

~ヨーロッパの事例から日本のオーガニックマーケット活性化のためのヒントを抽出する~





Organic Market Str	ndy Tour Report	

2017.10

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

~ヨーロッパの事例から日本のオーガニックマーケット活性化のためのヒントを抽出する~

徳江 倫明 一般社団法人フードトラストプロジェクト 代表理事/一般社団法人オーガニックフォーラムジャパン 会長 P.02

index

はじめに

ツアー概要 壹岐 健一郎 有限会				『有限会	社リボーン<エコツーリズム・ネットワーク> 代表取締役プロデューサー							
 ツアー日程·参	·加者	ツア	一日程				Р. 13					
		ツア	一参加者	芦			Р. 14					
 特別寄稿	(イタリア)	ツアー)			仲西 えり	(コーディネーター兼通訳)	Р. 15					
	(フランス	ツアー	2017年2月	目訪問版)	羽生 のり子	(コーディネーター兼通訳・在パリ)	Р. 21					
	(フランス	ツアー	2017年10	月訪問版)	羽生 のり子	(コーディネーター兼通訳・在パリ)	P. 25					
ツアーレポート	(ヒアリン:	グ内容	要約)		梅田 泰弘/	佐々木 暁 農林中央金庫	р. З 1					
	(フランス	・オーガ	ニック給食	資料)	羽生 のり子	(コーディネーター兼通訳・在パリ)	P.42					
					山本 慎吾	NPO法人グレインズ・イニシアティブ プロデューサー	p.47					
					東 章子	農業	p. 54					
					東 正隆	農業	p. 58					
					星野 敦	アース·キッズ株式会社 取締役	Р. 65					
					川上 希里佳	NPO法人日本オーガニック&ナチュラルフーズ協会 認証スタッフ	Р. 68					
					信田陽吉	株式会社こぶた舎 代表取締役	p. 70					
					寺本玲子	任意団体ひびきあい 発起人	Р.74					
ツアーアルバノ							ь Q 1					

0.1

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

―― はじめに

暮らしとビジネスを考えるソーシャルイノベーションセミナー100 ――海外スタディツアーについて――

一般社団法人 フードトラストプロジェクト 代表理事 徳江 倫明

ソーシャルイノベーションセミナーということ

2011年3月11日、東日本大震災そして福島第一原発事故が 起こりました。人々の記憶も薄れがちですが、今でも故郷に戻 れない80,000人から100,000人の避難者の方がおられます。 さらに福島を中心に東北、関東甲信越圏の農業、漁業は取り 返しのつかない大打撃を受けました。しかし最も大きく深刻 な影響を受けているのは、実は山や森なのではないかと思い ます。里(畑や水田)や海、それを繋ぐ川の環境は森の腐葉 土を通して供給されるフルボ酸鉄などの養分によって培われ ていきます。山に降り注いだ放射能は森里海の正常な循環 を断ち、放射能自体を循環させ、あるいは濃縮させ、その 91.5%は常に土壌にあり続け、幹や葉に少しずつ移行し落葉 によってまた土壌に帰ります。雨が降れば、除染した村や畑 を再び汚染し、川から海へ流れ、その残留が10分の1になる のには100年かかるといわれます。その100年後に向け私たち は今、どんな農業や漁業、森里海の豊かな関係を実現するど んな事業を構想すればいいのか。事業一代は25年、四代先 につながる事業とは何かを考え、創り出していくことが課題 です。

今、時代は大きな転換点にあるように思います。いき過ぎたグローバリズムは経済格差の固定化をもたらし、富める者と貧するものを分け、大規模化や効率化、株主資本主義という仕組みの中で資本収益率のみの追求は国境を越え国際的な環境の悪化をもたらし、社会的、国際的なアンフェアーな関係を作り出してきました。

それに対して、再びナショナリズムの台頭が始まっています。またそれとは別に、あるいは織り交ざりながらグローバリズムに対するローカリズムの動きもまた世界中に広がりを見せ始めています。昨年11月、文化人類学者の辻信一さんなどの呼びかけによる2日間にわたる"グローバリズムからローカリズムへー幸せの経済ー"というシンポジウムは世界各地からの活動報告があり、ローカリズムのリアルな広がりを見事に示していました。30年ほど前に広がった"グローバル"に考え、"ローカル"で行動するという"Think globally, Act locally"が経済優先の時代を超え、長い時間をかけ醸成されてきたのだと思います。

実際にイタリア、フランス、ドイツなどオーガニック先進国、またアメリカでは有機野菜やオーガニック食品売り場の拡大には目を見張るものがありますが、それ以上にローカル(≒地産地消)という表示が多いのに驚かされます。さらにオーガニッ

クはローカルと同時にフェアトレード、アニマルウェルフェア、エシカルな生産や消費、生物多様性への貢献、CSRやCSVといった企業行動の視点とも関連しながら、マーケットを確実に拡大しています。

そうした視点をもとに私たちはどんな暮らし方、消費の在り方があるのか、どんな事業コンセプトやビジネスモデルを作り出していくのか、社会的問題の原因を整理し、問題解決のプロセスそのものを事業化する、暮らしに活かす。その切っ掛けや発想の原点を提供するのが"ソーシャルイノベーションセミナー"の役割と考えています。

正式名称は"暮らしとビジネスを考えるソーシャルイノベーションセミナー100"。1年間で100のセミナーを目標とし、海外ツアーもその一環として行っています。



海外スタディツアー企画の趣旨と 第1回: デンマーク・ドイツスタディツアー

当会の海外ツアーの第1回目は2014年6月のデンマーク&ドイツスタディツアー"市民電力と農業と地域づくりを学ぶ" に始まりました。

前述の福島第一原発事故以来、"自然エネルギー事業と有機農業の融合"を目指してきた当会は、自治体職員や生協職員、自然エネルギーに取り組む新電力会社スタッフなどと、その先進地であるデンマークロラン島を訪問。ロラン島は風力、バイオマスなど自然・再生可能エネルギーで電力の100%を自給(約500GWh)し、当時でも島で使用する電力の5倍(約3000GWh)を輸出するまでになっていました。総発電量の約半分は農業者の協同組合による風力発電と藁など農作

物残差の有効利用によるバイオマス発電で、すでに電力収 入が農業収入を上回る状況でした。

ドイツ・ハンブルグでは2009年に設立され、市内向けに自然 エネルギー由来の電気を供給するハンブルクエネルギー公 共電力会社、また民間で1999年に設立された100%自然エ

ネルギーによる電力会社を 運営するグリーンピース エナジーを訪問しました。



またIBA(国際建設博覧会)のある地域を訪問。IBAとは 1901年 以来13都市で行われている歴史ある博覧会。当初は 最新のコンセプトや技術をプレゼンテーションする、いわゆる「博覧会」でしたが、近年は問題を抱える地域に焦点を当てその問題を解決すべく社会実験や開発を行う実用的な、都市問題解決のための地域づくり実験プロジェクトとなっています。

その内容は「市民電力と農業と地域作りを学ぶ デンマーク&ドイツ スタディツアー報告書2014」にまとめられています。

このツアーの目的は、福島第一原発事故を教訓として、原発ではなく自然・再生可能エネルギーによる発電事業の可能性を探るツアーとして企画しました。当時、9電力会社による地域別独占事業としてあった電力事業から「私たちは電力を選ぶ権利がある」というスローガンを掲げ、電源を選ぶことができる電力事業を具体的にどう実現するかをテーマに行われました。日本の有機農業が「提携」という生産者と消費者の直接取引の仕組みから始まったように、電力の"産直事業"も十分にあり得るということ、そのためにはどのような条件が必要かを探る旅でした。

当会が企画するツアーはその時々の社会的問題の解決のヒントになり、できれば参加者の方々が自分のフィールドでそれを活かし、問題解決に向けた取り組みや事業を展開する切っ掛け、あるいは事業をよりレベルアップするための実践的参考になることを念頭にしています。そして一緒に参加した人たちはそれぞれのフィールドに関わる視点で見聞をし、それぞれの感想を持ち、多様なアプローチを作り出していきます。ツアー後はその視点・感想を報告書としてまとめ、お互いの視点を知り、お互いに啓発され、事業の確実性を高めあう関係を築きます。さらに一般の参加者を交え、報告会を開催し意見交換することによって、できるだけ多くの人に情報を還元していくことを目指しています。

"電力の産直事業"は、電力の自由化が実現されて以来、ツァーに参加した生活協同組合などで現実のものとして仕組み化されています。同じく参加した"みんな電力"では、"顔が見える電力"として電力の産直をインターネット取引として実現させ、大きく広がっています。

第2回: アメリカ西海岸、 第3回: フランス・ドイツスタディツアー



私は1990年代中頃は欧米のオーガニックマーケット視察をかなりの頻度で行いました。昨年2月3月に企画したフランス・ドイツ、そしてアメリカ西海岸のスタディツアーはおよそ20年ぶりのこととなります。このツアーにおいては、ヨーロッパ、アメリカのオーガニックマーケット視察に焦点を当て、スーパーマーケット、オーガニック専門店など小売り、そしてオーガニックレストランなどの飲食などを中心に視察しました。特にアメリカではオーガニックレストランの草分けであり、エディブルスクールヤード(≒食育)の提唱者でもあるアリス・ウォーターの"シェパニーズ"、そして食育現場の視察を行いました。



フランス 環境

日本は、有機農業を広げるということに関する法律の制定、制度の確立、何より国の姿勢などを考えると欧米に対し15年から20年遅れています。20年前に見聞した欧米のマーケット

の状況が今の日本の状況に近いのではないかと思います。そして一昨年あたりから、特に成長の大きいフランスの情報を 集める中で気が付いたことは、オーガニックを広げようという こと以上に、環境問題、温暖化への対策、食料安保への国と しての全体施策と有機農業の普及が一体的に動いていると いうことです。

そのため、2月のフランスツアーではフランス環境省と交渉し、環境政策と有機農業の普及について話を聞くことが出来ました。民間主導のツアーの要請にも関わらず(対応は人数制限があり4名選抜で訪問)、環境大臣補佐官のフィリップ氏が丁寧に対応してくれました。



フランス 環境大臣補佐官フィリップ氏と

例えば、オーガニック、有機農業への取り組みは2015年に成立した「エネルギー転換法」を根拠に、体系的に構築され、 きわめて社会的、総合的にとらえられていることです。

当ツアーの時期は、ちょうど大統領選の直前で、フランス 有機農業連盟(FNAB)は大統領選挙を国の有機農業への 支援を得るチャンスと見て、候補者たちに考えを聞くと同時 に政治家を対象に、"フランスを欧州一の有機農業国にす る"という確約書の署名を集めており、この時点で約800名 の署名が集まり、候補者へのプレッシャーになったといいま す。

やはり民主主義が根付いている国らしく、そのフランスの施策のEUへの影響は大きいものがあります。そもそもフランス・ドイツのオーガニックスタディツアーを企画した理由は、フランスが次々と繰り出す革新的法律とオーガニックの急成長ぶりを示す記事を多く目にしたからです。どうしてそのような施策が次々と繰り出せるのかということを、実際に見聞し実感したいと思ったからです。

その一端を示せば、フランス政府は2018年までに農薬を 半減する方針を明確にしています。さらに2016年3月17日に は「生物多様性・自然・景観回復法」の成立によって全てのネ オニコチノイド系農薬禁止法案を可決、さらに2022年1月1 日から公園や家庭菜園での農薬使用禁止の法律を公布して います。

こうした法律制定の根拠は、2015年7月22日に制定された「エネルギー転換法」の中で大気汚染対策の一環として、農薬削減策を法律として具体化したということにあります。大変印象的であったのは、"その施策は「予防の原則」に則ってということか?"という私の問いに、対応してくれたフィリップ環境大臣補佐官は"予防の原則は「フランス憲法の精神」"と

シンプルに答えました。ネオニコチノイド系農薬の使用をさら に緩和しようとする日本との違いを感じた瞬間です。

そしてフランスでは、農薬を削減し、生物多様性を実現する 具体的農業として有機農業があり、有機農業を拡大する受 け皿がオーガニックマーケットであり、その規模は急激に成 長しアメリカ、ドイツに次ぎ世界3位というところまで来ている のです。

フランスの「エネルギー転換法」は低炭素型社会を目指す方針と具体化のための方策をまとめたものであり、電力の75%を原発に依存するフランスがこの法律によって2025年までに50%にまで削減することとしていることは、あまり知られていないことです。

オーガニックというのはもはや、農薬、化学肥料の問題にと とまらず、環境保全や持続可能な社会への転換に向かう重 要な取り組みと位置付けられ、次の時代の価値観の柱となっ ていることが世界の潮流であるということを強く印象付けら れたスタディツアーでした。

アメリカ西海岸のスタディツアーには、私自身は参加できなかったのですが、このツアーは正確には"オーガニックライフスタイルスタディツアー"となっており、オーガニック先進地であるカリフォルニア州サンフランシスコ(バークレー)やワシントン州シアトル、オレゴン州ポートランドなどで、オーガニックがライフスタイルとして、暮らしの中にどのように根付いているか、エディブルスクールヤード(日本でいう食育、バークレーで誕生)など、その具体的取り組みを体験することが目的でした。

これらの内容は2017年5月発行の"米国、独/仏オーガニックマーケットスタディツアーレポート集"にあります。

第4回: イタリア、フランススタディツアー



昨年10月には、第4回目のイタリア・フランスオーガニックスタディツアーが実施されました。前回(2017年2月実施)は主にフランス、ドイツのスーパーマーケットやオーガニック専門店、レストランの視察、ドイツでは世界最大のオーガニック展示会であるBioFachの視察に重点を置いたものだったのに対し、今回(2017年10月)はイタリアでは日本の「提携」運動から影響を受けた生産者と消費者が直接提携をする"GAS(消費者連帯購入グループ)"やフランスの直接提携運動"AMAP(小規模農業を守るための組織)"という、新しい流通の視察を皮切りに、生産者団体や農場など生産関係の視察に重点を置きました。

AMAPはアメリカの直接提携組織 "CSA(地域が支える農業)" の影響を受けてフランスに広がった運動で、急速な成長を遂げていますが、CSAは1970年代に日本で始まった産消提携運動を範として始まっているので、その原点は日本にあります。アメリカでもイタリアでもフランスでも、日本に始まった産消提携方式が新しいオーガニックマーケットの展開として広がり始めているのも興味深いことす。

イタリアでは、有機生産者団体イリスやアルチェネロを訪問し、有機農場や加工場の視察を行いました。特にイタリアでのアニマルウェルフェアの視察は印象的で、ヨーロッパ全体でのアニマルウェルフェアの浸透ぶりとそれを進める法整備の流れには日本の今後の畜産の在り方に多くの視点を与えてくれました。特に在来品種で絶滅の危機にある牛を集め維持しているルイジーノ農園ではゆったりと時間が流れ、穏やかな牛たちの表情は感動的ですらありました。



お孫さんがあとを継ぐ



リ2区の学校の給食室

ムアンサルトゥー 学校給食

フランスでは、今回は学校給食へのオーガニックの導入の取り組みを中心に視察を行いました。イタリアでも学校給食への取り組みは熱心で、オーガニックの普及促進策として有機学校給食認証制度を導入するということです。2016年には学校給食を導入している1288校のうち給食材料の70%以上有機製品を使用する学校が300校、約23%にあたります。

フランスのムアンサルトゥ―市はすでに100%オーガニック 給食を実現しています。2008年に計画を策定、2012年には 100%オーガニック化に達しています。現在、ヨーロッパでの 注目度が極めて高く、視察が多くなっており、我々のあと11月 にはEU28か国代表が現地視察をすることになっているとの ことでした。今後この取り組みはヨーロッパ全体に大きな影響を与えていくことになります。ちなみにアジアからは私たち の視察が初めてということで、かなり詳細にわたる案内を受 けることが出来ました。

またパリ2区も全12校、1650人の子供たちの給食材料のほぼ90%をオーガニックとしています。両者に共通しているのは、学校給食をオーガニックに切り替えることによって、家庭でもオーガニック食材の利用が増えたり、周辺の店舗でもオーガニック食材の取り扱いが増えるなどの相乗効果がはっきりと出てくるという指摘でした。また費用の高騰を抑えるための施策として印象に残ったのは、肉(動物性たんぱく)を減らし豆類(植物性たんぱく)を増やすなどの工夫をし、メニューもベジタリアンメニューの日を決めたり、通常でもどちらかを選べるようにするなどの対策を取っていることです。これは日本でもオーガニック100%の給食を実現している保育園でも同じことが行われ、子供たちも抵抗なく進んでいて、ある意味普遍的な方法かもしれません。

今回のツアー内容の詳細報告は当報告書となりますので、 是非参加者のレポートをお読みいただき情報の共有をしてく ださい。特に今回のツアーの一つの目的であるイタリア、フラ ンスの学校給食の取り組みの把握は、山本慎吾氏のレポー トに詳しく書かれているので参考にしてほしいと思います。

オーガニックマーケットの拡大には 官民一体の取り組みが必要

前回のフランスツアーで特に印象に残っていることは、オーガニックマーケットが急成長している背景には、徹底した国の方針があるということでした。つまり、オーガニックマーケットは成長しているというよりは、様々な法律や制度を動かすことによって国そのものがオーガニックの拡大を目指していること、成長の後押しをしているということです。その結果、訪問先の小売店でのインタビューでは、"フランスのオーガニックマーケットは成長しているのではなく、どこにでもあることが当たり前になっている"という表現をしていました。もはやオーガニックはニッチなマーケットではなく、成長率の高いメインストリームになっているということだと思います。

こうした流れを改めて具体的にまとめると、"アジャンスビオ"という、オーガニックに関する唯一の公的機関で、官民一体で運営されている組織があります。15年前に設立され、フランスオーガニック認証のABマークの管理も行っています。設置の目的はビオ、オーガニック等すべての関係者が話し合う場所として設置されています。理事会は農業大臣、環境大臣も参加。農業会議所、有機農業組合、加工業組合、フランス農業協同組合で構成されていて、フランス全体で有機農業、オーガニックに取り組もうという姿勢が見えます。

その活動の予算は農業省から毎年400万ユーロ(=5億円)の助成金があり、有機への転換農家を助成しています。また広報活動は年間120万ユーロ(=1.5億円)の予算で一般消費者、学校の子供、プレスリリースなどに使われ、全体予算は620万ユーロ。予算の85%は国から、15%はEU委員会から出されています。したがってスタッフは公務員扱いとなっています。大きくは二つの仕事があり、フランスにおける有機に関する総合的データベースを作成すること、及び有機を発展させるための組織づくりと広報になります。

昨年2月時点でのアジャンスビオその他のオーガニックマーケット情報によれば、有機食品市場規模は70億ユーロ(≒9000億円)。食品市場全体の3%~4%となっています。有機認証マークの認知度が高くなっているので、認証農家が増えるという好循環が生まれている。生産関係では有機面積は150万haで全農地面積の5%~6%。農家数は全農家数460,000のうち32,000農家で全体の7%。2016年は5,200農家が有機に転換したといいます。驚異的な成長です。オーガニック消費も20%増となっています。

流通・販売に関しては、スーパーマーケットが全体の44から45%を占め、3000から4000品目で自社ブランドが多くなっています。またオーガニック専門店(ラビクレール、ビオセボン等)が全体の40%を占めていて、フランスには現在2,700店舗の専門店があり、残り15%は直販、外食、給食、インターネット販売、そしてAMAP等となります。

農産物売り上げはオーガニック製品全体の20%~25%で

オーガニックマーケットの成長は数年前(5年)から15%から20%と成長の伸びが大きくなっています。

社会的問題の解決に向け、 消費者と様々な価値を共有する

また売場では環境問題の観点から、CO2排出を減らす、ごみを減らすという観点から野菜の包装はなく、穀物、野菜などすべてバラ売りで徹底されていて、消費者もそれを当たり前に受け入れています。逆に日本の野菜の包装は信じられないという意見が大勢を占めています。

一方、消費者はオーガニックと同時に近場のもの、ローカル (⇒地産地消)なものを求める傾向が強くなっていて、売り場にはローカルという表示が増えています。これはアメリカでも共通で、スーパーマーケットの野菜売り場でローカル表示が目立つようになっています。

さらにオーガニックはフェアトレードやレインフォレストアライアンスなど他の認証と結びつきながら、様々な価値を消費者と共有する動きを感じるようになりました。

世界のオーガニックマーケットの動向と 日本の可能性

世界の動向

本年に入り、世界のオーガニックマーケットの情報をまとめている FiBL (スイス有機農業研究所)とIFOAM-Organics International (国際有機農業運動連盟)が発表した2018年版「The World of Organic Agriculture=有機農業の世界」(2016年末のデータ)が発表されました。そのデータから最新の情報をまとめ、ツアーで見聞した情報を合わせ、今後の日本のオーガニックマーケットの可能性に言及してみたいと思います。

また上記調査は毎年行われ、経年変化を把握しマーケットの今後を予測することが可能ですが、残念ながら日本では経年変化を把握する定期調査が存在しません。これまで2010年に当会(一般社団法人フードトラストプロジェクト)の呼びかけで行ったOMR(オーガニックマーケットリサーチ)プロジェクトの調査があるのみでした。日本で国として有機農業を推進するという方針を出した"有機農業推進法"が成立したのが2006年、それ以来有機農業の生産者数、出荷量も大きく成長を始めていましたが、2011年の東日本大震災と福島第一原発事故の発生によってその流れは止まり、以来縮小横ばいを続けていました。そして2015年あたりから改めてマーケットの様子が成長に向けて動きだしたことを多くの人が感じ始めました。

そうした状況を踏まえ、昨年末、一般社団法人オーガニックビレッジジャパンが改めて詳細な消費者の意向調査、購買調査を行い、4月1日調査結果が公表(報告書の発行)されオーガニックマーケットの規模を算出しました。

そのサマリーを合わせて日本のマーケットの今後にも触れておきたいと思います。

※アメリカのオーガニックマーケットに関するデータはアメリカ大使館から提供いただきました。



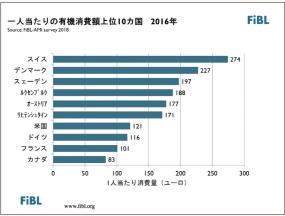


世界のオーガニックマーケットは2001年から2016年の15年間で4.27倍となり、約9.6兆円(1ドル107円で換算)となっている。アメリカの市場成長グラフを見るとオーガニックマーケットは一度も縮小したことがなく、むしろ2007年のサブプライム、2008年のリーマンショックによる金融危機の時にむしろ成長が伸びていることが見える。昨年のヨーロッパスタディツアーでも、2007年からの景気低迷期にオーガニックマーケットが成長したという話を聞いた。その理由はこの時期一般のスーパーマーケットがこぞって有機野菜やオーガニック食品を扱いだし、その流れがさらに成長を促したという。日本においても40年間日本のオーガニックマーケットの中で動いてきた経験からも同じ傾向で、緩やかでも常に成長を続けているマーケットである。むしろその理由を明らかにしていくほうが本質的だと思います。

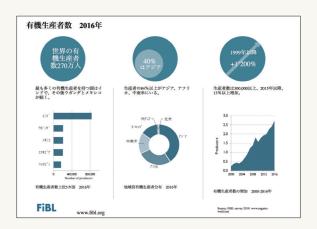
その理由の一つとして訪問したフランスの生産者団体のアルチェネロの会長ルーチョ氏はEU諸国は日本の健康保険体制とは違い、病院にかかる制限がさまざまあり、自分の健

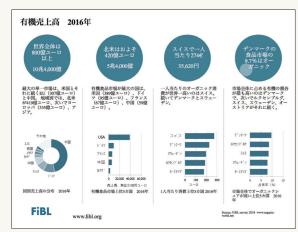
康は自分で守るという意識が高い。医療費がかからないよう 生活が厳しくなればなるほど自己防衛の意識が高くなり、結 果的にオーガニック市場が伸びるのではないかと分析してい た。これはアメリカでも聞いたことがあり、オーガニックマー ケットを牽引しているのは欧米共にサプリメントであることに もその傾向が表れている。

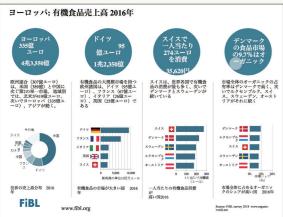


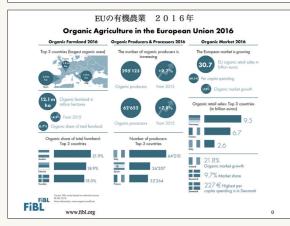


有機食品市場はアメリカが最も多く、次いでEU全体でアメリカと同等となる。国別でいえばアメリカ、ドイツ、フランスに次いで中国が4位に入っているのは意外と知られていないが、中国のオーガニック市場の拡大には目を見張るものがある。また一人当たりの有機食品消費額でいくと、順位は変わり、スイスを筆頭にデンマーク、スウェーデンと続きます。









世界の有機生産者数の伸びも大きいが、その分布は最大のインドをはじめ、アジア、アフリカ、中南米に偏在しています。アメリカ、EUは生産量や市場規模は大きくとも生産者数は相対的に少く、やはり有機農業ともいえど欧米は大規模経営が主となっています。ただし、ローカリズムと相まってイタリアのGAS、フランスのAMAP、アメリカのCSAなど小規模家族農業を守り、発展させる動きも拡大してきています。特に2015年、国連が採択した持続可能な開発目標17:SDGsでは工業的大規模農業の自然破壊、環境負荷の大きさが指摘されており、世界的な小規模家族農業の維持・発展策こそ持続可能性、食料生産の安定性に貢献することが指摘されています。

こうした観点は、日本の農業の農地面積、生産量、農家数でも40%を占める中山間地農業の未来を考えるうえで、改めて有機農業、家族農業の重要性を問うものとなります。

日本のオーガニックマーケットの可能性

さて日本のオーガニックマーケットですが、おおよそ、アメリカ、ヨーロッパの動向と同じ傾向で成長していくことが予測されます。前述した通り、何より大事な認識は海外でも、日本でもオーガニックマーケットは一度も縮小したことがない。緩やかでも成長し続けているという事実です。しかも経済の低迷期にこそ成長しているということです。特に2007年サブプライム問題、2008年のリーマンショック時にヨーロッパでもアメリカでもオーガニックマーケットが大きく成長した経緯があります。その要因として、一般のスーパーマーケットが有機野菜やオーガニック食材の取り扱いを増やしたということが大きな要因としてあったということが報告されています。

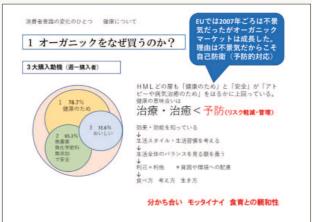
それは、オーガニックが消費者にとっての共感性や納得性があること。社会的な必要性、環境問題への重要な解決策であること。体、健康にとって良いなど、オーガニック、有機農業の持つ特質、本質的な側面が徐々に理解されていっていることが背景にあると思います。

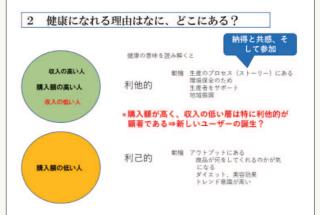
日本でも、高齢化と医療費の自己負担が増えていくことが 予測される中、自己防衛的対応としての有機食材への関心、 サプリメントの利用などが大きくなりつつあります。さらにコ スメ分野でのオーガニック製品の成長は海外でもオーガニッ クマーケットの拡大を牽引してきた歴史があり、日本でも大 きく成長し始めています。

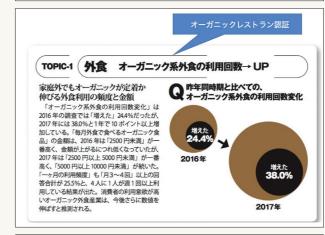
前述した、一般社団法人オーガニックヴィレッジャパンの 行った日本のオーガニックに対する消費者の意識調査結果 "オーガニック白書"(2018年4月1日発刊)からいくつかの結 果を示しつつ、日本のオーガニックマーケットの成長を予測 するポイントと課題を整理し、報告を終わります。

