

## 第 I 編 グリーン・コミュニティ・ツーリズム

齋藤 實 男

### ABSTRACT

Why shall we, urban citizens have green tourism? Do we want to escape from the urban desert where we are lonely and to be members of green community or organic movement community? "Person cannot live on bread alone." Do we all long for words and love grown by green community?

But we have ambivalence about the community. One feeling is longing for love and dependency-feeling, the other feeling is escaping from the common tie. So the community has freedom based on market economy supported by green(eco) money and Volunteer. Green-Money(eco-money) is needed by green prosumerism. The Green-Money works to develop the movement from Green Consumerism to Green Prosumerism. Green Prosumerism means the movement that consumers (→ end users) take part in production process. Our urban lives as a consumer are lived in market economy to buy goods at retailshop and in non-market one to use the goods at home. Just like such a home and retailshop, the community also has both the market economy and the non-market economy to avoid communism or fascism, imaging Porpot ruralism.

Green tourism also shall build such a good community with the both aspects.

This Green tourism community shall develop from the individual relationship

with the rural farmer through the group relationship with the rural community to our urban community relationship with the rural community. The green tourism makes this relationship develop from the point through the line to the face, from the rural or urban individual through the relationship between the rural one and the urban one to the relationship between the rural community and the urban community. This development makes CSA (Community Supported [organic] Agriculture) stronger and stronger.

The Organic Certification Rule officially announced in The Japanese Government News Letter ('Kanpo') 20/January/2000. The essence is this as follows:

1. About organically grown produces certified by the organization authorized by Japanese MAF (Ministry of Agriculture and Forestry), the vegetables 'seeds or young vegetables' plant (egg plant and so on) or grains (rice and so on) seeds should be planted in the farm which has had no pesticide and chemical fertilizer for 2 years and over. And the fruits should be harvested from the tree which has had no pesticide and chemical fertilizer for 3 years and over.

2. About conversion (transformation from conventional produce to organically grown produce) period produces, 1 year and over should have passed before the harvest of those vegetables and grains as

well as those fruits.

3. About wild natural produce (mushroom and so on), 3 year and over should have passed before their harvest.

We hope this certified organic label on the produce will make sure organically grown produce or not or differentiate the real organically grown produces from the conventional one to protect the consumerism (→ a prosumerism [producer+consumer] Tofler A.) movement and the consumers (→ a prosumerist). But we are afraid that the real organically grown produces from overseas, China and USA etc. may increase more and more. For the solution of this problem the most prosumerists should have strong green community linkage between them and organic growers, and the Japanese government should practice the agricultural policy to protect the Japanese organic growers against free trade policy of WTO.

This interim report shows this different developments from the viewpoint of the marketing communication media and mix between them, which are 4Co's [Community]: Contents/Costing/Corridor/Communication instead of '4P's: Product, Price, Place, Promotion [McCarthy], the viewpoint of the individual green consciousness or the community green meme and the viewpoint of the real community or virtual community or the combination of them, looking into the organic agricultural movement or CSA (Community Supported Agriculture) movement.

キーワード：並行生活（市場+非市場=自給）・市場-非市場・組織-個人・分業-自給・グリーンミーム・グリーンコミュニティ・CSA (Community Supported Agriculture)・4Co's [Community]: Contents/Cost-

ing/Corridor/Communication・コミュニティ3条件「関・地・紐 (Social interaction/Area or locality/Common tie [Hillary G. A.])」・循環力（精神文化・生態系）と循環関係（制度）の相互スパイラル・循環指標の3セイ (3Sp): 生態系 (Species)・精神 (Spirit/meme [仮想遺伝子 meme <模倣>+gene <遺伝子>)・制度 (System: 3ギ [技術・業績・機構])・産「消」コミュニティの4Co, Green Dedign (Green Material+Green Product←Eco-tech)・A⇔B⇔Cグリーン共創:(Administration)⇔(Business)⇔(Consumer)から (Agent)⇔(Building supporter)⇔(Creator)へ・一方的 B→Cの4P (Product/Price/Place/Promotion)から相互B⇔Cの4Coへ・LC:P⇒D⇒C⇒WOW⇒R [生産→流通→「消費」→浄化→再生], グリーン度指標: エネルギー (CO<sub>2</sub>指標)・安全性 (病原)・経済性 (労働価値)・民主性 (ABC共創)・廃棄物, 電気やのプロシューマリズム/見学会。

## 序

なぜ都市生活者である我々は、住環境を核にした宿命的なリアル・コミュニティや賃金労働を投下している職場 (=アソシエーション=企業組織)等の日常空間を離れ、旅に出るのか?それは、非日常性を求め、柵から逃れ、埋もれた自分を見だし、匿名の新鮮な自分表現するためなのか?しかし、一過性の旅だけで、満ち足りるのか?

我々現代人、都市生活者は、長い間、高度経済成長と連動したアーバンゼーション(都市化)を通して、伝統的な農村の閉鎖的なコミュニティから解放され、「自由」を手に入れたのではなかったか?または、三代続いた江戸っ子のように、ずっとその都市に居住していたを都市の長屋のコミュニティから解放されたはずではなかったか?アーバンゼーションやラーバンゼーション(農村の都市

化)によって、我々が旅先から帰るべきコミュニティは、その紐帯が希薄にさせられ、隣近所の関係が疎遠にさせられ孤立させられ、おまけにその自然(地)を遠ざけてきた。

だから、我々は、モバイル・コミュニティを、ITを活用して演出し、その一つとしてのグリーンツーリズムを通して、我々の住むリアルコミュニティとは離れた地の疑似古里風の農村コミュニティと交流したがるようになってきているのか?それでも、なぜ、我々の心は切れた風船のような自由気ままさと堅い絆で結ばれた土着の間を揺れ動くのか?

本編は、我々都市生活者が、コミュニティをキーワードに、その答えをメンタルな側面と地球環境・健康の危機的側面から探し出すものであり、グリーンコミュニティのタイプ分類と最良のタイプを基準にして、それぞれのタイプの問題点を抽出する。したがって、そのタイプ分類は同時に、論理展開の枠組みにもなる。それは、発展段階の時間軸(+空間軸)とそれを貫き通す文化的なコミュニティ内のグリーンミーム及びCSA(Community Supported Agriculture)を組織的制度的に構成する要素(ヒト・グループ・組織)、それらの相互作用である。CSAの時間軸とグリーンミームの相互作用によるタイプ分類とは、「まえがき」でも述べたとおり、グリーンプロシューマリズム・参画の進展度・強度、I.点たる個人とその産消の個人間で培われる健康意識→II.線たるグループ・農村コミュニティとそのグループ間及び個人間で培われる健康・環境意識→III.面たる地域コミュニティ(究極のCSA)・社会制度とそれらの間で培われる伝統的なグリーンミームの進捗度合いに置かれる。逆に、IIIがI他のコミュニティ・個人のスパイラルアップを促すタイプもある。細かくは、I II IIIそれぞれの発展段階におけるモノ・ヒト・カネのERP(Enterprise Resource Planning)的な経営力の強度や個人・組織間の提携の主導権(多辺田・榊瀧氏)に置いた分類も第2章で試み

る。

I II IIIそれぞれの発展段階の指標には、次のような項目が挙げられる。

- (1) 企画：作付け会議・るるぶ[語る・創る・学ぶ：佐藤誠]プランetc., cf. TOKIOのDASH村, 藤枝の水車村
- (2) カネ：グリーンファンド, 有機村建設資金etc.
- (3) ヒト：援農・土木etc.
- (4) モノ・コト：都市のアンテナショップ常設, イベント(収穫祭・都市での臨時直売会・での催し)
- (5) コミュニケーション通信網, その整備と頻度：心理的距離を埋める技術, 機関誌・通信紙・インターネット・電話・fax・手紙
- (6) 場と場：時間的・空間的・経済的距離の架橋のためのインフラ整備：アクセス(マイカー[グレイ]自転車[グリーン])・公共交通機関・自炊設備・農場のユニバーサルデザイン安全性(援農しやすさ)
- (7) フィードバック相乗波及効果(遊路)：都市生活者側の被環境教育効果・DIY/家庭菜園等の実践・農泊の反復性
- (8) 文化共創：思想性・自分の生活領域とグリーンツーリズム受け入れ先の地域社会のグリーンミーム(制度との相互関係)の育成

以上のような分析枠組みをもって、本編は、第1章では、グリーンツーリズムが目指すグリーンコミュニティの原理論としてのコミュニティ論を展開する。旅人の「勝手と紐帯」の間の動揺について、リアルコミュニティとモバイルコミュニティ、それらの相互浸透をキーワードに、グリーンコミュニティ形成のグリーンツーリズムを展望する。第2章では、有機コミュニティの共同作業の中核になる有機農業とその援農に活用されるべきグリーンマネーの可能性に言及し、第3章では、その具体的な九州のグリーンツーリズムにおける

グリーンコミュニティ＝グリーンプロシューマリズムの進展度という指標を提示し、それにそってCSA運動の一環としてのグリーンツーリズム分析を、上のタイプ分類を試みながら行いたい。

## 第1章 産「消」のグリーンコミュニティ共創

我々、3Sp (Span-Space-Species) 軸の原点に位置させるべき、社会制度 (Sy: System) 内C都市「消費」生活主体 (Su: Subject) は、なぜ農村にでかけ、グリーンツーリズムを反復し、そこに擬似的コミュニティを形成しようとするのか？1995年1月の阪神淡路大震災時のボランティア活動も3月のサリン事件を起こしたオーム真理教の布教活動も、善悪の差はあるにせよ、喪失したコミュニティ・連帯の絆を復活させようとする動きではなかったのか？グリーンツーリズムも、その動きの一つであり、農村コミュニティや農家との間に、地球環境保全の営為（農業の多面的機能）を通したコミュニティ形成を求める動きではないのか？我々は、どのようにそのうねりに協力すれば良いのか？

本章は、グリーンツーリズム・コミュニティ、有機コミュニティの原理論として、まずコミュニティそのものの定義を明確にし、グリーンコミュニティの制度 (Sy: System) 的共創とCSA (Community Supported Agriculture) について論じるものである。

ここで、改めてグリーンツーリズムとは、狭義には、緑が少なくなった都市の生活者が、緑の多い農山村に出向き、長期に農家等に民宿し、農林業や農家の日常生活の追体験を通して緑に触れる旅であり、次の4拍子の揃った旅のことである。

(1) 体験 (=教育)：農山村の農林業・日常生活の追体験 (=観る・学ぶ・創る) の旅、  
(2) 顔対顔 (=語る)：具体的個別的な宿泊先農家との個人的交流と農山村コミュニティとの交流の旅、(3)等身大 (普段着の景色)：

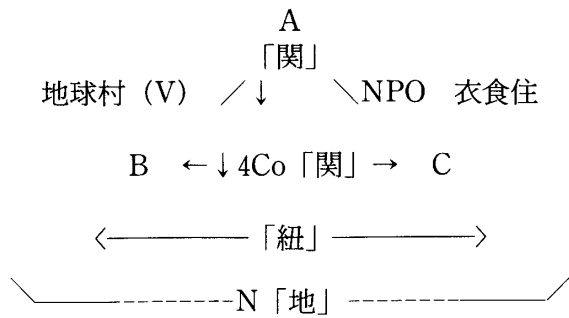
(1)(2)のように“Small/Slow is Beautiful”の家族同士・個人対農家の交流を基本としたものであって、グリーンと言ってもゴルフの芝生のような自然破壊型の大型リゾートが人工的に造る緑ではなく、等身大のありのままの景観に癒され、自分をリフレッシュする旅、(4)エコ (自然管理)：(1)(2)(3)によって、3Spの中での農山村の自然環境・生態系 (エコロジー) の保全・管理、さらにこの生態系準拠の現地固有の種・文化・文化財 (含む動植物・山林・古民家・石橋・石畳・教会寺社等) の維持管理に協力し、普段着の景観保全に協力する旅、つまりエコツーリズム (当初は、「汚染されていない地域への旅 [Lascurain Hector Ceballos: 1988]」、現在の3要素：生・教・協「生態系準拠・観察と学習の環境教育・現地住民やレンジャーの環境保全への協力 [Beeton Sue: 1988]」) という側面を持っている旅。

以上のようにグリーンツーリズムは、エコツーリズム (=有機ツーリズム) 的要素を持っているが、必ずしも有機農家や有機農業推進地域への旅ではない。当初、漁村への旅も含んでおり、本編では水俣市の反農 (業) 連も含むが、現在では、それをブルーツーリズムと称して区別する場合もある。また、特にスキー・冬の登山のための山村訪問をホワイトツーリズムと称する場合もある。

次に、本編で言う制度とは、図表 I-1-1 が示すような A (国家/自治体 Administration/Autonomy) ⇔ B (企業 Business) ⇔ C/NPO (「消費」者/非政府組織 Consumer・Citizen/Non Profit Organization) で構成される経済社会制度のことである。

Sy内C (Su) は、地球環境問題について、現在の体制 (Sy)・欲望・技術・分業・所有・市場等の観点、それらを批判する循環力 (グリーンミーム等) と循環関係 (LC <Life Cycle: P [生産] → D [流通] → C [消費] → W [廃棄] → WOW [Waste Out Washing浄化] → R [再生]> 連鎖の担い手のネッ

図表 I-1-1 N内A⇔B⇔C



A: Administration⇔B: business⇔C: Consumer, N: Nature, V: Village=Community, 4Co (Contents/Conception, Count/Costing, Course/Corridor, Communication/Contact)

トワーク的機能等)等の観点から、その問題を解決しようとするれば、それを目指す「消費」生活発着の「フェアケール [Verkehr: 交通・交流]」コミュニティ (GVC: 含むB2B <consortium> /B2C/C2BのGMC)を共創する必要性、つまりリアルな、グリーンツーリズム受け入れ先のグリーンコミュニティ (GRC=GC, 参照図表1)と超時空のIT時代のバーチャルでモバイルのグリーンコミュニティ (GMC)の両者を抱えるコミュニティを共創する必要性、それらGRCとGMCとを相互作用させる必要性、グリーンツーリスト (農村への旅人)このGVCの範疇の中のグリーンプロシューマリスト (GP: C2B; 自給や生産・流通に参画する「消費」者)のコミュニティ (GPC: GP同士 <COOP> やGPと生産・流通業者間のコミュニティ <LCコミュニティ>)を共創する必要性、つまり狭義のグリーンな「地」域コミュニティ (「RC: リアルコミュニティ [齋藤]」)の住民 (Su)として一丸となって再建する必要性と、これと並行して「地」のない、超時空のIT時代のグリーンなコミュニティ (例「MC: モバイルコミュニティ [齋藤]」)の志ある生活者 (Su)としてのネットワークによって共創し、それらGRCとGMCを相互作用させスパイラルアップさせ

る必要性に迫られるのではないか。概念として副次的には、これらRCとMCの両方を内包するコミュニティ (「VC: 交流 (フェアケール)・コミュニティ [齋藤]」)というカテゴリー、即ち「地」が時には有り、時には無い広義のVCというカテゴリーが必要になるのではないか。

本章のタイトルにある「グリーンコミュニティ (GC)」とは、狭義には「グリーンリアルコミュニティ (GRC)」であるが、本章の課題は、グリーンツーリズムによる、広義の「グリーンフェアケール・コミュニティ (GVC)」の発展であり、まずVCの中のRCとMCの概念、それらRCとMCの風通しの良い相互作用、特に第1節では狭義のRCの従来の概念、第2節では広義のVCの概念とその新概念の必要性を明確にすること、次に3Sp軸上の「消費」生活主体による、21世紀の家庭「消費」生活という足元からの地球環境保全・循環型社会形成を目指す、広義のグリーンコミュニティ (「GVC: グリーン・フェアケール (交流) コミュニティ」, つまりグリーンRC (GRC)・グリーンMC (GMC)の共創とグラスノチを通じた相互スパイラルアップを展望すること、特に第3節ではグリーンツーリストによるGPC (グリーンプロシューマリスト・コミュニティ)の中のGRCたる「地産地消」のネットワーク・コミュニティの共創と新概念GVCのカテゴリーの中のGMCたるLCコミュニティの共創の萌芽的事例を挙げ、それを母胎とするグリーンツーリズム運動を展望することにある。

### 第1節 リアル・コミュニティ (RC)

RC (リアル・コミュニティ)とは何か、なぜその中核に、我々の家庭が位置づけられるのか。なぜ、グリーンツーリズムを循環型経済社会制度の構築の一助とした場合に、我々都市生活者としての、また分析主体としての我々は、コミュニティ、コミュニティ論に注目するのか。

なぜなら、1.循環関係に地域性(地域内循環・地場生産地場消費・自給コミュニティ—NPO (COOP) 職域地域)があり、2.循環力の精神・生態系のリアリティが地域・肉体性にあり、3.地道なりサイクル等の活動・環境教育単位がリアルな地域に存在するからである。このような肉体的・物質的・社会的意味を持つ家庭には、家族構成員間の「関」相互作用、家庭を囲む家屋、敷地という「地」、家庭生活の伝統的精神という「紐」が凝縮している。

### 1-1 コミュニティとは

本来のコミュニティとは、図表 I-1-2 の RC が表すリアルな地域社会 = 「リアル・コミュニティ [齋藤]」(対語はイデアールな「モバイル・コミュニティ [齋藤]」) のことであり、Hillery G. の抽出したコミュニティ 3 条件、コミュニティの定義の一般項「(カン) 社会的相互作用 (social interaction), (チ) 地域 (area) 性 (locality), (チュウ) 共通の紐帯 (community tie, common tie)」(園田 恭一 (1978) p.54, 松原 治郎

(1978) p.6, p.26, A・B・C をカン・チ・チュウ と齋藤が変えた), 下記のコミュニティ (RC) 成立 3 条件「関・地・紐 (絆)」を充足する「地」の上の歴史的社会的関係のことである<sup>(1)</sup>。

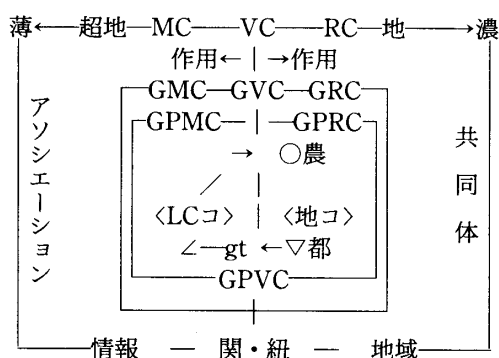
図表 I-1-2 の「▽都→gt→○農」は、「▽都」という都市の希薄化したグレイコミュニティに住む我々都市生活者 C が、インターネットの HP 等の受け入れ側のグリーンマーケティングコミュニケーションを通して、「○農」というグリーンな農村コミュニティへの「gt (green tourism)」を行い、CSA の第 1 歩を歩みだしたところを示すものである。その「関・紐」は、「○農」という「地」に関わるものであり、我々の「▽都」という「地」とは直接、関連していない。しかし、その「○農」を通して我々は、フェアケールコミュニティを形成しているのである。

グリーンツーリズム・コミュニティについて論じる前に、次にまず、「関・地・紐」のコミュニティ概念成立の 3 条件を紹介しておくことにしよう。

#### 1-1-1 「関 (カン)」

「社会的相互作用 (C⇔C, C⇔NPO, A⇔B⇔C の相互作用)」「Verkehr [交通/交信/交流/商業/性交]」:「紐」の相互了解を前提として双方向で営まれる、ソフトの人的社会的「環」のネットワーキング、制度の機能、なんらかの生活目標 (物流を含む)・経済的目的・地域的目的・文化的目的を達成したり、共通の「紐」帯を再確認したりするために、コミュニティ「地」域内で地理的空間的に隔離した主体、既存のヒト・組織を伝統的・慣習的・習慣的に、新規のそれらを何らかの「仲」立ち・「仲」介によって結びつける相互関係の中で行われる情報交換 (C⇔C, B⇔C, A⇔C, A⇔B⇔C の相互作用) のことであり、またその情報交換を基軸として行われる物流・サービス流通・金融などの自然的もしくは社会的物質代謝、それを通じた主体相互の組織的關係・個人的人間関係の影響のことで

図表 I-1-2 IT時代の交流 (フェアケール) コミュニティ



C: Community, RC: Real C., VC: Verkehr C., MC: Mobile C. GVC: Green VC. <含む B2B/B2C/C2B>, GPVC: Green Prosumerist VC. <C2B>, GMC: Green MC., GRC: Green RC., GPMC: Green Prosumerist Mobile C., GPRC: GP Real C., LCコ (Life Cycleコミュニティ), 地コ: 地産地消ネットワーク・コミュニティ, 作用 ← → 作用: MC と RC の相互作用, ▽都 → gt → ○農: 都市生活者による農村への gt (green tourism)

ある。

### 1-1-2 「地(チ)」

「地域性 (C⇔C, C⇔NPO, A⇔B⇔Cの相互作用空間)」Space: 第一義は、ハードの自然的地域であり、その上に建設された人工的建物・インフラなどを含む物質的空間であり、第二義は、このハード空間の中で営まれる「血」(紐)の通った抽象的社会的な「関」のあるソフト&ハード空間、郷である。第一義の「地」は、物質的スペース・自然的「環」の生態系空間、国土・気候風土別地域・県自治体領域等の土に密着した領域・ハード空間のことである。物質的に、自治体の街・村のコミュニティのA⇔B⇔Cの機能が司られる空間・建物は、N (Nature), つまり大地・森・川・海・大気等の空気等に囲まれているところの(A)役場・学校・公共インフラ⇔(B)工場・農場・倉庫・堆肥場・事務所・小売飲食店・娯楽施設⇔(C)家庭である。物質的情報論的に、これらA⇔B⇔Cの間の「関」相互作用・機能を司らせ、結びつけ媒介する空間・インフラは道路・港湾・光ファイバー/アンテナ等の電信電話電波網である。そのコミュニティ空間は、個々の人体=有機的組織という物質が呪われたかのように必要とする物質的空間である。コミュニティ空間は、Cの物質的な衣食住「消費」生活とCからA, Bへ繋がる排泄・廃棄・リサイクルのために必要とする生存・自然生態系空間・「消費」・リサイクル空間であり、かつさらに拡張すればこれらのCの「消費」生活空間からC住民の繰り出すA, Bへの、市場・非市場経済内の生産・流通空間, 生活文化空間 (C⇔C, C⇔B, C⇔A, C⇔A⇔B) である。

「地」の核心である「ヒト肉体性」は、ヒトが身体性ゆえに空間、つまり水土なくして存在しえず、水土が生み水土が、光の助けを借りて自己転換する衣食住の用品を消費せざるをえず、そのコミュニティの風土・風物・風(水)景・風味に接して行く。身体膨張説(ポンティ M.)的に言えば、我々の肌が第

1の皮膚ならば、衣は第2の皮膚であり、住は第3の皮膚である。水土は人間の第4の皮膚であるとともに、やがて食となり、血肉になり肌となるべき潜在的な身体であって、第0の皮膚である。

### 1-1-3 「紐(チュウ)」

「共通の紐帯 (A⇔B⇔C共有常識)」Span: 長時間をかけた「関」によって歴史的に「中」心に据えられた精神、「郷に入っては、郷に従うべき」習わしの精神、地域や家庭を通して見よう見まねの模倣で伝わる衣食住文化 (=meme), 「共同の社会的観念 (common social idea)/共属感情 (sense of belonging together) [MacIver R.M.]」, ソフトネットワーク潜在的インフラ, 制度を共同幻想的に支える精神文化。コミュニティ内で歴史的伝統的に形成され続けてきた文化基盤, 一定の地域・社会組織内での相互作用・機能・利害関係の前提・基盤となるヒト・組織の間の先経験的な血縁・人種的繋がりや精神的もしくは民族的もしくは宗教的共通項として思想・言語などの文化的繋がりのこと。MacIver R.M. & Page C. [訳1973] の「コミュニティ感情 ((1)われわれ意識 [we-feeling], (2)役割意識 [role-feeling], (3)依存意識 [dependeney-feeling])」(松原治郎 (1978) p.28, MacIver R.M. [松本道晴解説 [1975] p.507] 中の「(1)われわれ意識」のことである。

以上のコミュニティ成立の3条件について、我々は3条件充足、特に本来のこの(チ)地・自然に縛り付けられたコミュニティを、ライブ(今ここで実演される)コミュニティ、リアル(現実の、インターネットなどの仮想現実空間ではない)コミュニティと呼ぶ。このRCの3条件について、「地」の中心にあり、「関・紐」の結節点にあるのが、次に述べる、我々「消費」主体が衣食住生活を営む家庭である。循環型のグリーンな(B)地域のライブ・リアル・コミュニティを構成する核には、循環力の育成され潜在する家庭や独身世帯があ

る。次にその家庭について考察することにしよう。

### 1-2 家庭発着コミュニティ

どのような意味で、公害・地球環境問題を解決するためのグリーンツーリズムを目指したとき、家庭というRCの凝縮されたコミュニティに注目するのか。都市のRCにおける家庭や家庭的施設は、都市RCという地域社会の核となっており、最小コミュニティになっているのか。

都市RCの循環力の源が家庭にあり、家族単位ではなく個人で旅に出かける場合はあるにせよ、グリーンツーリズム・コミュニティの都市—農村間の「紐帯」の原点が、家庭間の交流にあるからである。

グリーンツーリズムを離れた場合、そもそも地域社会・町内会RCの核となる家庭にこそ、生活・生命・生殖の原点があり、その家庭の中に開花する、タテ糸のDNAが親子で呼応する形で、衣食住生活の模倣によって伝わるmemeが見事に伝承・感染する「場」であり、これら模倣的精神文化と家庭内自然観察力・生態系理解力、その常識 (common sense) 化にこそ循環力形成の原点がある。

3Spの時空間軸・種軸について、父母のご先祖さまのタテ糸のDNA/家風/家庭meme (仮想遺伝子) と空間軸・社会関係の友人・同僚・住民などヨコ糸の同時空間的コミュニティとが交錯する結節点であり、そこが循環力源だからである。家庭拠点で生まれる情念が、物理的社会的な環境農都のデザイン力になるからである。

一般的に、家庭・家族の幸福を最大の目的として、非市場経済的贈与型の交換の行われる家庭内と家庭外の職場、交通機関、交通インフラ、商店街とが市場経済的貨幣経済的な交換、労働—賃金・所得—商品 (A-G-W) LC時間軸 (市民社会の理念：過去労働に基づく所有) の関係を通して結びついている。家庭は、地場のリアルコミュニティの中心にあるばかりか、その各構成員は、必ずしも地

場組織とは無関係に、ある種の目的をもって、手紙・電話・fax・インターネット等の通信手段をもって、生協・消費者運動団体・俳句の会・研究会・教会等、広い社会の多種多様なサークル・組織、つまりアソシエーション (次節のVC) に所属している。

グリーンツーリズムも含めて、家庭は全ての活動「関」、人間の絆「紐」の原点であり、モバイルコミュニティを含む全てのコミュニティ=フェアケール・コミュニティ (VC) の原点である。

### 第2節 フェアケール・コミュニティ (VC)

なぜ、グリーンツーリズムコミュニティを論じるとき、フェアケール・コミュニティ (VC) という概念が必要になるのか? グリーンツーリズム・コミュニティの初期段階・点の段階では、未だ都市RCと農村RCの面・RCコミュニティ間交流は見られないし、都市RCは関与していない。しかし、初期ではあっても都市生活者主体のフェアケールコミュニティは、農村RC主軸であっても形成されている。そこで、本節では、その概念を定義づけ、都市生活者から見たグリーンツーリズム運動の基礎理論にしておきたい。

さて、「関・地・紐」の3条件の内の特有の(チ)「地域」を持たない(チュウ)紐「共通の絆」に基づく(カン)関「社会的相互作用」の集合、アソシエーションの内、物象化された制度 (Sy) から生活者 (Su) を解放し、希薄になった地場のRCに代わる、もしくは補完する「紐」が在ったり、求められたりするアソシエーション、家庭・個人「消費」生活を中心にした「関」の発着のアソシエーションをどう呼ぶべきか。これは、図表 I-1-3 (園田恭一 (1978) 「表 1-1」 p.13) が示すように、「地域的基盤」を不必要とする「コミュニティ」である。園田 (1978) のように、水平軸に「コミュニティ (の) 機能」の〈多・少〉—垂直軸に「地」の〈要・不要〉をとって、マトリックス表現 (p.13)



図表 I-1-3 「多様なコミュニティ像」  
(園田恭一 [1978] p.13)

