

第6章 生活者としての県民のみなさんへ

農林水産業は、食料等を供給するだけでなく、その営みを通じて森林、農地、海などが持つさまざまな多面的機能を発揮させることによって、すべての県民の暮らしを支えています。

しかし、産業構造の複雑化や都市への人口集中が進むにつれて生産者と消費者の距離が次第に拡大し、消費者の多くは“農林水産物がどのように生産されているかを知らない”、また、多くの生産者も“農林水産物がどのように消費されているかを知らない”という状況になってきています。

このような状況が続けば、消費者は食や農林水産業の大切さに対する理解や感謝の気持ちが薄れてしまい、生産者は消費者が求める農林水産物を供給することができなくなってしまいます。こうしたことの結果として、安価な輸入品が増加し、農林水産業は衰退してしまうかも知れません。

第4章と第5章では、基本計画がめざす食と緑が支える豊かな暮らしを実現するために、県が主体となって取り組んでいくさまざまな施策を掲げました。これらの施策の中には、県が県民のみなさんに対して働きかけていくものもありますが、食と緑が支える豊かな暮らしの実現には、県民一人ひとりが農林水産業の恩恵を等しく受けている“生活者”であるということを知覚し、食と緑に関する取組をそれぞれの立場から進めていくことが必要です。

そこで、この章では、視点を変えて、県民のみなさんにどのような取組をしていただきたいのかを提案します。

1 「農のある暮らし」を実践しましょう

農林水産業が果たしている役割を知ることは、地域の農林水産業の大切さやその営みによって生み出された農林水産物の価値を理解することにつながります。さらに、農林水産業に親しむ活動を生活の中に取り入れることができれば、それは知らず知らずのうちに地域の農林水産業を応援していることになり、また、自らの健康的な生活にもつながっていきます。

このような農林水産業が身近に感じられる「農のある暮らし」を、まず、農林水産業に関心を持って“学ぶ”という段階から、一歩ずつ実践してみてもうどうでしょうか。

(1) 農林水産業の実態を“学ぶ”

私たちに安全で良質な農林水産物を供給し、さまざまな多面的機能を発揮して豊かな生活を支えてくれる農林水産業の実態を知ることは、農のある暮らしの第一歩です。また、健康的で心豊かな生活を営むためには、食に関する正しい知識や、農林水産業と深い関わりを持つ地域の文化、伝統などを学ぶことも大切です。

このため、県や農林漁業関係団体、さまざまなメディアなどが発信する情報を積極的に収集し、食や農林水産業に関する知識を深めましょう。

(2) 活動に“参加する”

