

「雪印食品事件」以後、食品流通業界の「嘘」が一気に白日の下に晒され始めた。その後の経過を見ると、これは我が国の食品の生産・流通・小売における「信用恐慌」とでも言うべき事態に発展するのではないかと本誌は恐れている。それは我が国の農業と食の業界を大変革させるために避けては通れぬ時代の波ではあるが、今年度決算期に囁かれる様々な金融不安、4月に始まるペイオフ、それらが経済恐慌どころか日本社会そのものを恐慌に導くことにもなりかねないからだ。

発端は雪印食品(株)関西ミートセンターによる「牛肉詰め替え」の露見だった。「狂牛病騒ぎ」で売れ残る未検査国産肉の対策として設けられた買い取り制度を悪用し、補助金を騙し取ろうとした詐欺事件である。その後、牛肉の産地やブランド詐称(表示の嘘)が告発されるのに次いで、いよいよ海外産農産物の産地詐称やリパックの横行も報道されるようになった(マスコミも知りながらこれまで報道してこなかった)。

これらの事件の結果、スーパーでの米や野菜の安売りが減り、低迷する野菜市況にも上向きの条件をもたらすかもしれない。まともな直売所や農家からの産直には今以上に人気が集まることもあるだろう。しかし、農業経営者もまた少なからずの影響を受けることは避けられないのだ。真価を問われるのはその後だからである。

「ほら見ろ、悪いのは商売人であり、そのために真面目な農民や農業界がひどい目に合ってきた」と言う人々がいるか

## 江刺の稲

「江刺の稲」とは、用排水路に手刺しされ、そのまま育った稲。全く管理されていないこの稲が、手をかけて育てた畦の内側の稲より立派な成長を見せている。「江刺の稲」の存在は、我々に何を教えるのか。土と自然の不思議から農業と経営の可能性を考えたい。

本誌編集長 昆吉則

もしれない。たしかに、あくどい商売人や詐欺師も世の中にはいる。大きなバイイングパワーを背景に横暴を極める農産物需要企業が存在し、そのために菌軋りをしてきた農業経営者や卸業者がいることも事実だ。

そして、現在の状況、様々に露見しつつある卸業者による産地や原料表示の「嘘」の原因を作った大規模スーパーや外食業者の責任は重い。彼らは社会的影響度が大きく、最終の「売る責任」を負う立場にいるからだ。大規模スーパーが卸業者に対して価格要求だけで品揃えを求める結果、産地表示を偽る卸業者が出てくるのも想像がつくことではないか。それどころか、閉店後に、その日に高い値を付けて売れ残った〇〇産の「有機野菜」を翌日リパックして××産の野菜に化けさせるべく、パートのオパサンたちを働かせたことは無い、と断言できるスーパーの店長はどれだけのいるだろうか。事件が露見して慌てて雪印製品を棚

## 「表示」の嘘、「商売」の嘘、「正義」の嘘、その退廃の果てに

から外してみせるスーパーのあざとさとは、彼等の商売としての退廃をこそ示しているのだ。

しかし、読者諸氏が自らの周りを見回したとき、一人ひとりの農家を含めて農業界が「我は潔白」などと言うほど綺麗な存在であると言えるだろうか。農業界もまたその信用恐慌を引き起こす責任の一端を背負っている。これは考える。これまでの農業界や農民もまた、被害者や弱者の顔をしながら、顧客や自らを欺いてきたのである。

我々は制度や法律の不備や悪徳業者の存在に、消費者の信用不安の原因を探すだけでは足りないのだ。農業界を含めたあらゆる経営あるいは職業としての「倫理の破綻」にそれは由来していると言わなければならない。

今、進行している事件とは、「有機表示」や「産地表示」の「義務化」が、逆に現在の「表示の嘘」を横行させ、この信用恐慌を生じさせかねぬ状況を作っている。「嘘」の横行を規制するための制度や法律が新たな「嘘の横行」の原因を作っているのである。産地表示が義務付けられた後にこそ野菜のリパックが増えて

いることを読者は知っているはずだ。規制があるからヤミ屋は美味しく、規制があるからヤミ屋も横行するのである。規制の強化を図ることや、求められるルールや規制に従うという従順さだけでことは解決しないのである。全ての企業や業界が自らの経営の永続性のためにこそ、その「経営倫理」を問うべき時代なのである。

そして、すでにスーパーが米卸に求めて作って来た特売の安値米の横行は、苦し紛れの卸が調製した低品質米の横行によつて、結局スーパーの米販売量の激減という結果を生じさせているのである。農家の産直が増えたからスーパーで米が売れない訳ではない。安値競争の行き着くところで店がお客様に見捨てられたのだと言わなければならない。

土や自然を欺くことが出来ないごくく、市場社会や顧客は騙せないのである。土作りを怠って来た者が天候不良年になるたえろごとく、顧客を裏切るものは顧客に裁かれるのだ。

同時に、これまでの分業社会の合理性を超える新しい論理が必要とされているのだ。農家は種時きロボットに過ぎず、トラックか倉庫に過ぎぬ流通業者、自動販売機が単なる陳列棚に過ぎないスーパー、自動キッチンに過ぎないかのような外食産業。そして、それぞれの企業・業界人は蛸壺にはまったまま、目先の「営業」は考えても「経営」を考えない。食べる人々への共同の責務を自覚しようとなない。それが、この信用恐慌の根本原因なのである。