コミュニティによって提供される機能の数

|           |     | 多数               | 少数            |
|-----------|-----|------------------|---------------|
| 地域的<br>基盤 | 必要  | 完全な<br>コミュニティ    | 限定的<br>コミュニティ |
|           | 不必要 | 社会としての<br>コミュニティ | 個人的<br>コミュニティ |

命名「多様なコミュニティ像」は齋藤

すれば、その〈要1多1「完全な地域的コミュニティ」〉〈要1少2「限定的コミュニティ」〉は、我々のリアルコミュニティに当たり、〈不要2多1「社会としてのコミュニティ」〉〈不要2少2「個人的コミュニティ」〉は、モバイルコミュニティに当たる。

### 2-1 グレイコミュニティ批判

我々都市生活者は、なぜグリーンツーリズムに出たがるのか？それは、都市RCから自然・緑が奪われ、グレイコミュニティになっているからである。

現在の我々の都市生活者の住む非循環型社会・グレイコミュニティは、制度内主体とコミュニティに関連して、 $B \Leftrightarrow C$ 間の「交通」=「関」をキーワードに、物象化したSyという曲がった「循環関係」内の我々Suの精神文化(meme)=曲がった「循環力」という枠組み・視座をもって、批判されるべきである。「力」と「関係」の3セイ、つまり失われた循環力たる2セイ(精神文化と生態系)と循環関係・自然的社会的物質代謝を担う1セイ(制度)との「交通」・相互作用を見る視座、特にC/NPO側のグリーン文化(精神・環境意識)の力とB側のグリーンマーケティング力とそれを側面援護するA側の環境政策実行力と $A \Leftrightarrow B \Leftrightarrow C$ 社会制度・関係との相互作用を見る視座を持ちたい。

つまり地球内の相互作用/機能/力を貯えた社会制度(Sy)・社会関係としての $A \Leftrightarrow B \Leftrightarrow C$ /NPOの中のC/NPOの、さらにその中に在ってハイブリッドで多様なコミュニティに所属する我々という主体(Su)を設定したい。

Sy内Suを構える認識論について、ここで認識とは、このSy( $A \Leftrightarrow B \Leftrightarrow C$ 社会制度)とSuと次の3Sp軸とを視座に、 $A \Leftrightarrow B \Leftrightarrow C \& NPO$ 等の主体、とりわけ都市生活者Cの地球環境(N: Nature)に対する認識について、環境情報のC主体中心のインプット(五感を通じた感受・相互教育)ープロセス(思考)ーアウトプット(表現・行動)から考察するものである。Sy内のAやBからのCへの環境情報、つまりAによる環境教育・環境法の周知等やBによる環境広告・工場見学受け入れ等を通じたCへの環境情報のインプットがCの内面をどう変え、どのような地球環境保全行動に繋がってゆくのか。Cの意識と所有・社会制度、意識の及ぶ3Sp軸に関わる近遠等が、血族子孫と未来世代ー私と公・ $C \Leftrightarrow B$ 交錯の市場とAの環境政策(規制・市場利用の環境税制等)との関係を、どう考察すべきか。

いま、都市生活主体(Su)は、その物象化された制度に反抗して、どのような運動団体・コミュニティ、グリーンツーリズム・コミュニティを形成しようとしているのか。

硬直化したSyへのSu関係の物象化が、特に冷戦構造崩壊後、政治権力構造・人間の多様な欲望と本性・巨大化学技術・社会内分業・私的所有(or権力の私物化)・需給の市場での調節(計画経済における需給の時間的ズレ)等の側面から見ても、資本主義vs.共産主義という体制を超えた問題になっていることが分かり、かつ資本主義の中の社会主義的な福祉国家・一部の公共政策の破綻が赤裸々になった今、資本主義の枠内で、その解決のための「第三の道[ギデンズ]」「市民所得・地域貨幣・資源・金融システムの総合(による)ニューエコノミー[ロバートソン]」を探し構築せんとし、その道の一つとして、我々都市「消費」者主体(C)が、このような新しいコミュニティ像を探さざるをえないのではないか。

「関・地・紐」のコミュニティ、目的「関」

のアソシエーションという語以外に、なぜ「関・地・紐」のそのコミュニティも含み、また「地」に拘らず、「紐」の強さを求め、培おうとする「関・紐」の「場」を表現する新しい言葉・カテゴリーが、必要になるのではないだろうか。そのコミュニティの中には、図表 I-1-1 が示していたように、「関・地・紐：関係・地域・紐帯；郷（地）に入っては郷（紐）に従え（関）」の3条件を充たす、非市場的側面の濃い伝統的コミュニティ・自治的コミュニティ等（自縛的RC）の緩やかな再建とともに、「地」なき、広義の「地域」限定の有無に拘らないが、家庭や個人の「消費」生活を中心にした「関係」・情報発着のアソシエーション、かつ信頼と紐帯の太いアソシエーション、例えば、その一つに「LC（Life Cycle）コミュニティ（[齋藤] 一部が商店街等の「地」を持つ場合あり）」・NPOコミュニティ・グリーンツーリズムコミュニティ等という、市場的側面の濃い新しいコミュニティの萌芽があるのではないか。それには、独語の‘Verkehr’（=[Communication, Transportation & Commerce]）が適切ではないだろうか。これは、「地・関」に関わる運輸交通、「関」に関わる商業・コミュニケーション・男女の交わり、つまり前節の「関」を全て含む概念である。我々は、フェアケール・コミュニティ概念の中に、MacIver R.M. [1924] の定義である特定の目的（例えば地域環境保全）の有無に関わって、それが有り、「地」のないアソシエーション（結合、「特定の目的のための共通の組織」MacIver R.M. [訳1975] p.452）も、自発的な「紐」が強く求められる場合は、含めることにしたい。つまり、その目的の無いのがコミュニティという彼の定義<sup>(1)</sup>とは異なるが、特定の目的を持った場合もフェアケール・コミュニティ（ライブ/リアル/ヴァーチャル）と呼ぶことにしたい。

我々都市生活者・グリーンツーリズムの担い手・「消費」者運動の主体は、「関」=フェア

ケールに、家庭生活の精神的飢えから個人が欲しがり、出してくる手による「紐」の強い「場」を「フェアケール・コミュニティ」と呼びたい。初期のグリーンツーリズムコミュニティは、グリーンフェアケール・コミュニティである。

その「フェアケール・コミュニティ」概念の必要性の歴史的社会的背景に、自給的共同体の崩壊、社会内分業の行き詰まりとITによる在宅勤務・誰もが情報受発信のTV局のマルチメディア時代・SOHOの可能性等々、超空間のコミュニケーション技術の発展がある。インターネットは、ライブ・リアルに代わり補完する、バーチャル空間を提供した。

我々は、リアルコミュニティを「美しき村」のように、縞模様で復活し、散在させるべきであるが、今やフェアケール・コミュニティをも共創する必要に迫られている。

## 2-2 新コミュニティの共創

グリーン・フェアケール・コミュニティ概念が、もし必要なら、どのように新しいグリーン・コミュニティ、グリーンツーリズム等を通したフェアケール・コミュニティを形成すれば良いのか。その必要性について、纏めれば、次の6要因を挙げられる。

1. 伝統的な「地」に束縛されたコミュニティの崩壊：民主化による村八分を恥じない封建的残滓の残るムラ社会、余所者を警戒する町内会の崩壊、人工的な過疎化・高齢化・後継者不足による農村コミュニティの崩壊、都市開発の失敗・モータリゼーションによるショッピングセンターの郊外化・地域商店街の空洞化による都心コミュニティの崩壊。
2. 寺・教会等の宗教団体（含む新興宗教）・政党/政治集団等の墮落：既成の地域に根ざし「紐」の強かったこれらグループから、メンバーが、内部の「紐」・志と矛盾する幹部のゼネコン疑惑・金権的体質・官僚的機構・排他的体

質等に対する不信感、それに現実社会の矛盾から隔たった宗教人・幹部の教えに対する虚無感等をもって離脱し、無党派になっているので、その不信を克服し、生活実感を伴った「紐」帯で繋がる政治的もしくは精神の乾きを癒すためのグループが必要になっていること。

3. 非営利的ボランティア活動の「場」・主体の必要性：国家のみの公共政策の行き詰まりとNPOの必要性（アソシエーションは営利を含む）。
4. ITによるバーチャルな出会いの「場」の可能性：ITによる新しいグループの誕生とその可能性。
5. 個の確立・「市民」意識の成長と新たな絆の「場」への願望：グローバリゼーションの中での個の自立・個性化が、心理的に地元から離れての、共通の「紐」を求めさせる。
6. 超分業の交流の「場」への欲求：社会内分業、肉体—精神・生産—消費の分業を超える「猿」的本能への回帰・LCコミュニティ・グリーンツーリズムコミュニティ共創の欲求と必要性。

上の1については、グリーンツーリズムの欲望源泉にもなっており、その対象となる自給コミュニティは、かつてどのように崩壊し、どうして環境破壊型社会が現出したのか。

第1に原始的蓄積過程（コモンズの私有化・荒廃）、第2に工業/商業都市へのアーバンゼーション（農都分離）、第3に多国籍企業主導のグローバリゼーション（国際分業）を通して、今や農村コミュニティさえ崩壊している。もはや、古いコミュニティ論を振りかざして、ポルポトの如く、農村自給コミュニティを復活するべく、ハードランディングするわけにはゆかない。いまや、我々「消費」主体は、欲望を起点に、メディアによる大衆操作を通して迎え入れ、企業組織を通して支えてきた巨大技術・社会内分業・市場機構は、制御不能なまでに、経済社会制度

に深く組込まれ、「物象化」している。多様なコミュニティへ向かって、次のようにソフトランディングするしかない。

第1に、石油/原子力文明・巨大技術による工場内分業・協業を生産力にした生産関係＝工場組織編成やそれを要素とする社会システムの物象化・ムダの制度化には、ゲリラ的な等身大の技術への転換、ソーラー・風・水素・木炭・バイオ・コジェネ・人牛馬力などのソフト・エネルギー使用の動力源、それを生産・流通・家庭内「消費」面から支える小さなNPO等の系列・グループなどのフェアケールコミュニティ共創によって、風穴を開けることができる。巨大技術は、①安全：事故・廃棄物・環境ホルモン（速度・破壊力・遺伝毒性）、②地球環境（エネルギーロス・地球温暖化・放射性廃棄物）、③大量生産・流通・消費、分業の深化拡大のエンジンになってきた。ここに、人間の総合的能力の破壊という陥穽が掘られた。このことは、産業革命（動力・伝動・特に作動機革命）、主軸産業を支えた工業（羊毛・綿・鉄・自動車・飛行機・ロケット・宇宙船）のエネルギー源（石炭・水蒸気・石油・原子力）の変遷を省みればよく分かる。

第2に、現代資本主義制度においては、遺産相続や賃金・地代・利子を元手にした私的所有制度の下、資本と経営が分離し、未来のモノの廃棄後の浄化・再生コストを組込まぬモノの価値体系、賃金労働と資本の関係、つまり経営者を含む賃金労働者が、生産過程における過去の自己労働と交換される、流通過程・市場での賃金による生活必要物資の購入の反復される分配関係が築かれ、巨大法人組織による工場・企業内分業の市場での連結を通じた社会内分業が編成され、ヒトではなく法人組織にヒトの関係が物象化し、経済社会制度を構成している。B側は、環境負荷責任を、A側の法制度の対応や強力な消費者運動等がなければ、とろうとしない。環境ホルモン、BSE、ゴミの脅威等現在と未来に渡る問題を解決するためには、C側のLCトレー



ブランド共創等のLCコミュニティの可能性が広がる。

### 第3節 グリーン交流（フェアケール） コミュニティ（GVC）

現在の経済社会を、理想の「安・環・民・専 [安全性・環境保全性・民主主義・専門性]」が調和し、特に「環」の生態系が環境精神文化（グリーンmeme [仮想遺伝子meme <模倣>+gene <遺伝子>]）によって支えられ、LCT（Life Cycle Traceability）が実現される循環型社会に転換するために、その社会の中に、図表 I-1-1 で既に示した、RC（リアルコミュニティ）たる我々都市生活者Cの住む集落・町内会・組や特定地域なき、モバイルコミュニティ（MC=「地」抜きVC）たるNPOやB⇌CのLCモバイルコミュニティ（MC：商品/企業/NPOブランド忠誠による繋がり）、さらにその我々個人→グループ→都市住宅地域（GRC）がMCを経由して、受け入れ「地」と繋がるグリーンツーリズムコミュニティ（個人⇒MC⇒RC'のVC or RC⇒MC⇒RC'の「地」と「地'」の間のVC）等、どのようなグリーンフェアケール・コミュニティ（GVC）像を描き、散在させ、グリーンミームを伝染させれば良いのか？

我々は、その多様なGVC像を描きつつ、生活者・労働者個人としても、「交通（Verkehr）」を通して、特にグリーンプロシューマリズム（C→B）を通して、関与し支える所属集団/組織・経済社会制度・システム（Sy：System）、つまりA⇌B⇌C/NPOを、どのように解体・再編成し、それぞれの多様なGVC、特にグリーンNPOやグリーンC⇌BのGPVC（グリーンプロシューマリストVC）を共創してゆけば良いのか。その中の一部のグレイなRCの希薄な「関・地・紐（カン・チ・チュウ：主体のネットワーク・相互関係・生活地域・共通の紐帯）」を、どのような「グリーン交通」をもって、どのようにグ

リーンで濃密なそれらに創り変えればよいのか。相互に依存し（Dependency-feeling）つつ、グレイな地元の地域社会（RC）やB⇌Cの擬似的コミュニティ（MC）に属す我々（We-feeling）は、どのようにして命の水循環を取り戻し、その循環力（地・関<種の生態系とヒトのネットワーキング力>・紐<精神文化>）を高め、地・自然（N：Nature）と人間の共生的循環関係（制度）を築き、どのような役割を演じ（Role-feeling）れば良いのか？

本節では、制度内VCに関連させて、グリーンコミュニティマーケティングミックス（B⇌Cの4Co）論・グリーンプロシューマリズム（C⇒B援農/援林/援漁等）論を足がかりにして、C主体のGVC像、グリーンツーリズムコミュニティとその構築の共創を展望したい。GVCについて、狭義のGRCの典型に地産地消のネットワーキング（有機的ネットワーク共創）の事例を挙げ、そこからヒントを得た、限定「地」域抜きのLCコミュニティ（GMC）やグリーンツーリズムコミュニティの萌芽とその未来像を描き、またGRCとGMCの相互作用によるスパイラルアップの可能性に言及する。

#### 3-1 グリーン・フェアケール（GV）

グリーン・フェアケール（Commerce）におけるグリーンとは何か、グリーンコンシューマリズム・「消費」生活の拠点=家庭はグリーンにどう寄与するか。ここでは、山林・田園の緑のみならず、そこから出た環境のシンボルカラーとしての緑を問う。

##### 3-1-1 グリーン(G)

GVC（グリーンフェアケール・コミュニティ）とは、G（グリーン）とは何か。環境・地球環境を意味し、特に1986年チェルノブイリ原発事故以降の「宇宙船地球号」の実感を伴う地球保全のシンボルカラーとなっており、それはC側の「消費」者運動・市民運動史上、およびB側のマーケティング・経営史上、A側の行政史上、次の3点から考察し

て見れば分かるように、時代を画する意味を持つ。1.地球環境の象徴的色彩(1970年代からの緑の森を守る緑の党・グリーンピースの政治的市民運動の色)、2.A $\leftrightarrow$ B $\leftrightarrow$ C共創の象徴(特にC側の1986年以降の公害告発型から環境保全の政権担当・提案・共創型へ移行した消費者運動の色)、3.共産主義体制(赤)・自由主義体制(青)を超えた色(1980年代後半以降のグラスノチ・東西ドイツ統一・ソ連と冷戦の崩壊等を象徴する色)、以上3点である。今なお、1.政治理念、2.消費者運動、3.制度は相互に影響を及ぼし合っているが、1の2に対する浸潤は、チェルノブイリ原発事故による現地やヨーロッパ周辺への大気・土壌汚染等の影響、日本への現地高濃度に放射能汚染されて降る雨・輸入される食品・国内で生産される飲用水/茶/生鮮野菜等の影響は、TV(大衆メディア)を通して、世界中に伝搬されるに至り、深いものになった。日本でもそれまで、普通の生活を送っていた主婦等の住民「消費」者Cを、「まだまに合うのなら」との想いから、反原発運動や地球環境保全の運動、「消費」者としてのグリーンコンシューマリズムに立ち上がらせるまでに至らせた。

1986年以降の、公害から地球環境問題・健康問題への移行に伴う、我々住民・「消費」者(ヒト)の地球環境問題に対する認識は、次の主要三点のように変化した。(1)3Sp軸の超拡張(宇宙)と超収縮(ナノ):点(公害)から球(地球環境)へ、(96年以降はPPMからPICOへ)→モニター・精密計量の必要性。(2)超複合:加害者アマルガム・単純から複合へ・急性から慢性へ。(3)認識:五感からサイレント(放射能等)へ、感性的理性的な解決、エゴのための生活革命とエゴエコバランス達成の制度の必要性の認識。

グリーンフェアケールコミュニティとは、我々住民・「消費」者主体が、守るこのグリーンが保全される仕組みをもったフェアケールコミュニティのことである。このコミュニ

ティ構築願望は、地域の核となる我々の家庭生活・教育から生まれる。

### 3-1-2 グリーン家庭(GCh)

グリーンングについては、家庭(Ch)は、グリーンmeme伝承の拠点であり、第1節でも論じた通り、環境教育面から言っても、幼児情操教育・胎児教育の基本であり、地域コミュニティの核となり、非市場経済の中核となり、心の中核一渦の芯(シュタイナーR)、本音の生活の開花する家庭生活にこそ「紐」「関」の核があり、「地」に関わる問題、例えば大気汚染・水汚染・公害食生活・家庭内ダ イオキシン問題等の公害・地球環境問題を考え、4Rの配慮をし、さらに進化してグリーンプロシューマリストになってゆく拠点・出発点である。

このように、家庭で培われたCの環境センス・精神文化・グリーンmemeが、例えばA行政やB建設業者にISO14001環境共生住宅を建てさせたり、コミュニティのBの小売り店に、ハード面では店舗の建物のグリーンング(脱ホルムアルデヒド・脱環境ホルモン・ノーワックス・非使用合成洗剤・電磁波予防・脱アスベスト)を促し、B側にそれらのグリーンングをPR/コミュニケーションさせ、商店街全体に騒音・ゴミ・交通対策をさせる等グリーンプロシューマリズムの原動力となるのである。

### 3-2 グリーンプロシューマリスト・コミュニティ(GPC)

自給循環型コミュニティ再生を目指すグリーン・プロシューマの運動、及びグリーン・プロシューマ型の生産への参画を目指すグリーンプロシューマリストの運動は、どのように発展しているか。

#### 3-2-1 グリーン・プロシューマリズム(GP)

グリーン・プロシューマリズムとは、A $\leftrightarrow$ B $\leftrightarrow$ Cの枠組みの中で捉えれば、食に限らぬ生活創造運動、環境保全型の生産参画使用主義のこと、行政(A)環境規制・促進政策の支援

## 産「消」グリーン共創

を期待しつつ行うC側からの産（B & NPO）「消」（C）共創の運動のことである。C側のグリーンプロシューマリズムは、環境ホルモン等の衣食住公害や地球環境破壊から逃れ、健康安全食や環境保全を求め、かつ社会内・企業組織内分業をIT等を一手段にして超克しようとして、今までブラックボックスに入っていた生産・流過程程に参与する運動であり、究極がライフサイエコロジーである。

グリーンツーリズムの「るるぶ [佐藤誠]」が創る、グリーンプロシューマリスト・コミュニティ（GPC）は、グリーンプロシューマリズムの自給に関連させ、図表 I-1-2 と同様、「地」への束縛のRCと超「地」のMCの水平軸，組織的連鎖か個人対企業か，という垂直軸によって，図表 I-1-4 のように4タイプに分類できる。

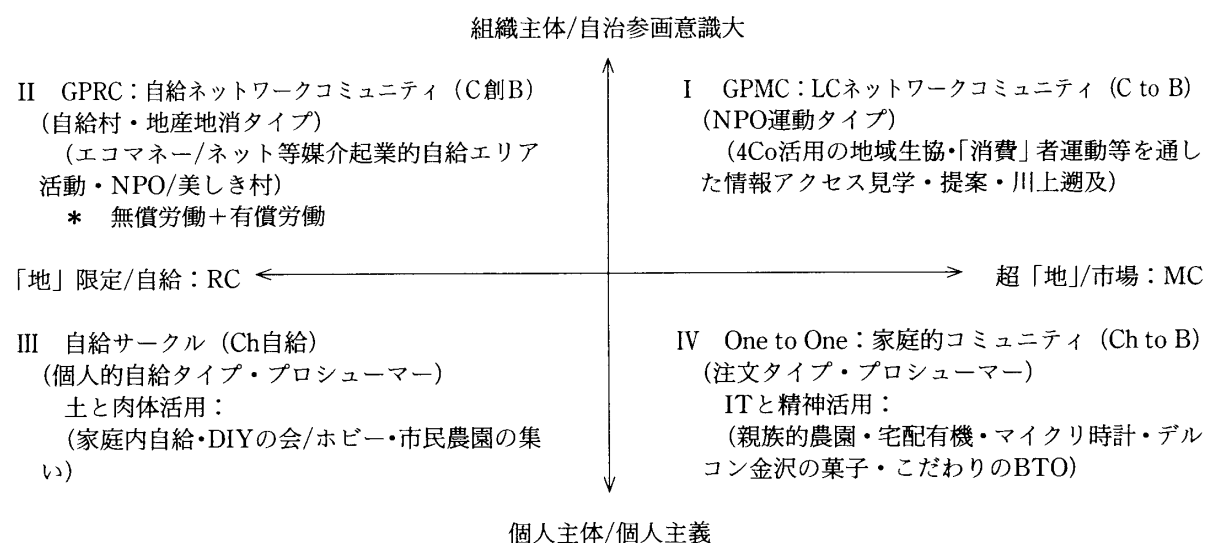
第III，IV象限のプロシューマーとは，Producer+Consumer（トフラー A.）の合成語であり，個人的・直接的な自給的生产=「消費」者や直接的注文生産依頼主のことである（『第三の波』（第20章））。企業内分業・社会内分業と生産・消費について，トフラーの生産過程参加の例示の「注文生産」は，One

to One Marketing的な自己「消費」するモノの生産過程でのデザイン=精神的労働への個人参加を指し，産「消」の「相互プロデュース」（竹中平蔵）も指す（Toffler, A. [1980] p.291, [1982] pp.362-3）。

グリーンプロシューマリズムとは，食についても，産直（流通マージンの除去）援農/援林/援漁やボランティア活動によって，産「消」提携のフェアケールコミュニティを形成し，有機農家・パン工房・食品加工者・農泊先などと手と手を取り合って，自給的素材活用の手作り料理で，スローフードの運動等を展開している。

そこにはグリーンコンシューマリズムの「買ってはいけない」使ってはいけない（Refuse）から，グリーンプロシューマリズムの環境に悪いものは作らせてはいけない，自分達使用者が環境に良いものを共に作ろう（MAKE）へ，「食ベルから作ル（語ル学ブ）へ（佐藤誠）」という発展が見られる。グリーンプロシューマリズムのキーワードは，LCA/私的所有から使用へ/未来労働現在化であり，グリーンプロシューマリスト・コミュニティの共創である。それは，「消費C」

図表 I-1-5 4タイプのGPC（グリーンプロシューマリスト・コミュニティ）



Ch：Consumer's home（家庭）

齋藤作成：初出：吉村弘他（2002）

から生産P・流通DへのLC遡及運動である。

### 3-2-2 LCコミュニティ (GPMC)

上の第I象限のIT時代の「関・紐」のLCフェアケールコミュニティを、日本型流通システムに関連させて説明しておこう。「消費」生活主体は、COOP等を通じて、生産者・製造企業とCOOP間で直接もしくは流通系列を介して、交流させることができる。

食品の場合、例えば、福岡市のグリーンコープは、菊池市の酪農家やフィリピン・ネグロス島のバナナ生産者との現地交流・見学会を開き、お互い住んでいる都市の「地」を離れ、生産地のバナナ農家との間に、「関・紐」を深めている。このLCTを追求するのが、グリーンプロシューマリズムである。それを担う都市生活者・グリーンプロシューマリストの心は、「うすめても花の匂の葛湯かな」(渡辺水巴)である。

これは、「産」と「消」の社会的距離を前提したグリーンコンシューマリズムの4R運動を超えて、脱環境ホルモン・脱BSE(マンガン過多説有力)・GMO(人間の腸内微生物に移行)等の衣食住生活の安全性・LCTの公開・地球環境保全を求めて、社会的距離の隔たったB側の生産・流通過程に参画せんとするC側の運動であり、エシカルコンシューマリズムとも通じる。

環境倫理、南北間(空間)/人種間、生物種間、人類世代間(時間)という3つの格差についての道德規準を明確にし、考慮し是正し公正にしようとする運動と共通し、特に流通の川上の南側からの原料・資源・エネルギー収奪型の国際流通と南側諸国や非差別人種居住地域への川下の北側からの有害廃棄物の越境流通に対する異議、エネルギーの川下の北側の流通に要する移動体CO<sub>2</sub>発生に対する異議申し立て等について、相通ずる。グリーンLCコミュニティについて、その「紐」は、循環力の一つの地域共同の精神文化であり、地域の環境保全の運命共同体的防衛意識、シャボン玉地球号的意識である。グリーン

LCコミュニティを形成する、図表I-3-1の第I象限のBTOに呼応した流通について、COOPは、ITを駆使しなくても、小売店・宅配便等の家庭・顧客と接点を持った店舗・事務所を中心に、顧客の要望・注文を受け付け、その連鎖の「紐」と信頼を強くすることもでき、プロシューマサポート(黒岩哲雄)型の川上への情報の逆流通・プロシューマリズム支援型逆流通・NPOの福祉・コミュニティ活動支援型流通を行うことも可能である。COOPは、一般企業のLCコミュニティ作戦に学ぶことができる。

A⇔B/DB⇔C/NPOのIT交流ネットについては、LCを追跡するセンターやLCを総合的に理解するチーフリーダーやプランナー、例えば独のFrenkler氏のようなエコ産業デザイナーの役割が重要になる。氏は、「中古=新機能主義(The "Second New" Functionalism)」やヒトとモノの相対的位置関係から「持ち帰り機能(購入後)」「持ち運び機能(使用後の再生のため)」等を含むLC全てのグリーンングデザインを「新機能主義」と呼ぶ。DB(Distribution Business)が組織的なLCTの交流ネットに提案すべきエコテクを中心とする新機軸には、次のようなハード・ソフトの指標が列挙できる。

食については、このような地域内産消提携(生産農家主導・「消費」者主導・産「消」提携CSA)が基本であるが、グリーンプロシューマリズム的バーチャルLCコミュニティ充実、一般的市場流通・農畜水産物のコミュニティ間流通・広域流通のために、A(国:農水省・厚労省、自治体)は、それぞれのレベルで新農村基本法・表示・Traceability・食品安全委員会(行政改革:食品安全基本法・追跡・JAS・BSE、→脱環境ホルモン、穀類貯蔵)・食品リサイクル法、帰農・農都支援等々の流通政策を展開すべきである。

LCの「関」について、C⇔Bは、マーケティング論的には、ミックス4Pの



Promotion(Marketing Communication)や Product, Priceに関わり, このB⇔C間の相互作用は, 4P全てに連動する接着剤, グリーンコミュニティマーケティングミックスの4Co (Coexist/Community: Contents/Conception・Costing/Count・Course/Corridor・Communication/Contact) で結びついている。

LCTシステム・系列構築のメーカー (+流通業者) のリレーションシップマーケティングの典型がイギリスの化粧品メーカーのボディショップであり, 流通業者の流通系列コミュニティの典型が, Frenkler氏も紹介する独のカタログ販売企業のOtto Versandである。同社はLCTを実践し, 衣類縫製はもとより素材の綿花農家まで遡り, エコマテリアル化を図り, 農家と児童と農地の人権<民> 主義/児童労働禁止 (ナイキは東南アジアでの児童労働利用のためアメリカで不買運動をされたことがある)・<安> 全健康<環> 境保全のための有機への転換指導, リサイクル活動等をマネジメントしている。

