

■調査目的

北海道では、平成19年度より「北海道食の安全・安心条例」に定める有機農業推進計画のもと、概ね5年間にわたって「有機農業推進計画」に基づく有機農業の推進・拡大及び消費者への理解促進を図っている。

また、今年には有機JAS規格制度の定期見直が予定されていることから、消費者に有機JAS制度がどの程度理解されており、今後、有機農業推進にどのように関わっていけるかを知ることを目的に調査を実施した。

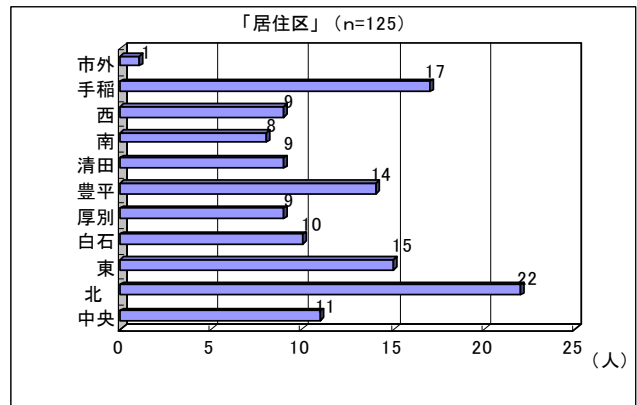
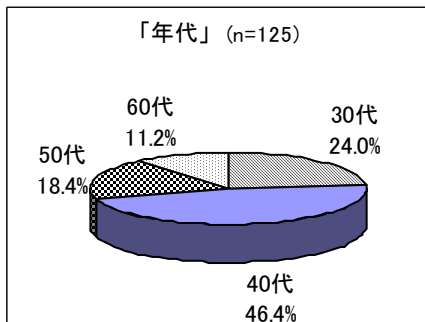
■調査期間：平成22年5月下旬～6月上旬

■調査方法：郵便・FAXによる送付

■調査対象：アンケート調査協力員（価格調査モニター及び同経験者）141名

有効回答者数 125人（回収率88.7%）

■回答者属性（男性3人 女性122人）

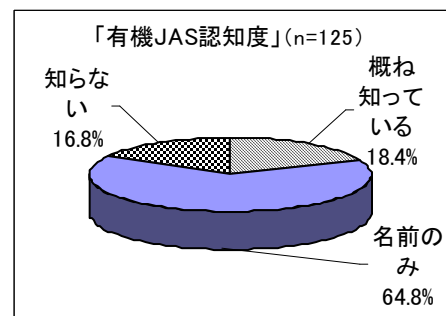


1 有機JASマークを知っていますか？ (n=125)

～「内容まで概ね知っている」は2割以下～

「定義等内容まで概ね知っている」(18.4%)は2割以下であった。「名前のみ知っている」(64.8%)を併せると8割以上は有機JASマークの名前は認知していた。

年代別での特徴は見られなかった。



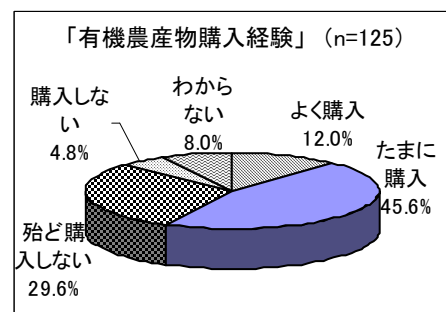
2 有機農産物を購入したことがありますか？ (n=125)

～購入経験者は約6割～

「よく購入する」(12.0%)は約1割であったが、「たまに購入する」(45.6%)を併せると約6割は購入経験があった。「わからない」(8.0%)との回答理由に、「有機農産物かどうかを意識して購入していない」があった。

これを、有機JASマーク認知度の回答者に対する購入割合を見ると、「定義等内容まで概ね知っている」回答者の購入経験は87.0%、「名前のみ知っている」回答者の購入経験は59.3%であった。

