

有機農業推進総合対策緊急事業  
令和5年度 有機農産物の販路拡大に関するアンケート調査  
報告書

---

2024年3月18日

株式会社マイファーム  
一般社団法人日本有機農産物協会  
株式会社Makicom

## ■ 調査概要

調査内容	<p>農林水産省調査「卸売市場を含めた流通構造」に沿い、流通構造を8分割し、それぞれの領域において調査対象を設定し、アンケート及びヒアリング調査を実施する。</p> <p>1分野につき各事業を象徴する5～10事業者を目安にアンケートを実施することで、全体構造の把握を行う。</p> <p>株式会社Makicomが参加している全国スーパーマーケット協会のネットワークからアンケート対象を選定し、アンケートを実施する。</p> <p>アンケート数前述の調査数に限らず、必要に応じてヒアリング数を増やすものとする。 (アンケート総数は、上記に農業者を加えて、合計で80件程度を目安とする)</p>
調査対象者	流通業者/加工業者/小売業者/飲食業者/生産者 826件
回収数	130件（有効回答数 128件/回答数 15%）
調査方法	郵送での返送 64件 googleフォームでの回答 66件
調査期間	2023年11月1日（水）～12月8日（金）
調査実施機関	株式会社Makicom

令和5年11月吉日

「令和5年度 有機農産物の販路拡大に関する調査」  
アンケートご協力をお願い

突然のご連絡失礼致します。株式会社マキコム岡本と申します。

今回、農林水産省の事業で行なう「有機農業推進総合対策緊急事業」を受託する(株)マイファーム様(一社)日本有機農産物協会代表企業より委託を受け調査事業を実施させていただいております。

食の安全・安心が言われるようになり長く経りましたが、消費者様の動向も変わってきているようで、あるポイントカード会社が行ったアンケートでは1,200名のうち60%が意識して国産品を購入されているといった結果が出たようです。国産品だけでなく、もう一つ安心を買っていただく為の選択肢として、“有機農産物”があり、それがお店の為になれば、尚良いと思っております。形式ばったご挨拶は出来ませんが、今後の流通に対する糸口が見付ければと考えております。

是非、アンケートのご協力をお願い致します。

また、皆様のお考えをお伺いしたいと思っておりますので社名はお伺いしておりません。同じ企業の中でも、仕入れご担当者様と売り場担当者様とではお考えが違うのではないかと考えておりますので、有機食品に関わる方にご回答いただければと考えております。

調査結果につきましては、下記サイトで公表予定です。何卒、ご協力の程よろしくお願い致します。

▶ 本アンケートの目的

有機農産物の販路拡大を目標に、消費者の最終出口としての小売・流通・加工業者に重点を置き売り場拡大を目指し、売場に並ぶまでの段階で感じる障壁や店頭での懸念点を把握することで、生産者・小売店でどのような支援を必要とされているかを明確にする事を目的としています。

▶ ご回答方法

①裏面のアンケートにご回答いただき、同封の封筒にてご返送ください。

②下記、QRコードからgoogleフォームでご回答いただけます。

▶ 実施期間

2023年11月1日(水)～12月8日(金)

▶ 回答結果の公表先

有機農業推進総合対策緊急事業サイト内「調査レポート」ページ

<https://organic-support.info>

お問合せ先

〒101-8795 東京都千代田区岩本町3-2-1 共同ビル(新岩本町)5F (株)Makicom内

「(一社)日本有機農産物協会 アンケート係」

Mail: [tokyo@makicom.co.jp](mailto:tokyo@makicom.co.jp) 担当: 岡本

本、アンケートは農林水産省が実施している「有機農業推進総合対策緊急事業」を受託する(株)マイファーム(一社)日本有機農産物協会代表企業より委託を受け(株)Makicomが行なっております。

QRコードを読み込みいただきますと  
Googleフォームからご回答いただけます。



■はじめに、ご回答者様についてお聞かせください

問1. 本社所在地について下記からお選びください

1. 北海道 / 2. 東北地方 / 3. 関東地方 / 4. 中部地方 / 5. 関西地方 /
6. 中国地方 / 7. 四国地方 / 8. 九州・沖縄地方

問2. あなたの会社の業態を教えてください

1. 流通業者 / 2. 加工業者 / 3. 小売業者(一般スーパー/有機専門店) /
4. 飲食業者 / 5. 生産者 / 6. その他 [詳細: \_\_\_\_\_]

問3. 店舗数を教えてください ※数字のみご記入ください

\_\_\_\_\_ 店舗

■有機農産物の取扱いについてお伺いします

問4-1. お取扱いの農産物についてお聞きします(対象:野菜、果物、米) ※複数回答可能

1. 有機JAS認証付きの農産物
2. JASマークの付いていない有機農産物
3. 一般野菜(有機農産物以外) → 問5へ

問4-2. 4-1で1、2と回答いただいた方へ

有機農産物の仕入れ先についてお聞きします ※複数回答可能

1. 個別生産者・農家グループ(団体・農事法人含む) / 2. 有機農産物専門流通業者 /
3. 市場仲買人(仲卸業者) / 4. 輸入業者(商社含む) / 5. 食品卸業者(商社含む) /
6. 農業協同組合(県連・全農含む) / 7. 自社農業
8. その他 [詳細: \_\_\_\_\_]

問4-3. 有機農産物を取扱い始めて何年になりますか

1. 1年目 / 2. 2～5年 / 3. 5～10年 / 4. 10年以上

問4-4. 有機農産物の仕入れ方法についてお聞かせください ※複数回答可能

1. 年間契約またはシーズン毎契約 / 2. その都度買い付け /
3. その他 [詳細: \_\_\_\_\_]

問5. 有機農産物の今後の取扱い(仕入れ量)についてお聞かせください

1. 取扱(量)を増やしたい / 2. 現状維持 / 3. 減らしたい(今後も取扱い予定はなし)

2枚目 表

■問5の回答についての理由をお伺いします

【販売について】

問6. 有機農産物を取り扱って感じた課題や障壁についてお聞きします ※複数回答可能

1. 消費者理解が進んでいない / 2. 品目が少ない / 3. 安定供給ができない /
4. 価格が高い / 5. 消費者向けの普及・啓発情報が少ない /
6. 売れ残りが多い（消費者ニーズが少ない）
7. その他【詳細： \_\_\_\_\_】

【仕入れについて】

問7. 有機農産物の仕入れの際に感じる障壁についてお聞きします ※複数回答可能

1. 安定供給ができない（品目・数量が少ない） / 2. 発注の手間がかかる /
3. 産地情報不足により調達先が不足している / 4. 認証未取得により小分けが出来ない /
5. 価格が高い / 6. その他【詳細： \_\_\_\_\_】

【流通・加工について】

問8. 有機農産物の取扱いの際に感じた課題や障壁についてお聞きします ※複数回答可能

1. 輸送コスト / 2. 認証コスト / 3. 加工工場が少ない / 4. 集荷場が少ない /
5. コードの規格化・標準化ができていない /
6. その他【詳細： \_\_\_\_\_】

■小売業者の方へのご質問

問9. 有機農産物の取扱い量を増やしたいときに店舗で対応できる事はございますか ※複数回答可能

1. 店舗構内（店舗外）の場所の設置 / 2. 常設コーナーの設置 / 3. 不定期コーナーの設置 /
4. 認証製品以外は取り扱わない / 5. できることはない

■今後の市場拡大に向けてあなたが求める事をお聞かせください（販売・流通について）

問10. 有機市場拡大に向けて農業者、他流通事業者、行政に求める取組はありますか

1. 物流システム構築によるコスト削減 / 2. 品揃え・販売場所の拡充 /
3. 小規模有機農家に対する集荷や共同出荷に対する支援 / 4. 宣伝ツールの作成・配布 /
5. 生産者・消費者の交流会の開催・支援 / 6. 有機農家の見学会実施 /
7. 有機農産物の日キャンペーンの促進 /
8. その他【詳細： \_\_\_\_\_】

流通関係の方はこちらまでとなります。ご協力ありがとうございました。

2枚目 裏

■生産者の方へのご質問

問11. 農産物生産量のうち有機農産物の割合（有機JAS認証関係なく）

1. なし / 2. 2割未満 / 3. 4割未満 / 4. 6割未満 / 5. 8割未満 /
6. ほぼ全て / 7. 全て

問12. 有機農業に取り組んでいる作物 ※複数回答可能

1. 水稻 / 2. 野菜 / 3. 果樹 / 4. 大豆 / 5. 麦類 / 6. 牧草 / 7. 茶

問13. 有機農業の取り組み年数

1. 1年目 / 2. 2～5年 / 3. 5～10年 / 4. 10年以上

問14. 有機農業の耕作面積

1. なし / 2. 10a未満 / 3. 1ha未満 / 4. 10ha未満 / 5. 10ha以上

問15. 有機農産物の販売先についてお伺いします ※複数回答可能

1. 個人（直販） / 2. 個人（民間オンライン販売サービス利用） / 3. JA /
4. 市場仲買人（仲卸業者） / 5. 有機農産物専門流通業者 / 6. 食品卸業者（商社含む） /
7. 小規模小売（個人商店等） / 8. 中規模以上の小売店（スーパー等） / 9. 学校給食 /
10. 飲食店 / 11. 直売所 / 12. その他【詳細： \_\_\_\_\_】

問16-1. 現在の有機農産物の生産についてのスタンスを教えてください

1. 生産量を増やしたい / 2. 現状維持 / 3. 減らしたい

問16-2. 上記の理由を教えてください ※複数回答可能

1. 顧客支持 / 2. 価格（商品価格・物流価格） / 3. 安定度 / 4. 品質 /
5. 発注の手間 / 6. 認証関連 / 7. 作業性等からの選択 /
8. その他【詳細： \_\_\_\_\_】

問17. 有機農産物を生産して感じた課題や障壁をお聞かせください ※複数回答可能

1. 消費者理解が進んでいない / 2. 品目 / 3. 安定供給 / 4. 生産量の増加 /
5. 価格帯 / 6. 消費者向けの普及・啓発情報が少ない / 7. 売れ残りが多い /
8. その他【詳細： \_\_\_\_\_】

