

【加渡】

ありがとうございました。それでは最後になりました。徳島県消費者協会の佐野会長お願いいたします。

【佐野】

消費者協会の佐野でございます。よろしくお願いいたします。わたくしどもは、各種団体と協力をいたしまして、調査教育啓発活動などを行っておりまして、安全安心で住み良い社会を目指して活動をしているところでございます。

県下に 26 地区協会がございまして活動を行っております。そのほかにも受託事業といたしまして、県からの委託で消費者大学校、大学院を開講いたしておりまして、大学院につきましては、エシカル消費コースですとかリスクコミュニケーション養成・食品表示コースというものも設けております。また、外部からの依頼に関しましては講師の派遣を行い、消費者教育を行っているところでございます。消費者協会の中に部会がございまして、グリーン購入部会は安全安心な商品を共同購入しようという部会でございます。それから調査研究部会がございまして、これは一昨年度よりエシカル商品マークのついた商品の一部を取り上げまして、どのぐらい認知度があるかなという調査をいたしました。一昨年は 30% ぐらいだったんですけれども、取扱店舗ですとか、その商品についての知識等を学習したところ、昨年は上昇いたしまして 60% ぐらいの認知度になったというところでございます。それから食品表示がきちんとできているかどうかというふうなウオッチャー調査というのも 80 名ぐらいの会員で行っているところでもございます。あと、啓発活動として食品ロス削減キャンペーン、それから振り込め詐欺防止キャンペーンなどを年末に行っているところでもございます。それから県のプラごみゼロ徳島スマート宣言、これは県と 4 団体で行ったものですが、参加し、徳島 SDGs プラットフォーム、これは皆さん御存じと思うんですが、個人会も募っております。県の事業でございまして、これも団体としてまた個人として参加をしているところでもございます。それから、昨年 10 月にございました食料安全保障シンポジウム、これも協賛させていただきまして、今後の農業を見つめ直していくことを会員の皆様とともに、これから勉強してまいりたいと思っていますところでございます。

まず、一人一人ができることから取り組んでいく SDGs を目指していくということを心がけて努力をいたしております。以上でございます。

【加渡】

はいありがとうございます。5人の皆様から活動の報告いただきました。さあ、ここからは少し意見交換に入ってまいりたいと思いますが、今食にまつわる言葉たくさんございます。有機農業、有機農産物、エコファーマー、GAP、オーガニック、自然栽培、無農薬、減農薬、いろんな言葉が私たち周り見聞きするんですが、消費者はこれ全てきちっと違いが理解できているんだろうかという、これまたなかなか難しいのではないかと思います。

ここですみません皆さんにちょっと御協力ください。私が今から御質問を申し上げますので、3択でお答えください。有機農産物、あるいは有機農業って何ですかって聞かれた時に、まず1つ目です。言葉も知ってる。任せといて説明できるよっていう方、グー。いや言葉はよく聞く知ってるでも説明してみてと言われたらちょっと厳しいっていう人、チョキ。そもそも有機知らない方はパーです。グーかチョキかパーか、ちょっとお決めいただきまして、私が掛け声をかけます。ジャンケンって掛けますので、一斉に高く掲げてくださいますか高く掲げていただいたら、しばらくそのままで右を見て左見て確認をお願いいたします。それではジャンケンどうぞ。

会場の皆さんどうでしょうグーとチョキが半々ぐらいですかね。はい。どうもありがとうございます。ということで及川次長に質問をしたいんですが、なかなか説明してって言われると難しいです。じゃ、今日のテーマです。有機農産物って何ですかと聞かれたらどういうものなんでしょうか。すいません簡単に分かりやすく御説明をお願いいたします。

【及川】

できるだけ分かりやすくということで、説明させていただきます。化学的に合成された肥料及び農薬の使用を避けるということ。また、遺伝子組み換え体を使用していないことが栽培上の条件です。

基本的な概念といたしましては、先ほど田淵さん、阿部さん、白桃さんからあった土づくり、土壌の性質に由来させ生産力を発揮させるということで、農業生産に由来する環境負荷をできるだけ低減させた農業が有機農業となります。ただ、農産物の流通にあって、これは有機、これは有機ではないことが分からない。また、一対一で買う分にはお互い顔が見える関係で有機か否かが判断できますが、いろいろなルートで流通しているものは分からないことが国際的に問題になりました。

