

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

抜粋1

生物多様性保全を重視した農林水産業の事例 事例調査経過報告

【目次】

- ・都道府県・地方農政局への事例照会
- ・アンケート調査(第1回)の実施状況
- ・インタビュー調査の実施方法

平成21年9月29日

持続研 AMITA
Institute for
Sustainable
Economies

株式会社アミタ持続可能経済研究所

- 目的
 - アンケート調査やインタビュー調査の対象とする活動の抽出
(文献調査との組合せにより、包括的な情報収集を実施)
- 方法
 - 47都道府県・地方農政局担当者に対し、
管轄内での活動事例について問合せ [8月中旬～9月下旬]
 - 「記入シート」と「参考:生きものマークの取組事例集」を郵送/E-mailにて送付
 - 主な照会内容
 - 活動事例(最大10件程度)、関連施策・事業(都道府県のみ)、担当者連絡先 等
- 結果(記入シートの回収状況) 9/28 正午時点
 - 都道府県 23都道府県分 回収、70事例紹介
 - 地方農政局・事務所 3局分 回収、9事例紹介



これらの活動事例についても、今後、アンケート調査を実施

- 都道府県担当者の反応
 - 活動事例について
 - 生物多様性についての所管(担当窓口)が決まっていない
 - これまで調べたことがなかった(市町村の担当者に聞かないとわからない) 等
 - 今後について
 - 農林水産省をはじめとして、視察対応に追われている組織もある。訪問インタビューをするのであれば、重複を避けるなどの配慮をしてほしい
 - 手引きができれば送って欲しい 等

- 紹介のあった活動事例の傾向
 - 分野
 - 都道府県によってばらつきがある
 - 全体としては、「農・林・水産」で紹介数にそれほど大きな差異はない
 - 実施主体
 - 生産者(個別、グループ)、地域の活動グループ(協議会、保全の会等)、行政(試験場含む)、協同組合、民間企業など、多種多様
 - 認証
 - 第三者認証(FSC認証、SGEC認証、有機JAS、MELジャパン等)や都道府県の特別栽培農産物の認証を取得している活動組織も

- 目的
 - 生きものマークに関連した活動を行っている組織やその活動状況についての情報収集
 - インタビュー調査先や事例集に掲載する活動の候補選定

- 方法
 - 文献調査でピックアップした活動組織宛に、調査票を発送(計52件) [9月上-中旬]
 - 「調査票」と「参考:生きものマークの取組事例集」を郵送/E-mailにて送付
 - 主な質問内容
 - 取組概略、生物多様性保全に関する取組、産物の販売状況、コミュニケーションの方法、「生きものマークの手引き」に記載すべき情報 など

- 結果(調査票の回収状況) 現在回収中
 - 20件回収済み(9/28正午時点)

- 今後
 - 第2回目として、都道府県・地方農政局からの紹介のあった活動組織を対象にアンケート調査を追加実施(10月)
 - 第1回目のアンケート調査の回答結果とあわせて、集計・分析を実施(10-11月)

- 回答結果の傾向 9/25迄に回答のあった20件分について
 - 開始時期
 - 2000年以降に取組を開始したという回答が比較的多い
 - 分野
 - 農業分野の回答が多い
 - 規模
 - 参加人数
:「10～19名」「20～49名」が多いが、「100名以上」との回答も一定ある
 - 年間活動費用(生物多様性保全関連)
:「100～299万円」が最も多い
 - 保全・利用の対象
 - 農業や林業は「系」「種」を、水産業は「種」のレベルを対象する場合が多い
 - 販売
 - 全ての主体が何らかの産物を販売
 - ただし、生きもののマークを活用しているとする主体は半数以下
 - 販売単価については、やや高めとした回答が多い

- 回答結果の傾向(続き)
 - コミュニケーション
 - 「ホームページ・ブログを通じた情報発信」は実施割合が高く、また、重要度も高い
 - 約半数の主体が何らかの認証を取得していると回答
 - 「生きものマークの活動」は、「メディアを通じた情報発信」や「認証の取得」と並び、重要性が高いと認識されている
 - 「生きものマークの手引き」への期待
 - 「先進事例」「保全活動」「生きものマークの作成・利用」「コミュニケーションの方法」「生きものマークの費用・効果」「産物購入ガイド」など、いずれに対する関心も高い
- 自由回答
 - 生産者・消費者ともに、生きものマークへの認知が低い、幅広い層への広報を
 - 生物多様性の保全・利用の実態を伴わないケースが見られる
 - 生きものマークによるブランド構築に期待するが、認証取得の負荷は足かせに、販売までつながらないと取組の継続・拡大が難しい

- 目的
 - 生きものマークについての取組の詳細情報の把握
 - 手引きに使用するコンテンツの入手(写真・コミュニケーションツール等)
 - 「生きものマークの手引き」へのアドバイザリー依頼

- 方法
 - 時期:H21年10月～11月
 - 方法:訪問形式(一部、電話インタビューも)
 - 対象数:15～20件程度
 - 内容
 - 活動主体向けアンケートの質問項目
 - 生産者の動機付け・やりがいづくりの方法
 - 関係者とのコミュニケーション、物語りの共有の方法
 - 苦労している点、うまくいかない点
 - ラベル・認証への取り組み
 - 手引きへの期待、手引きのターゲット など
 - 結果のとりまとめ
 - 手引き(事例集)、報告書に反映