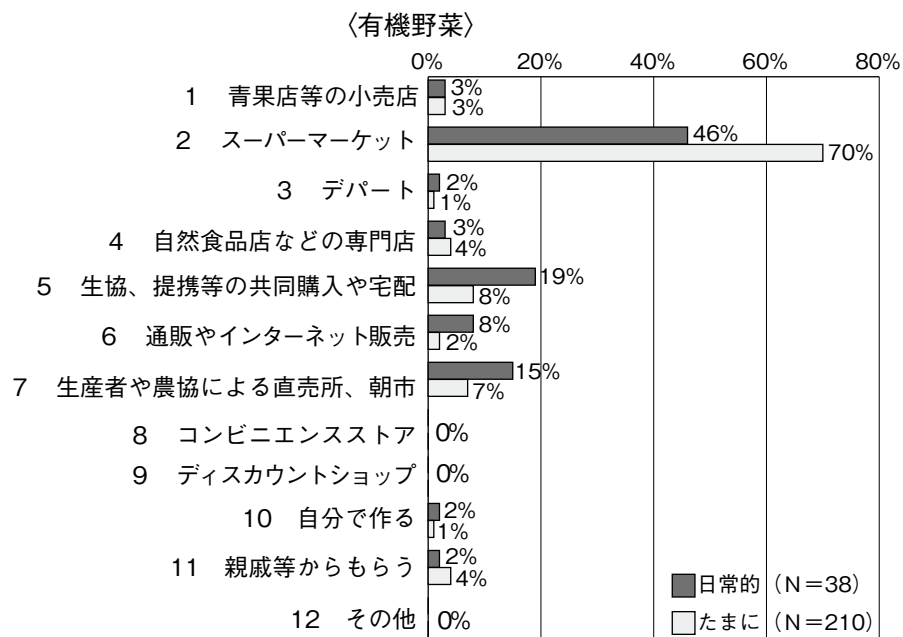


オ 有機米、有機野菜の主な購入先

有機米、有機野菜ともに、スーパーマーケットは重要な入手先となっている。とくに、「たまに買う」回答者のうち、有機米では56%、有機野菜では70%はスーパーマーケットを主要な購入先としている。一方、「日常的に買っている」回答者にとっては、とくに有機米を主にスーパーマーケットで買っているのは31%に過ぎず、スーパーマーケット以外にも、「生協、提携等の協同購入や宅配」（有機米で16%、有機野菜で19%）、「生産者や農協による直売所、朝市」（有機米で18%、有機野菜で15%）など、他の購入チャネルも、重要な役割を果たしていた（図 13）。

図 13 有機米、有機野菜の購入頻度別に見た主な購入先（S.A）





カ 有機米・有機野菜を“その店”で買う理由

前項では、有機米を「日常的に買う」回答者と「たまに買う」回答者の購入先に違いがみられた。

それでは、「日常的に買う」回答者と「たまに買う」回答者で、販売店に求めるものに違いがあるのだろうか。図14（有機米）と図15（有機野菜）は、それぞれの回答者が、主に買う先を選んでいる理由を示している。

有機米については、「日常的に買う」回答者は、「生産者の情報がわかるから」（43%）、「地元の有機農家のものが手に入るから」（31%）の方が、「値段が有機米を取り扱う他の店より安いから」（30%）よりも選んでいる回答者が多い。一方、「たまに買う」回答者は、

図14 有機米を“その店”（主に買うとして選んだ店）で買う理由

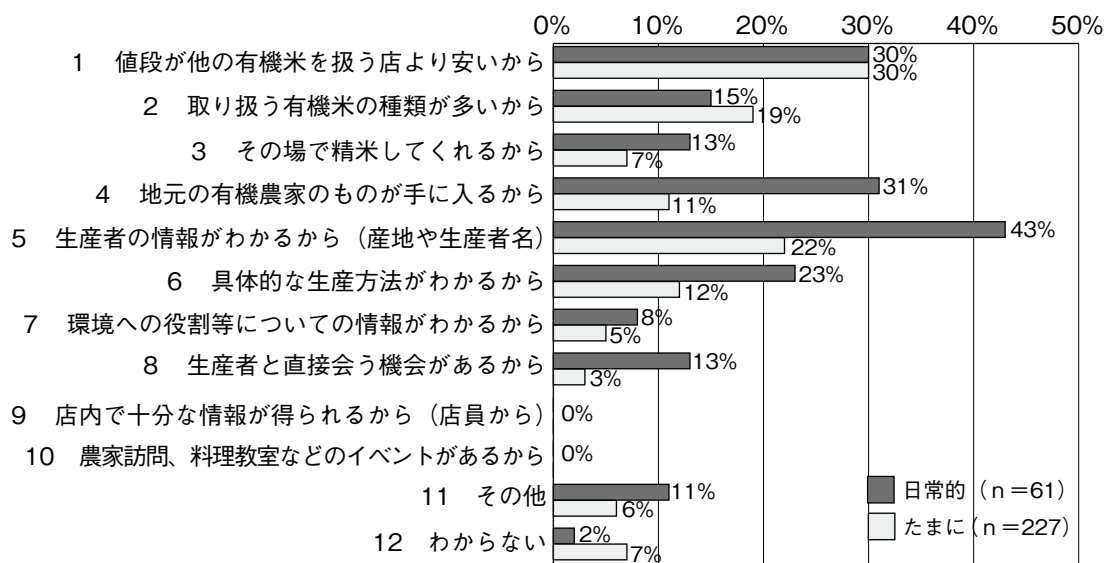
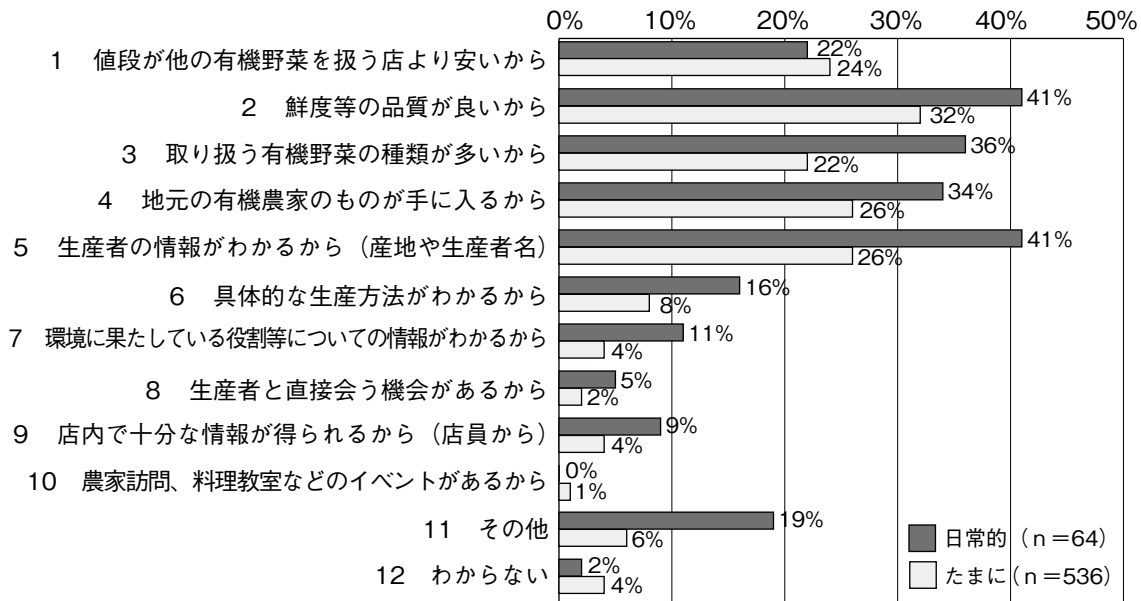


図 15 有機野菜を“その店”（主に買うとして選んだ店）で買う理由



「値段が有機米を取り扱う他の店より安いから」（30％）が最も多く、「生産者の情報がわかるから」（22％）が次いでいる。「日常的に買う」回答者の、生産者についての情報へのニーズは高く、「具体的な生産方法がわかるから」（23％）、「生産者と直接会う機会があるから」（13％）を選んでいる回答者も、「たまに買う」回答者よりも有意に高かった。

有機野菜については、有機米とやや異なり、「日常的に買う」回答者、「たまに買う」回答者ともに、鮮度が重要な要素となっている（「日常的に買う」回答者では41％、「たまに買う」回答者では32％）。そのほか、「日常的に買う」回答者では、やはり生産者の情報がわかること（41％）も重要な要素となっており、そのほか、取り扱う種類が多いこと（36％）、地元の有機農家のものが手に入ること（34％）など、多様な理由が選ばれている。

「たまに買う」回答者も同様な傾向があり、「値段が他の有機野菜を取り扱う店より安いこと」は、有機米ほど、多くの回答者に選択されていなかった。ただ、品質、生産者情報を重視する姿勢は、3.12の原発事故以降の、放射性物質による野菜の汚染等への不安などから、生産履歴をはっきりさせたいという意識とも連動していることが推察され、特別な状況にあることが要因となっている可能性は否めない。

（4）有機農産物の購入への意向

ア 有機農産物の取扱いについて、スーパーに求めること

有機米については、「日常的に買う」回答者は、「値段が他の有機米を扱っている店と同等か安ければ」（31％）が最も多く、「生産者の情報がわかれば」（26％）が次いでいたが、いずれにしろ「買わない」という回答者も23％あった（図16）。先に述べたような、現在買っているお店で得られるようなサービスがスーパーマーケットでは得られない、と思っているからであろうか。たまの購入者は、値段が第一であり、（41％）、先に述べたように、スー

パーマーケットが優占的な購入先であるため、「とくに条件は必要ない」、という回答者も26%と高かった。有機野菜についても、同様な傾向であった（図17）。

図16 どのような条件が揃えばスーパーで（もっと）有機米を買うか

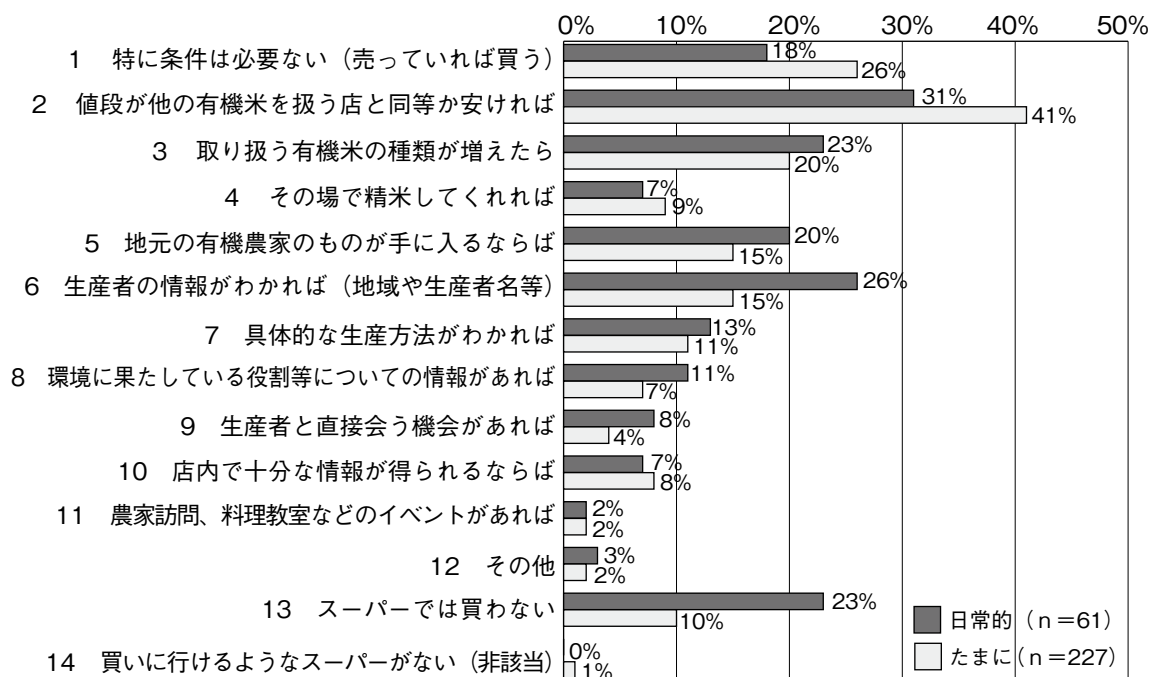
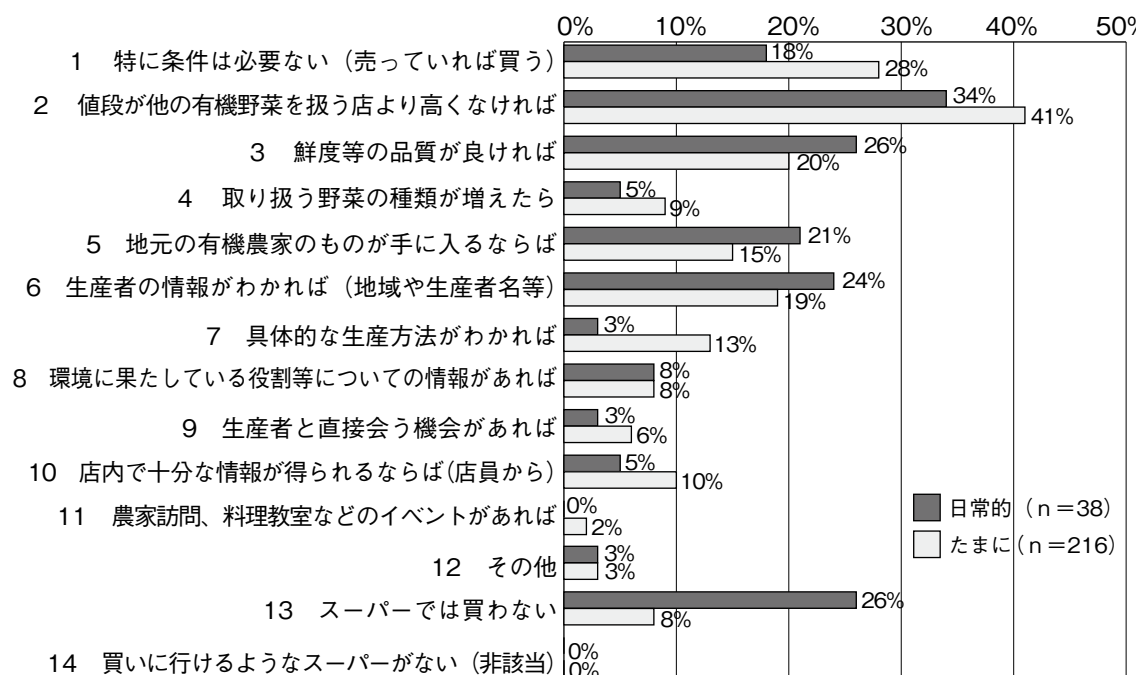


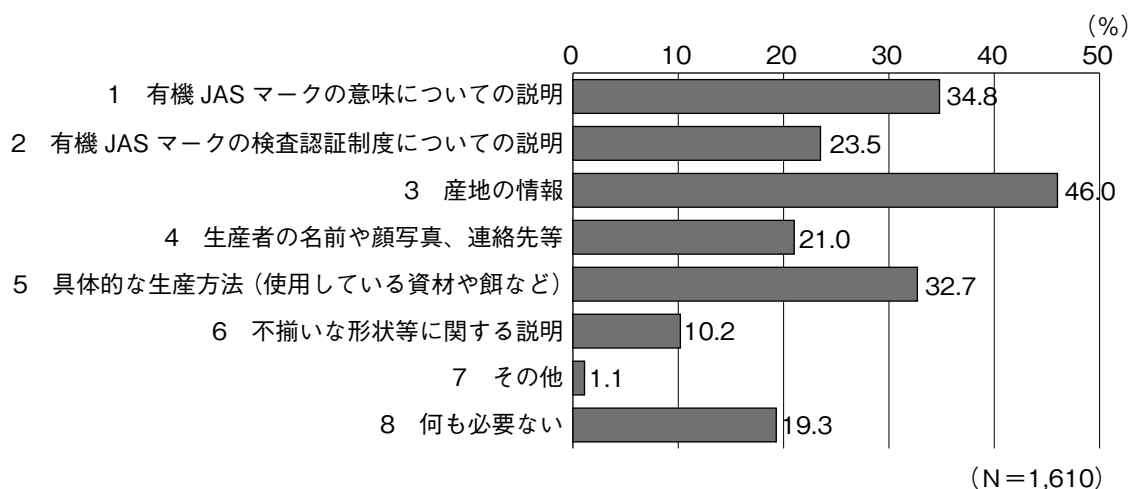
図17 どのような条件が揃えば、スーパーで（もっと）有機野菜を買うか



イ 有機 JAS マークの他にあと良い情報

スーパーでは、主に有機 JAS 認証を受けた有機農産物が販売されているが、マークの提示以外に、どのような情報が必要であるかを回答者に聞いたところ、「産地の情報」(46.0%)、「有機 JAS マークの意味についての説明」(34.8%)、「具体的な生産方法」(32.7%)の順となっていた(図 18)。先に述べたように、有機農業、有機 JAS マークへの、一般消費者の理解はあいまいであり、消費者の目につきやすい形で、理解を促す情報を提供することが重要である。

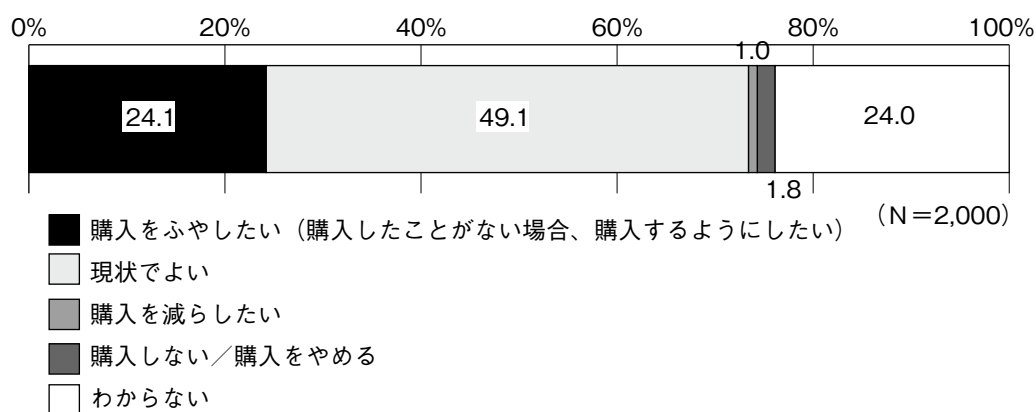
図 18 スーパーで有機農産物(米・野菜・果物等)を買うときに、有機 JAS マークの他にあと良い情報(図中の数値は、回答者%)



ウ 今後買いたい有機農産物

今後の意向としては、「現状で良い」(49.2%)と答えた回答者が最も多いが、「増やしたい(購入したことがない場合、購入するようにしたい)」という回答も 24.2%あった。「購入を減らしたい」、あるいは「購入しない／購入をやめる」という回答は、合わせても 45 人(2.3%)であった(図 19)。

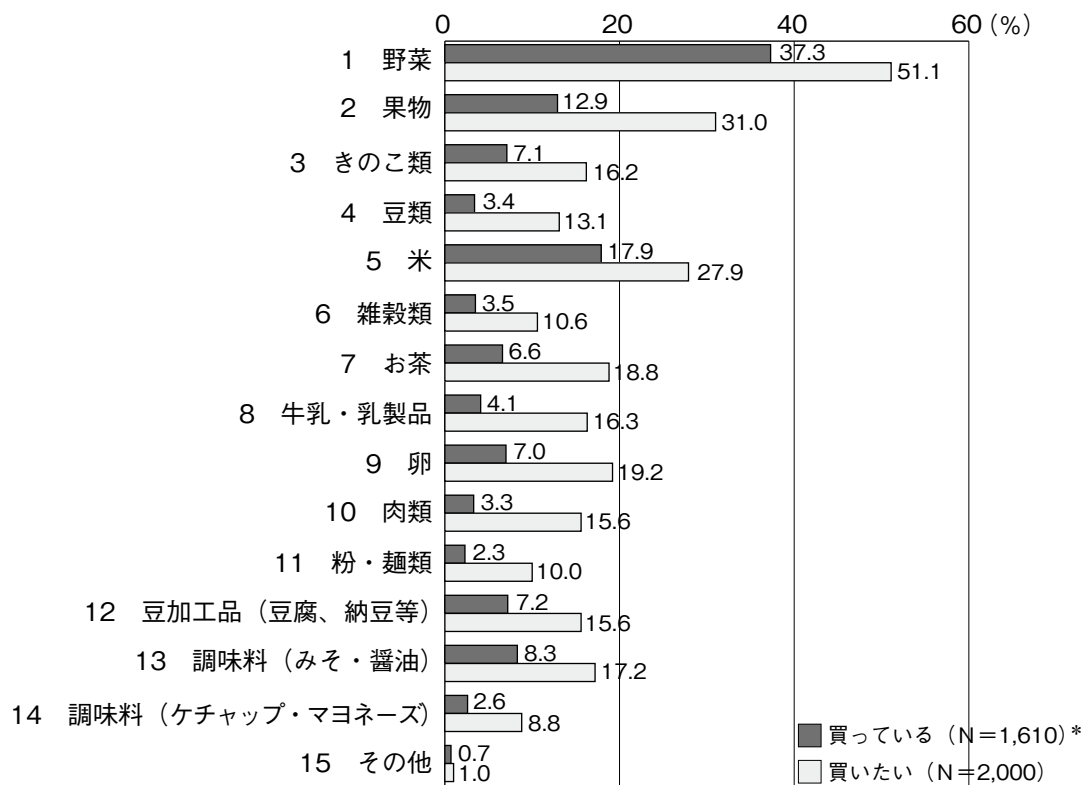
図 19 有機農産物購入の今後の意向



エ 現在の購入品目と今後買いたいもの

今後買いたい有機農産物及びその加工品としては、多様な品目が上がっており、野菜(51.1%)、果物(31.0%)、米(27.9%)の順であった。お茶、牛乳・乳製品、卵、肉類などは、現在利用が少ないが、今後増やしたい、という意向が多かった(図20)。

図20 現在購入している有機農産物(及び加工品)と今後買いたいもの



*「現在購入している」回答者は、Q8の食材を「日常的」「たまに」購入している人である。

オ 提携・産直の知識と関心

次に、有機農産物の入手方法として、生産者と消費者が協力して有機農業を進める活動である「提携」及び、生産者から消費者に直接生産物を販売する「産直」による有機農産物の購入について聞いた。「提携」・「産直」については、5.7%の回答者は提携・産直をよく知っており、40.8%は、少しは知っていた(図21)。半数弱は、提携・産直という語を耳にしたことがあった。「現在利用している」のは、3.0%のみであったが、35.1%の回答者は、「関心がある(利用してみたい)」と回答している(図22)。今後、そのような関心をもつ人たちと提携や産直に関わっている有機生産者が知り合える機会が有効に提供できると、より広がっていく可能性があるのではないだろうか。

図21 提携・産直について知っているか

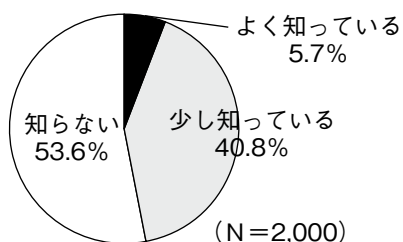
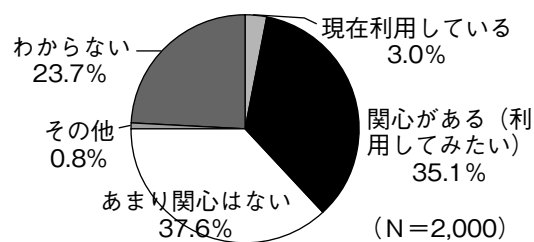


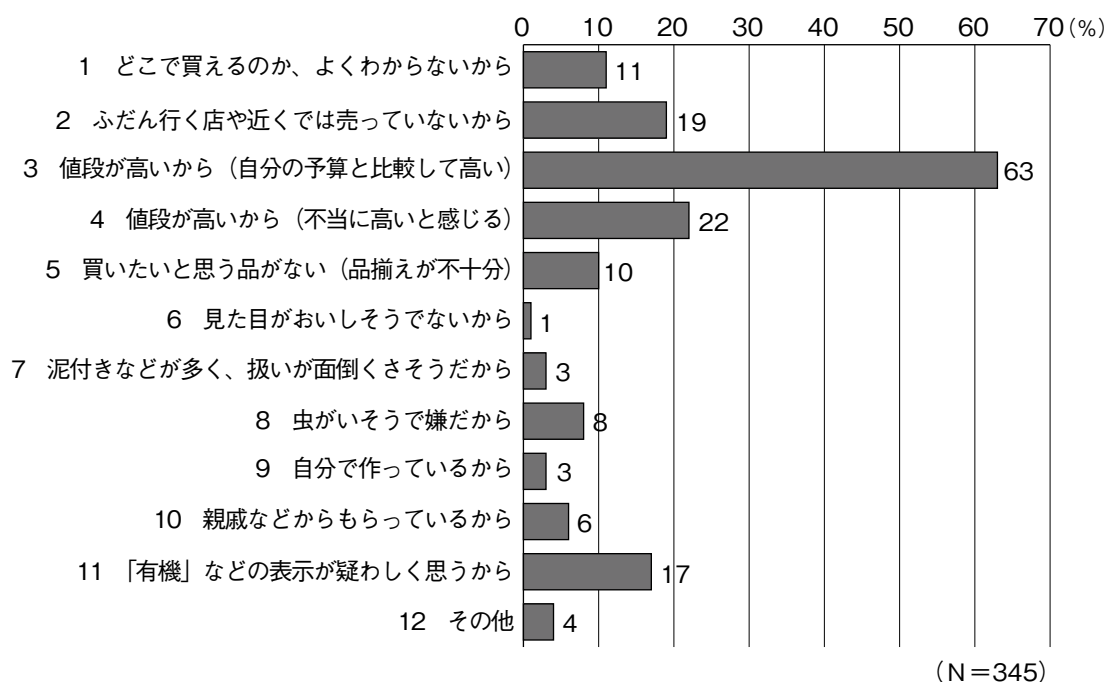
図22 産直・提携を利用してみたいか



カ 有機米、有機野菜を買わない理由

図 23 は、「有機農産物を買わない」と答えた 345 人に対し、その理由を問うたものである。「値段が自分の予算と比較して高い」からという回答（63%）が群を抜いて多く選ばれている。そのほか、値段が「不当に高いと感じる」から（22%）、「ふだん行く店や近くでは売っていないから」（19%）、「『有機』などの表示が疑わしいから」（17%）などが選ばれている。

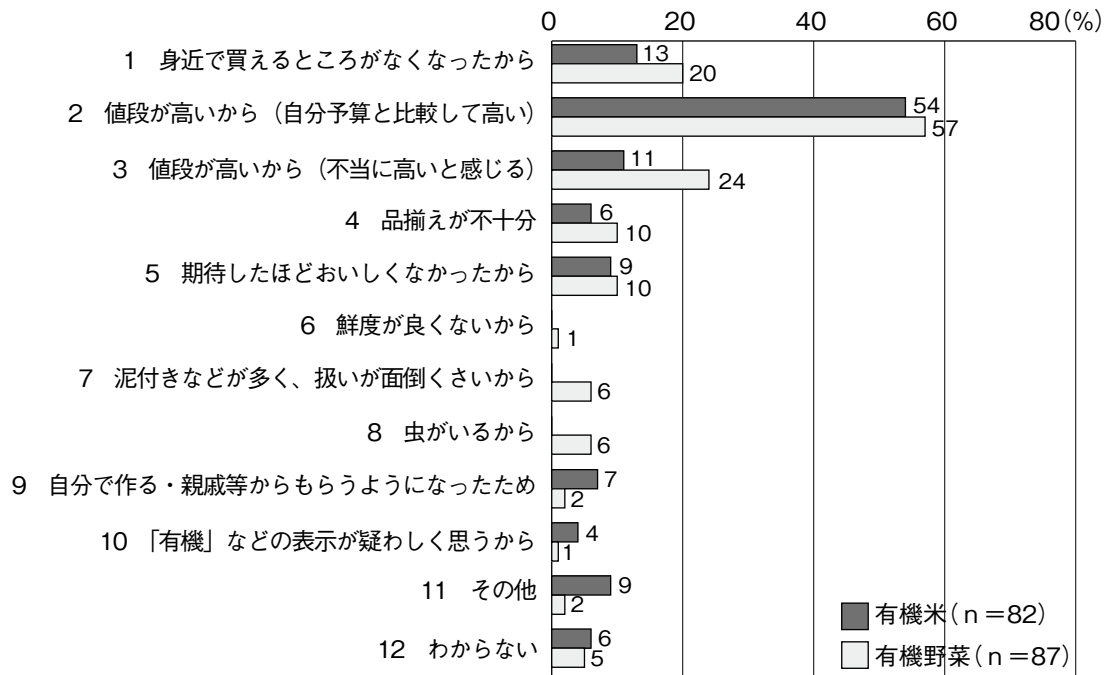
図 23 有機農産物を購入しない理由（図中の数字は回答者%）



キ 有機米、有機野菜を買わなくなった理由

次に、「以前買っていたのに買うことをやめた」人の理由をみてみよう（図 24）。ここでも、有機米（54%）、有機野菜（57%）ともに、有機農産物の値段が「自分の予算と比較して高い」ことが主要な理由として挙げられていた。有機野菜については、値段が「不当に高いと感じ」ている（24%）回答者も、少なくなかった。

図 24 有機米、有機野菜を買わなくなった理由（図中の数字は％）



ク 有機農産物を購入する理由

それでは、有機農産物を購入する回答者は、購入に当たって、どのような問題を感じているだろうか（図 25）。730 人の回答をみると、ここでも、やはり、値段の高さが群を抜いて、多く挙げられていた。それでも、次頁図 26 にみるような、多様な価値を見い出し、購入を続けている状況がうかがわれる。

図 25 有機農産物を購入するに当たっての不満（図中の数値は％）

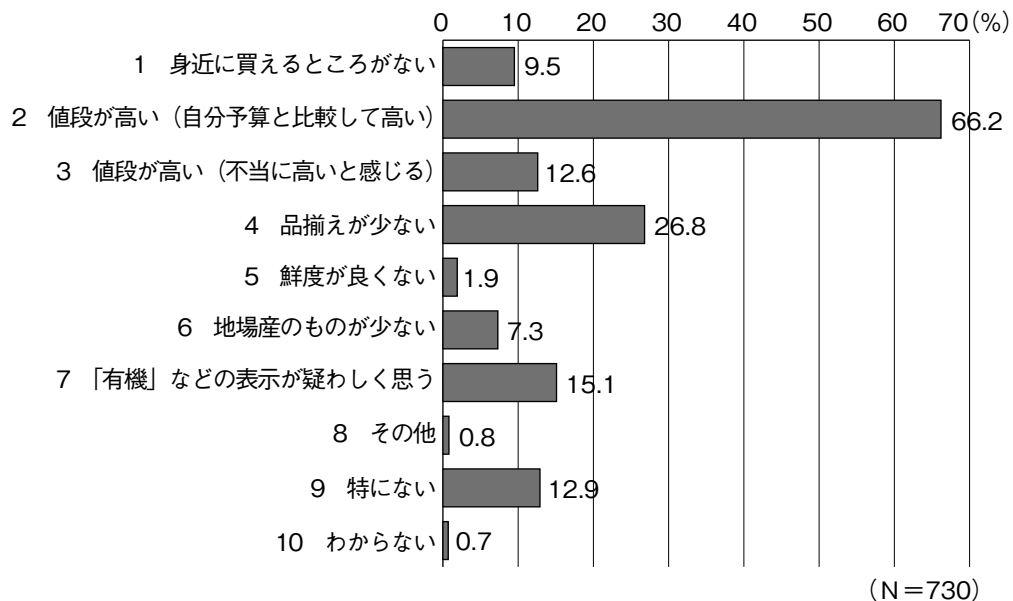
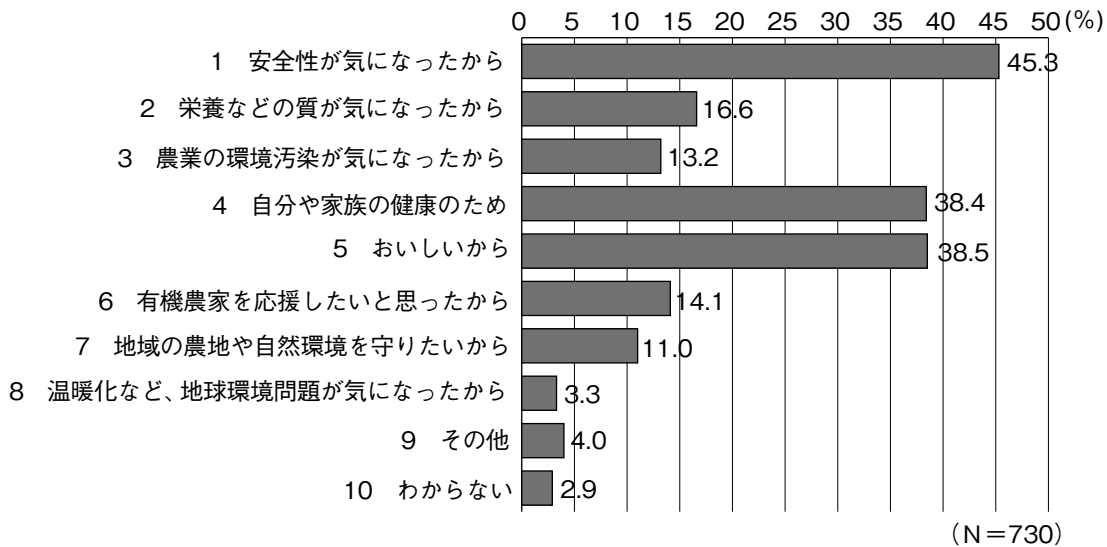


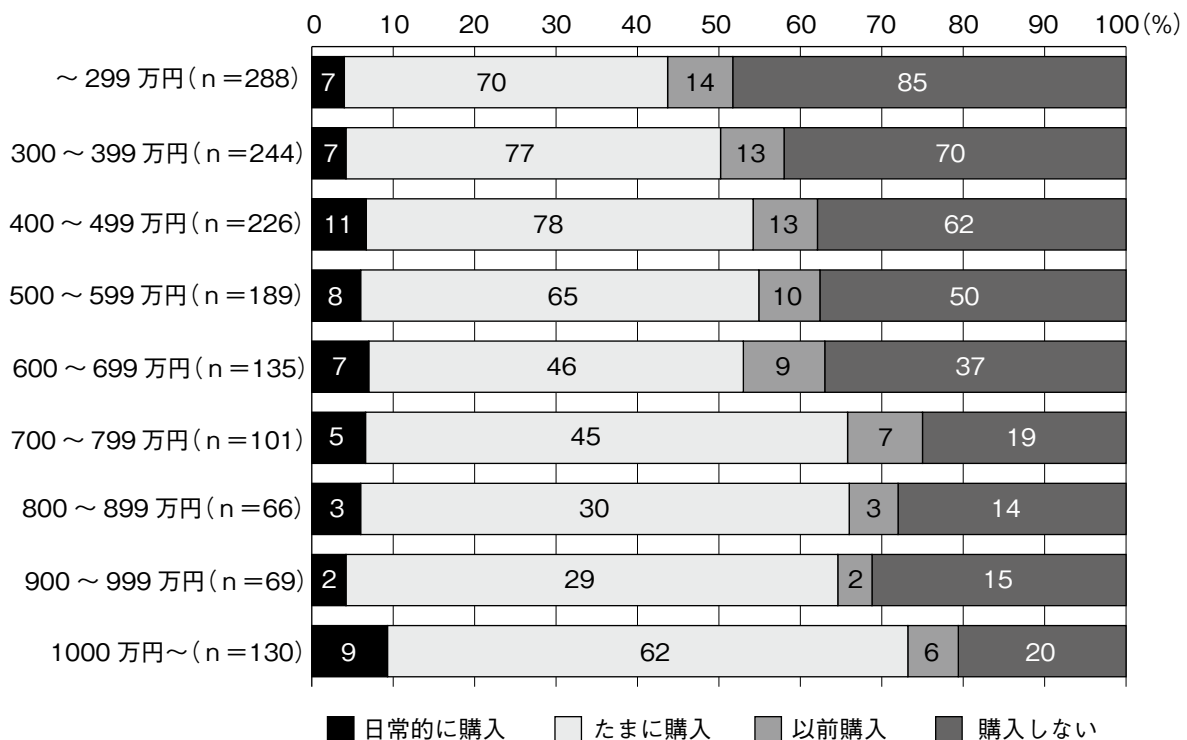
図 26 有機農産物を購入している理由（図中の数値は％）



ケ 年収階層別に見た有機野菜購入の状況

有機農産物については、その値段が高いという固定的なイメージから、高所得者層が購入しているのでは、という疑問がいつもまといつく。確かに、今回の調査でも、年収の増加と有機野菜の購入頻度は、有意な関係性が見られている（図 27）。これは有機米でも同様であった。