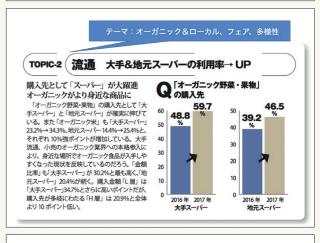


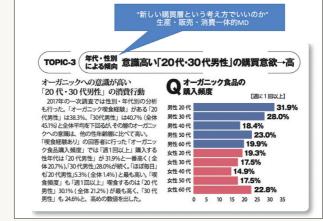


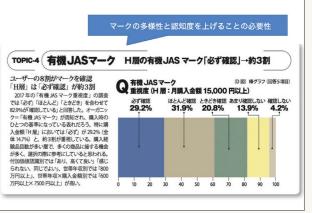






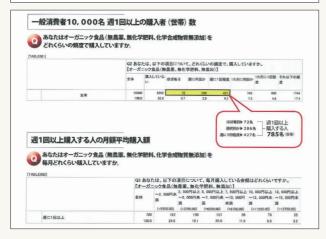














オーガニックマーケットを成長させるポイントと課題

1.官民一体となった取り組みと国の方針、法律・制度などの確立

2.サプリメントの動向

3.コスメの動向

4.消費者意識の変化

(ア)社会的テーマへの理解

環境問題、食の安全、農業の大切さ、SDGs、オーガニック3.0、森里海のつながりの大切さ・・・・

(イ)制度・マークの認知向上

JAS有機制度の理解、有機JASマークの認知、フェアトレード、レインフォレストアライアンス、FSC、MSC、アニマルウェルフェア・・・

5.スーパーマーケットの動向 オーガニックコーナーの拡大

6.オーガニック専門店の動向 ビオセボン、ビオラル、ナチュラルハウス、こだわり屋、F&F・・・・・

動向を予測するポイントは解決すべき課題でもあります

課題

1.有機農業、オーガニックへの理解を広げる

2.国の積極的な広報

3.認証制度の意味を理解する

4.有機JASマークの認知度UP

5.有機農産物、オーガニック商品の優位性についての科学的裏付け

(ア)持続可能性

(イ)地力の解明

(ウ)栄養価の根拠

6.有機農業、オーガニックの社会的手テーマの理解

(ア)オーガニック3.0とSDGsの推進

(イ)エシカル、フェア、ローカル、生物多様性など他分野との連携によるライフスタイルへのステップアップ →オーガニック3.0

(ウ)環境問題、食の安全問題、持続可能な生産と消費、生物多様性、小規模家族農業の発展、在来種など種の保存など →SDGs(国連が採択した持続可能な開発目標17)

7.物流問題の解決ーロジスティックシェアリングの実現ー

(ア)幹線物流のシェア

(イ)地域分散型流通とローカルへの展開

(ウ)小規模から大規模小売まで共通に使える物流プラットホームの構築とシェア

①物流業者と小売り、消費者のマッチングサイトの出現

②ローカル物流による地域マーケット(ローカルマーケト)の活性化

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

--- ツアー概要

有限会社リボーン<エコツーリズム・ネットワーク> 代表取締役プロデューサー 壹岐 健一郎

本シリーズの第3回は第1回の独仏に連続してオーガニックマーケットの市場調査を兼ねながら、スローフードを世界に提唱したイタリアの有機農家、生産者協同組合、共同購入組織などを訪ね、再訪となるフランスでは大都市パリと地方小自治体での有機農業やオーガニックな学校給食の現場を訪問、体験するスケジュールを組み立てた。両国各4泊滞在したが、それでも時間が足りずに参加者からは、アッと言う間に濃密な時間が過ぎ去ったとの感想がもれていた。団長役の徳江さんを含め、11人の忙しいメンバーにとっては日本を10日間空けることのリスクは多大だったことは想像に難くないが、集まってきた皆様の報告書の原稿を読むと、その10日間を十分以上に元を取っていただいたことを察することができ、裏方冥利に尽きる。これも勤勉かつ明朗快活に旅を続けた11人の旅仲間同士のおかげでもあるだろう。

最初の訪問国イタリアでのコーディネート兼通訳は日本に 「スローフード」を紹介したエッセイストの島村菜津さんを通 じて、彼女の大事なイタリア在住の仕事仲間の仲西えりさん にお願いすることができた。島村さんのイタリアを紹介した多 くの著書の現地協力者でありオーガニック関係では人脈と 知見の豊富な仲西さんだからこそ、この内容が組み込めたと も言える。また、アルチェネロ関係の視察や現地セミナーは 日本の総代理店の日仏貿易さんにご協力いただいた。宿泊 施設はというと、都市部にあるホテルを利用するのが効率的 なのだがイタリア特有のアグリツーリズモをぜひ体験してい ただきたく、2泊をカシーナサンタブレナに滞在した。そのお 陰で、短い滞在ながらもイタリアの農家のライフスタイルや農 家経営のバックヤードと観光対応も見学し、まさにスローラ イフの一端を体験してもらえたことと思う。その他、視察内容 は参加者メンバーの報告書にお任せして、おまけとしての観 光をロンバルディアルネッサンス最大傑作パヴィア修道院 (独居僧の晴耕雨読の生活で有名)を、閉門時間まで交渉し て、熱心に案内してくれた共同購入組織GAS代表マウロさ んの地元思いとサービス精神には心から感謝したい。



IRIS イタリア:ルイギーノさんの農場

GASメンバーとの 交流夕食会



フランス: パリ2区長 ジャックプトーさんと



もうひとつの訪問国のフランスには恒例のゼネストの影響で半日遅れの深夜にホテルに到着することになった。南仏ニースの空港には前回同様パリ在住のジャーナリストである羽生のり子さんが待ってくれていた。今回も彼女の精力的な交渉のお陰もあり、スケジュール変更が無事できたものも多かった。ムアンサルトゥーとパリ2区の学校給食は最も予定変更をしにくい類いだが、ぎりぎりの調整ができて無事、子供たちと一緒に食事もでき、客観的な視察だけでは得られない体

南仏からパリに移動する前、束の間の安息時間をアンティーブで設けた。ピカソ美術館と名もないレストランのワインと生牡蠣はメンバー全員にエネルギーを供給してくれたはずだ。五感を心地よく刺激されたメンバーは最後の訪問都市パリの灯を夢見心地で眺めたかもしれない。

験の成果を持ち帰ることができた。

パリの3泊は治安のいいヴァンセンヌの森の近くのホテルを確保できた。クラスは3ツ星だが、ロケーションが良く、清潔でこじんまりとしていてメンバーにとっては快適な滞在を楽しんでいただけたようだ。派手な宣伝はしていなかったが、朝食の食材はオーガニックでリネンなどのホテルの設備も環境対応に配慮した気持ちのいいホテルだった。

前回同様、ミラノ合流、パリ解散の方々もいて、11名での濃密な時間の前後は皆さんが精力的にそれぞれの目的を果たされたことを期待しつつ、毎回のことだが、もっと、もっとと沸いてくるスタディツアーならではの向学心をエネルギーにして、次回に生かせるネタも収集できた。報告会ではそのあたりも発表させていただこう。メンバー11名の皆様とコーディネーターのお二人に心から感謝したい。

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

--- 実施結果日程/参加者リスト

$10/14(\pm)$	羽田発[JL43]	11:20	空路、パリヘ(ロンドン乗継便で)
	(ロンドン)	15:50	
	(ロンドン)[BA580]	18:05	
	ミラノ (マルペンサ)着 [シャトルバス]	21:05	到着後、専用送迎車で空港近郊のホテルへ。(所要時間約15分) (ミラノ・マルペンサ空港近郊: Hotel Ascot Lodging泊)
$10/15(\mathrm{H})$	[専用車]	09:30	ホテル出発(8:30~仲西さん合流、朝食兼オリエンテーション)
	カルヴァトーネ	12:00	IRIS(有機農業協同組合)昼食、視察(畑、豚)。 15:00 直営店見学、ショッピング
		16:00	最新の IRIS直営パスタ工場見学。17:00ボローニャ方面へ。
	サン ラッザーロ ディ サヴェーナ	19:15	ホテル到着後、夕食。 (サンラッザーロディサヴェーナ 近郊:Relais Bellaria Hotel泊)
10/16(p)	[専用車]	08:00	ホテル出発(7:00~朝食)
		09:00	アルチェネロ訪問伊藤さん案内 (12:30 直営のピザハウスでレクチャーと昼食交流)
	ヴェルチェッリ	16:00	アルチェネロの田園、精米工場視察。17:30南ミラノ方面へ。
	サンジュリアーノ ミラネーゼ	20:00	ミラノの南に位置するアグリツーリズモ到着後、夕食 (サンジュリアーノミラネーゼ:Cacina Santa Brera泊)
10/17(k)			朝食後、オーナーのイリーナさんの案内で施設内見学
	[徒歩]	09:00	Acua e Terra 視察(牛、豚、鶏などのAW)有精卵で有名。
	[専用車]	11:40	南ミラノ農業地区・車窓見学
		13:30	昼食(Antica Tattoria Moncucca)
		14:30	ロンバルディアルネッサンス最大傑作パヴィア修道院 (独居僧の晴耕雨読の生活も有名)
		16:00	Luigino Chiericoさんの農場(絶滅危惧種の牛を多種飼育)視察
	ミラノ近郊	18:00	リーダー役のマウロさんのGAS作業場視察
		19:00	GAS"Filo Di Paglia"との交流夕食会(マウロ宅)
		22:00	アグリツーリズモ着 (サンジュリアーノミラネーゼ:Cacina Santa Brera泊)
10/18(k)	[専用車]	08:00	ホテル出発(7:00~朝食)
		08:30	イタリアを代表するスーパー「イータリー」視察。
		10:30	空港チェックイン ※AFストライキにより航空機変更、空港待機
	ミラノ発[A54507]	17:50	ミラノから(リヨン14:30着・乗継) 南仏ニースへ
	[A54208]	20:05	ニース空港で羽生さん合流
	ニース着[専用車]		到着後、ホテルへ
	ムアン・サルトゥー	22:00	ホテルチェックイン後、夕食 ※アマップ見学【駅前広場】19:30は中止 (ムアン・サルトゥー: Hotel Casabella 泊)
10/19(k)	[徒歩]	09:00	ムアンサルトゥー市役所訪問、市助役ジルペロルさんの案内開始
		10:30	学校給食用の市営農園見学
		12:00	給食視察、試食体験
	[専用車]		ムアンサルトゥーからアンティーブへ (インクレディブル・エディブルの村 視察 45分後)
	アンティーブ	15:45	コートダジュールの束の間の休息はアンティーブのピカソ美術館で! 18:15空港へ
		18:45	空港チェックイン(途中、各自夕食。機内の軽食あり)
		00.15	空港周辺で自由夕食後、空路パリへ
	ニース発[AF6233]	20:15	工证则是《日田/民区、工期》")、
	ニース発[AF6233] パリ(オルリー) 着		至徳局及で自田少良後、至路ハリー 到着後、ホテルへ

17	10/20(金)	パリ滞在[公共機関]	午前	オーガニック専門店「ヌーヴォー・ロバンソン」視察
		[メトロ・バス]	13:30	パリ2区長ジャックブトーさんと面談。学校給食視察・試食体験
			16:00	パリ18区の郵便局屋上栽培視察。ここで採れたハーブティ試飲
			19:00	料理のCO2削減を目指すNPO「ボン・プール・クリマ」の会員レストラン「ル・フロリモン」で夕食(パリ: Hotel De La Porte Doree 泊)
	$\overline{10/21}(\pm)$	[専用車]	09:00	「パリの有機農場」ガイドツアー (9:30~11:30)
		[公共機関]	午後	オーガニック専門店「ナチュラリア」、スーパー「モノプリ」自由視察、 自由行動
				(パリ:Hotel De La Porte Doree 泊)
	10/22 (H)	[公共機関]	午前	オーガニック朝市見学
		[専用車]	午後	ナットエクスポ視察(主催者によるセミナー)※現地解散
			17:30	基本コース参加者は空港へ 18:00着後、チェックイン
				空路、帰国の途へ
				<機内泊>
	10/23(月)	羽田着	15:25	通関後、解散
				※OECDパリ市世界大都市環境会議(10/23~10/25)

一参加者リスト(敬称略)

氏名	職業·所属先	役職
東 正隆	農業	オーナー
東 章子	農業	オーナー
梅田 泰弘	農林中央金庫	部長
佐々木 暁	農林中央金庫	調査役
川上 希里佳	NPO法人日本オーガニック&ナチュラルフーズ協会	認証スタッフ
鈴木 恭子	株式会社あおき	取締役
寺本 怜子	任意団体ひびきあい	発起人
信田 陽吉	株式会社こぶた舎	代表取締役
星野 敦	アース・キッズ株式会社	取締役
山本慎吾	NPO法人 グレインズ・イニシアティブ	プロデューサー
徳江 倫明	一般社団法人 フードトラストプロジェクト	代表理事
壹岐 健一郎	有限会社リボーンン<エコツーリズム・ネットワーク>	代表取締役プロデューサー



イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

---特別寄稿① イタリアツアー

スタディツアーレポート[イタリア]

コーディネーター兼通訳 仲西 えり

1.目的

アニマルウエルフェアの現状視察 アルチェネロとの交流 GASとの交流 流通の現場視察

2. 訪問先要旨

10月15日(日曜日) 午後 IRIS イリス

1978年、9人の若者が創設。最初から有機農業を志した。
1984年、公式に農業協同組合として発足。IRIS代表の
Maurizio Grittaマウリツィオ・グリッタ氏は、イタリア有機農業・バイオダイナミック農業の始祖と言われるIvo Tottiイーヴォ・トッティの直弟子であった。現在、輪作で野菜、麦類、ソバなどを生産し、50-60頭の豚を飼育して、サラミやコテキーノに加工している。また自家消費用に七面鳥、ホロホロ鳥、ガチョウなども飼育。さらに、収穫したトマトでトマトソースを、麦でパスタやビスケットなどを生産。消費者とともにイタリアで初めてGAS(Gruppo di Acquisto Solidare:有機生産者との直接的な関係(提携)を築きながら有機生産者の再生産を支援するシステム)を発足させた。現在も消費者との直接的な関係を重視している。直営店もあるが、日曜、月曜は開店しない。

10月16日(月曜日)

广前

アルチェネロのプレゼンテーション、

アルチェネロ代表ルーチョ・カヴァッツォーニ氏との会談 午後

アルチェネロのコメ農家の田園と精米所を視察

10月17日(火曜日)

午前

Acqua e Terra アックア エ テッラ(水と土)

Irene di Carpegnaイレーネ・ディ・カルペーニャ氏が経営する有機農家。ミラノ南農業公園内にある(ミラノ南農業公園 については添付資料1を参照)。彼女は精神科医・セラピス トであったが、1992年に農場を相続、困難な準備期間を経て1999年に農業活動開始。現在、イタリアでは2000年代になってようやく導入された"permaculture(英語permacolture: permanentとagricoltureを合わせた造語)"の哲学を元に、多様な活動を展開。動物福祉に配慮した豚、在来種の牛、鶏(有精卵)の飼育、生物の多様性に配慮した野菜、果物の栽培(果樹園も多種栽培)など。特に鶏(卵用)の飼育は、消費者からの評価が高い。子供、成人対象の農業体験(社会的協同組合 Cooperativa Sociale Praticare il Futuroと共同運営)、レンタル菜園、アグリツーリズモ Cascina Santa Brera も運営。バイオマスや太陽光パネルでの発電・給湯システムを採用し、エコロジーに配慮している。農産物の加工も行なっている。GASとの協力農家、直営店あり。

午後

Luigino Chierico ルイジーノ・クェリコ氏の農園視察

1947年に祖父が始めた畜産業を受け継いが、1988年に絶滅の危機にある牛を救うことを決意、イタリア中を回って数少ない牛を買い集めた。絶滅の危機にある牛は病気になりにくく、寿命が長いが、小型で肉の量が少なかったり、牛乳の量が少ないために飼育する業者が激減している。

現在23種の牛を飼育しており、旧約聖書のノアの箱船の話にちなんで「牛のノア」として知られている。

夕方

ミラノ南部に広がる農業地区は、第2次世界大戦後の工業化、開発により農業放棄地区となっていたが、現在徐々にではあるが農業復活の兆しが見える。特にGASの活動が後押しする形で、有機農業も増加傾向にある。午後の視察のあとは、Fumagalliフマガッリ夫妻(マウロとアンナマリア)が中心となって運営するGAS "Una Paglia (1本の藁)"の活動について説明を受け、夕食はGASのメンバーとともに、フマガッリ氏宅で懇親夕食会開催。

10月18日(水曜日)

F前

Eatly(スローフードの哲学による店舗)視察。

2007年にオスカー・ファリネッティ氏が創業。所有していた家電のスーパーマーケットUniEuroを売却し、それを元手に始めた。第1号店はトリノのリンゴットに開店、その後10年の間にイタリア国内20店舗、海外20店舗に広がった。

スローフード協会と協力関係にあり、スローフード運動のモットーである「美味しい・正しい・きれい」を実行するスーパーマーケット型食料品店を展開。有機認証にはこだわらないが、質の高い農産物・加工品を生産する生産者と直接契約することによって価格を抑えることに成功したと言う。

レストラン、料理教室も運営。

3. イタリアの有機農業統計 2016-2017

(イタリアの有機農業に関する数値はすでにメモ書き送付済 みだが、有機給食や有機レストラン、有機農産物・加工品の メルカートに関する数値を追加し、整理。)

(1) 有機農業(バイオダイナミックを含む)の耕地面積 (出所:SINAB)

2006年 954,361 ha

2015年 1,492,579 ha(全国耕作面積の 12.0%)

2016年 1,795,650 ha(前年比 +20.3%、全国耕作面積の 14.5%)

上位3州だけで、全国の有機面積の46%を占める 1位:シチリア (363,639 ha)、2位:プーリア (255,831 ha)、 3位:カラブリア (204,428 ha)

(2) 有機農家件数(出所:SINAB)

2006年 45,115 戸

2015年 59,959 戸

2016年 72,154 戸 (前年比 +20.3%、全農家数の4.4%に相当) 内有機専業農家 55,567 戸 (前年比 +22.9%)

有機農家の平均耕作面積 28.0 ha、全国平均 8.4 ha 上位3州: 1位 シチリア 11,451 戸(前年比 +1.1%)、2位 カラブリア 11,330 戸(前年比 +30.5 %)、3位 プーリア 10,029 戸(前年比 +50%)

(3) 有機食品消費(出所:SINAB)

2016年の有機食品消費は、前年比で 20%増加、2017年全般 の消費増加は、前年同時期比で +15.2 %

2016年の全食品消費に対する有機食品消費の割合は、約3%

2010年から2016年にかけての有機食品増加率平均は12.5

(全食品消費が2013年は前年比 -3.1%、2014年 -1.1% だったにも関わらず有機食品消費は増加し続けた)

(4) 有機直売所(出所:Bio Bank)

直売所、農業体験学習、有機アグリツーリズモなどを兼業 する生産者が増加。

直売店を持つ有機生産者数は、2016年末統計で全国合計 2,879軒(実際はもっと多いと考えられている) 州別上位をあげると、1位:エミリア-ロマーニャ州(399軒)、 2位:トスカーナ州(365軒)、3位:ヴェネト州(257軒)

(5) 有機製品のメルカート(出所:Bio Bank)

2016年の統計では有機専門のメルカートは全国で230 (2012年の234に比べ -1.7%)

1位: ロンバルディア州50、エミリア-ロマーニャ州46、ベネト 州26

230のメルカートの内、少なくとも週1回は70(30%)、少なくとも月1回は61(27%)、少なくとも年1回は98(43%)だが、週1回以上が増加傾向にある

(6) 有機専門店(出所:Bio Bank)

1993年には682軒だったが、2012年には1270軒、2016年には1423軒に増加

有機食品を扱うスーパーマーケットが急激に増加、2015年の有機食品の売上では、専門店862,000,000ユーロに対しスーパーの売り上げ873,000,000ユーロで、初めてスーパーの売り上げが小売店のそれを追い越した。2016年では、専門店892,000,000ユーロ、スーパー1,191,000,000ユーロの売り上げで、差が拡大している。

専門店の62%がフランチャイズなどのチェーン店が占める。

(7) 有機製品のネット販売(出所:Bio Bank)

2012年の調査では194件だったが、2016年では326件に増加 (+68%)、売り上げは317億ユーロに達する(前年比10%増)。326件のうち、生産者241件(74%)、専門店46件(14%)、ネット専門39件(12%)。

また、有機製品のみ149件(46%)、有機限定ではないが大多数が有機89件(27%)、少数の有機製品を取り扱う例は88件(27%)。

州別で見ると、1位:エミリア-ロマーニャ州41件、2位:ロンバルディア州36件、3位:ベネト州34件で、北イタリアに多い。

(8) 有機アグリツーリズモ(出所:Bio Bank)

2012年の1541軒に対し、2016年では1504軒(-2.4%)。

1541軒のうち、1397軒(93%)が宿泊施設、1160軒(77%)が宿泊者限定のレストラン、1347軒(90%)が直売所、735軒(49%)が宿泊者だけでなく一般人も入れるレストランを備え、417軒(30%)が子供対象の体験学習をオーガナイズしている。

州別では、1位: トスカーナ州277軒、2位: エミリア-ロマーニャ州191軒、マルケ州161軒。

(9) 有機レストラン(出所:Bio Bank)

2012年は301だったが、2016年では516に増加(+71.4%)。 州別では、1位: ロンバルディア州113、2位: ラツィオ州55、 ヴェネト州53で、ロンバルディア州が約22%を占める。

(10) 有機学校給食(出所:Bio Bank)

イタリアの学校給食は、1986年にエミリア-ロマーニャ州の チェセーナで始まった。10年後の1996年には全国で69校に 過ぎなかったが、2016年には1288校に増加。

その内、給食の材料70%以上有機製品を使用する学校は300校(23%)。

州別では、1位: ロンバルディア州241校、2位: ヴェネト州215校、3位: エミリア-ロマーニャ州163校。

※その他、コスメや洗剤などの「有機」製品が急速な伸びを示しているが、法制化されていないため、有機食品認証機関に原材料が有機であることの証明を依頼したり、関連団体が独自にルールを作ったりしているのが現状。EUの法制化が望まれている。

政策

有機給食認証(出所:SINAB、農林政策省)

農業・食糧・林業政策省は、有機製品の普及促進のために 有機学校給食認証制度を導入する。

2021年までに44,000,000 ユーロを計上(学生 負担の軽減、 学校内での情報提供や促進活動の企画のため)。

ここ15年のうちに、ほとんどの州が有機農業促進に関する州 法を制定、いくつかの州は有機製品消費を助成するための 法律を制定。

環境、地域、海域保護省は、2011年7月制定の省令により、 「最低限の環境基準」を採択、公共のための製品やサービス を購入する際の入札にこの基準を適用させる → 公共機 関の食堂の入札に適用上記法令の導入。

「官公庁内での消費に関する環境保護のためのアクションプラン」「グリーン・パブリック・プロキュアメントに関する全国アクションプラン」と連動。

ミラノの例:2001年からミラノ市の公共食堂を運営する会社は2011・2012年度より有機食品を導入したが、8万食/日。必要とする材料の需要に追いつけないのが現状だった。しかし現在、上記基準の適用やミラノ市による経済的支援により、保育所ではほぼ全て有機食品が導入されている。幼稚園、小学校、中学校では平均35%が有機食品を導入、2018年内に50%を目標とする。

乾燥パスタ、スペルト小麦、大麦、小麦粉、ポレンタ、トマトソース、カッチョッタチーズ、数種類の果物はすでに100%有機。米はロンバルディア州ポー平原地方の特産品であることから、有機にこだわらずミラノ農業地区の製品を購入(地産地消)。

農地銀行(出所:Ismea)

18歳以上40歳未満の若者の新規農業参入を支援することを目的とする。

(イタリアの35歳以下の農場経営者は全体の5%、まずは 8%に引き上げることが政府の目的)

6500万ユーロを計上、内500万ユーロは地震の被災地での

農業普及活動に当てられる。

Ismeaが主導し、公共機関が所有する土地を有利な条件で 条件適合者に売却

その他

2015年、社会的農業が法制化された(社会的協同組合での 有機農業生産による社会的連帯活動は1980年代から存在。 1991年に法制化された)。

倫理銀行(環境保護や世界平和推進などを目指す個人または団体が出資する協同組合型の銀行):環境保護、有機農業などに積極的に融資。

有機地区:現在イタリア国内に24、イタリア以外6カ国が参加

→ 地方の活性化 ← Albergo Diffuso(放棄された 住居を改築、観光客が宿泊)

ANCI (Associazione Nazionale Comuni Italiani: イタリアのコムーネの協会)内の組織 であるRes Tipica (オイルの街、ワインの街、有機の街 (170以上のコムーネが参加)、スローシティ、イタリアで最も美しい村連合など) ← 村の活性化

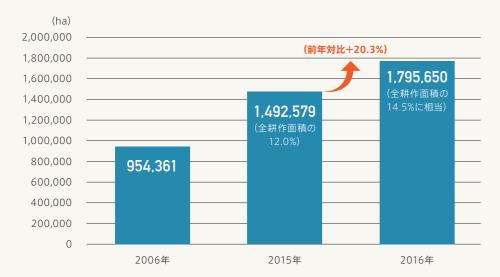
5.ツアーを終えての感想と今後

今回のツアーは短期であったことや、アルチェネロとのアポイントがボローニャ (中部イタリア)とヴェルチェッリ(北イタリア)の2か所、300kmにおよび、移動時間を多く費やしたこと、初日が日曜日であったために、アルチェネロとのアポイントは2日目以降となり、全体の流れのオーガナイズが難しかったこと、農業に関するG7開催日とツアーの日程が重なったために、当初予定していた「ベルガモの社会的有機地区」訪問を変更せざるを得なかったこと、チーズ農家が設備修復のために訪問できないことが間際になって分かったことなど、オーガナイズに関する反省点は多い。今後は、できれば少なくとも1週間の日程で、あまり移動に時間を取られすぎない範囲で、その地区の農業文化の特徴を理解できるようなツアーにしていきたい。

Organic Market Study Tour Report Organic Market Study Tour Report

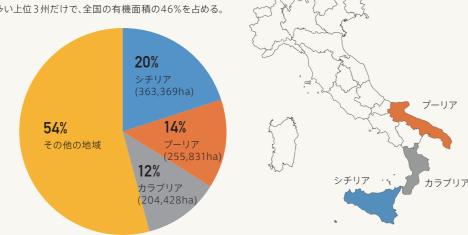
イタリアの有機農業2015 - 2016年

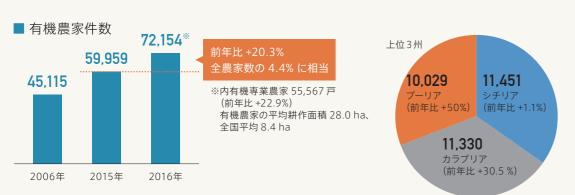
■ 有機農業(バイオダイナミックを含む)の耕地面積



■ 全国の有機面積

有機農産物の生産が多い上位3州だけで、全国の有機面積の46%を占める。





■ 有機食品消費

2016年の有機食品消費は、前年比で 20%増加、2017年全般の消費増加は、前年同時期比で +15.2%

2016年の全食品消費に対する有機食品消費の割合は、約3%

2010年から2016年にかけての有機食品増加率平均は 12.5%

(全食品消費が2013年は前年比 -3.1%、2014年 -1.1% だったにも関わらず有機食品消費は増加し続けた)

■政策

有機給食認証

- ・農業・食糧・林業政策省は、有機製品の普及と使用のために有機学校給食認証制度を導入する
- ・2021年までに44,000,000 ユーロを計上(学生の負担の軽減、学校内での情報提供や促進活動の企画のため)
- ・給食に有機食品を導入している学校は1288校、内300校は70%以上の材料を使用(BioBankの統計)
- ・ここ15年のうちに、ほとんどの州が有機農業促進に関する州法を制定、いくつかの州は有機製品消費を助成するための法律を制定
- ・環境、地域、海域保護省は、2011年7月制定の省令により、「最低限の環境基準」を採択、
- 公共のための製品やサービスを購入する際の入札にこの基準を適用させる
- → 公共機関の食堂の入札に適用上記法令の導入
- ·「官公庁内での消費に関する環境保護のためのアクションプラン」「グリーン・パブリック・プロキュアメントに関する全国アクションプラン」と連動 ミラノの例:ミラノ市の公共食堂を2001年から運営する会社は2011・2012より有機食品を導入、
- しかし、8万食/日必要とする材料の需要に追いつけないのが現状だった。
- しかし現在、上記基準の適応やミラノ市による経済的支援により、保育所ではほぼ全て有機食品が導入されている。
- 幼稚園、小学校、中学校では平均35%が有機食品を導入、2018年内に50%を目標とする。
- ・乾燥パスタ、スペルト小麦、大麦、小麦粉、ポレンタ、トマトソース、カッチョッタチーズ、数種類の果物はすでに100%有機。
- 米は地方の特産品であり、ミラノ農業地区の製品を購入(地産地消)。

農地銀行

- ・18歳以上40歳未満の若者の新規農業参入を支援することを目的とする。
- (イタリアの35歳以下の農場経営者は全体の5%、まずは8%に引き上げることが政府の目的)
- ・6500万ユーロを計上、内500万ユーロは地震の被災地での農業普及活動に当てられる。
- ·Ismeaが主導し、公共機関が所有する土地を有利な条件で条件適合者に売却。

その他

- ·社会的農業(社会的協同組合)
- ・倫理銀行:環境保護、有機農業などに積極的に融資
- ・有機地区:現在イタリア国内に24、イタリア以外6カ国が参加
- → 地方の活性化 ← Albergo Diffuso(放棄された住居を改築、観光客が宿泊)
- ·ANCI (Associazione Nazionale Comuni Italiani:イタリアのコムーネの協会)内の組織

Res Tipica (オイルの街、ワインの街、有機の街 (170以上のコムーネが参加、スローシティ、イタリアで最も美しい村連合など) ← 村の活性化

米国 及び 独/仏 オーガニックマーケットスタディツアー レポート集より 2017年2月

----特別寄稿② フランスツアー(第2回オーガニックマーケットスタディツアーより)

