

パネルディスカッション議事録

コーディネーター

株式会社 TEAM MY Media 代表取締役 木戸 亜耶

パネリスト

日本有機農業研究会 理事 吉田 太郎

合同会社早瀬 代表社員 早瀬 賢吾

よしむら農園 梅島 ルミ

ラルラルオーガニック 黒木 康弘

株式会社コープ有機 商務部 統括マネージャー 田中 勇磨

香川県消費者団体連絡協議会 会長 長町 孝子

(敬称略)

【木戸】

ここからのお時間は、「環境に優しい農産物を消費者に届ける！販路開拓の方法について」をテーマにパネルディスカッションを進めていこうと思います。

今回は有機農産物や特別栽培農産物などの環境にやさしい栽培方法で生産された農産物の販路を確保するためには、どのような方法が効果的か、どのような働きかけが必要かなどについて考えていきたいと思っております。

それでは本日のパネリストの皆様をご紹介します。まずは先ほどご講演いただきました、日本有機農業研究会 理事の 吉田 太郎 様、続いて、合同会社早瀬代表社員の 早瀬 賢吾 様、まんのう町で有機農業に取り組むラルラルオーガニックの 黒木 康弘 様、株式会社コープ有機 商務部 総括マネージャーの 田中 勇磨 様、丸亀市で有機農業に取り組むよしむら農園の 梅島 ルミ 様、香川県消費者団体連絡協議会 会長の 長町 孝子 様、皆様よろしく願いいたします。

そして本日のコーディネーターは引き続き私 木戸 亜耶が務めさせていただきます。私は初代のさぬき讚フルーツ大使として、香川県産フルーツのPRを先ほどご挨拶いただいた古市課長と一緒にお伝えをさせていただいておりました。好きなフルーツはいちごのさぬきひめですけれども、皆様にも好きなお野菜について紹介いただきたいと思います。では、引き続きよろしく願いいたします。

それではパネリストの皆様好きなお野菜と自己紹介を兼ねて、ご自身の取り組み内容についてお話をいただきたいと思います。

まずは 吉田 太郎様ですが、ご講演いただいたばかりですので、好きなお野菜だけ教えていただいてもよろしでしょうか。

【吉田】

夏ですので、ぬるぬる系ってということでモロヘイヤとか健康にいいお野菜が好きです。

【木戸】

なるほど、健康を意識したぬるぬる系をご紹介いただきました。吉田様、よろしくお願いします。それでは、ほかのパネリストの皆様にもお話をいただきたいと思っています。

では最初に地元のみえるらべる登録商品やエコファーマーが生産した農産物などをスーパーの産直コーナーなどで販売するにあたり、企画や取りまとめに従事されておられます 早瀬 賢吾様、好きなお野菜からお願いいたします。

【早瀬】

ナスです。

僕は株式会社フジのマルナカで、新規店舗が多いんですが、レインボー店のよう
に大きい店舗の産直コーナーでイベントの運営をさせていただいております。みえる
らべるなど、差別化を図るための検討を行う中で、みえるらべるの登録に向け生
産者への働き掛けを行い、取組生産者を拡大させることで専用の棚を展開したとい
うことでここに呼ばれております。売場の最前線でやらせていただく中で、一応
コンサル的なこともしていますので、農家さんの収入を確保する一方でマルナカさ
んの方から売上目標の要請もありますので、ファンの拡大を図る上でそれをクリア
する意味では、生産者に対して商品に対する考え方とか売り方というものを広めて
いる最中です。

【木戸】

ありがとうございます。今日は早瀬様の応援団の皆様も来てくださっているそう
です。

それでは続きましてまんのう町で有機農業に取り組み、地元を中心に県内外のレ
ストランや個人に農産物を供給されておられます、ラルラルオーガニックの 黒木
康弘様、好きな野菜とともに取組み内容などを教えてください。

【黒木】

こんにちは、黒木と申します。好きな野菜はジャガイモです。

当農園では農地を一昨年に拡大したのですが、米を1町強、野菜を4反、全部で
1町5反ぐらいの規模で、全部有機栽培になります。今年で9年目になりますが、
初めてコウノトリがうちの畑に突然飛来しまして、それを発見して喜んでおりまし

た。今日の吉田先生の講演資料にも写真がありますけども、まんのう町はコウノトリが最近増えてきている場所です。ただコウノトリが来ただけなんですけど、純粋に良かったなと思いました。今年は3回来てくれたんですが、また来年も来てもらいたいなと思っております。よろしくお願いします。

【木戸】

ありがとうございます。本当にぜひ私も見てみたいです。羨ましいです。ありがとうございます。

では続きまして、株式会社コープ有機のバイヤーとして、有機農産物などを中心とした青果の仕入販売の統括業務に携わっておられる田中 勇磨 様、好きなお野菜と共によろしくお願いいたします。

【田中】

はい、株式会社コープ有機の田中と申します。よろしくお願いいたします。好きな野菜は、実は被ってしまいましたがジャガイモです。結構いろんな地域で作られていて、季節によって若干味が変わったりとか、地域性を感じられるところが好きな理由でジャガイモを選ばせてもらいました。

