

# 人間の経済

Ningen no keizai.

69

## 目次

「環境保護ともう一つの経済システム」  
乾 淑子 2003年3月15日刊行

## 環境保護ともう一つの経済システム

Environmental Action and Alternative Economy

北海道東海大学教育開発研究センター

Hokkaido Tokai University

Reserch Institute for Higher Education Programs

乾 淑子

Yoshiko Inui

### 1. 序

1992年のブラジルサミットと、1997年の地球温暖化防止京都会議（COP3）は、最近の日本における環境保護運動の二つのピークを作ったものであった。しかし、当時の高揚を過ぎるとその実施のための細則が次々と骨抜きにされてゆき、米国とそれにいと容易く追従する日本政府を中心とする骨抜き推進派と、あくまでも議定書の内容を遵守しようとする欧州派と、それらに翻弄されまいとする発展途上国群との三つ巴がくり返され、結局のところ実効性のある行動がどの程度進行したかは非常にあいまいである。

つまり、この200年というものを牛耳って来た近代国家というシステムが、音頭を取る形での積極的な環境保護政策というのは不可能なのではないだろうかという疑念が、確信へと変化してきたのがこの10年間であるとも言えるのである。

米国などが環境保護政策をすすめないのは経済的な理由による。つまり、これまでの通りに環境への負荷などについては全く無頓着に生産活動を続けることによる経済的な利益を手放したくないといういとも単純な理由である。

それに対して欧州などの国家群が環境保護政策を採用しようというのは、例え短い視点での現在において多少の不利益を生じたとしても、不可逆的に環境を破壊することから近い将来に得るだろう不利益を考慮すれば当然なすべき対策だからである。

発展途上国の側がそれらの対策に対してあまり積極的になれないのは、これまで破壊を伴う経済活動による利益を十分に享受してきた先進国のつけを現時点において同等に支払うのは不平等であるという主張により、また環境対策のための技術に高額なものも多く、それを導入することによる負担増加、国際競争力の低下による工業化の遅れをおそれることである。

このように国際協定という形での環境保護政策をとるか否かを討議し続ける間に、北極の氷山や大陸地域の氷河が溶けはじめ、すでに海面上昇による海岸の後退が著しい地域があらわれてしまった。日本でも毎年のように気象異常が言われ、少なくとも都市部においてはヒートアイランド現象は無視しえないものとして早急な対策が求められる状況である。

つまり、国と国とが互いの利害を求めて、対策による経済的な負荷を押し付けあっている現状に対して、政府の方針を糺すというような運動をしても意味がない、間に合わないと思う市民が登場しても不思議ではない。そのようなことに自分の時間を使うよりも今、どんなことでも自身でできる環境対策を押し進める方が賢明であるというのがそのような立場である。

包装容器をなるべく使わないように袋などを持ち歩き、新聞、雑誌などの回収にまめに協力し、服をリサイクルマーケットで購入し、冷暖房を節約し、車よりも自転車を愛用するという生活を選択する市民達である。そのように、できることから始めた市民が気付くことの一つは、やはり環境対策にとってのかたきは金であるということである。経済的であると言うただそれだけの理由からどれほどの資源の無駄が平気でみすごされているのか。

壊れた家電製品を修理するよりも新しいものを購入する方が安いとか、着古した衣服を手入れするより、安売りの外国産のシャツやズボンを買う方が安いとか、当面の自分の懐具合を見れば、資源を無駄にすることが安上がりの生活であるという局面にしばしば遭遇する。1960年代の初頭までは日本でも確かに健在であった節約という美德は今や二つの方向に引き裂かれてしまった。

つまり、修理や手入れをまめにして資源を節約することはお金もかかる場合があり、手間ひまは当然のごとく非常にかかる贅沢な節約である。一方、資源などは気にせずにお財布の都合だけを考えて安物を消費し続けるのは時間とお金とを使わない簡単な節約なのである。

このような時代状況の中であくまでも自分一人、または家族単位では環境保護や資源の節約に励もうというのはかなりのストレスをも抱え込みかねない決断でもある。その状況を形成した世界のシステムを見渡せば、いやでも目につくのが、貿易という行為が非常に不公正なものとなってしまった、現在のグローバル経済という仕組みである。

そもそもすべてのものには値段はない。物質を構成する分子はただそこにあったのである。それを地面の下から掘り起こしたり、植物を収穫したり、それらを運搬したりという人間の労働にたいして支払われる金銭の合計が値段というものとして現われ、それに合意を形成して、交換、売買、貿易などという行為が生じる。その時、需要と供給とのバランスによって価格を変化させながら、ものが流れていく。

前近代においては非常な困難を伴って運搬されたり、希少なものなどが高価であり、それはごく一部の階層の者にしか購入が望めない贅沢品であった。遠距離を運ぶということはそれだけですでに高価なものについたのである。ところが近代という時代は遠くから運ばれる品々を、広く大衆のものとして消費することを可能としたのである。その経緯を歴史的に概観してみよう。

