

グリーンマネー：グリーンプロシューマリズム と市場のデュエット

齋藤 實 男

ABSTRACT

Why is Green-Money (eco-money) needed by green prosumerism ?
How does the Green-Money work in the prosumerism community ?
How does the Green-Money work to develop the movement from Green Consumerism to Green Prosumerism ? Green Prosumerism means the movement that consumers (→ end users) take part in production process (C to B → Permission Marketing). How is the relationship between the green prosumerism community and the usual economic society ?

This paper is written to solve this problem, looking into the organic agricultural movement. This paper has only one important key word. It is Dual. The Dual system, the community and the society. The dual system, the Green-Money and the usual currency.

キーワード：DUAL SYSTEM

並行生活 (市場+非市場=自給)・市場—非市場・組織—個人・分業—自給・並行通貨制度・美の並行 (機能美と耽美)

雁行形態 (動脈+静脈)・LCA (過去+未来=未来労働現在化)・所有と占有・「Permission Marketing と Interruption Marketing」・A=B=

C (Administration=Business=Consumer)・サシスセソ (猿・知らせ・スモール・世・相互依存)・4 B (Bad : Bargain・Breakdown・Babble・Burying) から 4 A (Ace : Alternative・〔A〕mend (ment)・Appropriate・Assessment <LCA>) へ

序

なぜ、グリーンプロシューマリズム⁽¹⁾と呼ぶべき運動が起こり、一般市場流通に浸透し、またそれと並存しているのか？グリーンプロシューマリズムは、グリーンコンシューマリズム⁽²⁾とグリーンマーケティング(→グリーンパーミッションマーケティング [対グレイインタラプション(土足)マーケティング])の在り方をどのように変革しようとしているのか？

グリーンマネーはどのようにグリーンプロシューマリズム (C to B 型の生産—流通参画運動) を発展させ、一般の通常通貨と並存するのか？

本稿は、これらのダイナミックな市場・非市場の関係の在り方の変革を促す歴史的なデュアルな構造とそれらの相互浸透に関する問いに対して、その典型として有機農産物流通を取り上げ、有機農業運動 (グリーンプロシューマリズムの典型) と有機農産物の一般市場流通とのデュアルな並存関係の考察を通して、この問いに答える。

第1章 マネー

マネーに人間の顔をしたものや環境保全用途に限定した、グリーンマネーなるものが存在しえるのか？そもそも、グリーンマネーを貨幣と呼んでいいのか？本章は、マネーの本質・定義を見極めつつ、その問いに答え、

グリーンマネーの未来を、過去・現在の貨幣論をサーベイしながら、展望してみたい。

第1節 商品貨幣説の中の名目貨幣説

貨幣とはなにか？その経済的機能として、総合的には、「価値」尺度・交換（メディア）手段・蓄蔵手段・支払い・決済手段・金融手段・世界貨幣を持ち、文化的機能としては、名誉・地位の表象になるものである。その第一義的機能は「価値」尺度・交換（メディア）手段としての機能にあり、われわれはグリーンマネーもこの機能を有するので貨幣と定義づける。

それでは、第一義的機能を持った貨幣は、物々交換から自然発生的に生まれた商品なのか？それとも、共同体が制度的に第一義的機能を授けた富などの名目的シンボルなのか？換言すれば、貨幣＝マネーは、商品貨幣説（マルクス、メンガー）の説くように、歴史的にそれ自体穀物・布・金/銀などの商品から発生し、それ自体使用価値と「価値」を有す商品だからこそ貨幣になりえ、貨幣たりえているのか？それとも、名目貨幣説（アリストテレス、クナップ）の説くように、共同体の宗教・幻想→制度こそが息吹を与え、共同体・神のシンボル、制度の信用を背景としたからこそ、それ自体子安貝などの超商品から発生し、日常的・農業工業用的な使用価値と「価値」のない超商品だからこそ、貨幣になりえ、貨幣たりえているのか？

それとも、歴史的・地理的に両説正しく、共同体・国家の起源の相違に応じて、ある共同体内・共同体間・国家間では商品貨幣（世界貨幣）で、他のそれらでは名目貨幣なのか？はたまた、歴史的・時間的に、共同体間で商品貨幣であったものが共同体内・国家内で名目貨幣に進化していったのか？

とはいえ、これら信用貨幣も、恐慌・動乱・ハイパーインフレ期には役立たず、鹿が水を求めて鳴くように金＝商品貨幣を求めるのか？金＝世界貨幣は人間不信・持たざる民族への差別なのか？レーニンは人類智の「自由の王国」＝「社会主義社会が実現したら、金でトイレを作る」と言った。

アメリカを盟主とする戦後ヤルタジュネーブ体制→冷戦崩壊後の新経済体制構築の現代社会においては、世界貨幣がアメリカドルになっており、貨幣名目説が正しいように思える。しかし、この秩序が崩れるところでは、商品貨幣しか世界貨幣たりえない。

一旦名目貨幣にまで進化した貨幣が動乱を経て国が破れ、制度が崩れ、山河のみが残り、敗北国の通貨が流通不可能になって、歴史的・時間的に元の商品貨幣＝金に戻っていった場合もあるのではないかと？さらに、共同体間で商品貨幣であったものが共同体内・国家内で名目貨幣に進化したのか？あるいは、もともと商品貨幣と名目貨幣は、同じ貨幣の表裏であり、本質的に錯綜したものなのか？「貨幣だから貨幣」(岩井 [I_{wa}・K-2] p.64)なのだから、商品貨幣も名目貨幣として存在しなければ貨幣たりえないのではないかと？商品貨幣の中にも名目貨幣が彩られているのではないかと？逆に、名目貨幣の中にも商品が付随的に持つ「情報価値」(林 [H_{ay}・Y-1])が潜むのではないかと？

われわれは、図表1-1が示すように、吉沢英成⁽³⁾氏と同様、その発生史・論理から名目貨幣説と商品貨幣説の交錯説をとりたい。貨幣の起源＝垂直的時間的な貨幣発生史について、「講釈師見てきたような嘘を言」えないにしても、ポランニーなど経済人類学の書物に拠れば、名目貨幣説をとるべきであろう。水平的・同時代的な現代世界・社会においては、世界貨幣としてその見えざる本質に金＝商品が潜在し、各国家内の紙幣、それを含む通貨として国家信用・制度的「価値」表象＝名目的表象が顕在し、基軸通

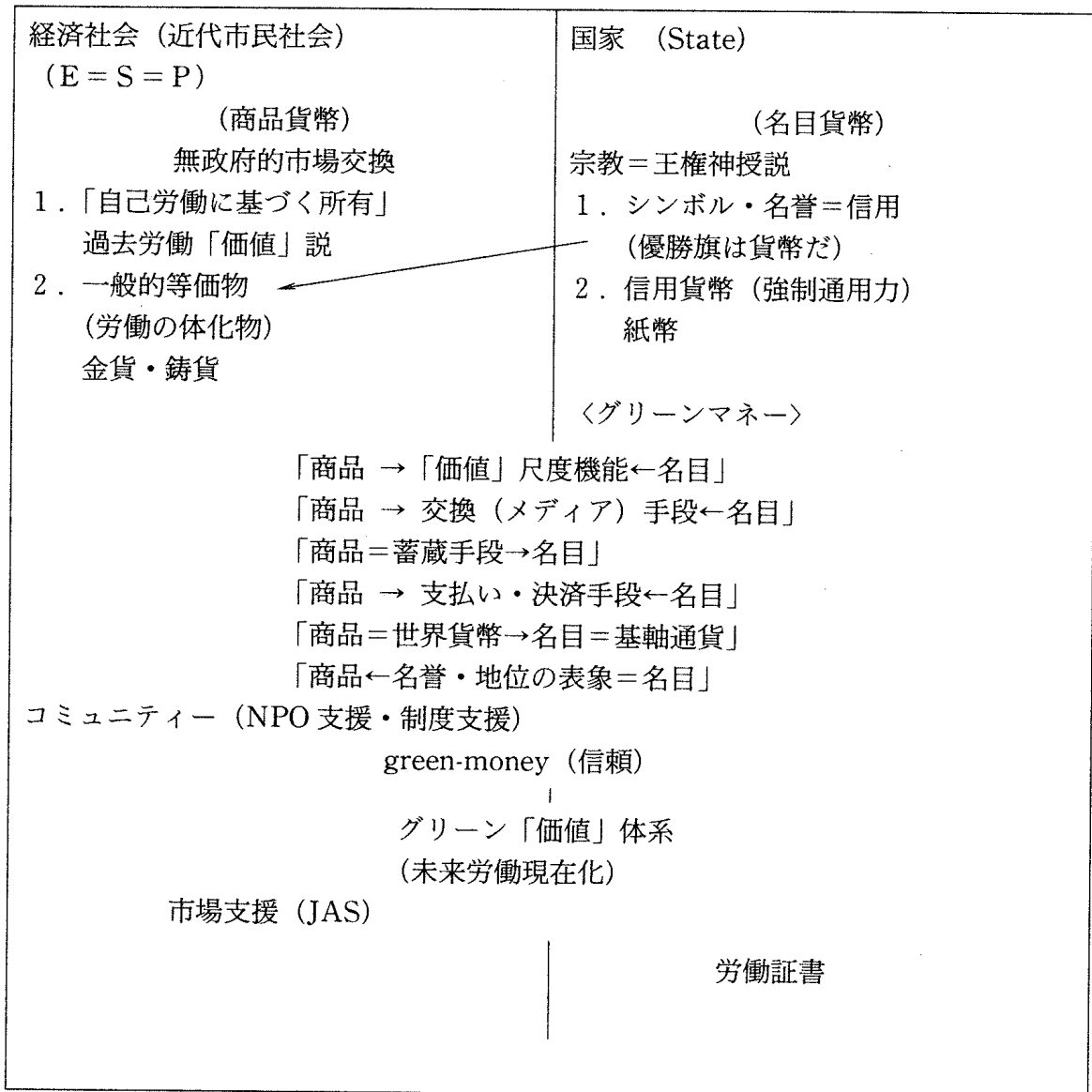
貨アメリカドルとしては、1971年ニクソンショック以降、アメリカの対内的対外的経済(根本は大統領と連邦準備制度理事会を牛耳る閥閥[ロスチャイルド・モルガン・ロックフェラー]の経済・金融力・暴力)・軍事・政治・文化力、IMF体制を背景にした制度的「価値」表象＝名目的表象が顕在化している。

