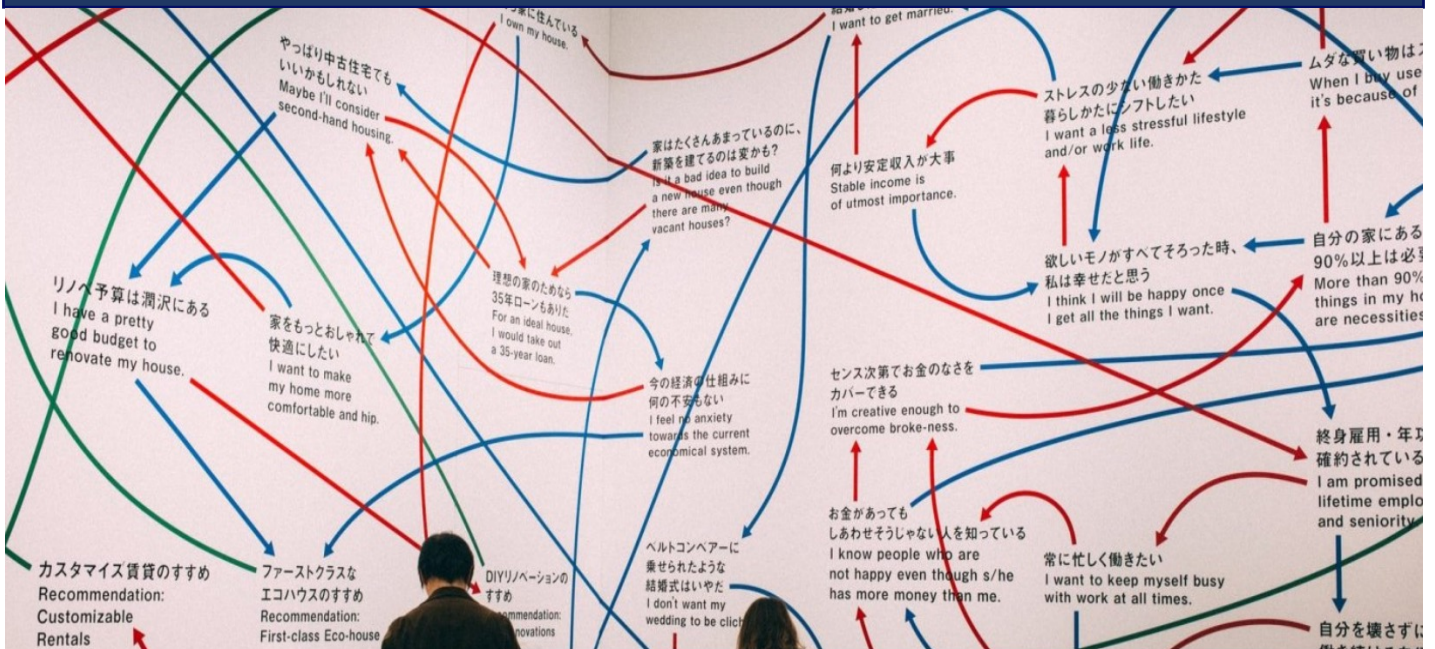


The Sustainable Gastronomy in Society 「SGS」

# Newsletter

JAPAN-EUROPE  
FORUM

## 日本の強靱なフードシステム：直面する課題

EDITORIAL

2023年5月の「強靱なグローバル食料安全保障に関する広島行動声明」を踏まえ、G7及び招待国の首脳たちは、世界の食品安全保障と栄養を強化するために国際社会と協力して共同で行動を取る意向を示しました。G7が強靱で持続可能な農業と食料システムを生み出すための取り組みを進める中で、サミットの主催国は地域および国際的な食品生産の支援を優先課題としました。今年のSGSエンゲージメントプラットフォームフォーラムでは、日本の食文化に焦点を当て、議題として登場する疑問、「地理的表示（GIs）と強靱な食料システム」について議論される予定です。私たちのエンゲージメントプラットフォームデジタルフォーラムへの共同の歩みにおいて、重要なマイルストーンとなる取り組みです。優れたパネリストやスピーカーと共に組まれた充実したプログラムの詳細は、次回のニュースレターで紹介いたします。

SGSの活動に関心をお持ちで、ご参加やご支援に興味がある方は、お気軽にご連絡ください。  
[contact@sgs.or.jp](mailto:contact@sgs.or.jp)

