

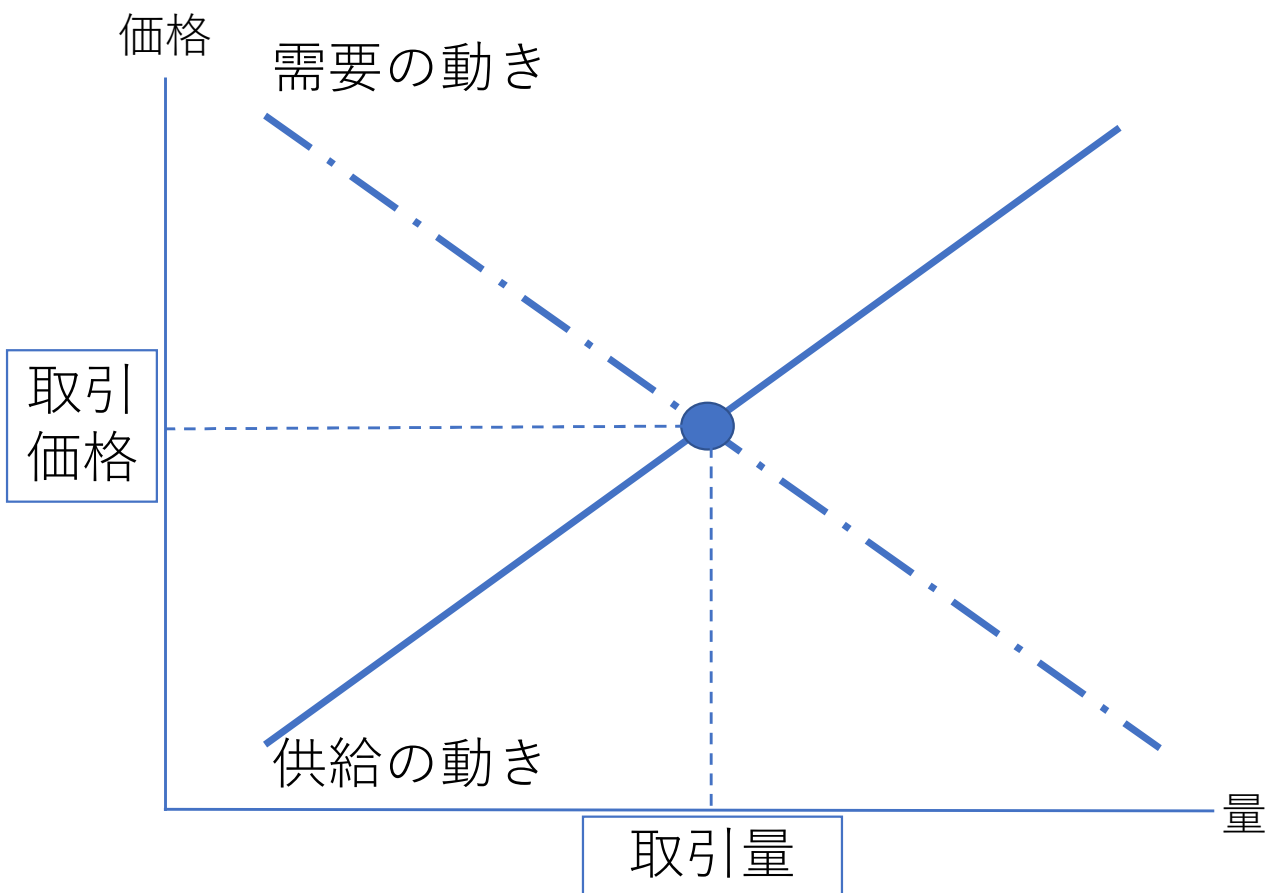
パート 2

国民みんなで取組むための一歩

～川上からのアプローチを提案～

九州農政局次長 土橋 信昭

突然ですが、取引価格等のメカニズムとは・・・

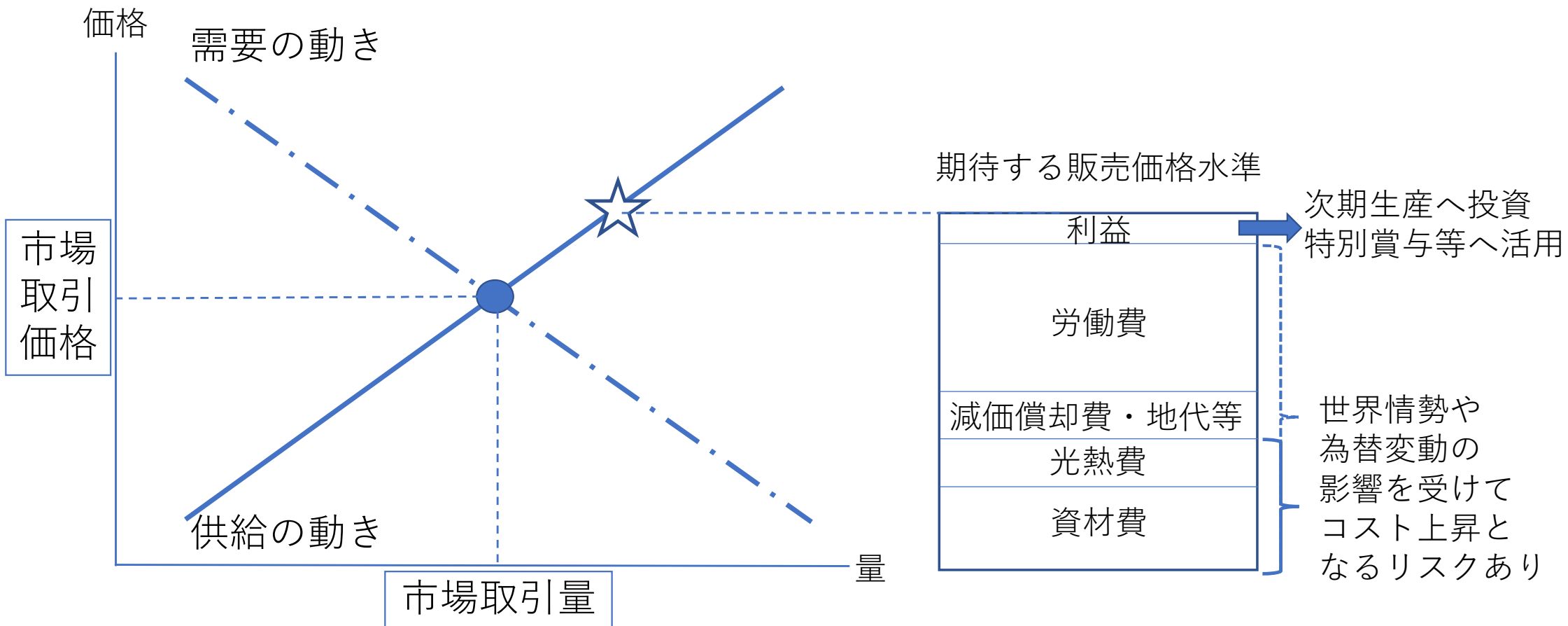


取引される価格や量は、
需要側(消費者)と供給側(生産者)
の動きが重なる・合意することで
決まる。

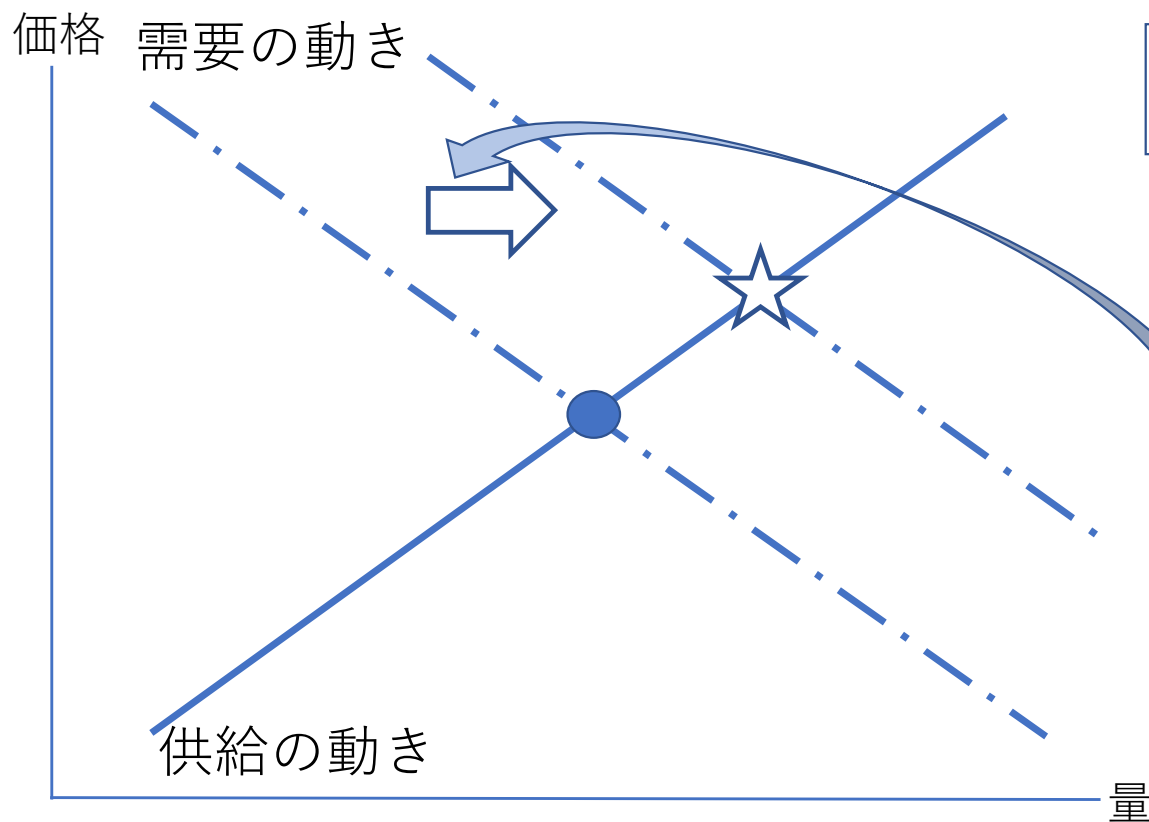
卸売市場での‘競り’が代表的。

では、
農産物の取引価格・取引量は
生産者にとって納得のいくもの
になっているのか？

作り手が☆の価格で取引したいと思うならどう行動すれば良いか？



