

令和3年度 第1回 滋賀県環境こだわり農業審議会における委員の主な意見

令和3年8月3日（火） 大津合同庁舎 7-A 会議室

1. 環境こだわり農産物の生産拡大

- 耕地面積に占める環境直接支払交付金の取組農地のシェアは高いが、減少に転じている中で、今後どのような取組を進めてゆくのか。
- 環境こだわり農産物に取り組む生産者への優遇の仕組みが必要である。
- 業務用米の作付けが進められているため、こだわり農業の作付けを増やせないという事情がある。
- 近年、米価が低下しているとともに、麦・大豆の作付けに伴い地力の低下が問題になっている。環境こだわり農業の収量減を抑えるためにも、堆肥施用等土づくりを推進すべきではないか。
- 脱プラスチックの流れの中で、環境こだわり農業において、緩効性肥料を生分解性プラスチック使用のものに限定するなど、配慮が必要と考える。

2. 有利販売・販路拡大

- 環境こだわり農産物の有利販売をどう実現するのか戦略づくりが重要である。
- 「環境にやさしい」ということを訴求するのも良いが、継続的に販売するには、味の訴求が一番大事である。
- 共感性で買ってもらえるのは最初の1回であり、リピーター確保のためには、本質的な価値やメッセージが必要である。
- 環境こだわり農業と一般の農産物がどう違うのか、「見せる化」、「見える化」が大事である。
- 環境こだわり農産物の認知度が上がっていない。スーパーで環境こだわり農産物を見かけないことが問題である。
- 滋賀県は、環境関連の施策をいろいろと進めているので、そのような環境関連施策と組み合わせるPRすることが重要である。

- 環境こだわり農業の取組内容が、なかなか消費者に伝わってこない。「琵琶湖にやさしい」、「食べることで、びわ湖を守る。」という言葉が前面に出すとともに、感性の高い若い人たちに、楽しみながら学習させることが重要である。
- 小学校でお茶のティーバックを配布した際、保護者からどこで買えるか問い合わせが多くあった。子供たちは、学校で習ったことを家庭で話しているようなので、子供たちへの教育は非常に大事である。
- 安い農産物を求められる消費者が多いが、生産者の取組・気持ちを消費者に伝えられるようなPR活動・情報発信が必要である。
- 環境こだわり農産物のPRでは、タレントに頼らず、生産者や生産の背景などを使った方が良いのではないかと。映像については、販売側の意見も聞くべきである。
- これまでの販促活動について、どのような効果を狙っているのか。消費者の購買行動が目まぐるしく変化する中で、これまでの取組の検証を踏まえ、これから、どのような取組を行っていけば良いのか検討する必要がある。

3. オーガニック農産物の推進

- オーガニックの生産拡大にあたり、周辺の農地への配慮が不可欠であることから、地域でどう進めるのか考えていくことが重要である。また、どうしても生産・流通コストがかかるので、国、県、市町の優遇措置をお願いしたい。
- オーガニック農業では、収量が半分以下に低下するが、それに見合った価格設定は難しい。オーガニックが素晴らしい農産物であることを一般消費者に理解される施策を打ち出すべき。