そもそも、図表1-1の「商品 → 「価値」尺度機能 ← 名目」が示すように、「価値」尺度は、エジプトの金(＝太陽神)においても子安貝(＝純粋な神事のシンボル)においても、それらが「価値」計量手段という制度的な名目的「価値」が付与されたからこそ、共同体の内外で機能することができる。「価値」尺度機能は、名目的「価値」体である。だが、自然発生的に、商品としての穀物・布・金などの局地的物々交換から生まれた一般的等価物(商品→)が、その次に制度的な名目「価値」(←名目)を持ち、共同体全領域でその機能を持つようになったのも事実であろう。

「商品→交換(メディア)手段←名目」についても、「Aが自己所有のaをもって、Bのbと交換を希望しても、Bが応じない場合が多いので、Aは自分もBも欲しがるCのcと一旦交換し、cを媒介にbを入手する」のは、自然発生的にはcがそれ自体使用価値と「価値」の2重性を持った商品(商品→)だからでもあり、それが普遍化するのには共同体の権力が制度(←名目)にするからでもある。逆に、この自然発生性が契機になって、その交換手段機能を支えている。ところが、国家権力が、子安貝など神事のシンボルとして国家内に浸透し、幻想として定着している場合は、純粋な名目的「価値」のみが、交換手段となることができる。

「商品＝蓄蔵手段→名目」は、商品＝金の時代と共同体の時空間を超越した一般的等価物としての機能が根本にあって、その金の「価値」蓄蔵機能が紙幣などの名目的な「価値」蓄蔵機能に模写された(→名目)ことを示

図表 1-1 商品貨幣と名目貨幣の交錯



す。「商品→支払い・決済手段←名目」「世界貨幣→名目」も同様である。

次頁の図表のように考えれば、皮肉にも、マルクスの「価値」形態論・貨幣物神崇拜論の論理の中に、「価値」_I = 名目説のみに依拠してそれらの論理を展開できる名目貨幣説が潜んでいることが分かる。ここで、若干マルクス商品貨幣説を「価値」形態論に垣間見ながら、「価値」_I = 名目説・「価値」_{II} = 商品説を提唱して、そのことを明らかにしてみたい。

「価値」_Iは、神話的名誉・名目説の文化的な「価値」と調和できる内容が

ある。「価値」_Iは、単純な「価値」形態におけるAのaとBのbとの抽象的共通項(c)であり、未だに抽象的人間労働で規定され終わっていないところの「価値」であるから、これは産土の神の恵み一般として「価値」と捉えることができ、そのような恵みの化身としてのc=貨幣=名目と理解できる。「価値」_{II}は、AのaとBのbとの抽象的共通項(c)＝「価値」とA、Bが見なす内容・本質を抽象的人間労働に求めたものであるから、a、b同様cも抽象的人間労働の体化物＝商品と捉えられ、c＝貨幣＝商品と理解されることになる。

通説では、『資本論』第1巻第1章第3節「価値形態」の「価値」は、第1節「商品の2要因：使用価値と価値」で蒸留された抽象的人間労働＝「価値」実体と第2節「労働の2重性」でもって、厳密に抽象的人間労働という実体でもって「価値」の規定をし終わった「価値」_{II}であり、その規定をし終わっていない「価値」_Iは、第3節には登場しえない、と解釈される(高須賀義博氏など)。ところが、第3節内の回り道(Umweg)を巡る久留間(精神現象学からden Rockの4格の意味を理解し、リンネルが自身で価値表現できず上着を等値する、という迂回が必要になることを回り道と理解)vs.宇野(商品所有者を登場させ、労働実体がかめれないから、回り道としての価値法則解明が必要になる、と説いた)論争を熟慮し、廣松渉氏のように、「商品語」の解読のために独立・単純商品所有者(für es)を登場させ、ヘーゲル現象学の我(個別)なる我々(一般)・我々(一般)なる我(個別)の相互承認の論理(「対他対自—対自対他の四肢的存立構造」廣松)をもって、回り道を解釈すれば、観察・分析者(für uns)が未だ実体論的に規定し終わっていないところの商品所有当事者(für es)にとって認識可能な「価値」_I概念をその回り道の論理に持ち込まざるをえなくなる。

この「価値」_Iだけでも、単純→拡大→一般→貨幣形態への展開は可能で

あり、貨幣の機能（価値尺度・交換・蓄蔵・支払い・世界貨幣）も展開可能である。

さらに、全ての商品（モノ）・商品所有者（ヒト）と金＝一般的等価物（モノ）・その所有者（ヒト）との商品・金（モノ）を媒介にしたヒトとヒトとの社会関係が金（モノ）を貨幣（コト）にしているにも拘わらず、貨幣形態が一度成立するやいなや、それらの歴史的経過と水平的社会関係から切断されて、金（モノ）自体が「何とでも交換できる力能を生まれながらに持ち合わせているかのような幻想」＝貨幣物神崇拜論もこの「価値」_Iだけで、展開可能である。その金（コト）を社会関係性として説くものこそ名目説である。

マルクスは、この個々の部分的な認識論的貨幣物神崇拜が共同幻想として維持させる貨幣形態＝価格機構を媒介にして、その表面的な総和としての「価値」法則が貫徹し、その法則としてしか、社会総体において経済原則である深層の社会的必要労働配分が実現しないことも貨幣物神崇拜論で説いている。この部分と総和の関係も、労働による規定＝「価値」_{II}を抜きにして「価値」_Iだけで、一般的形態＝価格の需給機構を媒介にした資源・労働・土地の三大生産要素の配分として展開できる。必然の王国＝資本主義的商品経済社会における貨幣は、人間の物象化（疎外）したものだ、という説明もしかりである。

われわれのグリーンマネーは、米など商品であつても一向に構わないにしても、共同体信用を背景にしてこそ流通する証書（グリーンマネー）をマネー＝貨幣と呼ぶわけであつて、それ自体名目貨幣である。しかし、それはマルクスの商品貨幣説で強調されている労働の媒介環である。つまり、グリーンマネーは名目ではあつても、グリーン労働の労働時間などを尺度としてそれらを映し出す鏡であり、制度的にそれ自体に、共同体内部のヒ

トが、ヒトの労働・仕事とヒトの労働・仕事とを結び、繋ぐ引力・磁力となるよう取り決めたところの証書である。次節では、貨幣と同様進化するグリーンマネーを定義することにしたい。

第2節 グリーン貨幣

なぜ、エコマネーではなく、グリーンマネー（グリーン貨幣）なのか？グリーンマネーは、前節の貨幣論から、どのように位置づけられるのか？われわれは、グリーンマネーにどのような期待を寄せることができるのか？そもそも、グリーンマネーとは何か？それは、どのような進化を遂げるのか？本節ではグリーンマネーを定義づけたい。

1. なぜグリーンか？

なぜエコマネーではなく、グリーンマネーか？グリーンは、歴史的に概念規定すべきではないだろうか？

エコはエコロジー＝環境・生態系一般を表現しており、グリーンに比べれば歴史的な概念ではない。地球規模でエコロジーを保全・達成しなければならない、と世界中で実感された非連続的画期（エポックメイキング）となった1986年4月26日のチェルノブイリ原発事故の前後を歴史的に区別するために、われわれはグリーンという用語を使う。それは、歴史的な地球規模のE（企業）＝S（国家）＝P（人民）→B＝A＝C（Business＝Administration＝Consumer）の共生型の活動の浸透に対応、つまり人民側おける1)シンボルカラーとしての定着、2)コンシューマリズムの変容、3)地球サイズの実感、国家・自治体側の4)環境行政の地球的な強化、企業側からの5)マーケティングの変容に対応したものである。