簡単に弊社の紹介をさせていただければと思います。弊社コープ有機という会社ですけども、コープ自然派という生協の子会社になっておりまして、香川県も含めて近畿と四国を担当しています。農産物の調達を担っている会社になりますが、現在はコープ自然派と愛知県でやってるアイチョイスという生協と栃木でやっている四つ葉生協という生協の三つに農産物を卸す事業をしています。取り扱っている商品自体は社名に有機と付いていますが、有機JASのものをはじめ、栽培期間中農薬不使用のものから生協独自の基準ですが、いわゆる特別栽培に近いような基準を満たしている農産物など、こだわった商材を扱っている会社です。

私自身はそういった農産物を集めてくるバイヤーという仕事で北海道から沖縄までいろんな生産者のところへお伺いさせてもらってお仕事をいただいています。もし今日来られている生産者の方で興味がおありの方は、後でご連絡いただければ、ぜひ対応させていただきたいと思いますので、本日はよろしくお願いいたします。

【木戸】

では、続きまして香川県有数の有機栽培農家である、よしむら農園の従業員として栽培管理の采配をされていらっしゃいます、梅島 ルミ様、好きなお野菜とともに教えてください。

【梅島】

はじめまして、私はよしむら農園で働いています梅島と申します。よろしくお願いします。好きな野菜は夏に採れるきゅうりが好きです。いやほど採れるんですが、食べられなくなるとなぜか食べたくなるほど好きです。

よしむら農園は香川県の丸亀市にあって、近くに土器川が流れております。私たちの農園は、代表の吉村を中心に環境にやさしい有機栽培を実践しております。私自身も農園で働く中で自然の恵みを感じつつ、日々厳しいことも味わいながら、安心安全だけではなく美味しい野菜を消費者の皆様にお届けできるようにと思っております。地域の皆様や子どもたちと食育活動などにも積極的に参加し、次世代へとつながる農業を目指しています。どうぞよろしくお願いいたします。

【木戸】

続きまして、安全で豊かな消費生活の創造を目標として、消費者支援活動に取り組まれている香川県消費者団体連絡協議会の 長町 孝子様、好きなお野菜と一緒に教えてください。

【長町】

こんにちは。消費者団体の代表として来ました、長町です。よろしくお願いいたします。好きな野菜は、きっと皆さん嫌いと思うんですけど、私はニンジンが大好きです。なぜかと言いますと、私の実家は徳島の藍住というところなんですが、ニンジンをいっぱい作ってまして、30年間手伝いに行ってましたが、大変さもいろいろ見てきましたので、ニンジンが大好きです。私自身は今、引田でニンニクを二反半作ってます。だからニンニクが大好きかと言うと、ニンニクはあまり食べません。生活の糧にニンニクを作ってますが、皆さんに黒ニンニクとしてお届けするのが、私の今一番の喜びです。

消費者団体から来ましたので、消費者の目線で皆さんにお伝えするというか、物を買うときにどういう基準で買ってるかをお知らせできたらいいかなと思っております。よろしくお願いいたします。

【木戸】

ありがとうございます。消費者としても生産者としても気持ちが両方わかるということで、ぜひご意見ください。よろしくお願いいたします。

それではパネリストの皆さん方と本日のテーマであります、環境にやさしい栽培方法で生産された農産物の販路を確保するために、どのような方法が効果的か、どのような働きかけが必要かということで、話を進めてまいりたいと思います。

まずは環境にやさしい栽培方法で生産された農産物の販路を開拓するということで、重要な要素はどんなところにあると思われますか、ということで、まずは吉田

様よろしいでしょうか。よろしくお願いいたします。

【吉田】

はい。今日前半で少しお話したとおりですね。なかなか自分たちが毎日食べてる農産物はどういう価値があるのかっていうのがわからないと思うんですね。有機というのは健康にやさしいとか言われてたんですが、そればかり掘り下げていくと、いわゆる慣行農産物など普通に作っているものは全部体に悪いのかって形になってしまいますよね。

今日前半にお話したとおり、実はネオニコチノイドを撒いていない、そういう田んぼで作ったお米っていうのは完全有機じゃなくても、コウノトリが来てくれるとか、あるいは温暖化を防げるとか、いろんな価値があるんですね。そのあたりが良く外部経済と言うのですが、今まであまり推奨されていなかったんですね。逆に外国産の農産物ってものすごい安い安いって盛んに言われてますが、実は今日最初の方のスライドを見せた時に、本当はアメリカ産のものというのは大量の農薬を使っている代わりに大量の補助金が出てるんです。それで利益が高いというよりは、逆に慣行農産物と言われているものが不当に安くなっていることもあります。だからそのあたりがきちんと見える化されることによって、消費者の意識が変わっていく、そういうことが必要ではないかと思います。

【木戸】

そうですね。やっぱり価値に気付いてもらうことが大事ですね。

【吉田】

都道府県や農林水産省も結構見える化に取り組んでいるんですね。例えば大阪府も環境にやさしい栽培方法で作った農産物って実は温暖化に優しいですよみたいなのを一生懸命ラベル化するとか、いろんなところで取り組み始めてますので、やっぱり消費者が意識して、逆に買うことで応援する、そういう形になっていかなくてはいけないかなと思います。

