

寄稿

「食と農」セクターにおける連帯経済： イタリアのG.A.S.、フランスのAMAP、そして日本の連携

ファビオ モスタッチョ イタリア メッシーナ大学

Fabio Mostaccio (University of Messina Italy)

今井迪代 (明治大学大学院政治経済学研究科博士後期課程)

1. はじめに： 連帯経済アプローチとは

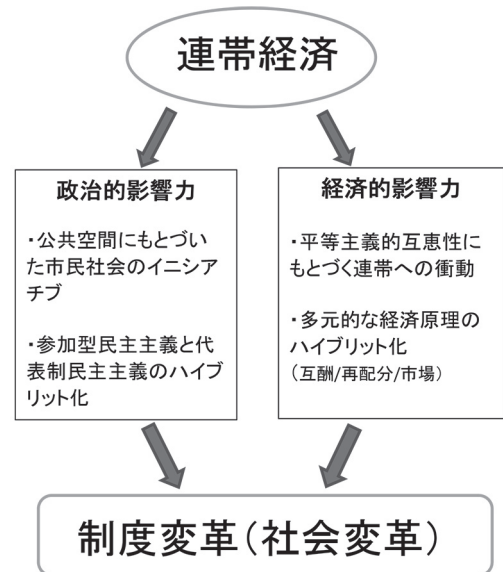
ここ数十年の間に、現在の支配的な経済システム（資本主義システム）への対案として、連帯経済と呼ばれる実践および分析枠組みが発展しつつある。

連帯経済の実践としては、例えばフェアトレード運動、協同組合運動、社会的企業、連帯金融などが挙げられる。これらはすべて、カール・ポランニーの言葉を借りれば、社会からますます「離床する」経済を再び社会に「埋め込む」営みであると言える。

これらの多様な実践が、一つの新たな経済モデルを提起していると捉えられており、理論化が進められている。その貢献者の一人であるジャン＝ルイ・ラヴィールに依拠して、分析枠組みとしての連帯経済を整理するならば、その特徴は大きく2つが挙げられる。第一に、経済原理を多元的なものとして捉えていること、そして第二に、経済活動でありながらその政治的¹⁾な影響力を重視していることである（図1）²⁾。

本稿では、イタリアの「食と農」のセクターにおける連帯経済の実践であるG.A.S.（共同購買グループ）の取り組みを紹介する。この取り組みは、アメリカのCSA（Community Supported Agriculture）

地域で支える農業）と同様に、日本の産消提携運動（以下、提携）を源流とする世界的なムーブメントの一つである。そこで本稿ではあわせて、G.A.S.の源流としての日本の提携と、欧州におけるG.A.S.の類似事例としてフランスのAMAPについても触れる。これらの検討を通して、市場という経済システムの中で、良くも悪くも「生産者」と「消費者」という役回りに分断されてしまった我々が、その間に新たな連帯の形を取り戻す方向に既に走り出していることに気づくことができよう。ひいては、「顧客と組合員について考える」との本誌



【図1】連帯経済の2つの側面
(Laville (2010) p.25 図を一部簡素化し筆者作成。)

テーマに、連帯経済論の立場から一つの回答を示すことができるだろう。

2. 日本の産消提携運動について

今回紹介するイタリアの G.A.S. やフランスの AMAP の起源である、日本の「産消提携運動 (提携)」は、海外でも「Teikei (テイケイ)」として知られている。提携は、日本の有機農業運動を基盤に構築されたモデルであり、1971 年に設立された日本有機農業研究会に牽引されて発展していった³⁾。

戦後から高度経済成長期にかけての農業では、農薬や化学肥料を多用する近代農業が推進されていた。これに疑問を抱いた生産者が、当時はよほどの変わり者か宗教者のような扱いを受けつつも、健康や環境に害を与えない独自の農法に着手していった。一方で消費者 (都市生活者) 側も、食の安全性や農業・環境を取り巻く状況の変化に不安を抱くようになり、無添加食品や安全な卵・牛乳などを求める活動を開始していた。それらの動きを結び付け、生産者と消費者の相互連帯の下に有機農業運動を発展させるべく、一楽照雄 (当時、財団法人協同組合経営研究所理事長) らを中心として日本有機農業研究会が結成された。

