

『Go オーガニックランキング』 —消費者が求める食の安全と生態系農業への小売店の責任

化学農薬や合成肥料など、大量の化学物質や遺伝子組み換えに依存する工業型農業のモデルは、各地で水質汚染や土壌の劣化など環境汚染を引き起こしてきた。農薬に耐性をもつ害虫の出現と新たな農薬開発とのイタチごっこが続いている。近年ではさらに、花粉を媒介して実りを支えるミツバチや生態系への悪影響など問題を引き起こす農薬が、このモデルの限界に拍車をかけている。

解決策は、化学物質や遺伝子組み換えに依存せず、生態系の力を活用した有機農業や自然栽培などの生態系農業である。有機農業を目指す新規就農者は約9割にのぼり、また既存農家の約半数が有機農業を希望している¹。地域に蓄積された農家の知恵や技術を科学的な研究で支援することで、最近ではより生産性が高まっている。

消費者の志向もこうした背景を反映し、食の安全や環境保全への関心の高まりから有機農産物に対するニーズは増している。国際環境 NGO グリーンピース・ジャパンの調査では7割の消費者が、価格が1~3割高くなっても有機栽培の野菜を購入すると回答している。一方、スーパーなどの小売店の有機野菜の品揃えが不十分だとする回答は7割にぼり、消費者の購買意欲に追いついていない²。

農業生産現場と消費者の間に立つ流通、特に小売店は、「安全・安心」に加えて「環境や生態系を守る」ことを志向する消費者に、選択肢を用意することが求められている。同時に、現在、国内の耕地面積の0.4%といわれる有機農業を伸ばすためには（参考：農林水産省の目標は2018年度までに1%）、小売店の取り扱い増加の方針が生産者に対する重要なメッセージとなる。9割の消費者が野菜を購入する先であるスーパーマーケットは、消費者が「食べる」という最も基本的な行動を通して、生活の基盤である環境を守ることを可能にする鍵を握っているのである。

以上から、グリーンピース・ジャパンは、2016年3月25日（アンケート送付）から4月20日（回答締め切り）にかけてスーパーマーケット6社と生協に対し、有機農産物の調達・販売方針と農薬対策に関するアンケート調査を実施した。

調査の概要

調査対象：売上高上位3位の大規模小売店（イオン株式会社、株式会社イトーヨーカドー、

¹ 農林水産情報交流ネットワーク事業 全国アンケート調査有機農業をはじめとする環境保全型農業に関する意識・意向調査結果 平成19年度

http://www.maff.go.jp/j/seisan/kankyo/hozen_type/pdf/071102_tyosa.pdf

² グリーンピースレポート「有機農産物と農薬に関する消費者意識調査」2016年3月

http://www.greenpeace.org/japan/Global/japan/pdf/20160323_Organic.pdf

アピタ・ピアゴを展開するユニー株式会社)、これらの系列会社以外の売上高上位の小売店 2 社 (株式会社ライフコーポレーション、株式会社バロー)、また高級志向の食品スーパー1 社 (株式会社成城石井) と、最も規模の大きい生活共同組合 (コープネット事業連合) を選んだ。

質問概要: 質問は、I. 有機農産物 (JAS 有機農産物認証取得した農産物に限る) の調達・販売の方針、II. 慣行農法による農産物の栽培状況把握と残留農薬検査・基準、III. ミツバチに有害な農薬への対処の 3 つの柱からなる。