【木戸】

ありがとうございました。ラベル化のお話がありましたが、早瀬様いかがでしょうか。販路を開拓する上で重要な要素についてお願いいたします。

【早瀬】

今回みえるらべるに関して農政局の方からご紹介いただきましたが、僕としてはこのみえるらべるが販売する立場からすると非常にやりやすいですね。付加価値を

つける意味での消費者への浸透力というのはまだない状態なので、販路拡大も大事ですが、まずはみえるらべる自体の周知をすることの方が重要かなと思います。周知して消費者がこのお店のこの棚に、このみえるらべるに取り組む生産者の野菜があるんだなっていうことの認識が進めば、初めてそのみえるらべるやエコファーマーに取り組んだ価値が出てくるんだと思います。まず僕の立場としては売らなければならないので、マルナカなどの量販店の産直コーナー、その中でのエコファーマーやみえるらべるの展開としては、そこでいかに件数を売るか、お客さんがどれだけ買い続けていただけるかというところを重視して、まず手に取っていただくために価格を含めた全体の設定が重要かなと思います。

【木戸】

ありがとうございます。やっぱりどんな価値があるものかっていうのを、まずは一般の皆さんに知ってもらうことは大事ですよ。

長町様どうですか、お買い物の際にそういったマークを気にしたりとか、消費者感覚としてはどうでしょうか。

【長町】

あまり見ません。主婦ってまず第一に見るのが価格だと思うんですよ。これは有機栽培で本当に手間暇かけた食品っていうのはわかるんですけど、やっぱり 200 円と 100 円の商品があったら多分 100 円の方を取ってしまう心理があるかと思います。

私も栽培しているニンニクの場合で言いますけど、スーパーで売られてるニンニクで国産の 3 個入りが 300 円で売っていて、一方で中国産のニンニクが 5 個入って 150 円で売っていたら、その場合は 300 円のニンニクを取ります。なんでかと言うと中国産はいっぱい消毒を使ってるっていうイメージがあるからだと思うんです。消費者も悪いんですけど、有機栽培でも曲がったきゅうりはダメ、それから穴の空いた小松菜はちょっと遠慮しようかなっていう意識もあるので、真っすぐのきゅうりを取ったりとか、そういう方に行ってしまうといった心理が働きがちです。

【木戸】

正直な気持ちを教えていただきましてありがとうございます。この環境に優しい農業に対する理解を促進していく中で、地球温暖化とか、SDG's の観点からしても時代が求めているものは環境に配慮したものが大事っていうことは私たちもわかっているんですけど、実際のところ作る量だとか美味しさを維持することって、現場としては本当に大変なんじゃないのかなって素人としては思うんですけども、生産者のお二人に伺ってみたいと思います。黒木様、この販路を開拓する上で重要な

要素ってどんなところにあると思われますか？

【黒木】

はい、結構本当に難しい質問で今までどう答えようか迷ってたんですけども、僕の場合は、いろんな人に1回だけ買ってもらうというのを目指しているのではなくて、買ってくれた人が少数でもずっと生きてる限り買ってくれるようなものをお店に置きたいという思いがあります。だから、リピート率を上げる方を目的にしているので、とにかく美味しくなければならぬ。値段も手頃でなければならぬ。難しいです。それを目指して、まずはちゃんと作るってことです。それが一番難しいんですけどね。販路を開拓できたのを振り返ってみると、本当に出会いしかなかったんです。よしむら農園さんで修行させてもらった当時に会った人たちが、うちの米や野菜を買ってくれる人になりましたし、そこで出会った人、元スタッフさんですけども、今は東京のある会社に転職されているんですが、僕の米が欲しいというお声をかけていただいて、今年の新米から送れるようになったんです。それも出会いの中でその人に当時、米を時々あげてたんですけども、美味しい、美味しいって食べてくれていた9年ぐらい前のことを覚えてくれていて、9年後に思い出してチャンスをくれた。だからいつ繋がっていくかわからないんですけども、人として自分の誠実さですか、それを磨き続けていくとか、そういうベースの部分ですかね。

【木戸】

ありがとうございます。すごく誠実に作られているんだというのが伝わってきましたけれども、今のお話にあったようにリピーターさん、新しい出会い、人との出会いっていうところも重要になってくるのかなと思います。では、よしむら農園の梅島様はいかがでしょう。

【梅島】

販路を広げるために大切なことという、有機野菜はどうしても値段が高くなってしまふので、消費者の方からすると遠ざかってしまふ原因にはなると思ふんです。高いだけにそれを味わう時間、食事の時間を大切に思っていると見た目がちょっと悪くても、美味しさを家庭の中で伝え合えることが大切かなっていうのと、高いのにはどんな意味があるとか、どんないいことがあるかっていうのは、生産者の押し付けとかにはならないように、共感してもらうことで価値が納得してもらえたら、そういうことも大事になるのかなと思います。

【木戸】

とても素敵ですよ。皆さんいかがでしょうか。食事の時間を大切にするっていうところにも価値を置いてみるのはすごく重要な要素かなというふうに思いました。ありがとうございます。