ここに集った生産者と消費者が、実際に有機農業を広めてゆく手段として考案されたのが提携である。日本有機農業研究会の 1974 年の総会にて、「当時いわれていた産直・共同購入 (中間業者を抜き、価格をより安く) をのり超え、双方が相互理解を深め、労力や資金を出し合い、自主的な配送によって生産者の拠点から消費者の拠点 (配送ポスト、ステーションなど) に継続的に農産物を手渡していく、新たな産直・共同購入」を「提携」と名付け

たとされる⁴⁾。

こうして考案された提携をより確かに推進するため、78 年の総会では「生産者と消費者の提携の方法」 (通称、提携 10 カ条) が採択された。その内容としては例えば、「相互扶助の精神」 (生産者と消費者の関係は、単に物を売り買いする関係ではなく、両者は対等な立場で、友好的な付き合い関係に基づいているとする) や、「全量引き取り」の原則 (消費者の希望に基づいて生産されたものについて、消費者はその全量を引き取る)、そして「互恵に基づく価格の取り決め」 (生産者と消費者の双方の合意による価格決定) 等が定められている。これらの原則に着想を得た「提携 (テイケイ)」として世界中に広まっていったのである⁵⁾。

3. イタリアの「食と農」セクター

3-1. 食への不安の高まりとショート・チェーンの隆盛

近年、イタリアの消費者は食に対する不安や規格化された生産物に対する不信感を強めており、高い品質が保障された商品に対する需要が急速に高まっている⁶⁾。これを背景として特に農産物の流通において隆盛しているのが「ショート・チェーン (短いサプライ・チェーン)」である。

この現象に関する研究も増加している。その多くは、ショート・チェーンがいかに生産物の「質」の確保に有利か、という観点からの分析である。このように、生産物の質を確保する手段としてのショート・チェーンは、単に「ショート・フード・サプライ・チェーン」と呼ばれている。

確かに、この新たな食の流通のあり方が、

生産者に新たな付加価値を与えるとの仮説は共有できる。なぜならば生産者は、消費者との新たなつながりを通じて情報を直接やりとりすることができ、消費者は生産物の質を確実なものにすることができるからである。しかしながら、このショート・チェーンのあり方がいかなる点でこれまでの市場システムとは異なるかということについて、単に生産物の質の保障や、生産・流通過程における不正などのリスク回避ができるという点にのみ着目することは、この取り組みの意義を矮小化させてしまう。ショート・チェーンの取り組みはそれ以上に、「人と人との関係性」に関するオルタナティブな経済のあり方を示しているのである。

いみじくも、我々はすでにこういった経済について、「関係性の経済学」や「私たちの経済」といった表現で議論をしている。これらは、筆者が冒頭に紹介した連帯経済を言い表す別の言葉である。そして、イタリアのショート・チェーンの動きの中でも、特に「人と人との関係性」の再生を体現している重要な事例として、G.A.S. が挙げられるのである。

3-2. イタリアの共同購買グループ： G.A.S.

G.A.S. (ガス) とは「Gruppi di Acquisto Solidale」の略で、直訳すると「連帯型購買グループ (Solidarity purchasing group)」を意味する、生産者と消費者の直接契約に基づいた食料品等の共同購買グループのことである。その実践は各地の G.A.S. によって多様であるが、基本的に「資本主義システムによって引き起こされた不公平という結果を被っている生産者および全ての人々との連帯と、環境との完全なる調和を目指

す」との原則に基づき、運営されている。

そのしくみは基本的に次のようになっている。まず、共同購買をしたいと考える近所の人や友人たちとともに、グループ (G.A.S.) を作る。おおむね、一つの G.A.S. につき 10 ～ 30 家族 (平均 25 家族、人数でいえば約 100 人) という少人数で形成される。場所によっては、生産者が主体となって結成する G.A.S. もあるし、地域の大学生が主体となって立ち上げたケースも見られる。また、一つの G.A.S. の規模が大きくなってしまった場合には、小さくなるように分割される。

