

## <書評>

# 伊東維年著『地産地消と地域活性化』 日本評論社 2012年

柳井雅也

### (1)

伊東維年氏が上梓した『地産地消と地域活性化』は、下平尾勲教授の地産地消に関する基本認識を踏襲しつつ、農産物・木材(間伐材)・水産物に関して分析を行ったものである。この、下平尾教授の地産地消に関する定義とは「地産地消というのは地元で生産された産品を住民が、積極的に消費することによって生産を刺激し、関連産業を発展させ、地域の資金循環を活発にし、地域を活性化する方法である」を指している。伊東氏は、この視点を踏襲する理由として二つの理由を挙げている。一つ目は、地方の地域経済・地域産業の再生や振興策について研究を重ねてきたことである。「この研究の過程で、様々な分野において新たな地産地消の形態が次々に生まれ、広がりを見せているのを知り、さらに地産地消の研究を続けることにした。」(はしがきvi)とある。二つ目は、地産地消が地域を活性化させる可能性を有していると考えたためである。

本書は、全部で6章より構成されている。以下、本書の章立てに沿って要約を行い、その成果と課題について検討していく。

### (2)

第1章「地産地消の定義と本書の分析視点・分析方法」では、地産地消研究者が「定義」や「対

象分野、地理的範囲、分析視点、分析方法等」(p1)に関して、さまざまに解釈して研究が行われていることを指摘している。例えば、対象分野に関しては農林水産業に限定している論者もいれば、製造業、商業、建設業、サービス業なども対象にする論者もいる。地理的範囲に関しても、広域的に捉える論者もいれば、狭域的に捉える論者もいる。

また、地産地消の拡大の背景・要因について消費者、生産者、行政の三つの側面から分析を行っている。まず、消費者側からは①農産物に対する安心・安全志向、②健康志向のライフスタイルが定着、③食文化・生活文化の見直しの動き、④「顔の見える」流通の実現とそれに対する期待が考量され、⑤消費者にとっても地域活性化の一方法だと見られたためだとしている。

生産者の側からは、①食料品の安心・安全な提供をおこなう農家や企業が増加していったこと、②新たな流通経路の創出、③直売所、地場農産物の加工・販売・地場産品を活用したレストラン経営などを展開するようになったこと、④新たな農産物の販路と耕作放棄地に歯止めをかけるメリットがあること、⑤新鮮・安全・安心な食材の提供が、安価な輸入農産物への対抗手段の役割をはたしている事(p3: 金田健良氏の指摘)、⑥生産者が消費者と交流することによって、製品の良さや生き甲斐を改めて感じるようになったこと、⑦地元雇用の増加と資金の地域循環が活発化すると考えるようになったこ

とを指摘している。

行政の側からは、「攻めの農政」を展開していく一方法、食料自給率向上に向けて、地域の農業と関連産業の活性化と地域経済の活性化を図る手段として捉えていることを指摘している。地方公共団体もこの基本線に沿って、国の助成を受けつつ直売所等の整備を進め、地産地消の拡大に積極的に取り組んでいる。

地産地消の定義について農林水産省、蔦谷栄一氏、二木季男氏を祖上にあげて分析・検討を行っている。その上で、下平尾氏の定義が前者と根本的に異なることを指摘している。つまり、①対象範囲を農産物、農産加工品に加え地場産業を含む製造業、商業、観光業、建設業、サービス業などを対象にしていることや、②「地元で生産された産品やサービスを地元で直接消費する場合、地元産の材料を使って製品に加工して地元で売る場合、地元の材料を使って加工製造した製品を県外に販売する場合のいずれも地産地消」(p9)に含めて考えている点である。③また、「下平尾氏は地産地消を地域活性化策として捉えている」(p9)ことも指摘している。

地産地消の地理的範囲について、平尾正之氏、内藤重之氏、小川喜八郎氏の説を検討している。これに対して下平尾氏は「地産地消というものは、消費者が直接に生産者から産品やサービスを購入し、消費する場合と、地域産の材料を加工し、これを地域で消費する場合」(p11)とし県内生産物の消費範囲をほぼ県内としている。この考え方に対して伊東氏は、都道府県域程度の範囲を地産地消のエリアとしている。

このような、実態と理論的な整理を行って2章以降の分析に入っている。

第2章「地産地消に対する農協の基本方針と農協の農産物直売所の実態」では、農協の基本方針と農産物直売所(ファーマーズ・マーケット)の状況について分析を行っている。国の地産地消政策の中で、農協は、地産地消の「自主的」かつ「積極的」な担い手と実践的な計

画の策定主体者と位置付けられている。当初の農協は地産地消活動を、系統出荷、共同販売事業を妨げるものと見なし、無視、あるいは敵視していた。しかし、2000年以降、農産物直売所(ファーマーズ・マーケット)を地産地消の拠点と位置付け、地域経済の発展に貢献するという認識が変わった。とはいえ、「地産地消の実践的な計画」の策定率は低い。