やっぱりスーパーでお野菜を手にとってみると、農家さんの努力とかご苦労が目に見えちゃうような気がしますけれども、流通に関わっている側からしたらどうかなというところでお伺いしたいんですが、田中様、販路を開拓していくうえで大事なことはどういうところだと思われますか。

【田中】

私どもは生協という形で販売をしている都合がありまして、販路拡大には2種類あります。まず一つは生協で買っていただくためには、組合員になっていただく必要がありますので、多くの人に弊社がやっているコープ自然派の中ではこういう農産物を扱っているということをわかっていただく必要があるんですが、なかなかそれが環境にやさしいという形でアプローチした時に、いかに皆さんに理解いただけるかというところだと思います。現状、組合員の方に農産物に関して弊社を選んでいただいているところでいくと、まずは食の安心安全っていうところから入っていることがほとんどで、なかなか今テーマになっている環境にやさしいという視点を生協の組合員になってもらうきっかけにするのは組合員を増やしていく中では、テーマとして難しい課題を持っているという状況になっています。一方で組合員になっていただいた方の中でも、いかにこの環境に配慮した農産物を買っていただけるようになるかという、弊社の中ではみえるらべるではないんですが、独自でネオニコに関して不使用なのか、減らすように努力しているものなのか、まだ使っているものなのかっていうことを組合員の方にも分かるようにラベルをつけている。ネオニコ不使用マークっていうものをつけている形で組合員の方に選んでいただくようになっています。実際マークをつけているだけだとなかなか広がっていかないと思うので、生協のカatalogの中だけでも、組合員の方にこれがどういう意味を持っているもので、どういう価値があるのか、自分が食べる時にそれが実際に味としては表現されないですけども、例えばミツバチが減っているところを止めることができたり、環境に配慮するところに貢献できてますよっていうところが組合員に伝わっていただければいいかなという取り組みをしています。実際のところ、このネオニコ不使用マークがついている商品とついてない商品では弊社の中ですが、ついている商品を優位に選らんでいただいている実績もあるので、そういうラベルだったり、見える状態にして消費していただく皆様に理解を進めていくことで一定の効果があるんじゃないかなと私どもは思っています。

【木戸】

ありがとうございます。やっぱり自分で選ぶための情報をいただけるのはすごく買う側としてはいいかなと思うんですけど、長町様どうでしょうか。お野菜を買うときのお話にもありましたけど、どういうところをお野菜を買うときに重要視しておりますか。

【長町】

先ほど生協さんもおっしゃってましたが、私が知るところでは生協にお野菜を納める時は、農薬検査が厳しいと聞いております。多分、基準値以上のお野菜は取り扱っていただけないっていうのを聞いておりますので、生協の野菜は安心っていうのが私の頭の片隅にあります。もう一つは、先ほど見える化シールのことをお話ししていましたが、やっぱりシールがついていたら、こういう生産者の方が作ってくれてるっていう安心感があります。生産者の方もシールなどで顔や名前を出すってことは、それだけ自分の商品に責任を持つというか、自信を持ってお店に並べてくださってるっていうのがわかりますので、それはすごくいいことだと思っております。

【木戸】

ありがとうございます。私も含めてですけど、なかなか毎日のお買い物の時にはお互いの関係性がないので、生産者の顔まで思い浮かばない。実際のところ環境のことを意識しながらお買い物をするっていうことについてどう思われますか。

【長町】

やっぱり環境というか、自分の健康って口から入るものから健康を維持していくって先ほどもおっしゃられたんですけど、その食べ物の積み重ねが自分の体を維持して健康に繋がるってことなのではないかと思います。そのことは病気をして気付くこともあります。子供たちに本当に体にいい野菜を口の中に入れていただきたいっていう気持ちもすごくあります。最近、子供たちの糖尿病とか、いろいろ悪影響も出てきてますので、それはとても大事なことだなと思っております。

【木戸】

ありがとうございます。

続いて価格についても伺っていきたいのですが、今、長町様のお話の中に子供たちという言葉がありました。実は梅島様は幼稚園の先生の資格をお持ちですが、子供たちにもこういうものを食べてもらいたいなって思うところもあると思いますし、価格についても思うところがありそうな感じがするのですが、いかがですか。

【梅島】

そうですね。価格に関しては、どうしても人件費が掛かってしまうので下げられないという状況が現実にはあります。地元のスーパーと共同企画で苗を定植するところから収穫した野菜を子供たちが販売して、それを実食するというイベントを夏に行ったり、夏休みの期間を利用して畑に行ったりすることで、実は大根って夏には採れないんだってというような発見があったりします。食育を通してですが、保護者の方もそのイベントには参加されるので、親子で味わうことも食育にはなるのか、こんなに野菜を作るのに手間がかかったり、気温が高い日中はみんなエアコンの中で宿題をしたりするんですけど、実は水やりから何から露地（外）に出ると、人間の方が水を飲みたいっていうぐらい暑いので、そういった大変さも肌を通して感じるがあるので、その野菜の価値が伝わりやすい。まあ、これだけ高いのも仕方ないよねってというようなお話もいただきます。