図 27 年収階層別に見た有機野菜購入の状況（図中の数値は回答者数）

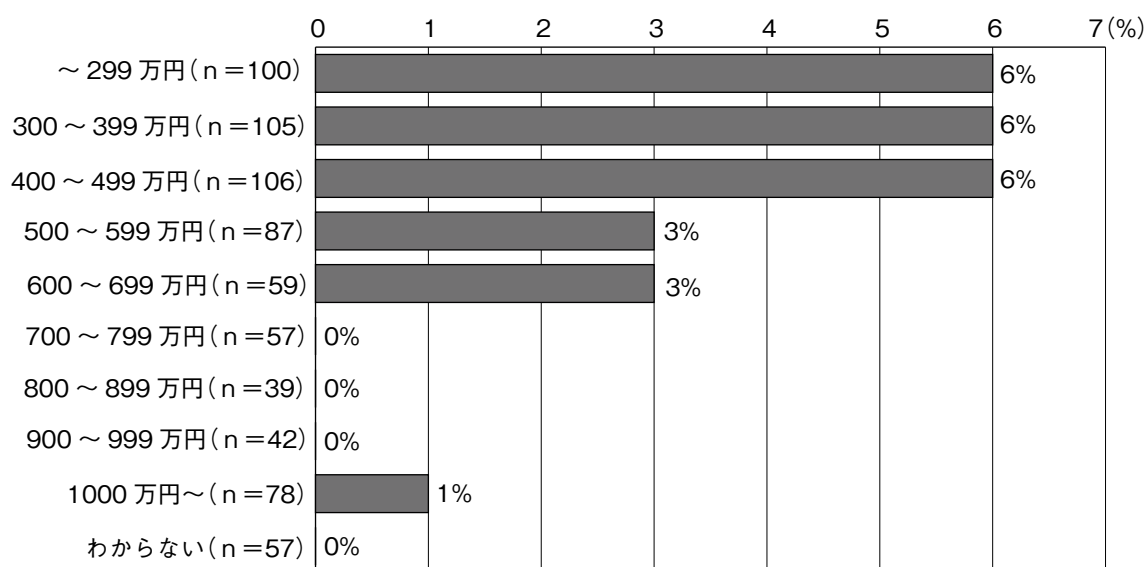


コ 有機農産物を購入する理由と収入階層

それでは、年収が低いながらも、有機農産物を購入している人たちが見出す価値、そして直面している課題は何であろうか。

有機農産物を購入する理由として図 26 で示した各選択肢と、年収階層をノンパラメトリック分析したところ、唯一有意差がみられたのは、「温暖化など、地球環境問題が気になったから」であった。図 28 にみられるように、年収の低いグループで、このような、地球全体の環境への配慮の意識が高かった。

図 28 有機農産物の購入理由として「温暖化など、地球環境問題が気になったから」を選んだ回答者の割合



一方、有機農産物を購入するに当たって困ることについては、図 25 で示した選択肢のうち、二つの選択肢で、年収による有意な違いがみられた。それは、「価格が高い」ことではなく、「身近に買えるところがない」ことと、「『有機』などの表示が疑わしく思う」ことであり、いずれも年収が低いほど、選択する回答者の割合が高かった。現金収入が限られる中、確かなものを購入したい、という意思の表れといえようか。「有機農産物は高い」という評価がある中で、この結果は示唆的である。本分析は、世帯収入との関係のみをみており、世帯員数を勘案しておらず、さらに検証が必要である。有機農業のもつ多面的な価値、とくに、農産物が消費者にもたらす個人的な効用（おいしい、安全、健康に良いなど）だけではなく、もっと広い視野からの役割が理解されれば、必ずしも価格は大きな問題とはならず、受け入れられていく可能性を示しているといえよう。

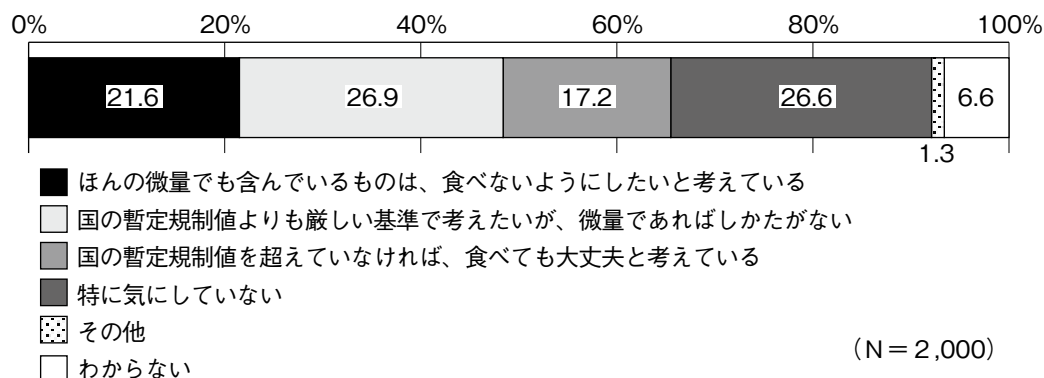
(5) 原発事故で購買行動は変わったか

ア 放射能汚染と農産物の摂取についての意見

3.11の震災による福島第一原子力発電所の事故は、広く東日本の大地や農産物に放射能を降り注ぎ、農産物の放射能汚染が次々に報告された。この時期に農産物へのアンケートを行うには、この事故の影響を考慮しないわけにはいかないだろう。

図29は、放射能の摂取についての、回答者の考えで最も近い選択肢を選んでもらったものである。「ほんの微量でも含んでいるものは、食べないようにしたいと考えている」と答えた回答者（21.6%）と「国の暫定規制値よりも厳しい基準で考えたいが、微量であればしかたがない」と答えた回答者（26.9%）を合わせると、半数近くが、国の暫定規制値よりも厳しい基準での対応を考えていることがわかる。その一方で、26.6%は、「特に気にしていない」と回答している。

図29 放射能汚染と、回答者及び家族の農産物摂取について、最も近い意見
(図中の数値は%)



イ 原発事故後の購入産地の変化

今回の原発事故で、「購入する農産物（米・野菜・果物等）の産地を変えたか」という問に対しては、61.3%が「変わっていない」と回答している（図30）。ただ、これは当然ながら、地域差があり、グラフでは示していないが、東北地方、関東地方では、その割合が低かった。しかし、それでも東北地方では52.0%、関東地方では53.1%が「変わっていない」と回答している。

図30 原発事故後の購入産地の変化の状況（図中の数値は%）

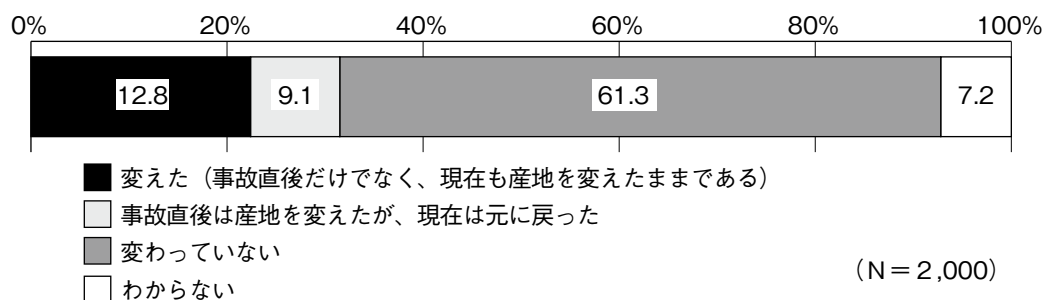


図 31 ～図 33 は、有機野菜の購入頻度別にみた、農産物購入の変化をみている。グループにより人数の多寡の差が大きいので、単純に割合だけでは比較できないが、以前購入していた回答者も含め、有機農産物を購入したことのある回答者たちは、「購入しない」、あるいは「わからない」と答えた回答者と比較し、放射能汚染に対し、敏感に反応しているようである。また、図 33 をみると、購入頻度が高いほど、敏感に反応し、産地を変えていることがうかがわれる。

図 31 有機野菜の購入頻度別に見た、放射能汚染と、回答者及び家族の農産物摂取について、最も近い意見（図中の数値は回答者数）

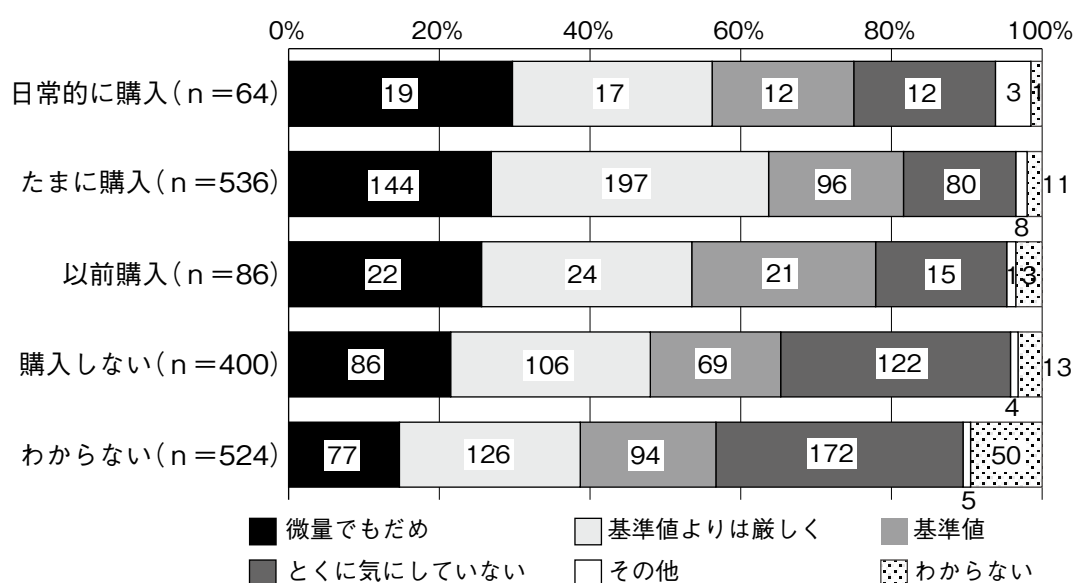


図 32 有機野菜の購入頻度別に見た、原発事故後の購入産地の変化の状況（図中の数値は回答者数）

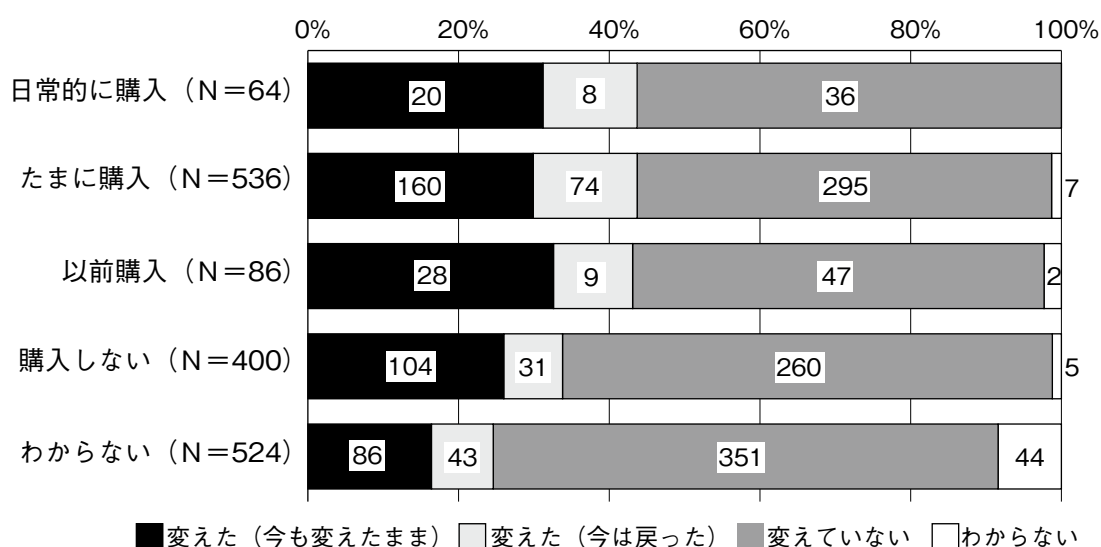
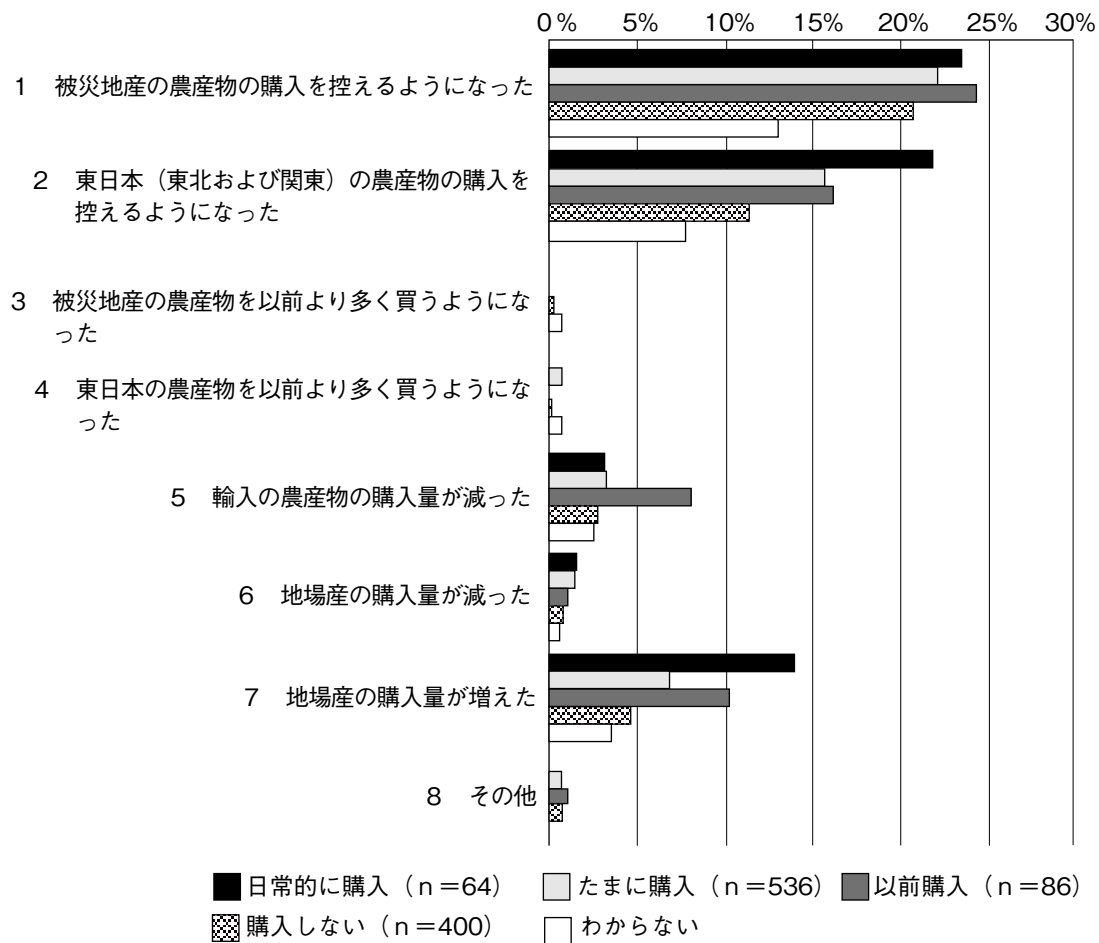


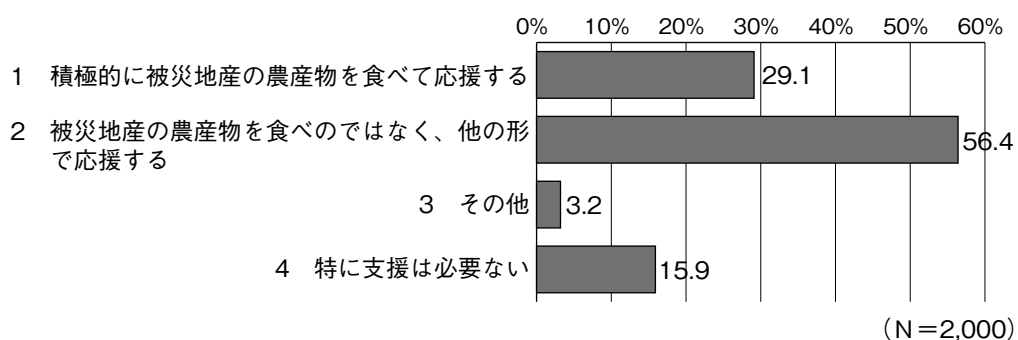
図 33 有機野菜の購入頻度別に見た、原発事故後の農産物購入の変化



ウ 被災地の支援

被災地支援については、「食べて応援する」(29.1%)よりは、「他の形で応援する」(56.4%)という回答の方が倍近く多い(図 34)。

図 34 原発事故の被害に苦しむ被災地の農業・農家への支援として賛同するもの
(図中の数値は%)

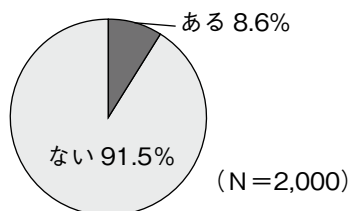


(6) 有機農業の推進のために必要なこと

ア 有機農業との関わり

まずは、有機農業理解のきっかけとして、有機農業に関わるどのような活動の経験があり、どのような活動に関心をもっているかをみてみよう。全回答者のうち、実際に有機農業の畑を見たり、有機生産者と話をしたりしたことがある人は、8.6%だけであった(図 35)。

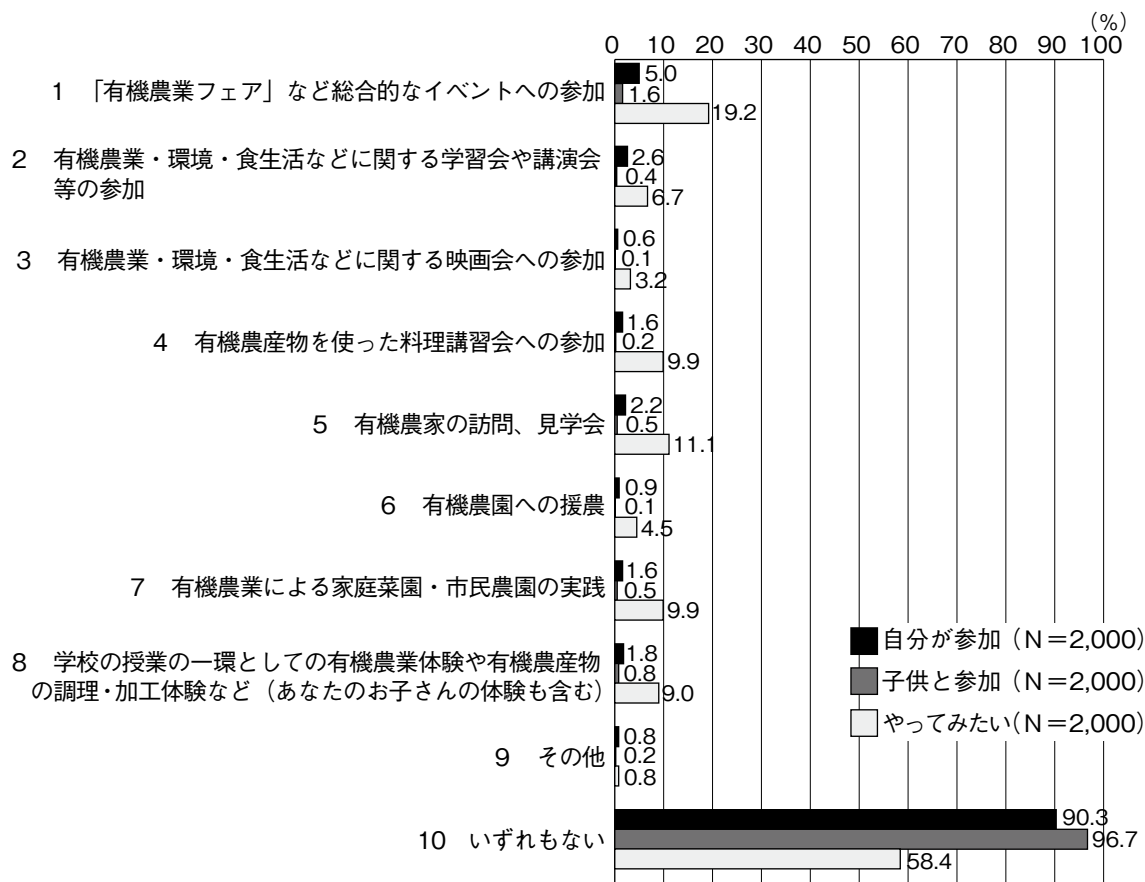
図 35 有機農業の畑を見たり、有機生産者と話をしたりしたことがあるか



イ 有機農業に関する活動への参加経験

有機農業に関する活動への参加の経験も、全体的に低く、90.3%の回答者はいずれも経験がなかった(図 36)。次世代につなげていく、「子供との参加」は、さらに割合が低く、96.7%の回答者に経験がなかった。一方、これからやってみたい活動については、58.4%の

図 36 有機農業に関する活動への参加経験と、今後やってみたいもの(図中の数値は%)



回答者は、「いずれもない」との回答であったが、それでも、4割を超える人たちが何らかの活動に関わってみたいと考えており、まずはそのような人たちが、参加できるような場、情報を積極的に提供していくことが重要であろう。

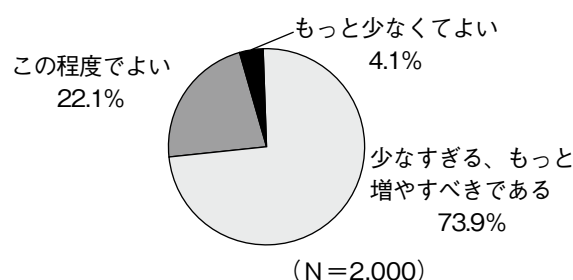
(7) 有機農業への理解促進のために必要なこと

最後に、有機農産物等の入手や消費者の有機農業への理解の促進について行政や民間などによって推進してほしいこと、また自分ができると思うことについて、回答者の属性に注目しながら、回答をみてみよう。

ア 有機農業面積について

有機農業運動が始まって以来 40 年経った今も、日本では、有機農業で栽培される農地面積、有機農家数ともに、1%に達していないと推計されている（MOA 文化事業団、2011）。そのような状況に対しては、1,477 人、73.9%の回答者は、「少なすぎる、増やすべきである」と考えている（図 37）。

図 37 有機農業で栽培されている土地は日本の農地全体のわずか 0.2%ですが、あなたはそれについてどう思いますか



イ 有機農業の推進のために

それでは、具体的にどのような方策が有効と考えるか、選択肢より回答を選んでもらったところ、全回答者のうちで「有機農産物等が入手できる場所を増やす」（36.2%）、「有機農産物等が入手できる場所に関する情報の提供」（32.0%）といった、入手しやすさを向上させることとともに、「学校給食での有機農産物等の利用を促進する」（28.8%）、「地域ぐるみでの有機農業を推進・支援する取組み」（26.8%）といった、地産地消と結びつくような取組みを支持する回答が高かった（図 38）。

しかし、地域の環境や文化と結びついた有機農産物の利用について、具体的に地域の生物多様性を守りながら、あるいは地域の食文化を守るために生産される有機農産物を購入する意思について聞いてみると、「趣旨に賛同する（価格はある程度高くてもよい）」と答えた人は、前者は5.2%、後者は7.2%のみであり、価格や味等で納得するならば購入してもよい、という条件付きの回答が主であった（図 39）。具体的な行動に結びつけて考えていくところまでは至っていない状況がうかがわれた。

図 38 有機農業の推進のために必要と考える支援（図中の数値は％）

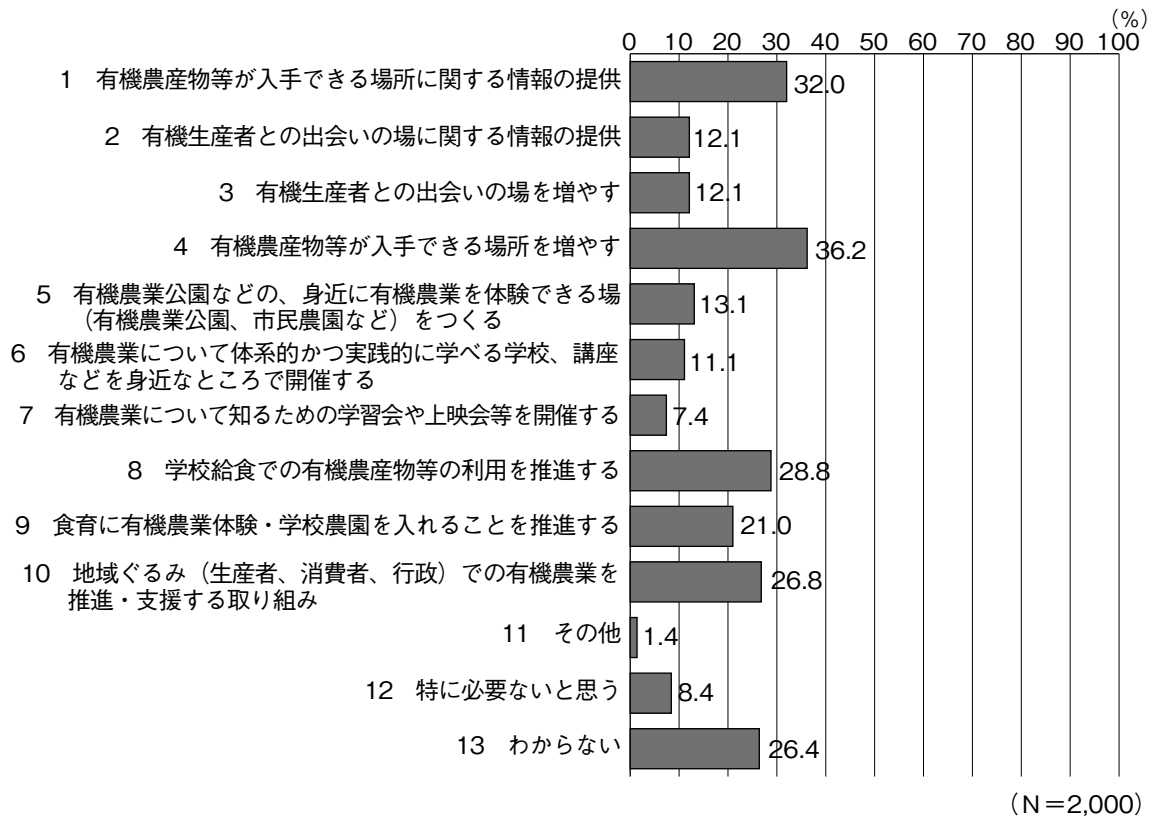
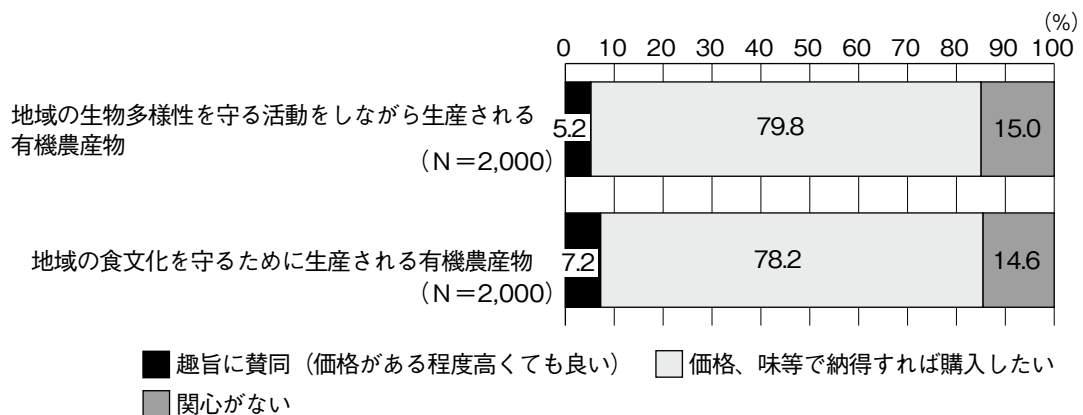


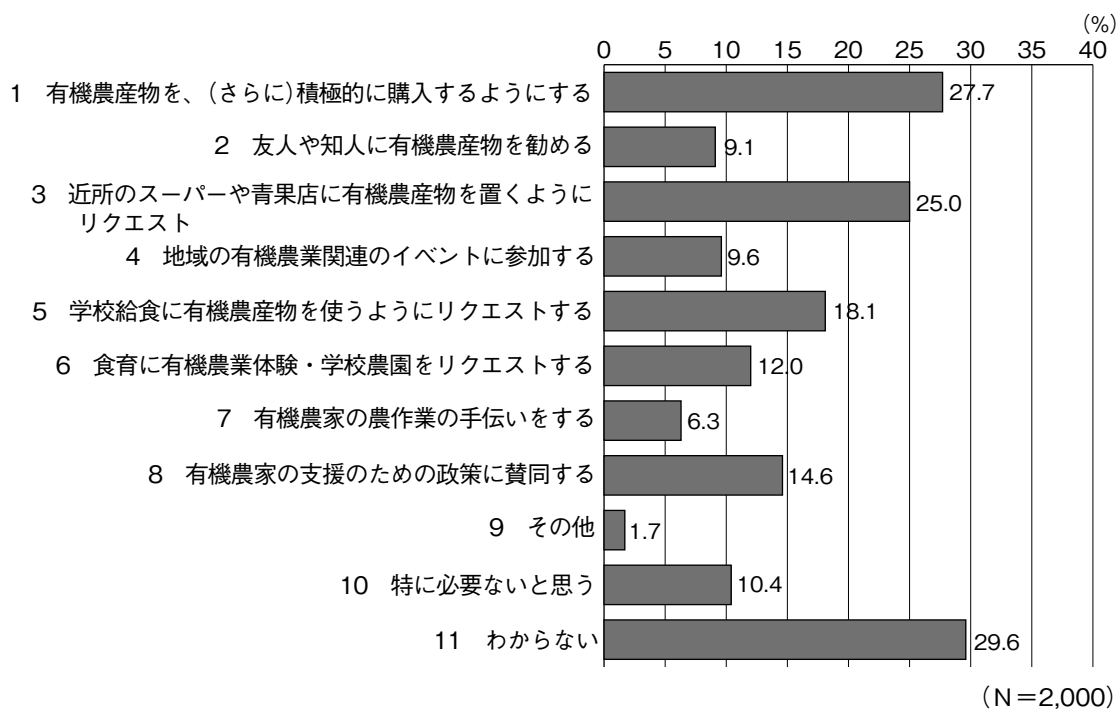
図 39 地域の生物多様性を守りながら、あるいは地域の食文化を守るために生産される有機農産物を購入する意思について（図中の数値は％）



ウ 自分ができる支援

自分ができる支援としては、「有機農産物を（さらに）積極的に購入すること（27.7%）」、「有機農産物を店頭に置くようにリクエストすること（25.0%）」の順であった。「わからない」という回答の方がさらに多かった（29.6%）が、「必要ない」という回答は10.4%であった（図40）。

図40 有機農業の推進のために自分ができること（図中の数値は%）



4 小括

(1) 消費者の有機農業への理解

有機農業、オーガニックという言葉については聞いたことがあるという割合は9割を超えるが、どのようなものが有機農業であるかについては理解が十分でないことが明らかとなった。また、店頭で有機農産物を手に入れるときの目印となる有機JASマークについては、その認知度もまだ5割未満であり、さらに、そのマークの意味については、ほとんど知られていなかった。

(2) 有機農産物の入手について

①オーガニック市場の広がり 回答者のうち半数近くは、有機農産物の購入以外にも、有機農産物を利用したレストランや、オーガニック飲料など、有機素材を用いた商品やサービスを利用した経験があった。

②有機農産物の購入 購入される有機農産物としては、野菜が最も多く、米、果物が次いでいた。加工品のなかでは、大豆を利用した加工品（味噌、醤油、豆腐、納豆等）の利用が多かった。有機米を利用したことのある回答者は、回答者全体の約2割、有機野菜は約4割であった。

③「日常的に買う」人と「たまに買う」人 「日常的に買う」人、「たまに買う」人ともに、スーパーマーケットは有機米、有機野菜の重要な入手先であったが、「日常的に買う」人では、他の店舗「生協、提携等の共同購入や宅配」、「生産者や農協による直売所、朝市」なども主要なチャネルの一つであった。有機米については、「たまに買う」人が、有機農産物を買う場所を決めるに当たって値段の安さを第一にみているのに対し、「日常的に買う」人は、生産者の情報が得られることや、地元の生産者のものが手に入ることも重視していた。一方、有機野菜については、今回の放射能汚染の問題も影響しているためか、「たまに買う」人、「日常的に買う」人ともに、値段よりは、生産者の情報を選ぶ回答者が多かった。

④有機農産物の購入にあたってスーパーに求めること 値段が他の店と同等か安いこと、生産者の情報がわかることが、多くの回答者から求められていた。「日常的に買う」人のうちの4分の1ほどは、いずれにしろ、「スーパーでは買わない」と回答していた。また、有機JAS認証の農産物について、有機JASマークの意味、生産者の情報などについての説明を、「店頭でほしい」、と考えている回答者が多かった。上述(1)とも関連するが、一般消費者が目につれやすい形で、有機農産物や認証等についての情報がわかりやすい形で提供されることの重要性を示している。

⑤有機農産物を買わない理由、買うのをやめた理由 いずれも、自分の予算と比較して有機農産物の値段が高いことを選んだ回答者が6割であった。現在購入している人たちが購入に当たって困っていることも同様であり、いずれも、価格が高いことが隘路であると示されている。

⑥収入階層と有機農産物の購入 有機農産物は、慣行栽培の農産物よりも、やや割高であることが多いため、収入に余裕のある人たちの買うもの、という批判もある。たしかに、収入階層が上がる方が、購入したことのある人の割合は有意に高くなっていた。しかし、年収が300万円未満であっても日常的に有機農産物を購入している回答者も一定数ある。

収入階層による有機農産物購入に見い出すメリットの違いをみたところ、年収の低いグループほど有意に高く選択されていたのが、「地球環境問題が気になったから」という選択肢であった。また、有機農産物の購入に当たって困っていることについて、収入階層の低いグループの方が、「値段が高いこと」が多く指摘（選択）されるという傾向はなかった。有機農産物が消費者にもたらす個人的な効用（おいしい、安全、健康に良いなど）だけではなく、有機農業のもつ地域の環境や社会にとっての多面的役割が理解されれば、必ずしも価格は大きな問題とはならず、受け入れられていく可能性を示しているといえよう。

(3) 震災・原発事故を経て

震災・原発事故は消費者の行動も変えており、有機農産物の購入頻度が高いほど、それは顕著であった。有機農産物の購入者は、食の安全への意識がもともと高い集団であったことが推察されるので、これは当然といえる反応であるともいえよう。有機農産物に対しては、産地、生産方法（加えて、放射性物質質量）などの情報の開示が、以前より、さらに強く求められていくことと思われる。

(4) 有機農業推進に必要なこと

回答者が有機農業の現場を知る機会の少なさが顕著であり、6割近い人は、これからやってみたい有機農業に関する活動は「いずれもない」との意向であった。しかし、その一方で、4割を超える回答者は、「有機農業や有機農産物に関わる活動に参加してみたい」と回答しており、それらの人たちが参加できるような場づくりと、その場についての情報を提供していくことが重要であろう。これまで述べたように、一般の消費者は、有機農業についての漠然としたイメージがあるだけで、具体的な理解に乏しいことが明らかになっている。少しでも、具体的な理解を深めてもらうための機会の提供が重要である。

有機農業は、「もっと広がるべきである」と考えている回答者は全体の4分の3を占めていた。そのための具体的な方策としては、場を増やしたり、情報を提供することにより、有機農産物の入手しやすさを向上させるとともに、学校給食での利用や、地域ぐるみでの推進など、地域全体が関わり、推進していく方策を支持する意見が多かった。しかし、その意見は観念的なところに留まっており、実際自分がそのような農業を、生産物を購入することで支援するか、ということになると、味や価格に納得できれば、という留保がついてくる。今後は、よりいっそう、有機農業がもつ多様な役割を、より具体的に、自分自身のこととして理解していくための仕掛け作りが重要であるといえよう。