## 2. 大量消費の時代

アラブの知識が盛んに流入したイタリアにおいてルネッサンスが花開き、科学的な観察、思考を蓄積するようになった結果として、ヨーロッパに生じた自然科学の体系からイギリスにおいて産業革命が起こった。これは一般に言われるような単なる工業革命ではなく、農業革命との両輪による産業革命なのであるが、それにより、人口爆発、通信交通網の整備、流通革命、都市化などが陸続と立ち上がる。

産業革命を推進した蒸気機関が果たした成果はまず、蒸気機関車による鉄道網をイギリス全土にはり巡らしたことであった。これにより、鉄鋼産地と石炭産地を結び鉄工業を発達させた。また、羊毛を運び、ウールの生産を伸ばした。農業生産物を農地から都会に運び、都市化を助けた。輸入した農産物による砂糖、ビスケットなどの加工品産業を育てた。インド産の綿花、綿糸などを工場に運び綿布の生産も飛躍的に伸ばした。

そして蒸気船の発達で、大量のアフリカやアジアからの原材料の輸入、加工品の輸出が可能にした。更に蒸気船は大西洋を越え、アメリカの人口を増やし、そこを新たな市場としてイギリスの工業の発展を支えた。

繊維産業においては蒸気機関が人の手の何十倍もの速度で糸を紡ぎ、織った。しかし、これらの製品はあまりにも大量に生産されたのであるから、市場がなければ持ち腐れるのであり、大量生産ができたから大量消費が可能になったという単純な方向性で語ることはできない。大量消費が可能であるような舞台が用意されていたから大量生産にふみきることができたのである。

今世紀アメリカが達成した様々な成果の一つは大量消費を一般市民、庶民のものとしたということである。もちろん、大量生産、大量消費の始まりはイギリスの産業革命に求めるべきであるが、19世紀のイギリスにおける大量生産と消費は一部の商品、一部の人々の間で享受されたものであって、その庶民層への質量ともとの拡大はやはり今世紀のアメリカにおいてやっと実現した。その理由の一端は、階層による生活様式の峻別が歴然としたヨーロッパより、階層分化が存在するにしても、それは最近形成されたものであり、いつでも覆りうるということを誰でもが知っているアメリカにおける方が、大胆な消費行動の変化を起こしやすい市場であったことである。

もちろん、そのためのインフラは着々と準備されており、例えば1865年時点でのアメリカの鉄道網の総延長は5万6千キロメートルであったが、1910年には42万8千キロメートルに達した。

1879年の郵便法により雑誌、新聞などの定期刊行物の郵送が安価になり、1886年の輪転機の発明が印刷速度を早め、その頃イラスト印刷も簡便になり、宣伝による購買欲の喚起、通信販売網の設立が行われる。

宣伝媒体としての雑誌は宣伝料を徴集することで一冊当たりの価格を下げ、19世紀末のアメリカでは25～35セントが一般的であったのに、12.5セント、10セントと価格競争を展開しうるようになり、同時にその販売量は「マクルアズ」は1万部以下から

2年で25万部、「コズモポリタン」は1万6千部から5年で40万部に増やした。(註1)

その時代になると、消費 (consume) という言葉自体が本来持っていた破壊、浪費、枯渇させるという否定的なイメージが後退し、肯定的な意味を帯びるようになった。(註2) 日本で「消費は美德」という言葉が喧伝されること60年前にアメリカではすでに所与のことだったのである。

大量消費はまた、大規模小売店による大量販売によってより強化される。個人商店のような店主や従業員との言葉によるやり取りや品物の吟味は大量のものを動かすのに相応しくない。まず、人件費がかかりすぎるし、吟味する時間とそこでの会話が購買欲を満たしてしまうおそれがある。購買欲は一種、食欲に似ていないだろうか。必要不可欠なカロリー摂取の目的以外にもただ美味しそうというだけで、お腹一杯でも人はものを食べる。同じように必要なものはすでに家にあっても珍しいとか、綺麗とかの理由で人は新しいものを買ってしまう。痩せたい人はゆっくりと噛んでものを食べなさいというように、不要なものを買込みたくない人はゆっくりと品物を吟味してものを買いなさいと言えるかもしれない。

それでも大量生産された加工食品などを販売するのはアメリカでも意外に困難なことであったようだ。「1900年になっても(中略)包装された商品は、色や匂いが確認できず、試食もできないから不安を引き起こす。1912年、純良食品薬品法成立の6年後になっても(中略)業者はその安全性や品質がバラ売りの食品よりも優れていることを教え込む必要があった。」(註3) 工場生産の包装された食料品などをデパートやスーパーで当たり前にも買わせることで、ブランドを確立するのはアメリカでも1930年まで待たねばならなかった。

しかし、何にせよ個人的な会話などの入り込む余地のないスーパーでの単一価格、セルフサービスが当然になった1930年までの10年間に、アメリカの家庭の自家用車の所有率は約33%から77%まで2倍に上昇した。(註4) その後の大不況の影響で一旦は消費も低迷し、必需品に数えられるようになった生活用品が再び贅沢品に逆戻りするなどの時期もあった。それでも、消費を楽しみ、消費のあり方にアイデンティティを感じる生活様式はすっかり定着し、その後長い間変化せず現在にいたる。

