

# 食料をめぐる消費者活動

多根雄一

## 旨い物がなくなった

ほんとうにおいしい物が少なくなったと思う。子どものころ食べたキャベツ、トマト、ホウレン草などの野菜の味には忘れられないものがあつた。みずみずしく光り輝くトマトの切り口、甘くておいしい赤い茎のホウレン草。野菜だけでは、とろけるようなおいしさがあつた。近所の魚屋へ行けば生きのよい鮮魚が店頭に並べられていたものだ。

しかし、いま私たちが食べているキュウリやトマトは水っぽいだけで、みずみずしさが少ない。あのえも言われぬ歯ざわりが感じられないのだ。料理をみれば確

かにおいしい御馳走もたくさん食べられるようになったが、一方で素材そのものの味が低下しているように思える。

また生鮮食料品の季節感もなくなつてきている。真冬でもスーパーマーケットへ行けば、値段は高いがキュウリやトマトなど夏物野菜が並べられているし、秋に獲れるサンマが春さきから売られていたりする。ほとんど一年中出まわっているといつても言い過ぎではないだろう。生鮮食料品にとつて大切なのは「旬」だ。いちばんたくさん獲れる時が、いちばんおいしく食べられる時なのである。

旬をはずれた魚や野菜はやはり味が落ちる。

季節感がなくなり、ほんとうに味の良

いものが少なくなつてきていると同時に見栄えだけは良くなった。スーパーの棚を見れば、真直なキュウリ、凸凹が少なく滑かなショウガ、そして規格の揃つた野菜・果物が、発泡スチロールのトレイとビニールで美しくラップされて山と積まれている。

金さえ出せば食べたい物がいつでも手にはいるという表面的な豊かさとは逆に、その内実は一層貧困になつてきているのではないだろうか。

もつとも「金さえ出せば……」といつても、卸値と小売価格を比べると高すぎるといふ実感は拭い去れない。表1・2の卸値は中央卸売市場での取扱総額を総量で割つた平均値であり、小売価格は

旨い物がなくなった  
生産・流通段階で味が低下  
自分たちで作つて食べる  
生産者と共同開発  
契約栽培で本当の野菜を

表1 野菜価格の比較

	(1キロあたり)	
	卸値	小売値
大根	91	186
ナス	162	222
トマト	108	262
玉ネギ	55	127
キュウリ	105	227
パレイショ	91	163

表2 産地価格と小売価格

	鮪子魚市場 (1kg)	中央市場 卸値 (1kg)	平均 小売値 (100g)
マイワシ	31	(千葉もの)	97

小売店から少数を抽出した平均価格である。(経済局の話によれば、この両者を比較するのはそれほど無理ではない)。これによると小売価格は卸値の二倍以上になつている。安いと言われているイワシでさえ、産地の一〇倍の値がついているのだ。

の零細な仲卸、小売によって構成されており、流通経路が長くて複雑になっている。この長い流通経路が味の低下、価格に大きく影響している。

### 生産・流通段階で味が低下

「農業をふんだんに使って形を揃えたトマトが二割ほど赤くなったところで摘果し出荷してしまう。流通の過程で赤く色づき、小売店の店頭で並ぶころにはまともなトマトになる」と果商団連の井之川氏は言う。それほど流通経路が長いのだ。木で充分完熟させたトマトの方がおいしいに決まっているのだが、それでは出荷の段階で皮がやわらかくなって破れやすく、流通経路を考えるとコストが高つく。さらに同氏は転送に大きな問題があると語る。「卸業者は大量に集荷して中央卸売市場で取扱うが、一部を地方市場へ転送して別に四割ほどのマージンを取っている。例えば伊勢原の里イモが藤沢の消費者の手に入るまでには伊勢原

↓東京市場↓南部市場↓藤沢という転送がみられる。また東京の卸業者では子会社を作って相模原の荷受けをやらせたり、あるいは常務が松戸の荷受け会社の社長を兼ねていて、ここに東京から転送したりしている。このように資本系列化し東京に荷を集めて転送する。東京を中