Ⅱ 放射能汚染問題と生産者・消費者の交流

執筆

吉野馨子・久保田裕子

1 章 放射能汚染問題と生産者・消費者の交流についての ヒアリング等調査の目的

2011 年 3 月 11 日に起きた東日本大震災では、福島第一原子力発電所事故による放射能汚染（※放射能をもつ放射性物質による汚染の意）が福島県から茨城、栃木、群馬、千葉など関東一円に広がった。有機農業は、特に消費者からは、「安全な農産物」というイメージの強いことは、本会の消費者アンケート調査でも確認してきたところである。それだけによけい、相次ぐ食品の放射能汚染の判明により、有機農業生産者もその消費者も苦境に立たされた。

このような広範な放射能汚染は、これまで身近に経験したことのない問題である。この問題に対して、有機農業の生産者及び消費者はどのような影響を受けたのか、また、どのように対処してきたのか、本調査では、ヒアリング調査と動向把握を行った。ヒアリング対象者は、(1) 福島県二本松市で 40 年間にわたり有機農業を主に産消提携で行ってきた大内信一さん、(2) 福島県内の生協あいコープふくしま、(3) 茨城県石岡市の有機農家魚住道郎さん、(4) 茨城県守谷市の常総生協である。有機農業団体の動向については、日本有機農業研究会の事故後の対応について概観した。

2章 原発事故が有機農業の生産者、消費者に与えた影響についてのヒアリング報告

吉野 馨子

1 福島県の事例より

2011年7月に、福島県二本松市で有機農業を営む大内信一さん、及び、大内さんその他の生産者と提携をおこなっている生活協同組合あいコープふくしま（本部・郡山市）でのインタビューを行った。

（1）有機農業生産者への影響と取組み——大内信一さんへのインタビューから

大内信一さんは、有機農業を始めて40年近くになる。事故当時は、ほうれんそう、サニーレタスなどの露地野菜の主力作物が出荷停止となり、大きな痛手を受けた。土壌の放射能汚染はあるが、その後の夏秋野菜の放射線量（放射性セシウム）を測定した結果は、ほとんどの作物が検出限界値以下であり、作物への汚染はほとんどない状況である。

しかし、提携先の消費者は、減少した。仲間と運営している二本松有機農業研究会と提携している消費者団体は、約150人のうち、20名ほど減少した。しかし、もっとも顕著に減少したのは、取引先の生協であった。200人以上の消費者（組合員）が、40人弱に激減し、大きな痛手となった。また、地産地消として学校給食に納めていたものも、中止となった。一方、放射線の測定と不検出を前提に、一般野菜（有機農産物としてでなく）として、購入を再開した取引先もある。

地域全体（空気や水）が放射能に汚染されてしまっている現在、不検出であったとしても、「食べてください」と、積極的にいうことができない。汚染された作物や雑草、土壌などは焼却処理することもできず、困惑するばかりである。

生産者の仲間には、先が見えない状況のなか、農業や地域を離れた人もいる。しかし、大内さんは、皆が離れたら二本松が終わってしまうと思い、地域で取り組んでいる。放射性物質への対応としては、これまでやってきた通りの、土づくりをしっかりとすることと、いろいろな作物を輪作でつくることが重要だろうと考えている。表土をはがすことも有効であろうとは考えているが、大内さんの場合、5町の畑を持ち、また輪作により遊休させている土地もないため、物理的にむずかしい。輪作の中に、ナタネやひまわりなど、吸収係数が高いといわれるものも取り入れていく。土づくりを健全にすれば、何とかなるのではないかと思い、取り組んでいる。

（2）消費者団体への影響と取組み

——生活協同組合あいコープふくしまへのインタビューから

あいコープでは、原発事故発生直後、とくに子供たちの健康を心配する親たち、放射能汚

染に苦しむ生産者、それぞれの立場から思い悩み、先行きの見えない真っ暗な気持ちになったという。生協としては、地元の生産者を守りたい、しかし一方で組合員の健康も守らなければならない、相矛盾するような重い課題であったが、理事長が、消費者の思いをしっかりと受け止めてくれたことにより、それぞれの思いを理解し合うようになれたという。

しかし、それでも当然ながら、汚染された食品の摂取は避けたい。あいコープでは、まずは、生産者の土壌や作物の放射線量の測定を行い、数値を提示することによって、組合員の疑心暗鬼を解くようにした。実際に測定された数値が不検出か、出ても低い値に留まっていたことから、組合員も安心できるようになってきたという。また、組合員自身も自分たちの住む土地の放射性物質量の測定に参加し、数値を知ることで安心できた。

さらに、生産者の一人である岡部洋一さんの提案により、汚染された表土をはぎ、耕地の放射性物質を極力少なくした上に、その表土を積んだ場所にひまわりを植えるという取組みを、組合員、生産者ともに参加する形で実施した。この共同の取組みを進めたことが、組合員、生産者双方に希望を与えることに結びついた。

「ただでさえ外部被曝している組合員には、不検出の農産物を食べてもらおう」という生産者側からの提言は、組合員にとって心強く、また日々成長するひまわりは、自分たちの取組みが前進しているという思いにさせてくれるという。

あいコープでは、地元の野菜・果物は不検出のものを原則とし、もし検出された場合は、その数値を提示した上で、50ベクレルを超えたものは提供しないようにしている。

しかしそれでも、地元のものでは安心できないという組合員もいる。そのような人たちに対しては、あいコープの友好生協からの協力を得て、西日本野菜セットを宅配するようにしている。

2 茨城県の事例より

茨城県でも、事故直後のほうれんそう等に高い放射性物質が確認され、出荷停止となった。石岡市で有機農業を営む魚住道郎さんと、有機生産者と提携している常総生協（本部・守谷市）に、2011年7月にインタビューを行った。

（1）有機生産者への影響と取組み——魚住道郎さんへのインタビューから

魚住道郎さんは、福島第一原発事故は、日本の経済至上主義の“ツケ”であり、仮に除染できたとしても放射性物質を外部に転嫁すべきではないと考えている。原発から150km圏にある自分の土地に降った放射性物質は、自分で抱え、共存してゆくしかない。農家にとって表土は「宝」であり、表土をはぎとる除染という考え方自体が間違っている。

自分の畑の生産物については、放射性セシウム量が暫定規制値100Bq/kgを超えるものはなく、流通を規制されるレベルでの汚染はない。放射性核種の飛来時に、畑が作物などの植物で覆われていたので、土壌の汚染が少なくて済んだのだろう。このときの植物は畑の外に出したが、その処分については頭を悩めている。

農産物に放射性物質が吸収されないならば、それで十分である。居住や農業生産が困難な

地域はさておき、自分はここで耕し続ける。さらに安心・安全な野菜を作るために、ゼオライトの投入と腐植の増加に取り組む。さらに、耕盤を砕き、放射性物質を深耕（深く混ぜてしまう）することも考えている。腐植を増加させるために、緑肥などはこれからも鋤き込む。山林からの落ち葉なども、放射性物質の量を測定しながら、投入していくことになる。外部から放射性物質を増やしてしまうデメリットよりも、腐植が枯渇するリスクの方が恐ろしい。この地域における放射能対策は、基本的にそれで十分であると考えている。

放射能を避けることばかり考えがちだが、放射能と向き合うような生活方法を考える必要があるのではないか。作物種によっては、放射性物質の取込み量が多いものもあるだろうが、そういうものは、摂取を少なくすればよい。少々の放射性物質の吸収に太刀打ちできる身体の免疫力の向上が不可欠だろう。

（２）消費者団体への影響と取り組み

——常総生活協同組合 大石光伸さんへのインタビューから

常総生協は、生産者と消費者を提携で結ぶだけではなく、自分たちの暮らし方への再考を促し、「料理をしよう。粗食でいい、食べ過ぎないようにしよう。ごはんはしっかり食べよう。おかずを減らそう」といった、食と暮らしを変える取り組みを進めている。

原発事故は、「生産者を支える」ということと「一切の放射性物質は認めない」という、常総生協の基本姿勢に対し、大きな問題を突きつけることとなった。

農産物の放射性物質量の測定は、当初は分析会社に外部委託していたが、いち早く、7月上旬からは500万円の分析機器を購入し、自前で測定できるようにした。また、乳幼児や授乳中の母親たちの安全・安心対策として「母乳調査・母子支援ネットワーク」と提携して、事故直後より、組合員の母乳を検査した。母乳の検査は、ICRPで推奨されていながらも、国では取り組まれていなかった。「母乳調査・母子支援ネットワーク」の調査は、その後の国での調査を促すことにつながった。

生協として生産者を支えることを使命としながらも、組合員との議論を通し、乳幼児を抱える組合員からの強い要望を受け、子供の健康を守るため、関西の農産物パックを提供するようにした。

生産物の出荷停止時には、生協として買取り保証を行った。放射能対策の農法としては、魚住さんたちと連携し、ゼオライトの投入と腐植の増加に取り組んでいく。

3 ヒアリングを終えて

今回の原発事故は、有機農業の提携運動が目指してきた「生産者を支える」とことと、「消費者の健康を守る」ということが、対立してしまう事態を生んだ。今回のヒアリングからは、そのような事態のなかで、生産者と消費者、提携団体が、しっかりと向き合い、議論し合った上で、方策を考えていくことの重要性が浮かび上がった。そして、その前提には、作物や土壌、人体の放射性物質による汚染の測定など、必要な情報をきちんと共有できることが必須である。

また、汚染された地にあっては、先が見えない思いにある人たちにとって希望をつないでいける取組みの存在は非常に重要であった。「自分たちで確かめる」という活動は、その意味で非常に有効であるといえよう。

具体的な、放射性物質の除去あるいは低減の方法には、さまざまなものがあり、またその効果も科学的に十分検証はされていない。しかし、今回のような事態では、学術的な検証を待っては、時がいたずらに過ぎるばかりであり、既存の知識を活かしながら、とりあえずやってみるという形をとるしかない。各地で、いろいろな取組みをしている人たちがネットワークを築き、情報交換できることが重要だろう。

3 章 放射能汚染問題への有機農業団体の生産者・消費者の 取り組み事例

久保田 裕子

本章では、生産者・消費者が協力して有機農業運動を推進してきた日本有機農業研究会について「3・11」以降の動向を取り上げ、福島第一原発事故、及びそれによる放射能汚染問題に対する対応を概観しておく。

(1) 有機農業と相容れない原子力技術

日本有機農業研究会は、1970年代から本格的に始まった日本の有機農業運動の草分けであり、2011年に設立40周年を祝おうとしていた矢先に、東日本大震災・福島第一原発事故による放射能汚染問題に遭遇した。有機農業こそ、巨大な近代科学技術の象徴ともいえる原子力発電の対極にある。

「これまで、自然をだいじにし、沢水の流れる自然の山裾でていねいな稲作や、沢水を牛に飲ませるような酪農をやっていたところほど、放射能による被害を受けた。我々が、春、落ち葉を集めて温床を作って苗作りをし、堆肥を作る、その落ち葉が、やっぱり、不安で集められない。知り合いの酪農家がテレビで、『ほんとに、牛も人もなんの責任もないのに』という、牛乳が出荷停止になった時の、あの叫びが忘れられません。そのように、よき自然が壊されました。」と、福島県二本松市の大内信一さん（前出）は話す（後述、日本有機農業研究会40周年記念シンポジウム）。また、放射性セシウムと環境条件を理解するために、イネを水耕栽培で実験して、水耕栽培の場合はひじょうに高い効率で放射性セシウムがイネに移行することを明らかにした根本圭介教授（東京大学大学院農学生命科学研究科）は、沢水の流入に代表されるような、豊富な養分を大量に水田に流し込み、有機物や養分を長期にわたり蓄積することができるという、「本来の水田生態系における物質循環の長所が逆に弱点になってしまった。これは、被害のひじょうに深刻な点です。」と述べている（東京大学大学院農学生命科学研究科第二回放射能の農畜水産物等への影響についての研究報告会、2012年2月）。

3月11日、日本有機農業研究会は、翌日12～14日に開かれる第39回日本有機農業研究会全国大会総会（「全国有機農業の集い in 福井県越前市」）を控え、越前市内で理事・幹事の会議を開いていた。詳細は省くが、巨大地震・巨大津波の発生により、福島・茨城・東京などの理事・幹事は急遽、現場に戻り、翌12日からは、地元福井県や周辺地域、主に西日本からの参加者約400人を集めて全国大会が開催された。

大会テーマは、「いのちを育む有機農業、人と自然の共生を求めて一コウノトリが舞う里をめざして」。まさに、有機農業は、自然と共生し、さまざまないのちをつなぐなかで成り立つ食と農とくらしの営みの総体であり、その原理はいのちにある。

翌 13 日の第 39 回日本有機農業研究会通常総会では、定例の議題の後に緊急アピールを出すことが満場一致で決議された。翌 14 日、日本有機農業研究会は、次のようなアピールを出し、関係方面に配った（日本有機農業研究会会誌『土と健康』2011 年 4・5 月合併号に掲載）。

緊急アピール すべての原発を廃炉に！！

私たちは、ここ福井県越前市に集い、“いのちを育む有機農業”をテーマに、第 39 回日本有機農業研究会大会・総会を開催した。

有機農業は「いのちの原理」に基づく。

だが、原子力発電は「いのちの原理」に反することがはっきりした。原子力と生きもの・人類は共存できない。ただちに原子力開発を中止し、すべての原子力発電所を廃炉にすべきであると訴える。

2011 年 3 月 13 日

特定非営利活動法人 日本有機農業研究会（第 40 回総会で採択）

（2）放射能汚染問題への対応を探る

5 月 17 日、日本有機農業研究会の魚住道郎副理事長と福島市在住の小池光一幹事らの呼びかけで福島県内及び周辺地域の会員が三春町に集まり、対処策などについての交流会を開いた。30 人余の参加者から口々に不安や悩みが語られた。

子どもの健康への不安、子どもを産むことへの不安、国の決めた食品中の放射性物質規制値をどのように考えるか、農業を続けるかどうか、行政機関ではすぐに対応してくれる放射能検査はできないのか、これからの出荷をどうするか、校庭の除染と農地の除染は同じではないので、農地をどうするか、など、福島原発からの距離や空間線量、土壤汚染の程度によっても違うが、さまざまな考えが出された。

放射性物質は目に見えないだけに、計測に頼らざるをえない。福島県内の生産者をはじめ各地で、農産物や土壤、堆肥などを自ら計測し、提携する消費者にも知らせ、対応を探る努力が続けられた。

6 月 5 日には、東京で日本有機農業研究会青年部が主催して「チェルノブイリからみた福島原発震災―土壌浄化・エネルギー自給の可能性を探る」と題する「緊急講演会」を開いた。

講師は河田昌東さん（元名古屋大学理学部教員、分子生物学）で、20 年以上前から「チェルノブイリ救援・中部」理事として、チェルノブイリ原発事故の被害者の救援活動に当たり、2007 年からは、放射能汚染地域ナロジチ地区（ウクライナ）で、ナタネ栽培による汚染浄化、バイオエネルギー農業の復興の菜の花プロジェクトを実施してきた経験をもち、このたびの福島原発事故後の放射能汚染に対しても、福島で、これまでの知見を活用して、提言や除染の指導を行ってきた。

河田さんは、まず必要なことは、放射能放出の停止だが、もう一つ必要なことは、徹底し

た汚染調査、そして汚染対策、被曝対策であるとし、特に農地や畜産ではどういう対策が可能か、具体的な話があった。

「汚染レベルに応じた対策をとる」ことが必要であり、①高度汚染地域は、表土を剥離（5～10cm）（学校の校庭などでは既に実施を指導）、②低レベル汚染地域は、深くまで混ぜる、③中程度の汚染地域では、「植物を使った土壌改善」（時間がかかる・汚染作物の処理が問題、汚染したナタネはバイオディーゼルに使う）、「セシウム 137 を吸収しにくい作物を植える」ことなどである。

このようすは、インターネットでも配信された（後に、『土と健康』2011 年 8・9 月合併号、河田昌東『チェルノブイリと福島』緑風出版、2011 年 11 月に記録掲載）。

7 月 2 日には、農地の畝間に植えた「リビングマルチ」が、放射性物質の降下物を受け止めることになった効用もあったことから、栃木県那須烏山市の戸松正さん（帰農志塾）のリビングマルチの見学・交流会が行われた。

（3）大震災・原発事故をのり越えるために

日本有機農業研究会は、毎年行う「夏のシンポジウム」を 2011 年 8 月は、設立 40 周年記念会としていたが、テーマを練り直し、「大震災・原発事故をのり越える有機農業—自然と人間の調和を求め、脱原発と自給・協同・共生の社会へ」というテーマで実施した（東京都新宿区、日本青年館国際ホール）。約 300 人が集まり、セレモニーの後、次のような 3 部構成のシンポジウムが開かれ、報告に続き、生産者、消費者双方から活発な意見交換がなされ、盛会であった。（『土と健康』（2011 年 12 月号）に報告掲載）

第一部 有機農業の生産現場と放射能汚染

野中昌法（新潟大学農学部教授／大内信一（二本松有機農業研究会代表）／館野廣幸（栃木県野木町・有機稲作農家、日有研理事）／魚住道郎（茨城県石岡市・有機農家、日有研副理事長）

司会・相原成行（神奈川県藤沢市・有機農家、日有研理事）

第 2 部 放射能汚染と食生活

大石光伸（常総生協副理事長）／若島礼子（安全な食べ物をつくって食べる会、日本総合医学会食養指導士）／安田節子（食政策センタービジョン 21、日有研理事）

司会 安田節子

第 3 部 有機農業がめざす脱原発と自給・共生の社会

槌田劭（使い捨て時代を考える会、日有研幹事）／星 寛治（山形県高畠町・有機農家、日有研幹事）

司会 並木芳雄（埼玉県和光市・有機農家、日有研理事）

このシンポジウムを通して、有機農業の生産現場においては、かけがえのない「表土」を損なわないよう、有機農業の「生きている土壌」に着目することで、その特色である「団粒構造－腐蝕－粘土－微生物の有機複合体」という全体としての土壌の働きのなかで、放射性セシウムは土壌に吸着・固着することができること、それにより、農作物への放射性セシウ

ムの移行を少なくするか、なくしていくことが可能であるという理論と実践報告がなされ、農家が有機農業を自信をもって続けていくことに確信と希望を与えることになった。

また、消費者にとっては、シンポジウムで生産者の取組みを知ることでも有機農業に同様に確信を抱くことができたと同時に、ミネラルや抗酸化成分の豊富な有機農産物を食することで自らの免疫力をあげていくことの重要性から、あらためて食べ方に関心を強めていくことを確認した。

生産者と消費者の提携については、具体的な福島県内での直接提携は消費者が半減するなどの大きな影響を受けた。福島県二本松有機農業研究会の大内信一さんは、「この原発問題は、我々、農民だけが背負わなければならないということではなくて、やはり消費者も一緒に、背負っていかなければならない問題であろうかと思う。もう一度、『提携』を見直し、消費者も一緒に農業を守ってもらいたい。支え合い、福島の農業基地をみんなと一緒に守っていききたいと思う。」と述べ、「提携」の意義への思いを訴えた。

有機農業は、当初から有機農業運動として、近代文明、石油文明、文明社会と、呼び方はさまざまだが、原子力技術や化学合成物質に象徴される自然の摂理に反した社会のあり方に対して、そうではない社会をつくることを目指してきた。植田劭さんの報告は、緑豊かないのちを産み出す自然と共生する、農業を基盤とした簡素な暮らしを共生の原理で生きる社会へと、一緒に一步を踏み出そうと呼びかけるものだった。星さんの報告も、この惨事を自然の摂理に背いた高度技術文明の破局と捉え、脱成長の社会発展を求めて、浪費型の産業、流通、生活から脱却し、簡素で心ゆたかなライフスタイルへの転換を説き、「寄り合い、支え合う小さな共生社会」の構築を展望するものであった。

「3・11」は世界を変えたといわれる。これから、どういう道を歩むのか、生産者・消費者が市場を挟んで対立する構図ではなく、グローバルな動向に視野を広げつつ、地域に根ざす農の資源を基盤にした生産者消費者が共に支え合う地産地消をめざす有機農業運動は、大きな示唆を与えるであろう。

(4) 落ち葉・堆肥への取組みと、生消交流

日本の有機農家は、農園内の資源循環だけでなく、周囲の里山からの落ち葉や下草を堆肥材料や苗床作りの温床などに使うことで里山を含む地域の資源循環を行ってきた。そのことで里山の手入れがなされ、田畑と一体となった日本の美しい風景の特徴とされる「手の入った自然」の風景が作り出されている。「3・11」以降の里山の落ち葉を例年通り集めて使えるかどうかは、有機農業の根幹をなす土作りや苗作りの行方を左右するだけに、今後の営農活動に影響を及ぼしかねない。農地の放射能汚染をどうしたら防げるか、模索が続けられてきた。それらを踏まえ、日本有機農業研究会は12月3日、「放射能汚染と有機農業」をテーマに、「公開研究会」を茨城県石岡市で開催した。

前述の夏のシンポジウムで、有機農業の土壌の特質である「生きた土」、すなわち「団粒構造－腐蝕－粘土－微生物の有機複合体」の全体としての働きに着目して農地への堆肥・ゼオライト投入と深耕により農地の放射性セシウムの濃度を下げることと、作物への移行を減らすことで成果を上げてきた（夏秋野菜からは検出限界値以下、土壌の汚染度の低下）魚住

さん—大石さんチームは、その後も精力的な実践と計測活動を続け、落ち葉についても、同様の考えから、次のような手順で計測と対策を行ったことを報告した。

2011年10月時点で、雑木林№1、№2について、すでに落下済みの落ち葉（下草の篠竹、野草、および5月に落ち葉したカシの葉と、前冬の拾い残しのクヌギ、コナラの類の落ち葉）を、トラクターに装着したフレールモアで地上スレスレの高さで粉碎。その落ち葉を計測すると、雑木林№1で3,400Bq/kg、雑木林№2で2,312Bq/kgとの結果を得た。その後、「土の中に鋤き込む」方法を用いるため、フレールモアで、3cm位の最大可能な深さで粉碎しながら鋤き込み、11月4日～10日の間に作業は完了した。これはその後の降雨で固まり、新しく落ちる落ち葉だけの回収が可能になった。

新しく落ちる落ち葉は、3月爆発時の放射能降下物を受けていない。この放射能測定値は、雑木林№1～№4で、90～284Bq/kgとなった。10月17日の値と比較すると、10分の1程度であった。農水省の堆肥等の暫定許容値400Bq/kgと比べても、堆肥材料として利用可能な程度になった。

魚住さんは、注目すべきは、雑木林№3の落ち葉（クヌギ、コナラ）だと述べる。山林の「くぼ地」となっているところの落ち葉は、90Bq/kgと、他の雑木林の落ち葉よりも3分の1程度の低い値を示した。この山林くぼ地の土壌は腐植層が厚く、土壌自体は地表から0～3cmで1,128Bq/kg、3～7cmで459Bq/kgと、他の雑木林より汚染度は高いが、にもかかわらず、その上に生長している木（クヌギ・コナラ）の葉（落ち葉）への移行は少なかったということになる。腐植に富む「くぼ地」の土は放射性セシウムをより多く固着しているため、樹木への経根吸収を減らしているのではないかと考察している。

（この項、『土と健康』2010年12月号所収、魚住道郎「里山（雑木林）の落ち葉の放射能対策とその成果」による）

茨城県常陸太田市で有機農業を行う布施大樹さんは、次のような実践報告を述べた。

布施さんの木の里農園は、福島原発から約90km、福島県境まで5分の山間地域である。このあたりでは4軒の有機農家が営農している。共同で学校給食への有機野菜の供給を始めたところだった。

3月の原発事故による放射能は、この地にも降り注いだ。だが、比較的低線量の地帯だったので、営農を続けることによって線量を下げてゆける地域だと布施さんは思った。震災後しばらくの間は露地栽培の野菜類の出荷を自主的に取りやめた。5月から定期的に作物や土壌の放射能検査を開始し、野菜類からはほとんど検出されていない。学校給食への供給も予定通りに進むようになった。だが、心配だったのは、里山の落ち葉だった。土づくりの柱に位置付け、ライフワークとして山との循環を作るために取り組んできた周囲の里山の落ち葉からは、平均5000Bq/kgが相次いで検出され、一時は途方にくれた。ただ、調べていくうちに、汚染されたのは震災当時地表面にあった落ち葉で、2011年秋になって落ちた落ち葉の線量は低いことがわかってきた。9月に新しい落ち葉を測ると、5か所平均で129Bq/kgと、30分の1に減っていた。

そこで布施さんは、10月16日に「里山林クリーンアップ大作戦」と称して、仲間と共同で落ち葉をさらっている山3ヘクタールの古い落ち葉の除去作業を行った。古い落ち葉を除

去すれば、新しい落ち葉を堆肥材料に使える道が開けると考えた。集まってくれたボランティアは130人。市長や議員さんも駆けつけて、にぎやかなプロジェクトになったという。

除去した後の土壌（0～5 cm）は、3つの里山林ABCの平均で175Bq/kgに下がった。布施さんは、この取組みを放射能問題への一つの区切りとして、これからは自信を持って本来の有機農業に集中していこうと考えていた。だが、12月に改めて新しい落ち葉の線量を測ってみると、ばらつきが多く、予想よりも高い場所があり、放射能汚染の根深さも痛感することになった。結局、3か所のうち、比較的汚染度の低い1か所の里山林Cからの落ち葉（243Bq/kg）を堆肥に使うことにした。

放射性セシウム濃度約300Bq/kgとすると、完成する堆肥の放射性セシウム濃度は以下の式で推定できる。

- ① 放射性セシウム濃度を落ち葉300Bq/kg、もみ殻・稲わら・米ぬかをそれぞれ20Bq/kgと仮定。
- ② それぞれの混合割合を1対3対3対0.5とする。
- ③ 発酵による重量減での濃縮割合を5倍とする。
- ④ 完成品の水分量を40%として希釈割合を0.6倍とする。
- ⑤ $(300 + 60 + 60 + 10) \times 7.5 \times 5 \times 0.6 = 172\text{Bq/kg}$

濃度の調整は材料の使用割合を変えることで可能である。

布施さんは、「里山林の放射性セシウム量はそれほど簡単には下がらないと思われるが、山間地の農家にとって里山林の放棄は地域環境の荒廃につながり、ひいては営農の継続にも支障をきたす。一方で、土作りのための落ち葉の価値は普遍的なものである。現状にひるむことなく、山とは関わり続けるつもりである。使う使わないは、リスクを秤にかけて試行錯誤して判断していくが、関わり続けることでしか汚染レベルを下げてゆく道はない。それが低レベル汚染地域かつ山間部の有機農業者である私がとるべき態度だと考える」（要旨）と述べている。

（この項、『土と健康』2012年1・2月合併号所収、布施大樹「現状にひるむことなく前向きに」による）

落ち葉や堆肥については、7月下旬に、高濃度の放射性セシウムで汚染された栃木県産腐葉土がホームセンターなどで販売されていた問題で、農林水産省は7月25日、東北や関東甲信越などの17都県に対し、腐葉土の生産や使用を自粛するよう通知した。その後、8月1日付で、肥料・土壌改良資材・培土中の放射性セシウムの暫定許容値400ベクレル/kg（製品重量）が決められた。落ち葉・堆肥の放射能汚染には十分に注意することが必要であることは確かであるが、汚染腐葉土問題で、これまで使ってきた落ち葉や堆肥の使用をやみくもに止めることは腐植のもつ潜在的な力を閉ざしてしまうことになる。汚染状況に応じて、上述のようなきめ細かい対応を今後もしていく必要があるだろう。

有機農業は、その産物である有機農産物だけをとりあげるのではなく、地域の里山などを含む自然と人々（特に都市の消費者）をむすびつけるものとして理解することで、有機農業のもつ多様な意義を発揮させることができる。消費者の有機農業への理解増進も、この点こそが重要であるだろう。放射能汚染問題は、突然襲った深刻な事態であるが、それを乗り越えるためにも、消費者が生産者と共に歩むことがいっそう必要な時代になった。

Ⅲ 生消交流と「有機」表示保証に関する調査報告

執 筆

1・3・5章	久保田	裕子
2章	谷口	吉光
4章	古田	睦美

1 章 生消交流と「有機」表示保証に関する調査の目的と背景

久保田 裕子

1 生消交流と「有機」表示保証に関する調査の目的と対象

有機農業の拡大には、有機農業への消費者の理解を広げることと相まって、店頭などにある「有機農産物」「有機農業で作られた農産物」がわかりやすく表示・情報提示され、それへの信頼感が持てることも不可欠である。これらの有機農産物等は、農産物の「栽培過程」において、化学合成農薬・化学肥料を使わない方法で作られることを指すので、農産物自体の外見からは判別できないからである。しかも、農産物を食べた後でも判別はむずかしい。そのため、農産物が「有機」であることを消費者に示す何らかの手だてが必要となる。

店頭に並ぶ農産物の容器・包装に「有機 JAS マーク」を付け、「有機〇〇」と表示すること、そしてその表示の信頼確保のために、表示をする生産者（農家など）は、国（農林水産省）が認める有機 JAS 登録認定機関（第三者機関）により「生産行程管理者」としての認定を受けるといふ、この有機 JAS 検査認証制度は、「有機」表示のわかりやすさと信頼性確保のために採られてきた国のしくみである。

この制度は、発足してからすでに 10 年余り経過しているが（1999 年に農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS 法）の一部改正で導入、2000 年施行、2001 年完全施行）、全国の有機農業農家のおよそ 3 分の 2 は、この制度を使っていない。昨年公表された有機農業基礎データ調査（MOA 自然農法文化事業団、2011 年）によると、全国の有機農業の農家戸数は、約 12,000 戸（全国の農家戸数 252 万のうち、0.47%を占める）であり、そのうち、有機 JAS 認定取得農家は約 4,000 戸、有機 JAS 認定を取得していないが有機 JAS 農家と同等の有機農業の栽培方法をとる有機農家は約 8,000 戸であるという推計値が出されている。

日本では、周知のように 1970 年代初頭から「有機農業」という用語で社会的な広がりをもちながら今日に至る有機農業が取り組まれるようになり、この場合の「有機農業」という用語は、欧米で「オーガニック・ファーミング」「オーガニック・アグリカルチャー」「ビオ」という用語で取り組まれてきたものと同様の内容をもつものであるが、振り返って表示やその認証に関わる経過をみると、欧米が基準認証のしくみを指向して強化し、第三者認証を制度化してきたのに対し、日本における有機農業の歩みは、生産者（農家）と消費者が提携して、当事者同士がじかに話し合い、実際に見聞きする方法に重点を置いてきた。「顔の見える関係」というフレーズがこうした活動から生まれたように、栽培方法などの取り決めをして継続的な取引を行い、流通経路を単純にするだけでなく、流通距離を縮め、じかに会って話したり、消費者が生産現場を訪ねたりする交流を重ねるなかで信頼関係を築くことで、商品表示に代わる広義の「情報」を伝達したり、表示についてはその信頼性を補強して

きた。日本では、このような「提携」（産消提携）の方法で 1970 年代から有機農業が始まると共に、その理念や方式を共有しながら有機農産物関係の流通が多様化してきた流れが強いこと、そしてまた、1960 年代後半から 70 年代にかけて発足した安全・環境などに強い指向性をもつ共同購入方式の生協が有機農産物も取り扱うようになったことが、欧米で自然食品店・店舗型生協・スーパーマーケットを背景に発達した第三者による基準認証制度とは異なる原理の「生消交流による信頼構築」を追求してきた理由であろう。

だが、国際化への対応と一部国内からの動きにより、1993 年には有機認証を想定した JAS 法一部改正が行われ、さらに 1999 年の JAS 法一部改正による有機 JAS 検査認証制度導入では、併せて「指定農林物資」制度も導入された。「有機農産物」「有機農産物加工食品」が指定されて、この用語を使用して商品表示するには第三者機関による認証が義務づけられたことから、後者の生消交流による信頼構築で表示の信頼性確保を行ってきた産消提携グループも対応を迫られた。

この対応については次節に譲るが、いずれにしても、「生消交流による信頼構築」による農産物の栽培方法等の認識・確認という手法による広義の情報伝達が一貫して行われており、多様な流通実態がある以上、「有機」表示の信頼性確保の手法は、第三者認証だけではないといえよう。

また、特記すべきことは、有機農業団体の国際的な連携組織である国際有機農業運動連盟 (IFOAM) において、このような「生消交流による信頼構築」を原理として「有機」表示を保証していく「参加型有機認証」(Participatory Guarantee System PGS と略) の取組みが積極的に普及されていることである。

IFOAM は、「世界の有機農家の半分は、IFOAM がこれまで進めてきた“第三者認証”を採用していない。有機農業運動の出発点に立ち戻ろう。」「小規模農家にも手の届く有機認証のしくみを！」と、2004 年 4 月、IFOAM 副会長（当時）のピポ・レノルド氏（アルゼンチンの有機認証団体所属）がブラジル・トレス近郊に 20 カ国から 40 人を集めてオルタナティブな有機認定のしくみについての会議を開いた。ブラジル、ニュージーランドなどで進められている相互に確認しあう基準確認のしくみをはじめ、各国の資料が持ち寄られ、討議された結果、それらは多様ではあるが共通性があることがわかり、こうした「有機」の認証のしくみを「Participatory Guarantee System」（参加型保証システム）と呼ぶことに決め、その後も継続して検討するために作業グループが組織された。IFOAM 理事会もこのようなタイプの認証の必要性を認め、その名称についても正式に「参加型保証システム」と決め、従来の第三者機関による認証制度と並ぶもう一つの方法であると位置付けた。2005 年、IFOAM 内には PGS 委員会が設置され、PGS の定義、ビジョン共有のための資料などが IFOAM ホームページに掲載されており、2009 年からは月刊『グローバル PGS ニュース』が発行され（ウェブ上で取得可）、関連資料も充実してきている。

2011 年 9・10 月には、韓国において第 17 回 IFOAM 世界大会が開催されたが、そこでも、南米、北米、アジア、豪州、アフリカ、EU など各地域における PGS の取組みについて各分科会での報告が行われ、大きな関心が払われて実践に移されていることが明らかにされた。

そこで本調査では、このような「生消交流による信頼構築」による農産物の栽培方法等の認識・確認という手法により、広義の表示・情報提示を行っている取組みへの理解を深める一助として、次の事例紹介と関連事項の紹介を行う。

(1)「オーガニックフェスタ in あきた」における有機農家と消費者の信頼形成の試み（秋田県秋田市）

有機農業の交流・直売イベント「オーガニックフェスタ in あきた」（主催は有機農家と消費者から構成されるフェスタ実行委員会）は、2010年8月に第1回が開催され、約3,000人の参加者があり盛況であった。2010年には、22団体・個人の野菜・果樹農家を含む41団体・個人が出展、来場者は約4,000人に上った。秋田県には有機JAS認証を取得している野菜農家がほとんどいないため、このフェスタでは有機JAS認証を取得していなくても有機農業で栽培された農産物を出展できる独自のしくみを考案し、有機JASや特裁の認証に代わる独自の方法「秋田方式」を2年間にわたり試行してきた。秋田方式は、①書類審査、②現地確認、③栽培カードの作成と提示、④農家自身による販売と消費者との対話という4つの手続き（ステップ）から成り立っている。同フェスタの副実行委員長として「秋田方式」の企画・実施に関わってきた当事者である秋田県立大学谷口吉光教授に報告していただいた。谷口教授は、2011年12月10・11日に開催された第12回日本有機農業研究会学会においてもこのことを報告し、注目を集めた。

(2) 生消交流と「公開確認会」——パルシステム神奈川ゆめコープの取組み（神奈川県）

パルシステム神奈川ゆめコープは、首都圏を中心に1都8県の9生協で約100万世帯に総合的な食料品の宅配事業を展開しているパルシステム生活協同組合連合会（以下、パルシステム）の会員生協の一つである。パルシステムは、1970年代に各地で発足した食品の安全性問題や環境配慮に重きをおく生協の事業連合組織で、さまざまな食品を主に「産直」により取り扱っている。生協の理念である「人と人の助け合い」を原点に、「心豊かなくらしと共生の社会をつくる」を掲げ、産直事業についても、単に商品としての製品の安全性確保のためだけでなく、食料自給、持続可能な農業の発展、農山村の再生など幅広い目的のために行っている。その多様な取組みの中で、パルシステムは1998年、独自の「農薬削減プログラム」を実行に移した。特定の農薬から段階的に削減していく取組みで、このプログラムによる農薬・化学肥料の使用程度に応じて、農産物に「コアフード」（有機農産物）、「エコ・チャレンジ」（減農薬減化学肥料）という名称を付けて取り扱っている。この「農薬削減プログラム」の進捗状況の確認と「産地・生産者・栽培・出荷等の基準が明らかになること」を目指して取り組んでいるのが「公開確認会」である。