・「南ミラノ農業公園」は、2007年7月16日のロンバルディア州法N.16「公園設立に関する州法」に依り設立された。同時に州法n.15「ツーリズムに関する州法」も定められており、公園設立はツーリズム導入と深い関わりを持って制定されている。

・この法律により、ロンバルディア州内に24の公園が制定され(過去に制定された公園を含む)、それぞれの活動の目的や管理者、管理の方法などが定められた。「Agricolo農業」という言葉がついた公園は、ミラノ農業公園のみだが、他の公園で農業が無視されているわけではない。

例えば「Parco dei Colli di Bergamoベルガモの丘陵公園」でも目的の中に農林業の保護が謳われており、2016年には「ベルガモの社会的有機地区」となった。

南ミラノ農業公園は、メトロポリターナ地区(訳注:ミラノとその周辺地区を指す)の南部を取り巻く61のコムーネ(市町村:人口による名称の区別はない)で形成される。

農業に関わる部分を中心とした法律の一部を挙げる。

第157条 公園の目的

ロンバルディア州のメトロポリターナ地区の大部分と境界を接する土地が従来持つ農林業の適性に鑑み、以下のように定める:

都市部の緑地帯を結ぶ地区はもとより、都市部と田園地帯を結ぶ地区の景観や環境の保護と回復

メトロポリターナ地区の生態学的バランス

土地の適正にかなった農林業活動の監視、資格付、強化

市民サイドによる農林業の利用、その環境の再生

公園内での農林業は、公園活動の中心的要素であり、また前項実現に関わる要素となる。

伝統的景観尊重の観点から、公園内では保護地区の目的にかなう様々な活動を実施するための特別な環境が準備される。

第169条 関係する全コムーネが関わる事業の経営

公園の目的達成のために、以下の分野において、全コムーネに関わる事業の計画、実現、運営の対策を講じることができる。

古い時代に形成された歴史的中心地や街の中心部、田園地帯の建築物の修復

土地や財の購入

文化・教育・レクレーションや旅行・スポーツに関係する事業。歩行者用、サイクリング用乗馬用などの専用道路の整備、駐車場、水浴場やスポーツ設備、 レクレーション用菜園の整備、環境教育や情報収集のための公園内設備の整備

都市部緑地帯の整備

河川、採掘場、ゴミ処分場近隣地区の浄化と環境・景観の回復、その他都市周辺部の特殊な環境による環境悪化地区の整備

植林や湿地帯利用を通して、農業地帯を再生

環境改善、公園の利用、情報提供と環境教育を目的としたその他の活動と企画

第172条 農業に関する計画

農業に関する計画は、国やコムーネの関連法規を踏まえ、以下を目的として農業技術および作業基準を定める。

市場の優位性と農業従事者の収入確保を目的として、質の高い畜産、穀類、野菜・果物を生産する。

土壌、地表・地下水を汚染から守り、土中に自然の養分を保つ。

公園内に典型的な動物相、植物相、エコシステムの保存。

エコロジー構造保護と伝統的田園の景観保全を目的とした農村地帯の維持と回復。

アグリツーリズモ、緑地帯の利用、リクレーション活動など、農業に関連する活動を発展させる。

有機農業とバイオダイナミックの普及

フランスのオーガニックスタディツアー

2月のオーガニックスタディツアーのコーディネートは、やりがいのある仕事だった。日本から来た農業記者の取材のコーディネートを何回かしたが、参加人数が多い農業・環境関係のツアーのコーディネートもしたいと以前から思っていた。徳江さんにつないでくださったオルタナ編集長の森さん、私に声をかけてくださった徳江さん、具体的な旅のオーガナイズをしてくださった壱岐さんと壱岐さんの会社のスタッフの方々に心から感謝している。

オーガニック先進国のドイツに比べると、フランスは遅れている。ドイツで「オーガニックを食べよう」というポスターが町のあちこちに貼ってあったり、ハードディスカウントのスーパーでもオーガニックが買えた十数年前、フランスでは「オーガニックって本当に信頼できるのか」と疑う人が多く、客層は環境や食の安全に関心のある中流の人に限られていた。消費者の意識はドイツより10年遅れていたと思う。それが今では、オーガニック店が増え、ありとあらゆる層が買いに来る。10年以上前から、年に2回、研修でミュンヘンともう一つドイツの別の都市に行っている。そのときの印象から判断すると、フランスの都市部にあるオーガニック店の数は、ドイツの都市のそれよりも多いと思う。

高所得者が住むブローニュにある店(ビオセボン)や、シックな高級食材専門店(デパート「ボンマルシェ」の食材部門)から、移民が多く庶民的な東の郊外にあるオーガニックスーパー(ヌーヴォー・ロバンソン)まで案内したのは、品揃えの違いだけでなく、さまざまな層にオーガニックが広がっていることを見ていただきたかったからだ。ヌーヴォー・ロバンソンの近くの公園にあった、家庭から出る植物性食品のゴミを集めてたい肥にする設備は、パリの東側で発達している。



パリの中心街からみれば町並みは質素で、所得が低いのは一目瞭然だが、そういう地域で、高級住宅街ではやっていない環境対策を実践している。そこを見ていただくことができてよかったと思う。

コーディネーター兼通訳・在パリ 羽生 のり子

最初は、パリ2区のオーガニック学校給食を試食していただく予定だったが、学校休みの時期に重なって区長が不在のため、中止になった。ツアーの後、オーガニックについてのドキュメンタリー映画の試写会で、オーガニック給食を実施する自治体が雨後の竹の子のようにフランス全土で増えていることを知った。地元食材を使い、値段が高くならないように抑えている。給食に使う地元産オーガニック食材を調達するために農地を確保し、農業者を雇って野菜を栽培している自治体もある。次にツアーが出るときは、そうした自治体に案内したいと思う。



ポワティエ近くのエコホテル「レ・ゾランジュリー」の有機 100パーセントの食事は素晴らしかった。糖質制限、肉なしな どの希望にもきちんと応えてくれた。CO2を削減した料理を出 す「レピ・デュパン」は、シェフがNPO「ボン・プール・クリマ (気候変動に効果があり、おいしい、という意味)]]の会長と 知ってから、行ってみたいと思っていたレストランだ。野菜の 茎から作ったシャーベットなど、捨てるはずのものを有効利 用した料理が出た。レ・ゾランジュリーも「ボン・プール・クリ マーの会員店で、シェフのダヴィッド・ロワイエさんのレシピは 「ボン・プール・クリマ」のサイトで紹介されている。このNPO は、フランスで排出されるCO2の3割が食物(栽培から輸送、 食卓に上るまで)から出ていることから、食事を変えることで 地球温暖化を抑制することを提唱している。ビオセボンのレ ストランのシェフ、アレクサンドラさんは、ボン・プール・クリ マ事務局長のお嬢さんだ。この店は会員ではないが、はから ずも食事をした3店がボン・プール・クリマに関係した店と なった。

ポワティエでリモージュ行きの地方線に乗り換え、レ・ゾランジュリーに向かう電車の中から、原発が見えた。ヴィエンヌ川沿いに2基が建っている。シヴォー原発だ。フランスには19の原子力発電所に58基があり、その多くが内陸にある。私たちはレ・ゾランジュリーと同じ村にある素晴らしい有機畜産農家を訪ねたが、事故があったらどうするのだろうか。レ・ゾランジュリーの経営者、オリヴィアさんに参加者の一人が原

発を見たことを告げたら、「年に1回見学の日がある。それ以外のときも技術者が住民に科学について説明している」と言う。長年手をかけて耕してきた有機農地が原発事故で一瞬にして無に帰したことを、福島を経験した日本人は知っている。大きな事故がなかったフランスでは、有機農業と原発事故の関係はほとんど話題に上らない。誰がこの話をできるだろうか、と考えたら、オーガニックの給食に熱心で、脱原発を明言しているパリ市2区の緑の党の区長がいた。次回のツアーでは、ぜひ会う機会を設けたい。



フランスの有機農業

フランスで有機農業に関する統計は、有機農業を推進する公的機関「アジャンス・ビオ」が把握している。私たちがアジャンス・ビオを訪問した時に、所長が出した数字は、2つの統計から出ていた。ひとつは、2016年9月に発表した、2016年1月から6月までの統計。もうひとつは2015年1年間の統計だ。ツアーが終わったあとの2月21日に、アジャンス・ビオが、2016年12月31日までの1年間の統計を発表した。ツアーのときに紹介された全体的な数字は、この最新情報だったが、細かい部分は2016年1月から6月までの統計か2015年1年間の数字だった。

以下は、2016年12月31日の最新の数字である。

オーガニック市場の売り上げは2016年、2015年に比べ20% 伸びた。2016年9月にアジャンス・ビオが発表した2016年の 有機市場の売り上げ予想金額は69億ユーロだったが、12月 31日までの数字が出た時点で70億ユーロに修正された。2016年6月までの数字から、1年間の利益は10億ユーロ以上にのぼると推定していたが、12月31日までの最終的な数字は発表していない。有機農家は、2016年1月—6月の半年間で1日に21軒増え、2016年12月31日の時点で有機農家数は32,326になった。これはフランスの農家全体の7.3パーセントで、2015年に比べ、12%増えた。加工・流通・輸出入の企業数は14,859で、2015年に比べて10%増えた。生産に関わる企業も含めると、47,185社に上り、2015年に比べて11%伸びた。

2016年12月31日の有機農業総面積は154万ヘクタールだった。そのうち有機認証を受けているのは100万ヘクタール

以上で、47万2000へクタールが転換中の農地である。2007年に有機認証を受けた農地が50万へクタールだったので、9年で2倍になっている。これは全農地面積の5.7%に相当する。2007年末は2%だったので、9年で3倍になったことがわかる。

有機市場は雇用も創設している。2016年6月30日の時点で、フルタイムで働く農業従事者は7万人以上。加工・流通業では3万人だ。また2,000人が検査、管理、研修、総務に従事している。つまり、10万人以上がオーガニック業界で働いていることになる。



消費者の意識 10年で大きく向上

アジャンス・ビオは毎年消費者の意識を調査している。2016年に、定期的(最低月に1度)にオーガニックを食べると答えた人は調査対象者の69%だった。2003年には、一度もオーガニックを食べたことがないと答えた人が46%もいた。食の安全を脅かすスキャンダルが起きるたびに、安全な食品を求める人が増えていく。

フランスの中規模の都市では、毎日オーガニックを買える 状況にある。それを可能にしているのが、通常のスーパーと専 門店だ。オーガニック消費者の80%が通常のスーパーを利用 している。31%は専門店でも買っている。その他、朝市で野菜 果物やチーズを買う人が28%いる。2016年は、専門店が売り 上げを前年比の25%も伸ばした。

パリのオーガニック専門店

ツアーでは、パリの5大専門店チェーンのうち、4店を訪問 した。

1990年頃まで、個人商店の「自然食品店」がフランスの各地にあった。そこではオーガニックも、オーガニックではない無農薬野菜も売られていた。そうした小さな店が消えて、次第にオーガニックのみを扱うチェーンの専門店が増えてきた。専門店で扱う製品には、国の認証であるABマークとEUのオーガニック認証の両方、あるいはどちらかがついている。店によっては、国やEUの認証より基準が厳しい民間の「デメテール」や「ナチュール&プログレ」の認証がついているものを置くところもある。

最初に訪問した「ウェルカムビオ」は、ビオコープ系の店だ。 レストラン部と雑貨部もある。社長はドイツの高級革製品の 代理店を経営していたが、あるとき売却して、南の島で充電 生活を送った後、社会に貢献するビジネスがしたいと思い、 オーガニックの店を始めた。商品の選び方や店舗のセンスの 良さは、ビオコープ系の中でも際立っている。

ビオコープは1986年に消費者と生産者が一緒に作ったオーガニック専門の協同組合だ。「店は責任ある消費を促すための場である。活動の透明性と製品のトレーサビリティを保証する」などの理念があり、加盟店はそれに従う。2015年の店舗数は383。売り上げは7億,6800万ユーロだった。フランスで最大のオーガニック専門店である。生鮮食品は2000の生産者から仕入れている。ビオコープは再生可能エネルギーに力を入れ、本社屋の屋根にソーラーパネルを設置し、自家発電で使用電力をまかなっている。「エネルコープ」という、100%再生可能エネルギーを供給する協同組合の創立メンバーでもある。



次に訪問した「ラヴィ・クレール」は、1948年創立の、フランスで一番古い老舗のオーガニック販売会社。260店舗を持ち、2015年の売り上げは1億2,270万ユーロ。別会社の店も含めると1億8,000万ユーロに上る。創立当時は協同組合で、1965年には96店舗を展開していた。この店の特徴は自社ブランドが多いことだ。

6,100品目のうち1,600が自社ブランドだ。自社ブランドでは国産を重視し、下請けの製造企業による検査のほかに、同社独自の検査もしており、その基準は国とEUのオーガニック基準より厳しいという。たとえば、遺伝子組み換えは国の基準では0.9%まで混入が認められるが、ラヴィ・クレールでは0.1%だ。本社の建物は、低エネルギー消費のエコ建築だ。屋根をソーラーパネルで覆っている。



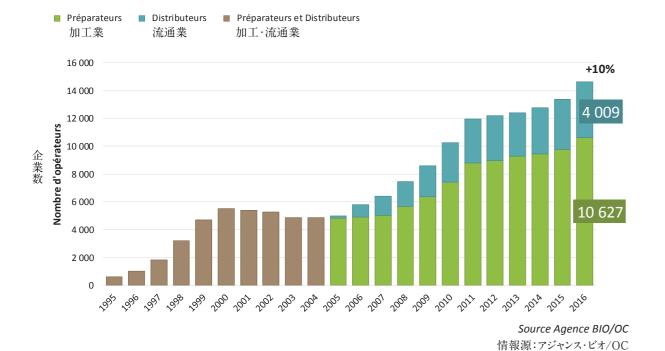
翌日訪問した「ヌーヴォー・ロバンソン」は、1993年にパリ郊外のモントルイユにできた。パリとその郊外に18店ある。2014年の売り上げは4,353万ユーロ。組織は協同組合である。訪問した専門店の中では一番価格が安い。店舗を全国的に展開する方針はなく、パリとその近郊だけにとどめている。650の供給業者の8割が小規模業者である。価格や種類、供給状況について生産者に依存するのを避けるため、1農家から全量買い取るようなことはしない。この店の特徴は、食品以外の化粧品、調理道具、ペンキなどのエコ商品が充実していることだ。モントルイユの本店には、エコ用品だけの建物があり、店の人は専門的なアドバイスができる。給与差を少なくしているのも特徴で、最高と最低の給料の差は3倍と低い。モントルイユの地域通貨で買い物ができる。



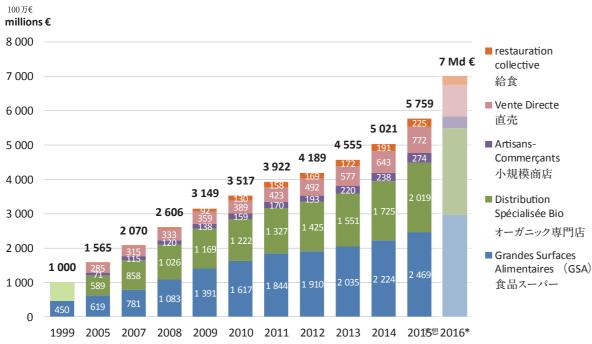
ヌーヴォー・ロバンソンの後に訪問したブローニュの「ビオセボン」は、同社のマーケティング部が勧める店で、レストランを併設している。ビオセボンは、近年急激に成長したチェーン店で、不動産会社が親会社だ。本社や本店はない。1店が1つの会社だったり、2~3店が集まって会社を作っている。ビオセボンはそれら小さな会社の集合体である。フランス国内はすべて直営店。売り上げも従業員数も公表していない。店舗数は2016年6月の時点で国内に90店、外国に11店だった。

もう一つ、大きく店舗を展開している「ナチュラリア」には、時間がなかったため全員で行けなかったが、環境省からボンマルシェに行く途中に、数人で寄った。1973年にパリに1号店ができた。店舗数135以上。その3分の2がパリとその近郊という、都市型の店だ。2015年の売り上げは1億5000万ユーロ以上。自社ブランドが充実しており、150品目ある。自社ブランドには、下請け業者名が記載されている。供給業者は470。地域によっては500メートルも離れていないところに2軒のナチュラリアがあるなど、乱立気味である。

Evolution du nombre de distributeurs et transformateurs certifiés bio 有機認証を得た流通・加工企業数 推移



Evolution du marché alimentaire biologique par circuit de distribution 流通業別 食品市場の推移



Source Agence BIO/AND *Estimations 情報源:アジャンス・ビオ/AND

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

---特別寄稿③ フランスツアー

フランスのオーガニック市場 最新の動向

2016年前半、 仏オーガニック市場は史上最高の伸び

有機農業を推進する仏公的機関「アジャンス・ビオ」は、オーガニック市場の売り上げは2016年前半期、前年同期に比べ20%伸びたと発表した。2016年の有機市場の売り上げは69億ユーロに、1年間の利益は10億ユーロ以上にのぼると推定している。有機農家は、この半年間で1日に21軒増え、216年6月30日の時点で有機農家数は31880になった。これは、全仏の農家数の7.2%に相当する。

有機農業総面積は2016年6月30日に157万ヘクタールに 達すると予測している。

これは全農地面積の5.8%以上に相当する。2007年末は2%だったので、約10年で3倍になったことがわかる。有機農業面積のうち、有機に転換して1年目の面積は26万ヘクタールで、前年に比べて40&増だ。転換中の総面積は50万ヘクタールで、1年で約20%増えた。

オーガニックの加工業者・流通業者も増えている。2016年前半期は、1200社が市場に参入した。この時点で、全仏の加工・流通・輸出入業者は14338社である。生産に関わる企業も含めると、46218社がオーガニックに携わっている。2007年は18380社だったので約10年で2倍半になった。流通業者は2016年6月30日の時点で3850社。2015年12月31日に比べ7%増えている。

有機市場は雇用も創設している。2016年6月30日の時点で、フルタイムで働く農業従事者は7万人以上。加工・流業では3万人だ。また2000人が検査、管理、研修、総務に従事している。つまり、10万人以上がオーガニック業界で働いていることになる。

消費者にはオーガニックが当たり前に

アジャンス・ビオは毎年消費者の意識を調査している。 2015年に、ときどきオーガニックを食べたことがあると答えた 人は調査対象者の89%だった。2003年には54%だったので、 12年間で60%増えている。2015年に毎週食べると言う人は 27%、毎日食べると言う人は11%だった。

フランスの中規模の都市では、毎日オーガニックを買える 状況にある。それを可能にしているのが、通常のスーパーと専 門底だ

通常のスーパーは、オーガニックの小売売り上げ総額の30%を占めている。2016年前半は、前年同期に比べ18%増だった。伸びが大きいのは専門店のほうで、2016年前半で

コーディネーター兼通訳・在パリ 羽生 のり子

25%増だった。2016年前半は、専門店の野菜・果物の売り

上げが伸びた。前年同期比で25%~30%増だった店もある。 クッキー、パスタ、バターなどで自社ブランドのオーガニック加工品を出しているスーパーも多い。専門店で買う同様の製品より安いため、多くのオーガニック消費者は通常のスーパーと専門店の両方で買っている。乳製品・卵はスーパーのほうが売れており、野菜・果物は専門店のほうが売れている。2015年の調査では、オーガニック消費者の69%が「通常のスーパーにもっとオーガニック製品を増やしてほしい」と答えていた。

パリの5大オーガニック専門店

オーガニック専門店とは、水や塩などの、オーガニックではありえないものや、汚染されていない野生のハーブなどを除き、オーガニック製品のみを扱う店を指す。1990年頃まで、個人商店の「自然食品店」がフランスの各地にあった。そこではオーガニックも、オーガニックではない無農薬野菜も売られていた。そうした小さな店が消えて、次第にオーガニックのみを扱うチェーンの専門店が増えてきた。専門店で扱う製品には、国の認証であるABマークとEUのオーガニック認証の両方、あるいはどちらかがついている。店によっては、国やEUの認証より基準が厳しい民間の「デメテール」や「ナチュール&プログレ」の認証がついているものを置くところもある。

パリとその近郊を中心に広がるオーガニック専門店から、 代表的な5店を紹介しよう。(1)ラヴィ・クレール、(2)ナ チュラリア、(3)ビオセボン、(4)ビオコープ、(5)ヌー ヴォー・ロバンソンだ。一番の老舗である(1)は協同組合か ら会社に発展した、(2)は、最初からオーガニック専門店で、 現在は半高級スーパー 「モノプリ | グループの傘下に入ってい る。(3)はこれらの中では一番新参で、急速に店舗数を増や している。(4)は生産者・消費者・加工業者からなる協同組 合、(5)も協同組合である。商業的なのが(1)から(3)ま でで、協同組合系が(4)と(5)だ。どの店も数千点の品を 扱っており、品ぞろえは少数の品を除いてどこもほとんど変わ らない。食材に限らず、化粧品、サプリ、洗剤などを扱ってい る点も同じだ。違いは、もっぱら経営理念や環境へのかかわ り方に表れている。(2)と(3)は従来の資本主義経済。協 同組合系の(4)と(5)は、環境への配慮や雇用の仕方など で、オルタナティブ経済を実践している。(1)は「商業的」で はあるが、環境への関わりや検査の厳しさで「協同組合系」 的な部分がある。値段は協同組合系のほうが安い。

・ラヴィ・クレール

1948年創立の、フランス一の老舗の株式会社。291店舗を持ち、モロッコ、レバノンにも出店している。2015年の売り上げは1億2270万ユーロ。別会社の店も含めると1億8000万ユーロに上る。創立当時は協同組合で、1965年には96店舗を展開していた。この店の特徴は自社ブランドが多いことだ。昔は自社ブランドの製品しか売らなかったが、現在は他社の製品もある。それでも6100品目のうち1600が自社ブランドだ。自社ブランドでは国産を重視し、下請けの製造企業の検査のほかに、同社独自の検査もしており、その基準は国とEUの基準より厳しいという。たとえば、遺伝子組み換えは国の基準では0.9%まで混入が認められるが、ラヴィ・クレールでは0.1%だ。本社の建物はエコ建築で、低エネルギー消費の建物だ。屋根をソーラーパネルで覆い、年間868MWを作っている。

・ナチュラリア

1973年に1号店をパリに作った。店舗数135以上。その3分の2がパリとその近郊という、都市型の店だ。品目は約1万点。2015年の売り上げは1億5000万ユーロ以上。ナチュラリアも自社ブランドが充実しており、150品目ある。自社ブランドには、下請け業者名が記載されている。供給業者は470。2008年に都市型スーパー「モノプリ」の傘下に入った。店舗面積は比較的小さい。最近は店の看板をLEDにしたり、冷蔵装置の熱を店内の暖房に使ったりと、環境に配慮した店づくりを始めた。地域によっては500メートルも離れていないところに2軒のナチュラリアがあるなど、乱立気味である。

・ビオセボン

不動産会社が始めたという、オーガニック業界の異端児だ。その会社「マルヌ&フィナンス」のティエリー・シュラキ社長がビオセボンの経営者を兼任している。2008年の創立以来、急速に店舗数を増やした。会社の概要を示す資料はなく、売り上げは非公開だ。

2015年12月5日付けのフランスの流通業界誌「リネエール」ウェブ版によれば、「マルヌ&フィナンス」は不動産投資会社である。中小企業に投資すれば投資額の半分を富裕連帯税から控除できることから、投資額の最低7%を回収できるとして、ビオセボンへの投資を富裕層に提案しており、それがフランチャイズ化せず急速に店舗数を増やすことができた理由だという。同誌の推定では、全体の売り上げは約1億3000万ユーロである。

店舗数は100。スペイン、イタリアなどにも出店している。品目数は6000。店内は高級食品店のように清潔で、清潔度は5大専門店中一番だ。

・ビオコープ

1986年に消費者と生産者が一緒に作った協同組合だ。

「店は責任ある消費を促すための場である。活動の透明性と製品のトレーサビリティを保証する」などの理念があり、加盟店はそれに従う。加盟店には個人商店も、会社もある。2015年の店舗数は383。売り上げは7億6800万ユーロだった。生鮮食品は2000の生産者から仕入れている。

ビオコープはエコロジーの活動家を自認している。再生可能エネルギーに力を入れ、本社屋の屋根にソーラーパネルを設置し、自家発電で使用電力をまかなっている。野菜・果物の87%が国産だ。エネルギーを使う航空便で運ぶ製品はゼロ。ビオコープは独自で雑誌を出している。無料で店で手に入るが、店で扱う商品の紹介にとどまらず、環境問題や食の安全について独自の記事を載せており、読み応えがある。

・ヌーヴォー・ロバンソン

1993年にパリ郊外のモントルイユにできた。パリとその郊外に18店ある。2014年の売り上げは4353万ユーロ。8000品目以上を扱っている。オーガニックスーパーだが、組織は協同組合である。ここで取り上げた5大専門店の中では一番安い。650の供給業者の8割が小規模業者である。価格や種類、供給状況について生産者に依存するのを避けるため、1農家から全量買い取るようなことはしない。別のところで値段が上がるという理由で、顧客カードで割引になるシステムや、量を買うと割引になるというようなマーケティング方法を取らないことを方針にしている。この店の特徴は、食品以外の化粧品、調理道具、ペンキなどのエコ商品が充実していることだ。給与差を少なくしているのも特徴で、最高と最低の給料の差は3倍と低い。モントルイユの地域通貨で買い物ができる。

パリ市内では、わざわざ探さなくてもオーガニック専門店に行き当たるほど、軒数が増えてきた。考えて買えば食費はそれほど高くつかない。品目も多いので、フランスで100%オーガニックの食生活は可能である。

1995年以降の加工・流通・輸出入業者数と有機農業面積の推移



オーガニック・スタディツアー 2017年10月 フランスの訪問地はこうして決まった

前回につづき、今回も壱岐さん、徳江さんにはお世話になりました。参加者の皆さんも、4日間お付き合いくださり、ありがとうございました。

ナットエクスポとムアン・サルトゥーでは具体的な数字が出されましたが、通訳をしていると記録ができません。それで内容の報告は参加された皆さんのレポートにお任せし、ここではツアーにまつわる裏話を紹介したいと思います。

今回のフランスのツアーでは、学校給食とナットエクスポが目玉でした。前回の2月のツアーでレクチャーをしてくださったナットエクスポの事務局長、フランソワ・ヴァリュエさんから、「次はぜひナットエクスポにおいでください」と招待を受けました。それで、今回のツアーの時期はナットエクキスポを中心にして、それに合わせて他の訪問地を選ぶことになりました。

2月のスタディ・ツアーで時期が学校休みに重なっていたため訪問できなかったパリ2区の学校給食を訪ねたいと思い、それも実現しました。

ナットエクスポは10年くらい前から知っており、パリ2区の 給食も、オーガニック給食を始めた頃に取材したことがあり ました。学校給食を訪問するならもう一か所加えたい。そこで 頭に浮かんだのが、まだ行ったことのない南仏のムアン・サルトゥー市でした。どうやってこの町の存在を知ることができた か。それは、2月のツアーのすぐ後に、上院で行われたプレス 試写会で、「農薬ゼロ、オーガニック100パーセント」という題 名の映画を見たことがきっかけでした。監督はギョーム・ボダンという、もともとビオディナミーでワイン用のブドウを栽培していた若者で、その後映画製作に転じました。農業関係の 映画を作り始め、自分で監督、制作、配給まで行っています。

フランスでは、オランド政権のときに「エネルギー移行法」ができて、2017年1月1日から公共の場所での農薬の使用を廃止しました(競技場、墓地など、一部の場所では例外的に使うことができます)。パリを歩いてお気づきになったかもしれませんが、街路樹の下には雑草が生えています。以前はない風景でした。

この映画は、フランス中を回って、法律が施行される前から農薬ゼロ、オーガニックの給食を実行していた自治体と、オーガニック給食に食材を提供している農家を訪問したドキュメンタリーです。映画「未来の食卓」で有名になった、南仏のバルジャック村も登場します。

映画に出てくるオーガニック給食を実施している自治体の中で一番印象に残ったのがムアン・サルトゥーでした。学校給食を100パーセントオーガニックにするために市が農地を買い上げ、そこで採れた作物を給食に出すという話は聞いたことがありませんでした。オーガニック業界では有名だったようで、2月のツアーのときに訪れた、有機農業を推進する公的機関「アジャンス・ビオ」の人に、あるセミナーで出会ったときに「次のツアーでは南仏の学校給食を見に行く」と言うと、「それはムアン・サルトゥーか」と聞かれました。

試写会には、映画にも出てくるジョエル・ラベ上院議員とそのアシスタントの男性が出席し、質疑応答がありました。ラベ議員は農薬ゼロの法案を提出した人です。フランスでは法案が通ると、提出者の名前をつけ、通常はそれで呼びます。エネルギー移行法の中のこの部分は「ラベ法」と呼ばれています。ラベ議員はもしゃもしゃの白髪で、指に銀の指輪をいくつもつけた、国会議員の型にはまらないロックな風貌の人で、2016年までヨーロッパ・エコロジー=緑の党に所属していました。緑の党内でいろいろあって、現在は無所属です。2015年、自分が提案したネオニコチノイドを禁止する法案が上院で拒否されたときに、かたくなな同僚の態度に「政治的な移行がなければ、気候、農業、エネルギーの移行はできない」と怒り、国会で着用を義務づけられているネクタイをその場で放り投げたことで有名になりました。