次に、契約をする生産者を探す。ほとんどの場合、地域の小規模な有機農家で、なおかつ環境に配慮した農業を行っており、G.A.S. のメンバーを尊重できる生産者と連携する。扱う生産物に関しては、できるだけ地元の生産物を選ぶこと (移送に伴う環境負荷を最小化させるため)、扱われている商品はフェアトレードであること (生産現場において働くすべての人の人権を尊重するため)、そして再生可能でエコロジカルな商品を扱うこと (サステナブルなライフスタイルを促進するため) が、G.A.S. のガイドライン⁷⁾ で求められている。

実際に扱われている商品としては、例えばイタリア南部では柑橘類やトマト (それらはイタリア南部の典型的な食べ物である)、北部ではリンゴやその他の北部特有の野菜が挙げられる。時に、近代農法では扱われないような伝統的な農作物を復活させ、販売するケースも見られる。G.A.S. が発展するにともない、肉やパスタ、パン、自然化粧品等も取り扱われるようになっており、更に現在ではイタリア北部で、電力の共同購入に取り組む G.A.S. も出てきている。なお基本的に、G.A.S. の全国ネット

ワークに加盟している各地域の G.A.S. で取り扱われる有機生産物は、国際有機農業運動連盟 (IFOAM) の定める参加型有機認証制度⁸⁾ の認証を受けている。

生産者と契約ができれば、消費者の中で注文を集めて発注する。発注はほとんどの場合、インターネットを使って行っている。購入した生産物は、生産者が G.A.S. の消費者メンバーのところまで運んでくれる場合もあれば、消費者のメンバーの誰かが代表して生産者のところに取りに行く場合もある。

3-3.G.A.S. の現状

G.A.S. の取り組みは日に日に拡大している。1997 年にイタリア北部のフィデンツァで最初の G.A.S. が誕生して以降、イタリア全土に広まってゆき、2010 年までに 710 の G.A.S. が立ち上げられた。統計に反映されていない小さな G.A.S. も各地で活動していると考えられるため、実際数はもっと多いと思われる。2012 年の統計によると (CENSIS/Coldiretti,2013)、イタリアの人口の約 18.5% が、その年の間にすくなくとも一回は G.A.S. を利用していたとされる。うち 700 万人は G.A.S. をしばしば利用する人、270 万人は定期的に利用する人であった。

もちろん、G.A.S. の成長にともなって新たな困難も出てきている。特に、資本主義的な市場システムを使わずに、サービスの質を向上させたり新たな倫理的な製品を増やしたりしようとする、その目的をどのように設定するのか、ターゲットをどこに絞るのか、様々な状況の変化をいかに好機につなげるのかといった、様々な悩みがでてくる。

しかし、とりわけユーロ危機以降の厳しい不況下で、各家庭が食料品にける支出を減らしているにもかかわらず、G.A.S. は発展を続けている。

3-4.G.A.S. に参加する動機

消費者が G.A.S. に参加する動機は多様であるが、「社会的つながり」を取り戻すことが最大の理由となっている。G.A.S. ではフェアトレード商品も取り扱われているが、高品質の商品や倫理的商品を購入することは、必ずしも G.A.S. に参加する一番の動機になっていない。

G.A.S. が展開している「人と人との関係性を含んだ経済」は、以下のような素晴らしい効果をもたらしている。まずは生産者と消費者の直接のやりとりを通して、両者の間に信頼関係が醸成され、一般の経済取引において発生する情報の非対称性が減少ないしは消滅する。これにより、生産物の質が確実に担保されると共に、農業に従事する人々の尊厳を守ることにつながる。

さらに G.A.S. は、人々が政治や経済に関する情報を交換し自分の意見を述べることができる重要な場となっている。もともとはそういった問題に関心がなかった人も、G.A.S. での活動を通して、自分を取り巻く政治的・経済的問題について自覚的になってゆくのである。こういった G.A.S. における人々の関係性は、前述の通り一つの G.A.S. が小規模に保たれているからこそ、実現できているのである。