■今後の市場拡大に向けてあなたが求める事をお聞かせください（生産について）

問18. 有機市場拡大に向けての課題・流通・行政に求める事は？ ※複数回答可能

1. 物流システム構築によるコスト削減 / 2. 品揃え・販売場所の拡充 /
3. 小規模有機農家に対する集荷や共同出荷に対する支援 / 4. 宣伝ツールの作成・配布 /
5. 生産者・消費者の交流会の開催・支援 / 6. 有機農家の見学会実施 /
7. 有機農産物の日キャンペーンの促進 /
8. その他【詳細： \_\_\_\_\_】

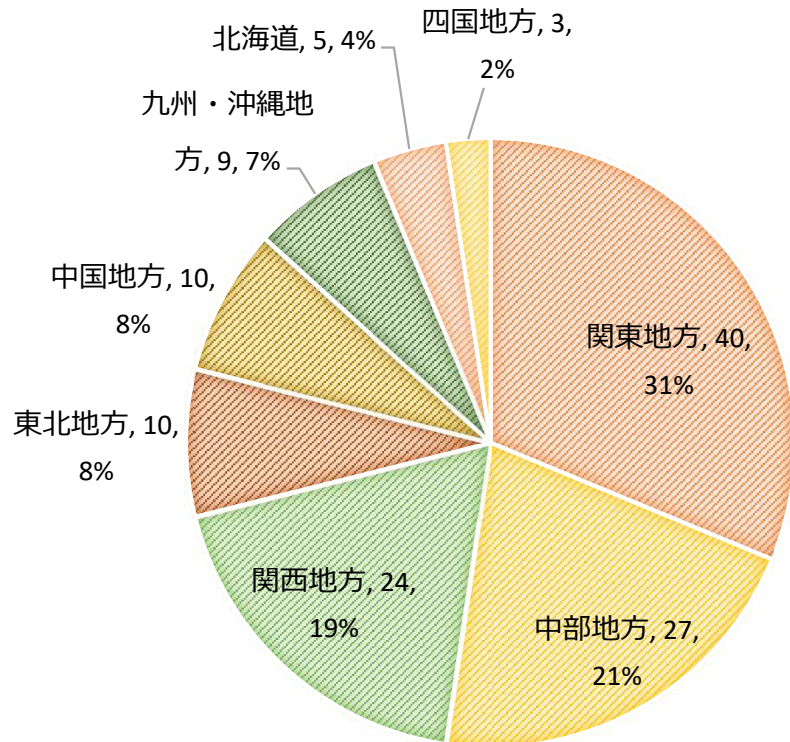
ご協力ありがとうございました。



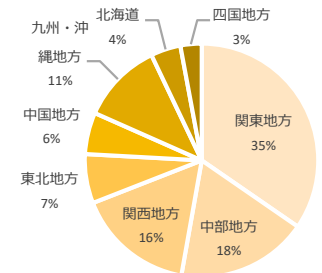
## ■ 回答者属性

問1. 本社所在地について

	全体	北海道	東北地方	関東地方	中部地方	関西地方	中国地方	四国地方	九州・沖縄地方
回答者数 (s)	128	5	10	40	27	24	10	3	9
(%)	100%	4%	8%	31%	21%	19%	8%	2%	7%



- ご案内先のリストが関東圏が多かった事もあり、やや関東圏の回答が多い結果が得られた。
- おおかた地方別人口分布とは大きくひらきのない結果となっているので全国から満遍なく回答いただいた結果となっている。

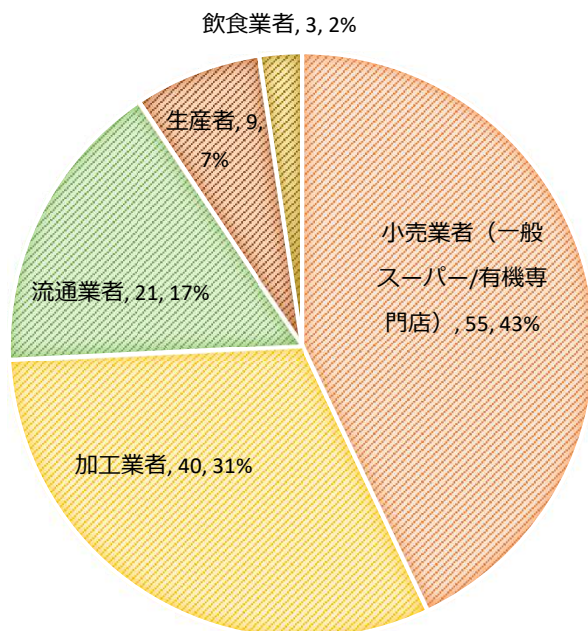


参考HP：国立社会保障・人口問題研究所－人口統計資料集(2023)改訂版－  
[https://www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/Popular/P\\_Detail2023RE.asp?fname=T09-05.htm](https://www.ipss.go.jp/syoushika/tohkei/Popular/P_Detail2023RE.asp?fname=T09-05.htm)

## ■ 回答者属性

問2. あなたの会社の業態を教えてください

	全体	流通業	加工業	小売業 (一般スーパー/ 有機専門店)	飲食業	生産者
回答者数 (s)	128	21	40	55	3	9
(%)	100%	16%	31%	43%	2%	7%



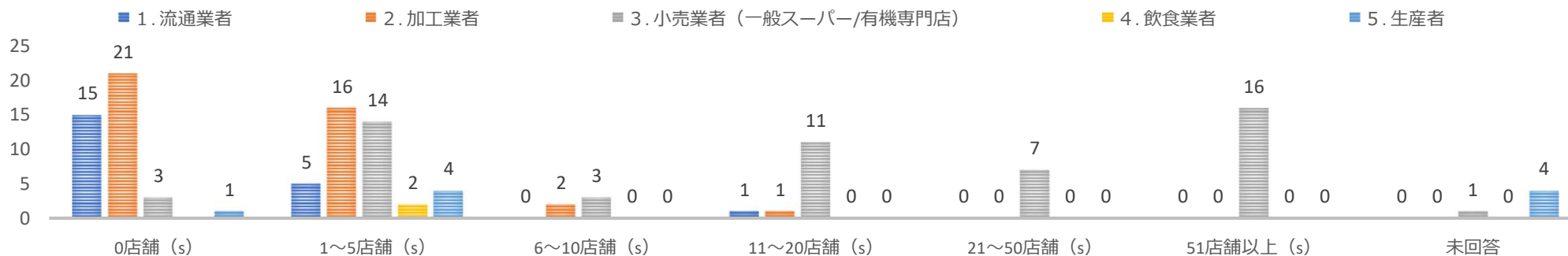
- 目標の80件を超え128件のサンプルを回収
- 小売業団体をメインにアンケートを実施した事もあり、小売業43%、加工業31%と関連業種からの回答が多く、やや偏った結果が得られている

## ■ 回答者属性

### 問3. 店舗数を教えてください

	回答者数 (s)	0店舗 (s)	1~5店舗 (s)	6~10店舗 (s)	11~20店舗 (s)	21~50店舗 (s)	51店舗以上 (s)	未回答
全体	127	40	41	5	13	7	16	5
流通業者	21	15	5	0	1	0	0	0
加工業者	40	21	16	2	1	0	0	0
小売業者 (一般スーパー/有機専門店)	55	3	14	3	11	7	16	1
飲食業者	2		2	0	0	0	0	0
生産者	9	1	4	0	0	0	0	4

	回答者数 (s)	0店舗 (%)	1~5店舗 (%)	6~10店舗 (%)	11~20店舗 (%)	21~50店舗 (%)	51店舗以上 (%)	未回答
全体	127	31.5%	32.3%	3.9%	10.2%	5.5%	12.6%	3.9%
流通業者	21	71.4%	23.8%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%
加工業者	40	52.5%	40.0%	5.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%
小売業者 (一般スーパー/有機専門店)	55	5.5%	25.5%	5.5%	20.0%	12.7%	29.1%	1.8%
飲食業者	2	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
生産者	9	11.1%	44.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	44.4%



- 店舗数で伺った為、販売店を持たない加工業者を筆頭に31%が0店舗と回答する結果となった
- 小売業者の回答を見ると、小規模～大規模まで事業規模に偏りのない結果となった

## ■ 有機農産物の取扱いについて

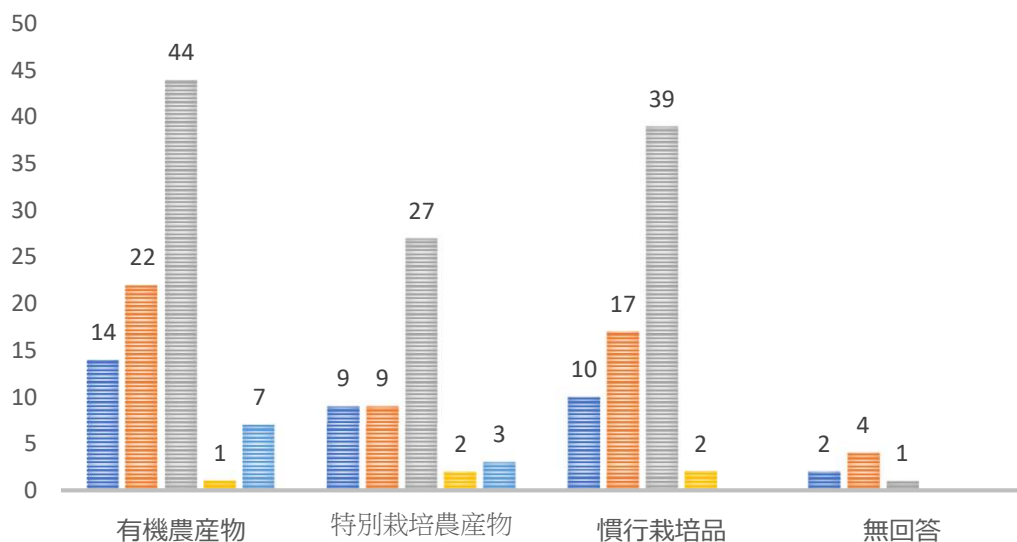
問4-1. お取扱いの農産物についてお聞きます（対象：野菜、果物、米） ※複数回答可能

選択肢：有機JAS認証付きの農産物（以下、1.有機農産物）/JASマークの付いていない有機農産物（以下、2.特別栽培農産物）/一般野菜（有機農産物以外）（以下、3.慣行栽培品）

	回答者数 (s)	有機農産物 (s)	特別栽培農産物 (s)	慣行栽培品 (s)	無回答 (s)
全体	213	88	50	68	7
流通業者	35	14	9	10	2
加工業者	52	22	9	17	4
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	111	44	27	39	1
飲食業者	5	1	2	2	
生産者	10	7	3		