公開確認会は、生産者と消費者の交流により築かれる信頼関係づくりをさらに一歩進めるもので、お互いの“顔がみえる”だけでなく、畑の状況や栽培内容を実地で消費者（組合員）に明らかにし、さらに、客観的に評価する場を設けることで透明性・公開性・客観性を図りながら安全・安心、環境に関わる生産者の取組みを消費者（組合員）が一緒になって確認していく独自のしくみである。基準の認証自体でなく、むしろ「交流」に重点がある。公

開確認会は、特に消費者にとっては、農や食、環境を実地で体感し、感動する学びの場であり、生消の信頼ときずなを生み出している。

パルシステム神奈川ゆめコープの理事長を2004年から2011年まで務めた齋藤文子さんに、パルシステム及びゆめコープの生産者消費者交流事業、公開確認会を中心にお話を伺った。

（3）生消交流による相互理解の総合的取組み事例——NPO 法人食と農のまちづくりネットワーク・コラボ食堂を中心とした取組み（長野県上田市）

NPO 法人食と農のまちづくりネットワークは、地域の子育て世代の主婦たちを中心とした、消費者と生産者との日常的なつながりをつくる多様なプロジェクトを組み合わせた総合的な取組みである。その中心となるプロジェクトは、ファーマーズ・マーケットや農家によるワン・デイ・シェフによるコラボ食堂事業、地域の農産物を使い地域の食文化を伝えながら、加工品をつくり、商店街と連携して、地域の6次産業化を興す農産加工事業などであり、他に、食農教育活動、商店街での店舗事業、2011年からは福島原発事故被災者有機農家の受入れも加わった。このNPO 法人食と農のまちづくりネットワークの取組みは、「直売所でもなく、マルシェでもない、新たな提携、地域に適合した農家支援のしくみをつくっていくために、『地域内フェアトレード』、『上田型CSA』」と述べられているように、主婦層による単なる有機農産物の取扱いではなく、地産地消を軸にした地域の食と農に関わる総合的な取組みである。現在のところ、本調査の課題である有機農産物の表示についてのプロジェクトはないが、生消交流による信頼構築について、NPO による地域での総合的な取組みを行っている事例として注目される。

実際に企画・運営・活動に携わっている長野大学古田睦美教授に報告していただいた。

（4）国際有機農業運動連盟（IFOAM）が推進する参加型有機認証（Participatory Guarantee System）の理念と方法、取組みの動向

IFOAM は、第三者認証とは別の、生産者と消費者、関係者が一緒に参加して「有機」の栽培方法等を確認し、「有機」表示の信頼性を確保するための「参加型保証システム」（PGS）を推進している。

ここでは、このPGS への取組みの動向と、IFOAM ホームページに掲載されているPGS の定義とPGS の理念や方法について述べた2つの基本的な資料の翻訳資料を掲載した。なお、訳語については、PGS を直訳すると「参加型保証システム」となるが、これはIFOAM が推進するものであるので、明らかに「有機」に関する表示の認証制度である。そこで、直訳からはやや離れるが、その意図するところを明瞭に示すため、PGS = 参加型有機認証制度という用語を使うことにした。また、文中では、同じ理由から、「有機」「有機農産物」「有機認定」等を補った箇所もある。原典はIFOAM ホームページ（<http://www.ifoam.org>）から入手できる。

2 生消交流と「有機」表示保証に関する調査の背景

前節で述べたように、1999年の有機JAS検査認証制度導入に伴う産消提携グループなどの対応について、若干振り返って述べておこう。

この時は、併せて「指定農林物資」制度が導入され、「有機農産物」「有機農産物加工食品」が指定されて、この用語を使用して商品表示するには第三者機関による認証が義務づけられることになった。そのため、農産物に従来通り「有機農産物」であるとか「有機〇〇」という表示を付けるには、生産農家は有機JAS認証を取得することが必要になる。

そこで、有機農業提携グループを擁する県レベルの有機農業団体のいくつかは、自ら有機JAS登録認定機関になった（兵庫県有機農業研究会、熊本県有機農業研究会など）。新たに有機JAS登録認定機関でもある有機農業団体を発足させたところもある（鹿児島県有機農業協会、高知県有機農業研究会など）。有機農家・関係者が集まり、新たに認定機関を立ち上げたところもある（NPO 赤とんぼ、有機農業推進協会など）。いうまでもなく、これらの団体の個々のメンバーは、産消提携の取組みをやめたわけではない。技術水準や有機性保持の再確認をするためや、提携以外の一般店舗への出荷者で認証を必要とする農家のためであった。提携農家や提携消費者グループなどの多くは有機JAS認証は取得していないともいえる。

他方、認証制度に与しないで独自の基準による確認のしくみをつくり、今日でいえば参加型保証システムや二者認証の対応をしてきたのは、1960年代後半から70年代に発足した安全・環境への志向性の強い「提携」「産直」を行う一部の生協である。たとえば、生活クラブ生協は、1993年の生産方法についてのJAS規格導入時のJAS法一部改正に反対していた。同生協は、「安全・健康・環境」生活クラブ10原則をつくり、農畜産物、加工食品や容器などについて独自の自主基準を提携生産者と消費者（組合員）が話し合って決め、それに基づく「自主管理監査制度」を1997年発足させた。これにより1998年度から、消費者（組合員）が参加する「おおぜいの自主監査」が実施されてきた。

東都生協は、1973年の発足時から「産直」により、「いつ」「どこで」「どのように」育てられたかを明らかにすることをめざし、2001年からは各地にある産直産地を対象とした「公開監査」を実施している。併せて、生産者と消費者が協同して1987年の「土づくり宣言」運動を立ち上げ、「土づくり基金」をつくって農家が有機農業への転換にも支援している。パルシステム生協は、特定の農薬から段階的に削減していく「農薬削減プログラム」を1998年から開始し、このプログラムによる農薬・化学肥料の使用程度に応じて農産物に「コアフード」（有機農産物）、「エコ・チャレンジ」（減農薬減化学肥料）という名称を付けて取り扱っている。同生協では、生産者と消費者の交流を通じて信頼関係を培う産直事業の一環として独自の「公開確認会」を行っている。

また、産消提携グループが数多く参加する日本有機農業研究会は、次のような対応を行った。

1999年のJAS法一部改正に対しては、それまでの反対もあり、議決時には、9項目からなる付帯決議が決議された（参議院1999年5月7日）。「本法の運用に当たっては、次の事

項の実現に万全を期すべきである」とされたその付帯決議の項目の一つに、「四 有機食品の表示については、有機農家と消費者との間において信頼関係が保持されている有機農産物の流通実態に特に配慮すること」というものがあつた。つまり、産消提携については認証義務を免除せよなどの要求が出されていたことを汲み上げた内容である。

JAS 法一部改正案が成立後、有機農家や消費者のあいだでそのような付帯決議の早急な実現についての声が出たことから、2000 年 2 月 17 日、農林水産省担当者との懇談会（「第 3 回 JAS 制度市民公聴会」、主催「食・農ネット」）が院内で開かれた。そこでは、提携団体の認証義務づけ除外の要望などが出されたが、農林水産省が考えた「提携への配慮」とは有機農産物等の名称の表示の規制対象範囲を明確にし、それ以外の範囲の情報提供であれば「有機」という用語を認定なしで使うのはかまわないという内容であつた。その後、これを踏まえて日本有機農業研究会（提携と基準部）が農林水産省と折衝を行い、JAS 法上の有機農産物等の名称の「表示」の規制対象範囲と規制対象とならない「情報提供」の範囲を実際の「提携」活動で行われている野菜ボックスに入れるニュースレターやチラシ・パンフレット類などに即して整理し、公文書（照会）で確認した。

その内容は、有機 JAS 検査認証制度が実施に移される時に、農林水産省が 2000 年 11 月 20 日付で「有機農産物及び有機農産物加工食品の検査認証制度の円滑実施等について」と題する地方農産局長、都道府県知事宛に発出した食品流通局長通達にも掲載され、日本有機農業研究会会誌『土と健康』2000 年 6 月号にも掲載された（関連の記事は「JAS 法改正時の付帯決議その後（第 5 報）」『土と健康』2000 年 12 月号、『有機農業に関する基礎基準 2000』と JAS 認証制度をめぐる動き』日本有機農業研究会、2000 年 8 月、所収）。

その後さらに、『有機農産物及び有機加工食品の JAS 規格の Q & A』（農林水産省 消費・安全局 表示・規格課、最新版・平成 23 年 9 月）の問 146 に次のような Q & A として掲載されている。長くなるが、引用しておこう。

（問 146）日本農林規格に基づいて栽培した農産物を産消提携により販売したいと思いますが、有機農産物の認定生産行程管理者にならなければなりません。

（答）

産消提携を行っている場合であっても生産した農産物に「有機」の表示を行い販売する場合は有機農産物の認定生産行程管理者になる必要があります。

産消提携は、生産者と消費者の特別な信頼関係に基づいて行われている販売形態であり、商品の購入前・購入時に生産に関する幅広い情報の開示と交換が行われていると考えられます。このような場合は、既に商品（農産物）の生産に関する状況（有機農産物の日本農林規格に基づいて生産されたものであること等）について幅広い情報の開示が行われており、商品に対して「有機」と表示することができなくても特段の支障はないと考えています。

なお、商品及びその包装、容器、送り状以外のもの、すなわち商品を説明するパンフレット、注文書等については規制の対象になりません。

1 規制の対象となる表示

- (1) 指定農林物資に貼付された有機表示のシール
- (2) 指定農林物資を入れた容器、包装若しくは送り状（商品に併せて発給される納品書・仕切り書等のことをいう。以下同じ。）に付された有機表示
- (3) 陳列された指定農林物資について有機である旨を指し示す立て札の有機表示

2 規制の対象とならない情報提供

- (1) 新聞、雑誌、インターネット等の媒体における有機農産物を取り扱っている等の説明文（指定農林物資の写真やイラストを掲げそれが有機である旨を説明しているものを含む）
- (2) チラシ、パンフレット、ニュースレター及び看板における上記と同様の記載
- (3) 次週供給される物品の注文案内チラシにおいてどれが有機かを示す記載（写真やイラストを含む）
- (4) 注文書上においてどれが有機かを示す記載
- (5) 顧客が選択した後に、配送される野菜ボックスに入れられたニュースレター等であって、どれが有機野菜であるかが分かるよう説明した文書（引用以上）

要するに、JAS 法が規制しているのは、農産物の「容器・包装、及び送付状」（送付状とは、荷札、伝票などを指す）であり、そのほかの情報提供は（不当表示―虚偽、誇大、優良誤認などの不適切な（広義の）表示ではないかぎり）、行ってよいというものである。

一般に、有機農業の「提携」では、有機農家（生産者のグループ、生産者個人）と消費者（消費者のグループ、複数の消費者個人）は、じかに会って手渡すなどの方法により、特定の消費者への独自の流通を継続的に行っており、学習会・作付け会議・総会や農作業体験・援（縁）農・現地見学会・収穫祭などのさまざまな活動を通して、人と人との友好的つながり（有機的な人間関係）を築くなかで進められるので、農産物の栽培方法に関する幅広い情報がそうした消費者の間に伝わっている。

このように、産消提携の場合は、基本的には生産者から消費者に農産物がじかに手渡されるので、個々の農産物に特段に「有機」の表示をする必要はないであろうということである。2000 年時点でこのような通知が出されたが、ただし、その後の相次ぐ食品一般の偽装表示問題などによる JAS 法の規制的側面の強化もあって、提携有機農家であっても、情報提供の際に、「有機」という表現をしていない場合が少なくない。「化学合成農薬を使わない」「化学肥料を使わない」という情報提示にしている場合や、特別栽培農産物に関する表示ガイドラインによる同様の表記が使われる場合もあるようである。

「有機農業」や「有機農産物」という用語は、歴史的・社会的な経過を経て市民権を得て定着してきたものである。共通項は化学合成農薬・化学肥料を使わないということになるが、有機農業は、それらを大枠で踏まえた上での総合的な農業を指している。「有機農産物 JAS 規格」は、そうした有機農業でつくられた農産物をより厳密に線引きして表示する場合の要件を規定したものといえるが、その認証方式に対しては、特に小規模の有機農家にとって、負担感・違和感が少なくないのが実情である。有機農業推進のためには、有機農家が安心して有機農産物であることを表示できるようにしていくことが緊急の課題であろう。

海外・国際的な動向をみても同様であり、基準認証への取組みについても、前述したように、「生消交流による信頼構築」を原理に据えた PGS を認める動きが沸き起こっている。

「提携」の取組みは、1970 年代に始まり、その理念や方法を踏襲しながら多様化した流通を生み出し、有機農業を広げてきた。そのバリエーションとしては、宅配利用の主に有機農産物を取り扱う専門事業体、生協、食養・宗教など多様な団体による有機農産物等の流通をあげることができる。こうした多数の会員・組合員などのある程度特定された「消費者」に対しては、それぞれの活動や流通のしくみの中で農産物の栽培方法に関する幅広い情報が届けられていることが多い。

不特定多数を対象にした有機農産物の販売の場は、有機農業の発展と共に増えているが、ある程度の地域内に留まるものもある。たとえば、地域の朝市、小規模な地域の農産物直売所、農産物の販売を含むフェアなどの催しなど。また、前述のフェアなどイベントに含まれることが多いが、「提携」団体や生協、専門事業体・流通事業者などが会員以外の消費者に向けたイベントで農産物を販売するような場合もある。

このような生産者と消費者が信頼関係を構築できる可能性の高い場における有機農産物の表示・情報提示及び認証については、IFOAM の PGS の動向も踏まえた検討が必要な時期にきているといえよう。

2章 「オーガニックフェスタ in あきた」における 有機農家と消費者の信頼形成の試み

谷口 吉光

1 はじめに

秋田県秋田市で、2010年から年1回、有機農業の交流・直売イベント「オーガニックフェスタ in あきた」（以下、フェスタ）が開催されている。秋田県には有機JAS認証を取得している野菜農家がほとんどいないため、フェスタでは有機JAS認証を取得していなくても有機農業で栽培された農産物を出展できる独自の仕組みを考案し、2年間にわたって試行してきた。この仕組みは有機JAS認証制度に対するひとつの代案（オルタナティブ）といえるものであるが、「認証システム」（certification system）と呼ぶのはふさわしくないと考えているため、本稿ではフェスタにおけるこの仕組みを仮に「秋田方式」を呼ぶことにする。

本稿の目的は秋田のフェスタと「秋田方式」の概要を紹介することである。全国的に有機JAS認証の普及が頭打ちになっている現状を踏まえ、有機農業推進法に基づいて有機農業を広げるために、有機JASを必要としない「秋田方式」の意義と可能性について注目していただければ幸いである。

なお筆者は有機農業を研究している秋田県立大学の教員であるが、フェスタの副実行委員長として「秋田方式」の企画・実施に関わってきた当事者であることをお断りしておく。

2 「オーガニックフェスタ in あきた」の概要

フェスタの開催を最初に考えたのは、秋田県有機農業者が作る団体「秋田県有機農業推進協議会」（相馬喜久男会長、以下秋有協）であった。秋田県では有機JASを取得した農家、



特に有機野菜農家の数はとても少ない。米どころということで有機JAS米を作る農家は大潟村を中心に約120名、面積約800haと全国屈指の取り組みを誇っているが、有機JASを取得した野菜農家はほとんど存在しない。

その原因としては、秋田県の農業が米偏重のため、そもそも

野菜農家が少ないという背景がある。またJA（農協）の力が強いために、農薬や化学肥料をまったく使わない有機農家を「変わり者」「異端児」として排除する風潮が強かったことも一因だっただろう。それに加えて秋田県庁も有機農業に対して消極的な態度であった。

しかし、秋田県には有機農業運動の長い歴史がある。1970年代に旧仁賀保農協（現JAしんせい）の佐藤喜作組合長が呼びかけた有機農業運動と自給運動は全国的に有名だし、大潟村には故郷津恒夫氏・故早津勘一郎氏らによる大潟村有機農業研究会の運動があった。現在は前述の秋有協のほかに、秋田県有機農業研究会（佐藤誠会長）や東北全体の有機農家のネットワークである東北有機農業推進協議会が活動している。

2008年に鹿児島県で初めて開催された「オーガニックフェスタ鹿児島」で1万人の来場者があったというニュースは、全国の有機農業関係者にとって大きな衝撃となった。有機農家が少ない上に相互の交流もほとんどないという秋田の現状を打破するために、県内の有機農家と消費者が一堂に集まる出会いの場としてフェスタをやってみたらどうかという機運が高まり、2010年8月21日に秋田で初めてのフェスタが開催された。主催は有機農家と消費者から構成されるフェスタ実行委員会であった。秋有協会長の相馬が実行委員長、私谷口が副実行委員長を務めた。幸い、初めてのフェスタには20団体・個人の野菜・果樹農家を含む30団体・個人が出展し、来場者も予想を大きく超える3,000人が足を運んでくれ、大成功といえる結果となった。「秋田でも有機農業に関心を持つ消費者がこれだけいる」ことがわかり、東北各地の有機農業関係者に朗報となった。2年目は2011年8月20～21日の2日間開催し、22団体・個人の野菜・果樹農家を含む41団体・個人が出展、来場者は約4,000人に上がった。

各地からの問い合わせに答えるため、フェスタの開催方法を記録した報告書を作成したところ、それを参考にして2011年には島根県と山形県でフェスタが開催され、それぞれ多くの来場者があった。このように秋田のフェスタは、県内のみならず全国のフェスタにも大きな影響を与えている^(注)。

3 「有機」に関する基準の策定

有機野菜を栽培する農家が極めて少なく、有力な出荷団体も存在しない秋田県では、フェスタ開催以前には県内のどこにも有機農家がいるかすら誰もわからない状況であった。そこでフェスタの出展基準については、実行委員会で何度も検討し、生産者の要望や地域の条件を考慮して、次のような独自の基準を作った。



①有機農業推進法に基づいて「有機」を「無農薬・無化学肥

料・遺伝子組み換え技術不使用」と定義した。

- ②有機農業に取り組む生産者を増やすために、将来有機農業をめざすという条件で、減農薬・減化学肥料栽培以上の農産物の出展も認めた。
- ③県内の有機農家のほとんどは有機 JAS 認証や特別栽培認証を取得していないと想定されたため（調べてみると実際にそうだった）、有機 JAS や特別栽培の認証取得を出展条件としなかった。
- ④畜産物については、有機 JAS に規定されている「有機畜産物」が県内で存在しないことを踏まえ、「自給飼料を一定以上使っていること」という独自条件とした。
- ⑤加工食品や総菜・料理については、有機 JAS に規定されている「有機加工食品」が県内で存在しないことを踏まえ、主たる原料が有機農産物であることを条件とした。

4 「秋田方式」の概要

前述のように、秋田では有機 JAS や特裁の認証を出展条件にしないことにした。そのため、農家が出展する農産物が本当に有機栽培（あるいは特裁）かどうかを確認することが必要であった。実行委員会で議論して、有機 JAS や特裁の認証に代わる独自の方法「秋田方式」を考案した。秋田方式は①書類審査、②現地確認、③栽培カードの作成と提示、④農家自身による販売と消費者との対話という 4 つの手続き（ステップ）から成り立っている。

(1) 書類審査

出展募集チラシに出展条件を明記し、チラシ裏の「出展申込書」で申し込んでもらうことにした。実行委員会のメンバーで選考委員会を作り、申込書に書かれた内容をもとに書類審査を行った。書類審査で出展を断った例としては、水耕栽培や、天然の山菜やキノコを採取して出展したいという例があった。

(2) 現地確認

書類審査をパスした出展希望者の圃場を訪問し、本人と会い、圃場を視察し、話を聞いて、農薬と化学肥料の使用の有無、それと認証を取っているかどうかを確認し、採否を決定した。この手続きを「現地確認」と呼んでいる。現地確認には、実行委員のなかから有機農家、研究者と消費者が参加した。

記入用紙を用意して、実行委員の前で、出展者に、出展する農産物の名前、栽培に使用した農薬と化学肥料の有無、認証の有無をひとつひとつ確認しながら用紙に記入していく（用紙の現物は図 1 を参照）。実際の大きさは A4。用紙は農産物と加工食品、料理・惣菜の 3 バージョン作成した。それが終わると、最後に「以上の通り相違ありません」と、用紙の下に出展者に署名をしてもらった。以上の手続きをもって、実行委員会は「出展者の申告は事実と相違ない」と信用することにした。

図1 出展物の栽培記録（農産物）

オーガニックフェスタ in あきた 2010
出展物の栽培記録（農産物）

作物名	肥料	農薬	認証の有無	備考

以上の通り相違ありません

年 月 日

署名 _____

「秋田方式」の現地確認は有機JASの現地審査とはかなり違う。まず「専門の研修」を受けた有機JASの検査員ではなく、有機農家と研究者と消費者が出向く。これは、いわゆる「有機JASの専門家」でなくても、複数の一般市民の目によって農薬や化学肥料の使用の有無を判断できるという考え方に基づいている（中島紀一氏らの「公開監査」を参照）。

特に経験を積んだ有機農家なら、圃場を見て農家の話を聞けば、農薬や化学肥料を使っているかどうかだいたい判断できると考えた。

それに加えて、人間的な信頼の問題がある。フェスタの実行委員がわざわざ何人も自分の圃場に来ているのだ。その人たちの前で、農薬と化学肥料の有無を答え、「相違ありません」と署名して、なおウソをつくような農家がいるだろうか。「秋田方式」では、そんなウソまでついて有機農業をやる農家はいないだろうと想定している。

まして、フェスタは秋田県内のローカルなイベントである。仮にウソをついたとしても、地域の噂になってばれてしまうに違いない。「秋田方式」の実効性はそうした地域の「目」を前提にして成り立っている面がある。

そのような条件をふまえて、「現地確認」では出展者を信用するところからスタートしている。「現地審査」ではなく「現地確認」という言葉を使ったのもそのためである。「私たちは基本的に出品者を信用する。現地を見て、出品者の言っていることが正しいことを確認するのだ。最初から疑って審査するのではない」という気持ちを込めているのである。

実際、幸いなことに、これまで現地確認をしたあとに出品を断らなければならなかった農家は1人もいなかった。私たちの考えはまず間違っていなかったと思っている。

（3）栽培カードの作成と提示

「秋田方式」の3番目のステップは、現地確認で記入した用紙を清書して、「栽培カード」を作成し、フェスタ当日の出品者ブースに提示することである。「栽培カード」の記入例を図2と3に示した。実物はカラーで、サイズはA4である。図2は完全無農薬・無化学肥料栽培で、有機JAS認証を取っていないことを表している。図3は、農産物によっては、有機

JAS 認証を取得していることや減農薬や減化学肥料のものもあることを示している。このように品目別に細かく表示できるのが栽培カードの特長である。

図2 栽培カードの例

オーガニックフェスタ in あきた 2011 出展物の栽培方法（農産物） 〇〇農園				
作物名	化学肥料	農薬	認証の有無	備考
キュウリ	なし	なし	なし	
ジャガイモ	なし	なし	なし	
ゴマ	なし	なし	なし	
お米	なし	なし	なし	

※オーガニックフェスタ in あきた 2011 では、有機農業に取り組む生産者を増やすために、将来有機農業に取り組むという条件で減農薬・減化学肥料栽培以上の農産物の出展を認めています。

※有機 JAS については、この条件を満たす野菜・果物・加工食品・畜産物等は秋田県内にほとんど存在しないためフェスタでは有機 JAS を出展の条件にはしていません。

※フェスタ実行委員が事前に生産者に栽培方法等を確認しています。来場者の皆さんは、このパネルをご覧ください。生産者の説明を聞いて納得した上で購入して下さい。ご質問があれば総合受付までお問い合わせ下さい。

図3 栽培カードの別例

オーガニックフェスタ in あきた 2011 出展物の栽培方法（農産物） 〇〇農園				
作物名	化学肥料	農薬	認証の有無	備考
米	なし	なし	あり	JAS 有機認証
ニンニク	1/2以下	なし	なし	
タマネギ	1/2以下	1/2以下	なし	

ところで、カードの下に小さな字で次のような但し書きがある。

※オーガニックフェスタ in あきた 2011 では、有機農業に取り組む生産者を増やすために、将来有機農業に取り組むという条件で減農薬・減化学肥料栽培以上の農産物の出展を認めています。

※有機 JAS については、この条件を満たす野菜・果物・加工食品・畜産物等は秋田県内にほとんど存在しないためフェスタでは有機 JAS を出展の条件にはしていません。

※フェスタ実行委員が事前に生産者に栽培方法等を確認しています。来場者の皆さんは、このパネルをご覧ください。生産者の説明を聞いて納得した上で購入して下さい。ご質問があれば総合受付までお問い合わせ下さい。

この但し書きからわかるように、「栽培カード」は現地確認の結果をそのままフェスタに来た消費者に伝えるとともに、フェスタの考え方を消費者に伝える目的で作ったのである。



るか信じないかは消費者の判断に任せることにしたのである。「栽培カード」下の但し書きはそのことを表している。

(4) 農家自身による販売と消費者との対話

「秋田方式」の最後のステップは、フェスタ当日に農家自身が直接来て販売することである。このことは出展者募集チラシに「原則として作った人が直接販売すること。委託や仕入れは認めません」と文章で示してある。フェスタを通じて農家と消費者の信頼形成をするためには、両者が直接顔を合わせて交流することが不可欠な条件だと私たちは考えている。

農家は自分が育てた農産物だから、消費者に質問をされても自信を持って答えることができる。消費者も農家の顔を見て、人柄をある程度知って、説明を十分に聞いて、納得した上で買うことができる。このような当事者同士の対話と交流を通じて、人間と人間の信頼関係を形成することがフェスタにとってなくてはならない条件である。

また「秋田方式」では、このような手続きを通じて、出展者の申告を信用するかどうかを消費者の判断に委ねている点も強調しておきたい。

5 「秋田方式」の評価

フェスタには2010年1日で3,000人、2011年には2日間で4,000人と予想を超える来場者が訪れたが、幸い「有機」の表示や生産者の説明をめぐるクレームやトラブルは一切なかった。また、2011年にはフェスタの来場者と出展者にアンケート調査を行い、秋田方式によって消費者から一定の信頼が得られるという結果を得た（紙数の関係で省略）。これらのことから、有機JAS認証がなくても、「秋田方式」によってフェスタにおいて有機農業で栽培された農産物の販売が可能であること、および消費者から一定の信頼は確保できることが例証されたと考えている。

注

フェスタの詳細については、2010年報告書『オーガニックフェスタ in あきたは、こうして始まりました』と、2011年報告書『秋田発！ オーガニックフェスタをはじめよう』を参照。

(たにぐち・よしみつ 秋田県立大学地域連携・研究推進センター教授)

3章 生消交流と「公開確認会」 —パルシステム神奈川ゆめコープの取組み

久保田 裕子

1 はじめに

「パルシステム神奈川ゆめコープ」（以下、ゆめコープと略）は、首都圏を中心に1都8県の9生協で展開するパルシステム生活協同組合連合会（以下、パルシステムと略）の会員生協のひとつで、会員約25万3千人（2011年）に対し、総合的な食料品の宅配事業（事業供給高約423億円（2011年））を行っている生協である。パルシステムは、1970年代に各地で発足した食品の安全性問題や環境配慮に重きをおく生協の事業連合組織で、牛乳、無添加ハム・ソーセージの製造に始まり、米、野菜、調味料、その他加工食品など、安全・環境配慮のさまざまな食品を主に「産直」活動により取り扱っている。パルシステムは、ゆめコープなど会員生協を併せると、全体の組合員総数は約130万人、約100万世帯に宅配事業を行っている。

パルシステムは、産直を、「生産者と消費者の交流を通じて、共に創る運動」と規定している。パルシステムは、生協の理念である「人と人の助け合い」を原点とし、その理念に、「心豊かなくらしと共生の社会をつくる」を掲げている。産直事業は、単なる産地直送では決してなく、さらに単に商品としての製品の安全性確保のためだけでもなく、「日本の食糧自給による安全保障、農山村の高齢化・後継者不足、農薬使用による環境負荷、そして食の安全性等、農業を取り巻く諸問題は、単に産地だけのものではなく、産品である食料を購入する消費者自身の問題でもある」として、消費者（組合員）の積極的な関与を喚起してきた。

そのためパルシステムは、産直を「農産物・食料の流通・加工をめぐる矛盾を体験的に明らかにする社会的な実践運動」と位置づけ、「持続可能な農業の発展に貢献すること」「食料の自給・安全・安定の実現」「相互がパートナーとして対等・平等の関係になること（交流・情報開示・仲間づくり）」「産地・生産者・栽培・出荷等の基準が明らかになること」をめざして取り組んでいる。（パルシステム生活協同組合連合会ホームページ、「食と農をつなぐ産直（産直への取組み）」による。）

本章は、ゆめコープの理事長を2004年から2011年まで務めた齋藤文子さんに、パルシステム及びゆめコープの生産者消費者交流事業、公開確認会を中心にしたヒアリングの記録である。併せて、資料により補ったところもある。

ヒアリング 2010年10月22日、2012年2月7日

齋藤文子さん（2004年～2011年 パルシステム神奈川ゆめコープ理事長）

2 消費者の産直交流の概要

ゆめコープの沿革は、1975年に発足したけんぼく生協、1984年に発足した川崎市職員生協（その後、1995年から生協ゆい発足）が2000年にゆめコープとして発足したもので、2006年にパルシステム神奈川ゆめコープと名称変更した。加盟するパルシステム生活協同組合連合会は、発足は、1977年「首都圏生活協同組合事業連絡会議」による共同仕入れにさかのぼる。畜産事業と無添加ハム・ソーセージ製造事業を起し、1986年には「せいきょう共同事業センター」を開設し、その後名称を「首都圏コープ事業連合」として供給活動を行い、1989年に、「生活協同組合連合会 首都圏コープ事業連合」として生協法人認可を受けた。2005年に名称を「パルシステム生活協同組合連合会」と変更して今日に至っている。

首都圏の9生協において、約100万世帯に食料を供給するパルシステムは、「100万人の食づくり運動」として産直交流と地域参加（地域づくり）に積極的に取り組んできた。2010年11月に使った発表資料（パワーポイント）から、次にレジメを掲げておこう（齋藤文子氏提供）。

◎パルシステムの産直と交流

（1）食と農をつなぎ「いのち」と「環境」を守る

1）産直4原則

- ①生産者・産地が明らかであること
- ②生産方法や出荷基準が明らかで生産の履歴がわかること
- ③環境保全型・資源循環型農業を目指していること
- ④生産者と組合員相互の交流ができること

2）産直3つの価値

- ①安全・・・「いのち」を支える食だから
- ②おいしい・・・食卓を笑顔と感謝で満たす
- ③つなげる・・・「農」と「暮らし」を未来に手渡す

3）公開確認会

- ①農産物を食べる人が 栽培方法や安全性への取り組みを
直接確認する独自のしくみ
- ②90産地以上で実施、3390名の組合員が参加
- ③2600名が監査人講習会受講

4）生物多様性

生き物調査

（2）耕畜連携で食料自給率を高める

・「日本のこめ豚」 ・「玄米たまご」 ・「こめ鶏」

（3）地域ぐるみの産地協議会（連合会・会員生協と、全国で13か所）

- ・海を守るふ〜どの森づくり野付植樹協議会
- ・恩名村美ら海産直協議会 ・JA ささかみ食料と農業に関する推進協議会
- ・小田原食と緑の交流推進協議会 ・花巻食と農の推進協議会
- ・宮城みどりの食と農の推進協議会 など

(4) 畜産産直協議会

- ・ノーザンビーフ ・までっこチキン ・山形コープ豚 ・首都圏とんトン

(5) 100 万人の食づくり運動

パルシステム商品を利用すると、産地と食卓と、未来がつながる

産直プロジェクト 11

- ・「産直原料」 ・「もったいない」 ・「ごはんもう一杯」 ・「生物多様性」
- ・「フードマイレージ」 ・「地球温暖化防止」 ・「産直交流」 ・「森林里山再生」
- ・「植樹」 ・「珊瑚の森づくり」 ・「耕畜連携」

(6) 100 万人の行動計画

- ・「予約登録米」 ・「産直いきいき品質」 ・「産直おいしさ品質」

パルシステムの産直は、前述のように、単なる産地直送ではなく、「生産者と消費者が交流を通じて、共に創る運動」であり、「農産物・食料の流通・加工をめぐる矛盾を体験的に明らかにする社会的な実践運動」であることから、このレジメにみられるように、農業・農村の全般の状況を踏まえたさまざまな活動を行っている。

特に、貿易自由化を進めるガット・ウルグアイラウンドの包括的な協定を日本が受け入れた後に制定された食料・農業・農村基本法（新農業基本法、1999 年）を機に、2000 年にパルシステム独自の新農業政策を策定、パルシステム内に新農業委員会を設置して、食料自給率の向上に向けた活動に力を入れるようになった。前後して「農薬削減プログラム」が 1998 年から始まった。後述するが、特定の農薬から段階的に削減していくプログラムである。このプログラムによる農薬・化学肥料の使用程度に応じて、パルシステムは農産物に「コアフード」（有機農産物）、「エコ・チャレンジ」（減農薬減化学肥料）という名称を付けて取り扱っている。

ゆめコープでは、生産者と消費者（組合員）の交流事業として、「小田原食と緑の交流推進協議会」「花巻食と農の推進協議会」「宮城みどりの食と農の推進協議会」を作り、都市住民と産地との交流を行っている。次に、「小田原食と緑の交流推進協議会」の活動を中心に、生産者消費者の交流事業をみてみよう。

3 地域参加の事例——小田原食と緑の交流事業の展開

この生消交流事業は、「農業者と都市生活者が、共に暮らしの中の課題を解決し、豊かな地域社会を作る」ることを目的とし、①持続可能な農業・社会・地域⇒地域循環型・環境保全型農業の推進、②商品開発・流通⇒独自ブランド商品開発、地域ブランド、異業種との協働（地域クラスター）、③地域再生（コミュニティー、農、伝統）、④グリーンツーリズム、

⑤半農半X、⑥教育⇒食育・環境・歴史・文化に貢献することをめざすものである。

具体的には、神奈川県小田原市において、「小田原食料と農業に関する基本協定」を、①（農事組合法人）小田原産直組合（ジョイファーム小田原）、②パルシステム神奈川ゆめコープ、③パルシステム生協連合会、④（株）ジーピーエスの4者で結んで「小田原食と緑の交流推進協議会」を設立し（2002年4月）、併せてNPO法人「小田原食とみどり」を立ち上げ（2004年7月）、農業体験や各種の教育プログラム、就農者支援・商品開発・都市農業成長特区事業・拠点作りの各プログラムを実施していく事業である。なお、後述するが、（株）ジーピーエスは、パルシステムの100%出資子会社で、同生協の産直青果の企画、仕入れ、販売を行っている。2009年の実績では、年間4345人がこの交流事業に参加した。

農業体験プログラムでは、収穫体験イベントは、オニオン祭や、みかん、ブルーベリー、サツマイモなどの収穫体験に、1600人が参加。一定の連続した体験作業を行う「たんぼの学校」「はたけの学校」「ハーブの学校」「果樹の学校」は、2010年の登録者数は、全14コース、110家族・個人327人であった。

「たんぼの学校」は、初級コース、中級コース、自主コース、インストラクター実習、マイたんぼと、ステップアッププログラムになっており、2年目以降の中級コース以上は、「豊年倶楽部」に入り、自家用米をつくることができる。さらに意欲のある受講者は、就農や半農半Xの道も開かれている。

「はたけの学校」は、やはり同様に、初級コース、中級コース、半就農となっている。肥料は事務局が準備し、インストラクターの指導の下で作付計画に沿って作業をしていく。収穫された野菜の一部は販売し、自主運営につなげている。

「ハーブの学校」は、ハーブインストラクター養成コースに2010年は16名が学んだ。畑での作付け、手入れ、収穫作業の後、ハーブの利用方法などについて「ハーブ倶楽部」が活動している。

「果樹の学校」は、生産者の圃場に入り小田原の特産のみかん、梅、キウイフルーツの作業を体験する。

「商品開発」として、特産の梅ジャムや「物語」のあるブルーベリージャムづくりなどを行い、パルシステムのカタログで販売してきた実績をもつ。

このような活動は、地域に広がる耕作放棄地の復元と有効活用を行うもので、小田原市の都市農業成長特区事業として同市との協働事業としての側面ももちながら行っている。2010年に活用された耕作放棄地は、12圃場約1ヘクタールであった。そのうち4カ所は、荒地になっていたものを、田んぼ・はたけに復元した。地域農業振興のための施設「梅の里センター・みのり館」の指定管理も行っている。