1)シンボルカラー、2)コンシューマリズムの変容、3)地球サイズの実感

について、上のチェルノブイリ原発事故が、安全な食と生活環境保全を求める旧市民運動・コンシューマリズムにとってのみならず、世界中の一般の主婦・市民にとっても、衝撃的一大事件となり、新たな反原発運動が巻き起こり、市民運動・グリーンコンシューマリズムと相互作用する中で、西ドイツの緑の党やグリーンピースの運動で知られていたグリーンが、定着した。かくして、戦闘的でラディカルな告発型のコンシューマリズムは、緑の党の政権への関与などを背景に、一般市民＝大衆を巻き込むことによって、環境問題に関わる地球「市民」としての「加害者性」の実感、運動論・組織論・コミュニケーション論からの地球連帯の必要性、一言で言えば“Think Globally, Act Locally”の必要性を実感し、告発型の運動から提案型(C to B)運動＝グリーンコンシューマリズムに変容していった。

4) 環境行政について、1986年以降の反原発運動・メディア報道に対応する原発関連情報の公開に始まって、同年1986年酸性雨対策国際会議、1987年 sustainable development の提唱(開発と環境に関する世界委員会, CSD 準備), UNEP の活動の活発化モントリオール議定書(フロンガス削減), 1988年 IPCC, 1989年バーゼル条約成立(EC), 「エコマーク」表示開始, ハーグ環境首脳会議, 環境宣言(アルシュサミット), 東京会議, ヘルシンキ宣言(20世紀内フロン全廃), ノールドベイク宣言(温暖化対策), 国連で92年リオ地球サミット準備決議, 1990年ホワイトハウス会議, 1992年リオサミット, UNにCSD(持続可能な開発委員会)設置(93年設立), 1993年アジェンダ行動計画と続き, ローカルアジェンダを通じて, 環境行政が国際的に, 自治体レベル⁽⁴⁾にまで強化されていった。

5) マーケティングの変容について、これら1)2)3)4)に対応して、企業側は1986年以降、地球環境をグローバルに、グリーンコンシューマー・国家とともに考え、持続的経済社会を築くためのマーケティング＝グリーン

マーケティングを展開するようになった。戦後マネジリアル→ソーシャルマーケティング（コンシューマリズム対応）の発展である。雑誌・論文・著作にも「グリーンマーケティング」の名称が登場するのは、1980年代末である。

われわれは、このようなマーケティング史的概念規定からグリーンマネーという用語を使う。グリーンは、要するに地球環境もしくは地球環境保全のシンボルカラーであり、歴史的には、そのシンボルカラーの欧米・オセアニア・東アジアなどでの定着に対応し、1986年以降の地球規模の $E=S=P$ ($B=A=C$) 共生型の活動に対応して、地球環境保全型の意味で冠せられる接頭語である。

2. 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ー形成・維持のための地域通貨（「地域通貨信託制度“LETS⁽⁵⁾: 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ー、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ー内外のメンバー・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

ニティー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ーの活性化＝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

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」([K_{at}・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」([K_{at}・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、通常の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」[K_{at}・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コマで補える(「組み合わせ」[K_{at}・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」[K_{at}・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([K_{at}・T-1] p.ii)。10の例外を除いて「金融仲介機能」なし([K_{at}・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、通常の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、次章では、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。

第2章 グリーン貨幣の進化

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？本章は、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 $E=S=P$ ($B=A=C$) の関係性の在り方について考察したい。すなわち、国家 (S) とグリーンプロシューマリズム (P) とは、相容れないのか？なぜ「消費」者 (P) は、農業者 (F) の管理する生産への関与を求めるようになったのか？オーガニック認証を求めるようになったのか？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？

第1節 進化の可能性

グリーンマネーの進化の可能性は、前章の⑤社会構造改革の在りように掛かっているのではないだろうか？前章の⑦並行通貨制の進化は、自給経済と市場経済とがデュアルに共存できる社会構造の構築に依拠しているのではないだろうか？前章の⑥発行主体・流通域は、NGO＝コミュニティーにのみ限定すべきだろうか？

社会構造改革は、自給経済と市場経済の共存（「再配分・互酬・家族経済・交換」の「経済諸形態」 $([P_{01} \cdot K-2_t])$ ）のミックス、市民社会の地球村への転換、市民社会の理念であった所有から地球村の理念である占有（利用）への転換、そして所有の根拠であった過去労働にのみ基づく「価値」体系から占有の許可・保障となる未来労働（環境負荷削減労働）現在化＝LC 総過程から評価される価格体系（LCA）への転換、動脈型経済のみの評価から静脈型経済の評価への転換（循環型経済社会）、金権主義・労働一賃金：土地一地代：資金（資本）一利子のみの評価から（それらと並行しつつも）シャドウワークの評価＝「創造的失業の権利」（イリッチ）への転換などを意味する。シャドウワーク、とりわけボランティア活動の評価は、一つのヒトモノ/カネーヒトの繋がりを具体的・個別的・定性的な「価値」関係への転換→労働文化の回転軸＝ピボットである。

このシャドウワークの評価については、既に野田進氏が、〈多様化する「働き方」〉 $[N_{od} \cdot S-1]$ $[A_{sa} \cdot S-1_{21/May/1999}]$ において、明らかにしているように、この回転は現在進行形になっている。有償の組織労働一辺倒から無償の組織労働（NGOのボランティア）との共存へ、未組織の独立労働であり有償労働と無償労働の組み合わせだった自営業・農業の評価、完全に未組織・独立で無償の家事・介護などのシャドウワークの評価の時代である。無償のシャドウワークはGNPには評価されないが、必ずしもGNPは、幸福度の

指標にはならない。GNP 神話を批判した都留重人氏の蚊のいる国といない国の例示、熊つあん八つあんの酒の売買や交通事故の有無の例示が思い出される。日本 (GDP のシャドウワーク比21.6%, 機会費用法) も、ドイツ (63%), カナダ (54.2%), オーストラリア (69%) など日本より GDP は下位でも余暇生活を楽しんでいるこれらの国々に学ぶべきである ([K_{ei}・K-1] p.5, [S_{ai}・J-4] p.78)。

次に、LCA, 静脈型経済の評価、循環型経済社会への転換については、多くの論者が、所有から占有 (利用) へ、「消費」から占有 (利用) へという基本理念を提唱しつつある。最終「消費」と生産的消費の在り方を変え、資本主義的消費経済からプロシューマリズム的占有経済へと転換してゆくべきであり、グリーン連鎖・グリーン IMLC (インバースマニュファクチュアリング生命循環) を国際的に実現すべきである。すなわち、国際的 IMLC (インバースマニュファクチュアリング循環) = 産「消」不二 = 循環型社会 < 使用 U (Use) → 潜在資源 L (Latent Resource) → R (Recycle = 流通 D [卸 W] = 回収 + 再資源化) → 栽培 G (Grow) / 資源採掘 M (Mining) → 流通 D (Distribution : 卸 W) → 加工 P (Process : in put → out put) → 流通 D (Distribution : [卸 W + 小売り R]) → 使用 U > の実現である。IMLC ↔ グリーンプロシューマリズム・シャドウワークの組織化の相互補完は、組織論的には産「消」混合 (プロシューマリズム) 型協同組合やその前の段階の人民一企業のグリーン連鎖によって実現する。

これらの心豊かな社会への転換は、「世界一國同時革命」として一期に行われるのではなく、市民社会に対する地球村の蚕食、もしくは並存と相互浸透を通して行われる。

そのための原動力になるのが並行通貨制の進化である。並行通貨制とは、属人的な自給経済社会 = コミュニティー内の暖かいグリーンマネーとそれ

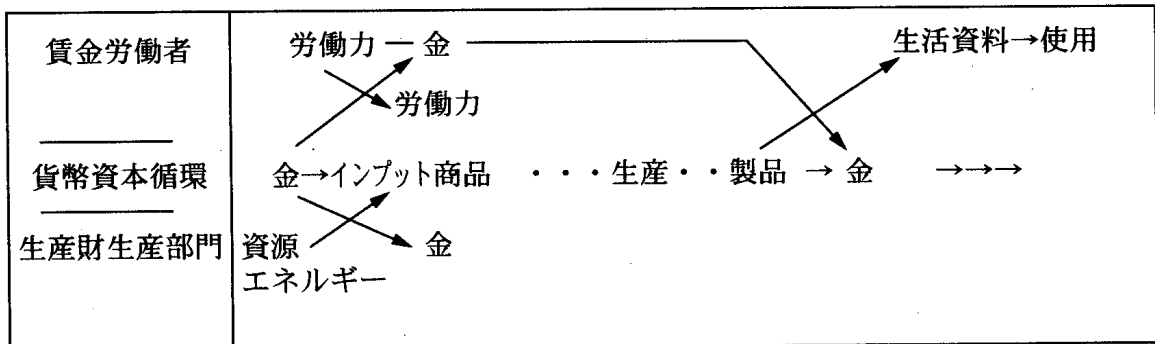
を今のところ包摂している市場経済社会内で国家が強制通用力を暴力・幻想・制度を背景に持たせ、大蔵省・日銀が発行し、流通しているところの通常の冷たい通貨（グレイマネー：国家が発行）との共存である。

