平成 22 年度
生産環境総合対策事業
有機農業総合支援事業
調査事業報告書

有機農業に対する消費者の意識と理解促進に関する調査報告書

平成 23 年 3 月

特定非営利活動法人
日本有機農業研究会

目　　次

第１章　有機農業に関する消費者意識アンケート調査

Ⅰ　有機農業に関する消費者意識アンケート調査の目的と方法　1
　１．本章の調査の目的　2
　２．調査の方法　2

Ⅱ　調査結果　4
　１．回答者の属性　4
　２．有機農業、有機農産物に関する意識と行動　5
　３．有機農業をよく理解している人はどのような人たちか　18
　４．有機農業の推進のために必要な活動　27
　５．有機農業の推進のためには何が必要か　30

Ⅲ　ま　と　め　38

第２章　生産者と消費者の「提携」団体等ヒアリング調査

Ⅰ　本章の調査の目的と「提携」活動　42
　１．本章の調査の目的と方法　42
　２．消費者の理解促進と「提携」活動　42

Ⅱ　「提携」団体等へのヒアリング　48
　１．NPO 法人　土といのちの会（福井県越前市）　48
　２．有限会社　くまもと有機の会（熊本県上益城郡御船町）　52
　３．愛媛有機農産生活協同組合（ゆうき生協）（愛媛県）　55
　４．「豊橋有機農業の会」の有機朝市（愛知県）　59
　５．「オアシス 21　オーガニックファーマーズ(旧えこファーマーズ)朝市村」（愛知県）　65
　６．NPO 法人　あしがら農の会（神奈川県）　68

第３章　有機農業者(新規就農・提携)からみた消費者意識ヒアリング調査

Ⅰ　本章の調査の目的と方法　74

Ⅱ　ヒアリング調査の結果　74
１．松井眞一さんの事例　74
２．原田悠士さんの事例　77
３．井原均さんの事例　79

Ⅲ　本章のまとめ　81
有機農産物の信頼性　81
品質向上の努力　81

第４章　「耕す教育」を採り入れた山形県高畠町の学校給食と学校農園

Ⅰ　本章の調査の目的と方法　84
１．調査の目的　84
２．調査の方法と対象　84

Ⅱ　ヒアリング調査の結果　85
１．高畠町立和田小学校の事例―地域で取り組む学校給食40年　85
２．　二井宿小学校の事例　―給食野菜自給率50％をめざして　88
３．伊澤良治さん（前二井宿小学校校長）へのインタビュー　91

Ⅲ　本章のまとめ　96

資料

付表１　有機農業に関する消費者意識アンケート調査
インターネットアンケート誘導画面文面
付表２　質問票
付表３　全質問　単純集計表

はしがき

有機農業を推進するには、有機農業に対する消費者の理解や協力が必要である。有機農産物等の「安全・安心」「健康」というイメージだけでなく、有機農業には環境問題の改善につながるさまざまな働きや、農業と一体となった文化、教育力を有することなど、多様な意義があることを多くの消費者が理解するようになれば、より一層、有機農業が求められるようになるであろう。

このような消費者の有機農業に対する理解を広げるには、有機農業者と消費者との連携を図ることが重要である。実際、1970年代初頭から各地で取り組みが始まった日本の有機農業は、有機農業者と消費者団体の密接な連携により、日常的に農産物を直接供給する「提携」(産消提携)活動によって各地に根付き、広がってきた。「提携」活動では、消費者が農家を訪問したり、一緒に学習会や収穫祭を開くことなど、有機農業への理解を深める活動が幅広く行われてきた。「提携」の展開過程は、有機農業推進に大いに参考になるであろう。

そこで本会は、平成20年度には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有機農産物等の購買行動、環境についての意識等を探り、平成21年度には、「提携」団体を対象としたアンケートやヒアリングにより、消費者の有機農業への理解促進につながる考え方や具体的な活動の実態を探った。

本年度は、さらに有機農業に対する幅広い理解を促すために必要な活動や施策を明らかにするために、一般消費者の有機農業や有機農産物等に対する意識や認知度の実態や有機農業者と消費者が連携した活動実態をアンケート及びヒアリングにより調査した。

なお、本調査報告は、「有機農業の推進に関する法律」(平成18年12月制定)に基づき、国が策定した「有機農業推進基本方針」(平成19年4月)を受けて実施された平成22年度生産環境総合支援対策事業・有機農業総合支援事業(農林水産省)の調査事業の支援を得て本会が実施した調査をとりまとめたものである。

本調査にご協力いただいた多くの皆様に感謝申し上げると共に、本報告書が関係者各位のご参考になれば幸いである。

2011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

消費者調査協議会

	魚住　道郎	日本有機農業研究会副理事長、魚住農園
○	久保田裕子	国学院大学経済学部教授
	本城　　昇	埼玉大学経済学部教授
	吉野　馨子	法政大学サステイナビリティ研究教育機構プロジェクト・マネージャ
	若島　礼子	安全な食べ物をつくって食べる会前会長
	涌井　義郎	鯉淵学園農業栄養専門学校教授
		（○印　委員長）

研究協力者

増田　裕子	日本有機農業研究会専門調査員、有機農業推進協会職員

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
平 良子	同	事務局
上杉　幸康	同	事務局

執筆分担

第１章	吉野　馨子
第２章	久保田裕子・若島　礼子
	増田　裕子・吉野　馨子
第３章	涌井　義郎
第４章	若島　礼子

第１章

有機農業に関する消費者意識アンケート調査

執　筆

吉野　馨子

Ⅰ　有機農業に関する消費者意識アンケート調査の目的と方法

１．本章の調査の目的

本調査は、次の二点を主な目的とし、平成 20 年度から実施している。

第一の目的は、有機農業推進法に基づく「有機農業の推進に関する基本的な方針」（2007 年４月）において、消費者の有機農業に対する理解は、「安全・安心」「健康によい」というイメージを抱くにとどまっており、有機農業の環境保全機能や有機農業がもたらす多面的な意義についてまではよく理解されていないのが実情であるとされたことから、消費者の有機農業、有機農産物に対する理解の度合いや認知度を明らかにすることである。「有機農業に対する消費者の理解の増進」の目標として、おおむね平成 23 年度までに「有機農業が化学肥料及び農薬を使用しないこと等を基本とする環境と調和の取れた農業であること」を知っている消費者が「50％以上」になることを目標としている。

第二の目的は、有機農業推進法の基本理念（第３条）に明記された「有機農業者その他の関係者と消費者との連携の促進」を図りながら有機農業の推進を行わなければならないとされた事項に関連し、消費者の食と農、健康、環境に関する意向を把握し、有機農業に対する消費者の理解をより広め、かつ深めるために行うべき取組みや施策、今後の課題を明らかにすることである。

調査の３年度目に当たる今年度は、平成 23 年度より始められる予定の有機農業推進基本方針の見直しの議論に先立ち、一般消費者の有機農業及び有機農産物への理解がどれだけ深まったかの把握を目的に調査を実施した。初年度と同様に、2000 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を通し、広く有機農業、有機農産物への理解の状況を把握することを目的としている。

２．調査の方法

質問票は全部で７つの設問群からなる（質問票は巻末「資料」に掲載）。

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。３つめの設問群では、環境問題への関心について、知識及び行動の両面から質問した。

４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）という語への認識の有無から、有機農業に対するイメージ、有機農業のもつ環境保全的な役割への理解、有機 JAS マークへの理解を確認した。５つめの設問群では、有機農産物の利用（購入）実態について、購入先、購入頻度等について、６つめの設問群では、今後の購入意向（含む提携・産直への関心）について質問した。

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の状況や今後の意向、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。

調査方法は、全国各地及び多様な年代の回答者を確保するため、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とした。

具体的には、大手リサーチモニターサイト「iMi ネット」モニターを対象に、サンプル回収割り付け案の人数（合計 2,000 件）を集めるために、回答率を考慮して選んだ各エリア各年代のモニターに対し、2010 年 12 月 21 日（火）から 2011 年 1 月 12 日（月）まで、アンケート依頼メール（アンケート票）を送信した。回答率がよくないエリア・年代は、随時、アンケート依頼メールを追加送信し、最終的にアンケート依頼メールを合計 20,980 通送信して 2,800 件のデータを回収した（回収率 13.3%）。

集計対象者 2,000 件の抽出は、まず全回答者のうち、「広告代理店・市場調査業・マスコミ関係の会社にお勤め」を除き、すべてのレコード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り付け人数分を選ぶという方法で実施した。最終的な地域、年齢の分布は**表 1** のとおりである。

表 1　回答者の居住地と年齢分布　（人）

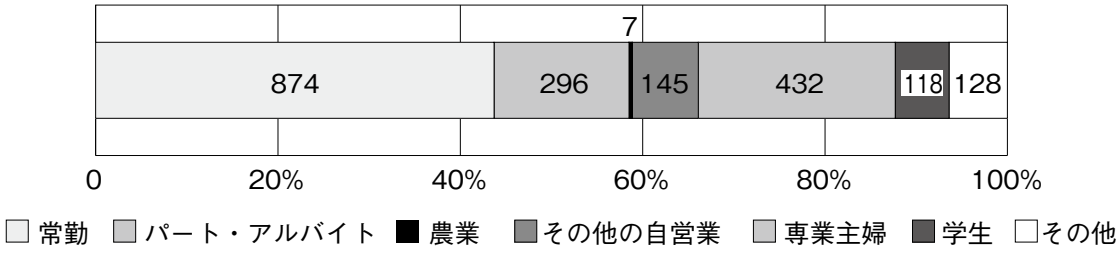
年　齢	北海道		東北		関東		中部		関西		中国・四国		九州・沖縄		小計		合計
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	
20～30 歳未満	13	13	19	19	81	81	43	43	44	44	25	25	25	25	250	250	500
30～40 歳未満	13	13	19	19	81	81	43	43	44	44	25	25	25	25	250	250	500
40～50 歳未満	13	13	19	19	81	81	43	43	44	44	25	25	25	25	250	250	500
50～60 歳未満	10	10	15	15	62	63	33	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	1,000	1,000	2,000

Ⅱ　調査結果

１．回答者の属性

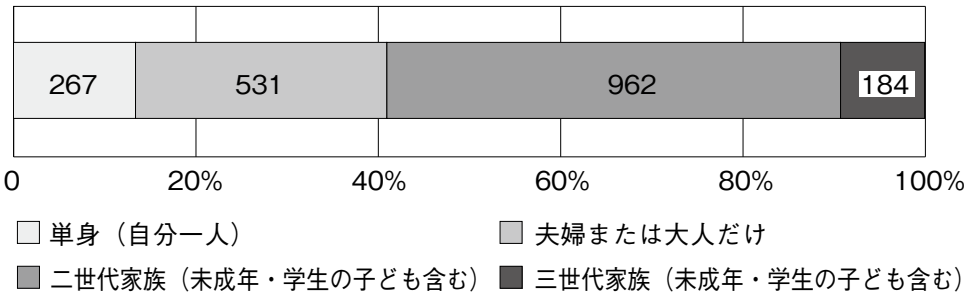
回答者の職業構成は、常勤者が 44％と半数近くを占め、専業主婦が 22％、パート・アルバイトが 15％であった。農業者は７人（1％未満）であった（図１）。

図１　回答者の職業構成（グラフ内の数値は回答者数）



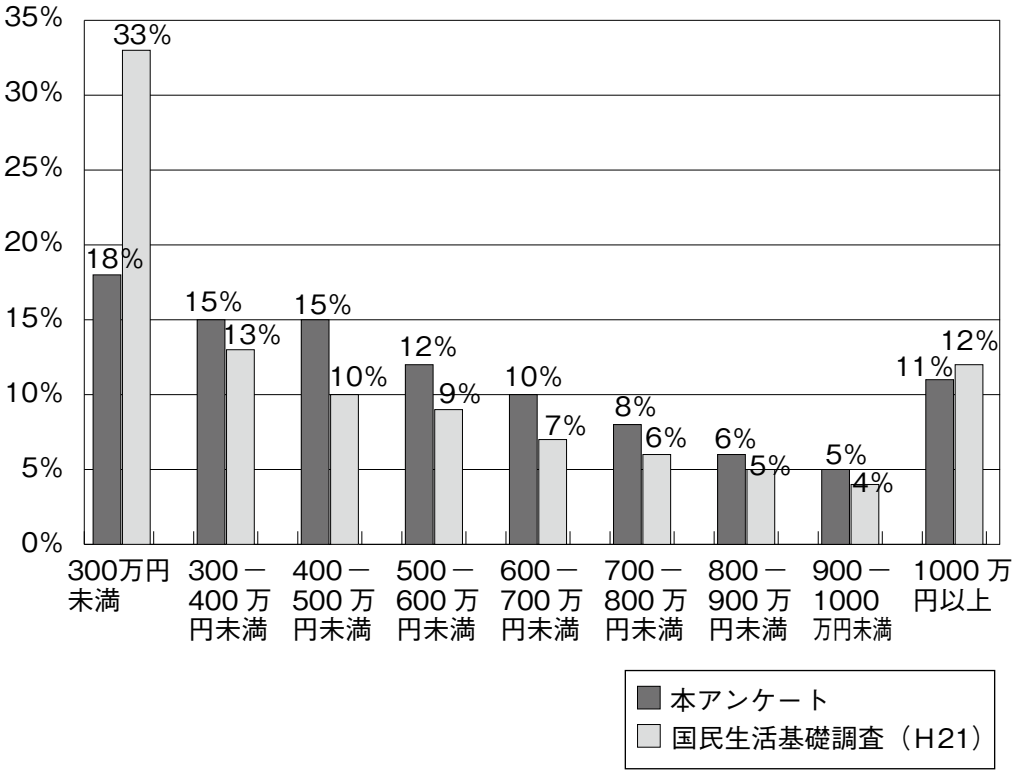
回答者の家族構成は、単身世帯は 13％、核家族世帯（「夫婦または大人だけ」＋「二世代家族」）は 75％であった。平成 17 年度国勢調査では、単身世帯は 30％、核家族世帯は 50％であったことと比べると、本アンケートの回答者は、単身者の割合は低く、核家族世帯の割合が高い（図２）。

図２　回答者の家族構成（グラフ内の数値は回答者数）



回答者の年収は、300 万円未満の人の割合がもっとも多く、300 ～ 399 万円、400 ～ 499 万円が次いでいる。平成 21 年度の国民生活基礎調査でも 300 万円未満の層が最も多く、全体のほぼ３割を占めるが、本アンケート回答者は２割弱にとどまっている。（図３）。

図３　回答者の年収



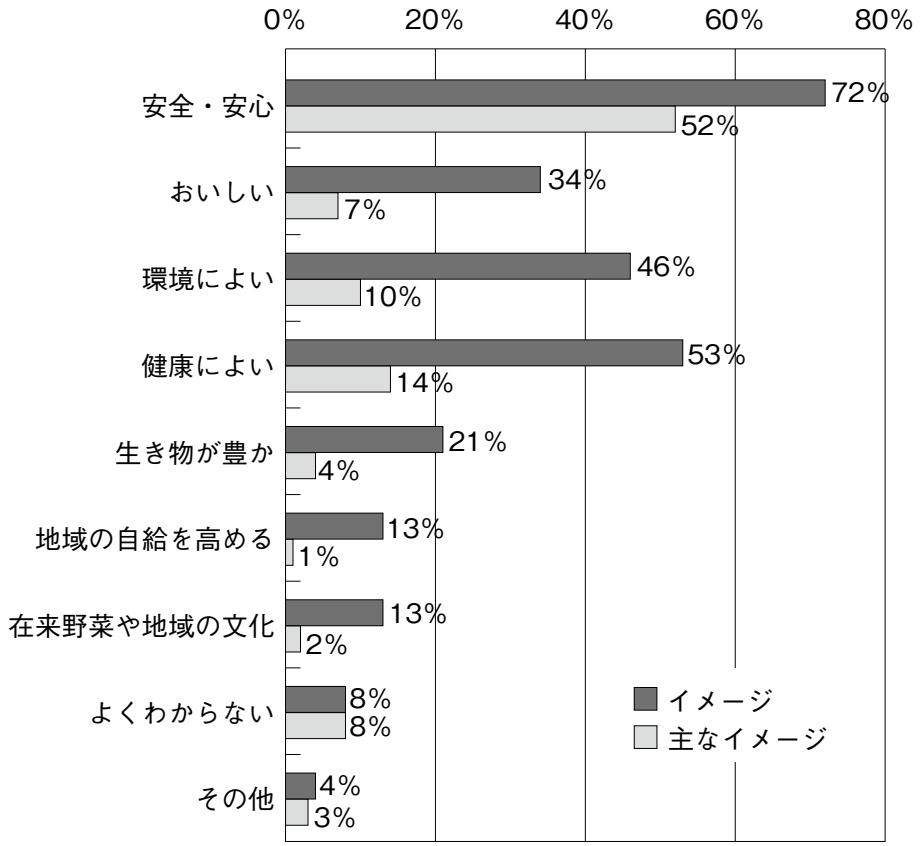
２．有機農業、有機農産物に関する意識と行動

（1）有機農業、有機農産物に対するイメージ

有機農業に対するイメージ

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（72%、複数回答)、「健康によい」53%、「環境によい」46%の順であった（図４)。最も強いイメージ（単数回答）では、「安全・安心」が 52%と全選択肢で群を抜いていた。

図４　「有機農業」という言葉から浮かぶイメージ



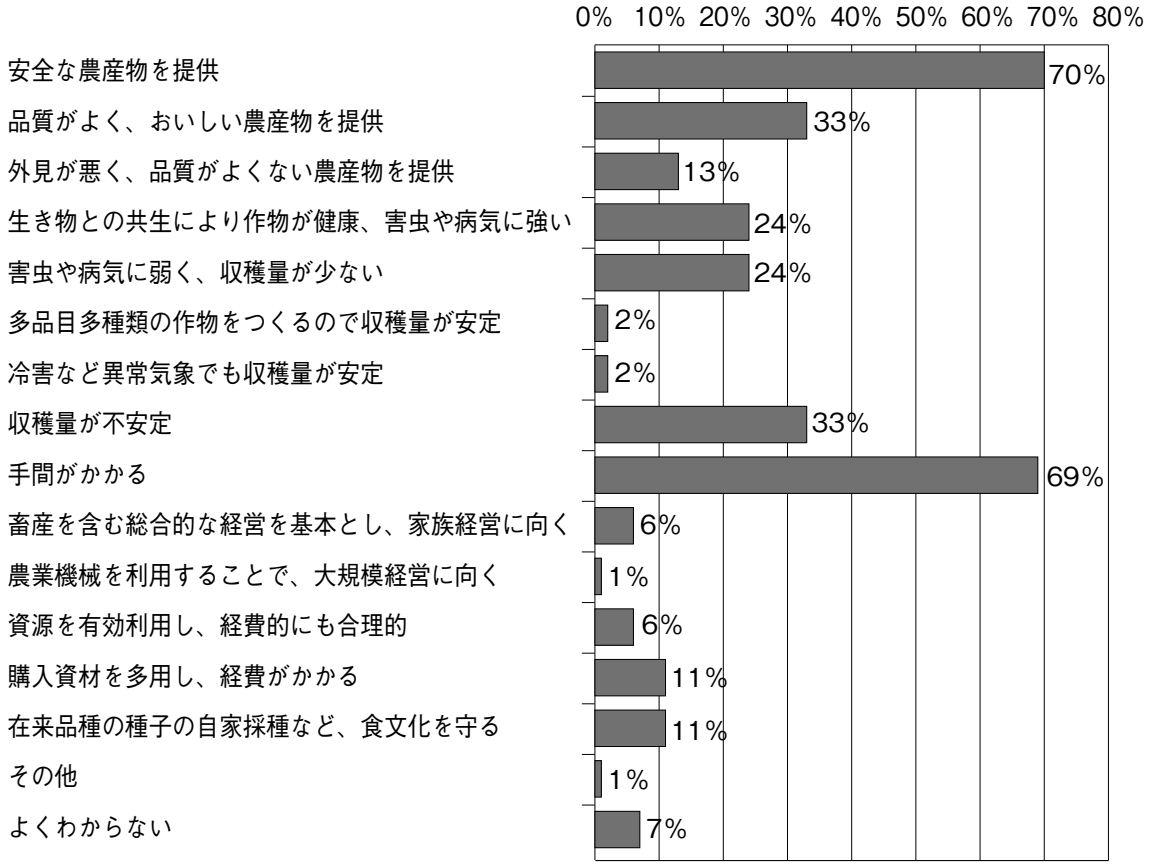
有機農産物に対するイメージ

次に、有機農産物の品質、有機農業の特性等につき相反するイメージを選択肢の中に提示しながら、「有機農業」への見解を選んでもらう問では、有機農産物は「安全」（70%）であり、有機農業は「手間がかかる」（69%）という回答が、群を抜いていた（図５）。

品質については、「よい」（33%）と思う回答者が「悪い」（13%）と思う回答者の２倍を上回っていた。収穫量の安定性については、「不安定」（33%）と思う回答者の方が「安定している」（二つの選択肢「多品目多種類の作物をつくるので安定」「冷害など異常気象でも安定」はいずれも 2%）と思う回答者よりはるかに多かった。虫や病気への耐性については、「強い」（24%）と「弱い」（24%）が拮抗していた。

経費については、「購入資材を多用し、経費がかかる」（11%）が、「資源を有効利用し、経費的に合理的」（6%）をやや上回っていた。文化継承については、「在来品種の種子の自家採種など、食文化を守る」（11%）と低かったが、ほぼ１割の回答者が考えていた。

図５　「有機農業」とはどのような農業だと思うか



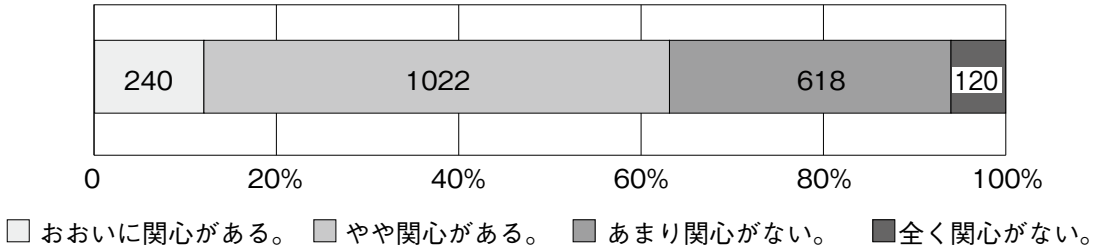
（2）有機農産物に対する関心と有機素材製品の購入

有機農産物に対する関心

米・野菜・果物等（農産物）が有機であることへの関心については、やや関心がある人が最も多く 50%と半数を占め、あまり関心がない人が 31%と次いでいた。大いに関心がある人は 12%であった（図６）。

図６　米・野菜・果物等（農産物）が有機であることに関心があるか

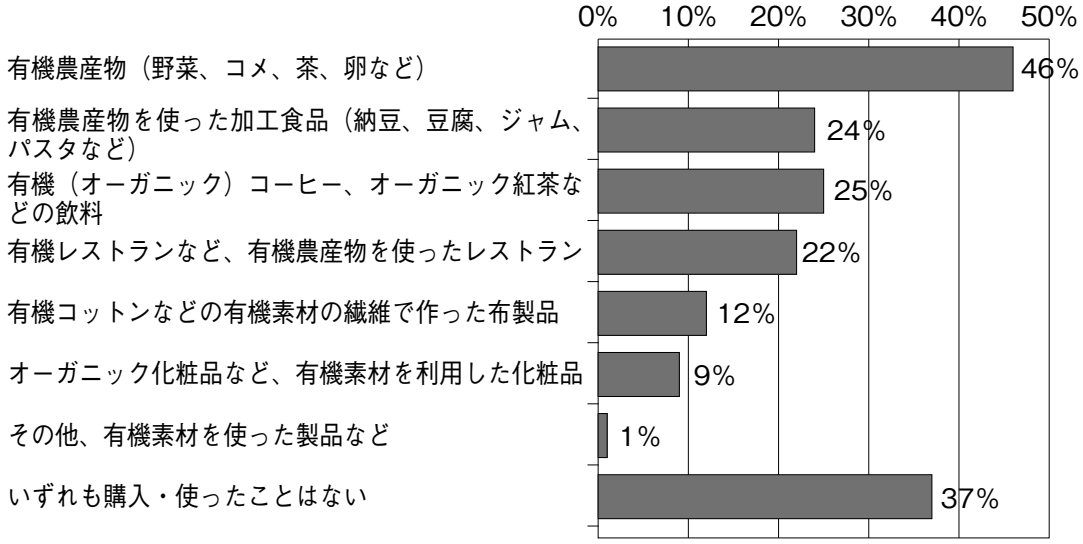
（グラフ内の数値は回答者数）



有機素材を用いた製品の購入

今日では、有機素材を用いたさまざまな製品が流通するようになっている。図７は、それら多様な有機素材製品の、回答者の利用（購入・使用）経験を示している。有機農産物の利用がもっとも高く半分近く（46%）を占めていた。それに次いでいたのが有機飲料であり（25%）、大手コーヒーチェーン等でもオーガニック飲料が取り扱われるようになり、一般的に利用されるようになってきている状況が伺える。その他、布製品や化粧品などでの有機素材を利用した製品も、約１割の人に利用経験があった。一方、いずれも利用したことのない人は３分の１ほどであった。

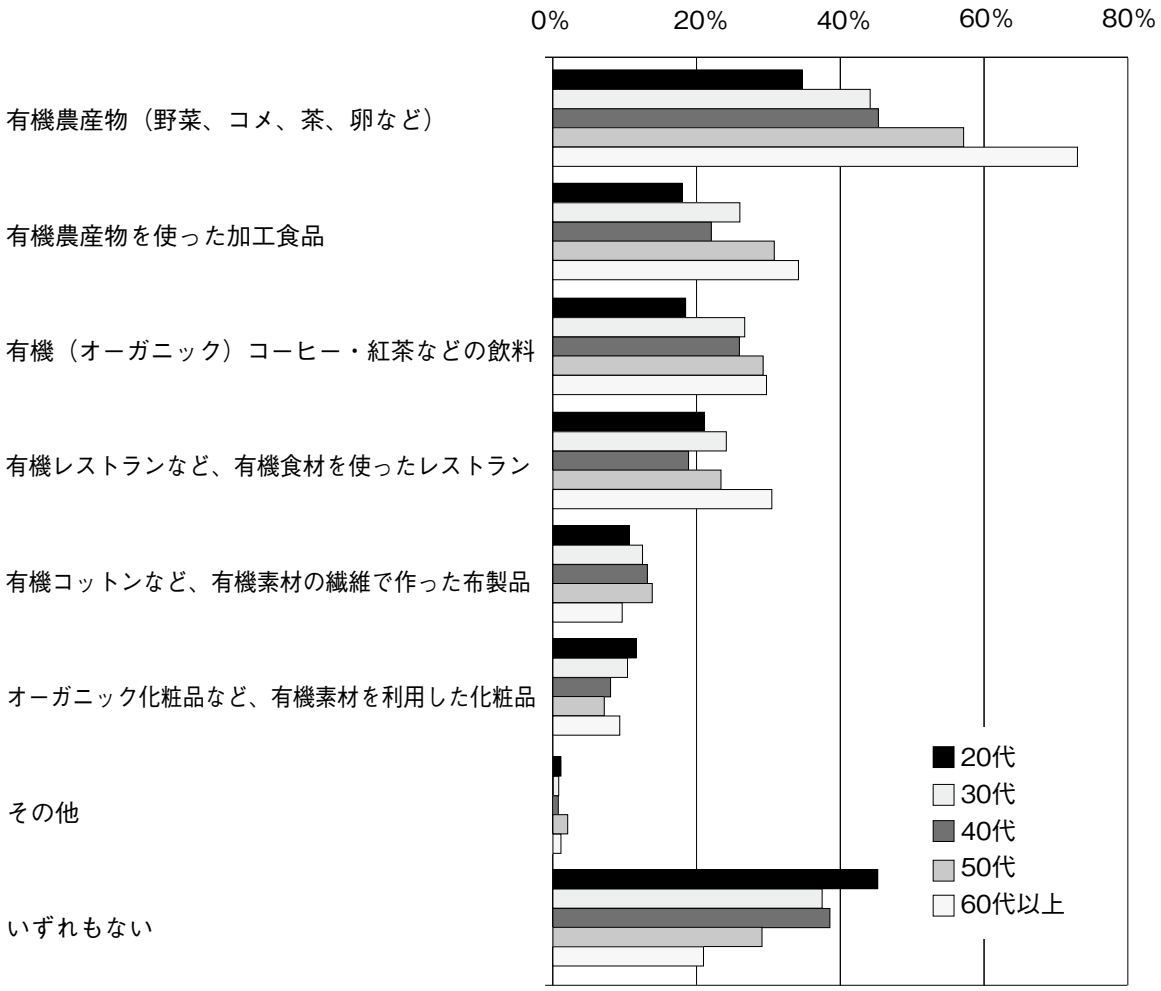
図７　有機素材を用いた商品の利用の経験



年代別にみた有機素材を用いた製品の購入

次に、年代別にみると、いずれも利用したことのない人の割合は、年代が上がるほど減少していた（図８）。いずれの年代でも、有機農産物の利用が最も多く、年代が上がるほど、有機農産物やその加工品の利用の割合は高くなっていた。一方、有機素材の布製品や、有機素材の化粧品は、若い年代で、他の年代と同程度あるいは他の年代よりも多く利用されていた。20 代では、有機食材を使ったレストラン、有機飲料が有機農産物に次いでおり、若い年代では、農産物以外の多様な利用が広がってきていることが伺える。

図８　年代別にみた有機・オーガニック農産物を用いた商品の利用の状況



（3）有機農産物の購入

購入頻度と年齢層

次に、有機農産物に限ってみてみよう。ここでは、「自分で食材を購入することがある」と答えた 1,316 人を対象に分析している。

購入頻度をみると、「たまに購入する」人が最も多く（52%）、「日常的に購入する」人は(5%)であった。これらを合わせた 6 割近くが有機農産物を購入している人である。なお、「わからない」という人も 19%いた（図９）。自分が購入しているものが有機かどうか意識したことがない人たちであり、有機農業や有機農産物に関する知識がないか、または、それへの関心が低い人たちであるといえよう。

年代別にみると、若い年代ほど、「購入しない」あるいは「わからない」と回答した人の割合が有意に高かった（χ 二乗検定、0.1%水準）（図 10）。また、購入頻度と購入年数の関係をみてみると、「日常的に購入する人」の方が購入年数が長い人が多く、10 年以上の人が 4 割近くを占めていた（図 11）。

図９　有機農産物を購入しているか（グラフ内の数値は回答者数）

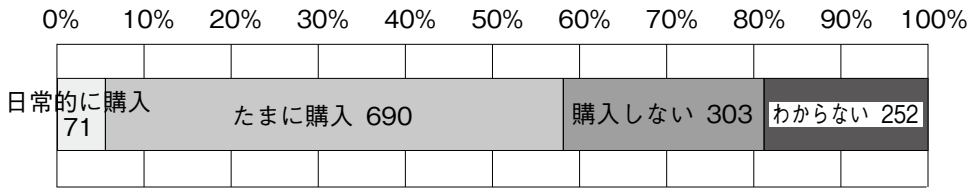


図 10　年代別にみた有機農産物の購入実態（グラフ内の数値は回答者数）

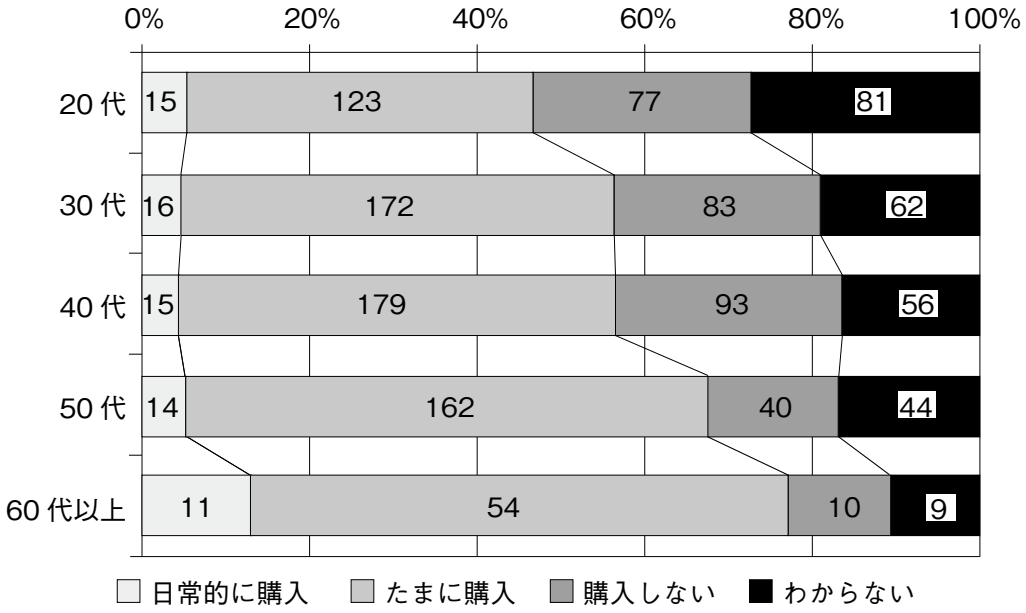
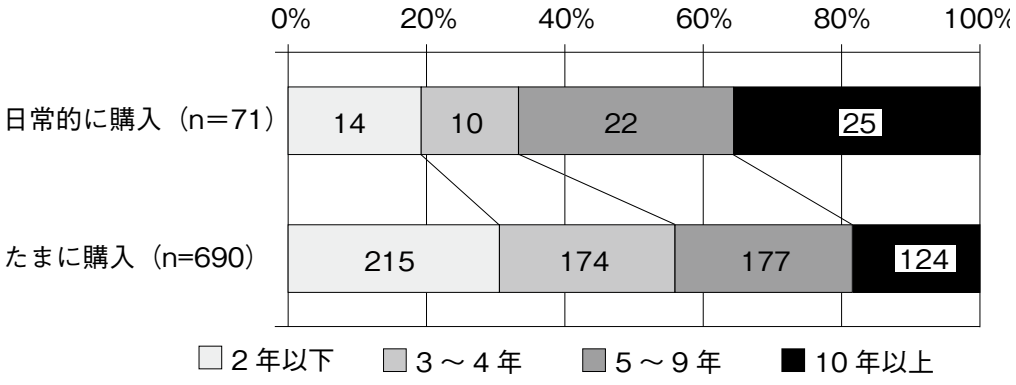


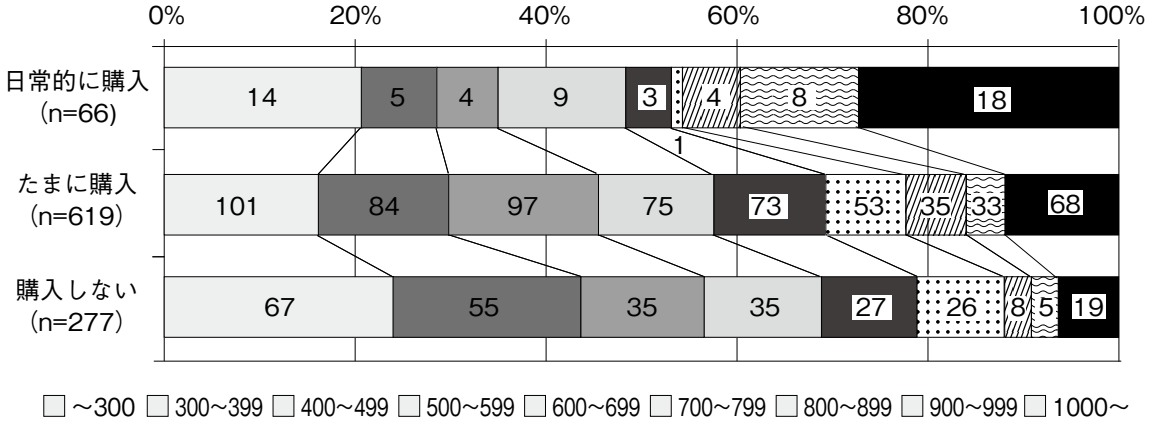
図 11　購入の頻度と購入年数



購入頻度と収入

有機農産物については、「有機農産物を購入できる人は、経済的に余裕のある人だ」と言われることが多い。図 12 は、回答者の年収と購入の実態をみたものである。確かに、「日常的に購入する人」の方が、年収の階層は有意に高かった（Speaman の相関順位係数分析、0.1％水準で有意）。しかし、その一方で、「日常的に購入する人」の 2 割が年収 300 万円未満の層であった。収入は有機農産物の購入に影響を与えるが、決定的な要因ではないといえよう。

図 12　有機農産物購入の頻度と収入階層（グラフ内の数値は回答者数）



有機農産物の購入先

図 13 は、購入頻度別に、有機農産物の購入先についてみたものである。左側は「利用することのある購入先」、右側は「主に利用する購入先」を示している。

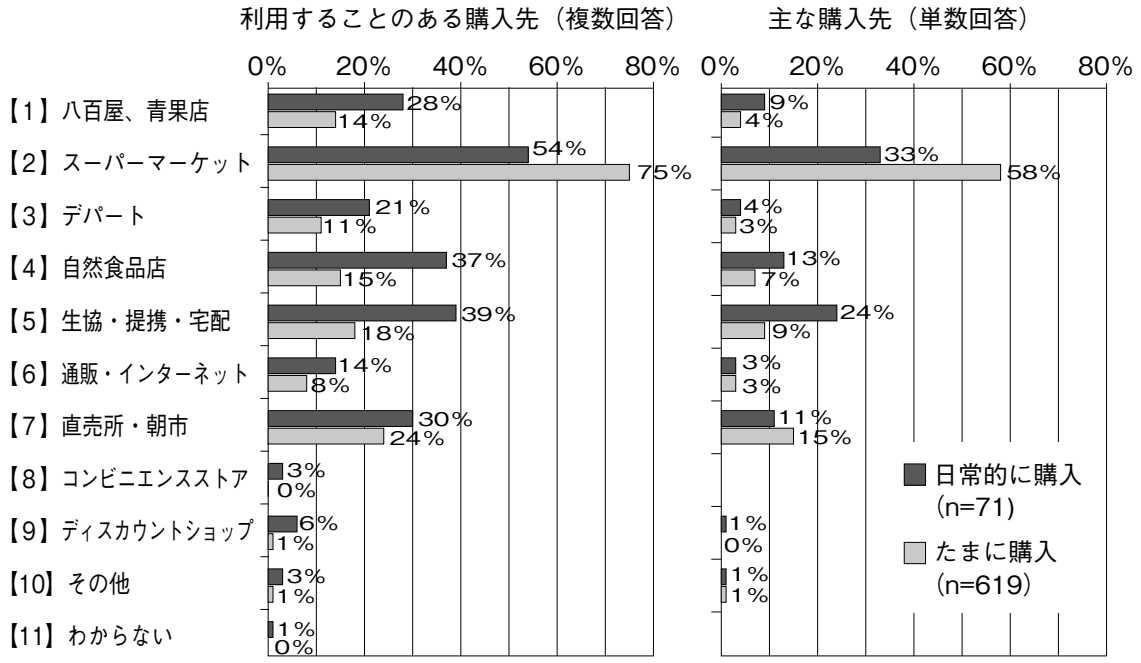
まず、「利用することのある購入先」（複数回答）をみると、「スーパーマーケット」が最も多く、「日常的に購入する人」54％、「たまに購入する人」75％が利用している。「日常的に購入する人」が次に多く利用しているのは、「生協、提携等の共同購入や宅配」（生協･提携･宅配）（39％）、「自然食品店」（37％）でほぼ 4 割に近く、「直売所･朝市」（30％）も 3 割が利用している。「たまに購入する人」は、「直売所・朝市」（24％）、「生協・提携・宅配」（18％）、「自然食品店」（15％）、「八百屋・青果店」（14％）の順であった。

次に、「主な購入先」（単数回答）をみると、「日常的に購入する人」が最も多く利用しているのはやはり「スーパーマーケット」であるが 33％にとどまり、次に「生協・提携・宅配」（24％）が多かった。「自然食品店」（13％）、「直売所・朝市」（11％）を日常的に利用していることも伺える。「たまに購入する人」は、「スーパーマーケット」が 58％と多く、「直売所・朝市」15％、「生協・提携・宅配」９％、「自然食品店」７％であった。「八百屋・青果店」14％の順であった。