調査の結果は、回答を積み上げ式に採点し、結果を評価する「Go オーガニックランキング」にまとめ、各社別の特徴をレーダーチャートにし、解説を加えている。

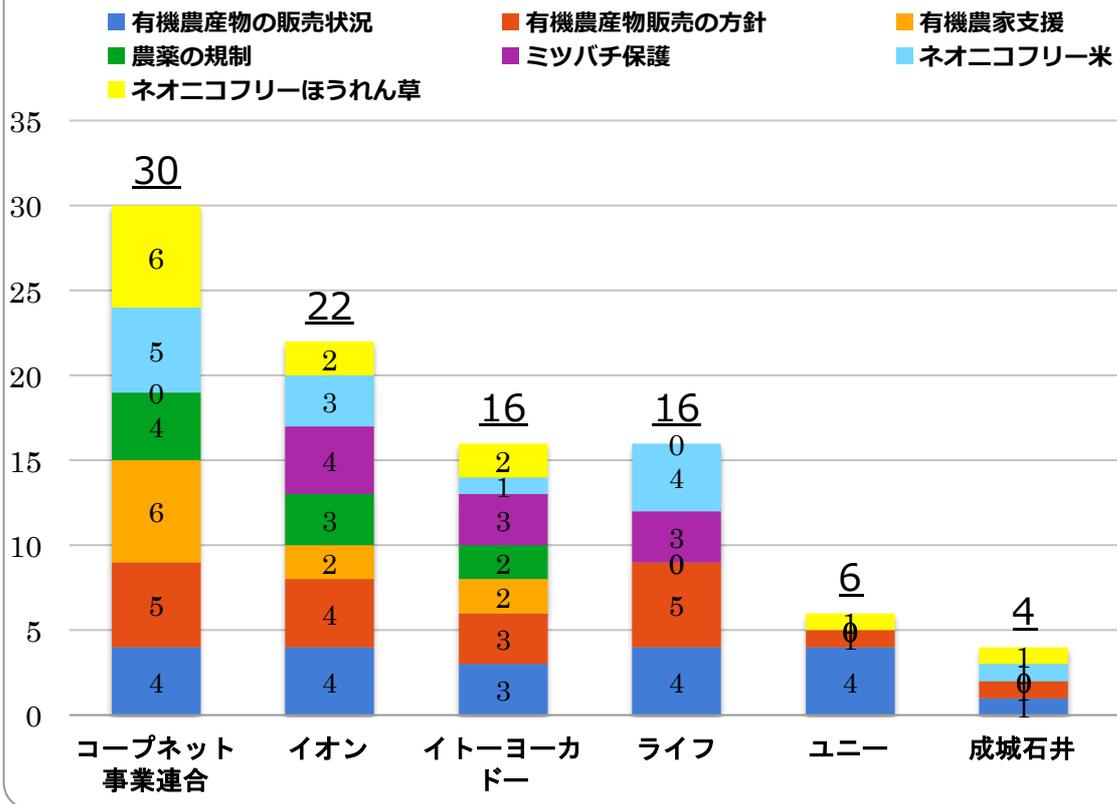
7つの評価項目

生態系農業にシフトしていくために小売店ができることとして、今回評価したポイントは 7 つある。

1. **有機農産物の販売**・・現時点の有機農産物の販売方法と販売量
2. **今後の有機農産物の販売方針**・・有機農産物の扱いを増やす今後の予定
3. **有機農家支援**・・有機農業への転換や認証取得の支援など
4. **農薬**・・環境への影響や食の安全を考慮し、サプライチェーンの中で独自検査・基準、自主規制農薬があるか
5. **ミツバチ保護**・・多くの農産物を受粉によって支えているミツバチが世界的に減少している問題に取り組んでいるか
6. **ネオニコフリー米**・・斑点米を防ぐためにネオニコチノイド系農薬が空中散布され、ミツバチ被害への関連が判明している。ネオニコチノイド系農薬を散布していない米を商品として扱っているか。
7. **ネオニコフリーほうれん草**・・厚生労働省が定めている現在のほうれん草の農薬残留基準は 2015 年 5 月に大幅に緩和され、たった 40 グラム食べるだけで子どもが急性中毒を起こしかねない値が認められている。食の安全などを考慮して、ほうれん草栽培にダントツ製剤 (ネオニコチノイド系農薬であるクロチアニジン) を散布していない産地または生産団体からほうれん草を調達しているか

これらは、有機農産物の販売強化だけでなく、今後小売店が農家と協力し、環境汚染や食の安全の問題を根本的に解決するために、グリーンピース・ジャパンが重要と考えている点である。

グリーンピース「Goオーガニックランキング」総合結果 (2016年5月)



結果の概要

ランキングでは、上位企業と下位企業の間で大きく差がひらく結果となった。消費者の有機農産物に対するニーズを定期的に反映したり、生産者の有機農業への転換を支援し、有機農業という性質に合わせた柔軟な調達方法など、消費者や生産者といった「人」を中心に生協の姿勢に点が集まった。直営農場やプライベートブランドなど、管理が比較的容易な状況下においてネオニコチノイド系農薬の自主規制や有機農業への転換をすすめる試みが、大規模小売店イオンとイトーヨーカドーの強みとして現れた。下位企業のユニー、成城石井、パローには共通して、ミツバチなどの生態系への影響を自らの問題と捉える姿勢が見られず、毎日大量の農産物を販売するためサプライチェーンを束ねる存在であるのに、その視野の狭さが低評価につながっている。