心に五〇〜一〇〇kmの範囲で各地の市場を集めた集散市場体系が作られている」という。

野菜、果物の味が低下してきている原因に、流通経路の長さと共に、生産の仕方もある。

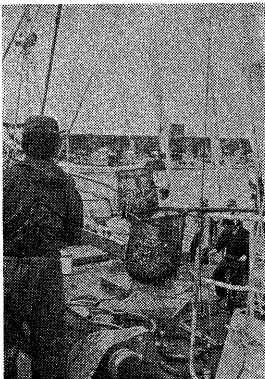
「キャベツの生産地をみてごらん下さい。農業で一面まっしろになっている。規格は揃っているが味が悪い。キュウリ

だって農業を大量に使って見た目にも立派な形のよい物を生産している。市場流通の主流を占めるのはこういった規格の揃ったもので、例えば九個で一ケースなら全部のケースがそうなるようではなければならない」。

農業・化学肥料を大量に使うから味が悪くなるのだという。だが、見栄えのよいものを欲しがる消費者の購入態度、生活そのものにも問題があるのではないだろうか。

野菜の場合はこのような早摘み、転送がみられるが、野菜よりいたみの早い魚

銚子港



表一3 サンマの形態別割合(中央卸売市場)

	取扱総量	鮮魚	冷凍	加工品	その他
30年	100	69	6	21	4
52年	100	23	44	26	7

と静かだ。

魚市場の近くには冷凍工場があり、水揚げされたイワシ、サンマが次々とベルトコンベアーで運ばれ冷凍されていく。最近いかに冷凍ものが増えているかを示したのが表一3である。しかも旬の時期にまで冷凍魚が出荷されているのだ。例えば中央卸売市場で取扱ったサンマのうち、昭和三十年頃には冷凍ものの九割は旬以外の時期に出していたのが、昭和五十二年になると冷凍サンマの四一%が旬の時期にも出ている。

「昨年、業者が投機的に買い付けたサンマが意に反して売れず、いま出せば原価を割ってしまうので、冷凍されたまま残っている。おかげで現在かなりだぶついていて、これ以上値が下がらないよう七二時間の休漁にはいらざるを得なくなっている」このような「魚ころがし」はマグロなどの高級魚だけだと思っていたが、大衆魚でも行われているのだ。

銚子港にはマグロもかなり水揚げされているが、このマグロは最初に東京市場へ行き、そこから千葉、銚子へと廻ってくるといふ。高級魚ではこんな逆送も行われているのだ。流通業者のマージンは取扱額に一定の率を掛けて出すので、単価の高い、高級魚を取扱いしかも廻した方が儲けが多くなるというわけだ。

「冷凍サンマのほとんどは加工用に冷凍されているはず。しかし中には解凍して鮮魚として売っていたりする者も多い」と魚市場の庶務課長は言う。だが、多くの人たちから「冷凍魚は解凍し鮮魚

として売っている」という話を聞いた。庶務課長はさらに次のような例をあげてくれた。「昨年、業者が投機的に買い付けたサンマが意に反して売れず、いま出せば原価を割ってしまうので、冷凍されたまま残っている。おかげで現在かなりだぶついていて、これ以上値が下がらないよう七二時間の休漁にはいらざるを得なくなっている」このような「魚ころがし」はマグロなどの高級魚だけだと思っていたが、大衆魚でも行われているのだ。銚子港にはマグロもかなり水揚げされているが、このマグロは最初に東京市場へ行き、そこから千葉、銚子へと廻ってくるといふ。高級魚ではこんな逆送も行われているのだ。流通業者のマージンは取扱額に一定の率を掛けて出すので、単価の高い、高級魚を取扱いしかも廻した方が儲けが多くなるというわけだ。いきおい大衆魚、とくにイワシなどとは流通業者に敬遠されがちになる。消費者の側でも最近はいワシを食べなくなつたので、銚子港で水揚げされるイワシのほとんどは冷凍されて養殖ハマチの餌として利用されている状態だ。しかし一・五kgのハマチを作るのに一〇kgのイワシが必要で非常に効率が悪い。さらにこのハマチには葉づけ養殖という問題もある。野菜や果物が農薬づけであるのと同

