

「見える化」の広がり（事例）

○ 事業者が主導して、多品目でラベル表示を行い、消費者に対して継続的に「見える化」の訴求を行った好事例。

イオン九州（福岡ほか）：スーパー

- 九州地方の系列スーパーマーケット64店舗でトマト、ミニトマト、かんしょの実証販売を実施。
- 事業者自らがPOPを作成し、消費者に「見える化」をわかりやすく訴求。

【販売の状況】



温室効果ガスを減らす おかimoto

イオン九州では、農林水産省と協力し、環境負荷低減の取り組みを、星の数でわかりやすく表示する「温室効果ガス削減見える化」実証を行っています。

温室効果ガス削減☆☆☆

熊本県産

ミニトマト

熊本県産

アンダーに「見える化」実証を行っています。

イオン九州が取り扱う熊本県産トップバリュ減の恵みミニトマト(グリーンライフ熊本ミニトマト部会)は、温室効果ガス削減率9.26%、削減量1479.6kg-CO₂e(農地面積10aあたり)を達成し、★1つを獲得しています。

※自家製有機堆肥、無農薬
※農薬の消費で被害をためるおそれのあるまぶくりで、温室効果ガスを削減しながら大切に作った農産物に由来しています。ミニトマトです。
※各店舗は、農水省が指定したシートから実情、削減割合、認定シートにおいて、温室効果ガス削減に相当する取り組みを記載。

SAVE OUR PLANET

未来につながるおかimoto

CO₂の削減に配慮して生産された農産物を買うことが、地球の未来につながります。

世界の気温は、20世紀に約1℃上がりました。人間の体も、1℃体温が上がると、体調が悪くなりますが、地球も同様です。CO₂の削減に配慮して生産された高品質を選びましょう。

このマークが注目

削減率9.26%
削減量1479.6kg-CO₂e

サンプラザ（大阪）：スーパー

- 地域の産品を多く取り扱う大阪の地域密着型スーパー。
- 小売事業者側から取引のある生産者に積極的に働きかけ。
- 大阪府、奈良県の全36店舗でコメ、トマト、キュウリ、玉ねぎ、みかん、大根、かんしょの幅広い品目について、実証を実施。

【販売の状況】



特別栽培農産物

北海道産 新篠津 つちから農場の 玉ねぎ

1袋 198円 (税込213.84円)

温室効果ガス削減☆☆☆

CO₂削減ポイント +30

温室効果ガス削減「見える化」
温室効果ガス削減効果を、星の数で表示(見える化)した農産物を販売

産地直送 和歌山県紀ノ川市 当社契約農家 味心グループより

和歌山県産 味心みこりん

1袋 358円 (税込386.64円)

温室効果ガス削減☆☆☆

CO₂削減ポイント +30

味心グループとは、和歌山県紀ノ川市で、環境にやさしい農業(減農薬農業)を、実践しているグループです。除草剤は使わずに自家製有機堆肥を主として栽培している農産物です。

自社精米の鮮度にこだわった 食味ランク「特A」連続受賞中の 北海道産低農薬米ななつぼし

Sun Essen

ななつぼし

5kg 2,280円 (税込2,462.40円)

温室効果ガス削減☆☆☆

CO₂削減ポイント +30

令和5年度 北海道産 ななつぼし

青果売り場の最も目立つスペースに見える化商材を配置

「見える化」の広がり（事例）

○ 地方自治体、地方農政局が地域の関係者と効果的に連携し、「見える化」を盛り上げた好事例。

JA越前たけふ（福井）：生産者団体

- ・福井県越前市、JA越前たけふ、県民生協、市社協との4者で「地域一体型 食と農の温室効果ガス削減運動に関する連携協定」を締結。
- ・運動の一環として「コウノトリ呼び戻す農法米」を「見える化」のコメとして販売。



地域の声

- ・12年前から特別栽培米をやってきて見える化する事でやっと報われた。環境にも人にもやさしいと胸を張れる。（生産者）
- ・消費者の方々に星のシールが貼られた米を実際に手に取ってもらい、農家も環境に配慮している事を理解いただき応援してもらいたい。（生産者）
- ・よい取組であり、機会があればまた買いたい。（消費者）

東海学院大学（岐阜）：教育機関

- ・東海農政局から働きかけを行い、実証が実現。
- ・大学の試験ほ場にて、学内で発生した食品残渣を堆肥として活用し、農薬・肥料の使用量を抑えた栽培を実施。
- ・生産したにんじん、かんしょ、白菜、大根について「見える化」に取り組み、キッチンカーや地元ホテルでのイベント等で販売。



丹波市学校給食（兵庫）：地方自治体

- ・12月8日の「有機給食の日」にあわせ、丹波市内すべての小中学校の給食で「見える化」のコメを提供。
- ・学校給食に「見える化」の食材が使用されたのは初の事例。

