

# 大分☆農・カーボンプロジェクト第7回勉強会 概要

九州農政局大分県拠点

日時：令和5年7月5日（水）13：30～16：15

場所：大分県土地改良会館

参加者数：37名

（宮崎県綾町役場（講師）、有機農業生産者、生活協同組合コープおおいた、グリーンコープ生活協同組合おおいた、食育研究所、あまいろ商店（大学生）、大分大学（准教授、大学生）、大分短期大学（特任教授）、日本政策金融公庫大分支店、大分県、別府市、豊後高田市、佐伯市、臼杵市、大分県拠点）

## テーマ：有機農業の先進地 宮崎県綾町の取組から学ぼう！

当日は、綾町役場の有機農業振興係長小八重志保氏から「綾町の自然生態系農業推進の取組について」の講演後、6班に分かれて、ワールド・カフェ（ラウンド1～3）による意見交換を行いました。

ラウンド1の問い：「綾町と比べて大分県の強みや弱みは何でしょうか。」

ラウンド2、3の問い：「環境にやさしい、エシカルな消費者を拓げるためには、どうしたらよいでしょうか。」

最後に全体セッションで各班から発表し全体共有を行いました。全体的な意見としては以下のとおりです。

- 将来の消費者となる子どもたちへの食育や農業体験が大切で、それが親たちへと波及していくことで意識変容に繋がっていく。
- 生産現場での苦労やこだわり、ストーリーが消費者に伝わるような仕組みづくりが重要。環境にやさしい商品の見える化（数値化）なども必要ではないか。
- かつての綾町のような行政トップに指導力による取組を含めた積極的・継続的な支援が必要。
- 学校給食への食材供給などによる、有機農産物をはじめとした環境にやさしい農産物の地産地消の結び付けを推進・拡大。
- 有機農産物などが消費者の手に届きやすい（価格も含め）物流システムの仕組みを考えることが大事。そのためには、生産者（同士）や消費者、行政、食品事業者等との繋がりを点から線、線から面となるような幅広い情報発信が必要。若者向けのSNS等を活用した情報発信や情報共有ネットワークの構築が必要。

### <全体セッションの発表の概要>

#### 第1班

- 「健康」より一歩進んで「環境」への意識改革が必要。
- 農業体験など、子どもの体験から親の意識改革と繋がるのが大事。
- \*WWOOFの経験も有用ではないか。

\* WWOOF（ウーフ）とは、「世界に広がる有機農場での機会」という意味で、有機農業に特化したファームステイのこと。有機農場を核とするホストと、そこで手伝いたい・学びたいと思っている人とをつなぐサービスで、お金のやり取りではなく「食事・宿泊場所」と「力」と「知識・経験」の交換で成立する仕組み。

- 森を守ることで生産・消費の循環と繋がっていく。
- 消費者が身近にオーガニック農産物等を手に入れられるよう、生産者から消費者への物流システムが必要。
- 消費者に、オーガニック農産物は価格が高くなることを理解、納得してもらうには、生産の背景、誰がどうやって作ったか、こだわりなどのストーリーがあることが大事。
- 幼少期の食育が重要。子どもの自主性を重視した体験（押しつけではなく、気づきを与える事）など、子供へのアプローチが必要。その学習内容が親へと伝わり広がっていく。
- 消費者は、薬剤のメリット、デメリットをちゃんと知ることが大切。
- 消費者が購入する際に「環境に優しい」商品の見える化（数値化）が必要。
- （綾町が取り組んでいる）生ごみの堆肥化など、小さなコミュニティから実践していくことが大切。

## 第2班

- 子供、親ともに農業体験を実施していくことにより、農業への理解を深めることになる。
- 農泊やSNSを通じ、若い世代に発信していくことが必要。
- 10年～20年の長く、広いスパンでの取り組みが必要。
- 綾町のような条例に基づく取り組みが必要。
- 農業に対する教育が重要。（\*徴農制）

