

グリーン「有機共創」マーケティング*1

齋藤 實 男

ABSTRACT

How do JA (Japan Agricultural Cooperative) and other organic produce dealers do marketing with IT (Information Technology) in Japanese society and agricultural produce market, particularly Kyushu Island one invaded by globalization, price destruction, deregulation, changeable exchange rate and economic depression wave? How do they build a “Outside In (Market In)” information system by IT to catch and response the needs of small-sized organic movement groups, particularly Green-prosumerism (“prosumer [producer+consumer]”+ism, cf. Toffler A. [T_{of}•A-1]) groups?

To answer this question this paper shows firstly the situation of Japanese agricultural produce market, particularly Kyushu Island one, secondly the organic produce dealing situation in the market and secondly Green-prosumerism in the dealing situation supported by the organic certification rule law by Japanese MAF (Ministry of Agriculture and Forestry) in the renewed JAS (Japan Agricultural Standard).

We hope the organically grown produce dealt by JA and the others bridges not only between organic growers and prosumerists, but also

their hearts supported by the combination of Virtual exchange with IT, Real speech, Live meeting and Live works in the organic farms.

Keyword: DUAL SYSTEM (Organic and Conventional), A=B=C (Administration/Business/Consumer) • LCA (Assessment of P → D → C → W → R → WOW → P': Production/Distribution/Consumption/Waste/Recycle/Waste-Out Washing) • Prosumerism (Producer+Consumerism) • 3Li (Life/Line/Live) • 3S (Span/Space/Species) • PIMA Communication (Presence/Interaction/Multi-Sensory/Autonomy [Ishii]) 4P: Product (from 4B to 4A [Concept/Construct/Communication/Org.]) Price (Synchronization of the past labour [cost] with the present labour [cost]/from Public to Private/from Possession to Use) Place (Disintermediation/Green Distribution) Promotion (Permission), Take Part In • IT (4S: Separate • Slight cost=economical • Speed [Tkenaka] • Share).

*1 本稿の分析・論理は、九州産業大学図書館の蔵書・鈴木博（元農林中金研究員・元長崎県立大学教授）の有機農業運動や JA についての研究指導とその蔵書・九州農政局の資料に負うて、温めたところが大きい。ここに感謝するものである。

序

地球環境問題と日本農業の接点は、どこにあり、その問題を解決するために、IT 革命・グローバルイゼーションの最中の日本農業・農産物流通、とりわけ九州のそれは、どのように変わるべきなのか？既存の JA 等の組

織は、その変化にどう対応すべきか？IT は、どう進化し、JA 等の組織は、それをどう使うか？

本稿の課題は、その問いに、「消費」者運動、生産者と「消費」者の提携、社会内分業の超克といった視点、グリーン有機プロシューマリズムの視点から、応えてゆくことにある。

キーワード(定義)：A=B=C (国家=企業=消費者：Administration=Business=Consumer), 4C (Customer-Company-Competitor-Channel), P⇒D⇒C⇒WOW⇒R (LC [Life Cycle] 生産→→流通→「消費」→浄化→再生), LCE (Life Cycle Engineering)=LCA+Green Design (Green Material+Green Product ← Eco-tech), グリーン情報の共創=グリーンプロシューマリズム (生産参画主義・生産者+「消費者」共創主義)・グリーンプロシューマリスト, Lifecycology・ライフサイエコロジスト, 並行生活 (市場+非市場=自給)・市場-非市場・組織-個人・分業-自給・LCA (過去+未来=未来労働現在化)・所有と占有 IT 内 P (Physical) 情報/グリーン S (Semantic) 情報, LCA (Assessment), 3S (Span-Space-Species) 軸, Traceability (IP Handling), インターネット機能：多「個安速 (竹中)」広・横・共・創・優・易の機能, 情報の「非対称性」の克服, ケネディーの4つの権利, 脱環境ホルモン, 産「消」提携運動, 対輸入有機競争, 3Li (生命&LC・e-Line:インターネット Web・ライブ：生身/実演/体感/発汗/臨場感)・LRV (Live-Real-Virtual) 複合・未来労働現在化・グリーンコミュニケーション, PIMA (Presence/Interaction/Multisensory/Autonomy)。

第1章 農産物流通の未来

グローバリゼーション・情報化 (IT の進化)・環境問題深刻化, そして

デフレ螺旋⁽¹⁾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？本章では、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、簡条書きすれば、下のようになる。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⁽¹⁾・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)
[電子/デバイス・光ファイバー/液晶ディスプレイ/太陽電池/〈観光〉・
セラミック・バイオ/炭素繊維]」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・許認可緩和登録制へ。

ク (空洞化) グローバリゼーション：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(RCC), 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・市場の統計を睨み

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。

1. 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、下のようになる。

カ(1)：農産物価格指数について

図表 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)

[Kyū・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年から約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—競争」

図表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	1,054千 t	1,952億円
1995	72.6/55.1	1,125千 t	2,337億円
1999	55.6 (98'/49.3)	1,100千 t	2,206億円
せり水産物			
'85	65.9/38.6		
'98	52.8/29.5		

[K_{yu}・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（卸↔スーパー・百貨店）契約（JA/農家↔スーパー・百貨店・八百屋）産直の増加（[A_{ki}・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

[K_{yu}・N-1]

図表 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

* 「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。

[A_{ki}・S-1]

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。

2. 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・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外国での使用・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）の輸入等々の問題がある。