この並行通貨制の下に、図表 2-1 が示すように、大きな近代市民社会における一般の通常通貨を媒介にした「過去労働に基づく所有」「過去労働コストに基づくプライシング」から、小さなグリーンコミュニティーにおけるグリーンマネー（NGO・コミュニティーが発行）を媒介にした「未来労働現在化に基づく占有（占有者負担 or 業者負担）」「未来労働現在化コストに基づくプライシング」へ向けて、Act Locally を継続してゆけば、まず国家より小さな自治体を動かし、自治体の環境保全配慮型マネー（ブルーマ

図表 2-1 LCA (過去+未来) と未来労働現在化のプライシング

	過去=所有	未来=占有	近代市民社会 生産+流通コスト	地球村社会 LC Cost
有機 A			3	3+1=4
慣行 B			1	1+5=6

生産→流通→消費→廃棄→リサイクル = LC Cost (「ライフサイクルコスト」)



ネー：自治体が発行)につながら、未来労働現在化のための国家規制(デポジット+グリーン税)を促し、大きな制度・社会構造のグレイマネーの領域を狭めてゆけるのではないだろうか？

次節では、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。

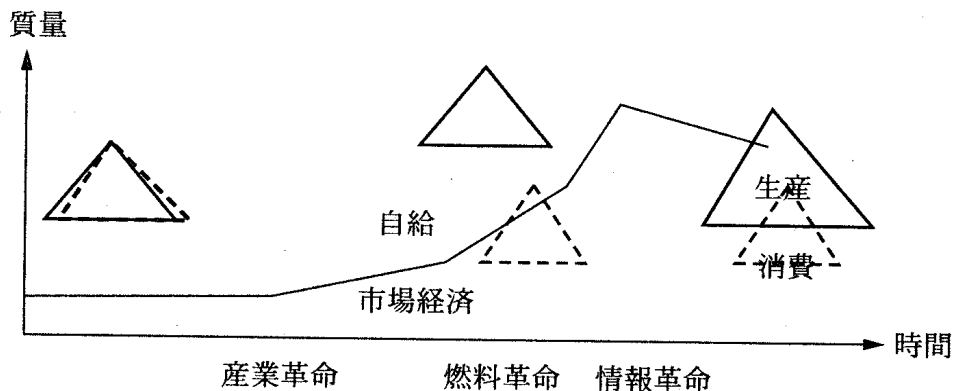
第2節 グリーン貨幣と有機農業運動

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？本節では、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。

1. グリーンプロシューマリズム

グリーンプロシューマリズムとはなにか？グリーンプロシューマリズムとは、「消費」者側が、図表 2-2 のような社会内分業によって漆喰に閉ざ

図表 2-2 社会内分業=生産と「消費」の懸隔



されたその殻を破って生産に参画しようとする運動である。

グリーンプロシューマリズム台頭の理由を歴史的に問えば、脱環境ホルモンの風・IT革命による「個・安・速」（「相互 producer」（竹中平蔵）の生産参画技術の普及とそれらによる社会内分業超克・市場の失敗の超克ということになる。市場・非市場，組織・個人，分業・自給をキーワードにして，その運動を理念型・事例を挙げれば，この典型は，有機農研が「消費」者に呼びかけた産「消」提携運動になる。その理想は，減農薬運動が有機農業を目指すように，日本有機農研の目指す一億百姓（←プロシューマ：自給的生产＝「消費」者，トフラー）化である。

この自給者に近づかんと，衣食住の「消費」財全般の生産組織＝企業（企業内分業）・個人に対して，インターネット・見学を通して情報交換し，健康・環境を守るべく，市場・社会内分業を超えんとする「消費」者個人・グループ（NPO）の非市場型の自発的活動＝グリーンプロシューマリズムが必至となっている。

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ー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＝コミュニティーでは，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、という風に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ーを創造すべきである。そこで、グリーンプロシューマーズ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・仕分・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 g 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 g 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ーを 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ーのメンバーとして、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. JAS有機法下の運動

なぜE（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P（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、Pのニーズに応えようとしているのか？また、MAF=国家S（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E（B）とP（C）の運動・働きかけにたいしてE（B）とP（C）の調停者であるS（A）は、どのように対応してきたのか？また、それ以前にこのS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E（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（E）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ーを形成すべきか？

(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・小コミュニティー面からは批判）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、E=S=P の大きな枠の中で、JAS 認定を受け、広く「消費」者（P）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、コミュニティー礼賛派であり、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あるとし、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、とも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ー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り、われわれは国民社会的に肯定・小コミュニティー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・コミュニティー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（＝コミュニティーと市場のミックス）派の立場をとった。

今時話題の森首相の「神の国」「天皇制」「国体」発言に関連するが、上の肯定派の中にも懐疑派の中にも、新興宗教グループがあり、その中には個人的に戦前の天皇制と農本主義（産業・経済・社会の基本は農業にある）を切り離して総括できず、瑞穂の国＝「神の国」＝天皇制復活こそ、有機農業・自然農法（不耕起栽培もしくは落葉などの植物性肥料使用）復活の近道だ、と考え、ことにイギリスのチャールズ皇太子の有機農業実践や天皇家が御用達の有機農産物を「召し上がっておられる」ことなど挙げ、この権威・ネームバリューを利用して、有機農業を広めようとするものもある。

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、 $E=S=P$ ($B=A=C$) のアンサンブルとして、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ー・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）＝「コモンズの悲劇」を克服し、私（3S軸短）＝公の論理（3S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できる。

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。このような国家論からのJAS有機のミックス肯定論から、次にJAS有機のコメントをしておきたい。

(2) JAS 有機法

JAS有機法の背景については、グローバルスタンダード(国際化)、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。

グローバルスタンダードについては、ISO エコラベル、2000年6月10日～の認証機関の認定に、NPOも組織的プロシューマリズムの観点から、後述のオーガニック農協など環境保全型農協も参画し、認証主体になるべきである。

われわれはミックス肯定派は、オーガニック認証の必要性和問題点を押さえ、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っておくべきである、

JAS有機法とはなにか？それによって、太くなる有機農産物の一般市場流通に対して、有機農業運動のスペシャリティーはどこに求めるべきか？本項では、まずJAS有機表示をサーベイし、このスペシャリティーの育成に貢献すべきグリーンマネーの可能性について論じたい。

JAS有機表示の内容、つまり2000年6月10日施行の「有機農産物の日本農林規格」(実質表示は12月以降)について、昨今見られる以下3点のTV報道⁶⁾の誤解を、批判しつつ、正しい理解をしておきたい。

誤解①定義：有機農産物とは「3年以上無農薬・無化学肥料」の農地で生産されたもの。

誤解②農水省ガイドラインとの関連：本年4月1日から有機「規格」に移行する。

誤解③「有機」表示は全て認証が必要になる。

正解：厳密に言えば、

①について「規格」第4条に、「ほ場の条件」「多年生作物…は最初の収穫前に3年以上、それ以外…は播種又は植え付け前に2年以上」と謳われている。

つまり、果樹などはもぎ取る前に3年以上、米・野菜などは播種・植え付け前に2年以上である。JAS 転換期間中は、収穫前に1年以上。農水省ガイドラインでは、有機農産物とは収穫前に無農薬・無化学肥料3年以上、転換期間とはやはり収穫前に6ヶ月以上。

②について、ガイドの有機表示は「経過措置」として来年3月末までの猶予期間(実質、本年秋からJASとガイドラインのダブルスタンダードになる)が設けられ、特別栽培は、それ以降も残るが、おってJAS細則に発展解消する予定。

③について、一般市場流通での小売業者や最終消費者が購買時点で眼にする包装・ラベル・POPなどが、農水省認定の国内の認証機関(検査員は最低3年以上営農経験を要す)の第三者認証を要するのであって、生産者・加工業者と消費者の信頼に基づく産直(産「消」携)運動における後述のような、新聞・雑誌・インターネット・チラシ・パンフレット・ニュースレター・看板・注文案内チラシ・注文書における説明文や記載及びコンテナ・ダンボール・袋のロゴやトラックのボデーなどの表示は、認証が必要ないのである(除くJAS有機シール; [N_{in}・Y-1₃₂₆])。

この有機表示細則案(=途中経過(MAF))については、1:「消費」者保護・健康維持のために「知る権利」を保証できるものかどうか、ニセ表示を杭止められるかどうか、2:地球環境保全・農家の健康維持のために、一般の慣行栽培農家をいかに有機農家に転換できるか、3: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が課題である。

この内、3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、2000年4月28日に確認された(日本有機農研+農水省)。その改正JAS法第19条の10第1項の細則は次の通りであった。

「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、POPの立札の：齋藤）有機表示」

「2 規制の対象外：産消提携における生産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（その内容は下記の通り：齋藤）」

この通達について、日本有機農業研究会は、2000年4月28日現在、「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、次の通りの確認をとりかわした。

「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」（〔N_{in}・Y-1₃₂₅〕 p.7 〔N_{in}・Y-1₃₂₆〕 pp.22～24）。

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C to B型の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ー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。

(3) 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・マニュ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_{ma}・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2-3が示すように、産（E）+「消」（P）コミュニティーを支える農政（S）の E=S=P（B=A=C）のハーモニー=エココミュニティーが必要になる。

