

「みどりの食料システム戦略」の推進

環境にやさしい農業について消費者等に直接働きかけるPR販売、ツアールート作成により、「みどりの食料システム戦略」の認知度を向上

○ 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

過去に実施したみどりの食料システム戦略に関連した企画の際、参加者からは「みどりの食料システム戦略についてはじめて知った」という声が多数。まずは、環境にやさしい農業を知ってもらい、一人でも多くの方に応援（行動）してもらうことが必要。

○ 取組の内容

①環境にやさしい農産物のPR販売

ターゲット：消費者、小売店（4社）、卸（2社）、生産者
取組内容：環境にやさしい農業により生産された農産物の価値を直接消費者に伝えるとともに、需要に応じた生産の拡大を目的に、店頭でのPR販売を開催。



②オーガニック・地産地消等ツアールート作成

ターゲット：県民、県外や海外からの観光客
取組内容：鹿児島県の魅力を披露し、おもてなしのヒントとしてもらうことを目的に、自然、産業、オーガニック等に関連付けたツアールートを作成・WEB発信。



○ 効果・成果、今後の方向性

PR販売をきっかけに小売店における有機農産物等の取扱量が増加、ツアールートが新聞（1社）・テレビ（1社）で報道されるなど反響があった。今後も、農と食をつなぐ取組を展開し、一人一人の行動変容に繋げたい。

①環境にやさしい農産物のPR販売

体制図



- ・ 県拠点が双方をマッチング
- ・ 有機農産物等の消費・販売・生産を後押し
- ・ 環境にやさしい農産物を選択肢の一つに

②オーガニック・地産地消等ツアールート作成

体制図



- ・ 県拠点が働きかけて、各団体を参集
- ・ 各団体の知見を借りてルートを作成

各取り組みの詳細は、[鹿児島県拠点HP](#)に掲載しています。