そしてそのような消費至上的な気分こそが、今世界を席巻するアメリカ的な生活様式の最も根幹をなす部分である。購入する能力で上流、中流などの階層を分け、持っている消費材の価格帯でその人物の社会的な立場を判断する。更にその持ち物の細かい趣味で、主義主張までをおおよそ推測するのが20世紀的な暮らしである。だから19世紀のように趣味を問題とするのは中流以上の悩みではなく、大衆すらもが、自分の持ち物によるレッテル付けを恐れ、または期待して、購入をくり返さざるをえない。

だから、いかにして大衆に大量に買わせるか、これが現代の企業家一般の思念であろう。そのためには大衆の手の届く価格設定で、満足される品質のものを供給することが不可欠である。通常のコストダウンはすでに工夫し尽され、最も効果的なのが、人件費が安い途

上国での原材料の調達と製造である。

### 3. 外貨為替と人件費の魔術

普通の通貨はそれぞれが発行された国家の範囲内でのみ通用するものである。そして、国境を越えて取り引きをする時には、それぞれの通貨の交換レートによる換算が行われる。例えば1ドルが100円であるとか、1ユーロが120円であるとかであるが、現在ではそのレートは時々刻々と変化し、その時間差による価格差を利用して通貨を売買して利益をうるといのがごく当たり前の投機となっている。

そのこと自体が与える世界経済への影響を問題とするのが常であるが、その前にその前提となるそれぞれの通貨同志の交換レートはどのようにして決まるのだろうか。それはそれぞれの国家の経済への信頼であると一般的にはいう。だから政変は通貨の暴落を引き起こす最もよくある原因なのである。政府が発行する通貨なのだから、その政府が入れ代われれば通貨への信頼が揺らぐのは当然である。

しかし、実際には通貨同志の交換レートはそのような事情ばかりで決まるのではない。例えば江戸幕府が開国を迫られ、欧米諸国と取り決めた金貨と銀貨との交換レートが著しく不利であったことに気付き、訂正を迫ってもいれられず、結局日本の金は吸い上げられるだけ吸い上げられたのは良く知る歴史的事実である。

鎖国をしていた日本政府の国際的な経済状況への無知に付け込んだアメリカを始めとする国々の仕組んだ罠にすっぽりとはまっていたことであった。同じようなことを今、先進国はアジア、アフリカ、中南米の国々に対して行っていると言えよう。レートを操作し、安く買い叩くのが、途上国貿易の常であり、そのおかげで私達の消費生活が成り立っている。

産業革命のそもそものが、中国へアヘンを押し付けた利益で茶、絹、銀をもとめ、その一部をインドに持ち込んで綿を買い、その綿の原材料を加工した綿布をインドを始めとする世界に売り込んだものである。そのために原産地であるインド国内での加工、製造を禁止してまで自国内の工業を育て、貿易収入を得ようとしたのがイギリス植民地主義であった。

だから、マハトマガンジーの非暴力抵抗運動は自分で綿糸を紡ぎ、布を織ることを貫徹した。最小限許された自給用の綿糸、綿布の製作を全ての国民が実行して、イギリスからの綿布の輸入を止めようというのが彼の主張であり、実行可能な運動だった。ガンジー翁が自宅で人と会う時には必ず糸を紡ぎながらの会話であったのは単なるデモンストレーションではなく、そのような細かな積み重ねこそが世界を動かしようという信念を形にしたものである。また輸入塩を押し付けて来る植民地宗主国イギリスへの抵抗は、海辺に出かけて自分で海水から塩を採取するという行動で示された。

近代以降の貿易には常に国家規模での不正が前提とされていたというのは言い過ぎでもないだろう。

それが現代に至ると、より大きな輸送力を背景として、貿易の自由化を合い言葉に、原

材料の収奪、粗悪な加工品の押し付けが目を覆うばかりの規模で実行されている。そして途上国から加工品が輸出されている場合には、その国での人件費の安さに目をつけた先進国の資本が全てをお膳立てした工場を建設し、輸出先予定国での販売網すら確保したうえで生産であることが多く、途上国で生産されているといっても、技術も移転されなければ、収益も資本家に持ち去られることがほとんどである。

つまり、政治形体は独立国家であると言っても経済の実体は植民地であった頃と何の変化もなく、むしろ農業技術や工業の形体が多様化した分だけ、より巧妙な搾取が可能となっているというのが実体である。

更にひどいことには、植民地的な経営が大規模化するにつれて、途上国での自給自足的であった生産と経済が崩壊し、先進国の市場価格にあわせた経済動向の影響をもらって貧困の度合いが増し、モノカルチャー的な栽培が土地を劣化させ、環境破壊が進行した。環境破壊は、決して局地的に止まるものではない。時間差こそあれ、地球上をめぐる大気と海水の流れによって地上のあらゆる地域に波及して行く。

