

プレスリリース

2010年11月

BioFach 2011: 焦点は世界の食料供給

- ・オーガニックは世界の食料をどのように賄うことができるか？
- ・業界はグリーン消費、実価格、ライフスタイルについて討議

2011年2月16日から19日までニュルンベルクの国際見本市会場でオーガニック部門最大の見本市が再び開催される。前回この、オーガニック産品では世界最大の見本市である BioFach と同時開催のナチュラルコスメやウェルネスの専門見本市、Vivaness とに 2,557 社が出展、43,669 人が来場した。来年は、Vivaness の 180 社を含め、およそ 2,500 社の出展が見込まれている。今回 BioFach は、オーガニックな、エコロジカルな栽培法や生産法とそれに見合ったライフスタイルや食生活によって、全世界の人々の食料を如何に賄うか、という課題に取り組む。

地球上の約 70 億人の食をどのように保証するのか。これに対する従来の食品業界の答えは概ね一つに集約される。それは、生産の拡大である。しかし、個々人の消費行動やライフスタイルも（食料確保に）大きな影響力をもっており、その影響力は軽視されてはならない。むしろその逆である。オーガニックとは多様性や好みを保証するものである。オーガニックの運動は、当初から消費や食に対する新しい概念の柱となってきた。これは、いくつかの科学的な調査によって裏付けられており、それによると、有機製品の購入者は資源をより大切にし、より持続可能な生活をしているというもので、例えばドイツのカールスルーへにあるマックス ルブナー研究所 (MRI) が行った全国消費調査第二弾では、有機製品の消費者は一般の消費者よりも健康に良い食事をし、最適な食生活についても多くを知っているという結果がでている。

BÖLW（ドイツ有機食品業界連盟）会長、Dr. フェリックス・プリンツは「この地球上のすべての人々が自らの食する権利を行使できるかという問題は、有機農業への挑戦でもある。我々の食料生産が持続可能に行われ、食料が誰にも行き渡るかどうかは、我々のライフスタイルと食生活に大いに関わっている。従って、オーガニック食品業界やその消費者が一体となってこの問題に取り組み、それを最優先事項に据えることは当然である」と語る。

ニュルンベルクメッセ取締役のクラウス レティッヒは次の点を強調する。「すべての部門と同様、BÖLW は、世界の食料問題をエコロジカルに解決する課題に長いこと取り組んできた。従って、食品業界の主流と異なり、オーガニック部門は頼り甲斐がある。つまり、オーガニックは世界の食を賄うことができる。このことは『世界農業報告』によっても確認されている。正しい道は、生産拡大や大量生産あるいは遺伝子組換えではなく、持続可能でエコロジカルな有機農法、実質価格政策、有機的に生産される食品を基にした食生活である。今後、顧客はますます自分たちの消費行動につ

いて、どのようなライフスタイルが社会的、経済的、エコロジー的に持続可能か、と問うようになる。この付加価値を伝えることが有機製品販売への挑戦の一つである。」

ライフスタイル、消費、価格は世界の食料とどう関係があるのか？

BioFach と Vivanness 2011 は、世界の食料供給という問題に焦点を当て、これについて徹底した、かつ専門的に裏打ちされた意見を交わすために、また今後の共通のプロジェクトに貢献するために、すべての関係者に国際的な場を提供する。とりわけ、オーガニック部門は食習慣やその影響について議論する。つまり、オーガニック食品によって、食する権利をどのように保証するか、オーガニックで世界の食をどのように賄うことができるか、ということである。食料には価格がある。しかし、食料の実際のコストはどうなっているのか。価格にはエコロジカルな実態が反映されているのか。もうひとつの視点は、グリーン消費と将来のライフスタイルは具体的にどういうものであるか、そしてそれらのために、生産と販売にどのようなコンセプトがもたらされるのか、ということである。

お問い合わせ先：

ニュルンベルクメッセ日本代表部

ABC エンタープライズ株式会社

住所：〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-24-7

ルネ御苑プラザ 210

[TEL:03-5369-6788](tel:03-5369-6788) FAX: 03-5369-7759

E-mail:abc@inter.net

<http://www.abcenterprises.jp>