

平成 17 年 1 月 21 日

「食」と「地域ブランド」の課題と対応策について

全国農業協同組合中央会
山 田 俊 男

1. 食育の推進

(1) 食育の重要性と関係省庁が一体となった取り組み

健全な食生活の推進、伝統ある優れた食文化、地域の特性ある食生活、環境と調和のとれた食料の生産と消費など食育は重要。

J A グループは、安全で安心な農産物の供給、地産地消、食農教育などの取り組みを実施。

農水省、厚生労働省、文部科学省、国土交通省など関係省庁が一体となった取り組みが必要。

食育を推進するため、教育プログラムへの盛り込みが必要。

(2) 調理師等に対する食育の実施

「食」の最先端を担う調理師や料理人が「食」や「地域ブランド」の価値を理解し、消費者に伝えていくことが必要。

地域の農業・農産物の知識の普及や地場野菜など農産物のデータベース化と情報発信対策が必要。

人材育成として、調理師専門学校や料理学校における食育の推進が必要。

2. 海外展開

(1) 在外公館における情報発信

在外公館が日本文化、日本食の情報発信基地としての役割を果

たし、食、地域、ブランド、ファッションを統一的に情報発信することが必要。

在外公館における公式行事等で、日本酒、焼酎、日本米など可能な限り日本産の食材を使用することが必要。

(2) 国際空港における情報発信

観光立国を推進する観点もふまえ、国際空港内(出国手続き後のエリア)に、日本のファッションの専門店、伝統工芸品、日本の食品の専門店の出店が必要。

外国の観光客に日本食を印象付けるため、日本食のアンテナショップが必要。

出店に関するコストなどの実態を検証し、国家戦略として取り組むことが必要。

3 . 農産物の輸出促進

一方的な輸入促進による「守り」から、農産物の輸出による「攻め」に転換し、「相互貿易」を目指すことが必要。

輸出の取り組みを通じて、各国の非関税障壁等を検証し、輸出体制を整備することが必要。

4 . 地域ぐるみの取り組みの推進

京野菜、加賀野菜など伝統野菜や食文化を保存・活用するには、種子の保存や技術の継承とこれらの担い手の確保等が課題。

一部の大規模生産者のみが担うことは困難で、行政など関係者を含め地域ぐるみの取り組みを推進することが必要。