事例報告

生産者と消費者のフードチェーンでつながる田んぼとお米と環境と

コープデリ生活協同組合連合会CSR推進部 食と商品グループ長　宮川　和之 氏

コープデリ連合会の宮川と申します。「生産者と消費者のフードチェーンでつながる田んぼとお米と環境と」というお話をさせていただきます。コープデリ連合会とは、いわゆる生協でございまして、関東信越の生協の連合会となっております。

今日のお手元の資料で、コープデリ連合会の会員生協であるコープみらいの「サステナビリティレポート」を皆さんに１部ずつお配りしています。表紙を見ていただければ分かると思いますが、見事なSDGs色に染まっております。ご挨拶としてトップ、理事長の決意が書いてあるのですが、コープみらいはSDGsに対してノリノリですということが書いてあります。後でお読みとりいただければと思います。

ノリノリのひとつとして、SDGsについて語ろうというような中身も載っております。ユニセフの早水専務理事とコープみらいの新井理事長、若手の職員２名がSDGsについて語り合うという内容になっています。早水さんにSDGsとは何かというお話をしていただいた後、それを現場の職員がどう受け止めて仕事に活かしていくか、自分がやっている仕事がどうSDGsにつながっているのかということを話す対談内容になっております。

「商品利用を通じて持続可能な社会の実現を目指す４つのプロジェクト」という冊子をお配りしています。

コープデリでは、社会貢献の活動として４つのプロジェクトという名前で活動しているものがあります。「ハッピーミルクプロジェクト」、「佐渡トキ応援お米プロジェクト」、「美ら島応援もずくプロジェクト」、「お米育ち豚プロジェクト」です。「はじめに」に「商品がたどってきた道について考えてみてください。例えば洋服、例えばダイヤの指輪、例えば家など」といったようなことが書いてあります。エシカル消費につながる商品ですというご紹介をさせていただいております。また、SDGsにつながる取り組みでもあるので、各プロジェクトに該当するSDGs目標アイコンをつけています。

４つのプロジェクトのひとつに「佐渡トキ応援お米プロジェクト」というものがあります。ビデオをご覧ください。

もうひとつ、「お米育ち豚」プロジェクトというものがありま

出典：コープみらい　サステナビリティレポート2017

出所：登壇者講演資料

出典：コープみらい　サステナビリティレポート2017

出所：登壇者講演資料

出典：コープデリの商品利用を通じて持続可能な社会の実現を目指す４つのプロジェクト

出所：登壇者講演資料

（動画要旨）佐渡トキ応援お米プロジェクト

・全滅の危機に瀕するトキは、佐渡市の保護センターで飼育され、野生復帰を果たしている。
・田んぼに住む生きものを主な餌とするトキの野生復帰には、田んぼに多くの生きものが住める環境を整えることが必要。
・佐渡市では島をあげて化学肥料や農薬を極力使わないようにするなど、「生きものを育む農業」を進めている。
・コープでは佐渡トキ応援お米プロジェクトを通じ、ＣＯ・ＯＰ新潟佐渡コシヒカリの販売１kgにつき１円を佐渡市に寄付している。
・これまで、毎年200万円前後の寄付を行い、累計1,000万円を超えた。
・この寄付金は佐渡のトキをはじめとする生物多様性を維持するための活動に使われている。

出所：登壇者講演資料

（動画要旨）お米育ち豚プロジェクト

・日本の米の消費量は昭和30年代をピークに年々減少。
（年間１人あたりの米消費量1962年：118kg→2012年：56kg）
・生産調整が行われた田んぼの再開には大変な労力が必要。
・飼料用米を作ることで田んぼを有効に活用し、守っていくことができる。そこで、生産者とコープネットグループが協同で、「豚の生産」、「消費」、「飼料用米の生産」などの関係者、とりわけ、消費と生産とが直接手を取り合う仕組みをつくった。
・環境の保全に欠かせない多面的な役割を果たす田んぼを守るだけでなく、輸入飼料を国産米に替えることで日本の食料自給力を向上させることにつながっている。
・日本の田んぼを守る「お米育ち豚プロジェクト」は、農業の活性化・環境保全・食料自給力の向上に貢献する取り組みとなっている。