このように、「日常的に購入する人」「たまに購入する人」のいずれでも、「スーパーマーケット」の利用が最も多くなっているが、「たまに利用する人」が、その大半をスーパーに頼っている（「たまに利用することのある購入先」75％、「主な購入先」58％）のに対し、

「日常的に購入する人」は、「生協・提携・宅配」（同 39%、24%）や「自然食品店」（同 13%、37%）などの有機農産物を専門的に取り扱う購入先が多くなっている。

図 13　購入頻度別にみた有機農産物の購入先



（4）有機農産物の入手先に関する情報源

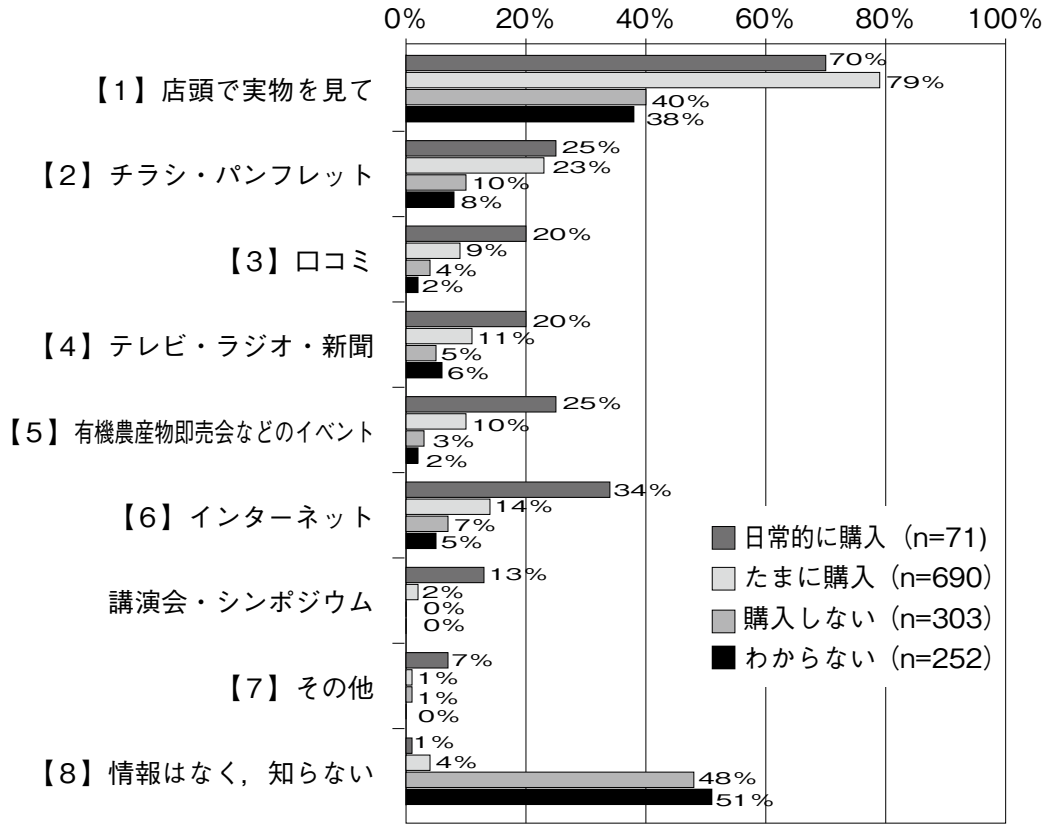
購入頻度別にみた入手先に関する情報源

有機農産物の入手先に関する情報源を、有機農産物の購入頻度別にみておこう（図 14）。「日常的に購入」、「たまに購入」のいずれの購入者も、「店頭で実物を見て」が最も多い（70%、79%）。「日常的に購入する」人は、当然ながら、いずれの情報源も他のグループの人より多く利用しており、「インターネット」34%、「チラシ・パンフレット」25%、「有機農産物即売会などのイベント」25%、「テレビ・ラジオ・新聞」20%であった。ただし、「店頭で実物を見て」のみ、「たまに購入する」人の方が多い（日常的な購入者の 70%に対し、79%）。このことは、「たまに購入する」人は、買い物の際に、店頭で有機農産物を見かけ、手に取ることも多いことが伺われる。

また、「日常的に購入する人」の情報源で「インターネット」が多いが、これは本アンケートが、インターネットを介在しており、インターネットに親和性の高い回答者群であろうことも影響していようが、今日、有機農産物の情報ソースとしても、インターネットが、口コミ、マスコミに匹敵、あるいはしのぐ存在になりつつあることが明らかとなった。

一方、「購入しない」、「わからない」グループでも、いずれも約 4 割は、店頭で有機農産物を認識しており、品物自体がアピールする力の強さを示している。それは、店頭での表示や情報提供が、いかに一般の消費者に気付いてもらえるかにかかっているともいえよう。

図 14　有機農産物の購入頻度別にみた入手先の情報源



（5）有機農業に対する理解の状況

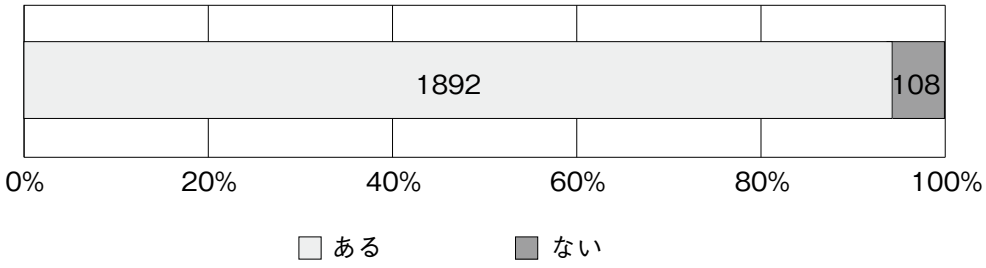
前項までにみられたように、有機農産物の利用は広がってきている。その広まりの一方、有機農業、有機農産物への理解は、実際、どのように深まっているだろうか。

「有機農業」という言葉の認知度

「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、95%にのぼり、幅広く周知されていることが確認された（図 15）。図には示していないが、年代別にみると、20 代では 92%、30 代では 94%であり、知っている割合は若い世代の方がやや下がっていた。しかし、いずれにしろ、9 割を超える人たちが、「有機」という語は聞いたことがあるほどに、「言葉」としては“有機農業”は浸透している。

図 15　有機農業（オーガニック）という言葉を聞いたことがあるか

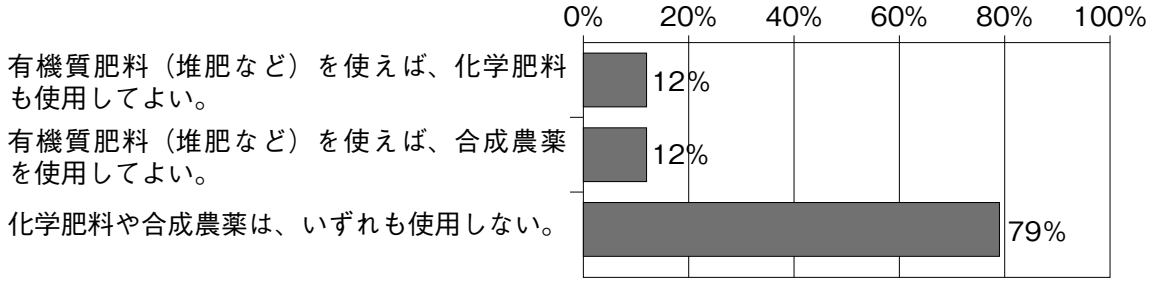
（グラフ内の数値は回答者数）



有機農業と化学肥料・農薬使用の認知度

有機農業における、化学的に合成された肥料（化学肥料）や合成農薬の使用については、8 割近い回答者が、化学肥料も合成農薬も原則として使用しないこととなっていることを理解していた（図 16）。

図 16　有機農業の化学肥料や合成農薬の使用の原則は？

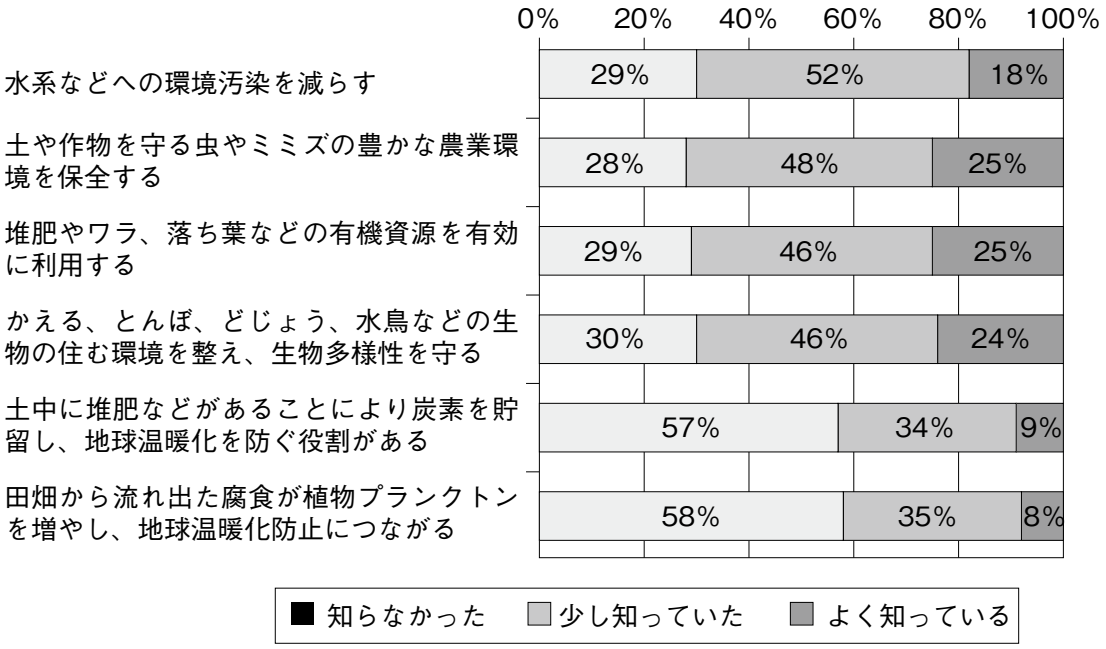


有機農業がもつ環境保全的役割への理解

では、有機農業がもつ環境保全的な役割への理解はどうであろうか。

図 17 は、有機農業がもたらす環境への良好な影響について 6 項目をあげて、「知らなかった」「少し知っていた」「よく知っていた」のうちから一つを選んでもらった結果である。いずれの選択肢も、「よく知っていた」という回答者よりも「知らなかった」という回答者の方が多かった。最初の 4 項目―「環境汚染を減らす」、「豊かな農業環境を保全する」、「有機資源を有効に利用する」、「生物多様性を守る」では、いずれもほぼ 3 割が「知らなかった」と答えており、さらに 2 項目―「炭素を貯留し、地球温暖化を防ぐ」（57%）、「腐植が植物プランクトンを増やし、地球温暖化防止につながる」（58%）という炭素貯留や腐植の役割についてはほぼ 6 割が知らなかった。このような環境保全の役割まで「よく知っている」人は 1 割未満（9%、８%）にとどまった。

図 17　有機農業の環境保全的役割への理解



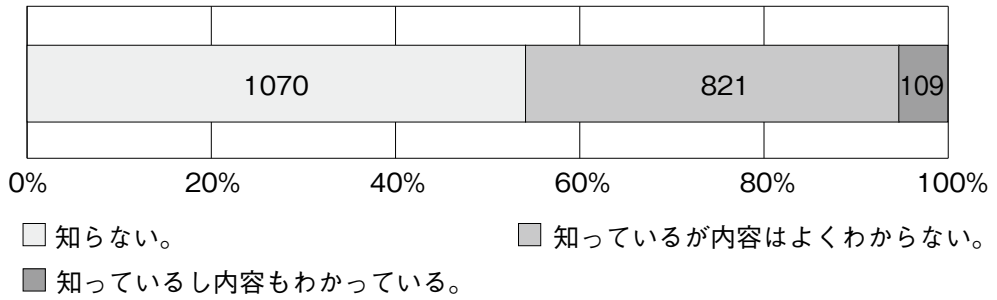
（6）有機 JAS 制度に対する認知度

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てみよう（図 18）。

「有機 JAS マークを知らない」人は 54%であり、半数を超えていた。「知っているが内容はよくわからない」人も 41%あり、その内容までよく知っている理解している人は 5%にすぎなかった。上述の「有機農業」という言葉の認知度（9 割以上）に照らすと、それを有機 JAS マークと結びつけて知っている人はかなり少ない。このことは、有機 JAS マークの付いた有機農産物の流通量がきわめて少ない（平成 21 年度の有機 JAS 格付量は、全生産量の野菜 0.24%、米 0.14%、茶 1.96%）ことから、実際に目にする機会も少ない現状とも関係があるのであろう。

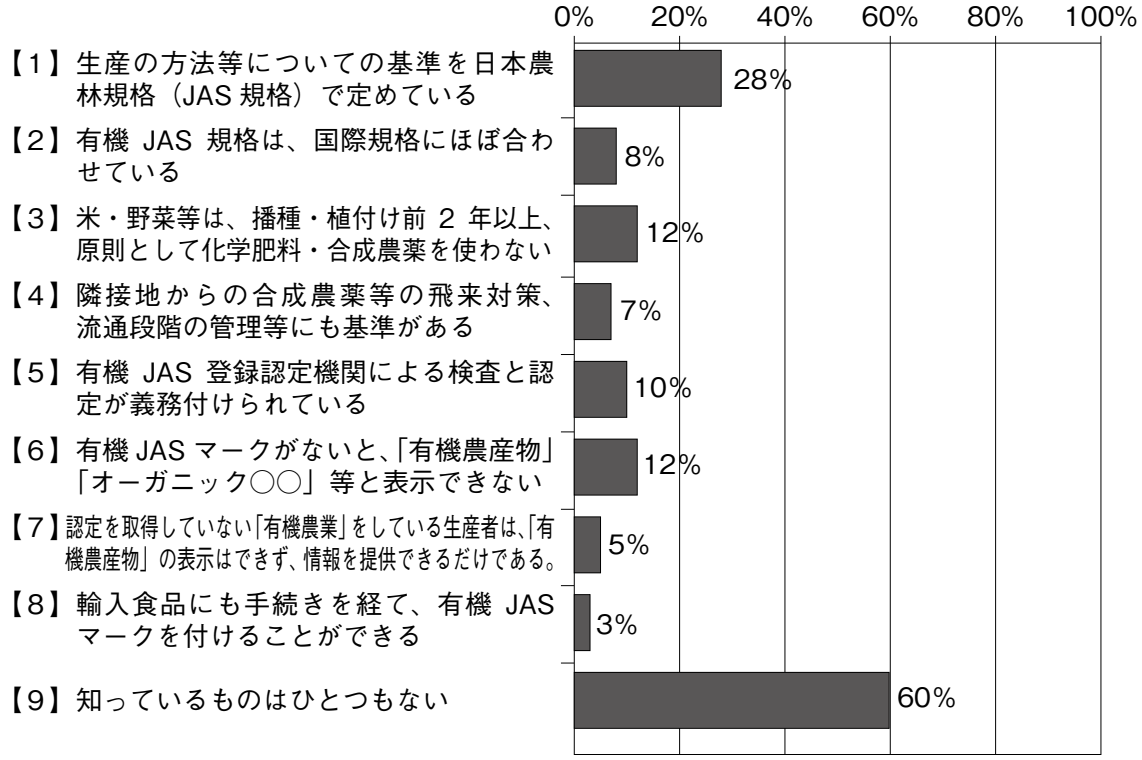
図 18　有機 JAS マークを知っているか（グラフ内の数値は回答者数）



有機 JAS マークの内容の認知度

有機 JAS マークの具体的な内容をどれくらい理解しているかについては、８項目の説明内容をあげ、知っているかどうかを答えてもらった。「知っている」と答えた割合は一様に低く、「有機 JAS 登録認定機関による検査と認定が義務付けられている」ことを知っていたのは 10%、「有機 JAS マークがないと『有機農産物』『オーガニック○○』等と表示してはいけない」12%と、ほぼ１割にとどまり、有機 JAS 認定と「有機農産物」表示との関係や輸入食品に対する有機 JAS マークなどの細かな点になると（「知っている」は 5%、3%）、さらに少なかった。「知っているものが一つもない」と答えた人は、6 割に及んでいた（図 19）。

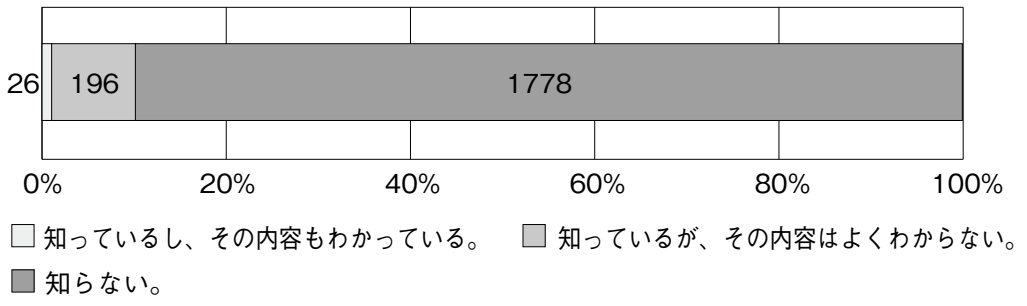
図 19　有機ＪＡＳマークに関して知っていること



（7）有機農業推進法に対する認知度

2006 年に公布・施行された有機農業の推進に関する法律（有機農業推進法）の周知度については、「知らない」が圧倒的に多く、９割（89%）を占め、内容は知らなくても聞いたことはある人を含めても、「知っている」人は、全体の１割に過ぎなかった。（図 20）。

図 20　「有機農業の推進に関する法律（有機農業推進法）」を知っているか
（グラフ内の数値は回答者数）



３．有機農業をよく理解している人はどのような人たちか

（1）本節の分析の視点と方法

この節では、有機農業の理解を促す要素、あるいは有機農業への理解の深さと関連のある要素についてより詳しく分析・検討していこう。大きくは二つの視点、①有機農産物への理解、及び②有機農業のもつ環境保全的な役割への理解に着目する。

第１点の有機農産物への理解については、有機 JAS マークの認知度（図 18）、すなわち、「有機 JAS マークを知っているか」の問への回答、「知らない」、「知っているが内容はよくわからない」、「知っているし、内容もよくわかっている」の３段階を理解の段階として捉え、分析することとする。

第２点の有機農業が持つ環境保全的な役割への理解については、まず、「有機農業という言葉を聞いたことがあるか（図 15）」及び「有機農業の環境保全的役割への理解」（図 17）であげた６つの項目（選択肢）それぞれにつき、「知らなかった」を１点、「少し知っていた」を２点、「よく知っていた」を３点として、６つの項目の点数をすべて加点し、各人の得点を算出した。そしてこの点数を有機農業への理解度の段階として分類の基準とし、回答者を次の５段階に分類した。

「有機農業という言葉を聞いたことがなかった」人（108 人）＝１グループ

「聞いたことはあるが、環境保全の役割については６点の人（いずれも知らなかった人）」（296 人）＝２グループ

同「７～ 12 点」（1,178 人）＝３グループ

同「13 点～ 17 点」（344 人）＝４グループ

同「18 点満点」（すべての項目を『よく知っていた』）」（74 人）＝５グループ

なお、得点では４グループや５グループ（よく理解しているグループ群と位置づけることとする）となっても、有機農業の栽培の原則（図 16）で間違えた人は、３グループ（若干理解しているグループと位置づけることとする）とした。さらに、分析結果をわかりやすく示すために、１グループと２グループ（あまり理解していないグループ群と位置づける）及び、４グループと５グループ（よく理解しているグループ群）を合わせた３段階のグループ分けもおこない、問によっては、このグループを用い分析している。

つまり、有機農業の理解度により、次のようなグループ分けをした。

「よく理解していないグループ群」（グループ１，２）

「若干理解しているグループ」（グループ３）

「よく理解しているグループ群」（グループ４，５）

念のため、有機農産物への理解（ＪＡＳマークの認知度）と環境保全役割への理解の関係について、有機 JAS マークを「知らない」、「知っているが内容はよくわからない」、「知っているし、内容もよくわかっている」グループごとの、環境保全役割への理解の平均得点をみたところ、「知らない」グループは 9.8 点、「知っているが内容はわからない「グループ」

みたところ、「知らない」グループは 9.8 点、「知っているが内容はわからない「グループ」は 11.6 点、「内容もよく分かっている」グループは 14.4 点となり、0.1％水準で有意な違い

がみられた（F 検定）。

（2）有機 JAS マークの性別、年代別等による理解

性別、年代別による認知度

まず、有機 JAS マークの認知度（図 18）をより詳しくみておこう。

性別では、「知らない」割合は男性の方が高いが、「内容も分かっている」人の割合は男女ほぼ同じであった（図 21）。

年代別にみると、60 代以上の人の認知度がやや高いようにみられるが、有意差はなかった（図 22）。

図 21　男女別にみた、有機 JAS マークの認知度（グラフ内の数値は回答者数）

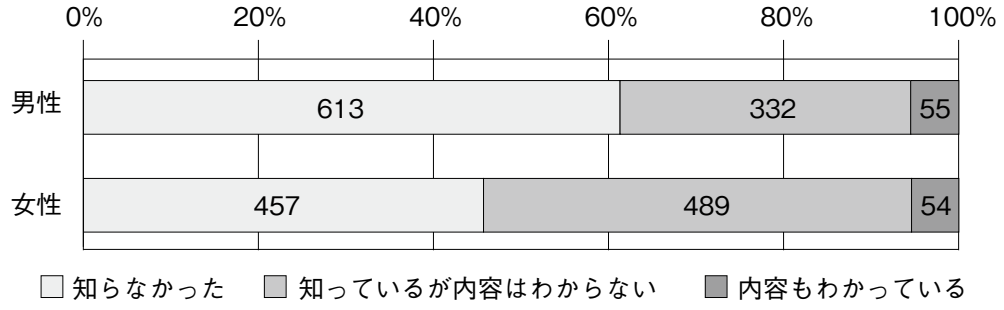
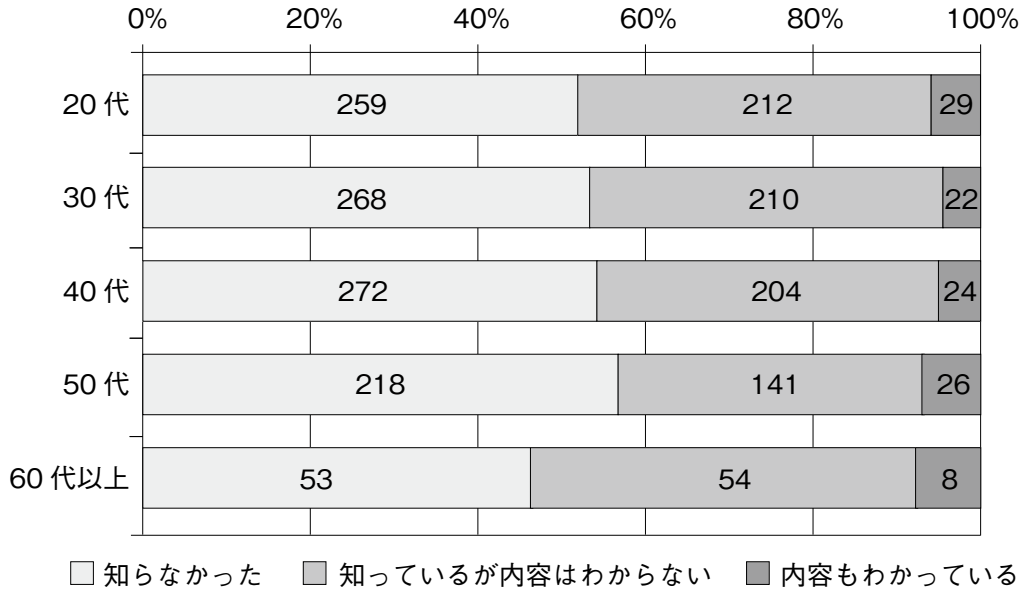


図 22　年齢別にみた、有機 JAS マークの認知度（グラフ内の数値は回答者数）

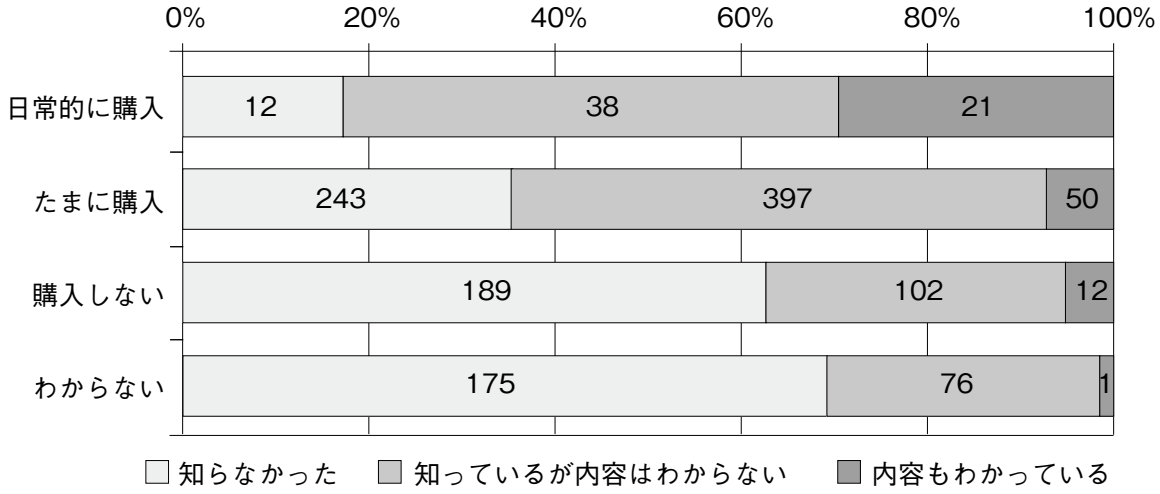


購入頻度別にみた認知度

日常的に購入する人の方が、有機 JAS マークを知っている人の割合が高いが（Speaman の相関係数、0.1％水準で有意差）、「知らなかった」と回答した人も 12 人いた（図 23）。このうち、5 人が「スーパー」、3 人が「生協・提携・宅配」を有機農産物の主な入手先としていた。後者の場合、それぞれの団体で、有機 JAS とは異なる独自の基準を用いていることがあり、それも要因の一つとして考えられる。

図 23　有機農産物の購入頻度別にみた、有機 JAS マークの理解

（グラフ内の数値は回答者数）



（3）環境保全役割についての理解

次に、上述の有機農業への理解の段階別グループ･グループ群により、詳しくみていこう。

性別、年代別の環境保全役割についての理解

有機農業のもつ環境保全機能について「よく理解していないグループ群」（グループ 1，2）は男性の方が多いが、「よく理解しているグループ群」（グループ 4，5）も男性の方が多い。男性は、全く、あるいはほとんど関心のない人と、関心があり理解も深い人に二分される傾向が女性よりも強い（図 24）。

年代別にみると、年齢の高い人ほど、有意に理解の度合いが高くなっていた（図 25、Speaman の相関係数、0.1％水準で有意）。有機農産物への関心と、環境保全役割への理解は、強い相関がみられ、関心が高まるほど、環境保全役割への理解も高かった（図 25、Speaman の相関係数、0.1％水準で有意差）。

図 24　男女別にみた、環境保全機能への理解の状況（グラフ内の数値は回答者数）

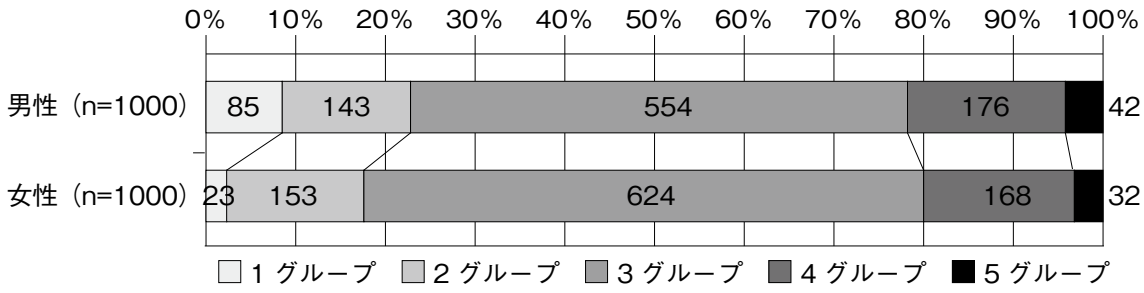


図 25　年齢別にみた、環境保全機能への理解の状況（グラフ内の数値は回答者数）

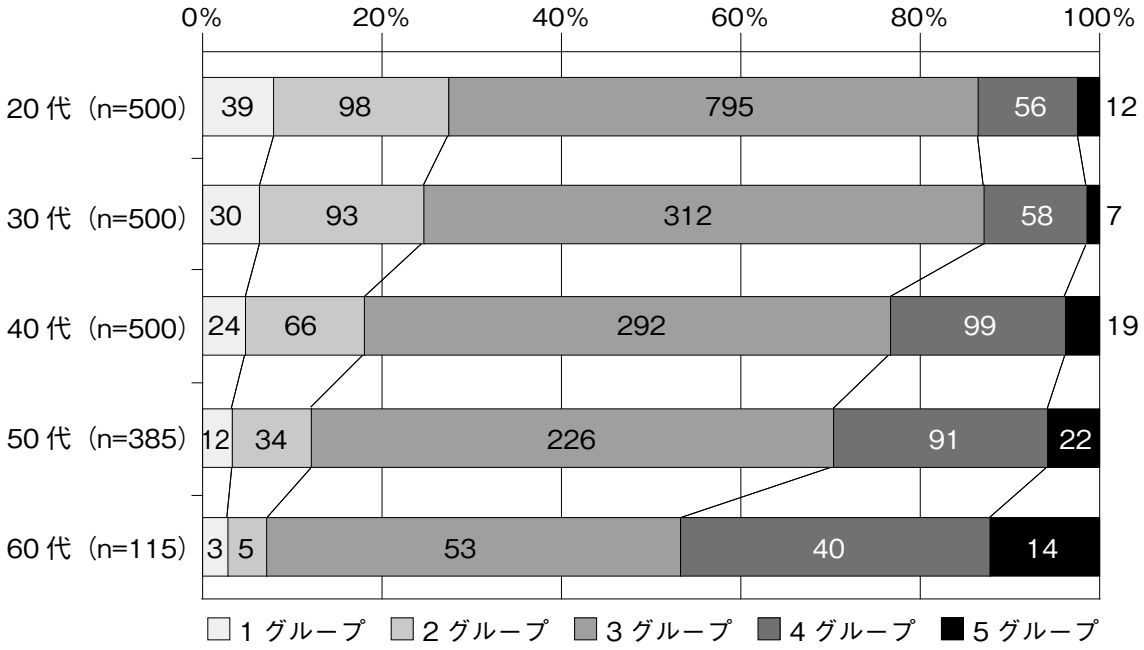
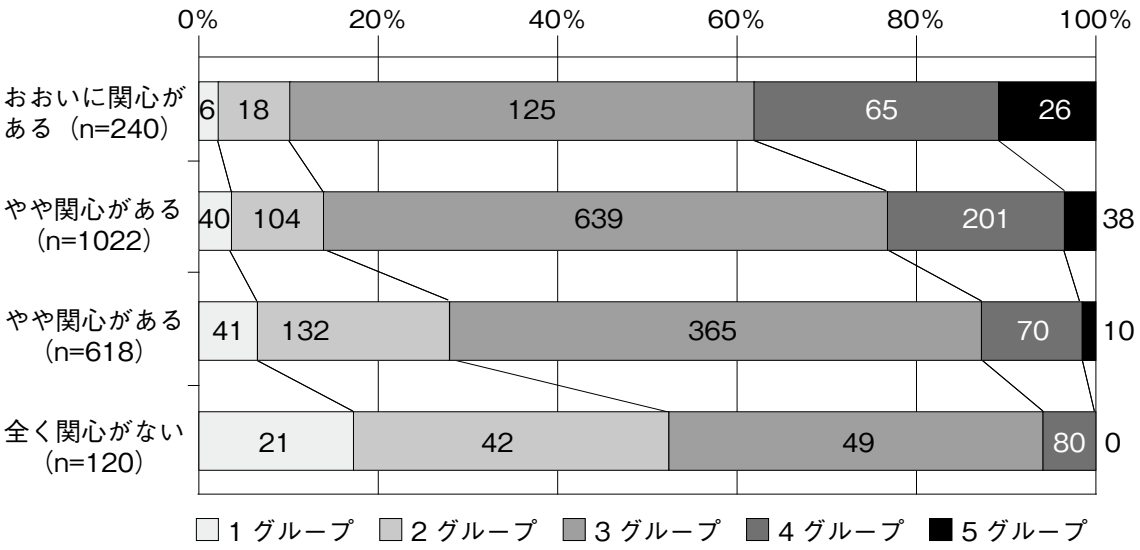


図 26　有機農産物への関心からみた、環境保全機能への理解

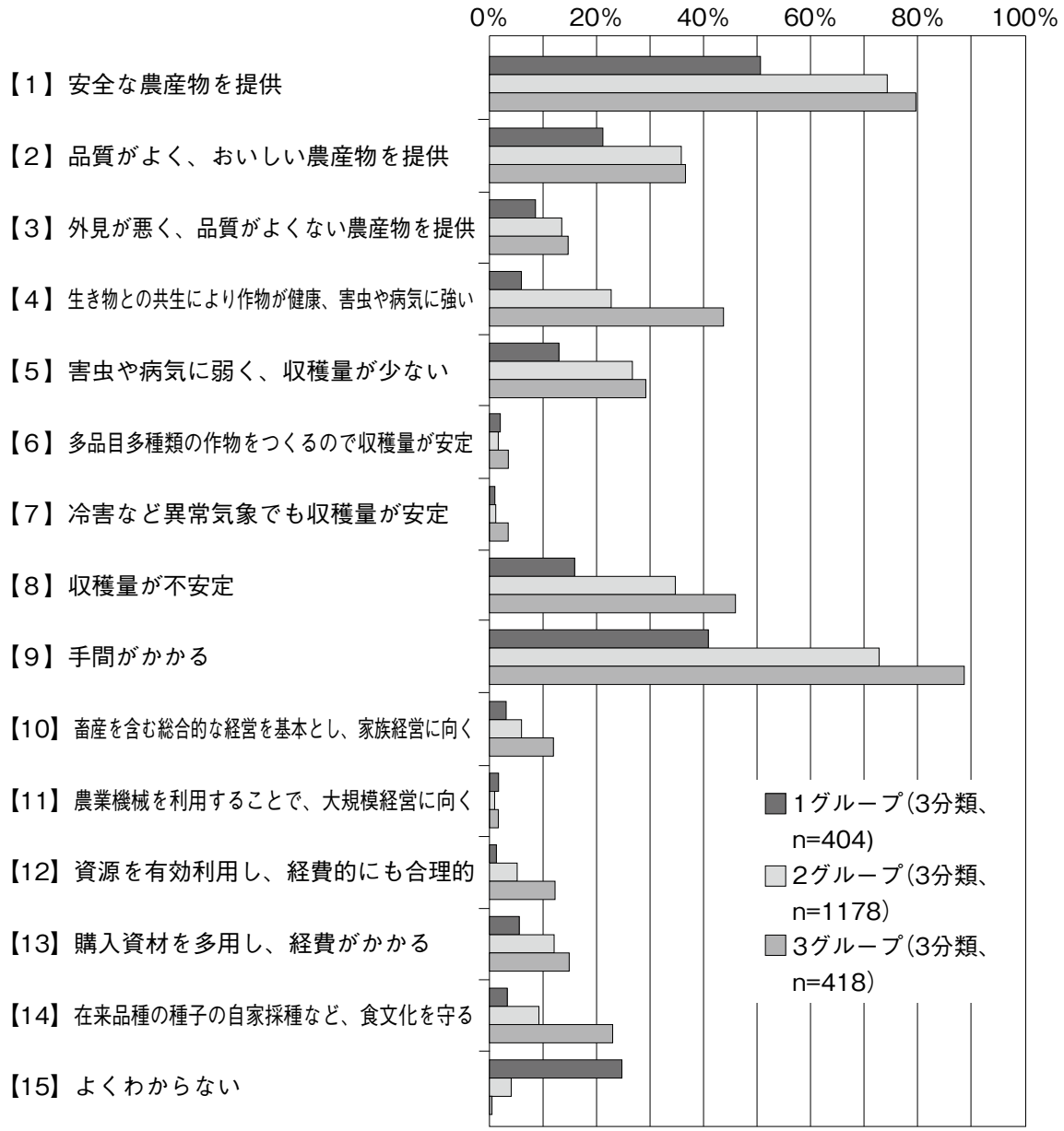
（グラフ内の数値は回答者数）



有機農業へのイメージとの環境保全役割についての理解

図 27 では、有機農業の環境保全的役割への理解別に、有機農業へのイメージを示している。環境理解の深いグループ（グループ３）では、各選択肢とも他のグループよりも多く選んでいる傾向があるが、とくに、「生き物との共生により作物が健康、害虫に強い」や、「在来品種の種子の自家採取など、食文化を守る」の選択肢で、他のグループの倍以上の割合で選ばれている。「害虫に強い」は、「手間がかかる」、「安全な農作物を提供」に次いで３番目に多く選ばれており、他のグループと大きく異なる結果を見せている。本来の有機農業がもつ力強さや文化的側面も含む多面的な機能の理解に結びついていることが明らかとなった。

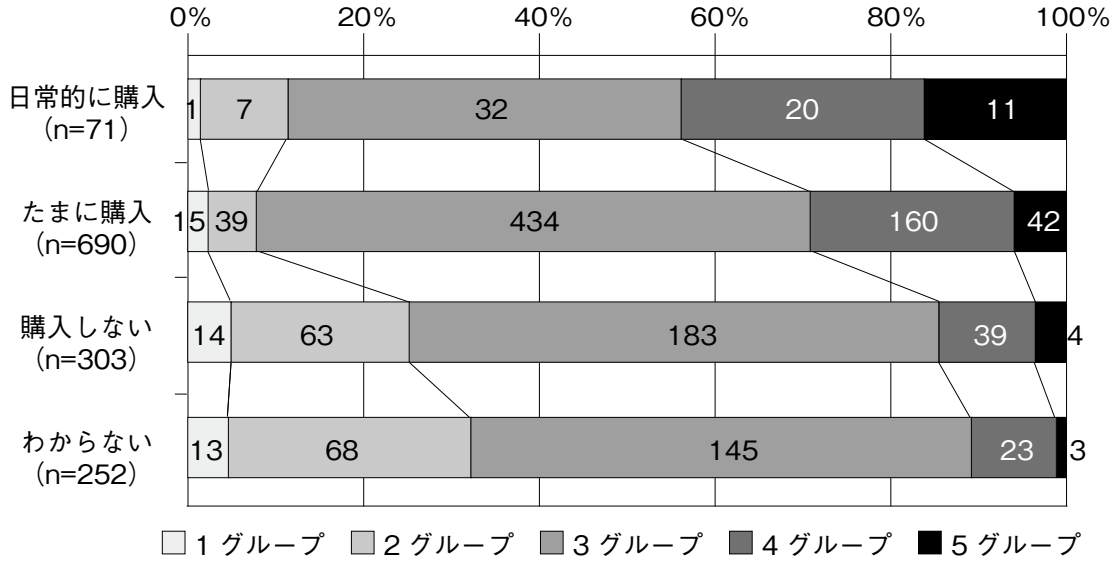
図 27　有機農業の環境保全役割への理解別にみた有機農業のイメージ



有機農産物の購入頻度と環境保全役割についての理解

次に、実際の行動との関係性をみてみよう。有機農産物の購入頻度別に環境保全の役割への理解をみると、購入頻度の高い人たちの方が有意に環境保全役割への理解が高かった（Speaman の相関係数、0.1％水準で有意差）（図 28）。

