

和のグリーンミーム・マーケティングⅢ

齋藤 實 男

目次

序

第1章 和のグリーンミーム

第1節 和のミーム

第2節 和の水の流れ

第3節 倭のSRCミーム

——以上第1章：前々号「和のグリーンミーム・マーケティングⅠ」（『商経論叢』第47巻第2号、2006年12月）——

第2章 和の優位な産業

第1節 アナログマメとナニヌネノ

第2節 グリーンビジネス

第3節 A⇔B⇔C共創

——以上第2章：前号「和のグリーンミーム・マーケティングⅡ」（『商経論叢』第47巻第3号、2007年3月）——

——以下第3章・結・注・参考文献：本号「和のグリーンミーム・マーケティングⅢ」

第3章 和の優位な企業

第1節 合縮雪共プロダクト

第2節 グリーン合縮雪共

第3節 B⇔C + NPO共創

結

注

引用・参考文献・ビデオ・インターネット

第3章 和の優位な企業

和のグリーンミーム：「合縮」のコンセプト、和のテクノロジーの応用力・「合」わせのコラボレーション、という観点から、筆者の思い描くアナログマメ代表の中小企業・小企業には、どのような組織が挙げられるのか？

本最終章では、前章までの下向的抽象的な和のグリーンミームの演繹論的本質論的実体論的一般論・それを和の企業の優位性に適応し帰納した特殊論を踏まえ、形態論的個別具体論的に、それら抽象的な霊＝実体＝和の「合縮」のコンセプトや和のコラボB⇔C：プロシューマリズムが宿る鳥＝形態＝優位な具体的な企業に上向し、プロシューマリズムを実践して成功している個別の具体事例紹介したい。

第1節 合縮雪共プロダクト

Made by Japanese memeの優位な企業、より可愛く薄くより繊細にまごころこめてつくりとどけたいと願う企業が、「美しい日本」＝主権在民・象徴天皇八百万の仏「神の国」日本〔森元首相〕、マリア＝観音〔遠藤周作〕の優しい国から愛情を込めて製作した「合縮雪共」のプロダクトには、具体的にどんなモノを挙げることができるのか？

本節では、前章まで述べてきた「鳥の目」の一般的抽象的な和のミーム＝「猿・合・縮・着」の強み、日本の強みを「虫の目」「魚の目〔伊藤〕」に帰納・応用して、それらの普遍性有す、ローテクの伝統工芸+IT駆使のハイテクによる工業製品や現代的マーケットインを行っているローテクの伝統工芸品等々の個別具体的な事例にパラシュート降下してみたい。

1. ローテク+ハイテク

和のミーム＝「猿・合・縮・着」、「合縮雪共」の「ローテク+ハイテク」のプロダクト「アナログマメ」の典型例をどこに求めたら良いのか？

本第1項では、これらの典型例を挙げ、それらの具体例を通して、前章までの一般論であった、「猿」—モノマネ（ヨコ軸＝グローバルイゼーション、学者も猿）、「合」—応用・編集・ネットワーク「組み合わせ〔岡野〕」、「縮」—小—中小企業（日本資本主義形成の特殊性）—「雪」＝洗練、雪ぐ、水—「水に流す」「系列—ライステラス（水田）管理」＝連鎖—系列—流通文化の応用、「共」—使用、所有—（オーナー経営の日本的強みとサラリーマン経営の弱み、日本の強みはトコトン責任が強く逃げない信頼の鎌倉武士的

「一所懸命」のオーナー経営、見よ岡野工業の親父を)と「着」=これらの和のミームの定着について、いわば検証してみたい。

「アナログマメ」の具体的事例といえば、「ア」:「21世紀のジャポニズム [シャンデス・エルベ]」は宮崎アニメ、手塚漫画、「ア」に関わる筆一熊野一化粧筆筆・紙、「ナ: ナニヌネノ」はナノテクの炭素繊維 (黒崎は三菱化学のフラーレンや黒崎の三井ハイテック、遠賀のワークス等)・セラミックコンデンサーの京セラ・「京都ナノテククラスター」、「ロ」は八百万の神宿るロボット産業の安川電機、「グ」はマーブルスタン・合鴨水稲同時作・シャボン玉石鹸 (第2節参照)、「マ」は「マ」の縮・薄に関わる岡野製作所の痛くない注射針、富士写真フィルムの「写ルンです」、マブチモーター: 小型モーター、岡本理研の極薄コンドーム (「縮」の中の「薄」)、マブチモーターの小型モーター、広島ヒロボのヘリコプター、サービス (福祉——福祉機器: 団塊世代)、「メ」: メディカル・メンタルの内視鏡・胃カメラ、東洋医学+西洋医学の「合」の井穴刺落の爪揉み自立神経免疫療法 [安保徹+福田稔] 等が思い浮かぶ。

本項では、とりあえず「ア」と「ナ」の身近に親しんでいる事例を紹介しておこう。

(1) アニメ

「21世紀のジャポニズム [シャンデス・エルベ]」は、BGM・アニソン・マーケティング的キャラクターグッズも奏効し、宮崎アニメ (アルプスの少女ハイジ・魔女の宅急便・風の谷のナウシカ・ルパン三世・天空の城ラピュタ・おもひでぽろぽろ・もののけ姫・千と千尋の物語・ハウルの動く城)、アニメ・スタジオジブリ: 徳間書店が輸出・外貨獲得の代表である。その他。虫プロ・シンエイ・タツノコプロ・サンライズ・ガイナックス・日本アニメーション・エイケン・東映アニメーション・東京ムービー・マッドハウス・手塚プロ・京都アニメーション。

これらの作品も、合わせ・編集、おそらくタテの八百万のアニミズム宗教文化の日本の「鳥獣戯画」以来の伝統の現代的版であろう。辻惟雄氏もこう言う。

「その萌芽は飛鳥—奈良時代の落書きにあり、12世紀には、公家の間で行われた落書きの交換が、「鳥獣戯画」「信貴山縁起絵巻」「伴大納言絵巻」らの絵巻で高度な芸術的表現と結びついた。室町時代の…江戸時代…北斎、国芳ら浮世絵師の機知と想像力が、絵手本や読本…などのメディアによって、それを受け継ぎ大衆に普及させる。…仙崖の戯画…伊藤若冲…らによる水墨画の、マンガや戯画に通じる表現も見逃せない。明治になると、ピゴ、ワーグマンらによって欧米のカリカチュアの伝統が日本にもたらされ、「合」「編」がなされ…齋藤) …戦後マンガは手塚治虫…一方動く絵…アニメ…は…輸出産業に

成長した。高畑勲は、こうした背景に信貴山縁起、伴大納言、鳥獣戯画、百鬼夜行などの伝統にみる動画的手法やアニミズムの心性を指摘する。』(〔Tsu・T-2〕 pp.428-433)

この輸出とSRCについて、ロボットに支えられるほのぼののんびりものの「ドラえもん」は、パイオニア・カウボーイの開拓精神・マッチョの強いアメリカでは受けが悪く、他力本願のアジアへの輸出は好調なのだそうである。

プライシングについて、日本のアニメは、映画館入場料も安い北米にはダンピング輸出され、DVDなどの小売り価格は日本の半額以下。

(2) ナノテクの 岡野の痛くない注射針

東京は下町、墨田区東向島、岡野工業(株)、この資本金1,000万円、大正13年創業、金型から出発継続、ニッチの競合しないプレス加工を手がける従業員6名の「下町の小さな町工場」の1972年に先代を継いだ代表取締役＝「代表社員」：岡野雅行氏は、縮ものの注射針など円筒状のステンレス素材の金属加工技術「深絞り」、反復プレス加工技術を職人芸とする。この注射針は、蚊の針並みの細径、穴の直径60ミクロン、直径0.2mmであり、テルモの注文、インシュリンを打つ中学生の糖尿病患者の痛みを和らげたいという愛情から生まれた。プライシングは、1本10円、今までのものと同程度、生産コストも同程度。

「合縮」「薄」＝「組み合わせ」＝「70年間生きて得たものを総動員」＝遊びと「絞り」の発想は、注射針以外にも、光ファイバーのコネクタ(0.125mm)・燃料電池ケース・マイクの金網・パラボラアンテナ用部品・ステルス戦闘機部品・SARS検査機・プラズマディスプレイの心臓部までの製作に活かされている。

(3) ナノテクの(株)ワークス(WORKS:ナノテク、遠賀町虫生津1445)

ICのリードフレームづくり、マルチジョブ体制の三井ハイテックの営業に勤務していた文系の三重野恵滋氏が、1991年に独立、半導体関係の部品卸売り業を起し、「ど素人」であったが、1997年にダイヤモンドの次に硬い硬金属のナノテク研削加工＝製造業へ、自らも理系へ発展させた。

Productについて、2001年には創意工夫によって超硬合金超精密丸物の半導体製造用・医療用の極細の丸パンチ・ピンの加工を開始、半導体用ピン・キャノンデジカメ用のレンズ金型用上下コアスリーブ・モールド金型用ゲートピンなどを受注生産(図面：一品生産)、納期(即日納入～2週間のSCM)、生産方式(製品別のライン化による流れ作業、静かで小綺麗な換気の良い工場、JIT、5:00pm2交代制)、2006年には自動車関連超精密部品加工導入、2007年に現在の遠賀霊園手前の虫生津1445の新工場建設・移転、竹林山林

所有の空き地に拡張発展の夢が広がる。

QCについて、1/100ミクロンでも接触コンピュータ診断できる検査機活用、1,000万円くらいの汎用機（減価償却10年）を購入後、作業機は創意工夫して開発、生産指示書（Standardization）・図面ワークで文系出身が大半の従業員にも分業（Specialization/Simplification）で簡単に作業しやすく、将来は超超精密加工のためセル方式も受け入れられる多能工育成、三井ハイテックと同じ全員の鑪かけ研修によるモノヅクリの魂の醸成から開始、従業員の5S指導・ヒトの質の向上重視・イエロハットの鍵山さんのようによく掃除・「夢感動信頼」のヒトを育てる社員教育・明日はお客さまのためにもっといいものを創ろうヤル気モチベーションの向上・挨拶が製品の質の向上にも結実・改善提案・社は「全宇宙の万物に喜び・互惠・切磋琢磨」「私たちはお客様が必要とする価格・量・納期で最高の製品を生産し、夢と感動と信頼を築きます」“Quality/Design/Products/Perspective/Technology”・工場のQCは「率先垂範・巧遅拙速〈均衡〉」（以上の取材は、2007年8月3日、日本生産管理学会九州支部の9名の会員の工場見学による）。

