

農業農村地域における情報利活用の未来図

題名：「第3のGo to」

Third Go to

坪井 充
(TSUBOI Mitsuru)

I. 提案の経緯

以前から、災害が起きたときにはボランティアの方たちが労力提供を行っている姿や、傷ついたリンゴの斡旋するなどの場面を見ました。こういった支援は、5事が起きた場合に限られ、ギリギリで生産を行っている農家に対して日常的に支援ができる方法はないか、消費者の一人として考えることがあったためです。

II. 未来図の概要

今回のコロナウィルスの影響下では、収穫や出荷が10できない状況から、価格の高騰や品不足に始まり、飲食業の休業による消費低迷など、食の安定供給に対して教訓が示されたと言えます。そこで「Go to Eat」「Go to Travel」に続き、「生産者と消費者が繋がり、農業に消費者が参加する未来の農業農村地域」と15なるための農村情報ネットワークを「Go to」というワードを入れて提案します。

III. 現状の分析

災害で大きな被害が起きた場合には、「Go to」が自然に始まりボランティアの支援による復旧が行われる20ようになってきています。しかし、農業農村地域の現状ではどうでしょう。労働力不足で供給が滞ったことは“災害で大きな被害”に相当すると思いますが、「Go to」は起きていません。消費低迷による価格の下落や品余りも“傷ついたリンゴの斡旋”のような25「Go to」も目にしません。なぜ、このような「Go to」の違いが起きたのでしょうか。災害でも小さな被害の場合は「Go to」が始まるのが少ないことと同様に“情報”“窓口”の状態の違いが「Go to」に表れたと想定しました。

30IV. 具体的な対策

“情報”“窓口”の状態が災害時の「Go to」が起きるレベルと同等に、農村から発信される情報のネッ

トワークが成長と定着することで、消費者の意識と理解が向けられ、自発的な「Go to」が農業農村地域に35向けて始まり「生産者と消費者が繋がり、農業に消費者が参加する未来の農業農村地域」になるものと考えます。

V. まとめ

提案させていただいた未来図のベースとなった40フォーマットは、某インターネットサイトを引用させてもらいました。サイト上で農業に関する情報が多く取り上げられているということは、農業に関心を持ち閲覧している人が多く居るということで、その多くは消費者です。生産者側もサイト上で取り上げられてい45ることで、直接的な生産物の提供が可能となるなど、収入の安定や支援が見込め、「自分達と繋がってくれている。」「農業に参加してくれる。」との安心感に繋がりが、農業農村地域の存続とともに活性化に繋がるものと考えます。

50 課題もあります。情報の提供や窓口を誰が管理するかです。現状で最善と考えているのは、生産者から出荷される品物を消費者に届けている販売店が適任ではないかと考えます。インターネットや広告、店頭表示などによる情報発信、生産物の流通、両方のノウハウ55を持っていることから、情報の提供と窓口を担ってくれることが望ましいと考えます。ただし、販売店だけでは、ネットワークの構築と運営費の負担、情報収集は難しく、行政も支援していく体制を整える必要があります。

1. 提案に至った経緯

以前から、災害が起きたときにはボランティアの方たちが労力提供を行っている姿や、傷ついたリンゴの斡旋するなどの場面を見ました。こういった支援は、事が起きた場合に限られ、ギリギリで生産を行っている農家に対して日常的に支援ができる方法はないか、消費者の一人として考えることがあったためです。

2. 未来図の概要

今回のコロナウィルスの影響下では、収穫や出荷ができない状況から、価格の高騰や品不足に始まり、飲食業の休業による消費低迷など、食の安定供給に対して教訓が示されたと言えます。そこで「Go to Eat」「Go to Travel」に続き、「生産者と消費者が繋がり、農業に消費者が参加する未来の農業農村地域」となるための農村情報ネットワークを「GoTo」というワードを入れて提案します。

3. 現状の分析

災害で大きな被害が起きた場合には、「GoTo」が自然に始まりボランティアの支援による復旧が行われるようになってきています。しかし、農業農村地域の現状ではどうでしょう。労働力不足で供給が滞ったことは“災害で大きな被害”に相当すると思いますが、「GoTo」は起きていません。消費低迷による価格の下落や品余りも“傷ついたリンゴの斡旋”のような「GoTo」も目にしません。なぜ、このような「GoTo」の違いが起きたのでしょうか。災害でも小さな被害の場合は「GoTo」が始まるのが少ないことと同様に“情報”“窓口”の状態の違いが「GoTo」に表れたと想定しました。

4. 具体的な対策

“情報”“窓口”の状態が災害時の「GoTo」が起きるレベルと同等に、農村から発信される情報のネットワークが成長と定着することで、消費者の意識と理解が向けられ、自発的な「GoTo」が農業農村地域に向けて始まり「生産者と消費者が繋がり、農業に消費者が参加する未来の農業農村地域」になるものと考えます。