	回答者数 (s)	有機農産物 (%)	特別栽培農産物 (%)	慣行栽培品 (%)	無回答 (%)
全体	213	<b>41%</b>	<b>23%</b>	32%	3%
流通業者	35	40%	26%	29%	6%
加工業者	52	42%	17%	33%	8%
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	111	50%	20%	39%	9%
飲食業者	5	20%	40%	40%	
生産者	10	70%	30%		

■ 1. 流通業者 ■ 2. 加工業者 ■ 3. 小売業者（一般スーパー/有機専門店） ■ 4. 飲食業者 ■ 5. 生産者



- 全体の64%の事業者が「特別栽培農産物」を含む「有機農産物」の取り扱いあり
- 「流通・加工・小売」の業態では「有機農産物」「慣行栽培品」の順に多い傾向にある
- 「飲食業者」のみ「特別栽培品」「慣行栽培品」のポイントがやや高い結果となった

## ■ 有機農産物の取扱いについて

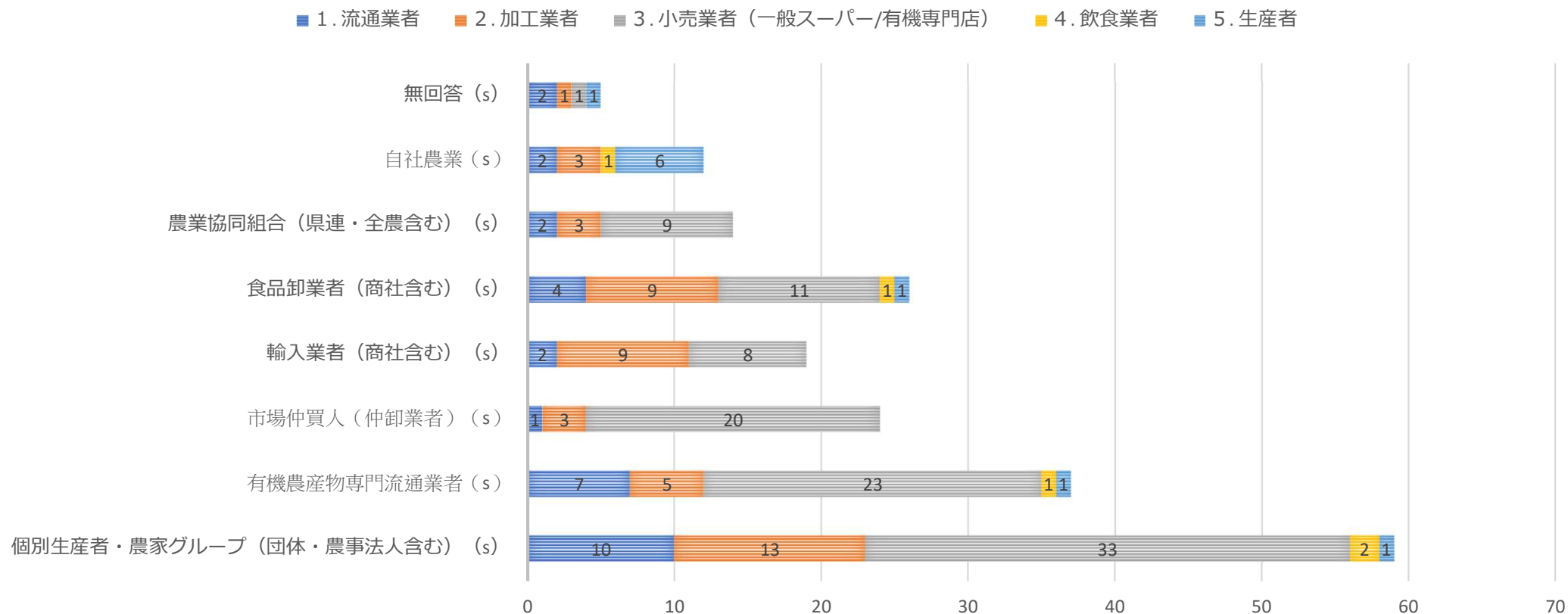
問4-2. 4-1で1、2と回答いただいた方へ 有機農産物の仕入れ先についてお聞きます ※複数回答可能

	回答者数 (s)	個別生産者・農家グループ (団体・農事法人含む) (s)	有機農産物専門流通業者 (s)	市場仲買人 (仲卸業者) (s)	輸入業者 (商社含む) (s)	食品卸業者 (商社含む) (s)	農業協同組合 (県連・全農含む) (s)	自社農業 (s)	無回答 (s)
全体	196	59	37	24	19	26	14	12	5
流通業者	30	10	7	1	2	4	2	2	2
加工業者	46	13	5	3	9	9	3	3	1
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	105	33	23	20	8	11	9		1
飲食業者	5	2	1			1		1	
生産者	10	1	1			1		6	1

	回答者数 (s)	個別生産者・農家グループ (団体・農事法人含む) (%)	有機農産物専門流通業者 (%)	市場仲買人 (仲卸業者) (%)	輸入業者 (商社含む) (%)	食品卸業者 (商社含む) (%)	農業協同組合 (県連・全農含む) (%)	自社農業 (%)	無回答 (%)
全体	196	30.1%	18.9%	12.2%	9.7%	13.3%	7.1%	6.1%	2.6%
流通業者	30	33.3%	23.3%	3.3%	6.7%	13.3%	6.7%	6.7%	6.7%
加工業者	46	28.3%	10.9%	6.5%	19.6%	19.6%	6.5%	6.5%	2.2%
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	105	31.4%	21.9%	19.0%	7.6%	10.5%	8.6%	0.0%	1.0%
飲食業者	5	40.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%
生産者	10	10.0%	10.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%	60.0%	10.0%

## ■ 有機農産物の取扱いについて

問4-2. 4-1で1、2と回答いただいた方へ 有機農産物の仕入れ先についてお聞きます ※複数回答可能



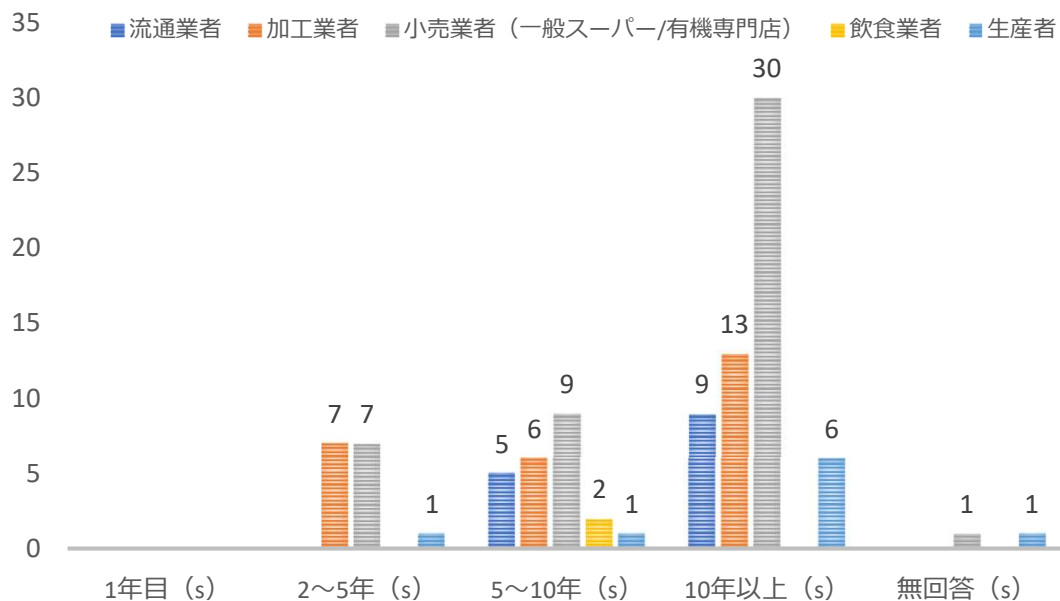
- 全体の仕入れ先として割合が高いのは「個別生産者・農家グループ」（30.1%）  
次いで「有機農産物専門流通業者」（18.9%）となった
- 上記に続き、「流通・加工」では「食品卸業者（商社含む）」が仕入れ割合が高かったことに対し、  
小売業者では「市場仲買人（仲卸業者）」（19.0%）が上位となっている

## ■ 有機農産物の取扱いについて

### 問4-3. 有機農産物を取扱い始めて何年になりますか

	回答者数 (s)	1年目 (s)	2～5年 (s)	5～10年 (s)	10年以上 (s)	無回答 (s)
全体	98	0	15	23	58	2
流通業者	14			5	9	
加工業者	26		7	6	13	
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	47		7	9	30	1
飲食業者	2			2		
生産者	9		1	1	6	1

	回答者数 (s)	1年目 (%)	2～5年 (%)	5～10年 (%)	10年以上 (%)	無回答 (%)
全体	98	0.0%	15.3%	23.5%	59.2%	2.0%
流通業者	14	0.0%	0.0%	35.7%	64.3%	0.0%
加工業者	26	0.0%	26.9%	23.1%	50.0%	0.0%
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	47	0.0%	14.9%	19.1%	63.8%	2.1%
飲食業者	2	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
生産者	9	0.0%	11.1%	11.1%	66.7%	11.1%



- 全体の59.2%が有機農産物を取扱って「10年以上」と回答
- 「加工業者/小売業者」は取扱い年数「1～10年」と回答いただいているポイントから、関係者数はコンスタントに増えていることが想像できる。
- 「流通業者」は回答者数が少ないのもあるが、1～5年の回答がない所を見ると、有機農産物取扱いの流通業者は新規参入が少ない為、流通の課題が出てきそうである