また、地域の「小田原有機の里づくり協議会」に参画、その他、「小田原まちなかイベント」「ファームエイド銀座」「築地本願寺安穏朝市」「鈴廣桜の市」「マルシェ ジャポン in 小田原 箱根」などのイベントにも参加し、地域における農商工連携をすすめている。

生消交流事業は、この地域だけでも年間4千人を超える。家族連れで畑や土、田んぼに棲息する生きものに触れることは、農と環境を考える食育の第一歩となり、未来へつなぐ農業・社会・地域づくりに関わる人々の裾野を広げることになるだろう。

4 「公開確認会」の取組み

(1) 公開確認会の目的と意義

生産者と消費者の交流を通じて信頼関係を培う産直事業の一環として行われているのが独自の「公開確認会」である。パルシステム（当時、首都圏コープ）は、「農薬削減プログラム」の実施に伴い、産地からの正確な情報や評価のために首都圏コープ農薬削減プログラム推進会議が主体となって1999年に第一回目の公開確認会を開催した。その後、パルシステム新農業委員会に引き継がれ、すでに実施回数103回（2011年12月）を数えている。2010年からは、連合会ではなく各会員生協が担当するようになった。2011年9月、ゆめコープは、「首都圏とんトン協議会」の公開確認会（ゆめコープが主催、パルシステム連合会新農業委員会が主体）を実施した。

公開確認会は、生産者と消費者の交流により築かれる信頼関係づくりをさらに一歩進めるもので、お互いの“顔がみえる”だけでなく、畑の状況や栽培内容を実地で消費者（組合員）に明らかにし、さらに、客観的に評価する場を設けることで透明性・公開性・客観性を図りながら安全・安心、環境に関わる生産者の取組みを消費者（組合員）が一緒になって確認していくしくみである。

これは、消費者（組合員）」からの素朴で率直な疑問、「農薬を使っていないって、本当なの?」「安心できるという内容は?」に答えるためには、生産に関する記録や現地での一定のチェック項目の評価確認が必要であり、そして何よりもじかに生産者に会って話をきくことがだいじであるということから始まった。試行錯誤を経て、第三者認証（有機JAS検査認証制度）における現地検査・調査とは性格の異なる、消費者が農業や産地を学び、生産者とのきずなを深める場が作り出されている。

消費者（組合員）は監査人講習会（初級、中級）を受講して公開確認会における監査の目的や方法、監査内容、留意事項を学ぶ。中級まで修了した者が監査人となることが多い。監査人は消費者（組合員）のいわば代表として産地に行き、監査に当たる。公開確認会は、監査人以外の一般参加の消費者（組合員）にも開かれており、これに参加することで、ふだん自分が食べている生産物の作り方、育て方を実地で知り、生産者にじかに質問することができる。

他方、生産者（生産者団体）は、公開確認会における産地側からの取組みのプレゼンテーション、農場等の公開、記録類などの帳票類の整理、資料の作成など、かなりの準備を行う必要がある。が、そのことを通して、産地の取組みの総点検や見直しを行う機会ともなる。公開確認会は、生産者側から消費者（組合員）に対して、生産にかける思いや産地の安全・環境への取組みを実地でアピールするよい機会ともなる。そして、会期を通して、消費者からの疑問や要望をじかにきくことができると同時に、消費者から日頃の感謝の念や取組みへの評価、励ましを受けることも多い。

公開確認会は、リスクコミュニケーション（商品安全性に関する情報交換）の場であるだけでなく、さまざまなコミュニケーションの場であり、これを通して、消費者・生産者双方が、それ以前よりもより確かな安全・環境への根拠を持つことができるようになる。消費

者・生産者双方の距離が縮まり、消費者は産地への理解・愛着が深まり、生産者はより一層の改善・前進への意欲につながる意義をもつ。

(2) 公開確認会のしくみ

公開確認会は、開催対象者を決め、準備期間を経て、当日は、午前から午後へかけての一日、遠隔地の場合は1泊2日で行う。なお、監査人は、公開確認会に先立ち、前日から現地に入り、事前監査を行う。2010年9月にゆめコープが実施した「首都圏とんトン協議会」平川牧場（神奈川県藤沢市）での公開確認会を例にとり、概要をみよう。

午前10時に集合、農場にバスで到着。農場を見学、会場を移動し、主催者挨拶、連合会挨拶、受入れ団体挨拶の後、監査人の紹介、事前監査報告（事前監査は前日に監査人が実施）。昼食に生産物（豚肉）の試食、午後は、産地からのプレゼンテーション、そして確認会まとめとして、①質疑応答、②監査人所見報告、③産地受け止めを行い、閉会した。

この日は、事前の講習会を修了した監査人と一般参加の組合員、生産者、生協役職員、関係者など61名が参加した。監査人は、ゆめコープ理事4人、ゆめコープ職員1人、連合会職員1人、専門家（オーガニック検査員）1人の計7人であった。監査人になる資格は、初級監査人講習会及び中級監査人講習会を修了することで得られる。

確認項目は、「監査シート」を使う。それには、確認すべき項目と視点が一覧になっている。

「監査シート」の大項目をあげると、次のようである。それぞれの項目について、監査人（後述）が「所見」（改善すべき点、特に評価したい点）を記入し、それに使った参考資料があれば、「確認した飼料等」の欄に書き込む。

〈米・野菜・果樹〉

1. 産地の理念・事業内容について
2. 産地の組織や意思決定について
3. 産地の栽培基準について
4. 栽培の実践について
5. 表示・出荷について
6. その他

〈畜産品〉

1. 生産者（団体）の理念や事業方針について
2. 生産方法・出荷基準等について
3. 飼養管理について
4. 飼料及び飼料添加物について
5. 糞尿処理及びその活用について
6. 生産の特徴や生産者の努力について
7. トレース（※家畜導入から出荷、と畜、部位別カットなどを経て、組合員に届くまでの経路をさかのぼって辿ることの可否）
8. その他

このように、確認する内容は、生産者の理念や方針から始まる総合的なものである。そしてパルシステムが農薬等について適用している上述の独自の「農薬削減プログラム」に即した確認や防除資材、肥料材料などの帳票類、記録類の確認などが行われる。有機JAS認証を取得している産地もあり、内容的に重なるところもある。パルシステムは産地の有機JAS認証取得を支援している。

農薬削減プログラムは、「生産者・消費者が互いの立場を理解しながら農薬の使用量を削減していく」という、ステップバイステップ方式により総量規制を行い、削減させていくという方針をとっている。優先的に排除すべき農薬をリストアップした「農薬毒性評価基準一覧表」を作成し、それを削減する努力を行うにあたって、次の具体的な6つのプログラムを定めている。

プログラム1は、「産地への情報提供」——まず、産地への農薬の害についての積極的な情報提供や、消費者（組合員）の農薬削減に向けた要望やパルシステムの方針を伝えること、説明会や研修会を通して基本認識を共有すること。プログラム2は、「栽培実験の拡大」——無農薬（農薬不使用）や減農薬の栽培実験を継続・拡大し、農薬を削減した場合の技術確立を進めること、プログラム3は、「産地間の技術交流及び生産者の研修」——これらを通して全体の技術アップを図る。

プログラム4は、「個人別栽培管理と情報公開」——個人ごと、圃場（畑）ごとに、農薬使用や肥培管理を含めた栽培仕様を管理し、また、品目ごとに、栽培管理者を決め、管理する。「商品カード」だけでなく「栽培管理記録」も作成する。

プログラム5は、「農薬残留検査」——優先排除農薬を中心に残留農薬検査を強化、残留があれば改善を図る。プログラム6は、「生産者の理解」——生産者が負うリスクを少しでも軽減し、一方的な押しつけにならないために何をしたらよいのか、栽培管理記録等を公開すると共に、一緒に考える場をつくっていくことである。

「公開確認会」及び「農薬削減プログラム」導入の背景には、国の有機JAS検査認証制度の導入がある。周知のように農林水産省は、国内的には「有機」「減農薬」などの表示の混乱に対する整理、国際的には欧米主導によるFAO／WHO合同国際食品規格委員会（コーデックス委員会）での強制認証による「有機農産物」等の表示規制への整合化を図り、1999年に農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）の一部改正を行い、「有機」等の表示規制を強化した。「有機農産物」と「有機農産物加工食品」については同法による指定農林物資としての指定を行い、第三者機関による認証を取得しなくては、「有機」等の表示ができなくなった（2000年施行）。パルシステムは、有機JAS認証取得については、それまでの環境保全型農業への取組みに客観性や公正性を持たせるプラス材料と捉え、各地の生産者の有機認証取得に向けて支援している。

このような農薬削減プログラムをすすめるための産地とのやりとりや公開確認会の準備を支援し、一緒に取り組んでいるのは、パルシステムの子会社で産直青果、米、肥料の仕入れ・販売等を行っている（株）ジーピーエス（グリーン・プラザ・システムの頭文字による）である。日常的な仕入れ・販売業務の過程でも常にやりとりは行われている。公開確認会の開催前には、その準備のための会合は5～6回に及ぶ。このような事前の準備にジーピー

ーエスに関わることにより、公開確認会が可能になり、その成果があがっていることも見逃せない。

5 まとめ

以上のように、パルシステム及びゆめコープは、理念として「人と人の助け合い」「心豊かなくらしと共生の社会をつくる」「生命を慈しみ 自立と協同の力で 心豊かな地域社会を創りだします」を掲げ、産直を「生産者と消費者の交流を通じて、共に創る運動」と位置づけ、食の安全や農業、環境の問題も、単に生産者や産地だけのものではなく、消費者自身が積極的に関与すべき問題であるという観点から、生産者と消費者のさまざまな交流の場をつくりだしている。そして、そのような生消交流の場に、「農薬削減プログラム」の遂行と「公開確認会」が組み込まれることで、より具体的な観点から消費者が産地への理解を深めることにつながっている。このことは、農薬削減に伴う生産者側のリスクを消費者が理解し、リスクを分かち合うことにもつながる。

齋藤さんは、「私もずいぶん学ばせてもらった」と、生消交流がもたらす多くのものをあげる。

- ・農作業によりいのちを育てる体験をすることで、農の価値を知る
- ・食と農から多方面の課題（地球環境・平和・福祉）に意識を向ける
- ・消費行動が社会のしくみや構造を変える力を持つことに気づく
- ・地産地消、国産農産物を買うことが、農業を守り、自給率向上につながる

消費者が参加し、体験学習をすることで主体的な行動をするようになると同時に、産地・生産者にとっても、交流事業への関わりを通して、自分の地域の価値を再認識し、郷土愛が生まれる。

パルシステムは、第三者認証である有機 JAS 認証は客観性、公正性があることから取得を支援しているが、公開確認会は、特に消費者にとっては、農や食、環境を実地で体感し、感動する学びの場である。第三者認証だけではけっして得られない消費者の学びの場と生消のきずなを生み出しているといえよう。

参考資料

『2011 年 公開確認会報告集』パルシステム新農業委員会、2011 年

『パルシステムの公開確認会』パルシステム生活協同組合連合会

『首都圏とんトン協議会 公開確認会レジュメ』パルシステム神奈川ゆめコープ、2011 年 9 月 8 日

パルシステム神奈川ゆめコープ ホームページ <http://www.pal.or.jp>

パルシステム生活協同組合連合会 ホームページ <http://www.pal-system.co.jp>

NPO 法人小田原食とみどり ホームページ <http://www.shoku-midori.or.jp>

（くばた ひろこ 国学院大学経済学部教授）

第4章 生産者と消費者の交流を通じた相互理解の取組み事例

—NPO 法人食と農のまちづくりネットワーク・コラボ食堂を中心とした取組み(長野県上田市)—

古田 睦美

1 はじめに

長野県上田市は、長野県の東部に位置する人口約12万人の、県内第三の都市で、新幹線あさまの停車する上田駅、上田城跡を中心とする半径約5キロの市街地とその周囲の農村部からなる。城下町上田、塩田町、別所温泉村を中心とした上田市は、平成20年に周囲の農村武石村、真田町、丸子町と合併したことで農村部が拡大したが、元来、「蚕都上田」と呼ばれるように明治期からの軽工業や城下町の商業を中心とする町で、農業政策については、先進的ともいえる長野県の中では特記すべき点がない地域である。

政策的対応の遅れも手伝って、2010年の農業者の平均年齢は70歳を超え、上田市を含む東信地域の休耕地化率は県下最大となった。かつて昭和30年代には野菜の一大産地であったといわれ、山間部から盆地まで標高差のある地理的条件と、晴天率が高く気温の日格差の大きい気候条件から、多種の優良な野菜、果樹のできる条件の良い地域であるにもかかわらず、工業、商業も発達していたことから、兼業化も進み、手のかかる野菜づくりをやめて土日農業による米、小麦、大豆耕作のみに切り替えた世帯が多い。

他方、大地をご神体とし日本最古の神社とも言われる「生島足島神社」や上田国分寺を有し、「信州の学海」とも呼ばれ、古代の学問の中心地であった寺社仏閣が林立する別所があり、大正時代には農民や労働者自らが興した「信濃自由大学」「上田自由大学」運動が発祥した地でもあり、お上に頼らず、地域の民の自治的な機構が地域の運営を支えてきた気風の残る地域でもある。この上田に設立された長野大学も、塩田町や別所温泉村の人々が自分たちの財や土地を供出して誘致した私立大学にはじまる。地域の人々が自らの民家を改造して下宿の用意をし、寄付集めや学生募集にまで歩いたことに応え、建学の理念には「地域社会との密接な結びつきにより学問理論の生活化」を目指すとする。

2 NPO 法人の立ち上げまで

NPO 法人食と農のまちづくりネットワーク（以下、食まちネット）は、子育て中の主婦を中心メンバーとしてはじまった。運営に携わる主要メンバーの過半数は結婚によって転入して来た新住民である。信州に来れば穫れたてのおいしい野菜を子どもに食べさせる事ができる、近所の農家と顔の見える関係ができる、あるいは、あこがれの信州暮らし（漬け物づくり、おやきづくり）などをやってみたいという思いを抱いて来たのだが、農家や信州の食文化との接点がなかなか見い出せなかったという問題意識をもっている層である。他方、地域の農産物や食文化に関する知識や技術をもつ農村の女性たちは存在しているものの、上田

市農林部を事務局とする生活改善グループや、長野県の機関である上小農業改良普及センターの所轄する農村女性の団体では、農村女性の高齢化と活動の衰退が問題になっており、農村の食文化や農産物の情報の発信方法や発信対象も見つけられていなかった。そこで、この両者の女性の力を結合させることで、農村の知恵や技を伝えられる層と、教えてほしい層、生産している層と消費したい層を結びつけられるのではないかと考えた、新住民の主婦4名が働きかけて、2008年2月に、上田市の海野町商店街の海野町会館で、地域の農村女性のグループに農産物や加工品を持ち寄ってもらい、市街地の主婦や、商店主、観光業者などの交流会を開催した。

主要メンバーは、長野大学の食文化の講座や、「地産地消論」などの公開授業、保育園のつながりで出会った。また、この主要メンバーは、現在子育て中だが、数年後には自分の納得のゆく仕事に就きたいとも考えており、自己の能力開発や、新しい働き方づくりに関心がある層であることも一つの特徴である。

そこで、この会は、地元の農産物に関する知識を得る講座、地元の農産物を使いこなす料理講座、農家めぐり講座などの自主的な勉強会からスタートした。2008年には、長野県のNPO活動助成金を得てチラシを作成して配布し、地域の有機農家など熱意のある農家をめぐる講座、地方品種「山口大根」の伝統的な漬け物づくり、「ユメアサヒ」「ユメセイキ」などの地粉を使いこなす天然酵母のパンづくり、地方品種の大豆「コウジイラズ」を使いこなす講座と、仕事興しワークショップ、市民事業立ち上げ講座などを開催した。

3 NPO 法人化へ

2008年の講座を通じて、地元の農家とつながり、農産物を自分たちで流通させるしくみがなければ地域の農家の農産物を手にすることができないことや、地域の農家を支える活動が必要だということが共通の認識となってきた。市民事業立ち上げ講座参加者の中から、野菜の販売をする自主流通事業をやってみたい、NPO法人やワーカーズ・コレクティブを立ち上げたい、事務局をやってみたい、コミュニティ・レストランを立ち上げたいといった希望が出てきた。

いくつかの部会に分かれて事業化することも検討したが、まずは野菜市を中心に、農家と主婦や商業の人々が出会える拠点を皆で創ろうということになり、NPO法人化と、拠点となるコミュニティ・レストランづくりにとりかかった。

2008年には、市街地の主婦と有機農業者（長野県有機農業研究会東信支部の会員有志）、地域通貨蚕都クラブま〜ゆ、上田周辺の農家、地域の女性による農産加工組合（おいしい輪上小）、商店街、観光協会などに呼びかけて、長野県の上小農業改良普及センターの協力も得て数回の準備会を開催し、NPO法人食と農のまちづくりネットワーク（以下、食まちネットと略）は、2009年4月27日に第一回総会を開催し、5月に正式なNPO法人として認可された。当初の会員は約40名で、主婦、農家、商店主および商店街関係者、観光業者など多様な層からなっているが、理事は地域活動にほぼはじめて参加することになった主婦層と農業者によって占められた。

(1) 食まちネットの活動

食まちネットの目的は、定款によれば、「この法人は、農商工観光業者、市民に対して、食と農に関する地域住民の共通理解を深め、地域資源を活用できる人材を育成し、男女共同参画社会の形成を促進すると共に、産地とまちの共生的関係づくりに資する事業を行い、もって地産地消の推進と地域の活性化に寄与することを目的とする」ことである。

定款によれば活動の種類は下記の四つであり、

1. まちづくりの推進を図る活動
2. 男女共同参画社会の形成の促進を図る活動
3. 経済活動の活性化を図る活動
4. 職業能力の開発又は雇用機会の拡充を支援する活動

事業内容は下記の五つである。

- (1) 食農教育活動
- (2) 女性、若年者、高齢者に対するコミュニティ・ビジネスに関する人材育成講座
- (3) コミュニティ・レストラン事業
- (4) 地域色豊かな、食の研究
- (5) 農村部と都市部の交流の促進と農商工観光連携の推進

このうち、第一回総会では、長野県の「地域発元気づくり支援金」の助成に申請し、主に講座とコミュニティ・レストランづくりにとりくむことが決定され、2009年度から次の事業に着手した。

- 1) 地域で農業を支える（CSA）活動
- 2) 食農教育活動
- 3) 地域食材の商品開発
- 4) コミュニティ・レストラン「コラボ食堂」の運営
- 5) 人材育成

次に、それぞれの活動の背景と取組みについてまとめておく。

(1) 地域で農業を支える（CSA）活動

2008年からの活動を通して地域の農産物を地域で消費するしくみをつくるために自分たちの力で農家と街をつなぐ活動をはじめることになった。地産地消は、結果として地域の産業連関の好循環を作り出し、地域経済を改善する効果をもたらす可能性があるが、既存の市場経済の中で短期的な経済効果は得にくく、むしろ、地域の食料安全保障や、地域の農家の支援という側面をしっかりととらえておく必要がある。

他方、長野県は、地域の農家の組合による直売所運営の先進地である。直売所の建設や売り上げ向上は、県の地産地消計画にも盛り込まれている政策である。だが、いくつかの点で課題をもっている。一つは、直売所では有機農産物やエコファーマーの農産物などの特別扱いができない現状がある。農家組合や、その内部の部会組織（ナス部会、米部会など）が耕作方法や値段を標準化しようとする傾向があり、有機栽培による値段の差別化が集団の規範



新鮮な野菜市



農家支援のファーマーズマーケット

になじまないのである。また、この集団は農産物の規格や、包装についても厳格な監視体制になっており、直売所はまるでスーパーを目指しているのかと感じられるほどである。それに対して、主要メンバーは、はぶきなどの規格外農産物が山積みになっている朝市の風景や、安全でおいしい有機栽培の産物なら少し高くても買いたいというような意識を持っており、生産者との意識のギャップを感じざるを得ない。食まちネットのメンバーは、この規格外のイメージを「外国のマルシェ」みたいなファーマーズ・マーケットを企画したい、直売所で居心地の悪い思いをしている有機農家をぜひ支援したいと考えた。これには、メンバーの数人が10年前に設立された地域通貨「蚕都くらぶま〜ゆ」のメンバーでもあり、NHKで放映された地域通貨の紹介番組『エンデの遺言』にみられた有機農業を支援するイサカのCSA活動が念頭にあったことも関係していた。

こうして、直売所でもなく、マルシェでもない、新たな提携、上田地域に適合した農家支援のしくみをつくっていくために、「地域内フェアトレード」、「上田型CSA」という言葉を選ぶことになった。

現実には、発足当初から月一回のファーマーズ・マーケットや、商店街の取り組みに合わせた野菜市を開催してきた。

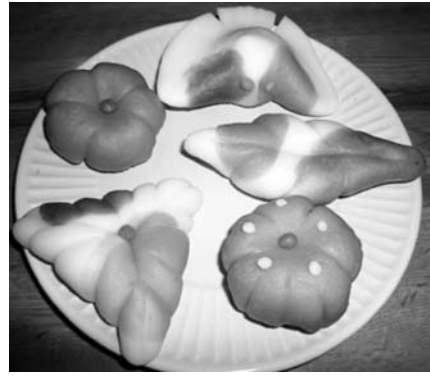
実際には、この活動の第一の柱が私たちのNPOの中で最も困難な歩みをしている。

田舎では野菜は高値で売れないこと、ファーマーズ・マーケットの規模が小さいと出店した農家は十分な日当が稼げないこと、商店街が農業に対する理解が不十分であることなどの課題が見えてきた。また、上田地域では農業が衰退してきており、そもそも新規就農者の受け入れや若手の育成を支援し農業を育てる必要があることも認識された。

それぞれに改善策を立てつつ、2011年夏から予約注文受付による野菜ボックスの販売を開始した。これは、月に一回のファーマーズ・マーケットに合わせて野菜セットの注文をとることで、出店した農家が市に参加した場合の日当分くらいは必ず稼げるように考えたものである。また、2011年度から、農家会員と消費者会員が集まって、農家を育てる提携のあり方や、自主認証制度のあり方、自主流通のあり方などの勉強会も開始した。

(2) 食農教育活動

長野県は都市部の周辺に農村地域が隣接しており、食育だけではなく、食農教育ができる地理的条件がある。食まちネットでは、まず会員の有機農家を中心に月に一回程度の農家めぐり講座、農業体験講座や、地域の農産物を使いこなす講座（農産物に関する知識と料理教室を合わせた形態）を行ってきた。たとえば、地粉を使ったおやきづくりやパンづくりを実施し、生産農家に地粉を持って説明に来てもらい、必要に応じて県の技術員や製粉業者の専門家なども招き地粉に関する知識を学び、同時に料理方法も学ぶことで、ようやく地粉の需要を作り出し、生産者と消費者を結びつけ、その後も続く関係を構築することができる。



地粉を使った「ねじ」パン

2011年度からは食まちネット内部に、農家支援部もでき、小麦プロジェクトでは、人手不足で刈り取った小麦を製粉所に持ち込めなくなっていた生産者のところへ食まちネットの3人の主婦が支援にでかけ、小麦の選別や輸送等を手伝うことで、地粉を製粉し、パン講座を開催することができた。今後は地粉のパン加工へとつなげることが課題である。

また、伝統野菜の勉強会、国選択無形文化財「ねじ」づくり講座、親子で一汁一菜体験、親子料理講座、上田の江戸時代の献立研究などを年間計画にもとづいて行ってきた。他方、クッキーづくり、漬け物、薬膳や食養生の講座など、会員の発案で年間計画にはない講座を自発的に行える体制づくりをすることで、主体的に楽しく活動できる、柔軟な会運営を行っている。

(3) 地域食材の商品開発

地域の農産物を使いこなす講座の積み重ねによって、地域特産物や、在来種の種子の重要性や地域での活用の意義等を共有することによって、地域の特性のある産物を使った加工品の開発を行い、事業の勉強をしてみたい主婦の人材育成をかねて商品づくりと販売に取り組んでいる。2010年度には、長野県によって信州の伝統野菜に認定された「山口大根」の保全に取り組む「山口大根の会」および長野大学の学生と連携して、はぶきの大根の活用する「山口大根ドレッシング」を商品化し、地域の直売所、商店街と協力して販売した。また、山口大根の伝統的な漬け方の講座の蓄



伝統の山口大根を加工場で加工

漬から漬け物を製造し、2011 年度には長野県に申請し、正式に伝統野菜山口大根のたくわん漬けを製造することができた。

また、江戸時代～大正時代の献立の研究や、地元特産物の研究成果を総合した上田らしい御膳「あや姫膳」づくりにも取り組み、県の「地域発元気づくり支援金」を得てレシピ集を発行し、食文化が継承され、地域で地域の特色ある農産物が活用されることを願って地域で配布した。

(4) コミュニティ・レストラン「コラボ食堂」の運営

地域の生産者と消費者、食や料理に関心のある人の出会いの場をつくり、地域の食コミュニティの形成拠点をつくることをめざして、コミュニティ・レストランを開設にとりくんだ。各商店街へ提案を投げかけたところ、宿場の町並みを活かしたまちづくりに取り組む柳町まちづくり協議会、および、柳町内にある森林保全と県産材木の活用を推進する木工組合が運営する、町中の森のステーション「木楽歩」（こらぽ）の協力を得て、県の地域発元気づくり支援金を申請し、2009 年 11 月に柳町で事業を開始することになった。

コミュニティ・レストランコラボ食堂は、ワンデーシェフ方式を採用し、毎日異なる人がシェフとなって、日替わりでランチを提供するしくみであり、NPO へ入会する際に、シェフ登録をして保健所等の要求する必要事項をクリアしてもらって、リハーサルを行い、シェフデビューとなる。2011 年 3 月時点でシェフ登録会員は 40 を超え、農家、兼業農家、自給的農家、料理好きの主婦などを中心に、月に 1～2 回希望する日にシェフとして料理を提供している。自慢の農産物を、一番おいしい食べ方で提供し、農産物の知識を伝え、直接消費者とふれあう場であるだけでなく、旬の食材や農業、農産物に関する生きた食農教育の場、としても機能している。

(5) 人材育成

2008 年から今日まで、自分たちの働く場づくりワークショップ、市民事業立ち上げ講座、まちづくりに関する講座などを継続的に行っている。結果として、2009 年には NPO 法人化、コラボ食堂事業開始を実現した。2010 年以降は NPO の食農育講座により食に興味のある人材が集まり、その力を活かした地産地消を実現する市民事業の立ち上げについて勉強を重ねてきた。



弁当のケータリングも開始

主婦の発想を活かした食のまちづくりイベント事業、開発した加工品の販売、弁当ケータリング事業、パン・菓子加工事業、漬け物加工所事業等の展開が模索され、2011 年には、お弁当づくりの試運転、および、ワーカーズコレクティブ・さつきの立ち上げと真田地域での漬け物加工所の開設が行われた。

4 事業化の進展

(1) コミュニティ・レストラン事業

コミュニティ・レストランは、コミュニティのニーズに依拠した市民事業であり、様々な形態を取りうるが、コラボ食堂は、農家と町の人々の食を中心とするコミュニティ形成を重視したため、ワンデーシェフ方式を採用した。ワンデーシェフ方式にも多様性があるが、コラボ食堂は、「地域の食文化を未来に伝える」「農家の想いを消費者に伝える」「安全、安心、おいしさを追求する」「地産地消を推進する」という四つの方向性を掲げており、緩やかではあるが、理念の共有をシェフ会員に求めている。

ワンデーシェフ・システムは、農家や主婦がシェフが日替わりで変化するため、シェフの日程を調整し、カレンダーを組み、店の管理をし、レジ等のフロアーを担当するコーディネーターを運営の中心としている。現在コーディネーターは9名、月1から2回のコーディネーター会議で調整をして店を切り盛りしている。

食堂事業の中から、おやきやパン、漬け物など自家製の加工品等をつくれるシェフが多いことがわかり、加工品製造のできる場所を共同で持つことができないかという方向の模索が始まった。また、食文化の発信のできる市民が集まっているNPOへ、イベントや全国的な会議、学会などで上田らしい食の提供が期待され、さまざまなまちづくりイベントに協力することができ、そこから、弁当ケータリングや食イベント事業の展開の道も開けてきた。

(2) 松尾町フードサロン

上田駅に近い、松尾町振興組合が閉店した店舗を借り上げ、NPO 食まちネットを中心に、食や農のコミュニティ活動を商店街で展開して欲しいとの協力要請があった。二階に食農教育講座等ができるコミュニティスペース、および、パン・菓子および弁当・総菜の製造できる加工所をつくり、ワンデーシェフ方式を基盤としたタイムシェア加工所を運営し、製造した加工品を1階の商店街直営店舗で販売するしくみづくりがねらいである。これにより、小規模でも地域の農産物を持ち込んで加工する、農家や市民シェフのプチ起業活動が展開されオリジナル加工品を製造販売することができるとともに、商店街を地域の産物で活性化する



↑オリジナルの漬け物

←松尾町ショップに並ぶ手づくり加工品

ことができる。2011 年 5 月に開店し、現在、NPO と商店街の連携のあり方を模索しながらすすんでいる。

(3) 真田コミュニティ加工所、ワーコレさつき

食まちネットの活動の中から、地域の農家の産物を無駄にすることなく活用することができる、漬け物のコミュニティ加工所事業が考案され、2011 年度内閣府の社会企業家育成プログラムの支援を受けて、9 月に真田コミュニティ加工所を開設した。同時に運営組織として、ワーカーズコレクティブ・さつきが立ち上がった。

ワーコレさつきは加工所の運営に携わり、漬け物の自主事業および受託加工を行うと同時に、近隣の農家が加工品づくりを行う援助をし、地域全体での 6 次産業化促進に寄与することを目的としている。

加工所を使用するには、ワンデーシェフ・システムを基盤とし、保健所等の要件をパスしワンデーシェフ農家会員に登録をへて、生産した農産物をもちこんで、自分の発想を生かした漬け物等の加工を行い、オリジナルレーベルの加工品を少量からつくることができる。

ワーコレさつきは、定期的に加工品づくり講座を開催し、必要に応じて農家の加工品づくりを支援する。2010 年、2011 年には、長野大学と連携し、「信州らしい魅力的な加工品づくり」講座を行い、地域の農産物の有効な利用や、新規就農者の現金収入源づくりなどに貢献している。製造した加工品を NPO 食まちネットと連携して、松尾町、柳町などで販売することで地域全体の 6 次産業化の実現を図っている。

5 福島からの被災農家受け入れ活動

2011 年 3 月に東日本大震災が起こったのを受けて、5 月の総会時に、支援活動に取り組むことを決定した。農家支援部を結成して、5 月末に、福島県二本松市で被災した有機農家 T 農園を受け入れ、一緒に受入れのモデル事業づくりに取り組んできた。

新規就農支援、上田型 CSA 活動に取り組んできた、食まちネットのネットワークのとりくみとして、すでにファーマーズ・マーケット、ワンデーシェフレストラン、加工品づくり支援と商店街での販売のしくみがあり、その中に被災農家も受け入れようと考えたからである。



被災により移住し、地域の若手農業者を指導するベテランの有機農家

現在、実際に T さんにも参加していたきながら、農家の移住の課題を抽出し必要なしくみづくりを市民的な提案としてまとめている。また、今後三年間のうちに、移住農家の受け入れと、受け入れた農家の経済的復帰支援、および、こちらから福島の子どもたちへ野菜を送るプロジェクトを計画している。

2012 年 3 月にはもう一軒の農家が伊達市から移住した。食まちネットにとっても、有機農家が仲間に加わってくれること

はたいへん意義のあることであり、上田らしい新たな提携や CSA のしくみづくり、有機認証制度づくりなどにも取り組む予定である。また、地域での有機農業講座にも取り組み、地域の合意を形成し有機農業を普及しながら、上田地域の若手農業者を育成し、地域が農業を育て支援する、共生の地域づくりを推進していく取組みを継続的にやっていく。



支援の販売活動をする学生たち

6 まとめ

食まちネットの取組みは、消費者と生産者との日常的なつながりをつくる、ファーマーズ・マーケットやコラボ食堂事業、農家や主婦を中心とする一般のシェフのプチ起業の連携の力で、地域の農産物を使い地域の食文化を伝えながら、加工品をつくり、商店街と連携して、地域の6次産業化を興していくというモデル事業。および、そのしくみの中への被災農家や新規就農者の受け入れと農業のある地域の再生の実験である。多様な社会層が連携することのむずかしさを一つずつクリアしながら、新しい挑戦であり、課題は山積しているが、提携や生協といった日本の消費者と生産者の既存のつながりの真価が、震災と原発事故によって問い直される中、新たなモデルづくりに繋がるのではないかと期待される。

参考資料

NPO 食と農のまちづくりネットワーク定款

同 NPO 総会資料

同 NPO ホームページ <http://ueda-collabo.com/>

コラボ食堂ツイッター https://twitter.com/#!/colla_s

松尾町フードサロン <http://liracuore.jp/a/1593>

(ふるた むつみ 長野大学環境ツーリズム学部教授)

5章 国際有機農業運動連盟（IFOAM）が推進する 参加型有機認証（PGS）の理念と方法、取組みの動向

久保田 裕子

1 はじめに—IFOAMとPGS

国際有機農業運動連盟（International Federation of Organic Agriculture Movements 略称 IFOAM アイフォーム）は、世界の有機農業運動の国際的な連帯組織であり、世界の有機農業者らが集うフォーラムとなっている。1972年にパリ近郊で設立され、以来、国際会議や委員会、セミナーなどを通して世界各地の有機農業団体等が集い、有機農業の普及に努めてきた。現在は116カ国以上の有機農業団体等約750団体（2012年現在）が加盟し、国連社会経済理事会（ECOSOC）に公式の諮問資格を持つほか、国連食糧農業機関（FAO）や国連貿易開発会議（UNCTAD）、国連環境計画（UNEP）など国際機関との協力関係をもつ国際NGOとなっている。

IFOAMは、途上国への有機農業導入などを含む幅広い活動を行っている。そのうち特徴的なのは、有機農業の目標を定め、有機農業の生産・加工等に関する基準（スタンダード）策定や、その認証機関の認定活動などを通して有機基準の国際標準化を図ってきたことである。1982年から基準を策定し、ほぼ3年に一度の総会等を通して改定を重ねてきた。同時に食品規格の国際的な機関となっているFAO／WHO合同国際食品規格委員会（コーデックス委員会）や国際標準化機構（ISO）とも連携をとり、有機生産等の国際基準の策定に影響力を及ぼしてきた。

そのIFOAMは、現在もそのような国際的な有機農産物等の取引に資する有機基準の整合化に力を入れており、GOMA（Global Organic Market Access ゴーマ）の用語で会合を重ねているが、他方、この10年ほど前からは、「地産地消」のような、地域内での有機農業の振興と有機農産物の流通に関心を強めており、2004年からは、第三者機関によらない「有機」の農産物等の保証システムの確立に着手、2005年にはそれをIFOAM理事会で正式に「参加型有機認証」（Participatory Guarantee System 略称 PGS。なお、直訳では「参加型保証システム」であるが、これはIFOAMが進めていることで「有機」に関わる基準認証であることから、わかりやすいように「有機」を補った訳語にした。）として推進することを決定、IFOAM内にPGS委員会を設置、2009年10月からはウェブ上で『グローバルPGSニュースレター』（月刊）も発行して推進に力を入れている。

このほど（2011年9月26日から10月5日まで）、第17回IFOAM世界大会・総会が韓国・南陽市で開かれ、多数の分科会の中で、PGSの分科会は、南米、豪州、ヨーロッパ、北米、アジアと、各地域ごとに分科会が開かれて、それぞれ3～4人の報告があった。筆者もこの大会に参加し、いくつかの分科会に出席したが、報告者も分科会出席者も熱気にあふ

れ、活気あるものだった。さらに、大会では産消提携国際ネットワーク（URGENCEI ユージャンシー）が企画した「CSA meet PGS」（CSA、PGSに出会う）をテーマにした分科会も開かれ、CSA（産消提携）の関係者からも PGS に熱い視線が注がれた。同大会に引き続き開催された IFOAM 総会では、役員改選があり、10 人の役員が選ばれたが、そのうち 2 人は PGS 委員会のメンバーであるなど、IFOAM 執行機関としても PGS の推進に力を入れる方向がこの大会・総会では強く打ち出された。

本章では、IFOAM が進める PGS の理念や目的について、IFOAM のウェブサイトに掲載されている基本的な資料（原文英語、翻訳）を紹介し、参考に供したい。

2 翻訳資料 「参加型有機認証」(PGS) とは？

（翻訳について）「世界の有機農家の半分は、IFOAM がこれまで進めてきた“第三者認証”を採用していない。有機農業運動の出発点に立ち戻ろう。」「小規模農家にも手の届く有機認証のしくみを！」と、IFOAM 副会長（当時）のビボ・レノルド氏（アルゼンチンの有機認証団体所属）がブラジル・トレス近郊に 20 カ国から 40 人を集めてオルタナティブな有機認定のしくみについての検討を始めたのは 2004 年 4 月のことだ。

ブラジル、ニュージーランドなどで進められている相互に確認しあう基準確認のしくみをはじめ、各国で進められているさまざまな方法の資料が持ち寄られ、討議された。それらは多様ではあるが、共通性があることがわかり、こうした「有機」の認証のしくみを、「参加型有機認証」(Participatory Guarantee Systems 略称 PGS) と呼ぶことに決め、その後も継続して検討するために作業グループが組織された。

2005 年 2 月のバイオファ（IFOAM が協力する有機フェア／ドイツ・ニュルンベルグ）の IFOAM セミナー、同年 9 月の第 15 回 IFOAM 世界大会（オーストラリア・アデレード）で初めてレノルド氏や作業グループメンバーが検討結果を公表して討議し、IFOAM 理事会もこのようなタイプの認証の必要性を認め、その名称についても正式に「Participatory Guarantee System」と決め、従来の第三者機関による認証制度と並ぶもう一つの方法であると位置付けた。IFOAM 内には PGS 委員会が設置され、PGS の定義、ビジョン共有のための資料などが IFOAM ホームページに掲載されるようになった。現在は『グローバル PGS ニュースレター』が発行され（ウェブ上で取得可）、関連資料も充実してきている。

ここに訳出したのは、IFOAM ホームページに掲載されている PGS の定義と 2 つの基本的な資料である。なお、訳語については、PGS を直訳すると「参加型保証システム」となるが、これは IFOAM が推進するものであるので、明らかに「有機」に関する表示の認証制度である。そこで、直訳からはやや離れるが、その意図するところを明瞭に示すため、PGS = 参加型有機認証という用語を使うことにした。また、文中では、同じ理由から、「有機」「有機農産物」「有機認定」等を補った箇所もある。原典は IFOAM ホームページ（<http://www.ifoam.org>）から入手できる。本稿は、日本有機農業研究会提携と基準部が 2010 年 7 月に訳出して会誌『土と健康』2010 年 8・9 月合併号に掲載した翻訳文をより読みやすく改訂した 2012 年 3 月の訳文である。

1. 参加型有機認証制度の定義

有機農業の参加型認証制度（PGS）の定義

IFOAM（国際有機農業運動連盟）

Definition of Participatory Guarantee Systems

IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements)

（日本語）

参加型有機認証制度（PGS）は、地域に焦点を当てた有機農産物等の品質保証システムである。それは、信頼、社会的なネットワーク、知識の交換・生消交流の基盤の上に、消費者の積極的な参加活動に基づいて、生産者を認定する。

（英語）

Participatory Guarantee Systems are locally focused quality assurance systems. They certify producers based on active participation of stakeholders and are built on a foundation of trust, social networks and knowledge exchange.