COOPによる流通系列活用については, グリーンミームが伝染し, チェック機能が働き, デポジット制度・MSDS (Material Safety Data System) 等を通して, LC上の生産者・流通業者・使用者による静脈流通などへの拡大責任が浸透すれば, グリーン連鎖のLCコミュニティ形成に活用できる。グリーンプロシューマリスト全面参画の(1)流通系列・製販同盟活用のLCコミュニティ, (2)商慣行の人的繋がりでのLCコミュニティ, (3)零細性・サービス重視のLCコミュニティ等がそれぞれである。また, ソフト面で系列メーカーと共に, 物流効率化・省エネ等を目指して, IT活用のSISの下での管理システムであり注文生産・プロシューマー対応を基本とするSCM (→LCA) とその実行システムたるロジスティクスシステムは即LCTに活用できる。

COOPによるIT活用のLCTシステムについては, BSE対策を中心に, ジャスコ大和

店 (2002年3月) を皮切りに, 農水省の協力もあって, 店頭ディスプレイ表示がワンタッチパネル形式で可能になっており, マルハ (2002年11月)・キューピー (鳥栖工場同年10月) 等MBが, MB⇒DB⇒DB'⇒Cのインターネット活用の「トレーサビリティシステム」を導入しており, そこからグリーンコミュニティ的連鎖を築くヒントを得ることができる。

### 3-2-3 地産地消コミュニティ (GPRC)

図表 I-3-1 の第II象限のGPRCの自給ネットワークを紹介し, その「場」へ持ち込むべきエコマネー (「グリーンマネー」[Sai・J-] 参照) の可能性を展望しておこう。

GPRC (地産地消コミュニティ) については, 組織内外の産業連関の生産一流通システム論的・LC的SCM的ネットワーク・コミュニケーションの「関」が, 地域の環を広げ, 地域内の地産地消の循環の路を開く。東京都国分寺市 (元国立市) の三多摩食べ物研究会の加工食品のLCシステム論的開拓・葦崎市の1万坪放豚場「ふうふううー」の簡易宿泊施設へのグリーンツーリズム (同じ養豚でオーナー制のもので, 作物を共栄作付け [コンパニオン・プランティング] し, 野菜一豚一豚糞, 地域内豆腐や [佐々木豆腐店←地元三良坂の大豆] おからを自給循環しているのは, 広島県庄原市の松下兼久さんの「備後風土農場」のインターネット交流が将来, グリーンツーリズムに広がる可能性を秘めている) や福岡県宗像地区の地場産大豆の例, 中村修氏の調査にもある長崎県・福岡県 (大木町) などの地場産農産物支給の学校給食の例等, 枚挙に暇がない。大地域間貿易・広域流通は, エネルギーと労働力のロスであり, 自給経済の破壊を招いている。

地域内ネットワークの事例になるが, 福岡県宗像地区では, 北筑農業普及改良委員のK氏が, 栄養士さん・市役所・市長・農家・宗像JAなどと相談し, 安定供給を目指しつつ,

〈宗像産大豆・コメ・野菜etc.農家——豆腐屋（津屋崎市）・カントリーエレベーター/JA福連ライスセンター（コメのガラス抜き機あり [HACCPのPhysical Checkの法的義務]）——産直JA物産館「かのこの里」・小学校（自校式給食）——地域住民・小学生〉のネットワーク（口コミ紹介・交流会・定例会）を敷き、地産地消（GPRC）を実現した。150円の豆腐は、輸入大豆使用の100円より高いが、すぐ売り切れたそうである。地場産給食を通して、地産地消ネットワーク〈住民——栄養士——給食センター（自校式）——農家——行政〉といったようなコミュニケーションの「環」が結ばれた。

これは、グリーンプロシューマリズム・エゴエコバランスの実践であり、地域の住民同士の①触れ合い・生き甲斐・顔の見える関係、②循環型起業、③雇用の場、④交通エネルギー節約、⑤ポストハーベスト・添加物による食公害からの脱出と防止、⑥3アの充実、⑦「地」の保全→「関」のための道路・情報網づくりへの契機提供、⑧「紐」循環文化育成の歴史の発端、⑨未来世代への環境教育実践等々のライブ的な地域コミュニティ活性化⑩生態系・食物連鎖の一部分・一環にSCMを組み込んだ等々のコミュニティ再生運動に繋がった。

プロシューマリズムが「消費」から流通—生産の過去への遡及運動であるのに対して、ライフサエコロジズムは、それに未来の廃棄—浄化—再生の静脈流通運動（ヴェイニズム Veinism）を加えた運動である。Veinismコミュニティの典型が、水俣市の24分別収集の地域のステーションにおけるゴミニケーションである。

GPRCとGPMCの相互作用・連結になるが、K氏はまた、インターネットを通して、全国に宗像地区の大豆畑1坪オーナー（2001年度は300坪、1坪1,000円、2002年11月に900ml\*2本贈）になってもらうよう呼びかけ、完売し、宗像市側の福岡県玄町のマルヨ

シ醤油で、醸造し、2002年10月にはTVで放映された（プラスチックのホースは脱環境ホルモンの観点からは要点検）通り、初絞りが行われたが、予定通り、オーナーその御用樽から出荷される。

同様のGPRCとGPMCの相互作用・連結は、グリーンツーリズムに典型的に見られる。現実にはライブに都市生活者を迎え入れる農村では、有機農業・減農薬運動や農泊・調理のノウハウの交流会を通したリアルコミュニティづくりとインターネットによる都市生活者とのバーチャルな交流を通したモバイルコミュニティとの連動が見られる。

20世紀末に、ベルリンの壁とソ連が崩壊し、理想であった非市場経済的・共産主義的な「自由な人格による主体的結合体」というコミュニティが、幻想に過ぎなかったこと、また地球環境問題をそのようなコミュニティ志向では解決できないことが明白になった。我々生活者Cは、LC循環上の資産の「共産」ではなく私有・拡大生産者責任・拡大「消費」者責任を前提にしつつも、B⇔C間のIT活用コミュニケーションを通して、情報公開・産「消」共同デザイン等によって、私的所有・社会内分業の環境負荷・弊害を超克しなければならないのである。

我々Cは、21世紀には、従来のA（Administration）⇔B（Business）⇔C（Consumer）に代わって、創造的人類（Creator）の存続のために、環境倫理を樹立し、市場をうまく活かし、参画型政府（Agent）に、創造的企業（Builder）所有者・使用者責任を環境税制等でうまく法制度化し、環境経済政策を発動し、環境保全の「未来労働現在化」の価値体系を実現し、脱環境ホルモン・地球環境保全の生態系準拠型の水土循環型・グリーンライフサエコロジー型経済社会、地産地消のスミスの農工商の調和したグリーン共創A（Agent）⇔B（Builder）⇔C（Creator）のグリーンフェアケール・コミュニティを構築しなければな

らない。

我々は、足下で、ITを活用しながら、生態系の中に人類の市場経済・LCを組み込んでゆく新しい「第三の道」を歩み、NPO/地産地消/グリーンプロシューマリスト等のリアルコミュニティ・モバイルコミュニティを構築し、それら両方の活動を相互作用させ、新しいコミュニティ像を描きつつ、地球環境問題解決へ向けて立ち向かうことであろう。

その足下からの行動の一つが、次章の有機農業運動やグリーンマネーを通したCSA共創である。

## 第2章 有機コミュニティ by グリーンマネー

我々都市生活者(C)が、「関係・地域・紐帯」のリアルコミュニティ、あるいは「関係・紐帯」のモバイルコミュニティ、それらを複合させたあるときは「関係・紐帯」、またあるときは「関係・地域・紐帯」の交流（フェアケール）コミュニティを現代的に、復活させるべく、有機農業運動を通して有機農家・有機民宿(B)と共創する交流コミュニティに果たすグリーンマネーの役割はどうだろうか？そもそも、国家(A)は、有機農産物を求める都市生活者(C)に対して、どのような流通政策を展開し、その中のJAS有機表示は、どういう役割を果たすのか？

本章は、そのことを解明し、前章のグリーンコミュニティ論を補い、次章のグリーンコミュニティツーリズムへの橋渡しをするものである。

### 第1節 有機農業とコミュニティ (JAS有機表示)

国家・自治体(A)のJAS有機表示制度は、B⇔Cのグリーン交流（フェアケール）コミュニティの形成にいかなる支援をすることになるのか？それは、従来の日本有機農研の産「消」提携運動、CSAにいかなる影響を及ぼすのか？両者は、相補するのではないか？

本節では、このような問題意識を持って、まずそもそも有機とはなにか？その定義を明らかにしておきたい。

JAS有機の定義では、「桃栗3年」つまり果実等多年生作物については収穫前に、果樹園など農地が3年以上無農薬・無化学肥料、小松菜・ほうれん草など、種を蒔いたり、稲・茄子など、苗を植え付けたりするものについては、その播種・植え付け前に農地が2年以上無農薬・無化学肥料で栽培された農産物が、「有機農産物」ということになる。

2000年6月10日施行のJAS有機法（2000年1月20日農水省告示、有機農産物は「農林水産省告示第59号」、有機農産物加工食品は「農林水産省告示第60号」「官報」号外第9号）及び「認定業務マニュアル」（農水省関係政令、2000年5月30日）は、どのような内容か？それは、「消費」者の権利を保護するものか？LCA（Life Cycle Assessment）上、総合的に環境負荷を削減すべく機能するだろうか？また、通常の慣行栽培農家が意欲を持ったとき、有機農法への転換を支援するものなのか？さらに、施行後の産「消」提携運動に与えた影響や輸入有機の表示とその数量などの問題点は、どうなったか？有機農家/農業組織・食品加工業者（B&F：Business＝Food Processor & Farmer）は、どのように安全志向の「消費」者（C：Consumer）ニーズをマーケットインし、国・自治体（A：Administration）＝MAF（農水省Ministry of Agriculture and Forestry）は、JAS有機法や新食糧法を通して、どのように日本の有機農業と「消費」者を保護しようとしているのか？

既に、2000年6月には、生産者・「消費」者向けにプリント「知っておきたい有機食品の検査認証制度」（末尾「資料1（MAF：June/2000）」参照）が配布された。2000年8月には、MAFに数認定機関（JONNAなど）が第1次登録され、生産農家（生産工程管理者）・製造業者・小分け業者などの書類・

サイトの検査が終了し、2000年11月には、末尾資料1に挙げたような、太陽・雲・若葉デザインの「有機JASマークが小売り店頭にお目見えしよう、としている。また、小売店など販売店が警告無視した場合の50万円以下、登録機関や生産工程管理者（当該農家）の違反に対する1年以下の懲役もしくは100万円以下の罰金を科されるべく、「法」が適用されるのは、2001年4月1日からである。

遅ればせながら、本節は、このように多様な問題意識を持って、主としてグリーンプロシューマリズムあるいは「消費」者保護のために、JAS有機法の法文（第1章）についてコメントし、その補足説明にもなる「認定業務マニュアル」有機認証の仕組み（第2章）を紹介し、もってTV報道などの誤解を解き、かつ農家・生活者に正しい情報を分かりやすく伝達せんとするものである。

なお、この法文の厳密な詳細は、農水省のホームページをご参照いただきたい。また、比較のための問題意識として念頭に置いた日本有機農業研究会の「基礎基準」については、転換農家への奨励・プラスチック環境ホルモン対策（資材・容器包装LC）・労働基準・産「消」提携（プロシューマリズム）とヒトの触れあいなどの面で熟慮されているところを、同研究会のホームページを開いて、ご検証願いたい。

ちなみに、本節では、明らかに第1・2項で紹介する資料では語り尽くせない問題が積み残されている。登録認定機関検査員の資格（資料2「認定機関になるための登録基準」[MAF:22/Dec./1999]参照）、特に学歴・職歴の基準の問題、つまり古くから有機農業を実践してきた本当のプロの除外の問題（日本有機農業研究会からの反論あり）、登録認定手続きの問題、市町村が登録認定機関になることから逃げようとしている問題があり、産「消」提携運動・転換中への阻害要因となる問題、輸入有機農畜産物の増加（ニチレイ1998年 輸入有機約50億円）を誘引してゆく

問題などである。これらは、別稿に譲り、本節では、専らJAS有機の定義を明確に喧伝することに勤めたい。

#### \* JAS有機法

官（農水省）主導のJAS有機法と民（日本有機農業研究会）主導の有機農業「基礎基準」とはどう違うのか？どちらが、慣行から有機への転換、環境ホルモン対策、 $A \Leftrightarrow B \Leftrightarrow C$ の相互参画と民主主義達成などの課題を充足しているのか？

本節では、このような問題意識から、JAS有機法の有機農産物・転換中・加工品についてのホットな基準細則を紹介しておきたい。

今回のJAS有機法の正式名称は、「有機農産物の日本農林規格」である。既に述べているように、2000年1月20日農水省告示（農林水産省告示第59・60号）のそれが6月10日に施行されたのである。本節では、初めに「有機農産物」、次に「加工食品」の日本農林規格を紹介する。

\* 「有機農産物の日本農林規格」（農林水産省告示第59号，MAF:20/JAN/2000）

JAS有機法の制定趣旨は、消費者保護にある。「消費者の健康・安全志向の高まり等を背景に」有機農産物「加工食品の流通が増加…しかし、その中には、原料の生産段階までは有機的に栽培されていても、その流通・加工段階において有機的な方法で取り扱われていたかどうか不明確なまま、消費者に誤認を与えかねないような表示がされている商品も存在している。そこで…特定JAS規格を制定」することになったのである。本項では、まず、有機の定義を条文紹介によって、明らかにしておきたい。

（その）定義：

第1条（目的）「…有機農産物の生産の方法についての基準等を定める…」以下引用「（ ）」内齋藤

第2条（有機農産物の生産の原則）

「(1)農業の自然循環機能（を）維持増進」するよう、「土壌の性質に由来する農地の

生産力を発揮させるとともに、農業生産に由来する環境への負荷を…低減した栽培管理方法（無農薬・無化学肥料）を採用したほ場において生産されること。」

〔(2)採取場（自生農産物採取場）において、採取場の生態系の維持に支障を生じない方法により採取されること。〕

第3条（定義）「有機農産物とは、第4条の基準を満たす方法により生産された農産物をいう。」

第4条（規格・基準〔O：Organic有機農産物，T：Transformation転換期間中有機農産物〕）

#### I 「ほ場の条件」

(1) 「周辺（慣行生産するほ場）から肥料、土壤改良資材又は農薬（除く別表のモノ）が飛来しないように明確に区分されていること。…水田にあつては用水に…（措置）が必要」(O&T)

(2) 「次のいずれか」(O&T)

[1] 「多年生作物(果樹等，除く牧草)…（の）場合…最初の収穫前に3年以上，それ以外…は播種又は植付け前に2年以上（ただし，無汚染の新開拓地・2年以上の使用禁止資材（別表1・2）無使用の場合「1年以上」）の間，以下（の）ほ場等（の）肥培管理の基準…種苗の基準及び有害動植物の防除の基準に基づき農産物の栽培が行われているほ場であること。」(O)

[2] 「転換期間中のほ場（は）収穫前1年以上の間，以下（の）ほ場等（の）肥培管理の基準…種苗の基準及び有害動植物の防除の基準に基づき農産物の栽培が行われているほ場であること。」(T)

(3) 「採取場は周辺から使用禁止資材が飛来しない…区域で，…採取・前3年以上，使用禁止資材（別表1・2）が使用されていないこと。」(O)

#### II 「肥培管理」

「ほ場等（含む採取場）…（の）農産物の残さに由来する堆肥の施用その他の…生物の機能を活用した方法のみによって…農地の生産力の維持増進が図られていること（原則自然農法・完全有機農法で，それが不可能なら「別表1（の）肥料及び土壤改良資材のみ（に）」限定）。」(O&T)

#### III 種苗（「種子，苗，苗木，穂木，台木」など）

(1) 「ほ場等の条件の基準…肥培管理の基準…有害動植物の防除の基準及び輸送，選別，調製，洗浄，貯蔵，包装その他の工程に係わる管理の基準に適合する種苗…を使用すること。ただし…その入手が困難な場合には（例外あり）。」(O&T)

(2) 「組換えDNA技術…を用いて生産されたものでないこと。」(O&T)

#### IV 有害動植物の防除

(1) 防除についての耕種・物理・生物的防除，または「これら（の）適切な（な）組み合わせ。」(O&T)

(2) 農薬は，(1)が不可能な場合に限り，別表2のみ使用可。(O&T)

#### V 「輸送，選別，調製，洗浄，貯蔵，包装等その他の工程に係わる管理」

(1) 上の流通過程で有機以外が混入しないように「管理されていること。」(O&T)

(2) 上の流通過程で「有害動植物の防除又は品質の保持改善に使用する資材は」別表1-2，1-3のみ可(O&T)

(3) 照射不可(O&T)

(4) 「農薬，洗浄剤。消毒剤その他の薬剤」汚染防止管理必(O&T)

#### 第5条 表示方法

(1) 次の一つ

[1] 「有機農産物」

- [2] 「有機栽培農産物」
- [3] 「有機農産物〇〇」又は「〇〇（有機農産物）」
- [4] 「有機栽培農産物〇〇」又は「〇〇（有機栽培農産物）」
- [5] 「有機栽培〇〇」又は「〇〇（有機栽培）」
- [6] 「有機〇〇」又は「〇〇（有機）」
- [7] 「オーガニック〇〇」又は「〇〇（オーガニック）」
- 「(注) 「〇〇」には、その一般的な農産物の名称を記載」
- (2) 採取場のものは上の [1] [3] [6] [7] のいずれかを記載。
- 転換期間中のものは、[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7] の前又は後に「転換期間中」と記載。(例「転換期間中有機〇〇」)
- 別表1-1 「肥料及び土壌改良資材」基準
- (1) 堆肥：「農産物及びその残さ」・「家畜及び家禽排泄物由来」・「食品製造等由来」・「生ゴミ」・「バーク堆肥」＝「天然物資…由来（で）化学的に合成された物質を添加していないもの」
- (2) 粉末：「魚かす粉末」「なたね油かす及びその粉末」「米ぬか油かす及びその粉末」「大豆油かす及びその粉末」「蒸製骨粉」「窒素質グアノ」「乾燥藻及びその粉末」「草木灰」＝「化学的に合成された物質を添加していないもの」
- (3) 鉍石：「炭酸カルシウム肥料」＝「天然鉍石を粉砕したもの（含む苦土炭酸カルシウム）」「硫酸加里」＝「天然鉍物を水洗精製したもの」「天然りん鉍石・硫酸加里苦土」＝「カドミウムは五酸化リンに換算して1kg中90mg以下であること」, 「硫酸苦土肥料」＝「ニガリを結晶させたもの又は天然硫酸苦土鉍石を精製したもの」「水酸化苦土肥料」＝「天然鉍石を粉砕したもの」
- (4) 化石：「貝化石肥料」＝「化学的に合成された苦土肥料を添加していないもの」
- (5) 「石こう（硫酸カルシウム）」「硫黄」「木炭」「泥炭」「ベントナイト」「パーライト」「ゼオライト」「パーミキュライト」「けいそう土壌成粒」「鉍さいけい酸質肥料」「熔せいりん肥」＝「天然物質又は天然物質由来で化学的に合成された物質を添加していないもの」
- (6) 「リン酸アルミニウムカルシウム」＝「カドミウムは五酸化リンに換算して1kg中90mg以下」
- (7) 「塩基性スラグ」「さらし粉」＝「化学的に合成された物質を含まないもの？」
- (8) 「微量要素複合肥料」＝「マンガン、ほう素等微量要素の不足により、作物の正常な生育が確保されない場合で微量要素以外の化学的に合成された物質が添加していないもの」
- (9) 「塩化ナトリウム」＝「採掘された塩のみ」
- (10) 「その他の肥料及び土壌改良資材」＝「植物の栄養に供すること又は植物の栽培に資するため土壌の性質に変化をもたらすことを目的として土地にほどこされる物…及び植物の栄養に供することを目的として植物にほどこされる物（生物を含む）であって、天然物質又は天然物質由来で化学的に合成された物質を添加していないもの」（「木酢」は、タールの発癌性について疑問視され木酢協会が的確に対応できず、今回使用可能資材に入らず。）
- 別表1-2 「農薬」基準
- (1) 「デリス乳剤・デリス粉・デリス粉剤・なたね油乳剤・マシ油エアゾル・マシ油乳剤・硫黄くん煙剤・硫黄粉剤・硫黄/銅水和剤・水和硫黄剤・シイタケ菌糸体抽出物液剤・炭酸水素ナトリウム水溶剤・炭酸水素ナトリウム/銅水和剤・銅水和剤・銅粉剤・液化窒素剤・天敵等生物農薬・性フェ

## 産「消」グリーン共創

ロモン剤・誘引剤・忌避剤・クロレラ抽出物液剤・混合生薬抽出物液剤・ワックス水和剤

- (2) 「除虫菊乳剤」＝「除虫菊から抽出したもの」
  - (3) 「生石灰」「硫酸銅」＝「ボルドー剤調合用(の)使用」
  - (4) 「ガゼイン石灰・パラフィン」＝「展着剤(用)使用」
  - (5) 「二酸化炭素剤・ケイソウ土剤」＝「保管施設で(の)使用」
- (注) 「農薬の容器等に表示された使用方法を遵守すること」

### 別表1-3 「調製等資材」基準

- (1) 「炭酸カルシウム・水酸化カルシウム・二酸化炭素・窒素・エタノール・ガゼイン・ゼラチン・活性炭・タルク・ベンナイト・カオリン・ケイソウ土・バーライト・DL-酒石酸・L-酒石酸・DL-酒石酸水素カリウム・L-酒石酸水素カリウム・DL-酒石酸ナトリウム・L-酒石酸ナトリウム・クエン酸・微生物由来の調製等資材・酵素・卵白アルブミン・アイシングラス・植物油脂・樹脂成分の調整品・ヘーゼルナッツの殻」
- (2) 「その他の調製等資材」＝「農産物の輸送、選別、調製、洗浄、貯蔵、包装等の工程に必要不可欠である資材であって、天然物質又は天然物質由来するもので化学的に合成された物質を添加していないもの」

1-2 「有機農産物加工食品の日本農林規格」(農林水産省告示第60号, MAF:20/JAN/2000)

第1条(目的)「…有機農産物加工食品の生産の方法についての基準等を定める…」以下引用「( )」内齋藤)

第2条(有機農産物加工食品の生産の原則)  
「有機農産物…の持つ特性が製造又は加工の過程において保持されることを旨とし、物理的又は生物の機能を利用した加工方法を用い、化学的に合成された食品添加物及

び薬剤の使用を避けること(が)基本」  
第3条(定義)「有機農産物加工食品とは、第4条の基準を満たす方法により生産された農産物加工食品をいう。」

第4条(規格・基準)

- (1) 「原材料(含む加工助剤)」＝以下 [1] ~ [5] のみの使用。
  - [1] 「有機農産物(その包装, 容器又は送り状に格付の表示されているもの)」
  - [2] 「有機農産物加工食品(その包装, 容器又は送り状に格付の表示されているもの)」
  - [3] [1] [2] 以外の農産物(重量比5%以下, 除く遺伝子組換えDNA技術の酵素使用不可, 照射不可)。
  - [4] 「食塩, 水」
  - [5] 「別表1(の)食品添加物」(除く遺伝子組換えDNA技術による添加物)。
- (2) 「原材料の使用割合」
  - [1] 95% ( $[(O)有機農産物 + (O')有機農産物加工食品 - 食塩 - 水] / 原材料 = 重量比$ ) 以上。 $\langle 分子 = (O) + (O') - 食塩 - 水, 分母 = 原材料 \rangle$
  - [2] 別表1の食品添加物は最小限にすること。
- (3) 「製造・加工・包装(等)工程管理」
  - [1] 製造・加工方法＝機械的・物理的・生物的方法(遺伝子組換えDNAの酵素使用不可)。
  - [2] 照射不可。
  - [3] 別表2の農薬(原材料・製品への混入不可)のみで病虫害防除。
  - [4] 他の農産物・加工食品との混合不可(しきりやその他の工夫必)。
  - [5] 加工後の「農薬, 洗浄剤, 消毒剤」等による汚染防止。

第5条(名称・原材料名表示方法)

- (1) 「名称」
  - [1] O: a 「有機農産物加工食品」  
b 「有機○○」又は「○○(有機)」  
c 「オーガニック○○」又は「○○

(オーガニック) 」

〔注〕「〇〇」には、その一般的な加工食品の名称を記載」

[2] T:「転換期間中」と[1]の前後に記載(T転換期間中有機農産物を原材料として使用した加工食品)。

(2) 「原材料名表示」

[1] O:原材料を「[有機]等の文字を冠して記載」(原材料がO)。

[2] T:原材料を「[転換期間中]と記載」(原材料がT)。

別表2-1 食品添加物基準

- (1) 「DL-リンゴ酸・L-アスコルビン酸・炭酸カルシウム・炭酸アンモニウム・炭酸マグネシウム・水酸化カルシウム・DL-酒石酸・L-酒石酸・アルギン酸・アルギン酸ナトリウム・カロブベーンガム・グアーガム・トリアカンソスガム・キサントガム・カラヤガム・ガゼイン・ゼラチン・ペクチン・エタノール・ミックストコフェロール・タルク・ベントナイト・カオリン・ケイソウ土・パーライト・活性炭・窒素・酸素・二酸化炭素」
- (2) 「クエン酸」=「pH調製剤として使用するもの又は野菜加工品…果実加工品に使用する場合(のみ)」
- (3) 「乳酸」=「野菜加工品に(のみ)」
- (4) 「タンニン」=「ろ過助剤として(のみ)」
- (5) 「硫酸」=「砂糖類製造における抽出水のpH調製として(のみ)」
- (6) 「炭酸ナトリウム」=「菓子類, 砂糖類, 豆類の調整品…めん, パン類(用のみ)」
- (7) 「炭酸カリウム」=「果実加工品の乾燥…穀類加工品, 豆類の調整品, めん・パン類…菓子類(用のみ)」
- (8) 「塩化カリウム」=「野菜加工品, 果実加工品, 調味料…スープ(用のみ)」
- (9) 「塩化カルシウム」=「凝固剤(用), 食用油脂, 農産加工品, 果実加工品…豆類調整品(用のみ)」

(10) 「塩化マグネシウム・粗製海水塩化マグネシウム」=「凝固剤(用)…豆類調整品(用のみ)」

(11) 「水酸化ナトリウム」=「pH調製剤として砂糖類の加工(用)…穀類加工品(用のみ)」

(12) 「水酸化カリウム」=「pH調製剤として(の)砂糖類の加工(用)(のみ)」

(13) 「DL-酒石酸ナトリウム・L-酒石酸ナトリウム」=「菓子類(用のみ)」

(14) 「DL-酒石酸水素カリウム・L-酒石酸水素カリウム」=「穀類加工品・菓子類(用のみ)」

(15) 「リン酸-水素カルシウム」=「膨張剤として(の)粉類(のみ用)」

(16) 「硫酸カルシウム」=「凝固剤として菓子類, 豆類の調整品…パン酵母(用のみ)」

(17) 「アラビアガム」=「食用油脂…菓子類(用のみ)」

(18) 「酵素処理レシチン・酵素分解レシチン・植物レシチン・卵黄レシチン」=「漂白処理(や)有機溶媒処理(したもの厳禁)」

(19) 「二酸化珪素」=「ゲル(や)コロイド溶液(用のみ)」

(20) 「ミツロウ・カルナウバロウ」=「分離剤(用のみ)」

(21) 「香料」=「化学的に合成されたもの(不可=天然香料基原物質のみ)」

(22) 「その他の食品添加物」=「1 必要不可欠であること。2 栄養価/品質の安定性を保持…3 消費者の判断を誤らせるおそれのないこと。4 天然物質/天然物質に由来し, 化学的に合成された物質を添加していないこと。」

別表2-2 「農薬」基準(基準A「農薬の容器等に表示された使用方法を遵守すること」)

- (1) 「デリス乳剤・デリス粉・デリス粉剤・なたね油乳剤・マシン油エアゾル・マシン油乳剤・硫黄くん煙剤・硫黄粉剤・硫黄/銅水



和剤・水和硫黄剤・シイタケ菌糸体抽出物液剤・炭酸水素ナトリウム水溶剤・炭酸水素ナトリウム/銅水和剤・銅水和剤・銅粉剤・液化窒素剤・天敵等生物農薬/生物農薬製剤・性フェロモン剤・誘引剤・忌避剤・クロレラ抽出物液剤・混合生薬抽出物液剤・ワックス水和剤