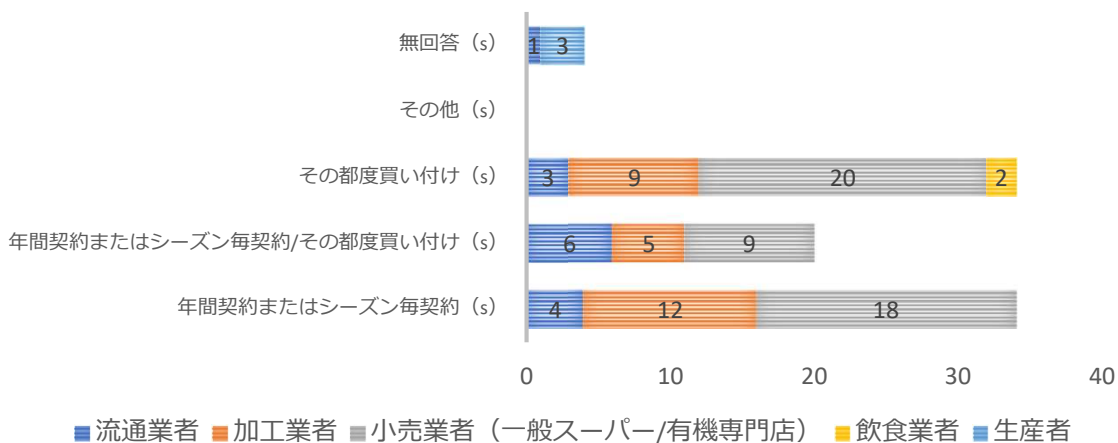


## ■ 有機農産物の取扱いについて

問4-4. 有機農産物の仕入れ方法についてお聞かせください ※複数回答可能

	回答者数 (s)	年間契約またはシーズン毎契約 (s)	年間契約またはシーズン毎契約/その都度買い付け (s)	その都度買い付け (s)	その他 (s)	無回答 (s)
全体	92	34	20	34	0	4
流通業者	14	4	6	3		1
加工業者	26	12	5	9		
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	47	18	9	20		
飲食業者	2			2		
生産者	3					3

	回答者数 (s)	年間契約またはシーズン毎契約 (%)	年間契約またはシーズン毎契約/その都度買い付け (%)	その都度買い付け (%)	その他 (%)	無回答 (%)
全体	92	37.0%	21.7%	37.0%	0.0%	4.3%
流通業者	14	28.6%	42.9%	21.4%	0.0%	7.1%
加工業者	26	46.2%	19.2%	34.6%	0.0%	0.0%
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	47	38.3%	19.1%	42.6%	0.0%	0.0%
飲食業者	2	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
生産者	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%



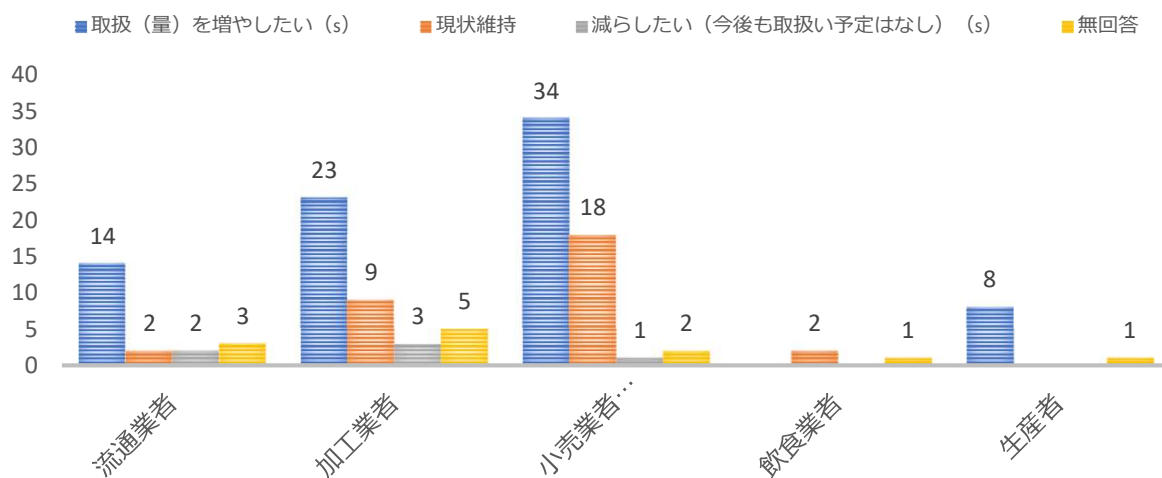
- 全体的に大きな差はなく「年間契約またはシーズン毎契約」・「その都度買い付け」または併用で仕入している場合もあり
- 「加工業者」は「年間契約」が半数近い事を考えると「その都度買い付け」は仕入れの不安定差を感じられる



## ■ 有機農産物の取扱いについて

問5. 有機農産物の今後の取扱い（仕入れ量）についてお聞かせください

	回答者数 (s)	取扱（量）を増やしたい (s)	現状維持 (s)	減らしたい (今後も取扱い予定はなし) (s)	無回答 (s)		回答者数 (s)	取扱（量）を増やしたい (%)	現状維持 (%)	減らしたい (今後も取扱い予定はなし) (%)	無回答 (%)
全体	128	79	31	6	12	全体	128	61.7%	24.2%	4.7%	9.4%
流通業者	21	14	2	2	3	流通業者	21	66.7%	9.5%	9.5%	14.3%
加工業者	40	23	9	3	5	加工業者	40	57.5%	22.5%	7.5%	12.5%
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	55	34	18	1	2	小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	55	61.8%	32.7%	1.8%	3.6%
飲食業者	3		2		1	飲食業者	3	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%
生産者	9	8			1	生産者	9	88.9%	0.0%	0.0%	11.1%



- 全体では「取扱（量）を増やしたい」（61.7%）との回答が高い
- 「飲食業者」のみ「現状維持」（66.7%）と、取扱いに対合いして、やや引け目な結果

## ■ 販売について

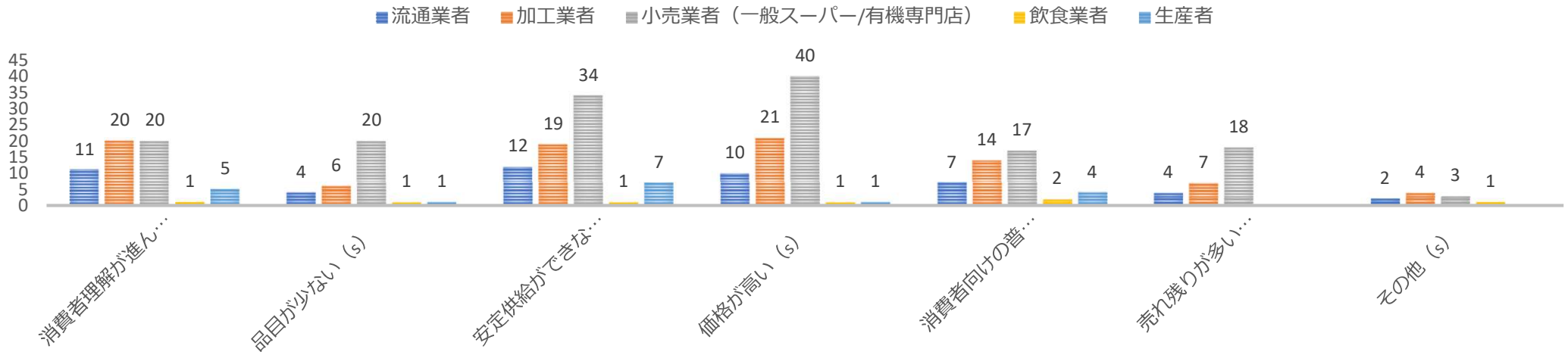
問6. 有機農産物を取り扱って感じた課題や障壁についてお聞きます ※複数回答可能

	回答者数 (s)	消費者理解が進んでいない (s)	品目が少ない (s)	安定供給ができない (s)	価格が高い (s)	消費者向けの普及・啓発情報が少ない (s)	売れ残りが多い (消費者ニーズが少ない) (s)	その他 (s)	無回答 (s)
全体	329	57	32	73	73	44	29	10	11
流通業者	53	11	4	12	10	7	4	2	3
加工業者	97	20	6	19	21	14	7	4	6
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	153	20	20	34	40	17	18	3	1
飲食業者	8	1	1	1	1	2		1	1
生産者	18	5	1	7	1	4			

	回答者数 (s)	消費者理解が進んでいない (%)	品目が少ない (%)	安定供給ができない (%)	価格が高い (%)	消費者向けの普及・啓発情報が少ない (%)	売れ残りが多い (消費者ニーズが少ない) (%)	その他 (%)	無回答 (%)
全体	329	17.3%	9.7%	22.2%	22.2%	13.4%	8.8%	3.0%	3.3%
流通業者	53	20.8%	7.5%	22.6%	18.9%	13.2%	7.5%	3.8%	5.7%
加工業者	97	20.6%	6.2%	19.6%	21.6%	14.4%	7.2%	4.1%	6.2%
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	153	13.1%	13.1%	22.2%	26.1%	11.1%	11.8%	2.0%	0.7%
飲食業者	8	12.5%	12.5%	12.5%	12.5%	25.0%	0.0%	12.5%	12.5%
生産者	18	27.8%	5.6%	38.9%	5.6%	22.2%			

## ■ 販売について

問6. 有機農産物を取り扱って感じた課題や障壁についてお聞きます ※複数回答可能



自由回答

流通業者	特別扱いしすぎている
流通業者	生産と消費のレーション
加工業者	有機という呼称が分からないユーザーが意外と多い (オーガニックなら理解を得られる)
加工業者	2次加工のため、生鮮で流通しても使用しにくい
加工業者	大きな市場が無い
加工業者	有機農産物の取り扱いがございません。(加工食品を製造の為)
小売業者	品質、価格差がまだ消費者に受け入れられていない
小売業者	単位面積当の収穫量、端境期、JAS認ポジブリストが厳しすぎる。美味しいや栄養価の領域に達しているものがまだ少ない。生産者の経営メリットが少なくリスクが高い
小売業者	情報が少ない
飲食業者	有機農家に対するJA、慣行栽培農家の理解度が低い。

- 取り扱いで感じた障壁として消費者に近い「小売業者」では、「価格が高い」(26.1%)、「安定供給ができない」(22.2%)と続いている
- またその理由として、消費者への情報不足とする意見がある
- 「加工業者」でも、同じく「価格が高い」(21.6%)、「消費者理解が進んでいない」(20.6%)とほぼ同じ認識