2. 有機農業の参加型有機認証制度（PGS）—ビジョンと理念を共有しよう—

Participatory Guarantee Systems: Shared Vision, Shared Ideals

有機農業の参加型有機認証制度（PGS）

—ビジョンと理念を共有しよう—

世界にはいろいろな参加型有機認証制度（以下、PGS と略。）があり、農家と消費者に役立っている。方法論や手順は異なるが、共通の原理が、国や大陸を越えて明らかに存在する。以下に概略する要素や特徴によって、私たちは共通のビジョンを持つことができるだろう。だがこれは、既存の、または将来の PGS の取組みを画一化したり、“正常化”するために指導するためのものではない。これらの取組みの活力源は、まさに PGS を使う農家や消費者自らが創り出したという、その事実にあるからだ。各々の PGS は、個々の地域、地区、市場（マーケット）に生まれた地域固有のものである。

PGS の基本的な要素や特徴について述べた本文書は、各地の PGS に共通する諸要素を述べることで、その考え方や方法には共通性があることを明らかにするものである。

IFOAM「PGS 作業グループ」の使命

「PGS 作業グループ」（訳注・IFOAM は 2004 年に PGS 作業グループを発足させ、PGS について検討を進めてきた。）は、世界中の PGS を発展させるために助け、励ますであろう。私たちは、PGS のもつ基本的な要素や特徴を突き止め、統合化すると同時に、PGS が機能

するよう、多様な方法に対して開放的で包含的な態度を持ち続けるつもりである。

PGS の哲学は、有機農業の理念から生まれた

PGS は、先覚的な有機農家が導きとした有機農業の理想をそのまま吸い上げたものである。PGS の取組みは、化学合成農薬・化学肥料、遺伝子組み換え作物を用いない、根本的に生態系にやさしい農業を求め、長期的な経済的持続性と社会的公正というゆりかごで農民や労働者を支えるものである。それは、基本的に地域（ローカル）で、直接取引に焦点を当てて、地域コミュニティづくり、環境保護、地域経済支援に資するものである。

PGS の哲学（根本価値）

有機農産物を求める消費者に信頼性の高い保証を与える点で、PGS は第三者認証制度と目的を共有している。両者の違いはアプローチの違いによる。名前が示すとおり、PGS では農民及び消費者が認証過程に直接参加することが奨められるだけでなく、むしろ要請される。PGS が使われる小規模農場や地域の直接取引においてこそ、このような直接的参加はまさに実現可能となる。関係者が積極的に参加すれば、彼らの権限と責任が強まるのである。

このためには、PGS の取組みは生産者のみならず消費者の知識・能力開発を重視する必要がある。こうした直接的参加によって PGS の取組みは文書作成・記録保存の面倒を少なくすることができる。これは重要な要素である。なぜなら、PGS の取組みは、まさに小規模農家を有機農業に引き入れるためでもあるからである。既存の認証制度は、認証手続きに従っていることを“農民が証明すべきだ”という思想で始まるのに対し、PGS は、その根底に農家への信頼を置いた“信頼に基づいたアプローチ”をとっている。その信頼性は、徹底した透明性・公開性で成り立ち、位階制（ヒエラルキー）や行政の関与を最小化した環境で維持されるものである。

重要な「要素」 Key Elements

1. 共通ビジョン（位置付け）の共有

PGS の基本的強さは、その取組みを導くのは農家と消費者であるという基本原理を持ち、そのようなビジョンを明白に共有していることにある。実際の参加の程度は PGS の取組みによって多様ではあるが、それがなぜ、いかにしてそうなのかが実際にわかるからこそ、PGS は伸びているのである。

2. 参加型

参加型認証は、有機農産物の生産と消費に関心をもつ人々による熱心な参加を前提とした方法論に基づいている。有機農業の原理と原則が、これに寄与するすべての関係者—生産者・コンサルタント・消費者—に適用されるのである。したがって、有機農産物の質に対する信頼性は、参加の賜物なのである。

3. 透明性

農家を含めすべての関係者は、この認証のメカニズムがいかんして働くのか、意思決定はいかになされるのかを正確にわかるようにしておかなくてはならない。とはいっても、どんな詳細なことも全員が知っていなければならないという意味ではない。この制度がいかに機能するかについて、全員が基本的理解を持っていればよいのである。認証の意思決定はどのようになされるかという基準、とりわけ、ある農場が認証されない場合、その理由は何かが、人々によくわかるようになっていくべきである。したがって、PGS に関する資料がなくてはならず、それはすべての関係者が入手しやすいことが必要である。

PGS の実施により得られた生産者の営業上微妙な情報やプライバシーは秘密保持されなければならない。だが、このような秘密保持は、透明性の原理を緩めるものであってはならない。それは透明性と矛盾するようにみえても、一方のプライバシーや営業秘密と、他方の透明性を目的とした情報アクセスとの間は、はっきりと一線を画すべきである。

4. “信頼に基づく有機性保持”のアプローチ

PGS の支持者は、農家は信頼できるし、有機認証制度はこの信頼を表現すべきであるという信念を固く持っている。それは、有機農家の信頼に基づく有機性保持を確かなものにするさまざまな社会的文化的な管理・監視メカニズムを地域社会は有しているのであり、そのような地域の能力を用いて、これが信頼できるものであることを示すのである。このように、それぞれの地域のもつ固有の質的・量的なメカニズムによって信頼に基づく有機性が保持されていることを図ったり、表明したりすることが認知され、尊ばれるのである。これらの要素は、有機認証制度に不可欠なものである。

5. 永続的な学習過程

たいていの PGS は、単に認証を与えるにとどまらず、地域の持続性と有機的發展を支える手段・メカニズムを与えることをめざしてきた。これによって、農家の生活と地位は強められる。有機農産物の認証に生産・消費に関わるすべての関係者が参加することによって、その認証をする過程を通して、彼らが一定の知識を得ていくことは重要である。農家・コンサルタント・消費者が参加して有機農業の原理原則・規則に適合しているかどうかを苦心して照合・検証していくことは、有機農産物に信用をもたらすだけでなく、その過程自体が永続的な学習となるのであり、地域の能力を發展させるものとなる。

6. 対等性

対等性とは、権力を分かち合うことを意味する。つまり、生産物や生産加工の有機的品质の検証を少数者の手に集中しないことである。PGS の手続きに参加する人々はみな、生産物や生産加工の有機的品质の確立に対し、同じレベルの責任と能力を持つ。

PGS の特徴 Key Features

1. 基準は、民主的な PGS の過程を経て関係者によってつくられるものであるが、これ

は常に、一般的に認められている常識的な有機農産物基準の構成要素に沿ったものである。こうした基準は、有機農業に特有な創造性を刺激すべきものであって、阻害するものであってはならない。

2. 草の根組織： PGS は、関係者すべての積極的組織化に基づいた社会的なダイナミズムの所産とみるべきである。
3. PGS は、小規模農業にふさわしい。なぜなら、この取組みの参加型性格と対等性の構造によって、認証メカニズムはより適正で費用が安くなる。そしてまた、実際、小規模農家の支援を求める消費者を対象とし、そうした消費者が行い、進めるものだからである。
4. その原理と原則は、農家の生活と福祉を高め、有機農業を推進する。
5. 文書管理のシステムと手続き： 農家には最小限の文書作成作業が求められるが、それは、有機農家が有機農業をしていることと生産物の有機性保持を示すものであることが求められる。その方法は、PGS によって文書で明らかにされるべきである。
6. 定められた基準を農家が遵守していることを検証するメカニズム： これは、参加と組織化に刺激を与え、すべての関係者に対し持続的な学習過程をもたらす。
7. 有機農産物を生産し、有機農家として保証された農家を支えるメカニズム： それには、現場アドバイザー・会報・農場訪問・ウェブサイトなどがある。
8. PGS は、最低限の文書を持つべきである。たとえば、既存の基準に同意することを示した農家の宣誓書など。
9. 有機の地位の証明となるシールやラベル表示をする。
10. 基準を遵守しない農家に対しては、あらかじめ明瞭に規定された規則により対処すること。例えば、データベースに記録する、何らかの方法で公開するなど。

3. 有機農業の参加型認証制度（PGS）—小規模農家のためのマーケティングと支援

Organic Agriculture and Participatory Guarantee Systems; Marketing and Support for Organic Smallholders

有機農業の参加型認証制度（PGS） —小規模農家のためのマーケティングと支援—

有機農業は、土壌、生態系、及び人間の健康を持続させる生産システムである。それは、悪影響をもたらす投入物の使用に頼らず、地域の状況に即した生態系の営み、多様性、循環を活用する。有機農業は、伝統と革新と科学を結合して環境との共生をもたらし、公正な関係性を促進し、それに関わるすべての人々の生活の質を向上させる。

「有機農業の原理原則」（訳注・IFOAM は 4 つの原理原則を有している）に基づいた農業であれば、どのような農業システムでも有機農業とみなしてよい。

ISO 認証のような第三者認証とは別に、「有機」であることの品質を市場で保証する方法

として国際的に認められた「参加型有機認証制度」(PGS)がある。それは世界中で数千人の農家・消費者が使っている。

認証制度を越えて

PGSは有機農業として誰にも認められ、公にされた基準に基づいている。それは、たいていは、「IFOAM 有機生産・加工の基礎基準」に基づき、かつ社会的公正の基準にも言及したものである。農家が常にそれらの基準を守っていると証明するため、組織立った一連の手続きを行う。PGSは、知識と経験を分かち合い、協力して農法を高めてきた生産者グループを支え励ますものである。

透明性と対等性

PGSは、透明で組織だった意思決定手続きを行い、有機農業の保証責任を共有することを目的としている。この有機認証制度は農家・消費者自身によって作りだされ、農家・消費者の直接参加を励まし、ときにはそれを要請するものである。情報公開と評価システムを通じて、信頼は生まれる。

地域的適正

PGSは、それぞれの地域・地区・文化的環境・市場に特有のものである。輸出中心の第三者認証にくらべて、PGSは管理が楽でコストも安い。

地域経済を支える

PGSは、小規模な生産・加工を活気づけることによって、地域の社会経済・自然環境の状況を改善する手段として役立たせることができる。地域市場では、PGSが小規模農家を助けて、その農産物を「有機」と認めさせる。PGSによって、消費者と小規模農家とのネットワークが高められ、小規模農家は、その生産基盤の拡張に弾みをつけることができる。

第三者認証は、どの状況にもふさわしいとは限らない

- 輸出市場だけに頼る有機農業生産は、世界市場の外的変化から被害を受けやすく、ますます激化する競争にさらされる。
- 開発途上国では、ふつう、国内の有機市場は無限大である。たいていは多品目少量の生産を行なっている小規模農家に対し、PGSは彼らの農産物を販売するメカニズムを提供する。
- 地域の直接販売目的からみれば、主として輸出に適用される第三者有機認証は「行き過ぎ」であり、小規模農家にとってコストがかかりすぎる。

PGSの取組みを支えるために、政治家と地域 NGO・NPO ができること

- 「有機」であることの品質を保証するのに信頼が置け、身近な方法としての PGS を使った有機食品に対して、地域市場を開く手助けをすること。

- 消費者・生産者のグループが PGS に基づいて地域市場に出ていく際に、役所的な文書作成や行政手続きの負担を軽減すること。
- 商品作物に集中した単作農業を避け、地域内の作物多様性を推進・保護する多品目生産に、励ましを与えること。
- 公正な価格と並んで食の安全や食料主権を達成するため、PGS を通して農家が団結し、農家間相互の評価と支援を強化すること。
- 地域農業に人々の目を覚まさせ、都市の市場を地域・地区の農家に開くこと。
- 有機農業システムの本質的部分としての社会的公正の基準と実践の導入を活発化させること。
- 検証可能なシステムの下に「有機」という言葉を使えるよう、法制化の過程で弾力性を認めること。

出典 <http://iforam.org> Standards and Certification の Participatory Guarantee System の項
訳 日本有機農業研究会提携と基準部（2012 年 3 月）

資 料

有機農業に関する消費者意識調査

付表1 インターネットアンケート誘導画面文面

ー 回答ご協力のお願い ー

ただいま e-comResearch では、「有機農業に関するアンケート」を実施中です。

今回の調査は、有機農業に関するご意見などをお伺いするアンケートです。

簡単な質問ですので、ぜひ、ご協力をお願いします。

アンケートに最後まで回答いただいたライフメディア会員の方には、

回答内容により●●～▲▲ポイント（●●～▲▲円相当）差上げます。

（分岐によって質問数が異なります）

※アンケートの応募条件に該当されない方がお答えになっても、ポイントは差上げられません。

また、アンケートのご回答はお1人様1回のみとさせていただきますので、ご了承ください。
皆様から寄せられたご意見は、統計的に処理します。あなたの個人情報は一切外部に公表することはありません。よろしくご協力ください。

アンケート参加条件
●以下の条件に、すべて当てはまる方 1) ライフメディアよりアンケートの案内メールを受け取った方 2) 20 歳以上の方 ※但し、以下に該当される方は、アンケートの回答をご遠慮ください。 ・あなたご自身やご家族の方に、広告代理店・市場調査業・マスコミ関係の会社にお勤めの方がいらっしゃる場合

※回収数が目標に到達次第、締めさせていただきます。

e-comResearch アンケート事務局

付表2 質問表

有機農業に関する消費者意識調査

(※現在、家族から離れて単身で暮らしている方は、現在の状況をお答えください)。

I はじめに、あなた自身のことについて伺います。

Q 1-1 あなたのお住まいはどこですか？

- | | | | |
|--------|---------|---------|---------|
| 1 北海道 | 13 東京都 | 25 滋賀県 | 37 香川県 |
| 2 青森県 | 14 神奈川県 | 26 京都府 | 38 愛媛県 |
| 3 岩手県 | 15 新潟県 | 27 大阪府 | 39 高知県 |
| 4 宮城県 | 16 富山県 | 28 兵庫県 | 40 福岡県 |
| 5 秋田県 | 17 石川県 | 29 奈良県 | 41 佐賀県 |
| 6 山形県 | 18 福井県 | 30 和歌山県 | 42 長崎県 |
| 7 福島県 | 19 山梨県 | 31 鳥取県 | 43 熊本県 |
| 8 茨城県 | 20 長野県 | 32 島根県 | 44 大分県 |
| 9 栃木県 | 21 岐阜県 | 33 岡山県 | 45 宮崎県 |
| 10 群馬県 | 22 静岡県 | 34 広島県 | 46 鹿児島県 |
| 11 埼玉県 | 23 愛知県 | 35 山口県 | 47 沖縄県 |
| 12 千葉県 | 24 三重県 | 36 徳島県 | 48 その他 |

Q 1-2 あなたのお住まいの市区町村はどこですか？

- | | | |
|---------|---------|-----------------|
| 1 札幌市 | 8 新潟市 | 15 神戸市 |
| 2 仙台市 | 9 静岡市 | 16 岡山市 |
| 3 さいたま市 | 10 浜松市 | 17 広島市 |
| 4 千葉市 | 11 名古屋市 | 18 北九州市 |
| 5 横浜市 | 12 京都市 | 19 福岡市 |
| 6 川崎市 | 13 大阪市 | 20 その他の市区町村 () |
| 7 相模原市 | 14 堺市 | |

Q 1-3 あなたのお住まいの市区町村が、「平成」以降合併のあった場合、合併前の市町村名（都道府県以下の名称）をお教えてください。

()

Q 1-4 お宅の近くに畑や田んぼはありますか？（個人の家庭菜園や学校菜園などは除く）（ひとつだけ）

- 1 ない

- 2 少しある
- 3 たくさんある
- 4 わからない

Q2 あなたの性別を次から選んでください。

- 1 男
- 2 女

Q3 あなたの年齢を次から選んでください。

- 1 20～30歳未満
- 2 30～40歳未満
- 3 40～50歳未満
- 4 50～60歳未満
- 5 60歳以上

Q4 あなたの主な職業は、何ですか？ 次からひとつ選んでください。(ひとつだけ)

- 1 常勤（会社員・公務員・団体職員等）
- 2 パート・アルバイト
- 3 農業
- 4 その他の自営業
- 5 専業主婦
- 6 学生
- 7 その他（具体的に_____）

Q5 現在、あなたが同居する世帯の世帯員の構成を、次から選んでください。(ひとつだけ)

- 1 単身（自分一人）
- 2 夫婦または大人だけ
- 3 二世帯家族（未成年・学生の子どもを含む）
- 4 三世帯家族（未成年・学生の子どもを含む）
- 5 その他（具体的に_____）

Q5-1 お宅に乳幼児（就学前のこども）はいますか？

- 1 いる
- 2 いない

Q5-2 義務教育（小学校、中学校）に通っているお子さんはいますか？

- 1 いる
- 2 いない

Q 5-3 世帯員数は全部で何人ですか？ _____ 人

Q6 お宅の世帯収入（2010年、税込み）は、全部でどれくらいですか？ 次から選んでください。（ひとつだけ）

- | | | | |
|---|-------------------|----|--------------------|
| 1 | 300 万円未満 | 6 | 700 万円以上 800 万円未満 |
| 2 | 300 万円以上 400 万円未満 | 7 | 800 万円以上 900 万円未満 |
| 3 | 400 万円以上 500 万円未満 | 8 | 900 万円以上 1000 万円未満 |
| 4 | 500 万円以上 600 万円未満 | 9 | 1000 万円以上 |
| 5 | 600 万円以上 700 万円未満 | 10 | わからない |

Ⅱ 日常の食生活について伺います。

Q7 あなたは、お家で食事を作りますか？（ひとつだけ）

- 1 主に作る。
- 2 手伝ったり、ときどき作る。
- 3 ほとんど作らない。

Q8 あなたは、日常の食事の材料を自分で買いますか？（ひとつだけ）

- 1 買う（日常的に買う）
- 2 買う（ときどき買う）
- 3 全く／ほとんど買わない（Q 13へ）

Q9 米や野菜の購入先について伺います。

(1)-a お宅では、日頃どこで米を購入しますか？（いくつでも）

- 1 米屋などの個人専門店
- 2 スーパーマーケット
- 3 デパート
- 4 自然食品店などの専門店
- 5 生協、提携等の共同購入や宅配
- 6 通販やインターネット販売
- 7 生産者や農協による直売所、朝市
- 8 コンビニエンスストア
- 9 ディスカウントショップ
- 10 自分の家で作っている
- 11 もらっている
- 12 その他（ ）
- 13 わからない

(1)-a-SQ 米の主な購入先はどこですか？（ひとつだけ）

- 1 米屋などの個人専門店
- 2 スーパーマーケット
- 3 デパート
- 4 自然食品店などの専門店
- 5 生協、提携等の共同購入や宅配
- 6 通販やインターネット販売
- 7 生産者や農協による直売所、朝市
- 8 コンビニエンスストア
- 9 ディスカウントショップ
- 10 自分の家で作っている
- 11 もらっている
- 12 その他

（主な購入先で1～9・12を選んだ人に）

(1)-b 米の主な購入場所は、お宅からどのような距離ですか？（ひとつだけ）

- 1 歩いて行ける距離（歩いて15分程度以内）
- 2 自転車で行ける距離（自転車で15分程度以内）
- 3 自動車でない行きづらい距離
- 4 自動車でも数時間かかる距離

(2)-a お宅では、日頃どこで野菜を購入しますか？（いくつでも）

- 1 八百屋などの個人専門店
- 2 スーパーマーケット
- 3 デパート
- 4 自然食品店などの専門店
- 5 生協、提携等の共同購入や宅配
- 6 通販やインターネット販売
- 7 生産者や農協による直売所、朝市
- 8 コンビニエンスストア
- 9 ディスカウントショップ
- 10 自分の家で作っている
- 11 もらっている。
- 12 その他（具体的に： _____）
- 13 わからない

(2)-a-SQ 野菜の主な購入先はどこですか？（ひとつだけ）

- 1 八百屋などの個人専門店

- 2 スーパーマーケット
- 3 デパート
- 4 自然食品店などの専門店
- 5 生協、提携等の共同購入や宅配
- 6 通販やインターネット販売
- 7 生産者や農協による直売所、朝市
- 8 コンビニエンスストア
- 9 ディスカウントショップ
- 10 自分の家で作っている
- 11 もらっている。
- 12 その他

(主な購入先で1～9・12を選んだ人に)

(2)-b 野菜の主な購入場所は、お宅からどのような距離ですか？(ひとつだけ)

- 1 歩いて行ける距離(歩いて15分程度以内)
- 2 自転車で行ける距離(自転車で15分程度以内)
- 3 自動車でないといきづらい距離
- 4 自動車でも数時間かかる距離

Q 10 あなたが野菜を購入するときに注意することは何ですか？

最も当てはまるものを、3つまで選んでください。(3つまで)

- 1 おいしさ
- 2 栄養や健康
- 3 安全性
- 4 見た目(形が整っているか)
- 5 鮮度
- 6 安さ
- 7 旬のものであること。
- 8 産地(地元産や国内産であること)
- 9 栽培方法(有機農業であること)
- 10 その他(具体的に: _____)
- 11 特にない。

Q 11 あなたは、加工食品を購入する際、食品添加物の記載を確認しますか？(ひとつだけ)

- 1 必ず確認する
- 2 品目によっては、必ず確認するものがある
- 3 たまに確認する
- 4 確認しない

Q 12 加工食品の食品添加物（主に化学合成のもの）に対して、具体的に、どのように考え、行動していますか？最も近いものをひとつお選びください。

- 1 食品添加物のできるだけ少ないものを選んで購入している。
- 2 味や値段等を優先させ、添加物の多いものでも購入することがある。
- 3 食品添加物は気にしていない。
- 4 食品添加物を避けるために、加工食品をできるだけ買わないで、手作りしている。

Q 13 あなたは、米・野菜・果物等（農産物）が有機であることに関心がありますか？（ひとつだけ）

- 1 おおいに関心がある。
- 2 やや関心がある。
- 3 あまり関心がない。
- 4 全く関心がない。
- 5 「有機」が何かよくわからない

Q 14 あなたは、どのくらいの頻度で、夕食時に外食したり、市販の弁当や惣菜を買いますか？（ひとつだけ）

- 1 ほとんど毎日
- 2 週に3～5日
- 3 週に1、2日
- 4 月に2、3日
- 5 月に1日以下
- 6 外食したり弁当や惣菜を買うことはない。

Q 15 あなたは喫煙しますか？（ひとつだけ）

- 1 する
- 2 しない（以前はしていたが、やめた）
- 3 しない

Q 16 冬に出回っているトマトは、石油による温室の加温が必要です。あなたは、旬（夏）のトマトに比べるとエネルギーや環境の負荷が高いことを知っていましたか？（ひとつだけ）

- 1 知らなかった
- 2 少し知っていた
- 3 よく知っている

Q 17 あなたは以下のような言葉をご存じですか？（それぞれひとつずつ）

	聞いたことがなかった	聞いたことはあるが内容はよく知らない	よく知っている（内容もわかる）	（それぞれの言葉の大まかな意味）
1 フードマイレージ	☐	☐	☐	（輸入食料の輸送による環境への負荷を数値化したもの）
2 地産地消	☐	☐	☐	（地域で生産されたものをその地域で消費すること）
3 フェアトレード	☐	☐	☐	（途上国の産品を適正な価格で継続的に取引すること）
4 身土不二	☐	☐	☐	（土と身体の健康は密接、地域のものを食べるのが健康的）
5 食農教育	☐	☐	☐	（「食」と「農」、「生命」の関係や大切さを学ぶこと）

Q 18 あなたは、農産物（米・野菜・果物等）を買うときに、地元産や国産であるか考えますか？福島第一原発事故より前の状況を振り返り、ご回答ください。（ひとつだけ）

- 1 考える（地元産―市町村から県内の範囲―のものを優先的に購入するようにしてきた）（S Q 1へ）
- 2 考える（国産のものを優先的に購入するようにしてきた）（Q 19へ）
- 3 考える（自分で農作物を作るようにしてきた）（Q 19へ）
- 4 あまり考えない（産地は気にしていなかった）（Q 19へ）
- 5 わからない（自分は購入しないのでわからない）（Q 19へ）

Q 18-SQ 農産物（米・野菜・果物等）を買うときに地元産や国産であるか「1 考える（地元産のものを優先的に購入するようにしてきた）」とお答えの方に伺います。それはなぜですか？（いくつでも）

- 1 新鮮だから
- 2 地域の農地や自然環境を守ると思うから
- 3 輸送に使うエネルギーを節約するから
- 4 地元の農家を支援するため
- 5 作った人の顔がわかり、信頼感がもてるから
- 6 その他（具体的に：_____）

Q 19 今回の原発事故で、購入する農産物（米・野菜・果物等）の産地を変えましたか？（ひとつだけ）

- 1 変えた（事故直後だけでなく、現在も産地を変えたままである）（S Q 1へ）
- 2 事故直後は産地を変えたが、現在は元に戻った（S Q 2へ）
- 3 変わっていない（S Q 3へ）
- 4 わからない

Q 19-SQ 1 購入する農産物（米・野菜・果物等）の産地を「1. 変えた（現在も産地を変えたままである）」とお答えの方に伺います。具体的にどのように変えましたか？（いくつでも）

- 1 被災地産の農産物の購入を控えるようになった。
- 2 東日本（東北および関東）の農産物の購入を控えるようになった。
- 3 被災地産の農産物を以前より多く買うようになった。
- 4 東日本の農産物を以前より多く買うようになった。
- 5 輸入の農産物の購入量が増えた。
- 6 地場産品の購入量が減った。
- 7 地場産品の購入量が増えた。
- 8 その他（具体的に： ）

Q 19-SQ 2 「2. 事故直後は産地を変えたが、現在は元に戻った」とお答えの方に伺います。

SQ 2-1 具体的にどのように変えていましたか？（いくつでも）

- 1 被災地産の農産物の購入を控えるようになった。
- 2 東日本（東北および関東）の農産物の購入を控えるようになった。
- 3 被災地産の農産物を以前より多く買うようになった。
- 4 東日本の農産物を以前より多く買うようになった。
- 5 輸入の農産物の購入量が増えた。
- 6 地場産品の購入量が減った。
- 7 地場産品の購入量が増えた。
- 8 その他（具体的に：_____）

Q 19-SQ 2-2 現在は「元に戻った」のはなぜですか？（いくつでも）

- 1 当初考えていたよりも安全であることがわかったので
2 当初考えていたよりも安全ではないことがわかったので
3 産地を限定して買うと、買えるものが限られてしまうので。
4 産地を限定して買うと、購入すると、出費がかさむので
5 その他（具体的に： ）

Q 19-SQ 3 購入する農産物（米・野菜・果物等）の産地が「3. 変わっていない」と答えた方に伺います。変わっていないのはなぜですか？（いくつでも）

- 1 被害を受けた地域のもは、もともと地元ではほとんど売られていないので。
- 2 市場に出回っているものは安全だと言われているので。
- 3 産地を気にして買うと、買える物が限られてしまうので。
- 4 産地を限定して買うと、出費がかさむので。
- 5 もともと気にしていないので。

6 その他（具体的に： ）

Q 20 今回の原発事故の後、お宅の野菜の消費量に変化はありましたか？（ひとつだけ）

- 1 変わらない
- 2 やや減った／減ったが、元に戻った
- 3 だいぶ減った
- 4 やや増えた／増えたが、元に戻った
- 5 だいぶ増えた
- 6 わからない

Q 21 放射能汚染と、あなたやご家族の農産物摂取について、どのように考えていますか？最も近いものをひとつ選んでください。

- 1 ほんの微量でも含んでいるものは、食べないようにしたいと考えている
- 2 国の暫定規制値よりも厳しい基準で考えたいが、微量であればしかたがない。
- 3 国の暫定規制値を超えていなければ、食べても大丈夫と考えている
- 4 特に気にしていない
- 5 その他（具体的に： ）
- 6 わからない

Q 22 あなたは、原発事故の被害に苦しむ被災地の農業・農家への支援として、以下のどれに賛同しますか？（いくつでも）

- 1 積極的に被災地産の農産物を食べて応援する。
- 2 被災地産の農産物を食べるのではなく、他の形で応援する。
- 3 その他（具体的に： ）
- 4 特に支援は必要ない。

※「4 特に支援は必要ない。」は他の選択肢と同時選択可。同時選択の場合は他選択肢を優先。

Q 22-SQ1 「1 積極的に被災地産の農産物を食べて応援する。」とお答えの方に伺います。具体的にどのような農産物を食べていますか？（いくつでも）

1. 米
2. 野菜
3. 果物
4. その他（具体的に： ）
5. まだ具体的には実行していない

Q 22-SQ2 「2 被災地産の農産物を食べるのではなく、他の形で応援する。」とお答えの方に伺います。具体的にどのような形での応援ですか？（いくつでも）

1. 被災地産の工芸品・繊維製品等、食品以外のものを購入する。

2. 募金する
3. その他（具体的に： ）

Ⅲ 有機農業について、あなたのお考えを伺います。

Q 23 あなたは、これまでに「有機農業」（「オーガニック」を含む）という言葉を知ることがありますか？（ひとつだけ）

- 1 ある
2 ない

Q 24「有機農業」という言葉から浮かぶ、あなたのイメージに合うものは、以下のうちどれですか？ あてはまるものをすべて選んでください。（いくつでも）

- 1 安全・安心
- 2 おいしい
- 3 環境にやさしい
- 4 健康によい
- 5 生き物が豊か
- 6 地域の自給を高める
- 7 在来野菜や地域の文化
- 8 その他（具体的に：　　　）
- 9 よくわからない

※「9 よくわからない」は他の選択肢と同時選択可。同時選択の場合は他選択肢を優先。

Q 24-SQ「有機農業」という言葉から浮かび、あなたのイメージに合うものは、以下のうちどれですか？ 最も強くあてはまるものを選んでください。（ひとつだけ）

- 1 安全・安心
- 2 おいしい
- 3 環境にやさしい
- 4 健康によい
- 5 生き物が豊か
- 6 地域の自給を高める
- 7 在来野菜や地域の文化
- 8 その他

Q 25 「有機農業」における化学的に合成された肥料及び農薬の使用は、法律においてどのように決められていますか。正しいと思うものをお選びください。（いくつでも）

- 1 有機質肥料（堆肥など）を使えば、化学肥料も使用してよい。

- 2 有機質肥料（堆肥など）を使えば、合成農薬を使用してよい。
- 3 化学的に合成された肥料及び農薬はいずれも使用しない。
- 4 正しいと思うものはひとつもない
- 5 わからない

Q25 の正解は、「3 化学的に合成された肥料及び農薬はいずれも使用しない。」です。

Q 26 あなたは、有機食品に付けられている有機 JAS マークを知っていますか？（ひとつだけ）

- 1 知らない。（Q 27 へ）
- 2 知っているが、その内容はよくわからない。（S Q へ）
- 3 知っているし、その内容もよくわかっている。（S Q へ）



Q 26-S Q 有機 JAS マークに関して、あなたが知っているものをすべて選んでください。（いくつでも）

- 1 生産の方法等についての基準を日本農林規格（JAS 規格）で定めている。
- 2 有機 JAS 規格は、国際規格にほぼ合わせている。
- 3 有機米・野菜等は、2 年以上、化学肥料・合成農薬を使っていない田んぼ・畑で栽培する。
- 4 近隣の田畑からの合成農薬の飛来対策や、流通での管理にも基準がある。
- 5 登録認定機関による検査と認定が義務付けられている。
- 6 有機 JAS マークがないと、実質的に有機農業をおこなっていても「有機農産物」「オーガニック○○」等と表示できない。
- 7 輸入食品でも、有機 JAS マークをつけることができる。
- 8 知っているものはひとつもない。

Ⅳ あなたのお宅での、「有機農畜産物」の購入とスーパーの利用について伺います。

※「有機農畜産物」とは、有機農業により作られた農産物のうち、有機 JAS 認定を取得したものをいいます。なお、本アンケートでは、便宜上、有機 JAS 認定を取得していない有機農業で作られた農畜産物も「有機農畜産物」に含めています。「有機食品」は有機農畜産物やその加工品を指しています。

※この項（Ⅳ）は、Q 8 で「3. 全く／ほとんど買わない」と回答した人は、スキップするようにして下さい。

Q27 お宅の近くにスーパーはありますか？（それぞれひとつずつ）

- (1) 歩いて行ける距離（15 分以内程度）にありますか？ 1. ある 2. ない
(2) 自転車で行ける距離（15 分以内程度）にありますか？ 1. ある 2. ない

Q28 お宅では、食品の購入に、スーパーを利用しますか？（ひとつだけ）

1. 日常的に利用している
2. ときどき利用している
3. 全く／ほとんど利用していない→ Q30 へ
4. よくわからない→ Q30 へ

Q29 お宅で利用するスーパーでは、以下のような有機食品を扱っていますか？

（それぞれひとつずつ）

- (1) 有機米 1. 扱っている 2. 扱っていない 3. わからない
(2) 有機野菜 1. 扱っている 2. 扱っていない 3. わからない
(3) 有機農産物を用いた加工食品
1. 扱っている 2. 扱っていない 3. わからない

Q 30 有機米の購入についてうかがいます。お宅では、どのような頻度で買っていますか？

（ひとつだけ）

- 1 日常的に買っている（S Q 1 へ）
2 たまに買っている（S Q 1 へ）
3 買っていない（以前は買っていた）（S Q 2 へ）
4 買っていない（これまで買ったことはない）（Q 31 へ）
5 わからない（有機かどうかわからない）（Q 31 へ）