（4）「合」ナノテクの「京都ナノテククラスター」（2002年度～）

文部科学省の産学文コラボの知的クラスター創世事業の一つ。京都市・京都府・京都ナノテククラスター本部（本部長：堀場雅夫、研究統括：松重和美京大副学長）が、2002年4月から推進。京都ナノテククラスターについて、産は技術系ベンチャー・電子デバイス計測産業集積、学は京大・京都工芸繊維大・立命館大・同志社大、文は期待すべきローテクの伝統産業とハイテクの先端技術の融「合」、21世紀「安全：環境：食糧：エネルギー」問題のニーズに対応できできる。本事業について、研究テーマはナノバイオ・ナノ構造体表面加工・解析装置開発等であり、その事業化への取組みも行われている。「京都の産業の活性化＝京都の幸せ→日本の産業の活性化＝日本の幸せ→世界の産業の活性化＝世界の幸せ」

以上、代表（1）～（4）では、舌足らずであるが、「合縮」の「アナログマメ」の具体的事例紹介に代えたい。その他の「合縮」は、別稿に譲る。

2. マーケットインの伝統工芸品

「合縮雪共」のプロダクトには、「アナログマメ」の「ア」や小型の道具「マ」に関わる伝統工芸品がにつかわしいのではないか？本項では、現代のメイキャップニーズをマーケットインして、タテの毛筆と現代のヨコのメイキャップを「合」わせて、開発された化粧筆の里、熊野を紹介しておきたい。熊野は、この化粧筆で当座を凌いでいる。

(1) 安芸の熊野の筆

安芸の熊野の筆について、その発祥は、その昔の江戸末期、紀州熊野や大和郡山に熊野川の木材運搬・木こりの強力、吉野では高野山参りのポーターに出かけた村人が、帰路、奈良や摂津で筆・墨を仕入れ、行商したことに始まる。18世紀には大量に仕入れるようになり、19世紀前半に若者：井上じへいが筆づくりを修得、浅野家の御用筆司となり、村内に村外に不出の技として伝授普及してから、筆づくりが盛んになった（〔Kum・C-1〕参照）。

明治以降、学校制・義務教育の下、習字教育の普及とともに熊野筆も需要が伸び、熊野筆は、1877年の第1回内閣勸業博覧会では高い評価を得た。第2次大戦後、習字教育が廃れ、激減。

それでも、1973年には毛筆3,740万本：55億円（全国の8割）を生産していたが、2001年には毛筆1,700万本：40億円に落ち込んだ。ただ、メイキャップ用化粧筆は、1973年には8億円4,000万本が、2001年には20億円と増額し、3,500万本に減少。その内、6割を北米等に輸出。画筆は、1973年にも20億円5,000万本、2001年にも20億円だが量的には3,500万本に減少。画筆も、その内、6割を北米等に輸出（〔Kum・C-1〕 p.149）。

広島県熊野には、現在、画筆・化粧筆のメーカー：有限会社が約100社あり、その多くが熊野筆事業協同組合に所属し、製造は熊野町内分業の下、家内制手工業が大半、この里の何処で筆を作っているのか、分かりにくい。80～90%を占める中国産の兎・狸・猫・鼬・馬などの原毛の仕入れに当たって、この組合が関西の輸入業者を仲介している。国産・輸入原毛の仕入れは、組合・町内の業者・関西の輸入業者の3つのルートあり。国産の人工毛は、近畿産、筆軸は丹波・三田・高粱。外国産の木軸は南洋材、竹軸は中国。韓国産で東京・関西の商社経由。

化粧筆の大半が化粧品メーカーNBのOEM。事業協同組合の売上は、2005年度1億7,000万円/年。15年前の最盛期には6億円/年。

販促拠点として、1994年に「(財) 筆の里」センター施設を建設・開業、筆づくり実演・展示・講演会・物産展・レストランなど、1年に4万人の観光客が訪れる。小中の教科書に水墨画が入った。筆も教育現場で復活するか？

(2) 和紙について

和紙について、福岡県では、秋月と八女に残る。秋月では、井上恭臣3代目、賢治4代目40歳、孫ありが継承。写真一明かり、朝倉高校などの卒業証書約400枚。

八女和紙について、堺屋・檣蠟燭・八女紙・八女提灯・八女石灯籠・仏壇・八女人形・

駒・竹細工・矢・折紙・久留米緋の展示してある文化会館の中原稔弘氏に教えてもらった。中原稔弘さんは、1835年生まれ、71歳、お家は昭和28年まで和傘を製造していたが、ビニール傘に押された、和傘は昭和28年に廃業となってしまった。その後、20年間福岡に居た、6年間他の仕事をし、それから八女に戻り、文化会館で6年間、伝承・体験教育（紙漉体験500円）・解説に務めた。

竹紙には糞尿をかけて軟らかくして漉く。400年前、福井の日源上人が伝えた。すについて、岐阜県のす；簾は、職人がいなくなった。技能伝承が課題。小学校8校中6校がここで卒業証書を作成。竹の撓めりを利用して紙漉。漂白は残念ながら塩素（シャボン玉の酸素漂白剤なら無公害）。300—400枚/日、蒸気で乾燥。20分で体験製造。小学生が5人、100円ずつ出して、体験していた。卒業証書は、300円くらい。

ちなみに、この和紙コーナーには、和紙の衣装、紙布の衣類、壁紙も陳列してあった。久留米7大の刈野せんせいに関心—古い書の保護。県立福島高校1年生が体験。熊本北部の楮を組合が仕入れている。化学糊（薯蕷菜ではない）。棟方志功は八女の紙—高山たいちさんの紙で版画—息子の榮一さんが棟方版画でカレンダー—安川電機に—溝田義明さんの紙がいま版画に。現在、八女和紙は、川の側の本格的な7軒とこの文化会館の1軒＝8軒。

八幡宮には、福島人形の組立屋台が収納されており、秋の彼岸を待っていた。この組立屋台も「縮」「合」の伸縮自在で和のミームである。横町屋館では、元産大商学部教授の大坪先生の同級生の方から、八女の文化、特に八女の武士であった酒井田柿右衛門の先祖のお話や松永伍一・小島『マルクスとライフアイゼン』についてお聞きできた。帰りに、無料寿院に寄った。そこには、坂本繁二郎が眠る。

以上、筆・和紙に若干触れた。墨も含めて、これらの本格的展開は、後日に託したい。これら筆・和紙・墨も、本来グリーンであるが、この「合縮」のローテクとハイテクとを「合」した和のグリーンプロダクトに、次節では論及したい。

第2節 グリーン合縮雪共

グリーン合縮雪共の具体例とそのグリーンマーケティングは、どんな企業のどんなプロダクトに求めるべきか？マープルスタンド・シャボン玉石鹸、第3節で紹介する合鴨水稲同時作にも求めることができる。

本節では、改めてグリーンマーケティング再論を起し、その観点からグリーンプロダクトの事例を紹介したい。

1. グリーン「合縮雪共」のマーケティング

グリーンマーケティングとは？なぜ、和のミーム「合縮雪共」が、そのグリーンに相応するのか？和の文化遺伝子=意伝子=ミーム=伝統的精神=体質は、元々、グリーンミームではないのか？それでは、このようなグリーンミームを具現化している日本企業の代表例には、どのような企業Bを列挙できるか？

本第1項では、グリーンマーケティングを再論したい。グリーンマーケティングは、どのように和のミーム：合縮雪共と結びついているか？

改めて、グリーンマーケティングとは、企業BがグリーンコンシューマーCのニーズをマーケットイン (N in) し、グリーン企業Bに生まれ変わって、自らのシーズを調合・ガバナンスし (SG=Seeds Governance)、そのことをPRなどして、このCに買っていただくようにする仕組みをつくる営為のことである。

グリーンコンシューマーCのニーズとは、例えば4Rであり、それをさらにきめ細かくし、発展させた、次のようなグリーンコンシューマーネットワーク [GCN] の10原則のことであった。

「ヒッチョウハウエルカ・タキンパイサイジョウ=必長包 L化/多近配再情 (必要・長持ち・包装減・LCA・化学減・多様性・近場・配分・再生品・情報開示 <[覚え方は齋藤]>))」 ([Sai・J-5] p.44)

要するに、グリーンマーケティングとは、企業Bが企業BがグリーンコンシューマーCのニーズをマーケットインして、シーズを調合・ガバナンスし、グリーンミームを踏まえて、全体最適な「N-S (Needs-Seeds <顧客側のニーズ—企業側のシーズ [齋藤]>))」対応の調節を図ることである。

グリーンな「NEEDS」とは、いわば「Necessary/Ecology/Economy & Efficiency/Desire/Satisfaction [齋藤] であり、「SEEDS」とは、「Social reputation/Effect <performance>/ Efficiency <profit>/Domain/Success story [齋藤]」につながる4Mのことである。

Nの背後には、グリーンなC主体の社会的個人的な「MALT (モルツ：Money/Ability & Area/Life style & stage/Time & Timing <購買行動の生活基盤 [齋藤]>) ニーズ側」があり、S=4M (Manufacturing=means=material/Man & woman=man-machine system/Money/Marketing力)=Vessel (船) の背後には、グリーンングせんとするBの社会的組織的伝統的な、夢 Visionの大きさ明るさ強さに繋がる「VISION (3V:Vision-Voyage-Vessel/Identity/System & Size/Inspiration & Illumination/Organization <「人は石垣、人は城」> /Network) <組織の風林火山に直結するパワー>」がある。

そのN-S対応・相互了解のグリーンミームは、4R→必長包L化/多近配再情であり、ここに和のミーム=贅沢・虚飾・見栄を避けるRefuseのボイコット精神、「もったいない」Reuse精神Recycle精神、知足、茶室文化・縮のReduce精神が結実している。グリーンミーム⇔和のミームである。流通系列と中小企業・和の経営：日本的経営・和の流通系列：日本型一水系・和の小企業の特異性：2重構造の共存等、既に前章までに述べてきたところである。