有機農業型 E=S=P

E（B）：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」E外部のE'＝「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」[Z_{en}・NV-1]）

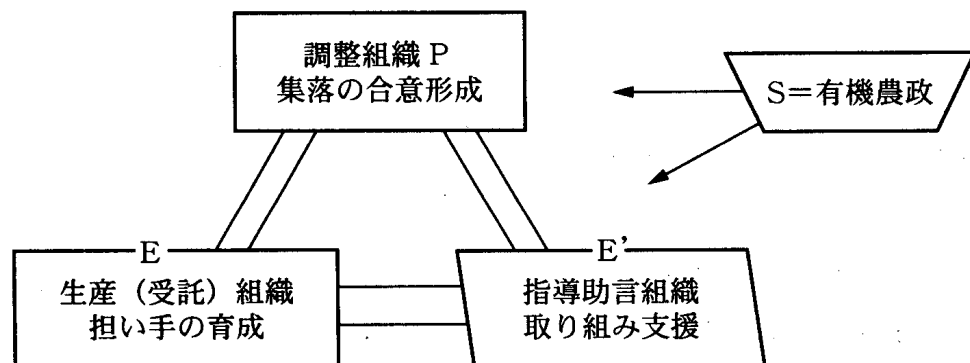
「いきがい（専業）・たのしみ（定年）・ふれあい（市民）」有機農産

物には農家の顔写真を [Z_{en}・NV-1]。情報：「ハウ・レン・ソウ (報告・連絡・相談)」+ 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)。コミュニティーの情報・警察・消防との連携。注意：プライバシー・事故対策。

S (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「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」 [Z_{en}・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。

P (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)。

図表 2-3 グリーンコミュニティー=有機「地域農業振興の仕組み」

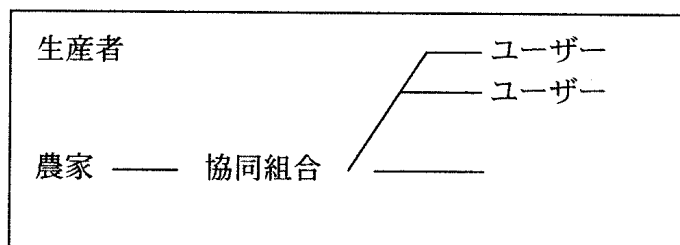


出所： [Z_{en}・NV-1]

このグリーンコミュニティー組織は内外を開き, 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, 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。

図表 2-4 IMLCA と関係性連鎖プロシューマリズム:



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!

4 P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）TQR-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（パブリシティー）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ーづくりには重要である。前号で挙げた四季菜館の「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. 地域コミュニティー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ーをグリーンマネーを媒介に構築することが重要である。

(4) 小さなグリーンコミュニティー

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。あるカネはないが有機への夢を持ったヒトが、コミュニティーの信託機関から、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、信託期間に

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・コミュニティー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、穫れ秋に凶作になった場合、信託期間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ー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、340万人失業時代・高齢化社会時代・過疎化時代に、2000年6月10日改正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・安全な農産物を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・コミュニティー文化を築き、ヒトとヒトが触れあう有機農業運動コミュニティー（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ー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環となるのである。

結

環境ホルモンから解放されるためには、「消費」者（C）→使用者が、社会内分業・企業（B）内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（A）の環境行政（NPO 法案など）に支えられグリーン A=B=C（→ Prosumerist）のハーモニーを奏でて、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であろう。

——最後に、Mouse Year (Fast eats Slow) にお疲れのお父さんお母さん方に、「地球を迷う」放浪詩人高木功の次の言葉を贈りたい。「…人生は体に悪い。」——

注

- (1) グリーンプロシューマリズムとは、環境ホルモン問題などの解決のために、コンシューマーが「消費」者然とせず、生産と「消費」の間の距離を超克し、C to B 型で生産→流通に参画してゆく運動である。プロシューマー (Prosumer) とは、Producer と Consumer の合成語であり、トフラー・Aの1980年（『第三の波』第20章）の造語である。

ちなみに、グリーンプロシューマリズムの分析のバックグラウンドは、サシスセソの5視点である。つまり猿（サ：「21世紀も人間は猿だった」[加藤]=肉体労働の奪還=社会内・企業内分業の超克）・知らせ（シ：ジ=情報=IT 情報技術革命）・ス

モール（ス：等身大=Small is Beautiful）世（セ：世紀末→21世紀へ向けて子孫=未来世代のために「井戸水を汚したくない」）・相（ソ：相互依存 [食物連鎖] の生態系）の5視点である。

- (2) グリーンコンシューマリズムとは、3 Y（安・猶・易）から3 T（高・遠・手）への転化であり、食の「More から No More へ」（高木善之）の転化、食の Wrong : 4 W（Want, Whiten, Wallow, Waste）から Right : 「4 R（Refuse, Reuse, Reduce, Recycle）」への転化のことでもある。このC側のグリーンコンシューマリズムに対応して、B側の環境破壊型のグレイマーケティングの Bad : 4 B（Bargain, Breakdown, Babble, Burying）からの環境保全型のグリーンマーケティングの Ace : 4 A（Alternative, (A)mend(ment), Appropriate, Assesment <LCA>）への転化が遂行される。

ついでに、グリーンプロシューマリズム（E=S=P [B=A=C] グリーン社会の創造、5 S [参画・産出・算用・讃歌・晚餐] 運動）とは、この4 Rの more right の 7 R（Refuse → 7 R:Role-Play・Return・Research・Regain・Ring・Region・Receive & Serve）への発展である。すなわち、使用主体の Refuse から 7 R : Role-Play(参画)へ、生産過程への Return(復帰)へ、生産の Research(調査)・Regain(奪還)へ、生産との Ring(輪)を Region(地場)で築く地場生産—地場「消費」型のグリーンプロシューマリズムである。特に食については、安全食を Receive & Serve（「拝受&奉尽」（染谷））へ、の志向が大切である。グリーンコンシューマリズムの Refuse の典型が、超190万部（2000年4月28日現在 [S_{nu}・K-1₃₁₃]、発売1999年5月後3ヶ月で超100万部）の『買ってはいけない』（[F_{un}・S-1]）運動であり、P（C）がE（B）の一部を変えた。

『買ってはいけない』は67社89商品を取り上げたものであり、「週刊金曜日」編集部は、1999年7月上旬、これら全社に「買ってはいけない」アンケートを実施。回答拒否が51社、回答が16社であった。回答企業は、厚生省の安全基準をクリアしている、と主張するものが多い。例えば、セブンイレブンは、おのぎりの食品添加物について「厚生省で許可」と答え、資生堂の化粧品原料・キリンビールの遺伝子組換えトウモロコシ・サントリーのカクテルバーの着色料についても同様である（[S_{nu}・K-1₂₇₉] pp.10-17）。ちなみに、味の素の「味の素を野犬狩りに使ったというのは事実無根」の批判に「週刊金曜日」編集部は謝罪した。「味の素をバーで使った」ということへの批判については、ちゃんと当時の新聞記事が見つかったそうである（渡辺雄二氏言、「週刊金曜日」拡大読書会、於：福岡市、2000年3月11日）。

しかし、われわれ『買ってはいけない』の読者=「消費」者は、ただ買わなければ良いのか？ まず第1に、「いけない」モノは、不買運動のみならず、それらの生産現場の見学や提案によって改良されるべきである。幸い、発刊後「いけない」数社が悪い添加を止めた（岩下の生姜など、渡辺雄二 [S_{nu}・K-1₂₇₉]）。『買ってはいけない』は、コマーシャルにも具現している「鉄の五角形」（本多勝一）、つまり「政=

官＝財」とそれを支える「報（マスコミ・メディア）＝知（学）」の悪しき癒着構造（木戸）の一角である偽物の「知」に風穴を空け、本物の「知」を世に送り込んだばかりか、数社とはいえ、メーカーを改心させた。読者はこの傾向をさらに質量ともに広め、全社に改心を迫るべきであろう。

第2に、「買っていい」（船瀬俊介）モノの生産工程に参画すべきであろう。そこには、グリーンコンシューマリズムからグリーンプロシューマリズムへの転化、つまり従来の「不買・再使用・節約・再生」運動から「自給的生产＝消費者（プロシューマー）」（トフラー・A）的志向の運動への転化、コンシューマーからプロシューマリストへの転化を垣間見ることができる。前者は、「私的所有」を前提にし、動脈重視の「消費」を中心にしており、後者は「個体的占有」を前提にし、静脈重視の逆ライフサイクル（消費→再生→生産→流通）を基盤にしている。後者は、産「消」提携の有機農業運動に見られる。

まさに、『金曜日』の発行を、約4万人の読者と有志による読者会・投稿と「株主的な（糟谷廣一郎）購読費前払いなどの参画が支えているように、「買っていい」モノの生産も、オルタナティブな株式会社・協同組合の探索や創設への参画が支えるべきである。