図 28　有機農産物の購入実態からみた、環境保全機能への理解



環境行動と環境保全役割についての理解

次に、環境に配慮した行動（マイバッグの使用、厚着、薄着による冷暖房の調整、自家製、地元産、国産の農産物の利用、環境に配慮した商品の選択、リユース・リサイクルの実践、生ごみの自家処理、公共機関・自転車・徒歩での移動、エコドライブ、自然エネルギー利用、及びその他。具体的な選択肢は付表を参照）の実践との関係についてみてみよう。

図 29 は、個々の回答者が実践している活動を合算した活動数別にみたものである。なお、ゼロから二種までの活動をしている回答者が半数を占めていた。環境に配慮した活動数も、環境に配慮した行動をしている人の方が、有機農業がもつ環境保全的な役割への理解が明らかに高かった（Speaman の相関係数、0.1％水準で有意差）。

旬を考えた購入行動も、環境保全機能への理解と有意に相関をみせた（Speaman の相関係数、0.1％水準で有意差）（図 30）。

図 29　エコ活動実践数と環境保全機能への理解（グラフ内の数値は回答者数）

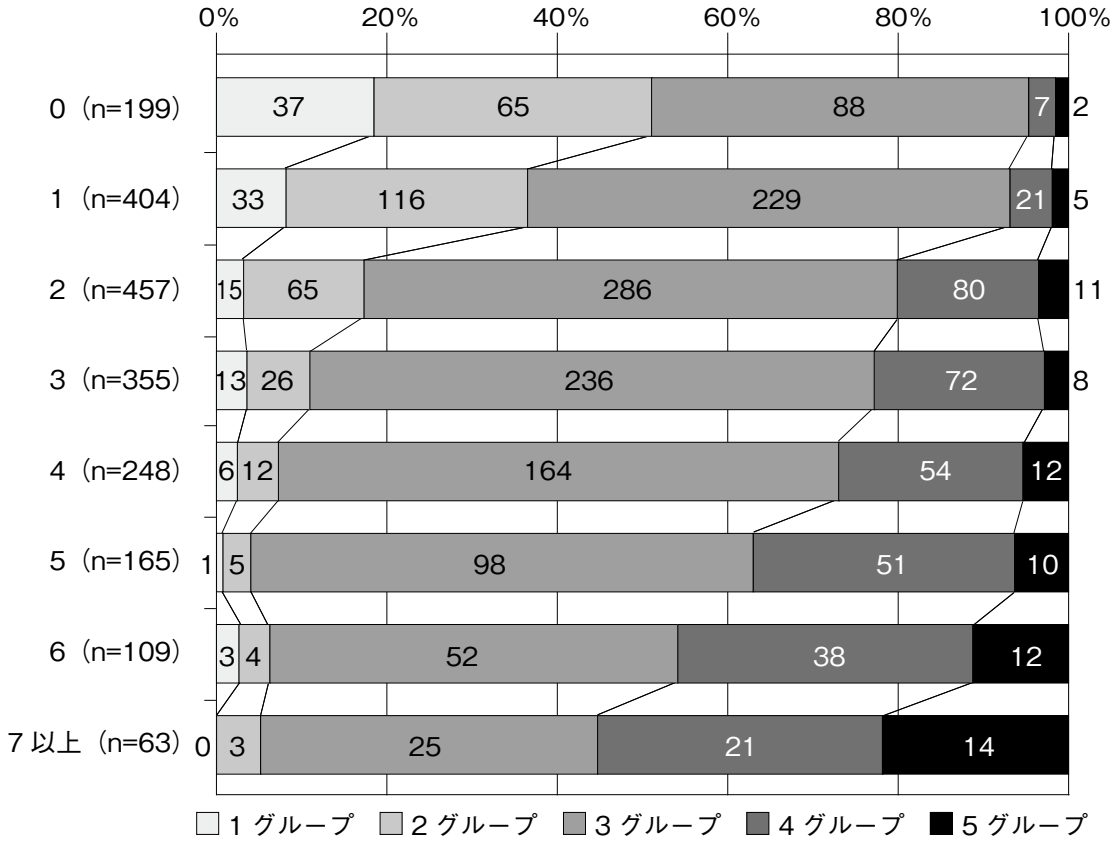
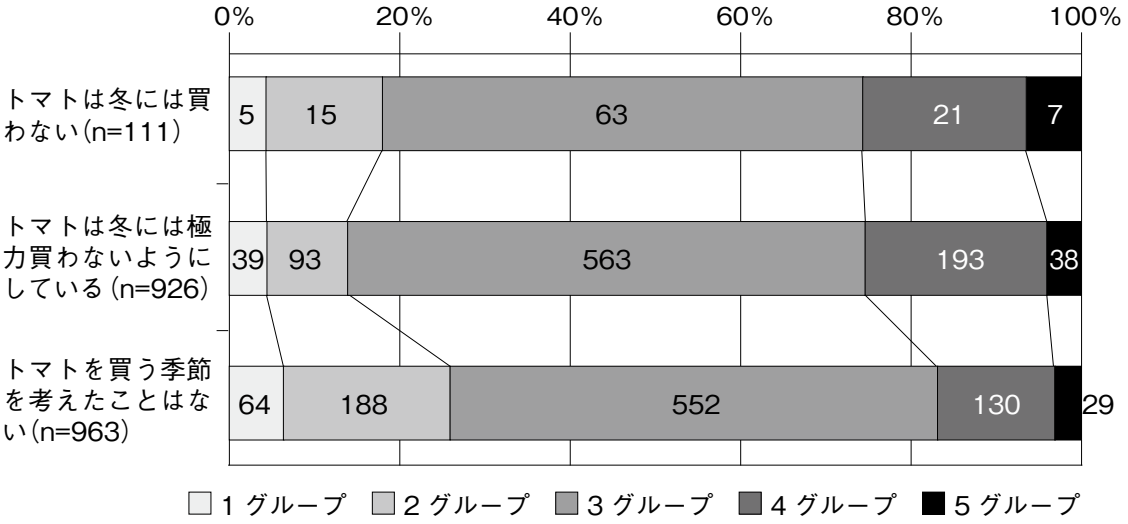


図 30　環境を考えた行動（旬を考えるか）と環境保全機能への理解
（グラフ内の数値は回答者数）



有機農業との関わりの有無との関係

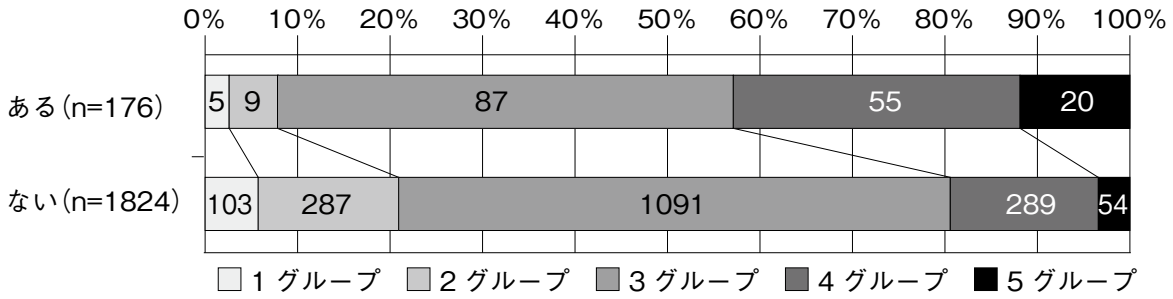
次に、環境保全機能への理解と、有機農業との具体的な関わりの有無についてみてみよう。理解度の高いグループほど、直接有機農業を見たり、有機生産者と対話した経験が有意に多いが、そのような経験のない人の方が、回答者全体の９割を占めているという現状がある（図 31）。

有機農業と関わる活動に広げてみてみよう。図 32 は、活動の経験に関するすべての回答（%）を積み上げ、示したものである。有機農業のもつ環境保全的役割への理解が上がるほど、「いずれも経験していない」の割合は有意に低くなる。

グループ５では、半数以上が何らかの経験をしている[1]。経験の内容としては、いずれのグループでも、「有機農産物の購入」と並び「有機農産物を用いたレストラン、カフェ」の利用が多く経験されており、またその割合は増加している（グループ５では３分の１が経験）。味わい、場を楽しみ、対話をする機会として、レストラン・カフェのもつ情報発信的役割が注目されよう。

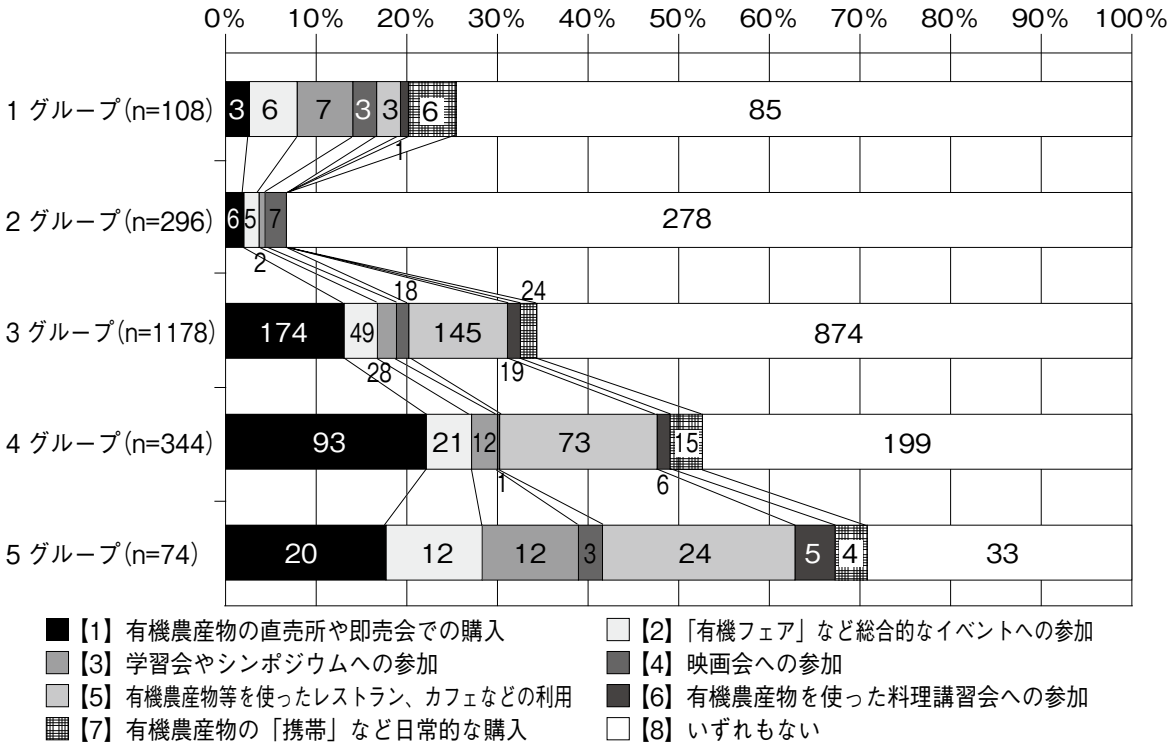
グループ３とグループ４の間では、それぞれの活動につき、経験割合が増加していた。一方、グループ４とグループ５では、有機農産物の購入の経験割合は同じ 27%であったが、有機農産物を用いたレストラン、カフェの利用、総合的なイベントへの参加、シンポジウムへの参加の経験で差異がみられる。

図 31　有機農業の畑を見たり有機生産者と話した経験の有無と環境保全機能への理解
（グラフ内の数値は回答者数）



1　有機農業への理解が最も低いと思われるグループ１の方が、グループ２よりも、経験の割合が高いのは、適当に回答しているため、という要因もあろうが、本アンケートの方法に由来する要因も考えられる。本アンケートは、Web 調査であり、問ごとに画面が変わり、前の画面には戻れない（回答を修正できない）。「有機」あるいは「オーガニック」という言葉を知っているか、という問は問 19 にあり、本図に関わる問いは問 33 にあった。問 19 の段階で問われた時には、「わからない」と思ったものの、問を読み進めていくうちに、思い当たった回答者も少なからずいるものと思われる。

図 32　有機農業との関わりの経験と環境保全機能への理解



4．有機農業の推進のために必要な活動

（1）有機農産物や有機農業に関する活動への関与

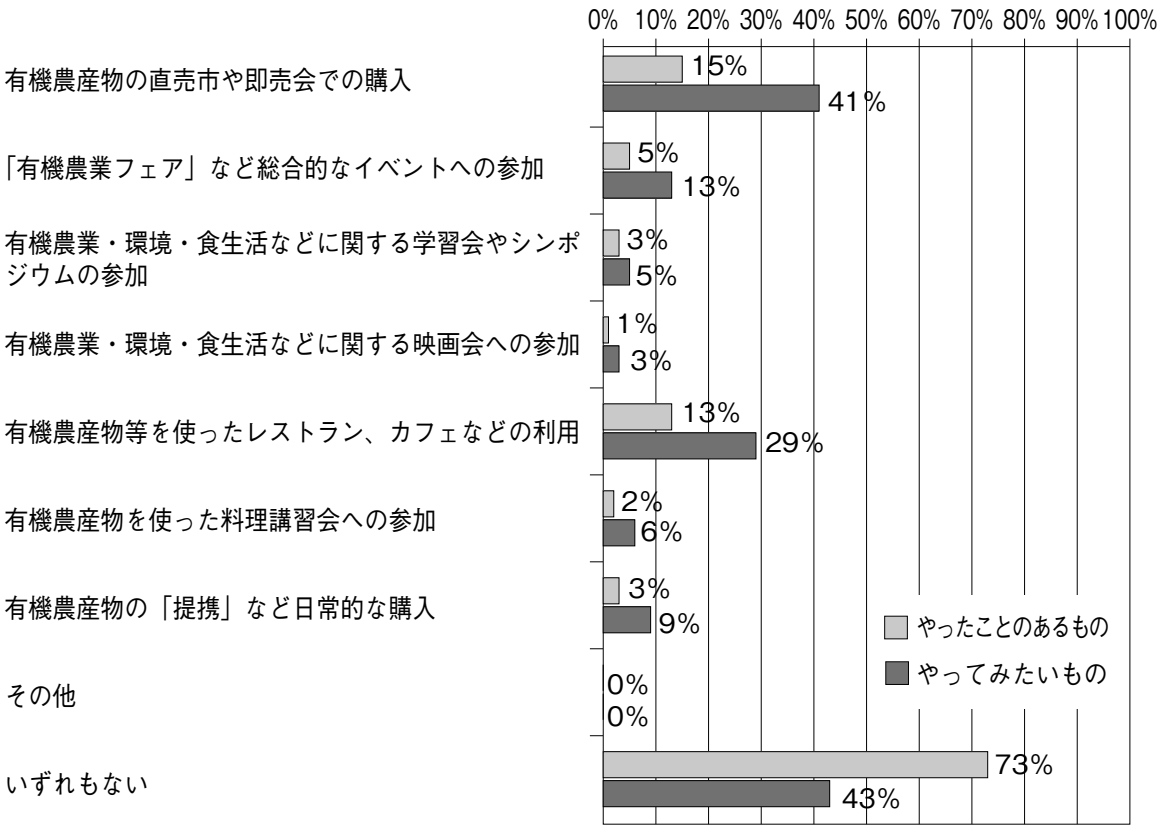
現在、さまざまな有機農業や有機農産物に関わる活動が行われており、それが有機農業に対する理解を深めることにつながると考えられるが、実際にどのような活動の経験があり、どのような活動に関心をもっているかをみてみよう（図 33、図 34、図 35）。

有機農産物の利用に関わる活動

有機農産物の利用については、８項目の選択肢をあげたが、「いずれも経験のない」人が７割を超えた。総じて低い割合であり、「有機農産物の直売市や即売会での購入」15%、「有機農産物を使ったレストラン、カフェなどの利用」13%であった。

ただし、今後やってみたいもの (続けたいを含む) は、いずれの選択肢も経験のあるものより割合が増えており、消費者の関心はあるといえよう。特に多く選ばれていたのは、経験のあるものと同様、「有機農産物の直売市や即売会での購入」（41%）であり、「レストラン、カフェなどの利用」(29%) も多かった。また、割合は低いものの、「『有機農業フェア』など総合的なイベントへの参加」(13%)、「有機農産物を使った料理講習会への参加」(6%) への関心や、「有機農産物の『提携』など日常的な購入」に９%が関心を示していることも看過できないであろう。

図 33　有機農産物に関わる活動でやったことのあるものとやってみたいもの



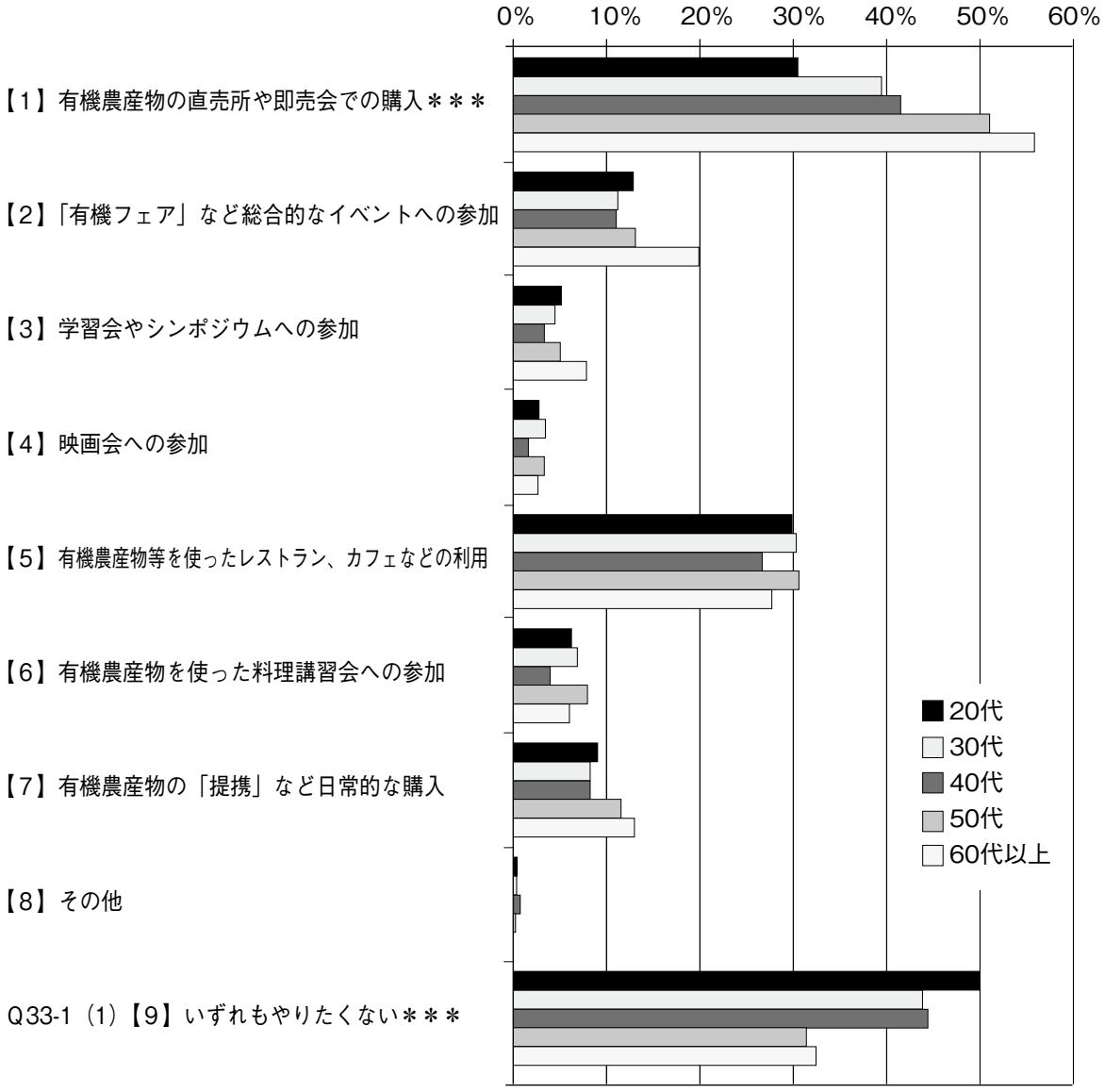
年代別にみた有機農産物利用に関わる活動

これらの活動について、若い人たちの意向をみるために、年代別に有機農産物に関わる活動で「やってみたい・続けたい」ものをみたのが図 35 である。

若い年代では、「有機農産物の直売市や即売会での購入」と「カフェ、レストラン等の利用」がほぼ同じ割合（約 3 割）で選択されている。年代が下がるにつれ、外食の頻度は上がっており（0.1% 水運で有意、U 検定)、外食と親和性の高い若い年代では、作るのもよいが、食べられるようにもしてほしい、という意向が強いことが明らかとなった。また、これが有機農業や有機農産物を知る、有効なきっかけとなりうるともいえよう。

その他、「『有機農業フェア』など総合的なイベントへの参加」、「有機農産物の『提携』など日常的な購入」などでも、20 代、30 代の若い年代の関心が低いわけではないことも伺える。

図 34　年代別にみた、有機農産物に関わる、やってみたい活動

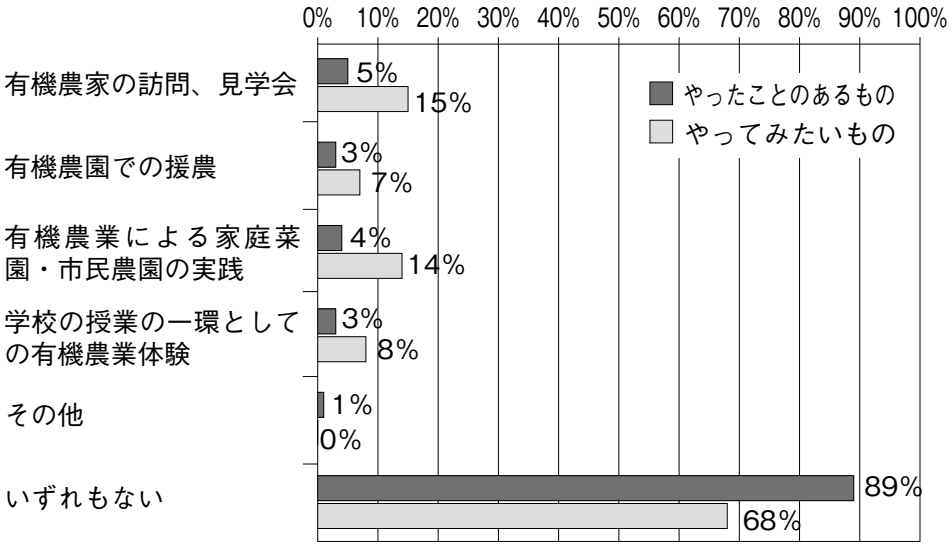


有機農業に関する活動への参加

有機農業に関する活動への経験は、さらに経験のある人の割合が下がり、９割近くがいずれの経験もなく、また、経験してみたいものがないという人も７割近くにのぼり、有機農業の生産現場への関心はまだ十分惹起されていない現状が明らかとなった。

ただし子細にみると、今後「やってみたい、続けたい」と思う活動には、「有機農業による家庭菜園・市民農園の実践」（14%）、「学校の授業の一環としての有機農業体験」（８%）があがっており、近年のガーデニングや市民農園の活況を裏付けている。また、「有機農家の訪問、見学会」（15%）、「有機農家での援農」（７%）に対しても、一定の関心があるといえるであろう。

図 35　有機農業に関わる活動でやったことのあるものとやってみたいもの



５．有機農業の推進のためには何が必要か

最後に、有機農業の推進につながる消費者の有機農業に対する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、属性に注目しながら、回答をみてみよう。

有機農業の推進に必要な支援

まず、回答者全体の回答をみてみよう（図 36、図 37）。

有機農業の推進に必要な施策としては、「有機農産物が入手できる場所を増やす」こと（41%）と「入手先に関する情報を提供する」こと（38%）が多く選択されており、次いで「学校給食での有機農産物の利用の推進」（27%）であった。

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（31%）、「有機農産物を店頭に置くようにリクエストする」こと（29%）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（35%）が、「必要ない」という回答は 4%にすぎなかった。

図 36　有機農業の推進のために必要と考える支援

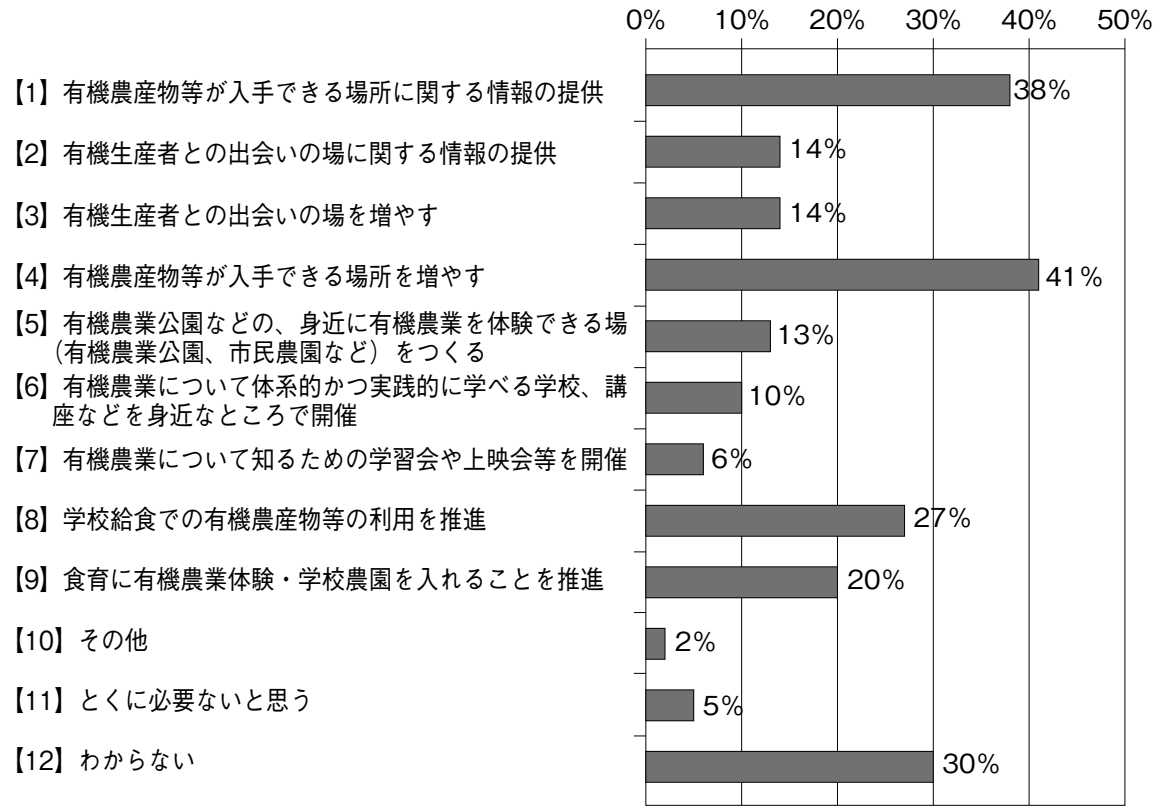
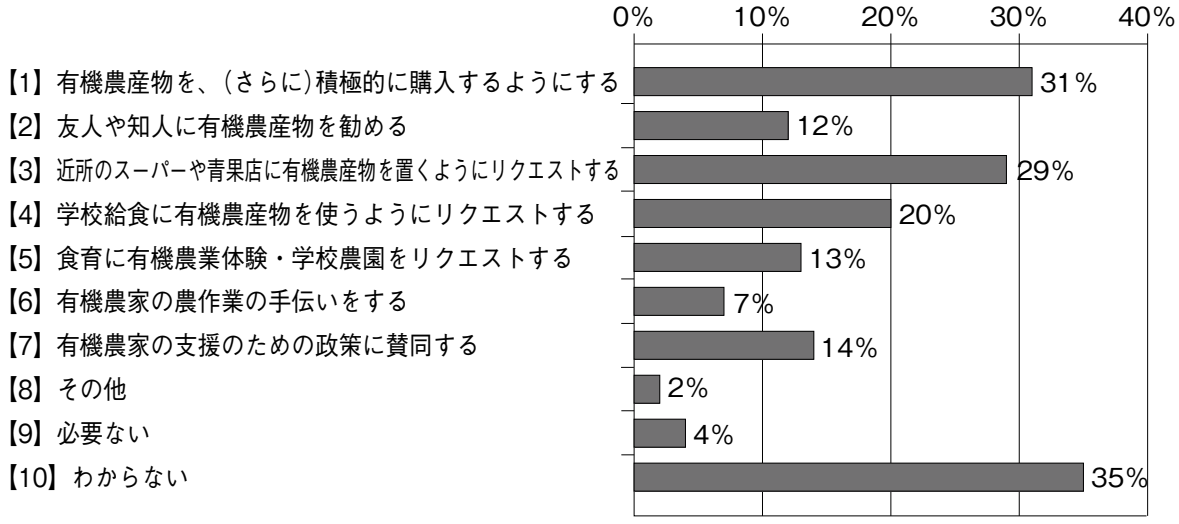


図 37　有機農業の推進のために自分ができること



有機農産物・有機農業の環境保全的役割への理解と必要な支援

図 38 は、有機農産物に対する理解度（有機 JAS マークの認知度）及び有機農業の環境保全的役割への理解度（●ページの「１グループ」～「３グループ」）の二つの視点から有機農業の推進に必要な施策についてみたものである。

これら二つの視点に理解度の高い人たち（「有機 JAS マークをよく知っている」・「３グループ」）は、「有機農産物が入手できる場所を増やす」こと、及び「入手先に関する情報提供」が重要であるとしている。次いで、「学校給食での有機農産物の利用促進」や「食育に有機農業体験・学校農園の導入を促進する」ことなど、子ども時代から食べものへの関心・農業の体験や理解を進めることの必要性をあげている。

全般的に有機農産物への理解の高い人たちの方が多くの選択肢を選んでいる。有機 JAS マークを「よく知っている」と回答した人の大半は、有機農産物を購入している人たちであり、有機農業の推進のために支援したいという意欲が高いと考えられよう。

図 38　有機農業への理解別にみた、有機農業の推進のために求められる支援

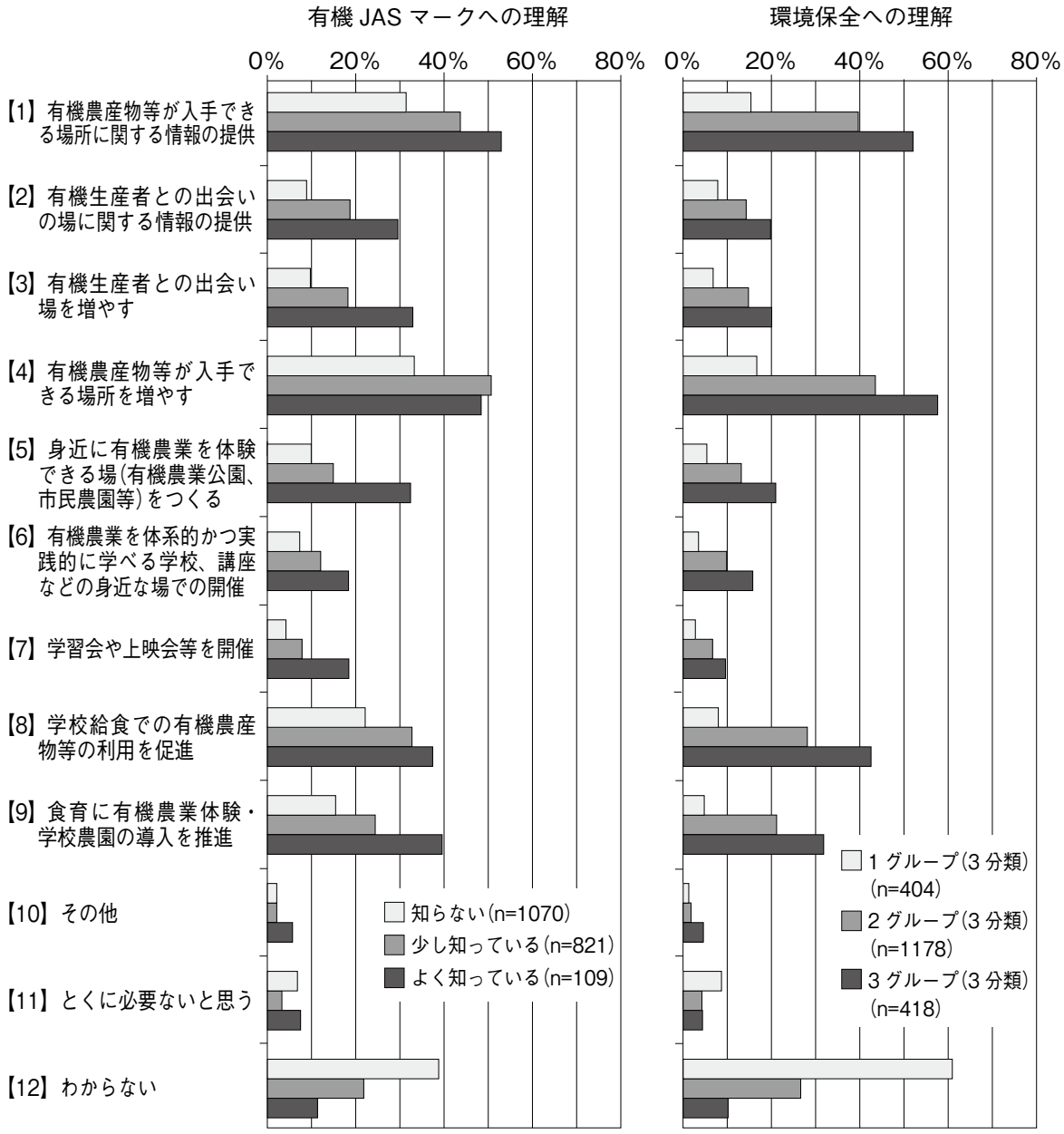
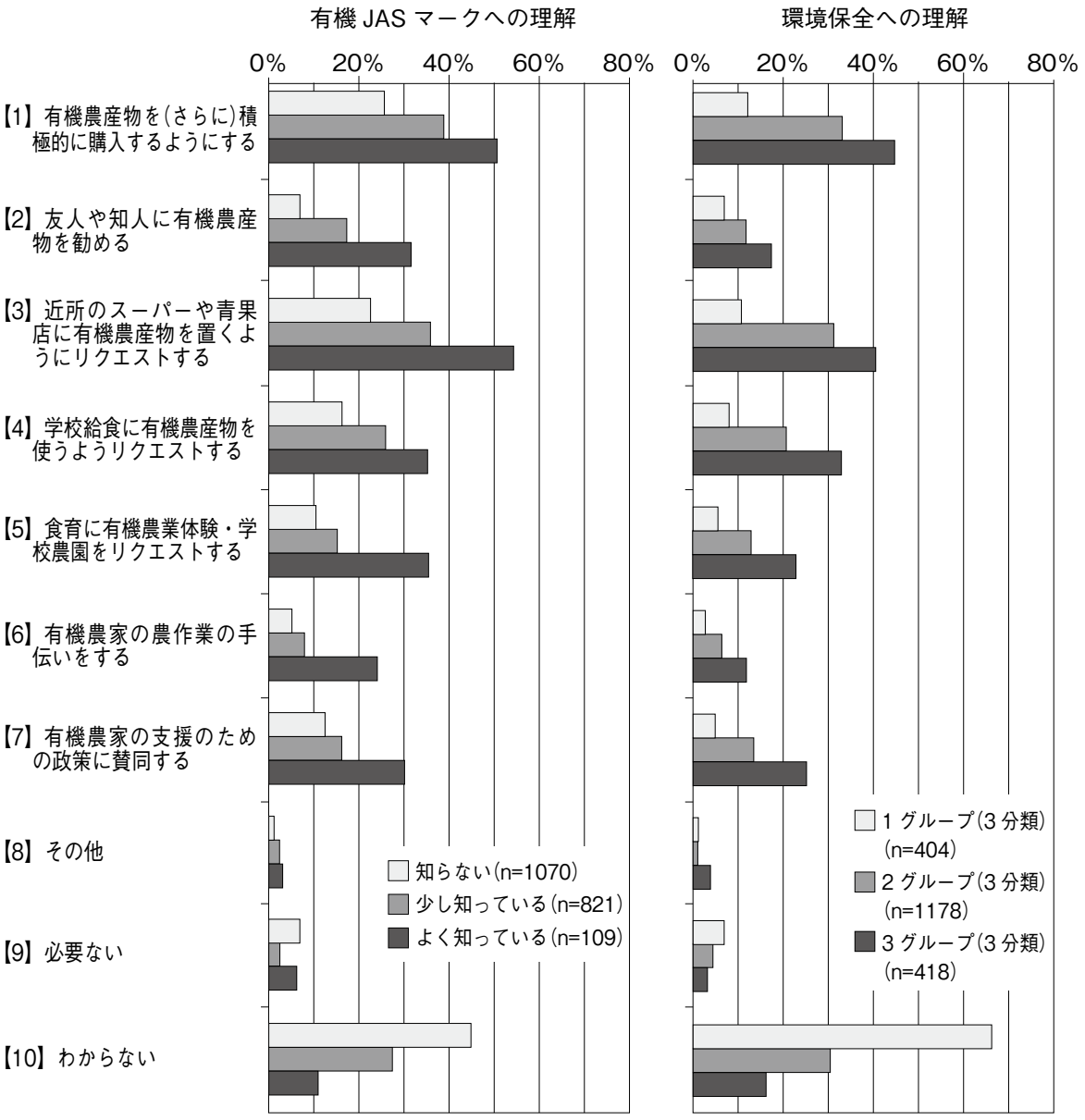


図 39　有機農業への理解別にみた、有機農業の推進のために自分ができると思うこと



有機農産物の購入頻度と有機農業推進に必要な支援

では次に、有機農産物の購入頻度別（＝有機農産物の必要度別ともいえる）に、必要と考える支援をみてみよう（図 40、図 41）。

「日常的に購入する」グループ（有機農産物を最も必要とするグループ）では、いずれの選択肢も多く選ばれているが、他のグループよりも 2 倍以上の比率で選択されているのは、「有機農業を体系的に学べる学校、講座などの身近な場での開催」、「学習会や上映会等を開催」といった、有機農業を深く学べる場の提供の重要性であった。一方、「購入しない」グループでも、支援は「とくに必要ない」と考えているのは 1 割にすぎず、3 割の人が「有機農産物の入手先を増やす」こと、「入手先の情報を提供する」ことを選んでお

り、２割の人が「学校給食への有機農産物の導入」を選択していることは注目される。

一方、「自分ができると思う支援」については、「日常的に購入する」グループでは、「食育に有機農業体験・学校農園をリクエストする」、「有機農家の農作業手伝いに行く」「有機農家の支援のための政策に賛同する」が、他のグループの倍を超える割合で選択されていた。同様に、「購入しない」グループでも、「支援が必要ない」と考える人は１割に満たなかった。