このような途上国での人権侵害、環境破壊、経済システムの破壊という不正への怒り、やがて自分達の身にもふりかかるであろう環境破壊の影響への恐れなどがからまりあって、先進国の市民達が始めたのがオルタートレードというもう一つの貿易システムである。これは通常の貿易のように買い叩くのではなく、適正な価格を支払って途上国の産品を購入するもので人道的な援助団体が主体となって運営する会社組織や NGO が仕入れから販売までを行っている。

#### 4. オルタートレード

欧米の援助団体、環境保護団体の多くがオルタートレードの部門を有しており、例えばオックスファム、WWF などのように国内の主要な都市には必ず直営店を持つほどに大きな規模で実施している。これらの援助団体の店舗は皆似た様相を呈しており、アフリカ、南米などの途上国で生産されたチョコレート、茶、砂糖などの食料品と、エプロン、テーブルクロス、袋物などの布製品、便せん、カード、置き物などの手工芸品を扱うオルタートレードのコーナーと、自国内から集めた古着、古い日用雑貨品などのリサイクルコーナーとが設けられている。

オルタートレード部門は、途上国での製品開発をまず手掛ける。現在の途上国の技術で製造可能で、原材料の入手が容易なものを、先進国に持って行って受け入れられるようなデザインで作る。だから多くが上記のような品揃えになる。そして販売はリサイクルショップを兼ねた直営店、学校、教会などでのバザーへの出店、サポート会員への通信販売などを通じて行う。

リサイクル部門の仕入れのほとんどは会員や一般市民からの寄贈であり、特に仕入れには予算も手間もかけないのが普通である。ここでリサイクル品を購入するのも会員に限ら

ず、ごく普通の市民たちである。

日本の援助団体の多くもこのようなオルタートレード部門を持つ。例えば、曹洞宗ボランティアではタイ、ラオス、カンボジアの布製品を中心とした品揃えである。シャブラニールはバングラディッシュとネパールの布、紙製品が多い。それぞれに援助活動を実施する国での製品であり、また、そのような製品の製作を通じた技能修得・自立援助の結果としての製品の販売でもある。

これらの製品の多くが女性の手になる製品であることも注目に値する。つまり、貧しい地域の貧しい家庭のなかで最も貧しいのは女性である。識字のチャンスも与えられず、女性の就労には難色を示す社会である場合もある。わずかながらの金銭のほとんどは家族の中の男性に握られており、彼等の一時的な慰安に消費されてしまうことすらある。女性が経済力を身につけることで子供たちの就学の可能性も拡大し、小児死亡率の低下も計られるのである。

日本と欧米の援助団体や環境保護団体との違いの一つは日本の団体には直営店を持つほどの経済力はとぼしく、ほとんどが通信販売と学校でのバザーなどを通じての販売であるという点であろう。

また、曹洞宗ボランティアやシャブラニールのような大きな団体ではないところでは自前で開発した製品はほとんどないが、欧米や日本の大きな団体の関連商品などをやはり自分達の会員組織の中で販売している。これは資金源としても有用であるが、のみならず、製品を通じた文化理解にも役立つことで、会員にも喜ばれている。

このようなオルタートレードの流れの中から独自の路線に挑戦し、成功したのが、援助団体ネグロスキャンペーンから生まれた株式会社「オルタートレードジャパン」(以下ではATJと略する)であった。

それまでのオルタートレードの製品はすべて腐らないものである。それは大きな販売網を持たない市民団体の手掛ける商品としては当然の選択である。ところがネグロスキャンペーンはフィリピンから砂糖とバナナを輸入する目的のためにオルタートレードジャパンという会社を立ち上げたのである。

フィリピンのネグロス島は植民地時代から続く砂糖のプランテーションのみで生計を立てることを余儀無くされてきた島である。ほとんどの島民がプランテーションで働き、その給与で主食である米を購入する。自給用の田圃すら持たない農園労働者であり、固定的な耕作地を持たず、小作農ですらない。しかも、プランテーションでの作業は短い期間のみの非常に集約した単純作業のくり返しであり、農業技術を修得する機会すらない農奴的な生活である。

そのような暮らしの中で1986年の砂糖価格の暴落の影響下での給与の削減を受け、島民を飢餓が襲い、大量の餓死が現実のものとなった。これに対して立ち上がった援助団体の一つであるネグロスキャンペーンは当初の緊急援助の後で、ネグロス島民自身の自立援助プログラムを考案した。それが砂糖とバナナの日本への輸入である。砂糖はもともと



この地域で自生するサトウキビを伝統的な技術で絞り、加工し、ミネラルの豊かな状態で日本の消費者に届けるもので、これは腐りもしないし、従来のオルタートレイド的な手法で比較的容易に達成できる貿易であった。

