

議事概要

【生産者の取組み】

アスパラ部会長 安全の取組みということでございますが、今回の意見交換会の話聞いて、農薬の使用の問題ではないかと思えます。

近年、農薬の使用について、関心をもたれている。我々もいろいろな指導を受けながら、安全を重視した農薬の使用を行っている。

特に各々生産者はどういった農薬を使ったかの履歴をつけている。毎年、農薬の履歴をつけている。本年度については、途中でも農薬の履歴の提出を求められたところである。極力農薬を使わない。どうしても使わざるを得ない場合は使用基準に則って使用しているので、安心してもらいたい。

【GAPについて説明】

県央振興局 GAPという言葉がなかなか浸透していない。農業生産工程管理という言い方を。食の安全・安心の取組みというと、従来のやり方でやると残留農薬の基準値を超えていないとかの結果管理。しかし、農薬の分析について食品衛生法の改定で全部分析をするとウン十万の費用がかかる。アスパラは、3月から10月と長い収穫期間があるので、途中途中でやっても費用がかかってしまう。どうしたら安全・安心な農産物を求めることができるか。準備、栽培、収穫、出荷等の各段階の管理ポイントを抑えて、危険性を洗い出して、生産者が守れているか守れていないかをチェックし、危害分析をして防止するやり方を生産工程管理。対外チェックというやり方から工程をチェックする方がより安全ではないか。GAPに取り組むことによって、食の安全はもちろんだが、チェックする項目には、化学農薬だけにたよるのではなく、フェロモン剤とかを使ってやっているかどうか、農作業に従事する方の健康管理をチェックするなど工程管理をチェックしている。長崎県は47都道府県の中で1番に県版GAPを策定しました。

初心者版として、21の項目のチェックができるようにし、項目は、自由に付け加えたり、削ったりでき、アスパラについては、45のチェックをしている。農薬の散布の際に農薬の注意事項を読んでいるかとか。慣れが事故に繋がる。農薬の死亡事故の原因の多くは使用中の事故ではなく、誤飲誤食によるもの。

県央農協のアスパラは、そういう取り組みをして、安全・安心なものを提供している。県としてもそのような取り組みを増やして行きたい。

【農薬・GAPについて】

長崎農政事務所 食に関する不安要因は色々在るが、農薬についてはいつも不安材料になっている。国でも県でも農薬については説明をやっているつもりだが、どうしても理解が進まない。どうしたら理解されるのか。たとえば農薬へのイメージが、マスコミなどで、刷り込みがあって転換できない。団体の会長さんあたりは変わってきていると思うが、一般の人は不安。安全については、説明できるが、安心は個人の問題。どうしたら理解されるのかお聞かせ願えればと思う。

消費者	農薬は、どんな効果があるかわからない。消費者は農薬は悪いと思っている人が多い。どうしても必要な場合もあるだろうから、どういうふうに使ったよと説明があればいいと思うのだが。
消費者	栽培履歴とGAPはどうちがうのか。
県央振興局	栽培履歴は、肥料、農薬の使用時期や量の記録。GAPは、数字ではなくて環境にやさしい有機肥料をやっているかどうかということを確認して、改善していこうということ。GAPの中に履歴をつけているかどうかという項目やデータを提出しているかどうかという項目がある。 アスパラ独自で管理チェックした方がいい点検項目がある。県版の21項目は雛形。県版は、すべての農作物の見本。作物によってかわる。
消費者(O)	生産者の方で部会に入らない方がいるのか。部会の方がGAPに取り組んでいる。取り組んでいない人がアスパラを出荷することもあるのか。
アスパラ部会長	県央農協のアスパラの生産者で部会に入っていない人はいない。GAPを守ることを条件に部会に入る。問題はない。
司会	農薬は、農薬取締法で使用方法が決まっているので、使用希釈等守れば安全ということになっている。
消費者	目に見える農業という事で、近場の直売所を利用する消費者が多い。近くの生産者が作った農作物なので、安全・安心で、売れ残っていない。消費者も安全なものを求めて、近場で作られている農産物を買っている。
消費者(S)	GAPをする中で、なにか表示をしないのか。
アスパラ部会長	GAPは、すべき事をやるという事なので、あえて表示をすることはない。
消費者(S)	当たり前のことをやるのであって、消費者のためにやるわけではないということか。
生産者(S)	農薬の保管場所にカギがかかっているかというようなことで、消費者に知ってもらおうというか、自分がどれだけ守っているかという自己管理。
消費者(O)	今日、生産者の話を聞いて、生産者の取組みを一般の消費者に知らせることができれば、農薬に対する刷り込みがあったとしてもマスコミ等で知らせていけば理解できるのではないか。
司会	GAPが普及しているかどうか昨年流通業者にアンケートを実施した。GAPを知っているかという質問に6割が大体知っていると答えた。消費者への情報提供を

という項目が上がっていたので、今回、この取り組みとなっている。

消費者（O） ララコープでも生産者との交流を通して信頼関係を築いている。今回は、アスパラだったが米とか他の農作物で学習会をやっている。農薬やGAPという言葉は今回初めてだが、取り組みについて組合員がチェックしている。生産者と消費者が話し合うことは、地元の食品への信頼関係を築くのに一番大事なこと。

食品安全・消費生活課 県のほうでも意見交換会、リスクコミュニケーションを実施している。今回のテーマは農産物で、行政や農業関係の方が参加をし、みなさんの意見を取り上げている。年に9回。今年度は5回目。農薬は、使用法については、農薬取締法。残留農薬については、食品衛生法という基準がある。基準を決めるのは、食品安全委員会という中立にリスクを評価する機関がある。農薬取締法は農林水産省、食品衛生法は厚生労働省でやっている。農薬は、高いところで基準を決めていることを理解して欲しい。