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、特に中類種（ジャポニカ [短類種] とインディカ [長類種] 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 [K_{uj}・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 ([H_{at}・N-1])。筆者は、これを聞いた後、幕末に農家を重い年貢から解放しようとしていた「赤報隊」(不名誉にも、1987年の朝日新聞阪神支局の記者暗殺グループがこの名を使用) の相良総三隊長が、コメを商う豪商と通じた薩摩軍によって、最期を遂げた、という、その総三の子孫(国立市在住の山梨市出身の砂田氏) の話しを想いだした。商人栄えて、農亡ぶ。農水省の一部、傍観して、肉骨粉横行。

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)の食糧制度が廃絶され、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([O_{hu}・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、食糧廃止後、図表 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 介入の多い自主流通が、1999年には 427万 t に減少し、計画外(仲抜き)流通米が増えている。

図表 1-5 自主流通米の減少

自主流通(JA 介入が多い) 減: 427万 t (1999)

計画外(仲抜き) 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

[K_{yu}・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洞化という側面を持っている。

3. 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→Region→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ルイゼーション、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 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720万 ha が空洞化 (輸入水産物を農産物に換算)
 (九州農地約60万 ha, 「食糧供給基地」)

[K_{yu}・N-1]

地球環境問題解決・食糧安保⁽²⁾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。

4. 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、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とである。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19,000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・株等の債権物件や証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（ $[Y_{os} \cdot M-1]$ $[T_{ak} \cdot M-1]$ 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、といった生活状況とは、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。ポストタリバンのユノカル社主導のカザフスタンの石油（500億バレル埋蔵）パイプラインのアフガニスタン→パキスタン→カラチ港布設によるこれらの国々の経済復興や軍事産業（含む関西電力放射性廃棄物の再生等の劣化ウラン弾使用）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と石油メジャー（7 sisters: Shell・Chevron・Gulf・Exxon・Texaco・Mobil・BP）の利権拡大は見込めても、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、この世界不況に関わる国際化について、考察しておこう。

5. 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・ブング・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ズの破壊が見られる。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、リカードの比較優位にのっとなって、マーケティングミックスのプライスを中心に進められてきたが、空間的距離の拡大による弊害としての狂牛病 (BSE: Bovine Spongiform Encephalopathy)/GMO (Genetically Modified Organisms)/種/照射/ポハ (ポストハーベストアブ

リケーション)/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 (IP ハンドリング: Identity Preserved Handling) 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。

第2章 JAのマーケティングとIT

カキクケ(ハヒフヘホ)コを超克し,日本農業を再生するために,JAは,流通システム・マーケティングをどう変革すべきなのか?

JAの使命は,上杉鷹山のそれに似ている。まず,農家の3K「機械貧乏(借金苦)・過疎化(コミュニティーの崩壊)・高齢化」からの解放,婦女子化の解決策を,米沢藩の経営経済的ドメイン(固有の資源と他藩の産業との競争関係における誰に何をどのように販売するかの設定)戦略に習い,SWOT分析と経営多角化再編成(デフレスパイラル対応のシナリオ)・構造改革的組織編成・殖産興業・自給充実政策に習って,ドメイン・ニッチを踏まえた上でのIT普及・マーケティング主軸の経営・本業重視の多角化(専業主婦+定年+介護)・地産地消等に求めるべきである。要するに,「カキクケコ」を逆手に,高付加・ベンチャー・在来種・ボラバイト・研修生・本業中核の多角化(ソフト化→グリーンツーリズム=農はモノのみを売るにあらず&脱環境ホルモン:IPハンドリング)・LIVE/NOアメ型の食糧安保重視・健康環境保全重視⁽²⁾の内外へのマーケティングコミュニケー

ション等をIT活用で展開することである。

1. プレイシング戦術

この戦略は、系統組織再編後の全農・県経済連・単位農協（合併直後）レベルで異なる。単位農協に限定すれば、特産を活かし、ニッチマーケティング・ドメイン流通・固有の「情物商金」流通機能の活性化を図ることを意味する。

ニッチマーケティングとは、より具体的には、IT活用（時空超克グリーンプロシューマリズム）とコミュニティー（グリーンツーリズム）ブランド（共創）サービスによる「フ（不安）」の解消のためのJA「土着性（[T_{ak}・H-1] p.218）」重視の文化の復権（冠婚葬祭/福祉）・3C（Cyber/Care/Career）・系統組織の国・県・単レベルのCS化（心理）戦略/人材/ノウハウのナレッジマネジメント・現場職員重視の「複線（運動と経営のバランス）的経営」（大嶋）・顧客のアイディアの募集/吸収/採用に役立つNet Workの構築、といった経営戦略を内包する。

そのプレイシング戦術、つまり流通システム構築戦術については、複適合戦術、つまり分荷直送・分散均衡市場体系・地場と広域/分散市場の組み合わせへ向けたソフトランディング、ツーカーの悪しき癒着排除の系統農協・総合農協としての強みを活かした〈カネ・モノ・ヒト〉のNet Work的活用戦術が、Strengthになる。

JAの使命たる「カキクケコ」超克へ向けた、プレイシング戦術2は、流通加工も含めて、流通技術（SCMと関連）における温度帯別流通（[U_{me}・S-1]）・遠赤セラミック（延岡市のマルヨシ [川崎氏のR&D]）包装活用・トルマリン石/エレンガラスによる浄水・脱環境ホルモン対策教育徹底・新糖度計（1kg）活用・ニーズ対応の共選の点検（CS対応でないなら廃止→