## ■ 仕入れについて

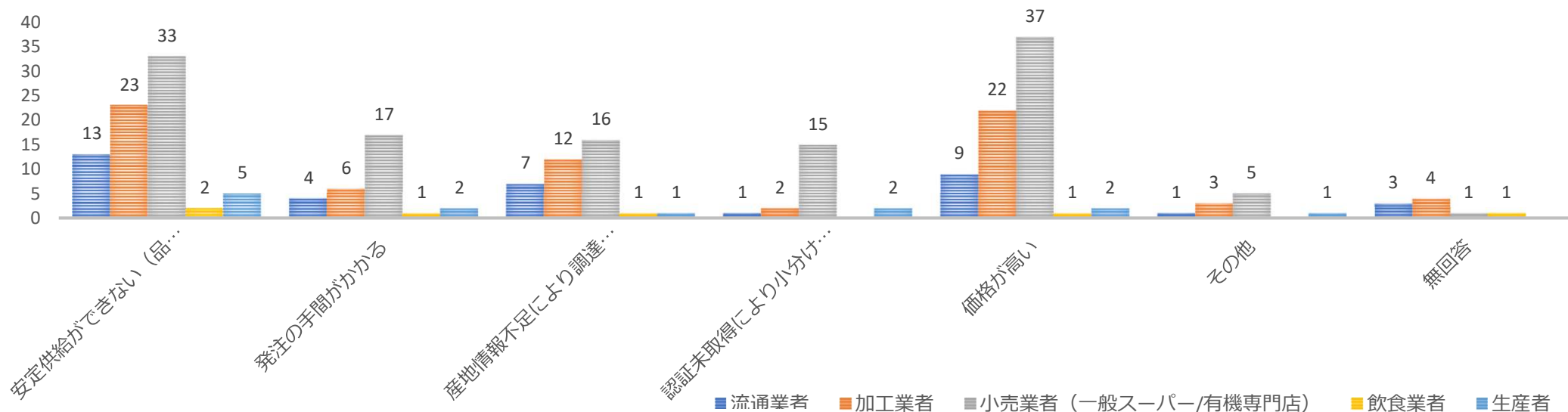
問7. 有機農産物の仕入れの際に感じる障壁についてお聞きます ※複数回答可能

	回答者数 (s)	安定供給ができない (品目・数量が 少ない)	発注の手間がかか る	産地情報不足によ り調達先が不足して いる	認証未取得によ り小分けが出来ない	価格が高い	その他	無回答
合計	233	76	30	37		71	10	9
流通業者	38	13	4	7	1	9	1	3
加工業者	72	23	6	12	2	22	3	4
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	124	33	17	16	15	37	5	1
飲食業者	6	2	1	1		1		1
生産者	13	5	2	1	2	2	1	

	回答者数 (s)	安定供給ができ ない (品目・数量が 少ない)	発注の手間がかか る	産地情報不足によ り調達先が不足して いる	認証未取得によ り小分けが出来ない	価格が高い	その他	無回答
合計	233	32.6%	12.9%	15.9%	0.0%	30.5%	4.3%	3.9%
流通業者	38	34.2%	10.5%	18.4%	2.6%	23.7%	2.6%	7.9%
加工業者	72	31.9%	8.3%	16.7%	2.8%	30.6%	4.2%	5.6%
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	124	26.6%	13.7%	12.9%	12.1%	29.8%	4.0%	0.8%
飲食業者	6	33.3%	16.7%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%
生産者	13	38.5%	15.4%	7.7%	15.4%	15.4%	7.7%	0.0%

## ■ 仕入れについて

問7. 有機農産物の仕入れの際に感じる障壁についてお聞きます ※複数回答可能



自由回答

流通業者	一般青果物と、全く違う
加工業者	将来の供給不安
加工業者	有機JAS認証を取得している選別調製施設が限られており目標品質にまでギャップが大きく、コストも高い。
加工業者	有機農産物の必要性を感じていない
小売業者	単位面積当の収穫量、端境期、JAS認ポジブリストが厳しすぎる。美味しいや栄養価の領域に達しているものがまだ少ない。生産者の経営メリットが少なくリスクが高い
小売業者	物流が整わない
小売業者	仕入に関しては非有機とかわらない
小売業者	物流コストが高い
小売業者	小ロットなので運賃の占める割合が高くなる
生産者	自社栽培

- 全体の32.6%で「安定供給ができない(品目・数量が少ない)」、次いで「価格が高い」(30.5%)
- 内容は問6とほぼ変わらず。
- 物流に関して、小ロットの為の運賃課題や整わないとの懸念が出ている

## ■ 流通・加工について

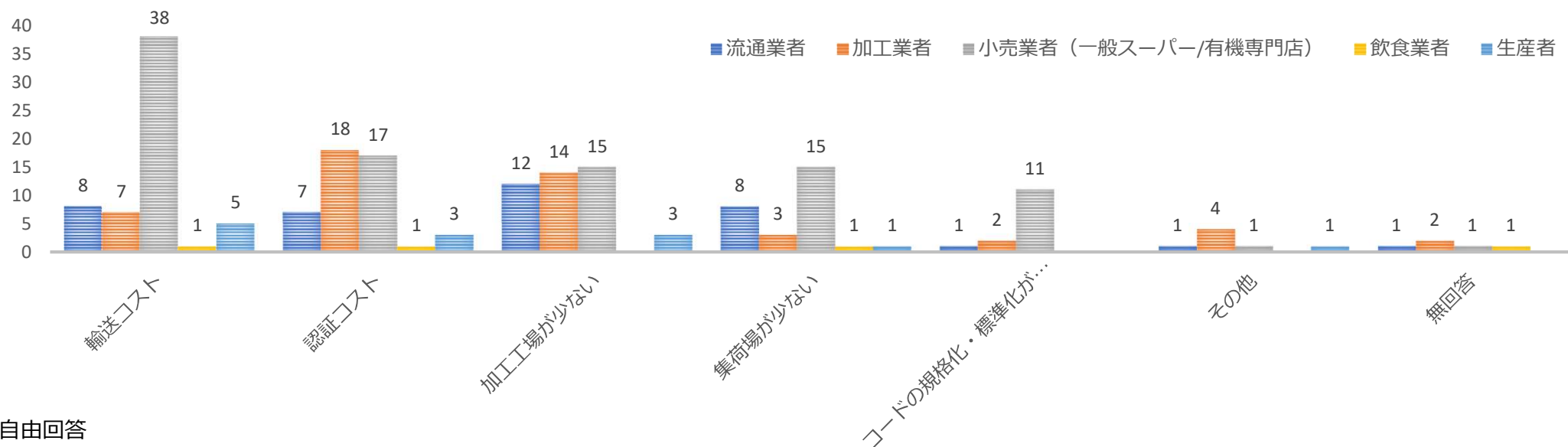
問8. 有機農産物の取扱いの際に感じた課題や障壁についてお聞きます ※複数回答可能

	回答者数 (s)	輸送コスト	認証コスト	加工工場が少ない	集荷場が少ない	コードの規格化・標準化ができていない	その他	無回答
合計	203	59	46	44	28	14	7	5
流通業者	38	8	7	12	8	1	1	1
加工業者	50	7	18	14	3	2	4	2
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	98	38	17	15	15	11	1	1
飲食業者	4	1	1		1			1
生産者	13	5	3	3	1		1	

	回答者数 (s)	輸送コスト	認証コスト	加工工場が少ない	集荷場が少ない	コードの規格化・標準化ができていない	その他	無回答
合計	203	29.1%	22.7%	21.7%	13.8%	6.9%	3.4%	2.5%
流通業者	38	21.1%	18.4%	31.6%	21.1%	2.6%	2.6%	2.6%
加工業者	50	14.0%	36.0%	28.0%	6.0%	4.0%	8.0%	4.0%
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	98	38.8%	17.3%	15.3%	15.3%	11.2%	1.0%	1.0%
飲食業者	4	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%
生産者	13	38.5%	23.1%	23.1%	7.7%	0.0%	7.7%	0.0%

## ■ 流通・加工について

問8. 有機農産物の取扱いの際に感じた課題や障壁についてお聞きます ※複数回答可能



自由回答

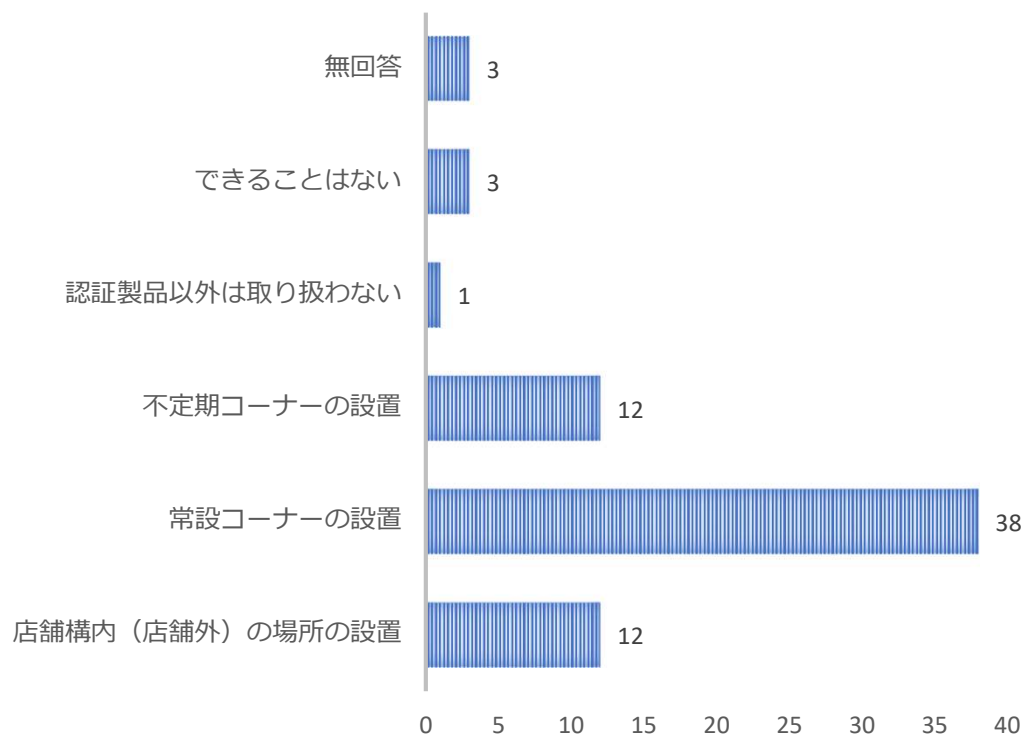
流通業者	流通業者が複雑で閉鎖的
加工業者	生産者が少ない
加工業者	物量に限りがある
加工業者	認証取得の手間がかかる
加工業者	仕入価格が高くなる為、販売価格 (原価) に影響が出てしまう。
小売業者	価格と安定供給不足
生産者	生産者の組織化など構築で中間流通を省き直接取引を行うべき。