年代別では、「よく購入する」・「たまに購入する」を併せた購入経験者の割合は30代(43.4%)が一番低く、60代(93.1%)が一番高かった。



有機農産物を購入する理由、購入しない理由は？（複数回答2つまで）

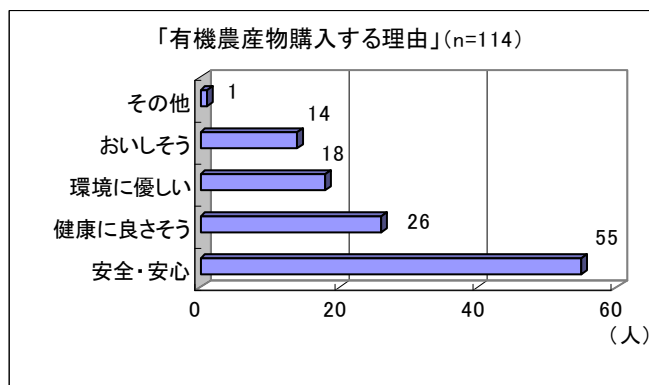
～「一般農作物より安全・安心」の反面、「一般農作物より割高」～

有機農産物を「よく購入する」・「たまに購入する」と回答した72人の購入理由は、1位が「一般農作物より安全・安心」(48.2%)で約5割、次いで「健康によさそう」(22.8%)であった。

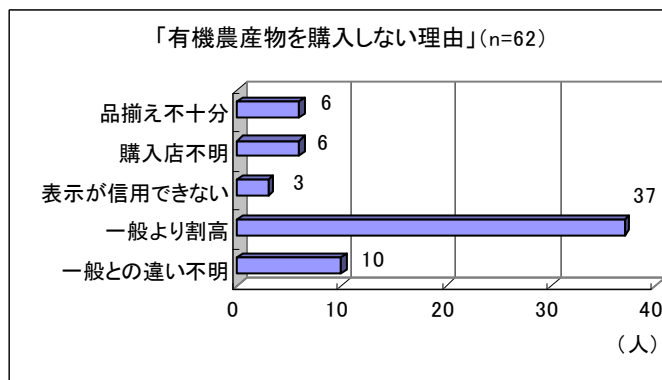
有機農産物を「殆ど購入しない」・「購入しない」と回答した43人の理由は、1位が「一般農作物より割高」(59.7%)で約6割と高く、次いで「一般農作物との違いが不明」(16.1%)であった。

年代別では、購入する・購入しない理由1位は各年代とも同じだが、2位は年代により違いが見られた。

	1 位	2 位
30 代	一般品より安全・安心	一般品よりおいしそう
40 代	一般品より安全・安心	健康によさそう
50 代	一般品より安全・安心	環境にやさしい
60 代	一般品より安全・安心	健康によさそう



	1 位	2 位
30 代	一般品より割高	一般品との違い不明
40 代	一般品より割高	品揃え不十分
50 代	一般品より割高	表示が信用できない
60 代	一般品より割高	表示が信用できない(1 位)



#### 4 農作物を購入する時のポイントは？ (n=242 複数回答 2 つまで)

～ 「鮮度」と「価格」が上位 ～

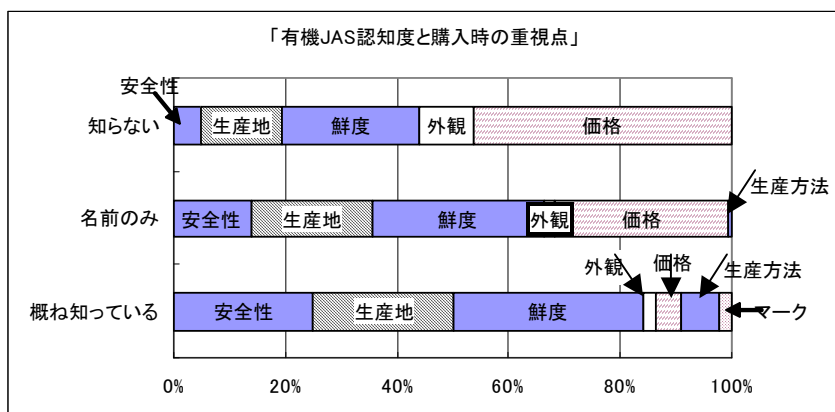
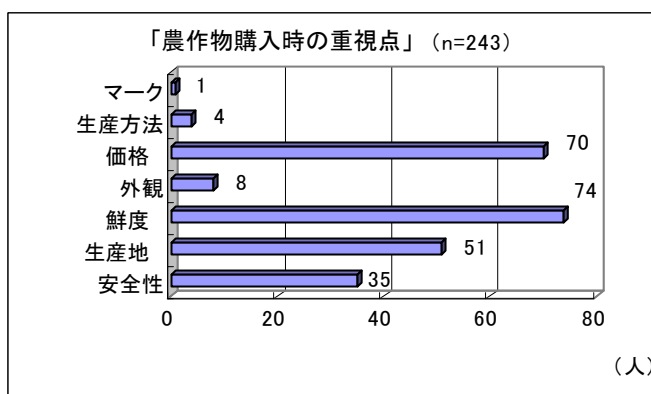
農作物購入時に、重視する点は1位「鮮度」(30.5%)、2位「価格」(28.8%)、3位「生産地」(21.0%)であった。