SGSの重要な基盤の一つである地域間の関わりを大切にし、本記事ではG7宮崎農業大臣会合に関し、野村哲郎農林水産大臣にインタビューさせていただきました。SGSに関心をいただいている皆様にとって、2023年のSGS第2回年次フォーラムは、友人やパートナーと一堂に会する機会でありここにご紹介できることを光栄に思っています。SGSチーム一同、皆さまとお会いできることを心待ちにしています。この長らく待ち望んでいたフォーラムを、一つの大きな節目として共に築いていくことを楽しみにしています。今こそ、つながる時です！

野村哲郎農林水産大臣、  
インタビュー 2-3

SGS第2回エンゲージメント  
プラットフォーム  
フォーラム 4

SGS Friend 紹介 5-8

分析：食料システムと地  
域の活性化 9

特集：Bleu-Blanc-Coeur 10-11

## Interview

# インタビュー

## 野村 哲郎 氏

### 農林水産大臣



G7首脳声明にも貿易の重要性が謳われており、日本の基本法の見直しでも「海外市場も視野に入れた産業への転換」を図ることとされ、国としても農産物の輸出をより重視して取り組みを進めているかと思えます。和食は本誌の読者にもファンが多いのですが、まずは輸出促進策について伺えますでしょうか。

先日宮崎農業大臣会合で閣僚の皆さんに日本食をふるまった際にも、日本食に対し関心が高まっているのを実感しました。少子高齢化に伴って日本国内の食市場が減少する中で、世界の食市場は今後大きく拡大することが見込まれています。日本の農林水産物や食品の輸出については、こうした世界の市場を取込んで行くことが、生産を続ける上でも必要であると考えています。

関係者の皆さんの努力もあって、昨年は農林水産物・食品の輸出額が、過去最高を10年連続で更新し約1.4兆円を記録しました。政府では、この輸出額を2025年までに2兆円、2030年までに5兆円とすることを目標としています。その達成に向けては、輸出先でのニーズや規制・基準に合致する産品を継続的に提供するマーケットインの発想が重要ですので、こうした発想で輸出にチャレンジする事業者を農林水産省としても後押しすることとしています。

農林水産物・食品の輸出拡大については、関係の閣僚が集まってとりまとめた実行戦略を立てていますし、品目ごとに生産から販売に至る関係者が連携した認定品目団体も立ち上がっています。この実行戦略のもとで、認定品目団体を中心として、輸出促進の展開や、輸出先国・地域において輸出事業者を包括的・専門的・継続的に支援する組織である輸出支援プラットフォームの体制強化等に取り組んでいます。

G7首脳声明には「enhance local, regional and global food systems」と書かれており、地域とグローバルとの双方が重視されていると感じました。これはある意味でEUがGI（地理的表示）によって地域の特色を国際的にも売り込んでいく戦略にも通じる考えのように思います。今後の日本における地域の特性を生かした戦略について伺えますでしょうか。

地域の特性を生かした戦略としては、我が国の強みがあり、関係者が一体となった輸出促進活動が効果的な29品目を輸出重点品目として選定しています。この29品目ごとに目標も設定していますし、この達成に向けて、さまざまな環境整備を行っています。GIも、その地域ならではの自然的、人文的、社会的な要因の中で育まれてきた品質、社会的評価等の特性に着目したものですから、地域の魅力の発信のツールとして有効だと思います。

## Interview

G7農業大臣会合で大臣は地元の農業高校生と各国大臣との対話のセッションを設けられ、各国大臣に大変好評であったと伺っております。食料生産を確保する上で、農業関連の教育の魅力を増やすことが重要になってくると考えますが、この点について、日本ではどのような政策がとられているかお伺いできますでしょうか。

4月のG7農業大臣会合では、閣僚同士の議論に先立って、地元宮崎の高校生20人と各国大臣との対話の時間を設け、提言をいただきました。その中には、農業はカッコいいのだ、それをもっと広めるべきだ、という提案や、農業や食の大切さをもっと実感できるように小さい頃から農業を体験する機会を増やそう、というメッセージがありました。農業に親しむ機会を作ることで、地域の自然や食文化、産業などへの理解が深まりますし、生産者の努力などに対する感謝の念も生まれると思います。地元の生産者の協力も得て、小学校で農業体験授業を行ったり、給食で地場産品を使って地元の食材や食文化を学んだりする取組が日本では増えています。後者は、フランスで盛んな学校給食政策とも通じるころがありますね。農林水産省でも、こうした「食育」の取組への支援を行っています。次の世代へ農業の大切さをどのように伝えていくかは、今後重要性を増す分野だと考えています。