3-5.G.A.S. の質的な発展：政治的影響力の拡大

G.A.S.には量的な発展に伴って、質的な発展も見られる。G.A.S.の担い手たちは、徐々に自らの政治的な役割に気づくようになり、沢山の力強い政治的イニシアチブを開始したのだ。例えば、地域の価格安定化を図る取り組みや、公共水道の民営化に反対するためにマフィアと闘う動きが見られる。これらの活動を展開するために、G.A.S.が政治運動を行う他のアソシエーションと連携するようにもなっている。このように、基本的には経済の領域での活動を基礎とするG.A.S.であるが、今や政治的な問題についても取り組む「交流のネットワーク (interaction nets)」になっているのである。

G.A.S.のこのような取り組みは、特にイタリア南部で非常に重要な役割を果たしている。この地域は歴史的に、非常に大きな政治的・経済的、そして社会的問題を抱えている場所である。先に述べた通り、G.A.S.はイタリア北部で始まり、南部でのG.A.S.の発展はゆっくりとしたものであった（ただしこれには文化的な背景も関係している。イタリア南部では、都市と農村部、そして生産者と消費者が完全には分断されておらず、それらをつなげようとするニーズがイタリア北部ほどには強くなかったのである）。しかし今日では、イタリア南部でもG.A.S.が強く発展してきており、非常に大きな政治的・経済的なインパクトを持つようになっている。以下に、その事例を紹介しよう。

3-6. 事例1：SOSRosarno

Rosarno（ロザルノ）というのはイタリア南部のカラブリア州に位置する小さな町で、オレンジの生産で有名である。他方、その生産現場では多くの移民労働者（特にアフリカからの移民）が、低賃金や搾取といった非常に劣悪な労働環境の中で働かされていた。ついに2010年に、移民労働者が大規模な抗議運動を展開し、生産現場における移民の労働環境の問題がまたたくまに国中に知られるようになった。

当初、この移民労働者の労働環境を引き起こした責任は生産者の側にあると考えられていた。しかし実際には、地元の小規模な生産者も、経済システムの犠牲者であることが明らかになっていったのである。地元生産者も、オレンジやそこから絞ったジュースを非常に低価格（1キロ6セント程度）で大規模な多国籍企業に売らざるを得ず、この状況で生産者が生き残るには、移民労働者を搾取する以外他に方法がなかったのである。

この状況で、地元のG.A.S.は「EquoSud」というアソシエーションと協働して、「SOS



各事例の団体ロゴマーク
(EquoSud：同団体ウェブサイトより)

Rosarno」というプロジェクトを開始した。EquoSud (Fair South、「公正な南」の意) は、地域の経済水準の向上維持について働きかけを行う政治的なアソシエーションである。このプロジェクトでは、市場の波に飲み込まれるのではなく公正な生産をしたいと考える地元のオレンジ生産者と、G.A.S. の消費者を結び付け、一般市場の論理から切り離された独自の経済交換の場を創り出していった。これはまさに、「連帯経済」の再生と言えるだろう。

EquoSud はさらに、カラブリア州レッジョ・カラブリア県のコムーネ (市に相当) である Gioia Tauro において、オルタナティブなオレンジの生産と販売を促進する取り組みに着手した。EquoSud のウェブサイト⁹⁾ から、ここで取り扱われている生産物の価格表が手に入るのだが、ここにある価格は需要と供給のバランスによって決定されているのではなく、生産者と消費者との交渉によって決まっている。すなわち「社会的な価格形成」が行われているのだ。

こういったプロジェクトは、何人もの生産者や卸売業者を通過してそれぞれが利益を獲得するという、現代では一般的になってしまった市場のあり方を変えてゆこうとの、世界的な視野に立っている。もちろん、このオルタナティブな経済交換を実現するためには、伝統的な市場サイクルの外にある品物を購入してくれる消費者を探し出さなくてはいけない。しかし、それを実現し試みる場として、G.A.S. の広範なネットワークが活きているのだ。

3-7. 事例2 : Legallinefelici 「幸せなニワトリ」

もう一つの事例は、イタリア西南のシチ



*Prodotti bio e naturali a casa vostra.
Coltiviamo rispettando la natura, vendiamo rispettando la gente.
Creiamo occasioni di occupazione gioiosa rispettando la dignità del lavoro.
Promuoviamo lo sviluppo armonico del territorio.
Sosteniamo la crescita della concorrenza perché per noi "concorrere" significa correre assieme.*