Q 30-SQ 1 有機米を「1. 日常的に買っている」「2. たまに買っている」と回答した方に伺います。

- (1) 買い始めて何年くらいですか？（ ）年くらい ※1年未満の方は「1」と入力してください。
- (2) お宅で食べる米のうち、どのくらいが有機米ですか？ 大まかな割合をお教えてください。(ひとつだけ)
 1. 全部
 2. 大部分(7～9割程度)
 3. 半分程度
 4. 一部分(2～3割程度)
 5. ごくわずか(1割未満程度)
- (3) お宅では有機米をスーパーで買いますか？(ひとつだけ)
 - ・買う(主な購入先である) → SSQ1 へ
 - ・買う(たまに買う) → SSQ1 へ
 - ・買わない → SSQ2 へ
 - ・わからない → Q31 へ

Q 30-SSQ1 有機米をスーパーで購入するのはなぜですか？(いくつでも)

- 1 他の買い物も一緒にできるから
- 2 値段が他の有機米を扱う店より安いから
- 3 取り扱う有機米の種類が多いから
- 4 その場で精米してくれるから
- 5 地元の有機農家のものが手に入るから
- 6 生産者の情報がわかるから(産地や生産者名など)
- 7 具体的な生産方法がわかるから
- 8 環境に果たしている役割等についての情報がわかるから
- 9 生産者と直接会う機会があるから
- 10 店内で十分な情報が得られるから(店員から情報が得られる)
- 11 農家訪問、料理教室などのイベントがあるから
- 12 その他(具体的に：)
- 13 わからない

Q 30-SSQ2-a 有機米の購入先(入手先)はどこですか？あてはまるものをすべて選んでください。(いくつでも)

- 1 米屋等の小売店
- 2 スーパーマーケット
- 3 デパート
- 4 自然食品店などの専門店

- 5 生協、提携等の共同購入や宅配
6 通販やインターネット販売
7 生産者や農協による直売所、朝市
8 コンビニエンスストア
9 ディスカウントショップ
10 自分で作る
11 親戚等からもらう
12 その他（具体的に： _____）
13 わからない

Q 30-SSQ2-a-SQ 有機米の主な購入先（入手先）はどこですか？（ひとつだけ）

- 1 米屋等の小売店
- 2 スーパーマーケット
- 3 デパート
- 4 自然食品店などの専門店
- 5 生協、提携等の共同購入や宅配
- 6 通販やインターネット販売
- 7 生産者や農協による直売所、朝市
- 8 コンビニエンスストア
- 9 ディスカウントショップ
- 10 自分で作る
- 11 親戚等からもらう
- 12 その他

Q 30-SSQ2-b-(1) (aの主な購入先で1～9・12を選んだ人に)

(有機米の主な購入先について) そこで買うのはなぜですか? (いくつでも)

- 1 値段が他の有機米を扱う店より安いから
- 2 取り扱う有機米の種類が多いから
- 3 その場で精米してくれるから
- 4 地元の有機農家のものが手に入るから
- 5 生産者の情報がわかるから（産地や生産者名など）
- 6 具体的な生産方法がわかるから
- 7 環境に果たしている役割等についての情報がわかるから
- 8 生産者と直接会う機会があるから
- 9 店内で十分な情報が得られるから（店員から情報が得られる）
- 10 農家訪問、料理教室などのイベントがあるから
- 11 その他（具体的に ）
- 12 わからない

Q 30-SSQ2-b-(2) 有機米の主な購入場所は、お宅からどのような距離ですか？
(ひとつだけ)

- 1 歩いて行ける距離 (歩いて 15 分程度以内)
- 2 自転車で行ける距離 (自転車で 15 分程度以内)
- 3 自動車でない行きづらい距離
- 4 自動車でも数時間かかる距離

Q 30-SSQ3 スーパーで有機米を扱うようになった場合、どのような条件が揃えばスーパーで (もっと) 買いますか？ (いくつでも)

- 1 特に条件は必要ない (売っていれば買う)
- 2 値段が他の有機米を扱う店と同等か安ければ
- 3 取り扱う有機米の種類が増えたら
- 4 その場で精米してくれれば
- 5 地元の有機農家のものが手に入るならば
- 6 生産者の情報がわかれば (地域や生産者名等)
- 7 具体的な生産方法がわかれば
- 8 環境に果たしている役割等についての情報があれば
- 9 生産者と直接会う機会があれば
- 10 店内で十分な情報が得られるならば (店員から情報が得られる)
- 11 農家訪問、料理教室などのイベントがあれば
- 12 その他 (具体的に:)
- 13 スーパーでは買わない
- 14 買いに行けるようなスーパーがない (非該当)

Q 30-SQ2 有機米を「3. 買っていない (以前は買っていた)」と回答した方に伺います。

(1) 買っていたときは、主にどのようなところで購入していましたか？ (ひとつだけ)

- 1 米屋等の小売店
- 2 スーパーマーケット
- 3 デパート
- 4 自然食品店などの専門店
- 5 生協、提携等の共同購入や宅配
- 6 通販やインターネット販売
- 7 生産者や農協による直売所、朝市
- 8 コンビニエンスストア
- 9 ディスカウントショップ
- 10 その他 (具体的に:)
- 11 わからない

(2) 現在、買っていない理由は何ですか？（いくつでも）

- 1 身近で買えるところがなくなったから。
- 2 値段が高いから（適正な値段とは思いますが、自分の予算と比較して高い）。
- 3 値段が高いから（農産物の内容と見比べて、不当に高いと感じる）。
- 4 買いたいと思う種類がないから（品揃えが不十分）。
- 5 期待したほどおいしくなかったから。
- 6 自分で作っている／親戚等からもらうようになったから。
- 7 「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思うから。
- 8 その他（具体的に：_____）
- 9 わからない。

Q31 有機野菜の購入について伺います。お宅ではどのような頻度で買っていますか？（ひとつだけ）

- 1 日常的に買っている（SQ1へ）
- 2 たまに買っている（SQ1へ）
- 3 買っていない（以前は買っていた）（SQ2へ）
- 4 買っていない（これまで買ったことはない）（Q32へ）
- 5 わからない（有機かどうかわからない）（Q32へ）

Q31-SQ1 有機野菜を「1.日常的に買っている」「2.たまに買っている」と回答した方に伺います。

(1) 買い始めて何年くらいですか？（ ）年くらい ※1年未満の方は「1」と入力してください。

(2) お宅で食べる野菜のうち、どのくらいが有機野菜ですか？大まかな割合をお教えてください。（ひとつだけ）

1. 全部
2. 大部分（7～9割程度）
3. 半分程度
4. 一部分（2～3割程度）
5. ごくわずか（1割未満程度）

(3) お宅では有機野菜をスーパーで買いますか？（ひとつだけ）

- 1 買う（主な購入先である）→SSQ1へ
- 2 買う（たまに購入する）→SSQ1へ
- 3 買わない →SSQ2へ
- 4 わからない →Q32へ

Q 31-SSQ1 有機野菜をスーパーで買うのはなぜですか？（いくつでも）

- 1 他の買い物も一緒にできるから
- 2 値段が他の有機野菜を扱う店より安いから
- 3 鮮度等の品質が良いから
- 4 取り扱う有機野菜の種類が多いから
- 5 地元の有機農家のものが手に入るから
- 6 生産者の情報がわかるから（地域や生産者名等）
- 7 具体的な生産方法がわかるから
- 8 環境に果たしている役割等についての情報があるから
- 9 生産者と直接会う機会があるから
- 10 店内で十分な情報が得られるから（店員から情報が得られる）
- 11 農家訪問、料理教室などのイベントがあるから
- 12 その他（ ）
- 13 わからない

Q 31-SSQ2-a 有機野菜の購入先（入手先）はどこですか？あてはまるものをすべて選んでください。（いくつでも）

- 1 青果店等の小売店
- 2 スーパーマーケット
- 3 デパート
- 4 自然食品店などの専門店
- 5 生協、提携等の共同購入や宅配
- 6 通販やインターネット販売
- 7 生産者や農協による直売所、朝市
- 8 コンビニエンスストア
- 9 ディスカウントショップ
- 10 自分で作る
- 11 親戚等からもらう
- 12 その他（ ）
- 13 わからない

Q 31-SSQ2-a-SQ 有機野菜の主な購入先（入手先）はどこですか？（ひとつだけ）

- 1 青果店等の小売店
- 2 スーパーマーケット
- 3 デパート
- 4 自然食品店などの専門店
- 5 生協、提携等の共同購入や宅配
- 6 通販やインターネット販売

- 7 生産者や農協による直売所、朝市
- 8 コンビニエンスストア
- 9 ディスカウントショップ
- 10 自分で作る
- 11 親戚等からもらう
- 1 その他

Q 31-SSQ2-b-(1) (主な購入先で 1～9・12 を選んだ人に)

(有機野菜の主な購入先について) そこで買うのはなぜですか? (いくつでも)

- 1 値段が他の有機野菜を扱う店より安いから
- 2 鮮度等の品質が良いから
- 3 取り扱う有機野菜の種類が多いから
- 4 地元の有機農家のものが手に入るから
- 5 生産者の情報がわかるから (地域や生産者名等)
- 6 具体的な生産方法がわかるから
- 7 環境に果たしている役割等についての情報があるから
- 8 生産者と直接会う機会があるから
- 9 店内で十分な情報が得られるから (店員から情報が得られる)
- 10 農家訪問、料理教室などのイベントがあるから
- 11 その他 ()
- 12 わからない

Q 31-SSQ2-b-(2) 有機野菜の主な購入場所は、お宅からどのような距離ですか?

(ひとつだけ)

- 1 歩いて行ける距離 (歩いて 15 分程度以内)
- 2 自転車で行ける距離 (自転車で 15 分程度以内)
- 3 自動車でない行きづらい距離
- 4 自動車でも数時間かかる距離

Q 31-SSQ3 スーパーで有機野菜を扱うようになった場合、どのような条件が揃えばスーパーで (もっと) 買いますか? (いくつでも)

- 1 特に条件は必要ない (売っていれば買う)
- 2 値段が他の有機野菜を扱う店より高くなければ
- 3 鮮度等の品質が良ければ
- 4 取り扱う野菜の種類が増えたら
- 5 地元の有機農家のものが手に入るならば
- 6 生産者の情報がわかれば (地域や生産者名等)
- 7 具体的な生産方法がわかれば

- 8 環境に果たしている役割等についての情報があれば
- 9 生産者と直接会う機会があれば
- 10 店内で十分な情報が得られるならば（店員から情報が得られる）
- 11 農家訪問、料理教室などのイベントがあれば
- 12 その他（ ）
- 13 スーパーでは買わない
- 14 買いに行けるようなスーパーがない（非該当）

Q 31-SQ2 有機野菜を「3. 買っていない（以前は買っていた）」と回答した方に伺います。

(1) 買っていたときは、主にどのようなところで購入していましたか？（ひとつだけ）

- 1 青果店等の小売店
- 2 スーパーマーケット
- 3 デパート
- 4 自然食品店などの専門店
- 5 生協、提携等の共同購入や宅配
- 6 通販やインターネット販売
- 7 生産者や農協による直売所、朝市
- 8 コンビニエンスストア
- 9 ディスカウントショップ
- 10 その他（ ）
- 11 わからない

(2) 現在買っていない理由は何ですか？（いくつでも）

- 1 身近で買えるところなくなったから。
- 2 値段が高いから（適正な値段と思うが、自分の予算と比較して高い）。
- 3 値段が高いから（農産物の内容と見比べて、不当に高いと感じる）。
- 4 買いたいと思う品がないから（品揃えが不十分）。
- 5 期待したほどおいしくなかったから
- 6 鮮度が良くないから
- 7 泥付きなどが多く、扱いが面倒くさいから
- 8 虫がいるから
- 9 自分で作っている／親戚等からもらうようになったから。
- 10 「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思うから。
- 11 その他（具体的に：_____）
- 12 わからない。

Q32 お宅では、どのような有機食品（有機農畜産物やその加工品）を買っていますか？
該当するものをすべて選んでください。（いくつでも）

1 野菜	2 果物	3 きのこと類	4 豆類	5 米
6 雑穀類	7 お茶	8 牛乳・乳製品	9 卵	10 肉類
11 粉・麺類	12 豆加工品 (豆腐、納豆等)	13 調味料(みそ・醤油)	14 調味料 (ケチャップ・マヨネーズ)	
15 その他 (_____)				
16 買っていない (Q 34 へ)				
17 わからない (Q 35 へ)				

Q 33 (Q 32 で 16, 17 以外の方、対象) 有機食品を買っていると回答した方に伺います。

(1) お宅で有機食品を買っているのは、なぜですか？（いくつでも）

- 1 安全性が気になったから。
- 2 栄養などの質が気になったから。
- 3 農業の環境汚染が気になったから。
- 4 自分や家族の健康のため。
- 5 おいしいから。
- 6 有機農家を応援したいと思ったから。
- 7 地域の農地や自然環境を守りたいと思ったから。
- 8 温暖化など、地球環境問題が気になったから。
- 9 その他（具体的に：_____）
- 10 わからない。

(2) 有機食品の購入に当たって不満がありますか？（いくつでも）

- 1 身近に買えるところがない。
- 2 値段が高い（適正な値段とは思いますが、自分の予算と比較して高い）。
- 3 値段が高い（農産物の内容と見比べて、不当に高いと感じる）。
- 4 品揃えが少ない。
- 5 鮮度が良くない
- 6 地場産のものが少ない。
- 7 「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思う。
- 8 その他（具体的に：_____）
- 9 特にない。
- 10 わからない

(→問 33 へ)

Q 34 (Q 32で「16. 買っていない」を選んだ方対象)

有機食品を「買っていない」と回答した方に伺います。

有機食品を購入しないのは、なぜですか？(いくつでも)

- 1 どこで買えるのか、よくわからないから。
- 2 ふだん行く店や近くでは売っていないから
- 3 値段が高いから(適正な値段と思うが、自分の予算と比較して高い)。
- 4 値段が高いから(農産物の内容と見比べて、不当に高いと感じる)。
- 5 買いたいと思う品がないから(品揃えが不十分)。
- 6 見た目がおいしそうでないから。
- 7 泥付きなどが多く、扱いが面倒くさそうだから。
- 8 虫がいそうで嫌だから。
- 9 自分で作っているから
- 10 親戚などからもらっているから
- 11 「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思うから
- 12 その他(具体的に：_____)

Q 35 あなたは、スーパーで有機農産物(米・野菜・果物等)を買うときに、有機 JAS マークの他に、どのような情報があればよいと思いますか？(いくつでも)

- 1 有機 J A S マークの意味についての説明
- 2 有機 J A S マークの検査認証制度についての説明
- 3 産地の情報
- 4 生産者の名前や顔写真、連絡先等
- 5 具体的な生産方法(使用している資材や餌など)
- 6 不揃いな形状等に関する説明
- 7 その他(具体的に：_____)
- 8 何も必要ない

V その他、有機農産物や関連商品の購入に関することを伺います。

Q36 あなたは、以下のようなものを購入あるいは利用したことがありますか？

(いくつでも)

- 1 有機（オーガニック）コーヒー、オーガニック紅茶などの飲料
- 2 有機（オーガニック）レストランなど、有機農産物を使ったレストラン
- 3 有機（オーガニック）コットンなどの有機素材の繊維で作った布製品
- 4 オーガニック化粧品など、有機素材を利用した化粧品
- 5 その他、有機素材を使った製品など（具体的に：_____）
- 6 いずれも購入・使ったことはない

Q 37 あなたは、有機農産物を扱っている店や、前問にあったような有機農産物を素材とした商品やお店についての情報を、どうやって得ていますか？（いくつでも）

- 1 店頭で実物を見て。
- 2 チラシ・パンフレット類を見て。
- 3 口コミで。
- 4 テレビ、ラジオ、新聞、雑誌などから。
- 5 有機農産物の即売会など、イベントで。
- 6 インターネットで。
- 7 講演会、シンポジウム、学習会などで。
- 8 その他（具体的に：_____）
- 9 情報を得る術がない

Q 38 福島第一原発事故の後、あなたの有機農産物の購入・利用の行動は変わりましたか？（いくつでも）

- 1 購入する産地が変わった
- 2 購入（入手）方法、や購入（入手）先が変わった
- 3 有機農産物の消費量が増えた
- 4 有機農産物の消費量が減った
- 5 その他に変わったことがある
- 6 変わらない（Q 39 へ）

Q 38-S Q どのように変わりましたか？また、それはなぜですか？（具体的にご記入ください）

変わった内容：

理由：

VI 「有機農産物」に対するあなたの意向について伺います。

Q 39 お宅では、どのような有機農畜産物及びその加工品を購入したいと思いますか？
(現在購入していて、これからも継続して購入したいものも含める) あてはまるものすべて選んでください。

1 野菜	2 果物	3 きのこと類	4 豆類	5 米
6 雑穀類	7 お茶	8 牛乳・乳製品	9 卵	10 肉類
11 粉・麺類	12 豆加工品 (豆腐、納豆等)	13 調味料(みそ・醤油)	14 調味料 (ケチャップ・マヨネーズ)	
15 その他 (_____)				
16 買いたいものはない				
17 わからない				

Q40 あなたは、どのような産地で作られた有機農産物（主に野菜）を買いたいですか？
(ひとつだけ)

- 1 地元のものがよい
- 2 国産のものがよい
- 3 輸入のがよい
- 4 その他 (_____)

Q 41 あなたは、以下のような取り組みで作られた有機農産物を買いたいですか？
(現在購入しているものも含める)

(1) 鳥や魚、虫など、地域の生物多様性を守る活動をしながら生産された有機農産物
(ひとつだけ)

- 1 趣旨に賛同するので、価格がある程度高くても購入したい
- 2 価格、味等で納得すれば購入したい
- 3 関心がない

(2) 地域の食文化を守るために生産される、伝統野菜や在来品種などの有機農産物
(ひとつだけ)

- 1 趣旨に賛同するので、価格がある程度高くても購入したい
- 2 価格、味等で納得すれば購入したい
- 3 関心がない

Q 42 今後、あなたは、「有機農産物等」の購入について、どのような意向をお持ちですか？（ひとつだけ）

- 1 購入をふやしたい（購入したことがない場合、購入するようにしたい）。
- 2 現状でよい。
- 3 購入を減らしたい。
- 4 購入しない／購入をやめる。
- 5 わからない。

Q 43 有機農産物は、店舗等で購入する以外に、直接、生産者から購入する方法として、「生産者と消費者の提携（産消提携）」があります。「提携」は、生産者（個人・グループなど）と消費者（個人・グループ・生協など）が相互協力・信頼関係のもとに有機農畜産物を生産者から消費者に直接届ける取り組みで、「産直」などと呼ばれることもあります。「提携」は、小規模な有機農家や、新しく有機農業を始めた人たちの農産物の販売経路として役立っています。

(1) あなたは、このような購入方法があるのを知っていますか？（ひとつだけ）

- 1 よく知っている
2 少し知っている。
3 知らない

(2) あなたは、上記のような取り組みについて、どう思いますか？（ひとつだけ）

- 1 現在利用している。→（団体名をお教えてください：）
2 関心がある（利用してみたい）
3 あまり関心はない
4 その他（具体的に_____）
5 わからない

Ⅶ 「有機農業」についての、あなたの関わりやお考えを伺います。

Q 44 あなたは、実際に有機農業の畑を見たり、有機生産者と話をしたりしたことはありますか？（ひとつだけ）

- 1 ある
2 ない

Q 45 あなたはこれまで、有機農業に関する以下の活動に参加したことがありますか？また、そのうち、あなたのお子さんと一緒に参加したことがあるものはありますか？あてはまるものをすべて選んでください。（それぞれいくつでも）

Q 45 参加したことにある活動

Q 45-SQ お子さんと一緒に参加したことにある活動

- 1 「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加
- 2 有機農業・環境・食生活などに関する学習会や講演会等の参加
- 3 有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加
- 4 有機農産物を使った料理講習会への参加
- 5 有機農家の訪問、見学会
- 6 有機農園への援農
- 7 有機農業による家庭菜園・市民農園の実践
- 8 学校の授業の一環としての有機農業体験や有機農産物の調理・加工体験など（あなたのお子さんの体験も含む）
- 9 その他（具体的に： ）
- 10 いずれもない

Q 46 有機農業に関する活動のうち、あなたがやってみたい・これからも続けたいと思うものはどれですか？（いくつでも）

- 1 「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加
- 2 有機農業・環境・食生活などに関する学習会や講演会等への参加
- 3 有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加
- 4 有機農産物を使った料理講習会への参加
- 5 有機農家の訪問、見学会
- 6 有機農園への援農
- 7 有機農業による家庭菜園・市民農園の実践
- 8 学校の授業の一環としての有機農業体験や有機農産物の調理・加工体験など（あなたのお子さんの体験も含む）
- 9 その他（具体的に： ）
- 10 いずれもない

Q 47 日本の有機農業で栽培されている土地は農地全体のわずか 0.2%ですが、あなたはそれについてどう思いますか？（ひとつだけ）

（※なお、他の先進国をみると、イギリスは 4.6%、ドイツは 5.4%、韓国は 0.7%です）

- 1 少なすぎる、もっと増やすべきである
- 2 この程度でよい。
- 3 もっと少なくてもよい。

Q 48 あなたは、国（政府）や地方公共団体が有機農業の理念に基づき総合的な施策で有機農業を推進することを定めた「有機農業の推進に関する法律（有機農業推進法）」が 2006 年 12 月に制定されたことを知っていますか？（ひとつだけ）

- 1 知っているし、その内容もわかっている。
- 2 知っているが、その内容はよくわからない。
- 3 知らない。

Q 49 あなたは、有機農産物等の入手や消費者の有機農業への理解の促進について行政や民間などにより、どのような取り組みが必要だと思いますか？（いくつでも）

- 1 有機農産物等が入手できる場所に関する情報の提供
- 2 有機生産者との出会いの場に関する情報の提供
- 3 有機生産者との出会いの場を増やす。
- 4 有機農産物等が入手できる場所を増やす。
- 5 有機農業公園などの、身近に有機農業を体験できる場（有機農業公園、市民農園など）をつくる。
- 6 有機農業について体系的かつ実践的に学べる学校、講座などを身近なところで開催する。
- 7 有機農業について知るための学習会や上映会等を開催する。
- 8 学校給食での有機農産物等の利用を推進する。
- 9 食育に有機農業体験・学校農園を入れることを推進する。
- 10 地域ぐるみ（生産者、消費者、行政）での有機農業を推進・支援する取り組み。
- 11 その他（具体的に：_____）
- 12 特に必要ないと思う。
- 13 わからない。

Q 50 「有機農産物」の生産は、現実には、なかなか広がらずにいます。あなたは、有機農業の推進のために、どのようなことができると思いますか？（いくつでも）

- 1 有機農産物を、（さらに）積極的に購入するようにする。
- 2 友人や知人に有機農産物を勧める。
- 3 近所のスーパーや青果店に有機農産物を置くようにリクエストする。
- 4 地域の有機農業関連のイベントに参加する。

- 5 学校給食に有機農産物を使うようにリクエストする。
- 6 食育に有機農業体験・学校農園をリクエストする。
- 7 有機農家の農作業の手伝いをする。
- 8 有機農家の支援のための政策に賛同する。
- 9 その他（具体的に：_____）
- 10 特に必要ないと思う。
- 11 わからない。

最後に

本アンケートや有機農業、有機農産物等にご意見等がありましたら、ご自由にご記入ください。

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

付表3 全質問 単純集計表

I はじめに、あなた自身のことについて伺います。

Q 1-4 お宅の近くに畑や田んぼはありますか？（個人の家庭菜園や学校菜園などは除く）
（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 ない	639	32.0
2 少しある	807	40.4
3 たくさんある	514	25.7
4 わからない	40	2.0
回答者全体	2000	100.0

Q 4 あなたの主な職業は、何ですか？ 次からひとつ選んでください。（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 常勤（会社員・公務員・団体職員等）	888	44.4
2 パート・アルバイト	286	14.3
3 農業	10	.5
4 その他の自営業	148	7.4
5 専業主婦	402	20.1
6 学生	111	5.6
7 その他	155	7.8
回答者全体	2000	100.0

Q 5 現在、あなたが同居する世帯の世帯員の構成を、次から選んでください。（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 単身（自分一人）	327	16.4
2 夫婦または大人だけ	531	26.6
3 二世代家族（未成年・学生の子どもを含む）	944	47.2
4 三世代家族（未成年・学生の子どもを含む）	160	8.0
5 その他	38	1.9
回答者全体	2000	100.0

Q 5-1 お宅に乳幼児（就学前のこども）はいますか？

	度 数	パーセント
1 いる	334	16.7
2 いない	1666	83.3
回答者全体	2000	100.0

Q 5-2 義務教育（小学校、中学校）に通っているお子さんはいますか？

	度 数	パーセント
1 いる	365	18.3
2 いない	1635	81.8
回答者全体	2000	100.0

Q 5-3 世帯員数は全部で何人ですか？

	度 数	パーセント
1 人	328	16.4
2 人	398	19.9
3 人	511	25.6
4 人	527	26.4
5 人	162	8.1
6 人	47	2.4
7 人	18	0.9
8 人	6	0.3
9 人	3	0.2
回答者全体	2000	100.0

Q 6 お宅の世帯収入（2010 年、税込み）は、全部でどれくらいですか？ 次から選んでください。（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 300 万円未満	344	17.2
2 300 万円以上 400 万円未満	294	14.7
3 400 万円以上 500 万円未満	259	13.0
4 500 万円以上 600 万円未満	233	11.7
5 600 万円以上 700 万円未満	169	8.5
6 700 万円以上 800 万円未満	128	6.4
7 800 万円以上 900 万円未満	88	4.4
8 900 万円以上 1000 万円未満	89	4.5
9 1000 万円以上	165	8.3
10 わからない	231	11.6
回答者全体	2000	100.0

Ⅱ 日常の食生活について伺います。

Q 7 あなたは、お宅で食事を作りますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 主に作る。	1016	50.8
2 手伝ったり、ときどき作る。	466	23.3
3 ほとんど作らない。	518	25.9
回答者全体	2000	100.0

Q 8 あなたは、日常の食事の材料を自分で買いますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 買う（日常的に買う）	1059	53.0
2 買う（ときどき買う）	551	27.6
3 全く／ほとんど買わない	390	19.5
回答者全体	2000	100.0

Q 9 米や野菜の購入先について伺います。

(1)-a お宅では、日頃どこで米を購入しますか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 米屋などの個人専門店	115	5.8
2 スーパーマーケット	1101	55.1
3 デパート	68	3.4
4 自然食品店などの専門店	34	1.7
5 生協、提携等の共同購入や宅配	196	9.8
6 通販やインターネット販売	162	8.1
7 生産者や農協による直売所、朝市	163	8.2
8 コンビニエンスストア	55	2.8
9 デイスクウントショップ	119	6.0
10 自分の家で作っている	70	3.5
11 もらっている	387	19.4
12 その他	58	2.9
13 わからない	7	0.4
回答者全体	2000	100.0

(1)-a-SQ 米の主な購入先はどこですか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 米屋などの個人専門店	64	4.0
2 スーパーマーケット	849	53.0
3 デパート	8	0.5
4 自然食品店などの専門店	5	0.3
5 生協、提携等の共同購入や宅配	94	5.9
6 通販やインターネット販売	87	5.4
7 生産者や農協による直売所、朝市	88	5.5
8 コンビニエンスストア	4	0.2
9 ディスカウントショップ	38	2.4
10 自分の家で作っている	50	3.1
11 もらっている	267	16.7
12 その他	49	3.1
回答者全体	1603	100.0

(主な購入先で1～9・12を選んだ人に)

(1)-b 米の主な購入場所は、お宅からどのような距離ですか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 歩いて行ける距離（歩いて15分程度以内）	567	44.1
2 自転車で行ける距離（自転車で15分程度以内）	290	22.6
3 自動車でないといきづらい距離	343	26.7
4 自動車でも数時間かかる距離	86	6.7
回答者全体	1286	100.0

(2)-a お宅では、日頃どこで野菜を購入しますか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 八百屋などの個人専門店	289	14.5
2 スーパーマーケット	1552	77.6
3 デパート	118	5.9
4 自然食品店などの専門店	42	2.1
5 生協、提携等の共同購入や宅配	246	12.3
6 通販やインターネット販売	35	1.8
7 生産者や農協による直売所、朝市	265	13.3
8 コンビニエンスストア	39	2.0
9 ディスカウントショップ	41	2.1
10 自分の家で作っている	125	6.3
11 もらっている	262	13.1
12 その他	16	0.8
13 わからない	4	0.2
回答者全体	2000	100.0

(2)-a-SQ 野菜の主な購入先はどこですか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 八百屋などの個人専門店	62	3.9
2 スーパーマーケット	1351	84.1
3 デパート	10	0.6
4 自然食品店などの専門店	5	0.3
5 生協、提携等の共同購入や宅配	64	4.0
6 通販やインターネット販売	5	0.3
7 生産者や農協による直売所、朝市	43	2.7
8 コンビニエンスストア	2	0.1
9 ディスカウントショップ	10	0.6
10 自分の家で作っている	32	2.0
11 もらっている	18	1.1
12 その他	4	0.2
回答者全体	1606	100.0

（主な購入先で1～9・12を選んだ人に）

(2)-b 野菜の主な購入場所は、お宅からどのような距離ですか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 歩いて行ける距離（歩いて15分程度以内）	802	51.5
2 自転車で行ける距離（自転車で15分程度以内）	407	26.2
3 自動車でないに行きづらい距離	333	21.4
4 自動車でも数時間かかる距離	14	0.9
回答者全体	1556	100.0

Q10 あなたが野菜を購入するときに注意することは何ですか？

最も当てはまるものを、3つまで選んでください。（3つまで）

	度 数	パーセント
1 おいしさ	372	18.6
2 栄養や健康	211	10.6
3 安全性	507	25.4
4 見た目（形が整っているか）	164	8.2
5 鮮度	1044	52.2
6 安さ	855	42.8
7 旬のものであること	336	16.8
8 産地（地元産や国内産であること）	610	30.5
9 栽培方法（有機農業であること）	39	2.0
10 その他	10	0.5
11 特になし	50	2.5
回答者全体	2000	100.0

Q 11 あなたは、加工食品を購入する際、食品添加物の記載を確認しますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 必ず確認する	268	16.6
2 品目によっては、必ず確認するものがある	517	32.1
3 たまに確認する	593	36.8
4 確認しない	232	14.4
回答者全体	1610	100.0

Q 12 加工食品の食品添加物（主に化学合成のもの）に対して、具体的に、どのように考え、行動していますか？最も近いものをひとつお選びください。

	度 数	パーセント
1 食品添加物のできるだけ少ないものを選んで購入している。	755	46.9
2 味や値段等を優先させ、添加物の多いものでも購入することがある。	334	20.7
3 食品添加物は気にしていない。	427	26.5
4 食品添加物を避けるために、加工食品をできるだけ買わないで、手作りしている。	94	5.8
回答者全体	1610	100.0

Q 13 あなたは、米・野菜・果物等（農産物）が有機であることに興味がありますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 おおいに関心がある。	189	9.5
2 やや関心がある。	930	46.5
3 あまり関心がない	682	34.1
4 全く関心がない。	111	5.6
5 「有機」が何かよくわからない	88	4.4
回答者全体	2000	100.0

Q 14 あなたは、どのくらいの頻度で、夕食時に外食したり、市販の弁当や惣菜を買いますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 ほとんど毎日	83	4.2
2 週に3～5日	155	7.8
3 週に1、2日	525	26.3
4 月に2、3日	636	31.8
5 月に1日以下	462	23.1
6 外食したり弁当や惣菜を買うことはない。	139	7.0
回答者全体	2000	100.0

Q 15 あなたは喫煙しますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 する	400	20.0
2 しない（以前はしていたが、やめた）	392	19.6
3 しない	1208	60.4
回答者全体	2000	100.0

Q 16 冬に出回っているトマトは、石油による温室の加温が必要です。あなたは、旬（夏）のトマトに比べるとエネルギーや環境の負荷が高いことを知っていましたか？
（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 知らなかった	1009	50.5
2 少し知っていた	684	34.2
3 よく知っている	307	15.4
回答者全体	2000	100.0

Q 17 あなたは以下のような言葉をご存じですか？（それぞれひとつずつ）

フードマイレージ

	度 数	パーセント
1 聞いたことがなかった	1275	63.8
2 聞いたことはあるが内容はよくわからない	504	25.2
3 よく知っている（内容もわかる）	221	11.1
回答者全体	2000	100.0

地産地消

	度 数	パーセント
1 聞いたことがなかった	332	16.6
2 聞いたことはあるが内容はよくわからない	365	18.3
3 よく知っている（内容もわかる）	1303	65.2
回答者全体	2000	100.0

フェアトレード

	度 数	パーセント
1 聞いたことがなかった	1071	53.6
2 聞いたことはあるが内容はよくわからない	511	25.6
3 よく知っている（内容もわかる）	418	20.9
回答者全体	2000	100.0

身土不二

	度 数	パーセント
1 聞いたことがなかった	1633	81.7
2 聞いたことはあるが内容はよくわからない	241	12.1
3 よく知っている（内容もわかる）	126	6.3
回答者全体	2000	100.0

食農教育

	度 数	パーセント
1 聞いたことがなかった	1025	51.3
2 聞いたことはあるが内容はよくわからない	670	33.5
3 よく知っている（内容もわかる）	305	15.3
回答者全体	2000	100.0

Q 18 あなたは、農産物（米・野菜・果物等）を買うときに、地元産や国産であるか考えますか？福島第一原発事故より前の状況を振り返り、ご回答ください。（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 考える（地元産－市町村から県内の範囲－のものを優先的に購入するようにしてきた）	341	17.1
2 考える（国産のものを優先的に購入するようにしてきた）	893	44.7
3 考える（自分で農作物を作るようにしてきた）	49	2.5
4 あまり考えない（産地は気にしていなかった）	587	29.4
5 わからない（自分は購入しないのでわからない）	130	6.5
回答者全体	2000	100.0

Q 18-SQ 農産物（米・野菜・果物等）を買うときに地元産や国産であるか「1 考える（地元産のものを優先的に購入するようにしてきた）」とお答えの方に伺います。それはなぜですか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 新鮮だから	256	12.8
2 地域の農地や自然環境を守ると思うから	179	9.0
3 輸送に使うエネルギーを節約するから	97	4.9
4 地元の農家を支援するため	188	9.4
5 作った人の顔がわかり、信頼感ももてるから	100	5.0
6 その他	18	0.9
回答者全体	2000	100.0

Q 19 今回の原発事故で、購入する農産物（米・野菜・果物等）の産地を変えましたか？
（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 変えた（事故直後だけでなく、現在も産地を変えたままである）	448	22.4
2 事故直後は産地を変えたが、現在は元に戻った	182	9.1
3 変わっていない	1226	61.3
4 わからない	144	7.2
回答者全体	2000	100.0

Q 19-SQ 1 購入する農産物（米・野菜・果物等）の産地を「1. 変えた（現在も産地を変えたままである）」とお答えの方に伺います。具体的にどのように変えましたか？
（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 被災地産の農産物の購入を控えるようになった。	346	77.2
2 東日本（東北および関東）の農産物の購入を控えるようになった。	224	50.0
3 被災地産の農産物を以前より多く買うようになった。	5	1.1
4 東日本の農産物を以前より多く買うようになった。	8	1.8
5 輸入の農産物の購入量が増えた。	57	12.7
6 地場産品の購入量が減った。	19	4.2
7 地場産品の購入量が増えた。	105	23.4
8 その他	12	2.7
回答者全体	448	100.0

Q 19-SQ 2 「2. 事故直後は産地を変えたが、現在は元に戻った」とお答えの方に伺います。

SQ 2-1 具体的にどのように変えていましたか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 被災地産の農産物の購入を控えるようになった。	90	49.5
2 東日本（東北および関東）の農産物の購入を控えるようになった。	55	30.2
3 被災地産の農産物を以前より多く買うようになった。	21	11.5
4 東日本の農産物を以前より多く買うようになった。	22	12.1
5 輸入の農産物の購入量が増えた。	9	4.9
6 地場産品の購入量が減った。	5	2.7
7 地場産品の購入量が増えた。	33	18.1
8 その他	8	4.4
回答者全体	182	100.0

Q 19-SQ 2-2 現在は「元に戻った」のはなぜですか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 当初考えていたよりも安全であることがわかったので	110	60.4
2 当初考えていたよりも安全ではないことがわかったので	13	7.1
3 産地を限定して買うと、買えるものが限られてしまうので	63	34.6
4 産地を限定して買うと、購入すると、出費がかさむので	28	15.4
5 その他	10	5.5
回答者全体	182	100.0

Q 19-SQ 3 購入する農産物（米・野菜・果物等）の産地が「3. 変わっていない」と答えた方に伺います。変わっていないのはなぜですか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 被害を受けた地域のものは、もともと地元ではほとんど売られていないので。	408	33.3
2 市場に出回っているものは安全だと言われているので。	391	31.9
3 産地を気にして買うと、買える物が限られてしまうので。	231	18.8
4 産地を限定して買うと、出費がかさむので。	124	10.1
5 もともと気にしていないので。	416	33.9
6 その他	52	4.2
回答者全体	1226	100.0