読者のこのようなグリーンプロシューマリズムが支える『金曜日』に、より一層の生産参画のための本物の「知＝報」を期待する。

(3) 吉沢英成氏は、次のように交錯説をとる。

「貨幣名目説は「価値」を貨幣商品説の拠って立つ、きわめて狭い「効用」、「労働」に縛られているのではないか。未開の社会から集められた調査結果は、「効用」、「労働」からは遠く隔たったトーテム表徴、護符、呪物が交換を媒介する様子…を広範囲に提示している。…（だが）われわれにはこれらの物財は…精神（は）満足させているようにはみえる。貨幣名目説は貨幣の価値性を実質的には否定したが、それは商品貨幣説の価値概念（←「効用」「労働」：齋藤）に拠ったからであり、外的なる「法制」、（上からの：齋藤）「国家権力」にその基礎を与えさせることで満足した。」だが、名目貨幣は下からの「財の流通の媒介」＝「一般的に使用される交換手段」という機能＝社会内在的「価値」を、有している。

「逆にまた、商品貨幣説のいう貨幣商品がもつ一般的価値性も名目的なものにすぎない…貨幣（は）経済的要因のみから説明でき（ない）」（[Y_{os}・H-1] p.91）

(4) 自治体レベルの環境行政について、最近の福岡県の市町村のアンケート（2000年2月）・訪問調査（2000年3月）、特に訪問調査報告書を通して、環境行政、特に自治体のグリーン情報の受発信・加工、つまりグリーンコミュニケーションについて気づいた課題・展望を、[K_{an}・K-1]（『市町村の環境行政に関する調査』2000年5月）で纏めておいたので、参照願いたい。

(5) LETS（[R_{ob}・J-1_t] p.77, [M_{ar}・M-1] pp.1-5）の創始・原形は次のようになる。
登録者：ミニマム250人。

(信託機関)：メンバーの総意。

趣旨：他のヒトへの仕事の発注による「労働と所得の機会」の提供。

意義：通常通貨が循環しない過疎地などでの発行で「仕事づくり」可、「失業からの地域おこし」。

組織：「勸進元」(地域貨幣の管理) — 仕事の「発注者」=「登録者(地域貨幣の発行)」—「登録者(-地域貨幣の「受け取り人」)」。

運営：仕事の「発注者」が登録者に仕事を依頼し、発行した地域貨幣をその仕事人=受取人に渡し、受取人は勸進元でそれを貸し方に記帳。その「登録者=受け取り人」は、「その勘定から他の人に仕事を依頼」(通常通貨と組み合わせ決済可、「名目上1グリーンドル=1カナダドル」→「あとは、当事者同士の交渉によって、グリーンドル価格やグリーンドルと現金の組み合わせの割合を決めればよい」)。

運営具体例：「歯医者が他の人に5時間の薪割りを依頼し、薪割り人は3時間の子供保育を頼み、保育人は酪農家から4時間分の牛乳を購入するのに、地域貨幣を使い、月の最後の土曜日に精算」。

勘定・決済：「勸進元はコンピューターのなかの各人の勘定口座の貸し方、借り方を管理」

創始者：マイケル・リントン (「スコットランド生まれのカナダ人」)。

場所：カナダの「ブリティッシュコロンビア」の「コンベックスバレー」。「イギリス、アイルランド、オランダ、デンマーク、ドイツ、フランス、オーストラリア、アメリカ(NZ)など」「イギリスではバースをはじめ数十の地方自治体」

開始時期：1980年代初期。

この LETS, time-dollar は、「世界的に…2,500(以上)もの類似事例」〈 $K_{at} \cdot TE-1$ 〉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〈 $K_{at} \cdot TE-1$ 〉。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。

また、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日開催予定→中止、7月に日田市の杉山で実施予定)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(ガソリンスタンド・サウナ・ロイヤル)で割引券」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ー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。

- (6) 2000年3月30日のKBCのニュースピア(6:30pm～)の報道で、厳密ではない(=誤解)な、と思われる本文のような報道があった。早速、KBCのその有機の番組を担当されたAさんと電話(092-721-1234)で、話すことができ、私の本文の正解の話しにお忙しい中、耳を傾けていただけた。報道は、スピードにメリットがあり、有機を取り上げてもらっただけでも感謝している。

引用・参考文献・ビデオ・インターネット

- [A_{be}・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。
- [A_{be}・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。
- [A_{be}・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。
- [A_{be}・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。
- [A_{ma}-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。
- [A_{ri}・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)。
- [A_{sa}-1'92/10/16 [朝]] 『朝日新聞』'92年10月16日 [朝刊]。
- [B_{ir}・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)。
- [C_{ad}・D-1] Cadbury 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)。
- [C_{cof}-1] California Certified Organic Farmers, *California Certified Organic Farmers 1992 Certification Handbook*, California Certified Organic Farmers, 1992.
- [C_{od}・W-1] Coddington W., *Environmental Marketing*, MacGraw-Hill, 1993.
- [C_{ol}・T-1_t] Colborn Theo, Dumanoski Dianne (長尾力訳)『奪われし未来』翔泳社, 1997年。
- [C_{or}・B-1] Corson Ben and others, *Shopping for A Better World*, Council on Economic Priorities, 1990.
- [C_{ro}・R-1] Crowder Robert, "IFOAM: Compromise becomes reality of organics movement?," [S_{oi}・H-1_{04/05/1996}].
- <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。
- [E_{ga}・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。

- [E_{gu}・T-1] 江口傳『労務管理の理論と実際』中央経済社, 1995年。
- [E_{rcu}・U-1] Erckenbrecht Ulrich, *Das Geheimnis des Fetischismus : Grundmotive der Marxschen Erkenntniskritik*, Europäische Verlagsanstalt, 1976.
- [F_{un}・S-1] 船瀬俊介ほか『買ってはいけない』週刊金曜日, 1999年。
- [F_{ur}・T-1] 古野隆雄『合鴨ばんざい』農文協, 1992年。
- [F_{ur}・T-2] 古野隆雄『アイガモ水稲同時作』農文協, 1997年。
- [F_{ur}・K-1] 古沢広祐『共生社会の論理』学陽書房, 1988年。
- [G_{od}・S-1_t] 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。
- [H_{ai}・J-1] Hailes J., Elkington J. and Makower J., *The Green Consumer*, Penguin Books, 1988.
- [H_{ai}・J-2] Hailes J., Elkington J., Makower J. and Hill D., *Going Green*, Penguin Books, 1990.
- [H_{at}・T-1] 波多野豪『有機農業の経済学』日本経済評論社, 1998年。
- [H_{ay}・Y-1] 林雄二郎『情報化社会』講談社新書, 1966年。
- [H_{eg}・1_o] Hegel G.W.F., *Phänomenologie des Geistes*, Suhrkamp Verlag Frankfurtam Main 1970.
- [H_{eg}・1_{it}] ヘーゲル・G (金子武蔵訳)『精神の現象学』(上), 岩波書店, 1971年, [H_{eg}・1_{2t}] 同 (下) 1979年。
- [H_{en}・K-1] Henion K. E., "Ecological Marketing" Aaker D. A. and Day G. S., *Consumerism*, 4th ed. The Free Press, 1982.
- [H_{ir}・W-1] 廣松渉『マルクス主義の地平』勁草書房, 1969年。
- [H_{ir}・W-2] 廣松渉『資本論の哲学』現代評論社, 1974年。
- [H_{ir}・W-3] 廣松渉『存在と意味』岩波書店, 1982年。
- [H_{os}・W-1] 星野克美『消費の記号論』講談社新書, 1985年。
- [H_{on}・S-1] 本間慎ほか『これでわかる農薬キーワード事典』合同出版, 1995年。
- [I_{ke}・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。
- [I_{il}・I-1] Illich Ivan (大久保直幹訳)『エネルギーと公正』晶文社, 1979年。
- [I_{ma}・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。
- [I_{sh}・S-1] 石井慎二編『田舎暮らしの本』(毎月3日発行) JICC。
- [I_{so}・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。
- [I_{to}・S-1] 伊藤重行『システムポリテックス』勁草書房, 1987年。
- [I_{wa}・K-1] 岩井克人「差異化」『経済セミナー』日本評論社, 1986年2月。
- [I_{wa}・K-2] 岩井克人『貨幣論』筑摩書房, 1993年。
- [K_{an}・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。

[K_{an}・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。

[K_{an}・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。

[K_{an}・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。

[K_{an}・K_e-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。

[K_{at}・T-1] 加藤敏春『エコマネー』日本経済評論社，1998年。

<K_{at}・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。

[K_{ei}・K-1] 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。

<K_{ei}・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.g.o.jp/j-j/doc/unpaid-j-j.html>, 1999年5月。

[K_{ei}・R-1] 経団連「経団連地球環境憲章」経団連，1991年4月23日 ([K_{ei}・R-1_e] KEIDANREN, KEIDANREN GLOBAL ENVIRONMENT CHARTER, April 23, 1991)。

[K_{ei}・R-2] 経団連「経団連環境アピール」経団連，1996年7月16日 ([K_{ei}・R-2_e] KEIDANREN, KEIDANREN APPEAL ON ENVIRONMENT, July 16, 1996)。

[K_{ei}・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。

[K_{en}・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).