しかし、砂糖以外の産品を求めた結果、島に自生するもう一つの産品であったバナナの輸入を試みたのは非常に大きな冒険である。当時でも現在でも日本に輸入されるバナナのほとんどは国際的な巨大アグリビジネスの支配するルートを通じてのものである。生産の始めから輸出の最後までが完全に規格化されており、農薬、防腐剤などの使用が非常に多い輸入食品である。それはバナナのような生鮮食品の輸入に際しては仕方のないリスクとして消費者は当然受け入れるものとされてきた結果でもあった。

しかし、ネグロスキャンペーンのメンバーはそれを潔しとせず、無農薬の自生バナナを日本に輸入しようとしたのである。その間の顛末については文末の参考文献に当てはしがい、とにかく、彼等はこれに成功し、現在では最大で年間2000トンのバナナがネグロスから日本に輸出されている。これを購入するのは生協を中心とする協同購入グループがほとんどであり、多少は一般の自然食品店などにも置かれる。

この試みは一にネグロスの援助のためであったが、更に日本の消費者に無農薬のバナナを届けることを可能にしたのである。私事に亘るが、私もこの10年以上、子供達にはできるだけネグロスのバナナを食べさせてきた。現在の日本で無農薬のバナナを入手できるのは、ごく一時期にわずかに出回る沖縄のバナナ以外は、このATJを通じたバナナだけである。

更に私事に亘ることを許していただければ、講義の際にこのバナナを学生に試食してもらうことがある。その時分るのはこのバナナはとても美味しいという学生と違いが分らないという学生とがはっきりと分かれることである。厳密に調査したわけではないのだが、その違いは幼い頃から外食や加工食品が多かった生活と、通常の家料理で育ったかの違いであるようだ。子供たちの味蕾を守るためにもATJの活動は非常に偉大な挑戦であり、成果を残しているのである。

## 5. ネグロスキャンペーンとしての民衆交易の限界

サトウキビプランテーション労働者として農奴的生活を強いられてきたネグロス島民を襲った飢餓への緊急援助として始まったのがネグロスキャンペーンであり、そのスタッフたちが、島民の自立を目的とした砂糖とバナナの輸出に挑戦し、成功したのがオルタートレイドジャパン(ATJ)である。そのネグロスバナナの代金には1キロ当たり20円の自立援助金が含まれ、それはバナナ採集農家の手に渡るのではなく、地域での小中学校建設、公共施設の設置や高校進学資金などに使われた。当初の目標であった一日3回の食事、1年に3枚の衣服、小中学校への進学はほぼ達成され、村は非常にうるおった。村びと達はバナナの木を植え、収穫することに情熱を燃やすようになった。

そうして、余りに密植した結果、病害が大発生し、収穫できなくなってしまったのである。土地の栄養分の収奪という意味ではプランテーション経営者と同じような認識しか持っていなかったことを反省し、ATJは1995年に堆肥センターを設立する。

「まず第一に私たちは『農民としての自立』の意味を『経済的自立』のみに矮小化してしまい、その前提となる『農民としての自給』をおざなりにしていた。その結果、収入向上が目的となってしまい、自給と循環を基礎とする『長続きする農業』への取り組みが二の次になっていた。」(註5) ことを真摯に直視した。つまり、現金収入の手段としてはサトウキビ農園より高額を支払ったし、日本の民衆も安全な食品を手に入れた。しかし、ネグロスの土地の豊かさを日本に持ってきた結果として心ならずも村の環境破壊を進めてしまったことに気付いたのである。

その後、PAP21(People's Agricultural Plan 21 from Negros) を制定し、バランゴン生産者協会(BGA)はオルタナティブ農業計画により、バナナからの収入は30%に止め、基本作物(コメ、トウモロコシ)から50%、ブタ、ヤギなどの家畜から20%の収入を得るという多角経営を方針とした。堆肥化センターを運営し、地力を回復することから始め、島内での食料自給と物質循環を目指す方向に転換したのである。

しかし、まだATJの堀田正彦氏はこれを手放して喜んではない。「生産者がいくら利益を得てもそのお金は(中略)『北』から『南』へ売られた消費材を買うために使われてしまう」(日本の)顧客である生協の組合員はほとんどが家庭の主婦で(中略)心の底から善意で生協活動を担い、一般市場より高い値段を払ってでもフィリピンの生産者を支えようと心しても、マクロレベルでは、結局日本経済を振興しているだけなのではないか、それがオルタナティブ貿易の限界」(註6)だからである。

「多国籍企業の戦略において、国際分業の末端で企業に確実に利益をあたえる役割を遂行するように期待され」ている(註7)システムの中から抜け出すことが必要である。そのために「多重の交換システムの層」をつくり出す。つまり「地域単位、すこし広い地域単位、国家単位、国際単位」一つの層は人々の自立と自衛のためにある。一つの層はペソやドルや円と交換し、同時に、外の人々に自分達の地域の事情を教え、それに敬意をはらうようながすためにある(註8)という地域通貨の世界に活路を見い出そうとしている。