Q 20 今回の原発事故の後、お宅の野菜の消費量に変化はありましたか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 変わらない	1637	81.9
2 やや減った／減ったが、元に戻った	134	6.7
3 だいぶ減った	52	2.6
4 やや増えた／増えたが、元に戻った	22	1.1
5 だいぶ増えた	13	0.7
6 わからない	142	7.1
回答者全体	2000	100.0

Q 21 放射能汚染と、あなたやご家族の農産物摂取について、どのように考えていますか？
最も近いものをひとつ選んでください。

	度 数	パーセント
1 ほんの微量でも含んでいるものは、食べないようにしたいと考えている	431	21.6
2 国の暫定規制値よりも厳しい基準で考えたいが、微量であればしかたがない	537	26.9
3 国の暫定規制値を超えていなければ、食べても大丈夫と考えている	343	17.2
4 特に気にしていない	532	26.6
5 その他	26	1.3
6 わからない	131	6.6
回答者全体	2000	100.0

Q 22 あなたは、原発事故の被害に苦しむ被災地の農業・農家への支援として、以下のどれに賛同しますか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 積極的に被災地産の農産物を食べて応援する。	581	29.1
2 被災地産の農産物を食べるのではなく、他の形で応援する。	1128	56.4
3 その他	63	3.2
4 特に支援は必要ない	318	15.9
回答者全体	2000	100.0

Q 22-SQ1 「1 積極的に被災地産の農産物を食べて応援する。」とお答えの方に伺います。具体的にどのような農産物を食べていますか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1. 米	195	33.6
2. 野菜	372	64.0
3. 果物	239	41.1
4. その他	12	2.1
5. まだ具体的には実行していない	136	23.4
回答者全体	581	100.0

Q 22-SQ2 「2 被災地産の農産物を食べるのではなく、他の形で応援する。」とお答えの方に伺います。具体的にどのような形での応援ですか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1. 被災地産の工芸品・繊維製品等、食品以外のものを購入する。	551	48.8
2. 募金する	852	75.5
3. その他	54	4.8
回答者全体	1128	100.0

Ⅲ 有機農業について、あなたのお考えを伺います。

Q 23 あなたは、これまでに「有機農業」（「オーガニック」を含む）という言葉聞いたことがありますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 ある	1870	93.5
2 ない	130	6.5
回答者全体	2000	100.0

Q 24 「有機農業」という言葉から浮かぶ、あなたのイメージに合うものは、以下のうちどれですか？ あてはまるものをすべて選んでください。（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 安全・安心	1274	63.7
2 おいしい	665	33.3
3 環境にやさしい	812	40.6
4 健康によい	977	48.9
5 生き物が豊か	338	16.9
6 地域の自給を高める	174	8.7
7 在来野菜や地域の文化	183	9.2
8 その他（ ）	89	4.5
9 よくわからない	214	10.7
回答者全体	2000	100.0

Q 24-SQ 「有機農業」という言葉から浮かぶ、あなたのイメージに合うものは、以下のうちどれですか？ 最も強くあてはまるものを選んでください。（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 安全・安心	856	47.8
2 おいしい	156	8.7
3 環境にやさしい	269	15.0
4 健康によい	318	17.8
5 生き物が豊か	74	4.1
6 地域の自給を高める	15	0.8
7 在来野菜や地域の文化	35	2.0
8 その他	66	3.7
回答者全体	1789	100.0

Q 25 「有機農業」における化学的に合成された肥料及び農薬の使用は、法律においてどのように決められていますか。正しいと思うものをお選びください。（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 有機質肥料（堆肥など）を使えば、化学肥料も使用してよい。	221	11.1
2 有機質肥料（堆肥など）を使えば、合成農薬を使用してよい。	204	10.2
3 化学的に合成された肥料及び農薬はいずれも使用しない。	812	40.6
4 正しいと思うものはひとつもない	163	8.2
5 わからない	688	34.4
回答者全体	2000	100.0

Q 26 あなたは、有機食品に付けられている有機 JAS マークを知っていますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 知らない。	1102	55.1
2 知っているが、その内容はよくわからない。	813	40.7
3 知っているし、その内容もよくわかっている。	85	4.3
回答者全体	2000	100.0

Q 26-S Q 有機 JAS マークに関して、あなたが知っているものをすべて選んでください。（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 生産の方法等についての基準を日本農林規格（JAS規格）で定めている。	372	41.4
2 有機JAS規格は、国際規格にほぼ合わせている。	133	14.8
3 有機米・野菜等は、2年以上、化学肥料・合成農薬を使っていない田んぼ・畑で栽培する。	202	22.5
4 近隣の田畑からの合成農薬の飛来対策や、流通での管理にも基準がある。	108	12.0
5 登録認定機関による検査と認定が義務付けられている。	147	16.4
6 有機JASマークがないと、実質的に有機農業をおこなっていても「有機農産物」「オーガニック○○」等と表示できない。	162	18.0
7 輸入食品でも、有機JASマークをつけることができる。	69	7.7
8 知っているものはひとつもない。	323	36.0
回答者全体	898	100.0

Ⅳ あなたのお宅での、「有機農畜産物」の購入とスーパーの利用について伺います。

※「有機農畜産物」とは、有機農業により作られた農産物のうち、有機 JAS 認定を取得したものをいいます。なお、本アンケートでは、便宜上、有機 JAS 認定を取得していない有機農業で作られた農畜産物も「有機農畜産物」に含めています。「有機食品」は有機農畜産物やその加工品を指しています。

※この項（Ⅳ）は、Q 8で「3. 全く／ほとんど買わない」と回答した人は、スキップするようにして下さい。

Q27 お宅の近くにスーパーはありますか？（それぞれひとつずつ）

Q27-1 歩いて行ける距離（15 分以内程度）にありますか？

	度 数	パーセント
1 ある	1271	78.9
2 ない	339	21.1
回答者全体	1610	100.0

Q27-2 自転車で行ける距離（15 分以内程度）にありますか？

	度 数	パーセント
1 ある	1449	90.0
2 ない	161	10.0
回答者全体	1610	100.0

Q28 お宅では、食品の購入に、スーパーを利用しますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1. 日常的に利用している	1339	83.2
2. ときどき利用している	227	14.1
3. 全く／ほとんど利用していない→ Q30 へ	24	1.5
4. よくわからない→ Q30 へ	20	1.2
回答者全体	1610	100.0

Q29 お宅で利用するスーパーでは、以下のような有機食品を扱っていますか？

(それぞれひとつずつ)

Q29-1 有機米

	度 数	パーセント
1 扱っている	539	34.4
2 扱っていない	135	8.6
3 わからない	892	57.0
回答者全体	1566	100.0

Q29-2 有機野菜

	度 数	パーセント
1 扱っている	806	51.5
2 扱っていない	108	6.9
3 わからない	652	41.6
回答者全体	1566	100.0

Q29-3 有機農産物を用いた加工食品

	度 数	パーセント
1 扱っている	451	28.8
2 扱っていない	96	6.1
3 わからない	1019	65.1
回答者全体	1566	100.0

Q 30 有機米の購入についてうかがいます。お宅では、どのような頻度で買っていますか？

(ひとつだけ)

	度 数	パーセント
1 日常的に買っている (SQ1へ)	61	3.8
2 たまに買っている (SQ1へ)	227	14.1
3 買っていない (以前は買っていた) (SQ2へ)	82	5.1
4 買っていない (これまで買ったことはない) (Q 31 へ)	758	47.1
5 わからない (有機かどうかわからない) (Q 31 へ)	482	29.9
回答者全体	1610	100.0

Q 30-SQ 1 有機米を「1.日常的に買っている」「2.たまに買っている」と回答した方に伺います。

SQ1-1 買い始めて何年くらいですか？

	度 数	パーセント
1 年以下	62	21.5
2 ～ 3 年	98	34.0
4 ～ 5 年	55	19.1
6 ～ 10 年	49	17.0
11 ～ 20 年	14	4.9
21 年～	10	3.5
回答者全体	288	100.0

SQ1-2 お家で食べる米のうち、どのくらいが有機米ですか？大まかな割合をお教えてください。(S.A.)

	度 数	パーセント
1. 全部	39	13.5
2. 大部分 (7 ～ 9 割程度)	58	20.1
3. 半分程度	62	21.5
4. 一部分 (2 ～ 3 割程度)	78	27.1
5. ごくわずか (1 割未満程度)	51	17.7
回答者全体	288	100.0

SQ1-3 お宅では有機米をスーパーで買いますか？ (S.A.)

	度 数	パーセント
1 買う (主な購入先である) → SSQ1 へ	35	12.2
2 買う (たまに買う) → SSQ1 へ	136	47.2
3 買わない → SSQ2 へ	98	34.0
4 わからない → Q31 へ	19	6.6
回答者全体	288	100.0

Q 30-SSQ1 有機米をスーパーで購入するのはなぜですか？ (いくつでも)

	度 数	パーセント
1 他の買い物も一緒にできるから	128	74.9
2 値段が他の有機米を扱う店より安いから	40	23.4
3 取り扱う有機米の種類が多いから	27	15.8
4 その場で精米してくれるから	12	7.0
5 地元の有機農家のものが手に入るから	18	10.5
6 生産者の情報がわかるから (産地や生産者名など)	22	12.9
7 具体的な生産方法がわかるから	15	8.8
8 環境に果たしている役割等についての情報がわかるから	13	7.6
9 生産者と直接会う機会があるから	3	1.8
10 店内で十分な情報が得られるから (店員から情報が得られる)	6	3.5
11 農家訪問、料理教室などのイベントがあるから		0.0
12 その他	2	1.2
13 わからない	1	0.6
回答者全体	171	100.0

Q 30-SSQ2-a 有機米の購入先（入手先）はどこですか？あてはまるものをすべて選んでください。（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 米屋などの個人専門店	35	12.2
2 スーパーマーケット	170	59.0
3 デパート	19	6.6
4 自然食品店などの専門店	26	9.0
5 生協、提携等の共同購入や宅配	52	18.1
6 通販やインターネット販売	36	12.5
7 生産者や農協による直売所、朝市	34	11.8
8 コンビニエンスストア	0	0.0
9 ディスカウントショップ	6	2.1
10 自分の家で作っている	0	0.0
11 もらっている	24	8.3
12 その他	9	3.1
13 わからない	7	2.4
回答者全体	288	100.0

Q 30-SSQ2-a-SQ 有機米の主な購入先（入手先）はどこですか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 米屋等の小売店	15	5.7
2 スーパーマーケット	131	50.0
3 デパート	5	1.9
4 自然食品店などの専門店	6	2.3
5 生協、提携等の共同購入や宅配	34	13.0
6 通販やインターネット販売	24	9.2
7 生産者や農協による直売所、朝市	24	9.2
8 コンビニエンスストア	0	0.0
9 ディスカウントショップ	0	0.0
10 自分で作る	0	0.0
11 親戚等からもらう	15	5.7
12 その他	8	3.1
回答者全体	262	100.0

Q 30-SSQ2-b-(1) (a の主な購入先で 1～9・12 を選んだ人に)

(有機米の主な購入先について) そこで買うのはなぜですか? (いくつでも)

	度 数	パーセント
1 値段が他の有機米を扱う店より安いから	86	29.9
2 取り扱う有機米の種類が多いから	52	18.1
3 その場で精米してくれるから	25	8.7
4 地元の有機農家のものが手に入るから	45	15.6
5 生産者の情報がわかるから (産地や生産者名など)	75	26.0
6 具体的な生産方法がわかるから	41	14.2
7 環境に果たしている役割等についての情報がわかるから	16	5.6
8 生産者と直接会う機会があるから	15	5.2
9 店内で十分な情報が得られるから (店員から情報が得られる)	16	5.6
10 農家訪問、料理教室などのイベントがあるから	0	0.0
11 その他	21	7.3
12 わからない	16	5.6
回答者全体	288	100.0

Q 30-SSQ2-b-(2) 有機米の主な購入場所は、お宅からどのような距離ですか?

(ひとつだけ)

	度 数	パーセント
1 歩いて行ける距離 (歩いて 15 分程度以内)	112	45.3
2 自転車で行ける距離 (自転車で 15 分程度以内)	52	21.1
3 自動車でない行きづらい距離	51	20.6
4 自動車でも数時間かかる距離	32	13.0
回答者全体	247	100.0

Q 30-SSQ3 スーパーで有機米を扱うようになった場合、どのような条件が揃えばスーパーで (もっと) 買いますか? (いくつでも)

	度 数	パーセント
1 特に条件は必要ない (売っていれば買う)	70	24.3
2 値段が他の有機米を扱う店と同等か安ければ	111	38.5
3 取り扱う有機米の種類が増えたら	59	20.5
4 その場で精米してくれれば	25	8.7
5 地元の有機農家のものが手に入るならば	45	15.6
6 生産者の情報がわかれば (地域や生産者名等)	51	17.7
7 具体的な生産方法がわかれば	32	11.1
8 環境に果たしている役割等についての情報があれば	22	7.6
9 生産者と直接会う機会があれば	14	4.9
10 店内で十分な情報が得られるならば (店員から情報が得られる)	23	8.0
11 農家訪問、料理教室などのイベントがあれば	6	2.1
12 その他	7	2.4
13 スーパーでは買わない	36	12.5
14 買いに行けるようなスーパーがない (非該当)	2	0.7
回答者全体	288	100.0

Q 30-SQ2 有機米を「3. 買っていない（以前は買っていた）」と回答した方に伺います。

(1) 買っていたときは、主にどのようなところで購入していましたか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 米屋等の小売店	7	8.5
2 スーパーマーケット	34	41.5
3 デパート	2	2.4
4 自然食品店などの専門店	5	6.1
5 生協、提携等の共同購入や宅配	13	15.9
6 通販やインターネット販売	4	4.9
7 生産者や農協による直売所、朝市	4	4.9
8 コンビニエンスストア	1	1.2
9 ディスカウントショップ	6	7.3
10 その他	6	7.3
回答者全体	82	100.0

(2) 現在、買っていない理由は何ですか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 身近で買えるところなくなったから。	11	13.4
2 値段が高いから（適正な値段とは思いますが、自分の予算と比較して高い）	44	53.7
3 値段が高いから（農産物の内容と見比べて、不当に高いと感じる）	9	11.0
4 買いたいと思う種類がないから（品揃えが不十分）	5	6.1
5 期待したほどおいしくなかったから。	7	8.5
6 自分で作っている／親戚等からもらうようになったから。	6	7.3
7 「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思うから	3	3.7
8 その他	7	8.5
9 わからない	5	6.1
回答者全体	82	100.0

Q31 有機野菜の購入について伺います。お宅ではどのような頻度で買っていますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 日常的に買っている (SQ1へ)	64	4.0
2 たまに買っている (SQ1へ)	536	33.3
3 買っていない（以前は買っていた）(SQ2へ)	86	5.3
4 買っていない（これまで買ったことはない）(Q 31 へ)	400	24.8
5 わからない（有機かどうかわからない）(Q 32 へ)	524	32.5
回答者全体	1610	100.0

Q 31-SQ 1 有機野菜を「1.日常的に買っている」「2.たまに買っている」と回答した方に伺います。

(1) 買い始めて何年くらいですか？（ ）年くらい ※1年未満の方は「1」と入力してください。

	度 数	パーセント
1年以下	97	16.2
2～3年	189	31.5
4～5年	168	28.0
6～10年	105	17.5
11～20年	30	5.0
21年～	11	1.8
回答者全体	600	100.0

(2) お家で食べる野菜のうち、どのくらいが有機野菜ですか？大まかな割合をお教えください。(ひとつだけ)

	度 数	パーセント
1. 全部	6	1.0
2. 大部分（7～9割程度）	58	9.7
3. 半分程度	122	20.3
4. 一部分（2～3割程度）	241	40.2
5. ごくわずか（1割未満程度）	173	28.8
回答者全体	600	100.0

(3) お宅では有機野菜をスーパーで買いますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 買う（主な購入先である）→ SSQ1 へ	127	21.2
2 買う（たまに購入する）→ SSQ1 へ	350	58.3
3 買わない → SSQ2 へ	69	11.5
4 わからない→ Q32 へ	54	9.0
回答者全体	600	100.0

Q 31-SSQ1 有機野菜をスーパーで買うのはなぜですか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 他の買い物も一緒にできるから	385	80.7
2 値段が他の有機野菜を扱う店より安いから	73	15.3
3 鮮度等の品質が良いから	101	21.2
4 取り扱う有機野菜の種類が多いから	84	17.6
5 地元の有機農家のものが手に入るから	117	24.5
6 生産者の情報がわかるから（地域や生産者名等）	96	20.1
7 具体的な生産方法がわかるから	31	6.5
8 環境に果たしている役割等についての情報があるから	14	2.9
9 生産者と直接会う機会があるから	10	2.1
10 店内で十分な情報が得られるから（店員から情報が得られる）	13	2.7
11 農家訪問、料理教室などのイベントがあるから	1	0.2
12 その他	16	3.4
13 わからない	3	0.6
回答者全体	477	100.0

Q 31-SSQ2-a 有機野菜の購入先（入手先）はどこですか？あてはまるものをすべて選んでください。（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 青果店等の小売店	68	12.6
2 スーパーマーケット	477	88.3
3 デパート	40	7.4
4 自然食品店などの専門店	56	10.4
5 生協、提携等の共同購入や宅配	109	20.2
6 通販やインターネット販売	31	5.7
7 生産者や農協による直売所、朝市	100	18.5
8 コンビニエンスストア	2	0.4
9 ディスカウントショップ	10	1.9
10 自分の家で作っている	24	4.4
11 もらっている	52	9.6
12 その他	4	0.7
13 わからない	4	0.7
回答者全体	540	100.0

Q 31-SSQ2-a-SQ 有機野菜の主な購入先（入手先）はどこですか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 青果店等の小売店	17	3.1
2 スーパーマーケット	364	67.2
3 デパート	7	1.3
4 自然食品店などの専門店	19	3.5
5 生協、提携等の共同購入や宅配	49	9.0
6 通販やインターネット販売	15	2.8
7 生産者や農協による直売所、朝市	43	7.9
8 コンビニエンスストア	0	0.0
9 ディスカウントショップ	2	0.4
10 自分で作る	5	0.9
11 親戚等からもらう	19	3.5
12 その他	2	0.4
回答者全体	542	100.0

Q 31-SSQ2-b-(1)（主な購入先で1～9・12を選んだ人に）

（有機野菜の主な購入先について）そこで買うのはなぜですか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 値段が他の有機野菜を扱う店より安いから	145	24.1
2 鮮度等の品質が良いから	197	32.8
3 取り扱う有機野菜の種類が多いから	139	23.1
4 地元の有機農家のものが手に入るから	161	26.8
5 生産者の情報がわかるから（地域や生産者名等）	167	27.8
6 具体的な生産方法がわかるから	54	9.0
7 環境に果たしている役割等についての情報があるから	27	4.5
8 生産者と直接会う機会があるから	16	2.7
9 店内で十分な情報が得られるから（店員から情報が得られる）	30	5.0
10 農家訪問、料理教室などのイベントがあるから	3	0.5
11 その他	44	7.3
12 わからない	24	4.0
回答者全体	601	100.0

Q 31-SSQ2-b-(2) 有機野菜の主な購入場所は、お宅からどのような距離ですか？

（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 歩いて行ける距離（歩いて15分程度以内）	249	48.1
2 自転車で行ける距離（自転車で15分程度以内）	134	25.9
3 自動車でないといきづらい距離	112	21.6
4 自動車でも数時間かかる距離	23	4.4
回答者全体	518	100.0

Q 31-SSQ3 スーパーで有機野菜を扱うようになった場合、どのような条件が揃えばスーパーで（もっと）買いますか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 特に条件は必要ない（売っていれば買う）	182	30.3
2 値段が他の有機野菜を扱う店より高くなければ	244	40.6
3 鮮度等の品質が良ければ	224	37.3
4 取り扱う野菜の種類が増えたら	178	29.6
5 地元の有機農家のものが手に入るならば	131	21.8
6 生産者の情報がわかれば（地域や生産者名等）	99	16.5
7 具体的な生産方法がわかれば	52	8.7
8 環境に果たしている役割等についての情報があれば	33	5.5
9 生産者と直接会う機会があれば	15	2.5
10 店内で十分な情報が得られるならば（店員から情報が得られる）	43	7.2
11 農家訪問、料理教室などのイベントがあれば	6	1.0
12 その他	12	2.0
13 スーパーでは買わない	6	1.0
14 買いに行けるようなスーパーがない（非該当）	2	0.3
回答者全体	601	100.0

Q 31-SQ2 有機野菜を「3. 買っていない（以前は買っていた）」と回答した方に伺います。

(1) 買っていたときは、主にどのようなところで購入していましたか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 青果店等の小売店	1	1.2
2 スーパーマーケット	46	53.5
3 デパート	1	1.2
4 自然食品店などの専門店	11	12.8
5 生協、提携等の共同購入や宅配	15	17.4
6 通販やインターネット販売	4	4.7
7 生産者や農協による直売所、朝市	5	5.8
8 コンビニエンスストア	0	0
9 ディスカウントショップ	0	0
10 その他	0	0
11 わからない	3	3.5
回答者全体	87	100.0

(2) 現在買っていない理由は何ですか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 身近で買えるところなくなったから。	17	19.5
2 値段が高いから（適正な値段とは思いますが、自分の予算と比較して高い）。	50	57.5
3 値段が高いから（農産物の内容と見比べて、不当に高いと感じる）。	21	24.1
4 買いたいと思う品がないから（品揃えが不十分）。	9	10.3
5 期待したほどおいしくなかったから	9	10.3
6 鮮度が良くないから	1	1.1
7 泥付きなどが多く、扱いが面倒くさいから	5	5.7
8 虫がいるから	5	5.7
9 自分で作っている／親戚等からもらうようになったから	2	2.3
10 「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思うから	1	1.1
11 その他	2	2.3
12 わからない	4	4.6
回答者全体	87	100.0

Q32 お宅では、どのような有機食品（有機農畜産物やその加工品）を買っていますか？該当するものをすべて選んでください。（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 野菜	600	37.3
2 果物	208	12.9
3 きのこと類	114	7.1
4 豆類	54	3.4
5 米	288	17.9
6 雑穀類	56	3.5
7 お茶	106	6.6
8 牛乳・乳製品	66	4.1
9 卵	112	7.0
10 肉類	53	3.3
11 粉・麺類	37	2.3
12 豆加工品（豆腐、納豆等）	116	7.2
13 調味料（みそ・醤油）	133	8.3
14 調味料（ケチャップ・マヨネーズ）	42	2.6
15 その他	12	0.7
16 買っていない（Q 34 へ）	345	21.4
17 わからない（Q 35 へ）	535	33.2
回答者全体	1610	100.0

Q 33（Q 32 で 16, 17 以外の方、対象）有機食品を買っていると回答した方に伺います。

（1）お宅で有機食品を買っているのは、なぜですか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 安全性が気になったから	331	45.3
2 栄養などの質が気になったから	121	16.6
3 農業の環境汚染が気になったから	96	13.2
4 自分や家族の健康のため	280	38.4
5 おいしいから	281	38.5
6 有機農家を応援したいと思ったから	103	14.1
7 地域の農地や自然環境を守りたいと思ったから	80	11.0
8 温暖化など、地球環境問題が気になったから	24	3.3
9 その他	29	4.0
10 わからない	21	2.9
回答者全体	730	100.0

（2）有機食品の購入に当たって不満がありますか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 身近に買えるところがない。	69	9.5
2 値段が高い（適正な値段とは思うが、自分の予算と比較して高い）	483	66.2
3 値段が高い（農産物の内容と見比べて、不当に高いと感じる）	92	12.6
4 品揃えが少ない	196	26.8
5 鮮度が良くない	14	1.9
6 地場産のものが少ない	53	7.3
7 「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思う。	110	15.1
8 その他	6	0.8
9 特にない	94	12.9
10 わからない	5	0.7
回答者全体	730	100.0

Q 34 (Q 32で「16. 買っていない」を選んだ方対象)

有機食品を「買っていない」と回答した方に伺います。

有機食品を購入しないのは、なぜですか？(いくつでも)

	度 数	パーセント
1 どこで買えるのか、よくわからないから	37	10.7
2 ふだん行く店や近くでは売っていないから	65	18.8
3 値段が高いから(適正な値段とは思いますが、自分の予算と比較して高い)	216	62.6
4 値段が高いから(農産物の内容と見比べて、不当に高いと感じる)	76	22.0
5 買いたいと思う品がないから(品揃えが不十分)	33	9.6
6 見た目がおいしそうでないから	2	0.6
7 泥付きなどが多く、扱いが面倒くさそうだから	10	2.9
8 虫がいそうで嫌だから	26	7.5
9 自分で作っているから	12	3.5
10 親戚などからもらっているから	20	5.8
11 「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思うから	57	16.5
12 その他	14	4.1
回答者全体	345	100.0

Q 35 あなたは、スーパーで有機農産物(米・野菜・果物等)を買うときに、有機JASマークの他に、どのような情報があればよいと思いますか？(いくつでも)

	度 数	パーセント
1 有機JASマークの意味についての説明	560	34.8
2 有機JASマークの検査認証制度についての説明	379	23.5
3 産地の情報	741	46.0
4 生産者の名前や顔写真、連絡先等	338	21.0
5 具体的な生産方法(使用している資材や餌など)	527	32.7
6 不揃いな形状等に関する説明	164	10.2
7 その他	17	1.1
8 何も必要ない	311	19.3
回答者全体	1610	100.0

V その他、有機農産物や関連商品の購入に関することを伺います。

Q36 あなたは、以下のようなものを購入あるいは利用したことがありますか？

(いくつでも)

	度 数	パーセント
1 有機（オーガニック）コーヒー、オーガニック紅茶などの飲料	482	24.1
2 有機（オーガニック）レストランなど、有機農産物を使ったレストラン	545	27.3
3 有機（オーガニック）コットンなどの有機素材の繊維で作った布製品	365	18.3
4 オーガニック化粧品など、有機素材を利用した化粧品	229	11.5
5 その他、有機素材を使った製品など	10	0.5
6 いずれも購入・使ったことはない	1054	52.7
回答者全体	2000	100.0

Q 37 あなたは、有機農産物を扱っている店や、前問にあったような有機農産物を素材とした商品やお店についての情報を、どうやって得ていますか？ (いくつでも)

	度 数	パーセント
1 店頭で実物を見て	957	47.9
2 チラシ・パンフレット類を見て	337	16.9
3 口コミで	236	11.8
4 テレビ、ラジオ、新聞、雑誌などから	267	13.4
5 有機農産物の即売会など、イベントで	83	4.2
6 インターネットで	416	20.8
7 講演会、シンポジウム、学習会などで	12	0.6
8 その他	26	1.3
9 情報を得る術がない	495	24.8
回答者全体	2000	100.0

Q 38 福島第一原発事故の後、あなたの有機農産物の購入・利用の行動は変わりましたか？

(いくつでも)

	度 数	パーセント
1 購入する産地が変わった	229	11.5
2 購入（入手）方法、や購入（入手）先が変わった	44	2.2
3 有機農産物の消費量が増えた	42	2.1
4 有機農産物の消費量が減った	26	1.3
5 その他に変わったことがある	27	1.4
6 変わらない（Q 39 へ）	1674	83.7
回答者全体	2000	100.0

VI 「有機農産物」に対するあなたの意向について伺います。

Q 39 お宅では、どのような有機農畜産物及びその加工品を購入したいと思いますか？（現在購入していて、これからも継続して購入したいものも含める）あてはまるものすべて選んでください。

	度 数	パーセント
1 野菜	1022	51.1
2 果物	620	31.0
3 きのこと類	323	16.2
4 豆類	261	13.1
5 米	558	27.9
6 雑穀類	211	10.6
7 お茶	375	18.8
8 牛乳・乳製品	326	16.3
9 卵	383	19.2
10 肉類	311	15.6
11 粉・麺類	200	10.0
12 豆加工品（豆腐、納豆等）	311	15.6
13 調味料（みそ・醤油）	344	17.2
14 調味料（ケチャップ・マヨネーズ）	176	8.8
15 その他	19	1.0
16 買いたいものはない	259	13.0
17 わからない	573	28.7
回答者全体	2000	100.0

Q40 あなたは、どのような産地で作られた有機農産物（主に野菜）を買いたいですか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 地元のものがよい	786	39.3
2 国産のものがよい	1147	57.4
3 輸入のものがよい	16	0.8
4 その他	51	2.6
回答者全体	2000	100.0

Q 41 あなたは、以下のような取り組みで作られた有機農産物を買いたいと思いますか？
(現在購入しているものも含める)

(1) 鳥や魚、虫など、地域の生物多様性を守る活動しながら生産された有機農産物
(ひとつだけ)

	度 数	パーセント
1 趣旨に賛同するので、価格がある程度高くても購入したい	104	5.2
2 価格、味等で納得すれば購入したい	1596	79.8
3 関心がない	300	15.0
回答者全体	2000	100.0

(2) 地域の食文化を守るために生産される、伝統野菜や在来品種などの有機農産物
(ひとつだけ)

	度 数	パーセント
1 趣旨に賛同するので、価格がある程度高くても購入したい	144	7.2
2 価格、味等で納得すれば購入したい	1564	78.2
3 関心がない	292	14.6
回答者全体	2000	100.0

Q 42 今後、あなたは、「有機農産物等」の購入について、どのような意向をお持ちですか？ (ひとつだけ)

	度 数	パーセント
1 購入をふやしたい（購入したことがない場合、購入するようにしたい）。	483	24.2
2 現状でよい。	983	49.2
3 購入を減らしたい。	19	1.0
4 購入しない／購入をやめる。	36	1.8
5 わからない	479	24.0
回答者全体	2000	100.0

Q 43 有機農産物は、店舗等で購入する以外に、直接、生産者から購入する方法として、「生産者と消費者の提携（産消提携）」があります。「提携」は、生産者（個人・グループなど）と消費者（個人・グループ・生協など）が相互協力・信頼関係のもとに有機農畜産物を生産者から消費者に直接届ける取り組みで、「産直」などと呼ばれることもあります。「提携」は、小規模な有機農家や、新しく有機農業を始めた人たちの農産物の販売経路として役立っています。

(1) あなたは、このような購入方法があるのを知っていますか？ (ひとつだけ)

	度 数	パーセント
1 よく知っている	113	5.7
2 少し知っている。	815	40.8
3 知らない	1072	53.6
回答者全体	2000	100.0

(2) あなたは、上記のような取り組みについて、どう思いますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 現在利用している	59	3.0
2 関心がある（利用してみたい）	701	35.1
3 あまり関心はない	751	37.6
4 その他	15	0.8
5 わからない	474	23.7
回答者全体	2000	100.0

Ⅶ 「有機農業」についての、あなたの関わりや考えを伺います。

Q 44 あなたは、実際に有機農業の畑を見たり、有機生産者と話をしたりしたことはありますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 ある	171	8.6
2 ない	1829	91.5
回答者全体	2000	100.0

Q 45 あなたはこれまで、有機農業に関する以下の活動に参加したことがありますか？また、そのうち、あなたのお子さんと一緒に参加したことがあるものはありますか？あてはまるものをすべて選んでください。（それぞれいくつでも）

Q 45 参加したことにある活動

	度 数	パーセント
1 「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加	100	5.0
2 有機農業・環境・食生活などに関する学習会や講演会等の参加	51	2.6
3 有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加	12	0.6
4 有機農産物を使った料理講習会への参加	31	1.6
5 有機農家の訪問、見学会	43	2.2
6 有機農園への援農	18	0.9
7 有機農業による家庭菜園・市民農園の実践	31	1.6
8 学校の授業の一環としての有機農業体験や有機農産物の調理・加工体験など（あなたのお子さんの体験も含む）	35	1.8
9 その他	16	0.8
10 いずれもない	1805	90.3
回答者全体	2000	100.0

Q 45-SQ お子さんと一緒に参加したことにある活動

	度 数	パーセント
1 「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加	32	1.6
2 有機農業・環境・食生活などに関する学習会や講演会等の参加	8	0.4
3 有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加	2	0.1
4 有機農産物を使った料理講習会への参加	4	0.2
5 有機農家の訪問、見学会	9	0.5
6 有機農園への援農	2	0.1
7 有機農業による家庭菜園・市民農園の実践	9	0.5
8 学校の授業の一環としての有機農業体験や有機農産物の調理・加工体験など（あなたのお子さんの体験も含む）	15	0.8
9 その他	3	0.2
10 いずれもない	1933	96.7
回答者全体	2000	100.0

Q 46 有機農業に関する活動のうち、あなたがやってみたい・これからも続けたいと思うものはどれですか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加	383	19.2
2 有機農業・環境・食生活などに関する学習会や講演会等の参加	133	6.7
3 有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加	63	3.2
4 有機農産物を使った料理講習会への参加	197	9.9
5 有機農家の訪問、見学会	222	11.1
6 有機農園への援農	90	4.5
7 有機農業による家庭菜園・市民農園の実践	197	9.9
8 学校の授業の一環としての有機農業体験や有機農産物の調理・加工体験など（あなたのお子さんの体験も含む）	179	9.0
9 その他	15	0.8
10 いずれもない	1168	58.4
回答者全体	2000	100.0

Q 47 日本の有機農業で栽培されている土地は農地全体のわずか0.2%ですが、あなたはそれについてどう思いますか？（ひとつだけ）

（※なお、他の先進国をみると、イギリスは4.6%、ドイツは5.4%、韓国は0.7%です）

	度 数	パーセント
1 少なすぎる、もっと増やすべきである	1477	73.9
2 この程度でよい。	442	22.1
3 もっと少なくてよい	81	4.1
回答者全体	2000	100.0

Q 48 あなたは、国（政府）や地方公共団体が有機農業の理念に基づき総合的な施策で有機農業を推進することを定めた「有機農業の推進に関する法律（有機農業推進法）」が2006年12月に制定されたことを知っていますか？（ひとつだけ）

	度 数	パーセント
1 知っているし、その内容もわかっている。	23	1.2
2 知っているが、その内容はよくわからない。	175	8.8
3 知らない。	1802	90.1
回答者全体	2000	100.0

Q 49 あなたは、有機農産物等の入手や消費者の有機農業への理解の促進について行政や民間などにより、どのような取組みが必要だと思いますか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 有機農産物等が入手できる場所に関する情報の提供	639	32.0
2 有機生産者との出会いの場に関する情報の提供	242	12.1
3 有機生産者との出会いの場を増やす。	242	12.1
4 有機農産物等が入手できる場所を増やす。	723	36.2
5 有機農業公園などの、身近に有機農業を体験できる場（有機農業公園、市民農園など）をつくる	261	13.1
6 有機農業について体系的かつ実践的に学べる学校、講座などを身近なところで開催する。	222	11.1
7 有機農業について知るための学習会や上映会等を開催する。	147	7.4
8 学校給食での有機農産物等の利用を推進する。	575	28.8
9 食育に有機農業体験・学校農園を入れることを推進する。	419	21.0
10 地域ぐるみ（生産者、消費者、行政）での有機農業を推進・支援する取り組み。	536	26.8
11 その他	28	1.4
12 特に必要ないと思う。	167	8.4
13 わからない	527	26.4
回答者全体	2000	100.0

Q 50 「有機農産物」の生産は、現実には、なかなか広がらずにいます。あなたは、有機農業の推進のために、どのようなことができると思いますか？（いくつでも）

	度 数	パーセント
1 有機農産物を、（さらに）積極的に購入するようにする	553	27.7
2 友人や知人に有機農産物を勧める	181	9.1
3 近所のスーパーや青果店に有機農産物を置くようにリクエストする	499	25.0
4 地域の有機農業関連のイベントに参加する	192	9.6
5 学校給食に有機農産物を使うようにリクエストする	361	18.1
6 食育に有機農業体験・学校農園をリクエストする	240	12.0
7 有機農家の農作業の手伝いをする	126	6.3
8 有機農家の支援のための政策に賛同する	291	14.6
9 その他	34	1.7
10 特に必要ないと思う	208	10.4
11 わからない	591	29.6
回答者全体	2000	100.0

平成 23 年度 生産環境総合対策事業
有機農業総合支援事業 有機農業調査事業（消費者理解増進）報告書

有機農業への消費者の理解増進調査報告
——消費者意識アンケートと生産者・消費者の交流事例——

平成 24 年 3 月

発行 特定非営利活動法人 日本有機農業研究会
〒113-0033 東京都文京区本郷 3-17-12-501
TEL 03-3818-3078 FAX 03-3818-3417
info@joaa.net <http://www.joaa.net>

本報告書は、ホームページ(<http://www.joaa.net>)からダウンロードできます。