メーカーは☆の価格で取引できるように行動している



メーカー（加工食品や電化製品など）

積み上げ方式でコスト計算し、利益まで考えて販売価格・量を算出した上で

- ・CMやチラシ・カタログ、包装表示で新たな需要を喚起



- ・その価格とその品質のバランスを訴え、消費者の納得感を獲得

では、農産物生産者はどのような行動をしているのか？

農産物生産者も☆の価格で取引できるよう努力している・・・が

農産物生産者

- ・ 産地ブランド(定時、定量、定品質)を確立し、市場からの信頼を獲得
- ・ 契約栽培により、納得できる価格と量が得られる業者(販売先)を獲得
- ・ H P 開設や E C 参入により、生産したモノの特徴や生産者のこだわりを発信してファン需要を獲得 等

(備考) 日々変化する天候や環境の変化を受けて生産される特性があることに加え、生鮮品であるがために、流通や保管上の制約があり、製品メーカーのような販売戦略は困難な面があることに留意

農産物生産者ならではの行動があるのではないか（その1）

【課題】

生産した農産物を消費者に選んでもらえるようにするためにはどうすれば良いか？

そのヒントとして

例えば、

祖父母や親戚の方が作った農産物には、特別なおいしさがあり、楽しみにしているのではないか。

理由としては、以下のことが考えられるのではないか。

- ・ 知っている人が作っているモノは、より安心できるから
- ・ 作り手のこだわりや思いが伝わると、有り難く感じるから
- ・ みんなのこと、将来のことを考えて作ってくれと、応援したくなるから

