

有機農業をめぐる事情

令和元年8月
農林水産省
生産局農業環境対策課

1-1. 有機農業の位置づけ①食料・農業農村基本法との関係/有機農産物とは

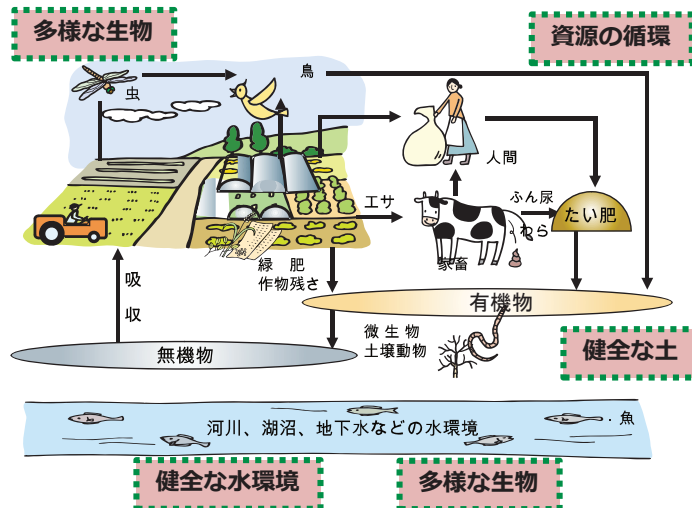
- 有機農業は、生物の多様性、生物学的循環及び土壌の生物活性等、農業生態系の健全性を促進し強化する全体的な生産管理システムであるとされ、国際的な委員会（コーデックス委員会※注1）が作成した「ガイドライン※注2」に、その「生産の原則」が規定されている。
- 我が国では、平成18年度に策定された「有機農業推進法※注3」において、有機農業を「化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと並びに遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業をいう。」と定義されている。

<食料・農業・農村基本法との関係>

- ✓ 食料・農業・農村基本法の以下の記述が、有機農業と関係しています。

（第4条）農業については、食料その他の農産物の供給の機能及び多面的機能の重要性にかんがみ、農業の自然循環機能（注4）が維持増進されることにより、その持続的な発展が図られなければならない。

（第32条）国は農業の自然循環機能の維持増進を図るため、農薬及び肥料の適正な使用の確保、家畜排せつ物等の有効利用による地力の増進その他必要な施策を講ずる。



<有機農産物とは>

有機農産物とは、化学的に合成された肥料及び農薬の使用を避けることを基本として、土壌の性質に由来する農地の生産力を発揮させるとともに、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した栽培管理方法を採用したほ場において、

- ・ 周辺から使用禁止資材が飛来し又は流入しないように必要な措置を講じていること
- ・ は種又は植付け前2年以上化学肥料や化学合成農薬を使用しないこと
- ・ 組換えDNA技術の利用や放射線照射を行わないこと

など、コーデックス委員会のガイドラインに準拠した「有機農産物の日本農林規格」の基準に従って生産された農産物のことを指します。

この基準に適合した生産が行われていることを第三者機関が検査し、認証された事業者は、「有機JASマーク」を使用し、農産物に「有機〇〇」等と表示することができます（逆に、認証を受けていない農産物に「有機〇〇」等の表示を行うことはできません。）。



※注1：コーデックス委員会とは、消費者の健康の保護、食品の公正な貿易の確保等を目的として、1963年にFAO及びWHOにより設置された国際的な政府間機関。国際食品規格の策定等を行っており、我が国は1966年より加盟。

※注2：有機的に生産される食品の生産、加工、表示及び販売に係るガイドライン（CAC/GL32-1999）

※注3：有機農業の推進に関する法律（平成18年法律第112号）

※注4：農業生産活動が自然界における生物を介する物質の循環に依存し、かつこれを促進する機能のこと。

1-2. 有機農業の位置づけ②有機農業の推進に関する法律・制度

- 有機農業を推進するため、超党派による議員立法により「有機農業の推進に関する法律」（有機農業推進法）が平成18年12月に成立。
- 同法第6条に基づき、農林水産省では新たな「有機農業の推進に関する基本的な方針」（基本方針）を平成26年4月に公表。

第一条 目的

この法律は、有機農業の推進に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務を明らかにするとともに、有機農業の推進に関する施策の基本となる事項を定めることにより、**有機農業の推進に関する施策を総合的に講じ、もって有機農業の発展を図ることを目的とする。**

第二条 定義

この法律において、**「有機農業」とは、化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと並びに遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業**をいう。

第四条 国及び地方公共団体の責務（概要）

国及び地方公共団体は、基本理念にのっとり、有機農業の推進に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。

（以下略）

有機農業の推進に関する基本的な方針

現行の基本方針は、平成26（2014）年度からおおむね5年間を対象として、有機農業の推進に関する基本的な考え方、目標、推進施策等を記載。

有機農業の普及及び推進の目標

- ① 我が国の耕地面積に占める
有機農業の取組面積の割合を倍増（1%）
- ② 有機農業の**技術体系の確立**
- ③ 有機農業の**普及指導体制の整備**（全都道府県）
- ④ 有機農業に対する**消費者の理解の増進**
（有機農業を知る消費者の割合が50%以上）
- ⑤ 有機農業に関する**推進体制の整備**
（全都道府県と50%以上の市町村）

国（基本方針）



都道府県（推進計画）

（第七条） 都道府県は基本方針に即し、推進計画を定めるよう努める。

1-3. 有機農業の位置づけ③SDGsとの関係

○平成30年12月21日に閣議決定されたSDGsアクションプラン2019において、有機農業は以下の優先課題に位置づけられている。

SDGsアクションプラン2019における有機農業の位置づけ

有機農業はSDGs実施指針の8つの優先課題のうち、2つの優先課題に位置づけられている。

優先課題③【主な取組】：
成長市場の創出，地域活性化，科学技術イノベーション

農業の成長産業化

有機農産物安定供給体制の構築

優先課題⑥【主な取組】：
生物多様性，森林，海洋等の環境の保全

気候変動・生物多様性に配慮した
持続可能な農林水産業の推進

有機農業・環境保全型農業の拡大

※SDGsアクションプラン2019
(<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/sdgs/pdf/actionplan2019.pdf>)
SDGs実施指針より

IFOAM（国際有機農業運動連盟）による 有機農業とSDGsの関係

3 すべての人に
健康と福祉を



化学肥料・化学農薬の使用削減による水質汚染防止等が
人々の健康や福祉につながる

12 つくる責任
つかう責任



有機食品の購入が
持続可能な食料生産への貢献
につながる

13 気候変動に
具体的な対策を



適切な土壌管理が気候変動の
抑制につながる

15 陸の豊かさも
守ろう



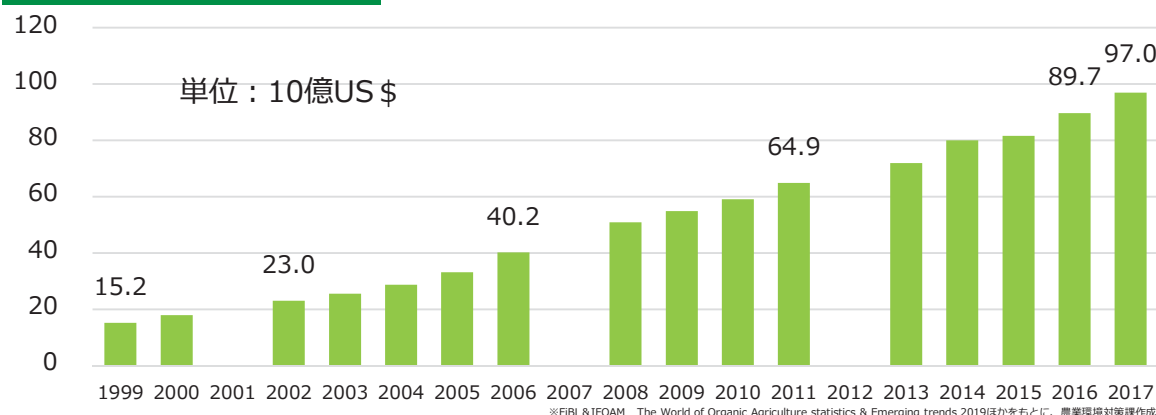
生態系の維持・生物多様性に
貢献できる

※アイフォームジャパンの資料をもとに農業環境対策課作成

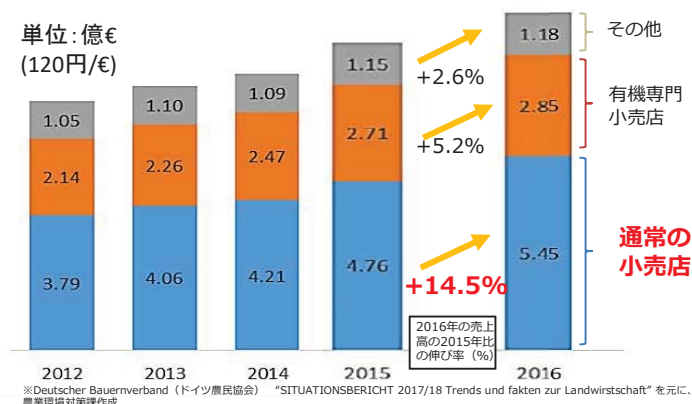
2-1. 有機食品市場①世界の状況

- 世界の有機食品売上は年々増加しており、2017年では約970億ドル（約10.7兆円/1ドル=110円）。
- アメリカの有機食品売上は世界全体の43%を占め、北米と欧州で世界の有機食品売上の約90%を占める。
日本は、中国に次いでアジア2位の市場規模で、世界では13番目の規模。
- ドイツでは有機専門でない通常の小売店での売上が近年上昇傾向にある。フランスにおいても同様の傾向。
- 1人あたりの有機農産物消費額の世界平均は10.8€、スイスや北欧諸国で高くなっている。

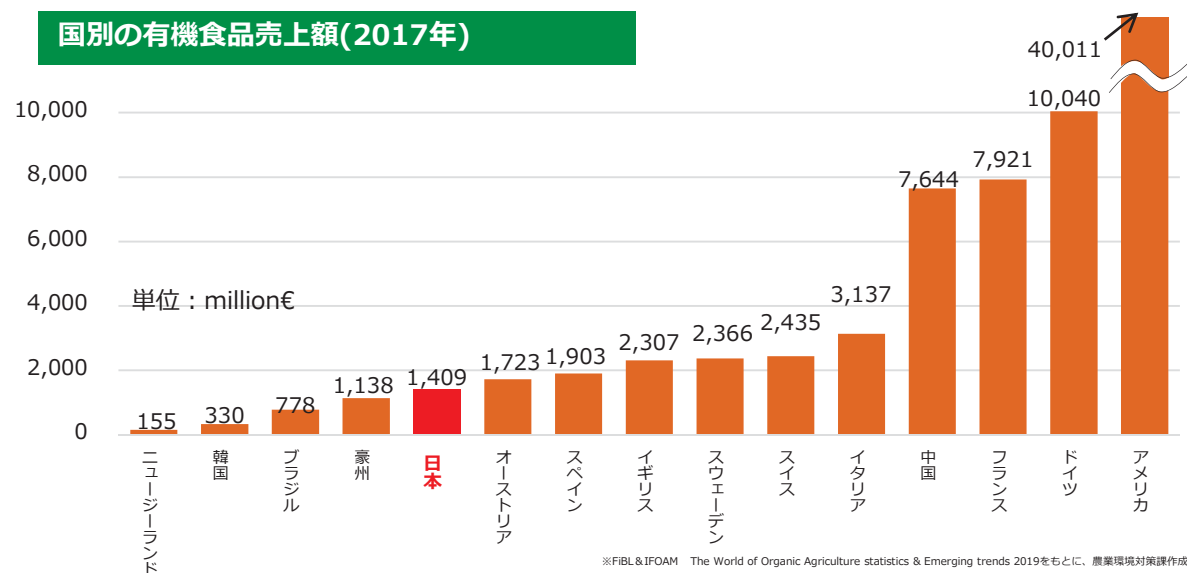
世界の有機食品売上の推移



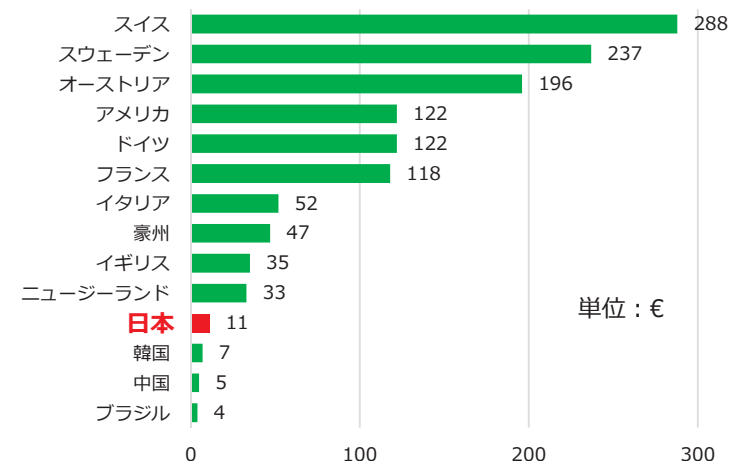
ドイツの小売業態別有機食品売上の推移



国別の有機食品売上額(2017年)