図 40　購入頻度別にみた、有機農業の推進のために必要な支援

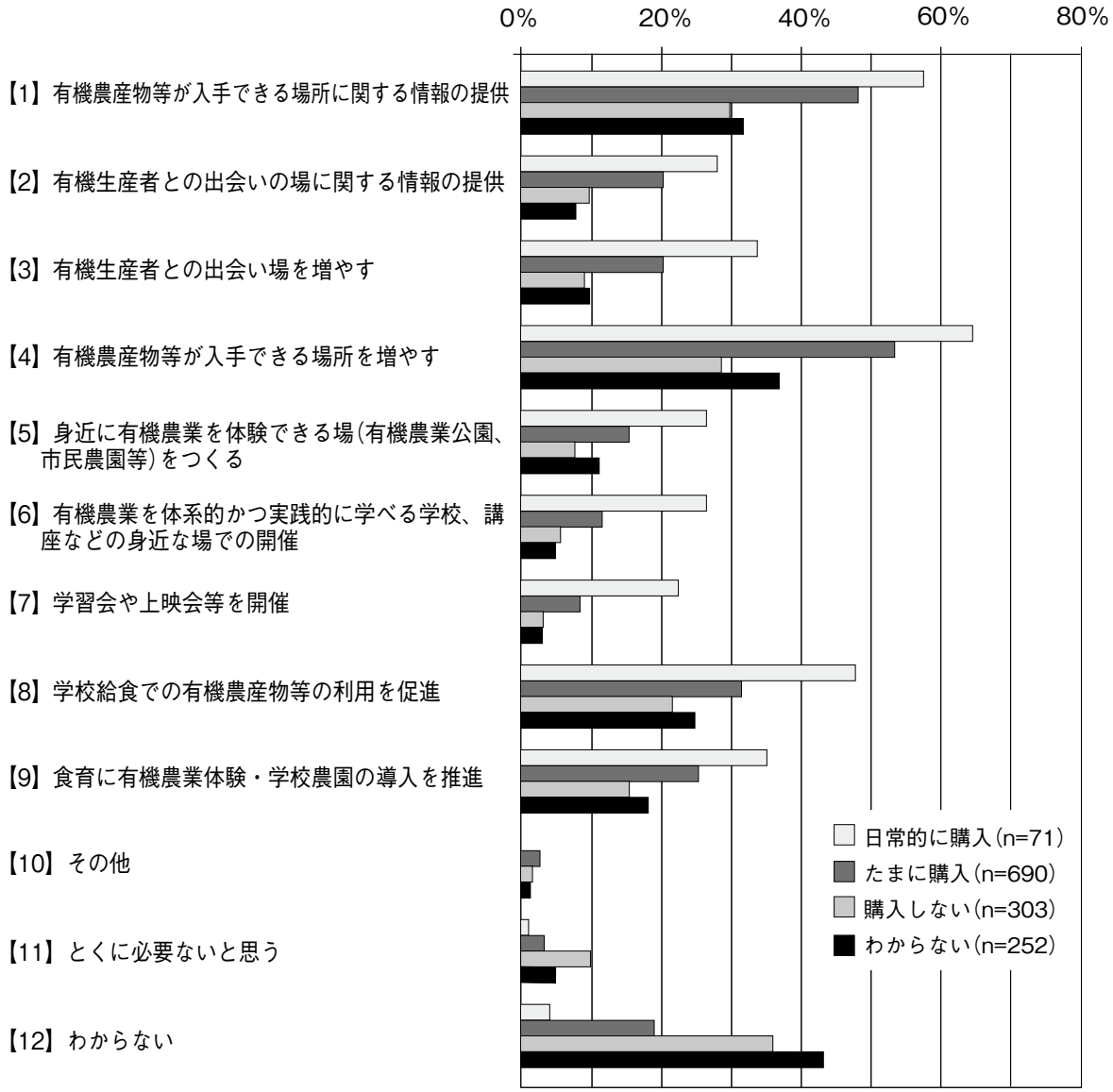
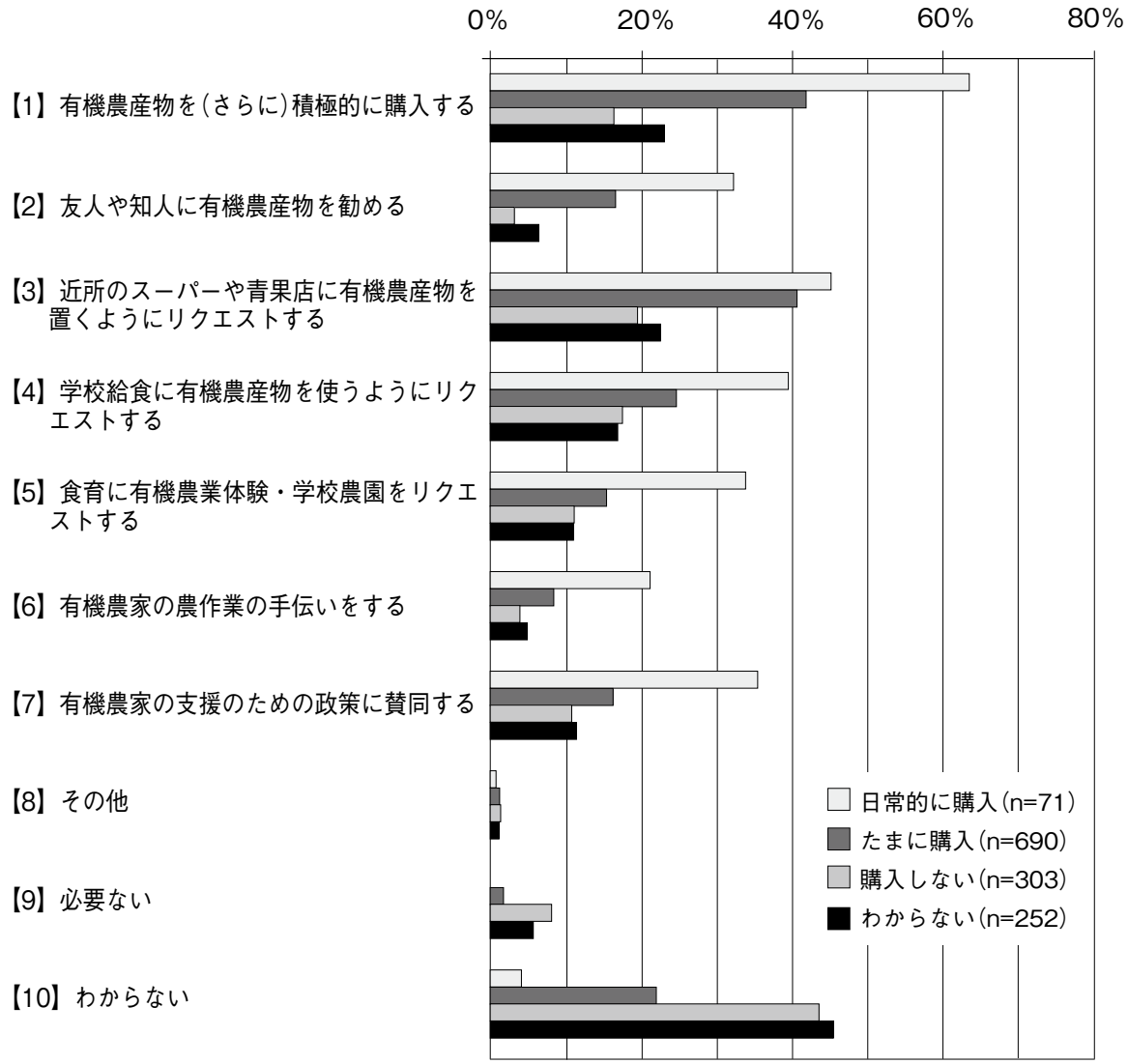


図 41　購入頻度別にみた、有機農業の推進のために自分ができると思うこと



年代別にみた有機農業推進に必要な支援

最後に、若い人たちの意向をみるため、年代別にみてみよう（図 42、図 43）。

「有機農業の推進に必要な支援」については、だいたい各年代とも似たような選択をしているが、「有機生産者との出会いの場をふやす」は、20 代が最も多く選択し、2 割近い。また、「有機農業を体系的・実践的に学べる学校、講座などの身近な場での開催」も、最も多く選択している 60 代に並んでおり、若い世代の中に、有機農業について、深く知ることの必要性を感じている人々が少なからずいることを示唆している。

「自分ができると思う支援」については、政策への賛同よりはむしろ、知人や友人に勧める、あるいは自分でリクエストする（「食育に有機農業体験･学校農園をリクエスト」や、「学校給食に有機農産物を使うようリクエスト」）といった、直接的な行動が、他の世代よりも多く選択されていることが特徴的であった。また、「有機農家の農作業手伝い」への意欲も、他の世代よりも高く、直接働きかけたいという意欲が伺える。

図 42　年代別にみた、有機農業の推進のために必要な支援

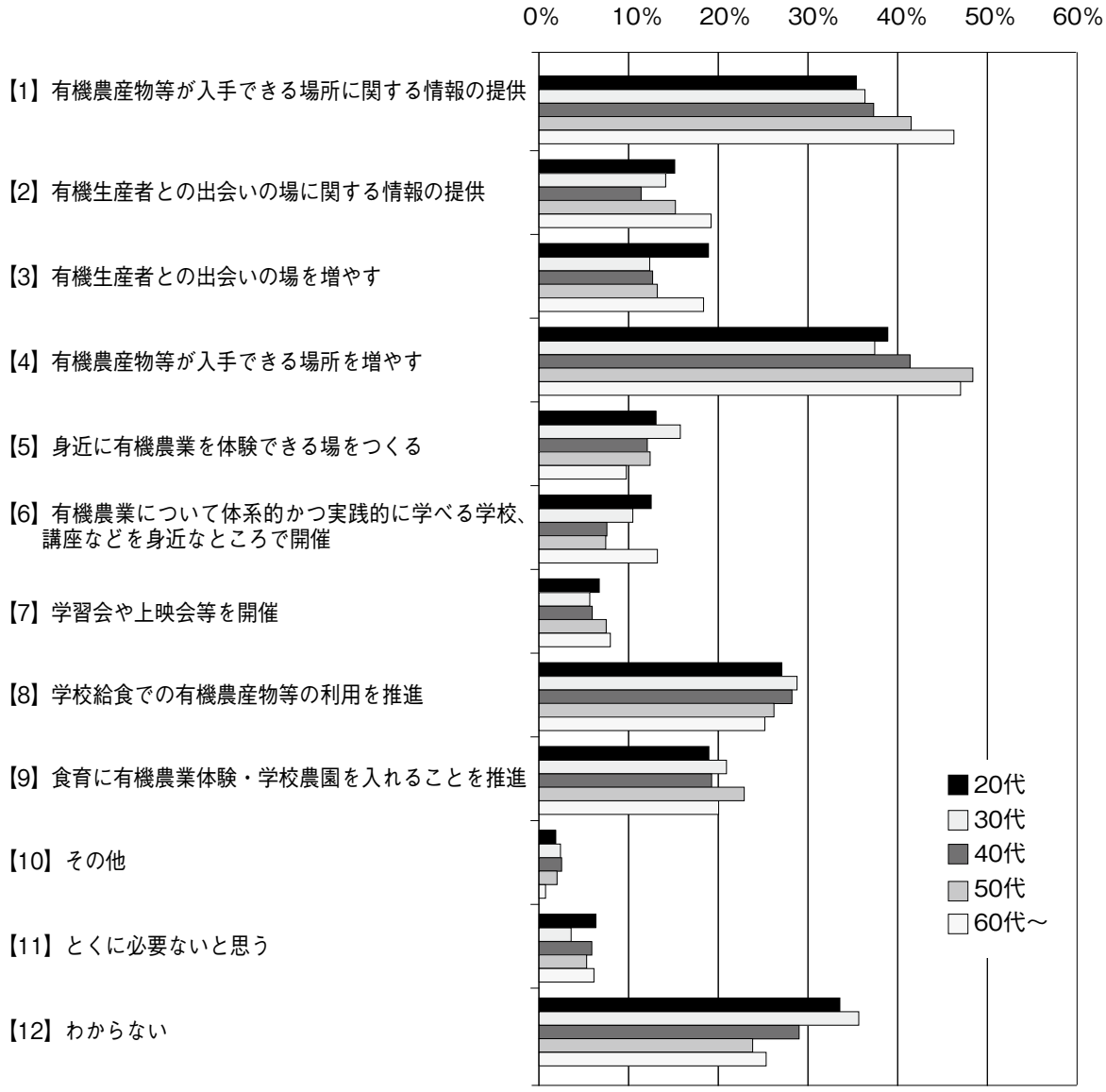
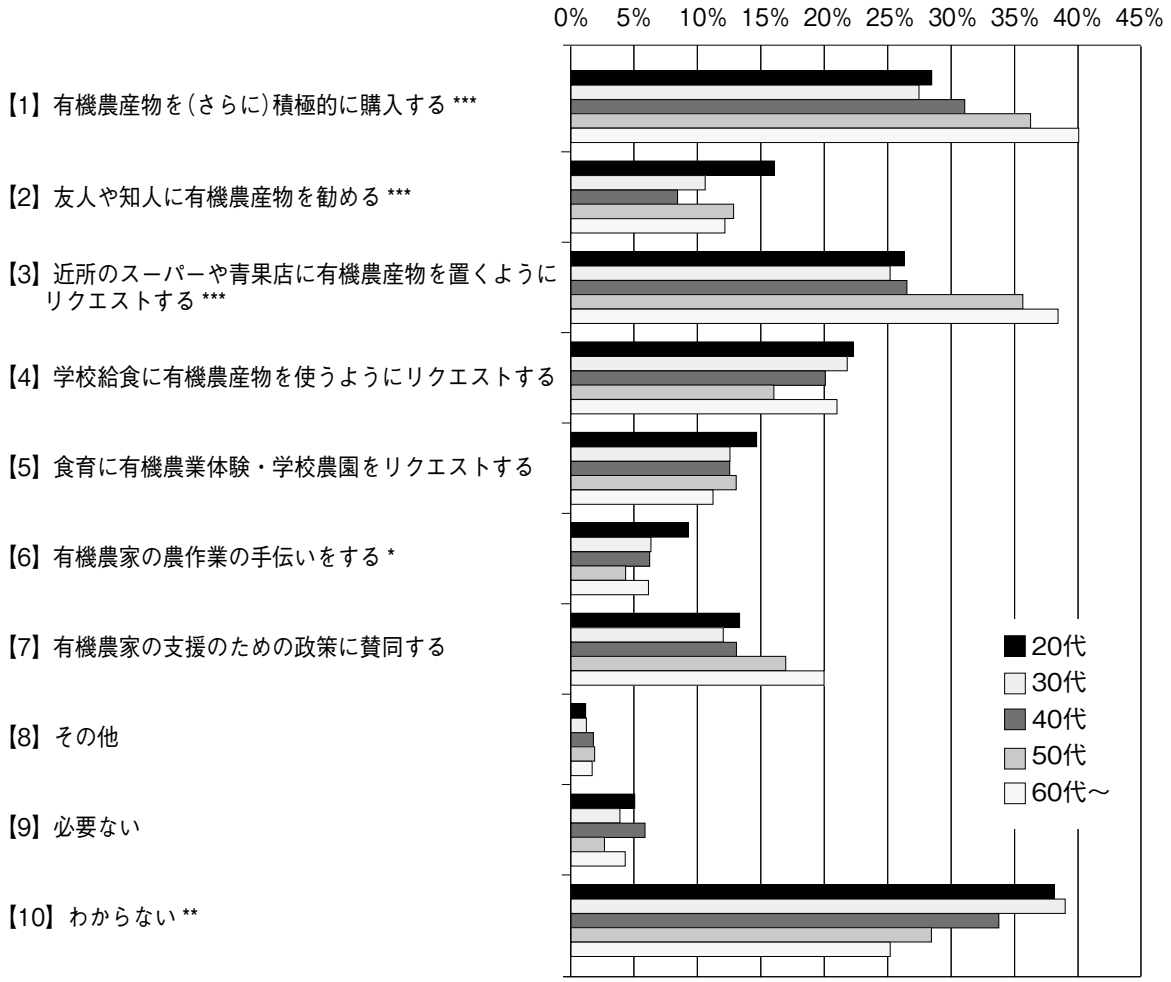


図 43　年代別にみた、有機農業の推進のために自分ができると思うこと



Ⅲ　ま　と　め

今回実施した全国の 20 代から 60 代の男女 2,000 人へのＷＥＢアンケート調査の結果を要約すると以下のようになるであろう。

○有機農業に対するイメージ

有機農業については、安全な農産物を提供してくれるが、その一方で生産者にとっては手間はかかるものである、という認識が、全体として高かった（共に７割の回答者が選択)。収穫量の不安定性や病害虫への脆弱性を指摘する回答者も３割から２割強いたが、生き物との共生により病害虫に対して強い、という回答も２割強の回答者でみられ、有機農業のもつ環境保全の役割を理解している人に、その割合が高かった。

本来の有機農業では、有機農業に向く品種を使い、土づくりをした健康な土壌で混作・輪作などの作付けの工夫をしながら栽培するので、有機農業のもつ力強さや安定性が発揮され

ることや、身近に有機農業があることにより環境保全という公益的価値が高まることを消費者に知らせていくことが必要であろう。

○有機農産物及び有機素材の製品の利用の実態

有機農産物を購入したことのある人は、約６割であった。近年は、有機素材を用いた製品が多様化しており、有機農産物以外にも、有機農産物を使った加工食品、有機飲料、有機農産物を使ったレストラン等の利用が２割を超えた。有機農産物の入手先に関する情報源としては、店頭に並ぶ有機農産物自体が最もアピール力をもっていることが明らかになった。店頭で、いかに、有機農産物や有機農業に関する情報をアピールする形で提供していけるかが、消費者の理解にも影響を与えるといえよう。また、インターネットも３割を超える人が活用しており、今後、その重要性はますます高まっていくだろう。

○有機農業に対する理解の実態

有機農業という言葉を聞いたことのある人は 95%、有機農業が原則として化学肥料や合成農薬を使用しない農業であることを知っている人は 79%を占め、有機農業への基本的な理解は進んできているといえるだろう。だが、その一方で、有機農業がもつ環境保全的な役割や有機農産物の認証マークである有機 JAS マーク、認証のしくみや内容についての理解はまだ十分ではなく、理解促進のための方策が必要であると考えられる。

○有機農業に対する理解と関連の強い要因

有機農産物に対する理解の深さは、年代別の有意差はみられず、購入頻度とは高い有意差をみせた。環境保全の役割に対する理解は、年代、有機農産物の購入頻度、環境に配慮した活動の実践状態、旬を考えた行動、有機農業との直接的な関わりの経験の有無などと有意に相関していた。ただし、旬を考えた行動は、半数の回答者は考慮したことがなかった。有機農業についてだけでなく、広く農業自体がはらむ環境負荷への認識についても、一般市民の理解を促していく必要があるといえよう。

また、生産現場を直接訪問したことのある回答者は１割にとどまった。大多数の一般消費者は、現地での経験を伴わない、何らかの媒体を経由した有機農業に対する理解であることが明らかになった。

○有機農業に対する理解に求められるもの

有機農業を理解するためのさまざまな活動のうち、回答者たちが最も高い関心を示したのは即売会や直売市での有機農産物の購入、及び有機農産物を利用したレストラン、カフェ等の利用であった。若い世代では、カフェ、レストランの利用への関心が高かった。

有機農家の訪問や援農等の生産現場との直接的な関わりについては、やってみたいという回答は全体からみれば１割強であり、低いともいえるが、こうした層への働きかけも看過できないであろう。

有機農産物を購入するにしても、中間流通業者 (スーパーなど) を経由せず、生産者自らと直接交流できる即売会、直売市等の設定は、有機農業との有効な接点となり得よう。また、外食・中食文化が社会的に浸透する中、有機農産物を利用したカフェやレストランは、そこから情報発信を活発に行うことにより、若い世代も含め、有機農業を理解してもらうための拠点となる可能性を秘めているといえよう。

○有機農業の推進に求められるもの

有機農業推進のための支援としては、有機農産物が入手できる場所を増やすこと、入手できる場に関する情報を提供することが多くの回答者から求められていた。学校給食での有機農産物の利用も３割近い回答者が選んでいた。回答者自身ができる支援としては、有機農産物を（さらに）購入すること、スーパー等の店頭に有機農産物を置くようにリクエストすることを共に３割ほどの回答者が選択しており、学校給食での有機農産物利用のリクエストをすることが２割ほどあった。有機農産物を購入しない回答者であっても、支援は必要ないとする人は１割未満であり、社会的に有機農業は必要であり、支援も必要であるという認識が広がっているといえよう。

また、若い世代では、関心は、中高年世代よりも全般に低い傾向はあるものの、直接的に生産者と関わりたい、深く学びたい、という意欲ある層も一定数あった。先に述べたように、一般市民の有機農業への理解は、現実に接したことのない、想像上での理解である。きちんと知りたいと思う若い世代の動きをサポートする場やネットワークづくり、若い世代の行動様式に合致した情報の提供が求められているといえよう。

第２章

生産者と消費者の「提携」団体等
ヒアリング調査

調査・執筆

久保田裕子

若島　礼子

増田　裕子

吉野　馨子

Ⅰ　本章の調査の目的と「提携」活動

１．調査の目的と方法

本調査の目的は、第１章で述べたように、有機農業を推進するために不可欠とされる①消費者の有機農業に対する理解の増進、②有機農業者その他の関係者と消費者との連携の促進のために行うべき取組みや施策、今後の課題を明らかにすることである。本章では、昨年度に引き続き、消費者が継続的に有機農産物を購入している「提携」団体等を対象にヒアリングを行い、消費者の有機農業に対する理解を深める活動やしくみ、生産者と消費者の連携のあり方などを探った。

ヒアリング対象は、次のとおりである。

熊本県	（有限会社）くまもと有機の会
福井県越前市	（NPO 法人）土といのちの会
愛媛県	愛媛有機農産生活協同組合（ゆうき生協）
愛知県	豊橋有機農業の会
愛知県	オアシス 21 オーガニックファーマーズ（旧えこファーマーズ）朝市村
神奈川県	（NPO 法人）あしがら農の会
調査時期	2009 年 8 月～ 2011 年 2 月

ここでの「提携」団体とは、生産者から消費者へじかに有機農産物等を供給する組織で、1970 年代から始まる日本の有機農業運動を特徴づけるものであり、有機農業を進めるために有機農業者と消費者が手を携えて共に学び支え合う相互協力の組織である。「提携」は、「生産者と消費者の提携」の略称であり、「産消提携」と呼ぶこともある。1970 年代に有機農業運動と共に生まれ、その実体を伴う組織の理念や使命、活動を捉えて 1978 年に名付けられた。流通面からみると、特定の生産者が直接、継続的に特定の消費者に有機農産物を供給するしくみである。

今年度のヒアリング対象には、そうした生産者（個人・団体）と消費者（個人・団体）がじかに共同購入方式を採る「提携」団体だけでなく、店舗方式、生協による共同購入方式、朝市方式、さらに市民（消費者）が自ら農作業に参画して生産活動に関わるしくみをつくっている団体も対象にした。いずれも生産者と消費者の交流が盛んな団体である。

２．消費者の理解促進と「提携」活動

（1）平成 20、21 年度の調査と「提携」団体

平成 20 年度調査では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有機農産物等の購買行動、環境についての意識等を探り、平成 21 年度調査では「提携」団体を

対象としたアンケートやヒアリングにより、消費者の有機農業への理解促進につながる考え方や具体的な活動の実態を探った。21 年度の調査対象を「提携」団体とした理由は、上述のように、1970 年代から始まった日本の有機農業は、全国各地に芽生えた「提携」団体の活動により、地域に根付き発展してきたという経緯があり、「提携」団体の理念や活動の中に、有機農業を推進するための鍵があると考えたからである。

20 年度のアンケート調査結果は、有機農産物を「日常的に購入する人」は、「生協・提携・宅配」を購入先とする人が多いことを示していた。すなわち、全国の一般消費者男女約 10000 人を対象としたインターネットの調査モニターによるアンケート（回答者数 2000 人、調査平成 20 年 12 月）によれば、「有機農産物」の購入については、「日常の食材を自分で買う」という回答者（1,268 人）のうち、有機農産物を「日常的に購入」している回答者は 7%（「たまに購入」している回答者は 54%）。その主要な購入先は、「生協、提携等の共同購入や宅配」（35%）が最も多かった。

また同調査で、有機農産物を「日常的に購入」している回答者は、「自分や家族の健康への配慮」、「環境への配慮」についても高い関心を示しており、「有機農業の環境保全的な諸機能」―①化学肥料･合成農薬を使用しないことにより環境への負荷を減らす、②化学肥料･合成農薬の不使用により、土や作物を守る虫やミミズの豊かな農業環境を保全、③家畜糞や落ち葉などの有機資源を有効利用し環境への負荷を減らす、④トンボ、どじょう、水鳥などの生物の棲む環境を整え、生物多様性を守るなどのいずれの項目についても 6 割強がよく理解していた。そして、「農業関連の活動」―①農家なので農業に従事したり手伝っている、②実家・親戚が農家なので時々手伝う、③家庭菜園をつくる、④学校農園や授業の一環で農業体験や農家訪問をする、⑤個人の家族旅行などで、農業体験や農家訪問、観光農園に行く、⑥産直や生協・提携活動の一環で、取引先の農家の援農やボランティアをするなどのすべての項目で高かった。

このように、有機農産物を日常的に購入している人は、健康、環境に関して関心が高く、有機農業のもつ環境保全機能についてもよく理解し、また、農業関連の活動に対しても活発であった。こうしたことは、これらの関係をより詳しくみた今年度のアンケート調査（第 1 章）でも確認されている。すなわち、有機農産物の購入頻度別に環境保全の役割への理解をみると、購入頻度の高い人たちの方が有意に環境保全役割への理解が高く（図 28）、また、環境保全機能への理解度の高いグループほど、直接有機農業を見たり、有機農業者と対話した経験が有意に多い（図 31）ことが明らかになった。

21 年度調査で対象とした「提携」団体とは、まさにこのような有機農産物の日常的な購入活動を軸とし、さらにその活動の一環として、環境問題や有機農業のもつ環境保全機能に関する学習、農業関連の活動への参加、有機農業者との交流の機会の提供などを総合的に行っている組織である。「提携」団体は、消費者が農家を訪問したり、一緒に学習会や収穫祭を開くことなど、有機農業への理解を深める活動を幅広く行っている。もともとそうした活動に関心の高い人たちが「提携」団体に参加しているともいえようが、活動に参加する中で理解を深め、有機農産物の購入継続の力になっているとも考えられる。

したがって 21 年度調査では、消費者の有機農業への理解促進につながる活動と生産者・

消費者の連携という観点から「提携」団体に対するアンケートとヒアリングを行った。アンケートは、「提携」を実施している消費者団体101団体、「提携」を実施している生産者団体43団体、生産者個人による「提携」を実施している生産者198人の回答を集計した。

ヒアリングの対象としたのは、1970年代に設立され、以来30年以上にわたり活動を継続している次の団体等である。①（生活協同組合）熊本いのちと土を考える会、②（NPO法人）熊本県有機農業研究会、③公立菊池養生園診療所名誉園長竹熊宜孝医師（以上、熊本県）、④食品公害を追放し安全な食べ物を求める会（兵庫県）、⑤使い捨て時代を考える会・安全農産供給センター（京都府）、⑥安全な食べ物をつくって食べる会（東京都）、⑦松戸有機の会（千葉県）、⑧所沢生活村（埼玉県）。

（2）消費者の有機農業理解を進める「提携」団体の活動

21年度アンケート調査では、次のような生産者と消費者の交流の機会や活動をあげて、それぞれどのくらいの「提携」団体が行っているかを調べた。

① 生産者と消費者の話し合い（運営に関する総会含む）
② 生消が共に参加する学習会や会合（料理講習会等含む）
③ 生産地訪問（役員等による生産地訪問、役員以外の会員の生産地訪問、見学）
④ 消費者の援農、農作業体験
⑤ 収穫祭、もちつき大会などの催し、交流会
⑥ 配送の時に生消が情報交換
⑦ ニュースレター等で定期的に知らせる

消費者主体の「提携」団体では、「①生消の話し合い」「②学習会・会合」「③生産地訪問」を6割以上の団体が行っている。「④援農､農作業体験」も4割弱が行っている。「⑤収穫祭、もちつき大会などの催し、交流会」は4割の団体が行っている。また、「⑥配送の時に情報交換」が可能な団体も5割ほどあった。

生産者主体の「提携」団体・個人もほぼ同様の傾向であるが、「⑤収穫祭、もちつき大会などの催し、交流会」に6割弱の団体が取り組むなど、イベントへの取組みが多くなっている。「料理教室」「味噌づくりなど農産加工」なども生産者個人では4割、3割が取り組んでいた。

これらの直接的な交流だけでなく、「⑦ニュースレター等で定期的に知らせる」という情報提供型の方法も消費者団体・生産者団体で5割、個人生産者では6割強が行っており、「提携」活動においては、直接・間接のさまざまな方法を通した生産者と消費者の交流や情報交換が行われている。

このように、「提携」団体に参加する消費者は、日常的に有機農産物を購入することで、不断にその季節の有機農産物を手にして食べるだけでなく、それと併行しながら、多方面にわたる「提携」団体の活動によって、有機農業や有機農産物に関することがらの知識や体験を得て理解を深めていっている。それがさらに有機農産物の購入継続の推進力にもなっていると考えられる。

21年度調査ではさらに、「提携」団体に対し、「提携」活動の「どのような活動が有機農

業への消費者の理解を深めたか」という問（自由回答）を設けた。それを分類整理すると（吉野馨子による）、消費者団体、生産者個人の双方が、①畑にいくこと、②生産地の見学、③援農、④農作業の体験の重要性をあげていた。また、消費者団体では、①ニュースレター、②即売会、③直接配送、④情報の開示、生産者個人では、①ニュースレターや②会話、③農産物自体の品質、④調理講習、⑤試食があがっていた。

「提携」団体が行う生産地訪問や農作業体験、援農は、今日では同様の活動を大手生協、自然食品店などでも行っているが、このような活動は1970年の初頭から形成された「提携」団体が切り拓いてきた。生産地訪問は、誰がどこでどのようにつくっているものを自分たちは食べているのかという問に端的に応えてくれる。また、「援農」は、農薬や化学肥料を使わないために生じる手間（例えば､除草作業）に消費者が協力するという意味合いがあった。もともと手間のかかる収穫作業や落ち葉集めなども消費者に農作業の楽しさや厳しさを伝えてくれる。都会では得られない自然環境や田畑、作物のようす、農村での労働や暮らしを間近に見る機会ともなる。生産地訪問や農作業体験を通して、多くの消費者は、自然と共にある農業やそれを支える農家、長い期間にわたり手間をかけてつくられる食べ物の大切さを五感を通して感じ取っている。こうした「農のもつ教育力」は、今日、学校自給農園などに生かされている。

また、消費者「提携」団体は、さまざまな新規会員勧誘のための活動を行っている。そのうち、有効だったと思われるものをあげてもらうと、「料理講習会・農産加工講習会」「収穫祭などの催し」「有機農業に関する学習会」「環境問題に関する学習会」「農業体験」などが多かった。たしかに、消費者向けの活動であるので、有機農産物それ自体をまず手にとってもらい、試食も含めて食べてもらうことが先決である。そして、季節の食材を使いこなし、健康によい食事をつくることを学ぶこと。まずは、こうした実践的な学びが必要である。加えて、有機農業に関係する問題（例えば、農薬、遺伝子組み換え、食品添加物、ごみ問題など)、環境や環境保全に関する問題（例えば、生物多様性、里山保全など）の学習や行動も有機農産物を選ぶ理由を確かなものにするであろう。

（3）消費者に有機農業の何を伝えるか

21年度アンケートではさらに、消費者「提携」団体には「『提携』の社会的意義をどう思うか」、また生産者「提携」団体・個人には、「消費者に伝えたいこと、望むこと」について自由回答を求めた。

その回答をとりまとめると（吉野馨子による)、消費者団体からは、①信頼関係、協同・助け合いの関係づくり、②さまざまな知識の習得、消費者の意識向上、③環境を守る（農法、農産物を大切に食べること、在来品種の保全を含む)、④元気な社会・よりよい社会づくり(経済を立て直す、グローバル経済に対応する、人の和が生かされる社会に)、⑤安全・安心な食品で食卓を守る、⑥食料の自給、⑦健康、⑧流通の改革などがあがってきた。特に、最初の「信頼関係・助け合いの関係づくり」については、回答者の５割強が言及していた。

生産者団体からは、①有機農業は食の自給とつながっていること、②有機農業は暮らしや命と一体となっていること、③食の安全、食料の持続的な供給とつながっていることが高位

にあがり、④化学肥料や合成農薬を使用していないことを上回っていた。生産者個人も同様の傾向で、さらに⑤農地には多様な生き物がいるのが当然（生きものと共生する農業）であること、⑥有機農業は暮らしと一体になっていることが多く、次に⑦食の安全、⑧食料の持続的な供給とつながっていること、⑨有機農産物のおいしさ、⑩農産物には旬があることが同程度であがっていた。

つまり、「提携」団体や「提携」生産者は、一般に有機農産物の特徴と考えられている「安全」や「化学合成農薬・化学肥料を使っていない」ことをあまり強調していない。このことは、有機農産物を取り扱う団体では明記してあったり、前提であったりするからかもしれない。消費者「提携」団体は、自らの活動が、生産者・消費者の相互理解や信頼構築による有機農業の持続性、食・農・環境などの学習・体験を通した意識の向上、環境を守ることなどを行うことが社会に貢献していることをあげている。「提携」生産者は、食の自給や安全な食料の持続的供給、有機農業が暮らしと一体となっていること、多様な生き物がいる自然と共生する農業の大切さを消費者に知ってもらい、そして、有機農業を幅広く捉え、広い視野からの理解や関心をもってもらいたいと要望している。

これらは、一般の消費者に対して有機農業の理解を進める上でも重要な視点であろう。有機農業は多様な社会的な意義をもつが、とりわけ有機農業の環境保全的な諸機能（環境汚染防止、国土保全、生物多様性、景観など）はきわめて公益的な価値をもち、良質な食料の持続的供給、地域の食料自給も単に農産物を購入している人だけにとどまらない社会的意義を有している。有機農業者は、有機農業を遂行することを通して、自らの生計を立てるだけでなく、同時にこのような公益的価値の創造に貢献しているのである。したがって、消費者に対しては、日常的に有機農産物を購入する消費者は、自身や家族が良質の農産物を享受することができるだけでなく、同時に、それを産み出す有機農業者や有機農業の持続性に貢献していることをより明瞭に打ち出し、消費者も「有機農業に参加する」ことで有機農業のもつ社会的意義の創出に参加し貢献することができるということを理解してもらうことが大切である。

すでに、こうした内容をわかりやすく捉えるために、ごはん一杯と田んぼで生まれる生き物を比較したポスターや、「田んぼの生き物調査」などの実践的方法が普及している。生産地と消費地の距離をできるだけ短くすることを考えるフードマイレージや、地域自給圏、流域自給圏を進める地産地消もなじみの言葉になりつつある。「提携」団体では、例えば広報誌や案内ちらしを作成したり、会合の企画・準備など組織運営に参加することも「有機農業への参加」の一環といえる。消費者は、こうした内容を理解するだけでなく、有機農産物の購入やさまざまな活動を通して貢献できるのである。

「提携」団体が提起するもう一つ重要な点は、有機農業者が安心して有機農業を続けられるようにすることである。「野菜パック」方式、話し合いによる計画的な作付け、農業者による価格付け、無選別（大小などの規格がないこと）などの工夫により、「提携」団体では季節や天候状態による豊凶のリスク軽減を図り、経営面での持続性をもたらしている。

そしてこれも重要な点であるが、多くの「提携」の生産者は、主に家族農業による小規模・中堅農家、小規模から始めた新規就農者が多いが、「提携」への参加すなわち有機農業

のへの参加や、有機農産物の購入は、このような農家が有機農業を続けられるように支えることでもあるという点である。21 年度アンケート調査によれば、「提携」生産者の経営規模は概ね 0.5 ～ 2 ヘクタールの間であった。これは全国の農業経営体の規模の傾向とほぼ同じであるが、大規模化が進められ、また、グローバル化による食料輸入などで農家経営が圧迫されている今日、地域や国内で有機農業を営む中堅農家、新規就農農家を着実に支え、さらには増やしていくことが求められている。消費者の理解促進では、生産者と消費者の「提携」による強いつながりがこのような持続性を生み出していることを強調することも必要であろう。

今年度のヒアリング調査では、「提携」を自称していない団体も含めてヒアリングを行った。1970 年代に各地で始まった有機農業の「提携」活動は、生産者と消費者がじかに結びつく共同購入方式を採ることが原型となり、理念や方法は日本有機農業研究会が 1978 年にとりまとめた「生産者と消費者の提携の方法（提携 10 か条）」（日本有機農業研究会ホームページ）に拠る団体が多い。もともと多様な成り立ちでそれぞれの団体が生まれ、時代変遷にしたがってさらに多様な団体や活動が生まれている。

「提携 10 か条」第 1 条は、「生産者と消費者の提携の本質は、物の売り買い関係ではなく、人と人との友好的付き合い関係である。すなわち両者は対等の立場で、互いに相手を理解し、相助け合う関係である。それは、生産者、消費者としての生活の見直しに基づかねばならない。」とあるが、これを意識するしないにかかわらず、このような考えで生産者と消費者が共に手を携え協力することができる多くの場をつくりだしていくことが求められている。

（久保田裕子）

参考資料

『有機農業に関する消費者の意識調査報告』（平成 20 年度調査報告）日本有機農業研究会、2009 年

『有機農業への消費者の理解促進と「提携」に関する調査報告』（平成 21 年度調査報告）日本有機農業研究会、2010 年

若島礼子「有機農業提携運動―提携から TEIKEI へ」『全国有機農業の集い　神奈川大会資料集』神奈川大会実行委員会、2010 年

『地域がささえる食と農　神戸大会報告書』同実行委員会、2010 年

『「流域自給」と「提携」から広がる有機農業』日本有機農業研究会、2010 年

Ⅱ 「提携」団体等へのヒアリング

1.（NPO 法人） 土といのちの会（福井県越前市）

ヒアリング　　大久保恵子さん　2009 年 8 月 7 日

（1）設立の経過

設立は、1991 年 3 月。その前身は、「武生市の空中散布を考える市民の会」。水田への農薬空中散布反対で立ち上がった市民たちの集まりである。

「武生市の空中散布を考える市民の会」は、1991 年には、人口 7 万人の武生市（当時）で 1 万 4433 筆の農薬空中散布の中止を求める署名を集めると共に、大阪大学の植村振作先生に依頼して得た農薬撒布による農薬の飛散調査結果（撒布した農薬が撒布地区内に留まらないこと、大気に数日にわたり浮遊することなど）を携え、航空防除事業の実施主体である武生市及び武生市農業協同組合（2005 年、武生市は今立町と合併して越前市に、JA たけふは、現在 JA 越前たけふ）にヘリコプターを使った空からの水田への農薬撒布を中止するよう申し入れた。

他の多くの市町村同様、武生市と JA たけふは、1985 年から、低コスト・省力化などの理由で水田に年 2 回、農薬の空中散布（航空防除）を航空防除事業として行ってきた。武生市内の水田のほぼ 60％に当たる約 1 万 5 千ヘクタールに空からヘリコプターで殺虫剤が撒かれる。市民の会は、散布後に「目が痛い」「頭が痛い」などの健康への影響を訴える人があり、また、散布対象から除外されるはずの学校・保育園、民家などが実際には避けられないままヘリコプターが飛んでいる実態があること、空中散布により川や山にまで農薬が及ぶことを訴えた。だが、航空防除は止められなかった。

翌年以降も、市民の会のメンバーは市や農協への中止を訴え続けた。その過程で、「空中散布を含め、農家の抱える多くの問題を垣間見ることができた。そして、これらの問題は、農業者だけ、または消費者だけが考えて解決がつくというものではなく、両者が一緒になって考えていかなくてはいけない問題なのだと、気づいた」と、大久保恵子さん（現在、市議会議員）は語る。市民の会は、小さな子どもをもつふつうの主婦たちの集まりで、大久保さんは署名の提出などの活動には代表者が必要であることから、一念発起して代表を務めることになったという。「同時に、そういう場の必要性も痛感」した大久保さんたちは、地域の環境、食と農を農業者と消費者が一緒になって考える場として、「土といのちの会」をつくることになった。

（2）会の活動

「地域の農・食・環境を生産者と消費者が一緒に考え行動する会」を主旨とする「土といのちの会」が最初に取り組んだのは、消費者も参加する無農薬・減農薬、有機栽培の稲づくりだった。会員の一人の生産者の田んぼ 60 アールでの「田植え交流会」を開催（16 人参加）。

次の「草取り交流会」は、ちょうど1993年度から始まった武生市の「有機栽培実践事業」（3カ年）に参画する形で、市内の農家２戸の有機栽培田の草取り作業を行った（のべ41人参加。うち子ども16人）。作業には、武生市農政課、福井県南越農業改良普及所、JAたけふの担当者も参加した。

夏にはスイカ特産地白山地区で「スイカ狩り交流会」、引き続き「稲刈り交流会」「さつまいも掘り交流会」、「特別栽培生産者と消費者の交流会」の開催、12月には会員と一般会員200人を集め「収穫祭」で公演・パネルディスカッション、農産物即売や有機栽培米によるもちつきなどをにぎやかに行った。