---



# 第2回 エンゲージメント・プラットフォーム・フォーラム 4地域で開催

オンライン開催における戦略的地域

2023年10月～11月（順次）

Contact us:

contact@sgs.or.jp



## CLUSTER 1

北海道

岩手

山形



## CLUSTER 2

富山

新潟

山梨



## CLUSTER 3

広島

徳島

岡山



## CLUSTER 4

熊本

宮崎

鹿児島





## Introducing our friends: CarbonMaps

Carbon Maps (カーボンマップス) は、食品業界向けの包括的で科学的なデータ駆動型の気候管理プラットフォームです。GHGプロトコルやIPCCガイドラインなどの堅牢な科学モデルと基準に基づいており、そのSaaSプラットフォームを通じて農食業界の関係者は、自社の製品や農産原料の環境への影響を食品供給チェーン全体にわたり迅速かつ高精度に評価することができます。

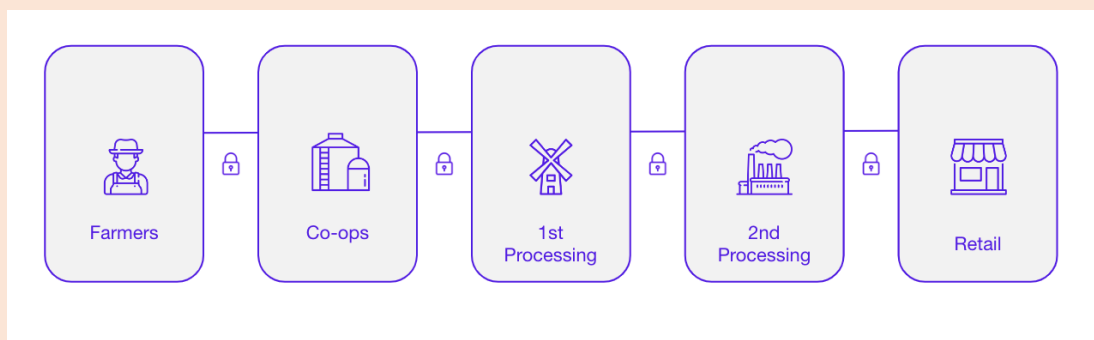
[Home - Carbon Maps](#)

### CarbonMaps (カーボンマップス) について

私たちのフードシステムは、世界中の温室効果ガス排出、森林破壊、水消費に大きな影響を与えています。農家がどのように食べ物を育てるかを考慮に入れることは、消費者製品の環境への影響を評価するために不可欠であり、これにはバリューチェーン全体での情報共有と協力が必要です。

世界の食料生産の環境への影響を減少させることは、現在の重要で緊急の課題です。その巨大な温室効果ガス排出（世界全体の約30%）や生物多様性、水と土地資源への大きな影響から、農食セクターは規制機関、団体、市民からますますの圧力を受けています。

カーボンマップスの使命は、食品業界が環境への影響（炭素排出、生物多様性、水利用、動物の福祉）を削減する手助けをすることです。農家から消費者まで、フードチェーン全ての段階で、データ収集と分析を行い、科学に基づくモデルを使用します。



## ソリューション

カーボンマップスは、食品業界に対して、フードチェーン全体で環境指標を簡単かつ監査可能な方法で管理するためのプラットフォームを提供します。自動化され、産業化されたデータ収集と計算を可能にし、製品ポートフォリオ全体の指標を提供します。カーボンマップスは、食品製品の主要な指標である温室効果ガス排出、生物多様性への影響、水使用、動物の福祉を網羅しています。

## 差別化

自社の製品を差別化するため、持続可能な食品ブランドは、サプライヤーから関連データを統合して、合理的な農業プラクティスを宣伝できます。そのために、カーボンマップスは簡単にその技術を提供しています。

## 計測と信頼性

カーボンマップスのSaaSプラットフォームは、食品供給チェーンの全ての段階でデータを収集し、科学に基づくモデルを使用して分析します。カーボンマップスのプラットフォームは、農業・食品業界の関係者が、製品や農産原料の環境への影響を迅速で高精度な評価を行えるよう支援します。同社は広く受け入れられている科学的モデルや環境基準（GHGプロトコル、ISO 14040&14044、IPCC）を基準にしています。

The logo for carbonmaps, featuring the word "carbon" in a bold, lowercase, sans-serif font, followed by "maps" in a similar font but with a stylized, rounded 'm' and 'p'.