[K_{it}・T-1] 北原貞輔『人類絶滅からの脱出』勁草書房，1992年。

[K_{un}・T-1] 国狭武己「環境問題と生産企業について」九州産業大学『経営学論集』第7巻第4号，1997年3月。

[K_{un}・T-1] 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。

[K_{un}・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31号，1999年3月。

[K_{ur}・Y-1] 栗原幸夫・小倉利丸編『市民運動のためのインターネット』社会評論社，1996年。

[K_{ur}・S-1] 久留間鮫造『価値形態論と交換過程論』岩波書店，1957年。

- [K_{yu}・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。
- [K_{oh}・N-1] 河野直踐『協同組合の時代』日本経済評論社, 1994年。
- [K_{oh}・N-2] 河野直踐『産消混合型協同組合』日本経済評論社, 1998年。
- [K_{ok}・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。
- [K_{ok}・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。
- [K_{ok}・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: 農薬「アラー」の残留問題をめぐって』国民生活センター, 1990年。
- [K_{ok}・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。
- [K_{ok}・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。
- [K_{ow}・J-1] 小若順一『気をつけよう 輸入食品』学陽書房, 1988年。
- [K_{ow}・J-2] 小若順一ほか編著『暮らしの安全白書』学陽書房, 1992年。
- [L_{ai}・A-1_o] Laidlaw Alexander Fraser, *Co-operatives in the Year 2000* ([L_{ai}・A-1_t] 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)。
- [L_{un}・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)。
- <L_{ee}・TE-1> LETS <Frequently Asked Questions about LETS systems> <http://www.gmlets.u-net.com/faq.html>/2000年6月5日。
- [M_{ar}・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。
- [M_{arx}・K-1_o] Marx Karl, *Okonomisch-philosophische Manuskripte aus dem Jahre 1844*, Auflage des Marx-Engels-Instituts, Herausgegeben von V. Adoratskij, Erste Abteikung, Bd.3, Marx-Engels-Verlag, 1932 ([M_{arx}・K-1_t] 城塚登/田中吉六訳『経済学・哲学草稿』岩波文庫, 1964年)。
- [M_{arx}・K-2_o] Marx Karl/Engels Friedlich, *Die Deustche Ideologie*, HRSG. von Hiromatsu Wataru, Kawadeshobo-shinsha Verlag, 1974 ([M_{arx}・K-2_t] 廣松渉編訳『ドイツ・イデオロギー』河出書房新社, 1974年)。
- [M_{arx}・K-3] Marx K., *Das Kapital-erster Band*, Band 23 der Werke von Marx und Engels, Dietz Verlag Berlin 1969.
- [M_{arx}・K-4] Marx K., *Das Kapital-zweiter Band*, Band 24 der Werke von Marx und Engels, Dietz Verlag Berlin 1969.
- [M_{arx}・K-5] Marx K., *Das Kapital-dritter Band*, Band 25 der Werke von Marx

und Engels, Dietz Verlag Berlin 1971.

- [M_{as}・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。
- [M_{at}・K-2] 松石勝彦編著『情報ネットワーク社会論』青木書店, 1994年。
- [M_{at}・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。
- [M_{ea}・D-1_o] 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 ([M_{ea}・D-1_t] 大来佐武郎監訳『成長の限界』ダイヤモンド社, 1972年)。
- [M_{ea}・D-2] Meadows Donella H, Meadows Dennis L, Randers Jorgen, *Beyond the Limits: Global Collapse or A Sustainable Future*, Earthcan Publications, 1992.
- [M_{at}・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。
- <M_{at}・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・わ」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)。
- [M_{ik}・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。
- [M_{iy}・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。
- [M_{in}・W-1] Mintu-Wimsatt Alma & Polonsky Michael J., *Environmental Marketing*, Haworth Press, 1995.
- [M_{in}・W-2] Mintu-Wimsatt Alma & Lozada Hector R. ed., *Green Marketing in a Unified Europe*, International Business Press, 1996.
- [M_{iy}・K-1] 宮本憲一『環境経済学』岩波書店, 1989年。
- [M_{iy}・H-1] 宮田秀明『ダイオキシン』岩波新書, 1999年。
- [M_{iy}・T-1] 宮島喬『デュルケム社会理論の研究』東大出版, 1977年。
- [M_{iy}・T-2] 宮島喬『デュルケム理論と現代』東大出版, 1987年。
- [M_{iyao}・T-1] 宮尾尊弘『現代都市経済学(第2版)』日本評論社, 1995年。
- [M_{iy}・A-1] 宮脇昭『食のエコロジー』NHK出版, 1992年。
- [M_{iy}・A-2] 宮脇昭『衣のエコロジー』NHK出版, 1993年。
- [M_{iz}・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。
- [M_{oc}・S-1] 望月清司『マルクス歴史理論の研究』岩波書店, 1973年。
- [M_{oc}・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。
- [M_{or}・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。

- [M_{ur}・Y-1] 村井吉敬『エビと日本人』岩波新書, 1988年。
- [M_{ur}・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。
- [N_{akj}・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。
- [N_{ag}・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。
- [N_{ak}・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。
- [N_{ak}・H-1] 中村尚司『豊かなアジア, 貧しい日本』学陽書房, 1989年。
- [N_{ak}・K-3] 中村耕三『アメリカの有機農業』家の光協会, 1992年。
- [N_{ak}・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。
- [N_{ak}・O-1] 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。
- [N_{as}・R-1_t] Nash R. (松野弘訳)『自然の権利』筑摩書房, 1999年。
- [N_{em}・E-1] 根元悦子『最新版第二次改定版 まともな食べものガイド』学陽書房, 1997年。
- [N_{ew}・S-1] New Zealand Statistics, *New Zealand Official Yearbook 1996*, New Zealand Statistics, 1996.
- [N_{ih}・K-1] 日本経済新聞社『テラスで読む地球環境読本』日本経済新聞社, 1990年。
- [N_{ih}・S_y-1] 日本消費者連盟編『消費者レポート』1969年6月7日第1号～(毎月3回7の日発行)。
- [N_{is}・J-1] 西川潤『世界経済入門 (第2版)』岩波新書, 1991年。
- [N_{ih}・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 [N_{ih}・Y-1₁₁₁] は『土と健康』No.111, [N_{ih}・Y-1₂₂₂] は『土と健康』No.222)。
- [N_{ik}・K-1] 日刊工業新聞社『日刊工業新聞』([N_{ik}・K-1_{15/Oct/97}] は1997年10月15日)。
- [N_{ik}・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。
- [N_{ik}・K-3] 日刊工業新聞社『地球環境'93』日刊工業新聞社, 1992年。
- [N_{ik}・B-1] 日経BP社『日経ビジネス』1997年11月24日。
- [N_{ik}・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。
- [N_{ik}・M-1] 日経メカニカル『アクセスガイド』日経BP社, 1996年5月。
- [N_{ik}・S-1] 『日経産業新聞』(例 [N_{ik}・S-1_{97/Nov/25}] は, '97年11月25日)。
- [N_{ik}・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。
- [N_{og}・Y-2] 野口悠紀雄『「超」勉強法』講談社, 1995年。
- [N_{on}・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。
- [N_{or}・K-1] North Klaus, *Environmental business management*, International Labour Office, 1992.

- <N_{oh}・SE-1> 農林水産省 <<http://www.maff.go.jp>>
- [N_{oh}・C-1] 農林中金研究センター (鈴木博・河野直践著)『農協と有機農業』農林中金研究センター, 1988年。
- [N_{or}・K-1] North Klaus, *Environmental business management*, International Labour Office, 1992.
- [N_{ak}・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。
- [N_{ih}・N-1] 日本農業新聞社『日本農業新聞ト』各年月日 (3/Jan/99は1999年1月3日発行)。
- [N_{ih}・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)。
- [N_{ih}・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 [N_{ih}・Y-1₁₁₁] は『土と健康』No.111, [N_{ih}・Y-1₂₂₂] は『土と健康』No.222)。
- [N_{ak}・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。
- [N_{em}・E-1] 根元悦子『最新版第二次改定字 まともな食べものガイド』学陽書房, 1997年。
- [N_{hk}・V-1] NHK《生殖異変：しのびよる環境ホルモン汚染》NHK スペシャル, 1997年11月21日。
- [N_{ih}・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 [N_{ih}・Y-1₁₁₁] は『土と健康』No.111, [N_{ih}・Y-1₂₂₂] は『土と健康』No.222)。
- [N_{is}・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。
- [N_{oh}・C-1] 農林中金研究センター (鈴木博・河野直践著)『農協と有機農業』農林中金研究センター, 1988年。
- [O_{ne}・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。
- [O_{hh}・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。
- [O_{hk}・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。
- [O_{ka}・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。
- [O_{ns}・S-1] 大嶋茂男『環境の世紀の経営学』家の光協会, 1995年。
- [O_{ns}・S-2] 大嶋茂男『永続経済と協同組合』大月書店, 1998年。
- [O_{ka}・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。
- [O_{tt}・J-1] Ottman Jacquelyn A., *Green Marketing*, NTC Business Books, 1993.
- [O_{tt}・J-2] Ottman Jacquelyn A., *Green Marketing : Opportunity for Innovation*, NTC Business Books, 1998.
- [P_{ea}・K-1_o] Peattie Ken, *Green Marketing*, Longman Group UK, 1992 ([P_{ea}・K-1_t] 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。