初年度には、こうした交流会活動や収穫祭のほか、次のような活動に取り組んだ。

米つくり活動―会の実験田。消費者10人が取り組む。

特別栽培米活動（米の産直）―からだによい米づくりをしている農家を応援するため、会員農家の米を会員消費者に斡旋。

生ごみのリサイクル活動―臭いの出ないＥＭぼかし肥を利用。講習会など実施。

産直活動（米以外の農産物）―生産者と消費者をつなぐ、地場で穫れたものを地場で消費する活動。じゃがいも、みそ、他地域からのみかん、りんごなどを取り扱う。総会、収穫祭、七夕まつり、市生活展などで即売も。

航空防除に関する活動―武生市航空防除対策協議会にメンバーとして出席、航空防除指導員として撒布地区を巡回、JA各支所の航空防除推進協議会に出席、空中散布反対全国大会に出席など。

このようにして土といのちの会は、発足時110人でスタート、翌年には220人に増え、着実な歩みを続けてきた。

現在までの会の主な活動をあげておこう。

- 1994年度　米づくりに加えて、「畑作部会」を新設。武生市が開設した市民農園の一角で生ごみ堆肥を活用した野菜づくりに取り組む。
- 生ごみリサイクル活動、武生市のごみ減量と生ごみ堆肥化との連携
- 1994年秋　特別栽培米が仲立ちになり、兵庫県・尼崎市を中心に「阪神・土といのちの会」発足。尼崎地区労働組合との交流会で、安全な米を安定して生産・消費できるしくみをつくろうと、特別栽培米を取り扱う会を発足させた。1995年１月に起きた阪神淡路対震災時には、お見舞いのお米を送った。
- 1994年、高橋一郎監督が、福井県の山間部で米づくりや畜産に消費者がかかわる会の活動や農薬空中散布をテーマにドキュメンタリー映画の撮影へ。映画「風ものがたり」制作に協力。完成後、上映会開催。
- 1995年11月から、会のお米を「風ものがたり」というブランド名で供給へ。ロゴマークは、会員の俳優河津祐介さん作成。
- 1995年から、武生の商店街の並びにある武生総社大神宮の境内で、週一回の「市」（いち）「武生おそんじゃパサージュ」を開催。生産農家を中心に出店（96年は毎週８～17店）。96年度からは産直部会からパサージュ部会の活動としての取組へ。
- 1996年２月、産直農産物や無添加食品、日用生活品などを常設店「風ものがたり」で

販売へ。「市」の常設化による、武生の中心市街地「総社通り商店街」の活性化が活動目的に加わった。同商店街の空き店舗を活用。生産者と消費者が顔を合わせ、地域の農・食・環境を一緒に考える拠点をめざす。

- NPO 法人ケアサポート・春駒（地域の高齢者向け弁当の仕出しなど）への食材提供

（3）生産者と消費者をつなぐ活動

「少しでも農のことを知ろうと、田植えをやり、田んぼをつくり、畑も消費者がつくってみた。じかにふれあうことが、農を理解していくのにいかに大切か。そして、農にふれる喜びを改めて痛感している。」と大久保さんは述べる。

実験田をはじめとして、田植えや草取り、稲刈り交流会は、またとない農にふれる場であり、消費者と農業者の交流の場である。「自然と身体によい米づくり」を通して、多くの消費者（子どもも含めて）が初めて田んぼの中に入り、泥の暖かさや冷たさを実感する。交流会に参加したMさん（男性）は次のように感想を寄せている。

「毎日なにげなく、当たり前のように口にしているお米について改めて思いを馳せる上でよい経験となり、また作る苦労もつくづく感じた有意義な一日でした。」（『94 年度活動のまとめ』より）

このような実感を支えとして、会では、当時、食糧管理制度の下での特別栽培米制度を使い、産直活動に取り組んできた。「単にお米を売り買いする関係にとどまらず、自然を大切にし、身体によい米づくりに取り組む意欲的な農家を応援し、また、私たちの慣れ親しんできた田園のある風景をみんなで考えていく手段として」この活動を位置づけている。

「生産者と消費者をつなぐものは、何といっても農産物」と、会はお米だけでなく、特産の白山スイカをはじめ、数多くの農産物を生産者の思いを消費者にじかにつなぐ方法で「出会いの場」をつくってきた。

「たけふ・おそんじゃパサージュ」は、週１回、農家がじかにお店を出す直売市（ファーマーズ･マーケット）である。そのねらいは、２年目のシーズン開始（６月１日）に向けて、福井新聞の市内向けに折り込まれたちらしにも表現されている。福井新聞が紙面で会の取り組みを報道したこともあって、開始後１時間半で売り切れる出店が続出した。そうした反響が､常設店開設へとつながった。現在も、おそんじゃ(武生総社大神宮)での市は続いている。

人の通る所に“道”ができ
道の交わる所に“市”が立ち
市の集まる所に“街”が出来ました。
そこに“歴史”が綴られてゆきます。
お総社、広小路、蓬莱、善光寺通り界隈です。
山のもん、里のもん、浜のもんはこう言います。
子どもの頃、親に「あした武生に行くぞ……」
お総社祭り、河濯山祭り、えびす講……、
武生に連れていってもらうのが嬉しくて、楽しくて、眠れなくて……。ここには何かがあるんです。
そして何かが失われようとしています。
それがなくなる時、街はその命を失います。
みんなでほっと一息くつろげる、

ウキウキワクワクする場所をつくりませんか？
いつもと違った時間を過ごしてみませんか？
“武生・おそんじゃパサージュ”
昨年の小さな一歩。
今年も小さな二歩目です。

（市で配ったちらし、『96 年度活動のまとめ』より）

以上のように、農薬の空中散布反対活動からスタートした土といのちの会は、会の目的「地域の農・食・環境を生産者と消費者が一緒に考え行動する」に沿ったさまざまな活動は着実に歩みを続け、それらの活動は地域の内外に影響を及ぼしてきた。大久保さんは、「時代がそのような方向に動いてきた」と振り返るが、会の活動がまた、そうした時代をつくりだしてきたことも事実であろう。

会発足のきっかけとなった農薬の空中散布反対については、94 年には国高地区で中止が決まり、その後も徐々に中止され、５年前にはすべての地区で有人ヘリコプターによる農薬撒布は停止した（ただし、地上散布の範疇とされるラジコンによる無人ヘリコプターによる農薬撒布は行われている）。今は、かつての空中散布区域のうち、白山・坂口地区は、自然再生の象徴ともいえるコウノトリの放鳥地区とされ、15 戸の農家が「コウノトリを呼び戻す農法」に取り組んでいる。

兵庫県豊岡市で放鳥されたコウノトリはたびたび福井県にも飛来し、2010 年４月から７月にかけて一羽の若いコウノトリ（放鳥された鳥を親にもつ２世）が越前市王子保地区に滞在した。「えっちゃん」と名づけられ関心を呼ぶ中、市をあげて 40 年前に飛来したコウノトリ「コウちゃん」の記憶を新たにし、コウノトリが再び空を舞うことを願う「コウノトリの舞う里づくり構想」も策定されることになった。2011 年３月には「全国有機農業のつどい in 福井県越前市―コウノトリが舞う里づくりをめざして―」（第 39 回日本有機農業研究会大会総会）が同実行委員会と日本有機農業研究会の主催で開かれたが、これには越前市と JA 越前たけふも共催した。JA は、「コウノトリ呼び戻す農法米」として「特別栽培・しきぶ米」をブランド化し、普及に取り組んでいる。

有機農業は、上述の大会テーマが“いのちを育む有機農業、人と自然の共生をめざして”であったように、いのち（生命）の原理に立つ。化学合成殺虫剤・除草剤一切を撒かないことでクモなどが生息しやすくし、多様な生物がバランスを保つことで、害虫が害を及ぼすほど増えるのを抑えることが基本である。ラジコンヘリによる防除や新型殺虫剤（苗箱施用、ネオニコチノイド系農薬等）の使用など、まだ課題は多い。

もうすぐ 20 年になろうとするこの会が当初に掲げた「地域の農・食・環境を生産者と消費者が一緒に考え行動する」というテーマは、変わることなくこれからの指針であり続けるにちがいない。

（久保田裕子）

参考資料

『92 年度活動のまとめ』～『96 年度活動のまとめ』土といのちの会
「土といのちの会総会資料」2007 年度、2009 年度、土といのちの会

２．（有限会社） くまもと有機の会（熊本県上益城郡御船町）

ヒアリング　真田一廣さん（代表取締役）、虹の会（消費者の会）金子道子さん
2009 年 8 月 6 日

（1）会の概要

「くまもと有機の会」は、安全な有機野菜を作り、直接消費者に届けようと集まった生産者の会で、その前身は 1960 年代から始まった農村医学の活動や 70 年代半ばからの安全な農産物の産直運動である。1985 年に、（有限会社）くまもと有機の会として発足したが、生産者と消費者（「虹の会」）と流通を扱う事務局が三位一体で活動している。野菜セットの会員を募り、現在約 600 名に宅配方式で週 1 回、直接家庭に届けている。本社の他に、熊本市内に 2 店舗を直営し、野菜に加えて米、調味料、加工食品や日用品なども販売している。

（2）沿革

1962 年 「農村医学研究会」発足
1972 年 「新しい医療を創る会」発足
1974 年 「熊本県有機農業研究協議会」結成
1975 年　無農薬野菜の産地直送開始
1976 年 「（株）熊本県有機農産流通センター」設立
1977 年 「いのちと食べものを考える会」発足、第 3 回有機農業全国大会（矢部町）
1985 年　流通センターの解散
1985 年 「くまもと有機の会」発足

（3）活動の理念と目的

「自然と共に生きる丁寧な暮らしを一人一人実践し、『有機農業生産者、加工者、流通事業者、消費者が共に支えあい、自分自身、家族友人知人に食べてほしいものを作り販売すること』をテーマにし、熊本の『有機の基地』を目指して、日々の活動に取り組むこと」を理念に掲げ、生産者と消費者の顔の見える関係を基本にし、生産者は消費者の健康を支え、事務局はその橋渡しをし、お互いに理解し、お互いに助け合い、ひいては、みんなの環境をみんなで守ることを目標にしている。

（4）活動内容

くまもと有機の会は生産者の会であるが、消費者（「虹の会」）との関係は緊密である。虹の会は野菜セットを継続して取っている人がメンバーの消費者の会で、生産者はその提携委員会と話し合って作付け計画をたてている。また、虹の会では、できるだけ産地訪問の機会を増やしたいと、イチゴ狩り、田植え交流会、稲刈り交流会、収穫感謝祭、椎茸の菌打ち体験など、生産者との交流会を企画し、生産者と消費者が一緒に活動をしている。

同会は、本社を含めて 3 カ所の店舗を経営している。これは消費者の要望に応じたもの

だ。最初は消費者が車で配達や集金をしていた。職員が配達するようになったのは、この10年くらい。当時は留守宅も少なく、配達時に話ができた。空き時間には、ごま豆腐を作ったり、コロッケを作ったりして、それを店舗に並べて売った。料理教室も開いた。

現在、「学生セット」中身が2000円程度）を作っている。中身には麺類、調味料、パンなども入れる。学生セットというか、独身セットだ。有機農産物の味を覚えてもらうのにちょうどよいと好評だ。子どもや、姪や甥に送っている人もいる。おいしいことがわかるとまた食べてくれる。小さい子どもは舌が鋭い。おいしさの目安になる。

お試しセット（1500円）にアンケート用紙を入れているが、95％がおいしいと回答している。入会しても、同じ野菜、見慣れない野菜がくると、そこでつまづくので、こうした野菜には献立レシピを入れるようにしている。取り扱い品目は、野菜だけではなく、米や加工食品など450品目揃っている。

（5）生産者について

生産者は約40人。JAS認証は、生産者全員が取っているわけではない。農家はきちんと栽培していても、高齢者も多く、記録をとったりするのはあまり得意でない場合もある。出荷先の生協が要求してくれば対応せざるを得ないときもあるが、必ずしも認証にこだわらない。

（6）消費者の動向

最近、30代の若い人が増えた。この数年、生産者ばかりでなく消費者も世代交代してきている。35年前に30代～40代で、有機農業運動に一生懸命だった人の子どもの世代に交代してきた。また、運動してきた世代だけでなく、まったく違った人たちも入ってきている。店舗があるので、その影響や効果があると思う。また、病院や保育園にも野菜を配送している。週２日届けているが、患者さんが野菜を楽しみにしてくれている。

（7）活動を継続してきた理由

夫が熊本大学の農村研究所の勤務で、農村を健診に回っていた。当時の農村は、男は会社へ働きに出て、残された老人や女性が農業をしていたが、みな病弱だった。そんなところから、食べ物に関心を持つようになった。

最初の無農薬の野菜は、虫くれのきたない野菜で、「そんなもの食べなくてもいい」と夫にいわれるようなひどい野菜だったが、最近はとてもきれいな良い野菜になった。支え続けて35年たったが、孫が野菜が好きで何でも食べる。あまりできの良くない野菜を、農家がただでくれることがあるが、若い人はきたない野菜だといって喜ばない。生産者に共感できないことが残念だと思う。

運動を継続させたのは、水俣病の問題もあり、自分だけ良い野菜をたべても健康にならないんじゃないか。みんなでこの運動を支えていかないと本当の健康は得られないんじゃないか、ということがあった。一緒に農作業をして、農業で暮らすのはとても大変なことだということが身にしみてわかったので、生産者を支えたいと思った。それを今強く言うと、消費

者が嫌がるかもしれないが。

生産者と共に歩んで35年経過した。生産者にはその誇りがある。孫の代まで続けてもらいたい。運動を広げていきたい。提携が基本だが、提携だけでは生産者を支えていけない部分もある。産地偽装問題もあり、最近は食への関心が高まっている感じがする。

（8）消費者の理解を深めるために

くまもと有機の会では、店舗での購入がきっかけで、若い人たちの入会が増えている。店舗で有機農作物と出会い、生産者と出会い、また、同じ消費者との出会いがあって、その後の継続的な購入につながっている。一般消費者のなかには、有機農産物がどこで買えるのかわからないという人たちも少なくない。その点でも、有機農作物を販売する常設のオーガニックマーケットや店舗は、とてもよい機会である。オーガニックマーケットは場所さえあれば可能なので、地域の空き店舗等が活用できれば、地域の有機農産物を地域で販売する機会となり、地域の活性化にもつながると思われる。なお、オーガニックマーケットは有機農産物のマーケットでなければならない。有機農産物は慣行の農作物と一緒に並べられると、消費者は中味でなくて値段と見栄えで買うかどうかを判断する。本来比較できないものが、値段で比較されることになるので、気をつけなければならない。

有機農業が広まるも広まらないも、消費者の決断である。その決断は、私たちが何を食べるか、食べ物の選択にある。そして、その選択には、「水俣病の問題もあり、自分だけ良い野菜をたべても健康にならないんじゃないか。みんなでこの運動を支えていかないと本当の健康は得られないんじゃないか」という視点、すなわち、己が身の安全を超える視点が必要である。

（若島礼子）

３．愛媛有機農産生活協同組合（ゆうき生協）

ヒアリング　　泉精一さん、秦左子さん
2010 年 11 月 6，7 日

（1）組織の概要

「ゆうき生協」という名で親しまれている愛媛有機農産生活協同組合は、ふつうの生協が消費者の組織であるのと異なり、生産者や加工業者、消費者が共同してつくった「生消一体」の協同組合である。「自然と生命を大切にする」を理念として 1981 年に設立され、1982 年度から 2001 年度まで理事長は生産者（有機農業者）が務めてきた。店舗をもたない共同購入方式の生協であり、生産者と消費者が直接のつながりをもち、相互に理解しあい、共に生きることをめざす提携団体である。

ゆうき生協は、次の「四つの約束」「六つの追放」を理念とし、自らの手で「食べ物と生命と農業」を守るために、地域自給・有機農業運動の拡大に取り組んでいる。

「四つの約束」

１．物の売り買いではないことを認識しましょう。
２．安全とおいしさに対する代価を認めましょう。
３．グループ内の負担は平等にしましょう。
４．運動の質を高め、輪を広げましょう。

「六つの追放]

１．農薬、２．化学肥料、３．食品添加物、４．合成洗剤、５．核（1990 年追加）、６．遺伝子組み換え（1998 年追加）。

ゆうき生協は、米、野菜、たまご、肉類、豆腐類、調味料、パン、牛乳･乳製品、肉加工品、菓子類の食料品と石けん類を供給している。米・野菜は有機 JAS 認証を受けた有機のもの、牛乳はノンホモ低温殺菌の瓶詰め、醤油は国内産丸大豆・国内産小麦・天日塩を使用し、木樽での仕込み、肉加工品も食品添加物を使用していないなど、いずれも質を吟味したものである。石けん類の供給は、1970 年代後半から各地で起きた合成洗剤追放運動以来の活動であり、1985 年、「協同組合石けん運動連絡会」「石けんを広める愛媛連絡会」に加入している。

これらの食材は、「四つの約束」の冒頭に掲げられたように、食品の「物」としての品質だけに注目するのではなく、それをつくる人との「顔の見える関係」＝「提携」を大切にしている。「自らの手で『食べ物と生命と農業』を守る」ために、地域自給・有機農業運動にも取り組んでいる。

組合員数は、約 3337 名（生産者 50 名、加工業者 11 名含む）（2007 年）。消費者は、東予地区（新居浜市、今治市など）、中予地区（松山市、川内町など）南予地区（内子町、八幡浜市など）に分かれている。生産者グループは、今治グループ 16 名（米・野菜・卵・鶏肉）、川内グループ 9 名（野菜）、中島グループ 14 名（相橘類・野菜・ひじき）、南予グループ 11 名（野菜・卵）（2007 年）。その他、乳製品は島根県、高知県、肉・肉加工品類は大分県、山口県、長野県の事業者･農協と提携している。年間供給高は約 4 億円（利益率 2 割）である。

（2）沿革と 30 周年記念行事

2010 年 11 月 6 、 7 日、ゆうき生協は創立 30 周年を祝う集いを松山市で開いた。30 周年記念行事実行委員長泉精一氏、理事長斉間淳子氏の挨拶のあと、内山節氏の記念講演、理事秦左子氏の司会でパネルディスカッション「農でつなげる自然と生命」が行われた。有機食材を使った料理がもり立てた交流会、その翌日は、松山市高浜港から約 40 分間フェリーで渡った瀬戸内海の中島で、みかん園の見学、ショウガ掘りで生産者･消費者の交流を行った。

泉精一氏は、愛媛でもいち早く有機農業に取り組んだ生産者で、ゆうき生協産みの親の一人である。最先端の近代農業をしていたが、疑問を感じていた時に有吉佐和子著『複合汚染』（朝日新聞に連載の後、新潮社刊、1975 年）を読み、有機農業に転じた。発足まもない日本有機農業研究会に入会し、全国各地の有機農業者と交流し、自身でも研鑽を積むことで有機農業の柑橘栽培や複合経営を充実させ、土着菌を活用する趙韓珪氏の自然農業を取り入れた農業をしている（平成 22 年度環境保全型農業推進コンクールで有機農業部門・農林水産大臣賞を受賞）。泉氏は、1977 年に熊本県で行われた全国大会に参加した時、今治市の生産者越智一馬氏（2009 年逝去。享年 81 歳）と出会い、意気投合して日本有機農業研究会の提唱する生産者と消費者が提携する活動を行う組織づくりへと邁進した。

今治市では、越智一馬氏、長尾見二氏、近藤博道氏らが 1978 年に「立花養鶏研究会」を立ち上げ、抗生物質を使わない自家配合飼料による養鶏が始まり、その後、米や野菜にも有機農業を広げていく。一方、公害問題などで安全な食品の共同購入や合成洗剤追放運動を行う消費者の活動も活発だった。生協創立者の一人、阿部悦子氏（現在、愛媛県議会議員）も「今治くらしの会」を率いていた。現理事長斉間淳子氏は、1987 年に生協・八幡浜地区会として参加することになる八幡浜・みどりの会で活躍していた。

1979 年、今治市、温泉郡中島町（現松山市）、温泉郡川内町（現東温市）の生産者と愛媛県内の消費者が一緒になって「愛媛自然と生命を大切にする会『愛媛有機農産センター』」（松山市）が設立された。これが 1981 年、消費生活組合法に則った「愛媛有機農産生協」として発足する。

沿革

1979 年 7 月　事務所兼店舗開設（松山市）
10 月　松山地区、野菜配送開始（48 ケース）
11 月　「愛媛有機農産センター」設立
12 月　西条地区 11 グループ、新居浜地区 1 グループ配送開始
1980 年 5 月　「愛媛有機農業研究会」設立総会
1981 年 5 月　「愛媛自然と生命を大切にする会」設立総会
6 月　日本有機農業研究会に団体加入
10 月　「愛媛有機農産生活協同組合」結成
1982 年　事務所移転
1983 年　低温殺菌牛乳（県内産）供給開始
今治集配所完成
1984 年　中島果実集荷場完成・川内野菜集荷場完成

1987 年　　配送センター設置
1991 年　　日本有機農業研究会大会総会を開催（松山市）
2000 年　　20 周年記念懇親・交流会開催
2004 年　　日本有機農業研究会大会総会を開催（今治市）
2010 年　　30 周年記念行事開催

（3）地産地消を導いた学校給食センター化反対運動

この生協の前身の愛媛有機農産センターが発足した直後の 1981 年、今治市では学校給食のセンター化問題が持ち上がった。新たにセンター方式にする問題ではなく、既存のセンターの老朽化に伴う建て替え問題であった。今治市ではすでに 1964 年に、当時としては「近代的」で「合理化・低コスト化」を誇る 2 万 1 千食の供給能力をもつ大型学校給食センターが稼働しており、市内全部の小中学校に供給していた。それが老朽化したのでそれを機に、さらに超近代的な学校給食センターをつくるという構想だった。

これに対し、今治くらしの会が、地元産の安全な食材を使った各校手作りの調理を行う自校方式の給食を提案。大規模施設による廃液問題などで反対する有機農業生産者が加わり、センター化反対・自校方式の学校給食を求める運動は、折から 1981 年 12 月に予定されていた市長選挙の争点へと押し上げられた。

センター化を進める現職候補に対し、新人候補は、今治市立花農協（後に今治立花農協）、立花有機農業研究会、今治くらしの会などと選挙協定を結んでセンター反対・自校方式化を公約に掲げた。愛媛県でも松山市に次ぐ人口約 20 万人の今治市の市長選が、こうして学校給食のセンター化強化か、自校方式への復帰かをめぐって戦われたのである。

市民は、地元産による手作りの自校方式を選んだ。翌 82 年には、立花地区の鳥生小学校から自校方式の調理場を設置することが決まった。越智一馬氏らは地元の立花農協総会で、地元産の農産物と立花有機農業研究会の有機農産物を学校給食で使うよう市長に要望することを決め、市長に要望した。既存の流通は、市内の八百屋さんの組合である今治市青果事業協同組合から公設市場経由で供給していたので、今治市学校給食課による調整は難航した。だが、地場産業振興の立場から「地元産優先」が、食の安全の見地から「有機農産物や特別栽培農産物を優先」という考え方で取りまとめられた。同時に、既存の流通を尊重する形で地元産や有機農産物を市場経由の青果事業組合からも供給することになった。

「地元産の有機農産物を子供たちへ」という考え方が切り札になった。そして今治市の場合、それまでに培われた有機農業運動の基盤があり、生産者と消費者の連携がゆうき生協により実践されていた。そしてまた、これをねばりづよく実現させようとする学校給食課長（後に市長）もいた。その後の 1983 年から市職員となり、2004 年から地産地消推進室長、現在は企画課政策研究室長を務める安井孝氏は、「このときから、今治市は地産地消の道を歩みはじめる。」と、著書『地産地消と学校給食―有機農業と食育のまちづくり―』（コモンズ、2010 年）に記している。

その後、今治市は、学校給食を通した食農教育、有機学校農園、地元産の有機農産物へのこだわりから広がる有機農業、農協の直売所さいさいきて屋の設置、農家レストラン、有機

市民農園と農業委員会など、総合的な食と農林水産の取り組みを展開していく。

1988年に今治市議会は「食糧の安全性と安定供給体制を確立する都市宣言」を議決、12市町村が合併して新今治市になった後の2005年には再び「食料の安全性と安定供給体制を確立する都市宣言」を採択して地産地消と有機農業推進の方向性を確認した。そして2006年には、その宣言を実効性あるものにするため「食と農のまちづくり条例」を制定する。折から、国レベルで食育基本法（2005年）が制定され、有機農業推進法（2006年12月）も制定されようとしていた。同条例は、地域の農林水産業全体の推進を視野にいれつつ、地産地消、食育、有機農業を3本柱とした施策や事業が盛り込まれた総合的なものだ。これは、すでにさまざまに実施されていた多様な取り組みを相互に連関させ、さらに発展させるものとなった。

その内容は上述の安井氏著作に詳しいので本稿では割愛するが、1981年以降進められてきた地産地消のまちづくりが学校給食のあり方を強く問うことから始まっていることは示唆に富む。子供の食事を単なる栄養や食品安全問題にとどまらせずに、地域の農林水産業のあり方と連関させていく考え方は、まさにゆうき生協がとってきた「生消一体」の有機農業と軌を一にするものといえよう。

ちなみに、本調査第3章で取り上げた山形県高畠町においても、有機農業が盛んで、学校給食や学校農園の整備が早くから取り組まれており、2008年9月には「たかはた食と農のまちづくり条例」が制定されている。

（4）消費者と生産者の協同の取り組み

ゆうき生協の活動の中心は、（1）で述べたように、米、野菜、牛乳・乳製品などの農畜産物と石けん類の共同購入（供給）である。米は9月に年間契約
(10キログラム単位、年間配送予定を書き込む)、野菜はその時々に収穫された量目・品数で季節の旬のものだけが入る「野菜セット」（契約）を基本として、その他に単品注文というように、「提携」の方法で供給している。

野菜の提携では、年間2回、生産者と消費者が集まり、野菜の作付品目や価格を協議する「作付会議」を開いている。価格設定の考え方は、生産者が安心して農業を続けていけるように、市場価格に左右されないものとし、生産者の生活保障と再生産費用の保障を基本としている。作付計画に従って栽培された農産物は全量引き取りがなされるように、調理の工夫や保存の仕方をニュースレターで紹介したり、調理レシピの作成方法や旬の野菜を使った料理講習会を開いている。

提携では、生産者と消費者が互いに理解を深めるための生産地訪問（見学会や農作業体験)、地区会活動として稲作体験も実施している。他に、加工食品等の工場見学、学習会、サマーキャンプ、生産者交流・援農、映画会等の行事活動も行っている。

（久保田裕子）

４.「豊橋有機農業の会」の有機朝市

ヒアリング　2010 年 10 月 15 日、「豊橋有機農業の会」の有機朝市のようすを見学し、代表者の松沢政満氏にヒアリング。朝市において、朝市出店者や消費者にも話を伺った。

（1）会の概要

「豊橋有機農業の会」は、公害や食品添加物、農薬などによる生物や自然への悪影響が深刻な社会問題として大きく取り上げられていた 1975 年に、当初、「豊橋有機農業研究会」として、東三河で有機農業に取り組んでいた佐野武一さん（故人）らを中心に発足した。1984 年に「豊橋有機農業の会」と改称し、有機朝市も始まった。

「産消協働して有機農業を推進し、食生活健全化の実践と啓蒙活動を行う」ことを目的として、毎週の有機朝市や農産物の予約販売（有機新茶、青梅等）のほか、環境保護や健全な食生活に関する勉強会、講演会、映画会、料理会、体験講座、収穫感謝祭、生産者農園の見学会、収穫感謝際などを開いている。主に豊川（愛知県東部を流れる一級水系）流域の人が集い活動している。

沿革

1975 年　豊橋有機農業研究会発足
　　（会長　佐野武一、大西、浜本、田崎、星野）
1972 年　野菜のポスト配送開始（岡田）
1979 年　日本有機農業研究会全国大会を豊橋で実施（会長　岡田福左衛門）
1983 年　豊橋まつりで展示即売会始まる
1984 年　南小池町の会員水谷氏宅の前庭で隔週金曜日（9 時～ 10 時半）の有機農産物朝市を開始
　　豊橋有機農業の会と改称（会長　水谷誠寿）
1986 年　味噌作り始まる
1987 年　朝市、毎週金曜日開催となる
1994 年　豊橋有機農業の会２０周年記念講演会（浅井まり子氏）
1999 年　ミニセミナー開始（月に１～２回（於　水谷サロン）４～５月（佐野）、５月～（松沢）
2005 年　向山柏熊事務所でも第２・第４金曜日（11 時～ 12 時）朝市開始→１年で中止
2006 年　全国有機農業の集い準備開始（会長　松沢政満）
2006 年　11 月 朝市、岩瀬植物園（平川本町）へ移転
2008 年　３月「全国有機農業の集い」（日本有機農業研究会第 35 回大会）を実行委員会の中心メンバーとして主催（豊橋市）
　　12 月　赤峰勝人講演会開催（愛知大学）
2009 年　12 月　朝市、フードオアシスあつみ山田店（豊橋市山田町）駐車場（屋根有）へ移転
2010 年　6 月　2009 年度環境保全型農業推進コンクール農林水産大臣賞（有機農業）受賞記念松沢政満講演会開催

（2）有機朝市の概要

ア．運営

1984 年に、隔週の有機朝市を開始。現在は、豊橋市山田町で毎週金曜日の 8 時 30 分～ 10 時 30 分までの約 2 時間、13 軒の農家と 2 法人が自作の有機農産物（野菜を中心に、果物、米、卵）や加工品（お茶、漬け物、天然酵母パンなど）を出店し、対面販売を実施している。出店者は、車で来て、開催場所のフードオアシスあつみ山田店の駐車場（屋根有り）にほぼ半円形に車を並べ、荷台がそのまま陳列棚になるような恰好で、さらに地面にもコンテナなどを利用して品物を並べ、市場（いちば）風の空間をつくっている。ちなみに、有機朝市の説明には、「いのち　つなぐ　いちば」とある。

有機朝市の運営は、月に 1 回開催する運営委員会で協議して決めている。運営委員は、会員生産者全員と会員消費者の有志（現在 20 名程度）で構成され、運営委員会の内容は議事録を作成し、全運営委員へ周知している。運営委員会で認可された会員生産者が出店することができる。

出店料は駐車場使用料としての 200 円を毎回支払う。出店者は品質保証のため、上述のように、認可された「豊橋有機農業の会」の会員生産者に限るが、買い物は誰でもできる。買い物袋かカゴは持参してもらう。価格は生産者が決めている。

イ．機能と特徴

東三河地域は大農業生産地であり、季節や作柄により低価格の野菜が市中に大量に出回る地域特性がある。あらかじめ価格や数量が固定される産消提携の維持が困難であるため、有機農産物の流通手段として、有機朝市が貴重な一翼を担っている。

有機朝市では、大量生産・大量消費の一般市場では流通しない少量のものや、専門的な流通ルートを通さないものも販売することができる。また、豊川流域一円から生産者が出店するので、無霜の海岸から高冷地まで産地が多様なため、旬の長期化や産物の多様化が可能である。それが消費者に喜ばれている。たとえば、食用山野草や野の花、ツマモノ、肉桂（ニ

有機朝市は、８時半から２時間、豊橋市内の駐車場で

ッキ）の根、園芸に使うコケやランなど。これらは、地域の資源を生かした小規模農家ならではの産物であり、朝市という少量販売・対面販売・産物持参方式でこそ、扱うことができる。竹細工や木工品など手仕事産品も人気があり、「有機朝市に来るとめずらしいものがあって楽しい」という消費者の声が多い。

有機朝市は、新規有機農業者や有機農業転換者が消費者と出会う場ともなっている。生産者にとっては、消費者に対してそれぞれの農産物についての「物語り」を話すことができる。まだ十分な生産量のない新規就農者でも、有機朝市では力量に応じて販売することができ、また、生産者同士で話し合ったり、自身の農の長所や欠点を、周囲の出店者との比較から自覚することができる。「提携」で野菜パックを扱う生産者にとっても、この朝市が取引拠点になる場合もあるし、新たな提携消費者と出会う場ともなる。そうしたさまざまな出会いの場である朝市は、「毎週来るのが楽しみ」という感想が多い。

有機朝市は、消費者にとっても多様な出会いの場となる。直接対面販売のため、産地、作物の名前、栽培方法、品種特性、味、栄養価、食べ方など、生産者と消費者双方向の情報交流ができる。食、環境、文化に関心の高い人が多く集まるため、関連の情報を得に来る人、持ち込む人も多い。産消提携や一般市場への展開の機会を増やすことにも貢献している。

ここでの話から発展して、収穫祭、農業体験学習、講演会、料理や加工の講習会、みそ作りなどが会の年中行事として定着している。

ウ．有機朝市の生産者と消費者

有機朝市は、生産者と消費者の出会いの場である。

「星☆農園」星洋輔さんは、就農５年目。神奈川県藤沢市出身。大分県で研修後、愛知県新城市で就農。週に３回、農園でとれた野菜の詰め合わせを消費者に届けている。朝市が開催される金曜日も、野菜セットを消費者へ配送する日。朝市で野菜を販売した後、その足で消費者の元へ直接、野菜セットを届けている。10 月 15 日の野菜は、カブ、コマツナ、サツマイモ、エダマメなど。季節の野菜を多品目栽培している。

ごとう製茶の後藤さん夫妻は、合成農薬・化学肥料不使用のお茶を販売している。JA の直売所、民間店舗、インターネットでも販売しているが、朝市は「やりがいがあり、楽しい」。4 年前からは、紅茶もつくりはじめた。愛知では国産紅茶復活は 50 年ぶりと話題になった。パウダー茶や茶葉を使った料理レシピもホームページに載せている。朝市では、そうしたレシピや健康談義も尽きることがない。

運営委員の一人、日下敏行氏は自称「ヘビーユーザー」。毎週、買い物かごを持ち、野菜やパンを買いに来るのが習慣になっている。このところ、若い農家の出店が増えている。有機農業や有機朝市の存在意義を訴え、広めていきたいという。

質の高い野菜に着目し、食材用に毎週購入しているイタリアンレストラン「フラスカティ」のオーナーシェフが、この日は自ら野菜選びに来ていた。榊原弘盛氏は、地元豊橋の新鮮な食材を使い、力のあるおいしい料理をつくりたいと考えている。ここの野菜は、生産者の「顔のみえる食材」であり、生産者のつくる姿勢が「気」となって込められている。野菜を通して、つくった人のそうした「気」をもらっているから、料理には力がある。お客さんも、自分自身のライフスタイルをもっている人が多い。生活に根ざした眼で、「元気

になる料理」であるとこのレストランを選び、リピーターになっているということである。

（3）松沢政満氏（福津農園）ヒアリング報告

ア.「福津農園」概要

所在地は愛知県新城市中宇利字福津。静岡県境に近い豊橋から約 20㎞北西に登った山間地の南斜面に位置する古くから農林業が営まれてきた地域である。水田 35 ａ、大豆麦穀類畑 4 ａ、野菜畑 25 ａ、果樹地 70 ａ、山林 200 ａ、鶏 200 羽を管理。こんにゃく、味噌、みかんジュース、柿酢、干し柿、漬物等の農産加工品、その他きのこ、山野草なども扱う。

農園主の松沢政満氏は 1984 年、37 歳で食品会社の研究開発の仕事を辞して家業を継ぎ、有機農業の百姓となった。食品添加物、農薬、医薬、各種化学物質による生命の危機感と安全でおいしい食べ物へのこだわりがあった。環境保護運動などもしながら、里山に抱かれた豊かな自然の中で有機農業を楽しんでいる。年間 50 種以上の野菜や 40 種ほどの果樹を生産し、園内で採れる山菜類や、里山の雑木を生かしたキノコ類も家計を助ける。鶏などの家畜も百姓の自給生活に欠かせない。

果樹の無農薬栽培は病害虫によるリスクが大きいため、とくに落葉果樹の下などはこんにゃく、山菜、野菜類を導入して立体的に有効活用してリスクをカバーしている。秋冬野菜は不耕起混播の多用、春夏野菜は不耕起草マルチ栽培、各種果樹の混植などは病害虫対策や地力養成に有効。農園は農業体験学習の場としても多くの人に活用されている。（こうした山間地活用の有機農業と社会的な活動に対して、平成 21 年度環境保全型農業推進コンクールで有機農業部門・農林水産大臣賞を受賞。）

イ.「福津農園」と有機朝市

福津農園の主要な販売ルートは「豊橋有機農業の会」の有機朝市である。山間小農という地域特性から、野菜や穀類の量産は困難であり、卸売市場経由の大量生産・大量流通には元来不向きである。季節の変化に富んだ旬の野菜や果物、山野草も取り入れた多様な産品を活かす流通形態が有機朝市なのである。

週一回、多種類の品目をそれぞれコンテナに入れて荷台に積み、約 40 分の道のりを豊橋市内の朝市会場まで運ぶ。荷台からコンテナを降ろして並べれば、店のできあがり。すでに何年もの実績を積んだ有機野菜や季節の果物は定評があり、毎週、目当てにして買い物に来る消費者も多い。店を広げて 30 分くらいでほぼ売り切れる。そのため、近年は、新規就農者の出店者をもり立てようと、松沢氏はやや遅れて店を出すようにしているという。

山間地の大根畑（福津農園）

朝市という販売方法では、鳥獣害、病虫害や自然災害など、個人での克服が困難な事態による欠品や端境期の品薄は、他の出店者が補うことになる。福津農園では研修生の受け

入れもしており、研修等で関わった新規就農者たちの流通面でのサポートとしても有機朝市が役立っている。

草の中で元気に育つカブ

ウ．松沢政満氏による有機朝市の展望

有機朝市は、生産者は再生産可能な収入の確保、消費者は安全でおいしい食べ物を妥当な価格で入手したいという個人的な要求を満たしつつ、生物多様性豊かな環境を守り、持続可能な循環型社会形成の基盤となるなど、社会的貢献度の高い有機農業を消費者と生産者が協働して支えていることを実感できる場である。有機農業推進活動の拠点ともなる。

生産者と消費者が顔を見、会話し、農場見学や援農をし、学習会を共にすることで、両者のエゴを克服する仕組みとなる。地産池消を実践し、同じ田畑の食べ物（いのち）をいただく家族のような共感が生まれる。

有機農産物の朝市を開催したい、誘致したいという企業が増えており、有機農産物に対する消費者の理解と食願望も確実に増進している。これを機に社会の目を農業経済だけでなく、農業のもつ「外部経済」と「外部不経済」へも向ける流れを大きくすることで、より良い農業の未来を創る原動力の一助となることを願っている。次のステップとして、流通業、食品製造業、外食産業に頼る消費者の食費の８割余を、消費者と農林業者の協働で取り戻すことにより、農業の経済力を高めると共に「食料・環境・エネルギー」分野の全地球的課題解決の底力としたい。

（4）有機朝市のまとめ

以上のように、豊橋有機農業の会の有機朝市は、山間部の多品目栽培の有機農家の主要な販売ルートの拠点として定着し、消費者にとっても、旬の多様な野菜や農産物を購入できる安定した買い物の場になっている。その要素の一つに的確な設置場所をあげることができるだろう。この朝市の設置場所は、一般的なスーパーマーケットよりはこだわりの品々を集めたやや高級な食品を販売している「フードオアシスあつみ」山田店（㈱渥美フーズ、豊橋市、田村市などに４店舗）の駐車場である。これは、この食料品店の社長が有機農業の姿勢に共感をもち、駐車場を低額で提供することでコラボレーションして相互にもり立てていこうというねらいからであるという。有機朝市の取扱品は、野菜中心であるので、調味料や多様な加工食品類はあまり競合しない。

産消提携の野菜パック方式と共通する点は、季節の野菜が並ぶことだが、異なる点は、消費者がそれらをまんべんなく購入するのではなく、強弱を付けて自分の買いたいものを書いたいだけ買うという点である。買いたいだけとはいえ、大枠では旬の地場のものだけである。需給バランスは、その時々の生産者の出荷量と消費者の買い物の量にかかっている。現況では、長年出店している人気の高い生産者の野菜は飛ぶように売れ、売れ残ることはない。