【木戸】

ありがとうございます。とても素敵なイベントをされてるんですね。

早瀬様は生産者さんの気持ちもわかり、そして消費者、売り場の気持ちもわかるというところで、価格についてどういうことを思われていますか。

【早瀬】

実は価格が一番重要な要素を占めます。僕の方では三方良しと言いまして、まず売り場を提供していただいているスーパーさん、そして作っていただいた農家さん、そして食べていただく消費者さん、皆さんが喜ぶような形で商品を提供するという形で進めています。その中で一番大事なことは、皆さんが一番関心があるところでいくと消費者に向きがちなんですが、僕の方は農家さんの経営を見ているので、年間一人で600万円から800万円の売上げ、夫婦で1000万円の売上げを取れるような、例えばみえるらべるやエコファーマーの方のプロデュースの方が大事です。価格を決定する要素の中で一番大事なところですが、量販店ですのでいっぱい商品は並んでおりますが、僕のところに所属する農家さんの人気はものすごく高いです。その理由がやっぱり価格にあって、同じ店舗に並んでいる商品よりも安い価格でエコファーマー商品、みえるらべる商品を買っていただいております。なぜそういった価格を設定しないといけないのかというと、さっき言った600万円から800万円とか、自分が所得として設定した数字を達成するためには最低限一日に何百点売らないといけないか、そこがテーマになってくるので、売れる価格イコール年収に繋がってくるというところですね。

そのための取り組みとして、価格を下げるために有機農業を取り入れた価格を抑えるシンプルな農業にこだわっております。シンプルな農業の中でも、見た目の綺

麗さとか美味しさは当たり前なんですが、低価格を実現するためにはコストをいかに削減できるかが重要ですから、設備投資を含めていろんなところで僕からアドバイスをしています。それによって僕の提携農家の中には、夫婦で1200万円の売上げがある生産者もいます。それもほとんどマルナカの産直で、しかも3店舗のみでの展開です。そういう現場と農家と価格というか、お客さんに対して示す価格っていうのがその成功の秘訣というか大事な要素だとは思っています。

【木戸】

ありがとうございます。具体的なお話も教えていただきました。

田中様は全国色々と回られているので、ぜひ教えていただきたいんですけど、価格設定における消費者理解というところで、地域差を感じられることがありますでしょうか。

【田中】

私も生協の中では特にコープ自然派で販売してるものに関しては市場流通しているものではなく、産直の商品を揃えています。そういう都合もあって基本的には生産者の方と直接相談させていただいています。先ほど人件費が上がっているという話もありましたが、地域に関係なく最低賃金も上がっている関係で人件費も上がってきていますので、コストが上がってきている中では売価を上げざるを得ないというのが現状です。消費者の方に対しては売価としては一見高くなっているのが現状ですが、先ほど少し話にあった、ニンニクの中国産と国産だったらちょっと高くても国産を買うよという話がありましたけど、まさにその状態で価格だけではなくて、納得できるクオリティであれば少々高くても買うという選択を普段からされている感覚が皆さんにもあるのではないかと思います。価格自体は2倍以上に上がってますけど、商品の付加価値を伝えるために流通させていただいている私どもが生産者のものを、ものだけじゃなくストーリー込みでどうやってご提案できるかっていうところで、解決していこうというのがコープ自然派とか、弊社のスタンスがあるので、価格が上がっている実情は否めないですけども、なんとか販売を維持できるように努めているというのが今の現状です。

【木戸】

ありがとうございます。

今日も基調講演で吉田様のお話の中にもありましたが、入り口的に見ても質のいいものを食べたほうがいいよっていうのは、皆さんも理解されていると思うんですが、価格に関しても理解をされているのかという世間の風潮というか、意識はどのように感じられますか。吉田様、お願いします。

【吉田】

今のご質問と答えはちょっと違ってるかもしれませんが、価格の話が出たので、解決策ってわけではないのですが、面白い事例をご紹介したいと思います。この香川県の隣に愛媛県がありますが、今治市ってところが地産地消給食にいち早く取り組んだのです。自校方式とかセンター方式ってわかるかと思うんですが、もともとセンター方式という形で大規模になったものを徐々に解体して行って、自校方式にして行って、非常に面白いことをしたんですね。2003年に、その今治市役所の方がですね、26歳の全市民に対して、何をもって農産物を評価しますかというアンケート調査をやったんです。すると驚くべき結果が出てきて、価格が安いのが一番いいというのが当然予想される答えですが、まだセンター方式だったところの給食を食べた子供さんの回答は価格だったんです。ところが、自校方式の給食を食べた子供さんは、それよりも誰が作ったか、どこで採れたのか、そちらの方を重視するという驚くべき結果が出てきました。じゃあ今、今治市はどうなってるかという、ほとんど自校方式になってるんですが、小学生の時に自校方式で給食を食べた子供さんが、例えば黒木さんが作ったジャガイモを食べたいと言って選んでる、こういうことなんですね。そうすると私が想像するに、どうしてこちらの方が安いのに、黒木さんのを買うのって聞いたら、黒木さんが作った野菜でしょって言いながら、その子がまた五年、十年経ったら要は価格よりも誰が作ったのかを重視する。ある意味では教育に対する投資っていうのは時間が掛かるんですが、やっぱり一つはその学校給食っていう形で子供たちに関わって、変えていくっていうのは一つの方法かなと。