【児童向けのチラシ】



「見える化」の広がり（事例）

○ 意欲ある生産者自らの働きかけにより、「見える化」の認知・露出や新たな業態での取扱いが拡大した好事例。

青空ファーム（新潟）：生産者

- ・従前より環境に配慮した農業に取り組むASIAGAP取得農場。地域環境、地球環境を守っていることを購買者に伝えたいと考えていたことから、「見える化」に参加。
- ・出荷先のECサイトのほか、道の駅、旅館（観光）、パックごはん（タンパク質調整食品）等様々な業態・形態で「見える化」のCOMを取り扱ってもらうよう働きかけ。

【旅館「東栄館」ポスター】



【道の駅「あがの」】



つむぎて農園（愛知）：生産者

- ・農薬・肥料を一切使わない自然栽培に取り組む生産者。
- ・地域の有機農業者とともに、地元の無印良品にて「見える化」した野菜を販売。



SARA（岡山）：生産者

- ・従前より木質バイオマス発電所を併設した循環型の施設運営に取り組む農園。発電所からの蒸気・電気・燃焼ガスを活用して大規模にミニトマトを生産（年間出荷量 1,600ト見込み）。

【信濃屋六本木ヒルズ店】



グリーンファーム沖美（広島）：生産者

- ・「追加の費用がかかったが、よい広報になると思ったので、自社のシールに「見える化」ラベルを組み込んだ。」との声

【フレスタ中筋店（広島市）】



実証参加者の声

- 実証参加者した生産者や販売者・小売事業者等からは前向きな評価。
- ラベルに関する意見も踏まえ、本格実施では、新しいラベルデザインを採用予定。

生産者

- ・これまで環境配慮に取り組んだ生産を行ってきたので、わかりやすく伝えることができ、生産者の自信につながった。（生産者）
- ・地域環境、地球環境を守っていることが定量的に販売者にも伝わり、説明しやすい。また、星を増やすにはどのような取組をすればよいか考えるきっかけになった。（生産者）
- ・これまで見えなかった苦勞が評価されて嬉しい。（生産者）

販売者・小売事業者

- ・ラベルを貼ってから売り上げが前年比113%になった。お客様からも、こういった取組があると安心して買い物が出来るとの声をいただいた。（販売者）
- ・価格が1～2割高めでも、環境に良いと分かるとお客様に買ってもらえることがあった。（小売事業者）
- ・同じ銘柄・値段の米で比較すると、ラベルがある方が徐々に売上が多くなった。（小売事業者）

教育機関

- ・環境への配慮に気付くよい機会になった。三つ星の評価を受けたことは学生たちの大きな励みになり、苦勞が報われた。（教育者）
- ・味だけでなく、環境にも優しいことをアピールしたい。（生徒）

ラベルに関する意見

- ・ラベルの内側が白いと使いづらい（小売事業者）、デザインが全体的に古い印象（生産者）



← これまでの実証用ラベル

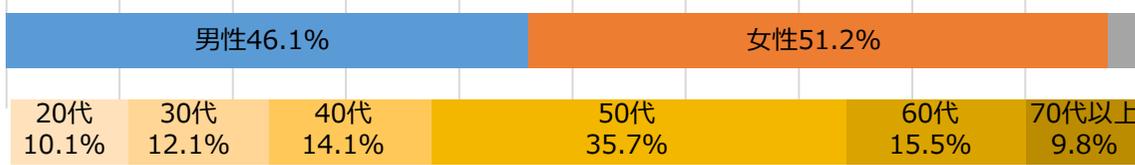
令和5年度実証のアンケート結果

- 算定シートを使用し、生産者の栽培データに基づき評価、ラベル表示をした農産物について、店頭・オンライン販売で実証を行い、アンケート調査を行った。（回収件数は、297件。令和5年8月2日～令和6年1月16日時点で57社で実施。）
- 「見える化」ラベルの付いた農産物への印象、取り扱う店舗等への印象については、「やや良い印象」「良い印象」「非常に良い印象」が高く、令和4年度実証のアンケート結果と同様の傾向。
- 買ってみたい場所については、「普段利用するスーパーマーケット」「道の駅などの直売所」が高く、日々の買い物において購入しやすい環境が望まれていると考えられる。
※回答者は購入者+非購入者

回答者の属性

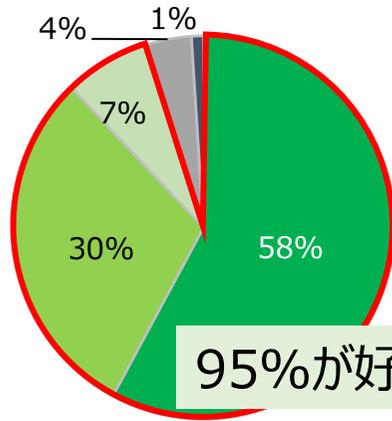
(n=297)