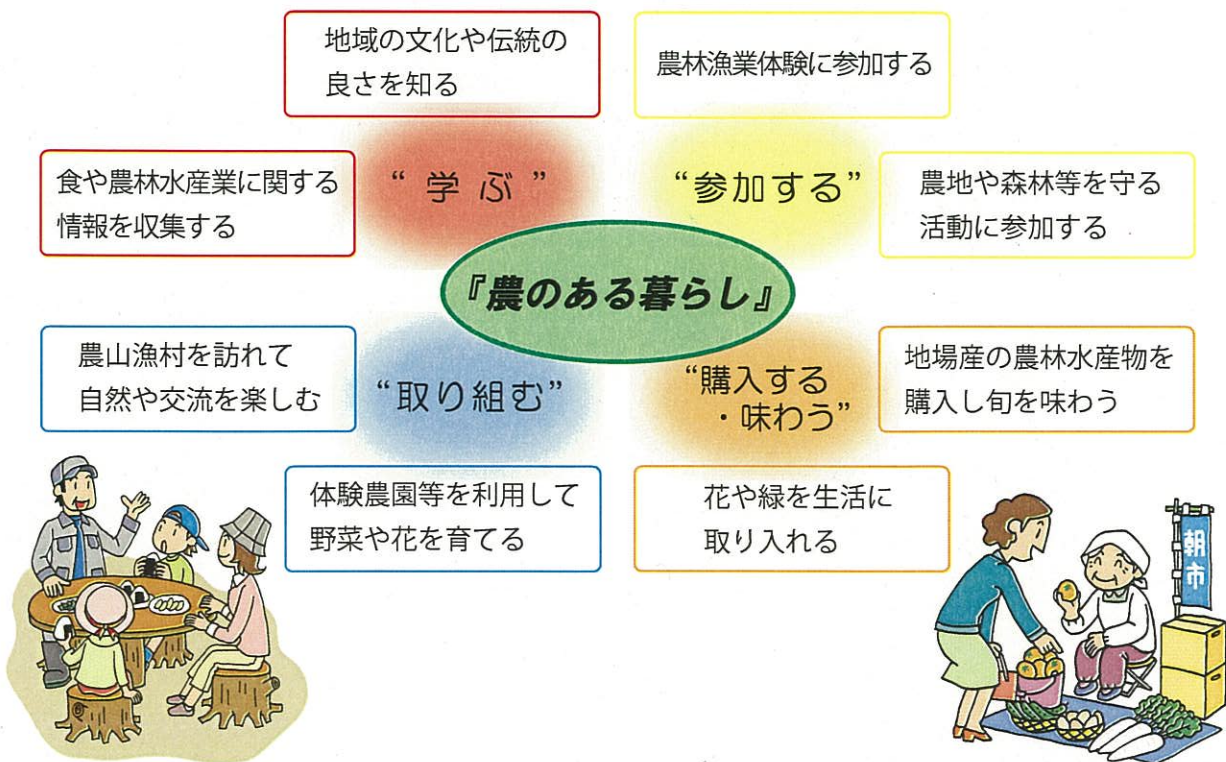
農作業等を実際に体験することは、食や農林水産業に対する理解を一層深めます。
 このため、県や農林漁業関係団体、地元の小学校などが実施する農林漁業体験や、地域で行われる農地や森林等を守る活動などに積極的に参加しましょう。

(3) 愛知県産の農林水産物を“購入する・味わう”

地元でとれた農林水産物を買求めたり、それらを活かした料理を味わったり、あるいは花や緑を暮らしの中に取り入れたりすることは、安全・安心で心豊かな生活を楽しむことや、地域の農林水産業を応援することにつながります。
 このため、産地直売所やスーパーなどで地場産や愛知県産の農林水産物を購入したり、地元の食材を提供するレストランや飲食店などを積極的に利用するようにしましょう。

(4) 自ら“取り組む”

自ら野菜や花を育て、それを収穫して生活の中で利用したり、農山漁村を訪れて豊かな自然を体感したり、農林漁業者等と交流したりすることは、都市農業の振興や農山漁村の活性化にもつながる取組です。
 このため、農業者、市町村などが開設する体験農園や市民農園を利用したり、NPO等による遊休農地での作物栽培や、森林観光、グリーンツーリズム、ベイツーリズムといった都市農村交流活動などに積極的に参加するようにしましょう。



2 「生産者と消費者の思いを伝える農林水産業」に取り組みましょう

消費者の農林水産物に対する“思い”(=ニーズ)は多様化しており、鮮度や食味、あるいは加工方法などの農林水産物の持つ品質や魅力(ものとしての良さ)以外にも、産地表示や食べ方などの情報、農作業の体験や産地直送などのサービスに関するものなど、さまざまなものがあります。

生産者をはじめ、加工、流通、販売などに携わる者が、消費者のこうしたさまざまな“思い”に応える商品やサービスなどを提供すると同時に、商品等に込められた生産者等の“思い”(=こだわり、セールスポイント)を消費者までしっかり伝えていくことが消費者の満足につながります。

さらに、このような取組を続けていくことで、生産から消費にいたる人々の相互の信頼関係が一層深まり、消費者の新たな“思い”(=ニーズ)が生まれます。生産者等がこれに適切に応えていくことにより、生産から消費にいたる人々の“思い”を中心とした好循環が構築され、商品等に対する適正な評価や価格、そして生産者等の所得の向上にもつながっていきます。

