

協議会における山形県有機農業推進計画改定に関する御意見について

項目	御意見	対応等
担い手育成	<ul style="list-style-type: none"> ・ 展示圃の活用等により若手の意欲を引き出してほしい。 ・ 面積拡大のため、大規模化し機械化すればよい。 ・ 有機農産物の団地化をして、有機農業志望の新規就農者を迎え入れる。 ・ 若い人の取り組みもあるが、栽培技術が難しく途中でリタイアする人もいるので、技術や経営の面でサポートが必要。 ・ 生産拡大には人の増加が必要。 ・ 活用できる事業を利用者の立場で情報提供してほしい。 	<p>⇒有機栽培技術の普及拡大の取組みを充実。</p> <p>⇒「やまがた有機農業の匠」、有機農業実践グループと連携した研修体制づくり。</p> <p>⇒各種交付金、補助金等の情報を収集、整理した資料を作成。</p>
消費者理解促進	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者理解の促進のための情報発信は重要。 ・ 写真コンテストなどのPRを実施しては。 ・ 地元との交流や情報発信をするべき。 ・ 地元から支持され、地元の方が情報発信してもらおう。 ・ 子育て世代、健康志向など、ターゲットを絞る。 	<p>⇒新たな手法も加えながら情報発信を強化（フォトコンテスト）。</p> <p>⇒消費者を対象にした有機農業の視察、飲食・販売イベントの実施。</p> <p>⇒（地元向け各種イベントの実施によるファン獲得。）</p>
販売促進	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生産、販売、流通の連携が必要。 ・ ターゲットを絞ってブランド化しつつ、対象が購入できる価格帯も意識。 ・ 山形の風土に合ったもの（伝統野菜等）を選定して有機栽培する。 ・ 地元消費者へフォーカスし、ニーズに対応した野菜などの品目展開。 ・ 地域に根差した特産品開発、日本酒、そばなどの商品展開。 	<p>⇒県内向け商談会の実施。</p> <p>⇒（県内向け商談会、飲食・販売イベントによりニーズの情報を蓄積し、生産・販売戦略に活用。）</p> <p>⇒地域ブランド・地域づくりの推進（フォーラムの開催、資料配布等）。</p>
地域づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食育活動との関係による有機農業推進の声（多数）。 	<p>⇒地域ブランド・地域づくりの推進（フォーラムの開催、資料配布等）。</p>

《山形県有機農業推進計画改定に向けたこれまでの協議》

- 平成 29 年度 エコエリアやまがた推進協議会 （平成 30 年 2 月 16 日）
 有機農産物ブランド化推進専門部会 （第 1 回：平成 29 年 8 月 4 日、第 2 回：平成 30 年 1 月 17 日）
- 平成 30 年度 エコエリアやまがた推進協議会 （第 1 回：平成 30 年 9 月 7 日）
 有機農産物ブランド化推進専門部会 （第 1 回：平成 30 年 7 月 19 日、第 2 回：平成 31 年 1 月 29 日）

平成 30 年度第 1 回エコエリアやまがた推進協議会 議事録

日 時：平成 30 年 9 月 7 日（金）
午後 1 時 00 分～午後 3 時 00 分
場 所：山形県自治会館 6 階 602 会議室

委員 9 名（代理 3 名）出席、3 名欠席（眞木委員、中村委員、樋口委員）

1 開会 2 あいさつ

藤井会長

本県の環境保全型農業の水準の高さについて
オール山形による有機農業の推進について

須藤技術戦略監（兼）次長

今年度の気象状況と県の対応について
有機農業推進計画の改定について

3 委員紹介

- ・平成 30 年度に交代した委員として、農事組合法人サンファームしらたか・樋口代表理事、生活クラブやまがた生活協同組合・原理事を紹介。

4 エコエリアやまがた推進コンクールについて（柴田主査）

- ・資料 1-1～1-3 により応募事例の概要について説明。
- ・10 分程度確保し、出席者により採点。

5 報告事項（結城課長）

環境保全型農業の取組状況について、資料 2 により下記項目を説明。

- ・エコファーマーの認定状況及び特別栽培農産物の認証状況について
- ・環境保全型農業直接支払交付金の取組状況について
- ・環境保全型農業直接支払交付金における草生栽培の取組について（案）
- ・環境保全型農業に取り組むみなさまへ（GAP の説明）
- ・山形県における各種 GAP の推進スキーム
- ・環境保全型農業に係る会議・イベント等の開催状況及び予定について

質疑応答

Q. 委員

県版 GAP を取得するとオリンピックの食材として利用されるということだったが、オリンピックの食材として自分のところのものを提供したと PR できないとも聞いている。

A. 事務局

現状では PR できない。ただし、それではメリットがないので、変更を要請している。「PR できない」という結論にはなっていない。

食材としての利用の働きかけをする相手としては、ケータリング会社（食材供給会

社) にこちらからPRをして、取り扱ってもらえるようにする流れになると考えている。

6 協議事項(座長: 藤井会長 報告: 結城課長、安藤生産環境主査)