もう一つ、京都にあるECサイト運営会社の「坂の途中」が非常に面白いことをしています。どういうことをやってるのかというと、トマトは南米のどちらかと言ったら雨が降らない地域で作られているので、湿気を吸うとどうしても割れたりするんです。だから普通だったら梅雨時になったら割れたトマトとか来るともう商品にならないんです。1/3が捨てられてるっていうところが、「坂の途中」の場合はトマトというのはこういう生き物というか特性を持ったものです。ですから、もしお届けになったら商品の中で割れてるトマトがあったら梅雨という季節感を感じてくださいって言うと、クレームではなく消費者からおかげで季節感を感じることができましたといった喜びの声が届きました。だから情報をどのように提供するのか工夫するのも一つあるのかなと思います。

【木戸】

とても素敵ですね。季節を感じてくださいっていう一言があるだけで、なんか気持ちが変わるっていうのはすごく感じました。ありがとうございました。

【吉田】

学校給食でもそうですが、そういう形で育てるところから関わっていただくと、本来なら市場流通だったら、全然流通に乗らないような野菜でも作物の生涯を感じながらという形で逆に商品になってる。そうすれば曲がったきゅうりとかも捨てなくて済む。だから、そのあたりをどうやって情報発信していくかっていうのがこれからの大きな問題点だと思います。

【木戸】

ありがとうございます。素敵なアイデアをいただいた気がしますね。
どうでしょうか黒木様、先ほど誰が作っているかというところを黒木様が大切にされているっていうお話もありましたが、販売をする際に環境にやさしい栽培方法で生産された農産物に対するお客様の関心や理解というところはどうしても必要になってくるかなと思うんですが、販路を確保するにあたって、大変だったことや現在の販売先を決める際のポイントなどを教えてください。

【黒木】

正直に申しますと、販路の確保にはそんなに大変だった記憶が実はないです。それは出会った人がこれ美味しかったから友達に紹介していいかという感じで、地道にですけど、ちょっとずつ広がってきた経緯に支えられているのかなと思います。

現在の販売チャンネルですが、明確な販売チャンネルと決まっているわけではなくて、実は全部やってます。産直をはじめ春日水神市場さんや丸亀水神市場さんとかSUNUKISさんとか、飲食店さんとか個人さんとか配達も全部僕がやっているんで、めちゃくちゃ複雑な形態の農家だと自分では思っています。米も作って野菜も作って、野菜セットまで送ってるんで、ちょっと怖くて自分の時給は出せないんですけど、シンプル化したいなというのが本音ではあります。ただ、その中で、特に飲食店さんと個人さんに販売することは嬉しいなと思います。それはお店のシェフの顔が見えて、そこにたまに食べに行って、自分の食材が調理されているのを食して、ちらっと見たお客さんが美味しいねとか言って食べてくれてるのが、自分の食材を使われたメニューだったりするときのあの喜びっていうのは、全部一瞬で報われたような、お金じゃないですけど、このような時間は時々味わいに行ってます。あと個人さんも野菜セットは気に入って買ってくれてリピーターになってくれています。この人が食べてくれるために作れてるなというふうに、普段のしんどい作業とかも耐えられるとか、そういうのがあります。最後ですけど、飲食店さんに値段を下げてB品も提供するようにしていますが、調理の技で美味しくしてもらっています。

【木戸】

お顔が見えるっていうのがやっぱりいいですね。素敵なエピソードありがとうございました。

販売の工夫で言うと、梅島様にお伺いしたいのが、インターネットを通して販売をされているということで、飲食店への出荷や市場出荷、対面販売と比べてメリットデメリットがあれば教えてください。

【梅島】

まずインターネットを通してですと、全国的に販路を広げることができるチャンスがあると思いますし、そこで定期便とかサブスクなどでリピーターを育てやすいという環境も作れると思います。ですが、特に夏などのクール便を利用する時には、配送のコストが大幅にかかってくるので中身の充実さと配送のバランスがとても必要となってきます。インターネットですと顔出しなどはしていてもなかなか関係性が薄いので、対面でしたら自分たちの言葉やその畑を見てもらっての信頼関係というのは築きやすいんですが、インターネットを通すとできないので、お客さんに届けた野菜を使ってお客さんが作ってくれたお料理をInstagramを通して発信したりしています。InstagramなどのSNSっていうと掲載に時間が結構かかってしまうので、そういったことの技術が必要であったり、時間が必要なので作業した後、疲れた時にするっていうのはとても疲れてなかなか進まないんですけど、フレッシュな情報を発信できるようには気をつけています。

飲食店の時はいつも個包装で送ったりするのですが、飲食店ですと大きな袋にレタスなどそのまま入れてくれたら結構ですというふうに、プラスチックの削減に繋がるような働きかけを行っております。市場などですと流通や販路が安定しているんですが、価格決定権がこちらにはないので、有機という付加価値が十分に評価されないっていうのを私個人的には感じています。

マルシェなど、直接お客さんに会ってファンになってくださるお客さんもいるんですが、作業などが立て込んでいると準備とか移動の時間を確保するのも大変ですし、天候によっては集客がなかったりするとその野菜がどうしても売れ残ってしまうっていう現実があるので、そういった時のロスをどうするかというのは、自分の中で日々課題になってきています。