このため、コーデックスという国際的な食品の規格を決める機関で、有機農産物についてのルールが決まりました。我が国でもコーデックスの考えを踏まえ日本の有機 JAS 規格というのを決め、その規格に沿って第三者

が認証したものにのみ有機 JAS マークをつけて有機農産物と名乗っていいというルールになっているということでございます。

【加渡】

なかなか難しいですね。消費者が一番知りたいのはおっしゃいましたように手に取ったときに、これ有機農産物かどうなのか知りたいんですね。それはそのコーデックス規格っていうのがあるというふうなお話でしたが、何かシールとかマークとか、それはないんですか日本としては。

【及川】

有機 JAS マークという緑色のマークがございます。第三者の認証を受けた農産物じゃないと表示できないといった形になっているものでございます。

【加渡】

それが一つ私たちの選択の目安にはなるということですね。ありがとうございます。続いてですね。相本次長にもお伺いしたいんですが、新未来創造戦略本部としましてももちろん徳島県としましてもエシカル消費するぞっていうすごく心意気は高いわけですね。先ほど相本次長のお話もありましたが、今だけここだけ私だけという考えから脱皮しようということなんですが、有機農産物を購入するということはエシカル消費だと考えていいんでしょうか。

【相本】

はい。先ほどお話をさせていただいたんですけども、エシカル消費って何かっていうのを平たく言うと、やはり人とか社会とか環境とかを配慮しながら進めていく。その消費の仕方になると広く捉えられているという風に考えています。それで特に農産物とか食料品を普段私たちが購入する際に重視するのはやっぱり、その1に品質であって、それから価格であって安全安心であって、そういったことを見ながら日々ですね。かかっていくんだと思いますけれども、特に有機農産物は、環境に配慮した、環境負荷に優しいという生産品です。現状においては、生産量とか実量の課題があると思いますが、こういったものを消費者の方が買っていく。消費することで生産をバックアップしていく取組を進めていくこともエシカル消費において非常に重要な取組というふうに言えると考えています。

【加渡】

ありがとうございます。ということで、じゃあこれからは少しご意見交換していきたいと思うんですが、まずは佐野会長にお伺いしたいと思います。先程の話題提供の中にもあったんですが、皆さんエシカル消費頑張ろうとか SDGs って言ってるわりにはアクションが伴ってないじゃないかというふうな御指摘もあったんですが、消費者は例えば農産物を買うときにどういう基準、例えば価格優先とか安全性とかどういう基準を優先させて選ぶのでしょうか。ちょっとそのところ、具体的にこれが優先っていうのを教えてくださいませんか。

【佐野】

これは農林水産省の関係の調査でございまして、ちょっと調べてみたんですけれども、令和元年度の調査ですが、複数回答でございまして、1,200人ぐらいの調査と伺っております。野菜につきましては、1番目は味・鮮度が82%、それから価格も82%ぐらいですね。安全性が51%、産地が47%、見た目が37%、その他2%という数字が出ておりまして、果物につきましてもほぼよく似ておりました。1番目が味・鮮度・糖度82%、価格が78%、安全性が46%、産地46%、見た目39%、その他2%というふうな結果が載っております。

【加渡】

ということは、まずは鮮度と味がきて、次に値段がきて、その次に安全性というところに有機ということももしかしたら含まれるのかもわからないんですが、それよりも何よりもまずは鮮度と味と価格が優先しているというそういう現状があるということですね。

【佐野】

そうですね。意向調査によりますと、現在有機の商品を購入している人18%ですけれども、購入したいと思っている人は64%というふうな調査も出ておりますので、その価格が影響しているかなというふうな感じも受けております。

【加渡】

ですよねというふうなお声があるということも踏まえて、消費者と流通の立場と両方おわかりになってらっしゃいます。泉川さん何か有機農産物もっと増やしてとか、こういう状態になったらもっと買いたいのに。いろんな消費者からのニーズとかお声とかあったら教えてください。