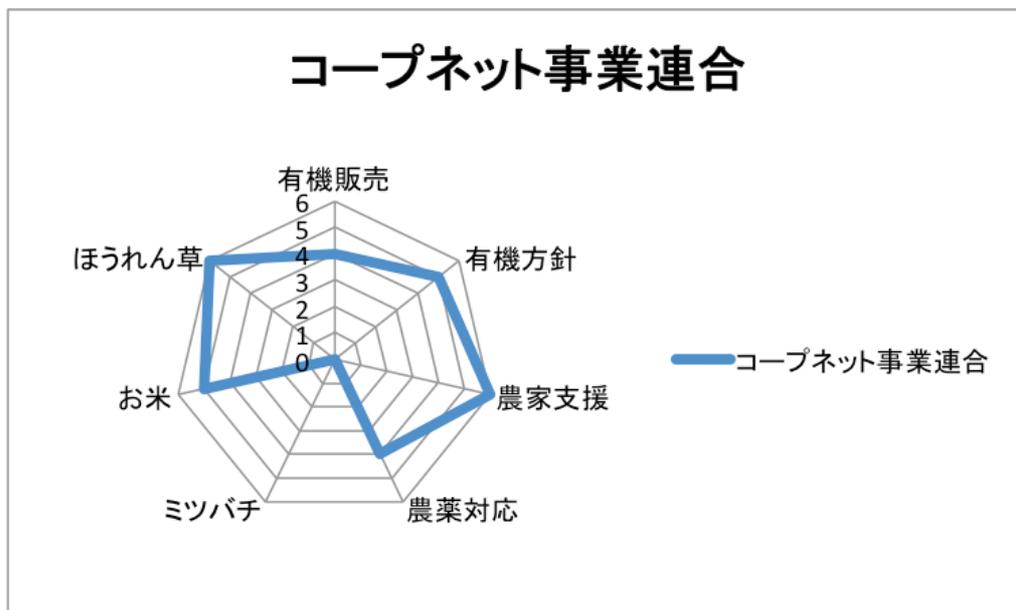
現在、有機農産物が占める取扱品目の割合（年間平均）が1%にとどまる企業もあり、7割の消費者が抱える有機野菜の品揃えが足りないというニーズを反映しているとはいえない。

世界がネオニコチノイド系農薬の規制に足並みをそろえつつあるなか、日本国内ではネオニコチノイド系農薬の残留基準の緩和、ミツバチへの被害は続いている³。政府機関の指示を待っているのでは手遅れである。消費者は、日々農産物を手に入れる場所である身近な小売店の独自の取り組みに期待している。

³ グリーンピースレポート「ミツバチと食の危機－世界のネオニコチノイド系農薬規制から見える日本の課題」2016年4月 <http://www.greenpeace.org/japan/ja/library/publication/20160510-neonic-ban/>

各スーパー・生協の長所・短所がわかる！レーダーチャート

1位 コープネット事業連合 42点満点中 30点

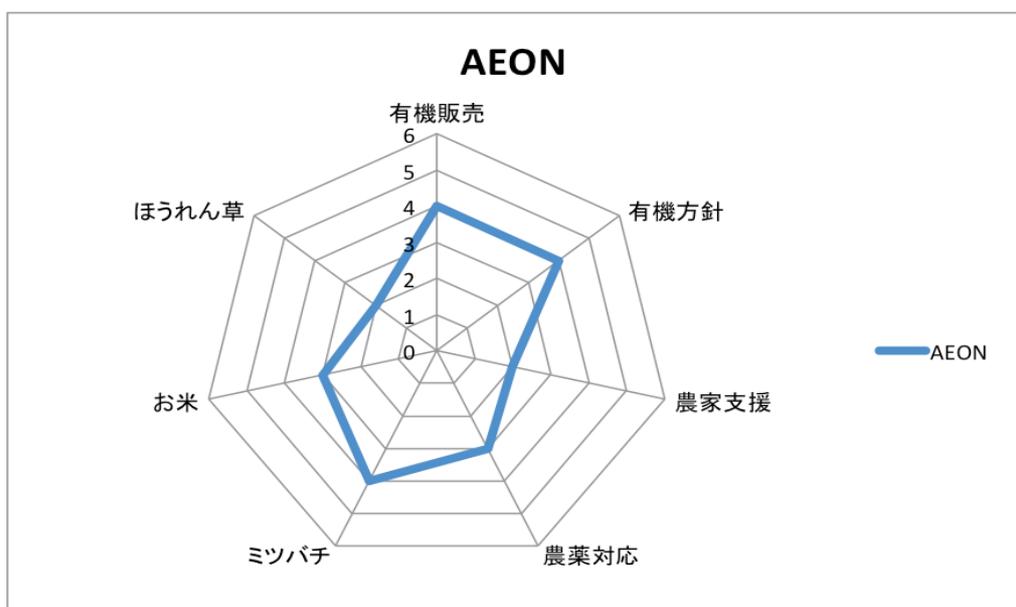


有機農業に転換したい慣行農家を支援していることは特徴的で、豊作時、不作時にも農家の再生産価格を考慮した取り引きをしている。店舗や宅配で有機のコーナーや特別ページを設けて説明。

ネオニコチノイド系農薬を使用しているほうれん草は調達しておらず、今年もその予定はない。今後、ミツバチや空中散布の問題などにも積極的な取り組みに期待。

[回答者より修正(2016年6月2日):イミダクロプリドとジノテフランは使用があり、チアメトキサムとアセタミプリドは使用している可能性がある]

