

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2

生きものマークの手引き作成 経過報告

- 【目次】
- ・手引きの位置づけ
 - ・手引きの作成手順 等

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

■ 作成目的

- 生きもののマークの認知度向上と活用のための情報発信



■ 主な対象

- これから生きもののマークに取り組もうとする「生産者」
- 生きもののマークに関連した農林水産物を購入しようとする「消費者」



■ ねらい(期待される成果)

短期

【生産者】

- ・生物多様性保全活動に積極的かつ適確に取り組むようになる
- ・また、積極的かつ適確に情報発信や販売を行う

【消費者】

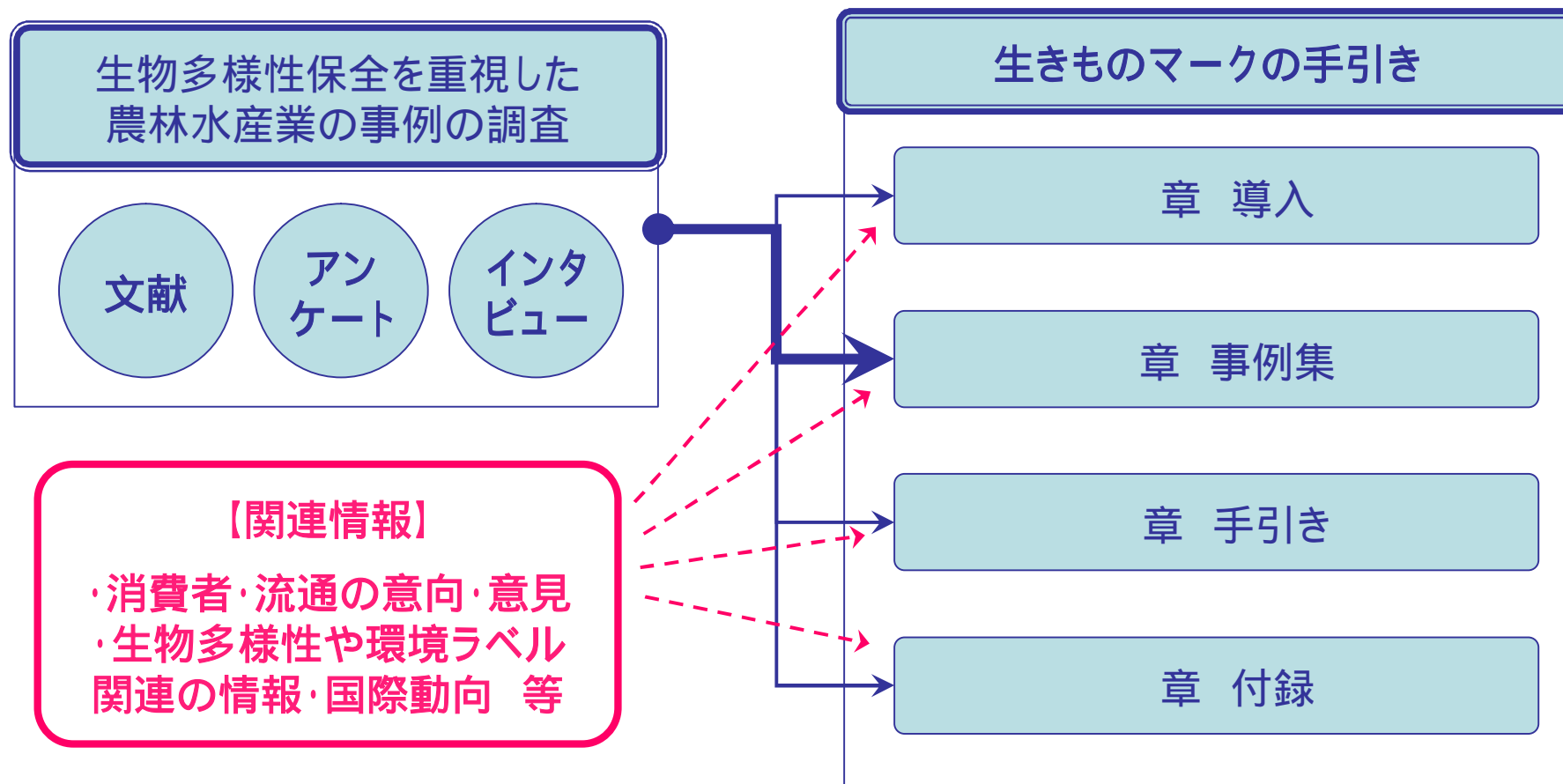
- ・知識や意識向上の機会が増える、購入支持の選択肢が増える
- 流通事業者や行政機関、メディア、研究者等は媒介役に