1人あたりの年間有機農産物消費額 (2017年)



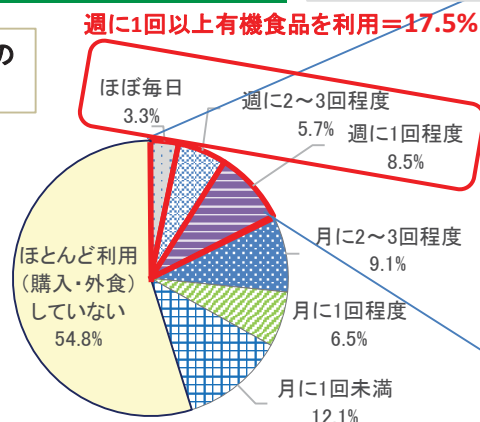
2-2. 有機食品市場②日本の状況

- 我が国の有機食品の市場規模は、2009年に推計された1,300億円が採用されてきたところ。
- 今般、2017年消費者アンケート調査の結果を基に、前回調査と同様の推計方法によって、我が国の有機食品の市場規模は1,850億円と推計した。

消費者アンケート調査の結果

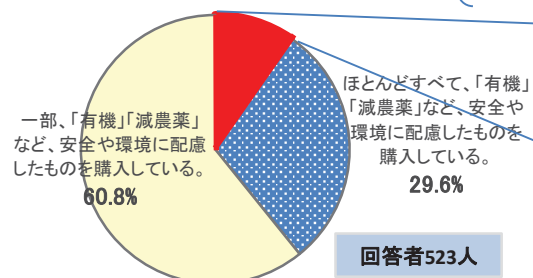
回答者4,530人

有機食品の利用頻度



有機食品の購入状況

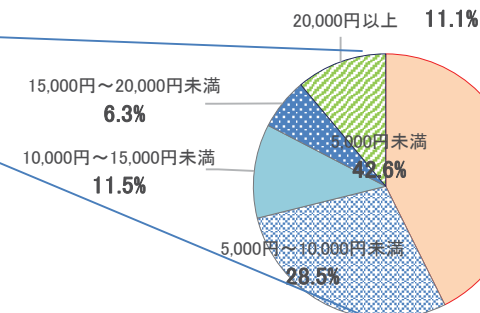
ほとんどすべて「有機」を購入している
9.6%



回答者523人

毎月の有機食品に利用している金額

<「ほとんどすべて「有機」を購入している者」の有機食品の購入額>
10,750 円/月



2009年推計結果との比較

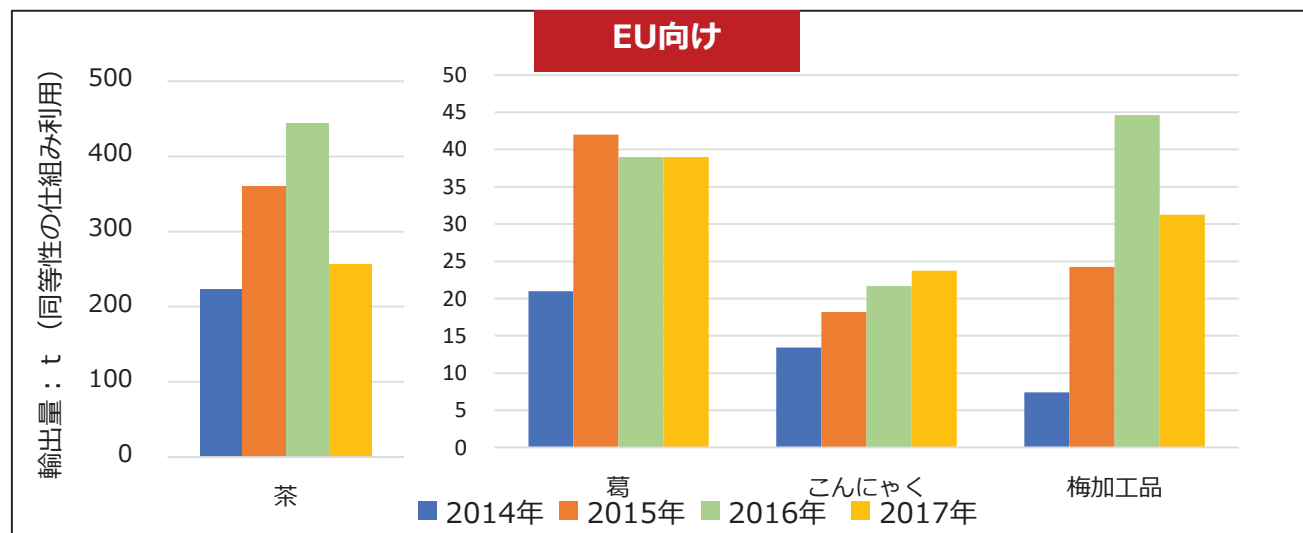
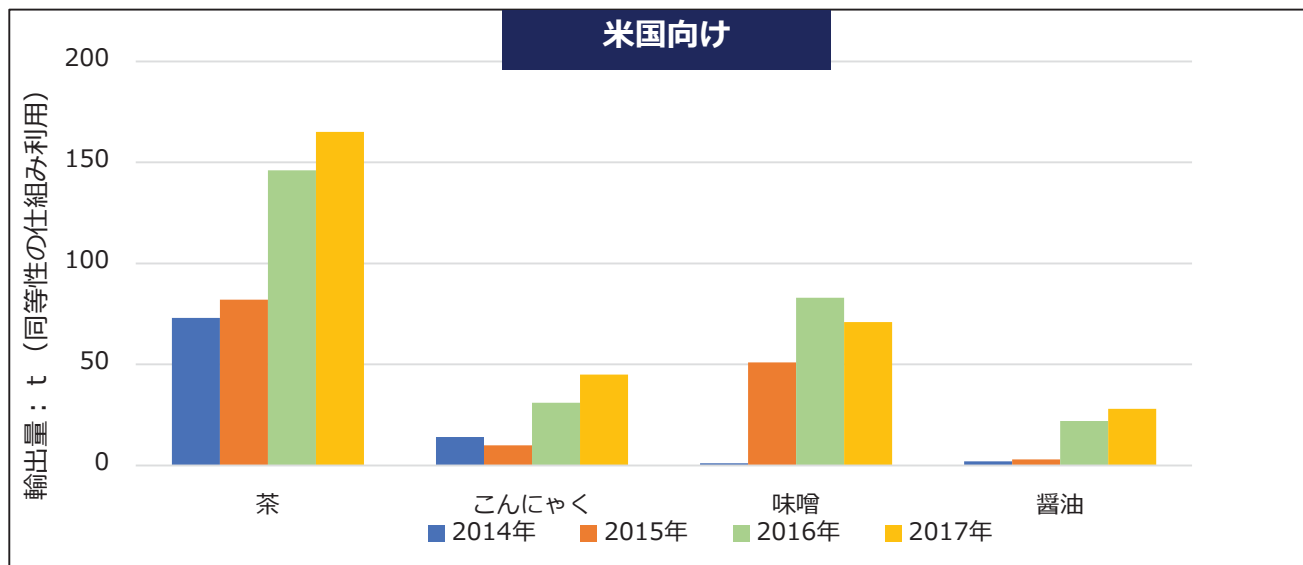
市場規模を推計した年度	2017年	2009年
①「ほとんどすべて「有機」を購入している」者の一世帯当たり月平均有機食品の購入金額 (円)	10,750円	11,800円
②「ほとんどすべて「有機」を購入している」者の割合 (%)	1.68% 注1	0.90%
③日本全国の世帯数 (世帯)	5,340万世帯	4,900万世帯
④日本全国の「ほとんどすべて「有機」を購入している」者の有機食品購入金額 (円)	1,157億円 注2	624億円
⑤日本全国の有機食品市場規模の推計値 (円)	1,850億円	1,300億円

注1 : 17.5%×9.6% 注2 : 10,750円×12月×1.68%×5,340万世帯

2-3. 有機食品市場③米国、EU向け有機JAS認証取得品目の輸出数量の推移

➤ 近年、米国やEU加盟国向けに、茶、こんにゃく、梅加工品等が増加している。

有機食品・加工品の輸出量の推移



有機農産物の輸出にあたって



輸出先国の残留農薬基準を確認しましょう。

有機JASで認められている農薬でも、輸出する際は、輸出先国の残留農薬基準値の確認が必要です。

品目別の残留農薬基準値については、こちら▶

※基準値は、調査時点の数値であり、その後変更されていることがあります。
輸出前に輸出先国の関係法規を確認して下さい。



輸出に関する各種情報



JETROポータルサイト

各国の基礎的なマーケット情報、規制を調べられます。

詳しくはこちら▶



GFP 農林水産物・食品輸出プロジェクト

輸出に取り組む農林漁業者、生産者団体、食品事業者の交流のための枠組みです。

▶ 詳しくはこちら



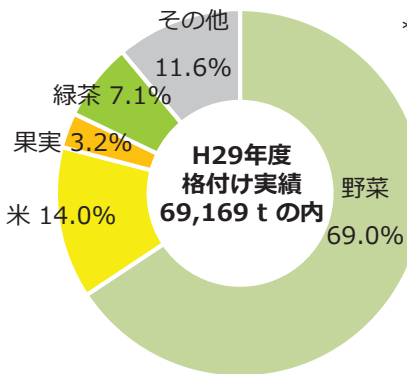
その他、農林水産省の輸出に関する情報はこちら▶



2-4. 有機食品市場④有機JAS認証取得農産物の国内外での格付け状況

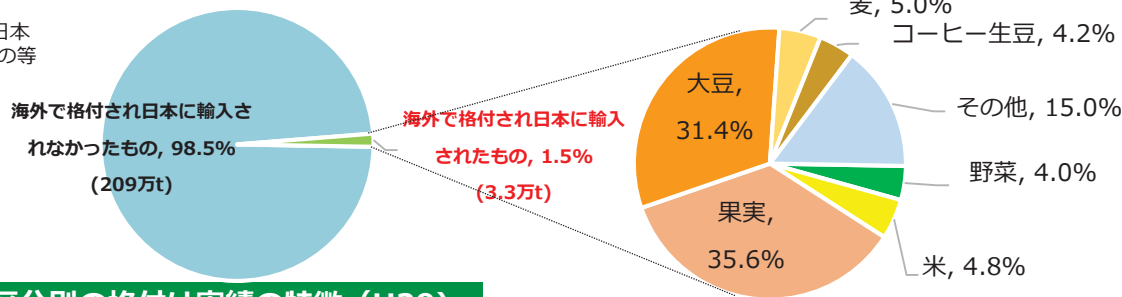
- 国内で有機JAS認証を取得した農産物（格付けされた有機農産物）は年間約7万トンで、H29年度では約7割が野菜、1.4割が米。国内の農産物総生産量のうち有機農産物が占める割合は、茶は6%程度、野菜や大豆は約0.4%、米や麦は0.1%弱。
- 海外から日本に輸入される有機農産物は年間3.3万トンで、大豆と果実が過半を占める。他方、海外で格付けされ日本に輸出されていない有機農産物は209万トン（海外で格付けされた有機農産物の98.5%）。
- 外国で格付けされた野菜・果実のうち、日本に輸入される量は輸入されない量と比較して少ない。他方、野菜缶詰等、野菜水煮、果実飲料等は外国で格付けされ日本へ輸入される量の方が輸入されない量よりも多く、野菜・果実は海外で加工されてから輸入される量が多いと推測される。