しかし、和のこの良きミームには、ちょうど生の裏に死、善人の裏に悪人が合わせ生きているように、これら4Rに反する「水に流す」垂れ流し・潔い散華の切腹や特攻隊のような木造家屋のプレハブ使い捨て（江戸の大火）・悪しきコミュニティ志向の人並みに目立たぬように「長いものには巻かれろ」「一人でいるのは淋しい」ファシズム的体質隣のモノマネ大衆迎合のヨコ並び「赤信号みんなで渡れば怖くない」精神・SRC島国のSRC・倭の戦争ミーム：「大東亜共栄圏」：戦争責任忘却回避の不真面目さ等、悪い側面も合わせ持っている。『買ってはいけない』が挙げた合成洗剤・食品添加物・農薬・防虫剤・医薬品など、ちょっと気をつければエゴもエコノミーもエコロジーも充足できるのに、それら全てに反則して、目先のエゴを全体主義的に追求して、何の恥も罪も感じない、愚かな「赤信号みんなで渡れば怖くない」精神を和のミームは持っている。モノゴトをラディカルに歴史的に根源まで遡って考えることをせず、ファシズム的な多勢に無勢の多数による虐めが好きで、弱者の心に迫ることをしない。一旦制度化するまで、権利意識を持たないが、交通事故のルールのように、制度化すると、権利を主張し始める。

グリーンマーケティングを提唱するものが、喫煙したり、合成洗剤を使っていたり、詰替用の合成洗剤をグリーンだと推薦したりするのでは、その言葉の一部はたとえ正しくてもその人格を信じるわけにはいかない。今後、和のミーム即=グリーンミームにするA⇔B⇔Cコラボ文化革命が重要になる。日本人の使い捨て文化=「水に流し」「火で燃やされ（江戸の大火家屋の取り壊し立て替え）」のミームもさることながら、人類一般がアポトーシス⇒死への本能を持っているのではないか？地球環境問題・温暖化対策など声高に叫んでも、「本当のところはどうなんだ [岩佐又兵衛]（『芸術新潮』参照、岩佐又兵衛は、妻子を見捨て敵前逃亡した荒木村重の子で人間の皮を剥がし殺しの快感など残虐性をクソリアリズムで抉り出した恐ろしくも悲しい衝撃的な戦国時代の真実の日本画家）」、人間は「人生は体に悪い [高木] 」という潜在意識を持ち、自分の人生と同様、人類全体もそろそろお終いにしようとしているのではないか。それとも、エゴの先駆けが「合成の誤謬 [サムエルソン] 」をもたらしているのが地球環境問題なのか？日本人も、地球環境

問題をウルサイと思い、心底は静かな抵抗（農村部を歩くと、見・聞・言一猿の石像が残っている）をしているのかもしれない。

この逆説はタブーであるが、環境心理学的に、このアポトーシス問題に取り組み、対処しないかぎり、根本的なグリーンングの大衆化はムリであろう。

いかに、和のミームのグリーン面を増長育成するか？改めて、和のグリーンミームミームとは、1. 和のコード「縮」「共」を持ち、それが2. 和の国の実態＝文化＝ミームとなって定着しており、3. 和の「共」のミーム：共有と使用が、環境保全型の論理を持ち、近代市民社会の環境破壊的性格の処分権と過去労働のみに基づく「価値」決定を特色とする私的所有権に矛盾する面を有す和の文化体質のことである。Made by Japanese memeの製品に結実するこの意伝子も身体膨張―収縮しながら、洗練されたJapanese meme all over the worldになる。

和のグリーンミームマーケティングとは、企業が生産―流通―再生されるプロダクトやサービスが、上のような環境保全志向の和のミームに則っていることをグリーンコンシューマーに訴求、PR・コミュニケーションして、買っていただくようにするシステムづくりのことである。

2. グリーンマーケットインプロダクト

グリーンコンシューマーCのニーズをマーケットイン (N in) して、生まれたグリーン「合縮雪共」のプロダクトには、どのようなものがあるか？

本項では、マーブルスタンドや九州のグリーンプロダクトの具体事例、シャボン玉石鹼/EBBやKRIPの紹介したつみきブロック等を挙げたい。

(1) シャボン玉石鹼

創業1910年、初代森田範次郎商店、火野葦平の近くで育った二代目森田光徳が、シャボン玉石鹼に改名、石鹼への立ち戻りは、国鉄による機関車が錆びないJIS規格石鹼の受注に応じたこと、切り替えて森田氏の湿疹が消失したことにあった。2007年3月三代目森田隼人、JR折尾駅から福北ゆたか線で若松へ向かって2番目の二島駅下車、徒歩10分、北九州市若松区南二島2-23-1、年間約1万人がこの工場をプロシューマリズム見学、石鹼普及・啓蒙。新製品は、分解し易い泡で消火する高機能の「ミラクルフォーム」もR&D後、現在、北九州市消防署等に出荷中、実用性があり好評。無添加（酸化防止剤無添加・香料無添加・色素無添加・蛍光増白剤無添加）石鹼。大手メーカーものには、JIS規格外れで合成界面活性剤が大部分入っていても石鹼と称しているのがあるが、シャボン玉石鹼

は、純度99%。鼠がお土産の饅頭は食べなかったが、シャボン玉石鹼は嚙った、という逸話あり。純毛・木綿・麻・紙布・化繊・絹など如何なる繊維にも皮膚にも使える。

強みの技術について、ノウハウは、25m吹き上げ式、塔内上空ノズルから霧状に吹き下ろされる石鹼液が粉乾燥塔内で熱風に煽られ、今日も小雪（→ブランドは「スノール」）のように2fのストックタンクまで降り落ちる「中空粒状粉石けん工程」にある。また、九州・山口産の鋤焼きにも使える良質な精製牛脂・それに水素を添加した硬化油・マレーシア産ヤシ油（ココナツ油・パーム油＝酸化防止剤無添加油）・米糠油・焼肉牛脂に固形製品製造のものには苛性ソーダを、液状のものには苛性カリを加え、製造。

昔と同じ鹼化法で製造。鹼化釜は4fに15基。酒の杜氏と同様、釜焚き職人＝石鹼職人が色臭い味覚の感で熟成を確かめる。液状のものは5日くらいしかかからないが、固形石鹼・粉石鹼については、不純物分離のための赤穂の塩による塩析後、ニートソーブができるまでさえ7日間、包丁に粘って辛くなるまで熟成させ乾燥させ棒状にし、型打ちまで、熟成期間を入れて仕込んで約10日間、手間暇はかかるが、グリセリンを3%残している。4f、3f、2fの床は木の板で、弾力性・吸湿性がヒトに優しい。

現在、事業部制が敷かれ、製造・販売・通販・百貨店販売・企画一部門にそれぞれ、シャボン玉石けん・シャボン玉販売・シャボン玉本舗などの事業部門名が付けられている。通販部門は、インターネットHP:ct-SQUAREでの顧客情報画面、NTTの0120-480-095のコールセンターを利用、事務作業の効率化・コストパフォーマンス増強・過去の顧客データベース活用・リピーター多く「シャボン玉友の会」（年会費¥2,000-）会員多数。

製品差別化一特注竹炭入り高級石鹼（¥900-）・EM菌入り石鹼など。保管・流通は、4fの自動倉庫活用。韓国などにも輸出。物流はヤマト・西濃・福山に委託している。

(2) 大進興産（株）のマーブルスタンド（Marble Stand、商標登録）

大進興産（株）制作、京浜東北線王子駅南口近く東京都北区堀船1-17-5、代表取締役：政所健次郎・資本金1800万円・設立1951年3月、マーブルスタンドは再生プラスチックと再生ガラス使用（All Recycled Products）、2004年5月新発売、Product:「コピー用紙1枚から雑誌まで立たせます」「1999-2000 Good Design 賞」「日本特許 & 米国特許2000年5月」・オリジナル/イタリアン/パステルカラー、Price:約650円、Place〈チャンネル〉：銀座伊東屋・東急ハンズ・ロフト・丸善・有隣堂・大手文具店、Promotion：口コミ、パブリシティ：『日経エコロジー〈2006年3月号〉』表紙に製品写真掲載。

(3) EBB (Eco Bio Block)

2003年、水質浄化用の抽出納豆菌群を生きのままセメントに封入し濾過剤にすることに成功。アルカリ性・好気性、沈めたブロックから解放された納豆菌が海水・淡水・糞尿液の硝酸性窒素を分解・浄化。

(4) KRIP 「2007九州の環境素材：九州の環境技術力」 ([Krip-1] 問題のないと思われるグリーンプロダクトを取り上げた)

1. 建材：「炭塗布加工した透湿防水シート・竹炭ボード・い草和紙・シェルウォール・石鹸塗装・健康漆喰シックキャッチ・つみきブロック・ウッド Gr・P型間伐材使用の木製車両用防護柵・軽量シラス緑化基盤・日田杉森のじゅうたん」
2. 園芸：「V カーボン・ダンボールコンポスト一式・微生物着床済みリサイクル竹炭」
3. オフィス家具・インテリア・建具：「い草い草縄・間伐材 FSC 認証木材製品」
4. 学校関連消耗品：「エコチョーク 72・ガイアフィールドライン」
5. エネルギー：「シースルータイプ太陽電池・蛍光灯反射板」
6. 資源：「雨水貯留タンクポリタン 80・ポリ乳酸含有エコウッド製資料展示台」
7. その他：「トイレットペーパー・床下調湿材炭パワー・スッキリ！スッキリ！カビとれーる」

この内、「縮」の典型、「縮」の集合で可愛いお家の「つみきブロック」をクローズアップしてみよう。

(5) 「つみきブロック」(宮崎県高千穂町)

「つみきブロック」は、四国でトンネルを掘っていた中尾さんが高千穂の自然に感動し、山林を保全するための間伐材を利用し、ミニチュアコンパネ工法的レゴ風のお伽の国の現出になるが、ピッシリとダンボールに詰めて搬送でき、部品・積み木として3S (Standardization/Simplification/Specialization) も進んでいるので安い上に、国の強度テストにも合格し、家族ぐるみで素人子供でも組み立てられ、快適な空間を演出する楽しいグリーンプロダクトである。すでに、この木片で、中国地方九州地区の道の駅や喫茶店、セカンドハウス、子供部屋のみならず、本格的な家屋も建設されている。PRについて、見本市・展示、行政への働きかけ、中尾さん自ら制作したプロモーションビデオ・説明書・組立マニュアルの配布など行っている。