映画は10月下旬から全国公開のはずでしたが、予定が2018年1月31日からに延期され、そのあいだ、フランス各地で試写会を行っています。私が住んでいる自治体の市立映画館でも11月にあったので、2回目の試写会に行ってきました。2回見たら、どこを回ったのかがより理解できました。ムアン・サルトゥーは、空の上からの風景を見ただけでわかりました。ジル・ペロル助役、市営農場で働く男性も出てきます。私たちも訪問した小学校の給食を映像で見て、懐かしく思い出しました。パリ2区の給食もあり、ジャック・ブトー区長と、こちらもやはり私たちが訪問した小学校の給食風景が出ました。2区の給食を請け負って作っている会社、ソジェレスで給食を作っている風景もあります。

2回目の試写会では、監督と、この映画を依頼した3つのNGOのうち2つのNGOの担当者が出席し、質問に応じました。ボダン監督は、この映画を作ることになったいきさつを「2015年に、3つのNGOから『農薬ゼロ、オーガニック100パーセントのテーマで小話のビデオを作ってほしい』と言われた。それで、劇場公開用のドキュメンタリー映画を提案した

Organic Market Study Tour Report Organic Market Study Tour Report

ところ、承諾してもらえた | と説明しました。映画の中ではブ ルターニュ地方がかなり大きく取り上げられていますが「アル ザス地方にも同様の取り組みをしている自治体がたくさんあ るしとボダン監督は言います。

11月15日、パリ市庁舎で、ムアン・サルトゥーのペロル助役 が会長を務めるオーガニック給食を推進するNGO「アン・ビ オ・プリュス」の会合がありました。そこで、休憩時間に近く の女性と熱心に話し込んでいる人がいました。パリに数軒レ ストランを持ち、店内で作る自家製のものしか出さず、生産 者の名前を店内に表示しているグザビエ・ドナムール氏でし た。自分の店で作らず、業務用の真空パックの料理を買って きて温めて出しているレストランやカフェがあまりに多いこと がわかり、グルメの国の恥だと思った政府が、数年前、何が 「自家製」かを定義し、それに合った料理を出している店が 「自家製」マークを表示して、客に安心して食べてもらえるよ うにしたとき、「自家製の定義がゆるすぎる」と政府に文句を 言ったことで有名になりました。「農薬ゼロ、オーガニック100 パーセント」の映画にも出演しています。ドナムール氏は、後 ろの女性と「給食を外食企業に委託すると、トレーサビリ ティがはっきりしなくなる」と話していたのでした。「いくらオー ガニックと言ったって、企業に任せていたらダメだ。企業は利 益優先だし、第一、市長はチェックしに行かないよ」と言いま す。「うちのシェフは日本人だよ」と言うドナムール氏のレスト ランに、次のツアーのときはご案内したいと思います。

日本でドキュメンタリー映画の劇場公開は少ないと思いま すが、自主上映でもいいので、日本でぜひ紹介したい映画で す。この映画に出てくるブルターニュの自治体の動きも、いち 早く公的空間で農薬ゼロを実施した、ヴェルサイユ宮殿のあ るヴェルサイユ市の動きも、今後紹介していきたいと思ってい ます。



ジョエル・ラベ上院議員



ムアン・サルトゥーの ジル・ペロル助役



ムアン・サルウトゥーの市営農場



ムアン・サルトゥーの給食



パリ2区の給食

■基本情報

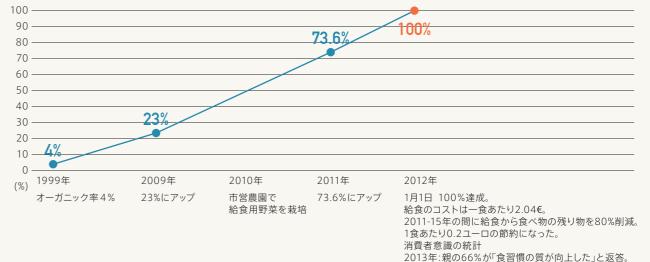


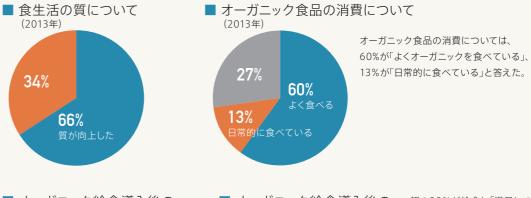
Mouans-Sartoux

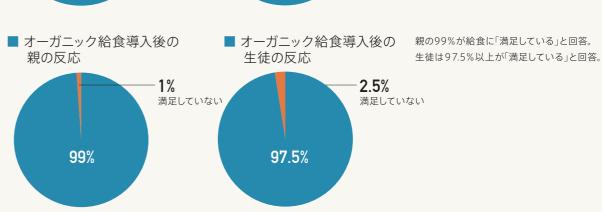
ムアン・サルトゥー 100%オーガニック給食の町 人口約1万人

助役:ジル・ペロル氏

■ ムアン・サルトゥー 100%オーガニック給食達成までの道のり







Organic Market Study Tour Report Organic Market Study Tour Report Organic Market Study Tour Report

ドイツ #1J -オーストリア スイス フランス

2e Arrondissement

パリ2区

区長:ジャック・ブトー氏

給食の91%がオーガニック、ローカル、

遺伝子組み換えなし、深海魚なし、パーム油なし。



パリ農場

5ヘクタール。動物80頭。

■ ナットエキスポ

2017年最新資料(終了後)

出展者 850(前回の2015年比で50%増)

ビジネスマッチング 800回

入場者;14800人(2015年比で25%増)。70か国から。



イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

一ツアーレポート① ヒアリング内容要約

農林中央金庫 梅田 泰弘/佐々木 暁

オーガニックツアー 視察先 ヒアリング内容要約

※通訳を介したヒアリングやインターネットで公開されている記事を基にした内容も含まれており、用語の使い方等が正確でない可能性があります。

視察先の取組みテーマと視察結果サマリ オーガニック給食の運営 ■「ムアンサルトゥー市」 「パリ2区」 ①原価増、②調達不安定というオーガニック給食の課題に対して、パリ市、ムアンサルトゥー市のそれぞれが 全く異なったアプローチを実施 パリ市:パリ市の持つ価格交渉力によって、外注業者から低価格を引き出す(業者は赤字受注?) ムアンサルトゥー市:子供が食べる量に応じた生産(調理量)調整、 また市自らのオーガニック農場を運営し供給確保 パリ市のモデルは、即効性があるものの持続性に課題。一方、ムアンサルトゥー市のモデルは、 公的なリーダーシップのもと強力な推進が必要。また既存農家とのコンフリクトが無かったのも成功の一因か。 オーガニックは見た目が悪いことが多いが、給食であれば加工する前提なので問題にならず。 給食とオーガニックは相性いいのでは。 新たな販売・消費方式 ファーマーズマーケットでの販売 ■ 「ラスパイユ ファーマーズマーケット」 パラスティングヒルファーマーズマーケット」 (各都市最大規模のオーガニック市場) 流通に乗らない商品(所謂B品/規格外品)を、一般小売価格で販売できるのは強み。 また加工品・テイクアウト品により利益向上。 ファーマーズマーケットに関するガイドラインを策定・外部に公表することで、消費者を安心・共感させ、 集客に結びつけている。 オーガニック商品の連帯購入グループ組成 (オーガニック連帯購入グループ運営団体) □ 「GAS I 「らでいっしゅぼーや」と同様の機能を消費者グループが自発的に行っているイメージか。 アグリツーリズモ・貸し菜園の運営 (貸し菜園、アグリツリズモ運営する有機農家) ■「Acua e Terra」 収益 養鶏卵販売、野菜加工品製造・販売、民泊(アグリツーリズモ)、貸し菜園、保育園、農業講座開設等、収 複線化. 益源を複数保有することで、収益の安定化を図れている。 一方、各事業は極力省力化を図り、最低限の人員で運営を実施。 生産者の加工プロセス進出

価値増大

付加

輸出

増大

収支安定化

海外オーガニック

流通・小売業者の

ニーズ把握

■ 「IRIS ı

(有機パスタの製造を手掛けるオーガニック農業協同組合) オーガニックは差別化要素になり得る。オーガニックという付加価値をつけることで、

一般品と価格競争に陥ることを避けている。

オーガニックパスタというケイパビリティを活かして、OEM受注を売上の主軸とすることで、

予め販路が決まった商品の製造を行う。(営業活動の削減、在庫リスクの低減を実現)

加工品の輸出による販路拡大

■「Alce Nero」

(世界各国に有機食材を輸出する有機農業生産組合)

単品ではなく、複数商品を組み合わせたオーガニックなイタリア食品代理店として交渉力を確保

(cf.パスタに加えトマトソース等を販売)

相手国に合わせた「オーガニック」の訴求。健康・高級・環境保護・ライフスタイル等。欧州・米国・アジアでは相違。 ファーマーズマーケットは、消費者との接点として有効か。

オーガニック商品国際見本市

■「NatEXPO」

(フランス最大規模オーガニック見本市) オーガニックの中でも、特にビーガン(菜食主義)、グルテンフリーは余地ありか。

日本商品もオーガニックは、海苔などの寿司関連商品に加えて、醤油などの加工品、日本茶、椎茸が有望では。

オーガニック小売店舗・スーパーマーケット視察

■■■ 「Eataly」「Wholefoods」等

日本では馴染みがない一部の商社がオーガニック日本商品の売り場の太宗を占めている

I. オーガニック給食の運営(1/2) ~フランス 「ムアンサルトゥー市」

概要

- ○南フランスのカンヌとグラースの中間にある人口10千人の町 ※東京23区最小は千代田区の60千人
- ○2012年1月より学校給食、市の職員の食堂でオーガニック100%を実践
- ○本取組はフランスでドキュメンタリー映画「農薬ゼロ 100%オーガニック」として公開されている

ヒアリング内容

- ○1998年に発生した狂牛病問題を受け、子供の健康と持続可能性を考慮し、オーガニック給食の検討を開始。 市民とは各種イベントを通じて意識を醸成。
- ○2008年計画策定、2012年に100%オーガニック達成。
- ○実現までの課題と対処方法は以下の通り。
- ①原価(食材費)の上昇
- →給食の食べ残しを分析したところ、作った量の1/3が廃棄されていることが分かり、 元々の作った量を減らすことで原価高を吸収
- ②供給不足が起きる懸念(安定した調達が出来ない)
- →近隣でオーガニック生産者が少なかったことから、自前で市営農園を設置し、公務員3名雇用。食材の85%調達
- ○給食にかかるコスト(運営費) は8.5€/食。うち原価は2.02~2.07€であり、従前とほぼ変わらず。
- 「オーガニックでも、これまでと同じ金額で提供出来た」ことが注目すべきポイント。

取組みのポイント

- ○給食の実施には、公的なリーダーシップがないと難しい。また既存農家とのコンフリクトが無かったのも成功の一因か
- ○オーガニックは不揃いや虫食いにより見た目が悪いことが多いが、給食であれば加工する前提なので問題にならず、 且つ安定販路。給食とオーガニックは相性いいのでは。

視察内容

- ○ムアンサルトゥー市助役であるジルペロル氏。フランス全土でオーガニック給食を広めるNPOの会長を兼務
- ○「給食をオーガニックにより市民の意識が高まり、市内にもオーガニックを取り扱う小売店が増加。 大手オーガニックスーパーも新規出店しており、経済も活性化
- ○通常の農業のやり方をベースにマルチシート等の資材を利用。また、有機肥料は用いる等、ある意味割り切った運営
- ○(井戸水でなく)水道水を散布
- ○フランスの自治体が運営する農場として唯一ビオ認証を取得
- ○試食者からは総じて好評(普通にレストランで提供されても満足できるレベル)。教員や市職員も同一メニュー
- ○食べ残しを分別して、分析することで、以降の製造量を調整する







I. オーガニック給食の運営(2/2) ~フランス 「パリ市2区」

概要

- ○2001年からオーガニック給食を始める。保育園や小学校等、現在12校(約1,600人)の児童に給食を提供。
- ○パリ市には20の行政区に分割されており、それぞれの区で学校給食を運営。今回訪問したのは、そのうち最小の2区。

ヒアリング内容

- ○各学校には調理施設がなく、外食企業に委託。セントラルキッチンで製造したものを前日に配送し、当日は加温し提供。
- ○オーガニックの比率は、金額ベースで96%、重量ベースで90%まで高まっている。
- ○2か月に1度、献立審議会を開催。区長をはじめ行政関係者と親子が参加し、何をよく食べたか/残されたかを取りまとめて、 給食業者にフィードバックしている。
- ○給食費はオーガニック導入前と比べてそんなに変わっていない(1.2倍程度)。当区の給食を落札するのは、業者にとって「名誉(prestige)」なことであり、業者が努力するモチベーション(=広告宣伝効果?)。 また、一度落札すると、最長で3年更新できるが、都度、オーガニック比率を高めるよう業者と交渉している。
- ○行政課題として取り組む(政治家が旗を振る)ことでなければ、オーガニック給食の実現は不可能だった。

取組みのポイン

○①原価増、②調達不安定というオーガニック給食の課題に対して、パリ市の持つバイングパワー(ブランドカ)を活用した、 外注業者との交渉で実現

視察内容

- ○17年間パリ市2区長であるジャクブトー氏(2001年に当選、2008年と2014年に再選)
- ○「緑の党」から選出された初区長であり、オーガニック給食を推進
- ○毎日、肉魚を使ったメニューとベジタリアンメニューの2種類を提供し、生徒が選択できるようにしている。
- ○また、週に1回はベジタリアンメニューのみの日を設定。
- ○現在給食事業を受注している「Sogeres」社のパンフレット。 フランス第4位のケータリング会社、学校給食は売上で33%を占める重要事業。







(参考)日本におけるオーガニック給食の取り組み状況

給食、全て有機米に 全国初、いすみ市が実現 (2017年10月27日 千葉日報)

- ○いすみ市は27日、全13市立小中学校の給食で使用するご飯について、全量を無農薬無化学肥料の有機米に改めた。今後、 継続して実施する。市は環境保全型農業を推進し、給食のご飯は有機米で賄うとの目標を掲げていた。こうした試みは全国初という。
- ○市は2013年、「自然と共生する里づくり」の一環で有機米の生産を働き掛けた。当初参加した農家は3人、面積は約0.2へクタール、収穫量は約0.24トンだったが、毎年、作付面積を増やしていき、今年はそれぞれ23人、約14ヘクタール、約50トンと拡大。全小中学校の計約2300人分の使用量となる約42トンを賄うことが可能になった。
- ○市は15年、農家の所得向上を狙い、有機米を「いすみっこ」と名付けてブランド化。食の安全と環境に配慮し、学校給食でも一部の日で提供していた。
- ○この日は有機米の全量使用開始を記念し、地元の古屋谷営農組合(岩瀬幸雄組合長)で有機米作りを体験していた夷隅小で、 生産者らと一緒に食事をするイベントが開かれた。児童は艶やかな白米を「いただきます」と頬張った。

自然栽培の米、野菜を取り入れた給食を実施 (2016年2月22日 石川県羽咋市プレスリリース)

- ○1月29日、市内全小中学校で自然栽培米と同野菜を取り入れた給食が提供され、児童・生徒1,445人が無農薬・無肥料・無除草剤で安全性に優れた食材に舌鼓を打ちました。余喜小学校では、山辺市長をはじめ、JAはくい関係者、生産関係者がこの給食を試食しました。
- ○山辺市長は「自然栽培は、市と J A はくいがタイアップして力を入れている事業。農業といえば、生産量が重視されていましたが、 最近は量より質が重視されています。自然栽培は安全性を追求しており、質の面でトップに立てると考えています。今日はゆっくりと噛みしめて食べてみてください」とあいさつしました。
- J A はくいの山本好和常務は「自然栽培は肥料と農薬などを使わないため、その分の費用がかかりません。そのため、地元農家の所得増につながると考えています」と自然栽培の利点について説明。 (中略)
- ○市内小学校では、昨年 J A はくい主導で自然栽培の食材を取り入れた学校給食会が開かれましたが、市・J A はくいが共同で行うのは今回が初。市と J A はくいは、今後も自然栽培の食材を学校給食に取り入れられないか検討していく予定です。

学校給食・食農教育への取り組み (JA今治立花ホームページ)

- ○昭和56年の当農協総会で有機農業研究会の生産者が提案して「立花地域の給食を自校化して、地域の農産物を取り入れていく」事を決議し、市議会に陳情をしました。その後、PTA等の協力を得て2万人以上の署名活動を行い、昭和58年に地元の鳥生小学校に自校式調理場が建設され、有機農産物の学校給食への導入が開始されました。次いで60年度に立花小学校、そして、63年度から城東小学校にも供給が始まり、現在は8名の生産者で4小学校・1中学校の計1,771食分(今治市の全体の15.6%)の食材を供給しています。
- ○立花・鳥生小学校では、米・地元の特産物であるれんこん等の栽培について当農協営農指導員による校内授業・体験学習を実施することにより、「作物を作る大変さ」「食べ物の大切さ」についての理解が少しづつ深まっています。 立花小学校では、今年度より今治市の「学校有機農園設置運営事業」により学校農園で2年後の有機JAS認証を目指し有機農業にチャレンジしている。

1. ファーマーズマーケットでの販売 ~「ラスパイユ」「ノッティングヒル」

ラスパイユ ファーマーズマーケット (パリ)

- ○1989年から続く最も古いオーガニックのマルシェ
- ○パリ市が公認しているオーガニックマーケットは、 こことバティニョルの2件のみ
- ○毎週日曜日開催
- ○生鮮食品だけではなく、 オーガニックの加工品を含めた幅広い品揃え
- ○オーガニック石鹸やオーガニック蜂蜜などの専門店も出店
- ○地元の消費者に加えて観光客も多く、 歩くのが困難なほど混雑
- ○近隣の小売店と比べて、売価が安いわけではなく、 (出店料は不明ながら)生産者の手取りは相応に確保?
- ○生産者自らが作るテイクアウト商品も多数販売 (ガレット3.5€=500円)







ノッティングヒル ファーマーズマーケット (ロンドン)

- ○ロンドンで最も大きなファーマーズ·マーケットの一つであり、 オーガニック商品を扱う出店が多いのが特長
- ○並んでいる商品は、形が不揃いのものや、 虫食いの商品も多数(日本だったら流通に乗らないレベル)
- ○それでも、来店者は全く意に介す様子もなく買っていく (ファーマーズマーケットだからなのかは不明)
- ○イギリスでは、The National Farmers 'Retail & Markets Associationによる条件(以下抜粋)をクリアした生産者のみ 出店許可
- ①Produced by the seller: That consumers can only buy items produced by the business that is also selling it.
- ②Locally sourced: Ingredients sourced by a producer in the production of their goods are found as locally as possible to the market and producer.



収組みのポイント

○流通に乗らない商品(所謂B品/規格外品)を、一般小売価格で販売できるのは強み。 また加工品・テイクアウト品により利益向上。

オーガニックに関するガイドラインを策定・外部に公表することで、消費者を安心・共感させ、集客に結びつけている。

I. オーガニック商品の連帯購入グループ運営団体 ~イタリア 「GAS」

概要

- ○GASとは、「Gruppo di Acquisto Solidale」の頭文字をとった略称であり、消費者連帯購入グループのこと
- ○各GASはそれぞれが自分たちのルールを持ち、ネットワークでつながっている。独自に有機生産者と購入契約を結び、各メンバーの注文をGASが取り纏めて、定期的に購入。

ヒアリング内容

- ○80家族が参加(ミラノ最大級のGAS)。
- ○利益を追求せず、各メンバの役割分担で協同的に運営。それぞれが何らかの役割を担っている
- ○購入品目は、小麦粉・米などの穀物、野菜・果物の青果品、肉やサラミなどの肉製品、パスタ、オリーブオイル。 生産者が直接GASの集会所まで運搬し、受け渡し
- ○当GASの基本思想は、以下3つ
- ①大規模生産者ではなく小規模生産者から購入
- ②慣行栽培ではなくオーガニックを購入
- ③天変地異などによって苦しめられている生産者から購入(ex. 大地震の被害を受けた生産者)
- ○各メンバーは、「生産者をよく知り、いい関係を築きたい」のが根本思想。日本の「テイケイ」の思想も理解している

取組みのポイント

○「らでいっしゅぼーや」と同様の機能を消費者グループが自発的に行っているイメージか

視察内容

- ○予めに決められた日時に、生産者が直接GASの集会所にトラックで配達
- ○「卸売業者より高値で販売可能であり、且つ価値がわかってもらえる」(生産者)
- ○メンバーは注文した品目を受け取り。なお、確認者もGASメンバーであり自主運営
- ○予め口座に一定の金額を預けており、そこから引き落とす仕組み
- ○独自にルールを策定。また最低月一回は集会を開き、活動について意見交換
- ○同種のGASはイタリア全国に約200団体存在するが、概ね思想は類似しているとのこと







II-1.アグリツーリズモ・貸し菜園の運営 ~イタリア 「Acua e Terra」

概要

- ○Irene氏が経営する有機農家。平均12名で運営。
- ○1992年に農場を相続し、1999年より野菜・果物の生産だけでなく、アグリツーリズモをはじめ、養鶏(有精卵)やアニマルウェルフェアに配慮した豚・牛の飼育、とした複数事業を展開。

ヒアリング内容

- ○野菜・果物はそのままでは利益が少ないので、オーガニックジャムなどに加工して販売することで、収益最大化を図る。 また小麦粉はパンやクッキーなどに加工して、ファーマーズマーケットで販売している
- ○アグリツーリズモ (Cascina Santa Brera) は12部屋。部屋自体は大掛かりな改修をせず、昔ながらの雰囲気を残すようにしている
- ○ミラノ近郊という立地を生かして、農場の一部を家庭菜園 (貸し菜園) として貸し出ししており、 そこからも収益を生むようにしている
- ○保育園を開設し、子供を受け入れている。加えて、子供・成人を対象にオーガニックの考え方や維持可能エネルギーを学ぶ 農業体験講座を実施(1回約50ユーロ)

取組みのポイント

- ○養鶏卵販売、野菜加工品製造・販売、民泊(アグリツーリズモ)、貸し菜園、保育園、農業講座開設等、収益源を複数保有することで、 収益の安定化を図れている
- ○一方、各事業は極力省力化を図り、最低限の人員で運営を実施

視察内容

- ○アグリツーリズモに使っている宿泊所は簡素な作り(内装は最低限/エアコン無し等)
- ○「都市の近郊にも関わらず、農業体験や家畜に触れる」ことを訴求
- ○1,000羽の養鶏をしており、有精卵を出荷。餌は基本的に草のみ(定期的に鶏舎ごと移動)
- ○貸し菜園として農地を提供しており、契約者からの依頼に応じて適宜手入れをする
- ○河川からの汚染を防ぐために敷地内に植林した木・枝を集めて、バイオマス発電を実施
- ○3,000リットルのお湯が常時アグリツーリズモ内を循環しており、常にすぐお湯が出る設計







||-2.生産者の加工プロセス進出 ~イタリア 「IRIS」

概要

- ○イタリア有機農業・バイオダイナミック農業を専門とする農業協同組合
- ○1984年に7人の有機農業者により設立。当初は有機青果の生産のみであったが、トマトソース等の加工品製造に進出し、のちに有機小麦粉を使ったパスタを製造。当初有機パスタはOEM先への委託製造であったが、OEM先の業績不振により工場買取し、新設。

ヒアリング内容

- ○売上高は21百万ユーロ(約28億円)。
- 内訳は、有機パスタが7割(20億円)、トマトソース・ビスケットなどの加工品および青果品が3割(8億円)
- ○販売先は、65%がOEMによる受注生産。35%は太宗がGAS(消費者グループ団体)であり、販路確定。
- ○自社ブランドで販売するのはGASのみ。GASは既に販売数が決まっているため、新規で営業活動する必要がない。
- ○自社ブランドで販売しない理由は、利益率を維持すること。イタリアでは小売店の「棚」代金を払う仕組みになっており、利益の大半は小売店に払うことになってしまう。また、営業活動への人員配置を避けることもメリット。
- ○OEM先は6割が国内、4割が海外。ドイツ、イギリス等。
- ○年間3.5万トンの小麦粉を必要とするが、自社生産で足りない分は有機認証を受けている契約農家から仕入れる。

取組みのポイント

- ○有機は差別化要素になり得る。有機という付加価値をつけることで、価格競争に陥ることを避けている。
- ○有機パスタというケイパビリティを活かして、OEM受注を売上の主軸とすることで、予め販路が決まった商品の製造を行う (営業活動の削減、在庫リスクの低減を実現)

視察内容

- ○2016年に20百万ユーロ(27億円)で新設したパスタ製造工場
- ○資金調達は15百万ユーロを銀行借入、5百万ユーロを増資(協同組合員からの出資)
- ○GASの他、事業所脇で小規模ながら直売所を運営
- ○IRISが製造した有機パスタやトマトソースに加えて、協同組合員が製造した商品も販売
- ○サラダ菜等の有機青果品も作っているが、売上構成比は多くない。
- ○有機マーケットが拡大しているドイツやデンマーク等へ輸出。イタリア企業は代金不払いが多く、避けているとのこと。







II-3.加工品の輸出による販路拡大 ~イタリア 「Arce Nero」

概要

- ○有機農業生産組合。有機パスタ、有機トマトソース、有機オリーブオイル等、有機に限定した食材を約300種類扱う。
- ○イタリアから日本をはじめ世界35か国に有機食材を輸出。日本には1997年より輸出開始(商社を通じて成城石井等で販売)
- ○売上高は74百万ユーロ(約98億円)。内訳は、イタリア国内向けが85%、輸出が15%程度。

ヒアリング内容

- ○輸出が順調に拡大した理由は、パスタ・トマトソース・オリーブオイルというイタリア料理の主要な商材を当初から揃えたこと。 パスタだけでは交渉力が弱く、トマトソースなどを併せて提案することによって、「オーガニックのイタリア食材生産者」として商 談できた当時はオーガニックの認知度が低かったので、状況に応じて高級/美味なイタリア食材として位置づけ、その後オーガニック色を強く打ち出していった
- ○近年は大手企業がオーガニックに積極的に進出しており、他国産 (ex.バングラディッシュ) のオーガニック素材を使うことによって、低価格競争になっている
- ○日本のオーガニック市場拡大には、大規模流通に乗せるだけでなく、農家と消費者を直接つなぐ直売・ファーマーズマーケット等により、オーガニックの価値を丁寧に訴求していくことが重要でないか。当社は8か所に出店を継続中。

取組みのポイン

- ○単品ではなく、総合的な提案により交渉力を確保(ex.有機海苔だけでなく、有機醤油の組み合わせ)
- ○相手国に合わせた「オーガニック」の訴求。健康・高級・環境保護・ライフスタイル等。欧州・米国・アジアでは相違。
- ○ファーマーズマーケットは、消費者との接点として有効か。

視察内容

- ○ルーチョ・カヴァツォーニ会長と面談※右はコーディネーターの仲西氏
- ○「オーガニックや環境保護に取り組む企業に対して、金融面のサポートは非常に重要」と発言があった。
- ○49%を当社が出資するピザレストラン。
- ○食材は当社から調達するオーガニックを利用しており、他店より1.2-1.5倍の値付けだが、集客は好調
- ○ミラノ・トリノ・ローマ等へ出店
- ○乾田直播農法で米を栽培。
- ○直播した後、複数回注水・排水を繰り返すことで防虫し、30日後に最終的に水を張る。「この農法は確立した技術」との発言あり。
- ○50haを4名の作業員で管理。







Ⅲ. オーガニック商品国際見本市 ~フランス 「NatEXPO」

概要

- ○隔年で開催されるオーガニック商品国際見本市。同種では、ドイツで開催される「Biofa」が最大規模であるが、NatEXPOはそれに準ずる規模であり、フランスでは最大規模
- ○ニーズの高まりを受けて、今後は毎年開催する方針に変更

ヒアリング内容

- ○フランスのオーガニック市場は70億ユーロ (2016年)であり、販売量では前年比22%増加。急激な勢いでマーケットが伸長食品、化粧品、素材、店舗商材、サプリメント、サービスの6部門で650社が参加。外国企業はそのうち15% (EU諸国、ブラジル、カナダ等)
- ○オーガニック商品の流通チャネルは、オーガニック専門店が44%、スーパーマーケット(のオーガニックコーナー)は45%と、両社で90%近くを占める。
- ○オーガニック専門店は、2日に1店新規開店している計算。スーパーマーケットのオーガニック商品の売上高は前年比17.5%増加しており、いずれも大幅に伸びている
- ○NateXPOは全ての商品がオーガニックの商品。食品部門における商品のトレンドとしては、ビーガン、グルテンフリー、低温加工品(?)が増加