例えば、メキシコ・シティを中心に流通している「トラロック」という通貨でメキシコ市の北にあるワナファト地域の蜂蜜を買うことができる。ここでは「蜂蜜はまずその地域の人々自身が消費するために生産する、そして余ったものを外国に売りたい」「新しくつくりつつある市場を守るには、その地域市場独自の『象徴』が必要」である。(註9) 地域の外に決して流れて行かないお金である「象徴」を用いることで徒に現金を求める必要もなく、地域内の循環を増やすという道での生活の豊かさを求めるシステムである。

社会の基層部にある自給的農業、物々交換、地域内での消費のための生産からなる「日常生活」と、その上にある都市と交易のレベルである「市場」、更にその上にあるあらゆる交易のネットワークである「資本主義」。この3層の一番上にある資本主義を支えるために

すべての経済活動が呑み込まれている現在の世界を覆うシステムから抜け出て、もっと豊かな本来のお金を取り戻そうと言うのが地域通貨運動である。

地域の中で生きるということの豊かさはつまり、人としてのかけがえのなさを地域全体が承認しているということである。フィリピンの若者が日本に来て気付いたというエピソードがある。「日本人というのは豊かだから(中略)タクシーを呼んで病院に行っちゃって、自分で治療して帰ってきちゃう。(中略)病気になっても、地域の出来事にはならない。それはその人の問題であり、家族の問題でしかない。ところが、もしネグロスの村でだれかが病気になったとする。だれが彼を運んで行くか考えなければいけない。行ったら行ったで、だれが薬を買う金を集めるか考えなければいけない。(中略)個人がだれか病気になるということはコミュニティ全体の問題に直接つながっていく」

(註10)

まったく同じことをフランスで増えている、都市部から小さい村に移住する人々から聞くという。「自分が突然、心臓麻痺を起こして死んでしまっても、パリ市からみればどうでもいいこと」「ところが人口100人、200人の村に来ると、やはり一人一人が頑張っているからこそこの地域が成り立っているというのがはっきり見えていて、そういう暮らし方をしたかった」という。(註11)

フランスには約3万6千の市町村があり(日本は3千3百)その自治体の運営は無給の村長、村議会議員と、各部門やプロジェクト毎のNPOとで行っているので、村びと達の村の政治への関与が非常に深く、特に年金生活者の多くがいくつかのNPOのスタッフとして、さまざまな現場を取り仕切っているという。だから、まさに一人一人が頑張ってるその地域であり、地域にとってかけがえのない一人一人なのである。

人を交換可能なパーツの一つとしてしまう市場経済へのアンチとしての地域内循環の必要がここにある。

## 6. 食の安全と地域通貨

このように地域の自立、または地域内循環の必要を言う理由にはもう一つ大きなものがある。それは安全な食料への希求である。遠距離を運ぶことのエネルギーの無駄は当然のこととして、遠くから運ぶ場合には余計に多くの農薬が投与されるのが通常である。地域内循環の方が環境への負荷は低く、食の安全性も高いのである。巨大アグリビジネスの運ぶバナナの場合も栽培段階でも農薬を投与しているのは事実であるが、出荷に際して房の付け根の傷みややすさを防ぐためのポストハーベストが非常に大きな問題であるとされる。

また、欧米や日本では無農薬、低農薬の食材や無添加の加工食品の流通に地域通貨を使用するグループが多い。これにはさまざまな理由が考えられるが、まず、人としての志向性の問題であろう。

圧倒的に独占的で巨大な産業によって製造された食品には、そもそもの発生から添加材が多い。まず、大量に販売し、そのブランドを保守するためには品質を均一にする必要がある。そもそも栽培の時期、場所、条件によって差異が生じるのが生き物としての食材の必然であるのに、それを用いた製品に均一性を求めることの矛盾がある。そのためには本来の味を覆い隠すための添加材が用いられ、砂糖、グルタミン酸ソーダなどが効果的であることが知られる。大量に販売するためには当然長期の運搬、貯蔵などに耐える保存性が不可欠であり、そのための防腐剤なども必要となる。更に膨張剤、発色材など数えきれないさまざまな物質が用いられるのが大量製造品である。それらのアグリビジネスの成果としての食品を購入することは食に安全性を求める人々にとっては好ましいことではない。

こうして得られたアグリビジネスの収益は巨大な資本主義の一端を担うものであるから、食や環境に配慮する人々は構造的にもオルタナティブな経済システムを支持するのである。

そして安全な食材を生産する人々は、顔の見える関係での取り引きによって、自らの製品を提供したいという欲求がある。無農薬で作るということは手間のかかることである。手間、つまり時間とは、単なる時給いくらかという金銭にのみ換算されるものではない。時間とは愛の別名でもある。「手間暇かけた」とは「手塩にかけた」とも言い、愛情を注いだという謂いでもある。そのような製品はぜひ、それなりの信頼関係のある相手に提供したいと考えても不思議ではない。