出所：登壇者講演資料

す。これも何かという話になると思うのでビデオをご覧いただきたいと思います。ちなみに「お米育ち豚」というマーク、アイコンは博報堂さんにつくってもらったものです。

こちらは日本の食料自給力を支えたいということで始めた飼料用米の取り組みです。

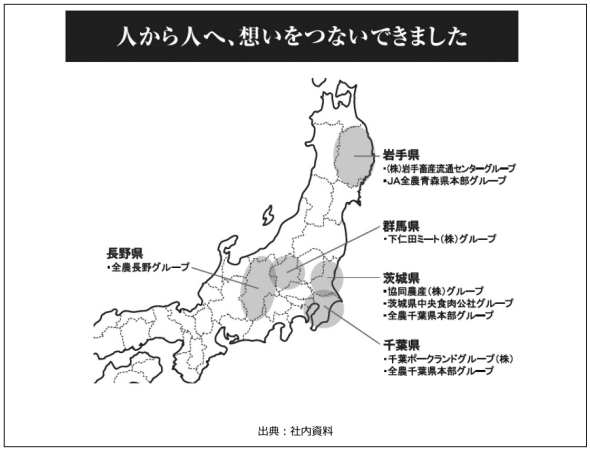
岩手と長野サイクルから始まったのですが、とても好評で、群馬県、茨城県、千葉等の生産のフードチェーンの中でも実際にサイクルが回り始めております。人から人へ思いをつないできました。

最初は飼料用米が175トンで9,500頭の商品から始まったのですが、組合員さんの支持を得てすごいことになってきております。コープでは産直豚、お米育ち豚ではない普通の産直豚も扱っているのですが、今年は48%ぐらいの売上がお米育ち豚の方にシフトしています。それぐらい組合員さんの支持が高いものです。

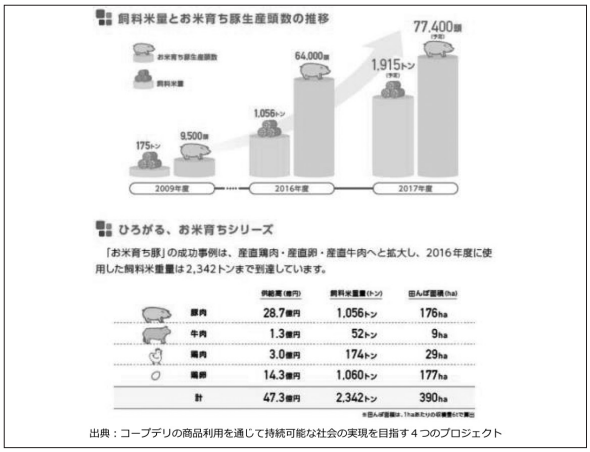
豚肉でうまくいきましたので、広がるお米育ちシリーズということで、牛肉、鶏肉、鶏卵の餌にも飼料用米をまぜることを実際に始めております。

今年10周年になりましたので、もっともっとお米育ち豚や飼料用米の取り組みを組合員さんに知っていただこうという10周年キャンペーンをやる予定になっております。

そもそも生協は産直という取り組みをやっております。産直は皆さんご存じの言葉だと思いますが、最初にこの取り組みを始めたのは生協です。人と人のつながりを大切にしたい。コープの産直とは単なる商品取引の呼称ではありません。産地直送という意味の言葉ではないことを説明しております。生産者とコープ、生協と組合員さんがつながることによってはじめて産直と言われる