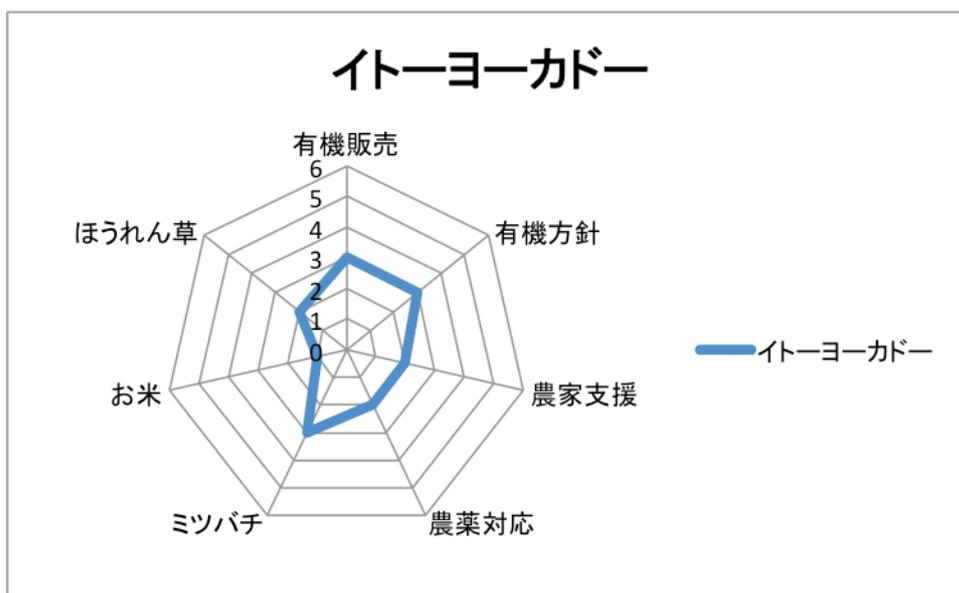
2位 イオン 42点満点中 22点



有機農産物の販売強化で 2020 年にむけて具体的な方針を掲げている。

イオン農場を運営するイオンアグリ創造株式会社では、パートナー農場でも有機栽培生産者と取り組みを始めている。ミツバチへの影響を考慮し、果菜類を栽培する農場では極力ネオニコチノイド系の農薬の使用は控えている。直営農場では田んぼへの農薬空中散布は行っていない。