区分別格付け実績（国内）の割合（H29）

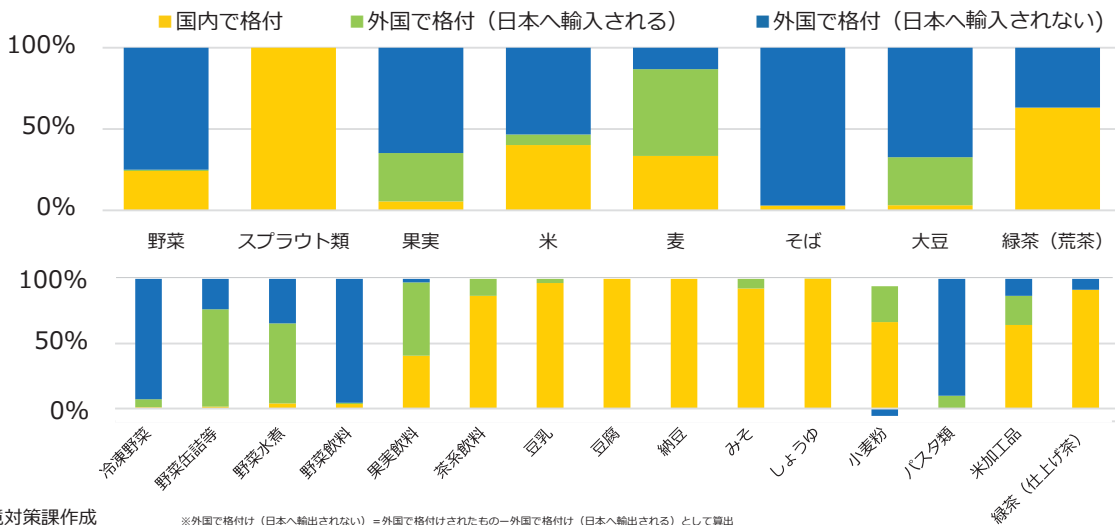


* 海外で加工、消費または日本以外の国に輸出されたもの等

海外から日本に輸入される有機農産物の品目の内訳（H29）



区分別の格付け実績の特徴（H29）



総生産量に対する有機JAS（国内）の割合*（H29）

区分	総生産量 (千t)	格付数量 (国内)(t)	有機JAS 割合*
野菜	11707	47700	0.41%
米	8324	2231	0.08%
麦	1092	1018	0.09%
大豆	253	1141	0.45%
茶	78.8	4945	6.27%

* 各区分における国内総生産量に対する有機JAS格付数量の割合

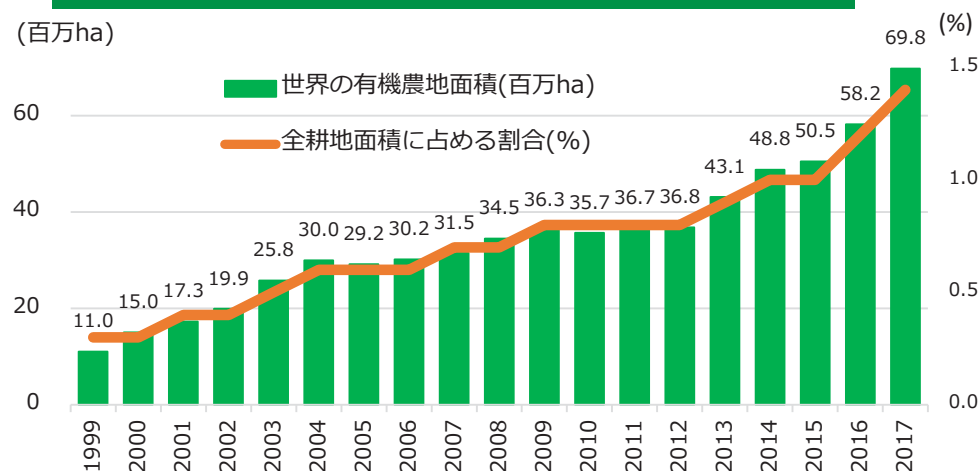
全て「有機農産物等の格付実績及び有機ほ場の面積（令和元年8月末時点）」をもとに農業環境対策課作成

※外国で格付け（日本へ輸出されない）＝外国で格付けされたもの－外国で格付け（日本へ輸出される）として算出

3-1. 有機農業の取組面積①世界の状況

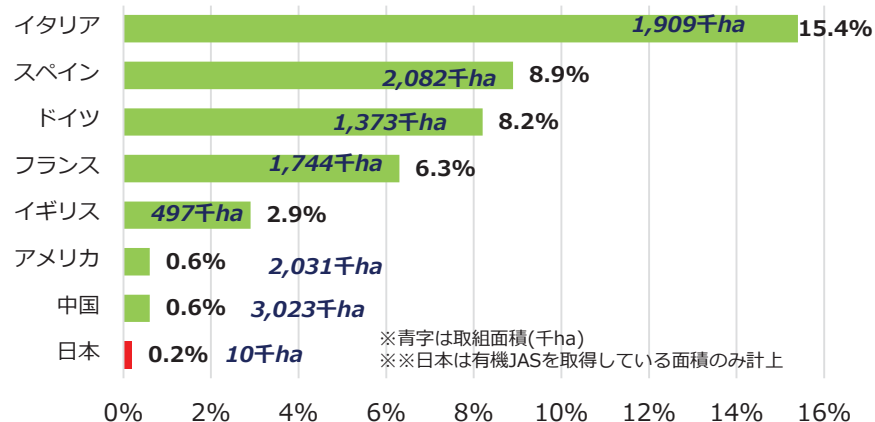
- 世界の有機農業の取組面積は、1999年から2017年の間に約6.3倍に拡大、全耕地面積に対する有機農業取組面積割合は約1.4%（2017年）。
- 畑や樹園地は、安定的に面積が拡大しており、2012年以降（主に豪州で）草地の面積拡大が顕著に。
- 有機農業の取組面積割合は、欧州諸国では高い一方、アメリカや中国では面積割合は低く1%に満たない。

世界の有機農業取組面積、および全耕地面積に占める割合



※FIBL&IFOAM The World of Organic Agriculture statistics & Emerging trends 2019をもとに、農業環境対策課作成

耕地面積に対する有機農業取組面積と面積割合（2017年）



※青字は取組面積(千ha)
※日本は有機JASを取得している面積のみ計上

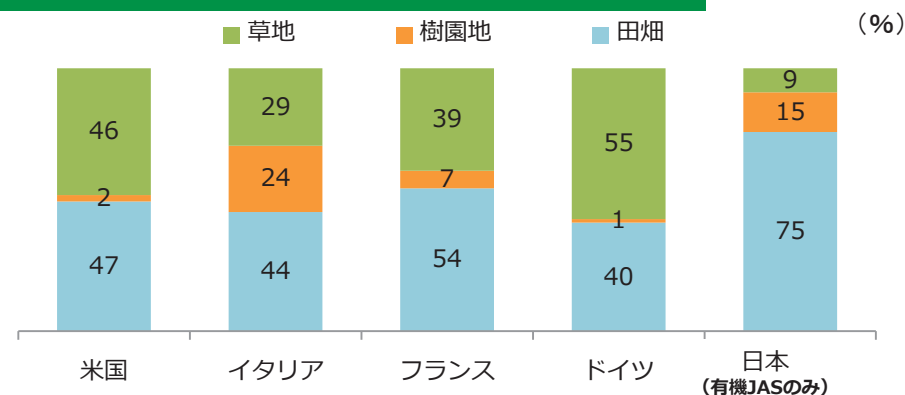
※FIBL&IFOAM The World of Organic Agriculture statistics & Emerging trends 2019をもとに、農業環境対策課作成

地目ごとの有機農地面積の変化

地目	2004 (百万ha)	2008 (百万ha)	2012 (百万ha)	2016 (百万ha)	2017 (百万ha)	2004 →2017 面積拡大 割合
田畑	3.5	5.1	8.0	10.8	12.0	約3.4倍
樹園地	0.9	2.0	3.2	4.6	4.9	約5.4倍
草地	21.8	22.3	21.9	38.0	48.2	約2.2倍

※FIBL&IFOAM The World of Organic Agriculture statistics & Emerging trends 2019をもとに、農業環境対策課作成

各国の有機農業面積に対する地目別の割合（2017年）

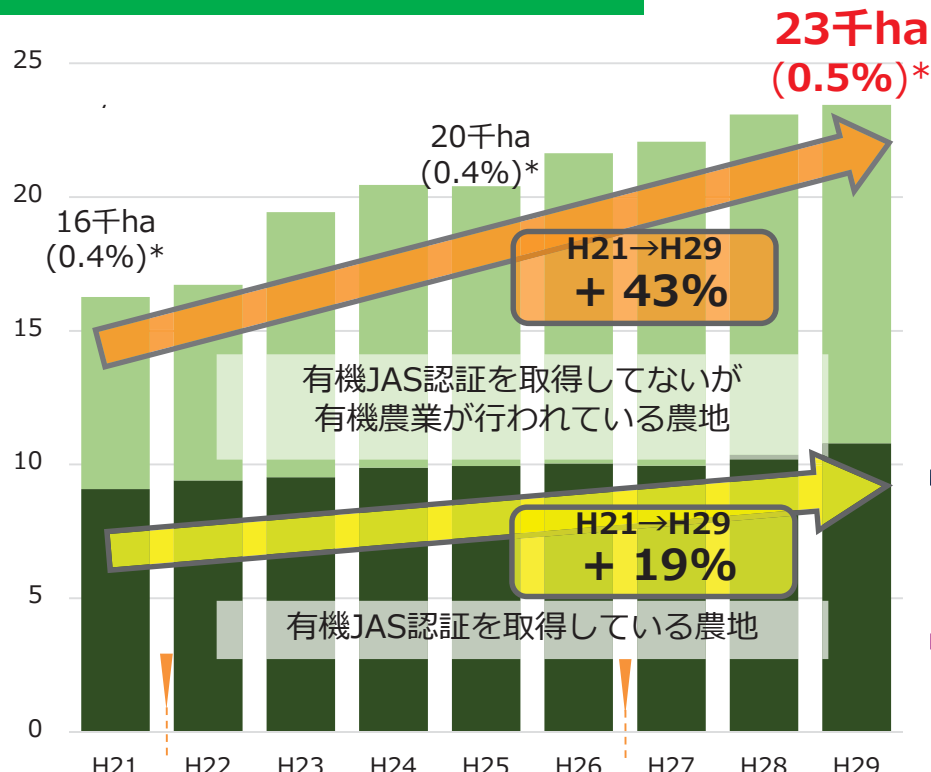


※米国はUSDA Certified Organic Survey 2016 Summaryをもとに、その他はFIBL&IFOAM The World of Organic Agriculture statistics & Emerging trends 2019をもとに、農業環境対策課作成

3-2. 有機農業の取組面積②日本の状況

- 有機農業の取組面積は、平成21年に対して、平成29年は有機JAS認証を取得していない農地は43%増加、有機JAS認証を取得している農地は19%増加。

有機農業の取組面積*（全国合計）



- ・（ ）内の数字は各年度における我が国の耕地面積に占める有機農業取組面積の割合。

※ 有機JAS認証取得農地面積は食品製造課調べ。有機JASを取得していない農地面積は、農業環境対策課による推計（注：有機JASを取得していない農地面積は、H21年、22～26年、27～29年度で調査・推計方法が異なる。また、都道府県ごとにも集計方法が異なる。）

※※ H30年度の有機農業の取組面積にかかる実態調査（農業環境対策課実施）の結果、複数の県で、H27年度以降の「有機JASを取得していない農地面積」が修正されたため、H30年12月より、H27年度以降の有機農業の取組面積合計値を修正。

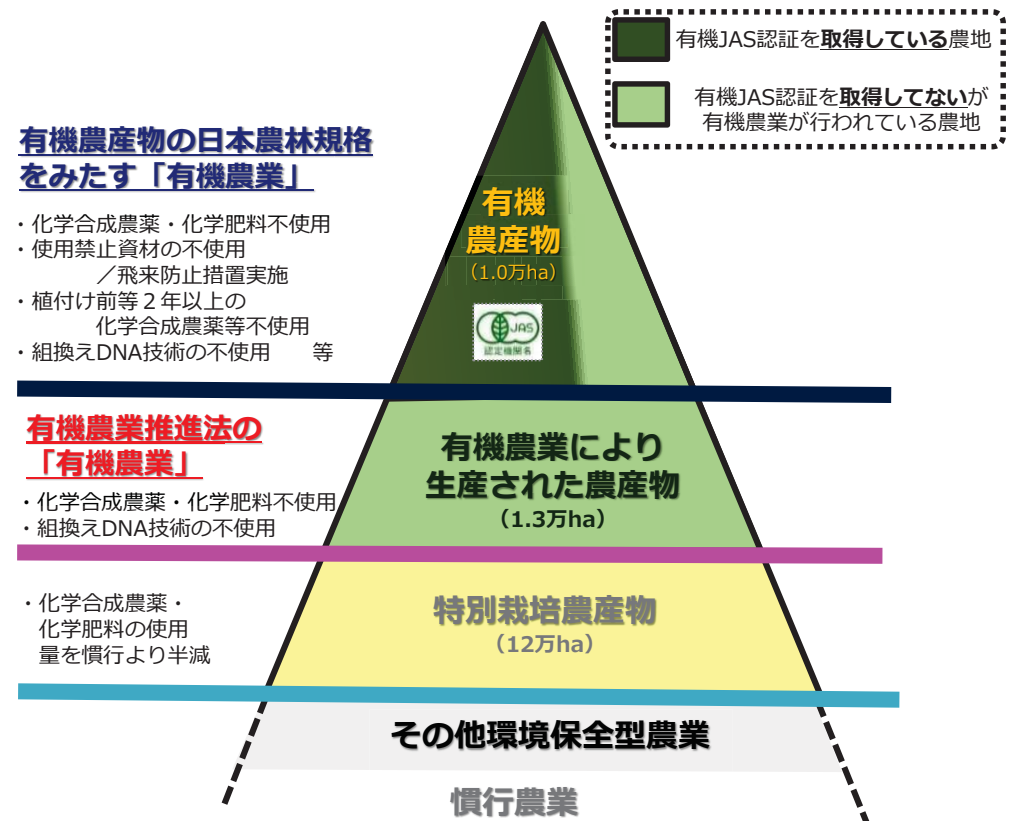
有機農産物の日本農林規格をみたす「有機農業」

- ・ 化学合成農薬・化学肥料不使用
- ・ 使用禁止資材の不使用
／飛来防止措置実施
- ・ 植付け前等2年以上の化学合成農薬等不使用
- ・ 組換えDNA技術の不使用 等