(1) 消費者のさまざまな“思い”(=ニーズ)の把握

これまでは、生産者は市場や量販店から伝えられる情報を消費者の“思い”を代表するものとして捉えてきましたが、産地直売所の開設や食や農林水産業に関するイベントの開催など、生産者が消費者の“思い”を直接把握できる機会が増えてきました。また、一部の生産者が取り組んでいるインターネットを利用した直売等も消費者の“思い”を把握できる良い機会です。

これからは、生産者はこうした機会を積極的に利用するとともに、地域で開催される消費者との交流会へ進んで参加するなど、消費者の農林水産物に対する“思い”を積極的に把握するように努めましょう。また、消費者もこのような機会を積極的に利用して、自らの“思い”を生産者に直接伝えましょう。

(2) 消費者の“思い”(=ニーズ)に応える商品やサービスの提供

これまでは、生産者等は品質の良い農林水産物を生産し、一定のロットで、安定的に流通させることを中心に取り組んできました。

これからは、こうした取組に加えて、少量多品目の生産や小回りのきく流通・販売、地元の食品会社と連携した加工品の開発、体験農園や農家レストランなどによるサービスの提供など、消費者のさまざまな“思い”に応える商品等をつくり出す取組を実践しましょう。

(3) 商品等に込められた生産者等の“思い”(=こだわり、セールスポイント)を消費者にしっかり伝える工夫

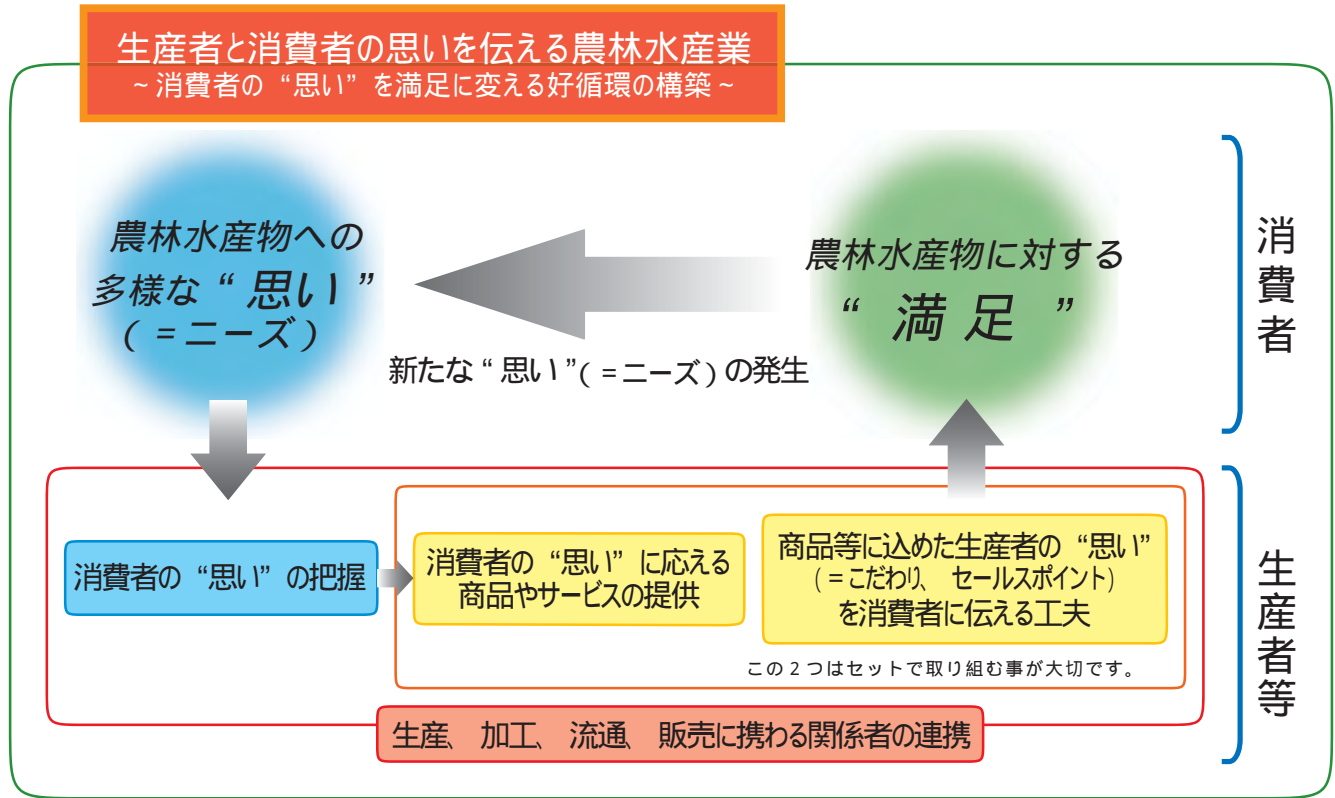
これまで、商品等に込められた生産者等の“思い”は、流通や小売を経由する段階で他の“思い”と混ざり合ったり、時には消えてしまったりして、消費者にきちんと届かないことがありました。