以上、取り急ぎ、「合縮雪共」プロダクトのグリーンマーケティングに関わるマープル

スタンド・シャボン玉石鹸、つみきブロックの紹介を終え、次節ではトフラーからヒントを得たグリーンプロシューマリズム論を展開することにしよう。

第3節 B⇔C + NPO共創

和のグリーンミームは、B⇔C：プロシューマリズム、B⇔C（企業⇔「消費」者）& NPO間の和のグリーン共創＝グリーンプロシューマリズムの精神にどのような影響を及ぼしているのか？それを読み解くキーワードは、コミュニティとIT、擬似的B⇔C間コミュニティとITのバーチャルリアリティ性であろう。

立ち入れば、グリーンプロシューマリズムは、タテの歴史的な和のグリーンミームを培ってきた、アジア内日本の生産様式の土一人+人+人+共同体（コミュニティ）の在り方といま現在のヨコのIT化、「カキクケコ：価格破壊・規制緩和・空洞化・景気停滞・国際化〔牧野昇〕」（〔Sai・J-5〕 p.53）の最中で求められるグリーンリテンションマーケティングとの相互作用性に依拠しているのではないか？今後のマーケティングの成功と失敗の分かれ目は、この相互作用性の目的意識的な認識とその情報組織論的実践のいかににかかっているのではないか？

本節では、それらの間に、B⇔Cの有機農業運動、ITとB⇔C共創（近代を超えて）を展開することによって、解答したい。

1. B⇔Cの有機農業運動

和のグリーンミームは、和の水脈水系水域共有管理型コミュニティ・アジアのカンチュウチ（cf.ゲルマンはカンチチュウ、すなわち和の疑似アジア的土地所有形態〈人+人+人〉⇔土地〔ターケイ〕＝「*関紐地*（カンチューチ）*関係性紐帯地域性*」＝関係⇒紐帯⇒地域、cf.ゲルマン的土地所有形態〈人⇔土地〉+〈人⇔土地〉+〈人⇔土地〉〔ターケイ〕＝関係⇒地域⇒紐帯）に見いだすことができ、その典型を農家B⇔共同購入運動家Cとの間のCSA（Community-Supported Agriculture）＝TEIKEI（産「消」提携）運動という名の有機農業運動、この和のグリーンプロシューマリズムにこそ、見いだすことができるのではないか？この運動は、ITのバーチャルリアリティ性と、今後、どう補完し合うのであろうか？

有機農業運動は、農家B⇔「消費」者Cの関係から言って、まず第1に立ち上がる勇氣ある百姓の時代、silent Japanと農薬禍に苦しみ増大規模化学化・大規模化・機械化農政・農民の健康を売ったJAの増農薬キャンペーンに怒った百姓が立ち上がった、1970年代初頭からの農家主導型提携を皮切りに、「消費」者主導型〔多辺田&榎瀧〕→相互提携型から

始まり、第2に良心の流通専門業者の時代、1970年代半ばからの産「消」を結ぶ、大地・ラディッシュボーヤ・三多摩食べ物研究会など運動の志を抱いた専門流通業者・共同購入団体の登場、健康食専門卸売・小売りの有機農産物取り扱い販売への参入、第3にグローバル化のビッグビジネスの時代、1980年代半ば以降の大手商社・食品加工業者・大手レストラン等による輸入有機農産物の仕入れ加工、第4に遅速一般参入、1990年代半ば以降の一般スーパー・ec等による店頭での地産地消の有機農産物の直売、第5に法制度下の流通、2000年以降の一般スーパー等による店頭での有機JAS（2002年施行、1999年改正）普及の時代、以上、トピックからは歴史的に5区分できるであろう。

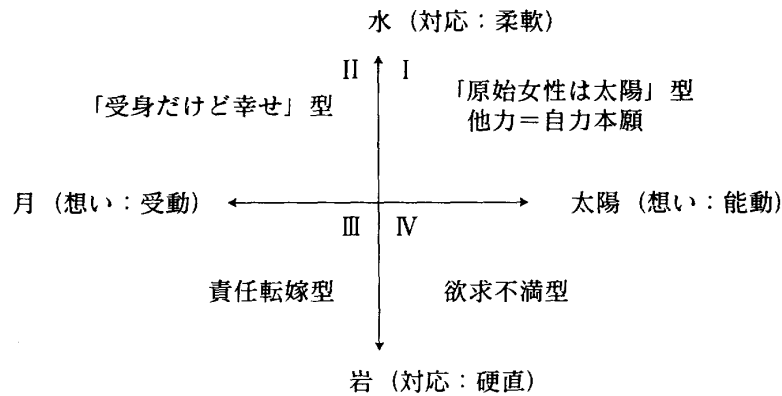
日本のプロシューマリズム的勇氣＝有機農業運動の原点は、第1に時代にあり、心髄はCSA（Community Supported Agriculture）の産「消」提携のコミュニティ性にある。百姓は、1960年農業基本法農政を真に受け、農薬メーカーと営利本位で癒着し、JAの研修でも伝統的有機農法を戦争に負けた野蛮な時代遅れの農業と教えられた。かくして、螢や泥鰌のいないsilent Japanが現出する。百姓は、農薬散布中に自らそれを鼻から肺へ、皮膚から血液へと吸引し、心臓ポンプで農毒を体中に巡らせ、循環器系・肝臓・腎臓・眼・皮膚を痛めた（佐久総合病院長：故若月俊一氏報告参照）た農家が、極一部ではあったが、慣行農業を常識にしてしまった悪しきコミュニティに離反し、勇氣を振り絞って、伝統的有機農業に立ち返ったのである。東京は世田谷区等々力の大平博四さん等を思い起こそうではないか。「消」費者も、「3Y（安い・猶予・易しい）」食生活を、「3T（高い・遠目・手作り）食生活へと高める気構えを持った。

これらの勇氣ある運動が、農家と共同購入「消」費者がの食卓を共にする。“TEIKEI”、「旬産旬消（旬に生産した農産物を旬に消費 [武富]）」「地産地消」。作付け会議・援農・収穫祭・運営委員会・大会決議などB⇔Cプロシューマリズムの先駆けとなった。

また、このB⇔Cの有機農業運動は、世界のCSAの先駆者ともなった。北米でも家族経営とその周辺の都市「消」費者とのTEIKEIに影響を与えた。ただ、日本のそれは、sollenの義務・集団主義的お仕着せの側面もあり、いまはLOHASなど肩の力を抜いた我が儘で贅沢な有機農産物購入とL-R-Vミックスによる有機農家との軽い接触コミュニティ形成もある。LOHAS人は、図表3-3-1の第I象限の、太陽のように明るく、水のように柔軟に。筆者は、東京は三多摩食べ物研究会の有機農業運動に参画している間、長い間、第IV象限でストレスが貯まった。

このB⇔Cの有機農業運動は、次項で述べるように、ITが可能にした「L-R-Vミックス」によって多様に広く深く浸透・普及するであろう。

図表3-3-1 多様な生き方、多様な想い



出所：2軸チャートのオリジナルは〔野村浩子：『日経WOMAN』元編集長〕

2. ITとB⇔C共創、近代を超えて

小道具、ITユデマスネ「ユビキタス、デジタル、マスメディア、スモール、ネットワーク」は、どのようにB⇔C共創の有機農業運動・コミュニティビジネスなどのグリーンプロシューマリズムを活性化してゆくか？ITによって、和の優位なプロシューマリズム企業B、B⇔C共創、それぞれの組織は、どのように“Table to Stable（〔齋藤〕プロシューマリズム/Traceability）”を進化させ、「L—R—V」のB⇔C共創の相互交流コミュニティを豊にしてゆくのか？

ハイテクITの「多「個・安・速」横・共・創・優・易（インターネットによる多方面〔個別に安価に速く〔竹中平蔵〕横とつながり・情報共有・共創・自然に優しく〈情報のネグントロピー〉・使い易く〔齋藤〕）」とローテク「猿・合・縮」が結びつけば、また、ITによる多様なバーチャル体験とライブな交流、次の「L—R—V」がハイブリッド化すれば、多様で豊かな流通サービスが生まれる。

「L—R—V（Live-Real-Virtual〈生身の人間の対面販売—在庫・店—仮想店舗）〔齋藤〕
cf.コミュニティ「関係・地域・紐帯」のL—R—V）」

L—R—Vの組み合わせとは、例えば、「うきは道の駅」の店内が、インターネットでリアルタイムでバーチャル（V）に放映され、それを見て、買ってみたいとなった主婦などが、現場のその店にかけつけ、実店舗（R）で生の農産物（R）に接触したり、農家のおばさんと会話する（L）といったものである。

また、例えば、有機農業運動のL—R—Vの組み合わせには、九州は福岡県の場合、合鴨水稲同時作の古野農場（福岡県嘉穂郡桂川町寿命、約100世帯余りに直接配達、農場5ha内

水田3.2ha・野菜1ha・小豆大豆蕎麦0.8ha・鶏200羽・合鴨酒も酒屋とコラボ) や夢野農園(長安達也:宗像市広宗)・むすび庵(八尋幸隆:西鉄朝倉街道駅すぐそば、JR天拝山駅近くの針摺)・虫見板減農薬運動の宇根豊さんの糸島の農場等が挙げられる。

この内、特にプロシューマリスト古野さんの合鴨水稲同時作について、Lは都市「消費者」に年1回の援農が義務づけられ、キューバからさえ援農・研修が常時行われ技の継承・後継者養成となり、Rは配達する百姓百品、Vは妻のインターネットHPでの農場紹介、通販用HPなどであり、L-R-Vの組み合わせがうまく活かされている。この「合」わせの合鴨水稲同時作は、アジアのそれらと合流し、世界へ、ダボス会議に招来され、国際的にもインターネットでV、バーチャルに紹介されている。