- (2) 「除虫菊乳剤」＝「除虫菊から抽出したもの」
- (3) 「硫酸銅・生石灰」＝「ボルドー剤調合用の使用」
- (4) 「ガゼイン石灰・パラフィン」＝「展着剤(用)使用」
- (5) 「二酸化炭素剤・ケイソウ土剤」＝「保管施設で(の)使用」

以上が、JAS有機法の定義である。この官主導JAS有機法は、民主導の「基礎基準」よりも、慣行から有機への転換、環境ホルモン対策、A⇔B⇔Cの相互参画と民主主義達成などの課題について、小回りが効かず、劣っている、と言わざるをえない。次に、我々はこの定義を充足する意味で、JAS有機認定を紹介しておきたい。

JAS有機認定について、本当に「消費」者は、JAS有機ラベルを信じて良いのか？有機の定義を補足し、かつ有機農畜産物の認定手続き・検査の「中立性・公平性・独立性」＝信頼性を達成せんとして設けられ、情報公開されている「認定業務マニュアル：「有機農産物の生産工程管理者の認定業務マニュアル」」を参照されたい（JAS有機食品検査指導要領検討委員会、June/2000公示）。

なお、JAS有機施行後も、有機規定を除いて、図表 I-2-1 のようなMAFの「特裁」規定は、残っていて、効力をもっている。

図表のマトリックス表示のヒントは朝日新聞社、「慣行」「特裁」については、[Anew-13] p.13とは解釈が異なる。

期間（有機3年以上、転換期間6ヶ月以上）は収穫前。

おわりに、JAS有機法の背景については、前にも触れたように、グローバルスタンダード、地球環境保全、高付加価値型アグリビジネスの意図などを配慮した国家の農業政策・消費者保護政策の変容・進歩という観点からの考察が重要である。

図表 I-2-1 農水省「有機農産物及び特別栽培農産物に係わる表示ガイドライン」  
(1997年改正施行, 92年制定, 93年4月施行)

| 農薬 |             | 無       |          |       | 減<br>[当該地域1/2以下] | 慣行   |
|----|-------------|---------|----------|-------|------------------|------|
|    |             | 3年～     | 6ヶ月～     | ～6ヶ月  |                  |      |
| 無  | 3年～         | 有機      | 無農薬無化肥栽培 | 無化肥栽培 | 減農薬栽培            | 特別栽培 |
|    | 6ヶ月～        | 転換期間中有機 |          |       |                  |      |
|    | ～6ヶ月        |         |          |       |                  |      |
| 減  | [当該地域1/2以下] | 無農薬栽培   |          | 減化肥栽培 |                  |      |
|    |             | 特別栽培    |          |       |                  |      |
| 慣行 |             |         |          |       |                  | 慣行   |

図表のマトリックス表示のヒントは朝日新聞社、「慣行」「特裁」については、[Anew-13] p.13とは解釈が異なる。期間（有機3年以上、転換期間6ヶ月以上）は収穫前。

我々は、オーガニック認証の必要性と問題点を押さえ、JAS有機の二面性、つまり悪いGATTウルグアイラウンド・WTOの農産物の自由貿易化路線上のグローバルスタンダード的側面と良い食糧農業農村基本法自給率の向上・国内環境保全政策的側面の両面を持つておくべきである。

本節の有機の定義・資料に絞れば、「知る権利」については、ニセ表示への小売店警告後の50万円以下の罰金罰則規定（2002年改正JAS法では、BSEから派生した問題で罰金額が100万円以下、法人の場合に1億円以下など切り上げられ、懲役1年以下など厳しくなった）等があり、評価できる。しかし、中間報告で昨年述べたとおり、農薬基準について、魚毒性のあるマシン油などの散布時期（無果実時期にすべき）に触れられていないこと、廃建材の場合ホルムアルデヒド汚染の危険性のない木酢が希釈・散布時期を問わず、削除されているなど問題は残る。有機農家への転換増進については、営農指導・マーケティング指導が盛り込まれておらず、片手落ちになっている。

まじめな従来の有機農業運動＝産「消」提携運動（グリーンプロシューマリズム）を維持・促進できるかどうか、という課題について、産「消」提携運動＝日本有機農業研究会の代表の意見に対応して、1999年5月7日の参議院で「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律の一部を改正する法律（＝改正JAS法：齋藤）に関する附帯決議」の第4項において「有機食品の表示については、有機農家と消費者の間において信頼関係が保持されている有機農産物の流通実態に特に配慮すること」という事項が盛り込まれた。その改正JAS法第19条の10第1項の細則は次の通りである。

「1 規制の対象：当該農林物資について付されている（容器・包装のシールや送り状などの：齋藤）表示」

「2 規制の対象外：産消提携における現

地での看板等による案内や定期的なニュースレターの発行、パンフレットの配布等を通じた生産に関する幅広い情報提供（含む口頭説明：齋藤）」

「3 通達：規制の対象外の内容を明確に示すこと」

この通達について、日本有機農業研究会は、2000年4月21日、「1 当該農林物資について付されている」シールなどの表示以外の「2 規制の対象外」について、農水省食品流通局局長宛てで、次の通りの確認の問い合わせ、譲歩させることに成功した。

「1 規制表示：有機表示シール、容器・包装・送り状に付された有機表示、POPなど陳列の有機を知らせる表示」

「2 規制の対象外：①メディア（新聞・雑誌・インターネット等）、②チラシ・パンフレット・ニュースレター・看板、③注文案内チラシ、④注文書、⑤野菜ボックスの中のニュースレターでの説明文・写真・イラスト」（[Nih・Y-1<sub>325</sub>] p.7）。

これらの産「消」提携運動についての除外規定はあるものの、総体的に改正JAS法は、グリーンコンシューマリズムを支援するものであり、その改正JASがグリーンプロシューマリズムへの発展の契機になるためには、幅広いコープや労働運動などと有機農業運動の連帯によって真の脱環境ホルモンへ向けたコミュニティを形成する必要がある。その一つが、河野・鈴木両氏も絶賛する産「消」混合型協同組合である。

最後に、認定法（末尾資料2参照）については、MAFの認可した認証機関（MOA・JONA・AFAS・NOAPA・AXIS・日本有機農業生産団体中央会・オーガニック認証協会・有機農業認証協会 [Nih・N-1<sub>3/Jan/99</sub>]）が、対象農家に有機農業の意志・コンセプトや農場・農作業の歴史や農場・作物へのインプット・アウトプットの作業などについての必要条項の記入を求め、それに基づいて農場・農家の現場に行き、土壌・周辺環境を監

査し、農家に作業記録を求め、土壌検定（アウトソーシングで可、1農薬約1万円の検定料）・腐敗実験などを行い、学識経験者なども含めた第三者的な認証委員会で認証の有無を判定し、当の認証機関のJAS有機（第5条（表示方法と基準）「名称」に基づく）のラベル使用を認定する、というものである。

今後の我々の課題は、新規参入の有機農業集団やオーガニック情勢の進展に対応して、古くからオーガニック栽培を実践してきた農業者/農業組織は、どのような活動を展開すべきなのか、輸入有機との競争に勝つために、どのようなコミュニティを形成すべきか、を明らかにすることにある。

## 第2節 有機振興グリーンマネー

グリーンマネーとは何か？本節では、その定義付けとそれが有機農業を通じたグリーンコミュニティ、つまり有機コミュニティ形成に果たす役割を論じる。

### 1. グリーンマネーとは

われわれは、とりあえずグリーンマネーとは広義にはグリーンコミュニティ形成・維持のための地域通貨（「地域通貨信託制度“LETS<sup>(5)</sup>: Local Exchange Trading System”」内通貨）のみならず、地球環境保全という目的のための企業・国家自治体・人民によって使用される一般通貨（グリーンファンド・グリーンバンクからのグリーン用途の貸し出しや環境行政のための財政支出など）をも含む通貨の総称だ、と定義づけておきたい。狭義には、その内の地域通貨のみである。われわれは、断りのない限り、この狭義の意味で使用する。

グリーンマネー（狭義）とは、1986年4月26日以降、一定のコミュニティ、つまり地域・共同体・グループ内の制度的信用を背景に、その内部の無償労働に終わっていたコミュニティ内外のメンバー・訪問者の環境保全のためのボランティア活動に対して、労働時間か出来高か稀少技能か、など一定の尺

度・基準に基づいて登録・発行され、原則としてコミュニティ内部で流通する地域信頼のシンボル＝信用証明書（証書）もしくは信用証明貨幣（含む铸貨）である。以下、加藤敏春氏のエコマネーとの異同を明らかにしつつ、10項目をもって、再定義しておきたい。

グリーンマネーの5W1H。

- ① 時代 (When)：グリーンマネーとは、エコマネーの大カテゴリー（時代区分は問わず、ただ21世紀に主流となるであろう、とされるマネー [Kat・T-1] p. i）の内、主として1986年以降の下に続く要件を満たす小カテゴリーとしてのマネーである。
- ② 用途 (What)：グリーンマネーは、第一義的に環境保全用途に使われるものであり、直接的・間接的な環境保全用途に限定する。だから「介護、福祉、コミュニティ、文化」一般を直接第一義的目的とするエコマネーとは異なる。ただし、環境保全用途に間接的に関わる「介護、福祉、コミュニティ、文化」に関して循環するマネー（[Kat・T-1] p. i），具体的には過疎化・高齢化・婦女子化の進む中山間地コミュニティの活性化＝環境保全の呼び水となるべく循環するマネーなどは、グリーンマネーとする。だから、「労働証書」（Owen Robert）一般、地域振興券一般、商店街振興券一般とは異なるが、第一義の環境保全を支える場合は、それらの集合に内包されたり、交わりを持ったりする。流通領域についても、地球環境保全への理念的理解のある個人・製造/サービス業者・店舗などに限定し、なおかつ幅広い流動性を持たせるべきである。
- ③ 機能 (How)：グリーンマネー（GM）は、エコマネーと同様、グリーンサービス労働（A：Arbeit）との交換、グリーンプロダクト（W：Ware）を媒介（A-GM-A, A-GM-W）・決済する。
- ④ 目的 (Why)：創造的グローバル機能。グリーンマネーは、エコマネーと同様、循

環型社会の回転力・市場と非市場の交わり/  
連結・失業対策のための原動力となる。

- ⑤ 効果 (Why) : 社会構造改革。ヒト・モノ・カネ・ヒトの繋がりを抽象的・一般的・定量的な「価値」から具体的・個別的・定性的な「価値」関係へ転換。Face to Faceの「温もりのある」「ヒューマンスケール」の貨幣。つまり、エコマネーと同様、「価格情報のみならず思いやりやコミュニティの価値などの多様な情報を媒介する貨幣。価格も取引業者により自由に決定される」([Kat・T-1] p. v)。
- ⑥ 組織・範囲 (Who) : グリーンマネーは、原則的にNGO=コミュニティ(属地的空間 [Where] =地域に拘らず超空間的・属人的なコミュニティ)内部でのみ流通する。「エコマネーはある地域内でのみ流通」([Kat・T-1] p. iii)。
- ⑦ 使用法 (How) : 並行・組み合わせ。グリーンマネーは、エコマネーと同様、通常国家信用を背景とする通貨と並行して使用される。両者は、コミュニティ内部で使い分けられる(「21世紀の並行通貨制へ」[Kat・T-1] pp. iii, 194)。グリーンマネーは、エコマネーと同様、不足分を円など通常の通貨で補える(「組み合わせ」[Kat・T-1] p. vi)。
- ⑧ 進化 (How) : 「文化遺伝子」。グリーンマネーは、エコマネーと同様、従来のもの(LETS: 欧米で「1100以上の地域」[Kat・T-1] p. ii)を、インターネット上の電子マネーなどに発展・進化させることができる。コミュニティの信用を背景に、占有登録・発行される電子マネーとして流通可能。
- ⑨ 機能の限定 (How) : グリーンマネーは、原則的にエコマネーと同様、「信用創造機能」なし([Kat・T-1] p. ii)。10の例外を除いて「金融仲介機能」なし([Kat・T-1] p. vi)。
- ⑩ 例外 (How) : 通常通貨との交換・金融

仲介。グリーンマネーは、通常通貨と交換されることがありえる。つまり、コミュニティのコンセンサス・規約があれば、地球環境保全用途の寄付行為・資金動員(コミュニティ外部のヒト・モノ・カネの調達資金)などのために、例外としてそのような交換がありえる。その場合、グリーンマネーの占有者の自発的な寄付行為などの同意が必要になる。

これら①~⑩の機能でもって述語主義的に規定してきたグリーンマネーについて、次項では、①~⑩の変容の可能性、そのグリーンマネーのグリーンプロシューマリズムへの適用、具体的な有機農業運動への適用などを論じたい。

## 2. グリーンマネーと有機農業

グリーンマネーは、グリーンプロシューマリズム、有機農業運動の活性化に貢献できるか? そのために、グリーンマネーは経済社会的にどのように進化すべきか? 本項は、国家制定のJAS有機法に対応する有機農業運動に具体例をとり、その運動に果たすグリーンマネーの役割を問いながら、そのことを明らかにしてゆきたい。

この具体例を通して、広く $A \Leftrightarrow B \Leftrightarrow C$ の関係性の在り方について考察したい。すなわち、国家(A)とグリーンプロシューマリズム(C)とは、相容れないのか? なぜ「消費」者(C)は、農業者(F)の管理する生産への関与を求めようになったのか? オーガニック認証を求めようになったのか? そのような要望の実践活動であるグリーンプロシューマリズム、とりわけ有機農業運動とは何か?

ここでは、グリーンマネーのグリーンプロシューマリズムへの適用の具体例として、国家が取り決めるJAS有機法と下からの有機農業運動におけるグリーンマネーの可能性について、論じてみたい。

グリーンマネーと有機農業運動に関連するが、JAS有機法は、有機農業運動にどのような影響を与えるのか? 有機農産物輸入という

黒船に対抗する上で、グリーンマネーはどのように貢献できるのか？本項では、コミュニティの緩やかな強化・昨今のプロシューマリズム傾向に乗った有機農業運動に果たすグリーンマネーの役割を問いたい。

### 2-1 グリーンプロシューマリズム

有機農業運動＝グリーンプロシューマリズムにおけるソフトマネー＝グリーンマネーの社会的意義は、小さくともコミュニティ内での循環型社会構築のための回転力となること、有機農産物の一般流通市場（一般市場流通＝一般通貨）に対して非市場の有機農産物流通を通じたヒトとヒトとの交わり/連結強化の媒介環・接点となること、その中でのグリーンネットワーク COOP 間協同（生産＝「消費」）の強化の媒介環となること、一般経済社会における失業者を登録メンバーにし、グリーン雇用対策の誘引になること、などにある。

リジッドな有機農業運動＝コミュニティでは、純然たるタダ働きが当然であったが、この無償労働の限界を緩和し、有償化するのがグリーンマネーである。脱食公害＝グリーンプロシューマリズムは、産直（流通マージンの除去）援農やボランティア活動のような非市場経済的な労働提供に支えられている。しかし、それに全面的に甘えれば、特定の人の良いヒトばかりがボランティアワークを続け、そうでないヒトはその便益にぶらさがり、ただ乗りする、という運動の中に矛盾が出てくる。市場と半市場の混合的コミュニティを創造すべきである。そこで、グリーンプロシューマリズムの一つの知恵として登場してくるのが、グリーンマネーである。

グリーンマネーは、有機農業運動においても、提携「消費」グループの中のボランティア活動（収穫・除草・仕訳・連絡などの援農や作付け会議などの運営）ができる人とできない人との間の溝を埋めるソフトなおカネ＝潤滑油になりえる。ゾレンの運動は止めるべきであり、かといってビジネスライクなドラ

イなおカネで片づけるべきでもない。グループと農家の共同管理によってグリーンマネーを発行し、それを潤滑油にして、援農・有機農産物とグリーンマネーを交換すること、つまり「消費」者個人：援農→gの受け取り→有機農産物（グループのファンドで購入したもの）、グループ：ファンド→有機農産物（農家から購入）→gの回収などg活用の半市場的工夫が必要に思われる。市場の海に浮かぶ半市場のコミュニティをgが支える。

デュアルは有機農業運動家にもある。市民生活者の側面と有機農業運動コミュニティのメンバーとして、運動を支え援農・作付け会議・収穫祭などを（に）企画・参加する地球村民的側面である。

有機農業の「働き方」のモデルは、主体から論じれば、所得変数を基準に副収入有り・副収入無し、無償労働・有償労働、専業・第1種兼業・第2種兼業に分かれ、ライフスタイルやライフステージを基準にすれば、定年帰農・脱サラ、家庭菜園・農地に分かれ、流通の態様を基準にすれば、自給・非一般市場（産直／産消提携）・市場（朝市出荷・農協/卸出荷）などに分かれる。この非一般市場（産「消」提携）流通は、プロシューマリズムの羅針盤である。次に、JAS有機法のプロシューマリズムから見た意味と、それによるこの羅針盤への影響について考察したい。

### 2-2 JAS有機法下の運動

なぜB (Food Processor) & F (Farmer) は、最近慣行栽培をオーガニック栽培へ切り替え、どのように「消費」者Cに対してオーガニックを勧め、お互いがどのような組織を構築し、Cのニーズに応えようとしているのか？また、MAF＝国家Aに対してどのような法・条例を求めてゆけば良いのか？

これらのBとCの運動・働きかけにたいしてBとCの調停者であるAは、どのように対応してきたのか？また、それ以前にこのAの変化は、いかなる国際情勢・地球環境の変化・日本の経済社会の変化に対応したものな

のか？

これらの新規参入のBやオーガニック情勢の進展に対応して、古くからオーガニック栽培を実践してきた農業者/農業組織(B)は、どのような活動を展開すべきなのか？輸入有機との競争(ニチレイ 1998年 輸入有機約50億円)に勝つために、どのようなコミュニティを形成すべきか？

### 2-2-1 国家についての考え方の相違

有機農業運動の担い手は、JAS法や国家権力に対する考え方について、全面肯定派・全面的懐疑派・ミックス派(国民社会的に肯定・小コミュニティ面からは批判)などのグループに分かれる。

全面肯定派の中には、一般市場流通利用派が多く、国家による有機農業推奨・国民の健康増進・「消費」者の権利擁護の一環としてJAS有機法を肯定している有機農家などもある。また、 $A \Leftrightarrow B \Leftrightarrow C$ の大きな枠の中で、JAS認定を受け、広く「消費」者(C)に宅配・店舗販売しようとする専門流通事業体と連携するグループもある。

全面的懐疑派の中の多くが、コミュニティ礼賛派であり、産「消」提携至上主義者であり、一般市場流通を墮落とし否定するラディカルな立場から、一般市場流通だからこそ、まがいものニセモノ有機対策のJAS有機が必要になるのではと、一般市場流通否定=JAS有機否定と考えている。国家に対する不信任感(=農基法農政を謝れ)も持っている。残りの一般市場流通肯定者の中の現実的全面的懐疑派は、アメリカ・中国・カナダ・オーストラリア・ニュージーランドから輸入有機農産物がしっかりした認証を受け、国内で再認証されて、安くスーパーマーケットで売られるようになり、日本の有機が国際競争に敗れる、と考えている。さらに、中には三井物産などの商社が輸入有機に先鞭をつけ、銭儲けのために仕組んだのがJAS有機法だ、と言うグループもある。たしかに、そういう面もあり、後述のように有機コミュニティとそ

れを活性化するグリーンマネーが必要になる。しかし、有機のコーデックスのグローバルスタンダードにはIFOAMも一役かっているし、全面肯定派の国民健康増進の面も存在する。

ミックス派は、これら肯定・懐疑の是々非々である。われわれは国民社会的に肯定・小コミュニティ面からは批判というこの現実的立場をとりたい。第3次オーガニックブーム(外食産業・輸入オーガニック、専門流通事業体、契約栽培)とその背景(アトピー・アレルギー病の蔓延・女性の社会進出・コミュニティの在り方への疑問など)を考えれば、一般市場流通を容認し、JAS法を積極的に評価し、その細則の提案をなすべきである。日本有機農業研究会は、このミックス(=コミュニティと市場のミックス)派の立場をとった。

たしかに、JAS有機是非の背景となる国家論については、成立根拠についての市民社会という幻想=幻想国家論(マルクス[幻想と物象化のトラウマ])・「(農奴制社会のような)階級抑圧の暴力装置」論(レーニン)、それらのミックス論や総資本の代弁(マルクス)=持続・循環型経済社会のための人倫的共同体論(ヘーゲル)、あるいは国家操作に関する企業国家論・国家陰謀史観などを洗い出し、国家の本質・機能を洞察すべきである。われわれは、現代の国家を共同幻想に基づく企業国家、国家—総資本の代弁、搾取・収奪対象の疲弊克服、日本国については官僚組織の肥大化と既得権益保守・支配欲の権化と捉える。国家は、 $A \Leftrightarrow B \Leftrightarrow C$ のアンサンプルとして、良く(民主主義国家)も出れば悪く(ファシズム国家)も出る。また、小さな数々のコミュニティ・組織とその幻想的な疎外体である「神の国」「民主主義国家」的側面と利害代弁の企業国家という二重性が並存している、と捉える。これらを鑑みても、ソフトな国家は、「合成の誤謬」(サミュエルソン)=「コモنزの悲劇」を克服し、私(3Sp軸短)=公の論理(3Sp軸長)のバランス

をとるべき地球環境行政の主体としても、必要悪である。

全面的懐疑派の中には、かねてよりアメリカ東部エスタブリッシュメント・閥閥の陰謀史観などからアメリカが持ち込んだ化学化・装置化・工場化・疑似鉱業化（金鉱を掘削するような収奪農業）大規模化農業とその教条としての1960年代農業基本法農業を批判し、日本伝統の有機農業復活を提唱するものもある。その中には、全面肯定派の中のごく一部の国粹主義者と同様、お年寄りの天皇主義者もいる。あるいは、もっとラディカルに、もともとアイヌのカムイ＝神＝「神の国」の神話に依拠して大和を平和裡に乗っ取ったのが天皇であり、神道の神髓を天皇と切り離し、アイヌなどの自然との共生＝自給型の自然農法と考える異端もある。三つ子の魂百まで、という。われわれは、正しい国家論を学びつつも、少数派であるこれらの20世紀に「総括」という忘れ物を残してきたお年寄りから、農法・人生観の多くを学び、温かく迎え入れ、大事にしてこそ、度量の広い有機農業運動になる。

われわれの向かうべき方向は、国家の上の二重性を配慮した上で、現実的な農業政策・「消費」者保護政策としてのJAS有機についてそれを認めた上で、懐疑派の意見にある有機農業運動総体のダイナミズムにとってのマイナス面を克服することである。われわれの告発→提案に対して国家は農基法など反省すべきは反省せよ。

### 2-2-2 オーガニック協同組合

オーガニック協同組合は、川下のユーザーや川上の調達先とどのような関係を結んでゆけば良いのか？また、協同組合内部の組織編成をどのように築いてゆくべきか？オーガニック農家は誇り・使命感を持とう！環境保全農協オーガニック産「消」混合型協同組合の神話を作ろう。開かれた農協に。迅速・確実な情報受発信を。自己実現（マズロー）を！

この農協には、大嶋氏も言うように、マネジメント（組織内外&マネー・マニファクチュアリング）力、経営分析・定量化・TQC-S・在庫管理・サプライチェーンマネジメント力（SCM：同期化・スループット [トータルキャッシュフロー]/インベントリー/エクスペンスによるリードタイム短縮・ボトルネック対策 [I<sub>ma</sub>・ZV-1]）IT革命対応・競合他社との比較検討などが必要になる。そのためには、図表 I-2-2 が示すように、産(B)+「消」(C)コミュニティを支える農政(A)のA⇔B⇔Cのハーモニー＝エココミュニティ＝グリーンコミュニティが必要になる。

### 2-2-3 有機農業型 A⇔B⇔C

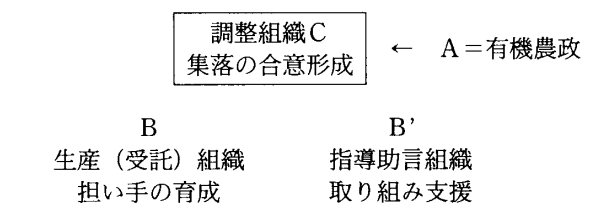
B内部：有機農業のための「複線的経営」（大嶋）「農協組織内生産（受託）組織担い手の育成」 B外部のB'＝「指導助言組織取り組み支援」

\* 農家自身の細分化（「自己完結型・農作業委託型・経営委託型」 [Zen・NV-1]

「いきがい（専業）・たのしみ（定年）・ふれあい（市民）」有機農産物には農家の顔写真を [Zen・NV-1]。情報：ハウ・レン・ソウ+指示、顧客（Customer）情報・農家個人情報・作物情報・農地情報・気象情報のイントラネットワーク。インターネット（正確・迅速な情報の加工と受発信）。コミュニティの情報・警察・消防との連携。注意：プライバシー・事故対策

A：JAS有機法，新食糧農業法など法整備，農業の多機能性の養護，有機農業のための

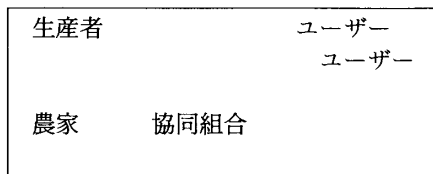
図表 I-2-2 グリーンコミュニティ  
＝有機「地域農業振興の仕組み」



出所：[Zen・NV-1]

図表 I-2-3 IMLCAと関係性連鎖

プロシューマリズム：



「①地域土地利用②農業振興策③農業後継者・労働力④農村型リゾート⑤農業農村関連事業振興対策⑥生活総合センター⑦地域環境保全」[Zen・NV-2] ちなみに、食品リサイクル法（2001年4月1日施行）、循環型社会法案 {GPN法（2001年4月1日施行）、家電リサイクル法（2001年4月1日施行）} も追い風。

C：有機農業のための「準組合員の協同組合への参加」（鈴木博）「調整組織」「集落の合意形成」開かれたムラ。ワーカーズコレクティブ・創意工夫。「消費」者の参加（コミュニケーション・交信ノート・交流・援農・作付け会議・収穫祭・グリーンツーリズム）。

このグリーンコミュニティ組織は内外を開き、それはCEO=CIOの情報戦略駆使に基づくヨコの組合間協同（協同組合間協同）とタテの農機具・資材メーカーと「消費」者組合員などとの連鎖を創り、相互啓発（「指導助言」）すべきである。仕入れ先——農場——作物——流通——協同組合——流通——顧客（含むレストラン：アンテナショップ（例：矢部村のソマリアン [福岡市長住のスーパーサニー内]、中洲川端商店街の小国町のアンテナショップ、福岡市天神イムズのキャトルセゾン旬や野の葡萄、熊本の有機農園＝アンナプルナ農園のレストラン、学校給食・無人店舗 [壱岐]）連鎖である。つまり、IMLCAと関係性プロシューマリズムの貫徹である。

インプット面：畜産農家・メーカー（肥料・飼料・資材/機械・容器・石鹼）畜舎・倉庫・トラック・周辺環境・水

アウトプット面：環境保全農協（卸売り

機能+農家サポート [技術・認証便宜・AFAS] —オーガニック認証協会—物流（金融・商的・情報）業者——流通の多様性（小売り

店・コープ・専門流通事業体・宅配産直・ユーザー（情報—コミュニケーション [決議への参加：援農・作付け会議・収穫祭] リサイクル面：生ゴミ循環コンポスト）

この連鎖は、関係性マーケティング（関係性：産「消」提携・産「消」混合型協同組合の意義）によって結ばれる。この手法を駆使し、外の一般顧客向けには、「大衆から分衆へ」（博報堂）「ジェネラルからスペシャルへ」（和田）を合い言葉に、4C（Customer-Company：Competitor-Channel）一体化戦略，外部顧客の市場細分化（年齢・家族構成・ライフステージ・ライフスタイル・所得・ニーズ・宗教・政治・趣味・好み・出身地）、便益細分化，所属組織関係性細分化技法を駆使し、マーケティングミックス（4P）女性の眼を活かそう！

4Pとは、有機農業・有機農産物を巡るプロダクト（安全。おいしい。新鮮）TQC-S・流通コンタミ防止，プライス（適正価格—大量支配）労働時間・相場・契約，プレイス（宅配），プロモーション（パブリシティ）のことである。

有機農産物マーケティングのみならず、グリーンツーリズムなどのサービスマーケティングもグリーンコミュニティづくりには重要である。黒木町の四季菜館の「1.農村と都市のグリーンツーリズム（「作ル・語ル・学ブのルルブ」）、「旺住」のグリーンホリデーについての「還ル・治ル・結ブのルルブ」（佐藤誠）或いは旅＝「他火に当たる」（吉本）交流の拠点，2.地域コミュニティの同意とその交流への参画，3.地域自給，自給農業，4.農村技術（炭焼き・農業・大工・石垣積み・祭りなど）伝承の拠点としての意義が思い出される。

