

藤沢市政策研究室 ニュースレター

Contents

2008. **6** Vol.31 (地産地消・エコ特集)

- 今月の話題 「地産地消」への第一歩
- 研究室からの風
- 書籍紹介 山本謙治「日本の『食』は安すぎる」講談社

■ 今月の話題 「地産地消」への第一歩

農林水産省「地産地消推進検討会中間取りまとめ」によれば、地産地消は、「もともと、地域で生産されたものをその地域で消費することを意味する言葉である」と説明されている。そこから、生産者と消費者を結びつける取り組み等を含めて「地産地消」と呼んでいるのが現状のようだ。中間取りまとめの表現を借りれば、「距離に関係なく、コミュニケーションを伴う農産物の行き来を地産地消ととらえることも可能である」ということになる。



藤沢産小麦(農林61号)を100%使用した細うどん

一次産品の生産地である農林漁村は過疎地であることが多く、もともとの意味の「地産地消」は、「地域」をどの程度の広さでとらえるかにもよるが、生産したモノを地域内では消費しきれず生産を縮小させ・・・ということになれば、限りなく「自給自足」になってしまいがちである。

そこで、そもそもから付け加わった意味が必要となってくる。したがって、いわゆるブランド化された農産物等はそれ自体「地産地消」を実現したことになるのであろう。しかし、それらの一部には、生産されたほとんどが都市部に出荷されてしまい、地元ではほとんど手に入らないというもともとの「地産地消」から離れてしまったものもあるようだ。



18日「肉味噌うどん」開始 10分もせずに限定40食が完売！

藤沢市は、もともとの「地産地消」を追求する環境に恵まれていると言える。

すなわち、相当の農業生産とそれを吸収する市場が両立しているのである。これまでの「地産地消」は「地産」が「地消」をはるかに上回るような地域から起こってきた。本市のように、それが同程度あるいは「地消」優位の地域からの「地産地消」のほうが、もともとの「地産地消」にはふさわしいと考える。

そういう意味で、6月11日から毎週水曜日に5回にわたって行われている職員会館食堂の「市役所食堂で地産地消♪藤沢産を食べよう！」のような取組は意義が大きい。「藤沢産品率」をさらに上げるなど、運用面の改善を図りながら継続されていくことを願いたい。

(政策研究室 其田 茂樹)

地産地消とエコ: 温暖化対策エネルギー編

食料や食材だけではない。エネルギーについても地産地消が可能であり、それを実現する意義は非常に大きい。エネルギーというと太陽光や地熱、風力を想起される方もいるかもしれないが、ここで取上げるのは「バイオ・エタノール（ガソリンの代替）、バイオ・ディーゼル燃料（BDF）（軽油の代替）」である。

これらを地産地消する意義の1つは、耕作放棄地への対策も含めた市内農業の活性化が図れることである。この両者は、主として植物に含まれる油脂分を原料としており、比較的簡単に製造することができる。したがって、耕作されなくなった土地でトウモロコシやアブラナを栽培し、燃料の供給に足るほどの生産量を定期的に確保できれば、農業生産への振興策となりうるのである。

いま1つの意義は、いうまでもなく地球温暖化への重要な対策となることである。ただし、これはバイオ燃料の素になる植物が二酸化炭素を吸収するという意味だけで言っているのではない。たとえ植物ではなく、廃食油から製造されたバイオ燃料であっても、それを地産地消することによって、燃料輸送に伴う二酸化炭素の排出をゼロに近づけることができる。周知のように現在の燃料は、中東から海路で輸送されており、CO₂排出の大きな原因の1つになっているのである。

バイオ燃料の普及には、コストや製造方法など技術面、あるいは利害関係などの政治面で障害も多いが、実現することのメリットは計りしれない。行政としても本腰を入れて普及を図ることが求められているといえよう。

