

平成 17 年 4 月 26 日

17 情セ第 49 号

農林水産事務次官

石 原 葵 殿

行政コミュニケーションに関する提言

(財)農林水産奨励会
農林水産政策情報センター

代表 大 河 原 太 一 郎

農林水産省においては、新しく策定した「食料・農業・農村基本計画」において、「消費者の視点に立った政策推進を基本」で、新たな農政の展開を図ることとしているが、当センターの調査結果では、農林水産省でどのような政策を行っているのかについて一般消費者にはほとんど知られていない状態であり、省として適切なコミュニケーション体系を構築する必要がある、と強く感じているところである。

このため、当農林水産政策情報センターにおいては、平成 16 年度から「行政コミュニケーション」をテーマとして、調査研究を行っている。

この度、内外の調査結果、このテーマについて設けている調査研究委員会における助言等を踏まえ、中間とりまとめを行ったので、この中間とりまとめに基づき、今後の行政コミュニケーションの推進について、次のように提言する。

1. コミュニケーション戦略の確立

農林水産行政は、農林水産業者、消費者、流通加工業者、資材業者等の多様な人々、業種を対象とし、また、施策の浸透を目的とした広報のほか、緊急事態発生時における情報提供などコミュニケーションを図る場面が多様である。

このため、これまでのメディア対応、ホームページ、メールマガジン、パブリックコメント、消費者の部屋等の活動状況、効果評価、オーディエンス(情報提供の対象者)からのフィードバックなどをレビューし、どのオーディエンスに、どの媒体を使って、どのように情報を整理して伝えたらよいのか、等についての 農林水産省としてコミュニケーション戦略を策定するとともに、学識経験者、研究部門、農業団体、流

通加工団体とどのように協力してコミュニケーションに当たるか、期待する事項を整理し、効果的なコミュニケーションに努めること。

2. 目的とする対象者に応じた情報提供

農林水産行政は極めて幅が広く、農林水産業者、消費者、流通加工業者、資材業者、メディア関係者、行政担当者等によって必要な情報や、得ている知識が異なり、情報の受け手は均質ではないことから、農林水産省においては、それぞれの特性に応じ、提供情報の内容、提供媒体を検討すること。

中でも、食の安全・安心については、年齢や性別、職業などによって、知識や認識の差が見られることがある。したがって、情報の受け手がどういう特性を持った人々であるのかに応じて、広報のあり方が検討されなければならない。

その際には、提供情報の内容とともに、情報伝達経路も検討することが重要になる。例えば、妊婦に直接注意を呼びかける必要がある場合には、主に講読している雑誌への掲載、産婦人科やスーパーマーケットでのポスターの掲示などが、主要な伝達経路として考えられる。

3 わかりやすい広報の実施

当センターの調査研究委員会や当センターが行ったフォーカスグループ調査、ワークショップにおいて、農林水産省が行っている政策についての説明が難しすぎる、あるいは長すぎる、という意見が出された。国民の食料を対象とする農林水産政策にとって、その必要性を多くの国民に理解してもらうことは、基本的に重要なことであるので、農林水産省全体として分かりやすい説明を行うよう心がけること。

4. 農林水産分野に活用できる合意形成手法の検討

現在、農林水産省が実施している意見公募（パブリックコメント）制度は、多くの意見が寄せられている案件も出てきているが、総じて意見募集期間が短いので、審議会における議論と並行して意見を募集するなど、実施期間を拡大し、国民に意見提出に当たっての検討の時間的余裕を与えること。

また、今日、遺伝子組換え問題や公共事業における環境問題など、国民の合意形成が求められる課題については、先進国で実施されている合意形成手法を参考

に、わが国において適用可能な手法とすることについて検討し、国民の参加を促す仕組みとすること。

5. 畜産立地等に関するコミュニケーション等のマニュアルの整備

農村部における非農家住民の増加によって、農薬や肥料の散布、畜産施設に起因する水質・悪臭等に関して対立が起こっており、畜産の立地、健全な発展の阻害要因になっている。この問題に効果的に対応するためには、当事者である農業者の自覚、適切な農作業の実施、非農家住民との良好な関係の構築と維持、農業者と非農家住民の間に立つ市町村職員の調整能力が必要である。農業者や市町村職員にコミュニケーション等に関する教育を実施するとともに、これらの者が利用できるマニュアルの整備について検討すること。

6. 課題別検討事項

(1) 都市と農村の交流に関する提供情報の充実

都市と農村の交流については、省庁・官民の連携による「オーライ！ニッポン」や、「グリーン・ツーリズム」が推進され、国民の新しいライフスタイルとして定着しようとしている。今後一層、都市と農村の交流を推進するためには、交流の項目ごとに、その実態を把握し、戦略的に推進することが求められる。このため、交流項目ごとにデータベースを整備・更新し、これらの情報を交流事業の担い手に提供するとともに、都市住民に対しても地理情報システムの活用や検索システムの充実等によって利用しやすい情報に整理して提供することが求められる。

(2) 野菜・果実の消費拡大の効果的な推進

厚生労働省、文部科学省、農林水産省が共同して取り組んでいる「食育」の取り組みへの努力について敬意を表したい。

しかしながら、20歳代から30歳代の世代における果物の消費量が他の世代に比べて著しく少なく、また、野菜の消費量も若い世代になるに従って少なくなっていることは、国民の健康に与える影響が危惧されるところである。果実・野菜の消費量拡大に関する取り組みで成功した事例として、米国で実施されている「ファイブ・ア・デイ」があり、世界的にもこの運動が広がっている。この成功事例は、官民のパートナーシップによるところが大きい。わが国において「食育」を効果的に展開し、国民の食事行動を変えているためには、医療関係者を巻き込んだパートナーシップを構築するとともに、果実と野菜の運動に関して、共通のコンセプトの下に各種の運動

を整合性を取りながら推進することが必要であるので、これらについて検討すること

(3) 地産地消の推進

地方農政局、各県、市町村において「地産地消」への取組み、支援が始まっている。しかし、残念なことに、「地産地消」の用語は、馴染みがないように見受けられる。今後の運動の展開を図るためには、「地産地消」に加えて、地域で知恵を出し副題(キャンペーン)を付けるようアドバイスし、農業関係者以外にも分かりやすく、受け入れられる運動として展開するが求められる。

このため、この運動の展開に当たっては、地域農産物についての誇りを育むことから取組み、地域住民に支持された地域農産物ブランドとして確立するという戦略の形成が重要であると考ええる。