消費者（S） 出前講座を県はやっているようだが、食品衛生法とか出前講座をしているでしょう。役員だけの会議だと会員に伝わらない。できるだけそういう場をつくってほしい。

【地産地消】

消費者（N） 地産地消ということだが、今日は、アスパラを見学したが、県内にアスパラが出回っていない。直売所の新鮮市に行っても売り切れているのか出ていないのかわからない。県内にはたくさん出荷できないのか。地産地消なので、地元の学校給食に提供できないかと思う。農薬がどれくらいかかっているのか消費者にはわからないが、今日の話聞いて基準が決められているので、安心して買いたい。

司会 アスパラは、長崎県は全国で4番の生産量がある。

アスパラ部会長 県内の出回りについては、JAの販売ですが、一番の考え方は大量に扱うということ。四国、近畿、関東、東北に出荷をしている。我々も経済活動をやっている。地産地消として、地元の人に食べてもらいたい。学校給食についても年に数回実施をしているが、価格が高いときには出せない。価格との兼ね合いがある。

川棚町 学校給食については、平成14年から川棚町で補助金を出してアスパラ、トマト、ミカン、イチゴ、牛肉などいろいろな農作物で地産地消をやっている。しかし、価格の一番高いところでの提供となる。学校給食は、高くない。平成15年から18年は、町で単価の差を補助。ある程度成果があったので、終了しているところ。

消費者（S） 学校給食は、規格や量の問題もある。

食品安全・消費生活課 体育保健課から聞いてきた内容によると県は、学校給食に県産品を使用する割合の目標を定めている。10月、2月に学校給食の調査を実施し、昨年は、67%が県産品となっており、地場産を使用する週間を設けたりして地場産使用の推進に取

	組んでいる。
消費者（〇）	袋物、パック詰めの商品が県外へ出荷されると聞いた。県内にはこのシステムはどうされるのか。むき出しになっているものより、柔らかい先が傷むので、袋詰めやパック詰めがいいかと思う。長崎には出ないのか。
アスパラ部会長	消費者と生産者が話ができない。市場を通じての流通をしている。仲卸や小売店の要望があれば、私たちは、こういうものがあるよというが、そういう情報があれば、消費者からぜひ小売店等に要望してもらえればいいのかと思う。
消費者（〇）	こういう、パック詰めなどの商品は新鮮な感じがしたので、いい方向だなと思う。
【食育について】	
消費者（Ｓ）	先程、こだわり産地作りという話がでたが、まだ、やっているのか。
川棚町	18年度まで。成果が出たという事で終了している。 こだわり産地作りのなかで残っている事業として、小学6年生に対する体験学習はやっている。アスパラ、イチゴの収穫体験をして、バーベキューをして、感想文を書いてもらっている。
消費者	米は、県内産を使用しているのか。県内産の米で県内まかなえるくらいあるのか。
長崎農政事務所	長崎県の人口120万人で年間一人60キロをですから、県内生産は6万5千トン、あとは新潟の米とか、外食で使用している米とかでまかなっている。
司会	アスパラの生産者は、後継者についてはどうか。
生産者（Ｓ）	後継者はなかなかいない。厳しい。私の家も娘がやってくれている。
消費者（Ｓ）	ピーナッツが下になっていることを知らない子どもたちがいる。学校でのコミュニケーションというか食育についてやってほしいなと思っている。 そういうことで、ほ場を借りて実施をしている。
川棚町	学校との折り合いがつかない。
生産者（Ｓ）	学校の授業との時期が合わない。収穫活動は、夏が一番いい。学校は夏休みだが、子供だけではなくて親にも参加してもらえるといい体験になる。

【顔の見える関係】

- 生産者 消費者は、見栄えのいい野菜を好むのではないか。虫食いがあつたら買わないのではないか。
- 生産者 農薬は基準内でやっているの、安心して買ってもらいたい。消費者の方は、どんなことを基準にお買いになるのか。
- 司会 価格面ではないかと思うが。
- 消費者 価格と鮮度ですね。
- 消費者(〇) 生産者の顔が見える。店頭で写真等があつて、コメントが見える。そういうものが基準になっているのではないかと思う。
- 消費者 値段とか見栄えのいいものを選ぶが、自宅で野菜を作つていって、虫がついていても安全だから虫がついていると思う。消費者がもっと勉強しないと見た目のいいものを求める。キュウリでもまっすぐなものを選ぶのではなく、消費者の勉強不足もあるが、一般の消費者の方に生産者の声を聞いていただきたい。ララコープは農薬が悪いものという考えではない。しかし、生産者が農薬を減らして作つて食べているということを知ると、農薬が悪いものと思う。日本中の意識を変えていかないとと思う。
- 生産者 生産者の顔が見えるというのは、直売所とかで顔がみえるようになっているがそういうことか。
- 消費者(〇) 顔が見えるというのは、生産者とのコミュニケーションの中で、生産者がやっていることがわかる。信頼関係があるので、ミカンはキズはあるけど甘い。そういう人を選んで買っている。
- 消費者 お店に商品が並んでいるのを見て、もうちょっと見栄えがよく置いたほうがいいのではないかと思うことがあるのではないかと思うのですが。

【まとめ・あいさつ】

- 食品安全・消費生活課 生産者、消費者が互に顔を交わす。苦情、要望を理解しあうことがスタートだと思います。県でも意見交換会が各9ブロックで来年もある。お忙しいでしょうが足を運んでいただきたい。
- もう一つ、お願いがあります。お買い物に行かれたとき、スーパー、直売所で長崎県産を購入してください。買い支えてくださることで、生産者を応援することになります。よろしくお願いします。
- 国も県もこういう場を設けたいと思っておりますので、よろしくお願いします。