そのような食品を購入したい消費者にとってはより切実な理由がある。一般の市場で購入できる無農薬とか、有機栽培、無添加という表示の信頼性がどこまでのものかが分らない。高い値段を設定するためにそのように表示するだけだというような言説もあながち嘘でもなさそうだと事件を見聞きする。厚生省の基準なども混入や添加が5%以下は表示義務がないなどという特例、抜け道が非常に多い。特に最近のように大手の食品会社の不祥事が頻発するようになると疑念はエスカレートする。

アメリカでもやっと1930年頃に確立したと言われる食品メーカーのブランドへの信頼を崩したのは食品メーカー自身の杜撰で不誠実な製造、流通への姿勢だった。誰の口に入るか分からないものについては、まず利益優先であって、安全、衛生などは二の次にするということが明らかになってしまったのである。もちろんすでに確立している加工食品産業、巨大アグリビジネスに頼った現在の食のあり方が一挙に変化することはありえない。しかし安全性について神経質だと言われた一部の消費者のみならず、あらゆる市民が現代の食についてのマイナスの情報の中に一時、放り込まれたことは事実として、影響を与え続けるであろう。

安全な食材の流通経路が確立していない点も地域通貨が導入される一因である。日本の農業生産物のほとんどは農協を通じて市場に出荷される。そのために農協の規格にあわないものは小さなルートでの販売に頼る他にない。いわゆる協同購入のグループが日本中に存在し、水俣のみかん、伊豆の塩、アイガモ農法米、トラスト大豆、無農薬有機栽培紅茶などを取り寄せている。そのような流れの中で交換のツールとして現金以外を使用するこ

とでグローバルな市場資本主義への異義を唱えようという立場もある。

そして、安全性に敏感である人々の多くは環境への負荷に配慮するので当然、いわゆる一里四方の内での産物を選択した方がよいとも考える。地域内での循環を促すために、地域内で活動する有機農家を支援するために、地域通貨のグループでの購入は非常に望ましい。

## 7. 地域通貨グループの挑戦

そのような意味で活動するグループの一例として山梨県甲府市の「元気交換市場」をあげることができる。甲府市貢川地区の5つの商業者が集まって、それぞれが「元気」という共通の通貨を発行する。それらの商店を手伝ったり、食材などの原材料を卸したり、というような貢献をした相手に対して1元気（100円相当）単位の支払いを行う。その元気は商店での購入の際に5～20%の割引券として使用できる。これを商店間での取り引きに使用することもできるが、消費者同志の間で互いの交換の際の地域通貨として使用することもできる。

通常の紙幣型の地域通貨の場合はそれを発行する事務局が一つあり、その事務局の信用において、すべてのメンバーに等しく通貨を発行するのであるが、この元気交換市場においては5つの商店の商品が発行の担保となる点が異なる。つまり、金兌換制度の金に当たるのがそれらの商品なのであり、何も担保するものがない現行の国家通貨よりもある意味では保証性が高いともいえるのである。

この5つの商店のなかでも中心的な役割を果たしているパン屋「ドイチェスハウスヴァルト」では更にさまざまな条件で環境保護的な行動を誘う。ヴァルトへの来店に際して徒歩または自転車を利用した場合、包装資材の節約に協力して袋などを持参した場合、店先の花の手入れを手伝った場合、などについて、1～5元気を発行しており、これを「エコひいき」と名付けている。

もちろんヴァルトのパンは減農薬有機栽培の南部小麦、古代製法によるミネラル塩、甲府の地鶏の卵、北海道バター、無農薬無精白の種子島洗糖、自然放牧牛乳、備長炭セラミック水などを使用したサワー発酵のパンである。食の安全に関心の深い人々が選択することの多いパンを作る店であるからこそ、このような取り組みが集客にも役立つのだと言えよう。

また、自然食と有担保という意味では「ヨコハマリーフ」という地域通貨がある。これは無農薬または減農薬有機栽培を行う生産者グループ「あおばの会」と協同購入などを通じてできた主婦を中心とする地域通貨グループ「クラブママーズ」などが乗り入れた地域通貨である。

「クラブママーズ」は一般の地域通貨と同様に会員の間での労力交換や古着や惣菜などの交換にクラ（1クラが100円相当）という通貨を使用している。そしてあおばの会で

生産した野菜や米などを購入する時にはリーフという通貨を利用する。1リーフは1円相当とし、リーフを円で買うことができる。つまり、リーフを使おうが使うまいがあおばの会の農産物を買うことはできるのである。しかし、リーフを入手する方法はもう一つあり、いわゆる援農の対価として1時間あたり1000リーフが支払われる。田植え、草取り、虫取り、稲刈り、芋掘り、収穫物の箱詰めなどの作業に参加して入手したリーフで米や野菜を購入する。

これは消費者が農業者と顔の見える関係を構築しながら食材を購入するというタイプの、協同購入グループにはよくある形の援農に地域通貨を導入したものである。そして横浜、町田市の近隣であるこの地域でも農業後継者難に悩む農家は多く、老人だけで農業を営んでいる場合などに繁忙期の手伝いが確保できるのは有り難い仕組みなのである。また、この手伝いを将来の就農のための研修に当てている例もあり、都市の近郊だからこそできる交流の形でもある。