まだなじみの薄い生産者の場合や、大根だけ、かぼちゃだけというように大量に並べてあったりすると、当然のことながら売れ残る。毎週、毎週がその場で消費者の反応を受け取ることができるフィードバックの機会とみることもできよう。

松沢氏の場合は、その出荷作業の簡便さと週１回、午前中のみという販売にかかる時間の短さが気に入っている。それ以外の時間を消費者との交流に当てることもできる。山間地にある福津農園は、みそ作りや野菜天ぷらの会など、消費者の食農教育の恰好の場となっている。会の運営委員会は、収穫感謝祭や梅もぎ、勉強会、講演会などの消費者と生産者が共同して行う学習にも力を入れている。現代社会の食料、環境、エネルギーなどの問題を自分たち自身の暮らしのあり方や、農業や地域の環境に引きつけて考えていく視野をもち、それについての学習・勉強を会の行事として実践的に行うことが、有機朝市を単なる物の売り買いの場ではなく、人々のつながりと出会いの場とし、会の活動を社会的な意義のあるものにしているといえよう。

（増田裕子・久保田裕子）

参考資料

松沢政満「自然の叡智に学ぶ自給的循環の農・食・暮らし」『食と農の原点　有機農業から未来へ』日本有機農業研究会、2008 年

日本有機農業学会社会科学系テーマ研究会「有機農産物流通の新しい展開をめぐって」（2010 年 10 月 16 日、名古屋大学で開催）における松沢政満氏「豊橋有機農業研究会　有機朝市」の資料

5. オアシス 21　オーガニックファーマーズ（旧えこファーマーズ）朝市村

ヒアリング　2010 年 10 月 16 日、「オアシス 21　えこファーマーズ朝市村」出店者と、事務局長（村役場・村長）吉野隆子氏にヒアリングを行った。なお、2011 年 4 月 2 日から名称変更予定。

（1）概要

「オアシス 21　えこファーマーズ朝市村」（以下「朝市村」）は、毎週土曜日に名古屋市の中心街、東区の栄町に位置する公園「オアシス 21」（栄公園振興株式会社が運営）内で開催している有機栽培（自然農法等含む）の農産物や農産加工品のファーマーズマーケットである。地下鉄２本、私鉄１本に直結し、バスターミナルもある人通りの多い場所であり、やや広い通りの中央に出店形式をとって設営された「朝市村」は、道行く人たちが立ち寄り、にぎわいをみせている。

公園側は名物イベントやにぎわい創出を求め、吉野隆子さんは有機農業に取り組みはじめた人たちの売り先と消費者との出会いの場を求めていた。両者が連携し、吉野さんが朝市村実行委員会をつくり、「オアシス 21」と朝市村実行委員会の共催により、2004 年 10 月から開始した。

開始時から 2009 年５月までは毎月２週、４週の月２回開催だったが、2009 年６月から毎週開催に移行した。開催時間は、８時 30 分から 11 時 30 分の３時間である。

毎月、12 ～ 25 の生産者が出店する。野菜、米、果樹、茶、卵、豚肉、蜂蜜、あさりやシジミなども並ぶ。出店者の範囲は、愛知・岐阜・三重・長野と、知多半島の温暖な海の近くの生産者から、中津川の海抜 300 ～ 400 m地帯、高山の 600 m地帯の生産者がおり、旬の野菜に限っていても種類は豊富である。出店できる品目は、旬のものであること、生産者自身が作った農産物とそれを使った加工品である。他の生産者などが栽培したものを持ってくることは認めていない。

毎週土曜日の朝、「朝市村」がにぎわう

（2）「朝市村」の運営

朝市村は、「オアシス 21」と朝市村実行委員会の共催で運営している。出店者は朝市村に参加すると同時に「朝市村実行委員会」のメンバーとなる。出店料は机一つ当たり 1000 円である。

当日の運営は数名のボランティアが行っている（交通費のみ支給）。諸経費やボランティアの交通費などの運営費は、すべて出店料でまかなっている。毎月『えこファーマーズ朝市村新聞』を発行し、来場者に配布している

毎回の来場者数は 600 ～ 700 人。2009 年 6 月から毎週開催になり、生産者の 1 回の売上げが半減するのではないかという危惧があったが、結果は増加し、売上げが 4 培になった生産者もいる。毎回欠かさず通うリピーターが多く、売り上げは 1 農家当たり 2 ～ 6 万円台が多い。売上げは農家により、日により幅があり、 1 万円台の場合や、 3 時間で 40 万円を売り上げた例もある。

来場者は、一般の消費者が大半だが、中にはレストラン、オーガニックカフェや有機食材を扱う店を営む人もいる。また、店舗や弁当の食材として日常的に取り扱いたいと希望する人も訪れ、生産者と個別に交渉することも多く、ショールームの役割も果たしており、有機野菜の多様な販路拡大につながっている。

（3）「朝市村」の特色と出店者の感想

「朝市村」は、消費者を募り、生産者の畑に援農を兼ねて出かける「畑訪問」を開催している。田植え、タマネギ収穫、たけのこ掘り、じゃがいも掘りなど。2009 年までは、 1 ～ 2 カ月に一度、2010 年は回数を減らしたが、毎回、家族連れを中心に多くの参加者がある。農家や農産物についての理解を促すための大切な機会になっている。

出店者の増加に伴い、来場者を増やす努力もしている。開始当初はちらしを周囲のマンション等にポスティングした。口コミも来場者定着につながっているが、新聞やテレビなどにとりあげられることで来場者が増加した。

2009 年 10 月からは、「朝市村」会場内に有機農業による新規就農希望者の相談コーナーを設けている。受付や基本的な聞き取りを事務局で対応した後、相談内容に合わせて出店している生産者に割り振り、朝市開催中に相談を受ける。生産者にも、新規就農者を育てていきたいという意欲が強まっている。

また、2010 年夏以降、就農して間もない生産者からの出店希望が増えている。有機として差別化しての販売を希望しているが、他にはすぐに出荷できる売り先がない場合が多く、貴重な販売の場となっている。

生産者からは「朝市村」に出るようになって、直接消費者の顔を見て販売できることや、固定的な支持者がいてうれしいこと、やりがいがあるとの感想がある。また、来場者から「おいしかった」と言われることはもちろん、生産者同士の会話からも元気がもらえるという。

2010 年 2 月に就農した伊藤和徳さん（和ごころ農園）もそうした出店者の一人。岐阜県白川町で米と約 4 0 種類の野菜を育てている。季節の野菜を詰め合わせにした野菜パックを消費者に発送しているが、「朝市村」も主要な販売ルートの一つである。白川町から名古屋

まで約 80 キロ離れているが、「朝市村」に参加している。直接、顔の見える関係で販売することに楽しさと厳しさを感じており、「日々、勉強中」であるという。「朝市村」は同士の交流も盛んで、情報交換や仲間作りの場となっている。

「朝市村」は、他の直売所に比べてリピーターが格段に多いという感想もある。地の利を得た場所での毎週土曜日・午前中という野菜や食料品のまとめ買いの習慣は多くの消費者に受け入れやすいであろう。生産者自身がつくった農産物等を生産者が販売するという「朝市」は、全国各地に根付いており、日本人になじみの深いものである。欧米で行われているファーマーズマーケットも同様のコンセプトであり、「ファーマーズ」と「朝市」さらに新鮮な野菜やコミュニティをイメージする「村」をつなげた「朝市村」は名称の点からも受け入れやすい素地をもっていたといえよう（しかも有機であることがよくわかるように、2011 年 4 月からオーガニックファーマーズ朝市村に名称を変更）。

大都会名古屋の繁華街に生まれた「朝市村」は、ボランティアや共同の力で地道な取り組みを継続させてきた。それにより、地産地消・生産者自らによる簡潔明瞭な流通が実現され、定着している。多くのリピーターは、有機農業の成果である品質の良さと、生産者と消費者が直に顔を見て話をすることができる対面販売の良さを支持する「朝市村」のサポーターとなっている。それを取り巻く多くの通行客にとって「朝市村」は見本市やイベントともなり、有機農業の裾野を広げる一翼となっている。

（増田裕子）

参考資料

吉野隆子「オアシス 21 えこファーマーズ朝市村」、日本有機農業学会社会科学系テーマ研究会「有機農産物流通の新しい展開をめぐって」（2010 年 10 月 16 日）資料

「オアシス 21 えこファーマーズ朝市村」『月刊　愛農』2010 年 9 月号、全国愛農会

６．NPO 法人　あしがら農の会

ヒアリング　中原茂樹さん　松本邦裕さん
2011 年 2 月

（1）組織の概要

「あしがら農の会」（以下、「農の会」）は、足柄地域にさまざまな循環を作りたいとの思いから、「地場・旬・自給」を掲げて 1993 年に活動を開始した（2003 年に NPO 法人化）。個人の耕作、共同耕作ともに、地域の環境を保全し、地域の資源の循環を生かすという観点から、化学肥料、農薬を用いない栽培方法が採られている。

農家出身ではない市民による、地域の休耕田を借りた自給のためのコメ作りから始まった共同耕作活動は、現在では、「田んぼの会」、「お茶の会」、「大豆・味噌の会」等、多様な取り組みに展開している。また、「農の会」が、地域の活動を通して培ってきた地域社会や行政とのネットワークの力を通じて、多くの市民が農地を借りることができるようになり、専業的農家として自立経営をめざす人から、自給的な農業をする人まで、多くの人が自分で田や畑を耕せる機会も提供している。また、農の会で作られた生産物は、足柄地域の消費者に産直の形で提供されている。

（2）共同耕作活動

ア．お茶の会

耕作放棄された２反５畝の茶畑を、無農薬、無化学肥料により、手入れと収穫を始めて 10 年が経過している。５月のお茶摘みの他に、年４回ほどの管理の作業（下草刈りや雑草取り等）に少なくとも１回は参加することにより、単なる“農作業イベント”を超えた関わりを促そうとしている。

お茶摘みのときには、茶畑が、１グループコンテナ２つ分（6.3kg）以上の茶葉を摘めるように、区画分けされる。2010 年は、40 組の参加者が募集され、45 組が参加した。全部で 284 キロを摘み、お茶は 57 キロになった。地主さん、お茶の会担当者、「農の会」への分配を除き、参加グループで分配されている。2010 年は、秋の管理作業を、番茶刈りに当て、番茶も楽しんだ。

お茶の会は、お茶摘みの時期の気候の良さから気持ちがよく、また作業の回数が少ないため、農的な営みに触れる最初の接点として有効なものとして位置づけられている。お茶畑の作業は、交代で担当されるお茶の会の担当者を中心に、アレンジされている。

イ．田んぼの会

田んぼの会で耕作される田んぼは、「農の会」の名で、地域の休耕地を借りている。新しく「貸したい」という申し出を受けると、農の会では、誰か引き受けられる人を募り、さらに、その引き受け手を中心に、共同耕作の仲間を募る形をとることが多い。メンバーは、他の田んぼを手伝いながら、正式なメンバーになれる機会を待っている人たちなどを優先に、農の会

大豆畑の草取り。大豆の会をとりまとめる。（中原茂樹さん撮影）

の掲示板や口コミで集められる。共同耕作にも、参加の濃淡があり、すべての活動への参加を基本とするとともに収穫の分配の権利もある、正式なメンバーシップに加え、「体験として」、あるいは「時間的余裕がないので時間のあるときだけ」というような参加の形もある（その場合、お礼などの形で収穫物の一部が渡されることが多い）。種まきから収穫、調製まで、平均して年間 10 数回の活動日があるが、とくに田植えや収穫時は、多くの人手を必要とするものであり、そのようなスポット的な参加者も、貴重な労力となる。

田んぼは、各田んぼごとに独自に運営され、栽培法もさまざまである。それぞれの田んぼの様子を見学し学び合う会がときどき開かれ、情報が交換されている。耕うん機、ころがし除草機、バインダー、ハーベスター、もみすり機などの機械類は、それぞれの田んぼで購入するには負担が大きすぎるため、「農の会」として購入し、日程を調整しながら各田んぼで使い回しをしている。

共同耕作の田んぼは、13 カ所となり、100 家族を超える市民が参加している。

ウ．大豆・味噌の会

味噌の会の活動は、2003 年から始まった。最初の年は、農の会の仲間で味噌作りをしている人から教えてもらい、翌年からは、その習ったメンバーで、自分たちで作るようになった。2005 年からは、「農の会」が毎月、野菜を取ってくれるお客さんに配る『農の会通信』に掲載し、広く参加者を募るようにした。

当初、味噌用大豆は、一部「農の会」の仲間から購入したものの、大多数は豆腐屋さんを経由して購入したものであった。2006 年に、田んぼの会の田んぼのうち、管理者を失い対応に困った田んぼが出たことをきっかけに、大豆作りが始まった。水が入る田んぼのため、高く畝を作った、“全部が畦豆”のような大豆畑である。

大豆作りは、一反強の耕地の、5 月の溝切り、草刈りなどの整地から始まる。苗は、参加者個々人（2010 年は 38 人が参加）が、それぞれの可能な数だけ作り、それを持ち寄って 7 月に定植を行う形をとっている。その後、2010 年は 6 回の除草があり、30 組が参加した。

味噌作りのかたわら、手前味噌を味見し合う

刈り取り、脱穀、選別等の16日間の作業の参加度合いに合わせて、味噌作りの参加費が軽減される、ポイント制をとっている（10回参加すれば無料で参加できる）。

味噌作りは、家庭での味噌作りを衰退させた要因である大変な麹造りから取り組むのが特徴である。また、できるだけ省力的かつ安定的に麹を作るための方法が、参加者たちの熱心な研究から模索されている。麹造りの1週間後に、豆を煮て混ぜる味噌作りの作業となる。大なべとドラム缶を使い、薪で盛大に大豆を煮ている傍ら、前年度以前に作った味噌の味比べ（「手前味噌比べ」）や、味噌を使った料理等の持ち寄り、納豆作りなど、さまざまな企画が並行され、子供たちは火を楽しみ、またイベントを楽しむ。なお、2年前からは、さらに麹造りがむずかしい醤油造りの会も、有志を中心に始められた。

エ．小麦の会など

農の会の活動には、子育て期の若い家族の参加が大変多い。子供たちは、農作業というよりは、むしろ遊んでいる方が多いとも言える。子供の相手のために、あまり農作業に関われない人たちもいる。子供がいる賑わい、楽しさというのが、また全体の雰囲気を和らげる、というプラスの価値もある。そのような、周りでのんびり遊んでいる人たちも含め、「農の会」は、いろいろな関わりを受け入れていこうとしている（これには異論もあるというが）。さまざまな制限や圧力のもと、子供が生きづらくなっている今日、そのように、ありのままの姿で自然と戯れることができる場としても、貴重なものであり、その魅力を求めて、多くの子育て期の家族が参加してくるのだろう。

さらに、「小麦の会」（小麦の共同耕作）、「ビールを作る会」（小麦を作り、醸造元と一緒にビールを作る）など、さまざまな新しい試み、楽しい試みが提案され、月一回の定例会や掲示板を通し、関心を持つ仲間を募り、新しい活動に育っている。固定化されない、自由な雰囲気が、「農の会」の大きな特徴であるといえよう。このようなゆるやかな関係性は、NPO法人でありながら、一般的なNPOのように、正会員や賛助会員といった形でメンバーシップを限定せず、農の会の活動に参加したことのある人は誰でも”会員”である、というユニークさに結び付くが、その自由な活動を支える、労力や知恵の提供を惜しまない中心的なメンバーや地元の人たちの協力の存在があるからこそ、活動が成り立っているのである。

（3）有機農業への就農支援

「農の会」には、「農的な暮らしをしてみたい」という気持ちを持って参加してくる人たちがたくさんいる。「農の会」をベースとする（あるいは現在は独り立ちしてもかつてはベースとしていた）有機農業生産者は、全員、農家出身ではないし、大半が地元育ちでもない。

耕作できる農地の確保や最初の販売ルートの確保などで、農の会が蓄積してきたネットワークに入れてもらうことで、多くの有機農業生産者があしがら農の会から生まれてきた。

農産物の宅配は、「農の会」の生産者にとって重要な販売ルートの一つであり、また新しく有機農業を始めた人にとっては、最初の販売先ともなる。現在、宅配に参加しているのは主に5組の生産者で、週2回、地域の50軒弱の「お客さん」（消費者）に販売している。5品から10品程度を1,000円から2,000円のセットで販売している。野菜が中心であるが、米、卵、豚肉も数量限定的ではあるが販売している。月に一回配布する『あしがら農の会通信』で、畑の様子や、さまざまな活動の様子を紹介している。また、野菜の植えつけ時には、苗を販売するなど、「お客さん」が、農業に対する理解を深めてもらえるように働きかけている。宅配時の生産者との会話や『あしがら農の会通信』を読んで、お茶の会や味噌の会などに参加しはじめるお客さんも少なくない。

「農の会」では、販売ルートの拡大とともに、「農の会」の存在を広く知ってもらうことも目的に、地元の商店街が地域活性化のために行っている市（いち）などにも参加し、農産物や加工品を販売している。「お客さん」は、宅配を取っている人から口コミで広がっていくことが多いが、このような市で農の会を知り、新しく宅配を取り始める人もいる。

農的な暮らしには憧れているけれど、具体的なイメージは持たずに、「農の会」に関わり始める人は多い。そのような人たちに対しては「作ってみたいならば、作ってみたら」、と農地を紹介し、具体的な一歩を踏み出すことを後押ししている。「農の会」では、必ずしも販売には結びつかなくても、さまざまな形で地域の人々が農に触れ、自給が広がっていくことへの支援を行うとともに、地域で耕作放棄される農地をよみがえらせる役割も果たしている。

（吉野馨子）

第３章

有機農業者（新規就農・提携）からみた
消費者意識ヒアリング調査

調査・執筆

涌井　義郎

Ⅰ　本章の調査の目的と方法

有機農業の提携団体は、第２章でみたようにさまざまなタイプがある。いずれも特定の有機農業者から特定の消費者に一定量の有機農産物を定期的・継続的に供給することを通して日頃から身近なつきあいをしている。本章の調査では、生産者個人による提携を主とした営農をしている新規就農者を対象に、当該有機農業者の提携の実際、及び提携活動等を通して知り得た消費者の有機農業やその農産物に対する意識をヒアリングで探った。

ヒアリング項目は、以下である。

１．農業経営状況
　①経営概況
　②就農の経緯
２．有機農産物の販売方法
　①販売先
　②販売方法（農産物の届け方）
　③どういう方法で買い手（消費者）を見つけたか
　④農業者側からのコミュニケーション努力
３．買い手消費者の意識
　①有機農産物を希望している理由
　②有機農産物への評価
４．今後の有機農産物普及、販路展開の方向
５．その他

ヒアリングした農業者は次の３者である。

ア．松井眞一、栃木県茂木町、野菜（多品目）・水稲・平飼い養鶏
イ．原田悠士、茨城県水戸市、野菜（多品目）
ウ．井原　均、茨城県水戸市、野菜（メロン、自然薯）

Ⅱ　ヒアリング調査の結果

１．松井眞一さんの事例

(1) 経営状況

経営概況

松井眞一さん（43 歳）、千里さん夫妻は、栃木県茂木町に 2004 年に移住し、有機農業経営をスタートさせた。その当時､松井さんは茂木町で２人目の有機農業者であった。

就農７年目となる現在の農業経営は、多品目の野菜を 70 アール、水田が 20 アール、そして 100 羽の採卵養鶏で行っている。野菜はほとんど露地栽培であるが、トマトは 4.5 アールのパイプハウスで栽培している。農業機械はほとんどを中古で入手し、畑用

のトラクターをはじめ、水田用のバインダーと脱穀機など、ひととおりの農機を揃えている。労働力は松井さん夫婦（1.5 人）と研修生１名である。

松井さんは自家の有機農業経営の中で、有機栽培水田に生息する生物の豊かさを確めるために、毎年複数回の「田んぼの生き物調査」を行っている。この活動は NPO 法人オリザネットの協力を得て、関心を持つ市民にも体験の機会として公開している。また、有機農業の土づくりを科学的に検証するために、財団法人土壌協会と連携して土の分析や太陽熱処理に関する実験なども行っているほか、栃木県の「有機農業公開ほ場」の指定地として畑を公開している。

茂木町の農政と連携して「茂木ゆうきの里づくり協議会」を起ち上げ、新規就農者の育成にも尽力するなど、松井さんは多くの活動をけん引している。2011 年現在、町内の有機農業者は 11 名を数える。

就農の経緯

松井さんは元林野庁勤務の公務員であったが、農薬と化学肥料を使わない農業をめざし、就農前に茨城県内の農業専門学校で１年間の農業研修を受けたが、その研修は有機農業に特化されておらず、作物栽培全般を学んだ。

就農地については、新規就農者のために農地と空き家を紹介する事業を始めていた茂木町のことを知ったことがきっかけで茂木町役場を訪問し、紹介された空き家と田畑を「一目で気に入って決めた」。

(2) 有機農産物の販売方法

販売先

就農当初は親戚や知人にセット野菜の宅配を行うことから始めた。当初は、生産技術の未熟さや主要野菜の生産量不足などがあって、届け先の希望になかなか応えられずに苦しんだ。また、町内に開設され集客が多くて注目されていた道の駅の農産物直売所に「差別化」が可能かと考えて有機野菜の出荷を始めたが、期待に反し、行楽客が多数を占める購買者にとっては低価格の農産物が喜ばれるという現実も知った。

７年目の現在、宅配している提携会員は 30 人弱で、少しずつ変動がある。HP を見て申し込んでくる人もいるが、大多数は当初に声をかけた知人を通じて、直接間接にクチコミで広がった会員である。年代は 20 代から 60 代まで広く、会員のおおよそ３分の２は知人と呼べる人たちであるが、３分の１は顔を知らない。

他の販売先は、農産物直売所４か所と宇都宮市内のレストラン６店舗である。

直売所は、茂木町内の道の駅、宇都宮市内の２カ所、茨城県水戸市の鯉淵学園農業栄養専門学校の農産物直売所である。道の駅の直売所には、町内の有機農業者たちとイベントを行ったり有機コーナーを設けたりして、一定の販売実績を得られるようになってきた。有機のメンバー（茂木ゆうきの会）で共通のロゴマークを作って周知を図っている。その他の直売所でも有機農産物を積極的に扱う特徴があり、一定の販売実績を得ている。

宇都宮市内のレストランは主として洋食店であるが、６店舗目は和食レストランであ

る。いずれも有機農産物等にこだわった店である。レストランへの供給にあたっては注文に対応する周年供給と納入搬送が課題であり、ゆうきの会メンバーで協力分担している。

販売方法

提携会員には、３種のセット農産物で対応している。１～２人家族用の 1,000 円セット（５～６品目）、２～３人用 1,500 円セット、４～５人用 2,000 円（７～８品目）セットである。内容は、生鮮野菜、乾燥野菜、キノコ、卵。届け先は、ほとんどが関東圏内である。

直売所には週に１～２回自分で届けるほか、ゆうきの会員間で協力し合うこともある。レストランには、注文品を会員間で分担して揃え、当番制で配達している。

直売所での販売価格は、慣行農産物に対しておおよそ５割高までが限界（大手流通の慣行野菜価格に対しては 120％くらいに相当か）で、それ以上の高値設定では、北関東ではなかなか手にとってもらえない。できるだけ価格変動を抑えて、周年一定価格を維持することに留意している。レストランに卸す場合も直売所と同価格であるが、レストラン側からは価格に異論がなく、これまで言い値で引き取ってもらっている。販売の優先順位は、会員、レストラン、直売所の順である。

どういう方法で買い手を見つけたか

提携会員はほとんどがクチコミで知られ、申し込みを受けている。生き物調査や協議会が行う農業体験会（年に 15 回）などの機会に松井さんを知って会員になる例もある。HP を見て申し込んで来る人もいるが数は少なく、あまり継続しない傾向がある。

直売所とレストランは、ほとんどがこちらから売り込みを図って契約に至っている。有機農産物の認識や、受けいれ姿勢が前向きであるかどうかなど、事前に調べた上でアプローチしている。

農業者側からのコミュニケーション努力

提携会員に対しては時折ニュースを届け、個性的な野菜品種を届けて食べ方の提案をするなどしている。直売所では商品棚に有機農産物を説明するポップを掲げる、食べ方のチラシを置く、イベント時に田畑や生き物の写真を展示するなどして理解を得る工夫をしている。

(3) 買い手消費者の意識

有機農産物を希望している理由

これまでに寄せられた感想や意見をもとに松井さんが整理すると、提携会員の受け止め方は「有機農業の支援」「無農薬農産物の安心感」とともに、「有機農業を行っている松井」さんへの応援の気持ちではないかと言う。レストランについては、「そもそも用いる食材コンセプトに『有機農産物』があって客の支持を受けている店」である。直売所については、店内に有機コーナーがあって一定の購買客を抱えている店舗である。北関東でも徐々に有機農産物が知られ、店舗購入のニーズが育ちつつある。

有機農産物への評価

提携会員の評価は、「有機農産物」であることはすでに前提条件であるので、「有機」に関する評価は生産者側にはあまり届いてこない。むしろ届けられた野菜が「おいしい」「新鮮である」「日持ちする」「子どもが喜んで食べる」など、品質への評価が提携継続の大きな条件となっている、と松井さんは言う。

レストランの評価は、料理人の考え方に依るところが大きい。「有機」はすでに大前提で、やはり「新鮮さとおいしさ」が決め手である。料理人が畑を見学に来たこともあり、レストランの需要は今後増加傾向ではないか、と松井さんは期待している。

(4) 今後の有機農産物普及、販路展開の方向

提携会員を増やしたいが、現状では労力的に生産量の限界がある。経営規模はもう少し拡大したい。レストランの需要は増大傾向にあるので、町内の有機生産者数を増やして共同出荷の力を増していきたい。直売所についても同様である。

近年「有機農産物」を批判の対象にするような「差別化戦略の事例」もあって、消費者のとまどいも感じられる。単に「有機農産物である」だけでは評価されない時代であり、商品性としての品質を整えることが重要ではないか、と松井さんは考えている。さらに、消費者から農業者に対して問いかけがあった際に、適切に答えられること、すなわち説明能力を磨く必要性を述べている。

２．原田悠士さんの事例

(1) 農業経営状況

経営概況

原田悠士さん（32 歳)、紋子さん夫妻は、2010 年３月に水戸市の外れに農地と借家を見つけて就農したばかりである。就農当初 80 アールの借地だったものが、年内に 190 アールにまで拡大し、露地野菜 50 品目を栽培し、「しずはら農園」と命名している。労働力は２人、トラクターや管理機など一連の畑作用農機をネットオークションなどで中古で揃えている。機械や資材を置く倉庫用ハウス、育苗ハウスなどを制度資金も利用して整えている。

就農の経緯

原田さんは有機栽培茶などを扱う山梨県の農業法人に６年余り勤務した後、就農をめざして「茂木ゆうきの会」で１カ月の研修を受けた。その後、鯉淵学園農業栄養専門学校の自活研修制度（１年間）を利用して、妻の紋子さんとともに 40 アールの自主的耕作を体験しつつ就農地を探した。就農地は鯉淵学園から数㎞の近くに見つかり、就農後も鯉淵学園の農産物直売所に生産者会員として引き続き出荷している。有機農業の新規参入農業者は、原田さんが地域（旧内原町）では最初の事例である。原田さんは豊富な経験からか栽培技術は高く、1.9 ヘクタールの農地でみごとな野菜を生産していて、初年度ながら地域住民から好感を持って迎えられている。

茨城県内の若手有機農業者と定期的に勉強会、情報交換会などを行い相互研鑽を行っ

ているほか、共同で農業資材を調達するなど経営的にもしっかりとした方針を持っている。

(2) 有機農産物の販売方法

販売先

農産物のおおよそ半量を 40 人の提携会員に届けている。会員は鯉淵学園での研修時から友人、知人に声をかけて募ってきた。その後のクチコミで会員が増えたほか、月に１回行われる東京でのイベントに生産物を持ち込んで知り合った会員もいる。20 代から 60 代までいる。

その他の販売先は、鯉淵学園の直売所（随時)、鯉淵学園が紹介した生協店舗（週２回)、レストラン１店と弁当屋１店（週１回）である。

販売方法（届け方）

提携会員向けのセット野菜は２サイズあり、２～３人用のMサイズ（10 品目、2,200 円＋送料 500 円)、４～５人用のＬサイズ（10 品目、2,600 円＋送料 600 円）で、Mサイズ利用者が３分の２以上を占める。宅配の利用状況は、毎週届ける会員が１割、隔週利用者が６割、月１回が３割である。

レストラン、弁当屋にはこちらから配送し、生協は先方が受け取りに来る。いずれも品目と量を打ち合わせして発注を受ける。直売所は生産物取り扱いの調整弁として機能させ、収穫物の多寡によって出荷量を調整できる。

価格設定については、直売所と生協は近隣のスーパーマーケット価格（慣行農産物）の２割高くらい、レストランはこれよりやや高めで契約している。東京でのイベントに並べる場合は、スーパーマーケット価格の 150％くらいに設定している。弁当屋には納得の上で「不揃い品」などをやや安くして届けている。

どういう方法で買い手を見つけたか

提携会員は、基本的には知人を介してクチコミで知られ、少しずつ増加している。イベントに手作りのチラシを準備して配布し、後日申し込みを受けた例もある。レストランや弁当屋も、知人の紹介など、身近な所から情報を得て契約に至っている。

農業者側からのコミュニケーション努力

提携会員には隔週で手作りのニュースを届けている。農園の野菜の育ち方、届ける野菜のレシピ紹介などに、何気ない季節の話題や心象風景などを織り交ぜている。イベントなどで配布するチラシはカラー印刷でしっかり作り、農園の風景写真を添えて「有機野菜宅配セット」の内容や届け方などをきちんと説明している。直売所などの店頭に置く野菜のパッケージには「しずはら農園」のオリジナルシールを添付して周知を図る努力をしている。

(3) 買い手消費者の意識

有機農産物を希望している理由

提携会員については、有機農産物であることは既定の条件で、「しずはら農園」産で

あることを第一の希望理由にしている。生産者に対する信頼が絶対条件である。そして、提携が継続するためには、「おいしさ」と「新鮮さ」が保証されることだと原田夫妻は言う。

有機農産物への評価

提携会員や生協の客、直売所に「しずはら農園」野菜を求めに来る客の反応は、「新鮮さ」「おいしさ（味にこだわった品種利用）」「市場規格に縛られないスタイル（野菜の姿、パッキング方法など）」を評価してくれているのではないか、と原田さんは受け止めている。日持ち性や食味などの高品質は栽培法にもよるので、そのための努力が大事だと考えている。

都会では「有機」をプレミアム的イメージでとらえている人もいる。「無農薬」と「安全、安心」を求めている例がまだ多く、消費者の知識はまだあまり深まっていないように思っている。買い手消費者からの具体的要望はほとんどなく、栽培法を聞いてくるとか、見学・体験を求めるなどの例はまだない。HP、ブログへのアクセスは多い。

(4) 今後の有機農産物普及、販路展開の方向

当分は安定経営に専念する。目標としては３ヘクタール規模をめざし、果菜類と冬野菜のためのハウスを準備したいと考えている。借金しない、人を雇用しない、の自律経営方針を持っている。

３．井原均さんの事例

(1) 農業経営状況

経営概況

井原均さ（63 歳）は以前から水戸に住まいを構えており、60 歳の定年を機に農業者への転職を果たした人である。2010 年は就農３年目にあたる。

現在の営農規模は借地４カ所、計 45 アールに 30 アール分のパイプハウス（全 18 棟、建築中を含む）を建て、有機栽培メロン（無加温初夏採り、20 アール程度）と裏作としての有機栽培自然薯（今期５アール、以降拡大を準備中）を行っている。

就農の経緯

井原さんは、定年退職前の栽培シーズンに市内のメロン栽培農家（慣行栽培）に弟子入りし、週末に通い詰めて基本技術を教わった。退職後の 2008 年、夏～秋にかけて茨城県が開催する「営農塾」に参加して農業の基礎を学んでいる。学習と並行して知人を介して市内に農地を求め、すぐにメロン栽培の準備を開始した。

翌 2009 年春にはメロン栽培を開始し、条件を満たしたほ場（休耕地だったところ）から順次有機 JAS の認証も取得している。この初年目にメロン 1,500 個を収穫し販売している。2010 年度は 2,600 個を収穫し、2,000 個余のメロンと自然薯を販売している。2011 年は、30 アールのハウスでメロン 5,000 個を目標とし、自然薯の生産増も図る。

(2) 有機農産物の販売方法

販売先と販売方法

有機メロンと有機自然薯は、個人への注文販売が主である。生産量の1割程度を鯉淵学園の農産物直売所に出荷している。初年度は知人に連絡するなどで庭先で販売を始めたところ、あっという間にクチコミで知れ渡り、残らず売れた。HPを開設したほか、JAグループによる「いばらき農産物カタログ」と（財）食品流通構造改善促進機構の「SEICA（青果ネットカタログ）」に登録したところ、2010年は個人客からの注文が殺到し、品不足で謝罪しお断りするのが大変だったという。購入者、希望者の大半が「23年度も欲しい」とリピーターになりつつある。購入申込者は全国各地にわたっている。

井原さんは「儲けるつもりはない、LLP（有限責任組合）を維持できればいい、ゆくゆく有機メロン栽培者を育成したい」を経営理念にしているため、販売価格は、原価計算の上で自己判断で設定したところ、周辺のメロン農家と青果関係者に叱られた。平均単価600円が「安すぎる」というものである。このため、2011年度は単価1,000円レベルを考えている。

買い手の見つけ方

初年度は知人への情報提供をベースにして、購入希望者が増えたのはクチコミが大きな要因だった。その次がネットの影響力ではないか、と井原さんは考えている。セット野菜などと異なり単品であること、有機栽培メロンはまだ非常に数少なく、市場に出回っていないことが、自家消費用の他、「贈り物」として受け入れられたと考えている。井原さんの調べでは「有機JAS認証取得メロンは、国内では他に1件しか見あたらない」。

農業者側からのコミュニケーション努力

庭先や畑に「有機メロン」の幟を立てる、HPやネットカタログに情報を載せる、問い合わせに丁寧に対応する、がこれまでの方法である。今後はより詳細な情報提供が求められるようになる。

(3) 買い手消費者の意識

有機農産物を希望している理由

お客さんの購入申込時の「欲しい理由」や食後の感想を耳にした中では、「一般に出回っているメロンは口に合わない」「健康上の理由で無農薬メロンがほしい」のコメントが多かったという。慣行栽培の甘すぎて「ピリピリする」食感を嫌っている人、農薬の臭いが分かって食べられない人がいるという。

有機農産物への評価

「安心して食べられる」「甘みが充分あるのに後味さわやかで、おいしい」「こんなメロンが世の中にあったのか、嬉しい驚きである」などのコメントが寄せられている。果樹、果菜果物の両者とも有機栽培は国内ではきわめて少ないため、国産の有機栽培果物の強固なニーズが潜在していることが伺える。メロンほどではないかもしれないが、有機栽培自然薯についても同様のことが言えそうである。

（4）今後の有機農産物普及、販路展開の方向

有機栽培メロンの需要が大きいことが如実に分かったので、個人として無理のない範囲で生産を拡大するとともに、後継者育成を意図して有償の研修生を雇いたい。普及センターはこれまであまり興味を示さないが、無農薬でも栽培できることを社会に知らしめしていきたい。

果物の有機栽培技術については研究開発の実績が少なく、技術を教えてくれる人も少ない。有機農業関係者に求めるとともに、自ら技術開発と伝承に取り組んで行きたい、と意欲を語っている。

Ⅲ　本章のまとめ

有機農産物についての消費者の意識、その評価について、有機の農家３者から共通して示されたポイントは、以下のように整理できる。

○　有機農産物の信頼性

有機農産物であることの保証、これが大前提であり、これを裏切らないこと。生産者個人への確かな信頼があれば認証は不要であり、産消提携はこの信頼性で成立している。レストランや弁当屋に卸すなどの場合も、相互に顔の見える信頼関係で成立する点では同じである。一方で、ネット通販など不特定多数に販売する場合は、その信頼性担保にJAS認証が有効であろう。

○　品質向上の努力

３者とも、購買者から最も関心を寄せられた点として「品質」の課題が示された。

「子どもが喜んで食べた」「新鮮で、おいしかった」などが提携継続のカギであり、あるいはレストランや店舗販売の顧客からの支持を広げられるかなどについても要点は同じである。品質の課題をおろそかにしないこと、それが国内有機農産物の全体評価につながる重要なポイントであることが見出された。

○　レストラン等とのつながり

地域のレストラン業界でも有機農産物の需要が生まれている。有機農業者にとっては、こうした地域の食品産業との連携がこれからの課題になると思われる。

第４章

「耕す教育」を採り入れた山形県高畠町の学校給食と学校農園

調　査

魚住　道郎

若島　礼子

執　筆

若島　礼子

Ⅰ　本章の調査の目的と方法

１．調査の目的

有機農業の推進には消費者の理解を欠かすことができない。消費者が意識して生産物を買い支えなければ、生産者は安心して生産を継続することはできないからである。
では、どのようにして、有機農業に理解のある消費者をつくるのか。

昨年度調査では、そのヒントを得るために有機農業運動を牽引してきた提携団体の関係者から話を聞いた。そこから見えてきたことの一つが、農業体験の有効性だった。

- 援農で自分自身が変わった。
- 実際、土を耕し、農作業を体験してみなければ農業は理解できない。
- 配送される野菜などを見て、この野菜はどこの畑で、誰がつくったのか、思いを馳せられるようになった。
- 「縁農」は子どもの教育にたいへん役立った。

これらは、提携消費者から聞いた代表的な意見である。永年提携を継続している会員のほとんどは生産地を訪れ、実際に援農を経験している。生産者と一緒に田畑で作業をし、時間を共に過ごすことで、生産者への共感がうまれ、有機農業の理解につながっていったものと思われる。

そこで本章では、農業体験を教育に採り入れ、食農教育に取り組む小学校を調査し、農業体験の有効性をさらに見ていくこととした。

２．調査の方法と対象

食農教育に長年取り組んでいる小学校と地域の関係者からヒアリングする。

調査対象には、山形県置賜郡高畠町の下記の２校を選定した。２校への連絡等については、高畠町の「ゆうきの里さんさん」事務局長の遠藤周次さんに大変お世話になった。

- 山形県置賜郡高畠町立和田小学校
- 山形県置賜郡高畠町立二井宿小学校

選定理由は次のようである。

①高畠町は有機農業運動の発祥の地

日本の有機農業運動は、1971 年、一楽照雄氏をはじめとする先覚的なリーダーによって日本有機農業研究会が設立され、スタートした。一楽氏らが提唱した有機農業にいち早く呼応したのが高畠町上和田地区の若い農民たちだった。彼らは 1973 年に高畠町有機農業研究会を設立し、手探りで、化学肥料、農薬、除草剤などを使わない、土づくりを基本とした農業を開始した。彼らの実践は有吉佐和子の『複合汚染』に取り上げられ、日本の有機農業運動を牽引していくことになった。

②「耕す教育」の実践

高畠町では 1976 年、有機農業運動のリーダーであった星寛治さんが高畠町教育委員に就任し（後に教育長）、土を耕すことは心を耕すことだとして「耕す教育」を提起した。

以降、町内のすべての小中学校には学校農園が作られ、地域の人々と一緒に農耕活動が行われてきた。

山形は生活文化運動が盛んなところで、青年団活動や公民館活動などの学習活動が活発に行われてきた。中でも、生活綴り方運動は、1951 年に刊行された無着成恭の『山びこ学校－山形県山元村中学校生徒の生活記録』に代表される。現実を直視し、問題に正面から取り組み、共に学習しあいながら、協力して解決しようとする気風が、地域に根ざしている地域である。

Ⅱ　ヒアリング調査の結果

１．高畠町立和田小学校の事例―地域で取り組む学校給食 40 年

2010 年 11 月 8 日（月）、高畠町町立和田小学校（山形県置賜郡高畠町大字本和田 1306）校長室で、高畠町立和田小学校校長の島津正道先生、自給野菜組合組合長の高橋稔さん、組合員の高橋敏恵さん、高畠町立和田小学校調理師の竹田明美さんから話を伺った。

