販売に活用しよう!
クリーン農産物表示制度

北海道安心ラベル

概　要 Abstract

- YES!clean農産物の大半は、店頭で「YES!clean農産物」として表示されていません。
- 産地がパッキングすることで、店頭で「YES!clean農産物」として表示され、販売価格にも反映される可能性があります。
- 差別化商品としての販路を開拓する際にも活用できます。

成　果 Results

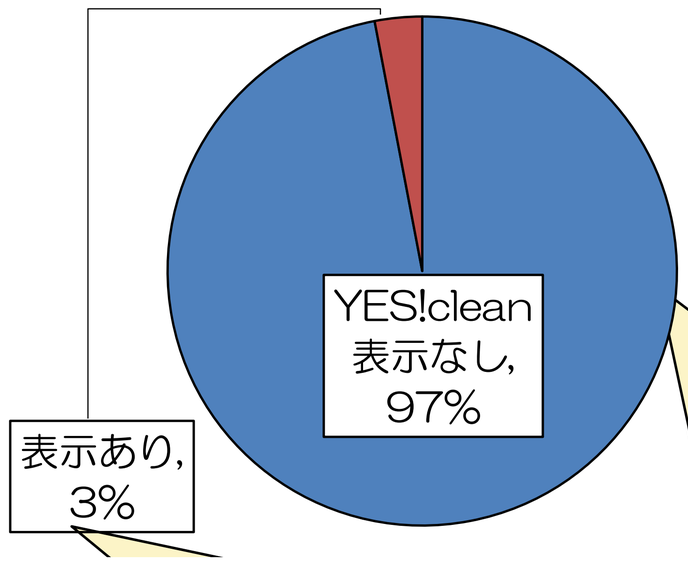

図-1　店頭におけるYES!clean表示の状況（トマト）

ダンボール箱で出荷する場合

流通業者がパッキングする際にマークは表示されなくなる

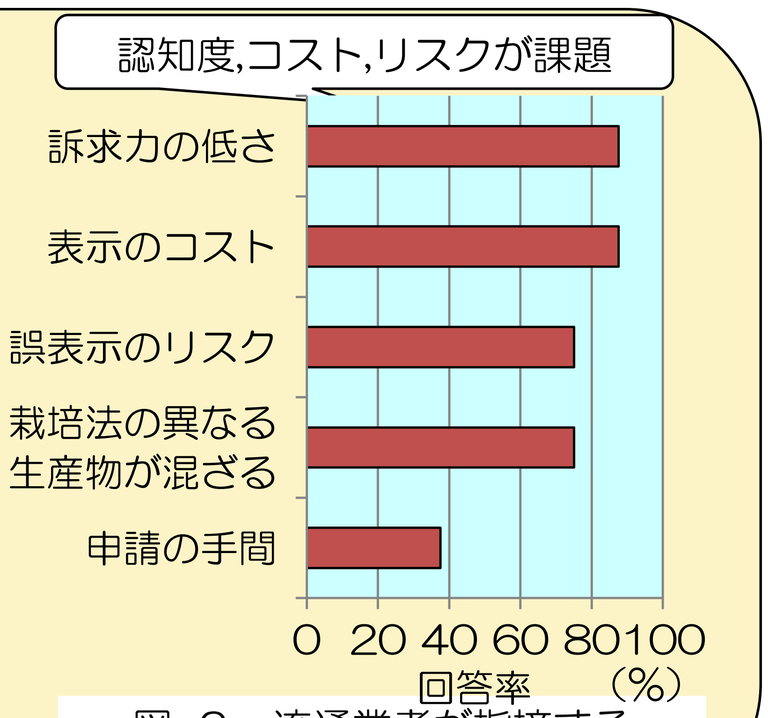

図-2　流通業者が指摘するYES!clean表示を行う上での問題

産地がパッキングして出荷する場合

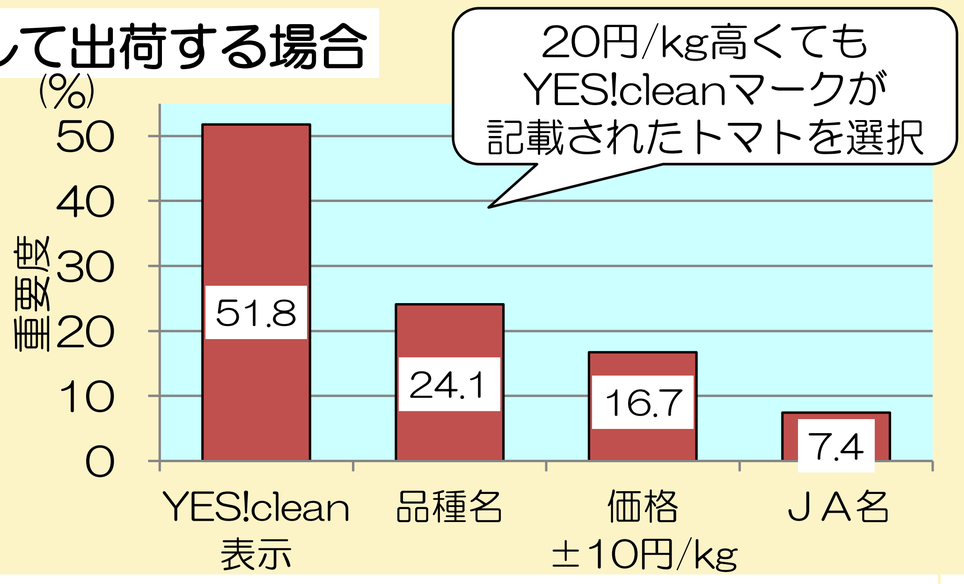

図-3　量販店・生協がトマトを選択する際の重要度（産地がパッキングして出荷する場合）