【木戸】

ありがとうございます。栽培情報もフレッシュに届けたいという思いが伝わってきました。

早瀬様は産直コーナーを展開されてますが、出荷農家さんを決める際に重視して

いることがあれば教えていただきたいのと、お客様は実際に農産物に対してどのようなニーズをお持ちかなどの考えをぜひ教えてください。

【早瀬】

生産者を選ぶってところで、僕とかバイヤーが重要視するのは生産物がどれだけ綺麗かとか、美味しいかというところが一番で、お客さんとしてもそこは結構重要ですね。それでスーパーの中では綺麗さっていうのはすごく大事なんですが、そこをクリアしないとまず手に取ってはいられないという現実がすごいので、こだわりよりも商品の綺麗さを重要視します。最近ではレモンの農家さんが入られましたが、とても大きくてバイヤーもこれはすごいねっていう形で、そういう農家さんにはぜひともいろんな店舗で売っていただきたいので、サポートしながら販路を広げてあげます。ただし、家庭菜園のついでに出したいんですっていう方に関しては、それは通常の産直でお預かりしていただいて、僕の方では顧客としてはちょっと難しい。それぐらい売場の最前線で見ている、みえるらべるっていうものの自体が敷居は低くて、慣行の農家でもすでに減農薬されている方というか、ちょっとでも減らしてる方でもすごく登録しやすいんです。そういうのも含めて、きれいな農産物を前提としてお客さんが手に取るのはどうしても見た目です。価格に関してもある程度メリットっていうか、お客さんに対して僕が大事にしているのは、一昔前の産直を思い出していただければわかるんですが、わあ、これがこの価格なんだっていう喜びっていうのを価格の中に求めているのが消費者だと思いますので、それをクリアした上でみえるらべるとかエコファーマーがさらに価値感や輝きを増してくると、この価格なのにこれなんだっていう驚きとか安心とか、そういうところが僕が狙う販売戦略ではあります。

【木戸】

ありがとうございます。

では、田中様、販売の工夫といった点で、お客様の関心の高まりって、以前と変わったかなっていうところ、自分のところではどうかっていうところと、どんな工夫ができそうかっていうところを教えてください。

【田中】

弊社で先ほどもご紹介しましたが、組合員の方にはネオニコチノイド不使用という表示をしていたり、有機JASマークをつけていたり、栽培基準がわかるような表示をして常に販売していることに取り組んでいます。ずっと取り組んできている中で、栽培基準が高いものを嗜好して買われるような状況というのがここ数年高まっているのかなと思います。弊社の中でもそういう形で栽培基準っていうところを

組合員の方にわかっていただく取り組みはやっているんですけども、それに加えて消費者の方にどういう生産者がどこで作っているのか、みたいなことまでは生協はカタログで販売しているので、読み物として読んでいただけたところは工夫しているところです。こういうのは生協で販売している私どもが得意にしているところがありますけれども、カタログのリンクだったりとか、環境にやさしい栽培方法で作った農産物を販売する販売店さんとか小売店でもいらっしゃいますし、先ほど言った「坂の途中」さんも同じような事業形態でやってますけど、皆さん得意分野があるので、どういう形でその生産者から預かった荷物を売っていくのかっていうところ、逆に生産者の方はそういう販売のパートナーを作っていくと、より多くの消費者の方、いろんなチャンネルで販売ができるんじゃないかなと思っています。

【木戸】

ありがとうございます。まだまだ皆様からのご意見が尽きないところではありますが、そろそろお時間となりましたので、皆さま全員に本日のまとめとして、消費者の方に知っていただくためにどんな方法が有効と思われるか、一言ずついただけたらと思います。

ではまずは長町様からよろしくお願いします。

【長町】

消費者目線では、やっぱり先ほど仰ったみたいにお買い得感と美味しさ、それを一番重要視するかなと思います。余談になるんですが、私、黒にんにくを作っているんですが、この前、郵便配達してるおじちゃんがあんたのこの黒にんにくで夏が乗り切れたわって言われて、私は消費者であり生産者ですけど、嬉しくなりました。また消費者としておじちゃんみたいに言える私になりたいなと思います。ありがとうございます。

【木戸】

ありがとうございます。では、梅島様お願いします。

【梅島】

大きく考えると、地球環境のことを考えて、どんな風に野菜を作って、どんな風に食べるかっていうところを変えていければ、環境を守ることでもあると思うので消費者の皆さんなどが有機野菜を手にとって食卓に並べてくれることを希望したいなと思います。

【木戸】

ありがとうございます。では、田中様お願いします。

【田中】

私どもの事業の中でも、皆さんが消費する時に有機野菜だったり、環境にやさしい野菜であったりというのは、価格という面も今日出てきましたし、美味しいっていうのもありました。あと安心安全っていうところも皆さんあると思います。これって結構、皆さん、身近にそれを感じて購入動機にしていると思いますけど、今回のセミナーのテーマでもある環境にやさしいっていうことが、もっと自分の身近な価値観のところになっていくような販売方法というのを弊社の中でも取り組んでいき、それが広がっていけば、結果的に環境にやさしい取り組みが全体として取り組めるんじゃないかなということを考えてますので、そういうところで今後とも頑張っていきたいなと思っています。