(Legallinefelici 団体ウェブサイトより。
オレンジとニワトリの絵が確認できる。)

リア島の生産者が中心となって立ち上げた「Legallinefelici (TheHappyChickens : 幸せなニワトリ)¹⁰⁾」という G.A.S. である。この団体の名称は、創設者である Roberto LiCalzi 氏が鶏をケージに入れて飼育している卵農家のあり方に疑問を持ち、鶏を自然に放して飼育し始めたことに由来する。徐々に仲間を集め、現在は小規模な有機農家によって構成される G.A.S. となっている。また LiCalzi 氏は現在、G.A.S. のネットワークのリーダーの一人でもある。

この団体は、政治的領域と経済的領域の双方で活動しているという点で、イタリア連帯経済において最も重要な組織の一つとなっている。その取り組みの一つに、マフィアと闘うために市場を活用した一連のプロジェクトがある。よく知られているように、マフィアの問題は未だにイタリア南部における重要な社会的課題となっている。

具体的な取り組みとしては例えば、ある交通会社との協働がある。この会社は、一度マフィアに買収された後、元従業員が取り戻し、経営している。しかし、マフィアによる買収という過去の経緯のせいで、経営はうまくいっていなかった。そこで Legallinefelici は、自らの扱うイタリア南部の生産物を北部の消費者に届ける際にこの会社を利用すると共に、G.A.S. のメンバーに対して強力な政治的メッセージを発信した。このことについて LiCalzi 氏は次のように述べている¹¹⁾。

「私は、G.A.S. が大きく発展する要因として、質の高い商品の提供、消費者による

参加への強い意識、そして G.A.S. 自体が社会変革の指導者になること、が挙げられると信じている。G.A.S. への参加という選択を通して、人々は自らを取り巻く現実を判断できるようになるし、この意味で我々は、大きな社会的役割を持っている。実際に私は、イタリア北部の消費者に対し、『もしあなたが合法的な移送手段を望むなら、生産物 1 キロあたり 3 セント追加してください』と伝えている。さらにあわせて『マフィアに対して確かな闘いをしましょう。デモによる抗議活動だけでなく、合法的な範囲で、できるところから。』とも訴えかけている。こうした取り組みにより、我々は多くの人に影響を与えることができるのだ」。

この事例からも、既存の経済システムへのオルタナティブなビジョンを示唆するような、価格の社会的形成が見て取れる。

3-8. 地域に広がる G.A.S. の影響力

G.A.S. の政治的な影響力は、個別の G.A.S. の取り組みにとどまらない。上記のイタリア南部の G.A.S. の事例では、人々の水平的な参加の強さが際立っている。ここでは、透明性がある新たな個人の参加があること、そして人々の間で集合的（コレクティブ）な気づきが得られることが大切にされていた。人々は、オルタナティブな消費のあり方を創り出すこと、そして自らの政治的な役割を果たすことについて、様々な意見や情報の交換を行うのである。これが、先に述べたショート・チェーンの政治的な機能の一つといえるだろう。

逆に言うと、近年のめざましい G.A.S. の発展には、イタリアの人々の政治的な自覚

の高まりが背景にあるとの側面もある。このことを示唆する事例として、イタリア南部の町、メッシーナでの出来事を紹介したい。ここでは数か月前に市長選が行われ、この町の歴史上初めて、いずれの伝統的な政党にも属していない、エコロジー運動や連帯運動出身の人物が当選したのである。

また G.A.S. は、人々が社会に対して持っている偏見や思い込みを克服する場ともなっている。例えばイタリア南部は、「道徳のない家族主義（Amoral Familism）」が蔓延していると思われてきたが、G.A.S. の活動を通して、新しい形の市民参加があることが見いだされるようになってきたのである。

さらに、G.A.S. は教育的な役割を持っているようにも思われる。これは筆者が「伝統的な知」と定義するもので、地域に「もう一つの文化」を広めるために重要な数多くの慣習や習慣のことを指す。これらを入り込みに浸透させることにも、G.A.S. は一役買っているのである。

