

平成 21 年度農林水産生きものマークモデル事業
第 2 回検討委員会 議事録（概略）

日 時：平成 21 年 9 月 29 日（火）14:00～16:30

場 所：株式会社アミタ持続可能経済研究所 東京オフィス 9 階会議室

参加者：[検討委員（有識者）]

宇根 豊氏（NPO 法人農と自然の研究所 代表）

竹内 純子氏（東京電力株式会社 尾瀬保護活動担当）

吉野 章氏（京都大学大学院地球環境学堂 准教授）（50 音順）

[農林水産省大臣官房環境バイオマス政策課地球環境対策室]（以下、対策室）

木内 岳志氏（室長） 圓谷 浩之氏（課長補佐） 佐藤 大輔氏（係長）

[㈱アミタ持続可能経済研究所：事務局]

1. 生物多様性保全を重視した農林水産業の事例について

(ア) アンケート調査（第 1 回）の実施状況、都道府県・農政局への事例照会

（アンケート調査の実施状況について）

- ・ 9 月に実施主体に対してアンケート調査（第 1 回）を実施した。比較的積極的に取り組んでいるところからアンケートが返ってきているようだ。ただ、保全の取り組みがいかにか販売に結びついているかについては差があるように思う。
- ・ また、今回はじめて「生きものマーク」という言葉を聞いた方が多かったようだ。生きものマークの手引きに関する項目については、なかなかイメージしづらいのか回答率がやや低い結果となった。
- ・ 都道府県および地方農政局への照会を行い、事例を追加した。10 月以降、これらの対象に対して、アンケート調査（第 2 回）を実施する。

（アンケート調査結果のとりまとめについて）

- ・ いろんなケースをどうまとめていくのか、というのが一番大事なところ。個人から団体までいろんなやり方がある、型にはまらない、というのを見せるためには、分析のやり方が大事になってくる。規模とか金額とかの切り口でまとめるのではなく、面白い切り口でまとめてほしい。例えば、生きものの捉え方に対する違いや、コミュニケーションの違い。生きものに着目した新しいまとめ方、分類の仕方を試みてほしい。

(イ) インタビュー調査の実施方法（対象選定、項目等）

- ・ 今後、15 程度の主体を対象に、インタビュー調査を行うことを予定している。
- ・ 組織的に取り組んでいるところと、個人で取り組んでいるところの両方に調査にいったらどうか。また、消費者の側からみて魅力的な取組みがいいのではないかと。全国レベルの認知度があるところと、地域に密着してやっているところと両方があればバランスがよい。
- ・ ブランドを守るために取り組んでいるところと、ゼロからスタートしたところ、また水質汚染対策や外来魚駆除など、マイナスからのスタートでやってきたところとは違いがある

と思うのでそういう視点でも候補を選定すべきかと思う。

- ・ 取組み主体の情報発信面についてだが、一番参考にしないといけないのはコンテンツである。今後の調査ではその部分をカバーしてほしい。

2. 生きものマークの手引きについて

- ・ 生産者については、楽しく取り組めるよう、スタートやステップを多彩に設定する必要があると思う。生きものについての調べ方や、その掘り下げ方にもいろいろな方向性があると認識できるように。また、生産者、消費者とも、どこから取り組みればよいか、わかりやすい並べ方にすべき。
- ・ 対象とする消費者についてはターゲットをしぼり、「食と生物多様性が結びついている」ということを知ってもらうことでいいのではないかと。自分たちの選択が環境を左右している、ということ进行全面に出して良いと思う。
- ・ 手引きでは物語の共有が大事。生産者が、いつも気になっている生きものに対して新しい物語を作り、自分の思いを食べ物にのせていく。そのような「生きものがたり」を、生きものマークによってよびおこすような手引きがほしい。また生きものマークに結びつかないとしても、読んで面白いものであればその人に何らかの形で残る。
- ・ 生きものマーク自体がほとんどない現在、手引きから消費者が生きものマークを認識できるようにするためには、やはり物語から入る必要がある。
- ・ 生きものがあるからうちの米がおいしい、というところにすぐに結びつくはずがない。こういう世界で、こういう生きものと一緒に育っている、というところに力点をおくべき。
- ・ 消費者の立場から言うと、農林水産業にとって生きものとは、という部分が導入部に一言でも必要。生きものに配慮した農林水産業を応援していくことが、私たちの豊かで幸せな生活につながる、ということがないと消費者には届かない。購入先や問合せ先の情報があっても良い。端的な情報を提供することで興味を持つ人が増えればよいと思う。
- ・ もし消費者が生物多様性に配慮したものを支持して買う場合は、生きものマークが本当に配慮したものなのかどうかということがやはり気になると思う。そこをどう担保するのが重要である。
- ・ 消費者は忙しい。生物多様性ばかり考慮して生きているわけでない。そのあたりを考慮しないと、コアな人にしか伝わらないものになってしまう。マークをどこに位置づけるのか、どのように使おうとしているのかを考えないといけない。

3. 次回委員会（第3回）について

【日程】：2010年2月16日（火） 午後

【場所】：株式会社アミタ持続可能経済研究所 東京オフィス 9階会議室
にて、開催する。

以上