取組みのポイント

- ○オーガニックの中でも、特にビーガン(菜食主義)、グルテンフリーは余地ありか。
- ○日本商品もオーガニックは、海苔などの寿司関連商品に加えて、醤油などの加工品と椎茸が有望では。

視察内容

- ○来場者は12千人(2015年)、今年は15千人を目標
- ○マッチング件数は1,000件程度。うち6割が取引開始。
- ○日本からは2社のみ参加(化粧品・洗濯補助品)
- ○ビーガン関連の出品が目立つ。個別にビーガンだけを抜粋した冊子が配布。また、グルテンフリー商品も多数。
- ○簡易調理し、食味をプレゼンテーションするブース多数(豆腐/擬似肉)
- ○オーガニックの日本食品も多数出品(但し日本企業無)
- ○寿司関連の商品多数(海苔・醤油・米・山葵等)
- ○また有機緑茶(含む粉末)や椎茸の出品もあり







(参考) その他視察先 ~「郵便局屋上農園」「Luigino Chierico氏の農場」

パリ18区の郵便局屋上栽培



○パリ18区の郵便局の屋上にある900㎡の農園 ○パリ市は屋上や壁に100haの緑地を作り、うち30%を 有機農園にする計画であり、本企画も公募により選定



○屋上農園の特徴は、土(コンポスト)が薄いため、 少しの太陽光で効率的に土壌を温めることが出来ること、 また風が多く病気になりにくいことがメリット



- ○降雨だけでは十分でなく、5-6時間おきに水道水で 3分間散水を実施
- ○農園の一角では、養鶏や養蜂を実施
- ○6-7人のボランティアによって運営されており、 生産物は販売せず郵便局員へ配布

Luigino Chierico氏の農場



- ○絶滅危惧種の牛を多種飼育している農家
- ○現在は23品種を飼育。うち3品種は世界中で この農場しか飼育していないとのこと



- ○農場主である、Luigino Chierico氏
- ○国のプロジェクトではなく、あくまで民間(個人)で 運営している
- ○いずれは孫が事業を引き継ぐ予定



- ○ホルスタイン牛を飼育し、生乳販売等で生計を立てている ○餌は牧草主体であり、乳量を上げるための飼料は配合せず
- ○飼料配合時は約3年で乳量が低下するが、
- 当農場では15年間搾乳が可能であり、トータルの乳量は むしろ上がっているとの考え

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

---- ツアーレポート② フランス·オーガニック給食 資料

仏、2022年に給食のオーガニック率50パーセントに

コーディネーター兼通訳・在パリ 羽生 のり子

2022年には給食のオーガニック率を50パーセントにすることを法律に記載する、と

フランスのステファン・トラヴェール農業相が12月3日に出た仏週刊紙のインタビューの中で発言した。

オーガニック率50パーセントの給食はマクロン大統領の公約でもあった。

11月30日にはニコラ・ユロ環境相が別紙のインタビューで「週に1回、給食をベジタリアンにしたい」と発言したばかり。

フランスは環境と健康に配慮した給食にシフトし始めた。

「オーガニックでローカルな食材を50パーセントにするの が目標だ。2022年にはケージ飼い鶏の卵をやめる」とトラ ヴェール農相は日曜日発行の週刊紙「ジュルナル・デュ・デイ マンシュ」のインタビューで明言した。これは学校給食だけで なく、官公庁など公共機関の職員食堂も対象になる。フラン スでは2016年11月に「2020年から給食と公共機関の団体食 堂のオーガニック率を20パーセントにし、40パーセントを持 続可能な食材(ローカル、産直、季節の食材)にする」という 修正法案を「平等と市民性の法」に加えることを国民議会 (下院)が可決したが、2017年1月に憲法評議会が「修正法案 はこの法律の主旨に合わない」と判断したため、この部分が 廃案になったという経緯がある。それ以前は、サルコジ政権 が開催した「環境グルネル会議 | で、「給食のオーガニック率 を2020年に20パーセントにする」ことを目標に決めたが、進 展していなかった。それを考えると、50パーセントはかなり高 い目標だ。

現在、フランスの学校給食のオーガニック率は、全国平均3パーセントだ。学校給食にオーガニックを普及させるためにできたNPO「アン・ビオ・プリュス」に加盟している自治体では20パーセントと高い。なかでも、同団体のジル・ペロル会長が助役を務める南仏のムアン・サルトゥー市ではオーガニック率100パーセントを実現している。

給食のオーガニック率が高いところでは、肉を減らし、豆類などの植物タンパクを増やしている。オーガニックの肉は高いので、この方法で給食代を通常の給食並みに抑えることができる。週に1回、ベジタリアン食にしている自治体もある。

はからずもユロ環境相は、11月30日発行の週刊誌「ヌーヴェル・オプセルヴァトゥール」のインタビューで、「肉は食べるか」と聞かれ、「5人家族の中で2人はベジタリアン。自分を含め、あとの3人は週に1回しか食べない。(・・・)学校給食では週に1回、ベジタリアンの食事を出したい」と述べた。

農薬問題などでことごとく意見が違う農相と環境相のあいだは冷戦状態だと、フランスの複数のメディアが伝えている。環境相の「週一ベジタリアン給食」の提案を、農相は「処罰を与えるようなエコロジー」と酷評した。しかし実際は、2人の発言は補完しあうもので、オーガニック率が上がればゆるベジ

傾向になっていくことが、オーガニック給食を実現した自治 体でわかっている。



オーガニック100パーセントのムアン・サルトゥー市の小学校の給食



オーガニック率90パーセントのパリ2区の小学校の給食



仏:郵便局の屋上で職員がパーマカルチャー 市が応援 フランスの郵便局の屋上で野菜や果物を栽培する動きが、職員を中 心に広がっている。パリ18区の郵便局の900平方メートルの屋上で パーマカルチャーを計画した郵便局職員のグループは、パリ市の都 市農業推進プロジェクトに応募し、入賞した。パリ市が応援したこと で、郵便局側から屋上の使用許可が下りた。グループはNPOを作り、 栽培を始めた。今後は他の地域の同様の活動をするグループと連携 していく。









参考資料:「alterna」より



89 ------- 食農教育 2001.9

海外からのレ

の有機野菜を」の動き

羽生のり子

食農教育 2001.9 ----- 90

の ベダリウー小学校の子どもたちに植物を説明するバティユ=フ 農 オンさん

93 食農教育 2001.9

今日の前菜のひとつ。サヤインゲン、ニンジン、キュウリ、トマト、ジャガイモとも、すべて地元産の 有機野菜

食農教育 2001.9 ----- 92

給食の調理スタッフ。右がシェフのコレット・ベルゴンさん。左がアニック・ギユマンさん

食農教育 2001.9 ----- 94

参考資料:「食育教育」より



Organic Market Study Tour Report Organic Market Study Tour Report

> イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集 ツアーレポート(3)

NPO法人グレインズ・イニシアティブ 山本 慎吾

日本における給食事情と イタリア&フランスにおけるオーガニック給食

2015年に国連において「持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals 以下 SDGsとする)」が 採択された。

SDGsは、貧困の根絶や格差是正、働きがい、環境保護な ど17分野の目標を2030年までに達成することを目指している。

SUSTAINABLE GOALS DEVELOPMENT



環境負荷を考えた農法や、アニマルウェルフェア(動物福 祉)、フェアトレードなど、数多くある問題に対してアプローチ を行うオーガニックの世界は、まさにSDGsを達成するために 不可欠な事であり、これからを担う次世代のために、追求し ていくべき事だと考える。

このレポートではオーガニックを普及させるための手段の 一つとして「オーガニック給食」に着目する。

まずは、国際環境NGOグリーンピースが2015年にまとめ た「ハッピーランチガイド」を参考にして日本の給食事情をま とめた後に、オーガニック先進国であるイタリア&フランスの 状況を述べる事とする。

いても「食品への安心・安全性」を求める声は高くなった。

幼稚園の給食に関しても同様の事が言え、8割以上の幼 稚園が給食の「安心・安全性に配慮している」と答えた。



地元有機食材の給食を楽しむ子どもたち (フランス・ベーグル市で)

プラン策定し経費補助

「地元有機食材を増やす」小学校13校に供給する。

日本農業

め」を盛り込んだことを受け、取り組 6年に制定した「学校給食政策」の一 6年に制定した「学校給食政策」の一 度家が作った有機農畜産物を学校給 でいる。 EUと世界保健機関(WHO)が

で

組

み

拡大

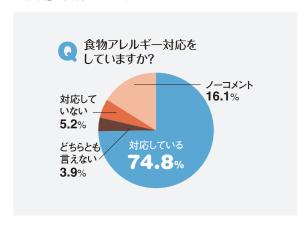
参考資料:「日本農業新聞」より

園児の給食の安心・安全に 配慮していますか? ノーコメント 16.4% 配慮して いない 0.6% 配慮している どちらとも 言えない 79.89 3.6% 食材の放射能検査を 行っていますか? ノーコメント 19.4% 行って いない 11.8% 部分的に 55.2% 行っている 13.6% 食品添加物への配慮を していますか? ノーコメント 17.3% 配慮して いない 2.1% 配慮している どちらとも **59.4**₉ 言えない 21.2% 遺伝子組み換え作物への 配慮をしていますか? ノーコメント 17.9% 配慮して いない 3.9% 配慮している どちらとも **53.3** 言えない 24.8%



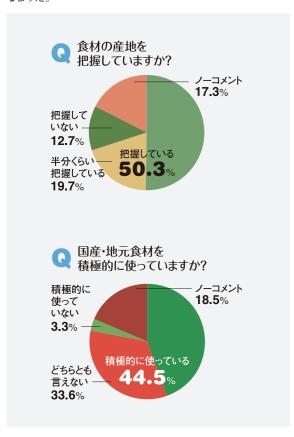
②アレルギーを抱える園児とその増加

総務省の報告によると、9割の幼稚園に食物アレルギーを 抱える園児が在籍しており、年々増えているとの事。その事に 影響され、約8割の幼稚園が「食物アレルギーに対応してい る給食」を実施している。

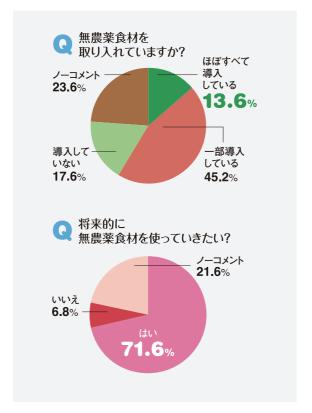


③食品のトレーサビリティとローカルの意識

「食品への安心・安全性」への要望が強くなる事で、食材の仕入れ先を管理、把握する幼稚園も増えてきている。また、幼稚園によっては卒業生や保護者との繋がりから地域の食材を活用し、育児以外に地域経済に貢献しているところもあるようだ。



④幼稚園におけるオーガニック給食の実施数と要望 「食品への安心・安全性」への要望が強くなってきている 中、ほぼすべての食材で無農薬の物を取り入れている幼稚 園は13.6%であり、無農薬食材を取り入れる事に対して前 向きに考えると答えた幼稚園は7割となっている。



⑤オーガニック給食の普及を阻害する要因

上記で述べた様に多くの幼稚園が有機食材を給食に取り入れたいと考えているが、その事を阻害しているのが「無農薬食材の費用の問題」や「既存で取引を行っている給食業者との調整」「安定供給面への不安」などの要因である。



給食1食あたりの値段はいくら? 最も多いのは300円以上 150~174円 3.6% 150円未満 1.8% 不明 14.8% 300円 以上 275~299円 28.2% 275~299円

14.5%

平成22年の調査によると、日本国内における有機農家の戸数は全体の農家の0.5%(有機JASの認証を得ている、得ていないに限らずの合計)となっており、平成29年現在はおよそ1%が有機農家であると言われている。現在の状況では、有機農家の絶対数が少ない事で、価格の競争力、数量ともに満足な状況とは決して言えない。

250~274円

14.8%

農業全体に占める有機農業の占める割合

- ○全国の有機農家数は1万2千戸であり、全農家数の0.5%を占めている(推計値)。
- ○有機農業が取り組まれている面積は1万6千haであり、農業全体 の栽培面積の0.4%を占めている(推計値)。
- ○有機JASと有機JAS以外の有機農業を比較すると、農家数では、有機JASを取得していない農家数が多いが、栽培面積では、有機JAS ほ場の方が多くなっている(推計値)。
- ○有機農家数は年々増加しており、平成18年から平成22年までの間で35%の増加率となっている。

○有機農業に取り組んでいる農家数(平成22年)



資料: 2010年世界農林業センサス 平成22年度有機農業基礎データ作成事業報告書 表示・規格課調べ

○有機農家数の推移

年度	18	19	20	21	22
有機農家数 (内JAS認定)	8,764 (2,258)	10,045 (3,319)	10,981 (3,830)	11,323 (3,815)	11,859 (3,994)
前年度比		114.6%	109.3%	103.0%	104.7%

資料: 平成22年度有機農業基礎データ作成事業報告書 表示・規格理調べ

○国内の栽培面積(平成21年)

有機農業	農業全体
1. 6万ha(0. 4%) 内訳 有機JASほ場 9千ha(0.2%) 有機JASほ場以外 7千ha(0.2%)	461万ha(100%)

資料: 平成21年耕地及び作付面積統計 平成22年度有機農業基礎データ作成事業報告書

表示・規格課調べ

また、無農薬食材の特徴として添加物などの化学物質が使用されていない事から、保存が利かず生鮮食品の取り扱いが難しくなる。そして無農薬食材の最大の特徴は、季節によって収穫出来ない食材がある。

[旬のカレンダー]



旬の野菜一覧表

難難		_	見	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ħ			135	•	-								•		-
2	. 1	7	う	•	-								•		-
t	h	z	h									•			-
li.	· h	نا	h	•									•		-
t	b	z	h	•	1								•		-
Ą	į į	1	ŧ	•	-	1								•	-
1	l	١	ŧ									•			-
ľ	· + 1	١٤١١	ŧ		1					•				-	
	やい				:			•				-			
ħ			p						•					-	
1			<u>-</u>		1	1	1		•		-				
ð		う	IJ						•		-				
+		_	ス		:	1			-			-			
+		×	ייי	•		1			-				-		_
Ė		_	菜	•	-								-		-
小		Ç.	菜	•		-									
1		_	6							_					
さ			き	-	_	1	1	1	:		:		-		_
		2		_					•				_		
去	1	2	ਣੱ						•	w ±0	計画安です		•		

現在のほとんどの幼稚園は、給食の実施のために「献立作成ソフト」を使用し「栄養価計算」「使用食材」「コストの算出」を行っているため、無農薬食材を使用する事による食材の制限は管理栄養士、調理師の献立の創意工夫を求める事となる。

既存の献立に無農薬食材を単純に置き換えるだけでは単純な原価のアップに繋がるため、やはり献立の創意工夫が求められる。



さて、これまでは日本の給食について述べたが、オーガニック 先進国であるイタリアとフランスのオーガニック給食につい ての状況を挙げていきたい。

イタリアのオーガニック給食

①法律の制定

- ・有機商品の普及のため、農業食糧・林業政策省が有機給 食の認証制度を制定している。
- →有機商品を使用しているパーセンテージに基づき、補助金が出される仕組み。
- →2021年までに4,400万ユーロの予算組みを行っている。
- →この予算は、有機給食を導入したためにコストアップした 経費へのフォロー、有機給食の普及のための情報提供、 催事の開催、広告宣伝料に使用する。
- ②オーガニック給食の実施状況と有機農業の発展 ・オーガニック給食を実施している学校は1,288校あり、その 内の300校は給食に使用されている食材の70%以上が有 機食品。
- ・ロンバルディア州のミラノ市がイタリアの中で有機給食が最 も普及している。
- ・ミラノ市の公共食堂を運営している会社は、2011年から有機給食を始めているが、8万食/日を有機食材でフォローする事が難しく、当初は食材が足りなかった。
- →足りない有機食材は、他地域で収穫した物を使用する事で対応。その影響で北イタリアの有機農業が活性化した。

- →ミラノ市の補助もあり、ミラノ市内の学校給食の35%が オーガニック給食となっている。
- →給食で使用している乾燥パスタ、スペルト小麦、大麦、プレンタ、カチョッタチーズ、数種類の果物は100%有機になっている。米についてはローカル性が優先されており、有機食品ではない。
- **→**2018年までにミラノ市は、50%をオーガニック給食にする目標を持っている。

フランスのオーガニック給食

- ①ムアン・サルトゥー市 (Mouan-Sartoux)
- →人口10,500人の町。
- **→**面積は1,350ha。(500haは自然のままに残っている)
- →カンヌ、グラース、アンティーブの三都市に囲まれた土地であり、その三都市の発展には、その中心部であるムアン・サルトゥーの発展が求められたため、ムアン・サルトゥーに人が集中した。
- →その影響から環境問題が起きた経緯がある。
- また、1998年に狂牛病問題が発生。
- →2005年に国が食についての健康計画を発表し、その中で 全粒粉を取り入れる事を推奨したが、全粒粉は農薬の影響が強い事がクローズアップされた。その様な影響から、 子どもの健康問題やサステイナブルな考えが起きた。
- →1987年から「Fesitival of books」が開催され、市長、市民、 科学者、経済学者などが集まって討論を行う機会となり、 ムアン・サルトゥーの食の改善に繋がった。
- →「Fesitival of books」は60,000人が集まり、毎年開催されている。
- ②ムアン・サルトゥーのオーガニック給食
- →2008年からオーガニック給食を実施。2009年には食材量 の25%がオーガニック食材に切り替えられた。
- →ムアン・サルトゥーのオーガニック給食は1,000食/日。
- →通学している子どもの96%が給食で昼食を取っており、保護者の支払う給食費は1食あたり2ユーロ~6.2ユーロ/人になっている。(平均は3.13ユーロ)
- →食材費のみの価格は、1食あたり2014年2.02ユーロ、2015年2.07ユーロ、2016年2.04ユーロ。フランス国内で慣行栽培の食材が使用されている給食は、2ユーロであり、オーガニック給食と価格がほとんど変わらない。その背景にはムアン・サルトゥー市の支援があり、市が8.5ユーロ/食を負担している。(8.5ユーロの内の6ユーロは人件費などの食材費以外の経費)
- ➡給食は4つの観点から考えられている。
- (1) 新鮮な食材を使用し、基本的に既に調理された食材は使用しない。

- (2)国が設定しているPNNS(栄養健康計画 9つの項目) に則っている。
- (3) ムアン・サルトゥー市が実施している給食は市民の健康とサステイナブルが目的である事が尊重される。
- (4)給食は子どもに対する教育であり、健康と環境教育の意味を持つ。

③オーガニック給食を実施する上での対策 (1)コスト対策

- ・高価な有機食材を給食に使用する上で、コストアップを抑えるために考えられた対策は、食糧残渣を減らす事であった。
- →従来は1人当たり450gの給食をそれぞれに配給していたが、食糧残渣を分析すると実質的には1人当たり平均300g しか食べられておらず、150g/人は食糧残渣となっていた。 (フランス国内の給食で発生する食糧残渣の平均は 110g)
- →この事から個人によって食べる量を調整出来るように、盛り付ける量を調整した。
- あらかじめ大きいサイズと小さいサイズを作り、足りない分はおかわりをする仕組みに変更した。



訪問した小学校



容器によって 内容量に大小の差がある



児童の要望に応じて 量を取り分ける



パンも小振りになっている





職員用の給食

児童とは献立の内容が違う。学校関係者以外の市職員も食べられる



市の給食担当のGilles PEROLEさん

- (2)給食に使用する食材を段階に分けて有機食材に切り替え ・確保できる有機食材に限りがあり、供給体制が間に合わない事から、品目毎に有機食材に切り替えるなど、段階を経てオーガニック給食を実施した。
- **⇒**まず、子どもたちが喜んで食べる食材を優先的に有機食材 に切り替えた。
- →一番高価な肉類は最後に有機食材に切り替えた。
- (3)「市営オーガニック農園」と「冷凍加工施設」の立ち上げ ・有機野菜を給食に導入する上で問題になった事は農家との 癒着関係を防ぐため、フランスでは法律で25,000ユーロ以 上の直接的な取引を禁止している事であった。
- →ムアン・サルトゥーは別荘地としての人気が高い事から、土地を別荘地として販売したい。市民もいるが、「市営オーガニック農園」への活用が優先されており、そこで栽培された有機野菜が給食で使用される野菜の85%をフォローしている。
- ➡「市営オーガニック農園」の面積は、6ha。
- →「市営オーガニック農園」以外の市営農園は2001年に 40haだったが、2012年に112haとなった。
- →農地が増加した背景には、ムアン・サルトゥー市が Agenda21(各自治体が21世紀におけるサステイナブルな 環境を整備する事を目的としている)に基づき、地域都市 計画を策定し、実行した事が要因。





市営オーガニック農園

- →有機野菜は1年を通して収穫出来ない事から、2017年に 「市営の冷凍加工施設」を建設し対応している。
- →この「市営オーガニック農園」「冷凍加工施設」は地方自治 体が運営する施設で、唯一「Agence Bio」の認証を得てい る。

(4)献立内容の変更

・献立の内容について変更を検討しており、動物性たんぱく 質の摂取を控え、植物性たんぱく質への切り替えを推奨し ている。

(5)給食を通じての教育

- ・給食に野菜を提供している「市営オーガニック農園」を活用 する事によって、子どもたちが農業を通じて環境問題を考え る。
- ・給食を取った際に、子どもたちは食糧残渣を4つのバケツに 分別して捨てる。
- →①前菜、②肉·魚類、③つけあわせ、④デザート



・全ての市民を対象として、サステイナブルな教育を実施。

- ➡16家族が3つのグループに分かれて、半年の期間、費用を抑えた献立について考え、結果を討論する。それを大学の研究者、学生などが評価し、大学の博士論文にする取り組み。
- →この取り組みを他の地域に活用できるように昇華させ、広報している。
- →エストアニアでオーガニック給食の取り組みをEU加盟国 (28ヵ国) へ発表したところ好評であり、EU加盟国(28ヵ国)が視察に来る事となった。

④パリ2区のオーガニック給食

- ・人口は約20,000人。
- ·面積は約99ha。
- ・12の学校があり、1,650人の子どもが通学している。
- ・区長はジャック・ブトー氏。

(1)オーガニック給食の実施

・2001年からブトー区長の強い要望により、オーガニック給食を実施している。

- **→**食材の全体重量の90.2%、金額の96%が有機食材になっている。
- →保護者へは世帯の所得に応じて給食費を請求しており、 給食費は10段階に分かれており、13セント~7ユーロまで の幅がある。





訪問した学校

(2)給食に使用される食材の認証

- ・食材の一部は有機認証だけではなく、赤ラベル (LABEL ROUGE) も含まれている。
- →赤ラベル (LABEL ROUGE) とは、農業・畜産が近代化、 商業化(大量生産) されている事に危機感を覚えた生産 者が1960年代に「伝統的な生産方法」「伝統的な飼育方 法」を優先するために行った活動が始まりであり、その商 品の価値を示すラベル。



Label Rouge ラベル・ルージュ

フランスでは、政府による戦格を商品の品質認証が行われています。 戦しい基準をクリアして、高品質・安全・味が食いと認められた商品 にはこの「ラベル・ルージュ」マークを付ける事が出来ます。 豚肉の場合、フランス全生産量の約5%程度しか取得していないほどに 戦しい検査を池遇した高品質の証が「ラベル・ルージュ」なのです。

(3)入札による給食供給企業との関係

- ·学校には厨房がなく、入札で落札した外食企業に委託している。
- ➡入札は4年に1度開催される。
- →入札行われる度に、有機食材が使用される割合が増えて きた。
- →現在、給食を供給している企業は、フランスの大手「ソデク ソ社(Sodexo)」の子会社である。
- →パリ2区が求める品質基準は、①オーガニックの割合が高い事、②トレーサビリティの管理、③献立のバラエティー感、④調理場所、⑤製造にかかわるロジスティック(配送車は電動自動車のみを使用)など。
- →求められる品質基準が高く、基準を満たす企業が少ない事から、「ソデクソの子会社」がほぼ指定業者になっている。
- →落札価格を分析すると、コストはオーガニックを給食に取り入れる前の1.2倍にも満たず非常に安価である。

(4)献立の工夫

→給食を食べる児童の年齢に応じて、献立の構成を変えている。小中学生は4種類で構成し、高校生以上は5種類で

構成されている。

- →週に一度、全員がベジタリアンメニューを必ず食べなければならない日がある。
- ➡ベジタリアンメニューの日以外は、肉などの入ったメニューとベジタリアンメニューのいずれかで選択する事が出来る。









- →ムアン・サルトゥーと同様に、動物性たんぱく質の使用を控え、植物性たんぱく質に切り替えて行く方針。
- 大豆イソフラボンの影響を加味し、大豆の大量摂取は控 え、その他の豆類(ひよこ豆、白いんげんなど)を活用する。
- →給食に使用される食材は、季節感、地元産の物が優先的 に使用され、外食企業の栄養士とパリ2区の栄養士が献 立の話し合いを行う。
- →2ヶ月に1度の頻度で献立審議会が開催され、区長、議員、 保護者、子どもたちで話し合いを行い、その情報を外食企 業に提供している。

日本における今後の取り組み

イタリア&フランスでの視察を参考に、日本においてオーガニック給食を普及させるために下記の事に取り組みたい。

①オーガニック給食ソフトの開発

従来の給食ソフトではなく、日本の伝統食、精進料理の特性 を活かした献立にする事で有機食材を使用した際のコスト アップをフォローする。また、給食ソフトの機能をうまく使い、 栄養価計算、トレーサビリティを明確にする。

このソフトの開発により四季を取り入れた給食の提供が可能になる。また、季節ごとに必要となる野菜の栽培、量の確保が可能になる。

②地方自治体とのタイアップ

パリ2区の様に自治体のリーダーとタイアップし、オーガニック給食を強力に推進する。

③ローカルな商流の形成

新規就農者のほとんどは有機農業に興味を持っており、幼稚園(その他、スーパーなどの小売店、直売場などの活用)を中心とするローカルな商流を形成する事が出来れば、有機農家を支援する事に繋がり有機農家の増加が見込める。そして、ローカルな商流が構築される事により、保存の利かない生鮮食品を給食によって子どもたちに提供する事が出来る。そのローカルな商流を構築するためにも、幼稚園の経営者の理解、管理栄養士、調理師の献立の工夫、周辺の住民(農家を含む)の理解とバックアップが必要である



イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

―― ツアーレポート④

新米農家の視点からみた海外有機食品市場と今後の展望

農業 東 章子

私達夫婦は2015年に長年勤めた金融業界から文字通り畑違いの仕事に転身、山梨県北杜市小淵沢で多品目の野菜を生産・販売しています。オーガニックマーケットの第一線で活躍される方々と一緒にスタディーツアーに参加するのさえ勇気がいりましたが気持ちよく迎えて頂き実り多い10日間を過ごすことができました。単なる視察の枠を超え、ホームパーティーやパリの郵便局屋上でのサプライズ天ぷらパーティーなどを開いて頂きこころ暖まる交流ができた事にもとても感謝しています。

コストの高い先進国で有機農業をする難しさ

就農にあたり「農業で家族を養うのは大変だ。」「有機では食えない」というアドバイスは何度も頂きましたが何とかなるだろうと夫婦二人で有機農業を始めて3年目になります。農作業には多少慣れてきたものの、物価の高い先進国で第一次産業で生計をたてる事の難しさと小規模有機農家へのサポート体制の欠如を身をもって体験中です。

農薬・除草剤を使わず露地で行う有機農業は慣行農業に 比べると非効率的であり、汚染リスクを避けるため隔壁障壁 を設け、水道水や井戸水を使い、割高な有機適合資材を用 いるためコスト高になります。また野菜の旬を大事にし、連作 を避けて栽培するため少量多品目となり販売は直配が中心 となります。しかし多くの直売所では、慣行・有機を問わず新 鮮でスーパーより安い野菜を消費者が求めるため安売り合 戦となり疲弊し辞めていく農家も多いのが現状です。有機・ 自然農法を実践しながらあまりの忙しさに自分の食事はコン ビニ弁当で済ませている農家の多いこと、それでも有機農産 物は割高であると敬遠されて悪循環に陥っているように感じ ます。

一方欧米では有機食品市場が拡大しているという事で、日本と何が異なるのか、特に二つの観点から自分なりの答えを見つけたいと思いツアーに参加しました。

「日本の農家は高く売りたいために 有機作物を作るが海外は環境維持のため でスタンスが違う」というが本当か 上記のような言葉を知人から指摘されその答えを探すべく 訪問先を観察していました。その結果、私なりに導きだした 結論は、日本もイタリア・フランスも有機農家の農業への取り組み姿勢、農法、その抱える問題点に大きな乖離は見当たらないという事でした。それどころか、大量生産・大量消費という農業以前の日本の農業は今回視察した先端的な有機農家が学び・実践している農業の先駆けであり、私達夫婦が地元の農家の方々から何かにつけアドバイスして頂くことと特に変わらないのは大きな驚きでした。