出所：登壇者講演資料



	供給高（億円）	飼料米重量（トン）	田んぼ面積（ha）
豚肉	28.7億円	1,056トン	176ha
牛肉	1.3億円	52トン	9ha
鶏肉	3.0億円	174トン	29ha
鶏卵	14.3億円	1,060トン	177ha
計	47.3億円	2,342トン	390ha

出所：登壇者講演資料

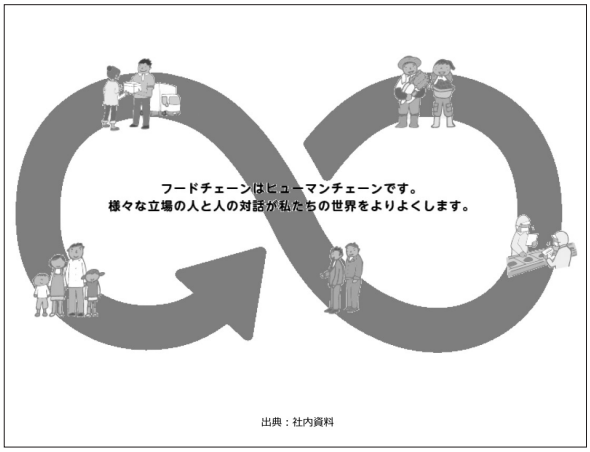
活動であると説明させていただいています。

普通、産地直送という話を聞くと、産地の人の顔がお店のポップに貼ってあって、こんな生産者がつくっているのだねと言って消費者が買うというようなことを思い浮かべるかもしれませんが、コープの産直は生産者の方々も組合員さんの顔を見るという相互の関係をとても大切にしています。信頼と交流とパートナーシップです。実際に消費者、組合員さんが産地を訪れて交流する、その中で新しいご意見、商品等が生まれる事例があります。まさにその典型例が佐渡トキのプロジェクトであり、飼料用米の取り組みであったと思っております。

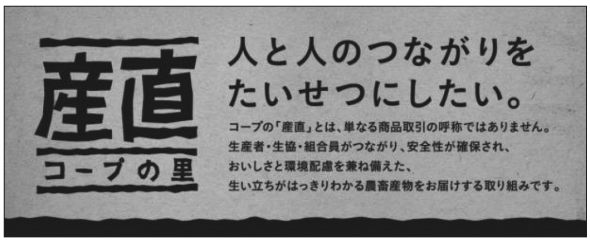
フードチェーンのつながりで食品は届けられます。生産者から始まって組合員さままでという流れです。コープは、ただそのステークホルダーのひとつに過ぎません。フードチェーンの中の信頼の輪、先ほど栗山先生からも話があったのですが、信頼の輪をつくることによって、よりよい商品ができると考えています。

特に生協はSDGs12番の目標「つくる責任、つかう責任」というところが大切ではないかと考えています。持続可能な生産・消費形態を確保することが大切と思っています。そのためには、何回も言いますが、組合員さん、消費者、生産者、さまざまな立場の人と人の対話がSDGsを進める肝だと思いますし、これからも生協はそのスタンスで進めていきたいと思っております。

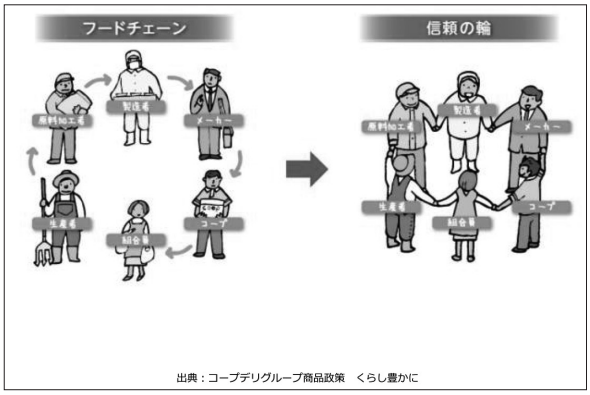
以上でございます。ありがとうございました。



出所：登壇者講演資料



出所：登壇者講演資料



出所：登壇者講演資料