これを、JAS マーク認知度の回答者に対する購入時のポイントを見ると、「定義等内容まで概ね知っている」(23人)回答者は「生産地」・「鮮度」を選択した割合(34.8%)が一番高かった。「名前のみ知っている」(81人)・「知らない」(21人)の回答者は、いずれも「鮮度」・「価格」を選択した割合が一番高くそれぞれ 32.1%と 38.1%であった。

また、個々の項目で比較すると「安全性」を選択した割合が一番高かったのは「定義等内容まで概ね知っている」回答者の 25.0%であった。

「価格」を選択した割合が一番高かったのは、「知らない」の回答者で 46.3%、「定義等内容まで概ね知っている」の回答者は 0.5%であった。

年代別の1位は、30代が「価格」で、40代～60代は「鮮度」であった。



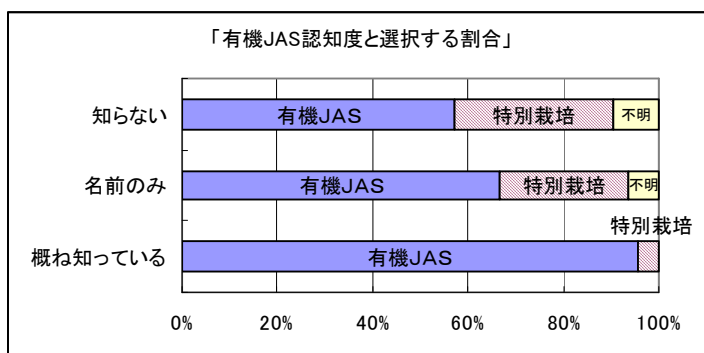
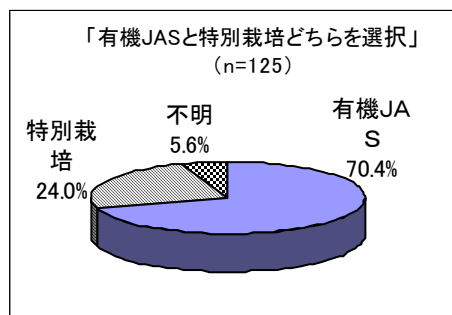
#### 5 同価格なら有機JASマーク付農作物と特別栽培農薬節減農作物のどちらを購入？ (n=125)

～ 同価格なら有機JASマーク付が7割 ～

「有機JASマーク付農産物」(70.4%)を選択した人は約7割で、これを JAS マーク認知度の回答者に対する

割合で見ると、「定義等内容まで概ね知っている」(23人)回答者は 95.7%、「名前のみ知っている」(81人)回答者は 66.7%、「知らない」(21人)回答者は 57.1%が、「有機JASマーク付農産物」を選択していた。

年代別では 30代がほぼ同割合で、年代が上ると「有機JASマーク付農産物」を選択する割合は高くなる傾向が見られた。



	有機 JAS	特別栽培	不明
30代	50.0%	46.7%	3.3%
40代	70.7%	22.4%	6.9%
50代	82.6%	13.1%	4.3%
60代	92.9%	0%	7.1%

**主な選択理由** ※( )内は同様意見の人数

<有機JASマーク付農作物>

○特徴・マークの信用性から

- ・有機JASマーク付は、安全・安心で信頼が持てる (17人)
- ・原則、化学肥料と農薬を使用していない (11人)
- ・安全性が高く環境に優しい。農業者の努力を感じる (2人)

○イメージから

- ・より安全なイメージ (6人)
- ・健康によさそう (3人)
- ・残留農薬が少なさそう (2人)

○表示から

- ・有機ということばから農薬を使用していない (2人)
- ・一見表示を見ると特別栽培農薬節減農作物はより安全性が高いイメージだが、JASマーク付なので

○その他

- ・価格が同じで鮮度・見た目・産地が同じならば (2人)
- ・有機＝無農薬ではない認識“節減”の方が安全と思ったが、アンケートを機に有機の方が安全なのがあった
- ・特別栽培は概念が広く判断しにくい
- ・同じ意味だと思いが有機JASの方が見慣れている