てんこ盛り)・流通運輸手段の修理サービス(4R)/加工/HACCP(特に供給過多の場合のトマト・果実・大根などの加工)等々の具体的なそれとなる。

プレイング戦術3は、市場外流通の増大 vs. 卸売り市場の意義に関わる。仲抜きやむなしとしても、セリ衰退を挽回すべき卸売り市場、この運命共同体との連携である。それと一体になった、プロシュマリズム対応の情報発信とインフラとしての市場の維持・活性化である。すなわち、卸売り市場のインフラを、IT活用、環境対応、JAS有機表示に支えられた上での有機(3A)流通の率先、有機農業運動の補完(情報提供)、ライフサイエゴロジー内卸売り市場の位置づけ、「サシスセソ(さしすせそ)」の理念の出入り業者との共有、農産物の特殊性、つまり天地多腐(天候・地理的風土・多嵩性・腐りやすい)に対する理解を求めた「消費」者への情報発信、その特殊性との共生的協力(鮮度なきものの加工や腐ったもののリサイクルへの協力等)等々の拠点にしてゆくことにソフト的支援をすることである。

卸売り市場の意義は、今後の可能性として、何よりもJAがヒトの行き交う「場」としての機能活性化をもってより高めることができる。その「場」では、第1に環境保全活動支援・環境教育、つまり自らISO14001・9001&15001(個人情報保護システム:OECD 8原則<シナモリアサコセ《収集・内容・目的・利用・安全・参加・公開・責任》重視のPDCA)認証取得(地方公共団体と卸売業者・費用)によって、そのノウハウを伝授すること、輸入農産物の安全性チェックと情報公開(アウトソーシング:ネットワーク)等の可能性にかけることができる。また、この「場」は、情報流通と物流の結節点であるから、「食品リサイクル法」に準じた静脈流通支援、例えば売れ残り・残飯(堆肥場)再生、コスト化支援ができる。

第2に、その「場」を、都市にある強みを活かして、農村と都市の出会

い・交流の「場」にできる。「場」は Live であり、プレゼンテーションの「Look → Smile → Talk」「Show → See → Speak (箱田)」のできる face to face (眼ん接：eye contact) の会場である。そこではメラビアン (目羅美安) の法則，つまり，「内容 7%，伝え方 38%，人柄 (態度) 55%」のインパクトの法則が貫徹する。有償面では，経営多角化・スコープビジネス [観光有機食堂 (築地・ソウル)] 小売り店舗への派遣・IT 講習会・ソフト共同制作販売ができるし，無償面では，収穫祭・見合い (農村活性化 [女・老・疎]，JA/法人との分業)・定年帰農・説明・啓蒙：環境教育・医食同源 (IT)・ISO14001・エコマネーとワークシェアリング，エコ農バンク→有機農業法人・エコ農土木・エコ住宅・浄化槽・エコテク紹介も可能ではないか。また，卸市場の物流のみならず，情報拠点化 (セリのデジタル化・ロジスティクス化) も可能である。

この卸売り市場の意義は，IT 活用の CRM (Customer Relationship Management) 流通・JA の IT 対応・産直・複合的な仲抜きを支援する仲立ち等と複合的に両立させることができる。この卸しとしての JA そのものの意義に通じる。

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) 複合組み合わせ戦略であり，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 (CS support) 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2-1に示されている。

図表2-1 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%

[K_{yu}・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ーづくり、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。

第3章 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の叫ぶ「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・有機コミュニティー(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。

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

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ー(顔心一顔心)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3-1のように、認定農家等も増えている。

JAは、有機農産物流通(九州)の先達にまなぶことができる。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

図表 3-1 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%

([K_{yu}・N-1] p.265)

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, 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 ([K_{yu}・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 3-2 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)

図表 3-3 LRV の最適組み合わせ

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

(5感総合) pima ←

Trap&push Place-R含む Storage

Cf. 「心の棘抜き地藏」(竹内)

RR=VV (渦原：BCG)

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⁽³⁾を重視すべきである。

図表 3-4 P & S 情報の相互作用と LL

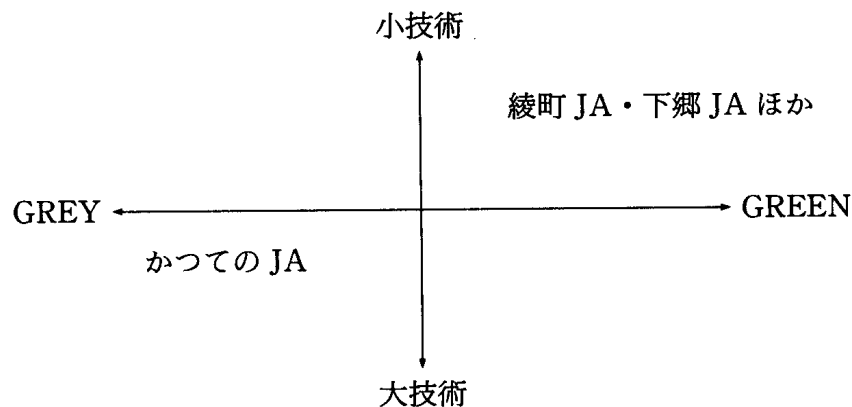
P	body (+皮・鼻)	耳・口	眼 (ヒト)
S			
2way	$O \Leftrightarrow \Sigma$	音 $\Leftrightarrow O$	光 $\Leftrightarrow O$
	(Sp/LL)	(字・映像)	
	1対1		
1way	1対多		

JA (B) to C のグリーン・マーケティングは、援農・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。