様に、牛、豚、養殖ハマチなども抗生物質や抗菌剤の入った餌を食べさせられ、薬づけ飼育されているといってもよい。「牛肉がまずいので保健所で調べてもらったら高濃度の抗生物質が検出された」という記事が最近の新聞にも載っていたが、薬づけの魚肉は、味の面でも落ちるのではないだろうか。

そこで同じ一〇kgのイワシを使うなら人間に食べてもらった方がよいということ、漁協ではイワシの開き方食べ方、を消費者に宣伝している。すりつぶしてハンバーグ、コロッケなどに肉の代用として使うのだが、果して消費者の口に合うかどうか。

## 自分たちで作って食べる

いまの農漁業、畜産は生産第一主義で、売ること作ることを考え、食べる側の立場が忘れられている。また、消費者にも問題がある。見栄えのよい物を欲しがり、冬でもトマトを食べようとすると生活態度だ。真冬に夏のものを食べようとすると、重油で暖房したハウスを使って生産しなければならなくなる。これは石油を食べるようなものである。

このように作ること、売ることだけを考えた生産・流通が食品の味覚、安全性

を低下させてきているのだ。

では今よりも安全で、なおかつ新鮮でおいしい生産物を安く手に入れるにはどうしたらよいか。だれでも考えつくのは中間を抜くこと、さらに進めば自分たちの手で作るということである。ところが、この中間を抜くということが非常に難しいことなのだ。単に中間業者を通さないというだけでは済まされない。いままで流通のフロアがやっていた運送、集荷、分荷といったことを、今度は自分たちでやらなければならないのだから。

「一年に一回あるいは月に一回ぐらい、団地の催物としての産直をやるのなら構わないけれど、毎日食べるものを産直だけで継続的に手に入れていくのは大変きつい。だから長続きしない。」

「集められた荷を完全に消費できず残ってしまい、結局は役員が背おうことになる」。

「動く人が決っていて、その人が抜けたら活動も停止してしまふ」。

こういった消費者団体の声を聞いた。やはり良い物を手に入れようとするなら自ら行動していかなければならない。座って待っていてもやって来ないのである。

みんなで作り、運び、食べるという農作物の自給をしている人たちがいる。

「たまごの会」の人たちだ。東京の消費者を中心として結成され、八王子、国

立、横浜などの地区にも広がっている。

「今日の農畜産物がまずくて安全性に疑問がある原因は、近代農業の構造そのものにある」と考え、自給農場を建設し、自ら作った作物を週二便二トン車で都市の会員まで配送している。この農場には若い会員たちが住み込んでいて、玉子をはじめ牛、豚、鶏、野菜そして牛乳、味噌、醤油などを生産している。

ここでは露地栽培、有機農法を原則とし、飼育している鶏や豚の糞、オガクズワラが肥料となる。生産された作物を会員みんなで食べ、野菜クズ、残飯は豚のエサとして農場に送り返される。そして豚の糞がまた肥料として畑にまかれる。

このように野菜、人間、家畜が一連となった食物の循環を特色としている。農場から都市への一方的な供給だけではなく、残飯や作付けに対する要望などが都市から農場にも流れるという、都市と農場間の循環でもあるわけだ。手間のかかる生産をしているので、市価と比べたら決して安くはない。

たまブラザ地区の世話人である小山黎さんは「たまごの会」へ加入した動機を次のように語っている。

「安いものをというより、安全でおいしくて納得のいくものが欲しかった。以前には産直で無農薬野菜を農家と契約して共同購入していたが、畑へ行ってみると

と農薬を使用していたりして信頼関係ができず、また値段でも折合がつかず、交渉が面倒だということもあって止めてしまった」。

その後たまごの会の存在を知って参加したという。

「それぞれ収入に応じて出資金を出し、それに年間五万円の維持会費を払うし、さらに年間十回ぐらいいは農場へ行って作業をしたりするので、値段的にみたら市場のものより高くない。ただ取れすぎた時は毎日毎日トマトばかりだし、少ない時や全滅した場合には食べないでがまんしている。もともと、食べたくても市場のものは苦くてもう食べられなくなってしまう」と値段よりも品質の面を強調している。