（1）自給野菜組合

和田小学校では、地元の農家の野菜を使った地産地消の学校給食を長年続けている。野菜を提供しているのは、地元のお母さんたちの集まりである自給野菜組合である。長年の取り組みについて、自給野菜組合の高橋稔組合長と高橋敏恵さんからお話を伺った。

自給野菜組合は 1964 年、当時 30 代の農家のお母さんたちが集まり、余った野菜を市場に出すよりは学校給食に提供しようと自給野菜組合がスタートした。以来 45 年、当時のお母さんたちは 70 代、80 代となったが、今でも継続し、中には娘さんやお嫁さんたち二代目に引き継がれている例も出てきている。現在、小学校部会は 8 人、一輪車で届けられる中和田地区に住むお母さんたちである。中学校部会は 11 人、区域はもう少し広く、年齢も若干若い。和田地区は、稲作や果樹が主で、専門の野菜農家はいない。雪国なので露地では半年しか作れず、野菜作りはお母さんたちの仕事になっている。

高橋組合長は農業が好きで、職業に選んだ。結婚した相手の家がたまたま有機農家で、何の抵抗もなく有機農業に入った。まわりには有機農家が多い。子どもたちには、「田植えと稲刈りは手伝え」、「自分の食う分は作れ」と言って育てた。長女は社会人になって家を出たが、今年も稲刈りの時に戻ってきた。長男は農業大学校で勉強している。子どもたちが小さかったとき、家で作った作物を学校へ持っていくと、「うちのリンゴだ」などと喜んで友だちに話すような子どもたちだった。自分の子どもも隣近所の子どもも、みんな和田の子どもだ。自分たちの作物を子どもたちが喜んで食べてくれるのは、お金にかえられない喜びがある。

先生方や調理師さんの理解ももちろんだが、こうしたことは地域がまとまっていないとできない。先生方は 3、4 年で異動するが、地域の組織は動かない。この地域には無農薬・減農薬が根づいている。地域力は大きい。

(2) 学校給食

自給野菜組合と学校農園の野菜を使って、実際に学校給食を作っている和田小学校給食センターの調理師、竹田明美さんからお話を伺った。

学校給食の始まりは山形の鶴岡だといわれているが、ここ和田地区では1957年から始まった。献立は栄養士がたてるが、食材の購入は学校の裁量で調理師がする。献立を見て、自給野菜組合が調達できそうな野菜を予測し、月末に発注する。自給野菜組合のお母さんたちは、月に1回、学校の空き教室に集まり、注文書を見ながら農家を割り振る。割り振られた人が供給できない場合は、他の人に頼むなどして、組合内部で調達する。組合で調達できないものは、調理師が業者に頼む。逆に、「ホウレンソウが大きくなったから出させてほしい」などと、組合から調理師に申し出たり、子どもたちが大根葉の間引き菜などを給食センターへ直接持ってくることもある。その場合は献立の一部を変更したり、一品余計につくることもある。組合からは年間60種類の野菜が納入されている。

栄養士は町に2人、1名は栄養教諭。栄養士とは月に1回、献立会議で話し合う。小学校給食は一食260円。学校の田んぼで作った米は学校給食には使えないので、山形県学校給食会から供給してもらっている。和田産の米ではないが、高畠町産の「はえぬき」だ。献立には、大根の茎やウコギが入ったご飯など、おじいさんやおばあさんが昔食べた地域の伝統食もメニューに組まれている。

和田小給食センターでは、毎日、教職員を含めて小学校203食、中学校156食を作っている。野菜は形のいい物ばかりではないので、下準備に時間がかかる。サイズのそろっている人参やジャガイモなら、球根皮むき機であらかた処理できるが、不揃いなので手むきにならざるを得ない。しかし、5分でも10分でも早めに仕事をすればすむことだ。調理の現場は入ったときから、こういうスタイルだったので、調理師として特別に負担感はない。

給食の食べ残しはほとんど出ない。みんなわかっているから残さない。野菜くずが30リットルのバケツに1つくらい。週に2回、業者が取りにきて堆肥化している。先生が異動しても地域の組織は動かないので、給食野菜の会は、他の小学校にもできている。地域の人たちがすばらしい。暖かい人たちがいるので続いている。

(3) 学校農園と食農教育

食農教育に積極的に取り組む高畠町立和田小学校校長の島津正道先生からお話を伺った。

学校農園の取り組みは、二十数年前、有機農業に携わるPTAの方々が教育委員の時に「耕す教育」を提案してスタートした。当初は、種や苗を植えても、収穫が夏休みになってしまい、収穫の喜びを味わえなかったが、総合学習で本格的に食農教育に取り組むことになってからは、減反で余っている近くの田畑を借りて、各学年がそれぞれ目的を持って耕すことになった。

学校農園の規模は、畑20ａ、田んぼ7ａ。今年の米の収量は、餅米102キロ、うる

ち米246キロだった。田んぼも畑も職員と児童だけではできないので、保護者から各学年3人の農業委員を出してもらっている。子どもたちの祖父母が出てくることが多い。また、他にボランティアとして地域のおじいさんやおばあさんが手伝ってくれている。昨年は年間のべ200人以上に協力してもらった。食に対する関心、子どもへの関心、学校への思いが強い地域だ。

全校生徒は184人。5年生が餅米の担当で、田植えから稲刈りまで全部世話をする。うるちの方は田植え、稲刈り、草取りを、2学年ずつで分担してやっている。1学年が約30人なので2学年で60人、ちょうどいい人数だ。畑は各学年がそれぞれ1～2種類を作っている。作付け品目は社会や理科の勉強につながるもの、たとえば3年生は「形を変える大豆」という単元にあわせて大豆を作るといった具合だ。他の学年も教科学習と結びついた作物の栽培をしているが、他にどんなものを作りたいかを子どもに聞いている。今年はスイカを作りたいということで、スイカを作った。また里芋やネギなど、芋煮会の材料も作った。教科と結びつけてやるのが学校で行う食農教育の基本であり、価値だと思う。

先生たちは食農教育の価値はわかっているが、農作業は素人なので、地域の人たちに学びながら、楽しく面白がってやっている。農業委員は1年で交代してしまうので、堆肥作りなどが継続してやれないのが課題だ。農法について、農業委員は有機農家ばかりではないので、時々「このあたりで一度農薬まくといい」などの意見も出るが、基本は無農薬でやっている。堆肥は地元の酪農家から1年寝かせたものを買っている。

作業的には、子どもたちは小学校6年間で、田植えも3回、4回とやっているので上手になる。植え残しのところに気が付くと、ピュッと手が伸びる。畑でも、自分の経験に自信を持ってやっている。農作業に6年間の小学校の段階での積み上げが見える。子どもたちは中学校へいくと、技術の授業として農業を学ぶ。多品目ではないが、人参、玉ネギなどを栽培し、幼稚園や小学校へ供給し、「ゆうきの里まつり」（秋に行われる地域の里まつり）で販売している。子どもたちは小・中学校の9年間、農業に関わる。

学校畑の野菜は学校給食で使うほかに、家へ持ち帰る、簡単な料理や家庭科の調理実習などに活用、自分たちで値段をつけて「ゆうきの里まつり」で販売、また地域でお世話になっている人たちや保育園、介護施設などに差し上げている。大豆は味噌を作り、「ゆうきの里まつり」で販売している。販売収益は学校で使わせてもらっている。収益の半分は種代などの資材の購入や地域の人々への謝金に充て、半分は子どもたちのお楽しみ会や児童会活動などに使っている。学校で野菜を使う場合も、伝票をあげて子どもたちから買っている。

先日、学校の創立記念日とタイアップして収穫祭を開き、餅米を餅にして、日頃お世話になっている人たちをご招待し一緒に食べた。うるち米は5、6年生の調理実習や学年行事で使うが、あとは、精米して1袋2キロ詰めにして、地域の一人暮らしのお年寄りに配っている。米は完全無農薬米だ。

学校では、このほかにも、地域の人たちと一緒に給食を食べて、子どもたちとのふれあいの機会を作っている。給食で食べているのは、自給野菜組合の人たちから提供され

る安全なものだという意識は、知らず知らずのうちに子どもたちに浸透している。おばあちゃんたちが食材を持ってきてくれて、調理師さんたちが頑張って作ってくれる。その様子がすべて見えるので、地域の人への意識、感謝、自分の地域への愛着をもつ子どもが育っている。

今、学校畑に残っているのは赤かぶ、白菜、大根、味噌をつくる大豆。地域の方々がすばらしい。志の高い地域の人たちがいるから続くのだ。

２．二井宿小学校の事例　―給食野菜自給率 50%をめざして

2010 年 11 月 8 日（月）、高畠町立二井宿小学校（山形県置賜群高畠町大字二井宿 2750）校長室にて、高畠町立二井宿小学校校長の會田昭広先生から話を伺った。

(1) 二井宿小学校長に赴任して

正直に言うと、前任の伊澤校長先生が頑張ってこられたことは知っていたが、食農教育はいいけれど、学校の時間はどうなのだろうか、実態はどうなのだろうかと疑問に思っていた。この 4 月、思いがけず二井宿小の校長として赴任することになり、留任の先生方に「やめるなら、今がチャンスだよ」と切り出したところ、先生方から、「自分たちは続けるつもりだし、子どもたちもそのつもりだ。やらせてください」と言われ、継続することになった。4 ～ 5 月に、他県の議員さんの視察やマスコミの取材が相次ぎ、前任者の用意した資料で説明をしてきたが、借り物だった。今は、半年すぎて大分中味がわかってきた。隠し看板なしだ。

(2) 二井宿小学校の概要

二井宿小学校は、高畠町東部に位置し、宮城県との境にあり、江戸時代は宿場町として栄えた。地域の約 75%が林野、2 つの川沿いに田畑が広がり、かつては炭焼きや養蚕が盛んに行われていたが、現在は兼業農家が大部分で、稲作中心に酪農、たばこ、リンゴやブドウの果樹栽培が行われている。今年は毎日のように、和田小学校とこのあたりに、「熊が出た」という情報が入ってくるような地域だ。

この地区は 300 メートル足らずだが、めずらしい動植物が豊富だ。近くに川が流れており、清流なので、イワナ、カジカガエル、ヘイケボタル、ゲンジボタルがいる。7 月には、山の中の栗林の中に、クリスマスツリーのようにきれいなヒメボタルの一群が見られる。ゲンジボタルの半分くらいのサイズがヘイケボタル、ヒメボタルはそれよりも小さい。そのように自然豊かなところだ。

(3) 給食野菜自給率 50%をめざして

全校生徒は 49 名、ひびきあい、高め合い、いのち輝く子どもの育成をめざしている。食農教育はその一部分だ。平成 18 年度から、伊澤前校長が本格的に給食野菜自給率 50%をめざして活動を開始した。当時は児童数 67 名、 1 学年 6 名～ 16 名で、今年の 6 年生が当時 1 年生の時だ。前校長以外に野菜作りの経験者はなく、給食野菜自給率 50%

は妥当か、ジャガイモや人参は年間を通して使用するので量が多いが、少人数の学年で目標が達成できるかなど、職員会では様々な意見が出た。中には、「私は土が嫌いです」と猛反発した教員もいたそうだ。自信のない人がほとんどで、不安の中でのスタートだった。

給食で使う野菜約 40 種類のうち 12 種類を学校で作っている。今年は 4 月 22 日の給食の時間に、ランチルームで野菜の栽培について発表会を開き、自分たちの学年のスローガンと種類と量を発表した。目標の量は前年度給食で使った量の 50%に決めている。1 年生は「心を込めて育てる」、サツマイモ 20kg、2・3 年生は「みんなで世話しておいしい野菜をつくろう」、大豆 6kg、里芋 13kg。里芋は夏の天候で収穫量が心配されたが、例年より遅れて数日前に掘り出した。大豆は日照りでだめだった。4 年生はジャガイモ 120kg、大根 55kg、5 年生は「みんなで協力して汗水ながして害虫や雑草にまけずにおいしい野菜をつくろう」、餅米 120kg、キャベツ 200kg。去年は青虫にやられてキャベツが育たなかったが今年はクリアした。餅米は 84kg だったが、収穫感謝祭にはなんとか間にあって収穫した。6 年生は「心を込めて汗かいて」、白菜 200kg、人参 150kg、トウモロコシ 50kg。人参は難しいので 6 年生が担当する。米は社会科の授業にあるので、4 ～ 5 年生が作ることに決めているが、それ以外は相談しながら決めている。

5 月過ぎると、田んぼの作業が始まる。先生は農家の佐藤吉雄さん、二井宿の農業の生き字引だ。地域にあった品種や植え付け時期を吉雄さんが教えてくれる。過去に、品種が間違っていて、種をまいても発芽しなかったことがあったので、春先には必ず吉雄さんを呼んで、品種や作付面積などを相談している。

(4) CO2 削減に貢献

なぜ自給率 50%をめざすのか。3 ～ 4 年生は県の自給率、5 年生は国の自給率を学習する。外国から輸入できなかったらどうするかという話になる。だから、自分たちで育てる。

パン給食は月に 2 ～ 3 回ある。フードマイレージを計算してもらったが、学校畑で不足の野菜は地元の「給食野菜の会」から届けられるので、パン食でもフードマイレージは小さい。CO2 削減に貢献していることがよくわかる。

(5)「土さわるとなにか植えたくなるんだよな」

この言葉は、今 3 年生の児童が 2 年生のときに言った言葉。担任の先生が熱心で、「どこの嫁っこだろう」と言われるくらい、毎日のように畑の草取りに出かけて一生懸命だった。その影響もあるのか、子どもたちも畑が大好きだ。この子どもは酪農農家の次女で、姉さんが 6 年生にいる。自宅でも、3 年生と 6 年生が植えていない物を栽培をしているそうだ。家族も喜んでいる。こういう感性が現れている。

活動を通しての、子どものこうした反応はうれしい。半年位たつと教職員や子どもに変化が出てくる。いい活動だと思う。「私は土が嫌いです」といった男の先生も、1 年たったら、他の先生以上に一生懸命に取り組むようになり、異動先の都市部の学校でも、

率先してプランターなどで栽培活動をしているそうだ。

(6) オタマジャクシのいる田んぼがいい

昔から苗半作といわれるそうだが、5年生は種籾から苗を育てる。苗作りも子どもがする。田植えの後、子どもたちに、この後どうするかを考えさせることにしている。①農薬をまくか、②農薬は使わないか、また③どちらにも決められないか。去年は①はいなかったが、②と③が半々だった。子どもたちはオタマジャクシのいる田んぼがいいと言う。雑草を防ぐために米糠をまいている。鳥が来て水をかき混ぜるので雑草を防ぐのだそうだが、毎年、田の草と格闘している。田植え後はまめに田んぼの水を見に行く。農薬を使わないので田んぼには生きものが豊富だ。6年生は田んぼで捕まえた虫を教室で飼っているし、通学途中でつかまえた虫を見せにくる子どももいる。生きものとふれあいが見られる。

(7)「みんな」が後押しする食の体験

嫌いな野菜の上位にくるのがピーマンだ。4年生まで食べたことのなかった子どもがピーマンを丸かじり、「おいしい」という声が聞かれた。5年生女子の作文に、「キャベツの収穫をした。生ではじめて食べたら、甘みがあって美味しかった。なんで今まで食べなかったのだろうと思った」という感想があった。みんなが食べているから食べる。旬の物だからおいしい。形は不揃いでも、新鮮な野菜のおいしさを十分に味わうことができている。

(8) 失敗からも学ぶ

子どもたちは、田んぼの水口の水温で水の暖かさを学ぶ。キャベツの青虫を育てて、いのちを学ぶ。白菜がごま粒のような種から自然の力で7kgにもなることに驚き、自然の力はすごいなと自然の大きさを学ぶ。週3回、全校生徒と調理師さんも含め教職員も一緒に給食を食べて、「いただきます」の心を学ぶ。子どもたちは、「野菜も米もいのちなので、すべて心を込めて『いただきます』と言わなければならないと思いました」、「お米を一粒一粒、感謝して食べていきたい」などと作文に書く。

失敗体験からも学んでいる。大豆が全部、猿に食べられたことがあった。試行錯誤の結果、たわむようにできている猿よけネットにいきついた。種子が間違っていて育たなかったこと、田の草取りをやらなくて収量が落ちたこと、ジャガイモの保存が悪くて腐らせた失敗もあるが、その都度、疑問を明らかにし、知識と知恵と経験を次に伝えている。

大豆へのこだわりが伝統文化や伝統食に発展し、打ち豆づくりにつながった。豆腐はどこからきたのか、しょうゆや味噌は？　不思議を放置しないと、不思議はどんどん広がり、中国との関係が深いことがわかってくる。二井宿小には中国がふるさとの母親を持つ子どもも多い。子どもは新しい発見をしたり、できなかったことができるようになったりしたときに、おもしろいと感じる。子どもの作文には、「みんな」がよく登場す

る。「みんなでやったからできた」と言う。自分を支え、励ます「みんな」、自分もみんなと一緒に伸びていく。そんな姿がうれしい。

(9) 自給野菜での学校給食

自給野菜での学校給食は、給食調理員の協力がないとできない。不揃いの野菜の調理には時間がかかる。視察に来た他県の議員が、こうした取り組みをやりたいが、給食調理員組合からの反対でできないと言っていた。二井宿小には現在5名の調理員がいて、小学校の他に、一中と保育園の給食を作っている。メニューは同じだが時間を変えて作っている。

給食センターが学校畑の野菜を買い取るしくみになっていて、給食センターが学校に発注し、子どもがそれぞれ分量を量って届ける。野菜は保存してある物を持っていくこともあれば、畑へ行ってとってくる場合もある。代金は学校野菜基金に入れている。子どもたちに値段は教えていない。余剰の野菜は年に一度、収穫感謝祭で地域の人たちに販売する。子どもたちが値段を付けるが、お世話になっているから安く売りたいなど、値段の決め方には子どもなりの考えや理由があるようだ。米は学校給食に使えないので、感謝祭で餅つきをしてふるまったり、地域のひとり暮らしの高齢者へ届けたりしている。

(10) 学校畑と田んぼ（現地を見学しながら）

学校畑と田んぼは学校から歩いて3分程度の距離にある。農作業は週2時間（昨年までは3時間）の総合学習の時間をあてているが、それだけでは不十分なので、特に5年生は始業前や放課後に畑に行っている。他の学年も忙しい時は、総合の時間以外に週1回、放課後の下校までの時間を使っている。暑いときは大変で、この夏はひときわだった。田んぼは3aで堆肥まきも子どもたちがする。稲刈りと田植えは4年生以上が取り組む。畑は20aで、畑を畝ったり、堆肥をまいたりは近所の農家に手伝ってもらっている。寒さに強い品種を選んで、苗を買ったり、吉雄さんから分けてもらっている。植え付けの時期が大事で、それを吉雄さんが教えてくれる。

肌で土に触る体験は大きい。二井宿の子どもたちは町の子どもたちとは違う。食農教育が教育課程のなかで良い具合にできている。注文書を見て、1年生でも自分たちで分量を計り、給食センターに納入する。これは生きた学習だ。必要があってする学びは実になる。地域の人に助けられて継続できている。

3．伊澤良治さん（前二井宿小学校校長）へのインタビュー

――「いのちを育み　こころを耕せ」――二井宿小学校食農教育ことはじめ

2010年11月8日（月）、高畠町の伊澤良治さんのご自宅で、伊澤良治さん（前高畠町立二井宿小学校校長、食農教育ネットワーク山形研究会運営委員長）から話を伺った。

(1) 青年団運動との出会い

1973 年に大学を卒業し、新採教員として南陽市の分校に赴任した。山形では新採教員のほとんどが分校勤務からはじまるが、夜になると何もすることがない。そんなところに高畠地区青年団の新入団員募集の葉書がきた。基本目標が 2 つ掲げられており、「青年の生活を高めよう」、「平和と民主主義を守り育てよう」というもの。地域の青年組織がすばらしい目標をもって頑張っているのだなと感動し興味を持った。

高畠町全体のリーダー研修会に参加したところ「勤労青年は単純作業に縛られている、それに比べて農業青年は創造的な仕事だ」と主張している人がいる。「勤労青年と農業青年を分断するのはおかしい」と意見を言ったところ、興味を持たれたのか、終了後に一人の青年が追いかけてきた。彼は自作の創作演劇の作品を持ってきて、見せてくれた。これが実におもしろかった。「控えの文字」、「嫁っこなんていや」など、東北農村の問題点を青年の立場からとらえ、封建制を乗り越えようとするすばらしい作品で、次の頁に何が書かれているのかワクワクしながら読んだ。こんなに面白い読み物をこれまで読んだことがないといえるほど、とても質の高い作品だった。高畠町の青年たちはすばらしい。地域の中から、自分の人生の課題や生活課題を見つけて頑張っているのだなと感動した。こうしたことがきっかけになり、青年団活動に取り組むようになった。

(2) 耕す教育

なぜ食農教育かと聞かれるが、今なお、有機農業で頑張っている人たちはほとんど青年団の仲間たちだ。正直言って、有機農業のことはわからなかった。有機農業への理解度は、有吉佐和子の『複合汚染』を読んだ程度だった。しかし、一緒に青年団でやってきた人たちが有機農業をやって一生懸命に生きているなあと、人間的な生き方に共鳴していた。慣行の農家とは違うなあと思っていた。有機農業に励む人たちの生き方から影響を受けたし、彼らの影響は大きかった。

昭和 51 年（1976 年）頃、星寛治さんが町の教育委員になり、学校農園の提起がなされた。ちょうどそのころ、学校の学習指導要領が変わり、学校行事に勤労生産的行事を十数時間とり入れなければならなくなった。昭和 55 年（1980 年）頃だ。何をしたらよいかわからないところに、星さんの「耕す教育論」の提起が合致した。地域の中では、機械化で子どもたちは農業を手伝わない。手伝おうとすると危ないからやめろと言うようなことになっていた。また、手伝うかわりに勉強しろという風潮も強まってきており、一部の人たちからこれでいいのかと危機感を持つ声が出てきていた。

このように、はじめは有機農業やいのちにやさしい農業というよりは勤労が目的だった。学校農園は、花壇でもいい、何でもいいから、子どもたちを働かせろということだった。かつて農村では子どもは貴重な働き手だったが、自然の中で動き回る子どもの姿が見えてこない。子どもの存在感が希薄になっていた。子どもたちには、生きる意味が見えなくなっていた。学校農園は、生きることの意味を生活の中から、労働の中から見つけださせようとすることが目的だった。しかし、先生方の間にもかなりの温度差があり、校長の多くはあまり関心がなかったように思えた。

(3) 食農教育がはじまった！

平成 11 年 (1999 年)、二井宿小に教頭として赴任した。3 年後に総合的学習がスタートすることになり、どの学校もプラン作りに取り組んだ。総合学習は週に 3 時間、地域に根ざし、「地域で学び、地域に遊ぶ」時間にしたいというのが文部省の意向で、自分の学校の特色を出してほしいという考え方だった。そこで、校内研究の結果、二井宿小では、人間の命を支える食べ物を育てる農業と豊かな食文化を学ぶ食農教育を中心に据えて学習しようということになった。

先生方は、勉強は漢字を覚えたり計算問題を解いたりすることで、人間のいのちを支え、活力を生み出すものは関係ないと、特にコンクリートの上で育った先生方は思っていたのだろう。食べ物は買って食べるもので、自分で作ることなど考えたこともないという先生もいただろう。実際、「土は嫌いです」と言った先生もいた。ところが、私が何度も食農教育を提案するものだから、また、これに対する対案もないものだから、「食農教育やりましょう」ということになった。論理が通っており、子どもが良くなり学校が良くなることなら仕方ないというか、反対する理由がないということで、「食農教育」が始まった。

(4) 子どもたちが、先生が、変わった！

食農教育をやってみると、これがおもしろい。子どもたちも生き生きしてくる。地域の人たちも生き生きしてくる。山と川と田んぼしか見えてなかったところに、地域の人が見えてくる。こんなに豊かな食文化があったのかとわかってくる。たとえば餅米で笹まきを作るが、なぜ笹か、笹は生命力が強い。荒れ地でも、寒冷地でも生える。生活と結びついて、地域と結びついている。地域の技や知恵、地域の人が見えてくる。また地域への愛着がでてくる。また、大豆一粒から世界が見えてくる。米 1 俵の値段から、ご飯茶碗 1 杯分の値段がわかる。そのようなことから日本の農業が見えてくる。

食農教育をやったことで、先生方が変わった。何が変わったと言って、農業は楽しいと喜びを感じている点だ。農業の持つおもしろさ、育てることのおもしろさ、収穫の喜び、食する楽しみ、そこには誰でもが喜びを感じるのだろう。種撒いて、水やって、草取って、収穫して、みんなで食べる。こうした行為そのものが、人間にとって喜びであり、楽しみなのだ。これでいくらになるかなど、お金の話になると、農業なんてやっていられないということになるが、学校の食農教育は経済ではない、力を合わせることを学ぶ。農業は人と人とを結びつける。

子どもの作文を読むと「みんなで」という言葉が何回も出てくる。たとえば、ジャガイモ。こんなに広い面積を一人じゃとてもできない。でも、みんなでやったらできた。「みんな」が本当によくでてくる。「みんな」が背中を押してくれる。よい仲間がいるから、勇気をもって冒険や挑戦ができてくる。協同や協力が、言葉でなくて実感を伴う。食べ物の好き嫌いもそうだ。ネギとピーマンは嫌いな野菜のトップクラスだが、ネギ嫌いの子どもが、2 年生が小さな身体で作ったネギを残しちゃ悪いと食べる。2 年生の働く姿が 4 年生や 5 年生の背中を押して、嫌いな野菜を食べるようになってくる。

(5) 虫の命を奪うのはかわいそう

子どもたちの親は専業農家が1割で、あとはほとんどが兼業農家だ。米作りの中心学年は5年生、春の堆肥まき、種籾から苗床を育て、田植え、水管理、田の草取りなど田んぼの仕事全般をする。

田植えの後、あぜ道で、子どもたちにこの後どうするかを聞く。「2つの方法がある。一つは稲刈りまで田んぼに入らない方法。そのかわり農薬をまかなければならない。農薬を撒くと虫が死ぬ。もう一つは農薬を使わない方法。虫は死なないが雑草が生える。手で取らなきゃならない。さあ、どうする？」と。農薬を使うか使わないかの二者択一では宗教的ではないかと思い、2年目から「わからない」というのを加え3択にした。3分後くらいに手を挙げさせる。圧倒的に「農薬を使わない」が多い。虫の命を奪うというのはかわいそうだという気持ちになるのだろう。

実際、田の草取りは本当に大変で、15分が限度だ。15分やって休み、これを3回やって終わる。作業はみんな重そうにやっている。子どもの中には、なぜ機械を使わないのかと言ってくる子どもがある。そのときは、米をつくって2000年、2000年間やってきたことをみんなも体験できるのだ。2000年前と同じことがやれるのだ。この体験はすごい、ここでしかやれないと言っている。

人数が多い学校では、5年生が田植え、6年生が稲刈りなど分業的なやり方をとらざるを得ないが、二井宿小の場合、3年生から6年生まで一緒に同じ体験をする。これはとても教育的だ。子どもの作文「田植え」にこういうのがある。「3年生の時、田植えをした。6年生のように足をすーっと抜いてやりたいと思った。稲刈りは最初は怖くてできなかったが、6年生はつかんで一気にやる。そういうふうになりたいと思った。」それが6年生になると、3年生のときできなかったことができるようになる。自分で自分の成長が確認できる。

学校統合が進んでいるが、経済の論理で学校をとらえてはならない。子どもは、学校から自分の家の屋根が見えるところで、安心してゆったりと地域に見守られて育つのだ。作物と同じで、みんなの目で育てるのが大事なのだろう。

(6) 食べ物を選択する目が変わる

食農教育で先生方も変わった。クリスマスケーキのイチゴ、崩れたのときれいなのとどっち食べる？と聞くと、先生方はきれいなのを食べるという。いつまでもきれいなままで腐らないイチゴをおかしいとは思わない。それが、野菜を栽培しているうちに、いつまでもきれいじゃないことが実感としてわかってくる。人参にはこまかい根が生えているし、形も大きさも違う。虫くい跡があることがわかってくる。そうするとスーパーで食べ物を選択する目が変わる。食べ物の見方、野菜の見方が変わってくる。

自然は思うようにならない。少し見に行かないと、畑は草ボーボーとなっている。大豆をどこに植えたんだろうということになる。人間の都合で自然は動かない。そのことがわかるようになる。自然の摂理を学ぶと人間は謙虚になる。作物は人間が作ったのではなくて、伸びようとするのを助けるだけ、人間は手を添えるだけとわかるようになり、

謙虚になる。

(7) おらほのがっこ

置賜農業高校の演劇をみて、児童会長が「二井宿小学校は偉い」と作文に書いた。この演劇は、花を作って輸出し、食べ物を輸入している仮想の国で、ある農村が規則に反して自分たちの食べ物を作って捕まるという話。これを見て児童会長が「二井宿小学校は偉い。自分たちで給食の野菜の5割自給をめざしている。日本もそうあるべきだ」と感想文を書いた。自分のやっていることに誇りと愛着を持って、こういう意見を5～6年生が作文に書く。「日本、もっとがんばれ」と。成長していることを感じる。

なぜ自給率5割かときかれるが、3割は簡単にできる、4割は今の日本と同じなので、5割を目標にした。一つの学校でも、地域の人たちと先生方に支えられれば可能だということをやりたいと思った。自然相手の取り組みで自然からいかに学ぶか。地域の自然、二井宿の自然から学ぶ。光合成の3条件も、雌しべと雄しべも実体験を伴って学ぶ。それが生きた知識になる。

マスコミが二井宿小の教育に注目し取材にくるので、地域の人たちが「おらほのがっこ（学校)」という思いを持ち始め、地域に自信を持つようになってきた。農業の大切さ、食べ物の大切さ、人と人の結びつきに気づき、暮らしを見つめ直すようになってきた。「並べる食卓から作る食卓へ」、「家庭内自給率を高めよう」という運動になり、最終的にはPTAがスローフード運動を始めた。一家庭一つ、食と農のどちらでもいいので、暮らしを見つめ直す取り組みをしようというものだ。ある家庭では、子どもにご飯とみそ汁を作らせた。人間の自立として当然だが、学校の家庭科では5年生まで勉強しない。家庭でも暮らしを見つめ直す芽が育ち始めている。

給食で使う野菜は40種類、子どもが作るのは12種類。できる限り地場産で学校給食を進めていこうという機運も高まり、二井宿給食やさいの会ができた。学校給食が契機となって、家庭の食、二井宿地区の食を見つめ、地域の文化を見つめることになった。地域の人を知ることで、地域への愛着もわき、地区民による地域作りの端緒になった。

(8) 草木塔讃歌

置賜地方には草木塔が多数存在する。草木塔には「山川草木悉皆成仏」と刻まれており、江戸時代の中期以降に建立されたものといわれている。草木塔には、一木一草すべてに命がある、一木一草すべてに仏が宿る、と考えたこの地方の人々の精神が表れており、森づくりの大切さを伝えている。

平成19年、二井宿小の子どもたちが作詞し、地域に住む農家の須貝智郎さんが作曲して「二井宿里山の歌～草木塔讃歌～」を作った。草木塔は、一木一草すべて命であり、その命によって人間が生かされていることを私たちに知らしめる。二井宿小の子どもたちは、食農教育によって草木塔の精神を紡いでいる。

〈二井宿　里山の歌　～草木塔讃歌～〉
おおけやき　芽吹いて　若葉も輝いて　峠の古道に山桜　僕らは田畑耕して種をまく
カエル鳴く大滝川にホタル飛ぶ　優しき命初夏の夜　僕らは田んぼに入って草を取る
里山のもみじ色づき　舞い落ちる　観音岩も秋の色　僕らは力いっぱい大根をぬく
草木塔　屋代の郷を見守りて　貝吹山も雪化粧　僕らは心耕して春を待つ
僕らは　心耕して　春を待つ

Ⅲ　本章のまとめ

以上、見てきたように、今回の調査対象が所在する山形県置賜郡高畠町では、1976 年、有機農業運動のリーダー星寛治さんが教育委員になり「耕す教育」を提起して以来、小・中学校に学校農園が作られ、農業活動に目が向けられ、それが食農教育へとつながっていった。「私は土は嫌いです」と言って伊澤先生に反発した先生は、「私は変えられました」と語り、異動した後も、都会の学校でプランターで野菜の栽培をしているそうである。農業には人を変える力があるのである。

では、農業のもつ力とは何か？　そもそも農業とは何か。本調査では、子どもたちが、食農教育を通して、地域の自然を知り、人々の生きる知恵や技を知り、そのことで自分の祖父母や地域の人々を尊敬するようになり、また、「みんな」が協力しなければできないことを、一人ではできないことを実感していることが聞き取れた。また、子どもたちが、小さな一粒の種が大きな実りを生むことの不思議に気づき、地域には山と川と田んぼしかない、何もないと思っていた大人たちに、山と川と田んぼがあることを、そしてその美しさを、気づかせた。

自然の美しさは「無数の生命の調和」と言い換えてもいいかもしれない。高畠に根づいている有機農業の風土が、共生の原理に基づく有機農業の土壌で、数え切れない生き物の生命を輝かせているのだろう。有機農業というのは、地域の自然と深く結びついた、地域で生きるための知恵の集大成であるとともに、地域で生き続けるための、人々の、助け助けられる互助の関係性と言えるのではないか。それゆえ、有機農業の体験が、都市部の消費者のみならず、農村に住む消費者の意識をも変えうるということなのではないか。

最後に、和田小学校の自給野菜組合 45 年の歴史は、小・中学校、保育園、高齢者施設等の施設の給食に地域の農産物を使うならば、多くの家族農家が地域で有機農産物を生産し続けることができることを裏付けるものである。よって、有機農業の推進と有機農産物の地産地消の取り組みとは不可分であることを言い添える。

参考資料

星寛治著『「耕す教育」の時代』清流出版、2006 年、伊澤良治・佐藤幸也・二井宿小学校教職員編『いのちを育みこころを耕せ』家の光協会、2010 年、『学校給食（8 月号）』全国学校給食協会、2010 年、『内外教育』2010 年 8 月 31 日号。

資　　料

付表１　有機農業に関する消費者意識アンケート調査
　　インターネットアンケート誘導画面文面
付表２　質問票
付表３　全質問　単純集計表

付表１　インターネットアンケート誘導画面文面

有機農業に関するアンケート
― 回答ご協力のお願い ―

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 iMi ネット会員の方には、
抽選で 2000 名さまに○○ポイント、抽選に外れても全員に△△ポイント差し上げます。
※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、ポイントは差し上げられません。
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、ご了承願います。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）iMi センター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、締めきらせていただきます。
e-comResearch アンケート事務局（＋メールアドレス記載）

付表２　質問票

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下さい）。

Ⅰ　はじめに、あなた自身のことについて伺います。

Ｑ１－１　あなたのお住まいはどこですか？

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

Ｑ１－２　あなたのお住まいの市区町村はどこですか？

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

Ｑ１－３　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）をお教え下さい。

（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）

Ｑ１－４　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）（○はひとつ）

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。（○はひとつ）

1　常勤
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。（○はひとつ）

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

Q5-1 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

Q5-2　世帯員数は全部で何人ですか？＿＿＿＿＿＿人

Ｑ６　お宅の収入（２００９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。（○はひとつ）

1　300万円未満
2　300万円以上 400万円未満
3　400万円以上 500万円未満
4　500万円以上 600万円未満
5　600万円以上 700万円未満
6　700万円以上 800万円未満
7　800万円以上 900万円未満
8　900万円以上 1000万円未満
9　1000万円以上
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、お宅で食事を作りますか？　（○はひとつ）

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？（○はひとつ）

1　はい
2　いいえ（→　Q11 に）

Ｑ９　あなたは、日頃どこで米・野菜・果物等（農産物）を購入しますか？
（○はいくつでも。主なものひとつに◎）

1　八百屋、青果店などの小売店
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

Q10　あなたは、米・野菜・果物等（農産物）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。（○は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（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）
11　とくにない。

Q11　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？　（○はひとつ）

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。

Q12　野菜・果物にはそれぞれの旬（しゅん）があります。たとえばトマトの旬は夏ですが、あなたはトマトを買う時、旬を考えて買っていますか？　（○はひとつ）

1　旬の夏にしか買わない。
2　だいたいは旬の夏に買うようにしている。
3　旬は考えないで、いつでも買っている。

Q13　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、旬のトマトに比べるとエネルギーや環境への負荷が高いことを知っていますか？　（○はひとつ）

1　知らなかった。
2　少し知っている。
3　よく知っている。

Q14　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？　（ ○はひとつ）

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。

Ｑ１５　あなたが、昨日一日に食べた、野菜を使った料理を下から選んでください。（○はいくつでも）

1　煮物料理
2　天ぷら／揚げ物
3　炒め物
4　生野菜サラダ
5　おひたし／温野菜
6　料理の付け合わせのトマトやキャベツ、千切り大根など。
7　漬け物
8　みそ汁
9　野菜入りスープ
10　野菜ジュース(自家製)
11　野菜ジュース(市販)
12　その他（具体的に＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿　）
13　昨日、野菜は食べなかった。

Q16　以下の農産加工品のうち、お宅で作っているものはありますか？　（○はいくつでも）

1　ジャム
2　果実酒
3　梅干し
4　ラッキョウ漬
5　たくあん・奈良漬
6　その他漬物
7　味噌
8　餅
9　こんにゃく
10　赤飯
11　パン
12　その他(具体的に：　　)

Q16-1　あなたも農産加工品を作りますか？

1　主に作っている
2　他の家族を手伝う程度
3　作らない

Q16-2　あなたは上のような農産加工品を食べたり作ったりすることに関心がありますか？

1.おおいにある　2. ややある　　3.あまりない　　4.全くない

Ⅲ　環境について、あなたのお考えをお聞きします。

Q17　環境のためにあなたが日頃行っていることは何かありますか？（○はいくつでも）

1　マイバッグを使う。
2　厚着、薄着で冷暖房の温度を調整する。
3　自家製、地元産、あるいは国産の農産物の利用を心がける。
4　省エネやリサイクル製品など環境に配慮した商品を選ぶ。
5　できるだけリユース、リサイクルする。
6　生ごみを土に埋めたり、堆肥化する。
7　自動車を極力使わず、公共機関や自転車、徒歩で移動する。
8　自動車に乗るときはエコドライブをする。
9　太陽光発電など自然エネルギーを利用する。
10　その他（具体的に＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）
11　いずれもしていない。

Q18　あなたは以下のような言葉をご存じですか？（それぞれにつき、□ひとつにチェック）

		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	□	□	□	(輸入食料の総重量と輸送距離を乗じて数値化したもの)
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)

Ⅳ　有機農業について、あなたのお考えをお聞きします。

Q19　あなたは、これまでに「有機農業」（「オーガニック」を含む）という言葉を聞いたことがありますか？　（○はひとつ）

1　ある
2　ない

Q20　「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？（あてはまるもの全てに○、最も強くあてはまるものひとつに◎）

1. 安全・安心
2. おいしい
3. 環境によい
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. よくわからない
9. その他（具体的に　　）

Q21　有機農業における化学的に合成された肥料（化学肥料）や合成農薬の使用は、原則とし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。（正しいものすべてに○）

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　化学肥料や合成農薬は、いずれも使用しない。

Q22　有機農業とは、原則として、化学的に合成された肥料及び農薬を使用しない農業を指しますが、いろいろな特徴をもっています。あなたは、「有機農業」とはどのような農業だと思いますか？　なお、環境関係は次の問にあるので選択肢から除いてあります。（○はいくつでも）

1　安全な農産物を提供する。
2　品質がよく、おいしい農産物を提供する。
3　虫食い、すれ傷など外見が悪く、品質がよくない農産物を提供する。
4　生き物と共生することにより、作物が健康に成育し、害虫や病気に強い。
5　害虫や病気に弱く、収穫量が少ない。
6　多品目多種類の作物をつくるので収穫量が安定している。
7　冷害など異常気象でも収穫量が安定している。
8　収穫量が不安定である。
9　手間がかかる。
10　畜産を含む総合的な経営を基本とし、家族経営に向いている。
11　農業機械を利用することで、大規模経営に向いている。
12　資源を有効利用し、経費的にも合理的である。
13　購入資材を多用し、経費がかかる。
14　在来品種の種子の自家採種などにより、食文化を守る
15　その他（具体的に　　）
16　よくわからない。