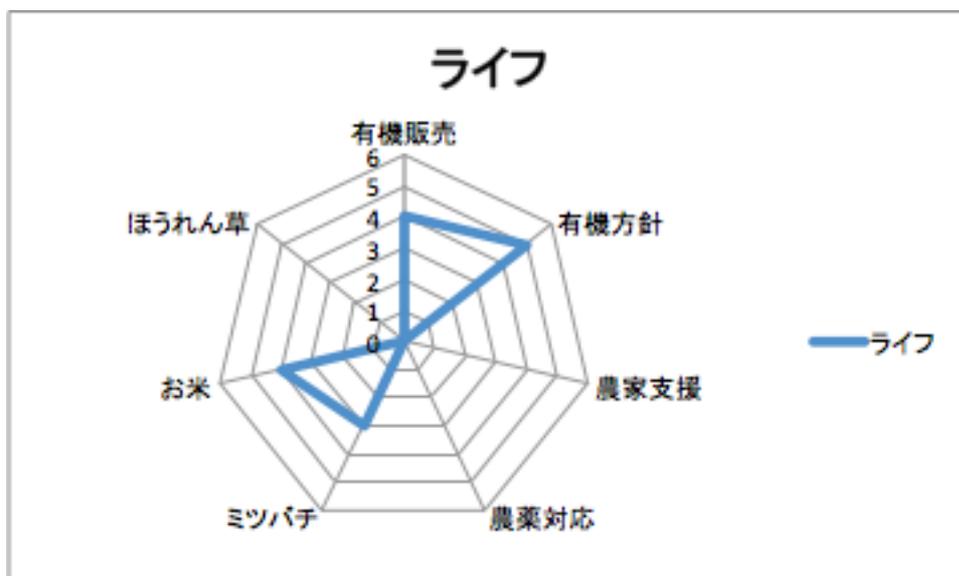
3 位 イトヨーカドー 42 点満点中 16 点



有機農産物をプライベートブランドで販売しているが、常設コーナーがある店舗は 185 店舗数中 21 店舗と少ない。

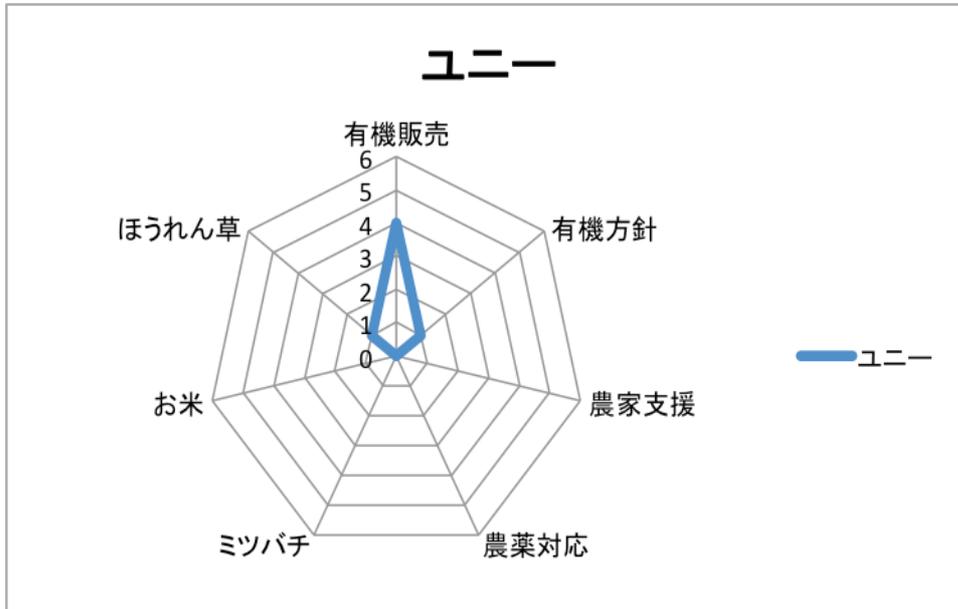
今後、ミツバチや空中散布の問題などにも積極的に取り組むことに期待。

3 位 ライフ 42 点満点中 16 点



有機農産物の販売強化で 2017 年までに具体的な方針を掲げている。ネオニコチノイド系農薬のミツバチへの影響や斑点米に関する認識は比較的早く、自然環境等への影響を考慮し、ネオニコチノイド系農薬不使用米や無農薬米の販売を一部店舗にて行っている。

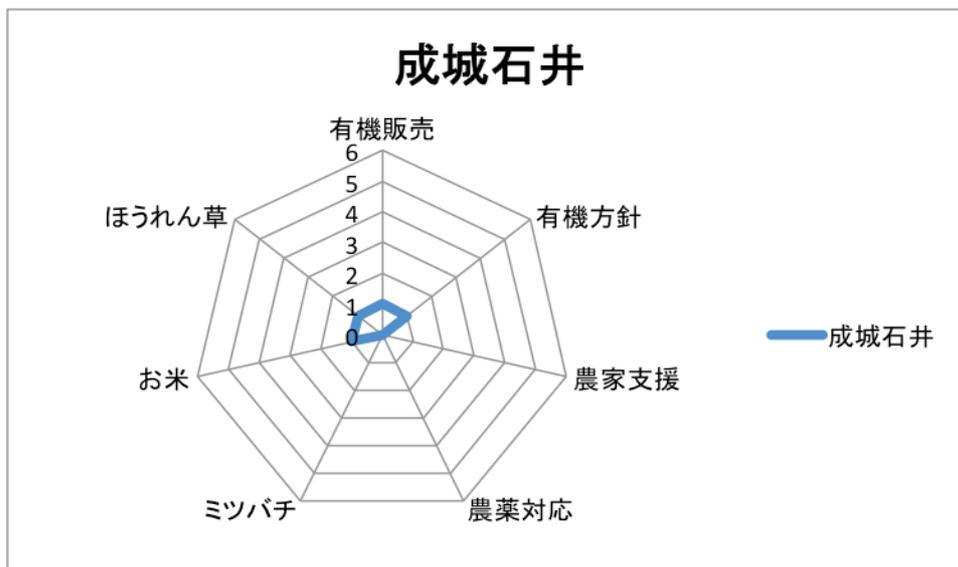
5 位 ユニー (アピタ・ピアゴ) 42 点満点中 6 点



7 割以上の店舗で有機農産物常設コーナーを設置している。

今後、より具体的な有機農産物の販売目標に期待。ミツバチや空中散布の問題など、農産物と関連のある環境問題をより考慮した取り組みを実践して欲しい。

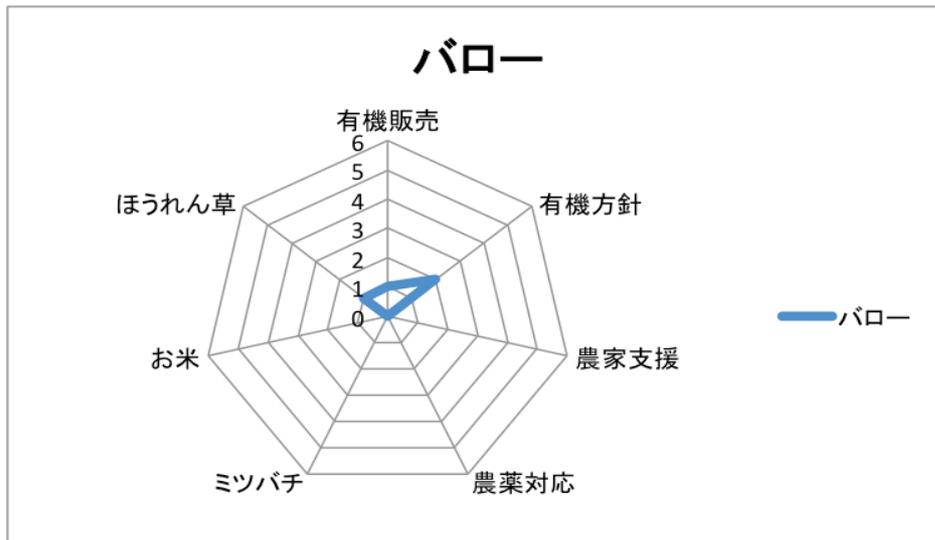
6 位 成城石井 42 点満点中 4 点



週に 2 回程度、有機農産物を中心としたフェアを開催している。高めの価格であっても品質を評価する消費者層をもつ強みを活かせば、有機農産物の取り扱いについて意欲的な目標設定もできるはず。今後、より具体的な販売目標や方針が欲しい。