【木戸】

ありがとうございますでは、黒木様お願いします。

【黒木】

僕は有機JASを取っていないんですけども、栽培期間中に農薬とか化学肥料を使っておりません、という表示はさせていただいたことは有効だったかなと思っています。購入してくださっている方にも、とにかくうちの農園は僕のポリシーで絶対使わないんだっていうのが浸透しているのでそれは良かったと思います。あとは環境にやさしいって言葉ですけども、まあ見えないんですけども、土の中に微生物がいっぱいいて、その微生物の力で彼らは生きてるので、ちゃんと借りて共生して作るっていうことが、その言葉の背景にみんなが見てくれるようになったから自然と広がったのかなと思っています。ありがとうございました。

【木戸】

ありがとうございます。では、早瀬様お願いいたします。

【早瀬】

今日は環境にやさしい農業がテーマでしたが、やっぱりみえるらべるに尽きます。生産者においても有機農業者やエコファーマーを取られている方は当たり前ですが、僕が得意とするところが慣行栽培の農家でも、少しでも減農薬栽培に努力されてる方々です。いちご農家さんでも子供に食べさせたいから、うちのは農薬をそもそもあんまり使っていないってところへみえるらべるを勧めましたが、簡単に取れるんですよ。そういう努力をマークにした形なので、慣行栽培でも努力さ

れている農家や環境に気を遣っている農家をいかに産直の棚に増やしていけるか、ラベルをつけていけるかが課題です。今、考えているのは、加工業者と組んで、加工品にもみえるらべるを取得した農産物を原材料にすればみえるらべるを表示することができるので、何件かそういった案件も進めてます。そういう意味では、環境にやさしい農業の入り口として、みえるらべるが非常に有効だと考えています。オーナーさんと言いますか、スーパーさんも含めて生産者や消費者も含めてアピールしていけるよう、棚にラベルを貼った商品を増やしていきたいと思います。みえるらべるの棚は新規の店舗でも増えていくとは思いますが、みえるらべるに取り組む生産者も年間 20 人ぐらいまで増やすとともにみどり認定の取得も同時に取り組んでおりますので、その分のバックアップも僕らの会社としては課題にしています。結果が見えるようになってきて、皆さんが売り場で見かけたら、早瀬頑張ってるなと思っていただけたら嬉しいかと思います。

【木戸】

ありがとうございます。では吉田様、最後の締めをお願いいたします。

【吉田】

先ほどの講演を否定するみたいになりますが、安全で安くて美味しくてそれが手に入るならいいです。ただそういうのは本当に民間の努力だけで可能なんですか。令和の百姓一揆と言ってですね、米の値段が高くなりましたから今はそうでもありませんが、前は時給 10 円という形で凄まじいというか、今は有機農家だけでなく、慣行農家でも崩壊するというのが現状です。ですから、別に食料危機を煽るというわけではないんですが、慣行農産物まで手に入らなくなるぐらい悲惨な状況にきているっていうのが日本の現状なんです。先ほど台湾で有機農業の話が進んでいるという話をしましたが、韓国も実は有機農業が進んでいるんです。それは何故かというと、学校給食という形できちんと行政が補助金を出すことによって小規模な家族農家でも有機農業に取り組めば食っていけると、そういうことをやった時にですね、何年か経ったら、先ほどの今治市じゃないですけど、どういうことが起こったかということ、子供から学校では有機野菜が食べられるのに、ママ、なんで夕ご飯は有機じゃないのって言った時に、ああ、じゃあスーパーでも有機野菜を置かなくちゃということで流通業者も有機農産物がビジネスになるっていう形が今動き出してるんです。ですから本当に今日本は危機的状況なんで、今回、国と県が主催していただきましたけど、やっぱり公共調達という形ですね、慣行も含めて日本農業を守っていかないと危機的だということを改めて感じました。ちょっと変なまとめになっちゃったかもしれませんが。以上です。

【木戸】

ありがとうございました。皆様から貴重なご意見を聞かせていただきました。本日、パネルディスカッションを進めてまいりましたが、皆様いかがでしたでしょうか。私も今日の話を聞いて小さな子どもを育てるのは、母としても食べ物を大切に考えることだとか、自然に興味を持つことなど、心のあり方も考えるきっかけとなりました。環境にやさしい農業を発展させていくためには、農業をされている方にお任せするだけではなく、消費拡大が欠かせません。医療的に見ても質のいいものを食べる。そして、私たち一人ひとりが普段のお買い物で意識をするということが大事ということもわかりました。それが環境にやさしい農業を応援することになるということもわかりましたので、こういったことしっかりと意識しながら、ぜひ生活やお買い物をしていきたいなと思っております。ぜひ皆様もお家に帰って大切な方と今日のお話を聞いて感じたことをシェアしてみてください。価値を感じられる人がここですます増えていくことを期待しております。ということで、この時間をもちましてパネルディスカッションは終了となります。それでは、パネリストの皆様、どうぞご起立ください。貴重なご意見を聞かせてくださいました。皆様に大きな拍手をお願いいたします。

以 上