この出資金で農場に会員棟を建て、そこで都会に住む会員が農場生活を楽しんで、あるいは維持会費を使って文化活動なども行うので、たまごの会の野菜や肉と市場のそれとを比較すること自体、意味のないことだという。会員にとって野菜、肉、牛乳などの食料品はもはや商品ではなくなっているのだ。

しかし、ここまでやれるのは、行動力のある人たちが熱意を持って活動しているということもあるが、会員が二〇〇人とか三〇〇人の単位だからできることな

のではない。何万、何十万人という都会の消費者たち全部の食料をこのような方式でまかなうのは不可能である。

「新鮮でおいしくて、しかも安全なもの」を「納得のできる値段」で何万人もの消費者が手に入れるには、欲しいと思うものを生産者と契約して作ってもらうという方法がある。こういうものは市場に出廻っているものより多少生産に手間がかかるが、量をまとめて共同購入すればその分安くなるし、生産者から直接仕入れるので流通も簡素化できる。しかも納得のいくものを生産者に作ってもらうことができる。これを実践しているのが「生活クラブ生協」の人たちだ。この生活クラブは既成の生協と違い、無店舗予約共同購入制を特色としている。

### 生産者と共同開発

緑区に生活クラブ生協神奈川本部がある。現在約二万世帯が加入し、二、九〇〇ほどの班で組織されている。注文、配達、集金などすべて班単位で行う。産地から集荷センターに集められた商品は、専従職員や組合員の手で各班の集荷所まで配送されるが、それから先は各組合員がこの集荷所に商品を取りに来なければならない。集金はこれと逆のコースで行われる。

「中間を抜くということは単に中間業者を抜くだけでは済まない。交渉や運送など、今まで業者がやっていたことを、今度は消費する人たちがやらなければならないわけで、組合員の無償労働を伴うということだ」と小塚組織部長は語っている。こうした労働があつて初めて中間を抜くことができるのだし、またそれによつて生産者と直接交渉して消費者の納得のいく物を作ってもらうこともできるのだ。

このようにして生産された商品をいくつかあげると――

〈玉子〉 一般の玉子は流通時間の長いことや、見栄えをよくすることから、電気を通して検卵し、お湯をかけて洗浄する必要がある。どうしても鮮度が落ちる。そこで埼玉、千葉の養鶏場と契約し、産卵の翌日、洗浄せず配送している。新鮮だから検卵の必要もない。

〈味噌〉 現代では化学薬品を使い、一週間ぐらいの速成醸造で大量生産している。そこで生産者と話し合い一年仕込みの味噌を醸造してもらい（コストが高くつくのでこのような味噌は市場で売れない）。

〈牛乳〉 しばらくたての牛乳を成分無調整で、新鮮さを保てる紙パックに入れて配送。三日後には消費者の手もとに。

〈米〉 普通の米は消費地で搗精するの

で混米が多い。生活クラブでは現地搗精し仕入れている。しかも有機農業をめざしたものである。

その他に牛肉、豚肉、ウィンナー、お茶、ソース、油など本ものを志向した消費材を扱っている。

だが、こんな問題もある。

「毎月二十日に注文して翌月に配送される。それから消費するので、二カ月ぐらい先の生活を考えて注文しなければならぬ。また流通コストが低いといって、手間のかかる物には市場価格より高くつく場合もでてる」と小塚氏は言う（ほとんどの物は市場価格より二〜四割安い）。

「しかし値段より中味だ。こうした活動は生活を見直す運動でもあるのだから。与えられた商品を消費するのを止めるということは、生き方を変えるということなのだ」と同氏は続ける。

同様のことを組合員の古川正子さんも語っている。

「安い物を求めてというより、安全で納得のいくものという気持ちの方が強く加入した。生活クラブの製品は市販のものより味がよいし、添加物も使わないから安心して食べられる。うちではダシを作るのに化学調味料など一切使わず、コンブやカツオブシなどを使い手間ヒマかけて自分で作っている。こういう生活