次期「山形県有機農業推進計画」骨子案について、資料3-1から3-6により下記項目を説明。

- ・山形県有機農業推進計画の改定について
- ・次期「山形県有機農業推進計画」骨子案について
- ・山形県有機農業推進計画の取組状況及び次期計画に向けた課題
- ・山形県産有機農産物の流通・消費促進及び地域ブランド化の推進について
- ・次期山形県有機農業推進計画の概要(案)
- ・次期有機農業推進計画の推進目標について

協議

《今の課題の捉え方や、改定のポイントについて》

委員

オーガニック弁当を頂いたが、非常に良いと思った。ちょっと残念だったのは、県産の有機野菜がもっとあればと思った。有機栽培の野菜が少ないのは非常に重要な課題と思う。

委員

販売先においては、小規模のロットよりもある程度の量を望む。有機農業の面積を拡大し、ある程度の農産物の数量がまとまらないと、販売まで結びつかないのでは、と思う。

委員

資料3については賛成。有機の栽培技術が慣行栽培へ取り入れられていくことで、環境保全にも、意識醸成にも繋がっていくのではないかと。そのような意味で、技術開発は重要と考える。

委員

販売店の常設販売にしろ、有機農産物のPRにしろ、消費者と生産者が1対1で繋がるのは良いことだと思うが、量が無くては、そこで繋がりが終わってしまう。広くPRするには量が必要。当県は米の生産が大きいですが、有機栽培野菜の拡大は課題である。さといもやねぎへ取組むことも素晴らしいと思うが、有機に取組みやすい品目だけでなく、主要野菜においても、栽培技術の確立を県の試験場等に頑張ってもらいたい。

委員

書かれている課題には問題なし。付け加えると、理解の醸成の課題について、必ず

しも関心が高まったからといって理解がついてくるか、ということがありうる。関心のある消費者の意見の中には、有機農産物は良いもの、それ以外のは悪いもの、有機栽培は大変、それ以外のは簡単、という意見が見られ、これは誤解だろうと思う。エコエリアの推進を進めるためには、理解の増進と関心の増進を両立して進めていくことが、課題としてありうるのではないか。

委員

計画については、素晴らしいと思って見させていただいた。

幼児や小学生を対象とした自分の食育活動の中で、有機食材の確保に動いた時期があったが、作成したメニューについて有機の物が揃わなかったことがある。また、相手が子供なら、数だけでなく大きさにもこだわらなければならない。有機栽培の食材が手に入るような環境を整えたいと考えている。

プレミアム弁当は美味しかったが、オーガニックの食材が数種類で、他はエコ農産物が多かったのが残念。ただ、考え方を変えると、オーガニックでなくてもエコファーマーの方の考えが分かれば、それを理解して美味しくいただけるのでは。

消費者の立場としては色々な考えがあり、「小さい子供に食べさせるのは良いものでなくてはならない」「幼稚園保育園のお祭りの食材にも、どこから手に入れた食材か全て明記すべき」といった意見もあり大変な思いをしている。極端な考えを持っている消費者にも理解していただく観点から、オーガニックだけでなくエコ農産物についても情報発信していかなくては、と思う。

置賜総合支庁農業振興課

9月8日に高島で開催される「親子わくわく食農体験バスツアー」について、鈴木課長補佐から紹介。

5歳児とその保護者を対象とし、おきたま興農社にて親子で枝豆の収穫体験を行った後、糠野目生涯学習センターにて、じんだん餅、きなこ餅、納豆餅を作り食事をすする。

加藤委員が講師となり、枝豆と大豆が同じ植物であり、1つの食材が色々な食材に変化すること等を教える予定。

委員

有機農業に対する皆様の努力は素晴らしいと感じている。

当組合でも、食事を楽しく、というきっかけで伝統食を見直そうというイベントを計画している。大人15人子供5人が参加予定。生産者の方を直接伺って話を聞く。

消費者が要望しても有機の生産者としては大変であり、また有機の生産者が作っても消費者がロット数を全部利用できないと大変。消費者側が消費し続けていくにはどうしたらいいか、今後もそのような視点で考えていく必要があると思う。

委員

エコエリア農楽隊に参加させていただいた。会社に勤める料理人からすると、有機栽培の野菜よりも伝承野菜を優先して使用する。理由は、お客様を惹きつける力が強いから。有機栽培が良い物というのは分かるが、会社側からみると、お客様を惹きつける魅力が伝承野菜に比べて弱い。加えて価格の問題と流通の品数の薄さがある。結婚式場では、ある程度決まった食材の量や決まった価格でないと使えない。このため

なかなか有機農産物が使いづらい。

これからブランド力や生産力を上げて、常に供給できるようになれば、私達もどんどん使っていきたい。伝承野菜+有機栽培なら魅力は増すのではないか。山形は農業が盛んな県であり、いい野菜もいっぱいあるので、それをお客様に良いように伝えていきたい。

