



IV. 「食」「農」「協同組合」にかかる国民理解の醸成

- JAグループさいたまは、JA埼玉県大会期間において「食と農を基軸として地域に根ざした協同組合」として国民的な理解を深めるため、「食」「農」「協同組合」にかかる国民理解の醸成に取り組めます。

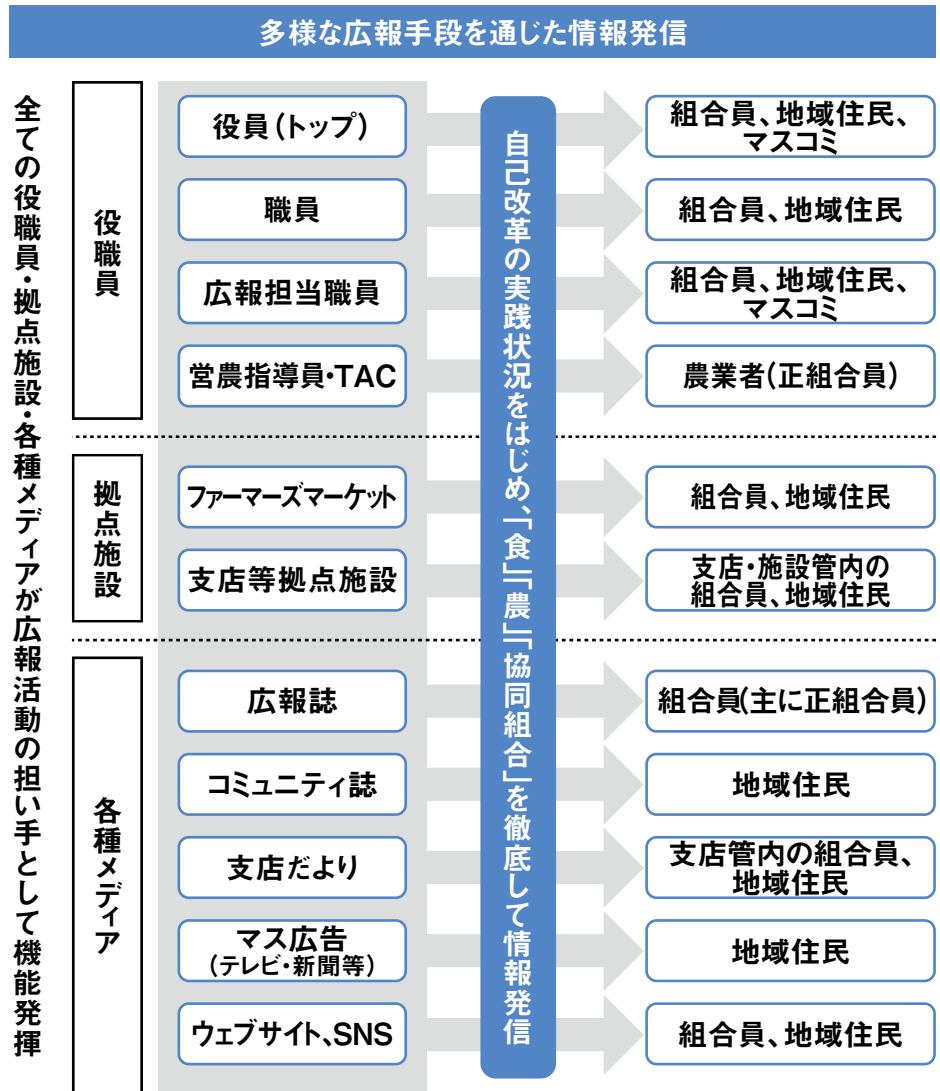
- ▶ 広報を経営戦略の重要な柱として位置付け、ファーマーズマーケットや支店等の拠点施設も含めた、地域密着型広報の展開を図ります。

また、広報担当部署の明確化や広報リーダーの育成など、広報機能の強化にも取り組めます。

- ▶ トップ広報やパブリシティ・ウェブサイト・各種メディアの活用など、多様な広報手段を駆使した情報発信の強化に取り組めます。

- ▶ 「よい食プロジェクト」の活用やJAグループの自己改革に関する情報発信などを通じて、「食」「農」「協同組合」に関する国民理解の醸成に取り組めます。

- ▶ 組合員が求める農業等の政策実現に向け、意見の積み上げ、政策提言、要望等の農政活動を行います。



欧州における「食」と「農」の国民合意とその取り組み(例)

スイスにおける国民合意

小学生の女の子



輸入品と比較して割高な国産卵を購入することについて

「これを買うことで、農家の皆さんの生活が支えられる。そのおかげで私たちの生活が成り立つのだから(割高でも購入は)当たり前でしょ」

スイス国民経済省農業局



消費者が美しい景観維持に納得して割高でも国産農畜産物を購入することについて

「安全安心、環境に優しい農業は当たり前であって、我々は多少高いお金を払っても、こういう農産物を支えるのだ」

資料:鈴木宣弘「食の戦争」(文芸春秋社、2013年)より

フランスにおける国民合意に向けた取り組み



<ネイチャーキャピタル>

- 2010年、フランスの青年農業者団体が開催。
- パリ市内の凱旋門からコンコルド広場までが緑一色となり、樹木や草花、果物、野菜、牛、豚等で埋め尽くされた。
- このイベントはフランス国内だけでなく日本など全世界に配信され、世界中にフランスの食と農の豊かさをPRした。