4. フランスにおける類似事例：AMAP

イタリアだけでなく、他国でも類似の事例が見いだされる。例えばフランスにおける AMAP（アマップ）がそれである¹²⁾。

AMAP（Associations de Maintien de l'Agriculture Paysanne：小農民を維持するアソシエーション）とは、文字通り小規模農家を維持することを目指したアソシエーションである。消費者はグループを組織して、原則として 1 人の生産者（多くは家族経営で行っている小規模の農家）と直接契約を行い、双方の話し合いの上で納得できる価格を設定し、収穫の一定期間前に

予約購入を行う。この期間というのは、農業に関わるさまざまなリスク（天候や病害による不作など）を、生産者だけでなく消費者も共に負担するのに十分な程度の期間であるとされている。つまり、リスクは AMAP のコミュニティ全体で共有されるべきだと考えられているのである。

ほか、毎週の配達時（1 回あたり平均約 15 ユーロ（約 2000 円））¹³⁾には消費者は生産者から直接生産物を受け取るになっている。その会計のやりとりも、AMAP のメンバーが行う場合がある。さらに消費者は、季節ごとに生産者の元を訪れ、時には援農も行う。これらの仕組みは、ボランティアが担う事務局によって運営されている。

AMAP の運動はイタリアの G.A.S. と比べて政治的な側面は弱いが、「北と北のネットワーク」であるとの特徴がある。その活動は、持続可能な農業の発展と、都市と農村との連帯に基づいた経済システムの構築という哲学に基づいている。その第一の目的は、小規模農家を維持し、彼らのレジリエンス（耐久力・抵抗力）を高めること。そして持続可能な農業への転換を推し進めることである。生産者には、環境および生物多様性に配慮し、肥沃な土壌を守り、農薬や化学肥料を使わないことが求められている。

しかし現実には、さまざまな困難もある。例えば、農業に関わるリスクを生産者のみならず消費者も共有することが原則になっているが、それが実際にできている農家はごく少数であるとされる。消費者とリスク共有についての合意をしたにも関わらず、農家は万一の不作のときでも消費者に農作物を提供できるように、他の農家から余分に生産物を購入している。他の農家で作られた生産物を供給できるのは、AMAP のメンバーが合意したときに限られると

「AMAP 憲章」で定められているのだが、消費者はある生産者から望む生産物を得られない場合、他の生産者と契約している別の AMAP に加入する自由がある。他方で、消費者が一つの AMAP にとどまっている限りにおいては、生産者が優位な立場になる。消費者が多様な生産物を購入したいと思うなら、それぞれ別の生産者と契約している複数の AMAP を設立しなくてはならない。

こうした困難にも関わらず、2001 年にフランスのプロヴァンス地方から始まった AMAP は、2012 年には 1200 のグループが確認されるまでに至った。更に公式には登録されていない AMAP も 300 程度あると言われている。これに参加している消費者は、約 5 万家族（20 万人）にのぼると見られている。

5. おわりに： 連帯経済の視座から

さて、ここまで検討してきた事を、再び連帯経済の視点にたって整理してみよう。第一に顕著であるのは、G.A.S. および提携や AMAP では、人間関係が埋め込まれた経済が展開されているということである。生産者と消費者の交流を経て得られる相互理解に基づいた社会的な価格決定や、時には援農などを通して直接的に協同することで、一般の市場とは異なる経済を可能にしている。

そして第二に、政治的な影響力の発揮である。特に G.A.S. の事例から顕著であったように、各地の G.A.S. を中心として地域の社会的課題に関する政治的なキャンペーンが実施されてゆく様子が見られた。それらの動きは、一部のリーダーによって

牽引されているというよりも、G.A.S.での活動を通してごく普通の市民が自らの政治的役割に気づき、行動を起こしていった点が重要である。

さらに今回の事例を、「組合員（本稿においては消費者）は単なる顧客なのか」との本誌の関心に沿って検討してみる。少なくとも G.A.S. およびその他の事例において、消費者は単に自らのニーズを表明し、それに見合った商品を、自分の都合だけを考えて選択・購入するという行動を取っているようには思われない。本稿において紹介してきた消費者は、食への不安だけでなく、分断されてゆく社会関係や、現代的な消費生活への違和感から、オルタナティブなライフスタイルを創り出そうと動き出した人々である。