- [P_{ea}・K-2_o] Peattie Ken, *Environmental Marketing Management*, Pitman Publishing, 1995.
- [P_{oi}・K-1_o] Polanyi Karl, *The Great Transformation*, Beacon Press, 1957 ([P_{oi}・K-1_t] 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).
- [P_{oi}・K-2_o] Polanyi Karl, *Dahomey and the Slave Trade*, University of Washington Press, ([P_{oi}・K-2_t] 栗本慎一郎/端信行訳『経済と文明』サイマル出版, 1975年).
- [P_{oi}・K-3_o] Polanyi Karl (Pearson H.W. ed.), *The Livelihood of Man*, Academic Press, ([P_{oi}・K-3_t] 玉野井芳郎/栗本慎一郎訳『人間の経済 I・II』岩波書店, 1998年).
- [P_{oi}・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。
- [P_{oi}・M-1_o] Polonsky Michael Jay, Mintu-Wimsatt Alma ed., *Environmental Marketing*, Haworth Press, 1995.
- [R_{eh}・R-1_o] Rehak Robert ed., *Environmental Marketing and Advertising Council*, Rodale Press ([R_{eh}・R-1_t] 楓セビル訳『環境広告60の作法』電通, 1996年).
- [R_{ei}・H-1] Reichelt H., *Zur Logischen Struktur des Kapitalbegriffs bei Karl Marx : Politische Okonomie Geschichte und Kritik*, Europaische Verlaganstalt Frankfurt Europa Verlag Wien, 1970.
- [R_{ic}・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.
- [R_{ob}・J-1_o] Robertson James, *Transforming Economic Life*, The Schumacher Society ([R_{ob}・J-1_t] 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) ¥1,200.
- [S_{ai}・J-1] 齋藤實男『グリーンマーケティング』同文館, 1993年。
- [S_{ai}・J-2] 齋藤實男『グリーンマーケティングII』同文館, 1997年。
- [S_{ai}・J-3] 齋藤實男『情報=人間=市場』晃洋書房, 1993年。
- [S_{ai}・J-4] 齋藤實男『グリーンプロシューマリズム』同文館, 1999年。
- [S_{ai}・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。
- [S_{ai}・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。
- [S_{ai}・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。
- [S_{ai}・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,

- [S_{ai}・J-8₂] 同(2)1984年。
- [S_{au}・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。
- [S_{ai}・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。
- [S_{at}・M-1] 佐藤誠『阿蘇グリーンストック』石風社, 1993年。
- [S_{at}・H-1] 里見宏ほか『放射線照射と輸入食品』北斗出版, 1990年。
- [S_{ai}・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。
- [S_{ch}・E-1_o] Schumacher E.F., *Small is Beautiful — A Study of Economics as if People Mattered* —, Blond & Briggs Ltd., 1973 ([S_{ch}-1_t] 斎藤志郎訳『人間復興の経済』佑学社, 1976年)。
- [S_{co}・R-1_o] Scott R. A. and Marks N. E. ed., *Marketing and its Environment*, Wadsworth Publishing, 1969.
- [S_{eo}・T-1] 瀬尾健『原発事故…その時あなたは!』風媒社, 1995年。
- [S_{ey}・J-1_o] Seymour John and Giardet Herbert, *Far from Paradise*, British Broadcasting Corporation, 1986 ([S_{ey}・J-1_t] 加藤迪/大島淳子訳『遙かなる楽園』日本放送出版協会, 1988年)。
- [S_{hi}・M-1] 嶋口充輝・石井淳蔵『現代マーケティング』有斐閣, 1987年。
- [S_{hi}・M-2] 嶋口充輝『統合マーケティング』日本経済新聞社, 1992年。
- [S_{hi}・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。
- [S_{hi}・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。
- [S_{hi}・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。
- [S_{hu}・K-1₂₇₉] 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。
- [S_{hu}・K-1₃₁₃] 週刊金曜日編「徹底論争: 買ってはいけない」『週刊金曜日(313)』, 2000年4月28日。
- [S_{mi}・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.
- [S_{od}・O-1] 祖田修『大地と人間』放送大学教育振興会, 1998年。
- [S_{oi}・H-1] Soil & Health Association, *Soil & Health*, (bi-monthly), Soil & Health Association (ex. [S_{oi}・H-1_{04/05/1996}] means published April/May 1996).
- [S_{te}・R-1_o] Steiner Rudolf, *Geisteswissenschaftliche Grundlagen zum Gedeihen der Landwirtschaft: Landwirtschaftlicher Kursus*, Rudolf Steiner-Nachlassverwaltung, 1963 ([S_{te}・R-1_o] 新田義之監・市村温司訳『農業講座』人智出版, 1987年)。
- [S_{ud}・H-1] 須田春海他編著『環境自治体の創造』学陽書房, 1992年。

- [S_{ud}・O-1] 須藤修/後藤玲子『電子マネー』ちくま新書, 1998年。
- [S_{uz}・H-1] 鈴木博「有機農業の新しい展開方向」九州産業大学『経営学論集』第2巻第3号, 1992年2月。
- [S_{uz}・H-2] 鈴木博『農協の准組合員問題』全国協同出版, 1983年。
- [S_{uz}・H-3] 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。
- [S_{uz}・H-4] 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。
- [S_{uz}・H-5] 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。
- [S_{uz}・H-6] 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。
- [S_{uz}・T-2] 鈴木武編『現代流通のダイナミズム』晃洋書房, 1997年。
- [T_{ab}・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。
- [T_{ab}・M-2] 多辺田政弘『コモンズの経済学』学陽書房, 1990年。
- [T_{ag}・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。
- [T_{ak}・I-1] 高木功『地球の迷い方』東京創元社, 1995年。
- [T_{ak}・Y-1] 高橋洋児『物神性の解説』勁草書房, 1981年。
- [T_{ak}・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。
- [T_{ak}・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。
- [T_{ak}・Y-2] 高須賀義博『鉄と小麦の資本主義』世界書院, 1991年。
- [T_{ak}・A-1] 竹原あき子『グリーンコーポレーション』日経, 1991年。
- [T_{an}-1] 田内幸一『市場創造のマーケティング』三嶺書房, 1983年。
- [T_{an}-2] 田内幸一『マーケティング』日経文庫, 1985年。
- [T_{an}・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。
- [T_{er}・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。
- [T_{od}・T-1] 戸田常一「Structural Change of Regional Economy in Japan」『地域経済研究』第5号, 広島大学地域経済研究センター, 1994年3月。
- [T_{or}・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)。
- [T_{om}・K-1] 富沢賢治ほか『労働者協同組合の新地平』日本経済評論社, 1996年。
- [T_{su}・S-2] 都留重人『公害の政治経済学』岩波書店, 1972年。
- [U_{ed}・T-1] 上田隆穂『マーケティング価格戦略』有斐閣, 1999年。

- [U_{et}・K-1] 植田和弘『環境経済学』岩波書店, 1996年。
- [U_{em}・S-1] 植村振作ほか『残留農薬データブック』三省堂, 1992年。
- [U_{me}・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。
- [U_{me}・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。
- [U_{no}・K-1] 宇野弘蔵『著作集』第1巻, 岩波書店, 1973年。
- [U_{no}・K-2] 宇野弘蔵『経済原論』岩波全書, 1964年。
- [U_{no}・K-3] 宇野弘蔵『著作集』第1巻, 岩波書店, 1973年。
- [U_{no}・K-4] 宇野弘蔵『著作集』第6巻, 岩波書店, 1974年。
- [U_{no}・K-5] 宇野弘蔵編『資本論研究I』筑摩書房, 1967年。
- [W_{ad}・M-1] 和田充夫『小売企業の経営革新』誠文堂新光社, 1989年。
- [W_a・M-1] 和田充夫『関係性マーケティングの構図』有斐閣, 1998年。
- [W_{ak}・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。
- [W_{as}・J-1] Wasik J.F., *Green Marketing & Management: A Global Perspective*, Blackwell Business, 1996.
- [W_{at}・R-1] 綿貫礼子『胎児からの黙示』世界書院, 1986年。
- [W_{at}・R-2] 綿貫礼子『毒物ダイオキシン・技術と人間』, 1986年。
- [W_{hi}・A-1] White Alison, "Pesticides in Food: NZ Worse than US", *Soil & Health*, Feb./March/1995.
- [Y_{am}・K-1] 山田國廣『エコ・ラベルとグリーン・コンシューマリズム』藤原書店, 1995年。
- [Y_{am}・H-1] 山本久義『ルーラル・マーケティング』同文館, 1999年。
- [Y_{an}・Y-1] 矢野友三郎『世界ISOマネジメント』日科技連, 1998年。
- [Y_{as}・-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。
- [Y_{os}・T-1] 吉田民人『主体性と所有構造の理論』東大出版, 1991年。
- [Y_{os}・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。
- [Y_{os}・H-1] 吉沢英成『貨幣と象徴』日本経済新聞社, 1981年。
- [Z_{en}・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。
- [Z_{en}・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。