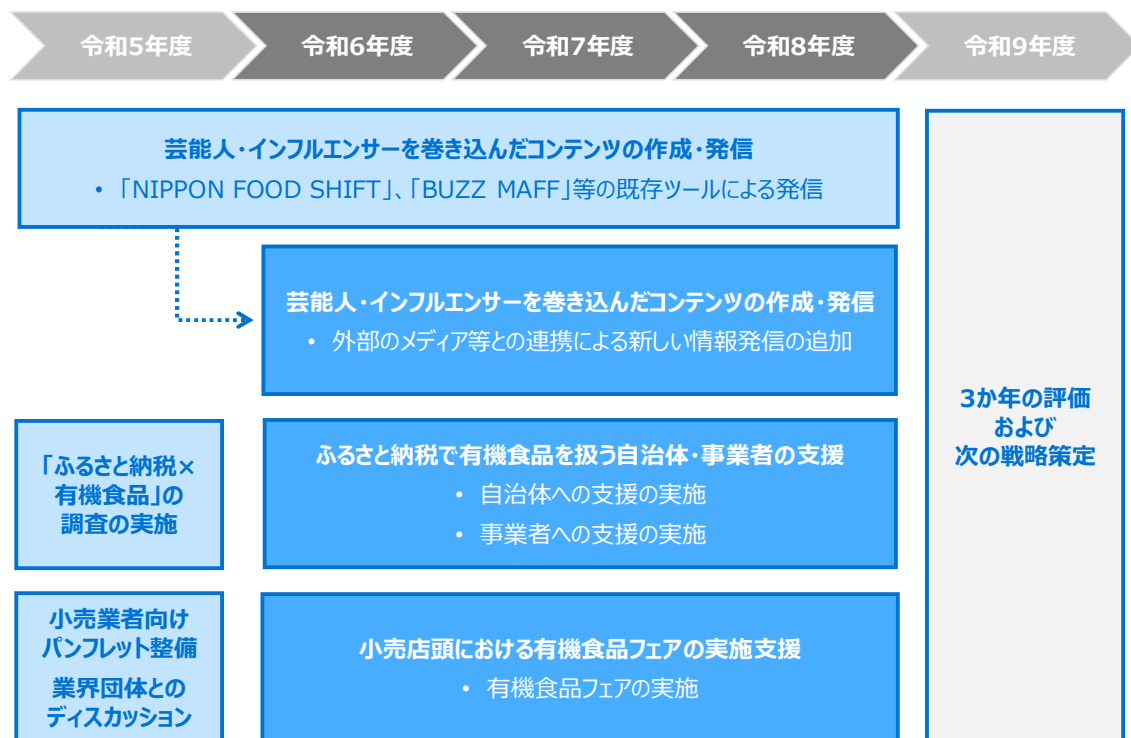


(3) ロードマップ案

(2)に記載した施策案を実施するロードマップを、以下のとおり提案する。令和6年度から令和8年度を集中的に有機食品の消費拡大に向けた施策を行う期間と位置づけ、令和5年度にその前段階となる施策を実施する。

図表 5-7 ロードマップ案



出所：日本総合研究所作成

● 芸能人・インフルエンサーを巻き込んだコンテンツの作成・発信

情報発信の施策については、令和5年度に先行して実施できるものから始めていく。貴省の「NIPPON FOOD SHIFT」や「BUZZ MAFF」といった既存ツールの活用しながら、有機食品についてどのようなコンテンツを発信するかの検討を進める。既存ツールでの情報発信を継続しつつ、令和6年度からの3年間では、発信力のある外部のメディアとの連携等により新たな発信ツールに広げていくことで、より影響力のある情報発信を目指す。

● ふるさと納税で有機食品を扱う自治体・事業者の支援

ふるさと納税の施策については、ふるさと納税における有機食品の取り扱いの現状が把握できていないことから、令和5年度に実態把握のための調査を行う。ふるさと納税のうち農産物や食品が取り扱われている割合やそのうちの有機食品の割合、またふるさと納税で有機食品の情報を積極的に発信している事例等を調査し、情報を整理する。整理した情報

は、令和 6 年度以降で自治体や事業者の有機食品の取り扱いを推進するにあたって、現状の共有や先進事例を伝える際に活用する。

● 小売店頭における有機食品フェアの実施支援

令和 6 年度以降に小売の店頭で有機食品フェアを実施するため、令和 5 年度は小売業者向けのパンフレット整備や、業界団体とのディスカッションを行う。業界団体とのディスカッションについては、有機食品フェアの具体的なやり方や消費者への見せ方について意見交換を行うと同時に、業界における有機食品への意識を高め、スムーズにフェアを実施する狙いがある。

令和 6 年度から令和 8 年度の実施期間終了後、令和 9 年度は 3 か年の計画を評価し、振り返るとともに、次に向けた戦略策定を行う。評価にあたっては、本調査で着目した「有機食品の購買状況・意向」や「有機食品のイメージ」で貴省が打ち出したい有機食品の価値を認めて購買している消費者が増えているのかを確認するとともに、「有機食品を目にする頻度」や「情報収集の経験」等について改めて消費者意識を調査することも一案として考えられる。