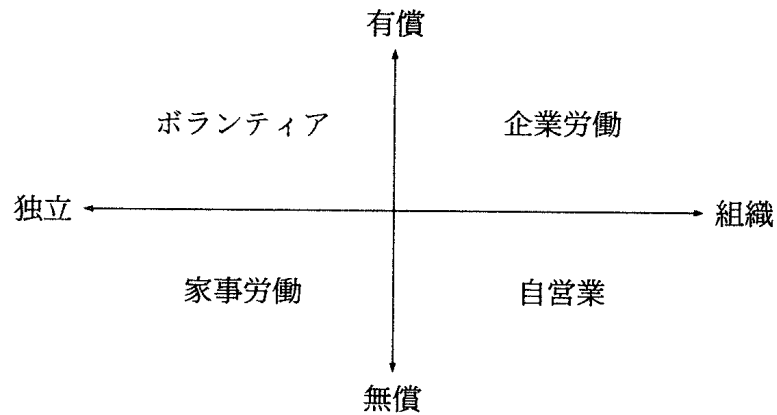
このように、JA は顧客との P & S 情報の組み合わせに関わる LL/RR/VV の最適コミュニケーションを通して、図表 3-5 のような JA の相対的グリーン度を第 1 象限に高めてゆくべきである。

JA のグリーン度強化は、有機ニーズが、国内・九州よりも海外でのほうが、もっと高いので、これからの重要な課題になる。次項で、それを見てゆこう。

図表 3-5 JA の相対的グリーン度



図表 3-6 多様な働き方 (野田)



2. 海外の有機農産物流通

海外でも、グリーンコンシューマリズム・プロシューマリズムの要望が、アグリビジネス等に有機ニーズへの対応を迫った。そのニーズは、奇病アレルギー・化学物質過敏症、チェルノブイリ（1986年）・狂牛病（イギリス1988年肉骨粉流通禁止）・リオサミット（1992）・環境ホルモン認識（1996年）等や地球環境問題の再認識から生まれたのである。

有機農産物流通の拡大は、図表 3-7 の農地拡大が如実に示す。

図表 3-7 有機農産物栽培農地
(海外, 2000年, 全農地に占める %)

オーストリア	10.4%
スイス	8.3
フィンランド	7.1
イタリア	6.2
デンマーク	6.0 (2012に50%)
スウェーデン	5.5
EU 平均	2.8
ドイツ	2.6 (2010に20)
カナダ	1.3
アメリカ	0.2
アルゼンチン	0.2 (92年*70)

オーストラリア530万 ha, イギリス40万 ha (2年で8倍)

ウガンダ: 世界有機綿の10%: 50万 ha (日本環境保全0.1%)

次に、海外の小売については、イギリスにおいて、テスコ(スーパー[cf. 『グリーンコンシューマーガイド』出版後1989年下半期に売り上げがセインズベリー超])が、92年には5品目しかなかった有機農産物が、700品目(2000年)に増えた。イギリスについて、食品産業の成長を有機が牽引(99年605百万£)。第10位のスーパー「アイスランド」では、冷凍全有機を2000年6月に自社PB(プライベートブランド)にする、と宣言、但し有機の内80%が輸入有機。

アメリカでは、NOP (National Organic Program) が2001年2月発効、事実上のオーガニック連邦法(1990年来、アグリビジネスのGMO/照射を含めの無理な要求によってもめたがPCの結果、また199年シアトルでのコーデックス委員会のIFOAM国際基準通過の結果NOP決定)が施行。ジェネラル・ミルズ社99年カスケディアンファーム(CF)ブランドの取得、CFは種山ヶ原と提携・数年に渡って前年比40%増。大手のダノン・ネスレ・マーズ・ユニリーバが有機食品製造、ドールさえ有機バナナをアメリカで販売(地球環境財団『環境と健康の…』)。アメリカはカリフォルニアのサクラメンテのランドバーグ(Lund Berg)有機農場(成田空港の3倍の農地、鷺鳥が産卵、孵化させ、飛来する野鳥の糞尿は肥料に)の有機米が、周辺農場の有機野菜とともに日本向けJR駅弁(日本レストラン)に加工、コメの比重が80%以下と低いので490%関税を逃れて、2001年7月17日に、チンして温められて、上野駅など首都圏の25駅で5,000食販売(2001年9月29日、BS1)。

フランスでも、輸入有機急増(93年137万tから99年2,152万t)全販売60億フラン中45%スーパー(外数で有機専門スーパーが11%)輸出8%。フランスでは、狂牛病の危機→追跡→有機農産物(飼料が有機の検証可能)、通常の牛のタンパク飼料〈冬場〉が心配。

その他、ドイツでは農場拡大・大手スーパー参入・エコマーク。中国は、日本市場へ、豪は、3年で有機農地を1.7倍にする計画、タイは、アジアの有機センターになるよう計画し、自給型有機経営指導計画、ブラジルは、有機砂糖・コーヒー・大豆を輸出、カナダは、都市中心に需要拡大、NZでは、enza 支配の流通が規制緩和、軒先有機マーケティングが流行、有機の専門店販売・畜産物のスーパー販売（「ケ」による割高感——Niche）、人参等供給過多、有機は日本市場を狙って輸出（ワッティフロズンとダイエー、伊藤忠）、価格エスカレーション（カボチャ [Sai・J-1] p.200）が難点、有機マヌカハニー・ワイン・加工食品・プロポリス等の個人輸入も流行。