合鴨水稲同時作農法について、それは「合」の典型である。「合」一畜産=稲作=水産の「合」わせ、小さな田圃の生態系小宇宙、つまり養魚養鴨畜産養魚の一石二鳥ならぬ「一鳥万宝」である。川上-川下の社会内分業を打破し、川上の合鴨・種から川下の配送=「土足で流通に入る」までこなす。当初、大阪から合鴨の雛を高価格(1羽手元に届くまでに500円)で仕入れていたが、畜産も習い、自分で孵化器を購入、養鶏の技を活かして、雛を自給、約100世帯に直接配送している。「一鳥万宝」とは、合鴨が夏草(一時はアゾラを導入)を食べ、中国から飛来するウンカを食べ、彼女らの糞尿が水田のバクテリアに分解された後、追肥になり、体のわりに大きい水掻きが、攪拌と濁りによる雑草の芽を断つ「万年代掻き効果」をもたらし、水中に酸素を送り込み好気性バクテリアを繁殖させ、泥鰌も飼い、稲にほど良い刺激を与え、分蘖を進め、根をよく張らせ、台風にも強い根茎をもたらし、無農薬効果をもたらし、合鴨は最終的には手を合わせながら感謝しつつただける。現在、合鴨料理教室が萬田先生(山羊の多目的利用の実践提唱者、元鹿児島大学農学部教授、元同副学長)事務局の全国合鴨水稲会・農村文化協会などによってもたれ、合鴨料理が普及している。また、農村景観、癒しの光景を施している。通りかかる小学生、すぐそばの大塚古墳見学に来た小学生に、生類との共生を学ばせる環境教育の場になっている。めんどろなのは、野犬・鳥などの天敵対策、高圧電線とネットで防ぐ。現在、名古屋の中島式の幼くして風雨に晒す養鶏、緑健農法の幼少期に水なし、あるいは「への字」が型稲作の苗の段階で栄養不足→根を張るなど風に、孵ってすぐの雛を水田に放っている。時々、鳥などによる犠牲者も出るが、台風にも強い、鳥にも円陣を張って対抗するすばしこい野鳥に成長する。

その合鴨水稲同時作:「合」一畜産=稲作=水産の「合」わせ、つまり養魚養鴨畜産養魚は、九州三大「合」農法の一つである。他の一つは、琉球大学の比嘉照夫さんEM菌一

一嫌気性食用のバクテリア28種類の「合」わせ→食品リサイクル堆肥化、もう一つは、宇根豊さんの虫見板——減農薬—害虫+益虫+ただの虫の「合」わせである。これらは、食品リサイクル法施行以前から、また山形の家庭残飯の農地還元→農産物→配達のLC循環のレインボウプラン以前から、LC循環を目指していた。

これら三大農法も、L-R-Vミックスの組み合わせによって、多くの人々が、広く深く触れ合い、「関係性・地域性・紐帯」のLライブのコミュニティ—R現物のモノとの接触—V仮想空間コミュニティ「関係性・紐帯」を交互に体験・空想させ、学びつつ行うことを、「想行一如」させ、「妄想や妄動なき[空海]」実体験（行動）⇔疑似体験（祈り）の往復＝相互作用＝有言実行することが可能になる。有機農業運動のL-R-Vミックスの組み合わせは、プロシューマリズムとして、I. 近代市民社会の社会内分業を超越させる萌芽となり、II. 生態系準拠のLC循環＝輪廻転生を通じた、「未来労働現在化」によって、近代史民社会の「過去労働に基づく所有制度」に異議を呈す運動となっている。

この内Iの社会内分業超越について、L-R-Vミックス一般が、種々多様な産業・文化における悪しき分業を壊し、風通しを良くし、ガラス張りの経済関係や文化を実現している。茶室IT、襖・屏風・引き戸の収納・設定で伸び縮みする和室感覚から、IT&ユビキタス、島国根性を克服するITである。

IIについては、ITは、ユビキタスのLC循環の追跡をICチップによって可能にし、これが環境会計の制度化（Standardization）と結びつき、「未来」の循環費用・環境負荷削減費用・環境蘇生費用に表される「未来労働」のデポジット化・保険金化と結びつき、その支払主体（Subject）の明瞭化に繋がる可能性を秘めている。

これらL-R-VミックスによるI、IIを通して、21世紀も猿＝生き物であり、本能的にグリーンミームを継承し続ける「サシスセソ（猿/知らせ/スモール/世代未来：生態系/相互依存：相互連関の生態系[齋藤]）」が実現する。

結

われわれは、かくの如く、一般論として、麗しき和のグリーンミームの、その本質を和の水の流れに喩え、その克服すべき倭のSRCミームを明らかにし、発展段階の時代区分からの特殊論として、E→P→R→G（Ethno-/Poly-/Regio-/Geo-centric）のGeo-Centric段階のグローバリゼーションの最中における、made by Japanese memeによる和の優位な産業＝「アナログマメとナニヌネノ」「グリーンビジネス」の「A⇔B⇔C共創」を解説し、個別

具体論として、和の優位な企業における「合縮雪共」プロダクト、グリーン「合縮雪共」
「B⇔C + NPO共創」の事例を紹介した。

サムライ、世界へ。本文で述べたとおり、日本企業の国際グリーンマーケティングの軸
=地球契約「命=宝」—「士魂商才」=アジアの中の日本文化の特質 [岡倉天心]: 和洋
折衷など、人類共存「共生の知恵」の和のミーム「八百万の神」宗教対立を超えた人命尊
重の和のミームは、人類にとっての普遍性をもっている。和=平和、合わせ=編集=総合
のミームである。

国際政治からみても、和の共存共生のミームを視点に、アンアングロサクソンのグロー
バリゼーションに秘められた「分断と統治⁽⁹⁾」、ニクソンドクトリン「アジア人をアジ
ア人と闘わせる」死の商人の論理を、ガンジーや龍馬や頭山満のように、超え、20世紀
の欧米 vs. アジアの歴史に深く学ぶことが企業人というサムライにも要望される。そのこ
とが、made in Japanから made by Japanese memeの国際グリーンマーケティングの強みにも
なることが、よく分かった。

本文では、この強みを発揮し、国際的にも通用する、われわれの「美しい日本」のミ
ームの心髄を「猿→合→縮→着」とその心髄を製品化・サービス商品化した日本の持ち味
(ニッチ)の「アナログマメ (←「吾唯知足」のグリーンミーム)」とさらにその具体事
例の数例を紹介した。

そのB側のグリーン商人道を支えるのは、購買者C側のグリーンミームではないか? 歴
史を大いに学び、学問⁽¹⁰⁾に燃え、この和のグリーンミームを継承し、これからの「大ア
ジア」の九州を創るのは君たち、若者だ。「未来労働現在化」の循環型経済社会を制度化
するのは、コモンセンスにすべき和のグリーンミームだ。

《注》

(1) 県民性については、次のような「知って得する県民性」[『日経産業新聞』4/Jan./2007: 矢野新一]が、大
いに参考になる。

・北海道・東北

北海道「損得を合理的に考える、新提案が有効。」

青森「強情なようでも誠実。足繁く通えば道が開ける」

岩手「急激な変化には、反発、じっくり攻略。」

宮城「じっくり時間をかけて人間関係構築。」

秋田「新しいもの好き、新製品や新提案を。」

山形「価格にうるさい、紹介者がいると効果的。」

福島「決断が早い、押すときはグッと押す。」

・関東

茨城「保守的、時間をかけて信用を得る。」
栃木「慎重で変化が嫌い、足繁く通う。」
群馬「計算より感情で動く、情で攻める。」
埼玉「ビジネスライクでOK、東京情報を重宝。」
千葉「ビジネスライクでOK、東京情報を重宝。」
東京「論理的な説明を、意外と義理人情に厚い。」
神奈川「新提案が必要。東京の話は、できるだけ回避。」

・中部

新潟「人間関係重視、特にお酒の付き合い重要。」
富山「合理主義、他社との差別化が必要。」
石川「信用を得るのに時間、気が合えば全面的信頼。」
福井「価格への意識が強く駆け引きが重要。」
山梨「商売上手で油断禁物、プライドをくすぐる。」
長野「堅実で合理的、ミスを簡単に許さない。」
岐阜「なかなか信用されない、時間をかけてつき合う。」
静岡「商売熱心さに欠ける、うまく主導権を握って。」
愛知「なかなか本音を出さず、信用されれば緊密に。」
三重「時間をかけて信用を得る、粘りが重要。」

・近畿

滋賀「愛想いいが本音は違うことも、商談は論理的に。」
京都「駆け引きが上手、担当者の上司にも足を運ぶ。」
大阪「利に鋭く金に細かい、商談に時間がかかる。」
兵庫「新製品と新提案が有効、頑固さも評価される。」
奈良「保守的で変化が嫌い、じっくり腰を据えて攻略。」
和歌山「価格にシビア、ある程度の値引きはやむを得ず。」

・四国

徳島「損得勘定がはっきり、他社の取引先も攻略。」
香川「金に細かクール、新しい提案や情報提供を。」
愛媛「商売もおっとり、アクが強いと嫌われる。」
高知「商品より先に人間を売り込む、酒の付き合いを。」

・中国

鳥取「時間かけ信用を得る、調子のいい話は警戒される。」
島根「時間かけ信用を得る、盆暮れのあいさつ重要。」
岡山「合理的、相手の口先だけの言葉に注意を。」
広島「土壇場で決定が覆る(=ハックイ [齋藤])、油断せずあきらめず。」
山口「時間かけ信用を得る、信頼を得られれば紹介してもらえる。」

・九州

福岡「派手なイベントを盛り込んだ販促が有効。」
佐賀「口数が少ないので確認を怠らず、礼儀正しく。」
長崎「裏切りは少ない、すぐにあきらめずアプローチ。」
熊本「時間かけ信用を得る、静かに怒りが消えるのを待つ。」
大分「実直、一度取引ができれば長い付き合い。」

宮崎「その気になるまで時間、じっくり攻略を。」

鹿児島「目の損得に敏感、こまめに顔を出す必要。」

沖縄「時間をかけて信用を得る、価格への意識強い。」

- (2) LBPは、E-P-R-GのG (Geo-centric, cf. パール・ミュッター) 段階のMNCの部品のネットワークグローバル調達、拠点での組立、ネットワークロジスティクスによる「世界一斉同時発売」のことである。
- (3) 日本型システムの他段階性に関する指標＝流通迂回率は、次の通り。“W/R比率 (Wholesaler/Retailer= $\Sigma W/\Sigma R$ 比率 (流通迂回率=卸売り総額÷小売り総額、日本：約3.6=514兆円÷143兆円 (1994年)、約3.0=405兆円÷133兆円 (2004年))”
- その特徴は、「オソキセンシ (卸機能大・総合商社介在・狭隘な市場・鮮度の高い生鮮魚介類を好む・質の高いものを求める [野村総研])」にある。
- (4) CVSは、都会の茶室的な「縮」として、30㎡≦売り場面積 (250㎡、14時間/日≦営業時間/日、セルフサービス販売。本家のアメリカでは、広い商圈の地理的間隙を突き、日本では、強い流通政策＝大店法と地域の爺ちゃん婆ちゃんストアの夜は開いていないという時間的間隙を突いた。日本では、匿名希望の孤独な夜の若者のライフスタイルにマッチした。行政は、通常フランチャイズチェーン店の24時間営業を許しているが、軽井沢のように深夜営業を規制しているところもある。
- (5) 台湾は、弁解の余地なき侵略とはいえ、明石元二郎等の玄洋社の「大アジア主義」＝反アングロサクソンのD & R (Divide & Rule (分断統治)) の精神が、日本よりもミニチュアサイズのこの島のコミュニティでこそ、いかに発揮されたのではないか。日本の「家」というコミュニティを投影した日本の経営も満州やこの地で実践されて、戦時下日本に逆輸入されたといえよう [野口悠紀夫参照]。
- (6) グリーンミームは、その諺や標語に表されている。それを紹介しておこう。