これからは、生産者等の“思い”が消費者までしっかり伝わるように、流通や販売関係者などとの連携を強めるとともに、生産者自身も、産地直売所での対面販売の実施やわかりやすい生産情報の付記など、消費者へ直接“思い”を伝える方法を工夫したり、消費者を生産の現場に招いて意見交換をしたり、インターネットを用いて“思い”を発信したりするなどの取組を推進しましょう。

(4) 生産、加工、流通、販売関係者の連携の強化

(1)～(3)の取組は、生産者等が単独で行うよりも、加工、流通、販売などの関係者と連携して取り組むことによって、消費者のさまざまな“思い”を把握し、生産者等の“思い”を消費者に伝える効果が一層高まります。

このような取組として、これまで、農商工連携による魅力ある商品の開発や農林水産物の生産情報の表示などが行われてきましたが、これらをさらに発展させ、生産から販売までの関係者がより多様な形で連携する取組を進めましょう。また、消費者も、自らの“思い”にかなった商品づくりが進むように、こうした取組に積極的に参加するようにしましょう。



「生産者と消費者の思いを伝える農林水産業」の具体的なイメージ

消費者の農林水産物に対する“思い”（＝ニーズ）が多様化している中で、生産者の取組にもさまざまな形態が考えられますが、県内で取り組まれている事例をもとに、具体的なイメージを示しました。

こだわり栽培

安全や環境にこだわった農産物がほしいという“思い”に応じて、農薬を減らすなど特別な方法で栽培し、小売店やレストランなどの契約生産・販売に取り組む。

減農薬など栽培方法にこだわったお米



農業体験ビジネス

自分で作った農産物を食べたいという“思い”に応じて、栽培指導付きの農業体験ビジネスを展開する。

貸し農園の利用者に栽培指導をする農業者

農家レストラン

その地域でしか味わえないものが食べたいという“思い”に応じて、地域の食材を使った料理をレストランで提供する。

地元の特産品や料理を提供する農家レストラン



ふれあい直売所

新鮮で生産者の顔の見える農林水産物がほしいという“思い”に応じて、産地直売所等で、生産者が店頭で商品の特徴や食べ方などを説明する。

消費者と直接対話しながら直売する生産者





観光農園

体験がしてみたいという消費者の“思い”に応じて、乳しぼりやバターづくりなどを体験できる場を設けるとともに、牛乳やアイスクリーム、肉加工品などを販売する。

牧場での乳しぼり体験

農商工連携

消費者が喜ぶものを提供したいという生産者の“思い”を込めて、加工・流通業者等の他産業と連携し、農林水産物に付加価値をつけた商品をつくる。

特産のトマトを用いたカクテル



資源保護の取組

商品の購入を通して資源や環境の保護に貢献したいという消費者の“思い”に応じて、持続可能な農林水産業の実現に向けた取組を消費者へ積極的にPRする。

資源保護の取組をPRする“水産エコラベル”

県産木材の利用

住宅等に県産木材を使いたいという“思い”に応じて、「あいち認証材」制度を普及し、利用を促進する。

あいち認証材を利用した住宅



消費者への情報提供

おいしく手軽に料理する方法を知りたい、生産現場の情報が詳しく知りたいなどの“思い”に応じて、店舗でポップなどを活用して情報を提供する。

顔写真入りのポップによる商品のPR