JA は、これらの海外の動向、海外からの有機輸入に対応しなければならない。

3. ライフサエコロジー内「静脈」流通

JA や卸売り市場は、第1章でも述べたように、究極の環境保全へ向けてのライフサエコロジー内「静脈」流通を率先して行うべきである。

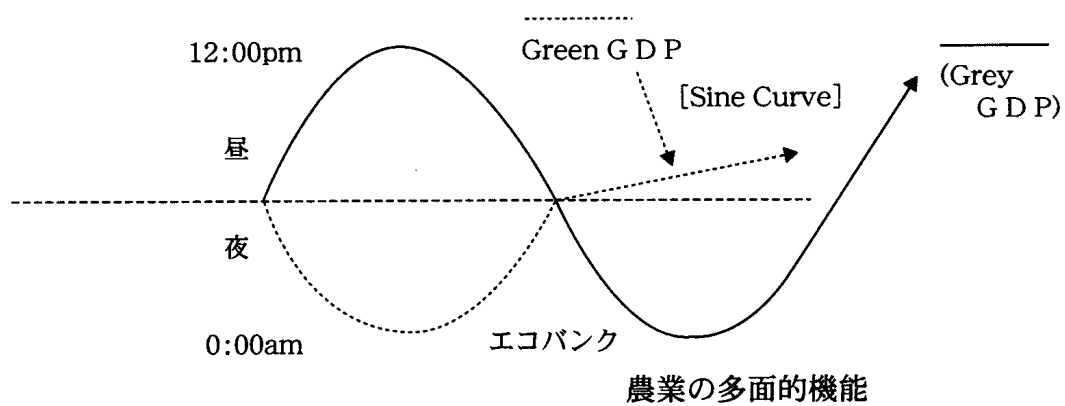
リサイクルについて、福岡中央卸売り市場は、既に2000年に生ゴミ処理装置→将来家畜の餌・堆肥に、と企画。宇土市のスーパーとJAが有機性資源リサイクル。ハウステンボスは、有機性資源リサイクル、三重町の川崎かぼす園は、残さ→堆肥に、雲海酒造は、焼酎粕→飼料にしている。

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。

図表 3-8 Green GDP 軸へのシフト



ライフサイエコロジー内「静脈」流通・グリーン A=B=C 実現を目指す思想は，市民社会に疑問を投げかける。それは，共産主義の共有を前提にした「さしすせそ（差別・市場・好き・責任・組織）」の弊害を再燃するものであってはならない。共産主義と資本主義の失敗を越える BIO 内市場の

「たちつてと：多血/智通手/適時/戸」であり，IT：超時空→多「個・安・速」横共創優易活用の命輝く 3Li (Live/Life/Line) である。モノ鎖国（環境規制）・情報/ヒト開国：経済的距離（買い物移動コスト）である。WTOをWE（Environment：山本）Oの組織化などである。

結

JAの流通戦略・有機への転換戦略に関連して，我々は，本文では， $A=B=C$ の共創社会実現の一環を担うべきグリーン共創マーケティング使命，つまり1. グリーン共創ブランド，LLプロシューマリズム，ヒトーヒトの環（地場）3A [味・安全・新しさN] 高付加・ブランド→有機：特殊性と共生，2. ロジスティクスIT：LCAとSCM・IP? HACCP，効果効率(S)，3. グリーンマネジメント：トキ・情・ヒト・モノ・カネの管理，4. ライフサエコロジー・エゴロジー：LCA（生産・流通・使用・浄・分解・再生）重視，グリーンプロシューマリズム（ $t-1$ ）→ライフサエコロジ内（→グリーン共創ライフサイクリング（ $t+1$ ））等々を訴えた。

アグリビジネスを利すWTO下の農畜産物自由化に翻弄され，日本の農業は，高齢化・婦女子化・過疎化・後継者不足・嫁不足・市場狭隘化などの問題を抱え，このまま安楽死・衰退してはならない。その衰退を，JAこそ，有機をもってくい止めるべきなのである。

注

- (1) デフレ螺旋については，環境ビジネスによるスパイラル脱出が望まれる。「榮落（デフレスパイラル）福迎（ライフサエコロジスト）」である。

栄落は、×栄落(恐慌)→戦争のシナリオに陥るのではなく、栄の○ Refuse (捨→生)による「福迎」のシナリオが重要になる。RCC (RTC [Res.Tr.Corp]) 介在の不良債権(適正査定)/債権のITオークション, グリーンビジネスへの投資(×死商人)・雇用創出による福迎(「芋と裸足」)であり、×戦争成金, × Kommunismus, ○ライフサイエネチストである。

福迎は、エコバンク・LETSによるグリーンビジネス振興, COOP/コミュニティビジネス・「自給(子孫へ返済)ルネッサンス(農文協)」やハイテクIT活用のローテクの江戸型ビジネス活性化, ライフサイエネチー運動へのボラバイト, Cグリコからグリップへ, グリーンプロシューマリズム(cf. 直接自給者=プロシューマーより組織・分業から見て広い)へのボラバイト募集によっても図られる。

- (2) 食糧安保の重要性は、NY同時多発テロを口実とした、アフガニスタン北部の純度の高い石油(シベリアの天然ガスパイプ敷設以前の中国市場向けのチャンスに固執か?)の利権を巡る戦争への不安を見ても、93年米飢饉を思い出しても明らかである。ここで、2001年9月11日のアメリカにおける同時多発テロを巡る経済効果や感想(現在時点:2001年9月15日)について、目的と手段というキーワードを使って、解説しておこう。

アメリカのブッシュ大統領は、9月11日の、ワシントン国防総省・ニューヨーク世界貿易センター等への同時多発自爆無差別テロを「自由」に挑戦した「戦争」(厳密な定義では「テロ」)行為とみなし、テロ実行・協力当事者・組織、支援国家・組織に対する報復攻撃・報復戦争のため、アメリカ議会も、一人の平和主義的女性議員を除く400億ドルの特別緊急軍事予算を組み、後方支援のため5万人の予備役の招集を企図した。