有機農業推進法の「有機農業」

- ・ 化学合成農薬・化学肥料不使用
- ・ 組換えDNA技術の不使用

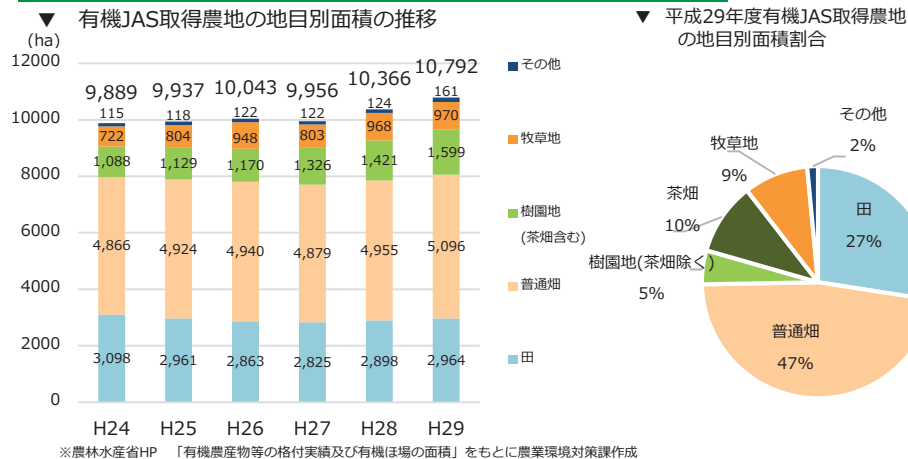
- ・ 化学合成農薬・化学肥料の使用量を慣行より半減



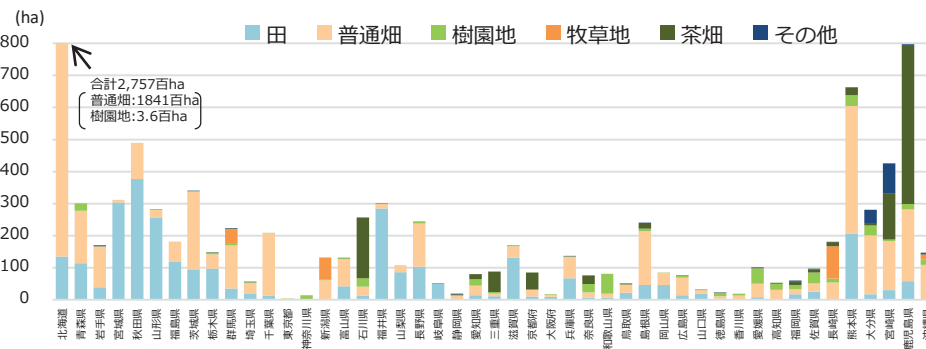
3-3. 有機農業の取組面積③有機JAS認証取得農地

- 有機JAS取得農地の地目別の割合は、近年大きな変動はなく、H29年では約30%が田、約50%が普通畑、約5%が茶畑を除く樹園地、約10%が茶畑、牧草地となっている。
- 有機JASを取得している農地は、北海道の普通畑が全体の約2割を占め最大。東北や北陸では田が多く、東京近郊は普通畑が、西日本は普通畑や樹園地が多い。
- 都道府県別では、田では、全耕地のうち有機JASを取得している農地の割合は最大でも0.3%程度。他方、普通畑や樹園地では全耕地の1.0%以上で有機JASを取得している府県も存在（島根県の普通畑では3.0%以上が有機JASを取得）。

有機JAS取得農地の地目別の面積割合（全国）

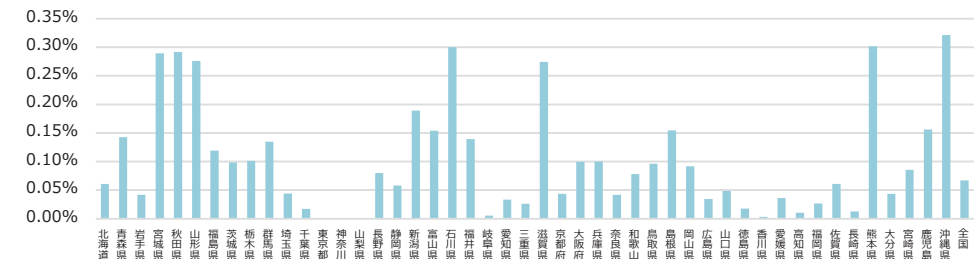


有機JAS取得農地面積(H29 各県別)

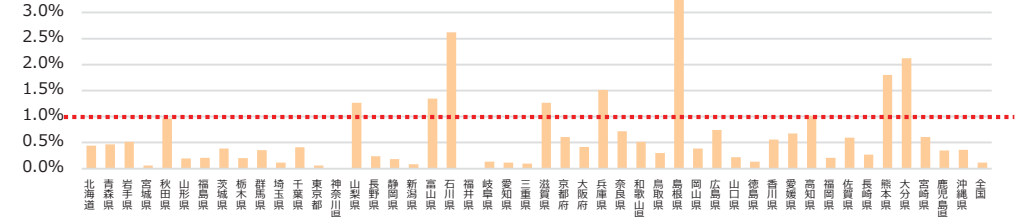


有機JAS取得農地の地目別の面積（H29 地目別）

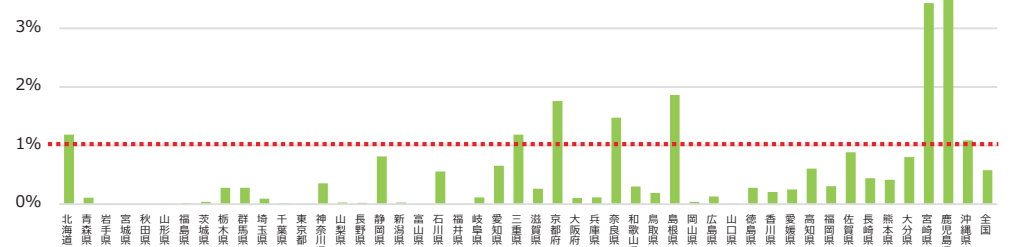
有機JAS取得農地が各都道府県の耕地面積に占める割合（田）



有機JAS取得農地が各都道府県の耕地面積に占める割合（普通畑）



有機JAS取得農地が各都道府県の耕地面積に占める割合（樹園地（茶畑含む））



※有機JAS取得農地は農林水産省HP「国内における有機JASほ場の面積（平成30年4月1日時点）」、各都道府県の耕地面積は耕地及び作付面積統計（平成30年7月15日時点）をもとに、農業環境対策課作成

4-1. 有機農業に取り組む生産者①状況

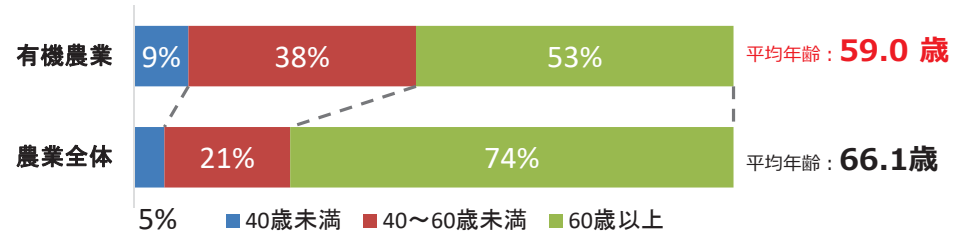
- 平成22年時点で、有機JAS取得農家は約4,000戸、有機JASを取得せずに有機農業に取り組む農家は約8,000戸と推定。
- 平成29年時点で、有機JASを取得している農家数は、北海道、熊本県、鹿児島県で200戸を超えており、13道県で100戸以上。ただし、その総数は、全農家数の減少と同様に経年的にはやや減少。平成28年から平成29年にかけては40戸増加。
- 他方、新規参入者※のうち有機農業に取り組んでいる者は2～3割と高い傾向。新規参入者は49歳以下の割合が高く、有機農業に取り組む生産者は、農業全体で見た場合よりも平均年齢が若い特徴。

有機農業に取り組んでいる農家数と平均年齢・年齢構成（H22）

*（ ） 内は総農家数に対する割合

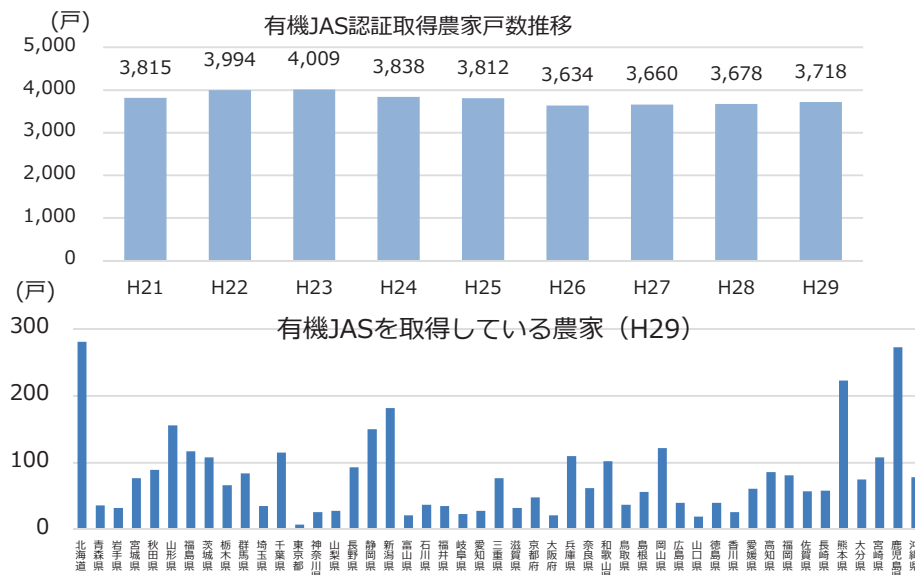
全国の総農家数	2,528,000 戸	
有機農業に取り組んでいる農家戸数	12,000 戸	(0.5%)*
有機JASを取得している農家戸数	4,000 戸	(0.2%)*
有機JASを取得していない農家戸数	8,000 戸	(0.3%)*

資料：2010年世界農林業センサス、平成22年度有機農業基礎データ作成事業報告書、表示・規格課調べ



資料：平成22年度有機農業基礎データ作成事業報告書、2010年世界農林業センサス(基幹的農業従事者)

有機JASを取得している農家戸数（H29）



新規参入者における有機農業等への取組状況（H28）

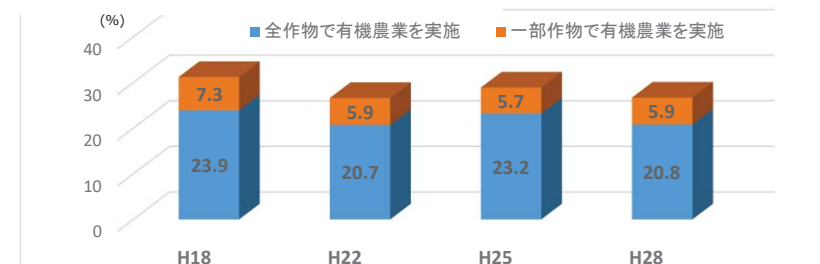
新規参入者数の推移

	新規就農者計（人）		新規参入者（人）	
	うち49歳以下	うち49歳以上	うち49歳以下	うち49歳以上
平成22年	54,570	17,970	1,730	940
平成25年	50,810	17,940	2,900	2,050
平成28年	60,150	22,050	3,440	2,470