Introducing our friends:

# Axa Climate school

アクサ・クライメートの使命は、持続可能なビジネスを広範に展開することです。パリ、ロンドン、チューリッヒ、マイアミ、シドニー、上海、香港、ニューデリーには、熱心で情熱的な仲間が150人以上集まっています。

[AXA Climate regenerative business](#)

## 課題

地球への負の影響を減少させるだけでは不十分です。私たちの共通の課題は、採取型の企業から再生型の企業への転換です。そのために、私たちはビジネスモデル、組織、共通の使命を変革しているのです。そして、この変革のムーブメントが私たちを駆り立てています。アクサ・クライメート・スクールは新しいパラダイムを創造しています：私たちの企業は生きた存在であり、生命ある世界に内包されているという視点です。この使命を果たすため、スクールは以下の三つのビジネスラインを展開しています：

## 活動の範囲

**研修：**すべての従業員が関与するデジタルおよび科学的なコンテンツを通じて、彼らにスキルとツールを提供します。アクサ・クライメートは主要な企業に対して40時間以上のデジタル研修コンテンツを提供しており、持続可能な移行を支援する意欲のある企業は、8つの異なる職種と8つの異なる言語でカバーされるオンライン学習体験を通じて従業員をサポートしています。

**コンサルティング：**アクサ・クライメートは農業・食品、産業、金融、公共セクターに対してコンサルティングサービスを提供し、気候変動や生物多様性の喪失に対して再生的な方法で適応するのを支援しています。アクサ・クライメートは気候、生物多様性、炭素リスクを評価し、適応策を提案して、惑星と企業の間でプラスの相互作用を創出します。

アクサ・グループはまた再生的な農業に資金を提供しています。最新の衛星画像技術を活用して、災害に苦しむ事業や脆弱な人々を保険で補償し、自然災害に遭った際にわずか数時間で財政的支援を提供しています。

## 再生型企业

企業が持続的に適応し成功するためには、彼ら自身が生きたシステムとなり、それに適用される法則に従う必要があります。この運動こそが私たちが「再生」と呼ぶものです。再生は、企業が自己を生きたシステムとして設計し組織すること（従業員、株主、顧客、サプライヤー、地域社会を含む）、地球の境界と資源内で運営し、その全ポテンシャルを開発して成長することを意味します。再生型企业は、人間と非人間の生きたシステムの能力を具体化し、地球上で生命を育むための条件を再生することを担当します。規模や場所、セクターに関わらず、どの企業も再生の道に進み、経済モデル、文化、組織を変革することができます。





## THE ANALYSIS

# “食料システムと地域の再生” SGS' team

デジタル社会における農業の未来を考えることは、どのような社会を望むかを考え、現在の農業システムの矛盾を乗り越える方法を見つけることを意味します。

私たちは自然で伝統的な地元の食品を望む一方で、同時にライフスタイルや予算に合った製品を求めています。

環境と動物を尊重する地元の農業を推進したいと思っていますが、都市のライフスタイルは農地を消費し、産地から遠ざけています。一部の議論ではデジタル技術を農地の新たな集約化と結びつけるものもありますが、農薬や資源の使用を制限する精密農業\*1の源泉となる可能性もあります。食品消費の環境への影響を制限したいと思っていますが、垂直型都市農場\*2で育てられた野菜や果物を食べることは想像できません。

私たちは農地でのロボット化を恐れていますが、同時に安価な価格で自分たちを養うことに焦点を当て、農家の厳しい努力について心配することはありません。ここでも、農業へのデジタル技術の導入は、職業の再考、農家のスキルの拡充、消費者との関係の再構築、新しいプロフィールの魅力づけ、都市農業を通じて新たな展望を開くのに役立っています。

そのため、デジタルは、現在の食品供給チェーンの矛盾に満ち、消費者に対して透明性が欠けている状況を変革するためのツールです。

\*1 農業の生産過程において最新の技術を活用し、農地内の異なる領域ごとに適切な施肥、灌漑、農薬散布などを行う方法。

\*2 都市内の建物や施設内で、通常は階層的な構造を持ち、狭いスペースを有効活用しながら、垂直方向に植物を栽培する農業の形態を指します。

農業におけるこのデジタル革命は、生産から消費、流通まで、すでに始まっています。デジタル技術はどこにでも存在し、農業チェーンの多くの側面を変革しています。特に、各段階で情報を生成し、これが今やチェーン内のさまざまなプレイヤー、消費者を含む関係者にアクセス可能で配布可能になっていることが、注目すべき特徴の一つです。

現在の社会のデジタル変革の特徴の一つは、消費者の新しい役割であり、デジタルが彼らにより多くの圧力をかける手段と表現手段を提供することです。これは新しい形態への権限委譲です。

この変革は食品消費において明確に見て取れます。連続する食品危機が食品の品質や原産地に対する不信感をもたらし、消費者に異なる方法で組織化するよう促しました。生産の資金調達、短い流通回路の実施、トレーサビリティシステム、地理的表示の促進などです。この革命は消費者なしでは実現しないでしょう。