わが国の福岡市にある九州産業大学の学生の中にも、フランス=幕府対イギリス=薩長の図式を見破り「船中八策」を提唱した坂本龍馬、非暴力無抵抗のマハトマ=ガンジー、ベトナム戦争とキューバ侵攻を阻止しようとしたジョン=ケネディーのファン等の平和主義者が多いが、まさにこの女性議員の反対意見こそ、「自由・平等・博愛」の人権の実現を建前とし、戦争の匂いをかぎつけ、武器を売買する「死の商人」の暗躍を警戒し、妥協点を探り、流血惨事の拡大をくい止めるべき、これらの三大偉人の平和外交方針に乗っ取ったものであり、また日本の永久に戦争を放棄した憲法第9条の理念に沿ったものである。わたしたちは、アメリカのテロの調査報告は、全て真実なのか、アメリカに不利な情報等も含めて全てを公開しているのだろうか、という批判精神を持っておく必要もある。この批判精神はイスラム社会についての3レ(歴史認識・礼節重視<SRC超克>・劣等感の洗い出し)=3H(History・Humanity<Humble>・Handicap)の理解に表される。「乗換(B↔A)」という文化侵略・SRCを反省し、下からの共存「借用(A+B)」, さらに下からの「同化(A+B=C)」(森本)へと進み、多様性を尊重すべきなのである。

上の400億ドルという特別緊急軍事予算額は、世界貿易機関(WTO)の方針・協

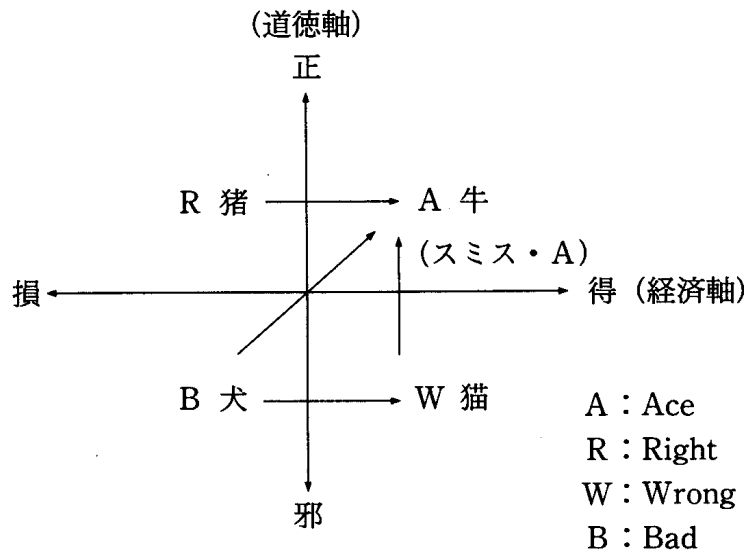
定に沿って行われる自国内の世界貿易を企業内貿易として行い、複数の国に生産拠点や営業所を置き、本拠地を海外の母国に置く多国籍企業の生産をも含む属地的なアメリカの約9兆(1999年9兆1,520億)ドルのGDPの約0.4%に相当し、1人当たり約3万(同年3万3,508)ドルの[5GDP]の約120万倍、つまり約120万人の年間付加価値分に相当するものであり、それが攻撃・戦争のために出費されるわけである。今後、攻撃が数年に渡って長引けば、この出費は当然ながら累積し、冷戦構造の崩壊後、停滞していた軍事産業、特に、主義主張を超えて武器を製造したり売買したりする「[死]の商人」に限っては、事実判断として、朝鮮動乱・ベトナム戦争・湾岸戦争等に匹敵する特需になる可能性がある。

また、予備役招集は、臨時の軍事及び軍事産業の雇用促進となり、アメリカ全国民の戦闘支援意欲が維持され、またこの報復に対して、アフガニスタンのタリバンを始めとする一部のイスラム原理主義派の抵抗等が広がりを見せ、戦争が長引けば、それだけとってみれば、非自発的失業に対する善処策となる。ただ、平和産業の観光・旅行業・運輸業等からは、新たな非自発的失業者が出てくるし、アフガニスタンを始め、戦争難民が出てくるであろう。

日本経済については、経済的マイナス要因としての株価の急落や世界貿易の停滞が起こったり、テロ直後から起こったアラブ諸国に産出国の集中している原油や食料の高騰が起これば、より一層、不況は長引く可能性がある。ただ、これらの高騰が、コストプッシュし、インフレが起これば、景気は若干、上向き可能性にはなる。逆にそれが起こらず、収益低下につながる可能性も強い。なぜなら、リストラのための失業、財政改革のための介護などの福祉切り捨て、消費税増税等の先行き不安と底値の定まらない株価・地価の低落・資産デフレからくる消費不況が続き、そのこととあいまって、投資・雇用・売り上げの螺旋的低落デフレスパイラル・景気停滞が続く可能性が強いからである。日本には、経済的なプラス面として、このアメリカの報復[2戦争]と緊急予算によって軍事関連産業への需要を受けたり、後方支援のための雇用を促進させることができるかもしれない。しかし、マイナス面として、アメリカへの資金援助を求められ、実行すれば、そのための赤字国債(特別国債)の発行によって、国家・自治体全体の約660兆円の借金を上乘せし、将来の福祉国家建設に不安を残すことになる。

したがって、いずれにしても、朝鮮特需・ベトナム特需のようなわけにはゆかず、おまけに米軍基地を始めとする日米安保同盟に基づく後方支援施設がテロの標的になる可能性がある。憲法第9条は、このような後方支援をも拒否しているはずではなかったか。わが九州産業大学の全ての大学人は、135年前に、幕府軍と倒幕軍の衝突を避けようとし、暗殺された坂本龍馬の平和外交のメッセージに、多くを学ぶべきではないか。次頁の図表1-(2)が示すBに陥らぬようにせねばならない。

図表 1-(2) 経済・道徳 2 軸内行動 (牛になろう)



- (3) 健康環境保全重視については、今日の行き過ぎた貿易による物資・エネルギーのムダ使い・地球温暖化に歯止めをかけ、長距離輸送のためのポスト・ハーベスト農薬汚染と防腐剤等の添加物汚染や照射を受けた食品輸入を制限し、追跡チェック (Traceability) の困難性のため狂牛病飼料輸入や未認可遺伝子組み換え食品輸入を防止し、日本の住人の健康を維持することができるようにすべきである。
- (4) 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 どろんこ村 (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。