※平成29年新規就農者調査（農林水産省）に基づき農業環境対策課作成

※新規参入者とは、過去1年間に土地や資金を独自に調達（相続・贈与等を除く）し、新たに農業経営を開始した経営の責任者及び共同経営者

新規参入者のうち有機農業を実施する者の割合

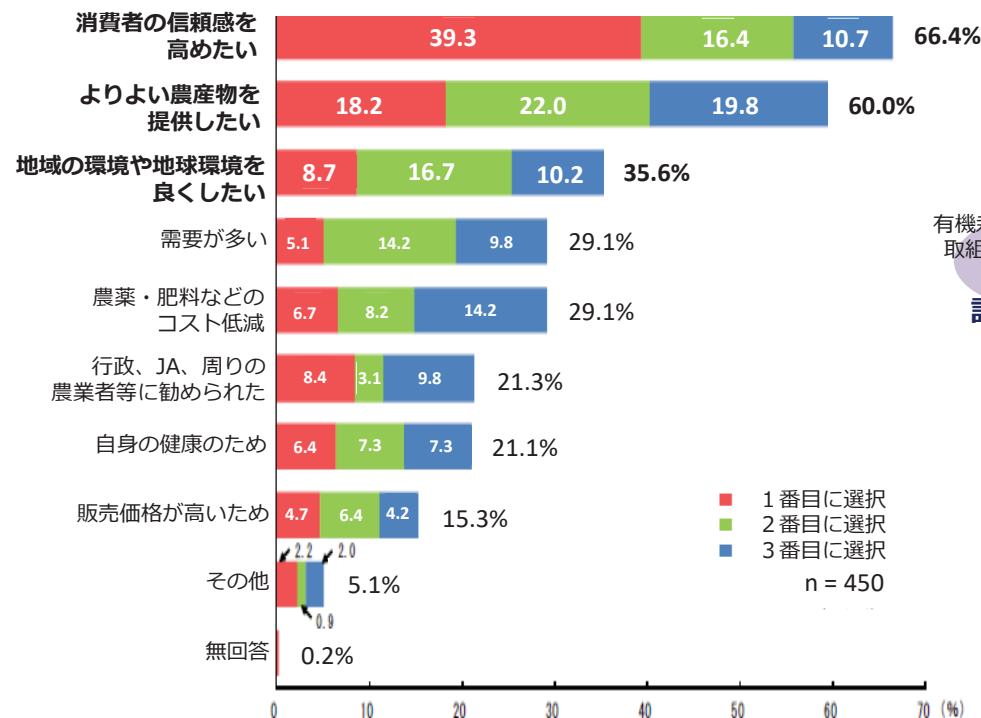


※新規就農者の就業実態に関する調査（H18、H22、H25、H28 全国農業会議所 全国新規就農相談センター）に基づき農業環境対策課作成。調査対象は就農から概ね10年以内の新規参入者。

4-2. 有機農業に取り組む生産者②意識

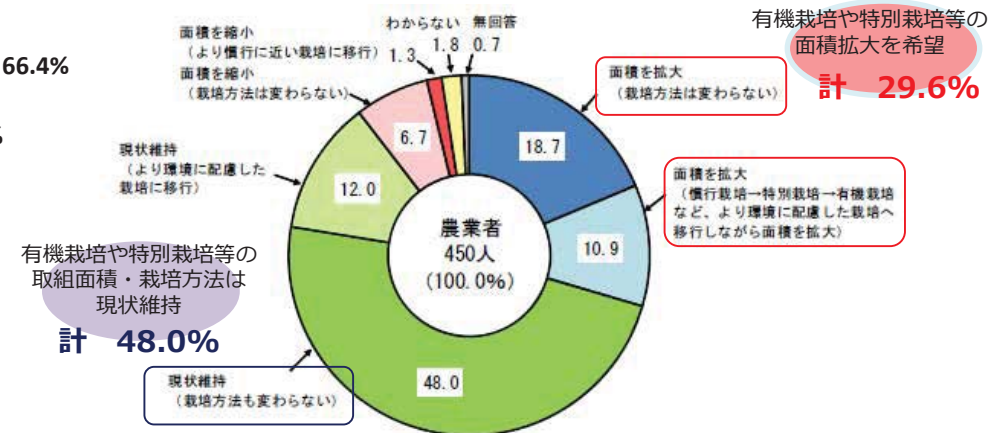
- 生産者が有機栽培や特別栽培等を実践している理由は、「消費者の信頼感を高めたい」が約7割で最も高く、「よりよい農産物を提供したい」が約6割。「地域の環境や地球環境を良くしたい」も約4割。
- 有機栽培や特別栽培等を行っている者で、今後（おおむね5年後）栽培面積の拡大を希望する者が約3割あるものの、現状維持（栽培方法も変わらない）も約5割と高い。
- 主に慣行栽培に取り組む農業者の約6割は、有機栽培や特別栽培等へ取り組みたいとの意向あり。

有機栽培または特別栽培等を実践している理由

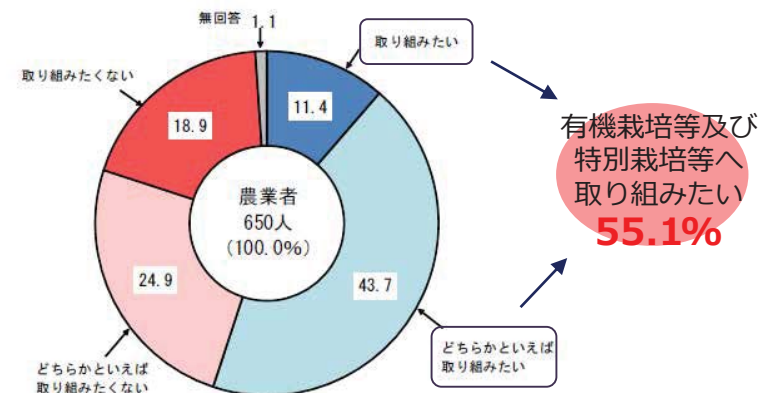


出典：H27年度農林水産情報交流ネットワーク事業 全国調査
「有機農業を含む環境に配慮した農産物に関する意識・意向調査」(平成28年2月)より

今後（おおむね5年後）の栽培面積等の生産の意向



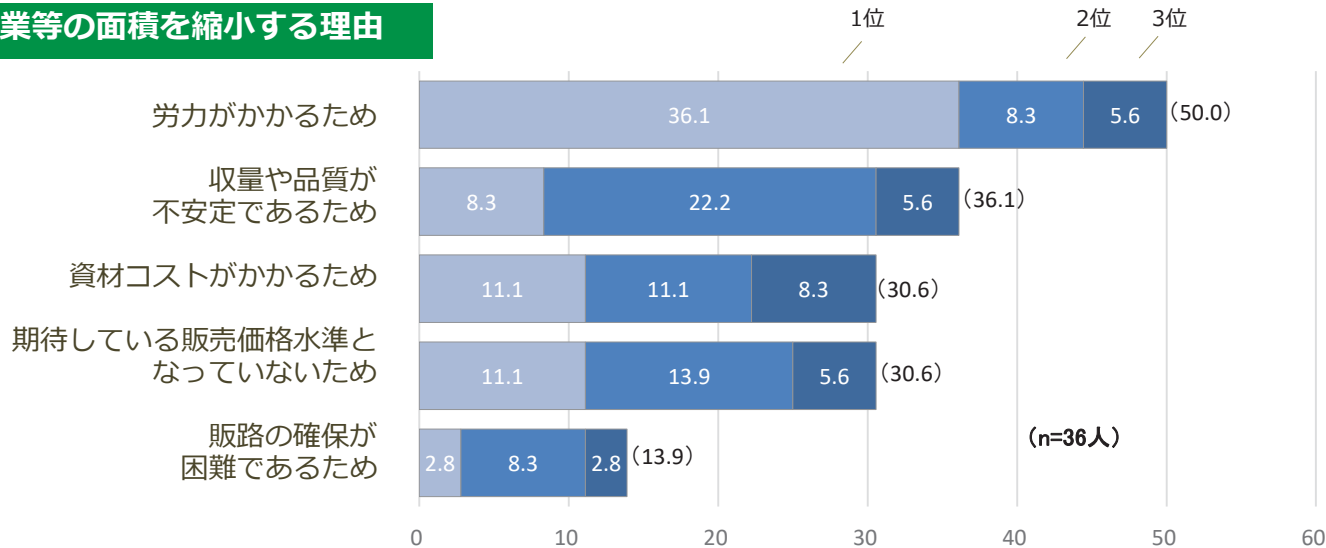
慣行栽培従事者の有機栽培等への取組の意向



4-3. 有機農業に取り組む生産者③課題

- 有機栽培や特別栽培等を行っている者が取組面積を縮小する際の理由は、「労力がかかる」が最大で、販売価格や販路開拓の課題よりも割合が高い。
- 慣行栽培との経営比較では、有機栽培は特に除草を含む労働時間が慣行栽培より大きい特徴。

有機農業等の面積を縮小する理由



農林水産省「有機農業を含む環境に配慮した農産物に関する意識・意向調査結果」（平成28年2月）より

有機栽培と慣行栽培の経営比較

○水稲の経営状況（有機と慣行の比較）

品目	10a当たり 収量(kg)	単価 (円/kg)	10a当たり 粗収益 (千円)	10a当たり 経費 (千円)	10a当たり 所得 (千円)	10a当たり 労働時間 (h)	うち除草
有機	420	430	181	112	69	31	7.0
慣行	518	188	97	75	22	22	1.3

○露地にんじんの経営状況（有機と慣行の比較）

品目	10a当たり 収量(kg)	単価 (円/kg)	10a当たり 粗収益 (千円)	10a当たり 経費 (千円)	10a当たり 所得 (千円)	10a当たり 労働時間 (h)	うち除草
有機	3,000	120	360	150	210	222	21.0
慣行	3,986	89	356	142	214	172	15.3

注）「有機」は、NPO法人有機農業参入促進協議会が収集した実経営データ（H22年時点）
「慣行」は大臣官房統計部の生産費調査（水稲）、H19品目別経営統計（野菜、果樹）

4-4. 有機農業に取り組む生産者④有機農業の教育機関の事例

鶴岡市立農業経営者育成学校「SEADS（シーズ）」 (山形県鶴岡市)



- ✓ 行政・JA・民間企業・地域農家・大学が連携し、令和2年度から開校
- ✓ 有機農業を中心とし、農業技術や営農計画の策定から販路の開拓まで、経営に必要な事項を座学と実践を通じて教育。

主なカリキュラム

- (1年目)
 - ・ 水稲/枝豆/施設園芸の技術をほ場で学習
- (2年目)
 - ・ 就農プランの策定
 - ・ 自分の目指す就農方法にマッチした農場での学習

- ✓ 知識の習得に加え、地域での暮らしや独立就農時の農地や資金などもサポート。



詳しくはこちら▶

埼玉県農業大学校 (埼玉県)



- ✓ 埼玉県が設置する大学校で、1年課程の短期農業学科に有機農業専攻を設けている。

- ✓ 1年間の修業期間で有機農業の基礎である堆肥づくりと農薬や化学肥料を用いない野菜栽培技術について、主に実習を通じて教育。

主な学習内容

- ・ 主な露地野菜の栽培管理方法
- ・ 箱枠たい肥の作り方
- ・ ぼかし肥料の作り方
- ・ コンパニオンプランツの利用方法



詳しくはこちら▶

島根県立農林大学校 (島根県)



- ✓ 全国に先駆け、平成24年に有機農業専攻を新設。
- ✓ 水稲・野菜の主な品目について、育苗から収穫までの

有機栽培の基本技術を講義・実習等により学習。

- ✓ 全国から学生を募集中。

主な実習内容

- ・ 土作り、輪作、天敵利用など有機農業の考え方に沿った栽培
- ・ 水稲除草技術：チェーン除草、三回代かき、深水管理など



詳しくはこちら▶

アグリイノベーション大学校 (関東・関西（オンライン学習：全国）)