ではなぜ、日本と違いイタリアやフランスのスーパーやマルシェには写真のようにBIO商品が種類・量とも豊富にあり消費者に受け入れられているのでしょうか。



(写真1) 左全てBIO製品のパリのマルシェ、上にBIO認証が掲示されています。右スーパーのBIOパスタコーナー種類豊富な加工食品が 並んでいました。

その答えは一つでは無いとは思いますが日本は有機農家 に過大な期待をしすぎているように感じました。組織に頼らず 有機農業で生計をたてるというのは非常に大きな挑戦であ り、厳しい労働をこなしつつ都会のマルシェに自費で出店し、 マーケティング、資金調達、有機認証を得るための基本的な 法令・諸規則に関する知識、IT技術を有し、苦情も含めた顧 客対応をこなせる農家はそう多くは無いと思います。生産に 専念したいという思いを強く抱く農家も多く、それらの農家を 取りまとめて消費地と結ぼうという動きはありますが、これも 農家集団の自発的・単発的な取り組みに頼っていて大きなう ねりにはなっていません。農家の努力が足りないという声も良 く耳にしますが、高温多湿の日本で除草剤を使わずに農作 物を栽培する大変さ、軽くて綺麗な化成肥料を使用せず、時 間をかけて堆肥を作りスコップで畑にまく手間と労力の違い を経験した今は、有機農作物の栽培と販売を同時に行うの は非常に負担が大きいことを多くの方に理解してもらいたい と思っています。

一方、訪問地ではベビーフードや保育所・学校給食から有機食品比率を上げようと努力しており、その確保のために補助金も含め有機農家へのサポート体制が整備されているようでした。フランスで訪れたムアンサルトゥーでは近隣で有機農産物の生産がおこなわれていないため、行政自ら有機栽培に取り組み給食食材を生産し、食育に取り組む事さえ行われていました。フランスはヨーロッパの中では有機への取り組みが遅れているそうですが、受け手側からの需要がダイナミックに高まりつつあるのが非常に印象的でした。







(写真2)市が農家二人を雇って給食野菜を栽培している有機畑と貯蔵庫。別荘開発用に売買契約締結後、市が売買を停止して同価格で購入し農地として残したそうです。人手が不足するときは市の職員が助けています。

また有機食品は健康志向の高い人が購入するというイメージでしたが、ピザや有機牛肉を使用したボリュームたっぷりのハンバーガーに有機コーラなどヘルシーさという観点からは疑問符のつく物も多く、日常口にしている食材を有機で調達できる事が普及を加速しているように感じました。日本でも子供のいる家庭や給食で使われる食材から有機化が進む事を願っています。





(写真3)有機古代小麦を使った消化に良いビザや有機ハンバーガー、 私は有機ビールと一緒に。

労働コストの高いヨーロッパで なぜ有機農業が成立するのか

この点については、やはり有機農家への補助金の存在は大きいようでしたが、様々な生き残り戦略を学ぶ事ができました。

(1)大規模化·機械化

アルチェ・ネロ(注1)メンバーの米農家は800ヘクタール (800町歩)を4名で管理しており、直播きにより重労働の 田植えを無くし、発芽後の水調整で病害虫を管理すること で無農薬栽培を実現していました。

(2)人件費の低減と雇用創出

アグリツーリズモでは海外からの若者が活躍しており季節・短期労働者の活用も積極的に行われている様でした。 人出不足の日本では参考にするのは難しいですが、スキーのインストラクターに夏の農繁期の手伝いを以来するなど 私達も努力中です。

(3)多角化

滞在中、有農作物を売るだけでは経営は楽ではない、加工やレストラン経営、宿泊など多角化が大事だという話は何度も耳にしました。写真(7)のアグリツーリズモでは豚・牛・鶏を飼い、小麦はパンに加工して販売、土・日はレストラン経営に注力して農場を維持していました。

(4)出荷・販売方法の簡略化

コストの観点からは、野菜の販売方法の違いも影響しているように感じました。視察先では有機・慣行を問わず大雑 把に野菜が積まれ客自ら袋詰めしており農家の出荷調整 負担が相当軽減されています。





(写真4)高級食料品店イータリーのトマト売り場(非BIO)では日本ではB級品扱いになる野菜や果物が定価で販売されています。スーパーのBIO野菜売り場では色が付きかけのパプリカがあり、根菜もサイズはまちまちです。小さな穴のあいたリンゴも定価で売られていました。

一方日本では傷一つない野菜が企画通りのサイズ・数量で袋詰めされるのが一般的です。専用機械の開発も進んでいますが、多品目を栽培する小規模有機農家は全て手作業で行うため生産より出荷調整に時間がとられています。綺麗で長持ちするようミニトマトを一つ一つ水拭きしながら虫をチェック、折れたほうれん草の葉は軸から取り除き、根菜は洗って乾燥させてから高価な鮮度保持袋にいれ宣伝シールを貼って出荷します。そうやって出荷した野菜が1袋150円、売れれば1-2割を手数料として払い、返品された売れ残りや虫付き野菜は破いて中身を取り出し捨てる、この繰り返しが周囲の有機農家の実態です。

農作物を工業製品のごとく扱う行き過ぎた管理は有機農作物だけに限らない問題であり、流通・小売り・消費者側からの意識改革がすすめば我々農家の暮らしが楽になると思います。

農業と組合制度

最後に、日本版アグリツーリズモの実現にあたり大きなヒントを得る事ができたので紹介いたします。私がレポートを担当したアルチェ・ネッロ(注1)とIRIS(注2)は数名の農家の協同組合から出発、大きな組織になった現在でも組合制度を維持しています。どちらも担当業務の内容に関わらず給与に大きな差がなく、組合員が参加する会議で経営方針を決められていました。

長年資本市場業界で働き、株主、役員、使用人から構成される株式会社に慣れた私にとって、共同体としての生き方や事業展開は素晴らしい試みではあるが自分とは無関係な経営スタイルだと思っていました。しかし、帰国後土地の手当てや組織作りに奔走する中で我々も組合方式をとるべきだという思いを強くするようになりました。

IRISの新有機PASTA工場は規模が大きく、自社の農作物では必要原材料を賄えないため小麦の大半は外部から仕入れているそうですが、現在でも広大な農地を維持し、農産物の直販も続け、有機農家である事に誇りをもって農場案内をしてくれました。





(写真5)IRISの近代的でおしゃれな工場、農場にはCooperative (組合)の看板が掲示され、野菜や麦を栽培しています。

第一次産業である農業は肉体的に大変な割に売上げが少なく、経営安定化のために収益性の高い加工やレストラン、いずれは農家民泊にも取り組まざるを得ませんが核は農業生産であり続けたいと考えています。そのためには、多角化された企業全体の利益を一体のものと考え、どの部門も対等の立場を確保し、労働に応じて分配(従量分配)する組合方式が馴染みやすいのではないでしょうか。組合の設立方法や特徴は現在確認中ですが、農業経営(耕作・販売・加工など)のみを行うのであれば課税上の優遇措置がある農事組合法人、農家レストラン・農家民泊など付帯事業の所得が半分以上になる場合は企業組合などが考えられ、いずれの場合も組合員は原則として働いた量に応じて分配を受け、経営は一人一票の合議制で行う点で規模は違えどIRISと似た企業組織となりそうです。

有機農家支援の輪

「なぜイタリアの村は美しくげんきなのか、市民のスロー志向に応えた農村の選択」という本によると1970年代はじめ環境に優しい伝統的な農法を目指した地方の農家が仲間を集め、当時アメリカが進める集約的農業に反旗を翻したことを訴えるためアメリカン・インディアン「アルチェ・ネッロ」の名前をつけて成功、世界中にオーガニック革命をおこすきっかけとなっています。その後EUの食品安全基準の強化と有機農家支援が強化された際、すでに多くのイタリア農家はアルチェ・ネッロの成功を知って農産物を高値で売るためには有機転換が必要だと知りつつも、研究熱心ではないし複雑な手間を嫌っていましたが補助金と2-3割高い価格を求めて有機に取り組み始めた農家が多いそうです。

日本では行政による有機農家支援はほとんど無いにも関わらず私の住む北杜市には新規有機農家・自然農家が集まってきています。有機に関心の高いこのレポートの読者の方々にそのような農家をサポートする一歩を踏み出してもらいたい

と思います。そのためには可能な範囲で有機食品を買って頂くのが一番です。私の尊敬する有機農家が「大根1本300円がそんなに高いですか? 絞ればペットボトルの水より栄養価の高い水分がたくさんとれますよ。ジャガイモが高いというならポテトチップスと比べてください、ほんの少しであんなに高いのに皆さん買っていますよ」と訴えていたのが非常に印象に残っています。ちょっと見方を変えペットボトル2本の水を節約すれば有機大根1本が購入できます。有機食品が店に無ければ欲しいと伝えるだけでも支援の輪が広がるかもしれません。有機野菜を欲しいと言ってもらえる、それが有機農家の強い支えとなります。

私達は今回のツアーで学んだ事を活かし仲間と組合を設立して来年春から農家レストランや移動式養鶏を開始する予定です。アルチェ・ネロやIRISのように持続可能な組織づくりに励みますので応援よろしくお願いします。

(注1

アルチェ・ネロは1970年代から有機農業に取り組み現在では多様な有機食品を世界中で販売しています。日本はその中でも大きな市場であり日仏貿易のサイトに詳しく紹介されています。(http://www.nbkk.co.jp/brands/alcenero.php)

(注2)

IRISは多品目の有機野菜生産、パスタ、トマトソースなどの加工とパスタの廃棄部分を利用した養豚・加工をしています。新しく作られたEcoに配慮した有機パスタ工場は農家の協同事業というより企業としての規模を備えていました。IRISについては夫東正隆のレポートをご参照下さい。

参考文献

学芸出版社 なぜイタリアの村は美しく元気なのか 著者 宗田好史

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

―― ツアーレポート⑤

イタリア及びフランスにおける有機農業経営について

農業 東 正隆

Iris Society Agricultural Cooperative Work and Production Joint Stock 2017.10.15

自己紹介とツアー参加の理由

今回のスタディ・ツアーには妻(章子)と一緒に参加しました。我々夫婦は4年程前に東京での会社勤めを辞め、山梨県北杜市小淵沢に移住し、農業を始めました。初年度(15年度)に約7反(約2,100坪)で始めた少量多品種の野菜の露地生産も来年度(18年度)には約1町5反(約4,500坪)に拡大する予定で、就農以来続けている無化学肥料・無農薬での栽培もどうにか形に成って来た所です。有機JAS認定への挑戦、農園レストランの開業を始め、来年度からの規模拡大・質の向上・経営の多角化を念頭に、欧州の有機農業の実際に触れてみることは大変に意義深いものと考え、今回のツアーに参加することとしました。我々の参加意図からは、必然的に有機農家やアグリツーリズモの経営、作物、農法等が興味の中心になりましたので、かかる点を中心にレポートさせて頂きます。

IRIS(イタリアの農業協同組合)

【概要】

- ●1984年に設立された農業協同組合。7名の若者(内農家は 2~3名で、他の方は工員等の非農業労働者)が発起人で、 有機農業の実践、直接販売、雇用の場の提供、協同組合 的運営を設立趣旨とする
- ●農法の基本は「昔ながらの農法」。3~4年の輪作を基本と し、化成肥料、農薬を使用しない
- ●サラダ用野菜等生鮮野菜の生産・出荷もあるものの、農産物を加工して販売する比率が高く、パスタ、トマトソースが主力製品
- ●昨年度の売上高は2,100万ユーロ。70%がパスタ、残りは 生鮮野菜、トマトソースが中心
- ●1999年に加工会社を設立し、小麦粉、パスタ、トマトソース等を生産。IRISと加工会社を別組織としているのは付加価値税(EVA)の観点から。農産物にかかるEVAは低率で、加工品のEVAは高率
- ●2016年6月にパスタの新工場が完成。パスタ工場は将来の 需要増を見込んで大き目に作ってあるため、現状の稼働率 は50~60%。12基の小麦サイロ、乾燥機、パスタライン (生産量は年間3.5万トン)。環境に配慮した工場であり、 壁はエコ素材、屋根の太陽光パネルで100%ではないが多

くの電気を発電でき、排水の浄化システムも備えている。また、パスタ生産工程で発生するパスタの切れ端等を飼育している豚の飼料としているとのことであり、資源循環型の事業運営が徹底されている

- ●パスタの原料の小麦は自社生産だけでは足りないため契 約農家から仕入れてもいるが、EU認証取得に加え、自社 検査も行っている。パスタ工場では、一部古代小麦を使っ た製造ラインもある
- ●設立趣旨に基づき直接販売が基本。顧客はGAS(イタリアの共同購入組合)、オンラインショップ、有機専門店、海外・国内のプライベートブランド (PB)。PBが多いため、自社ロゴを付して販売しているのは加工品では35%程度。パスタは60%国内、残りが海外(ドイツ、イギリス、フランス、デンマーク)で販売、特にドイツ向け売り上げが伸びている。スーパーマーケット等の店頭販売は価格プレッシャーが強く、高率のコミッションを要求されるため出荷していない(スーパーマーケットはコミッションを払って売り場を借りているイメージ)。パスタ生産での成功の要因は欧州全域におけるBIO需要の急増であり、連れてIRISの売り上げも伸びている
- ●IRISは設立当初から現在まで協同組合として運営されており、基本的には構成員の全員が出資し、全員が労働。構成員は現在パスタ工場を含め30名(パスタ工場従業員の一部は出資していない者も)。基本的に同一賃金であるが、年金の積立額、勤続年数、職能、学歴により受取額に差はある。基本方針にも関わらず、2012年から出資のみの者も組合員にすることとした。訪問したIRIS直営売店では、IRIS製品だけでなくオリーブオイル等の出資組合員の産物・製品も販売。協同組合として運営し続けているのは、設立趣旨も大きいが、税制メリットが大きいという理由もあるとのこと



オランダ等への輸出も行うサラダ用野菜



広大な敷地で伸び伸びと育てられる豚達



出荷基準に達しないパスタは豚の飼料に



直営売店では出資者の産品も販売



環境に配慮した清潔なパスタ工場



出来立てのパスタ類

【所感】

- ●生鮮青果から農産物加工品の製造・販売への事業展開は、農業経営の拡大に際して有力な選択肢であると考える。生鮮青果は特に収穫・出荷作業の機械化に限界があるため「労働集約型」に留まらざるを得ず、売上高・利益額は投下労働力に比例的にしか増加させることができない。一方、加工品の製造プロセスは高度に機械化・効率化が可能であるため、(原材料の生産プロセスを度外視するならば)工場・物流設備等へ投下する資本に等比級数的に売上高・利益額を増加させることが可能であるからである
- ●また、(当然ながら)加工品は賞味期限を長くすることができるため、販売ロスの観点から生鮮青果に対して大きな優位性を有している
- ●更に、主力商品(パスタ)の原料が、連作障害の恐れが少なく、生鮮青果と比較して有機栽培に向いていると考えられる穀物(小麦)であるため、有機での栽培規模拡大が比較的に容易であると想定される
- ●他方、加工に参入するためには資本が必要であり、IRISも2016年にパスタの新工場建設に2,000万ユーロ(130円/1ユーロ想定で26億円)を投資している。資金調達に際しては、IRISの30年超に渡る事業継続の実績、信頼感が借入・出資の受け入れによる資金調達を可能としたものと考える
- ●「協同組合」として事業を継続・拡大して来たことも興味深い。一農家の視点からは、経営規模を拡大するために法人化することを想定した場合、「資本家(経営者)⇔従業員」の関係である株式会社形態よりも、「皆で働き、皆で分配(経営者≒労働者」が基本の協同組合形態の方が農業の実感に合致すると感じている。企業(大規模な株式会社)による農業参入が奨励される風潮の中にあっても、「農事組合法人」や「企業組合」形態による農業の集団化・組織化がもっと普及して然るべきではないかと考える

イタリア稲作農家(アルチェネッロの会員)

【概要】

- ●耕地面積800haでリゾット米を有機栽培
- ●作業を高度に機械化しており、広大な面積をスタッフ4名 で耕作
- ●日本の通常の稲作と異なり、(育苗した苗を植えつけるのではなく)種もみを直接播種(はしゅ)する「直播き」を採用。播種後15日程度経過後に田んぼに水を入れ、2週間経過後に一度水を抜き、更に1週間経過後に再度水を入れる等、繊細な水管理を行っているとのこと。トラクターで牽引する幅6メートルの播種機により、800haの耕地に数日間で播種が可能
- ●大規模地主の農園を買い取って農園を始めた



稲刈りが終わった広大な水田



効率的な作業を可能にする大型農機



6mを一気に播種できる専用播種機



自前の精米工場とサイロ

【所感】

●高度に機械化した穀物の大規模生産により経営規模を 拡大することも有機農業の一つの方向性だと考えられる。 生鮮青果に比べて穀物栽培は機械化が容易であり、(特 に水稲は)連作障害のリスクが低く、慣行農法と比較して の単位収量の少なさを許容すれば有機農法の採用もハードルが低いと考えられる(但し、水稲の場合の水源に関する我が国の有機JAS認定基準については別途の検討が必要)

●稲作の直播きは近年日本でも注目されており、徐々に広まってきていると理解。直播きとすることにより、代掻き、田植えに係る労力を軽減することができることも大きなメリット。但し、リゾット等に調理して食するイタリア米と白米で食することが殆どである日本の米の位置付けの違いには留意が必要。食味の向上にしのぎを削り、反収の増加に腐心する日本の稲作に、粗放的と感じられる直播きを導入することには大きな抵抗があるものと想定される

Accua e Terra(ミラノ郊外のアグリツーリズモ)

【概要】

- ●農場(畑作、家畜飼育)、農産加工、宿泊、レストラン、レンタル菜園、体験農業、農業セミナー、保育園と非常に多角的な事業展開
- ●農場の面積は25ha、スタッフは15名で全てEU域外の労働者。野菜、鶏、その他家畜等、担当を決めて従事。週末のガーデン・レストラン営業、保育園には別途のスタッフを雇用
- ●農場経営の基本理念はパーマカルチャーとアニマルウェ ルフェア
- ●農場を幾つかのゾーンに分け、土地の特性・動植物の生態系を考慮し、持続可能な環境を維持するため、ゾーン毎の作物・家畜の配置を設計、ローテーション。大都市ミラノからの工業・生活排水で汚染されたランゴロ川沿いの敷地6haは作物を植えず、森林にしている。森林にすることにより汚染水の浸食を避けるとともに、動物の生息域、エネルギー(燃料)の獲得の場としている。他のゾーンは、果樹ゾーン(固定)、菜園、鶏・牛・豚の飼育場のローテーション、蜜蜂の飼育も。作業場には太陽光発電、バイオマス給湯を装備し、宿泊棟で使用する電力、温水を供給
- ●家畜の飼育においては、飼料、飼育環境だけでなく、動物 毎の習性にも配慮。例えば、鶏の飼育に際してはオス1羽 に対してメス10羽を小単位とし、鶏が一番心地よいと言わ れている約120羽を1グループとして一つの鶏舎で飼育。放 牧スペースと一体で囲われる鶏舎は1週間で移動し、新鮮 な草を常時食べられるようにしている。牛も、牛が一番心 地よいとされる同年齢の6頭を1グループとして飼育
- ●野菜・鶏卵等を定期的に出店するミラノ市内のマルシェで 販売しているが、収入の多くは農産加工品、宿泊、レストラン。「農産物をそのまま販売しても経営は困難で、加工・ サービスで付加価値を付けないとダメ」(経営者のイレー ネさん談)



ゾーン分けの地図を説明してくれるイレーネさん。 ローテーションするため、作物・家畜は貼り付けで移動できる様に



有機農家なら見慣れた畑の風景(除草剤を使わないとこうなります。 雑草をかき分けて作物を収穫)



放牧スペースに移動する前なので、 ちょっと狭い睡眠スペースに居るところ



馬達は放し飼い

「所感】

- ●合理的に計算・設計された多角的農園経営。都会生活の 人々が憧れる「田園生活」を上手にプレゼンテーションし、 付加価値の高いサービス・農産加工品を提供
- ●日本においても、大都市近郊で地の利の良い農村では類 似のビジネスモデルを採用することは十分可能と思料



鶏達はゾーンを越えた移動の日。 鶏が入った鶏舎ごとトラクターで引っ越し



移動が完了して新天地に放された鶏たち。 鶏舎1つで約120羽のグループ

ムアン=サルトゥー市営農園

【概要】

- ●市の有機給食のために十分な量の野菜が入手困難であったため、市営農園として2010年に設立(給食1食当り190gの野菜が必要。現状では86.7%生鮮野菜、8.2%冷凍、5.1%ビン・缶詰め)。現在85%の野菜が市営農園から
- ●Ecocent認証取得。休耕地も入れて4~5年の輪作。肥料は、馬糞、牛糞ペレット、鶏糞、羊糞、緑肥も。害虫防除は防虫トンネル等の物理的防除が中心だが、有機適合の薬剤を使うこともある。極力在来種を使っており、将来的には不耕起栽培にも挑戦したい
- ●敷地面積は約6haあるが、耕作面積は現状3.5ha程度、温室2,000㎡で、市の職員2名が常時農作業に従事し、農繁期の応援含め平均2.5名の労働力。オリーブオイルも市で作っており、加工・冷凍設備も導入予定
- ●30~40種類の野菜を生産。その内、ジャガイモ、ウリ、キャベツ、ネギ等の4~5種は大量に生産
- ●6~8月がバカンスで学校が休みで給食が無いので、生産 の季節調整が大変。夏野菜はずらし、冬~春野菜は早め に播種



日本では見かけない形の雨除けハウス



出荷まで貯蔵されるカボチャ

【所感】

- ●イタリアで視察した3か所の農園は広大な平原の中の平坦 地であったのに対し、当農園は傾斜地に設けられた段々畑 で日本の中山間地の農地のイメージに近い
- ●市の有機給食のための有機野菜の安定供給が使命であるため、予め提示された作物を提示された量に足りるだけ生産すればミッション達成となる。この点からは、常に作物の価格変動リスクに晒され、売り先を開拓しなくてはならない一般農家からすれば羨ましい限りであるが、重要な社会的ミッションを有しているため、別種のプレッシャーを感じるかも知れない。また、果菜類が盛りの夏季に出荷できず、端境期無しに冬季でも出荷し続けるには高度な技術が必要なものと考える

パリ18区郵便局屋上菜園

【概要】

- ●パリ市が募集した有機農業に関するアイデアコンテストに 入賞したチームが2017年5月にオープン
- ●耕地面積は郵便局屋上にある約600㎡で、果菜類を中心 とした野菜栽培、養鶏を実施。来年は養蜂も始める予定。 スタッフは9~10名のボランティア
- ●屋上という制約条件から、作土は10cm程度と非常に薄いが、そのため地温が上がりやすいというメリットもあり、日照時間が長いこともあって生育は非常に良い。また、風が強いことから病気にもかかりにくいとのこと
- ●現在はボランティアが作物を分け合っているが、近隣のレストランから出荷して欲しいとのリクエストがあり、来年からは出荷する予定



開放感のある屋上菜園



楽しそうに説明してくれるスタッフ

【所感】

●お会いしたボランティアの方々は農業経験は少ないとのことであるが、大都会の真ん中での農業を非常に楽しみながらやってらっしゃるのが印象的であった

パリ市立有機農場

【概要】

- ●1987年に教育農場として開園。8年前から有機農場に
- ●新規就農希望者の相談窓口·体験農場としての位置付けであり、産品の販売はしていない
- ●面積は5ha。上記の位置付けから、できるだけ多種の作物を 栽培することが必要であり、農地を小分けして栽培している
- ●野菜だけでなく、牛、豚、鶏、ミニ羊、ウサギ等の家畜も飼育。 フランスを代表する種類を育てている。家畜の飼料は面積 が狭いため自給できず、有機飼料を購入して与えている
- ●パーマカルチャー的な要素を取り入れた有機農法
- ●週末の農場解放には平均2,000名程度の来場者。来年は 13区、15区に新たな教育農場が開場予定



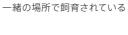
農場地図もイラスト入り



来場する市民を意識した可愛いらしいオブジェ



ミニ羊、ヤギ、ミニブタが ヤギは高い所に上るのが大好き



【所感】

- ●パリの中心部から地下鉄で20分程度の場所に「農業テーマパーク」があることは羨ましい限り。同様の施設が来年2 か所新設されるのは、この農場の取り組みがパリ市民に支持されている証左
- ●子供たちにとっては、野菜畑や牧草地は余り面白いものではないかも知れないが、羊、ブタ、ヤギ、鶏達が広々として 農場で飼育されている風景は興味をそそると思われ、子供 連れの家族を始め多くの市民を引き付ける要因となってい るであろう

番外編

以下、スタディ・ツアーの前後にイタリアとフランスで数日を 過ごした中で訪れた農業関係の施設を2つご紹介します。

Principessa Pio(都市型アグリツーリズモ)

【概要】

- ●エミリア=ロマーニャ州の世界遺産に登録されたルネサンス都市フェッラーラの城壁内に4haの敷地を有するアグリッーリズモ
- ●イタリアの殆どのアグリツーリズモは郊外にあり、自動車で しか行くことができない「郊外型」であるのに対し、このア グリツーリズモは町の中心部や駅から徒歩や自転車でも 行くことができる数少ない「都市型」アグリツーリズモ



母屋の玄関から見渡した農園



ブドウ畑越しに見る母屋



重厚な作りの母屋 レストランと宿泊施設



ガーデン・ウェディングも 催される中庭と母屋

- ●「カーボン・ニュートラル」のメニューを提供するレストランも併設されており、夏季シーズンには広大な庭でガーデン・レストランも営業。ウェディング・パーティー等の大人数のイベントも受け入れ可能
- ●敷地内の農園では、多種の野菜、ブドウ等の果樹の栽培、 鶏の飼育をしており、アグリツーリズモ・レストランで使用

【所感】

- ●街の中心部から徒歩圏内という立地とは思えない広大な 敷地に重厚で高級感のある母屋が造られており、都会か ら訪れる人が魅了される施設。ガーデン・ウェディングやワ イン会等のイベントに人気というのも納得
- ●母屋内のキャパシティーはそれ程大きくはないが、夏季 シーズンのガーデン・レストラン営業用に数多くのテーブ ル、椅子、パラソルが用意されており、シーズン中の活況 が想像できる。シーズンのオン/オフで営業の規模を伸縮 できる工夫は大変参考になった

王の菜園

【概要】

- ●ベルサイユにあるルイ14世の食卓のために造られた菜園 (現在は国立ペイザージュ造園学校の一部となっている)
- ●敷地は9ha。16の区画に区切られ混植で多種の野菜、果樹が栽培されている。周囲は石造りの壁で取り囲まれており、 風除けの他、梨の木等の固定に利用されている
- ●大通りに面して「王の門」が残っており、ルイ14世がこの門 を通ってたびたび菜園を訪れたと伝えられている



宮殿や貴族の館に囲まれた菜園



整然と区割りされた菜園には多種の野菜を混植



ルイ14世が菜園に来る時に通った「王の門」



史上最も古いと言われる温室(ガラス製)



プチ・トリアノン宮内の菜園



プチ・トリアノン宮内の農家風の家

【所感】

- ●豪華絢爛なベルサイユ宮殿に住み、贅を尽くした食事をしていたであろうルイ14世が新鮮な野菜のために専用の菜園を持ち、自らも足を運んでいたのは非常に意外であった
- ●ベルサイユでは、マリー・アントワネットがイギリスの農村 に憧れて建設されたプチ・トリアノン宮内の農村風庭園を 訪れる方は少なくないだろうが、少し時間に余裕があれば 「王の菜園」も訪れることをお勧めしたい

終わりに

今回のスタディ・ツアーでは、冒頭に記載した我々の期待を上回る成果を得ることができました。本レポートで紹介した農場は、それぞれ設立趣旨、経営の方針・形態・規模、立地条件等は大きく異なるものの、所与の条件の基で最善と思われる経営をされていました。いわゆる六次産業化、規模の拡大、ニーズへの最適化等々、戦略・方向性はそれぞれですが、経営者、組合員、出資者、従業員、自治体、一般市民といった、これまたそれぞれ異なるステークホルダーの利益の追求のために素晴らしい経営・事業運営をされています。我々も今後の事業運営・拡大に際しては、我々を取り巻く環境、事業に係る関係者の皆さまの事情等を深く洞察し、注意深く方向性を定めて行かなくてはならないと考えさせられました。

また、レポートで取り上げた訪問先以外にあっても、今回のスタディ・ツアーにおける収穫は大なるものでした。イタリアにおけるGASを通じた消費者を起点とする有機農業振興への取り組み、フランスにおける有機給食への取り組み、両国における有機農畜産物の普及状況等を実際に見聞できたことで、我が国における有機農業の今後の発展可能性への期待を増すことができました。

最後になりましたが、今回の有意義なスタディ・ツアーを 企画し、効率的に運営して頂いたキーパーソンである徳江さ ん、壹岐さん、仲西さん、羽生さん、また、ツアーの前後の期 間を通じて貴重な情報、アドバイス、サジェスチョン等をご提 供頂いた他のツアー参加者の皆さま方へ、この場をお借りし て厚く御礼申し上げます。