中長期

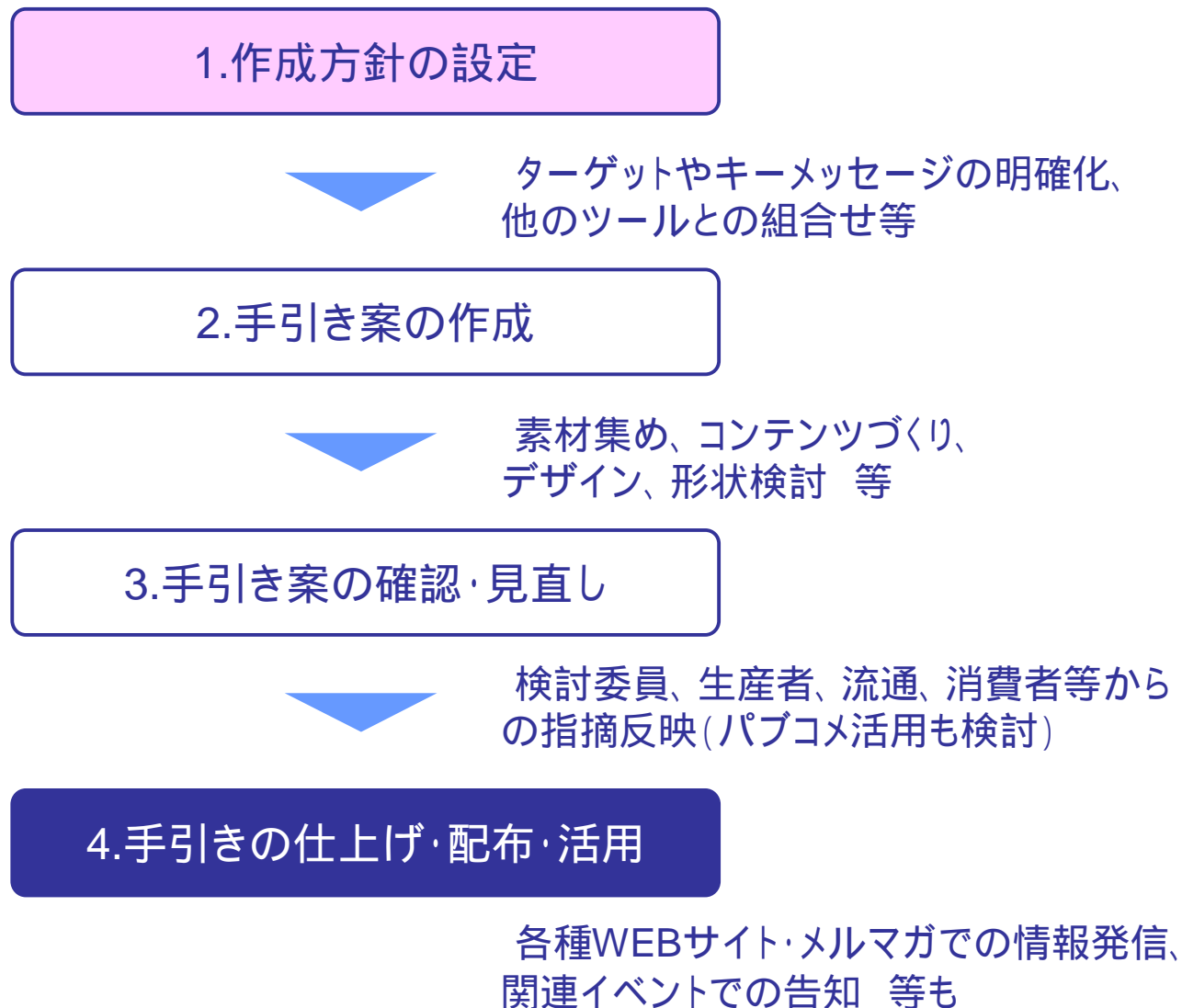
【社会全体の仕組みとして】

- ・消費者が積極的かつ適確な選択をすることで、市場経済を通じて、無理なく、ボトムアップで、生物多様性保全型の農林水産業がより普及する

- 生物多様性保全を重視した農林水産業の事例調査を通じて収集した情報に加え、関連情報を効果的に活用することで、手引きを作成
- 手引きの活用方法やターゲットを意識しつつ、コンテンツやデザインを検討・作成



■ 作成手順(案)



- ターゲットについて(例)
 - これから生きもののマークに取り組もうとする「生産者」
 - 既に取り組みをしている生産者の仲間になろうとする方、指導を受ける方
 - 生産者のとりまとめ・支援をしている中間組織(協同組合、NPO等)
 - ……
 - 生きもののマークに関連した農林水産物を購入しようとする「消費者」
 - 生きもののマークの存在をある程度知っている、もしくは購入している方
 - ……

本日の検討会委員会での結果を踏まえつつ、継続検討
(今後実施する、活動組織へのインタビュー調査等を通じて情報を収集)

- 生きもののマークの手引き(冊子体)とWEBサイトの組合せを基本とする
 - 手引き: 生きもののマークの入口媒体として、ものがたり性・訴求力を重視
 - WEBサイト: 手引きよりも包括的な情報提供と情報の更新を実施、データベース的機能も担う
 - 各種のイベント・セミナーや広告媒体(メルマガ等)も通じて、発信を行う