<特別栽培農薬節減農作物>

○表示から

- ・“農薬節減”なので農薬が少なく安全性が高いように思う (9人)
- ・今ひとつ有機JASマークの意味がわからないが、“農薬節減”は農薬が少ないとはっきりわかる(7人)
- ・“特別”が付いていると安全性が高いように思う (4人)
- ・“有機”のマークより、“農薬節減”の方が字から体によさそうなののがわかりやすい (2人)

○その他

- ・有機の意味がわからず特別栽培を選択。今回、参考資料で有機が理解できたので今後は有機 (2人)
- ・有機といっても中国産もあり、2~3年無農薬にしたところで効果はあまり期待できない。特別栽培は生産者の顔が見えることが多い

## 5 有機農産物の認知度向上と購入につなげる方法

※( )内は同様意見の人数

### ○安全性のPR

- ・マスコミ・インターネット・広報誌等を利用した安全性のPR ※米チェンのようなわかりやすい内容 (10人)
- ・有機農産物のコーナーを作り生産過程の説明を写真入りで展示(農薬散布回数・使用量をグラフ化) (5人)

### ○食味の違いをPR

- ・有機農産物と一般品の比較を食味や商品POP等で行う (7人)
- ・子供を対象に給食や農業体験、親子料理講習会等を通し美味しさを知ってもらう (4人)

### ○販売価格の検討

- ・購入しやすい価格設定としてお試しパックやたまに安売りをを行う (8人)
- ・一般品との価格差を少なくし、安全性やいかに手間がかかっているかをアピール (2人)

### ○販売場所の検討

- ・販売店を増やし消費者の目にとまるようにする (4人)
- ・スーパーではなく、道の駅直販所で地元生産者が消費者と会話をしながら販売
- ・有機農産物のマルシェを大通公園で実施

### ○その他

- ・見ただけで化学肥料・農薬の使用量が少ないことがわかるネーミングやキャラクターづくり (3人)
- ・野菜ソムリエによるレシピ紹介やレシピ付ブックレットの作成によるPR (3人)
- ・自治体と協力して生産者との懇談会や有機そのものについての学習会

## まとめ

平成12年に有機JAS規格が制定されたが、日本の有機食品市場規模は非常に小さく、諸外国と比べ平成19年比で1位の米国の約0.7%(農林水産省「有機JAS規格に関する意見交換会」資料より)である。有機栽培は、自然循環機能の維持増進をはかる栽培方法であることから、市場拡大が期待される。

今回のアンケート結果から、市場が拡大しない要因の一つとして、有機JAS規格が制定され10年目となるが“定義等内容まで概ね知っている”は、2割以下という認知度の低さが考えられる。「価格が同じであったらどちらを選択するか」の回答から、“名前のみ知っている”回答者は、その名称の“有機”・“特別”・“節減”からくるイメージで選択する傾向がみられた。平成15年に特別栽培農産物のガイドラインが改正され、“有機”より優良であると消費者に誤認を与える“無農薬”・“減農薬”等の表示が禁止されたが、消費者に“有機”そのものの定義を普及しなければ消費拡大にはつながりにくいと思われる。

もう一つの要因として“割高感”が考えられる。「農作物を購入する際のポイント」の回答を見ると、生鮮品ということもあり1位「鮮度」、2位「価格」で年代別では30代の1位は「価格」であった。中国冷凍ギョウザ事件をきっかけに食の安全志向や国産へのこだわりが急速に高まったが、ここにきて食に対する不安が沈静化したことから「生産地」・「安全性」は4位・5位であった。このことから、一般農作物より安全性にこだわっているが価格の高い有機農産物は敬遠されると思われる。その栽培方法・第三者認証・表示規制もある等国際基準に準拠している農産物である上での価格であることが消費者に理解されておらず、理解されるにはわかりやすい表示・認証マークを望む声アンケート回答にもあった。農産物の場合、表示方法が難しいと思われるが、同じ農林水産省の「特別栽培農産物」は国のガイドラインに沿って基準を県等が策定しており、下記のように消費者にその節減割合がわかりやすい様工夫されている。現在の有機JASマークは、マーク下部に認定機関名が記載されるが、消費者にマークだけ見ても情報がわかるマークの再検討が望まれる。

アンケートの回答から、今後、有機農産物の認知度を高め消費拡大するためには、有機農産物が環境への負担に配慮し安全性が高いことを、よりわかりやすくPRすることで価格の割高感を理解してもらうと同時に、購入しやすい価格になるよう販売方法の工夫も今後の課題と思われる。

<参考> 「特別栽培農産物認証マーク例」 ※各県HPより掲載