さて、このような大仕掛けの協同組合なら



ずとも、ゲリラ的エココミュニティをグリーンマネーを媒介に構築することは重要である。

### 3. 小さなグリーンコミュニティ

既に前号で触れたように、グリーンマネーのイメージは、次のようなものである。

「例えば休耕田・失業者・有機農業への夢・有機農業技術がバラバラにあったとする。カネはないが有機への夢を持ったヒトが、コミュニティの信託機関から、人物審査を受け、収穫不可能の場合は返済免除のグリーン（エコ）マネーを借り、休耕田の所有者・失業者・有機農業技術者に支払い、合鴨有機米を生産し、現物をこれらグリーン（エコ）マネーを支払ったヒトビトに販売し、グリーン（エコ）マネーを回収したり、他のグリーン（エコ）マネー保有者に売ったりして、信託機関に返済する、というシステムも考えられる。前払いでグリーン（エコ）マネーを夢ビトから収穫以前にもらった休耕田所有者・失業者・有機農業技術者は、それでもってワーカーズコレクティブ・コミュニティの介護サービスや既に生産・加工された別の有機農産物・有機食品と交換しても構わない、という仕組みである。この場合のグリーン（エコ）マネーは出世払いと同様、獲れ秋に凶作になった場合、信託機関に返済されない可能性がある。夢追い人のこの借金の処理については、返済の1年延期など、流動的にコミュニティの創意で決めてゆけば良い。「温もりのある」カネ（加藤）である。

グリーン（エコ）マネーが交換手段として介在しなくても、見えないエコマネー＝結い、結いの制度もかつては農村（田植え・麦/稲刈り）や長屋（溝さらえ）に多く見られた。」

このようなグリーンマネーを媒介にした小さな有機農業運動をもってこそ、350万人失業時代・高齢化社会時代・過疎化時代に、2000年7月改正JAS法施行後の輸入有機の黒船に立ち向かうことができるのではないか？

このようなグリーンマネーを媒介にして、われわれは本当に安心・安全な農産物入手

しようとするグリーンコンシューマーに訴えかけ、彼/彼女らがグリーンプロシューマリストになれるような農村文化・コミュニティ文化を築き、ヒトとヒトが触れあう有機農業運動コミュニティ（併せて過疎対策）を彼/彼女らとともに構築してゆく必要がある。このグリーンコミュニティ構築におけるグリーンマネーは、市場経済と非市場経済を組み合わせた半市場経済的政策のヒトとヒト、彼/彼女らの労働を結ぶ媒介となるのである。

環境ホルモンから解放されるためには、「消費」者→使用者が、分業に基づく所有と資本主義的市場原理の枠組みの中ではあっても、それを半市場・占有へと進化させ、分業＝生産と「消費」の分離の超克を志し、国家・自治体の環境行政（NPO法案など）に支えられて、グリーンマネーを武器に、グリーンプロシューマリズムを巻き起こすべきである。

具体的に、このグリーンマネーは、有機農業運動・産「消」提携コミュニティを維持強化してゆくことになる。

## 第3章 九州の有機コミュニティ ツーリズム

我々、都市生活者(C)は、九州の有機農業に何を求め、その運動にどのように参画し、有機農家や一般の慣行栽培の農家(B)に、いかなるグリーンコミュニティ形成を期待し、グリーンツーリズムの環境創造を求めるべきなのか？そもそも九州の有機農業の現状は、どうなっているのか？都市生活者(C)は、何を求め、何がしたくて、農山村・農家(B)を訪問するのか？農山村・農家(B)に対して、どのようにその自分たちのニーズを掴み、ニーズ対応のシーズを活かして欲しいのか、どのように、迎え（Hospitality）られ、そのシーズを伝えられたいのか？

本章では、まず、九州農業と有機農業を概観した後に、都市生活者(C)から観た有機農業とグリーンツーリズムコミュニティの結びつ

きについて、その現状を明らかにし、C側が求める「ルルブ（佐藤）」等のニーズをC側に伝えるB側からのマーケティングコミュニケーションを中心に、九州地域のグリーンツーリズムの現状を報告し、その現状について、B⇔Cのグリーンコミュニケーション、グリーンコミュニティの在り方やその他の情報（メディア等）・技術（エコテク）・カネ（グリーンファンド等）・モノ（インフラ共創等）・ヒト（ボランティア組織等）を基準にタイプ分類を模索してみたい。

### 第1節 九州の有機農業運動

九州の農業の統計的特色・エコ技術は、どこにあるか？本節は、それをグリーンコミュニティツーリズム・グリーン「有機共創」マーケティングの観点から概観する。

九州経済は、よく全国総計の1割弱経済と言われ、第2, 3次の工業は、そうであっても、第1次の農業生産額は19%（九州8県の1999年農業粗生産額全国シェア）を超え、食糧・労働力（ヒト）・エネルギー供給基地と言われる（1999年の工業出荷額は全国シェア6.7%）。それに、農山漁村の農地以外の観光資源：温泉・魚・山河・海・港・田園が追加される。また、農のエコ技術が豊かで、農地が都市近郊にあり、ツーリズムについて接近の時間的距離が短く、都市生活者は、「安・近・短」の日帰り援農なども容易・可能である。九州は、アジアの玄関口でもあり、相互乗り入れの国際・民際グリーンツーリズムの可能性も広がる。

#### 1. 九州農業

グローバルイゼーション・情報化（ITの進化）・環境問題深刻化、そしてデフレ螺旋等、日本の経済社会の激動は、国内の農産物流通、とりわけ九州のそれにどのような影響を及ぼしているのだろうか？本項では、この影響について、その日本の経済社会の激動を、牧野昇三菱総研所長に習って、「カキクケコ」（1995年秋スピーチ、於：福岡市）とITで括

り、それが農産物流通に与える影響を、生産と「消費」の距離を表す「時空社心経」で括り、さらに農産物に関する流通機能を、「情物商金」で括って、それら相互の関係を考察することにしよう。

カキクケコと時空社心経について、牧野昇氏の「カキクケコ」を、箇条書きすれば、下のようなになる。その前に距離の「時空社心経」とは、時間的距離・空間的距離・社会的距離・心理的距離・経済的距離のことである。流通機能の「情物商金」とは、情報流通・物的流通・商的流通・金融流通のことである。

カ（価格破壊）デフレスパイラル・円高とコ・キ：コメ・食品・外食→流通革命（仲抜き：時経）←産業構造の軽薄短小の「電光石化（火）」への転換・山脈型（家電・自動車・鉄鋼・造船等重厚長大の「富士山型」から（牧野）。

キ（規制緩和）市場：食糧法・許認可緩和。ク（空洞化）グローバ：開発（中国）輸入・商社買付/WTO&後継者/高齢化/過疎化。

ケ（景気停滞）債務：バブル→RTC, 世界同時不況。

コ（国際化）輸入自由化市場浸透/下方平準化：IT/運輸技術/多国籍企業←カキクケコの相乗。

以下、これらについて、主として九州の農産物流通・市場の統計を眺みながら、解明して、その昨今の動向の特性を浮き彫りにしてゆくことにしよう。

\*カ：農産物の価格破壊について

九州に限定して、1995年を基準100として、2000年の農産物価格と比較表示すれば、下のようなになる。

カ(1)：農産物価格指数について

図表 I-3-1-1 農産物価格指数（九州）

|       | 1995年 | 2000年                |
|-------|-------|----------------------|
|       | 100   | 90.4                 |
| (生産資材 | 100   | 102)                 |
| コメ    | 100   | 82.9 (麦97.1, 芋100.6) |
| 野菜    | 100   | 84.6 (根菜77.7)        |
| 花     | 100   | 93.4                 |
| 畜産物   | 100   | 98.2 (卵109.5, 乳92.7) |

[Kyu・N-1] p.89, p.267

農産物価格の価格破壊について、2000年には、1995年の約10%低落しているのに、生産資材は、2%上昇し、コストプッシュしている。これは、「キ」と輸入増大、セリの衰退・仲抜き（正しくは中抜きであるが、disintermediation, つまり仲買抜きの意味も表して、仲抜きと表わす）による流通の多様化、デフレスパイラルなどの影響による。特に、コメについては、食管法の廃止・新食糧法による流通の多様化や輸入自由化に見られる「キ」規制緩和が生産・流通側に、悪影響（生産者余剰の減少）を及ぼしている。このセリの衰退・仲抜きについて、次に現状を見ておこう。

カ(2)：仲抜きについて

「セリ一競争」

図表 I-3-1-2

セリ（青果：中央卸売市場）激減・相対増

|       | 九州/全国(%)        | 九州取扱高         |
|-------|-----------------|---------------|
| 1985  | 84.9/74.3       | 1054千t 1952億円 |
| 1995  | 72.6/55.1       | 1125千t 2337億円 |
| 1999  | 55.6 (98'/49.3) | 1100千t 2206億円 |
| せり水産物 |                 |               |
| '85   | 65.9/38.6       |               |
| '98   | 52.8/29.5       |               |

[Kyu・N-1]

このセリの衰退は、次のスーパーの力・輸入・市場の分散等を原因とする。委託集荷の減少・買い付け集荷の増加とほとんど正比例関係にあるセリ・入札販売の減少・相対の増

加（[Aki・S-1] pp.66-7）という現象の中で捉えられる。その衰退・現象の原因は、3A（味・安全・新しさ）の内、特にセリ経由に時間がかかり、「新しさ」という点で難点になっている、という顧客満足（CS）などマーケティング上の課題、価格低下を背景にした、流通の分散、スーパー・商社（含む輸入農産物）等の「バイングパワー集中」による・輸入増大・契約栽培の増加とIT等を駆使した産直・青空市・無人店舗等の増加・活性化、それらを含む流通の多様化等にある。

そもそも、相対があっても、物流拠点として機能を満たしていた卸売り市場自体が、仲抜きされてきている。次に、卸売市場経由率の低落について見ておこう。

図表 I-3-1-3 全国・卸売市場経由率  
(%, 推計) <時と新>

|      | 青果（野菜・果実）        | 食肉   | 花    |
|------|------------------|------|------|
| 1985 | 85.2 (87.4・81.4) | 22.2 | 77.6 |
| 1995 | 74.2 (80.8・63.4) | 15.5 | 81.9 |
| 1997 | 74.7 (83.0・61.6) | 15.1 | 85.5 |

[Kyu・N-1]

図表 I-3-1-4 「契約栽培増市場集荷委託減：買付増セリ減相対増」

|                      |      |      |             |
|----------------------|------|------|-------------|
| 委託集荷：買付集荷 セリ・入札販売：相対 |      |      |             |
| 1985                 | 82.3 | 17.7 | 74.3 : 25.7 |

[Aki・S-1]

\* 「委託集荷」とは、JA等生産者・団体が卸に売買を委託する集荷のこと。

以上のような、価格破壊の一因たる卸売り市場仲抜き現象を引き起こした、一つの原因は、既に述べた「規制緩和」である。次に、そのことを見てゆこう。

\* キ：農産物流通の規制緩和/仲抜きについて

このキは、1980年代の貿易摩擦とその解消に沿った、コ（国際化）の影響、具体的にはUR（ウルグアイラウンド）、WTOの自由化

策、NTB除去等の外圧のせいである。とりわけ、牛肉・オレンジ・コメ等の輸入自由化は、輸入の規制緩和の典型である。

もともと、1985年の中曽根首相時代の輸入促進策たるアクションプログラム以降、農産物の検疫・検査等についての、輸出国の検査を尊重し、輸入国日本のそれはできるだけフリーパスにするという下方平準化 (Downward Harmonization) が実施されてきた。

これには、日米などの食生活の相違 (例えば、大豆摂取量は日本のほうが多い)・輸入農産物に反比例する検疫官数・外国での日本では検疫や検査対象になっていない農薬や添加物等の使用・アメリカ等での同国内禁止農薬の輸出農産物へのポストハーベストとしての使用の許可制度・アメリカやイギリスやEUでの国内使用禁止飼料 (肉骨粉等) の輸入の等々問題がある。

かつて、同僚の伊藤重行氏と筆者が、1988年にアメリカはフレズノ近く、ドスパロスの国府田農場 (博多駅から唐津駅まで100m幅の帯を描いた広さの等高線管理の水田) を九州産業大学の学生を引率して訪ねた際、鯨岡辰馬氏は、こう語った。

「アメリカの稲作農家は、国内需要が、アジアからの移民・健康食ブーム等で十分あり、特に中粒種 (ジャポニカ [短粒種] とインディカ [長粒種] の中間種で、叔父さんが品種改良し育成) は、うちのでもLAから車で買いにくるファンもあって、3ヶ月で売り切れる。また、うちの隣の家は、親子で水田を2分割して、減反し、親子ともども、こちらの高校の先生の年俸くらいの補償金を受け取られた。また、水利権だけで食べている農家もある。だから、日本にコメの自由化を迫っているのは、RMA (Rice Millers Association: 全米精米者協会) 等、コメをハンドリングする業者や関係団体だけである。日本は、輸入自由化して、自分のところの水田がなくなったりすると、高いコメを買わされるかもし

れない。」(鯨岡辰馬氏、1988年7月、於：国府田ファーム、合わせて [Kuj・T-1] 参照)

アメリカには、輸出奨励のために、タイ等の安いコメとの価格差を補填するためのコメマーケティングローン制度もある ([Hat・N-1])。

このような自由貿易政策のみならず、日本人の食の洋風化・コメ離れ・「供給過多」・減反政策等のために、規制緩和の一環として、戦時中以来の政府管理 (物流 [政府米と自由米] 監視・価格の直接統制・沖縄泡盛用1万tを除いて原則輸入禁止) の食管制度が廃絶され、1994年に新食糧法 (「主要食糧の需給及び価格の安定に関する法律」) が成立した ([Ohu・T-1])。合わせて、米屋さん等の許認可制度が緩和され、スーパー・コンビニ等でも小売りができるよう、簡単な登録制度に変化した。

約10年前に、約1,000万t (現在は、930万t) の需要のあったコメについて、JAのコメ取り扱い高は、食管廃止後、図表 I-3-1-5 のように、激減し、価格破壊も起こった。

全国的に、2000年の自主流通米入札価格は、1俵、¥16,084-/60kgであり、それは1990年の3/4になる。JA介在の多い自主流通が、1999年には427万tに減少し、計画外 (中抜き) 流通米が増えている。

#### 図表 I-3-1-5 自主流通米の減少

自主流通 (JA介在が多い) 減: 427万t (1999)

計画外 (中抜き) 増: 293万t (1999)

\* 備蓄150万t,

総需要930万t

\* 需給ギャップ: コメ離れ (1962年118kg/人-1999年65kg/人) → 減反: 2001年青田刈31,000ha

[Kyu・N-1]

以上のような輸入・流通規制緩和は、その裏面に、日本の商社・大手スーパーの海外での農産物の開発輸入、広い意味での農業の空

空洞化という側面を持っている。

\*ク：農産物生産の空洞化について

ここでは、開発輸入等の狭義の空洞化と海外に農地を預ける、という意味での広義の空洞化について、概観してみよう。

ク(1)：狭義の空洞化

商社・大手スーパー・JA等は、母国―進出先国間の貿易量を増大し、商社は、製品製造の多国籍化と同様、徐々に、EPRG (Ethno→Poly→Regio→Geo-centric) の海外進出の発展に沿って、開発輸入量を、企業〔商社〕内貿易を背景にして、増やしてきた。また、円高・日本の高賃金（発展途上国の低賃金）のために、加工食品業界のアジア進出・現地加工が増えている。かつて、日本人が、アメリカ・中南米・旧植民地（満州）に、移民し、農家の人材流出というかたちで空洞化が起こったのとは対照的である。

この傾向は、クを支えるグローバリゼーション、それを支援するIT(情報処理・通信技術)・物的流通技術・冷凍/温度管理技術、第1・2・3次包装技術、運輸技術の発展によって、増幅された。また、クを起こす日本農業の3K（価破壊・高齢化・後継不足）の影響も強い。

これに対抗するのが、クを直すグリーン（農業の多面的機能・コミュニティ形成）の論理である。グリーンの論理は、次の広義の空洞化に再考を促している。

ク(2)：広義の空洞化

上の企業〔商社〕内貿易等を背景にして、農地を海外に預ける広義の空洞化が

**図表 I-3-1-6 自給率の低落**

自給率の低落（カロリー65年73%→99年40%）

| 日本の農地   | 輸出諸国農地（アメリカ等）  |
|---------|--|
| 約480万ha | 約1,200万haが空洞化<br>(輸入水産物を農産物に換算)<br>(九州農地約60万ha, 「食糧供給基地」)<br>[Kyu・N-1] |

地球環境問題解決・食糧安保のためには、リカード比較優位説（労働価値説＝市民社会）一辺倒ではなく、エネルギー価値・バイオ価値→未来労働の現在化理論が求められる。日本の市村民は、21世紀も「サシスセソ（猿・知らせ・Small・世代・相互依存〔筆者作〕）」を理念とし、農業を大切にすべきである。

以上の空洞化も一因となって、価格破壊を起こし、農家所得の減少・農業資材メーカー・流通業者・JA等の不振に繋がり、デフレスパイラルに拍車をかけている。

\*ケ：景気停滞（デフレスパイラル）について

農産物は、価格にする需要の弾力性が低く、安定しているとはいえ、景気停滞が、明らかに、小泉時代の「ハヒフヘホ（筆者作）」の生活不安のせいで、加工食品・乳製品を中心に、農産物一般の価格下落を惹起している。「ハヒフヘホ」とは、1995年の「4サ（牧野昇）：サリン・災害・債務・差損」に類似したものであり、ハ：破壊と波乱万丈のテロ社会、ヒ：貧困・悲鳴・悲観の景気見通し・人殺し大流行、フ：不安・負担・福祉切り捨て・扶養心配、ヘ：返済（ローン）多重債務・「変人（小泉首相）」の変化変動辟易・平安希求・屁にもならないインフレ目標（底値感達成と水没地帯〔2100年までに50cm水没予測〕確認が大切）、ホ：保身のタンス預金・放漫財政反省・保健制度改悪の平成生活不安のこよである。特に「フ」は、他の「ハヒヘホ」から総合される。反復すれば、老後の不安、貧困福祉（医療費増・介護・保険・年金の危機）・治安悪化（危管理費増）・資産デフレ・生活：失業〔2000年19000件倒産〕・「価値」体系（相対価格）の変革・赤字国債・恐慌（9月危機）・対立（既得権益派vs.構造改革派）・飢餓大国化が増幅する不安である。

農業・農産物市場を巡るこの「力道山危機（竹村健一「強い日本経済にも治療要」）」については、JA等の不良債権嚴重査定不振

(銀行等が時価会計を嫌う)とRCC [Resolution and Collection Corporation: 整理回収機構, 日本版RT (Trust) C] の思惑がらみによって, 土地・債券等の底値が見えず, 土地等が流動化しない。1929年世界恐慌以降のアメリカとバブル崩壊・住宅や自動車 (T型フォード) など耐久消費財への消費不況・農業恐慌・資産とモノの価格のデフレスパイラルは, 類似している。しかし, 当時のアメリカにおける, 第1次大戦後の好況が, 若いカップルを中心としたそれら耐久消費財への空前の需要を生み, やがてそれらが飽和に達し, かつ預金も払底していた生活状況 ([Yos・M-1] [Tak・M-1] 参照) と, 日本における, 自動車は飽和だとしても兎小屋に住んでいるにも拘わらず, 底値感がつかめず, かつ「ハヒフヘホ」があつて, 住宅を購入できず, かつ2001年個人金融資産合計1,400兆円 (1995年1,200兆円) と毎年増え続けている, といいた生活状況とは, 根本的に違う。

農家・農産物にあつては, 農家は, 「カ」で見たように, 価格破壊下での生産資材コスト上昇に苦しみ, 上の五重苦の「ハヒフヘホ」に, JAの不良債権・統合リストラ・改革未展望等の苦が加わる。このような状況に, 2000年からは, アメリカのITバブル崩壊, 2001年9月11日からは, NY「同時多発テロ」不況が, 世界同時不況に加わった。軍事産業の回復と多少の穀物等兵糧を中心とする食糧の価格上昇は見込めても, 景気停滞が輸出食糧の価格低下に導く可能性もあり, 今のところ, 様子眺めである。次に, この世界不況に拘わる国際化について, 考察しておこう。

\*コ: 国際化について

食の国際化の先導者たるアグリビジネス, すなわち巨大穀物メジャーのABCC'D (アンドレ・ブンゲ・カーギル・コンティネンタル・ドレフュス) やその他の商社は, 食糧・食品加工・流通・外食産業・レストランに関わる, 政治的なWTOの自由化・貿易・Seeds War・先物取引・援助・政治的制裁・FAOやコーデッ

クスアリメンタリウス委員会・アメリカの農業機関の政策等を巡る壮大でかつ緻密な国際戦略・戦術を, それらの実行機関たる要所への人材派遣と政策提言・情報収集網 (衛生網・経営人脈網, 天候風土栽培情報農業技術開発情報や政治戦争情報の収集等) ・他の企業を巻き込んだロジスティクス網等のグローバルネットワーク網を通して, プランニングし, 世界の胃袋に多大な影響を与え続けている。

大地主制の残る発展途上国のコーヒー・バナナ・牛肉等のプランテーション・放牧場には, これらアグリビジネスの開発によるコモングの破壊が見られる。また, 上の鯨岡氏のRMA批判のように, アグリビジネス主導の貿易は, 輸出先進国の農家にも歓迎されていない向きも見られるし, タイ等の農家では, 輸出品種への特化・量の割り当てのために, 好きなお米をその3倍の価格で購入し, かつ国際市場価格低迷のために, コメ輸出がかえって貧困に陥らせる (NHK/BS1「輸出大国の苦悩」2001年9月28日) 等の皮肉な状況があるし, 何よりも, 農業の多面的機能に関連して, WTO方針下でのそれら海外からの輸入国の山河・農地を荒らすことになっている。

国際化 (貿易摩擦) による日本の農産物流通への影響は, 「カキク」で論じた通りである。日本国内の戦後のコメ離れ・食の洋風化・多様化・外/中食と「コ」は相互相乗作用を及ぼし続けてきた。輸入農産物vs.国内産の戦いは, 今まで, リカートの比較優位を中心に, マーケティングミックスのプライスを進められてきたが, 空間的距離の拡大による弊害としての狂牛病/GMO/種/照射/ポハ/添加/環境ホルモン溶融等, 日本子孫基金の小若氏の問題にする健康「安全性」・Traceabilityの観点も重要になるわけだから, 「新しさ・味」マーケティングに関わるプロダクト・プレイス戦術の戦いでもある。

良い「コ」には, 中国等東アジアや東南ア

ジア諸国からの研修生としての農業就労やフィリピーナの花嫁等もある。

以上の、良いカキクケコを活かし、悪い「カキクケ（ハヒフヘホ）コ」を超克する上で、JAの使命は大きい。

## 2. IT活用の仲（JA）維持

IT活用のキーワードは、インターネット機能：多「個安速（竹中）」広・横・共・創・優・易の機能とLRV（Live-Real-Virtual）複合組み合わせ戦術であり、これらの機能・組み合わせが、JAという仲を維持させることにもなる。

具体的な「電子商取引に関する研修会」「マーケティング戦略連絡会議」農政局、「サイバーモール熊本県阿蘇HP」（12JAがHP準備）等やインターネットによる競売（相互プライシング）・新VAN（CSsupport）と卸機能は、複合的に連動させるべきである。

JAのIT活用について、eコマース（HPと農のPR）のかすかな可能性は、図表I-3-1-7に示されている。

図表 I-3-1-7 九州のHP・PR普及  
(農政局)

|         | HP/総数       | PR/HP        |
|---------|-------------|--------------|
| 福岡県 市町村 | 90/ 97=93%  | 7/ 90= 8%    |
| JA      | 9/ 29=31%   | 9/ 9=100%    |
| 熊本県 市町村 | 42/ 94=45%  | -            |
| JA      | 6/ 35=17%   | 5/ 6= 83%    |
| 九州 市町村  | 320/517=62% | 116/320= 36% |
| JA      | 39/194=20%  | 36/ 39= 95%  |

[Kyu・N-1]

IT活用とグリーンプロシューマリズムについては、モバイルによるグリーンプロシューマリズム対応の生産・流通やJAの「土着性」発信の流通、それにモバイルによる顧客・卸売り・量販店・小売りとのコミュニティづくり、ブランド共創（福岡県農産物ブランド化推進協議会→ふるさと情報センターのeコマース、2000年）等の可能性が広がっている。

例えば、有機農産物の専門流通事業体の水車の会が農園の風景をHPに載せ、実況中継を試み、「キュウリの花が咲きました」デジタル写真の配信をしていること等には、大いに学ぶべきである。

ちなみに、グリーン流通一般については、「技/連/静<テ・ネ・ベ>」が、Aの流通政策、B（DB：Distribution Business）の流通戦略、Cの協力・参画レベルで重要になる。

流通のグリーンングのためにDBが採るべき方針1「技<テ>」は、DBによる環境負荷削減のために適用される相対的代替技術のことであり、方針2「連<ネ>」ネットワーク力は、DBによる「技<テ>」を適用したグリーンプロシューマリズム（C/NPO⇒DB⇒B）対応のDB主導の循環型の擬似的B⇔DB⇔Cコミュニティ・グリーン連鎖のことであり、方針3「静<ベ>」は、DBによるA側からのグリーンング政策遵守、逆に現状の動脈中心の流通システムの問題点についてのA側への告発・提案と「技<テ>」「連<ネ>」の適用とをもってして、企画の共創・参入・起業が為されるべきゼロエミッション志向のグリーン静脈流通（含む循環型コミュニティビジネス）のことである。特に方針2に関連して、DBの使命は、このグリーンコミュニティ内循環を疑似コミュニティ的な日本型流通系列を媒介に実現すること、リアル地域コミュニティ（「関・地・紐」を充足）内の地産地消に貢献することにある。DBこそ、流通のグリーンングを主導し、タテの日本型グリーン系列・LCTを実現し、グリーンミーム（meme）/グリーン流通文化・企業精神文化を組織内外のコミュニケーションで豊かにし、<法・連・相：Aの法律的規制/自然生態系の法則・ヒト/組織間の連鎖網/ネットワーク・相対的な「産MB」と「消C」の間の時間・空間・社会・心理・経済的距離>を再編成し、疑似コミュニティ的ネットワークングを充実できる。

### 3. ITと環境・有機農産物市場

内外の有機農産物市場は、なぜ活性化しているのか？それは、IT活用のグリーンプロシューマリズムとも言うべき運動が広まっているからである。プロシューマリズムは、C=C、C=Bに叫ぶ「脱環境ホルモン・狂牛病・GMO/アレルギー・味覚障害などに対応せよ、顧客の健康を守れ・環境を守れ（静脈）」「味・安全（有機：ミネラル・天日乾燥・無添加）HACCP・新しさ（容器包装・温度帯別流通）を充実させよ」と。JAは、この声に応え、有機による「カキクケコ」対応、有機営農指導・有機コミュニティ（綾・高松・下郷・佐伊津等に学ぶ）創造によってしか、いまや延命不可能である。

本項は、JAのIT活用の有機「3A（味・安全・新しさ）」戦略を中心に、この延命策を探る。

#### 3-1 九州の有機農産物流通

国内・九州の有機農産物流通も、健康・環境→循環→バイオ内市場（ライフサイエコロジー）の総LC内に位置づけられるべきである。

日本の有機農業運動・有機流通は、大江氏も分析するとおり、次のようなステージを踏んできた。すなわち、農家（60'）提携→C：主婦・専門流通（80）→B：ビジネス（90）・輸入→多様・LIVE2000である。

現在、2001年4月完全施行のJAS有機表示（国際標準）・JAS一般：原産地表示・全ての飲食料品JAS表示・認定JAS表示制度が与えたプラス効果は大きい。JAS有機認証＝信頼性、その有機コミュニティ（顔心ー顔心）産消提携、ガラス張り（IPハンドリングcf.ニューリーフプラス）効果が浸透してきた。

九州にも、認定機関：NPOオーガニック認証協会（熊本市）・NPO熊本有機農研（熊本市）・NPO鹿児島有機農業協会・（社）長崎県食品衛生協会・NPO有機食品認証普及会（佐賀市）が育ち、図表I-3-1-8のように、認定農家等も増えている。

