

Part 1

The Japanese dinner ( ) is an international one. Japanese people enjoy popular dishes from different countries every day. And even when we enjoy traditional Japanese ( ), we often eat what is imported from other countries.

Take a traditional Japanese ( ), for example. Miso soup and *natto* are usually on the menu. Miso and *natto* are soybean products in Japan. However, the fact is that 94% of the soybeans in ( ) are from abroad, and most of them are from the U.S.A.

Roast salmon is also popular, and Japan ( ) a lot of the fish from Chile and Norway. Some pickles are also made from imported vegetables. Eggs are produced in Japan, but most of the hen ( ) is from foreign countries. The only ( ) Japanese food may be the rice!

Part 2

Japanese people have been consuming more and more food from abroad. Out of all the food ( ) in Japan now, only 40% is produced at home. This fact causes some problems.

One of the ( ) problems is shown through “food miles.” Food miles show the distance that food has ( ) before it reaches the consumer. When products are carried by truck, ship or plane, a great amount of CO<sub>2</sub> is emitted. More food miles mean a greater impact on the ( ).

According to an estimate ( ) by some experts, Japan is one of the countries with the most food ( ). The Japanese diet might be an ecologically great burden on the ( ).

Part 3

Reducing CO<sub>2</sub> emissions is now one of the most important ( ) that we have to tackle. There is a report saying that choosing local products is ( ). The number of people who are ( ) in food miles has been increasing.

In 2008, some university cafeterias in the Kansai area showed food ( ) and CO<sub>2</sub> emissions on the menu. Many students said that they had never paid ( ) to the sources of food before. “I didn’t know where our food came from,” one student said. “Now the information on the menu leads me to ( ) food with fewer food miles and CO<sub>2</sub> emissions.”

“Food-mile ( )” have started in many parts of Japan. You may see ( ) about food miles at supermarkets and restaurants.

Part 4

If consumers learn and think about food miles, they’ll probably ( ) their attitudes toward their food and the environment. However, not everyone is happy with food-( ) campaigns.

For example, we should remember that a lot of people are working to make our food in ( ) countries. They support themselves by making ( ) with the work. What will happen to them if we just support the campaigns and quit buying their ( )?

It is important that we should ( ) action to protect the environment. At the same time it is necessary for us to remember that our lives are ( ) to other societies around the world. Let’s try to think of ways that will be ( ) for everyone.

Part 1

日本の食卓は国際的な食卓である。日本人は毎日さまざまな国の人気料理を楽しんでいる。また、伝統的な日本料理を味わっているときでさえ、他の国々から輸入されたものを口にしていることがよくあるのだ。

例えば、伝統的な日本の朝食を取り上げてみよう。みそ汁や納豆はふつう献立に上がるものだ。みそや納豆は日本の大豆製品である。しかし、実は日本にある大豆の94%は外国から入ってきたもので、そのほとんどはアメリカ合衆国から輸入されたものなのだ。

焼き鮭も一般的なものだが、日本はその魚をチリやノルウェーからたくさん輸入している。漬物の中にも輸入野菜から作られているものがある。卵は日本で生産されているが、ニワトリのえさのほとんどは外国産だ。本当の日本の食べ物はご飯だけなのかもしれない。

Part 2

日本人は、ますます多くの外国産の食物を消費するようになっている。現在日本で消費されるすべての食料のうち、国内で生産されているのはたった40%である。この事実がいくつかの問題を引き起こしている。

その主な問題の1つが「フードマイル」を通して示されている。フードマイルは、食物が消費者に届くまでに移動した距離を表すものである。生産物がトラックや船、飛行機で輸送されるとき、大量の二酸化炭素が排出される。フードマイルが大きいほど環境への負荷が大きいことになる。

一部の専門家が行った概算では、日本はフードマイルが最大の国の1つである。日本人の食事は、生態学的に大きな負荷を地球にかけているかもしれない。

Part 3

二酸化炭素の排出を減らすことは、現在私たちが取り組まなければならない最重要問題のうちの1つである。地元の生産品を選択すると効果があるという報告があり、フードマイルに関心を持つ人の数は増えてきている。

2008年、関西地区のいくつかの大学食堂が、フードマイルと二酸化炭素排出量をメニューに表示した。多くの学生が、それまで食物の産地に注意を払ったことはなかったと言った。ある学生は次のように言っている。「自分たちの食べ物はどこから来たものなのか知りませんでした。でも、メニューにある表示を見ると、フードマイルと二酸化炭素排出量が少ない食物を選ぶようになりますね。」

「フードマイル運動」が日本の各地ではじまっている。スーパーマーケットやレストランで、フードマイルに関する情報を目にすることがあるかもしれない。

Part 4

消費者は、フードマイルについて学んで考えれば、おそらく自分たちの食べ物や環境に対する姿勢を変えるだろう。しかし、すべての人がフードマイル運動に満足しているわけではない。

例えば、他国で大勢の人々が私たちの食べ物を作るために働いていることを私たちは忘れてはならない。彼らはその仕事でお金を稼いで生計を立てているのだ。もし私たちが単にフードマイル運動を支持して彼らの生産物を買うのをやめたら、彼らはどうなるだろうか。

環境保護のために行動を起こすことは重要だ。同時に、私たちは自分たちの暮らしが世界各地の社会とつながっているということを覚えておく必要がある。すべての人にとって望まれる方法を考えてみよう。