- ✓ 仕事をしながら週末だけ、農業技術の原理原則、実践的な農業経営を学ぶことができる社会人向け農業スクール。

- ✓ 開講以来、入学者は累計1,800人を超え、卒業生のうち約130名が全国各地で就農し、卒業生のネットワークが全国的に拡大。

学習コース

- ・ アグリイノベーション総合コース
- ・ 農業技術専攻コース
- ・ オンライン受講コース

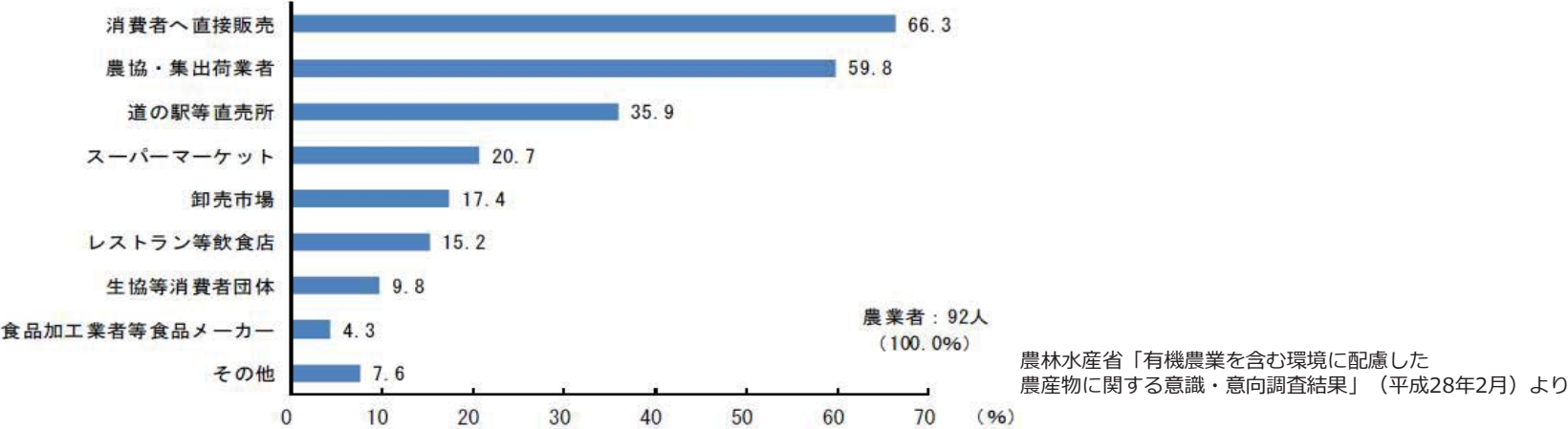


詳しくはこちら▶

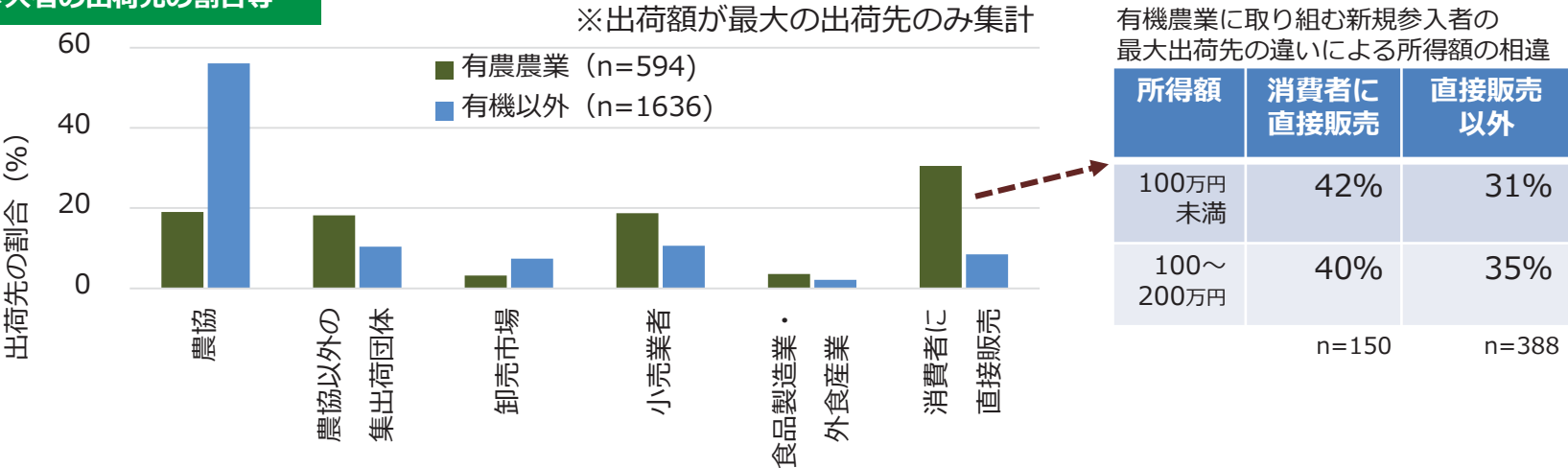
5-1. 有機農産物の流通・消費動向①出荷経路

- 有機農業で生産された農産物は、消費者への直接販売が6割以上と最大で、次いで農協や集出荷業者の利用。
- 新規参入者の出荷先では、有機以外に取り組む者は農協出荷が最大であるが、有機農業に取り組む者では消費者へ直接販売が多い（なお消費者への直接販売に取り組む者では、所得が少ない者が比較的多い傾向）。

有機栽培等による農産物の出荷先



新規参入者の出荷先の割合等



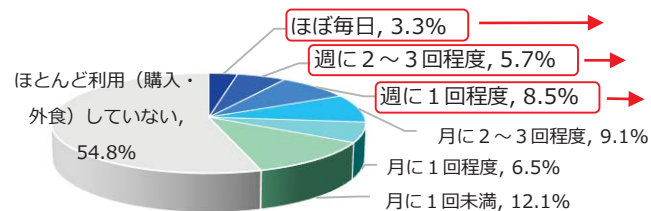
「全国農業会議所 平成28年度新規就農者の就農実態調査」を元に農林水産省（農業環境対策課）作成

5-2. 有機農産物の流通・消費動向②消費者の意識・購買状況

- 消費者の17.5%が、週に1回以上有機食品を利用（購入や外食）しており、約9割が有機やオーガニックという言葉を知っているものの、表示に関する規制の認知度は低い。
- 「週に一度以上有機食品を利用している」者では、
 - （1）「有機野菜」を購入したことがある者が6割で最大だが、約半数がパン、豆腐、みそ等の加工品を購入している。
 - （2）約9割がスーパーで有機食品を購入しており、農家から直接購入している者は約1割。
 - （3）有機農産物に対するイメージは「安全である」「価格が高い」「健康にいい」が主だが、「環境に負担をかけていない」との回答も6割。

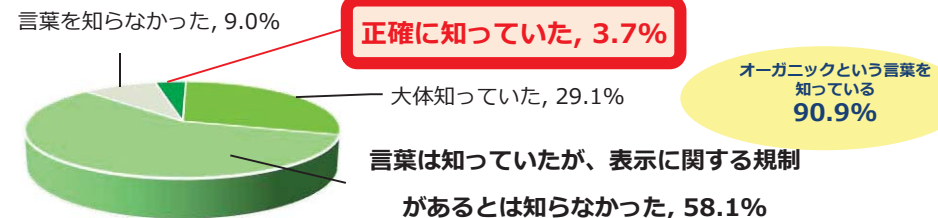
国内の16歳以上の一般消費者を対象に調査（n=4,530）

有機食品の購入や外食等の頻度



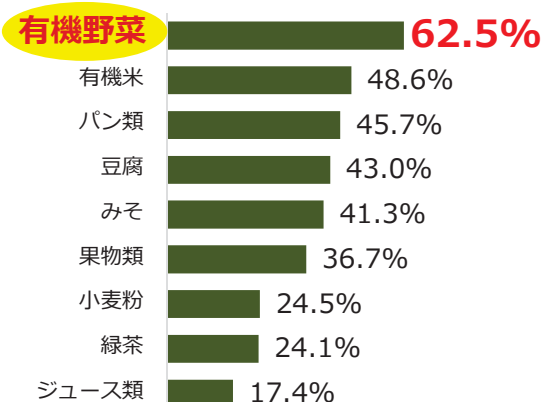
週1回以上
有機食品を利用
17.5%

有機やオーガニックという言葉の理解度

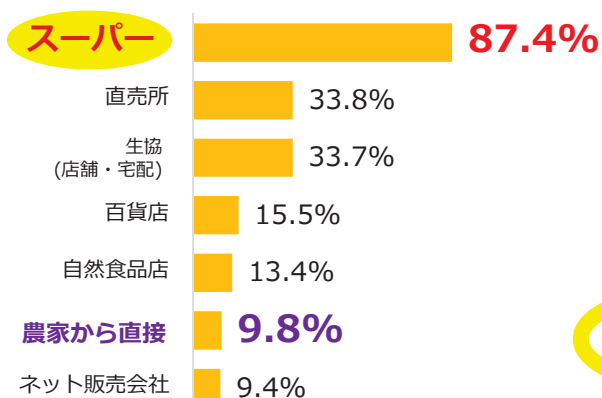


週に1回以上有機食品を利用する16歳以上の一般消費者を対象に調査（n=523）

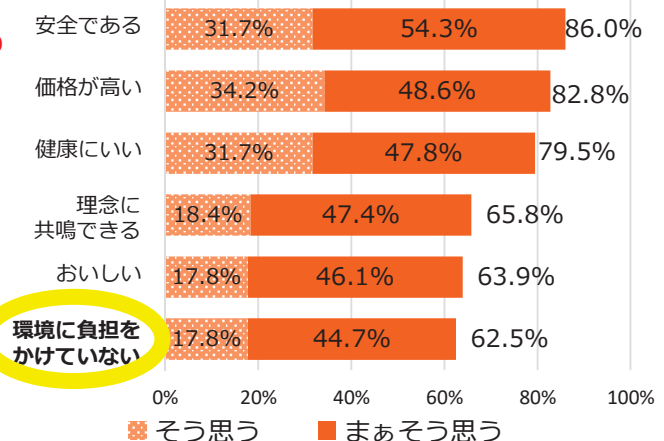
購入経験のある有機食材（複数回答）



有機食品の購入先（複数回答）



購入している有機食品のイメージ（複数回答）

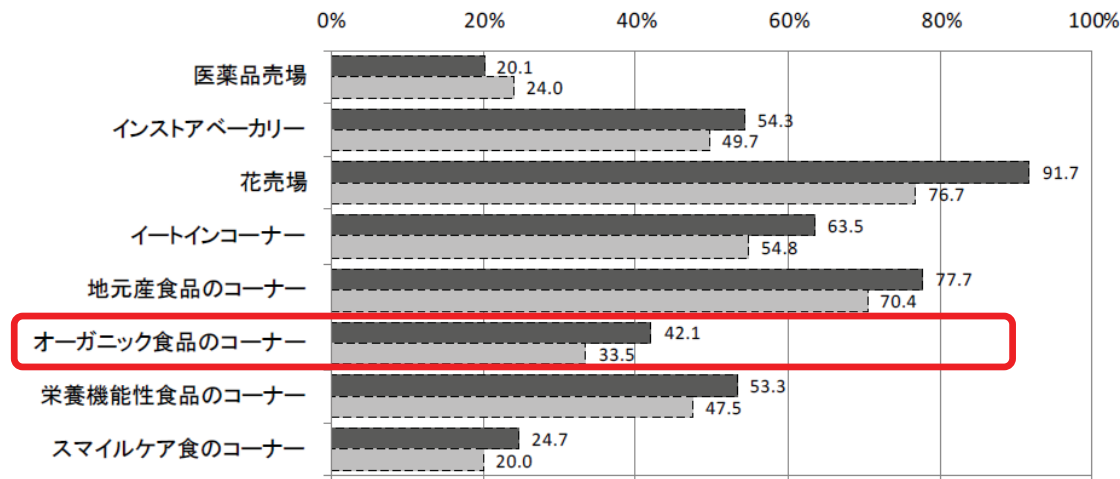


5-3. 有機農産物の流通・消費動向③国内小売市場の動向

- オーガニック食品のコーナーを設置しているスーパーマーケットは増加傾向にあり、特に保有店舗数が多く、大規模店舗中心の社での取扱が多い。
- 今後、オーガニック食品のコーナーを新たに設置したい、または設置数を増やしたいとの意向を持つ社は約3割。

国内スーパーマーケットにおける各種売場の設置状況

各種売場・コーナーの設置割合（業界推計値）

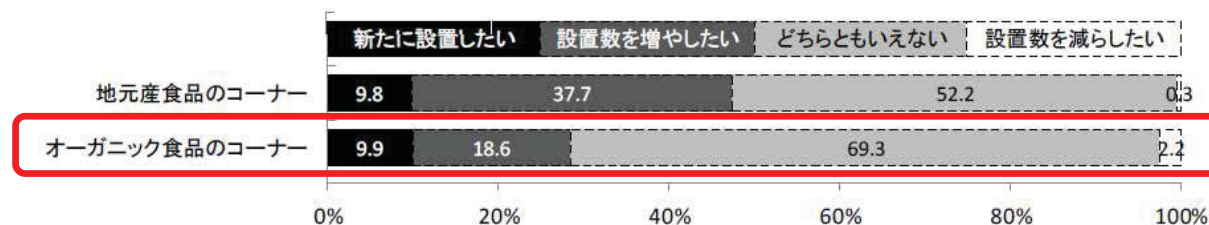


各種売場・コーナーの設置状況

		地元産食品のコーナー		オーガニック食品のコーナー	
		n	設置率	n	設置率
保有店舗数	1～3店舗	64	70.3%	61	26.2%
	4～10店舗	70	75.7%	68	39.7%
	11～25店舗	65	81.5%	63	54.0%
	26～50店舗	29	93.1%	29	58.6%
	51店舗以上	34	94.1%	32	78.1%
売場規模タイプ	小規模店舗中心型	96	69.8%	94	37.2%
	中規模店舗中心型	69	75.4%	66	40.9%
	大規模店舗中心型	65	95.4%	61	63.9%
	複合型	30	90.0%	30	53.3%

国内スーパーマーケットにおける各種売場の今後の設置意向

各種売場・コーナーの今後の設置意向（業界推計値）



※平成30年 スーパーマーケット年次統計調査報告書（平成30年10月、（一社）全国スーパーマーケット協会、（一社）日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会）を元に、農林水産省農業環境対策課が作成。

なお同調査は、全国267社の回答を集計したもので、店舗が1都道府県にのみ存在する社が165社、2～3都道府県に店舗を持つ社が71社、4都道府県以上に店舗を持つ社が31社。