ミツバチや田んぼへの農薬空中散布の問題など、農産物と関連のある環境問題をより考慮した取り組みも実践して欲しい。

6位 バロー 42点満点中4点



今のところ有機農産物の取り扱いが少ない。明確な時期は未定だが、有機食品コーナーを常設する店舗を今の2店舗から10店舗を増やす方針がある。農業に対する消費者の安全や、生態系への影響などの問題を把握し、有機農産物の環境面等のメリットを消費者に対し積極的にコミュニケーションして欲しい。

グリーンピースが消費者とともにスーパーと生協へ求めること

有機農産物の販売状況や今後の方針は、小売店ごとに差が開いた。だが、今回の結果では、各社の長所・短所、そして今後の可能性もうかがわれた。今回の順位にとらわれず、小売店は消費者が身近なスーパーで有機農産物を購入することができるよう、より積極的に販売を強化して欲しい。

一方、ミツバチに毒性の高い農薬や、斑点米の問題については、認識が不十分と言わざるをえない。生産者と消費者の間に立ち、特に消費者と直接向き合う小売店がどのような農産物を調達し販売するかは、農業に対しても消費者に対しても責任を負っているという点について、小売店全体に自覚が必要である。小売店が有機農産物を積極的に調達・販売することは、消費者に新鮮で安全な農産物を届ける機会を増やすだけでなく、有機農業を活性化することに繋がるからである。

新鮮で安全・安心な国産の有機農産物をいつでも食卓で味わえるように、そして生態系に配慮した農業に頼らない生態系農業が日本で広まるように、下記2つの変化を求める。

1. 2020年までに半分以上の農産物に有機商品を導入するという方針を立てて公表する
2. ミツバチや子どもの安全のために、まずはほうれん草と米について、ネオニコチノイド系農薬を使用していない商品に順次切り替える（ほうれん草 2016年末、米 2018年末）

質問ごとのまとめ

1. 有機農産物（青果と米）の販売についての消費者意識について

1.1 有機農産物の購入に関する消費者の関心をどのように把握していますか。それに対してどのような対応を行っていますか。

回答で一番多かったのは、消費者は有機農産物に「安全・安心」を期待しているということ（イオン、イトーヨーカドー、ユニー、ライフ）。価格によっては有機農産物は「慣行栽培品同様に売れてきた」（イオン）という回答がある一方、「都市部では需要があるが、郊外の店舗では需要がない」（バロー）、「サステナブル（持続性）に対する意識は未だ高く無い」（イトーヨーカドー）という回答もあった。

イオンは、消費者へのわかりやすさを考慮し、有機・有機栽培という表記から「オーガニック」に転換した。コープネット事業連合は組合員の声を反映したり、利用状況や購買動向を年代別などで分析している。

今後は、独自に出来ることとして多くの人に有機農産物の良さを知ってもらうための工夫をすると同時に、流通等全体の仕組みの改善を小売店としても求めていくことが必要になるだろう。

1.2 消費者に対し、有機農産物を販売促進する具体的な取り組みがあれば教えてください。

具体的な取り組みは各社によって異なるが、コーナーを設けるという回答が最も多かった（バロー、ユニー、イオン、ライフ、コープネット事業連合）。成城石井は、週に2回程度、有機農産物を中心としたフェアを開催している。イオンとイトーヨーカドーでは、有機農産物をプライベートブランドとして販売している。

2. 有機農産物の販売状況・調達方針について

2.1 有機農産物の販売方法

現在、貴社で調達、販売する有機農産物についてどのように販売していますか。

すべての企業が有機農産物の常設コーナーがある店舗を保有しているが、その割合では大きく差が出た。常設コーナーを設置している店舗数が一番多かったのはユニー（全体店舗の75%）で、イオン、ライフ（各57%）、コープネット事業連合(40%)、イトーヨーカドー（11%）と次ぐ。これらの5社は、常設コーナー以外でも常に販売している品目があると回答している。最下位はバローで全体の2店舗のみ（0.008%）。成城石井が下から

