

「情報利活用で繋げる 消費者と生産者」

近畿大学 中川翔太

背景

- 現在、日本の農業には、様々な課題があります。
- 多く言われているのが、農業従事者数と新規就農者数の減少と農業従事者の高齢化ではないでしょうか。
- 表は農林水産省の農業労働力に関する統計を参照しております。

基幹的農業従事者推移（個人経営）

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
基幹的農業従事者 （万人）	175.7	158.6	150.7	145.1	140.4	136.3	130.2
昨年比 （万人）	—	-17.1	-7.9	-5.6	-4.7	-4.1	-6.1
うち65歳以上 （万人）	114	103.1	100.1	98.7	97.9	94.9	90.5
平均年齢 （歳）	67.1	66.8	66.6	66.6	66.8	67.8	—

新規就農者数推移

	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
新規就農者数(万人)	5.08	5.77	6.5	6.02	5.57	5.58	5.59	5.37
昨年比(万人)	—	+0.69	+0.73	-0.48	-0.45	-0.01	-0.01	-0.22
うち50歳以上(万人)	3.29	3.58	4.2	3.81	3.49	3.65	3.74	3.53
50歳以上の割合(%)	65	62	65	63	63	65	67	66

背景

- 先ほどの表からわかるように、農業従事者数は年々減少しており、高齢化も進んでいます。この影響から、耕作放棄地も増加しています。
- この耕作放棄地の増加は、農地の多面的機能の効果減少や近隣の農地への悪影響を与える恐れがあります。

背景

- そこで、情報の利活用により、スマート農業を進め、農作業の効率化や労働力不足の解消を図るのではなく、情報の利活用によって、多くの人に農業に興味関心を持ってもらい、農業への参加を促すことで、労働力不足を解消し、問題の解決を目指すことを目的として、未来図を作成しました。



未来図の概要

- まず、農業求人や農業体験等のイベント、農地リース、農業に関するクラウドファンディングなどの情報を、消費者が知りたいであろう生産者の情報や農薬等の使用や有機農法であるか、その農作物の栄養価や特徴、購入した農作物を使用したレシピ等の情報とともに掲載したウェブサイト、アプリを作成します。

未来図の概要

- 次に、それらのウェブサイトやアプリに繋がるQRコードを農作物のラベルに表示し、販売します。
- そして、購入した方に、QRコードを読み取ってもらうことで、先ほど記載した情報を取得してもらいます。

未来図の概要

- これらを行うことで、生産者と消費者の間で農業と農村の情報を発信、受信することのできる農村ネットワークを形成し、消費者の農業への関心を高め、農業体験や農地リースを活用し、農業へと参加するように促します。

未来図の概要

- このようにして、消費者の農業への参加を促すことで、農業従事者数と農地の利用を増加させることで、農業従事者数の減少と耕作放棄地の増加の問題の解決を目指します。



農

- ・農作物の情報や農業求人、農地リース等の情報を掲載したウェブサイトやアプリを作成
- ・QRコードを農作物のラベルに表示し、消費者へと発信する。



- ・農作物を購入した消費者が QR コードを読み取り、作成されたウェブサイトから農作物の情報や近隣の農村の情報を取得する。



- ・情報を見た消費者が農業へと参加する
- ・農業へと参加する消費者の増加により、現在の農業の問題の解決へ！

予想される効果

- まず初めに、生産者への効果は、農業求人 の掲載によって短期のアルバイトによる収穫等 の繁忙期の人手不足の解消や農業体験の参加 費や農地リースによる貸し出し料による収入 の増加が見込まれます。また、農作物の栄養 価や特徴の情報も掲載することで、農家ごと のブランド化が起きることも見込まれます。

予想される効果

- 次に、消費者への効果は、購入したまたは購入を考えている農作物の情報を一つのウェブサイトで知ることができることや、生産者や農薬の使用についての情報を掲載することによって、農作物の安全性が確保されることが見込まれます。

予想される効果

- そして、日本の農業への効果は、農業に関する情報に触れることで、消費者の農業に対する関心の増加が考えられます。これにより、農地リースを活用して農業を新たに行う人などが増えるであろうと考えられ、農業従事者の増加と農地の利用増加に貢献できると考えます。

予想される課題

- 実際にこの未来図が実現した時に、農業や食べる農作物の情報に興味のない消費者がどれぐらい利用するのかということや、どれぐらいの消費者がこのウェブサイトを通じて農業に参加するのかという課題があります。

予想される課題に対して

- 先ほど挙げた課題に対して、なんらかのポイント制度のような消費者に情報以外にもメリットとなるコンテンツを設け、ウェブサイトに掲載されている情報に興味が無くても、そのメリットのために利用するように促し、まずは情報に触れてもらい、農業に関わりを持つことが必要だと考えます。