- 全体で「輸送コスト」(29.1%)  
特に「小売業者」では売上に直結するので、割合が大きい
- 『流通業者』では「加工工場が少ない」(31.6%) 次いで「集荷場が少ない」(21.1%)  
『加工業者』では「認証コスト」(36.0%) 次いで「加工工場が少ない」(28.0%) 合計で6割超えとなっている

## ■ 小売業者の方へのご質問

問9. 有機農産物の取扱い量を増やしたいときに店舗で対応できる事はございますか ※複数回答可能

	回答者数 (s)	店舗構内 (店舗外) の 場所の設置	常設コーナーの設置	不定期コーナーの設置	認証製品以外は 取り扱わない	できることはない	無回答
全体	69	12	38	12	1	3	3
(%)	100%	17.4%	55.1%	17.4%	1.4%	4.3%	4.3%



- 半数以上は「常設コーナーの設置」が可能と回答



## ■ 市場拡大に向けて求める事（販売・流通について）

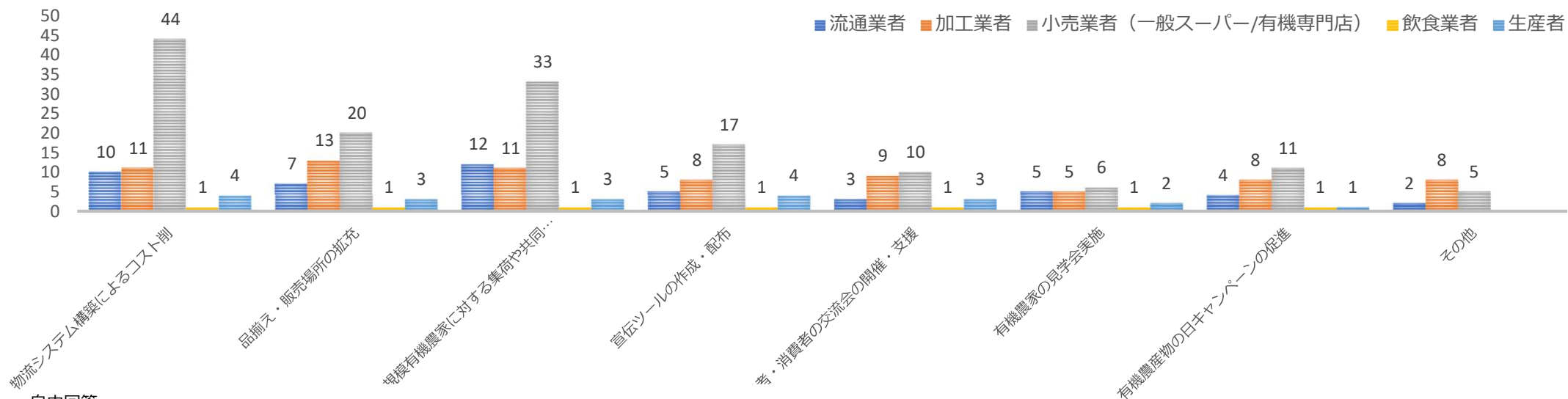
問10. 有機市場拡大に向けて農業者、他流通事業者、行政に求める取組はありますか

	回答者数 (s)	物流システム構築によるコスト削減	品揃え・販売場所の拡充	小規模有機農家に対する集荷や共同出荷に対する支援	宣伝ツールの作成・配布	生産者・消費者の交流会の開催・支援	有機農家の見学会実施	有機農産物の日キャンペーンの促進	その他	無回答
合計	306	70	44	60	35	26	19	25	15	12
流通業者	52	10	7	12	5	3	5	4	2	4
加工業者	78	11	13	11	8	9	5	8	8	5
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	147	44	20	33	17	10	6	11	5	1
飲食業者	9	1	1	1	1	1	1	1		2
生産者	20	4	3	3	4	3	2	1		

	回答者数 (s)	物流システム構築によるコスト削減	品揃え・販売場所の拡充	小規模有機農家に対する集荷や共同出荷に対する支援	宣伝ツールの作成・配布	生産者・消費者の交流会の開催・支援	有機農家の見学会実施	有機農産物の日キャンペーンの促進	その他	無回答
合計	306	22.9%	14.4%	19.6%	11.4%	8.5%	6.2%	8.2%	4.9%	3.9%
流通業者	52	19.2%	13.5%	23.1%	9.6%	5.8%	9.6%	7.7%	3.8%	7.7%
加工業者	78	14.1%	16.7%	14.1%	10.3%	11.5%	6.4%	10.3%	10.3%	6.4%
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	147	29.9%	13.6%	22.4%	11.6%	6.8%	4.1%	7.5%	3.4%	0.7%
飲食業者	9	11.1%	11.1%	11.1%	11.1%	11.1%	11.1%	11.1%	0.0%	22.2%
生産者	20	20.0%	15.0%	15.0%	20.0%	15.0%	10.0%	5.0%	0.0%	0.0%

## ■ 市場拡大に向けて求める事（販売・流通について）

問10. 有機市場拡大に向けて農業者、他流通事業者、行政に求める取組はありますか



自由回答

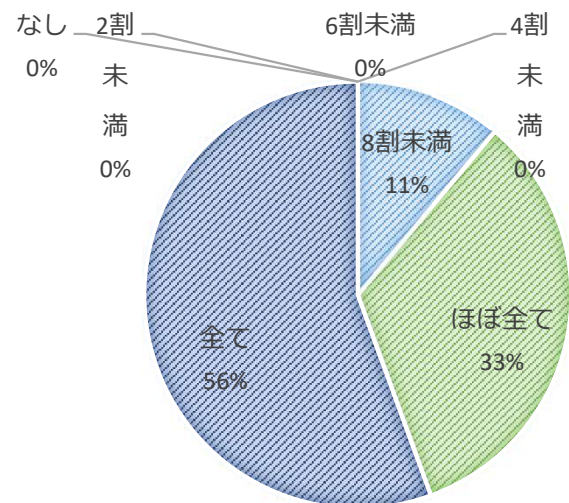
流通業者	有機野菜が高いのではない。慣行野菜の価格が安すぎる。農業が潰れる。有機農業の問題ではない。	加工業者	農法や加工方法の共有
流通業者	生産、流通、消費をつなげる出口戦略、販売場の増加	加工業者	補助金
加工業者	【製造メーカーに対する助成金】有機だけに加工者側としては虫食いやシミ等のリスクも大きい。一方で消費者が求める品質レベルは慣行栽培原料と相当水準。原価だけではなく、加工するコストも高くなる（人工工数も限られており、手間もかけられない）以上より、選別機の導入等加工者側への助成金を検討してもらいたい。	加工業者	無農薬、Bio、自然栽培等の類似表示に対する規制
		加工業者	有機農産物が必要なのでしょうか？ 特別栽培農産物で十分だと思います。
加工業者	国が有機農産物がどのように我が国の未来に良い影響をもたらすか、メディアなどをつかって理解を深めて欲しい（有機農産物を食べたり作るのがカッコいいみたいな社会）	小売業者	安全性（自分事）による消費ではなく、エシカル消費であることの意識づけ
		小売業者	価格が高いことが一番の課題
加工業者	即席麺メーカーのため、乾燥品としての活用となります。市場に出回らない有機野菜の活用など検討してほしい	小売業者	メディア（テレビ、ラジオ、Youtube等のインフルエンサー）でのPR
		小売業者	消費者教育、安心と安全の違い等
加工業者	認証経費の補助金	小売業者	有機JASパッケージ支援と費用補助、JASポジティブリストの緩和

- 「流通事業者」は『小規模有機農家に対する集荷や共同出荷に対する支援』（23.1%）、「加工業者」は『品揃え・販売場所の拡充』（16.7%）、「小売業者」は『物流システム構築によるコスト削減』（29.9%）と各々の出口に近い項目を選定いただいている

## ■ 生産者の方へのご質問

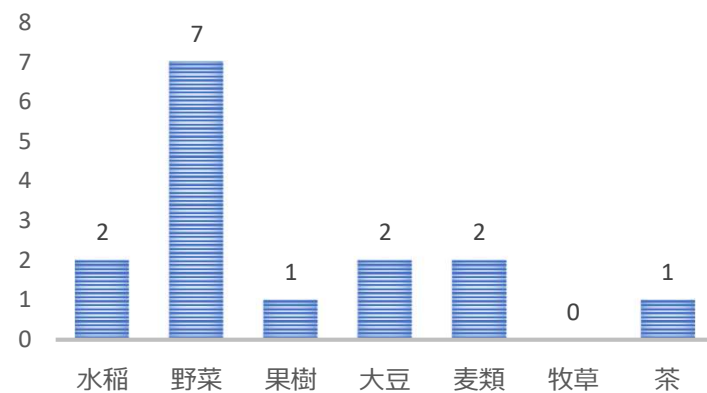
問11. 農産物生産量のうち有機農産物の割合（有機JAS認証関係なく）

	合計	なし	2割未満	4割未満	6割未満	8割未満	ほぼ全て	全て
回答者数 (s)	9	0	0	0	0	1	3	5
(%)	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	33.3%	55.6%



問12. 有機農業に取り組んでいる作物 ※複数回答可能

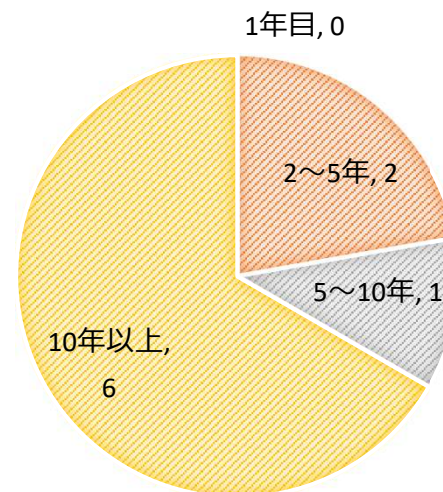
	合計	水稲	野菜	果樹	大豆	麦類	牧草	茶
回答者数 (s)	15	2	7	1	2	2	0	1
(%)	100.0%	13.3%	46.7%	6.7%	13.3%	13.3%	0.0%	6.7%