図表 I-3-1-8 県別有機認定件数一覧

(1/June/2001)

|       | 製造/   | 農家/   | 小分け/ | 輸入/  | 合計  |
|-------|-------|-------|------|------|-----|
| 福岡    | 19 /  | 8 /   | 1 /  | 0 /  | 28  |
| 熊本    | 6 /   | 17 /  | 2 /  | 0 /  | 25  |
| 九州    | 43 /  | 65 /  | 11 / | 0 /  | 119 |
| 全国    | 212 / | 369 / | 70 / | 22 / | 673 |
| 外国    | 41 /  | 18 /  | 12 / | 0 /  | 71  |
| 九州/全国 | 20%/  | 18%/  | 16%/ | 0%/  | 18% |

([Kyu・N-1] p.265)

グループ間提携運動、特にJA-COOPは、有機農産物流通（九州）の先達に学ぶことができる。先達とは、下郷・綾・佐伊津・南部生産組合・阿蘇グリーンストック/有機農研等である。九州を発祥の地として、合鴨・EM・虫見板活用等がある。IT活用・産直には、糸島こめネットワーク→近郊消費者、JA福岡嘉穂トマト共販グループ→関西生協、「有作くん」→東京都「熊本県あしきた農協タマネギ部会」熊本有機農研→水車の会、たのくら→福岡市グリーンコープ、前原くんの野菜たち→岩田屋、鹿児島県きもつき根占ピーマン部会→東都生協（Kyu・N-1] pp.308-311）等の先駆がある。顧客は、いま有機を求めている。

九州農政局のアンケート調査が、そのことを表す。

図表 I-3-1-9 顧客の有機ニーズ

(九州「消費者」)

関心：新しさ・安全・価格（生産地は地場）

安全→9割以上が購入経験（スーパーでの購入多・コメは直・日頃買わないが半分）

価格差：1割以内なら7割が購入

アンケート（九州の消費者：九州農政局，母数：消費者292，市町村334 p.21）

グループ間提携、JAは、IT駆使のヴァーチャルなeコマースを展開する場合、3S（Security [信頼]/Service [CS]/Scene



[生産流通場面])を充足すべき、LRVの最適組み合わせを重視すべきである。

図表 I-3-1-10 LRVの最適組み合わせ

|         |       |    |         |         |
|---------|-------|----|---------|---------|
|         | Place | L  | R       | V       |
| Product | L     | LL |         |         |
|         | R     |    | RR(60%) |         |
|         | V     |    |         | VV(40%) |

(5感総合) pima ←  
Trap & push Place-R 含むStorage

Cf. 「心の棘抜き地蔵」(竹内)

RR=VV (渦原:BCG)

LRVの最適組み合わせのLLについては、  
1 水車の会(業者主導型):注文宅配/生産農家・農地のHP上紹介, 2 大地を守る会(業者):グリーンツーリズム・交流会・DEVANDA, 3 だろんこ村(農家主導, 農業の多面的機能(小笠原さん)), 4 茶々ネット(農家, 水俣), 5 オーガニック認証協会のHP, 6 藤沢食生活研究会佐渡ツーリズム(「消費」者主導)IT活用なし→NZ, 7 天然村屋久島の体験型宿泊, 8 大地のグリーンツーリズム, 9 松田農園(屋久島)等, 枚挙に暇がない。

図表 I-3-1-11 P&S情報の相互作用とLL

|      |             |     |        |
|------|-------------|-----|--------|
| P    | body (+皮・鼻) | 耳・口 | 眼(ヒト)  |
| S    |             |     |        |
| 2way | O⇔Σ         | 音⇔O | 光⇔O    |
|      | (S&P P/LL)  |     | (字・映像) |
|      | 1対1         |     |        |
| 1way | 1対多         |     |        |

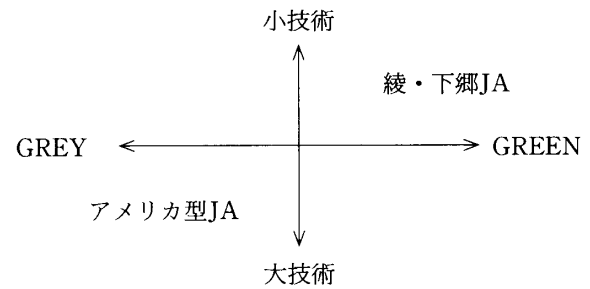
JA(B) to Cのグリーン・マーケティングは、授農・作付け会議・収穫祭・バザー・グリーンツーリズムなどのLL志向(LL (live-live)←RR (real-real)←VV (Virtual-virtual))たるべきである。

ちょうど、インターネット上のバーチャル

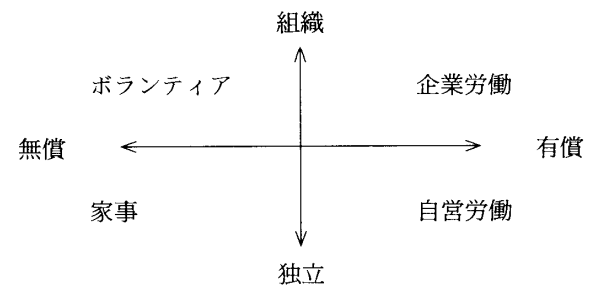
(V)な観念的な四万十川小学校というモバイルコミュニティの全国の生徒が、廃校になったリアル(R)な同校に実際に集まり、ライブ(L)な交歓をしたように、図表 I-3-1-11が示すようなL-R-Vの空想と現実、精神と肉体の交流の「場」は、絶えず相互に補完されるべきなのである。LCモバイルコミュニティにおいても、LRVの最適組み合わせを重視すべきである。

このように、COOPやJAは顧客とのP&S情報の組み合わせに関わるLL/RR/VVの最適コミュニケーション・ミックスを通して、図表 I-3-1-12のようなJAの相対的グリーン度を第1象限に高めてゆくべきである。

図表 I-3-1-12 COOPの相対的グリーン度



図表 I-3-4-13 多様な働き方(野田進)



### 3-2 ライフサエコロジー内「静脈」流通

JAや卸売り市場は、究極の環境保全へ向けてのライフサエコロジー内「静脈」流通(モバイルコミュニティ)を率先して行い形成すべきである。

リサイクルについて、福岡中央卸売り市場は、既に2000年に生ゴミ処理装置→将来家畜

の餌・堆肥に、と企画。宇土市のスーパーとJAが有機性資源リサイクル。ハウステンボスは、有機性資源リサイクル、三重町の川崎かぼす園は、残さ→堆肥に、雲海酒造は、焼酎粕→飼料にしている。

家庭ゴミリサイクルについては、宮崎県都農町が、グリーンガイア実験プラント（運搬業者がJA堆肥センターへ）稼働、長崎県吉井町自治会は、団地に生ゴミ処理機→堆肥を無料で配布、長崎県のある町では、農家主導で生ゴミ回収→堆肥（TV）、福岡県大木町では、処理容器に補助金。全国で、EMボカシによる生ゴミ堆肥化普及。

ITとライフサイエコロジーについては、グリーン共創ライフサイクリングが図られるべきである。思想・理念としての未来労働現在化・「サシスセソ&さしすせそ」・過去の市民社会の因習のインターネットコミュニティによる打破＝フリーターは起爆剤＝環境犯罪企業で働くな！→グリーン制度：ワーカーズコレクティブ（IT生協：3C）・ワークシェア [完全失業率5%330万人，2001年8月] 技術&制度：eco (bio) 内LC内市場 (factor 10) の創造が課題になる。市民社会（西洋文明）の遺産と限界と克服が21世紀の課題になる。遺産とは、ヒューマニズム（自由・平等・博愛）であり、限界とは、金権主義＝市場の失敗・現世代中心主義・未来世代への地球環境負荷・飽食放漫（サドマド⇔エコロジカルフットプリント）であり、克服とは、ヒューマニズム・自己の過去労働に基づく所有の超克、村から都へ、都から新世界への逃亡の市民史の克服（シャボン玉地球号）のことである。

## 第2節 九州の有機農業体験ツーリズム

九州内のみならず、全国やアジアの人々、都市生活者(C)にとって、九州のグリーンツーリズムとそれが有機農家・有機民宿農家(B)との間に共創するグリーン交流（フェアケール）コミュニティの魅力はどこにあるか？そ

れは。グリーンマネーによって、どのように発展してゆくのか？

その魅力は、温泉・景観などの身近な観光資源の活用（皮肉にもモータリゼーション・高速道路網が可能にした九州の日帰りツーリズム・都市近郊農業ゆえの日帰りグリーンツアー・大阪市のようなアーバンエコツーリズムの可能性大、今後、祖母山系に月の輪熊を求める栗原氏の提案するような動植物保護区への立ち入り禁止、間伐のように杉・桧などの人工林はひとの手が必要などところへのボランティアツーリズムが必要）、エコテクの研修にある。

### 1. 九州の有機エコテク

九州の有機エコテクについては、前原町の宇根さんの「虫見板」、桂川町の古野さんの「合鴨水稲同時作」、沖縄の比嘉さんのEM（菌）農法、これら九州・沖縄の農の三大エコテクに加えて、西鉄朝倉駅側の八尋さんのそれらの「虫見板」源農薬農法の実験第一号農場や「合鴨水稲同時作」の第2実験、それにジャンボタニシ除草やスクモ（稲粃炭）使用の養鶏実験等、九大農学部卒3羽鴉（宇根・古野・八尋）の等身大のエコテクが世紀末の1980年代から研究開発・産「消」提携で実践され、またこれらに加えて、大木町の液肥利用、周辺インフラとして、朝倉町の三連水車（農業用水の揚水）、周辺技術としての第一工業大学の石井先生考案の石井式循環（浄化槽）装置がある。JICAなどを通して、国際的にこれらのエコテクは伝搬している。

### 2. グリーンマネーの可能性

九州の各地でも、グリーンマネーが交換手段として介在しなくても、見えないグリーンマネー＝結い、結いの制度もかつては農村（田植え・麦/稲刈り）や長屋（溝さらえ）に多く見られた。

例えば、筆者が1999年9月25—26日に滞在し、取材した図表I-3-2-1のグリーンツーリズムの四季菜館では、1泊2食¥3,000であるが、その分の労を翌朝2時間

産「消」グリーン共創

の薪/資材づくりと運搬・棚田の石積み/補修・建築・堆肥づくり・炭焼き・収穫・農産加工・炊き出しなどでお返しすることになっている。

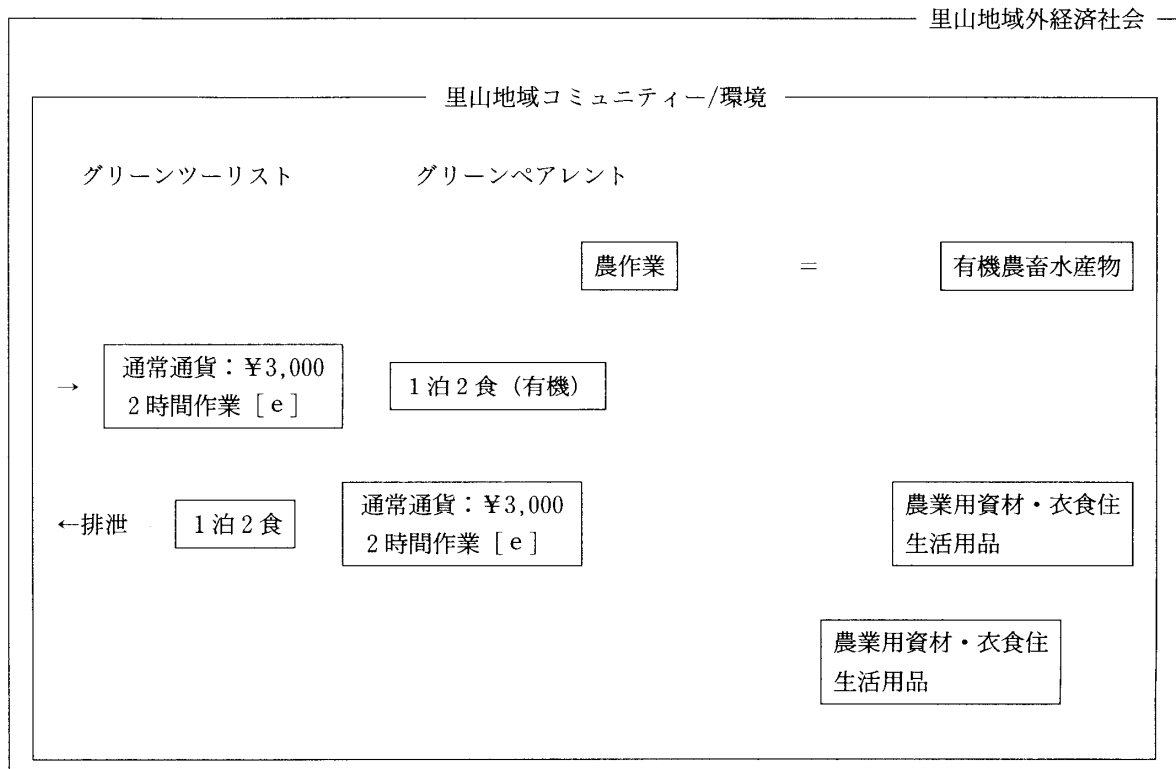
四季菜館（建坪150坪，杉間伐材2階建て）のハード面については，大阪から脱サラ・ユーターンした椿原夫妻によって1997年9月に，建設総工費（6,000万円）+石井式循環装置（浄化槽本体270万円+工事費270万円）+3.2KWソーラー発電（160万円 [=320/2：320万円の内半分が補助] 夏売電¥1,000/月，年間約¥6,000/年売電）+ATO式焼却型蒔ポイラー（85万円）=6750万円を投じてオープン。

四季菜館は，1.農村と都市のグリーンツーリズム（「作ル・語ル・学ブのルルブ」，

「旺住」のグリーンホリデーについての「還ル・治ル・結ブのルルブ」（佐藤誠）或いは旅＝「他火に当たる」（吉本）交流の拠点，2.地域コミュニティの同意とその交流への参画，3.地域自給，自給農業，4.農村技術（炭焼き・農業・大工・石垣積み・祭りなど）伝承の拠点を目指している。

今後，四季菜館が信託機関となって，地域内や外部からの訪問者・ツーリストにエコマネーを流通させていけば，有機農業も発展してゆくであろう。例えば，図表I-3-2-1の2時間作業[e]について，現在のところデポジット制度はないが，グリーンツーリストが通常マネーの¥3000と合わせて，エコマネー20枚（e1枚=¥100）をまず支払う。グリーンツーリストは，予め，¥2000でグリー

図表 I - 3 - 2 - 1 四季菜館の互酬的交換とエコマネー(e)の可能性



四季菜館：担当 椿原まり子，ph.0943-42-2722 (fax3800)

住所：福岡県八女郡黒木町笠原641，<email> mm1065-7@kurume.ktarn.or.jp

交通：JR鹿児島本線羽犬塚駅一堀川バス（羽犬塚，例12：45）→黒木営業所（着例13：40，発例13：45）→（笠原川を超え矢部村へ通じる藤棚を潜らず，そこを左折し大鳥居を潜る）→笠原バス停下車（例13：55）  
 眼の前が四季菜館，ちなみに笠原バス停→霊巖寺（男根岩聳え，八女茶発祥の地，美しい棚田も見える）。

ンペアレント（椿原氏）管理のエコマネーe20枚と交換して、1泊2食を楽しみ、翌朝2時間働けば、エコマネーe20枚、1時間ならe10枚を管理者から返してもらい、それを通常マネーに交換しても良いことにしておけば、2時間働いたツーリストは¥3000を、1時間だけ働いたツーリストは¥4000を支払ったことになる。このように、市場経済と非市場経済を組み合わせた半市場経済の工夫が必要なのではないだろうか？

『夏子の酒8』に、有機農家の豪田を囲んで、提携「消費」グループの中の援農に来る人と来ない人との間に対立が生まれ、それをおカネで解決しようとするグループの意見を豪田が受け入れなかったのが、「消費」者グループが分解する、という話しが描かれている。産「消」提携運動には、どこにでもあった実話である。ここでも、グループと農家の共同管理によってエコマネーを振り出し、それを潤滑油にして、援農・有機農産物とエコマネーeを交換すること、つまり「消費」者個人：援農→eの受け取り→有機農産物（グループのファンドで購入したもの）、グループ：ファンド→有機農産物（農家から購入）→eの回収などe活用の半市場的工夫が必要に思われる。市場の海に浮かぶ半市場のコミュニティをeが支える。

その他、市民農園・定年帰農でも、権利者間にeが流通すれば、多忙な人とそうでない人の相助が進むことであろう。生産＝「消費」者を目指す、生産＝「消費」者型協同組合運営やグリーンリビングネットワーク組織運営でもしかりである。グリーンプロシューマリズムは、このようにロバート・オーエンの労働証書制にヒントを得たエコマネーによって発展してゆくように思われる。

国家によるNPO法案、男女共同参画社会基本法や環境関連法や環境産業雇用促進政策なども今後、グリーンマネー媒介の食のグリーンプロシューマリズムを活性化させることであろう。

ちなみに、LETS, time-dollarは、「世界的に…2,500（以上）もの類似事例」〈Kat・TE-1〉あり。日本では2000年4月現在エコマネーネットワーク加入団体20余りが2000年に事業化調査、もしくは実施予定〈Kat・TE-1〉。福岡市でも、イベント「志賀島子供ランド」で金印エコマネーが数年前から発行・流通した。

久留米市でも、「筑後川連携倶楽部」開催のイベント「クリーンアップ筑後川」（2000年5月27日開催）で、同「倶楽部」発行の地域通貨「カップ」（10分労働1カップ＝100円、ただし「法定通貨との交換は不可」）が導入実験され、ボランティア作業参加者に6カップ支給、当日の販売物品（ビール・Tシャツなど）と交換可、「町中の協力店で割り引き券」となり、このことを確認しあった上で「個人間の取引」での使用可。

今後、一般市場経済とコミュニティ経済との相互関係における、地域通貨を巡る法制度整備、税金上の問題（日本では、原則として第1の給与所得65万円まで、第2の副収入（違う事業所からの）は20万円まで無税）・法定通貨との組み合わせのトラブル・効力の範囲と時間の問題などについて、LETSの先行事例に学びつつ、創意工夫して解決してゆかねばならない。

環境ホルモンから解放されるためには、「消費」者→使用者が、分業に基づく所有と資本主義的市場原理の枠組みの中ではあっても、それを半市場・占有へと進化させ、分業＝生産と「消費」の分離の超克を志し、グリーンマネーを武器に、グリーンプロシューマリズムを巻き起こすべきである。

### 3. 心の「吸収」ツーリズム

都市生活者(C)の心と有機農家・有機民宿経営者(B)の、点の心と心が結びつき、線となり、やがてコミュニティとなって面となるような、心の吸収ツーリズムは、どうしたら実現するのか？その経営をどのようにタイプ分類し、各地・各農家・各交流コミュニティのグリー

ンツーリズムに活かせば良いのか？

本項では、筆者が今回の九州産業大学共同研究プロジェクトで訪問した、屋久島の天然村/上屋久町役場/松田農園・水俣市の反農連合宿所・小国町のツーリズムの資料を視た熊本市役所・九州農業の資料を得た九州農政局/福岡の合同庁舎・広島県庄原市の「備後風土農場」・安佐南区の三次きんさい館・「全国体験民宿ガイド」の中の有機民宿（北海道：有機農園おやじの村，東北：岩手のMILK-INN-江川・ロジタンデム [ITN予約システム有り]・秋田の果夢園 [20代後半の女性リピーター多数]・福島 of 農業体験宿泊施設「福島さん家」・福島の温泉民宿山城屋，関東：群馬の民宿旅の宿はぎわら・長野の民宿ふるさとハウスビオトープ・長野の民宿かくひら [リピーター多数・有機農業を育てる会・林業体験可能]，北陸：新潟のロジウッドベッカー・石川の民宿さんなみ・岐阜の民宿猪谷 [2000年10～11月第4回体験民宿サミット開かれた，40名参加]）の資料を収集した東京都の（財）都市農山漁村交流活性化機構・日本有機農業研究会事務所・「まともな食べものガイド」編集局・「自然食通信」社・佐渡へのその支部「土と人間の家（1泊2食3,500円）」を通してグリーンツーリズムを企画・経営実践している藤沢食生活研究会などのインタビュー・資料については，既に第1章第2章で，それらから学び取ったコミュニティ論からの分析視角の一端を開示しておいた。I II IIIそれぞれの発展段階の指標には，次のような項目が挙げられる。企画：作付け会議・るるぶ [語る・創る・学ぶ：佐藤誠]，カネ：グリーンファンド，ヒト：援農・土木，モノ・コト：都市のアンテナショップ常設・イベント，コミュニケーション通信網・その整備と頻度，場と場：時間的・空間的・経済的距離の架橋のためのインフラ整備：アクセス（マイカー [グレイ] 自転車 [グリーン]）・公共交通機関・自炊設備・農場のユニバーサルデザイン安全性（援農しやすさ），フィー

ドバック相乗波及効果（遊路），文化共創：思想性・自分の生活領域とグリーンツーリズム受け入れ先の地域社会のグリーンミーム育成がそれであった。

これらの今回2001年度の訪問先に加えて，次のような筆者がかつて訪問した農場・医院・レストラン等から，次のような行政Aの活性化政策の評価・希望とCS/心の「吸収」の共通項「九修」を得た。

Aへの要求——法整備：グリーンプロシューマリズム支援法：農山漁村滞在型余暇活動促進法（施行1995年4月）：減反強制の取りやめ，定年帰農・新規終業就農支援・山村留学・姉妹農都の活性化，いんすとらくたー制度の評価——認定・登録資格「地域エスコーター」（財）都市農山漁村交流活性化機構（2001年3月までの農林漁業体験協会）＝「地域の魅力を伝える案内人（「グリーン・ツーリズムインストラクター育成講座 [¥45,000]（地域エスコーターコース [入門編] ⇒インストラクターコース [実践編] ⇒コーディネーターコース [上級編] ⇒認定・登録（財）都市農山漁村交流活性化機構の「地域エスコーター」認定・登録）「グリーン・ツーリズム民宿講座（開業基礎コース・経営戦略コース）」（『全国体験民宿ガイド（H13年版）』pp.352-3，『自然と環境の全資格ガイド』pp.54-57）

**CS9：表層ニーズ（観る食べる遊ぶのマスターリズム）から深層ニーズ（語る創る学ぶ）への転化**

1. ヒト・コンタクトパーソネル：宿とその客，さらに近所の隣人が似たもの同士で，人柄がよく，人情もあり，心の「吸収」・コミュニケーションがあり，こちらの都合で「急襲」しても温かく迎えてくれる。
2. 地域コミュニティの成熟・「休眠・萌芽・発展・完成（重松）」進化：散策すると地域社会の村人が開放的で挨拶を交わす。

3. コンセプト：宿にも地域にも「九修」の心得があり、都市生活者の自由な風が吹き込んでおり、自由なグリーンツーリズムの理念が実践されている。
4. 医療・ライブなセラピー：牛舎・農園・花園等あり、生き物・植物に触れられる。被介護可能・高齢者対応。
5. 開かれた窓・情報—交流・「語る創る学ぶ」のグリーンプロシューマリズム：「旧習」伝統文化を学び、伝統料理を創り、有機エコテクを語り、学ぶことができる。また、そのような交流のためのいろいろ端や広間・広場がある。インターネットによって、都市に戻ってきても交流できる。
6. 産「消」提携のコミュニティ・CSA：作付け会議—食事（スローフード）—販売—交流というリレーションを継続できる。
7. モノ・コトのエゴエコバランス：化学物質に汚染されていない天然素材の快適安全な衣食住（脱ホルムアルデヒド建材・合成洗剤不使用・プラスチック容器不使用・バイオマス使用・下水の石井式など敷地内循環処理・自給有機農産物提供・脱塩素のおいしい水・温泉などの湯船・うまい空気・宿からのいい眺望・いい風や川や波の音・バリアフリーでユニバーサルな建築デザイン）。
8. エコアクセス：公共交通の便が良い、もしくは歩いても交通事故・排気ガスなどの心配がなく、到着までの歩行中の景色も良い、さらにアクセス中も観光資源が豊富。バリアフリーのアクセス、地域のユニバーサルデザイン。
9. カネ：共同出資と利用の平等性・リーズナブルな施設利用価格/直売品価格・グリーンマネーや援農・その他の手伝いで安いところを補え、心の借りを負うことがない、交通アクセスも低料金。サービスバックヤードの情報化・機械化の適正

活用による低料金化。

このような、「9修」が、点⇒線⇒面へのグリーンツーリズムの進化を可能にする。その採点は、今回控えさせていただきたい。訪問した民宿周辺の問題点として、JAの取り組みが遅れている（下郷農協・佐伊津農協等一部の先駆的JAを除いて）こと、行政の対応が水俣市・屋久島・熊本市（+小国町・安心院町・綾町・湯布院町等）を除いて、遅れていること、都市生活者の意見を上の1のように採り入れたマーケティングコミュニケーション努力を怠っていること等が挙げられる。

今後、本報告書の第III編で述べられる菊池養生園や安藤内科と同様、有機農園があり、病床の患者が土いじりのセラピーができる愛康内科（石井文理院長・石井式循環装置生みの親のご子息）・グリーマネーの可能性で上述した福岡県黒木町の椿原さんの四季彩館・阿蘇百姓村（ph.0967-35-1414）・南部生産組合宿所・水車の會契約農場・天草の私塾：朝やけ農場・愛媛県：伊予の福岡正信氏の自然農園・コミュニティ上、線となっている福岡県の特産有機農場—八尋農園むすび庵（運動型）・古野合鴨水田（研修ツーリズム型）・コミュニティ同士の面的交流となっている綾町の「きねずみ [第II編担当の国狭氏訪問]・綾川荘・耶馬溪下郷農協合宿所・屋久島白子村（故郷お茶の水を再び飲むの水にと訴えた故山尾三省<sup>(2)</sup>氏復活の村）・水俣市の相思社/吉野チャチャネット/天野茶園/みんなの家/愛林館/・九州福岡と海外NZの清水農園の交流・グリーンコープの宿泊施設「遊学山荘」（092-328-1112—有機農場がないのが問題点）・山口県祝島漁協/びわの会（専用宿泊施設が特にない）・熊本市のオーガニック認証協会のネットワーク・夢野農場・藤枝市の水車村、それに福岡市内の自然食レストランと農場の結びつき、つまり、がちまやあ（福岡市中央区）・自然屋・ママ&ポー・ラウラウ・花ふさ・養玄・竹の子・野菜王国・野の葡萄・セブン旬・矢部村アンテナショップのソマリ

アン等のレストランや中洲川端の小国町のアンテナショップ・木の花ガルテン（一部のスーパーサニー [東区松崎と南区長住] のJA大分大山町のアンテナショップ、未訪問）・ANEW店舗・グリーンコープ直営店舗・エフコープ直営店舗・岩田屋の前原くんのやさいたち・大丸の源農薬コーナー・三越のテナントの有機弁当屋等、それに未だ筆者が訪問していない糸島の愛和農園・小国町のさこんうえの蛙・山口県弥栄村の山村留学（九大小川全夫氏アドバイザー）・広島県：スイス村・田村勝子の野花の館・阿蘇の木ノ内農園・市民農園の産山村農園等、さらに年間安芸の宮島と同じ20万人が訪れ、リピーターも多い飯山市を加えて、経営資源としてのモノ・カネ・ヒト・組織・情報と交流の点⇒線⇒面、グリーンミーム・コミュニティ・「生態系・制度・精神」の成熟度といったグリーン指標を使ったランク付け・タイプ分類を行ってゆきたい。特に、水俣市や屋久島の吉野茶園・反農連・相思社・天野茶園・愛林館・みんなの家・まつぼっくり・天然村・白子村・祐庵・はらっぱ小屋について、コミュニケーション（インターネット・HP・機関誌・会議）・農場所所有の有無（自給：米・茶・野菜・野菜）・有機農業とそのエコテク・宿泊施設有無・交流・援農者の細分化やライフステージ/ライフスタイル・農場+宿泊NW・食事の手伝いの可否・自炊・農産物販売地域・市町村内直売店の経営・海外からの入れ込み客・オーガナイザー・運営/経営方法・資金（共同出資・部分カンパ・オーナー所有・グリーンマネー利用の有無）・労働（ボランティアの有無）・新機能主義のデザイン類型等々を行ってゆきたい。こうして、いずれ、綾町「行政民従型・山村型・拠点型」、湯布院町「民主行従型・山岳高原湖沼型・分散型・文化自然資源活用型」といった従来のグリーンツーリズムの分類に、コミュニティ視角からの分類法を加味してゆきたい。