2 番目（0.036%）だが、週に 2 回程度有機農産物フェアを実施している。

2.2 有機農産物の販売量など

現在、貴社で調達、販売する有機農産物について、品目およびその品目中の割合具体的に教えてください

一番多いのはコープネット事業連合で 59 品目（全品目数のうちの 5.5%）。ついで、ライフが 50 品目（12.8%）、イオンが 30 品目（5%）、ユニーが 24 品目（1%）、イトーヨーカドーが 14 品目（5%）だった。バローと成城石井が最も少なく 8 品目。全体の割合では成城石井（8%）がバロー（2%）を上回る。イオンとイトーヨーカドーは季節によってはもっと多くの品揃えがあると回答している。

2.3 有機農産物の販売方針

貴社で調達、販売する有機農産物の数量、品目、割合、目標年などについて方針を具体的に教えて下さい。方針をお持ちでない場合は、その理由を教えてください。

方針を持っていると回答した企業は、バロー、イトーヨーカドー、イオン、ライフ、コープネット事業連合の 5 社。イオン、ライフ、コープネット事業連合は達成時期を定めている点で評価が上がった。イオンは 100 品目を 2020 年までという大きな目標を掲げている。

3. 有機農家への支援について

大手小売店として、有機農家に対して何かしらの支援を行っていますか。

イオン、イトーヨーカドー、コープネット事業連合は有機農家に対して「何らかの支援を行っている」と回答した。プライベートブランドや自社農場を通して支援しているイオンとイトーヨーカドーに対し、慣行農家の有機農業転換の支援を行っているというコープネット事業連合の回答はより大きな評価を得た。「いいえ」と回答した企業には、仕入れの工夫や流通コストの削減などを通じて、農家と消費者をつなげる試みに期待したい。

4. 青果・米への農薬（殺虫剤、除草剤、殺菌剤）の使用状況の把握を把握していますか。

すべて把握していると回答したのはコープネット事業連合のみ。農薬の使用計画書の確認、管理・データベース化して把握している点を評価した。

一部を把握しているのはイオン（直営農場生産分）、イトーヨーカドー（プライベートブランド商品）、ユニー（オリジナル商品の米）

ライフ、バロー、成城石井は独自に把握はしておらず、卸流通での履歴管理のある場合は、必要な際に把握可能な状態にとどまる。

5. ほうれん草・米の残留農薬を、サプライチェーンのなかで独自に検査していますか。

ここでは、2015年5月からネオニコチノイド系農薬（クロチアニジン）の残留基準値が非常に緩く（40ppm）設定されているほうれん草と、斑点米カメムシ防除を理由に行われる農薬空中散布でしばしば高濃度の散布が行われる米について尋ねた。

コープネット事業連合は、取り扱い前を基本に検査し、取り扱い時の抜き取り検査も行っている。

イトーヨーカドーはプライベートブランド商品、イオンは自社農場についての回答で、産地ごと（イオンは農場ごと）に検査していると回答している。それ以外の企業は、自主検査は今のところ行われていない。

6. 農産物の残留農薬に関して、自主的な残留農薬基準を持っていますか。

自主的な残留農薬基準（国の残留基準値よりも低い）をもっていると回答した企業はなかったが、イトーヨーカドーがプライベートブランドの基準として「残留基準値は法定の1/10以下であることが望ましい」とし、国の基準に従うとしつつも明確な根拠をもとに危険性が示されれば自主的に基準を設定する可能性を示唆した。

また、イオンは輸出品目については輸出相手に合わせた厳しい基準（GLOBAL G.A.P.認証）を検討しているとしている。これを、日本の消費者向けには緩い基準で販売するといったダブルスタンダードにすることなく、まずできることとして、厳しい方の基準に合わせることで、安全を求める日本の消費者のニーズにも応える一歩となるはずだ。

7. 農産物を調達する際に、食の安全や環境への影響を配慮し、生産段階で使用を避けるよう独自に決めている農薬はありますか。

イオンが「石灰窒素を除く土壌消毒用の農薬全て」と回答（直営農場のみ）。

その他はコープネット事業連合も含めてこの質問への回答はなかった。

一方、8. 以下に見るミツバチ減少問題では、独自に使用を控えているケースが紹介されており、個別の努力がなされている点に注目していきたい。

8. ミツバチの減少問題に取り組んでいることはありますか。

イオンは自社農場について、特に果菜類を栽培する農場では極力ネオニコチノイド系農薬の使用を控えている。また、近隣に養蜂場がある農場も使用を控えている、としている。またライフが一部でネオニコチノイド系農薬不使用や無農薬米商品を取り入れ、一部店舗にて栽培方法等を店内で告知（POP等を使用）、消費者向けに情報伝達していると回答。

コープネット事業連合は、ネオニコチノイド系農薬に限らず、農薬使用量の削減が持続可能な農業であること等を回答している。しかし、使用回数を削減するために、浸透性で残留性の高いネオニコチノイド系農薬の使用に置き換わることが、ミツバチへの影響など