引用・参考文献・ビデオ・インターネット

[A_{da}・I-1] 安達生恒『百姓をやりたい』三一書房, 1994年。
 [A_{km}・T-1] 明峰哲夫『都市の再生と農の力』学陽書房, 1993年。
 [A_{ki}・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
 [A_{il}・C-1] Allen Cliff (篠原稔和訳)『One To One Web Marketing』日経 BP, 1999年。
 [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_{ok}・S-1] 青木辰司会「「農」のある暮らしをつくろう」[A_{sa}-1_{6/Dec.2000}[朝]]
 [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}・G-1] 朝日新聞文化財団『有力企業の社会貢献度』PHP, 2000年。
- [A_{sa}・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。
- [A_{sa}-1_{6/Dec.2000}[朝]] 『朝日新聞』2000年12月6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_{ar}・R-1] Carson Rachel, *Silent Spring*, Hamish Hamilton (London), 1964.
- [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_{nf}・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。
- [C_{hug}・S-1] 中国四国農政局『中国四国農業情勢報告』1997年。
- [C_{hug}・S-1] 中国四国農政局「市民農園開設状況一覧表」1999年3月。
- [C_{hug}・S-2] 中国四国農政局「ライブ農業」第21巻, 1999年7月。
- [C_{od}・W-1] Coddington W., *Environmental Marketing*, MacGraw-Hill, 1993.
- [C_{oi}・T-1_o] Colborn Theo, Dumanoski Dianne & Myers John P., *Our Stolen Future*, Plum Book, 1997 (first 1996) ([C_{oi}・T-1_t] 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?*,"
- [D_{eu}・M-1] 出牛正芳『環境志向の製品計画』白桃書房, 1992年。
- [S_{oi}・H-1_{04/05/1996}].
- <E_{co}・NE-1> エコマネー・ネットワーク事務局 <Eco Money Network> wysigwyg://6/http://www.ecomoney.net/ecoHP/top.html/2000年6月5日。
- [E_{ga}・N-1] 荏開津典生『農業経済学』岩波書店, 1997年。
- [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。
- [F_{mi}・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。
- [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}・K-1] 古沢広祐『共生社会の論理』学陽書房, 1988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『アイガモ水稻同時作』農文協, 1997年。
- [G_{od}・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。
- [G_{re}・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。
- [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_{ak}・TV-1> 箱田忠昭《成功するプレゼンテーション①②》日経 VIDEO。
- [H_{ar}・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。
- [H_{ar}・T-1] 原剛『日本の農業』岩波書店, 1994年。
- [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_{ig}・K-1] 樋口恵子『女性の〈食〉業おこし』農文協, 1995年。
- [H_{ig}・R-1] 東廉『緑と人がふれあう市民農園』家の光協会, 1991年。
- [H_{ir}・C-1] 広島市「広島市三田市民農園」1999年4月。
- [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。
- [H_{os}・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。
- [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_{sh}・S-1] 石井慎二『すばらしき田舎暮らしの本』光文社, 1983年。
- [I_{sh}・S-2] 石井慎二『田舎暮らしの本』(毎月3日発行) JICC。
- [I_{sh}・TV-1] 石井威望《2000年の産業科学技術》1990年代。
- [I_{to}・S-1] 伊藤滋他編『地方の時代への模索』清文社, 1980年。
- [I_{wa}・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。
- [J_{etro}-1] JETRO『ジェトロセンサー』第51巻第610号, JETRO, 2001年9月。
- [J_{ka}-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。
- [K_{ad}・R-1] 嘉田良平『農政の転換』有斐閣, 1996年。
- [K_{an}・K-1] 神戸賀壽朗『低成長下の都市農業論』富民協会, 1979年。
- [K_{an}・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。
- [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_{at}・F-1] 勝原文夫『農の美学』論創社, 1979年。
- [K_{at}・F-2] 勝原文夫『村の美学』論創社, 1986年。

- [K_{ei}・K-1] 経済企画庁経済研究所『環境・経済統合勘定』1995年。
- [K_{ei}・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。
- [K_{ei}・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。
- [K_{ei}・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。
- <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.go.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}・K-1] 北九州市環境局『北九州市の環境』1999年。
- [K_{it}・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。
- [K_{oh}・N-1] 河野直践『協同組合の時代』日本経済評論社, 1994年。
- [K_{oh}・N-2] 河野直践『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-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_{oy}・T-1] 小山智士『21世紀を創る農業・農村』家の光協会, 1986年。
- [K_{ub}・R-1] 窪田立士『産消提携をどう伸ばすか』家の光協会, 1989年。
- [K_{ub}・T-1] 窪田武編『市民農園整備促進法の解説』地球社。
- [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_{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_{ai}・Y-1] 廻谷義治『生活の中の市民農園をめざして』
- [K_{an}・S-1] Kanamaru Saburo, *The Present Allotment Gardens in Japan*, Aug.