これら都市と農村を結ぶモノ（有機農産

物・加工食品）や情報交流（インターネットのバーチャル空間や店舗・グループのヒト・口コミ）を通して、モバイルなアイディアルコミュニティと地域のリアルコミュニティがどのように相互作用し、進化し、IT時代の交流（フェアアケール）コミュニティがB⇔C間で共創されてゆくのか？その課題に、今後も、今回の訪問調査によって得たデータの分析を基に、とりくんでゆきたい。

## 結

**グリーンツーリズムの意義は、グリーンコミュニティの共創にある。**我々、3Sp（Span-Space-Species）軸の原点に位置させるべき、社会制度（Sy：System）内C「消費」生活主体（Su：Subject）、つまりA（国家/自治体）⇔B（企業）⇔C/NPO（「消費」者/非政府組織）で構成される経済社会Sy内C（Su）は、地球環境問題について、現在の体制（Sy）・欲望・技術・分業・所有・市場等の観点、それらを批判する循環力（グリーンミーム等）と循環関係（LC〈Life Cycle：P〔生産〕→D〔流通〕→C〔消費〕→W〔廃棄〕→WOW〔Waste Out Washing 浄化〕→R〔再生〕〉連鎖の担い手のネットワーク的機能等）等の観点から、その問題を解決しようとするれば、それを目指す「消費」生活発着の「交流（フェアアケール [Verkehr]）」コミュニティを共創する必要性、つまりリアルなグリーンコミュニティと超時空のIT時代のバーチャルでモバイルのグリーンコミュニティの両者を抱えるコミュニティを、グリーンツーリズムによって共創する必要性、つまり狭義のグリーンな都市の「地」域コミュニティの住民（Su）として、農村コミュニティと一丸となって、グリーンツーリズム等を手始めに、相互姉妹交流コミュニティを再建する必要性と、これと並行して「地」のない、超時空のIT時代のグリーンなコミュニティの志ある都市生活者（Su）

としてのネットワークによって共創し、それらリアルとアイディアル（モバイル）を**相互作用**させスパイラルアップさせる必要性に迫られる。

九州は、関東・関西等の中央に比べて、近代化、工業化（八幡製鉄・長崎三菱造船・八女の地場産業など工業製品の地産地消費のメタルツーリズムも開かれているが）・商業化・都市化は遅く、農村コミュニティ・ムラ社会内への民主主義の浸透も遅いように見えるが、沖縄・長崎・鹿児島・福岡・対馬のように古くから海外との交流も盛んで、交流コミュニティが豊かに進化し、かつ観光資源（文化財・自然）・エコツーリズム（参加型・募金型）の可能性も大いにあり、「地域」の田園景観・自然と純朴な人格は、温暖な気候のように豊かな人間「関係」を築き、「紐帯」を育んで来た。古より、中央コンプレックスの側面であって、都落ちしてきた勢力、例えば足利尊氏等に、「捲土重来“There is always one more chance”」のチャンス、鋭気を養い出直す機会を与えたのも九州であった。この歴史・文化的特色と九州の有機農業三大技術（「虫見板」「合鴨水稲同時作」「EM（菌）」）

その「ルルブ（佐藤）」による伝搬・継承、脱サラ・定年帰農の可能性、市民農園での実践の可能性、コミュニティ間相互浸透の特色などから、コミュニティ論をベースに、九州型グリーンツーリズムを浮き彫りにできそうな気がする。

蝮等の毒蛇に対する釈迦の差別発言という側面もあるが、「同じ水で、牛は乳を、蛇は毒を生む [釈迦]」同じ炭・硫黄が、花火にもなり爆薬にもなるし、同じ石油が、PETにもなるし、塩ビにもなる。同じ頭脳が殺人・戦争に使われ悪智慧になることもあれば、医術・平和に使われ英知になることもある。

同じ若者のコミュニティを求める心が、オウム真理教によっては毒に、山尾三省の白子村ではグリーンミームに複製される。九州の

グリーンツーリズムも良いコミュニティ交流を通して、グリーンミームを複製するものであってほしい。YHでもペアレントの話し、交流を嫌う若者も増え、交流会のないYHも増えたが、そうあってほしくない。

取材中、グリーンツーリズムについて、都市で制度に乗っかり、精神労働で稼いで、農村で食べる、賃金格差は制度格差等の社会矛盾を感じた。かつての若気の至りの「自己否定」の論理が甦った。グリーンマナーという等価労働交換の論理に希望を寄せた。

最後に、グリーンツーリズム心得十箇条を本文の「心の吸収（九修）」と関わらせて、披露しておきたい。

#### グリーンツーリズム「心得十箇条」

- 一つ、人を育てよ、許し合い、「寛い心」で、“Agree to Disagree”，グリーンミームを広げよう（環境教育/現場の知育徳育体育・人権・スローフードの伝統継承）。
- 二つ、蓋は開けよ、隠しや偽装の蓋を、深い事情を分かり合い、自分が深くなけりゃ、人の蓋は外せない（LCT・環境情報公開・環境報告書・環境民主主義・信頼）。
- 三つ、満るなら分かち合おうぜ、「みんな仲良く」妬み無く（〈関〉環境資源と技術の共有・A⇔B⇔C/NPO共創）。
- 四つ、拗って立ち、「喜び」合えよ、この寄り合いの循環を（〈地・紐〉コミュニティ環境の育成・地産地消ネットワーク・地場流通）。
- 五つ、いつも未来を、考えよ、因果応報、「色は匂えど散りぬる」と（時間、LCと無常な未来の静脈物流、未来世代）。
- 六つ、難しく虚しいけれど、睦まじく無理せず、“Think Globally”向かってゆこう、ギャーティギャーティ（主体的環境保全・工夫・継続的改善）。
- 七つ、「名無しの権兵衛」なんかにゃ成るなよ、誇りを持とう、「長い眼」で（拡大流通業者・所有者責任・専門家責任）。
- 八つ、やってみよう、“Act Locally”「柳」



のように緑の流通柔らかく（グリーン流通・環境実践）。

九つ、心から、拘らず、ここでも愛でよ、生きとし生ける草木昆虫、「超えては成らぬ」殺生止めて（種・生態系維持と飽食反省）。

十、遠い南に住む人の、為になれよ、風の通りは良好に、とうとう想う「時」はいま、地球環境待ったなし（空間、南北問題・グリーンコミュニケーション）。

#### 注

(1) MacIver R.M. [訳1975] の定義づけでは、以下のように生活空間（地域性）の上で行われる共同生活（＝共通の紐帯に基づく相互作用）が強調されている。

「コミュニティは、本来的に自らの内部から発し（自己のつくる法則の規定する諸条件のもとに）、活発かつ自発的で自由に相互に関係し合い、社会的統一体の複雑な網を自己のために織りなすところの人間存在の共同生活のことである。」（MacIver R.M. [訳1975] pp.56～7）

(2) 2001年8月に、本報告書第III編執筆の江口氏と屋久島に、天然村・松田農園・屋久町役場・星川淳氏などを中心に、取材に訪れたとき、1993年に白子村でお会いした山尾三省さんが入院されていることを知った。ご子息の顔は偶然拝見することができた。三省さんは、その後、亡くなられた。江口氏紹介によって、知った次の詩をHPから引用し、掲げ、屋久島の吟遊詩人を偲びたい。

「縄文杉へ（山尾三省さんのメッセージ）

聖老人

屋久島の山中に一人の聖老人が立っている

齢およそ七千二百年という

ごわごわとしたその肌に手を触れると

遠く深い神聖の気が込み込んでくる

聖老人

あなたは この地上に生を受けて以来 ただのひとことも語らず

ただの一步も動かず そこに立っておられた

それは苦行神シヴァの千年至福の瞑想の姿に似ていながら

苦行とも至福ともかかわりのないものとしてそこにあった

ただ そこにあるだけであった

あなたの体には幾十本もの他の樹木が生い繁り

あなたを大地とみなしているが

あなたはそれを自然の出来事として眺めている

あなたのごわごわとした肌に耳をつけ

せめて生命の液の流れる音を聴こうとするが

あなたはただそこにあるだけ

無言で 一切を語らない

聖老人

昔 人々が悪というものを知らず 人々の間に善が支配していたころ

人間の寿命は千年を数えることが出来たと

私は聞く

そのころは人々は神の如くに光り輝き 神々と共に語り合ったという

やがて人々の間に悪がしのびこみ

それと同時に人間の寿命はどんどん短くなった

それでもついこの間までは まだ三百年五百年を数える人が生きていたという

今はそれもなくなった

この鉄の時代には 人間の寿命は百歳を限りとするようになった

昔 人々の間に善が支配し 人々が神と共に語り合っていたころのことを

聖老人

わたくしは あなたに尋ねたかった

けれども あなたはただそこに静かな喜びとしてあるだけ

無言で一切のことを語らなかつた

わたくしが知ったのは

あなたがそこにあり そして生きている ということだけだった

そこにあり 生きているということ

生きているということ

聖老人

あなたの足元の大地から 幾すじもの清らかな水がしみ出していました

それはあなたの 唯一の現わされた心のようでありました

その水を両手ですくい わたくしは聖なるものとして飲みました

わたくしは思い出しました

法句経 九十八

村落においても また森林においても

低地においても また平地においても

拝むに足る人の住するところ その土地は 楽しい—

法句経 九十九

森林は楽しい 世人が楽しまないところで  
 食欲を離れた人は楽しむであろう  
 かれは欲楽を求めないからである—  
 森林は楽しい 拜むに足る人の住するところ  
 その土地は楽しい  
 聖老人  
 あなたが黙して語らぬ故に  
 わたくしは あなたの森に住む 罪知らぬひ  
 とりの百姓となって  
 鈴振り あなたを讃える歌をうたう」

〈1978年11月発行月刊『Life Science』（生命科学振興会）に発表〉山尾三省著「聖老人 百姓・詩人・信仰者として」（プラサード書店発行）より  
 「山尾三省さんの略歴 1938年、東京・神田に生まれる。1960年、早稲田大学文学部西洋哲学科を中退後、1967年「部族」に参加する。1973年、インド、ネパールを1年間巡り、1977年、家族とともに屋久島に移り住み農業と文筆業にいそしむ。著書に「狭い道一子供達に与える詩」（1982年6月刊）、「永劫讃歌 森の家から」（1995年7月刊）など多数。」〈インターネット HP:divalign="right"より筆者引用〉

#### 引用・参考文献・ビデオ・インターネット

- [Abe・F-1] 安部文彦『生活者志向のマーケティング』白桃書房、1995年。
- [Abe・F-2] 安部文彦、岩永忠康編著『現代マーケティング論』ミネルヴァ書房、1998年。
- [Abe・K-1] 安部一成『安部一成論文選集4 [地域問題]』東洋図書出版、1987年。
- [Abe・S-1] 阿部真也「社会経済環境の変化とマーケティング概念の拡張」日本商業学会『流通研究』第1巻第2号、1998年9月。
- [Ada・I-1] 安達生恒『百姓をやりたい』三一書房、1994年。
- [Akm・T-1] 明峰哲夫『都市の再生と農の力』学陽書房、1993年。
- [Aki・S-1] 秋谷重男/食品流通研究会編『卸売市場に未来はあるか』日本経済新聞社、1996
- [All・C-1] Allen Cliff (篠原稔和訳)『One To One Web Marketing』日経BP、1999年。
- [Ama-1] 天野慶之・高松修・多辺田政弘編『有機農業の事典』三省堂、1985年。
- [Aok・S-1] 青木辰司会「「農」のある暮らしをつくらう」[Asa-16/Dec.2000[朝]]
- [Ari・S-1] 有吉佐和子『複合汚染』新潮社、1975年（朝日新聞掲載1974年～1975年）。
- [Asa・G-1] 朝日新聞文化財団『有力企業の社会貢献度』PHP、2000年。
- [Asa・G-1] 朝日グラフ編『にっぽんコミュニケーション』朝日新聞社、1979年。
- [Asa-16/Dec.2000[朝]] 『朝日新聞』2000年12月6日[朝刊]。
- [Asa-1'92/10/16[朝]] 『朝日新聞』'92年10月16日[朝刊]。
- [Bee・S-1t] Beeton Sue, *A Practical Guide for Rural Communities*, Manchester CSIRO Publishing, 1998 (小林英俊訳『エコツーリズム教本』平凡社、2002年)。
- [Bir・J-1] Birchall Johnston, Co-op: The People's Business, Manchester University Press, 1994 (中川雄一郎・杉本貴志訳『コープ：ピープルズ・ビジネス』大月書店、1997年)。
- [Cad・D-1] Cad bury Deborah, *The Feminization of Nature*, Penguin Books Ltd., 1997 (古草秀子訳『メス化する自然』集英社、1998年)。
- [CCOF-1] California Certified Organic Farmers, California Certified Organic Farmers 1992 Certification Handbook, California Certified Organic Farmers, 1992.
- [Cod・W-1] Coddington W., *Environmental Marketing*, MacGraw-Hill, 1993.
- [Col・T-1o] Colborn Theo, Dumanoski Dianne & Myers John P., *Our Stolen Future*, Plum Book, 1997 (first 1996) ([Col・T-1t] 長尾力訳『奪われし未来』翔泳社、1997年)。
- [Cor・B-1] Corson Ben and others, *Shopping for A Better World*, Council on Economic Priorities, 1990.
- [Cro・R-1] Crowder Robert, "IFOAM: Compromise becomes reality of organics movement?," [Soi・H-1<sub>04/05/1996</sub>].
- 〈Eco・NE-1〉 エコマネー・ネットワーク事務局 〈EcoMoney Network〉 [wysigwyg://6/http://www.ecomoney.net/ecoHP/top.html](http://www.ecomoney.net/ecoHP/top.html)/2000年6月5日。
- [Car・R-1] Carson Rachel, *Silent Spring*, Hamish Hamilton (London), 1964.
- [Chf・S-1] 調布市生活文化部産業課「農業体験ファーム説明資料」1990年代。
- [Chug・S-1] 中国四国農政局『中国四国農業情勢報告』1997年。
- [Chug・S-1] 中国四国農政局「市民農園開設状況一覧表」1999年3月。
- [Chug・S-2] 中国四国農政局「ライブ農業」第21巻、

## 産「消」グリーン共創

- 1999年7月。
- [Deu・M-1] 出牛正芳『環境志向の製品計画』白桃書房, 1992年。
- <Eco・NE-1> エコマネー・ネットワーク事務局 <EcoMoney Network> wysigwyg://6/http://www.ecomoney.net/ecoHP/top.html/2000年6月5日。
- [Ega・N-1] 荏開津典生『農業経済学』岩波書店, 1997年。
- [Ega・S-1] 江上哲『なぜ日本企業は「消費者の満足」を得られないか』日本経済新聞社, 1999年。
- [Eg u・T-1] 江口傳『労務管理の理論と実際』中央経済社, 1995年。
- [ErcU・U-1] Erckenbrecht Ulrich, *Das Geheimnis des Fetischismus: Grundmotive der Marxschen Erkenntniskritik*, Europaische Verlagsanstalt, 1976.
- [Fum・K-1] 富民協会編『農業と経済』第67巻第4号, 富民協会, 2001年3月。
- [Fun・S-1] 船瀬俊介ほか『買ってはいけない』週刊金曜日, 1999年。
- [Fur・K-1] 古沢広祐『共生社会の論理』学陽書房, 1988年。
- [Fur・T-1] 古野隆雄『合鴨ばんざい』農文協, 1992年。
- [Fur・T-2] 古野隆雄『アイガモ水稲同時作』農文協, 1997年。
- [Gak・K-1] 学研『自然と環境の全資格ガイド』学研, 2000年。
- [Gid・A-1] Giddens Anthony, *The Third Way*, Polity Press, 1998 (佐和隆光訳『第三の道』日本経済新聞社, 1999年)。
- [God・S-1] Godin Seth (阪本啓一訳)『パーミッションマーケティング』翔泳社, 1999年。
- [Gre・C-1] グリーンコンシューマー・ネットワーク『地球にやさしい買い物ガイド』講談社, 1994年。
- [Hai・J-1] Hailes J., Elkington J. and Makower J., *The Green Consumer*, Penguin Books, 1988.
- [Hai・J-2] Hailes J., Elkington J., Makower J. and Hill D., *Going Green*, Penguin Books, 1990.
- [Har・S-1] 原修吉「体験型市民農園のあり方について」『農政調査時報』第490号, 1997年7月。
- [Har・T-1] 原剛『日本の農業』岩波書店, 1994年。
- [Hat・T-1] 波多野豪『有機農業の経済学』日本経済評論社, 1998年。
- [Hay・Y-1] 林雄二郎『情報化社会』講談社新書, 1966年。
- [Heg-10] Hegel G.W.F., *Phanomenologie des Geistes*, Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main 1970.
- [Heg-11t] ヘーゲル・G (金子武蔵訳)『精神の現象学』(上), 岩波書店, 1971年, [Heg-12t] 同(下) 1979年。
- [Hen・K-1] Henion K. E., “Ecological Marketing” Aaker D. A. and Day G. S., Consumerism, 4th ed. The Free Press, 1982.
- [Hig・K-1] 樋口恵子『女性の〈食〉業おこし』農文協, 1995年。
- [Hig・R-1] 東廉『緑と人がふれあう市民農園』家の光協会, 1991年。
- [Hir・W-1] 廣松渉『マルクス主義の地平』草書房, 1969年。
- [Hir・W-2] 廣松渉『資本論の哲学』現代評論社, 1974年。
- [Hir・W-3] 廣松渉『存在と意味』岩波書店, 1982年。
- [Hir・P-1] 広島県農と食のつながりMAP BOOK青年部編『こだわっとる農この人: いろんな人の生き方満載』広島県農と食のつながりMAP BOOK青年部, 2001年12月。
- [Hir・C-1] 広島市「広島市三田市民農園」1999年4月。
- [Hon・S-1] 本間慎ほか『これでわかる農業キーワード事典』合同出版, 1995年。
- [Hos・K-1] 星野克美『インターネット時代の「マーケティング戦略」』プレジデント社, 1996年。
- [Hos・K-2] 星野克美『消費の記号論』講談社新書, 1985年。
- [Ike・K-1] 池崎喜一郎「有機農産物の認証と海外を含めた今後の流通動向について」1999年8月5日。
- [Ima・ZV-1] 今岡善次郎監《実践! サプライチェーン経営》日経ビデオ, 1998年。
- [Ish・S-1] 石井慎二『すばらしき田舎暮らしの本』光文社, 1983年。
- [Ish・S-2] 石井慎二『田舎暮らしの本』(毎月3日発行) JICC。
- [Ish・TV-1] 石井威望《2000年の産業科学技術》1990年代。
- [Iso・A-1] 磯谷明德・海老塚明・植村博恭『社会経済システムの制度分析』名古屋大出版会, 1998年。
- [Ito・S-1] 伊藤滋他編『地方の時代への模索』清文社, 1980年。
- [Ito・S-1] 伊藤重行『システムポリテックス』草書房, 1987年。
- [Iwa・K-1] 岩井克人「差異化」『経済セミナー』日

- 本評論社, 1986年2月。
- [Iwa・K-2] 岩井克人『貨幣論』筑摩書房, 1993年。
- [Iwa・T-1] 石見尚監『いま生活市民派からの提言』お茶の水書房, 1988年。
- [Jetro-1] JETRO『ジェットロセンサー』第51巻第610号, JETRO, 2001年9月。
- [JkA-1] (社)日本農林規格協会・有機食品検査指導要領検討委員会「有機農産物の生産工程管理者の認定業務マニュアル」(MAFによる関係団体への説明会 [於: 文京シビック・センター] 資料) 2000年6月29日。
- [Kai・Y-1] 廻谷義治『生活の中の市民農園をめざして』
- [Kan・S-1] Kanamaru Saburo, *The Present Allotment Gardens in Japan*, Aug.1998.
- [Kad・R-1] 嘉田良平『農政の転換』有斐閣, 1996年。
- [Kan・K-1] 神戸賀壽朗『低成長下の都市農業論』富民協会, 1979年。
- [Kan・M-1] 神田三亀男『人間尊重農園』広島郷土選書編さん委員会, 1979年。
- [Kan・K-1] 環境管理システム研究会 (福岡トーマツ内)『市町村の環境行政に関する調査』環境管理システム研究会, 1996年5月。
- [Kan・K-2] 環境管理システム (EMS) 研究会『自治体におけるマネジメントシステムの対応動向: 平成9年度ヒアリング調査 (福岡県)』環境管理システム研究会, 1998年6月。
- [Kan・K-3] 環境管理システム (EMS) 研究会『自治体におけるマネジメントシステムの対応動向: 平成10年度ヒアリング調査 (福岡県)』環境管理システム研究会, 1999年6月。
- [Kan・K-1] 環境管理システム研究会『市町村の環境行政に関する調査』環境管理システム研究会 (事務局: トーマツ環境管理チーム), 2000年5月。
- [Kan・Ke-2] 環境・経済政策学会『アジアの環境問題』東洋経済新報社, 1998年。
- [Kat・T-1] 加藤敏春『エコマネー』日本経済評論社, 1998年。
- <Kat・TE-1> 加藤敏春 <エコマネー> <http://www.ecomoney.net/ecoHP/Katou2/sld003.html>/2000年6月5日。
- [Kat・F-1] 勝原文夫『農の美学』論創社, 1979年。
- [Kat・F-2] 勝原文夫『村の美学』論創社, 1986年。
- [Kaw・S-1] 川口進「地元の消費者を地元農業の応援団に!」『第20回エントロピー学会講演予稿集』2002年。
- [Kei・K-1] 経済企画庁経済研究所『環境・経済統合勘定』1995年。
- [Kei・K-2] 経済企画庁経済研究所『あなたの家事の値段はおいくらですか?』大蔵省, 1997年。
- [Kei・K-3] 経済企画庁経済研究所「持続可能な消費生活に向けて」1998年。
- [Kei・K-3] 経済企画庁経済研究所「介護と保育に関する生活時間の分析結果のポイント」1999年。
- <Kei・KE-1> 経済企画庁経済研究所 <無償労働の貨幣評価について> <http://www.epa.go.jp/j-j/doc/unpaid-j-j.html>, 1999年5月。
- [Kei・R-1] 経団連「経団連地球環境憲章」経団連, 1991年4月23日 ([Kei・R-1e] KEIDANREN, KEIDANREN GLOBAL ENVIRONMENT CHARTER, April 23, 1991)。
- [Kei・R-2] 経団連「経団連環境アピール」経団連, 1996年7月16日 ([Kei・R-2e] KEIDANREN, KEIDANREN APPEAL ON ENVIRONMENT, July 16, 1996)。
- [Kei・R-3] 経団連地球環境グループ「企業による環境問題への取り組み状況に関するアンケート調査集計結果」1996年8月15日。
- [Ken・J-1] Kennedy John F., “Consumers’ Protection and Interest Program,” Holloway R.J. and Hancock R.S. ed., *The Environment of Marketing Behaviour*, 2nd ed., 1969 (1st ed.1964)。
- [Kit・T-1] 北原貞輔『人類絶滅からの脱出』勁草書房, 1992年。
- [Kit・K-1] 北九州市環境局『北九州市の環境』1999年。
- [Kit・K-2] 北九州市経済局農林部「北九州市内のファミリー農園設置状況」1999年。
- [Koh・N-1] 河野直践『協同組合の時代』日本経済評論社, 1994年。
- [Koh・N-2] 河野直践『産消混合型協同組合』日本経済評論社, 1998年。
- [Koh・N-3] 河野直践「農業者による原発反対運動の展開と地域農業振興の足跡」『茨城大学地域総合研究所年報』第35号, 2002年。
- [Koh・N-4] 河野直践「原子力施設の立地と地域農業」『茨城大学政経学会雑誌』第72号, 2002年3月。
- [Koh・N-5] 河野直践「農協による都市農村交流活動の現段階」『社会学論集: 茨城大学人文学部紀要』第36号, 2002年3月。
- [Kub・R-1] 窪田立士『産消提携をどう伸ばすか』家の光協会, 1989年。
- [Kub・T-1] 窪田武編『市民農園整備促進法の解説』地球社。
- [Kun・T-1] 国狭武己「環境問題と生産企業について」

- て」九州産業大学『経営学論集』第7巻第4号、1997年3月。
- [Kun・T-2] 国狭武己・齋藤實男「ISO14000s」九州産業大学『産業経営研究所報』第30号、1998年3月。
- [Kun・T-3] 国狭武己・齋藤實男「ISO14000s」九州産業大学『産業経営研究所報』第31号、1999年3月。
- [Kur・S-1] 久留間鮫造『価値形態論と交換過程論』岩波書店、1957年。
- [Kok・C-1] 国民生活センター編（多辺田政弘・榊瀧俊子著）『日本の有機農業運動』日本経済評論社、1981年。
- [Kok・C-2] 国民生活センター編（榊瀧俊子・久保田裕子著）『有機農産物流通の多様化に関する研究：デパート・スーパーにおける取扱いの実態と問題点』国民生活センター、1989年。
- [Kok・C-3] 国民生活センター編（久保田裕子・浜谷喜美子著）『「食品の安全」とアメリカの消費者運動：農業「アラー」の残留問題をめぐって』国民生活センター、1990年。
- [Kok・C-4] 国民生活センター編（榊瀧俊子・久保田裕子著）『専門流通事業体による有機農産物取扱いの実態』国民生活センター、1990年。
- [Kok・C-5] 国民生活センター編（榊瀧俊子・久保田裕子著）『多様化する有機農産物の流通』学陽書房、1992年。
- [Kow・J-1] 小若順一『気をつけよう輸入食品』学陽書房、1988年。
- [Kow・J-2] 小若順一ほか編著『暮らしの安全白書』学陽書房、1992年。
- [Kyu・K-2] 九州経済調査協会『分権社会と新しい主体』九州経済調査協会、2000年。
- [Kyu・N-1] 九州農政局『九州農業白書』九州農政局、2000年7月。
- [Kyu・N-1] 九州農政局『九州食料・農業・農村情勢報告（平成12年度）』九州農政局、2001年。
- [Kyu・N-1] 九州農政局農政部農政課『九州における市民農園の普及推進に向けて』九州農政局農政部農政課、2000年3月。
- [Kyu・N-2] 九州農政局農政部農政課『アグリ』223号、九州農政局農政部農政課、2000年6月。
- [Lai・A-1o] Laidlaw Alexander Fraser, Cooperatives in the Year 2000 ([Lai・A-1t] 日本協同組合学会訳編『西暦2000年における協同組合』日本経済評論社、1989年)。
- [Luh・N-1] Luhmann Niklas, *Soziale Systeme*, Suhrkamp Verlag, 1984 (佐藤勉監訳『社会システム理論（上）』恒星社厚生閣、1993年)。
- <LETS-1> LETS <Frequently Asked Questions about LETSsystems> <http://www.gmlets.u-net.com/faq.html/2000年6月5日>。
- [MAF-1] 農水省「有機農産物の特定JAS規格（第19条の8に基づく細則）[案]」13/Sep/1999。
- [Mar・M-1] 丸山真人「循環型経済と地域通貨」『地域開発（特集＝地域通貨による経済循環）』第411号、1998年12月。
- [Marx・K-1o] Marx Karl, *Ökonomisch-philosophische Manuskripte aus dem Jahre 1844*, Auflage des Marx-Engels-Instituts, Herausgegeben von V. Adoratskij, Erste Abteilung, Bd.3, Marx-Engels-Verlag, 1932 ([Marx・K-1t] 城塚登/田中吉六訳『経済学・哲学草稿』岩波文庫、1964年)。
- [Marx・K-2o] Marx Karl/Engels Friedrich, *Die Deutsche Ideologie*, HRSG. von Hiromatsu Wataru, Kawadeshobo-shinsha Verlag, 1974 ([Marx・K-2t] 廣松渉編訳『ドイツ・イデオロギー』河出書房新社、1974年)。
- [Marx・K-3] Marx K., *Das Kapital-erster Band*, Band 23 der Werke von Marx und Engels, Dietz Verlag Berlin 1969。
- [Marx・K-4] Marx K., *Das Kapital-zweiter Band*, Band 24 der Werke von Marx und Engels, Dietz Verlag Berlin 1969。
- [Marx・K-5] Marx K., *Das Kapital-dritter Band*, Band 25 der Werke von Marx und Engels, Dietz Verlag Berlin 1971。
- [Mas・Y-1] 増原義剛編著『自治体・地域の環境戦略（1～7）』ぎょうせい、1994年。
- [Mas・T-1] 榊瀧俊子『企業社会と余暇』学陽書房、1995年。
- [Mat・K-1] 松石勝彦編著『情報ネットワーク社会論』青木書店、1994年。
- [Mat・Z-1] 松村善四郎、中川雄一郎『協同組合の思想と理論』日本経済評論社、1985年。
- [Mat・T-1] 松尾匡「地域「通貨」の二大目的間の矛盾と対策」『久留米大学産業経営』第40巻第4号、2000年3月。
- <Mat・TE-1> 松尾匡<クリーンアップ筑後川> <http://snk.catv.ktarn.or.jp/~yume/2000年6月5日>（「は」「を」から2番目＝一番右端のBSから2番目の「へ」の字のキーで打ち出すこと）。
- [MacI・M-1] MacIver R.M., *Community*, Macmillan, 1924 (中久郎/松本通晴訳『コミュニティ』ミネルヴァ書房、1975年)。