新たな問題を引き起こす原因となっていることには特に留意が必要である。また、環境や生態系への影響についても、「ミツバチへの影響（個別の農薬被害を除く）」は懸念すべき状況にはないと考えている」と回答している。これについては、環境や生態系への影響の計測は容易ではなく時間もかかることから予防原則に基づくことがより重要であることをここで強調しておきたい。

9. 斑点米とネオニコチノイド系農薬の空中散布について

以下の一連の設問では、稲の穂の出る時期にカメムシが吸汁することで生じる斑点米とネオニコチノイド系農薬の問題について尋ねている。米の等級付けを行う農産物規格規定では、着色粒（斑点米）の混入率を一等米につき 0.1%と厳しく定める（砂利などの異物混入率 0.2%よりも厳しい）。この等級が買い取り価格に直接影響することから、カメムシ防除のためにネオニコチノイド系などの農薬の大量散布が行われている。しかし、この外見重視の評価は斑点米を弾く装置が普及し、品質として食味が重視される今日、消費者にとどく米の品質を確保する上で意味を成さなくなっている。こうしたことからから米生産県の秋田県議会が国に宛てた意見書でも「一等米の条件を確保するために農薬を必要以上に散布し、これが水田生態系に悪影響を与える可能性も考えられる。」と指摘しているといった実態がある。生産者は無用な農薬代の負担となる上、消費者にとって無益な制度となっている。

9.1 斑点米の原因となるカメムシの防除のためにネオニコチノイド系農薬が空中散布されていることが、ミツバチ被害の重要な原因になっていることを知っていたか。

農林水産省の調査では、斑点米カメムシ防除のための農薬散布とミツバチ被害の関連が判明しており（昨年の発表では死蜂からのネオニコチノイド系農薬の検出が最多で有機リン系、ピレスロイド系などが続く）。

斑点米カメムシ防除を目的としたネオニコチノイド系農薬空中散布についての認識を問う質問では、イオン、イトーヨーカドー、コープネット事業連合、ライフが 2013～14 年ころから認識していたと回答している。コープネット事業連合は研究機関への聞き取りなども行っている。

9.2 斑点米の混入を避けるためにネオニコチノイド系農薬を空中散布する以外の方法や、とっている米や産地について情報収集をしているか。

ライフは取引先より随時情報収集しているとし、近畿圏の店舗では無農薬米の作付を増やす取り組みを実施していると回答。コープネット事業連合は、把握していると回答している。イオン、イトーヨーカドー、バロー、ユニーは情報収集を行っていないかった。

上記のように、不必要な農薬散布が多用されている現状は、消費者にも生産者にも無益または負担であり、小売店にも早急に実態把握が求められる。

9.3 ネオニコチノイド系農薬を空中散布する以外の方法で栽培された米を取り扱っているか。

イオンは、直営農場で栽培している米には農薬の空中散布を 100%行っていないと回答。またライフ、コープネット事業連合、成城石井は、こうした米を取り扱っていると回答。他3社は取り扱う予定がなかった。

今、ネオニコチノイド系農薬の空中散布をしない選択を始めている農家や産地が取り扱いが少しずつできてきている。そうした米の情報をあつめ小売店んとして取り扱う方針をもつことは、生産者にも消費者にも有益なことであり、小売店だからこそ先駆けて行えることでもある。こうした生産者や産地の米を取り扱い、それに転換していくという方針を小売店が早期に表明することが求められる。

10 ほうれん草にクロチアニジンを使用していない産地や生産団体から調達しているか。

2015年5月にネオニコチノイド系農薬のクロチアニジンの適用拡大と大幅な残留基準緩和が告示された。このうち特にほうれん草については、ほうれん草は、子どもや妊婦に推奨される栄養価の高いものであるにもかかわらず、特に高い残留基準が設定されたこともあり、パブリックコメント段階から異例の1500を超える意見が厚生労働省に寄せられるなど消費者の懸念は強かったことから、今回小売店側の対応について尋ねた。

コープネット事業連合が現状では使用していない地域・生産団体から100%調達しており、本年度も使用予定はないと回答している。尚、同事業連合ではクロチアニジンだけでなく全てのネオニコチノイド系農薬について使用していない。

[→回答者より訂正(2016年6月2日):栽培計画では、以下の4種が万が一の時に使用する可能性がある農薬として登録されており、イミダクロプリドとジノテフランは使用が確認されており、チアメトキサムとアセタミプリドも使用している可能性がある]

イオン、ヨーカドー、ユニー、バロー、成城石井は今後検討するとしており、取り組む予定がないとしたライフも、米では一歩先を進んでおり、続くことが望まれる。

各スーパーマーケット・生協の回答：

http://www.greenpeace.org/japan/Global/japan/images/press_release/GoOrganic_Answers.pdf

<本件に関するお問い合わせ>

国際環境 NGO グリーンピース・ジャパン TEL 03-5338-9800

食と農業担当：関根彩子 TEL 090-1793-5423 Email ayako.sekine@greenpeace.org

広報担当：土屋亜紀子 TEL 080-3930-3342 Email akiko.tsuchiya@greenpeace.org