

令和2年度第1回埼玉県食の安全推進委員会（令和2年6月15日～） 意見抜粋

協議事項「埼玉県におけるGAPの推進について」

【課題1】実需者・消費者へのGAPの認知度向上

②GAPの認知度を高めるために効果的なPRは何か

No.	内容	事務局からの回答
1	・ 広報をするときに、「GAP」の3文字の意味がすぐに分からないと、一般の方に関心を持っていただけないように思います。 ・ 消費者に知ってもらうためには、わかりやすい日本語を組み合わせさせて知らせることも考えてほしい。	PRの機会や、啓発資料を作成する際などに留意いたします。
2	消費者にGAPを広く知ってもらうためには、消費者に手に取ってもらう機会を増やすようにフェアの開催などが効果的だと思います。	今後もイベント等でのPRを積極的に行います。流通分野の皆様と連携した取組についても検討してまいります。
3	ウェブサイトなどを活用して、取り組んでもらっている方の活動を見えるようにする方法も一つだと思います。（埼玉県産の農産物を順番に取り上げる農家訪問など）	県のウェブサイトを活用した、実践農場のPRを検討いたします。
4	PRはチラシ等、情報を受け取る側の意思が必要な方法では初期認知拡大に難しいと考えられる。テレビやラジオ、SNS上のプロモーション等、『強制的に目や耳に入る』という手段が望ましく思う。	SNSを活用したPR機会を増やしていきます。テレビやラジオに取り上げられるよう情報発信に努めていきます。
5	量販店や外食チェーンなどに、S-GAP（GAP）実践農場の生産物を扱うことのPR月間など設ける。	量販店や飲食店等と連携した取組の一例として検討いたします。
6	コロナで量販店が大々的な広告を打ち出す前に、GAPについての特集など入れてもらう。	量販店と連携した取組を検討いたします。
7	農産物のパッケージや箱にGAP実践農場で採れたことを表現できれば（これは大変難しいことだとは思いますが）、小売り店に「実践農場の農産物販売」のノボリバタなど立てることができるのではないかと。	※No.8と同趣旨のため、No.8にまとめます

No.	内容	事務局からの回答
8	<p>・販売する農産物のそばにポップ表示をするなど消費者がわかるリーフレット等を作成する。例えば、S-GAP農場で生産された農産物には「安全・安心S-GAP農産物」の表示をし、一般農産物と差別化し、安全・安心であれば高くても買うのではないか。（S-GAP農産物が、なぜ安全・安心かその内容をポップ表示等で説明は必ず行う）</p> <p>・農産物のパッケージや箱にGAP実践農場で採れたことを表現できれば（これは大変難しいことだとは思いますが）、小売りに「実践農場の農産物販売」のノボリバタなど立てることができるのではないか。</p> <p>・包装、シール、ポップ、HP等、消費者が小売店や外食にGAP実践農場の農産物の取り扱いがあることを認識できるしかけを作る。</p>	<p>S-GAPは農場を評価する仕組みであるため、農産物にシールを付けるのではなく、イベント等での販売時に農産物のそばにミニのぼりやのぼり旗を立てるなどのPRに努めています。</p> <p>確かに小売店等でGAP実践農場の農産物である表示をすることが重要だと考えます。農産物のそばにポップ表示をするなど消費者が認識できるしかけを検討中です。</p>
9	<p>消費者がGAP生産品を積極的に選択する消費行動への誘導が必要（消費あつての生産である）。</p> <p>具体的には「健康に害を及ぼさない安全、安心なものか？」「社会的な意義があるのか？」等々</p>	<p>PRの機会や、啓発資料を作成する際になどに留意いたします。</p>
10	<p>学校での子供たちへの教育と消費者団体・地域（生協コープ）での学習会の取り組み、JAや自治体（公民館）での学習会</p>	<p>こうした取り組みはこれまで実施してこなかったので地域の皆様と連携した取組を開始していきます。</p>