無回答2.7%



農産物への印象

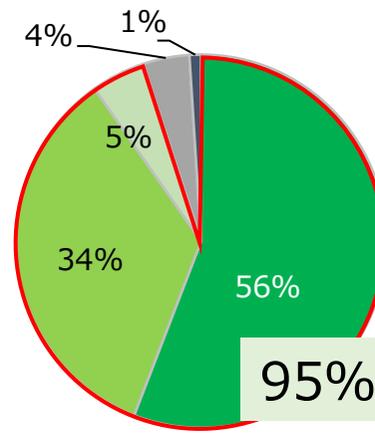
設問：ラベルの表示を見て、温室効果ガスを削減する取組を行いながら栽培している農産物の印象はいかがでしたか。(n=297)



■ 非常に良い印象
■ 良い印象
■ やや良い印象
■ どちらでもない
■ あまり良い印象ではない

店舗への印象

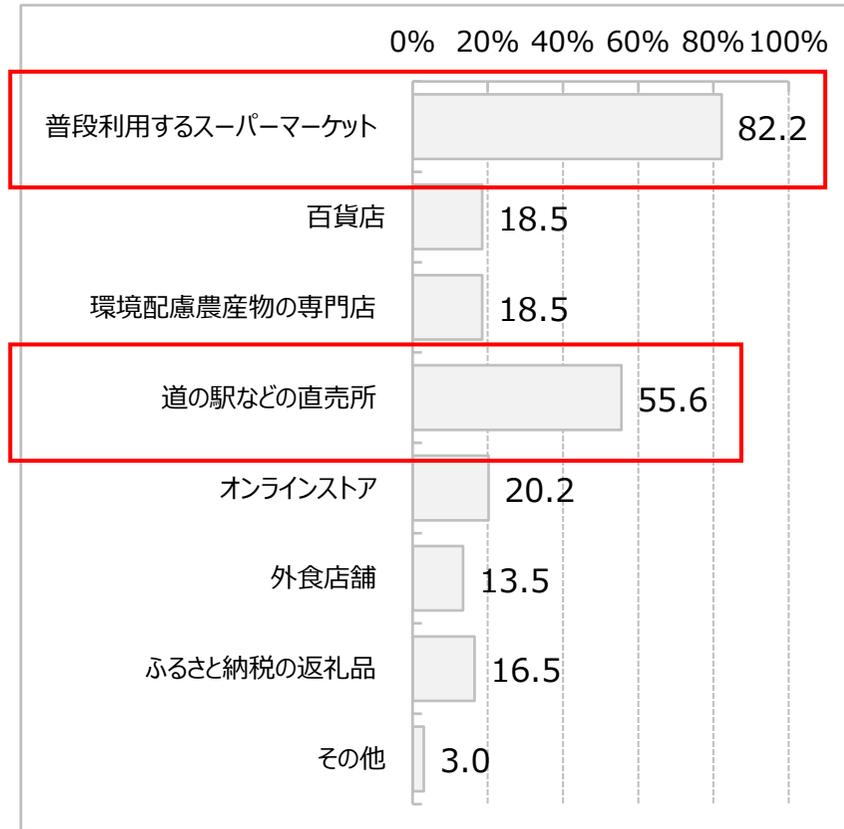
設問：このような「お店」への印象はいかがでしたか。(n=297)



■ 非常に良い印象
■ 良い印象
■ やや良い印象
■ どちらでもない
■ あまり良い印象ではない

買ってみたい場所

設問：どのような場所で売っていたら買ってみたいですか。（複数回答）(n=297)



参考：インフルエンサーによる発信

- 「#サステナアクション」のイベントにおいて、農林水産省担当者と「見える化」実証に取り組む生産者のトークセッション等を行い、食や料理、ライフスタイルに関心のあるインフルエンサーへ訴求。
- インフルエンサー独自の視点による発信を通じ、フォロワー（投稿を見る人）に訴求。

未来のためにサステナブルの活動をしている／したい
イベント前30%→イベント後100%



彩ごはんさん（アカウント名：@aya.nanan）“今後は温室効果ガスのシールが付いた農産物を見つけて購入していきたい”

<https://www.instagram.com/p/Cz0sDSSm7H/>



Kaeさん（アカウント名：@kae0904）“これからはスーパーにいったらこの「温室効果ガス削減」のシールも意識して手に取りたいなと思いました”

<https://www.instagram.com/p/Cz7zqGoyNds/>



関心を持った人に対して、コメント欄で「今後増えていくみたいです」と追加コミュニケーションも実施

りこぴんさん（アカウント名：@rikopin_tomato925）

“環境のために取り組んでいる農家さんへの感謝と敬意をもち、これからも温室効果ガス削減のシールがついた農産物を見つけたら積極的に取り入れようと思いました！” “できることから少しずつでも未来に繋がる行動を普段からもっと取り組んでいきたいです”

https://www.instagram.com/p/COGgIcmO_3A/