* グリーンミームの諺

「原爆、原発、一字の違い」

「うどん・味噌四季 (ヴィバルディ)、食パン・田園 (ベートーベン)、アクロシン妊娠一リンゴの唄 [深川洋一&ステルンナイメール]」

「松下はマネシタ、鐘紡はマネボウ (R&Dただ乗りについて)」

「士魂商才 (福沢諭吉)」

「一鳥万宝 (古野隆雄)」

「一汁一菜」

「百姓百品」

「小さな経営、大きな安定 [白川よしみつ]」

「一人は万人のために、万人は一人のために (ライファイゼン)」

「一人の百歩より百人の一步」

「色即是空、空即是色」

「ゴミはゴミを呼ぶ」

「流せば洪水、貯めれば資源 (雨水)」

「人愛土、土養人 [九大教授]」

「一方水土養一方人」

「顧客志向のマーケットイン。ただし我が儘、人権侵害、違法、環境汚染は許しません」

「性悪、だから制度を築きます。」

「五本指と手は、一人一人と社会と同じ。太いの細いの、短い長いのがあって、モノが掴める、色んな人がいて社会が成り立つ [サンコン・オスマン]」

「みんな違って、みんないい [金子みすず]」

CSR 「論語と算盤 [渋沢榮一]」

CSR「産業魂 [野田醤油：茂木友三郎]」

* *Green proverb*

“A stitch in time saves nine.”

“Honesty is the best policy.”

“It is no use crying over spilt milk.”

“Prevention is better than cure.”

* 反グリーンミーム：

「日本人は、自分だけは死なない、と思っている（石原慎太郎〈2006年夏〉 & 伊藤〈2006年9月11日〉[リスクマネジメントについて]）。」

「戦争は、忘れたところにやりたがる [實男]。」

「土曜日の絞首刑で自分の首に掛けられる紐と知りつつ、火曜日にそれを売る [レーニン]」〈時間—慢性—危機意識の不足〉

- (7) 原発は、「ゲンパツ-ローバオジジサンプーテッテリユウ（老・Ba・温・事・地・産・腐・テロ・テクノロジー・流通：老朽化〈30年耐用年数以上の稼働、日本の原発の多くが1970年代に建設された。「トイレなきマンション」）・Back-end〈償却後の放射性廃棄物の処理問題〉・事故〈細管のギロチン破断などの事故・操作ミスなど〉・温排水・地震〈免震装置の欠如、活断層にほど近い原発、津波による冷却水の遮断の恐れ、cf.砂地で長期周波・液状化に見舞われやすく、その直下まで活断層が伸びているのではないかという懸念の濃い柏崎刈羽原発、6km先に活断層のある伊方原発等、九電も是非活断層地質調査を！）・産業〈原発補助金づけ行政による農林漁業や地場産業の荒廃〉・腐敗〈買収・収賄贈賄・官業癒着〉・テロ〈冷却水導入管など弱点を狙われる可能性大〉・テクノロジー〈パテント料の支払い、未開拓のバックエンド処理・保存技術、未熟なプルサーマル技術など〉・流通—再処理/高低レベル放射性廃棄物の海路・国県市道—住宅街貫通道路を使った運搬・保管 [21世紀日本の原発は2030年以降も電気エネルギーの内の現状の30%代維持=17箇所55基以上の実質稼働維持、旧基の老朽化に備え、今後新たに実質約55基新設〈1960年以降の総新旧建設量110基=55×2〉の危機] [齋藤]

柏崎刈羽原発のような地震による原発事故のときも、クライシスコミュニケーション記者会見の精神＝「謝・原・再・現・責—（シャゲンサイゲンセキ：謝罪表明・原因究明・再発防止策・現状説明・責任表明 [語呂、齋藤]）」が大切。

- (8) 有機JASの有機の定義は、「モモクリ3年ニンジン2年テンカン1年」である。有機は、モモクリ等の果実は収穫前3年以上無農薬無化学肥料、人参等の播種作物は播種前に農地が2年以上無農薬無化学肥料、転換期間中は、1年以上無農薬無化学肥料、2001年4月完全施行〈齋藤解説〉腐蝕の連鎖＝脱原子力＝「清浄な環境」と農は不即不離の関係にあるのではないか？河野直践（以下KN）は、その著 [Kon・N-1]（「食・農・環境の経済学」七つ森書館、2005年）で、「脱原子力の地域づくり」を、提唱している。脱原発を、意識と実践に関わる心+体+カネ＝文化+身体（時間）+経済生活の三面から展望する。つまり、脱原発へ向けて、食・農を基本にした環境調和型地域社会を築こうとしている。

この書（[Kon・N-1]）は、優れた問題意識、原発周辺住民の意識と実践との緊張感、現場発現場着の取材・統計分析を示している。本書の論点は、環境論・組織論・運動論に置かれている。すなわち、i、グローバル化と国家内環境、自然と人間：「農業の多面的価値（機能）」、「生活型農業」、自然内地域、「地産地消」循環、ii、組織論主体論：「産消混合（＝プロシューマリズム）型協同組合」、iii、運動・展望：対立と協調：原発と地域闘争・有機農業運動・地域通貨論…品川東禅寺の崖上の高野山別院の地下変電所埋設反対運動等々…に置かれている。

本書のこれらの論点を貫く視点、問題意識は、「産消混合」にある。KNは、自ら足を運び調査した事例を元に、農の活性化と脱原発、農の停滞と原発誘致（安易なグローバルマネーへの身売り）の正の相関を探り、農を活性化しつつ原子力の誘惑に負けないもう一つの生活農業コミュニティ、「産消混合型協同組合」

の再生を目指す。

農の活性化は、第1章で、有機農業⇔地域づくりの「好循環」(p.98)、自給(プロシューマー)・生活農業、産と消の連携、農村と都市の交流をテーマに、「地産地消」「都市農村交流」「グリーンツーリズム」「市民農園」「生活農業」が、水戸農協、茨城県経済連、相模原市の青空農園、魚沼みなみ農協、北信州(飯山)みゆき農協、長井市の「レインボープラン」、福島県二本松市の岳温泉、熊本清和村における成功事例を挙げて述べられる。第2章でも農業+漁業の「活発さが原発立地をはね返す力になっている」(p.129)、「原発をはね返した農業者(+漁業者)たち」である高知県窪川町、宮崎県串間市の農協ぐるみの運動、上関原発反対の祝島漁協や三重県芦浜の漁協と都市住民の連帯の成功事例を挙げて述べられている。

農の停滞は、第2章で、農の停滞⇔原子力施設の「悪循環」(pp.95-96)二律背反(生態系・技術・産業構造)、「環境破壊と農業の衰退」=「原子力と農業の「共存」は実現していない」ことをテーマに、原発自治体、六ヶ所村、JCO事故などを巡る失敗事例を挙げて述べられている。統計の多くが末尾の「注記」(pp.213-240)に掲載されているが、この「悪循環」に説得力を持たせるため、JCOについては、本文に、アンケート「JCO事故が農産物販売に与えた影響」(p.71)等と「東海村の農業粗生産額の推移」(p.74)が掲載されている。さらに、「原子力自治体の人口と農業関連指標」(pp.86-87)、「六ヶ所村の地域経済と農業構造の変化」(p.91)も掲載されている。この「悪循環」については、第3章でも、原発第1号が茨城東海村に設置された4つの理由、つまり①東京近郊で程良い距離、②広い敷地(動力炉+実験炉)、③豊富な冷却水、④農業経営難が挙げられ、この④との関係が明確にされている。

生活農業コミュニティの再生は、第3章でオータナティブなエネルギー技術の「バイオマスや風力・小水力」(p.174)、反法人農業組織(反株式会社)と生産・流通、コミュニティに果たす産消混合型協同組合の意義、有機農業運動による脱原子力(鹿児島川内原発に対する「有機農業者(反原発かごしまネット)の増設反対運動」反伊方原発の「愛媛有機農産生協」住民投票を求めた反プルサーマルの「柏崎市民ネットワーク」(pp.197-206)で事例を挙げて述べられている。

KNは、特に産消混合型協同組合の意義について、それは、農業の3K、つまり高齢化・後継者不足・過疎化等の問題を解決し、農業を活性化し、コミュニティを再生し、食糧自給率を高め、農業の多面的機能をフルで発揮する、と考える。この対アグリビジネス法人、産消混合志向の協同組合は、耕作放棄地・休耕田等の「農地を…集約したうえで、…誰であろうと…農作業を行い、できた農産物は消費者を含めた組合のメンバー全員で分けあう…生活の一部としての農業を広げていく」(p.187)重要NPOだ、と考える。

今後、KNには、上の好循環と悪循環の根の深い原因を心理学社会学の手法からもっと究明し、それらのタイプ分類を期待したい。また、農と新エネ(p.174, p.236)の好循環の事例について、現場からの情報発信を期待したい。本書の書評は、以上のように、著者KNの単なる解釈に終わるには、モットイナイほど、評者SJに多くの刺激になった。そこで、次に熱いコメントを寄せておきたい。

本書を読むSJの視点は、次の3つであった。つまり、①グローバル化と「安パン環(安全・パン・環境)」を巡る制度について、自由と必然、資本の支配と人間の論理、剣・金の力とペン・効用の論理、社会制度の悪用と善用、慢性と急性、これらの関わる人類の本性についての生と死、増殖・成長とアポトーシス、性善説と性悪説、②産と「消」のコミュニティ=「関地紐(関係・地域・紐帯)」の構築、LC(ライフサイクル)運動、原発周辺住民の意識と実践、③展望:生へ向けた地域闘争、現実的な最善の道…であった。