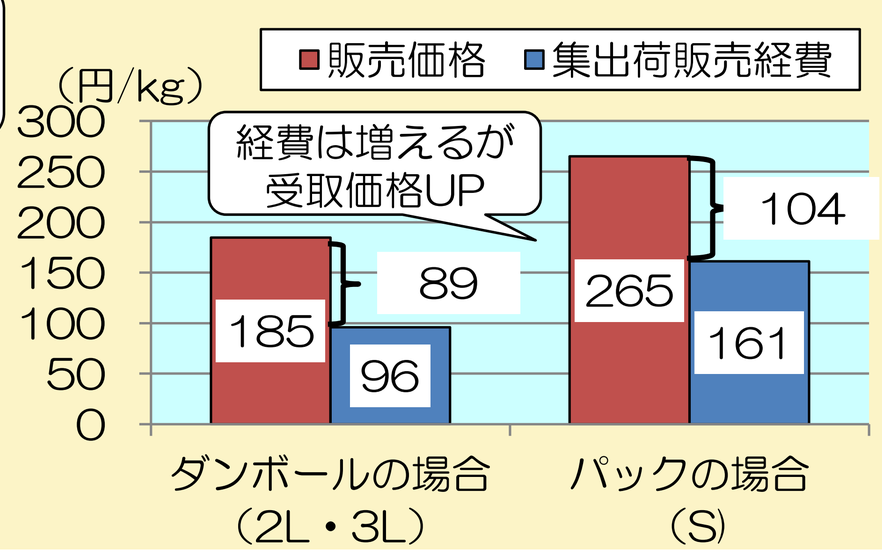

図-4　パッキングによるトマトの価格・経費の変化

表　クリーン農産物表示制度の販売面における活用事例

	産地の規模	商品のターゲット	産地で必要な取り組み	事例からみたポイント
パッキング	中・小規模産地	地場・小売業者のレギュラー商品	・継続出荷 ・表示制度・産地のPR ・出荷段階のパッキング	・トップシェアをとれる出荷先の選択 ・Ｓ玉・規格外のパッキングによる価格底上げ
パッキング以外	中・大規模産地	全国・小売業者の差別化商品（特別栽培等）	・複数品目の認証取得 ・継続出荷 ・一部品目におけるクリーン農業高度化 ・表示制度・産地のPR	・栽培法別部会設立 ・技術指導体制強化 ・流通業者を対象としたパンフレット作成,説明会実施

普　及 Dissemination

- 本成果は、産地がクリーン農産物表示制度を活用して販売価格の向上・安定化を図る上での参考となる。

連絡先 Contact

中央農業試験場 生産研究部 生産システムグループ
０１２３－８９－２００１（代表）
central-agri@hro.or.jp