これは、日本や世界中のさまざまなプレイヤーの役割と職業を根本的に変えるでしょう。したがって、農業のデジタル変革は、生産性とエコロジーが調和し、生産と流通が近づき、農家と消費者が再会する新しいパラダイムの登場を示しています。

この観点から、私たちは意見を形成できるよう、誰もが関心を持つテーマについてアイデアを共有したいと考えています。



## 特集 Bleu-Blanc-Cœur ブルー・ブラン・クール

“私たちは、口にする食べ物で育まれている。”

ジェレミー・ルノー氏  
国際開発マネージャー、ブルー・ブラン・クール協会



農業慣行は、私たちの食品の栄養価値や健康、そして気候への影響を強く左右します。

Bleu-Blanc Cœur (ブルー・ブラン・クール) のビジョンは、健康で手頃な価格の食品を提供するために、より持続可能な農業を実現することです。

フランスを拠点とする非政府組織 (NGO) であり、20カ国で活動し、4つの大陸で食品に関わっています。このNGOは、栄養と気候に関して重要な国際的なプレイヤーとなり、多くのNGOや機関、国連を含む機関によって認識されています。

ブルー・ブラン・クールは「ワンヘルス」アプローチを支持しており、「土壌、動物、人々の健康」を含む総合的なアプローチです。このホリスティックなアプローチは、国連の持続可能な開発目標のうち11の目標に準拠しています。それは以下によって定義されています。

- 高品質の食品のアクセス可能性と手頃な価格
- プロセスの透明性確保
- 公正な慣行
- 結果への義務

これは食品製品に見られる品質ブランドでもあり (家畜飼育と作物栽培から得られる2500種類以上の製品)、同時に農場から食卓までのさまざまな利害関係者によって共同で導かれる、初のグローバルな「健康な食事」運動です。

## ポイント I -

### モデルに基づいて、メンバーは年間約25億ユーロの売上を生み出しています。

ブルー・ブラン・クールは、健康的な農業への移行を支援するために、以下の4つの専門分野全体で行われています：

1. 研究：飼育と農業、それらが健康と気候へ与える影響との関連を改善するためのノウハウの向上を図ります。
2. 技術的な専門知識：農場や食品供給チェーン全体でより良い実践を展開し、実装し、測定します。
3. マーケットの専門知識：製品を多くの人々にアクセス可能で手ごろな価格にするために、パートナーシップを促進します。
4. 教育と教育の共有：健康的な食事のモデルを中心に、リーダーや専門家、消費者を情報提供し、結集させるための活動を行います。

## ポイント II -

2014年以来、ブルー・ブラン・クールは、熊本県の地域で農家や畜産業者と協力し、KBCC (Kumamoto Blue-Blanc-Coeur Club) の支援を受けて最初の協力を開始しました。日本の農業と食品を向上させたいという願いに対し、ブルー・ブラン・クールは、農場からスーパーマーケットまでの食品供給チェーンの各段階で健康的なモデルを実装するお手伝いができます。

## 世界各地からの声-

### ピエール・ウェイユ氏、ブルー・ブラン・クール創設者（フランス）

「30年前、私は土壌の健康を向上させるアイデアから出発しました。そして、肯定的な環境への影響を持つことで、人間の健康にも良い影響を及ぼせることに気付きました。」

### アーゴストン・ボード氏、Dairy CEO（ハンガリー）

「生産者および加工業者として、私たちは消費者に対して、環境への影響を軽減しつつ、高品質で栄養価の高い乳製品を提供することが使命だと感じています。これらの先進的な生産方法を展開することで、私たちはこれらの目標に到達し、同時に動物の健康とパフォーマンスを著しく向上させることができました。」

### ベノワ・バルボー氏、Retailer Fresh製品ディレクター（ハンガリー）

「私たちの責任は、顧客が環境への影響が少なく、より良い健康食品にアクセスできるよう手助けすることです。これこそが私たちの顧客が期待していることです！こうした製品を消費することで、彼らの食事はよりバランスの取れたものとなり、色鮮やかでさまざまな栄養素が豊富に含まれるものになります。このビジョンに感銘を受け、私たちは「農場からフォークまで」のプログラムの下で、さまざまなブルー・ブラン・クール製品のラインを開発しました。」

### ズサンナ・シュークス氏、栄養士 - ハンガリー栄養学協会会長

「私たちの健康は食卓から始まります。これはもはや議論の余地がありません。ブルー・ブラン・クールのラベルによって、土壌と動物の健康の向上、製品の栄養価の保証が行われ、消費者は適切な選択をすることができます。」