## ■ 生産者の方へのご質問

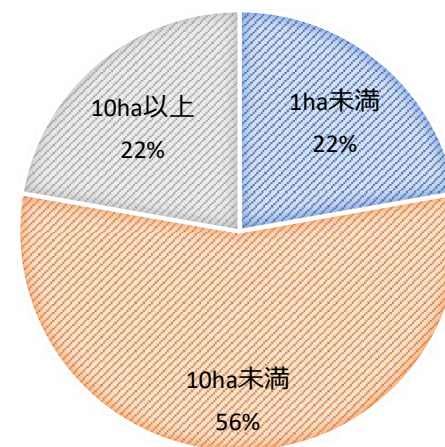
### 問13. 有機農業の取り組み年数

	合計	1年目	2～5年	5～10年	10年以上
回答者数 (s)	9	0	2	1	6
(%)	<b>100.0%</b>	0.0%	22.2%	11.1%	66.7%



### 問14. 有機農業の耕作面積

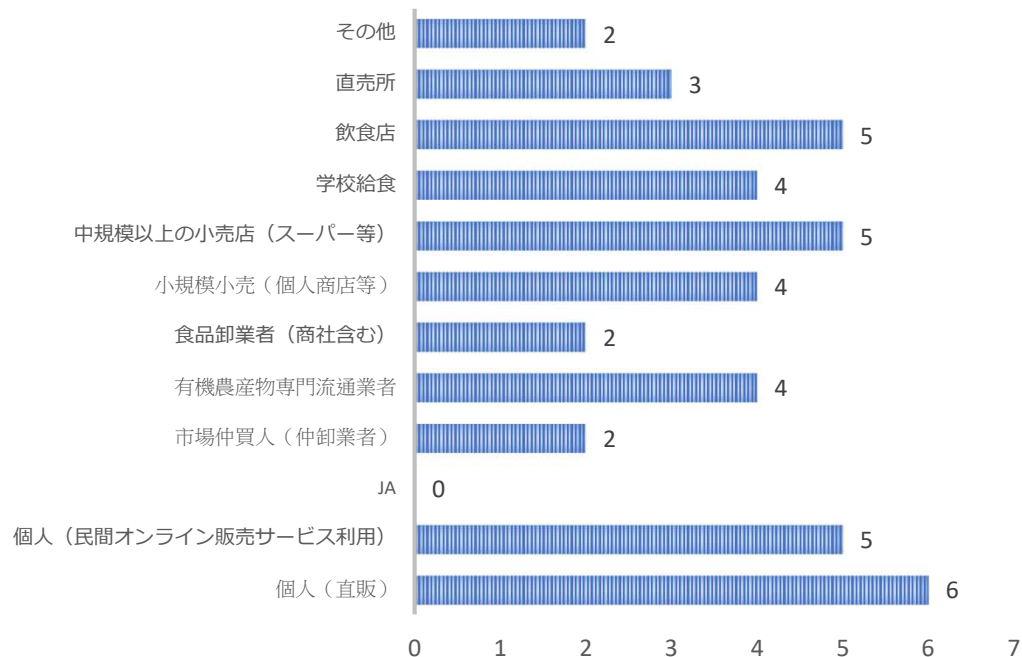
	合計	なし	1ha未満	1ha未満	10ha未満	10ha以上
回答者数 (s)	15	0	0	2	5	2
(%)	100.0%	0.0%	0.0%	22.2%	55.6%	22.2%



## ■ 生産者の方へのご質問

問15. 有機農産物の販売先についてお伺いします ※複数回答可能

	合計	個人 (直販)	個人(民間 オンライン販 売サービス 利用)	JA	市場仲買人 (仲卸業 者)	有機農産物 専門流通業 者	食品卸業者 (商社含 む)	小規模小売 (個人商店 等)	中規模以上 の小売店 (スーパー 等)	学校給食	飲食店	直売所	その他
回答者数 (s)	19	6	5	0	2	4	2	4	5	4	5	3	2
(%)	100.0%	31.6%	26.3%	0.0%	10.5%	21.1%	10.5%	21.1%	26.3%	21.1%	26.3%	15.8%	10.5%



自由回答

お茶加工業者

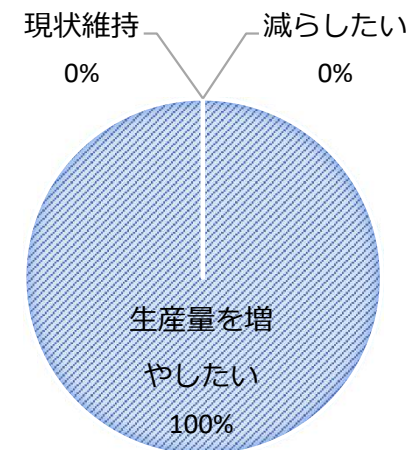
ワイナリー

- 売り先としては、「個人(直販)」(31.6%)をはじめ「個人(民間オンライン販売サービス利用)」(26.3%)、「飲食店」(26.3%)と直販での販売が多い。
- 「中規模以上の小売店(スーパー等)」(26.3%)も、同割合で入っているがサンプル数が少ない為、本アンケート上の参考値としてまで。

## ■ 生産者の方へのご質問

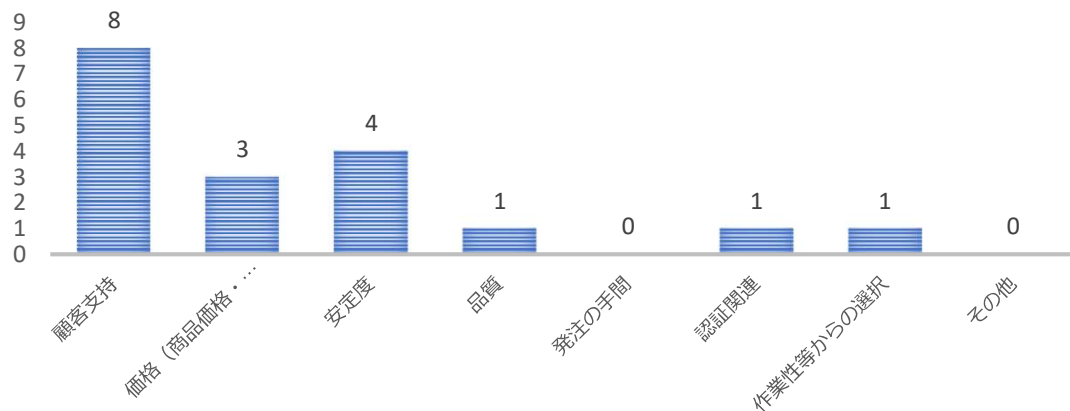
問16-1. 現在の有機農産物の生産についてのスタンスを教えてください

	合計	生産量を増やしたい	現状維持	減らしたい
回答者数 (s)	9	9	0	0
(%)	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%



問16-2. 上記の理由を教えてください ※複数回答可能

	合計	顧客支持	価格 (商品価格・物流価格)	安定度	品質	発注の手間	認証関連	作業性等からの選択	その他
回答者数 (s)	17	8	3	4	1	0	1	1	0
(%)	100.0%	47.1%	17.6%	23.5%	5.9%	0.0%	5.9%	5.9%	0.0%



## ■ 生産者の方へのご質問

問17. 有機農産物を生産して感じた課題や障壁をお聞かせください ※複数回答可能

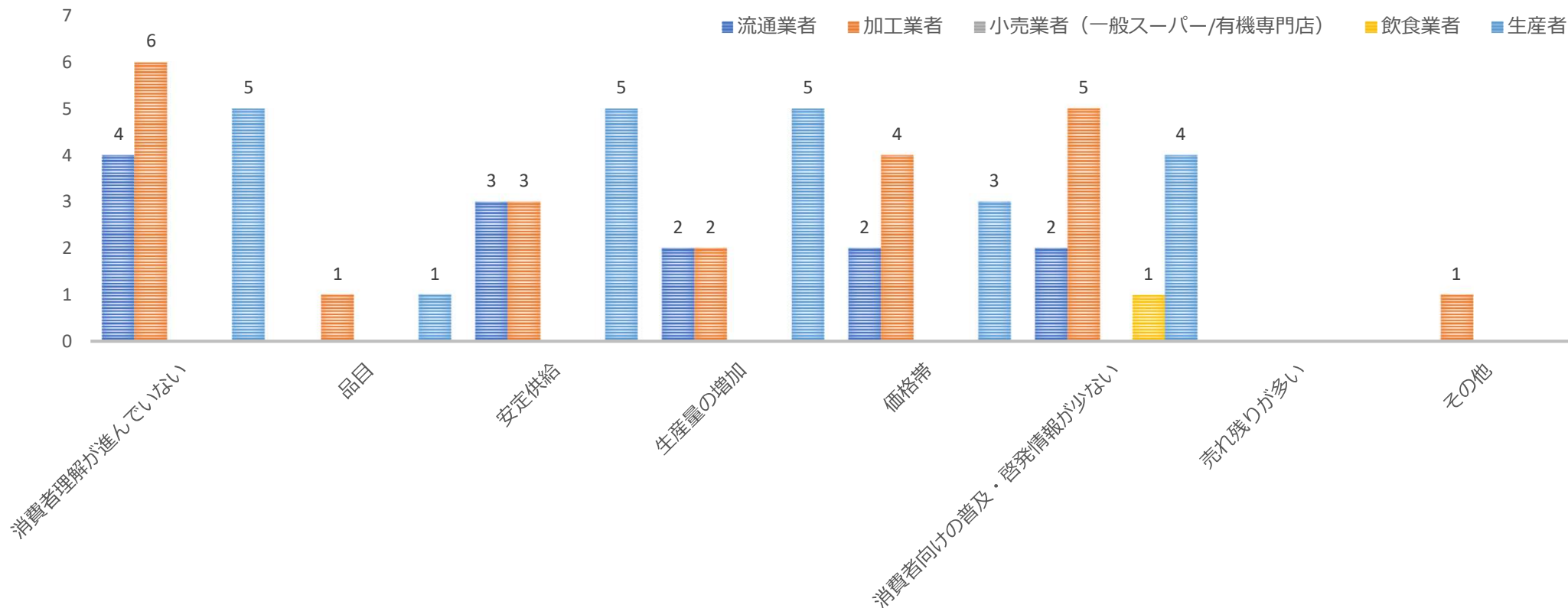
	回答者数 (s)	消費者理解が進んでいない	品目	安定供給	生産量の増加	価格帯	消費者向けの普及・啓発情報が少ない	売れ残りが多い	その他
合計	59	15	2	11	9	9	12		1
流通業者	13	4		3	2	2	2		
加工業者	22	6	1	3	2	4	5		1
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	0								
飲食業者	1						1		
生産者	23	5	1	5	5	3	4		