（政策研究室 青木 宗明）

「エコ」と「ロストジェネレーション」

自分の話で恐縮なのだが、私は「ロストジェネレーション^{*}」だ。1970～80年代初頭に生まれ、大人としてバブル景気を体感することなく、不景気の中で育ち、超氷河期と呼ばれる就職難で実際にその苦しみを味わった世代。正規雇用者が少なく不安定な社会環境に置かれている人が多い一方で、既存の枠組みにとらわれない成功者も生まれている世代だと言われる。政策的には、よく再チャレンジなどという言葉と共に語られ、ケアが必要な特別な世代として、格差社会の象徴として語られている。世代のせいにはしたくないが、秋葉原の通り魔事件の容疑者もロストジェネレーションの最後だといえる。世間からの評価も低い、自分自身や周りを取り巻く世の中に自信を持ちにくい世代なのだ。

しかし、本当にロストジェネレーションはロストした(失った)だけの世代なのだろうか。私はそうは思わない。実は、ロストジェネレーションとても「エコ」な世代ではないだろうか？エコであるということは、小さなサイクルの中で生活の質をいかに追求できるかと言うことだ。これは非常にロストジェネレーション的だと思う。環境問題だけではない。成熟しきった日本の中では我慢強さと小ささ・質への志向を持ったロストジェネレーションの考え方が必要とされているのではないだろうか。

という訳で、結局何が言いたかったかといいますと、今こそ私たちの出番かもしれません（笑）ロストジェネレーションな若手職員の皆さま、頑張ってください！そして、ロストジェネレーションが隠し持っている力を引き出す政策を。

^{*} 朝日新聞が70年代～80年代初頭に生まれた世代を差して使った言葉。

（政策研究室 天笠 邦一）

Esse est percipi（存在することは知覚されること）

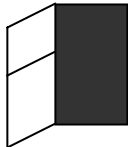
表題は18世紀の英国人哲学者ジョージ・パークリーの言葉である。裏を返せば「知覚されていないものは存在していない（に等しい）」ということである。

何を言いたいかといえば「藤沢」という存在のことである。「江の島（江ノ島）」や「湘南」といえば日本人は大抵知っている。メディアのおかげである。しかし「藤沢」あるいは「藤沢市」という実体は正直あまり知られていない（テレビで江の島が取り上げられる時は、大抵の場合、隣の鎌倉とセットだ）。私の妻が同僚研究者や友人達に夫の勤め先を説明したら「どこそこ？」と言われたそうである。私自身も（自治体関係者ですら）初対面の人によく「どこですかそこ？」と言われる。

「藤沢」を知っていたとしても「どんな街かご存じですか？」と訊いて相手が答えに窮するケースが大半である。残念ながらこれについては本市市民や職員ですら同様であることもある。

知ってもらうには知ってもらうためのきっかけが必要だ。例えば宇都宮市。今では宇都宮といえば餃子を連想する人が9割、来訪者の6割が餃子目的だそうであるが、平成2年に「餃子の街」で街おこしをする前は目立った観光資源もなく（正確には知覚されておらず）、街自体の認知度も低かったという。職員研修で餃子の消費量が日本一である事実や、その歴史的背景が発掘されるまで、餃子は（宇都宮市民には路傍の石の如く当たり前にあっただけ）名物と知覚されていなかったというから大きな変わりようだ。その余勢をかって今やジャズの街（渡辺貞夫氏は同地出身）・カクテルの街などといったさまざまな売り込みで、北関東随一の文化都市への転換を目指している。

もしかしたら（宇都宮の餃子のように）藤沢にも知覚されざる有用な地域資源があるかもしれない。財布の中身と相談しながら、よなよな探訪の日々を続けている。（政策研究室 稲田 俊）



研究室からの風

「うるさい『親父』！」

“地産地消”“エコ”、研究室同僚のように、恥ずかしながら私にはなかなか難しいこと・論理的なことは書けないので、環境への取り組みについて紹介したい。

今年7月7日～9日に開催される北海道洞爺湖サミットへ向けた取り組みの一環として、環境省では6月21日（夏至）から7月7日までを「二酸化炭素削減／ライトダウンキャンペーン」期間として様々な取り組みを実施する。特に21日と7月7日の午後8時から10時までの2時間、ライトアップや電飾看板、個人宅照明などを一斉に消灯することを呼びかけている。今年は、過去最高の6万5000施設が参加を表明しているようである（新聞記事より）。

