

「食と農の距離」を短くするために

北川 太一（摂南大学）

少々、古い資料からの引用になるが、農林水産省『食料・農業・農村白書 平成12年版』に記載された民間研究機関による調査結果によると、東京都内の小学校5年生から中学校3年生までを対象にして「農業」と聞いて思い浮かぶ絵を描いてもらったところ、しっかりと描ける生徒がいる一方で、魚の絵や野球の絵を描いたり、農業の意味が理解できずまったく白紙であった生徒もいたという。こうした状況は、食と農の「心理的な距離の拡大」として指摘される。生産者と消費者、農村と都市とのコミュニケーション（交流も含めた共通理解）が不足し、都市やまちの人が農業、農村を十分に理解していない（もちろん、逆もあり得る）ことである。

この背景として、二つのことがあげられる。第一は、「時間的・地理的な距離の拡大」である。日本の食料自給率が主要先進国と比べて極めて低いこと、言い換えれば、私たちの農産物・食料の多くを輸入に依存し、長い時間と距離をかけて届くことが、食の根源としての農を実感できない状況を生み出している。農水省が昨年（2022年11月）実施した『食生活・ライフスタイル調査』によれば、そもそも食料自給率に関して「よくわからない」「聞いたことがない」「言葉は聞いたことがあるが内容までよく知らない」の回答がほぼ6割を占めており、国民の意識が食の問題にすら十分に及んでいないことがうかがえる。

第二は、「段階的な距離の拡大」である。近年、外食や中食、加工食品への依存度が高まりつつある中で、産地で収穫された農

産物が幾重もの製造加工・流通の過程を経て、姿や形、味を変えて食卓に届くという実態がある。その結果、食材の原型に対する意識が薄れて旬を実感する機会が減少し、食文化理解の妨げにもなっている。こうした時間的・地理的な距離の拡大によって、日々の食事（食卓）と生産現場（農業）とが結びつかない状況が生まれている。

1980年、ICA（国際協同組合同盟）モスクワ大会で採択された『レイドロー報告』は、これからの協同組合が取り組むべき優先分野の一つとして、「世界の飢えを満たす協同組合」をあげた。そこでは、協同組合が、単に食料の生産・販売を行うだけではなく、生産者と消費者の橋渡しを率先して行い、農地を護ることから長期的な食料供給に至るまでの総合的な食料政策確立の重要性を説いている。

現在、見直し・改定の議論が進んでいる「食料・農業・農村基本法」（1999年制定）の第12条では、国や地方公共団体の責務、農業者や事業者の努力と並んで「消費者の努力」をあげ、「消費者は、食料、農業及び農村に関する理解を深め、食料の消費生活の向上に積極的な役割を果たすものとする。」と明記している。

組合員の暮らしをより良くするために事業や活動を行う生協が、食の持つ多面的な価値をどう伝えていくのか。生産者はもちろん、食の問題に真摯に取り組む地域の団体や自治体とどう手を繋いでいくのか。今回のシンポジウムの内容も手掛かりに、真剣に考えていきたいものである。