

# 愛知県「有機農業に関する流通の実態調査業務」

## 実績報告書【概要版】

一般社団法人 東海経営支援センター

### I. 調査

#### 1. 調査概要

##### (1) 有機農産物の定義

この報告書において「有機農産物」とは、有機農業の推進に関する法律（平成 18 年法律第 112 号）の第二条で規定する有機農業（化学的に合成された肥料及び農薬を使用しないこと並びに遺伝子組換え技術を利用しないことを基本として、農業生産に由来する環境への負荷をできる限り低減した農業生産の方法を用いて行われる農業）により生産された農産物とし、有機 JAS 認定の農産物も含むものとする。

##### (2) 調査の目的

今後、有機農業の取組拡大・定着を図る上で、有機農業者にとっては、安定して生産物を供給できる販路の確保は不可欠である。県内の有機農産物の流通実態を定量的に調査することにより、現状の有機農産物の流通実態を明らかにし、生産、流通、消費の各側面から現状と課題を分析し、今後の有機農業の取組拡大・定着支援に資することを目的とする。

また、有機農産物の生産及び取扱い意向を調査し、将来的な生産及び流通の見込みを明らかにすることにより、今後の支援を効果的に行うことを目的とする。

##### (3) 調査方法

令和 7 年 7 月から 11 月（一部は 12 月）にかけて、県内の業界関係者への聞き取り調査及び消費者へのアンケート調査を実施し、令和 7 年 12 月から令和 8 年 2 月にかけて、調査結果の整理・分析を行ったうえで、有機農業の拡大を図るための施策について提案を行った。

調査は、県内の①市場（卸売会社）及び仲卸会社、②JA 等出荷団体、③小売（スーパー、生協等）、④直売所及びマルシェ、⑤飲食店など有機農産物を取り扱う県内事業者（①～⑤の 5 業態で各 5 件以上）に対して面談調査（取扱品目、取扱量、仕入方法、条件等）を実施した。ただし、相手先の希望により、卸売会社 1 社は書面回答、仲卸会社 1 社は電話でのヒアリングとなった。

また、⑥有機農産物を出荷する生産者（県内で有機農産物の栽培面積50a以上の生産者並びにユニークな生産を行っている生産者、合わせて12事業者）に対しても面談調査（生産及び経営状況等）を実施した。

併せて、⑦オーガニックビレッジ宣言を行っている行政機関についても、その状況や施策などについてヒアリングを行った。

さらに、⑧有機農産物を購入している消費者（県内9店舗で、合計900人程度）に対して店頭でのアンケート方式による意識調査を実施した。

### ● 調査対象一覧

区分	調査対象
① 市場	卸売業者、仲卸業者など6件
② 出荷団体	J A、生産者の共同出荷団体など5件
③ 小売	有機農産物を販売しているスーパーマーケット、生活協同組合など5件
④ 直売所	有機農産物を扱う農産物直売所5件
⑤ 飲食店	有機農産物を利用した料理を提供する飲食店5件
⑥ 生産者	有機農産物を栽培している生産者12件 (米4件、野菜7件、茶1件)
⑦ 行政	オーガニックビレッジ2件
⑧ 消費者	スーパーマーケット、農産物直売所など9か所で消費者アンケートを実施(約900件)

### (3) 調査結果の概要

- ① 有機農産物専門・主体の事業者以外は、有機農産物の拡大に対して積極的ではない。  
その理由として、生産量が少ない、供給が不安定、価格が高い、購入できる店が少ないなどといったことが挙げられた。
- ② 消費者の有機農産物に対する知識がなく、意識も低い。

## II. 課題

### 1. あるべき姿の設定

#### 【今後の有機農業のあるべき姿】

##### ●生産者にとって

- ・新規参入しやすい
- ・ビジネスモデルが明確になっている
- ・栽培技術の向上ができる
- ・販売先の情報などが十分にある
- ・有機JASなどの認証がとりやすい
- ・しっかりと利益を確保できる