※なお「業界推計値」とは、回答企業の保有店舗構成比（企業規模）を国内スーパーマーケット業界の構成比にウエイトバックし、算出した集計値であり、上記報告書に記載されている数字。

5-4. 有機農産物の流通・消費動向④国内における販売の取組

各地で続々
オーガニック！



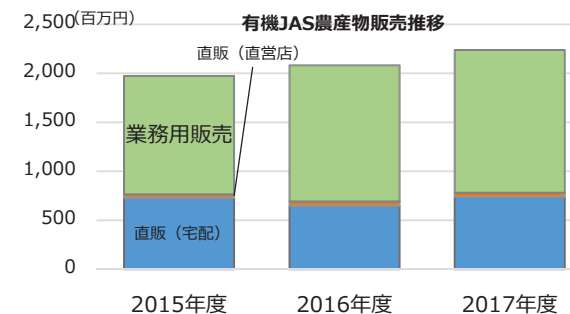
オーガニック専門スーパー ビオセボンが14号店まで出店！

2016年12月にオーガニック専門スーパー「Bio c'Bon」（@港区麻布十番）を開店させたビオセボン・ジャパン（株）は、2019年8月8日までに東京都内や神奈川県内で14号店まで続々と開店。

有機宅配業者の動向 ～バイオ・マーケットの例～

関西を中心に有機農産物の宅配事業を展開する（株）バイオ・マーケットは、有機JAS認証を取得した農産物や加工品を販売。

卸やネットショップ、京阪地域の学校給食への提供等にも取り組み、農産物の売上げを増加。



ホテルでの活用も ～スーパーホテルの例～

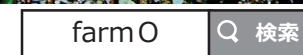
（株）スーパーホテルでは、2012年より全国約130店舗の朝食のサラダの全量（一部エリア除く）を有機JAS認証を取得した野菜に。有機野菜は、グリーン倶楽部（株）を通じて仕入れている。

また、各店舗では野菜の産地情報も公開し、消費者と生産者をつなぐ取組も実施。

生産者と需要者を結びつけるマッチングサイト～ farmO（ファーム）～

次代の農と食をつくる会と（株）坂ノ途中が運営する、全国の有機農業などを実践している生産者と、それを扱いたい買い手が、自由につながり、販路開拓や受発注などの流通の課題を解決していくサービス。

令和元年7月末現在、登録者は生産者470件、実需者247件、事業開始以降の新規商談件数は892件にのぼる。

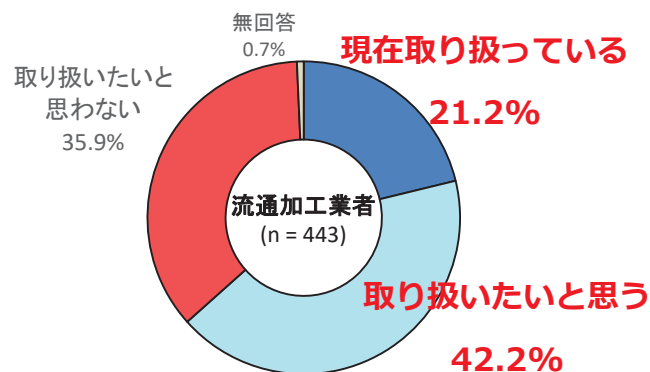


<https://www.farm-o.net/>

5-5. 有機農産物の流通・消費動向⑤流通・加工業者の意識

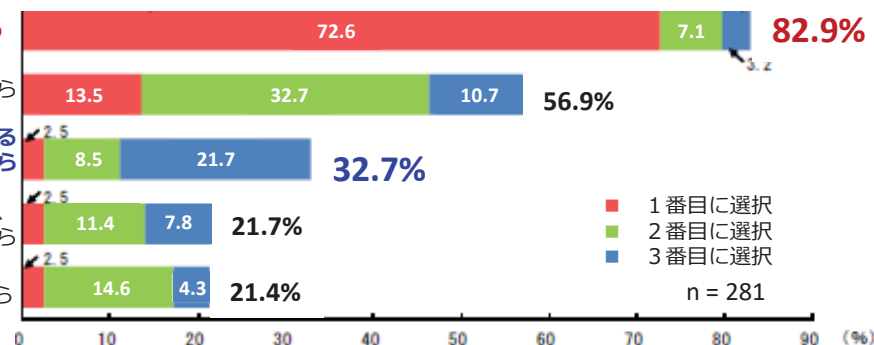
- 農産物を扱う流通加工業者の約2割は、有機農業で生産された農産物を取り扱っており、約4割は取り扱いを希望。取り扱う理由は、約8割が「安全」を挙げ、「環境」を理由とする者は約3割。
- 有機農産物を取り扱う上で求める条件としては、「一年を通して一定量が安定的に供給されること」が約6割でもっとも多く、「価格がもっと安くなること」は約3割。
- 今後の有機農産物等の需要については、約4割が拡大すると考えている。

有機農産物等の取り扱いの意向と取り扱っている（取り扱いたい）理由

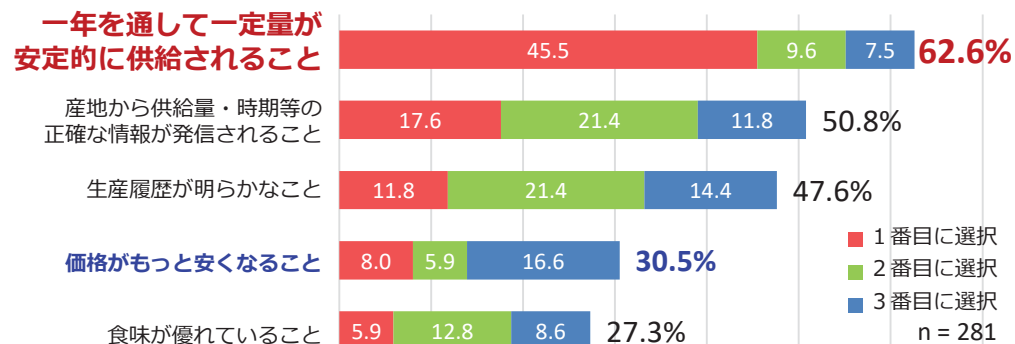


安全だと思うから

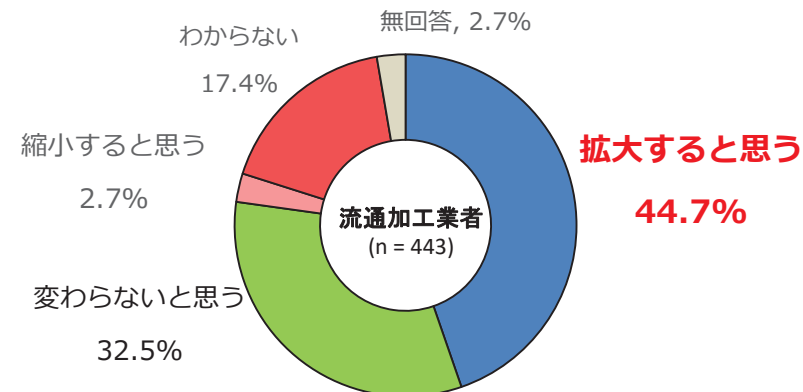
消費者が求めるものだから
環境に配慮した農業をしている農業者を応援したいから
付加価値の高い農産物で、収益向上が期待できるから
食味が優れていると思うから



有機農産物を取り扱う上で求める条件



今後の有機農産物等の需要



5-6. 有機農産物の流通・消費動向⑥価格の状況

- 有機栽培品（有機JASマークを貼付）は、国産標準品（慣行栽培品全体）より高価格帯で取り引きされており、一定の付加価値が市場に認められている。
- 生産者の約65%は有機農産物等の販売価格について満足している。
- 流通加工業者や消費者では、1割高まででの価格を希望する者が過半。標準品から4～5割高以上の価格での取り扱いを希望する者は1割未満の状況。

有機栽培品と国産標準品の販売価格比較（H28）

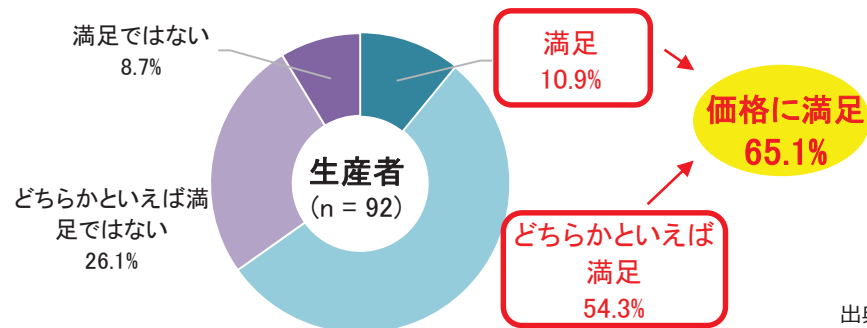
品目	国産標準品 (円/kg)	有機栽培品 (円/kg)	比率(%)
根菜類			
だいこん	204	315	155
にんじん	394	685	174
ばれいしょ	385	568	147
葉茎菜類			
キャベツ	178	291	163
ねぎ	669	960	143
たまねぎ	296	536	181
果菜類			
トマト	697	1,078	155
ピーマン	959	1,793	187

資料：農林水産省大臣官房統計部「平成28年生鮮野菜価格動向調査報告」（平成29年3月）

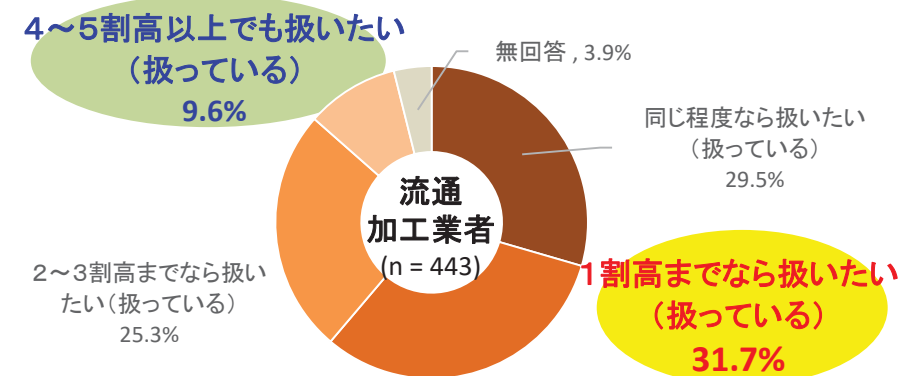
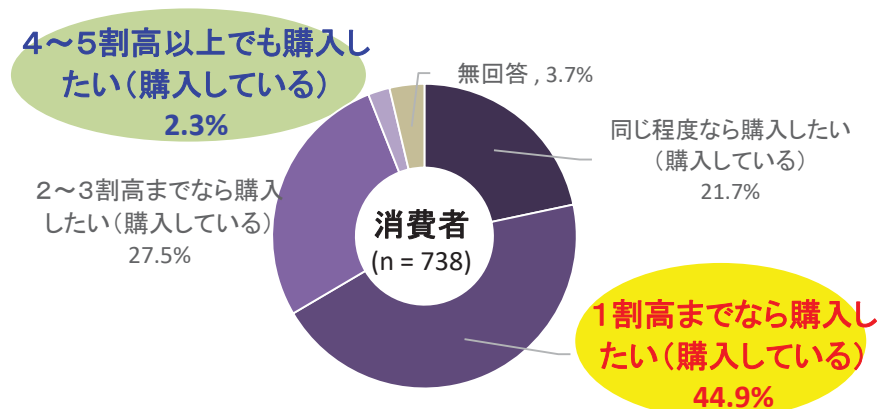
注）1. 全国主要都市（21都市）の並列販売店舗における比較である。

2. 有機栽培品は、有機JASマークを貼付した商品が該当する。

生産者の有機農産物等の販売価格への満足度



流通加工業者と消費者の有機農産物等を購入する場合の価格



出典：H27年度農林水産情報交流ネットワーク事業 全国調査
「有機農業を含む環境に配慮した農産物に関する意識・意向調査」（平成28年2月）

6-1. 有機農業に関する自治体の取組①技術体系の確立/普及指導体制・推進体制の整備

- 36都道府県において、有機農業の技術体系が確立されている。
- 40都道府県で有機農業の普及指導体制が整備されており、有機農業を担当する普及指導員等を配置している都道府県数はH27年からH28年にかけて増加。国が実施する有機農業等の研修の累積受講人数は421人（H29）にのぼる。
- 41都道府県、33%の自治体において有機農業に関する推進体制が整備されており、有機農業の新規就農に対応可能な市町村数は増加傾向にある。

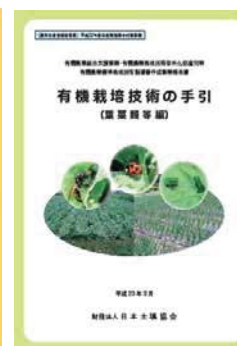
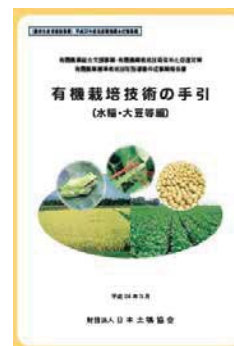
項目	目標	状況
有機農業の技術体系を確立	全都道府県	36都道府県