しかし最近「あおばの会」のメンバーの一部が自分達の農場に「とらたぬ農場」という名称をつけ「とらぬたぬきの皮算用債券」というものを発行し始めた。これは単なる農産物の購入、援農、労働交換を越えて、「都市住民が生産に浸透するための地域通貨」を目指している。

この場合、メンバーの家族が農地ですごした時間に対して、老若男女を問わずに一律の時間券を発行する。それが老人や障害者、乳幼児であって全く労働しなくても、屈強な若者が精一杯働いても、とにかくその農地で何時間すごしたかだけを基準に券が発行される。発行できるのは農地の所有者のみである。収穫の時、その農地からとれた産物の半分が農地の所有者の取り分であり、時間券所有者の取り分は、各人が所持している時間債券を分子としてその農地から発行された総時間券を分母とする割合に従って産物を分配する。天候その他の事情によって産物の多寡は左右されることがある。そのリスクや余剰を消費者も分け持とうと言うシステムである。

この債券のユニークな点は上記の労働の多寡ではなく農地ですごした時間を貢献とみなす点にもある。つまり、地域を作る、地域に所属する人であるということへの評価である。いわゆる有用性のみでなく、一見どのような貢献をしているのか分からなくても存在するというだけで果たす役割というものがあるということを再確認するシステムともいえよう。

## 8. 終わりに

グローバリゼーションと市場の自由化という名目の下、遺伝子組み換え、ターミネータ-技術などが食を侵食しつつある。国家を越えて世界を跳梁する多国籍企業であるアグリビジネスの支配から逃れることは非常に困難である。彼等は政治の世界を支配し、合法的に不法な侵略を続ける。これはまるで平時に一人殺すのは殺人者で、戦場で大勢殺せば英

雄だというのと等しい戦争状態のようなものである。それらの勢力と戦い、自分達の納得できる安全な食材を求めようとして、言論や政治の世界で戦うことも必要ではある。

しかし、実際に一番簡単で確実なのは「遺伝子組み換えでない国産のものを買い、輸入の遺伝子組み換えが混じっているようなものは買わないという姿勢」多国籍企業の手が入る余地のない、地場生産、地場消費を目指すのが解決の道」(註12)である。これはマハトマ・ガンジーが植民地主義と戦ったのと同じ手法である。つまり彼が自分で糸を紡いだように、私たちもできる範囲で農業に参加すればよい。例え、生産に参加できなくても選択と購入を握っているのは私たち自身である。その時に助けになる手段の一つとして、地域通貨を使うこともできる。

1990年代の始めから環境保護の合い言葉として言われてきた「Think Globally, Act locally」を実行にうつす手段の一つとしての地域通貨なのである。

本稿の執筆に際しては、地域通貨グループ「さっぽろからっと」のメンバーの皆様、「元気交換市場」のコーディネーターである浦島ゆうじ氏、あらゆる地域通貨に通暁しておられ、「ヨコハマリーフ」のメンバーでもある森野栄一氏に大変お世話になりました。記して謝意に代えたいと思います。

## 註

- 1) 常松、p18
- 2) イーウェン、p101
- 3) 常松、p24
- 4) 常松、p13
- 5) 堀田、p145
- 6) 武藤、P43
- 7) 武藤、p21
- 8) 武藤、p42
- 9) 武藤、p41
- 10) 堀田、p90
- 11) 内山、p15
- 12) 伊藤、p75

## 参考文献

イーウェン、S&E「欲望と消費-----トレンドはいかにして作られるか」1988年、晶文社

泉留維「地域通貨による循環型社会構築の可能性についての一考察」『自由経済研究』第20号、2001年、ぱる出版

乾淑子「良き個人主義としての地域通貨」『人間の経済』53号、2002年、ゲゼル研究会

伊藤千尋 他「国境なき時代の台所から-----見えない構図-----グローバルゼーション」、1999年、オルタートレイドジャパン

内山節「この村が日本で一番」2003年、編集工房 NODE

河邑厚徳+グループ現代「エンデの遺言」2000年、NHK出版

常松洋「大衆消費社会の登場」2000年、山川出版社

ブローデル、F「物質文明・経済・資本主義」1995年、みすず書房

堀田正彦編「台所からアジアを見よう パナナ」1998年、オルタートレイドジャパン

丸山真人、森野栄一編「なるほど地域通貨ナビ」2001年、北斗出版

宮野力哉「百貨店文化誌」2002年、日本経済新聞社

武藤一羊編「新しい『地域』 / 循環型経済システム 私たちのオルタナティブ」2000年、オルタートレイドジャパン

村山和彦、塚田幸三「地域通貨の可能性：ピーナッツ実践報告」2001年、ピーナッツクラブ事務局

森野栄一「地域通貨は今(5)ヨコハマリーフ発券・流通の骨子」『人間の経済』41号、2002年、ゲゼル研究会