##### ●市場関係者にとって

- ・量が集まる
- ・安定的に供給される
- ・品質が安定している
- ・コストが安い
- ・生産者の情報が豊富にある

##### ●小売事業者にとって

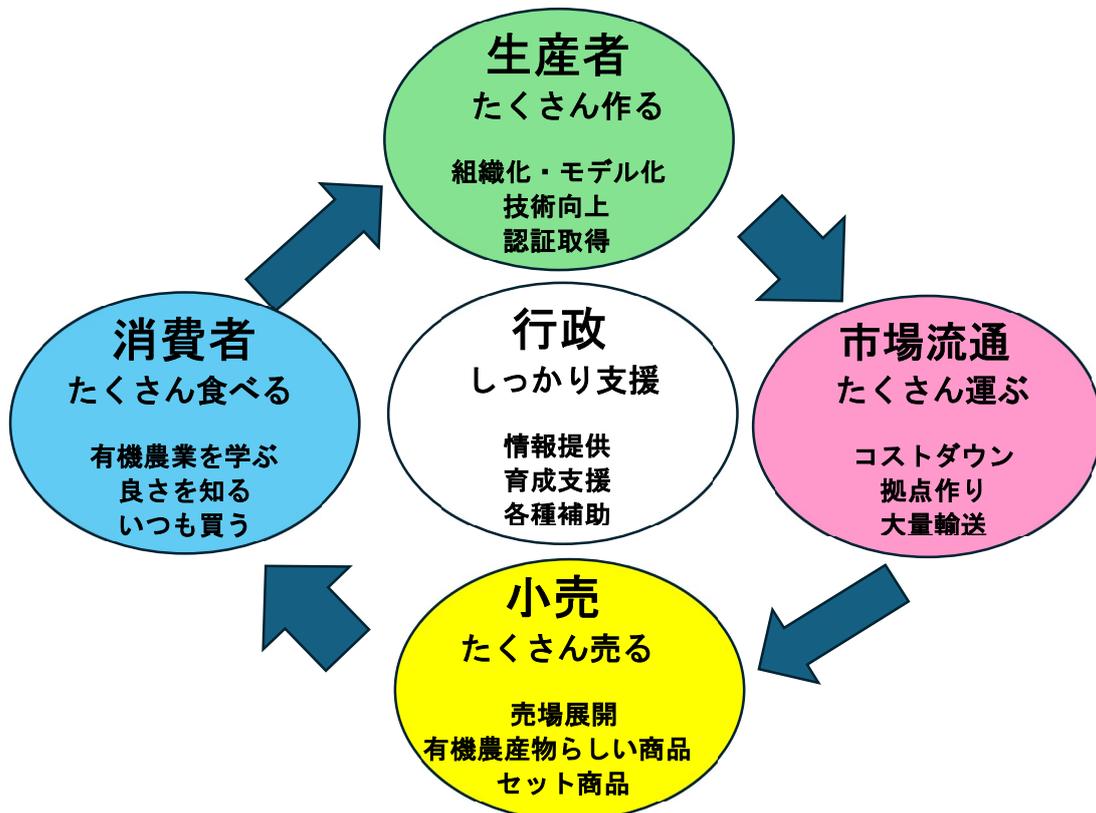
- ・数量がまとまって入荷できる
- ・供給が安定している
- ・品質にばらつきがない
- ・慣行との価格差が少ない
- ・慣行との差別化が出来ている

##### ●消費者にとって

- ・メリットが分かりやすい
- ・価格が妥当である
- ・品質にばらつきがない
- ・いつもの店で手に入る
- ・販売店の情報が豊富にある

### 2. 課題と問題解決の方向性

「有機農業のあるべき姿」を実現するためには、以下のような課題を解決していく必要がある。



## 【 有機農業拡大の7ステップ 】

- <ステップ1> スタートは生産の増加から
- <ステップ2> 併せて流通のコストダウンを
- <ステップ3> 量が増えて価格が下がれば、小売りが並べる
- <ステップ4> いつもの店で目に着けば、お客が買う
- <ステップ5> 買って美味しければファンになる
- <ステップ6> もっと買うようになれば、品薄になる
- <ステップ7> 品薄になれば生産者はたくさん作る

## Ⅲ. 提案

分野	提 案	内 容
生産 流通	1. 生産者の組織化	生産者の組織化を行い、収量増加技術の向上、共同販売などを旨す。
	2. 新規就農者・就農予定者への働きかけ	様々な支援で、新規就農へのハードルを下げ、有機農業の生産者を増やす。
	3. 流通の整備	大量流通の仕組みを構築して、流通コストの大幅な引き下げを行う。
	4. 有機農業モデルプランの構築	上記3項目を体系的に盛り込んだモデルプランを示し、有機農業の拡大を促す。
	5. 愛知県独自の有機認定制度の構築	愛知県独自の有機認定制度を構築して、有機農産物への関心を高める。
小売	6. 有機農産物ならではの商品の開発	「愛知の伝統野菜シリーズ」「カレー野菜セット」など有機農産物の新商品を作る。
	7. 企業と連携した商品開発	「有機離乳食」など健康に関心が高い層向けの商品を共同開発する。
消費	8. 消費者並びに事業者向け教育の実施	消費者には食についての基礎教育を、事業者には有機の専門教育を提供。
	9. イベント等への支援	消費者向けイベントの開催・支援、事業者向けイベントの参加支援。
全般	10. さまざまな情報提供	生産者、流通事業者、小売店舗、消費者それぞれにきめ細かく情報を提供。

この調査業務は、愛知県が一般社団法人東海経営支援センターに委託して実施したものである。