独自の有機農業の栽培マニュアルを作成済みの都道府県

22 都道府県

有機農業の標準栽培技術指導書を活用している都道府県

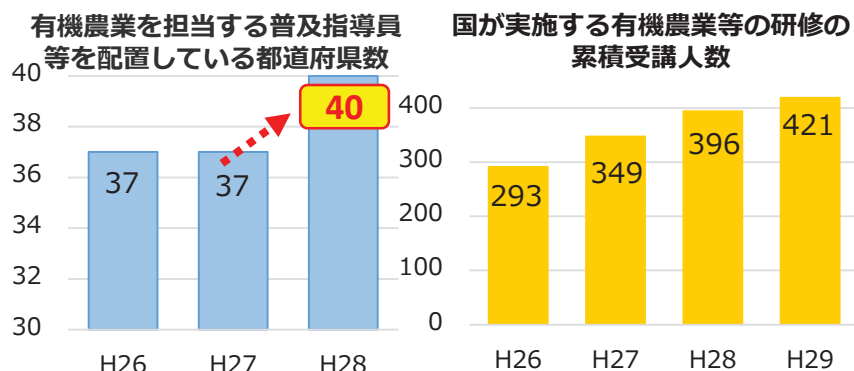
14 都道府県



▲ 有機農業標準栽培技術指導書

▲ 有機農業の栽培マニュアル（H30.6 農研機構）

項目	目標	状況
有機農業の普及指導体制を整備*	全都道府県	40都道府県

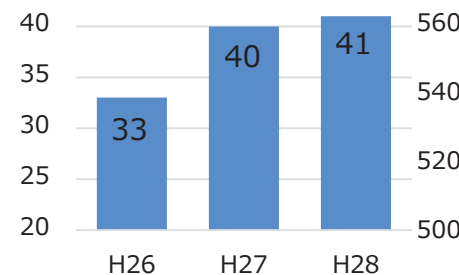


* 農業革新専門員（持続可能な農業担当）、または普及指導員（環境保全型農業担当）を配置していること

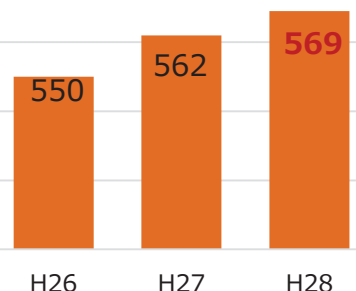
※ 技術普及課、農業環境対策課調べ

項目	目標	状況
有機農業に関する推進体制整備	全都道府県市町村の50%	41都道府県33%の自治体

有機農業に関する県域協議会を設置、または定期会合を開催している都道府県



有機農業の新規就農相談に対応可能な市町村数

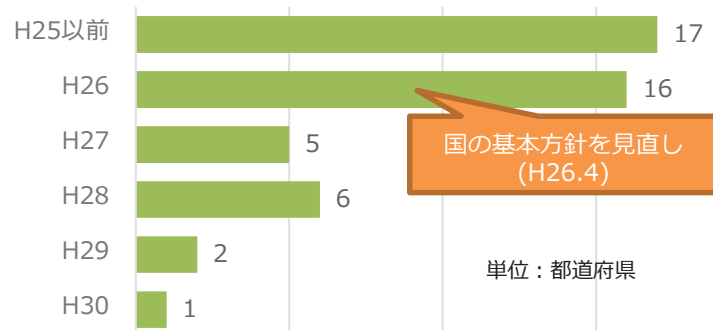


※ 農業環境対策課調べ。なお市町村数は、H28年4月時点で1,724。

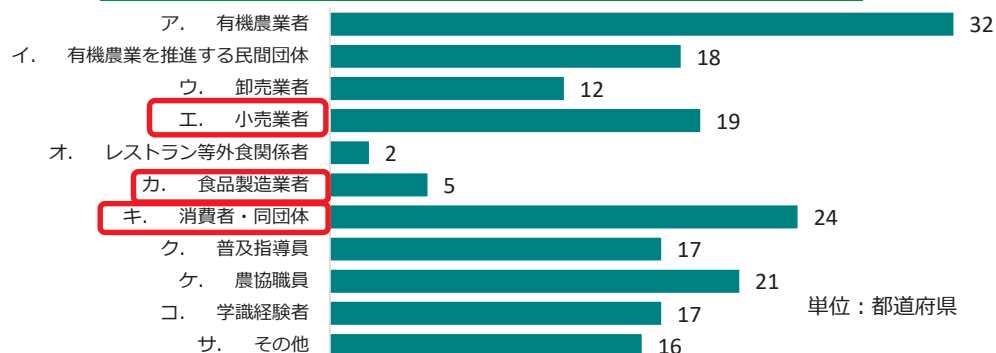
6-2. 有機農業に関する自治体の取組②推進計画・協議会・技術開発・普及指導員等

- 有機農業の「推進計画」は全県で策定。国の基本方針が改訂されたH26年度以降、30都道府県で計画を改定。
- 有機農業の推進に関する都道府県域の協議会等の構成メンバーは、有機農業者や有機関連団体のみならず、小売業者、消費者（団体）、食品製造業者などを含む例が見られる。
- 有機農業に利用可能な技術開発を行っているのは34都道府県。また、15県では研究テーマ設定の際、農業者との意見交換を行っている。
- 19県では普及指導員等を対象に有機関連技術についての情報提供や研修を行っている。

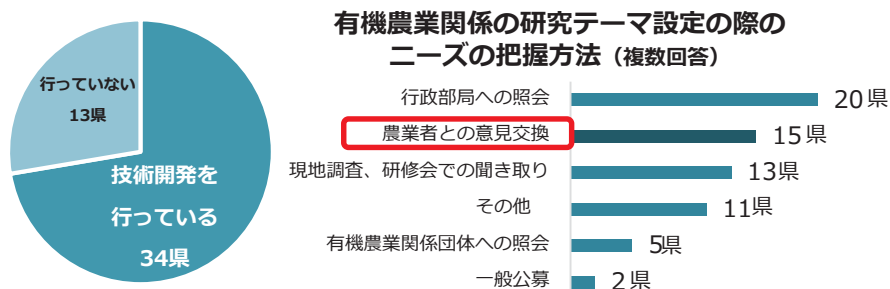
各都道府県の有機農業の推進計画（現行）の策定期



都道府県の有機農業の推進に関する協議会の構成メンバー

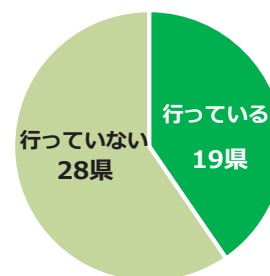


各都道府県における有機農業関連技術の開発状況



普及指導員向けの技術研修の実施状況

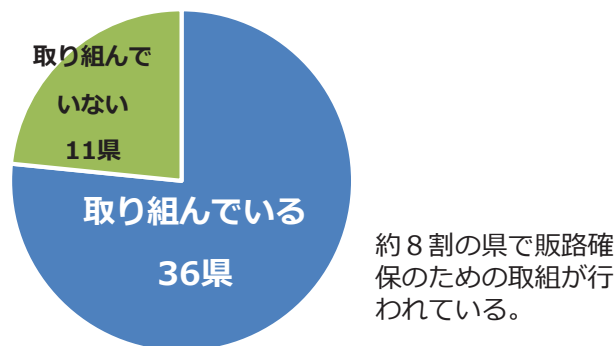
普及指導員等を対象とした有機農業関連技術に関する情報提供や研修の実施状況



6-3. 有機農業に関する自治体の取組③都道府県

- 36都道府県で、販路確保のための取組を実施。商談会等の開催やイベントの開催、出展支援等が多く行われている。
- 38都道府県で実需者（流通業者、販売事業者、学校関係者、消費者等）の関心を高めるための取組が行われており、シンポジウムの開催の他、有機JAS制度の普及活動が多く行われている。
- 18都道府県で地域内での消費拡大に向けた取組が行われており、県に特化したイベントの開催、そのイベントでのPRがもっとも多く挙げられている。

有機農業により生産された農産物の販路確保のための取組

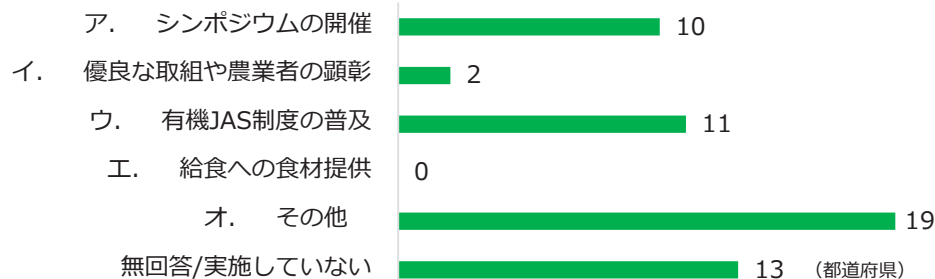


【取組事例】

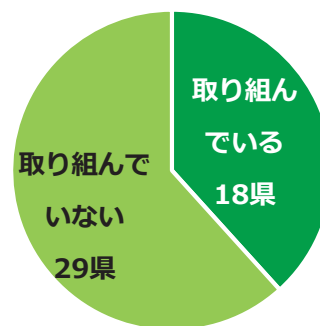
- ・ 商談会等の開催
 - ・ イベント開催、出展、後援支援
 - ・ 生産者向け販路拡大セミナーの開催
 - ・ 各種PR素材の提供
 - ・ 協同出荷体制の整備支援
 - ・ 実需者に対するニーズ調査の実施
 - ・ 生産者情報のHP掲載
- 等

実需者*の関心を高めるための取組

*流通業者、販売事業者、学校関係者、消費者等



地域内での消費拡大に向けた取組



【取組例】

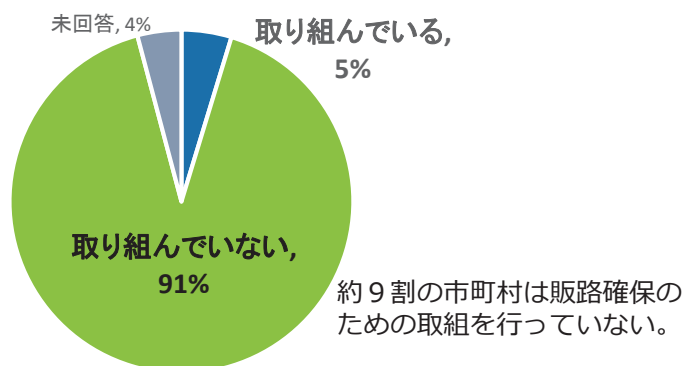
- ・ イベントの開催・PR
 - ・ 県内直売所等での有機農産物コーナーの設置
 - ・ 生産者と県民との交流イベント
 - ・ 地場加工業者との連携
 - ・ 産婦人科と提携した食事メニューの開発・提供
 - ・ 小冊子等の作成、配布
- 等

出典：農業環境対策課「都道府県における有機農業に関する推進状況調査」（平成30年8月）

6-4. 有機農業に関する自治体の取組④市町村

- 販路確保のための取組を実施している市町村は5 %。イベントの開催、出展支援等が行われている。また、地域内での消費拡大に向けた取組は8 %の市町村で行われており、地域内でのイベントの開催・出展支援、地域ブランド認定による販売促進等が行われている。
- 13%の市町村で実需者（流通業者、販売事業者、学校関係者、消費者等）の関心を高めるための取組が行われており、給食への食材提供のほか、有機JAS制度の普及等が行われている。

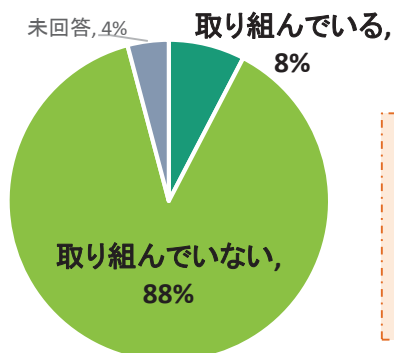
有機農業により生産された農産物の販路確保のための取組



【取組事例】

- ・ 商談会、イベント等への出展支援
- ・ 直売所の設置、紹介
- ・ ふるさと納税等の返礼品
- ・ 市町村の事業による販路拡大支援
- ・ 給食への利用
- ・ HPで生産者の紹介
- ・ 町内外への定期宅配便
- ・ 6次産業化アドバイザーの紹介 等

地域内での消費拡大に向けた取組



【取組例】

- ・ 地域内イベントの開催・出展支援
- ・ 地域ブランド認定による販売促進等
- ・ 6次産業化への支援
- ・ 給食への利用 等

実需者*の関心を高めるための取組

*流通業者、販売事業者、学校関係者、消費者等