- 1998.
- [K_{yu}・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。
- [K_{yu}・N-2] 九州農政局『九州農業白書』九州農政局，2000年7月。
- [K_{yu}・N-3] 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。
- [K_{yu}・N-4] 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。
- [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_{ee}・TE-1> LETS <Frequently Asked Questions about LET Systems> <http://www.gmlts.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_{as}・T-1] 梶瀧俊子『企業社会と余暇』学陽書房，1995年。
- [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。
- [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_{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_{el}・M-1_t] 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。
- [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_{is}・Y-1] 御園喜博『農産物流通の新編成』日本経済評論社, 1988年。
- [M_{is}・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。
- [M_{iy}・H-1] 宮田秀明『ダイオキシン』岩波新書, 1999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_{iw}・M-1] 三輪昌男『都市農協』家の光協会, 1971年。
- [M_{or}・T-1] 森川辰夫『生活者の創る農とくらし』筑波書房, 1993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_{or}・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。
- [M_{or}・Y-1] 森友裕一『内発的発展の道』農文協, 1991年。
- [M_{ur}・T-1] 村田武『農政転換と価格・所得政策』筑波書房, 2000年。
- [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_{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_{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_{ak}・K-2] 中村耕三『アメリカの有機農業』家の光協会, 1992年。
- [N_{akm}・Y-1] 中村靖彦『コンビニ ファミレス 回転寿司』文春新書, 1998年。
- [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_{ak}・I-2] 中西一郎『地球が危ない』新人物往来, 1989年。
- [N_{ak}・O-1] 中村修編著『農家のための産直読本』農文協, 1993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_{in}・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。
- [N_{in}・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)。
- [N_{in}・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_{ih}・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。
- [N_{ih}・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-)。
- <N_{ih}・Yhp-1> 日本有機農業研究会 HP <<http://www.jca.apc.org/joaa>>
- <N_{ih}・Ye-1> 日本有機農業研究会 email <joaa@jca.apc.org>
- [N_{is}・H-1] 西岡一『食害:これによいのか子供たちとその未来』合同出版, 1984年。
- [N_{oh}・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。
- [N_{oh}・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。
- [N_{oh}・B-2] 農文協『定年帰農』(『現代農業』増刊) 農文協, 1998年。
- [N_{oh}・B-3] 農文協『田園就職』(『現代農業』増刊) 農文協, 1998年。
- [N_{oh}・B-4] 農文協『田園住宅』(『現代農業』増刊) 農文協, 1998年。
- [N_{oh}・B-5] 農文協『帰農時代』(『現代農業』増刊) 農文協, 1999年。
- [N_{oh}・B-6] 農文協『自給ルネッサンス』(『現代農業』増刊) 農文協, 1999年。
- [N_{oh}・K-1] 農業研究会『都市と農村』大成出版, 1980年。
- [N_{oh}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。
- [N_{oh}・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_{os}・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。
- [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。
- [O_{he}・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_{hh}・T-2] 大橋照枝『静脈系社会の設計』有斐閣, 2000年。
- [O_{hl}・H-1] 大平博四『有機農業の農園』健友館, 1981年。
- [O_{hl}・H-2] 大平博四『実践有機農業読本』健友館, 1988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_{hn}・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。
- [O_{hs}・S-1] 大嶋茂男『環境の世紀の経営学』家の光協会, 1995年。

- [O_{hs}・S-2] 大嶋茂男『永続経済と協同組合』大月書店, 1998年。
- [O_{hu}・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。
- [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_{ku}・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。
- [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_{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-.
- [R_{od}・J-1_t] Rodale J.I. (一楽照雄訳)『有機農法』農文協, 1974年。
- [S_{ai}・J-1] 齋藤實男『情報=人間=市場』晃洋書房, 1993年。
- [S_{ai}・J-2] 齋藤實男『グリーンマーケティング』同文館, 1993年。
- [S_{ai}・J-3] 齋藤實男『グリーンマーケティングII』同文館, 1997年。
- [S_{ai}・J-4] 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。
- [S_{ai}・J-5] 齋藤實男『グリーンプロシューマリズム』同文館, 1999年10月。
- [S_{at}・N-1] 里地ネットワーク『里地』里地ネットワーク, 1999年6月。
- [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_{ei}・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。
- [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_{ho}・S-1] 食糧の生産と消費を結ぶ研究会編『レポート：アメリカの遺伝子組み換え作物』, 1999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」『週刊金曜日 (313)』2000年4月28日。
- [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_{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-1] 鈴木博『農協の准組合員問題』全国協同出版, 1983年。
- [S_{uz}・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。
- [S_{uz}・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。
- [S_{uz}・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。
- [S_{uz}・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。
- [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『commons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}・O-1] 高松修「輸入食料と収穫後農産物論争」『農業大論争』(別冊宝島145号) JICC, 1991年12月。
- [T_{am}・K-1] たまごの会編『たまご革命』三一書房, 1979年。
- [T_{am}・Y-1] 玉野井芳郎他編『地域主義』学陽書房, 1978年。
- [T_{am}・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。
- [T_{an}・H-1] 種田拓他『都市よ, さらば』麦秋社, 1995年。
- [T_{an}・K-1] 田内幸一『マーケティング』日経文庫, 1985年。
- [T_{of}・A-1] Toffler 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_{ok}・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。
- [T_{ok}・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。
- [T_{ok}・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。
- [T_{ok}・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。
- [T_{ok}・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。
- [T_{os}・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。
- [T_{sh}・S-1] 津端修一他編著『市民農園』家の光協会, 1987年。
- [T_{sh}・Y-1] 津野幸人『小農本論』農文協, 1991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_{en}・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。
- [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。
- [W_{ak}・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。
- [W_{at}・Z-1] 渡辺善次郎『都市と農村の間』論創社, 1983年。
- [W_{at}・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。
- [W_{at}・Z-3] 渡辺善次郎他『東京に農地があってなぜ悪い』学陽書房, 1991年。
- [W_{at}・Z-4] 渡辺善次郎『近代日本都市近郊農業史』論創社, 1991年。
- [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。
- [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}・O-1] 山口県大島町「祝ガルテンヴィラ大島」1999年4月。
- [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_{as}・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。

[Y_{os}・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。

[Z_{en}・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。

[Z_{en}・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。

[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。