我が家では、家族の後を追いつつ絶えず消灯に勤しんでいるが、“うるさい親父”と常日頃から煙たがられている存在となっている。家族の冷たい扱いにもめげず、“継続は力なり”をモットーに“うるさい親父”を続け、6万5001番目として、我が家も6月21日と7月7日の一斉消灯に参加していきたい。職員の皆さんも“うるさい親父”“うるさい母親”を演じてみてはどうだろうか！！

（政策研究室 福岡 浩一）

■ 書籍紹介

山本 謙治(2008)『日本の「食」は安すぎる～「無添加」で「日持ちする弁当」はありえない～』
講談社（講談社+α新書）840円

今号のニュースレターは地産地消・エコ特集となったわけだが、そもそも地産地消を単なる「観光の目玉としての地域資源」として捉えるだけでは、事の本質から大きく逸脱する虞がある（今号でも青木教授や其田研究員がそのことを指摘しておられるが）。そこで、あえて日本の食と農の現状に一石を投じる本を諸姉諸兄にご紹介させていただければ、とスペースを設けてもらうこととした。

著者の山本氏は本市にある慶應義塾湘南藤沢キャンパスで学んだ。氏が学生時代に取り組んだのが「農」である。地元の農家から畑を借り、農業サークルを立ち上げ、農業情報システムの研究で学位を取った。そんな氏の本業は農産物流通コンサルタントである。「余芸」である食べ歩きブログや週刊誌のコラムが有名な氏であるが、今回ご紹介する本は本業の立場から食の問題を指摘したものである。



いま、食料品が短期的に恐ろしい勢いで高騰したり不足したりしている。本書が発行されたのは3月だが、既に部分的に現状と相違する部分（「日本の牛乳は安すぎる」の項）すらでてきている。しかし「消費（者）の構造を見直そう」という本書の問題提起は、むしろ際だってきているものといえる。

そう、これらの現象の原因は、単に市場の問題や、国の食糧政策の迷走だけに留まらないのである。本書は近年相次いだ食品偽装事件から書き起こされている。巷間の「消費者が被害者だ」という論理は一面では正しい。しかし同時に「安さ」を長年「絶対的正義」として求めてきたのもまた消費者と、その求めに応じて生産者に要求する流通事業者なのである。消費の向こう側にある、生産者（労働と生産物への対価、そして生産者の生活）の存在に目を向ければ、果たして「究極の」安さの追求が正しい論理であろうか？ というのが、本書のテーマである。「適正な」対価とは何か？ 生産者だけがコンプライアンスの主体なのだろうか？ それらの実現に必要な消費者の役割は何か？ 生産・流通・消費の各主体の「対立的」共犯関係（矛盾した要求を実現しなければならない）ことこそが、近年起こっている「食」にまつわる問題の原因ではなからうか？ というのを、数々の事例を挙げて指摘している。

もう一つ本書で訴えているのは、コンプライアンスの実現のためには、消費者側も『「もう一步」踏み込んだ消費、そして生産の在り方』が必要であること、平たく言えば、正当かつ健全な市場を維持するために、両者の積極的なつながりを取り戻す必要がある、ということである。例えば消費者が求める「安さ」や「見栄え」を生むものはなんなのか、といったことは、生産者と繋がらなければ見えてこない。そのつながりを実現し、かつホンモノを創り出すための手段が「地産地消」なのである。

適正かつ適切な価格や生産・流通の在り方を創り出すのは、現在の日本の市場システムの状況では明らかに消費者の側にある。だからこそ、消費者も単なる「国産・有機・無農薬・無添加」信仰から一歩踏み出して考えていくことで、本当に身体にも環境にもやさしい食の在り方が再生される。著者はそのことを、生産から流通・消費まで関わり続けてきた現地現場でみた現実をもって、（氏の食べ歩きブログと同じく）熱く語っている。（政策研究室 稲田 俊）

藤沢市政策研究室
ニュースレター
Vol. 31 / 2008年6月発行

編集・発行 : 経営企画課 政策研究室（本館2階）
TEL : (内線) 2173 (直通) 0466-50-3517
E-mail : research@city.fujisawa.kanagawa.jp

藤沢市政策研究室ニュースレターは、地方自治に関する最新の情報や政策動向を伝えるため、職員向けに毎月発行しています。掲載した内容は、研究員の個人的な見解です。