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

―― ツアーレポート⑥

第3回オーガニック・マーケット・スタディ・ツアー報告書

アース・キッズ株式会社 取締役 星野 敦

Iris Society Agricultural Cooperative Work and Production Joint Stock 2017.10.15

1.協同組合形式の法人

1978年にアイデアが生まれ、1984年に農家出身が2~3人、残りは工場労働者など7人でスタートした協同組合形式の法人。税制優遇があることも協同組合を選んだ理由である。有機農業の推進、消費者へ直売、雇用の場の創造などをミッションとしている。農地は有機農業と3~4年の輪作が基本となっている。

理念として、みんなが会員、同じように仕事をする、分けるということが大切であると考えている。協同組合には、仕事をする会員、しない会員、工場で働く会員、会員ではない工場で働く従業員がいる。働いている会員は約30名である。従業員の給料は基本同一の額となっている。ただ、働いた期間、学歴、専門性で小さな差がある。現在、出資する会員は500名、1000ユーロ/1口である。



2.農産品から加工品へ

売上は2100万ユーロ、パスタが70パーセント、残りはポモドーロビスケット小麦粉など。創設以来、農産物からスタートして、段々と小麦粉、トマトソース、パスタなどの加工品も製造するようになった。現在、出荷先として最も注力しているのはGAS(Gruppo di Acquisto Solidale)である。GASからの申込はネット経由のシステムが確立している。

当初はクレモナに畑を借りていた。今の農地(40ha)や施設は、1991年に国の農業省外部団体からの融資と会員からの出資を受けて購入した。1999年に100%出資でアストラビオという加工会社を設立した。イタリアでは付加価値税が農産物には低い、一方で加工品は高いので、農産物と加工品の会社を分ける必要があった。

GAS向けが中心であったが、その後、ドイツの会社のPB 受注を受けて販売先を拡大していった。ドイツを中心にして ョーロッパ各国でのオーガニックマーケット伸長に合わせて、 PB受注は拡がりをみせている。現在、全商品の35%が自社ブランド、残りがPBとなっている。



3.BIOマーケットの伸長

2017年売上は2015年比較で9.5%増となっている。イタリア国内ではIrisプランドで売っていない。コープのPB (Private Brand)だけを製造している。スーパーマーケットは価格低減の圧力が強く、販売奨励金も必要。棚を借りる必要があり、目のつくポジションには大きなマーケテイングコストが必要である。だからスーパーマーケットにIrisブランドを置いていない。近年、イタリア国内はGASとオーガニック専門店の力が強くなっている。双方の伸長の理由はBIOであることである。主なマーケティング活動は展示会への出店である。個別の販売先へ営業を行ったりすることは無い。



4.最先端の新パスタ工場

2004年、パスタの製造に問題が発生した。自社の小麦を 委託先の工場へ持ち込んでパスタを製造していたが、その工 場が倒産してしまった。しかしながら、創業理念から工場従 業員の雇用を守ることが重要と考えた。そこで、自社で工場 を保有しようということになった。2008年に倒産した工場の

購入が決まった。Irisが購入してアストラビオへ売却するというスキームであった。

1925年に開設された工場のために製造設備の老朽化が進んでおり、2012年のマントバ地震でついにパスタの製造ラインが破損してしまった。その後、どうせ新しい工場作るなら理念にあった工場をつくろうという話になり、銀行融資と会員から融資を受けて、2000万ユーロを投資した最先端のエコ工場を建てた。

エコ工場にはパンネリピッツという二酸化炭素を吸収する 壁を使用している。また、屋上には太陽光パネルと断熱のた めの屋上庭園、工場排水を葦で浄化するしくみがある。こち らの工場では1年に3.5万トン生産している。現在、パスタ製 造ラインが3つ。工場の稼働率は50%程度で、増産余力があ る。生産量は年々増えている。特に輸出が強く、国内60%、海 外40%の割合。国別ではドイツ、イギリス、フランスの順で量 が多い。自社生産分だけでは小麦が足りないので、イタリア 国内の農家と提携して購入している。もちろん有機農業の認 証を受けた小麦である。認証機関の癒着も理由にあるそうで、 追加で自社チェックもしているそうだ。





5.農場の様子

パスタを作り始めてから豚を飼い始めたそうだ。餌はロス分のパスタとトウモロコシを与えている。これらの豚はサラミの原料になる。農場の周辺には木をたくさん植えることで、動物相を豊かにする努力をしている。現在栽培しているレタスは、クリスマス向けにデンマークへ輸出される。水は井戸水を利用している。



6.ポイント

- ・長期的視点によるコミュニティの繁栄
- ・加工することによる付加価値化
- ・明確な販売チャネル戦略とブランド戦略
- ・高い環境意識

Azienda agricola Terra e Acqua 2017.10.17

1.食と農と環境のテーマパーク

ミラノの中心部から車で約30分、ランブロ川のたもとにカッシーナ・サンタブレラがある。この地域をはじめ、ミラノ南部は南ミラノ農業公園と呼ばれ、12世紀頃から修道院による農地開墾が進められた地域だそうだ。カッシーナ・サンタブレラはアグリツーリズモ・レストラン・有機農業・鶏卵の生産・市民農園・保育園・ワークショップなどを運営している。ミラノ市街に住む人々は常日頃から緑や自然に触れたいと思っているそうで、そのような消費者の為に社会的な役目を果たす農園として活動している。

現在、15名がフルタイム・パートタイムで働いており、ウクライナ・ルーマニア・アフリカなどからの移民が多い。レストラン・野菜・動物・メンテナンス等それぞれ専門の人員を配置している。



2.ゾーニング

ミラノには数年前まで浄水システムが整備されていなかったため、ミラノの生活排水が流れ込むランプロ川はヨーロッパで最も汚染された川と呼ばれていたそうだ。また、冬はマイナス20度にもなる比較的厳しい自然環境といえる。

敷地は縦に3つの帯状に分かれている。川に近い場所は標高が低い土地で6へクタール、川の環境により汚染されているので食べるものは栽培しないと決めている。30年前に多くの植樹を行い、植えた木を冬のバイオマスボイラーのエネルギー源にしたり、汚染対策にしているそうだ。

真ん中の帯の上部は放牧地帯となっており、下部が果樹園である。例えば冬に熟するドイツの琵琶を植えたり、年配の農家から色々教えてもらい、放棄された桑の木を移植したりした。今多く植えているのはアマレーナ、サクランボのようなもの、お菓子やジャムやジュースを作るのだそう。野生の植物は生えるままにしている。果樹園の中には木やロープを使った子どもの遊び場が準備されている。保育園やワークショップを訪れた子ども達が自然の中で遊べる様な場所が準備されている。

左側の帯の上部は放牧地帯、下部が菜園となっている。菜園の大半はレンタル菜園としてミラノ市民に貸し出しているそうだ。



3.大人気の鶏卵

カッシーナ・サンタブレラの名物が牧草地を活用した鶏卵である。ミラノで大人気となっている鶏卵は、春600個、秋冬は300個しか取れない貴重なものだ。牧草地に置かれた鳥小屋は移動式になっている、普段は電柵で囲われた中を鶏たちは自由に動き回り、夜に小屋に戻る。鳥小屋は一週間毎に少しずつ移動される。また、このフィールドには輪作で穀類を植える。2年毎に穀類と鶏の放し飼いをまわしていく。

買われている鶏の数は全部で1000羽程度。雄と雌の割合は、雄鶏1羽に対して雌鶏10羽。更に120羽ぐらいで8つのファミリーを形成している。120羽は認識しあえる数でヒエラルキーがあるのだそうだ。動物福祉に気を使っており、食べ物、環境、社会を最も良い形にする事を目指している。餌は草と穀類と草の中の虫。水は水道水を与えている。1週間で移動することで排泄物の衛生上の問題もクリアしている。

小屋の中は右と左で形が異なっている。右の止まり木は寝る場所、左で卵を産む。外側のカバーを外して、1日に3回鶏卵を収穫する。水と餌のチェックは常に欠かさない。基本的に動物係は1名で、小屋移動に関しては他の人も手伝う。鶏は通年で飼育しており、冬は水が凍ってしまうが、朝、お湯を持ってきて対処している。





4.在来動物の飼育

敷地内では他にもロバや牛や豚を飼っている。ロバは子どもの動物体験用に飼育されている。牛は在来種のバルツェーゼという品種を放牧しており、繁殖もしている。餌は主に草で、冬は干し草を与えている。牛の排泄物は肥料になる。

豚はハムにしている。レストランへ出荷したり、自家消費する。有機認証の場合は作業場も決まっている。衛生管理も法律で厳密に規定されている。必ず加工品にして売ることが重

要で、素材のままではとてもペイ出来ない。

豚のグループは6頭程度、同じ年齢を飼育するのが良いそうだ。草以外に有機の穀類を食べる。豚は移動させずに常に同じ場所で飼っている。穴を掘ったり、泥水が大好きなので他の動物と行動が違う。豚には十分に運動できるスペースを確保することが大切であるし、高い湿度や風に弱いために乾燥した藁や風除けを用意することが重要なのだそうだ。



5.環境教育の場

カッシーナ・サンタブレラではバイオマス・ボイラーを設置している。敷地で育った樫の木を中心に、枝を落としてチョッパーや薪割り機を使ってボイラーに投入し易い大きさに整える。貯湯タンクは3000リットルと1500リットルの2つがあり、アグリツーリズモやレストランの給湯や暖房に活用している。また、建物には太陽光パネルも設置しており、発電と給湯に使っているとのこと。再生可能エネルギーを積極的に活用し、エネルギーの地産地消にも力を入れている。

また、様々なワークショップにも力を入れている。大人向けのワークショップは、パーマカルチャーや再生可能エネルギーに関するコースなど様々に用意されている。子ども向けワークショップも充実しており、小さな子供から14歳まで、環境に対する注意や責任感を養ってもらう内容となっている。子供向けワークショップは基本的には学校がオーガナイズする。子どもの時からの教育や体験が重要であり、教員対象の講座もある。



6.ポイント

- ・都市生活者が気軽に訪れて体験が出来る場の提供
- ・様々な学びの場を提供。特に子ども向けのプログラムを充実
- ・様々な事業を組み合わせる事で経営の安定に向けた努力 をしている

Organic Market Study Tour Report Organic Market Study Tour Report

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

- ツアーレポート⑦

フランスのオーガニック最前線

NPO法人 日本オーガニック&ナチュラルフーズ協会 認証スタッフ 川上 希里佳

1.はじめに

私が所属する日本オーガニック&ナチュラルフーズ協会で は、2020年東京オリンピック・パラリンピック開催が決定して から「選手村をオーガニックにしよう」というキャンペーンを おこなってきた。東京の次が2024年パリ大会に決定し、フラ ンスではどのような食でもてなすのか探るべく今回フランス 行程のみツアーに参加することとなった。このレポートではツ アーで見たフランスのオーガニックの現状について報告する。

2.フランスのオーガニック市場

- Natexpo 2017/10/22~2017/10/24
- ・ヨーロッパで2番目に大きい規模のオーガニック専門の展
- ・従来2年に1度の開催だったが、毎年開催することになった。 前年と比べ、出展者数が50%増加し、市場の拡大を感じて いるとのこと。フランスでは2016年度の有機品生産量が前 年と比べ22%増加している。その規模は70億ユーロ。
- ・出展者は非常に多分野に渡る。フランスの食文化を代表す る食材(ワインやチーズ等)が多く見られたほか、シェフが 有機食材を使って料理をするコーナーなどがあった。









- ●Bio専門店「Les Nouveaux Robinson」
- ・1993年に設立した組合形式のBio専門店で、パリ近郊に現 在18店舗ある。
- ・日用品と食料品が販売されており、生活に必要なもののほ とんどがここで手に入る。
- ・2016年の売り上げは4700万ユーロ。



3.自治体の取り組み

●オーガニック給食

ムアン・サルトゥー市:人口/10500人、面積/1350ha

- ・現在市内3つの学校で100%オーガニック給食を行なって いる。さらに、給食で使用する野菜のうち85%を市営農園 で栽培している。
- ・1998年に狂牛病が流行したことがきっかけで、オーガニッ ク給食を開始。食材ごとに少しずつオーガニックに移行して
- ・給食費は家庭の収入によって2ユーロから6.2ユーロ。市で かかるコストは1食8.5ユーロ。
- ・食べ残しを減らす取り組みを行なっている。2010年は食材 の3分の1を捨てていたが5年で食料廃棄が8割減少した。
- 例:果物を1個丸ごと渡すのをやめて、カットする

残飯を前菜、メイン、付け合せ、デザートの4つのバケツ に分けて入れる。

- ・市営農園は2010年に開始し、当初から子供達も参加してい る。30~40種類の野菜を栽培している。肥料には近くの牧 場の馬糞と給食で出た野菜のくずを使用している。
- ・2017年より加工設備を設置し、野菜がない時期に冷凍野菜 を食べられるようにしている。
- ・オーガニック給食は家庭にも影響している。2016年に行わ れたオプセルバトワールの調査によると、常に有機製品を 購入する人は2013年と比べて倍の13%に、週に1回以上購 入する人は17%から30%にそれぞれ増加している。結果、市 内に有機製品を購入できる店が増えたという。



パリ2区

- ・区内12校、1日1650食の90.2%に認証された食材を使用し ている。(認証された食材には有機だけでなく、ラベルルー ジュと呼ばれる品質認証を含む。)
- ·現在の区長Jacques Boutault氏により2001年からオーガ ニック給食が開始。2009年からは週に1回ベジタリアン食を 導入している。
- ・以前の区長は低価格重視だったため、品質は低下するばか りだった。質の良い給食の必要性を保護者や調理士等子 供の食に関わる人に説明し、時間をかけて移行していった。
- ・学校に調理室はなく、入札で権利を得たケータリング会社 が区外にある厨房で調理を行う。2区の高い要求に応えら れる会社は少なく、2区に入札されることはケータリング会 社にとっても宣伝効果がある。メニューはケータリング会社 の栄養士と学校の栄養士が共同で作成する。2ヶ月に1回 献立委員会があり、区長・議員・保護者・子供たちが参加し、 そこで話されたことを元にケータリング会社が食材を購入す
- ・コストは1食あたり3.3~4.3ユーロ。給食費はパリ全区共通 で収入に応じて10種類設けられている。一番安いカテゴ リー:13セント、一番高いカテゴリー:7ユーロ
- ・2区以外の区でもオーガニック給食を行なっているが、認証 された食材の割合が低い。パリでは2020年までに1食中の 認証された食材の割合を50%にするのが目標である。









●パリ市営有機農園

- ·1987年に教育的目的のためパリ郊外に設置された。5haの 敷地内に出来るだけ多くの野菜、果樹と家畜が集められて いる。家畜は雑草を食べさせるために、また、馬糞は肥料と して使用している。一般にも公開されており、1日に約2000 人の来場がある。
- ・2018年にはパリ市が13区と15区に教育のための牧場を作 る。動物を知ること、食べ物について考えることが目的。





4.まとめ

フランスのオーガニック市場は現在発展中であり、その裏 には各自治体の取り組みがあることが分かった。パリオリパ ラの食材については未だ具体的なことは決まっていないとの ことだったが、オーガニック食材が使用される見込みは十分 にあるのではないかと思う。

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

―― ツアーレポート⑧

イタリア・フランスのハチミツ事情

ミツバチがいなくなったら人類も消滅!!

人類の誕生よりずっと前の一億五千万年前から命をつないでいる蜜蜂の世界は、オーガニックな環境で成り立っています。



最近は、ネオニコチノイド系農薬が原因とみられるミツバ チの大失踪や群れの減少が話題になっています。

世界の作物上位100種のうち75%花粉媒介昆虫に依存しています。昆虫によって花粉を媒介する作物のうち80%がミツバチの力を借りているのです。(ミツバチの教科書から抜粋)もし、ミチバチがいなくなったら実のなる農作物が収穫できなくなって3年後には、人類が消滅すると言われるほど、ミツバチは大切な存在なのです。

また、ハチミツは古来より高い抗菌性があることを知られていて、薬として重用されてきました。ただし、この高い抗菌性は、天然の生ハチミツでなくては実現しません。天然の生ハチミツは、甘さだけでなく花粉の持つ栄養分、蜜蜂の酵素など人間の体にとって重要なものをたくさん含んでいます。

ハチミツを40~45度以上に加熱すると、大切なものはすべて無くなってしまいますが、日本ではあまり知られていません。というのも、日本の食品表示法では、天然や生を表記することが認められていないのです。認められているのは、「純粋」と「ピュア」だけなので「加熱したもの」と、「天然の生」の区別がつきません。糖度の低いハチミツの水分を飛ばすために煮詰めたり、瓶詰作業効率を上げるために加熱されたものなのか、消費者が知ることができません。

45度以下の非加熱、天然の生ハチミツの国内流通量は、 把握することが難しいのですが、8%程度とみられています。

ヨーロッパでは、加熱しない天然の生ハチミツが主流で、 食べ方も生のままと聞いているので、どんな商品に出会える か期待して旅立ちました。 株式会社こぶた舎代表取締役 ジェベックジョル店長 はちみつマイスター会 信田 陽吉

欧州ハチミツ旅日記

10月14日、日本の翼JALでロンドンへ。

機内食に吉野家の牛丼が登場。アツアツの牛丼の香りが 機内にたちこめました。ロンドンヒースロー空港で乗り継いで イタリア・ミラノへ。ファッションの都は、空港の電飾看板も センス抜群です。





10月15日、専用バスで最初の訪問先、Acua e Terraへ。 オーガニックのランチをいただき、農場、家畜の放牧を見学 後、ショップでハチミツを発見!







10月16日、アルチェネロ社を訪問。生産者の顔写真がプリントされたハチミツに出会いました。イタリア各地の小規模生産者から仕入れているとのです。





10月17日、宿泊先のサンジュリアーノミラネーゼは、アグリツーリズモの拠点として敷地内に鶏、豚、牛、馬を放牧。農作物も多種生産してマルシェで販売をしていました。場内で、蜜蜂の巣箱を発見! 見学に来る子供たちと観察するためのもので、人気があるとのことです。





午後に立ち寄った修道院の売店で、ハチミツとビーポーレン(花粉団子)に出会えました。修道院は、生活や聖書を読むためにロウソクが必要でした。ロウソクの材料となる蜜蝋を採取するためと、修道者の栄養のために、現地で養蜂をしたと伝えられています。





10月18日、イタリアを代表するスーパー「イータリー」を訪問。ハチミツ売り場には、10種類以上のお試しサイズがズラリ。ひとつ1.7ユーロと買いやすく味比べしてお気に入りを見つけてもらう販売方法が参考になります。



10月19日、フランスのプチホテルの朝食には、ハチミツが並んでいます。

スッキリ系と濃厚な結晶系の2種類を食べ比べも楽しめま す。





10月20日、パリのオーガニック専門店「ヌーヴォー・ロバンソン」では、効能別に分類されたハチミツが並んでいました。プライスカードには、花の種類、味の特徴、医学的な効能が書かれています。

レジの横にあるフリーザーケースには、冷凍ビーポーレン がありました。

ミツバチ産品のロイヤルゼリー、プロポリスと並んで免疫 力を高めるビーポーレンがフランスの家庭に浸透しているよ うです。







ヌーヴォー・ロバンソンのハチミツ売り場の一部

10月22日、パリ市内のオーガニック朝市でも、bio認証のハチミツがたくさん売られていました。よく見ると、bio生牡蠣のお店があったので、同行の寺本さんとパクリ。

大都会のパリの朝に、潮の香りに満たされて、大満足の朝 市見学でした。





パリのbioマルシェ朝市

午後からは、オーガニック商材の見本市「ナットエクスポ2017」へ。ハチミツのブースは3つありましたが、2つは日本へ輸出されているおなじみのものでしたので歩き回って、ギリシャのハチミツを発見。巣箱型のギフトボックスに販売方法のアイデアを感じます。



まとめ 日本はハチミツ後進国?その原因は供給側?

- ・イタリアとフランスでは、オーガニックの天然の生ハチミツ が一般的に販売されていました。期待通りの結果です。
- ・ハチミツの健康効果への理解も高く、カラダの不調な症状 を解消するには、このハチミツという表現もあります。
- ・日本ではあまり見かけないビーポーレン(花粉団子)も売り 場に並んでいます。
- ・売り場には、非加熱・天然の生ハチミツが並んでいます。
- ・一方、日本国内の非加熱・天然の生ハチミツの流通量は、 8%くらいと少ないのでハチミツ専門店以外の店頭では、出 会うことはなかなか、ありません。
- ・その理由の一つとして、ハチミツは粘度が高いので工場で容器に詰めるときには、パイプを通りやすくするために加熱 処理していると、いわれています。。
- ・45度以上に加熱処理されたハチミツは、ミツバチが花の 蜜を採取してハチミツにするときに加えた酵素が死活してし まって「ハチミツのようでハチミツではないもの」ものになっ てしまいます。加熱処理で花の香りも飛んでしまいます。
- ・スーパーの店頭で売られている安価な「ハチミツのようでハ チミツではない」を食べても美味しいと感じないのも、消費 が伸びない一因と考えられます。
- ・ホンモノの生ハチミツが日常的に消費されていない日本は、 イタリア・フランスと比べて「ハチミツ後進国」と、感じます。

では、どうやってホンモノを届けるか

例えば、こんなエピソードを紹介していくのも、効果的だと思います。

- ・天然・生ハチミツは、ビタミンC以外のすべての栄養素を含んでいる完全栄養食品・スーパーフード。実験的に牛乳とハチミツだけで3か月間過ごしたドクターの健康状態は、ビタミンCの不足以外は、きわめて良好だったとのレポートもあります。
- ・天然・生ハチミツは、果糖とブドウ糖の単糖類。飲む点滴といわれる生甘酒と同じブドウ糖が豊富です。単糖類の段階までミツバチが酵素で分解してくれているので、食べるとすぐに吸収されます。
- ・ブドウ糖は、脳が必要とする栄養源。食べてから20分で脳 に届くという説もあります。頭をスッキリさせたいときや、勉 強で頑張る受験生にもおススメなのです。
- ・天然・生ハチミツは、効率的なエネルギー源です。マルシェ にいらしたお客様から、体操ニッポンのチームで大人気と 教えてもらいました。
- ・目薬やスキンケアに効果的な天然・生ハチミツの美容効果 も、注目です。

- ・歯磨き後に、天然・生ハチミツをひとなめすると、抗菌力で朝までお口すっきり。口腔ケアにも威力があります。
- ・すべて、天然で生であることが「ホンモノのハチミツの条件」です。
- ・現在の食品表示法では、天然ハチミツは「ピュア」もしくは 「純粋」のみの表記しか認められていません。
- ・非加熱、低加熱、天然、生についての基準も定められていないので、表記することが難しい現況です。
- ・ラベルに表記されないのですから、消費者も、非加熱、低加 熱、天然、生を探すことは、難しいです。
- ・美味しくてカラダにいいハチミツが一般的になるために、養 蜂家と消費者の気持ちに応えた食品表示になってくれることを、切望します。

あとがき

今回のイタリアとフランスツアーは、最先端のオーガニック を体感できることが出来て、大変充実した時間でした。

フランスのエアラインのストライキに遭遇してフライトが キャンセルされて空港に足止め。その先のスケジュールが危 ぶまれるスリリングな場面もありましたが、主催者の機転で 全行程を無事に終えました。

シンプルなホテルからグレードの高いホテル、オーガニック にこだわった食事、専用バス、地元のバス、地下鉄、トラムで の移動も同行ツアープロデューサーと現地通訳の気配りで 楽しむことが出来ました。主催者に、感謝申し上げます。





《自己紹介 ハチミツとの出会い》

ツアー訪問先での感動は、参加された方々から詳細なレポートで ご覧いただけますので、私は「ハチミツ」の視点からレポートしていま した。

実は、ふとしたきっかけから蜜蜂の世界に惹かれて、日本一の養蜂 家に弟子入りして修業も始めました。

ミツバチの世界に興味を持ったきっかけは、シルクロードのキルギス共和国を旅して出会った「ビックリするほど美味しいハチミツ」です。それまでの私にとって、ハチミツは、あまり好きではない食べ物でした。多分、子供の頃に給食で食べたハチミツがあまり美味しくなかったことや、土産物屋やスーパーで購入したハチミツを美味しいと思わなかったのが、原因かな、と思います。

キルギス共和国のイシククル地方は、琵琶湖の9倍の面積で透明 度は世界第2位のイシク・クル湖がある自然豊かなところです。

旅先のプチホテルの朝食にジャム類と一緒に白くてトロリとしたものがテーブルに、並んでいました。バターかなと思ってトーストに塗ってみたら、花の香りが口いっぱいに広がりました。「濃厚な甘さでありながら、後味がすっきり」の今まで食べたことのないハチミッだったのです。衝撃的な出会いでした。その後、現地とのご縁をいただいて、直輸入しました。

2017年に銀座で開催された「2017はちみつフェスタ」(主催:日本はちみつマイスター協会)でお披露目しました。このフェスタは、ハチミツに詳しいお客様、関係者が来場する日本で唯一のイベントです。

正直なところ、ハチミツの「ハ」の字も知らなかった新参者が1ヵ月 前に輸入したハチミツが、来場者にどう評価されるか、内心ドキドキ でした。

ところが、キルギスの白いハチミツを試食されたお客様が、みるみる笑顔になって「こんなの初めて!」と喜んでくださるのを見て「オーガニックなホンモノの美味しさは、人を幸せにする」と、実感しました。フェスタの会場は、2階と3階があり45ブースが競っていました。3階の私たちのブースで試食した後、2階のメイン会場を一回りしてから、階段を上って3階に戻って買いに来てくれる方が何人もいらしたり、初日にお求めになった方が二日目に売り切れないうちにと、大急ぎで買いに来てくれました。

キルギス大使館の方も激励に見えて、スタッフも元気をいただき、 3日間を頑張りました。

2017年8月には、日本商工会議所主催のキルギスの現地視察ツアーに参加して、輸入しているハツミツの生産者に会えました。

2017年10月には、キルギスの白いハチミッSHOP「ジェベックジョル(キルギス語でシルクロード)」を、オープン。

嬉しいことに日本はちみつマイスター協会 代表理事の平野さんが、ぐるなびの美味しいもの紹介サイト「ippin・イッピン」に、マウンテンハニーを取り上げてくれました。

小さな会社なので、たいした販売量ではありませんが、人生が変わるほど美味しいキルギスのハチミッが、広まるように活動しています。

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集

―― ツアーレポート⑨

わたしのオーガニックを求めて

はじめに

ヨーロッパに行く機会など、私の人生でもう二度とないと 思っていた。

パリ郊外、市営の有機農場近くの歩道のマロニエの落葉を微かな音を立てて踏みながら、十数年前、矢張り落葉を踏み温かい焼き栗の紙袋を両手に抱いた日のことが蘇って来た。

あの頃なら私も元気で報告書も書けたかもしれないけれどいまや身体障害者。耳には補聴器を付けているけれど、脳の語音弁別能力とやらが落ちているので日本語の会話すら半分位しか聞き取れない。

こんな私が同行してよいものかどうかと迷いに迷った末、3 日前にようやく決心して飛行機に乗った。

頂戴した「オーガニックマーケットスタディツアーレポート 集 | (2017.5.12発行)を手に持って~。

そういう訳で各所の報告は他の方々にお願いして、私はつ たない感想文でお許しいただくことにする。

オーガニックとは何か? 井の中の蛙のわたし

正直に話そう。機中の長い時間の大半を暗いライトの下、レポート集を読み込んで俄仕立てで彼の国の事情を呑み込もうとするが、白内障の眼では焦点が定まらず頭に入らない。

至極当たり前のように随所に氾濫するオーガニックという コトバ。

ここでいうオーガニックとは何なのか?私の概念と一致しているのだろうか?

ドイツ、フランス、イタリアでは年率約20%増の勢いでオーガニック生産物が増えているという。驚きである。日本では到底考えられない。EUと各国の多くの基準の存在。PGSもCSAも具体的な内容がよく分からない。

私の頭は混乱し、体は固まって気がつけば腰が痛くて動けなくなっていた。生産者と消費者との提携運動にどっぷり身を置いた50年近い年月ではあったが、そんなことをいちいち考えて私は暮らしてこなかった。

任意団体ひびきあい 発起人 寺本 怜子

イタリア ミラノでの出会い

10月17日ミラノ郊外。GASのリーダーのマウロさん宅の交流会で「テイケイ」と言ったら拍手が起こった。

1970年代の日本の提携運動がアメリカやヨーロッパの 運動に影響を与えたということは聞いていたが、その後の日 本での広がり具合を考えると恥ずかしい。

あれから半世紀近くも経つのにそれほど有機農業が発展 しているようには思えない。会話が深まるにつれて日本との違 いが見えてくる。



農業を守るEU諸国と日本との違い

EUも、それに帰属するドイツ、フランス、イタリアも、差はあれ農業を国の根幹として捉えているように思える。人々の健康に良いだけでなく、自然環境を守り、地球温暖化の危機を回避するためにも、行政は本気で有機農業を推進しているようだ。

そのための支出はどれくらいなのか?末端の宣伝費や事務 費などの補助金まで加えると相当な額になると思われる。日 本との違いはきっと雲泥の差だ。イタリア郊外の古い街並み。 地域主義。食文化を含めて伝統をまもる生活様式。家族を大 切に生活を楽しむという価値観が社会に根付いている。

以前、アリタリア航空の日本人社員から、月曜日の午前中は、日曜日に家族一緒に何をして楽しんだかという話で全員が盛り上がり仕事にならないと聞いたことがある。

効率を求めるグローバリゼーションとは相容れない。…見 学しながら日を過ごすうちに、日本の「食」が次第に植民地の それに見えてきた。

主要各国の中でこれ程食糧自給率の低い国が他にあるだろうか?