	回答者数 (s)	消費者理解が進んでいない	品目	安定供給	生産量の増加	価格帯	消費者向けの普及・啓発情報が少ない	売れ残りが多い	その他
合計	59	25.4%	3.4%	18.6%	15.3%	15.3%	20.3%	0.0%	1.7%
流通業者	13	30.8%	0.0%	23.1%	15.4%	15.4%	15.4%	0.0%	0.0%
加工業者	22	27.3%	4.5%	13.6%	9.1%	18.2%	22.7%	0.0%	4.5%
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
飲食業者	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
生産者	23	21.7%	4.3%	21.7%	21.7%	13.0%	17.4%	0.0%	0.0%



## ■ 生産者の方へのご質問

問17. 有機農産物を生産して感じた課題や障壁をお聞かせください ※複数回答可能



自由回答

その他	食育
-----	----

- 「消費者理解が進んでいない」(21.7%)と同数で「安定供給」・「生産量の増加」と回答を得ている。



## ■ 今後の市場拡大に向けて求める事（生産について）

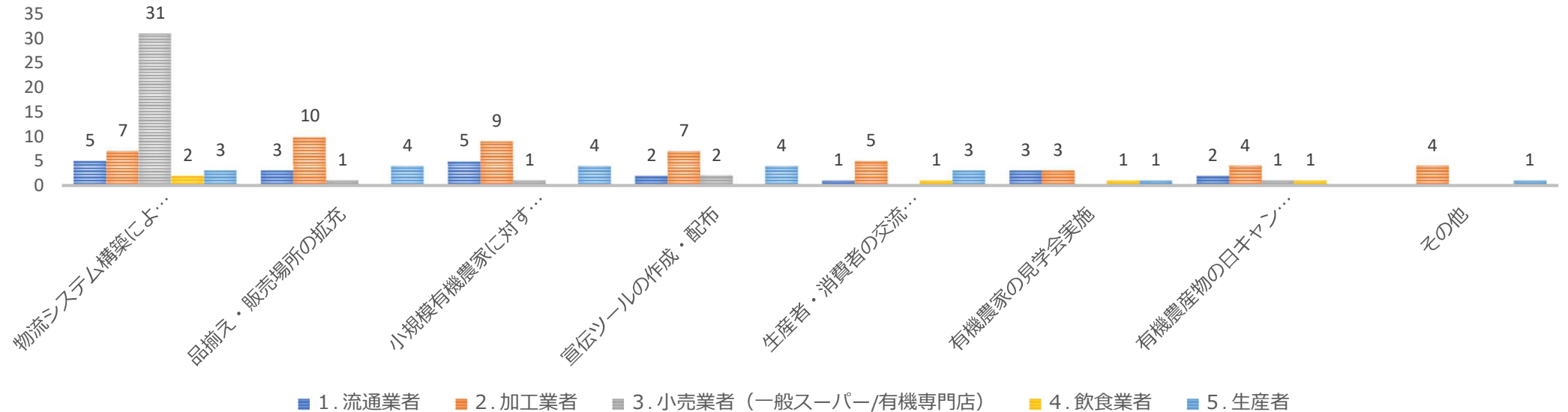
問18. 有機市場拡大に向けての課題・流通・行政に求める事は？ ※複数回答可能

	回収者数 (s)	物流システム構築によるコスト削減	品揃え・販売場所の拡充	小規模有機農家に対する集荷や共同出荷に対する支援	宣伝ツールの作成・配布	生産者・消費者の交流会の開催・支援	有機農家の見学会実施	有機農産物の日キャンペーンの促進	その他
合計	136	48	18	19	15	10	8	8	5
流通業者	21	5	3	5	2	1	3	2	
加工業者	53	7	10	9	7	5	3	4	4
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	36	31	1	1	2			1	
飲食業者	5	2				1	1	1	
生産者	21	3	4	4	4	3	1		1

	回収者数 (s)	物流システム構築によるコスト削減	品揃え・販売場所の拡充	小規模有機農家に対する集荷や共同出荷に対する支援	宣伝ツールの作成・配布	生産者・消費者の交流会の開催・支援	有機農家の見学会実施	有機農産物の日キャンペーンの促進	その他
合計	136	<b>36.6%</b>	<b>13.7%</b>	<b>14.5%</b>	<b>11.5%</b>	<b>7.6%</b>	<b>6.1%</b>	<b>6.1%</b>	<b>3.8%</b>
流通業者	21	23.8%	14.3%	23.8%	9.5%	4.8%	14.3%	9.5%	0.0%
加工業者	53	14.3%	20.4%	18.4%	14.3%	10.2%	6.1%	8.2%	8.2%
小売業者 (一般スーパー/ 有機専門店)	36	86.1%	2.8%	2.8%	5.6%	0.0%	0.0%	2.8%	0.0%
飲食業者	5	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%
生産者	21	15.0%	20.0%	20.0%	20.0%	15.0%	5.0%	0.0%	5.0%

## ■ 今後の市場拡大に向けて求める事（生産について）

問18. 有機市場拡大に向けての課題・流通・行政に求める事は？ ※複数回答可能



自由回答

生産者	価格転嫁等について、小売業者の抵抗、販売低下など書かれておりますが見解の相違である。生産者は買ったたかれ、生産原価以下での出荷形態となっておりますが小売店は粗利益を載せて売価としているわけです。農産物の流通に関して農家生産者だけが、ぎゅうじられている構図でこれを打開しないと日本の農業の先はない。政府は輸出拡大を唱えているが、前の部分/内容と同じで取り巻き連中、輸出業者は潤っても、農作物の生産原価を基準としたまともな収益確保が構築されなければ農家生産者への恩恵は全く無い。
加工業者	生産者の意欲が湧くようにしなければならない。販路、販売価格
加工業者	補助金
生産者	有機加工品の開発
加工業者	有機食品の社会的意義（環境に対する貢献等）の啓蒙
加工業者	有機農産物の必要性のPRが必要です

- 有機市場拡大に向けて課題・流通・行政に求めることは、「物流システムの構築によるコスト削減」（36.6%）
- フリー回答では、有機農産物の社会的意義・必要性のPR・啓蒙を回答いただいた方が複数いらっしゃいました。

# 令和5年度 有機農業推進総合対策緊急事業 事例

---

2024年2月1日

株式会社マイファーム  
一般社団法人日本有機農産物協会  
株式会社Makicom

## ■ 事業実施主体：食べるOrganic協議会

文化学園杉並高校の学生が課外活動として立ち上げた企画は  
染谷教諭をハブに学校内外の方と連携し、給食を食べる中学生への食育へ

「私たちの身体は、食べた物でできている。」

今回の経験を通して、生産者を訪問するうちに心に残った言葉として、中心メンバーである久保田乃々子さんが繰り返し皆さんにお伝えしていた言葉です。

課外活動として農業を調べていた久保田さんですが、調べるうちにオーガニックについて学びたいと感じたところがあり、農業大出身の染谷先生に相談した所、NPO法人こどもと農がつながる給食だんだんの本田恵久へと繋がりました。



### 『食べるOrganic協議会』として

やるならば、と『1月25日オーガニック給食の日』と設定し、普段文化学園杉並中学で食べている給食をオーガニックにしようとNPO法人こどもと農がつながる給食だんだんの本田恵久さんを代表者とし「食べるOrganic協議会」をスタート。

NPO法人メダカのがっこう 菅野奈穂さん、一般社団法人日本販売農業協同団体連合会 中塚敏春さんにご紹介いただいた生産者の農場へ休みの日を利用し足を運び、自分達の言葉でオーガニックを伝えるための取材を進めました。



## ■ 事業実施主体：食べるOrganic協議会

### 給食の実現

当日の給食を実現するための給食センターとのミーティングも、もちろん学生で行っています。  
給食の調理委託会社である、一富士フードサービスさんからは当初オーガニックの食材を扱うことを懸念されていました。

土がついた食材を調理場に持ち込むことでの衛生面での懸念や、限られた時間の中で調理をしなければいけない現場での問題等、最後は学生の熱意に押される形で受けていただけることになりましたが、次回へ繋げるためにはもちろん美味しく食べてもらわなければなりません！煮干しの頭を取る作業などは、センターでは手が回らないのでメニュー開発の本田さんが持ち込まれたそうです。さらに現場では、お味噌汁の味噌が、有機のものでは業務用サイズのものがなく家庭用サイズのお味噌で代用したり、さつまいものサイズが不揃いなことで均等にカットすることに時間がかかったり、そのまま出す予定だったみかんの皮が柔らかすぎるため急遽4等分にカットしたりと、現場の判断で対応したこともありました。

前日の仕込みと当日の準備で通常より3～4時間の残業が発生したそうで、続けていくことへの課題はありますが、学生たちのプレゼンもあり中学生達からは、いつもより多くの声が厨房に届いたそうです。



#### 当日の給食メニュー

さばの唐揚げ～ねぎソース～  
御飯/味噌汁  
焼き芋  
みかん

#### 一富士フードサービス

左：食堂チーフ 穴戸 隆志 氏  
右：食堂サブチーフ 小引 智子氏



## ■ 事業実施主体：食べるOrganic協議会

### 参加メンバー

- ・文大杉並高校生徒5人と教員、メンター
- ・一富士フードサービス(給食の調理委託会社)
- ・一般社団法人日本販売農業協同団体連合会(流通団体)
- ・NPO 法人こどもと農がつながる給食だんだん(コーディネーター)
- ・NPO 法人メダカのがっこう(コーディネーター)

彼女達は学生なので、次年度に実施するためには活動を引き継いでくれるメンバーを育てていくことが課題だとおっしゃっていました。

また今回、食べるOrganic協議会での活動取材して、自分の周りで学校給食にオーガニックを取り入れたいと思った際には人に伝え仲間を募っていくことが一番の近道なのではないかと感じさせていただきました。



左から  
文化学園大学杉並中学・高等学校  
教諭 次世代教育開発部長 染谷 昌亮 先生  
大園さくら さん  
南 陽菜 さん  
久保田 乃々子 さん  
石川 葉菜 さん  
浅沼 悠果 さん



『食べるOrganic協議会』活動動画

[https://youtu.be/H8R36fYalj0?si=FD771Yl\\_neimTs4S](https://youtu.be/H8R36fYalj0?si=FD771Yl_neimTs4S)