委員

エコエリア農楽隊は、消費者と産地とが直接見える良い取組みと思った。地産地消を進めるためにも、実需者や流通側の人に参加して理解を深めていただくことは重要。より一歩進めるには、必要な量をあらかじめ農家と提携して作ってもらうような、仲介できる組織があれば、地産地消・山形ブランドにて山形の有機農産物の料理をもっと提供しやすくなるのではないか。

エコエリアやまがた推進コンクールの応募事例に置賜農業高校があった。卒業生等の将来農家を継ぐ方々が、有機をやる意思があるのか、有機をやらなかった理由等について追跡調査をすることで、有機が広がらない、繋がっていない理由が見えるかと思う。ぜひ学んでいる学生に、どのように考えているのかを調査してみればと思う。

資料3-6について、市町村における有機農業の推進状況は、島根県が74%となっており、どのように市町村の担当者が理解を深めているのか。何か方法があるのでは、教えていただければ。

GAPについて、オリンピックが終わった後のメリットは何か。認証には手間がかかると思われるので、生産者が認証のメリットを感じられればと思う。

事務局

島根県については、県の農林大学校が、有機農業を実践している農業者グループをサテライトとして、有機農業を希望している人を送り込んでいる。同県には雇用形態をとる農業法人があり、研修・就農の流れがある。

GAPについては、国の農産物輸出計画とオリパラでかなり強く推進している。輸入の条件としている国もあり、国内の流通大手のスーパーなど国内でも取り入れられてきている。食品加工ではHACCPの義務化もあることから、生産現場にはGAPが求められることが想定される。

有機の認証については、ヨーロッパへの輸出では有機農産物が求められると国では言っている。また、有機の認証を取得している農場でGLOBALG.A.P.やASIAGAPの認証を取得している事例が増えてきており、輸出の体制を整えてきている。県としても、GAP認証取得に向けた指導支援を行っていきたいという考えである。

《新規事業の方向性における、情報発信の強化及び付加価値を上げる取組みについて》

委員

オーガニックフェスタについて、今のところは年1回の開催であるが、今後もその日程なのか。

事務局

今のところは年1回。有機農業に触れる場として、オーガニックフェスタ等の大き

い規模のイベントを1つ、小規模のイベントを数回としている。

県が関わっていないイベント等も情報収集しながら、有機農業に触れる場の創出を進める。

委員

野菜には旬があり、各市町村で小規模にやっているものもあると思うので、イベントの開催には、実践者の方と相談しながら規模・開催地域・開催時期を考えればいかと思う。

委員

オーガニックフェスタは私も関与させていただいている。今年度はイオンホールに会場を移したが、火が使えないためライブキッチンが開催出来ない。消費者と生産者が語れる場を作れるように現在検討している。

フェスタは県全体の規模で年1回開催してきたが、有機農産物のイベントは、新庄や米沢など各地域の他、県でもそのように実施してきており、だんだん地域毎になっていくのが自然かと感じる。県全体で実施する意義については現在検討課題にしている。今回はお客様の層も代わるので、そこも踏まえ次年度につなげていく。

《資料3-6の推進目標の内容及び設定について》

委員

推進目標の3つの目標については、取組拡大と担い手育成に直結するものであり、他の2つの取組みにはつながりにくいのでは。

事務局

消費者側をどのように捉えるか、それをどのように表現していくか、今後色々推進していく中で考えていきたい。

オブザーバー

有機JAS認証を進めていくという上では、取組農業者だけでなく、周囲の農家の理解も必要。有機農業の実践者が防除をする際には、防除しているところを見てもらうこととしている。そのような意味では、有機農業の理解に関する目標には、地域や周囲農家も対象としていけばいいかと考える。

まとめ（藤井会長）

- ・ロットの拡大、主要野菜の有機の検討。
- ・有機は良い、慣行は悪いなどの極端な考えがある。消費者に対し、関心を得ることと理解を得ることを両立しないと間違った方向に行きかねない。
- ・生産者・消費者に加え流通者が組織を作って、生産量・販売量の合意を得られるような組織を作り、多面的に広めていったら良いのではないかと。
- ・人材の育成については、教育機関において、どの程度まで有機農業に関心があるか、追跡調査をしてなぜ有機農業をやめたか等を知ること。先進地の事例研究をして、良いところは山形らしさに変えていく。

- ・オーガニックフェスタの開催の仕方について、今後野菜の拡大も絡めながら、同じローテーションじゃなくてどのように進めていくかを考える。
- ・推進目標の目標値について、情報発信等についても視点に入れてはどうか。
- ・有機農業は、地域や周囲の農業者のことも一緒になりながら進めることが重要。

(協議終了)

事務局

10年ほど前に有機農業の推進に関する法律が制定されたが、なかなか有機農業が伸びていかない。消費者には有機に触れる機会が少なく、普段は購入できない。生産現場には小規模ながらの付加価値づくりや、地域作りという視点が今後にも必要なのだろうと思う。今後の改定には、そのような方向性を持ち、委員の皆様のアイデアや有機農業推進協議会の皆様の意見も頂戴しながら進めていきたい。

7 その他

事務局から、11月3日のオーガニックフェスタの開催について通知。

8 閉会

以上