【泉川】

コープ自然派では価格は慣行栽培の約1.2倍の価格設定としています。また、生産者と顔が見える関係というのをすごく大切にしています。アンバサダーとか組合員活動で積極的に生産者との交流を図っています。付加価値はストーリーや、作り手の信頼とか生産者がどんな想いを込めて栽培したかということだと考え、それが付加価値と考えています。

【加渡】

じゃあちょっと高めなんだけど、一生懸命買い支えるわっていう方が多いですか。

【泉川】

そうですね。はい組合員さんにはそういうふうに理解していただいとると思うんですけども。

【加渡】

まさに買い支えるバイコットで有機農産品を応援するわっていうお声が届いてることですね。はい。それが消費者あるいは流通の現場なんですけど、やっぱり生産現場というのは非常に大変なものがあると思うんですね。苦労もされてらっしゃるし、白桃さんどうでしょう。有機農業にやっぱり関わっていく上で、生産現場ずばり何が大変ですか。どんな苦労がありますか。何が困難ですか

【白桃】

そうですね。これは農業全般で言えることだとは思いますが、やはり自然の中でやるっていう、工場の中じゃないので。時々によって勘に頼ったりとかする部分もやはり出てくるんですよね。やっぱり先ほど言ったように理論として成り立っている。どういうふうに作ったらいいっていう方程式がある程度は成り立っているんですけども、本当にこうちゃんといのものを作るおいしいものを作るというところかというと、やはり湿度とか太陽の光とか温度とかの天候を加味して、そこはもう経験則でしかないのですが、そこが有機の世界ではまだデータ化されていません。本当に勘に頼る経験に頼ることしかできないので、生産現場では情報が足りていない、情報の積み重ねが足りていないっていうところが新規就農者とやっている中で大変な部分です。

【加渡】

やっぱり情報の積み重ねがまだまだという話ですね。フードハブ・プロジェクトさんは、小さいものと小さいもの、あるいは少量消費と少量生産をつなぐという非常にシンプルな活動を挙げてらっしゃいます。それによって中山間地域の課題を解決しようということを打ち立てられてるんですが、どうでしょう。今のその取り組みに対して、町内外からどのような声が寄せられていますか、課題というのは解決に向かってますか。

【白桃】

我々がこの取組を始めたのが7年前になりますが、当時はそういう有機栽培でそんなこと言ってもできるわけないでしょうっていうことで、後ろ指をさされながらですね。私当時始めた覚えがあります。毎日毎日畑に出て地域の人たちも同じように畑に出てるんですが、その同じフィールドで同じ言語の中で日々やっぱり姿を見てくれていることによって、すごく周りの方たちの見方が変わったというか、若い子たちが頑張ってるんだからと。例えば、私がにんじんを掘っている畑のところに、近所で寄り合いをしているおばあちゃんたちが、あんたたち頑張ってるからとにんじん買いに来たりするんです。別に家にもにんじんあるけれども、あんたのところのおいしいし、頑張ってるの分かっているから応援したいから買うわよとか。そういう少しずつの積み重ねができて、新しい新規就農者の子たちの取組を本当に周りの少量消費をする方たちが支え始めている形が少しですけど、見え始めたっていうのが現状です。

【加渡】

ありがとうございます。同じような質問になるんですが、阿部さんは、今6反の畑でオーガニックトマトを生産されているというお話でしたけれども、やっぱり何が一番困難だと課題だと感じていらっしゃいますか。また、あの私が作ったトマトをこういう思いで消費者に届けたいっていう何か熱い思いがあったら是非教えていただきたいんですが。

【阿部】

そうですね。私も本当に未経験で山の中で始めまして、その最初2、3年は本当に畑と家を往復で出会うのはタヌキと鹿とか、そういう時代を経て今あるんです。上勝は山の上なので、夏気温が低くてハウス内は暑いんですけども、大体10時ぐらいまでは作業できるって感じです。小松島とか市内ですともう暑すぎて夏は野菜が作れないっていうのを聞きますが、上勝でも夏は本当に暑くて水着で作業をしたいぐらいの感じです。あと山間部は人手が本当に少なく、みんな人手の奪い合いなんです。後から新

