

流通・販売事業者との連携による「見える化」の更なる推進

流通事業者と連携した取組による販路確保と「見える化」取組農業者の拡大

○ 施策分類

みどりの食料システム戦略

○ きっかけ・背景、課題の把握

令和6年度末までの「見える化」の推進は、有機農業者及びみどり認定取得者との意見交換等の機会に「見える化」を周知・説明し、同意が得られれば利用者登録を実施

農業者からは環境に配慮した栽培方法に関する表示制度が多く、売り場での差別化が図りづらいとの意見が出され、取組農業者が少数であることに加え流通事業者の理解度不足から販路確保も難しい状況（令和6年度登録者数は2経営体に留まる）

○ 取組の内容

香川県内に展開する量販店（マルナカ）において、産直コーナー企画流通事業者（合同会社早瀬）が、消費者に可視化表示した農産物を販売促進ツールとするため【みえるらべる】に注目

令和7年度から、農家への働き掛け、算定支援及び売り場でのPRを県拠点、量販店、流通事業者が連携して推進する体制を新たに構築

○ 効果・成果、今後の方向性

算定手続きの簡略化と販路確保により、「見える化」取組農業者の登録が一気に拡大し令和7年の登録実績数は17経営体、さらに年度内に拡大予定

県拠点はPOPの作成等の協力を通じて店舗展開を支援
他店舗への横展開を目指す



県内初となる【みえるらべる】
産直コーナー
マルナカ上林店（高松市）



「みえるらべる」商品PRイベント
パワーシティマルナカレインボー店
（高松市）

体制図

