

生産者と消費者のつながりによる 持続的な消費

みどり戦略学生チャレンジ
八戸聖ウルスラ学院高等学校 普通科

食から日本を考える。
**NIPPON
FOOD
SHIFT**

目的 - 私たちは生産者と消費者のつながりによる訳あり品の流通を通して環境の優しい持続可能な消費を実現する。

活動内容：消費者と生産者のそれぞれの実態を質問した

にんにく農家さん

1. 生産物を廃棄した経験はありますか。また生産物の廃棄の現状についてどう思いますか。
腐敗などにより廃棄したことはあり。基本的にはそうなる前に一次加工を行い商品化している
2. 訳あり品の流通についてどう考えますか。
訳あり品は基本的に食品加工会社に販売するのが一般的、市場に流通させても仲買が嫌厭するため小売りでは難しい。うちでは、自社で商品化しているため訳あり商品としては販売しない。
3. 生産者として現状困っていることはありますか。
市場や農協の野菜の規格が、消費者の求めている物とずれているため、必要以上に規格が厳しいのが課題である。
4. 災害時規格外品が大量に出る時にどのような対応をしていますか、またそのような事態に備えてどのような対策をしていますか。
自社内で商品化し対応している。
5. 消費者に生産者の実情を知ってもらうために生産者側がSNSに動画を発信することで広めることについてどう思いますか。
SNSを活用し情報を拡散することは可能だが、販売まで繋げるにはSNSだけでは対応が必要になる。これが一般生産者が弱い部分。
6. 消費者に知って欲しいことはありますか。
どのように作られた野菜なのか、栄養価が高いのか、口に入れる物だからこそ、知らなくていけないことが多くあると思う。

料理教室の先生

1. 訳あり品を買いますか、またどの程度の訳あり品なら買いますか
安くて美味しくまた生産者のためにもなるため購入する。穴が空いてなかったり曲がってなければ嬉しい。
2. 訳あり品を買う時に重要視することは何ですか
私は生産者の欄を見て知ってる生産者から買う。
3. 訳あり品がネットで流通することについてどう考えますか。
私は直接買う。繋がりがいい人にはいい販路だと思う。
4. 生産者によって商品を選ぶ消費についてどう考えるか。
私は生産者を応援したいため賛成。オーガニックなどの環境にやさしいものを選びたい。
5. snsなどで生産者が発信している動画を見たことはありますか。またそのような動画を見てその生産者から買いたいと思いますか
snsで動画を見てその生産者からオーガニックのトマトや雑穀、ほうれん草を買ったことがある

結果 消費者は訳あり品を買うことについて肯定的な意見を持っていることがわかった。しかし生産者としては訳あり品は消費者に直接的に販売する必要があるという難しさがあり改めて生産者と消費者のつながりが大切だとわかった。また生産者と消費者がつながる方法としてsnsを活用することが効果的だがそれだけでは足りない部分もあることがわかった。

提案 これらのことから私たちの目的を実現するには生産者と消費者がSNSでつながるイベントなどが必要だと考えた。例として、生産者と消費者がそれぞれの実態を拡散しあう掲示板のようなサイトや消費者が生産者の仕事を疑似体験できるようなオンラインイベントのようなものにより生産者と消費者のつながりを深める。