第二次大戦後、一気に舞台に躍り出て準主食となったパンの原料の小麦の殆どは輸入であり、矢張り消費量が劇的 に増えた乳牛を含めた牛豚家禽類の飼料の大部分も輸入で ある

本来国はどんな事態が起ころうと国民を飢えさせてはならないはずだ。万一、輸入が途絶える事態が発生したらどうするのか?食すなわち農業を守り、最低100%の自給率を確保することは国の基本だと私は思う。





戦後日本の食を巡る環境

振り返ると、それは、私の子育てと重なり、参加した50年 近くの提携運動と重なってくる。

身近にあって季節の旬とともに存在していたいのちを養う 食べものが、戦後の高度経済成長期に、次第に遠くから運ば れてくる「食品工業製品」化していくことに気が付いたときか らである。

防腐剤や酸化防止剤や安定剤などの添加物の存在あっての食品工業である。

流通も肥大化する。資本の論理がまかり通る。国は工業立 国による輸出に邁進し、農業後継者を金のタマゴと持ち上げ て農村から都会へ次々に送り込んだ。農民も田畑をじいちゃ ん、母ちゃんに委ねて土木工事や建設現場へ出稼ぎに出た。

1961年第一次農業基本法(※1)が制定されるが、農本主義を捨てた国はいわゆる"猫の目"農政を続け、食糧を輸入に頼り自給率は下がり続けて、農村も崩壊寸前の現在に至る。郊外を走る電車からの風景も耕作放棄地が続き、さらに最近は太陽光パネルが連なり異様な黒い陰を地面に落としている。

(※1)解説

農業基本法は21条で.

「国は農業生産の基盤の整備及び開発、環境の整備、農業経営の近代化のための施設の導入等農業構造の改善に関し必要な事業が総合的に行なわれるように指導、助成を行なう等必要な施策を講ずるものとする」

と規定しているが、この条項に基づき実施されている国の補助事業 が農業構造改善事業である。

現在まで4次にわたり、第1次農業構造改善事業(一次構と略称される)は1961年から、第2次農業構造改善事業(二次構)は69年から、

第3次のそれは新農業構造改善事業(新農構)と称し78年から、第4次は農業農村活性化農業構造改善事業(活性化農構)と命名され90年から、いずれもほぼ10ヵ年計画の事業として実施されている。一次構は、「農業技術の革新と農業生産の選択的拡大を図りつつ自立経営と協業の助長に資す」ことを目標に、都市化、工業化が予想される地域を除く全国の約3000市町村で実施され、1市町村当り平均4500万円の補助(総事業費9000万円)により、農業生産基盤の整備開発、大型農業機械等農業近代化施設の導入が図られた。

ララ物資(※2)による学校給食も戦後すぐに始まった。大量に放出された脱脂粉乳と小麦粉。アルマイト食器やメラミン食器に先割れスプーン。伝統的な食文化さえ壊すかたちの学校給食を国はなぜ長い間続けたのだろうか?当時食糧増産は国是であり、米の収量も急速に増加していったから、学校給食を伝統食に切り替えるチャンスはいくらでもあったはずだと思う。

ついでに言うと、敗戦直後の大混乱期に「ララ物資」が日本を飢餓から救ったという人がいる。よしんばララ物資が人々の飢餓を一時的に救い得たとしても、我が家に届いたのは甘いコンデンスミルクやチョコレートそれにコンビーフの缶詰など。どうみても軍用品の余り物だった。

結果として食の洋風化が進み、僅か $6\sim70$ 年のあいだに 日本人の胃袋の6割以上を他国に明け渡してしまったのである。

(※2)解説

アジア救済連盟Licensed Agency for Relief in Asiaの略称。 1946年米国の宗教・労働関係13団体が組織。第2次大戦で困窮に陥ったアジア(特に日本、朝鮮)の民衆に対し、食料・衣料・薬品など生活必需物資(ララ物資と呼ばれた)を供与することを目的とした。

日本人は何を食べてきたのか

頂点に立つとはいえ人間は地球上の一生物に過ぎない。 他の動物と同じように食べもの探しに精力を傾け「種」を繋 いで来た。

アフリカで産まれ数万年かけて世界に散らばったというホモサピエンスが日本列島にやって来たのは氷河期で海面が下がり、大陸と陸続きになっていた3~4万年前のことだと中学校の社会科教科書に書いてある。

人々はクルミ、ドングリ、栃の実、ヒシの実などを保存して 主食とし、四季折々に獲れるものを合わせて食べたとある。 南方から稲作が伝わり農耕が始まってからも、日本列島の風 土の中で食べものを得ていのちを繋ぎ、気の遠くなるような 長い歳月をかけて現在の私たちの身体が作り上げられて来 た。

身体は本質的に「保守」である。何万年をかけて気候風土 に身体を慣らし、其処で取れる食べものに適応して来たから なのに、僅かな年月でがらりと食環境を変えてよいはずがな い

私は小学生だった戦争中父の生家の北関東の農家に疎開した。ご飯は大麦入り。弁当のおかずはいつも大根やナスの味噌漬け、ごくたまに塩のきいた鮭が入った。秋にはイナゴを獲り稲刈りの跡の水の引いた田圃で拾ったタニシを味噌和えにした。

大雨が降ると小川や水路に竹製の築を仕掛けて魚を獲った。沼でヒシの実を採り塩茹でにした。貴重な油は畑で収穫した胡麻や菜種を年に一度絞ってもらった。農閑期に手回しの圧搾機を持って村々を泊り掛けで廻ってくるひとがいたのだ。野菜の天ぷらはハレの日のご馳走だった。

通常のご飯や味噌汁はすべてカマドで小枝や藁を燃やして炊くが、天ぷらは土間に筵を敷きその上で家の主人がカンテキ(七輪)に炭火を熾して揚げた。うどんや蕎麦も麺に打つのはハレに準ずる日で、それは早めに田畑から上がってきた主婦が受け持った。

国民の大多数が農民として地方に在った7~80年前まで、 都市住民や一部の階層を除いては地場で取れるものを主体 にした、似たような食生活を送っていたのである。

食の洋風化のおかげで日本人の寿命は延びたという人がいる。しかし、それは医学の進歩や衛生思想の広がり、それにインフラ整備による下水道の普及などによるものが大きい。

抗生剤により腸管感染症が激減し、国民病とまでいわれた結核も影が薄い。胃がんもピロリ菌の駆除によって、将来胃がんで死ぬ人は殆どいなくなるという話だ。

むしろ洋風化と飽食によって生活習慣病と呼ばれる糖尿病や動脈硬化症などが増えた。

確かに日本人の平均寿命は世界のトップクラスだが、自立 した生活を送れる健康寿命は男女ともに70代前半と意外 に低いのである。

私の住む町で

今回帰国後、私の住む東京のベッドタウン、人口6~70万人ばかりのエリアに数軒展開している品質は良いが値段も高いと評判のスーパーの商品棚を観察してみて驚いた。

イタリアで名前をやっと覚えたアルチェネロのEU認証のパスタ類が並んでいた。

訪問しなかったがラセルバのそれもずらり。よく見るとEU 認証の葉っぱマークをつけた油脂類やビネガーもある。

EU以外のコーヒーや蜂蜜も認証品があった。旅行中話題になったキルギスの白い蜂蜜も並んでいた。

ニュージーランド産マヌカハニーは250g7000円である。だが展示の仕方にオーガニックが強調されている様子はまったく見えない。

EU認証パスタの隣りに日本製の大衆向けスパゲッティが 並んでいたりする。

そして全般的に見渡しても輸入の認証品は多いが、米や醤油などの調味料を含めて日本産の有機JAS認証を取得しているものは僅かしか見当たらない。特別栽培米と表示したお米はあったが有機JASマークのついたお米が置いてないので中年の店員に尋ねてみたら「ユウキ」って何ですか?と来た。

飽食の時代と呼ぶにふさわしい日本は今健康食品ブームである。マスコミが「あれが良い」「これを食べればアンチエイジングだ」と煽り立てている。

例えばα-リノレン酸などのオメガ3脂肪酸(※3)を含む 油類。

(※3)解説

魚油に含まれているDHAやEPA、エゴマや亜麻種子などの植物油に含まれているα-リノレン酸などの脂肪酸の総称をいいます。栄養学では健康のために意識して摂るべき必須脂肪酸として位置づけられており、一般的に脂肪になりにくいとされダイエットに効果的な栄養素と言われています。血流改善やコレステロール値の低下、アレルギー抑制など幅広い効果が期待されています。

これまでもエゴマや亜麻仁油は並べられていたが、熱に弱く生食するしかないこれらに対して、加熱にも耐えるという新顔のアブラナ科の油がカナダや南米ペルーから輸入されていた。フトコロに余裕のある客たちはおいしいものや健康に良いものが欲しいだけで、特に有機だから選ぶという感覚はなさそうだ。

時流に乗って売れるものを探し出そうとする多くの輸入業者の執念のすさまじさが伝わってくる。マスコミに氾濫する料理レシピ。いい加減な栄養学や衛生学がはびこっている。1日30品目摂取がベストなどと誰が決めた。根拠はないはずだ。現代人はむしろ過食・飽食によって病気を呼び込んでい

人びとの不安を煽ってそれをビジネスに繋げようとする人たちが多過ぎる。

日本の認証制度

日本の有機農業普及率をせめて1%にしたいと聞くことがある。農業大国フランスは数値目標を20%に設定している。 IFOAM(※4)もまた有機農業運動を第3の局面に入った と捉え、ニッチではなくメインストリームとして位置付けて、 温暖化など地球上の生物全体が直面している重要かつ困難 な諸問題に対処しようとしている。質・量ともに日本の現状と の違いに言葉もないが、今後の発展に向かって50年の提携 の歴史を振り返って検証し、有機拡大の道を見つけていかな ければならない。

私が提携運動で知り合った農家のなかで有機認証を取得 している農家は少数派である。彼らは自分たちの生産量と消 費者数が見合っているので、有機の一般流通ルートに乗せ る必要がないからだ。

解説(※4)

IFOAM (アイフォーム) とは、International Federation of Organic Agriculture Movements (国際有機農業運動連盟)の略称です。1972年にパリ近郊で設立されました。それ以来、世界中で有機農業の普及に努めてきた草の根の会員組織(国際NGO)です。現在世界111カ国以上の約770団体がIFOAM に加盟しています。構成メンバーは各国の小規模農家や有機農業団体、有機認証団体、コンサルタント、研究者、消費者、国際企業などです。IFOAMの使命は、有機農業運動をそのすべての多様性において、リードし、結びつけ、支援することです。 IFOAMの目標は、有機農業の原理に基づいた生態学的に、社会的に、そして経済的に健全なシステムの世界的な道入です。

IFOAMは、国連の社会経済理事会(ECOSOC)の認定NGOです。有機農業を通じたアフリカ・アジア・ラテンアメリカ等の開発支援をFAO(国連食糧農業機構)やUNCTAD(国連開発貿易会議)など国際機関との協力において行っています。IFOAMは、ISO(国際標準化機構基準)から公式の基準設定機関として認定されています。

長らく「顔の見える関係」「売らない農民、買わない消費者」「農家の畑の延長線上に食卓を置く」などの色々なコトバで表現されてきたが、団体であろうと個人であろうと農家と消費者の提携関係は、とどのつまりは"親戚同士の付き合い"になり、そこで完結して認証という第三者的なものの入り込む余地がなくなってしまうということである。あい対する相手の消費者が納得すればそれでよいのだ。

どのような栽培暦なのか今更訊けないという消費者もいる。なかには人間的な関係性だけを重視するひともいる。また、作っていただくだけで有難く、作り方に文句はつけられないというような、対等な関係性を持とうとしない消費者もいる。一度関係性が築かれるとそれ以上中味を追求しないのは日本人の国民性といってもよいのかもしれないが、有機農業の発展を考える上で、第三者の目にも納得のいく中味の質的評価は必要である。

わたしの考える有機認証の問題点

2000年に有機JAS規格が制定され、2006年「有機 農業推進法」が制定されたが、これでほんとうに持続可能な 日本の有機農業が守られるのだろうか?EU諸国は少なくと も、国民の目線にそった発議の上にオーガニックが組み立て られているように見える。

それに対して日本は行政側の思惑で、輸出優先の全産業構造の中の一分野として生産性の低い農業を低く位置づけ、 有機農業はその辻褄合わせを担わされているに過ぎないのではないかと私は思う。

2000年に制定された有機 JAS法のその後の変化を見ればその一端がうかがえる。一般消費者の多くは有機農産物を完全無農薬と思い込んでいるふしがあるが、有機認証を取得していても無農薬とは限らないのだ。

現在石灰硫黄合剤やボルドー液以外にも多数の水和液などが許可されている。さらに問題なのが肥料である。化学的処理のされていないものという但し書きはつくものの生物由来と名の付くものはすべて有機肥料として認定されている感がある。

日本の食糧の6割以上が輸入だが、それらが家畜の腹を 通過した後の"生物由来の産業廃棄物"すべてに有機肥料 のお墨付きが与えられる。

人間の牛豚、家禽の飽食の跡には大量の廃棄物が残る。 角、骨、毛、皮、血、それに内臓や糞尿、敷藁等々。他にも輸入 木材のチップなどが加わる。肥料そのものとしても蝙蝠の糞 の堆積物グアノなども輸入され、家庭菜園や出穂前のボカシ として使われたりする。魚滓、甲殻等もある。

過密飼育とセットである抗生物質などの薬剤の残留は有機JAS法では問題としない。それら動物に与えた薬剤が残留した畜産廃棄物は恐らく大量に存在すると思うが、それを分別すると、きっと国は処理に困るのであろう。

これら多くのものを呑みこんで耕地は栄養過多となり、雨によって流れ出れば河川や海を汚染し過富養にする。豊富な肥料によって収量は増えたが、有機農産物でさえもいまでは肥満体だ。

私たちの健康な身体を作り支えるのは、健康な環境で育てられた「それ自体が健康なもの」であるはずだ。例え有機で育ててられたとしても肥満体であってはならない。

第一それらはおいしくない。

私たちの提携仲間の多くは家庭菜園の経験があり、必要最少限の肥料で育てた野菜の美味しさを知っている。

無農薬のものは腐り易いというのはウソである。健康に 育った野菜は保存しても萎れはするが腐り難い。

歯応えはあるが筋っぽいわけではない。新鮮で健康な野菜はちょっと塩を振り火を通すだけで美味しい。素材さえよければ料理らしいものは要らないのだ。

筋肉の間に細かく脂肪の行き渡ったいわゆる"サシ"の入った牛肉を、いったい誰が「オイシイ」と決めたのだろう。牛は本来草しか食べない。そのために四つも胃袋を持っている。放牧で時間をかけて飼育されたサシの入らない牛肉の噛めば噛むほど美味しい味わいをみんなは知らないのだ。

それから私が疑問に思うのは認証のやり方そのものだ。認証を受けるのは農産物自体ではなくてそれを収穫した圃場である。決められた基準に従って圃場整備をやり、作業を忠実に記録し、認証団体職員に確認してもらえば圃場が有機と認定される。自分の畑を有機と慣行農法に分けている農家を何人か知っているが、農薬や化学肥料の袋が置いてある彼らの納屋を見ながら"有機"とは何だろうと私は疑問に思うのだ。

いま、官製の有機JAS認証に頼るのではなく、自分たちの手で納得のいく認証基準を作ろうとする人たちがいる。 前述のように有機自体の訴求力が弱い現在、農の現場から 有機農業をきちんと問い直して自前の認証制度をつくり、それを社会の大勢の人たちに向かって発信宣伝していくことは 今後の課題として非常に大切なことだと思う。

これからのこと 現状を踏まえて

フランス最後の見学、ナットエクスポでオーガニックコットンの手提げ袋を貰った。何故かフランス製ではなくインド製であった。

3泊したパリのホテルでベッドメイキングしてくれたのは輝く黒い瞳と艶やかな黒い肌の美しいまだ幼さの残る女性だった。



今回のスタディツアーで、オーガニックとは単に安全安心な食べものを求めるだけではなく、もっと思想性の高い社会の変革を視野に入れた運動であることを教えられたが、現実社会との乖離はまだまだ大きい。

EUにしろ、イギリスの離脱、難民問題、EU加盟国間の経済格差など、きっと課題は山積しているに違いない。また、イタリアで最も有機認証面積が広いのは牧草地だという話を

聞いた。そのような国土の違いは別にしても、有機が1%にも満たない日本で今後何ができるのだろうか?

それに日本にはEUにはない難問がある。

ひとつは原発事故だし、もうひとつはアメリカとの距離である。フクシマ原発事故によって50年前の提携の原点である 安全安心の食べものを求めることすら危うくなった。気流と 降雨の関係で福島県内だけでなく茨城県、千葉県、群馬県、 栃木県、東京都にもたくさんの放射能が降った。

小さな子供や赤ん坊には1ベクレルでさえ問題なのに、国は100ベクレルという信じられない数値を基準値として設定し農産物を流通させている。そして、あろうことか事故収束の展望がまったく見えないのに原発を海外に売ろうとさえしている……。

最近の政府は国民へではなくアメリカへ顔を向けて政治 をしているようだ。

さらに社会の経済格差の広がりは深刻だ。38%の人たちが非正規雇用で働いているというが、平均年収は170万円だそうだ。これでは家庭も持てない。

手許にOECD加盟国の国別の65歳以上の貧困率の数字があるが、日本の高齢者貧困率は19、4%。まだ上手がいてアメリカ21、5%、韓国にいたっては49、6%だそうだ。

経済格差に加えて、人口減少は一面オーガニック市場の縮小を意味する。小さくなっていくパイに群がって、ビジネスだ、やれ認証だというのは悲惨だ。一円でも安いものを探して真剣な眼差しでスーパーを歩く一般大衆にとって、高価なオーガニック食品は高嶺の花である。

このまま今の社会のなりゆきに流されていけば、オーガニック食品は金銭的に余裕のある階層だけのものとなり、現社会の単なる補完物になってしまう。国民一人ひとりが根本から自律的に国の将来を見据えた社会の在り方を考え、実行していかなければならない時に来ている。

国の借金は1、000兆円を超えてまだ膨らみ続けている。 オリンピックを前に日本はもう農業も地域社会もひっそりと壊れ始めているのである。

明るい未来に向けて

2015年9月、国連総会においてSDGs(持続可能な開発) 17の目標が採択された。

貧困撲滅や気候変動への対策。すべての人に健康と福祉 を、そして質の高い教育の普及など、人類が直面する地球規 模の解決すべき課題を17項目にわたって挙げている。

また、2017年11月15~17日、江東区の日本科学未来館で約100カ国から政府関係者ら約800人が集まって、SDGsの

達成に向けて科学がどう貢献できるか話し合われた。

国連総会で採択されたSDGsが究極の"オーガニックライフ"のような気がした私は、どこまで実効性があるのか知りたくなり、生まれてはじめて国連憲章を眺めてみた。

私はこれまでマスコミ報道の大国の拒否権行使などに目がいくばかりだったが、国連の根底には世界平和を希求する精神があった。加盟国193ヵ国。北朝鮮も正式な加盟国で、162ヵ国が承認している。

もちろん日本は承認していない。

大国の思惑は別にして、世界で唯一の統一機関である国連には70億人一人ひとりの"幸せに暮らしたい"という切実な願いが込められているような気がした。

関連して、世界における日本への評価と立場が見えてきた。 同じようなファシズム政権でありながら、それぞれの戦後 処理の仕方がドイツと日本ではまるで違うことも知った。周囲 の国々の民衆が充分納得するまで謝罪しつづけたドイツ。1 989年に悲願の東西統一を果たし、いまやEUの中心的存 在となり、原発も廃止する。

一方は世界有数の美しい沖縄の海岸を壊して自分たちの税金で巨大軍事基地を作ってアメリカに半永久的に提供しようとしている。すべての事象は有機的に繋がっている。周囲と関係なしにすばらしい有機農業だけが忽然と現われるわけではない。一人ひとりが平等に大切にされる社会が保障されてこそ"オーガニック"がメインストリームになる。

そのためにも、SDGsという遥かな理想の世界への最初のステップとしてオーガニック=有機を位置付け実行していかなければならない。生態系と豊かな自然環境を守り、国土の景観を保持するという観点から有機農業を推進して、それに十分な予算をつけるよう、国に対して私たちが不断の働きかけを続けることだ。

大事なのは未来を担う子供たちへの教育である。いまの子供たちは自分の食べものがどのような過程を経て我が家の冷蔵庫にたどり着くかを知らない。そんな子供たちを有機農業に参加させること。種蒔きから肥培管理、収穫、料理して食べるまで一貫して責任を持って取り組ませることが重要だ。有機で育ったおいしいものを食べて味覚を育てることも非常に大切である。味覚は幼少期に育つ。動物の飼育にも参加させること。動植物を育て、土に親しむのは人間としての原点である。

動物にも心があること。狭い場所に閉じ込められ鼻輪で 引っ張られている牛や豚と我が身を置換えて、彼らの哀しみ を知ることだ。それがひいては社会的弱者へのやさしい目線 に繋がっていく。

帰国して間もない10月27日、ネットで千葉日報の記事を 見つけた。曰く、

『千葉県いすみ市は27日、全13市立小中学校の給食で使用するご飯について、全量を無農薬無化学肥料の有機米に改めた。今後、継続して実施する。市は環境保全型農業を推

進し、給食のご飯は有機米で賄うとの目標を掲げていた。こうした試みは全国初という。』-----

フランス、イタリアに比べれば、本当にささやかな第一歩だが、このような出来事が小さな町から町へと伝播して行ってほしい。それらが集まってやがて大きな流れとなる。それには私たち住民一人ひとりの関わりが大切だ。小さな町ならまとまり易い。

フランスで見学した100%オーガニックの学校給食も、ニース近郊のムアン・サルトゥー市人口11、000人の小さな街だった。

ささやかな小さな試み

読者の皆さんには笑われるかもしれないが、私たちは3年前、10人足らずで小さなグループを立ち上げた。

名前は「ひびきあい」という。

心と心、魂と魂の響き合いだ。そのうち一般社団法人にしようと考えている。目的は、自らの生き方として有機農業に取組んでいるモノ言わぬ農家を応援することだ。

今はまだ2軒のみ。自然農法で浅蒸し茶を作る農家と、蓮 華草を鋤き込むだけの米作りに励んでいる農家とである。

浅蒸しは伝統的な製法である。淹れると水色は透明な金茶色で、五月の茶畑をわたる新鮮で爽やかな風の香りがする。浅蒸しの良さは若い新芽で製造するとき顕著になる。湯を少し冷まして淹れる。それに対して深蒸しは比較的硬化が進んだ葉っぱや、摘採後時間を置き鮮度の落ちた葉っぱでもそれなりにお茶にすることができる。蒸し時間が長いので淹れるとばらばらになった葉緑素で緑色になる。温度を気にする必要もなく熱い湯で淹れられる。生産者と消費者のニーズが一致し、NHKの掛川深蒸し茶の放映以来増えている。

残雪を頂いた北アルプスの山々を背景に安曇野に広がる レンゲ草のピンクは美しい。以前は黄色の菜の花とともに日 本の春を彩る美しい風景だったが、今は田圃の畦道にも殆ど 見かけなくなってしまった。

このレンゲ農家の後継ぎに早くお嫁さんが来て欲しい。

しかしどちらにしても収量は普通行われている有機農法よりさらに低い。それでも質素ながら生計が成り立ち次世代へと繋いでいけるように願い応援している。

宣伝し売上げを伸ばし、ぜひとも若い人たちにビジネスとして魅力を感じてもらいたいと願っている。長年提携運動をやってきた「ババ連」は、悲しいかな"ボランティア"、"持ち出し"、の習性しか身についていないのだ。かつて提携運動が盛んだった頃は、夫の給料で妻子を養えた階層が存在していて、主婦に運動に関わる余力があったと思う。

今の時代、一億総活躍とは、妻も働かねば食べていけない

ことの裏返しだ。もはや専業主婦はセレブ層にしかいないのではないか?

帰国してから一月以上経つが、オーガニックとは何か、オー ガニックライフとは何かを考え続けている。

いつの世にも生物学的に約5%の人たちが身体や心に障害を持って生まれて来るというが、その人たちが一人の人間として大切にされる社会を築きたい。誰もが生まれてきて良かったと思える世の中にしたい。-----

そんな世の中が100年先に現れるのか、あるいはもっと 先のことか?いや、ローマの昔から殺戮と弱肉強食を繰り返 して来た人間に、そんなユートピアは無理かもしれない。しか し、社会は螺旋形を描きながらも変わって行く。

グローバリゼーションも行き着くところまで来ようだ。第一次産業革命以来世界を支配して来た資本主義も矛盾を露呈してそろそろ終わりに近い。だから、これから当分苦しい混迷の社会状況が続く。

ITからAIへ、そしてIoTへ。産業革命で蒸気機関に職を奪われた人々の苦しみ悲しみをこのトシにしてようやく理解したが、これからはネット革命を逆手にとって、減った仕事をシェアしていこう。

朝9時からお昼まで3時間働けば最低の生活が保障される社会を作ろう。一人ひとりがヒトやモノ、自然に対して積極的に有機的にかかわり、少しでも居心地のよい社会を作っていく。

それが人間のチエというものだ。そのなかにこそ"オーガニック"がある

若い人たちには歴史を長いスパンで俯瞰しながら、地球上の人びとを視野に入れて、志高くオーガニックビジネスを続けて行ってほしいと切に願う。

明日をも知れぬ老婆ながら、明るい未来を夢み、語るのは楽しい。無為の余生にどっぷり漬かって何にも考えずに過ごしていた私だったが、この夏旅立った提携仲間の友の、もっと生きて運動を続けたいと願っていた思いを胸に、スタディツアーに参加して刺激を与えてもらった。

85歳の誕生日もお祝いしていただいた。

ご同行諸氏にはご親切にエスコートしていただき快適な 旅を続けられたことを深く深く感謝申し上げる。





寺本さん、ご参加ありがとうございました。 おかげさまで奥深く、優しさあふれる旅になりました。 (徳江)

おかげさまで奥深く、優しさあふれ (2017.11.25) (徳江)

イタリア・フランス オーガニックマーケットスタディツアー レポート集 **---- ツアーアルバム**

Repubblica Italiana

2017.10.15

Calvatone カルヴァトーネ

IRIS (有機農業協同組合)昼食、視察(畑、豚)/直営店見学、ショッピング



最新の IRIS直営パスタ工場見学



2017.10.16
San Lazzaro di Savena サンラッザーロディサーヴェナアルチェネロ訪問伊藤さん案内(直営のピザハウスでレクチャーと昼食交流)



Vercelli ヴェルチェッリ

アルチェネロの田園、精米工場視察



2017.10.17
San Giuliano Milanese サンジュリアーノミラネーゼ
Acua e Terra 視察(牛、豚、鶏などのAW) 有精卵で有名









Milano ミラノ近郊 Luigino Chiericoさんの農場(絶滅危惧種の牛を多種飼育)視察







リーダー役のマウロさんのGAS作業場視察



GAS"Filo Di Paglia"との交流夕食会(マウロ宅)



2017.10.18 San Giuliano Milanese サンジュリアーノミラネーゼ イタリアを代表するスーパー「イータリー」視察







République française

2017.10.19

 $Mouans \ Sartouxe \ \textit{LT} \\ \textit{T} \\ \textit{This } \\ \textit{The polymorphism}$

ムアン・サルトゥー 学校給食用の市営農園見学





給食視察、試食体験



2017.10.20 Paris パリ オーガニック専門店「ヌーヴォー・ロバンソン」視察







パリ2区長ジャックブトーさんと面談。学校給食視察·試食体験







パリ18区の郵便局屋上栽培視察。ここで採れたハーブティー試飲







料理のCO2削減を目指すNPO「ボン・プール・クリマ」の会員レストラン「ル・フロリモン」で夕食







オーガニック専門店「ナチュラリア」、スーパー「モノプリ」自由視察、自由行動



2017.10.22

オーガニック朝市見学







ナットエクスポ視察







発 行 一般社団法人フードトラストプロジェクト

住所 東京都中央区八丁堀2-22-8内外ビル7F TEL 03-3523-0028 FAX 03-3523-0861

アドレス ftpinfo@food-trust.jp 代表 徳江 倫明(とくえ みちあき)

発行日 2018年4月20日

協 力 有限会社リボーン<エコツーリズム・ネットワーク>

住所 〒337-0003埼玉県さいたま市見沼区深作3-36-19

TEL 048-687-5455 FAX 048-637-5010

アドレス eco-tourism@reborn-japan.com

代表 壹岐 健一郎(いき けんいちろう)

頒 価 2,500円