さらに

- ・ 新しい機器やデータを使って農業していると、かっこよく将来性が見えるから 等々

農産物生産者ならではの行動があるのではないか（その2）

【対応の考え方1】

大分県など九州各県は消費者と生産者が近いので、その強みをいかす

メーカー（加工食品や電化製品など）

積み上げ方式でコスト計算し、利益まで考えて販売価格・量を算出した上で

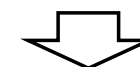
- ・CMやチラシ・カタログ、包装表示で新たな需要を喚起



- ・その価格と品質のバランスを訴え消費者の納得感を獲得

農産物生産者

- ・生産者の「こだわり」や「想い」を伝える
- ・農産物の特性を数値等で見える化する
- ・農業を「知る」経験をしてもらう



- ・自然を相手にして知恵と工夫で生き物を育てる事の困難さと大切さについて消費者理解を得て、サポーターを獲得

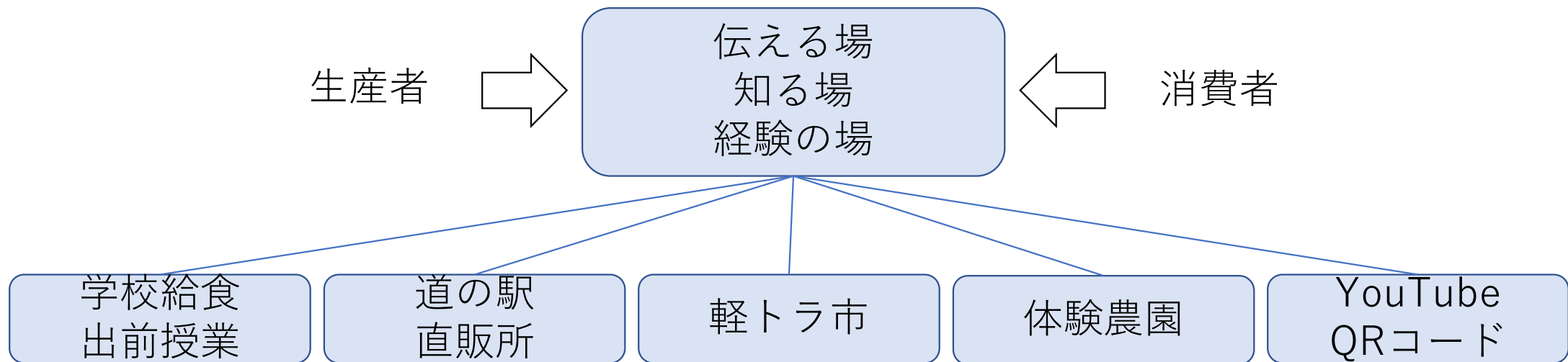
（積み上げ方式でコスト計算し、再生産可能な販売価格や量を算出しておくことで、購入者に説明できる用意を！）

農産物生産者ならではの行動があるのではないかな（その3）

【対応の考え方2】

SDGsや地球環境への関心が高まるなか、情報に敏感な世代とのつながりを深める

生産者と消費者の接点を創り、農業のことを「自分ごと」に捉えてもらうことが重要



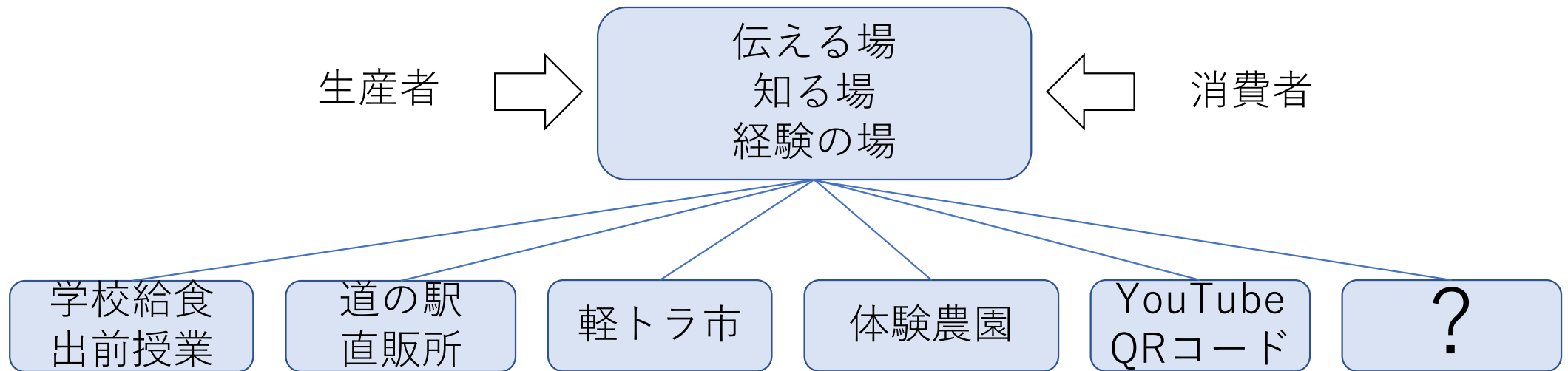
上記取組に斬新さは少ないが、こうした地道な接点作りの行動が「食べる」毎日の行動の際に意識変化をもたらす事が期待できる

【ご参考】 こども夏休み特別イベントで伝える場を設定(8月2-3日@熊本市)



- ・ 本年4月に宮崎で開催されたG7農相会合での合意内容を分かりやすく紹介。
- ・ 九州で頑張る農家さんを想い、残さず食べて地球を元気にしよう！と呼びかけ。

皆さんならどのような「場」を設定しますか？
何を伝え、何を知ってほしいですか？



- ・次世代や未来のことを考えて行動すること
- ・若い世代が「食」を自分ごとに考えるきっかけを持つことが求められているのではないか！