彼ら・彼女らは、自らの利益のみを考えて「より良いものを、より安く」買うのではなく、生産者や生産プロセスにおいて働くすべての人の人権、および環境に配慮することのできる消費行動を選択している。その選択肢すらない場合は、自ら志を共にする消費者と生産者を集め、作り出す。さらに時には、直接的な政治運動も行う。その意味で、ここにおける消費者は、まさに公正な社会・経済の実現を目指す政治プロジェクトの主体であるのだ。

【参考文献】

榊田みどり (2012) 「論説 フランスの提携運動と地域流通政策の背景—「ローカル」の意味を問い直す」『JC 総研レポート』2012 年冬, Vol.24, pp. 9-14.
Laville, Jean-Luis (2010) The Solidarity Economy: an international movement, *The Revista Crítica de Ciências Sociais (RCCS) Annual Review*, Issue no.2. (<http://rccsar.revues.org/202>)

- 1) 以下、本稿で用いる「政治的」ないしは「政治」(political) という言葉は、単に政党政治への関わりを指すのではなく、社会全般の仕組みを規定している制度への働きかけすべてを指す。日本

語では、場合によっては「社会的」「社会」とした方がニュアンスに近いかもしれないが、本稿では統一して「政治的」「政治」と訳す。

- 2) 連帯経済の実践および理論枠組みについては、ジャン＝ルイ・ラヴィル編著 (2012) 『連帯経済—その国際的射程』(北島健一・鈴木岳・中野佳裕訳、生活書院)を参照。しかしもし難解に感じられる場合は、先に今井迪代による同書書評(『社会運動』403号、市民セクター政策機構、p.62)や、同 (2014) 「ジャン＝ルイ・ラヴィル氏による「連帯経済」の視座—日本の連帯経済を見つける手がかりとして」(『オルタ』2014年2月号、アジア太平洋資料センター (PARC) .pp. 2-3) に目を通していただくと、理解の助けになるかもしれない。
- 3) 以下、日本有機農業研究会ウェブサイト(参照 <http://www.joanet/>)。
- 4) 同ウェブサイトより。なお、ここで想定される消費者として、消費者グループと生協が挙げられていた。
- 5) 日本の「提携」を真に理解する上でもう一つ重要な観点は、「自給の原則」である。すなわち、農業の基礎はまず家族のための自給であり、農家はできる限り自然を生かした多品種少量生産を行って自給を目指す。ここにおいて食べ物は、商品ではなく、命をはぐくむものであると捉えられ、耕作をしない消費者(都市生活者)は、自給を基礎とする農家の食べ物を「提携」によって分けてもらう、と考えられる。
- 6) イタリアのみならず EU 各国でも、食に対する関心が高まっている(榊田, 2012)。
- 7) 以下、G.A.S. のウェブサイト (<http://www.reteGAS.org/index.php>) 等を参照。英語版もある。
- 8) 参加型有機認証制度 (Participatory Guarantee System: PGS) とは「地域に焦点を当てた有機農産物等の品質保証システムである。それは、信頼、社会的なネットワーク、知識の交換・生消交流の基盤の上に、消費者の積極的な参加活動に基づいて、生産者を認定する」(国際有機農業運動連盟ウェブサイトより <http://www.ifoam.org/en/node>)
- 9) ウェブサイト: <http://www.equosud.it/>
- 10) ウェブサイト: <http://www.legalinefelicit.it/>
- 11) Mostaccio によるインタビューより。
- 12) 以下、AMAP に関する記述は、Mostaccio による調査および AMAP ウェブサイト (<http://www.reseau-amap.org/>)、榊田 (2012) などを参照した。
- 13) 1 ユーロ 139 円で計算

※主な執筆分担は次の通りである。

モスタッチョ: 3 (3-2 を除く)、4。今井: 2。

3-2、5 は共同。モスタッチョ執筆分の翻訳は今井が行った。

※以上、ウェブサイトは全て 2014 年 6 月 9 日参照。

※本稿は 2013 年度明治大学国際共同研究「日欧社会的企業比較研究」の成果の一部である。