この内、特に原子力を巡る「自由と必然」と「アポトーシス」についてコメントしておきたい。必然とは、原子力技術を独占するグローバルマネーの力は、各国で資本主義の論理、共産主義の独裁の論理、政一官一財の癒着、ハコモノ行政と共鳴する、という必然性のことである。さらに、地球温暖化対策とうそぶいて、原発という名の「トイレなきマンション」を建て続けようという日本には、死滅のDNA的本能(meme)、社会「アポトーシス」の論理的必然性を実践しようとしているのではないか。SJは、本書を読む前から、この必然説を受け入れ、もう諦めて、余生を過ごすつもりであった。2005年現在、日本では、原発は、54基も稼働(米:約100、仏:約60、露:約30、英・独・韓・加:約20、瑞典・西班牙・中:

約10、世界合計：434基（2004年12月末）しており、これからも増設される。この必然性に立ち向かい、「自由」を唱えているのが、本書であり、チェルノブイリ以降のEUの脱原発、新エネルギー開発である。

本書は、原発の稼働、増設を必然にする、文化+身体（時間）+経済生活=嘘100回+慢性+喰うため=意識（「赤信号みんなで渡れば怖くない」）+因果と時間+腐蝕の連鎖（ハコモノ行政）の論理に対して、それが必然ではなく、脱原発へ向けた自由、有機農業、産消提携、地域住民運動を基礎にした脱原子力の自由を熱く語る（以上、『えんころびー』初出）。

- (9) この、「分断と統治」を超える、団塊世代の大和のミームについて一言。同世代の学生時代に論点になったベトナム戦争と沖縄の米軍基地の本質は、米ソの、武器を売買する「死の商人」のための、冷戦のヤルタ・ジュネーブ体制の護持の是非に関わる経済的利害関係にあるのではなかったか？ベトナム戦争は、米ソの代理戦争であり、当初「人民解放」のために、ヤルタ・ジュネーブ体制を破壊しようとするソ連側とそれを守ろうとするフランスやアメリカ側との政治的意向を受けた、ベトナム人同士の南北の対立から起こったのではなかったか？1960年代末からは、南側の国民的支持よりも、北側の「人民解放」の国民的支持が多数となり、南側は、露骨な米軍の直接介入なくして、政権を維持できなくなっていた。

団塊世代は、日本の基地からベトナムに米軍飛行機が飛び立ち、基地公害・占領を許し、ベトナム特需に預かり、高度経済成長している日本に住む自分たちが許せなかった。遑つて、戦後、朝鮮特需に預かって、飢餓から逃れた日本、さらに戦前戦中、朝鮮人・中国人を強制連行した日本人の差別・抑圧の腐敗した心が許せなかった。その血、文化、日本の悪しきミームを見直す意思が「自己否定」であった。

団塊世代は、卒業後、就職し、どう変容したか？まず、企業戦士として、組織と個人の自由・束縛の悲哀を感じ、家庭を持ち、昔の学生時代の「自己否定」や共産主義がうまくいかないことを実感する。人間性善説、「存在が意識（→能力）を規定する」というマルクス・レーニン主義の欠陥に気づく。すなわち、①善人=善組織構成、人倫への信頼、②能力の平等説（貧富・被教育格差などクリアすれば誰でも一定の能力を持つ）、③経済計画による資源・労働時間の配分と労働証書による分配、人間の欲望の調節の成功、④地球上の各国の全面的同時的な共産主義化、⑤これらのための暫定的なプロレタリア独裁の実現…これらの欠陥を直観し、ラディカルな政治党派から離れ、有機農業運動や身近で地道なNPOの運動に入って、生活実感から、できることを少しずつやってゆくことになる。

その世代が2007年から、60歳になって、定年退職する。絶えず、この人生で良いか、と問い、迷い続けた世代。きっとNPOや地域の福祉・環境保全活動に貢献することであろう。一度、日本のアジアに対する罪の重さに、日本を呪い、帰るところがなく、再び、母なる日本に回帰した世代。この世代も、天皇や日本に嫌悪・罪悪感を学生時代には持った。しかし、日本の和のミームに回帰している。筆者も、1995年8月15日、NZはウェリントンのVJデイの花火の音に撃たれたとき、思わず「俺は日本人だ」と叫んだ。日本がアジアの民にやったこと、力の論理に弱く、白人コンプレックスの裏返しとしての虚勢を張ったことは、許せないけれど、自分には日本以外に帰るところはない。謙虚であるべきだけど、果たしてアボリジニの先祖を狩り、マオリの農地・狩猟地を騙し取り略奪した白人にばかり、謝るわけにはいかない。それ以来、筆者は、天皇を認め、「大和し、美し」と、つくづく思うようになったのである。

- (10) 学問とは、「知の体系」であり、それは、「分析と有機的総合」であるとすれば、われわれ学徒は、いつも、社会現象を分析する、メスと縫い合わせる針と糸を持たねばならない。メスと構図は一体。メスと針と糸は、社会の構図（シミュレーション=模擬抽象実験室 or 単純図式=イメージ）、鳥瞰図（VISION）を捉えて、切ったり、縫い合わせたりすることに使うものであり、メス・針・糸と構図は、卵と鶏のように、一体のものであり、どちらも同時に持っていないと、「知の体系」は築けない。例えば、社会を国家A-企業B-消費者Cという要素・主体に分析し、それらの相互作用として社会現象である商業を捉えるとき、そこには既に、社会全体の構図=VISIONを持っていなければ、そこへ向かって、要素を連関づけ、縫い合わせることはできない。

引用・参考文献・ビデオ・インターネット

〔引用・参考文献〕〈ビデオ〉

- [Ama-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。
- [Asa-G-1] 朝日新聞文化財団『有力企業の社会貢献度』PHP、2000年。
- [Asa-16/Dec.2000 [朝]]『朝日新聞』2000年12月6日 [朝刊]。
- [Bl-S-1] Blackmore Susan (垂水雄二訳)『ミーム・マシンとしての私 [上]』草思社、2000年。
- [Chu-K-1] 中小企業庁『中小企業白書 (2006年版)』ぎょうせい、2006年。
- [Daw-R-1] Dawkins Richard (日高敏隆ほか訳)『利己的な遺伝子』紀伊国屋書店、1991年。
- [Daw-R-1] Dawkins Richard (垂水雄二訳)『祖先の物語』小学館、2006年。
- 〈Eco-NE-1〉エコマネー・ネットワーク事務局〈EcoMoney Network〉[wysigwyg://6/http://www.ecomoney.net/ecoHP/top.html](http://www.ecomoney.net/ecoHP/top.html)/2000年6月5日。
- [Eco-B-1] エコビジネスネットワーク編『環境の仕事大研究 [改訂版]』産学社、2006年。
- [Fuk-Y-1] 深川洋一『タンパク質の音楽』ちくまプリマーブックス、1999年。
- [Fuk-T-1] 深井利春編著『洗剤が消える日』ダイヤモンド社、2001年。
- [Fuk-M-1] 福田稔 (安保徹推薦)『実践「免役革命」爪もみ療法』講談社α新書、2004年。
- [Fur-T-1] 古野隆雄『合鴨ばんざい』農文協、1992年。
- [Fur-T-2] 古野隆雄『アイガモ水稲同時作』農文協、1997年。
- [Gid-A-1] Giddens Anthony, *The Third Way*, Polity Press,1998 (佐和隆光訳『第三の道』日本経済新聞社,1999年)。
- [God-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。
- [Gre-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。
- [Hai-J-1] Hailes J., Elkington J. and Makower J., *The Green Consumer*, Penguin Books, 1988.
- [Hai-J-2] Hailes J., Elkington J., Makower J. and Hill D., *Going Green*, Penguin Books, 1990.
- [Hak-S-1] 博報堂生活総合研究所編『「分衆」の誕生』日本経済新聞社、1985年。
- [Hir-Y-1] 廣瀬芳広『輸出広告戦略』有朋堂、1970年。
- [Hir-W-3] 廣松渉『存在と意味』岩波書店、1982年。
- [Hay-S-1] Hayashi Shuji (林周二), *Culture and Management in Japan*, University of Tokyo Press, 1988.
- [Ima-ZV-1] 今岡善次郎監『実践! サプライチェーン経営』日経ビデオ、1998年。
- [Ino-T-1] 井上猛夫他編著『第百六師団陣中日誌』1939年6月20日 & 1940年3月10日。
- [Ish-TV-1] 石井威望『2000年の産業科学技術』1990年代。
- [Kat-T-1] 加藤敏春『エコマネー』日本経済評論社、1998年。
- 〈Kat-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。
- [Kat-F-1] 勝原文夫『農の美学』論創社、1979年。
- [Kat-F-2] 勝原文夫『村の美学』論創社、1986年。
- [Kiy-T-1] 清成忠男『中小企業』日経文庫、1986年。
- [Kob-T-1] 小林忠『墨絵の譜：日本の水墨画家たち1』ペリかん社、1991年。
- [Kob-T-2] 小林忠『墨絵の譜：日本の水墨画家たち2』ペリかん社、1992年。
- [Koh-D-1] 小針代助編『墨 文房四宝の楽しみ』第26号、芸術新聞社、1996年1月。
- [Koh-D-2] 小針代助編『墨 文房四宝シリーズ①』第175号、芸術新聞社、2005年8月。
- [Koh-N-1] 河野直践『産消混合型協同組合』日本経済評論社、1998年。
- [Kon-N-2] 河野直践『食・農・環境の経済学』七つ森書館、2005年。
- [Krip-1] KRIP『2007九州の環境素材：九州の環境技術力』KRIP、2007年。
- [Kum-C-1] 熊野町 (広島県) 編著『安芸熊野町史』ぎょうせい、1987年。