態度が必要なのではないか。食生活を考えるということは、生き方を考えることだと思ふ」。

### 契約栽培で本当の野菜を

こうして、生活クラブが生産者と共に開発した食品を消費するということからさらに進んで、組合員自身が自主的に地場野菜の契約栽培を行っている。生活クラブとしては一切タッチせず、消費者が自主的にグループを作り、地元の農家と手を結び共同購入をしているのである。横浜で栽培可能な野菜をなるべく低農薬、有機農法で作ってもらい、それを全量引き取ることになっている。その他の契約内容は、旬の野菜を前日収穫し、選別せず泥つき葉つきそのまま配送するというものである。さらに契約、交渉、配送などは消費者がやらなければならないので、各地区から労働力を提供してもらう。利用するだけで動く人のいない地区には参加する資格がない。

前出の古川さんも野菜部会の役員の一入だ。やり始めの頃の苦勞を次のように語っている。

「契約価格より市場価格の方が高くなると、全量取引の契約にもかかわらず、生産物を市場に出してしまふ農家もあった。逆に市場価格の方が安くなると、ス

「バーに買いに走る消費者もいた。市場価格に目を奪われていると、どちらかが損をしたと思うようになってしまう。」

「両者の納得できる価格を設定したら、とにかくそれで一年間通すことだ。それができなければ契約栽培は成り立たない。無農薬野菜の産直で失敗したグループの多くは、ここらへんに原因があるようだ。それともう一つ、よく失敗の原因になるものに農薬、化学肥料使用の問題がある。」

「そもそも完全無農薬・有機農法を求めるのが無理なのだ。物によって、あるいは土地によっては農薬、化肥も使わなければならないことを消費者は理解する必要がある。お互いの信頼関係がなければやっけない」（古川さん）。

生産農家の一人、福田光太郎氏も「最初は市場に出さないことに対する大きな不安があった。しかし、本来のい

ちばん良い姿の野菜を作れる喜びを、今やってみて感じている。それから予想以上の収穫があった場合、市場では一割の増産が五割がた安くなるのに、契約価格で全量引き取ってくれるのがありがた」と全幅の信頼を寄せて語っている。

だが、天候によって毎日の収穫量が異なる野菜を予約して消費することの難しさ、あるいは低農薬のため虫に喰われて全滅してしまう危険など、契約栽培にはまだまだ課題が多い。

大都市の近郊は宅地開発などによって農業緑地が次第に減少し、それに伴い野菜の生産量も落ち込んできている。一方、人口増加で需要は大幅に高まっており、ますます自給率は低下することになる。また、いまの市場での農産物の価格決定機構では、「再生産もなかなか保証できず、年収の目途もつかない」（福田

表一 4 市内野菜の生産

年次	作付面積 (ha)	生産量 (t)	需要量 (t)	自給率 (%)
41	7,056	117,449	156,240	52.6
44	6,001	112,017	178,920	43.8
47	4,254	112,160	293,160	38.0
50	3,288	93,800	300,000	31.0
53	3,275	93,550	310,422	30.0

氏)などのため農業から離れていってしまう人たちも多い。そしてこの価格決定機構のもとは、好むと好まざるとにかかわらず、大量の農薬、化肥を使わなければならない農業が成り立たなくなっている。

最近、農林水産省はキャベツ、ハクサイ等四種類の野菜の減反政策を行うことを決定した。価格が低迷し畑で踏みつぶしてしまうことが多いからだという。ところが、野菜は過剰だといっても台風の影響で二、三倍の高値になることもあるのに、減反を実施したらどうなるのか。

「まともな土地政策、農業政策がないから、私ら農家は今まで苦勞してきたのだ」と福田氏は言う。

だが、福田氏ら契約栽培をしている農家は今では大変満足している。

「生活クラブの会員のようなたちがまだまだいるのだということを知って、こんなうれいことはない。今ではほんとうの野菜を作れるという生きがいみたいなものができた」。

農家が野菜を作って生きがいを感じられないような今の構造では、都市近郊農業の衰退をおさえることはできない。

今は消費者のエンジンで農家が動いているようなものだが、こうして本もの志向し、生産者と消費者が協同していくなかにこそ、本ものの味を回復し都市近郊農業を再生する道もあるのではないだろうか。

〈都市科学研究室〉