

第3回北海道食の安全・安心委員会における各委員の主なご発言

■ クリーン農業への理解の促進

- ① クリーン農業サポーター制度とは、具体的にどのようなものか。
- ② 出前講座は、多くのオファーを引き出し、様々なパートナー組織と取り組んだり、波及効果の高い親子を対象とするなど工夫をして欲しい。

■ クリーン農業技術の開発と普及

- ③ 将来に向けて、養液栽培に対応するクリーン農業技術の開発や、YES!clean への適用を検討した方が良い。
- ④ クリーンや有機の対価として幾らまでなら購入できるのかというマーケティングが大切。それにより、生産側で必要な技術開発の目標も明確になるのではないか。

■ YES!clean 農産物の拡大

- ⑤ YES!clean マーク表示加工食品の拡大のために、YES!clean 農産物の詳細な情報を発信や、マーケティングを行うと良い。

■ 有機農業の拡大

- ⑥ 高い価格に見合う価値が十分に認識されていないので、消費者へ地道に訴えることが大切。
- ⑦ 有機農産物の需要拡大に取り組むとともに、価格が下がるようにして欲しい。

■ その他

- ⑧ 担い手を増やす政策も重要。

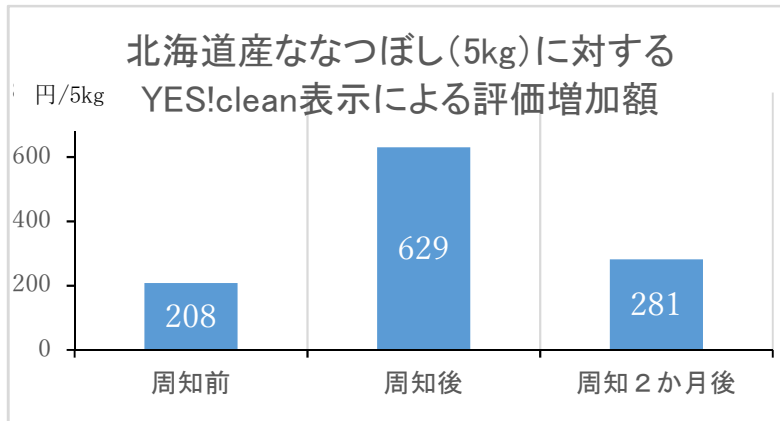
YES!clean 農産物等と慣行農産物との購入価格意識について

■ YES!clean 農産物

対象 札幌市95名の主婦

評価 ななつぼし5kg 認証表示の有無

方法 選択実験（産地の取組等の周知前・周知後・周知2か月後）



認証表示に対する購買意欲の計測結果

- 周知前**
 北海道安心ラベルって何？安心なの？
 ※評価者間で評価にバラツキがある
- 周知後**
 産地の取り組みや制度の内容を理解できると「いいね！」を付けたいくなる
 ※マークの価値（限界支払意思額）は上昇
- 周知2ヶ月後**
 もう分かったわ！
 ※マークの評価は評価者間で安定

H31 道総研「生産・流通・消費から見た

クリーン農業の総合評価」

- ・産地の取組（ストーリー）を伝達することで、消費者の購買意欲は高められる。
- ・ただし、その効果は一時的であり、継続的な情報発信が求められる。

■ 有機農産物

○ 販売価格

H28 農林水産省調査

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。

○ 価格への意識

H27 農林水産情報交流ネットワーク事業全国調査