- [Kum·Y-1] 久米康生『産地別：すぐわかる和紙の見分け方』東京美術、2003年。
- [Kyu·K-1] 九州国立博物館『美の国日本』西日本新聞社、2005年。
- [MacI·M-1] MacIver R.M., *Community*, Macmillan, 1924 (中久郎/松本通晴訳『コミュニティ』ミネルヴァ書房、1975年)。
- [MacI·M-2] MacIver R.M. & Page C. (1949), *Society*, Farnar & Rinehart (若林敬子/武内清訳 [1973] 『コミュニティと地域社会感情』松原治郎編『コミュニティ』現代のエスプリ68、至文堂)。
- [Mat·J-1] 松原治郎『コミュニティの社会学』東大出版、1978年。
- [Mat·S-1] 松岡正剛『おもかげの国、うつろいの国』NHK、2004年。
- [Mis·J-1] 三隅二不二『リーダーシップ...』有斐閣、1973年。
- [Mik·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。
- [Miy·Ke-1] 宮木慧子『日本における陶磁器用ワラ包装の造形的特質』九州芸術工科大学博士号、2006年。
- [Miy·K-1] 宮阪和雄『墨の話』木耳社、1965年。
- [Miy·K-2] 宮阪和雄『墨芸 Q&A』里文出版、2003年。
- [Miy·A-1] 宮脇昭『森はいのち』有斐閣、1987年。
- [Miy·A-2] 宮脇昭『食のエコロジー』NHK出版、1992年。
- [Miy·A-3] 宮脇昭『衣のエコロジー』NHK出版、1993年。
- [Nak·M-1] 中尾訓生『資本主義社会の再生産と人権概念』晃洋書房、1993年。
- [Nik·K-1] 日刊工業新聞社『地球環境'93』日刊工業新聞社、1992年。
- [Nik·B-1] 日経BP社『日経ビジネス』1997年11月24日。
- [Nik·B-1] 日経ビジネス編『環境に良い会社』日本経済新聞社、1991年。
- [Nik·E-1] 日経ビジネス編『日経エコロジー』日本経済新聞社。
- [Nik·S-1] 日経サイエンス『日経サイエンス』日経サイエンス社、1993年11月。
- [Nih·B-1] 日本美術教育センター企画『ビデオ水墨大全墨鑑賞の手引き』日本美術教育センター (2005年以前)。
- [Nom·J-1] 野村順一『カラー・マーケティング論』千倉書房、1983年。
- [Ohh·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。
- [Oku·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。
- [Oka·M-1] 岡野雅行『あしたの発想学』リヨン社、2003年。
- [Ott·J-1] Ottman Jacquelyn A., *Green Marketing*, NTC Business Books, 1993.
- [Ott·J-2] Ottman Jacquelyn A., *Green Marketing : Opportunity for Innovation*, NTC Business Books, 1998.
- [Oka·N-1] 岡村南紅『季節の画帳上下』1998年。
- [Pea·K-1o] Peattie Ken, *Green Marketing*, Longman Group UK, 1992 ([Pea·K-1t] 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)。
- [Pea·K-2o] Peattie Ken, *Environmental Marketing Management*, Pitman Publishing, 1995.
- [Pol·M-1o] Polonsky Michael Jay, Mintu-Wimsatt Alma ed., *Environmental Marketing*, Haworth Press, 1995.
- [PHP-1] PHP研究所『松下幸之助が語る「経営の哲学」』PHP研究所マルチメディアソフト出版部、2006年。
- [Reh·R-1o] Rehak Robert ed., *Environmental Marketing and Advertising Council*, Rodale Press ([Reh·R-1t] 楓セビル訳『環境広告60の作法』電通、1996年)。
- [Rob·J-1o] Robertson James, *Transforming Economic Life*, The Schumacher Society ([Rob·J-1t] 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)。
- [Sai·J-1] 齋藤實男『グリーンマーケティング』同文館、1993年。
- [Sai·J-1] 齋藤實男『グリーンマーケティングII』同文館、1997年。

- [Sai·J-2] 齋藤實男『グリーンプロシューマリズム』同文館、1999年。
- [Sai·J-3] 齋藤實男『グリーンマーケティングとグリーン流通』同文館、2004年。
- [Sai·J-4] 齋藤實男『グリーン共創流通』同文館、2005年。
- [Sai·J-5] 齋藤實男『PUNの缶詰：グリーン流通』晃洋書房、2007年。
- [Sai·J-6] 齋藤實男『情報=人間=市場』晃洋書房、1993年。
- [Sai·J-7] 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。
- [Sai·N-1] 齋藤南北『初心者のための水墨画』日貿出版、1987年。
- [Sai·N-2] 齋藤南北『水墨画制作ハンドブック』可成屋、1997年。
- [Sai·N-3] 齋藤南北 監『水墨画10画人の技に学ぶ』日貿出版、2006年。
- [Sak·B-1] 榊莫山『文房四宝 紙の話』角川選書、1998年。
- [Sak·B-2] 榊莫山『文房四宝 筆の話』角川選書、??1998年。
- [Sak·B-3] 榊莫山『文房四宝 墨の話』角川選書、??1998年。
- [Sak·B-4] 榊莫山『文房四宝 硯の話』角川選書、1998年。
- < Sai·N V-1 > 齋藤南北<< 齋藤南北臨画手本集 >>1999年。
- [Saw·K-1] 沢田克己『シャボン玉石鹸社長森田光徳聞書』西日本新聞社、2003年。
- [Sch·E-1o] Schumacher E.F., *Small is Beautiful - A Study of Economics as if People Mattered -*, Blond & Briggs Ltd., 1973 ([Sch-1t] 齋藤志郎訳『人間復興の経済』佑学社、1976年)。
- [Seo·T-1] 瀬尾健『原発事故…その時あなたは!』風媒社、1995年。
- [Sey·J-1o] Seymour John and Giardet Herbert, *Far from Paradise*, British Broadcasting Corporation, 1986 ([Sey·J-1t] 加藤迪/大島淳子訳『遥かなる楽園』日本放送出版協会、1988年)。
- [Shi·A-1] 島尾新 監『すぐわかる水墨画の見かた』東京美術、2005年。
- [Shi·S-1] 白川静『常用字解』平凡社、2003年。
- [Shu·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。
- [Shu·K-1313] 週刊金曜日編『徹底論争』『週刊金曜日 (313)』, 2000年4月28日。[Sho·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。
- [Sob·G-1] 素朴な疑問探求会編『県民性のおもしろ大疑問』夢文庫、2001年。
- [Sod·O-1] 祖田修『大地と人間』放送大学教育振興会、1998年。
- [Son·K-1] 園田恭一『現代コミュニティ論』東大出版、1978年。
- [Suz·H-1] 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。
- [Tak·M-1] 詫間夢鳳『水墨画入門 コツのコツ』NHK出版、2002年。
- [Tam·B-1] 田宮文平『書 1945-2005』美術年鑑社、2005年。
- [Tan·H-1] 田中日佐夫『すぐ分かる日本の美術』東京美術、1999年。
- [Tan·K-1] 田内幸一『マーケティング』日経文庫、1985年。
- [Tod·T-1] 戸田常一『T』, 1991年12月。
- [Tof·A-1t] 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)。
- [Tof·A-2t] Toffler Alvin & Toffler Heidi, *Revolutionary Wealth*, Curtis Brown, 2006 (山岡洋一訳『富の未来』上下、講談社、2006年)。
- [Tof·A-3] Toffler Alvin & 田中直毅『アルビン・トフラー、「生産消費者」の時代』日本放送出版協会、2007年。
- [Tsu·T-1] 辻惟雄『日本美術史』美術出版、1991年。
- [Tsu·T-2] 辻惟雄『日本美術の歴史』東京大学出版会、2005年。
- [Uoz·K-1] 魚住和晃『書の十二則』生活人新書、2006年。

- [Uzu·J-1] 渦原実男『日米流通業のマーケティング革新』同文館、2007年。
- [Wa·M-1] 和田充夫『関係性マーケティングの構図』有斐閣、1998年。
- [Wat·Z-1] 渡辺善次郎『都市と農村の間』論創社、1983年。
- [Yam·R-1] 山本良一『エコデザイン』ダイヤモンド社、1999年。
- [Yos·T-1] 吉田民人『主体性と所有構造の理論』東大出版、1991年。
- [Yos·H-1] 吉村弘『都道府県の人口規模と人口移動』広島大学地域経済研究センター『地域経済研究』第9号、1998年3月。
- [Yos·H-1] 吉村弘・戸田常一他『グリーン共創序説』同文館、2002年。
- [YosZ·H-1] 吉沢英成『貨幣と象徴』日本経済新聞社、1981年。
- [Yam·A-1] 山之内昭夫〈イノベーション経営〉放送大学、2001年。
- [Yan·S-1] 矢野新一「知って得する県民性」『日経産業新聞』2007年1月4日。
- [Yan·K-1] 矢野恒太記念会編『2007/08日本国勢図会〈第65版〉』2007年6月。
- [Yok·T-1] 横山大観記念館監『横山大観の世界』美術年鑑社、2006年。
- [Yom·S-1] 読売新聞西部本社編『大アジア燃ゆるまなざし：頭山満と玄洋社』海鳥社、2001年。
- 〈インターネットHP〉
- 〈Aib/S〉アイボ（ソニー）<http://www.sony.jp/products/Consumer/aibo/>
- 〈Big/B〉ビッグバイオ（納豆ブロック）<http://www.big-bio.com/contents.html>
- 〈Dai/K〉大進興産：マーブルスタンド <http://www.daishinkohsan.com/marblestand.html>
- 〈EM/K〉EM研究所 <http://www.emlabo.co.jp/>
- 〈Fur/N〉古野農場（合鴨水稲同時作）<http://blog.aigamokazoku.com/>
- 〈Kyo/N〉京都ナノテククラスター <http://www.astem.or.jp/kyo-nano/>
- 〈Mit/H〉三井ハイテック <http://www.mitsui-high-tec.com/ja/crp/hist/enkaku.html>
- 〈Miy/A〉宮崎アニメ <http://homepage3.nifty.com/mana/miyazaki-main.html>
- 〈Nih/J〉日本自律神経免疫治療研究会（安保徹・福田稔）<http://www.immunity.jp/>
- 〈Nai/K〉内視鏡（富士写真光機）<http://www.nikkeibp.co.jp/archives/325/325399.html>
- 〈Oka/K〉岡野工業 http://www005.upp.so-net.ne.jp/OKANO_to_ONDINE/
- 〈Oka/R〉岡本理研 <http://www.baseofmen.net/base/okamoto-r.html>
- 〈Une/Y〉宇根豊（農と自然の研究所）<http://www.ruralnet.or.jp/ouen/meibo/022.html>
- 〈Yas/D〉安川電機 <http://www.yaskawa.co.jp/>