- [MacI・M-2] MacIver R.M.& Page C. (1949), Society, Farner & Rinehart (若林敬子/武内清訳 [1973]「コミュニティと地域社会感情」松原治郎編『コミュニティ』現代のエスプリ68, 至文堂).
- [Mat・J-1] 松原治郎『コミュニティの社会学』東大出版, 1978年.
- [McC・E-1] McCarthy, E. Jerome, *Basic Marketing*, Richard D. Irwin, 1960.
- [Mea・D-1a] Meadows Donella H, Meadows Dennis L, Randers Jorgen, *The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*, Universe Books, 1972 ([Mea・D-1t] 大来佐武郎監訳『成長の限界』ダイヤモンド社, 1972年).
- [Mea・D-2] Meadows Donella H, Meadows Dennis L, Randers Jorgen, *Beyond the Limits: Global Collapse or A Sustainable Future*, Earthcan Publications, 1992.
- [Mel・M-1t] Mellor M., Stirling J. (佐藤紘毅他訳)『ワーカーズ・コレクティブ』緑風出版, 1992年.
- [Mik・T-1] 三上富三郎代表: 環境主義マーケティング研究会編『環境主義マーケティング』日本能率協会, 1991年.
- [Miy・H-1] 三宅均「海外のオーガニック農産物の現状」日本貿易振興会 (JETRO), 1998年7月.
- [Min・W-1] Mintu-Wimsatt Alma & Polonsky Michael J., *Environmental Marketing*, Haworth Press, 1995.
- [Min・W-2] Mintu-Wimsatt Alma & Lozada Hector R. ed., *Green Marketing in a Unified Europe*, International Business Press, 1996.
- [Mis・Y-1] 御園喜博『農産物流通の新編成』日本経済評論社, 1988年.
- [Mis・Y-2] 御園喜博編著『地域農業の総合的再編』農林統計協会, 1989年.
- [Miy・T-1] 宮島喬『デュルケム社会理論の研究』東大出版, 1977年.
- [Miy・T-2] 宮島喬『デュルケム理論と現代』東大出版, 1987年.
- [Miy・H-1] 三宅均「海外のオーガニック農産物の現状」日本貿易振興会 (JETRO), 1998年7月.
- [Miyao・T-1] 宮尾尊弘『現代都市経済学 (第2版)』日本評論社, 1995年.
- [Miy・K-1] 宮本憲一『環境経済学』岩波書店, 1989年.
- [Miyt・H-1] 宮田秀明『ダイオキシン』岩波新書, 1999年.
- [Miy・A-1] 宮脇昭『森はいのち』有斐閣, 1987年.
- [Miy・A-2] 宮脇昭『食のエコロジー』NHK出版, 1992年.
- [Miy・A-3] 宮脇昭『衣のエコロジー』NHK出版, 1993年.
- [Miz・Y-1] 水野葉子「オーガニック認証検査について」第一東京青果『青果旬報』第1321号, 1998年8月21日.
- [Miw・M-1] 三輪昌男『都市農協』家の光協会, 1971年.
- [Moc・S-1] 望月清司『マルクス歴史理論の研究』岩波書店, 1973年.
- [Moc・S-2] 望月清司/森田桐郎『社会認識と歴史理論』日本評論社, 1974年.
- [Mor・T-1] 森川辰夫『生活者の創る農とくらし』筑波書房, 1993年.
- [Mor・F-1] 森下二次也監『現代日本の消費生活: 講座・現代日本の流通経済(5)』大月書店, 1984年.
- [Mor・I-1] 森田勇造『グリーンアドベンチャー』(社) 青少年交友協会.
- [Mor・Y-1] 森友裕一『内発的発展の道』農文協, 1991年.
- [Mur・Y-1] 村井吉敬『エビと日本人』岩波新書, 1988年.
- [Mur・T-1] 村田武『農政転換と価格・所得政策』筑波書房, 2000年.
- [Mur・T-1] 室田武『エネルギーとエントロピーの経済学』東洋経済新報社, 1979年.
- [Nak・Y-1] 中川雄一郎『イギリス協同組合研究』日本経済評論社, 1984年.
- [Nag・K-1] 長崎大学環境政策研究会編『環境政策と環境監査』長崎大学環境政策研究会, 1998年3月.
- [Nak・Y-1] 中川雄一郎『イギリス協同組合研究』日本経済評論社, 1984年.
- [Nakj・N-1] 中島紀一「有機農産物の基準・認証・表示法制化の動向と課題」『農業市場研究』第7巻第2号, 1999年3月.
- [Nak・H-1] 中村尚司『豊かなアジア, 貧しい日本』学陽書房, 1989年.
- [Nak・K-1] 中村耕三編・訳『欧米における有機農産物に関する基準』農林中金研究センター, 1987年.
- [Nak・K-2] 中村耕三『アメリカの有機農業』家の光協会, 1992年.
- [Nak・I-1] 中西一郎他「有機農業研究議員連盟設立趣意書」1987年2月.
- [Nak・I-2] 中西一郎『地球が危ない』新人物往来, 1989年.

## 産「消」グリーン共創

- [Nak・M-1] 中尾訓生『資本主義社会の再生産と人権概念』晃洋書房, 1993年。
- [Nak・O-1] 中村修編著『農家のための産直読本』農文協, 1993年。
- [Nak・O-2] 中村修『なぜ経済学は自然を無限ととらえたか』日本経済評論社, 1995年。
- [Nak・O-3] 中村修 (2002-10)「地場給食が地域を変える」『世界』岩波書店, 2002年10月。
- [Nak・H-1] 中佐寛喜「ゴミ問題」[Kan・K-3] 1999年。
- [Nih・G-1] 日本国政府『官報(号外第9号)』大蔵省印刷局, 2000年1月20日。
- [Nih・N-1] 日本農業新聞社『日本農業新聞』各年月日(3/Jan/99は1999年1月3日発行)。
- [Nih・S-1] 日本消費者連盟『消費者レポート』各年月(98/2/7:1033は1998年2月7日発行, 第1033号)。
- [Nih・Y-1] 日本有機農業研究会編『土と健康』日本有機農業研究会(1971年9月号から毎月刊, たとえば[Nih・Y-1<sub>111</sub>]は『土と健康』No.111, [Nih・Y-1<sub>222</sub>]は『土と健康』No.222)。
- [Nih・Y-2] 日本有機農業研究会編『消費者のための有機農業講座1, 2, 3』JICC, 1981~2年。
- [Nih・Y-2] 日本有機農業研究会編『「有機農業に関する基礎基準2000」とJAS認証制度をめぐる動き』日本有機農業研究会, 2000年(¥1,200-)。
- <Nih・Yhp-1> 日本有機農業研究会HP <<http://www.jca.apc.org/joaa>>。
- <Nih・Ye-1> 日本有機農業研究会email <[joaa@jca.apc.org](mailto:joaa@jca.apc.org)>。
- [Nij・C-1] 21世紀村づくり塾『グリーン・ツーリズム国際シンポジウム報告書』(塾21世紀村づくり塾, 2000年3月)。
- [Nik・K-1] 日刊工業新聞社『日刊工業新聞』([Nik・K-1<sub>15/Oct/97</sub>]は1997年10月15日)。
- [Nik・K-2] 日刊工業新聞社「特集 動き始めたISO14000シリーズ」『工場管理』第42巻第7号, 日刊工業新聞社, 1996年7月。
- [Nik・K-3] 日刊工業新聞社『地球環境'93』日刊工業新聞社, 1992年。
- [Nik・B-1] 日経BP社『日経ビジネス』1997年11月24日。
- [Nik・B-1] 日経ビジネス編『環境に良い会社』日本経済新聞社, 1991年。
- [Nik・E-1] 日経ビジネス編『日経エコロジー』日本経済新聞社, 各号各年月。
- [Nik・M-1] 日経メカニカル『アクセスガイド』日経BP社, 1996年5月。
- [Nik・S-1] 『日経産業新聞』(例[Nik・S-1<sub>97/Nov/25</sub>]は, '97年11月25日)。
- [Nik・S-1] 日経サイエンス『日経サイエンス』日経サイエンス社, 1993年11月。
- [Nis・J-1] 西川潤『世界経済入門(第2版)』岩波新書, 1991年。
- [Nog・Y-2] 野口悠紀雄『「超」勉強法』講談社, 1995年。
- [Nis・H-1] 西岡一『食害:これでよいのか子供たちとその未来』合同出版, 1984年。
- [Noh・B-1] 農文協『アジア型有機農業のすすめ』(『現代農業』増刊)農文協, 1994年。
- [Noh・B-1] 農文協『インターネットで自然な暮らし』(『現代農業』増刊)農文協, 1997年。
- [Noh・B-2] 農文協『定年帰農』(『現代農業』増刊)農文協, 1998年。
- [Noh・B-3] 農文協『田園就職』(『現代農業』増刊)農文協, 1998年。
- [Noh・B-4] 農文協『田園住宅』(『現代農業』増刊)農文協, 1998年。
- [Noh・B-5] 農文協『帰農時代』(『現代農業』増刊)農文協, 1999年。
- [Noh・B-6] 農文協『自給ルネッサンス』(『現代農業』増刊)農文協, 1999年。
- [Noh・K-1] 農業研究会『都市と農村』大成出版, 1980年。
- [Noh・C-1] 農林中金研究センター(鈴木博・河野直実践著)『農協と有機農業』農林中金研究センター, 1988年。
- [Noh・G-1] 農林漁業体験協会(2001年4月~(助)都市農山漁村交流活性化機構)『全国体験民宿ガイド(H13年版)』農林漁業体験協会, 2001年。
- [Noh・K-1] 農林水産大臣官房調査課編『食料需給表』農林統計協会, 各年。
- [Nor・K-1] North Klaus, *Environmental business management*, International Labour Office, 1992.
- <Noh・SE-1> 農林水産省 <<http://www.maff.go.jp>>
- [Nos・N-1] 農林水産省構造改善局農政課市民農園制度研究会『改訂市民農園開設マニュアル』農政調査会, 1999年。
- [Ohe・T-1] 大江正章「有機食品ビジネスと有機食品」『世界』岩波書店, 1997年11月。
- [Ohh・T-1] 大橋照枝『環境マーケティング戦略』東洋経済新報社, 1994年。
- [Ohh・T-2] 大橋照枝『静脈系社会の設計』有斐閣, 2000年。
- [Ohi・H-1] 大平博四『有機農業の農園』健友館,

- 1981年。
- [Ohi・H-2] 大平博四『実践有機農業読本』健友館, 1988年。
- [Ohk・H-1] 大木英男編『エコロジカルマーケティング』ダイヤモンド社, 1991年。
- [Ohn・K-1] 大野和興『農がなければ生きられない』社会評論社, 1991年。
- [Ohs・S-1] 大嶋茂男『環境の世紀の経営学』家の光協会, 1995年。
- [Ohs・S-2] 大嶋茂男『永続経済と協同組合』大月書店, 1998年。
- [Ohu・T-1] 大内力他編『新食糧法と激変する米流通』家の光協会, 1995年。
- [Oka・T-1] 岡村東洋光ほか編著『企業と社会の境界変容』ミネルヴァ書房, 1999年。
- [Oka・N-1] 岡庭昇『飽食の予言』情報センター出版, 1988年, (2)1989年, (3)1990年。
- [Oku・M-1] 奥田道大他『都市化社会と人間』日本放送出版協会, 1975年。
- [Ott・J-1] Ottman Jacquelyn A., *Green Marketing*, NTC Business Books, 1993.
- [Ott・J-2] Ottman Jacquelyn A., *Green Marketing: Opportunity for Innovation*, NTC Business Books, 1998.
- [Pea・K-1o] Peattie Ken, *Green Marketing*, Longman Group UK, 1992 ([Pea・K-1t] 三上富三郎監訳『体系グリーンマーケティング』同友館, 1993年。
- [Pea・K-2o] Peattie Ken, *Environmental Marketing Management*, Pitman Publishing, 1995.
- [Pol・K-1o] Polanyi Karl, *The Great Transformation*, Beacon Press, 1957 ([Pol・K-1t] 吉沢英成/野口建彦/長尾史郎/杉村芳美訳『大転換』東洋経済新報社, 1975年)。
- [Pol・K-2o] Polanyi Karl, *Dahomey and the Slave Trade*, University of Washington Press, ([Pol・K-2t] 栗本慎一郎/端信行訳『経済と文明』サイマル出版, 1975年)。
- [Pol・K-3o] Polanyi Karl (Pearson H.W. ed.), *The Livelihood of Man*, Academic Press, ([Pol・K-3t] 玉野井芳郎/栗本慎一郎訳『人間の経済 I・II』岩波書店, 1998年)。
- [Pol・K-4] Polanyi Karl (玉野井芳郎/平野健一郎編訳)『経済の文明史』日本経済評論社, 1985年。
- [Pol・M-1o] Polonsky Michael Jay, Mintu-Wimsatt Alma ed., *Environmental Marketing*, Haworth Press, 1995.
- [Reh・R-1o] Rehak Robert ed., *Environmental Marketing and Advertising Council*, Rodale Press ([Reh・R-1t] 楓セビル訳『環境広告60の作法』電通, 1996年)。
- [Rei・H-1] Reichelt H., *Zur Logischen Struktur des Kapitalbegriffs bei Karl Marx: Politische Ökonomie Geschichte und Kritik*, Europäische Verlaganstalt Frankfurt Europa Verlag Wien, 1970.
- [Ric・D-1] Ricard D., *On the Principles of Political Economy and Taxation: The Works and Correspondence of David Ricardo by Piero Sraffa*, Volume 1, Cambridge University Press, 1951.
- [Rob・J-1o] Robertson James, *Transforming Economic Life*, The Schumacher Society ([Rob・J-1t] 石見尚・森田邦彦『21世紀の経済システム展望』日本経済評論社, 1999年)。
- [Rod・J-1t] Rodale J.I. (一楽照雄訳)『有機農法』農文協, 1974年。
- [Sai・J-1] 齋藤實男『グリーンマーケティング』同文館, 1993年。
- [Sai・J-2] 齋藤實男『グリーンマーケティングII』同文館, 1997年。
- [Sai・J-3] 齋藤實男『情報=人間=市場』晃洋書房, 1993年。
- [Sai・J-4] 齋藤實男『グリーンプロシューマリズム』同文館, 1999年。
- [Sai・J-5] 齋藤實男「宇野原論における「回り道」と「価値」『一橋研究』第5巻第4号, 1981年。
- [Sai・J-6] 齋藤實男「マルクス価値形態論における「回り道」と「価値」『一橋研究』第6巻第2号, 1981年。
- [Sai・J-7] 齋藤實男「「価値」形成労働のメルクマール」『一橋研究』第7巻第4号, 1983年。
- [Sai・J-8] 齋藤實男「商品物神崇拜と「価値」(1)」『一橋研究』第8巻第2号, 1983年, [Sai・J-8-2] 同(2)1984年。
- [Sai・J-9] 齋藤實男「「グリーン」の時代の協同組合とは:「グリーンプロシューマリズム」とネットワーク」『協同組合経営研究月報』No.538, 1998年7月。
- [Sat・N-1] 里地ネットワーク『里地』里地ネットワーク, 1999年6月。
- [Sat・M-1] 佐藤誠『阿蘇グリーンストック』石風社, 1993年。
- [Sat・H-1] 里見宏ほか『放射線照射と輸入食品』北斗出版, 1990年。
- [Sai・T-1] 佐藤富雄『市民が主役の有機農業』ダイヤモンド社, 1998年。



産「消」グリーン共創

- [Sau•F-1] Saussure Ferdinand ([ソシュール・F] 山内貴美夫訳)「言語学序説」勁草書房, 1971年。
- [Sai•T-1] 佐藤富雄『市民が主役の有機農業』ダイヤモンド社, 1998年。
- [Sat•M-1] 佐藤誠『阿蘇グリーンストック』石風社, 1993年。
- [Sat•H-1] 里見宏ほか『放射線照射と輸入食品』北斗出版, 1990年。
- [Sat•T-1] 佐藤富雄『市民が主役の有機農業』ダイヤモンド社, 1998年。
- [Sch•E-10] Schumacher E.F., *Small is Beautiful - A Study of Economics as if People Mattered -*, Blond & Briggs Ltd., 1973 ([Sch-1t] 斎藤志郎訳『人間復興の経済』佑学社, 1976年)。
- [Sch•E-10] Schumacher E.F., *Small is Beautiful - A Study of Economics as if People Mattered -*, Blond & Briggs Ltd., 1973 ([Sch-1t] 斎藤志郎訳『人間復興の経済』佑学社, 1976年)。
- [Sco•R-10] Scott R. A. and Marks N. E. ed., *Marketing and its Environment*, Wadsworth Publishing, 1969.
- [Sei•C-1] 生活クラブ神奈川『生き方を変える女たち』新泉社, 1981年。
- [Seo•T-1] 瀬尾健『原発事故…その時あなたは!』風媒社, 1995年。
- [Sey•J-10] Seymour John and Giardet Herbert, *Far from Paradise*, British Broadcasting Corporation, 1986 ([Sey•J-1t] 加藤迪/大島淳子訳『遙かなる楽園』日本放送出版協会, 1988年)。
- [Shi•T-1] 自然食通信編集部編『美味くて安心自然派の宿』自然食通信社, 2001年。
- [Shi•M-1] 嶋口充輝・石井淳蔵『現代マーケティング』有斐閣, 1987年。
- [Shi•M-2] 嶋口充輝『統合マーケティング』日本経済新聞社, 1992年。
- [Shi•M-3] 嶋口充輝『顧客満足型マーケティングの構図』有斐閣, 1994年。
- [Shi•MV-1] 嶋口充輝監『競争に勝つ』現代マーケティング・シリーズ1-3, 富士ゼロックス, 1988年。
- [Shi•MV-2] 嶋口充輝監『市場リーダーへの道』現代マーケティング・シリーズ2, 富士ゼロックス, 1989年。
- [Shu•K-1<sub>279</sub>] 週刊金曜日編『「買ってはいけない」現象』『週刊金曜日(279)』, 1999年8月20日。
- [Shu•K-1<sub>313</sub>] 週刊金曜日編『徹底論争』『週刊金曜日(313)』, 2000年4月28日。
- [Sho•S-1] 食糧の生産と消費を結ぶ研究会編『リポート: アメリカの遺伝子組み換え作物』, 1999年。
- [Smi•A-1] Smith A., *An Inquiry into the Nature and Cause of the Wealth of Nations*, ed. Cannan E., The University of Chicago Press, 1976.
- [Sod•O-1] 祖田修『大地と人間』放送大学教育振興会, 1998年。
- [Soi•H-1] Soil & Health Association, *Soil & Health, (bi-monthly)*, Soil & Health Association (ex. [Soi•H-1<sub>04/05/1996</sub>] means published April/May 1996)。
- [Son•K-1] 園田恭一(1978)『現代コミュニティ論』東大出版。
- [Ste•R-10] Steiner Rudolf, *Geisteswissenschaftliche Grundlagen zum Gedeihen der Landwirtschaft: Landwirtschaftlicher Kursus*, Rudolf Steiner-Nachlassverwaltung, 1963 ([Ste•R-10] 新田義之監・市村温司訳『農業講座』人智出版, 1987年)。
- [Sud•H-1] 須田春海他編著『環境自治体の創造』学陽書房, 1992年。
- [Sud•O-1] 須藤修/後藤玲子『電子マネー』ちくま新書, 1998年。
- [Suz•H-1] 鈴木博『農協の准組合員問題』全国協同出版, 1983年。
- [Suz•H-2] 鈴木博『有機農産物流通における消費者集団の実態』九州産業大学『経営学論集』第3巻第4号, 1993年。
- [Suz•H-3] 鈴木博『岐路に立つ有機農業』『農業大論争』(別冊宝島145号) JICC, 1991年12月。
- [Suz•H-4] 鈴木博『日本における有機農業の発展・変化の軌跡』長崎県立大学国際文化経済研究所『調査と研究』第26巻第1号, 1995年3月。
- [Suz•H-5] 鈴木博『有機農業の現段階と課題』長崎県立大学国際文化経済研究所『調査と研究』第30巻第1号, 1999年3月。
- [Suz•T-2] 鈴木武編『現代流通のダイナミズム』晃洋書房, 1997年。
- [Tab•M-1] 多辺田政弘『地域自給の基礎視角』『国民生活研究』第24巻第2号, 1984年9月。
- [Tab•M-2] 多辺田政弘『コモンズの経済学』学陽書房, 1990年。
- [Tag•R-1] 田上隆一『村のネットワークが農業を変える』日本経済新聞社, 1992年。
- [Tak•O-1] 高松修『輸入食料と収穫後農薬論争』『農業大論争』(別冊宝島145号) JICC, 1991年12月。
- [Tak-2] 高橋洋児『物神性の解説』勁草書房, 1981年。

- [Tak・O-1] 高松修「輸入食料と収穫後農薬論争」『農業大論争』（別冊宝島145号）JICC, 1991年12月。
- [Tak・Y-1] 高須賀義博「貨幣の必然性」『特集＝貨幣』『現代思想』青土社, 1977年10月。
- [Tak・Y-2] 高須賀義博『鉄と小麦の資本主義』世界書院, 1991年。
- [Tam・K-1] たまごの会編『たまご革命』三一書房, 1979年。
- [Tam・Y-1] 玉野井芳郎他編『地域主義』学陽書房, 1978年。
- [Tam・Y-2] 玉野井芳郎他『地域の思想を求めて』日本経済評論社, 1981年。
- [Tan・H-1] 種田拓他『都市よ, さらば』麦秋社, 1995年。
- [Tan・K-1] 田内幸一『マーケティング』日経文庫, 1985年。
- [Tan・K-2] 田内幸一『市場創造のマーケティング』三嶺書房, 1983年。
- [Tan・K-1] 田内幸一「消費者概念の再検討とコンシューマリズム」『マーケティングと広告』1971年12月。
- [Ter・S-1] 寺西俊一『地球環境問題の政治経済学』東洋経済新報社, 1992年。
- [Tod・T-1] 戸田常一「『J』」, 1991年12月。
- [Tof・A-1] Tofler Alvin, *The Third Wave*, William Morrow & Co., 1980 (徳山二郎監訳『第三の波』日本放送出版協会, 1980年)。
- [Tok・K-1] 東京都環境保全局『東京都環境白書』東京都環境保全局, 1998年。
- [Tok・N-1] 東京都農林水産部「市民農園の楽しい野菜の作り方」東京都農林水産部, 1990年代。
- [Tok・N-2] 東京都農林水産部「だれにでもできるじょうずな野菜づくり」東京都農林水産部, 1990年代。
- [Tok・N-3] 東京都農林水産部「東京都市民農園調査表」東京都農林水産部, 1999年代。
- [Tok・NS-1] 東京都農林水産振興財団「東京都有機農業堆肥センター」東京都, 1990年代。
- [Tos・N-1] 都市農村交流研究会編『都市と農村の交流』ぎょうせい, 1985年。
- [Tsh・S-1] 津端修一他編著『市民農園』家の光協会, 1987年。
- [Tsh・Y-1] 津野幸人『小農本論』農文協, 1991年。
- [Tsu・S-1] 都留重人『公害の政治経済学』岩波書店, 1972年。
- [Ued・T-1] 上田隆穂『マーケティング価格戦略』有斐閣, 1999年。
- [Uet・K-1] 植田和弘『環境経済学』岩波書店, 1996年。
- [Uem・S-1] 植村振作ほか『残留農薬データブック』三省堂, 1992年。
- [Uen・S-1] 上野重義「わが国農業展開の課題」『エコノミクス』第4巻第3・4号, 九州産業大学経済学会, 2000年3月。
- [Ume・S-1] 梅沢昌太郎『農協のマーケティング戦略』日本能率協会, 1984年。
- [Uno・K-1] 宇野弘蔵『著作集』第1巻, 岩波書店, 1973年。
- [Uno・K-2] 宇野弘蔵『経済原論』岩波全書, 1964年。
- [Uno・K-3] 宇野弘蔵『著作集』第1巻, 岩波書店, 1973年。
- [Uno・K-4] 宇野弘蔵『著作集』第6巻, 岩波書店, 1974年。
- [Uno・K-5] 宇野弘蔵編『資本論研究 I』筑摩書房, 1967年。
- [Wad・M-1] 和田充夫『小売企業の経営革新』誠文堂新光社, 1989年。
- [Wa・M-1] 和田充夫『関係性マーケティングの構図』有斐閣, 1998年。
- [Wak・Y-1] 涌井安太郎『わが心に生きる協同組合の思想家』家の光協会, 1977年。
- [Wak・H-1] 涌田宏昭編著『経営情報科学総論：改訂版』中央経済社, 1992年。
- 1] 山田國廣「ハイテク技術が地球環境をさらに汚染する」『地球環境読本』宝島社, 1987年。
- [Was・J-1] Wasik J.F., *Green Marketing & Management: A Global Perspective*, Blackwell Business, 1996.
- [Wat・Z-1] 渡辺善次郎『都市と農村の間』論創社, 1983年。
- [Wat・Z-2] 渡辺善次郎他編著『「農」のあるまちづくり』学陽書房, 1989年。
- [Wat・Z-3] 渡辺善次郎他『東京に農地があつてなぜ悪い』学陽書房, 1991年。
- [Wat・Z-4] 渡辺善次郎『近代日本都市近郊農業史』論創社, 1991年。
- [Wat・R-1] 綿貫礼子『胎児からの黙示』世界書院, 1986年。
- [Wat・R-2] 綿貫礼子『毒物ダイオキシン・技術と人間』, 1986年。
- [Whi・A-1] White Alison, "Pesticides in Food: NZ Worse than US" *Soil & Health*, Feb./March/1995.
- [Yam・K-1] 山田國廣『エコ・ラベルとグリーン・コ

## 産「消」グリーン共創

- ンシューマリズム』藤原書店，1995年。
- [Yam•O-1] 山口県大島町「祝ガルテンヴィラ大島」1999年4月。
- [Yam•H-1] 山本久義『ルーラル・マーケティング』同文館，1999年。
- [Yam•R-1] 山本良一『エコデザイン』ダイヤモンド社，1999年。
- [Yan•Y-1] 矢野友三郎『世界ISOマネジメント』日科技連，1998年。
- [Yas•-1] 保田茂『生産者と消費者との提携の方法と意義』農林中金調査研究センター，1984年。
- [Yos•T-1] 吉田民人『主体性と所有構造の理論』東大出版，1991年。
- [Yos•H-1] 吉村弘「都道府県の人口規模と人口移動」広島大学地域経済研究センター『地域経済研究』第9号，1998年3月。
- [Yos•H-1] 吉村弘・戸田常一他『グリーン共創序説』同文館，2002年。
- [YosZ•H-1] 吉沢英成『貨幣と象徴』日本経済新聞社，1981年。
- [Yas•S-1] 保田茂『生産者と消費者との提携の方法と意義』農林中金調査研究センター，1984年。
- [Yos•K-1] 吉田喜一郎『地域社会農業：商品生産から食べ物づくりへ』家の光協会，1985年。
- [Zen•N-2] 全国農業協同組合中央会編『むらの挑戦』家の光協会，1985年。
- [Zen•N-1] 全国農業協同組合中央会編『市民農園開設の手引き』農文協。
- [Zen•NV-1] 全国農業協同組合中央会〈農業の担い手をどうするか〉農文協，1990年代。
- [Zen•NV-2] 全国農業協同組合中央会〈取組もう！快適なわがむら・まちづくり〉農文協，1990年代。