

北大マルシェアワード 消費者倫理部門 募集要項

思い

現代社会では、価格や手軽さが消費の判断基準となりがちですが、それだけでは持続可能な社会や農業の実現は難しくなっています。気候変動、環境負荷、地域の担い手不足など、食をとりまく課題は多様化・深刻化しており、消費の選択のあり方がその解決への大きな力になります。私たちはこの賞を通して、「誰が、どのように、どんな思いで」作ったものかという、生産の背景に目を向ける消費のあり方を広めたいです。

本賞では、消費者と生産者をつなぎ、食の価値を価格以外の視点から伝える工夫や行動に注目し、それをより多くの人たちに知ってもらいたいと思っています。

評価項目

本章では、以下の3つの視点を重視して評価を行います。

1.問題意識(見つける)

生産過程に無関心な消費行動について、どのような点に問題意識や改善の必要性を感じているのか

また、そのような問題意識を持つに至ったきっかけや背景など

2.計画性と持続可能性(考える)

取り組みの計画性・持続可能性、取り組みを実行するために工夫している点

3.主体的な行動(実行する)

主体的に実践している取り組みの内容(どれだけ主体的に取り組んでいるか、地域特性や主体者の独自のアイデアを活かした内容であるか、消費者、特にこれまで農業や食に関心の薄かった人々への影響度など)

募集対象

以下に該当する方を広く募集します(職種は問いません)。

- 「食べものの背景を伝えたい」「消費のあり方を変えたい」等の思いを持ち、消費者の意識や選択肢を広げるような取り組みをしている方々。
- 実施済み(過去に開催済みでも引き続き開催予定があるならばOK)、実施中の取り組みを有している方々。

※計画のみでまだ実行に移していない場合は対象外

具体的な取り組み例(参考)

- 給食の食べ残しが多いと知り、子どもたちに食の背景を伝えたいと考えた。
→地元の小学校で出前授業を実施し、畑の様子や野菜の育て方を紹介した。
- 地元野菜が安い輸入品に比べて選ばれないことに危機感を覚えた。
→スーパーに特設コーナーを設け、生産者の顔写真や栽培方法を紹介するパネルを設置した。
- 農業が苦勞の多い仕事としか見られていないことに違和感を覚えた。
→畑の様子や作業の裏側をSNSやYouTubeで発信し、農業の魅力や想いを伝えた。
- 農家さんの「苦勞しても農薬を減らしたい」という話に心を打たれた。
→店頭にストーリー入りの手書きポップや写真を並べて販売につなげた。
- 収穫した野菜の行き先が分からないことに物足りなさを感じた。
→自ら農産物を使った加工品や料理を提供するファームレストランを立ち上げ、直接想いを届けられる場をつくった。