Q23　あなたは、「有機農業」には、環境関係で、次のような役割があることを知っていましたか？

（それぞれにつき、□ひとつにチェック）

	知らなかった	少し知っていた	よく知っている
1　化学肥料、合成農薬を使用しないことにより、水系などへの環境汚染を減らす。	□	□	□
2　化学肥料、農薬を使わず、堆肥等を用いることにより、土や作物を守る虫やミミズの豊かな農業環境を保全する。	□	□	□
3　堆肥やワラ、落ち葉などの有機資源を有効に利用する。	□	□	□
4　かえる、とんぼ、どじょう、水鳥などの生物の住む環境を整え、生物多様性を守る。	□	□	□
5　土中に堆肥などがあることにより炭素を貯留し、地球温暖化を防ぐ役割がある。			
6　田畑から流れ出た腐植が植物プランクトンを増やし、地球温暖化防止につながる。			

Q24　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？（○はひとつ）

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

Q24-1 有機ＪＡＳマークに関して、あなたが知っているものに、○をつけてください。（○はいくつでも）

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たものになっている。
3　米・野菜等は、播種・植付け前２年以上、原則として化学肥料・合成農薬を使わない栽培方法を行う。
4　田畑の隣接地からの合成農薬等の飛来対策、流通段階の管理等にも基準がある。
5　有機ＪＡＳ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、「有機農産物」「オーガニック○○」等と表示してはいけない。
7　有機ＪＡＳ認定を取得していない「有機農業」を行っている生産者は、「有機農産物」の表示をすることはできず、有機農業でつくった旨の情報を提供できるだけである。
8　輸入食品にも手続きを経て、有機ＪＡＳマークを付けることができる。
9　知っているものはひとつもない

Ⅴ　「有機農業により作られた農産物（以下、「有機農産物等」の購入について伺います。※ここで農産物とは、米・野菜・果物などを指します。

Q25　あなたは、どのようにして有機農産物等の購入場所や購入方法についての情報を得ていますか？（○はいくつでも）

1　店頭で実物を見て。
2　チラシ・パンフレット類を見て。
3　口コミで得ている。
4　テレビ、ラジオ、新聞などから情報を得ている。
5　有機農産物の即売会など、イベントで情報を得ている。
6　インターネットで情報を得ている。
7　講演会、シンポジウム、学習会などで情報を得ている。
8　その他（具体的に：　　）
9　有機農産物等の購入場所・購入方法についての情報はなく、知らない。

Q26　お宅では、「有機農産物」を購入していますか？（○はひとつ）

1　日常的に購入する。　（⇒Q27 へ）
2　たまに購入する。　（⇒Q27 へ）
3　購入しない。　（⇒Q28 へ）
4　わからない。　（⇒Q29 へ）

Q27　Q26 で「日常的に購入する」または「たまに購入する」と答えた方に伺います。

Q27-1 買い始めてから何年くらい経ちますか？

だいたい　（　　）年くらい

Q27-2 お宅では「有機農産物等」を、どこで購入しますか？

Q27-2-1　「有機農産物等」の主な購入場所はどこですか。（○はいくつでも。主なものひとつに◎）

1　八百屋、青果店などの小売店
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

Q27-2-2　あなたが「有機農産物等」を購入するのは、なぜですか？（○はいくつでも）

1 農産物の安全性が気になったから。
2 農産物の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（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）
10　わからない。

Q27-3　「有機農産物等」の購入に当たって困難な要因があるとすれば、それは何ですか？（○はいくつでも）

1　近くで手に入らない。
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）。
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　地場産のものが少ない。
6　「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思う。
7　その他（　　）
8　とくにない。

（⇒問29へ）

Q28　Q26で「『有機農産物等』を購入しない」と答えた方に伺います。
「有機農産物等」を購入しないのは、なぜですか？（○はいくつでも）

1　どこで買えるのか、よくわからないから。
2　値段が高いから（適正な値段とは思うが、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　見た目がおいしそうでないから。
6　泥付きなどが多く、扱いが面倒くさそうだから。
7　虫がいそうで嫌だから。
8　自分で作っているから。
9　「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思うから。
10　その他（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）

Q29　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？（あてはまるものすべてに○）

1　有機農産物（野菜、コメ、茶、卵など）
2　有機農産物を使った加工食品（納豆、豆腐、ジャム、パスタなど）
3　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
4　有機レストランなど、有機農産物を使ったレストラン
5　有機コットンなどの有機素材の繊維で作った布製品
6　オーガニック化粧品など、有機素材を利用した化粧品
7　その他、有機素材を使った製品など（具体的に：　　）
8　いずれも購入・使ったことはない

Ⅵ　「有機農産物等」に対するあなたの意向について伺います。

Q30　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？（○はひとつ）

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）。（問 30-1 へ）
2　現状でよい。（問 31 へ）
3　購入を減らしたい。（問 31 へ）
4　購入しない／購入をやめる。（問 31 へ）
5　わからない。

Q30-1　あなたが、特に購入をふやしたい（または、購入したい）とする品目は以下のうちどれですか？（○はいくつでも）

1　米
2　葉もの野菜
3　ニンジンなど根菜類の野菜
4　イモ類
5　豆類
6　果物（国産）
7　果物（外国産）
8　その他（　　）

Q31　あなたは、「生産者と消費者の提携（産消提携）」※という協同活動があるのを知っていますか？（○はひとつ）

1　知らない。
2　少し知っている。
3　よく知っている。

※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。出荷方法は、生産者から届く、消費者が取りに出向く、専従スタッフによる配送、宅配便を使うなどを含みます。「産直」などと呼ばれることもあります。

Q31-1　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？　（○はひとつ）

1　現在利用している。→（団体名をお教えください　　）
2　近くにあれば、利用したい。
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。

Q32　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？

1　ある
2　ない

Q33　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？（あてはまるものすべてに○）

（１）有機農産物等の利用について

1　有機農産物の直売市や即売会での購入
2　「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加
3　有機農業・環境・食生活などに関する学習会やシンポジウムの参加
4　有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加
5　有機農産物等を使ったレストラン、カフェなどの利用
6　有機農産物を使った料理講習会への参加
7　有機農産物の「提携」など日常的な購入
8　その他（具体的に　　）
9　いずれもない

（２）有機生産者や有機農業との関わりについて

1　有機農家の訪問、見学会
2　有機農園への援農
3　有機農業による家庭菜園・市民農園の実践
4　学校の授業の一環としての有機農業体験
5　その他（具体的に　　）
6　いずれもない

Q33-1　上記の活動のうち、あなたがやってみたい・続けたいと思うものはどれですか？（○はいくつでも）

（１）有機農産物等の利用について

1　有機農産物の直売市や即売会での購入
2　「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加
3　有機農業・環境・食生活などに関する学習会やシンポジウムの参加
4　有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加
5　有機農産物等を使ったレストラン、カフェなどの利用
6　有機農産物を使った料理講習会への参加
7　有機農産物の「提携」など日常的な購入
8　その他（具体的に　　）
9　いずれもない

（２）有機生産者や有機農業との関わりについて

1　有機農家の訪問、見学会
2　有機農園への援農
3　有機農業による家庭菜園・市民農園の実践
4　学校の授業の一環としての有機農業体験
5　その他（具体的に　　）
6　いずれもない

Q34　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？（○はひとつ）

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。

Q35　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？（○はいくつでも）

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　その他（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）
11　とくに必要ないと思う。
12　わからない。

Q36　「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？（○はいくつでも）

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 学校給食に有機農産物を使うようにリクエストする。
5 食育に有機農業体験・学校農園をリクエストする。
6 有機農家の農作業の手伝いをする。
7　有機農家の支援のための政策に賛同する。
8　その他（＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿）
9　必要ない。
10　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、ご自由にご記入下さい。

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

Ｑ１－１　あなたのお住まいはどこですか？

	回答数	%
計	2000	100.0
北海道	104	5.2
青森県	18	0.9
岩手県	25	1.3
宮城県	53	2.7
秋田県	17	0.9
山形県	17	0.9
福島県	22	1.1
茨城県	26	1.3
栃木県	12	0.6
群馬県	16	0.8
埼玉県	96	4.8
千葉県	86	4.3
東京都	231	11.6
神奈川県	181	9.1
新潟県	34	1.7
富山県	20	1.0
石川県	11	0.6
福井県	9	0.5
山梨県	10	0.5
長野県	25	1.3
岐阜県	21	1.1
静岡県	58	2.9
愛知県	133	6.7
三重県	23	1.2
滋賀県	22	1.1
京都府	32	1.6
大阪府	164	8.2
兵庫県	97	4.9
奈良県	28	1.4
和歌山県	9	0.5
鳥取県	10	0.5
島根県	6	0.3
岡山県	33	1.7
広島県	53	2.7
山口県	23	1.2
徳島県	18	0.9
香川県	14	0.7
愛媛県	30	1.5
高知県	13	0.7
福岡県	94	4.7
佐賀県	10	0.5
長崎県	17	0.9
熊本県	21	1.1
大分県	17	0.9
宮崎県	9	0.5
鹿児島県	15	0.8
沖縄県	17	0.9
その他	0	0.0

Q１―２　あなたのお住まいの市区町村はどこですか？

	回答数	%
計	2000	100.0
札幌市	50	2.5
仙台市	37	1.9
さいたま市	26	1.3
千葉市	13	0.7
横浜市	75	3.8
川崎市	35	1.8
新潟市	17	0.9
静岡市	12	0.6
浜松市	9	0.5
名古屋市	46	2.3
京都市	13	0.7
大阪市	53	2.7
堺市	16	0.8
神戸市	35	1.8
広島市	22	1.1
北九州市	21	1.1
福岡市	40	2.0
その他の市区町村	1446	72.3
相模原市	16	0.8
岡山市	18	0.9

Q１―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）

	回答数	%
計	2000	100.0
ない	637	31.9
少しある	792	39.6
たくさんある	530	26.5
わからない	41	2.1

Q２　あなたの性別を次から選んでください。

	回答数	%
計	2000	100.0
男	1000	50.0
女	1000	50.0

Q３　あなたの年齢を次から選んでください。

	回答数	%
計	2000	100.0
20 ～ 30 歳未満	500	25.0
30 ～ 40 歳未満	500	25.0
40 ～ 50 歳未満	500	25.0
50 ～ 60 歳未満	385	19.3
60 歳以上	115	5.8

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）

	回答数	%
計	2000	100.0
常勤	874	43.7
パート・アルバイト	296	14.8
農業	7	0.4
その他の自営業	145	7.3
専業主婦	432	21.6
学生	118	5.9
その他	128	6.4

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）

	回答数	%
計	2000	100.0
単身（自分一人）	267	13.4
夫婦または大人だけ	531	26.6
二世代家族（未成年・学生の子どもを含む）	962	48.1
三世代家族（未成年・学生の子どもを含む）	184	9.2
その他	56	2.8

Q５―１　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？

	回答数	%
計	2000	100.0
いる	400	20.0
いない	1600	80.0

Q６　お宅の収入（2009 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）

	回答数	%
計	2000	100.0
300 万円未満	323	16.2
300 万円以上 400 万円未満	268	13.4
400 万円以上 500 万円未満	254	12.7
500 万円以上 600 万円未満	205	10.3
600 万円以上 700 万円未満	180	9.0
700 万円以上 800 万円未満	137	6.9
800 万円以上 900 万円未満	98	4.9
900 万円以上 1000 万円未満	87	4.4
1000 万円以上	196	9.8
わからない	252	252.0

Q７　あなたは、お宅で食事を作りますか？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	2000	100.0
主に作る。	1004	50.2
手伝ったり、ときどき作る。	478	23.9
ほとんど作らない。	518	25.9

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）

	回答数	%
計	2000	100.0
はい	1316	65.8
いいえ	684	34.2

Q９　あなたは、日頃どこで米・野菜・果物等（農産物）を購入しますか？（いくつでも）

	回答数	%
計	1316	65.8
八百屋、青果店などの小売店	295	14.8
スーパーマーケット	1278	63.9
デパート	126	6.3
自然食品店などの専門店	64	3.2
生協、提携等の共同購入や宅配	259	13.0
通販やインターネット販売	104	5.2
生産者や農協による直売所、朝市	258	12.9
コンビニエンスストア	95	4.8
ディスカウントショップ	105	5.3
その他	26	1.3
わからない	4	0.2

Q９―１　米・野菜・果物等（農産物）の主な購入場所はどこですか？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	1312	65.6
八百屋、青果店などの小売店	53	2.7
スーパーマーケット	1128	56.4
デパート	9	0.5
自然食品店などの専門店	7	0.4
生協、提携等の共同購入や宅配	51	2.6
通販やインターネット販売	5	0.3
生産者や農協による直売所、朝市	41	2.1
コンビニエンスストア	2	0.1
ディスカウントショップ	8	0.4
その他	8	0.4

Q 10　あなたは、米・野菜・果物等（農産物）を購入するときに注意することは兄ですか？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)

	回答数	%
計	1316	65.8
おいしさ	363	18.2
栄養や健康	203	10.2
安全性	496	24.8
見た目（形が整っているか）	109	5.5
鮮度	832	41.6
安さ	824	41.2
旬のものであること。	225	11.3
産地（地元産や国内産であること）	431	21.6
栽培方法（有機農業であること）	39	2.0
その他	2	0.1
とくにない。	16	0.8

Q 11　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）

	回答数	%
計	2000	100.0
おおいに関心がある。	240	12.0
やや関心がある。	1022	51.1
あまり関心がない。	618	30.9
全く関心がない。	120	6.0

Q 12　野菜･果物にはそれぞれの旬（しゅん）があります。たとえばトマトの旬は夏ですが、あなたはトマトを買う時、旬を考えて買っていますか？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	2000	100.0
旬の夏にしか買わない。	111	5.6
だいたいは旬の夏に買うようにしている。	926	46.3
旬は考えないで、いつでも買っている。	963	48.2

Q 13　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、旬のトマトに比べるとエネルギーや環境への負荷が高いことを知っていますか（ひとつだけ）

	回答数	%
計	2000	100.0
知らなかった。	834	41.7
少し知っている。	867	43.4
よく知っている。	299	15.0

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）

	回答数	%
計	2000	100.0
ほとんど毎日	77	3.9
週に３～５日	139	7.0
週に1、２日	508	25.4
月に2、３日	638	31.9
月に１日以下	505	25.3
外食したり弁当や惣菜を買うことはない。	133	6.7

Q 15　あなたが、昨日一日に食べた、野菜を使った料理を下から選んでください。（いくつでも）

	回答数	%
計	2000	100.0
煮物料理	709	35.5
天ぷら／揚げ物	237	11.9
炒め物	548	27.4
生野菜サラダ	880	44.0
おひたし／温野菜	481	24.1
料理の付け合わせのトマトやキャベツ、千切り大根など	421	21.1
漬け物	546	27.3
みそ汁	887	44.4
野菜入りスープ	232	11.6
野菜ジュース（自家製）	27	1.4
野菜ジュース（市販）	224	11.2
その他	198	9.9
昨日、野菜は食べなかった	121	6.1

Q 16　以下の農産加工品のうち、お宅で作っているものはありますか？（いつくでも）

	回答数	%
計	2000	100.0
ジャム	305	15.3
果実酒	307	15.4
梅干し	317	15.9
ラッキョウ漬	151	7.6
たくあん・奈良漬	125	6.3
その他漬物	564	28.2
味噌	98	4.9
餅	176	8.8
こんにゃく	20	1.0
赤飯	226	11.3
パン	310	15.5
その他	614	30.7

Q 16―1　あなたも農産加工品を作りますか？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	2000	100.0
主に作っている	276	13.8
他の家族を手伝う程度	212	10.6
作らない	1512	75.6

Q 16―2　あなたは上のような農産加工品を食べたり作ったりすることに関心がありますか？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	2000	100.0
おおいにある	276	13.8
ややある	899	45.0
あまりない	614	30.7
全くない	211	10.6

Q 17　環境のためにあなたが日頃行っていることは何かありますか？（いくつでも）

	回答数	%
計	2000	100.0
マイバッグを使う。	1315	65.8
厚着、薄着で冷暖房の温度を調整する。	1015	50.8
自家製、地元産、あるいは国産の農産物の利用を心がける。	606	30.3
省エネやリサイクル製品など環境に配慮した商品を選ぶ。	438	21.9
できるだけリユース、リサイクルする。	767	38.4
生ごみを土に埋めたり、堆肥化する。	192	9.6
自動車を極力使わず、公共機関や自転車、徒歩で移動する。	476	23.8
自動車に乗るときはエコドライブをする。	407	20.4
太陽光発電など自然エネルギーを利用する。	75	3.8
その他	27	1.4
いずれもしていない。	199	10.0

Q 18　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

	回答数	%
計	2000	100.0
聞いたことがなかった	1120	56.0
聞いたことはあるが内容はよく知らない	638	31.9
よく知っている（内容もわかる）	242	12.1

地産地消

	回答数	%
計	2000	100.0
聞いたことがなかった	354	17.7
聞いたことはあるが内容はよく知らない	390	19.5
よく知っている（内容もわかる）	1256	62.8

ファトレード

	回答数	%
計	2000	100.0
聞いたことがなかった	1068	53.4
聞いたことはあるが内容はよく知らない	544	27.2
よく知っている（内容もわかる）	388	19.4

身土不二

	回答数	%
計	2000	100.0
聞いたことがなかった	1597	79.9
聞いたことはあるが内容はよく知らない	259	13.0
よく知っている（内容もわかる）	144	7.2

食農教育

	回答数	%
計	2000	100.0
聞いたことがなかった	946	47.3
聞いたことはあるが内容はよく知らない	736	36.8
よく知っている（内容もわかる）	318	15.9

Q 19　あなたは、これまでに「有機農業」（オーガニック」を含む）という言葉を聞いたことがありますか？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	2000	100.0
ある	1892	94.6
ない	108	5.4

Q 20 「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？（いくつでも）

	回答数	%
計	2000	100.0
安全・安心	1448	72.4
おいしい	686	34.3
環境によい	928	46.4
健康によい	1051	52.6
生き物が豊か	413	20.7
地域の自給を高める	250	12.5
在来野菜や地域の文化	259	13.0
よくわからない	166	8.3
その他	73	3.7

Q 20―1 「有機農業」という言葉から浮かぶ、あなたのイメージに最も強くあてはまるものは、以下のうちどれですか？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	1834	91.7
安全・安心	1035	51.8
おいしい	131	6.6
環境によい	200	10.0
健康によい	279	14.0
生き物が豊か	84	4.2
地域の自給を高める	21	1.1
在来野菜や地域の文化	33	1.7
その他	51	2.6

Q21　有機農業における化学的に合成された肥料（化学肥料）や合成農薬の使用は、原則とし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）

	回答数	%
計	2000	100.0
有機質肥料（堆肥など）を使えば、化学肥料も使用してよい。	240	12.0
有機質肥料（堆肥など）を使えば、合成農薬を使用してよい。	233	11.7
化学肥料や合成農薬は、いずれも使用しない。	1582	79.1

Q 22　有機農業とは、原則として、化学的に合成された肥料及び農薬を使用しない農業を指しますが、いろいろな特徴をもっています。あなたは、「有機農業」とはどのような農業だと思いますか？なお、環境関係は次の問にあるので選択肢から除いてあります。（いくつでも）

	回答数	%
計	2000	100.0
安全な農産物を提供する。	1408	70.4
品質がよく、おいしい農産物を提供する。	656	32.8
虫食い、すれ傷など外見が悪く、品質がよくない農産物を提供する。	257	12.9
生き物と共生することにより、作物が健康に成育し、害虫や病気に強い。	472	23.6
害虫や病気に弱く、収穫量が少ない。	487	24.4
多品種多種類の作物をつくるので収穫量が安定している。	47	2.4
冷害など異常気象でも収穫量が安定している。	41	2.1
収穫量が不安定である。	663	33.2
手間がかかる。	1388	69.4
畜産を含む総合的な経営を基本とし、家族経営に向いている。	129	6.5
農業機械を利用することで、大規模経営に向いている。	28	1.4
資源を有効利用し、経費的にも合理的である。	118	5.9
購入資材を多用し、経費がかかる。	227	11.4
在来品種の種子の自家採種などにより、食文化を守る	218	10.9
その他	21	1.1
よくわからない。	148	7.4

Q 23　あなたは、「有機農業」には、環境関係で、次のような役割があることを知っていましたか？（それぞれひとつずつ）

化学肥料、合成農薬を使用しないことにより、水系などへの環境汚染を減らす。

	回答数	%
計	2000	100.0
知らなかった	589	29.5
少ししっていた	1047	52.4
よく知っている	364	18.2

化学肥料、農薬を使わず、堆肥等を用いることにより、土や作物を守る虫やミミズの豊かな農業環境を保全する。

	回答数	%
計	2000	100.0
知らなかった	556	27.8
少ししっていた	952	47.6
よく知っている	492	24.6

堆肥やワラ、落ち葉などの有機資源を有効に利用する。

	回答数	%
計	2000	100.0
知らなかった	576	28.8
少ししっていた	915	45.8
よく知っている	509	25.5

かえる、とんぼ、どじょう、水鳥などの生物の住む環境を整え、生物多様性を守る。

	回答数	%
計	2000	100.0
知らなかった	599	30.0
少ししっていた	927	46.4
よく知っている	474	23.7

土中に堆肥などがあることにより炭素を貯留し、地球温暖化を防ぐ役割がある。

	回答数	%
計	2000	100.0
知らなかった	1145	57.3
少ししっていた	675	33.8
よく知っている	180	9.0

田畑から流れ出た腐植が植物プランクトンを増やし、地球温暖化防止につながる。

	回答数	%
計	2000	100.0
知らなかった	1154	57.7
少ししっていた	695	34.8
よく知っている	151	7.6

Q 24　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）

	回答数	%
計	2000	100.0
知らない。	1070	53.5
知っているが、その内容はよくわからない。	821	41.1
知っているし、その内容もわかっている。	109	5.5

Q 24―1　有機 JAS マークに関して、あなたが知っているものを選んでください。
（いくつでも）

	回答数	%
計	2000	100.0
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。	563	28.2
有機 JAS 規格は、国際規格にほぼ合わせたものになっている。	166	8.3
米・野菜等は、播種・植付け前 2 年以上、原則として化学肥料・合成農薬を使わない栽培方法を行う。	244	12.2
田畑の隣接地からの合成農薬等の飛来対策、流通段階の管理等にも基準がある。	144	7.2
有機 JAS 登録認定機関による検査と認定が義務付けられている。	192	9.6
有機 JAS マークがないと、「有機農産物」「オーガニック○○」等と表示してはいけない。	244	12.2
有機 JAS 認定を取得していない「有機農業」を行っている生産者は、「有機農産物」の表示をすることはできず、有機農業でつくった旨の情報を提供できるだけである。	99	5.0
輸入食品にも手続きを経て、有機 JAS マークを付けることができる。	63	3.2
知っているものはひとつもない	1195	59.8

Q 25　あなたは、どのようにして有機農産物等の購入場所や購入方法についての情報を得ていますか？（いくつでも）

	回答数	%
計	2000	100.0
店頭で実物を見て。	1093	54.7
チラシ・パンフレット類を見て。	317	15.9
口コミで得ている。	141	7.1
テレビ、ラジオ、新聞などから情報を得ている。	197	9.9
有機農産物の即売会など、イベントで情報を得ている。	141	7.1
インターネットで情報を得ている。	205	10.3
講演会、シンポジウム、学習会などで情報を得ている。	26	1.3
その他	24	1.2
有機農産物等の購入場所・購入方法についての情報はなく、知らない。	586	29.3

Q 26　お宅では、「有機農産物」を購入していますか？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	2000	100.0
日常的に購入する。	90	4.5
たまに購入する。	918	45.9
購入しない。	457	22.9
わからない。	535	26.8

Q 27　Q 26 で「日常的に購入する」または「たまに購入する」と答えた方に伺います。

Q 27―1　買い始めてから何年くらい経ちますか？

	回答数	%
計	2000	100.0
1 年未満	3	0.2
1 年～ 2 年	320	16.0
3 ～ 4 年	230	11.5
5 ～ 9 年	261	13.1
10 ～ 19 年	136	6.8
20 年以上	58	2.9

Q 27―2　お宅では「有機農産物等」を、どこで購入しますか？（いくつでも）

	回答数	%
計	1008	50.4
八百屋、青果店などの小売店	155	7.8
スーパーマーケット	715	35.8
デパート	110	5.5
自然食品店などの専門店	162	8.1
生協、提携等の共同購入や宅配	210	10.5
通販やインターネット販売	75	3.8
生産者や農協による直売所、朝市	258	12.9
コンビニエンスストア	6	0.3
ディスカウントショップ	9	0.5
その他	18	0.9
わからない	7	0.4

Q 27―2―1 「有機農産物等」の主な購入場所はどこですか。（ひとつだけ）

	回答数	%
計	1001	50.1
八百屋、青果店などの小売店	47	2.4
スーパーマーケット	542	27.1
デパート	28	1.4
自然食品店などの専門店	68	3.4
生協、提携等の共同購入や宅配	114	5.7
通販やインターネット販売	26	1.3
生産者や農協による直売所、朝市	160	8.0
コンビニエンスストア	0	0.0
ディスカウントショップ	4	0.2
その他	12	0.6

Q 27―2―2　あなたが「有機農産物等」を購入するのは、なぜですか？（いくつでも）

	回答数	%
計	1008	50.4
農産物の安全性が気になったから。	581	29.1
農産物の栄養などの質が気になったから。	171	8.6
農業の環境汚染が気になったから。	138	6.9
自分や家族の健康のため。	479	24.0
おいしいから。	316	15.8
有機農家を応援したいと思ったから。	175	8.8
地域の農地や自然環境を守りたいと思ったから。	149	7.5
温暖化など、地球環境問題が気になったから。	78	3.9
その他	38	1.9
わからない。	40	2.0
わからない	7	0.4

Q 27―3 「有機農産物等」の購入に当たって困難な要因があるとすれば、それは何ですか？（いくつでも）

	回答数	%
計	1008	50.4
近くで手に入らない。	226	11.3
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)。	764	38.2
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)。	134	6.7
品揃えが少ない。	328	16.4
地場産のものが少ない。	111	5.6
「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思う。	247	12.4
その他	2	0.1
とくにない。	41	2.1

Q 28　Q 26 で「『有機農産物等』を購入しない」と答えた方に伺います。「有機農産物等」を購入しないのは、なぜですか？（いくつでも）

	回答数	%
計	457	22.9
どこで買えるのか、よくわからないから。	133	6.7
値段が高いから（適正な値段とは思うが､自分の予算と比較して高い)。	320	16.0
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)。	69	3.5
買いたいと思う品がないから（品揃えが不十分)。	32	1.6
見た目がおいしそうでないから。	7	0.4
泥付きなどが多く、扱いが面倒くさそうだから。	12	0.6
虫がいそうで嫌だから。	36	1.8
自分で作っているから。	16	0.8
「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思うから。	67	3.4
その他	17	0.9

Q 29　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）

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農産物（野菜、コメ、茶、卵など）	927	46.4
有機農産物を使った加工食品（納豆、豆腐、ジャム、パスタなど）	487	24.4
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	502	25.1
有機レストランなど、有機農産物を使ったレストラン	444	22.2
有機コットンなどの有機素材の繊維で作った布製品	244	12.2
オーガニック化粧品など、有機素材を利用した化粧品	185	9.3
その他、有機素材を使った製品など	19	1.0
いずれも購入・使ったことはない	741	37.1

Q 30　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）

	回答数	%
計	2000	100.0
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）。	685	34.3
現状でよい。	774	38.7
購入を減らしたい。	14	0.7
購入しない／購入をやめる。	79	4.0
わからない。	448	22.4

Q 30―1　あなたが、特に購入をふやしたい（または、購入したい）とする品目は以下のうちどれですか？（いくつでも）

	回答数	%
計	685	34.3
米	389	19.5
葉もの野菜	601	30.1
ニンジンなど根菜類の野菜	530	26.5
イモ類	324	16.2
豆類	291	14.6
果物（国産）	419	21.0
果物（外国産）	71	3.6
その他	7	0.4

Q 31　あなたは、「生産者と消費者の提携（産消提携）」※という協同活動があるのを知っていますか？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	2000	100.0
知らない。	1388	69.4
少し知っている。	542	27.1
よく知っている。	70	3.5

Q 31―1　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）

	回答数	%
計	2000	100.0
現在利用している。⇒団体名をお教えください。	42	2.1
近くにあれば、利用したい。	841	42.1
あまり関心はない。	613	30.7
その他	26	1.3
わからない。	478	23.9

Q 32　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。

	回答数	%
計	2000	100.0
ある	176	8.8
ない	1824	91.2

Q 33　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？（あてはまるものすべてに○）

⑴　有機農産物等の利用について

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農産物の直売所や即売会での購入	296	14.8
「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加	93	4.7
有機農業・環境・食生活などに関する学習会やシンポジウムの参加	61	3.1
有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加	27	1.4
有機農産物等を使ったレストラン、カフェなどの利用	252	12.6
有機農産物を使った料理講習会への参加	31	1.6
有機農産物の「提携」など日常的な購入	51	2.6
その他	3	0.2
いずれもない	1469	73.5

⑵　有機生産者や有機農業との関わりについて

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農家の訪問、見学会	99	5.0
有機農園での援農	59	3.0
有機農業による家庭菜園・市民農園の実践	75	3.8
学校の授業の一環としての有機農業体験	50	2.5
その他	15	0.8
いずれもない	1774	88.7

Q 33―1　上記の活動のうち、あなたがやってみたい・続けたいと思うものはどれですか？（○はいくつでも）

⑴　有機農産物等の利用について

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農産物の直売市や即売会での購入	819	41.0
「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加	251	12.6
有機農業・環境・食生活などに関する学習会やシンポジウムの参加	94	4.7
有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加	57	2.9
有機農産物等を使ったレストラン、カフェなどの利用	584	29.2
有機農産物を使った料理講習会への参加	123	6.2
有機農産物の「提携」など日常的な購入	188	9.4
その他	6	0.3
いずれもない	850	42.5

⑵　有機生産者や有機農業との関わりについて

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農家の訪問、見学会	290	14.5
有機農園での援農	136	6.8
有機農業による家庭菜園・市民農園の実践	276	13.8
学校の授業の一環としての有機農業体験	169	8.5
その他	2	0.1
いずれもない	1350	67.5

Q 34　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）

	回答数	%
計	2000	100.0
知っているし、その内容もわかっている。	26	1.3
知っているが、その内容はよくわからない。	196	9.8
知らない。	1778	88.9

Q 35　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？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農産物等が入手できる場所に関する情報の提供	755	37.8
有機生産者との出会いの場に関する情報の提供	281	14.1
有機生産者との出会いの場を増やす。	289	14.5
有機農産物等が入手できる場所を増やす。	826	41.3
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
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。	194	9.7
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。	127	6.4
学校給食での有機農産物等の利用を促進する。	546	27.3
食育に有機農業体験・学校農園を入れることを推進する。	403	20.2
その他	40	2.0
とくに必要ないと思う。	105	5.3
わからない。	609	30.5

Q 36 「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）

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農産物を、（さらに）積極的に購入するようにする。	619	31.0
友人や知人に有機農産物を勧める。	237	11.9
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。	570	28.5
学校給食に有機農産物を使うようにリクエストする。	405	20.3
食育に有機農業体験・学校農園をリクエストする。	262	13.1
有機農家の農作業の手伝いをする。	131	6.6
有機農家の支援のための政策に賛同する。	279	14.0
その他	30	1.5
必要ない。	88	4.4
わからない。	690	34.5

付表４　回答者の自由記入

Q 27―2　お宅では「有機農産物等」を、どこで購入しますか？（いくつでも）

	回答数	%
計	1008	50.4
八百屋、青果店などの小売店	155	7.8
スーパーマーケット	715	35.8
デパート	110	5.5
自然食品店などの専門店	162	8.1
生協、提携等の共同購入や宅配	210	10.5
通販やインターネット販売	75	3.8
生産者や農協による直売所、朝市	258	12.9
コンビニエンスストア	6	0.3
ディスカウントショップ	9	0.5
その他	18	0.9
わからない	7	0.4

Q 27―2―1 「有機農産物等」の主な購入場所はどこですか？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	1001	50.1
八百屋、青果店などの小売店	47	2.4
スーパーマーケット	542	27.1
デパート	28	1.4
自然食品店などの専門店	68	3.4
生協、提携等の共同購入や宅配	114	5.7
通販やインターネット販売	26	1.3
生産者や農協による直売所、朝市	160	8.0
コンビニエンスストア	0	0.0
ディスカウントショップ	4	0.2
その他	12	0.6

Q 27―2―2　あなたが「有機農産物等」を購入するのは、なぜですか？（いくつでも）

	回答数	%
計	1008	50.4
農産物の安全性が気になったから。	581	29.1
農産物の栄養などの質が気になったから。	171	8.6
農業の環境汚染が気になったから。	138	6.9
自分や家族の健康のため。	479	24.0
おいしいから。	316	15.8
有機農家を応援したいと思ったから。	175	8.8
地域の農地や自然環境を守りたいと思ったから。	149	7.5
温暖化など、地球環境問題が気になったから。	78	3.9
その他	38	1.9
わからない。	40	2.0

Q 27―3 「有機農産物等」の購入に当たって困難な要因があるとすれば、それは何ですか？（いくつでも）

	回答数	%
計	1008	50.4
近くで手に入らない。	226	11.3
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)。	764	38.2
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)。	134	6.7
品揃えが少ない。	328	16.4
地場産のものが少ない。	111	5.6
「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思う。	247	12.4
その他	2	0.1
とくにない。	41	2.1

Q 28　Q 26 で「『有機農産物等』を購入しない」と答えた方に伺います。「有機農産物等」を購入しないのは、なぜですか？（いくつでも）

	回答数	%
計	457	22.9
どこで買えるのか、よくわからないから。	133	6.7
値段が高いから（適正な値段とは思うが､自分の予算と比較して高い)。	320	16.0
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)。	69	3.5
買いたいと思う品がないから（品揃えが不十分)。	32	1.6
見た目がおいしそうでないから。	7	0.4
泥付きなどが多く、扱いが面倒くさそうだから。	12	0.6
虫がいそうで嫌だから。	36	1.8
自分で作っているから。	16	0.8
「有機」などの表示が本当かどうか疑わしく思うから。	67	3.4
その他	17	0.9

Q 29　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）

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農産物（野菜、コメ、茶、卵など）	927	46.4
有機農産物を使った加工食品（納豆、豆腐、ジャム、パスタなど）	487	24.4
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	502	25.1
有機レストランなど、有機農産物を使ったレストラン	444	22.2
有機コットンなどの有機素材の繊維で作った布製品	244	12.2
オーガニック化粧品など、有機素材を利用した化粧品	185	9.3
その他、有機素材を使った製品など	19	1.0
いずれも購入・使ったことはない	741	37.1

Q 30　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）

	回答数	%
計	2000	100.0
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）。	685	34.3
現状でよい。	774	38.7
購入を減らしたい。	14	0.7
購入しない／購入をやめる。	79	4.0
わからない。	448	22.4

Q 30―1　あなたが、特に購入をふやしたい（または、購入したい）とする品目は以下のうちどれですか？（いくつでも）

	回答数	%
計	685	34.3
米	389	19.5
葉もの野菜	601	30.1
ニンジンなど根菜類の野菜	530	26.5
イモ類	324	16.2
豆類	291	14.6
果物（国産）	419	21.0
果物（外国産）	71	3.6
その他	7	0.4

Q 31　あなたは、「生産者と消費者の提携（産消提携）」※という協同活動があるのを知っていますか？（ひとつだけ）

	回答数	%
計	2000	100.0
知らない。	1388	69.4
少し知っている。	542	27.1
よく知っている。	70	3.5

Q 31―1　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）

	回答数	%
計	2000	100.0
現在利用している。→団体名をお教えください。	42	2.1
近くにあれば、利用したい。	841	42.1
あまり関心はない。	613	30.7
その他	26	1.3
わからない。	478	23.9

Q 32　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？

	回答数	%
計	2000	100.0
ある	176	8.8
ない	1824	91.2

Q 33　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？（あてはまるものすべてに○）

⑴　有機農産物等の利用について

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農産物の直売市や即売会での購入	296	14.8
「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加	93	4.7
有機農業・環境・食生活などに関する学習会やシンポジウムの参加	61	3.1
有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加	27	1.4
有機農産物等を使ったレストラン、カフェなどの利用	252	12.6
有機農産物を使った料理講習会への参加	31	1.6
有機農産物の「提携」など日常的な購入	51	2.6
その他	3	0.2
いずれもない	1469	73.5

⑵　有機生産者や有機農業との関わりについて

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農家の訪問、見学会	99	5.0
有機農園での援農	59	3.0
有機農業による家庭菜園・市民農園の実践	75	3.8
学校の授業の一環としての有機農業体験	50	2.5
その他	15	0.8
いずれもない	1774	88.7

Q 33　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？
（あてはまるものすべてに○）

⑴　有機農産物等の利用について

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農産物の直売市や即売会での購入	296	14.8
「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加	93	4.7
有機農業・環境・食生活などに関する学習会やシンポジウムの参加	61	3.1
有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加	27	1.4
有機農産物等を使ったレストラン、カフェなどの利用	252	12.6
有機農産物を使った料理講習会への参加	31	1.6
有機農産物の「提携」など日常的な購入	51	2.6
その他	3	0.2
いずれもない	1469	73.5

⑵　有機生産者や有機農業との関わりについて

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農家の訪問、見学会	99	5.0
有機農園での援農	59	3.0
有機農業による家庭菜園・市民農園の実践	75	3.8
学校の授業の一環としての有機農業体験	50	2.5
その他	15	0.8
いずれもない	1774	88.7

Q 33―1　上記の活動のうち、あなたがやってみたい・続けたいと思うものはどれですか？
（○はいくつでも）

⑴　有機農産物等の利用について

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農産物の直売市や即売会での購入	819	41.0
「有機農業フェア」など総合的なイベントへの参加	251	12.6
有機農業・環境・食生活などに関する学習会やシンポジウムの参加	94	4.7
有機農業・環境・食生活などに関する映画会への参加	57	2.9
有機農産物等を使ったレストラン、カフェなどの利用	584	29.2
有機農産物を使った料理講習会への参加	123	6.2
有機農産物の「提携」など日常的な購入	188	9.4
その他	6	0.3
いずれもない	850	42.5

⑵ 有機生産者や有機農業との関わりについて

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農家の訪問、見学会	290	14.5
有機農園での援農	136	6.8
有機農業による家庭菜園・市民農園の実践	276	13.8
学校の授業の一環としての有機農業体験	169	8.5
その他	2	0.1
いずれもない	1350	67.5

Q 34　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）

	回答数	%
計	2000	100.0
知っているし、その内容もわかっている。	26	1.3
知っているが、その内容はよくわからない。	196	9.8
知らない。	1778	88.9

Q 35　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）

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農産物等が入手できる場所に関する情報の提供。	755	37.8
有機生産者との出会いの場に関する情報の提供。	281	14.1
有機生産者との出会いの場を増やす。	289	14.5
有機農産物等が入手できる場所を増やす。	826	41.3
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
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。	194	9.7
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。	127	6.4
学校給食での有機農産物等の利用を促進する。	546	27.3
食育に有機農業体験・学校農園を入れることを推進する。	403	20.2
その他	40	2.0
とくに必要ないと思う。	105	5.3
わからない。	609	30.5

Q 36 「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）

	回答数	%
計	2000	100.0
有機農産物を、（さらに）積極的に購入するようにする。	619	31.0
友人や知人に有機農産物を勧める。	237	11.9
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。	570	28.5
学校給食に有機農産物を使うようにリクエストする。	405	20.3
食育に有機農業体験・学校農園をリクエストする。	262	13.1
有機農家の農作業の手伝いをする。	131	6.6
有機農家の支援のための政策に賛同する。	279	14.0
その他	30	1.5
必要ない。	88	4.4
わからない。	690	34.5

平成 22 年度　生産環境総合対策事業
有機農業総合支援事業　調査事業報告書

有機農業への消費者の理解促進と「提携」に関する調査報告

平成 23 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