規で入ってきた方は、もう一人でやるしかないような境遇になりますが、それでもできるようなやり方を工夫して、今までやってきたっていう感じです。後そうですね、人手不足が私は一番の問題と感じています。本当に農業って奥が深いので、経験と勘を身につけた人が本当にいなくて、あと上勝町は高齢者がすごく 80%以上の高齢率なんですけど、皆さん農業できるんですけども、慣行農業なんで除草剤とか化学肥料とかをバンバンやってられるのを横で見えて、あんたもあれ入れろとかあれやればとかのアドバイスくれてありがたいんですけど、ちょっと私はそれはやってないんですみたいな説明する感じです。若手でちゃんと知識と経験を積んで続けている人が本当に増えてほしいなっていうのをすごく感じます。

【加渡】

ありがとうございました。やっぱり自然環境にかなり左右をされる。人手が足りない、情報量もまだ積み重なっていない。なおかつ経験と勘っていうのを持った人がまだまだいない。そういうところをこれから改善しなければいけない課題というところですか。

【阿部】

私は本当にそう思います。私が7年前に就農したんですけども、もう男性でも半分以上は辞められるんですね。それは生計を立てるのがやっぱり困難とか、いろんな問題があります。昔は本当に有機農業って理解されてなくて、私も就農する時、大変な思いをしたところもあって、周りの理解もやっぱりまだ日本は薄いなって思っていました。消費者の皆さんと何か話したらすごい興味のある人が多いんですけど、自分達の環境保全とかに参加できているんだっていうプライドというか、誇りを私はアメリカに長くいたんですけど、購入する側が本当にそういう思いが強くて生産者だけがそのプライドを持つんじゃなくて、消費する方たちも自分達は本当に出資しているんだとか。参加しているんだって威張っているようにする日本になった方が環境の事をみんなで捉えられると思うし、もう年々山でさえ農業や天候が不順でもう本当に作物を作れなくなってる現状を本当に感じているので、そういうのをもっとこう情報共有とか、皆さんが参加できているんだっていう意識を私は持っていただけたらなと思います。

【加渡】

ありがとうございました。今、非常に大事なキーワードをいただきました。生産者は頑張ってる。その思いを消費者に伝えと、それ大事よね、わかるわよって言ってくれるんだけど、その先がなかなかもう一歩いかない。だから、まさに買い支えるバイコット、あるいは私たちは消費で地

域の農業を変えてるんだ。変えていくんだっていうくらいのところまで。まだ消費者が至っていないんじゃないかという話ですね。

【阿部】

そうですね。

【加渡】

という問題提起があったんですが、田渕さんさっきパッケージからうちはもうプラスチックのパッケージやめたんですと、もういちごだけじゃなくて、そういうところまで総合的に地球の未来も地域の未来も考えてますよ。っていう田渕さんのご説明があったんですけれども、どうでしょう。有機農業を支えていくためには、拡大していくためには、生産者だけが一生懸命頑張ってもなかなか難しいですよ。生産者のお立場から例えば消費者とこういう連携もしたい。流通とこういう連携もしたい。消費者や流通の方に何か一緒にやらないとか、こういうことをちょっとやってほしいんだけど。っていう御要望とか提案とかがあったら、ぜひ聞かせていただきたいんですけど、どうでしょう。

【田渕】

そうですね。やはり先ほども紹介しましたように、意外なところで意外なことが生まれてくると、その意外性がこう新たな突破口になったりすると思うんですね。さっき御紹介しました段ボールですね。今まではシールを貼らなければいけない、プラスチックに詰めなければいけないという固定概念で仕事をしましたけど。新しい方法があるんだっていうことが発見でき、それが本当の意味でのオーガニック、持続可能なことにつながっていくというふうに思っております。消費者だけでなく、いろんな持続可能なことに関して興味を持たれている方といっぱい話をして意外性を見出せるような機会を持ちたいなとは思ってますね。

【加渡】

具体的に田渕さん御自身が消費者と話し合いの機会を持たれる、あるいは事業の方や流通の方と何か交流する機会がおありになりますか。

【田渕】

実際のところほとんどないですね。いちごの販売が始まって直接買いに来てくれるお客様と話をする。そういった有機農産物に興味がある方がおいでになって、それで話をするっていうことくらいですかね。