\*徴農制とは、徴兵制をもじった造語。兵役を義務化するのになぞらえて、農業実習を若者に体験させるというもの。

## 第3班

- 吸収力のある子どもを対象に農産物等の収穫体験等をさせ、子どもが家庭に持ち帰り話題にすることで、大人も意識が変わってくるのではないかな。
- 子どもに、農薬や化学肥料を使わないでも農作物はできるんだよってこと、有機栽培のことを知ってもらうことが必要。
- 除草剤を使う、使わないでどうなるのか、これまでやってきていることを続けるとどうなるのかといったことを勉強し、伝えていくことが必要。
- 生の野菜を食べられることに幸せを感じてほしい。
- 子どもが自然（土等）に触れることが大事。
- 自身が、「エシカル」をもっと簡単なことばでわかりやすく伝えられるようにならなければならない。
- 小売店舗の商品棚の手前にある消費期限間近な商品を選ぶ「てまえどり」の意識を持つこと、このようなことからエシカルな消費者が広がっていくのではないかな。

#### 第4班

- 食農教育が大事。(大人から子供へ食農教育を。乳幼児検診時等に、ほんまもん野菜の提供実施、子供への収穫体験実施、有機農産物の価値を自分に落とし込めたら、値段でなくなる。)
- そのためには、行政の継続的、積極的な支援が必要。
- 生産ー物流ー消費に関しネットワーク(個人、地域、市町村、県等)で繋いでいくと、うまく循環していくのではないかと。
- このような勉強会の取組が、エシカルな消費者を拡げていくことになる。

#### 第5班

- 自治体(トップ)の取り組む姿勢が重要。
- 子供への教育・周知から、親の意識を変えていく必要がある。
- (綾町、福岡県の取組の)し尿処理施設等による資源の循環などを子供に見せて学ばせ、意識を変えさせていくことも大事である。
- 物流システムの見直し。有機はいいよと言っても価格が高いから手にとらないのが現状。消費者の手元に届くまでに価格が上がらないような仕組みを作っていくにはどうしたらよいかを考えていくことが大事。
- 海外へ有機農産物の輸出を促し、儲かる事例が増え伝わっていけば、慣行栽培生産者も有機栽培をやっていきたくいと農家が増え、供給量を増やすことで国内では安く提供できる流れができれば、エシカルな消費者も増えるのではないかと。
- 進めていくうえで大事なのは横のつながり。生産者同志や消費者との繋がり、点から線、線から面の広がりにつなげていくのではないかと。

#### 第6班

- 子どもたちへの教育、子ども達から親への伝達となり効果があるのではないかと。
- 学校給食の果たす役割は大きいので、有機農産物を提供し子どもの時からいい「食歴」を持たせることが大切。
- 農泊体験等や食育授業で農家の苦労やどのように作られたのか、食べ物の大切さ、食品ロスを出さないよう残さずに食べてもらうなど、意識改変を行っていくことが必要。
- 行政の意識の変容、慣行栽培農家もすぐに有機とは言わず減農薬へと変えていく意識の変容が必要である。
- SNSを活用して、訴える力のあるストーリーや綾町のようなブランド力の発信、消費者・飲食店の関心をえるもの、訴えるための数値化して、情報を発信することが大切。
- 実際に有機農産物を食べてもらう機会を増やすことが効果的。(学食も含め)
- 生産者と消費者の交流が必要。(農泊、交流会、勉強会、\*ウェルネスツーリズム)  
\*ウェルネスツーリズムとは、フィットネス、ヘルシー食、レクリエーション、交流など「ウェルネス=豊かな人生へのアクション」を提供する旅行の総称))
- 有機農家は、意識の高いスーパー・生協を味方につける、価格差への補填、売り方の工夫など、販売方法について変容していく必要がある。
- 輸送コスト、手数料やフードマイレージの観点からも地産地消の推進が必要、地元から

変えていくことが重要である。

○儲かる有機農業の仕組み作りが必要。

#### <地方参事官の全体総括>

○環境に配慮した農産物を生産していくには、それに見合う価格設定がないと再生産が難しい。そのためには消費者の意識変容が重要。今日の話を持ち帰っていただき、周りの方へ伝えていただきたい。当方としても、エシカルな消費者を拓げていくには「伝えていくこと事」が大切で、SNSを活用しリアルな情報提供など考えて参りたい。本日は、お疲れさまでした。大変ありがとうございました。

以 上