農林水産省の調査(2007)では、農協運営の直売所は品揃えがよいこと、平均年間販売額が、他の業態(第三セクター等との比較)より高いものの、地場農産物の割合が同比較で低くなっていること等を指摘している。

これらの分析に立って、伊東氏は農協の地産地消活動の意義を指摘する。まず、狭義の意義として、新鮮で安心・安全な農産物の供給、農家所得の増加、女性や高齢者の活躍の場の提供、生産者の仲間づくりと情報交換の場づくり、組合員の農協離れの防止、農協に対する消費者の支持拡大や地域住民との連携促進等を指摘している。広義には、地域の食と農に関わる文化の発展と継承への貢献、地域農業の発展と自給率向上、食育の推進、農畜産物の高付加価値化の促進と地域の資金循環の活性化や地域経済の活性化等を指摘している。

第3章「大分大山町農協の地産地消活動-農協による広域型地産地消活動の事例考察」では、前章を受けてその具体的事例の検討をここで行っている。対象地域は大分大山町農協である。

ここは、農産物直売所8店舗、レストラン4店舗、農産物処理加工施設を有し、この加工品を外商担当者により九州一円で販売している。その効果を伊東氏は、農産物の販路拡大等を通じて、町の農業産出額と農業所得が伸びたこと、加工工場の建設、物産館、レストラン・カフェの開店による雇用効果、生産意欲旺盛な農家の出現、消費者ニーズの把握、高齢者や女性に活躍の場が生まれたこと、都市と農村の交流が活

発化、視察者増大による PR 効果、これらの効果が組み合わさって地産地消活動が地元経済を支える柱の一つになっていること等を指摘している。この成功要因は、多品目栽培・少量生産を行い、レストランの開店に結実したこと。「習慣づけ学習」によって地域社会の連帯感と地元への愛着心を醸成していったこと。「体験学習」では、加工品づくりにおける高付加価値化の重要性を学んだこと、観光地の通過点を活かした立地条件、他地域との交流が「木の花ガルテン」（農産物直売所と直営レストランの総称）の来客数の増加や認知度の向上に繋がっていること、POS システムの導入、「スローフード」の流行等を指摘している。

だが、伊東氏は問題点も指摘している。2000 年代に入ってから大山町農業が低迷していることである。「木の花ガルテン」販売高と、エノキ茸以外の農産物の販売高は減少ないし横ばいとなっていること、一貫して農家数、農業就業人口は減少し高齢化も進んでいることである。大山町の「農産物バザール館」では「オーガニック農業」を推進してきているのに、中国からの輸入農産物取り扱い、生産者名や産地が不明なものがあることも指摘している。レストランにおいても町外からの農産物が一部使用されている。また「木の花ガルテン」の拡張路線が、全国の直売所増加が農産物の販売ルートの多様化と競争激化を惹起している事態と軌を一にしているという立場から、危惧の念を呈している。これを証明するように、大山町農協が2年連続赤字(2005年度と2006年度)を計上している。その他、大山町農協は単独農協でこれまで事業を行ってきたが、今後もその路線を貫けるか懸念が残るとしている。

第4章「秋田県の間伐問題と間伐材の地産地消」では、間伐材の地産地消のケース・スタディを行っている。対象地域は秋田県横手市において木工事業と道の駅事業を営んでいる第三セクターの株式会社ウッディさんない、秋

田県能代市において能代森林資源利用協同組合が建設して運営を行っている能代バイオマス発電所の二つである。

前者は横手市と合併する前の旧山内村に設立(1993年)された。操業開始時は従業員6名でウッドロック(公園の歩道等に使用)の製造・販売を行っていた。2000年には道の駅、国産材需要開発センター、山内焼工房等を併設した「ウッディらんど」がオープンし、ウッディさんないは、山内村から道の駅の管理運営を受託した。2005年に山内村は横手市と合併し、横手市もウッディさんないに出資した。

ウッディさんないの木工事業は、ウッドロックの生産・販売だけでは収益が期待通りに上がらず、木製公園資材の設計、製造・販売・施工、各種案内板、記念碑等の木製加工品を手掛けていった。更に、1997年には、河川の護岸工事や道路沿いの擁壁・土留工事等の土木建設資材用に間伐材を使った土木製品の開発に着手した。その後、「土木構築物の構築方法」の開発・製品(ウッディ・ビオマット)化に成功し、これに連続して次々と製品を送り出していった。工場内に高性能加圧注入処理設備を設置し、木材への薬剤注入に段階加圧方式を採用し、防腐、防カビ、防虫、寸法の安定性に優れた処理材を生産できるようになった。このように、ウッディさんないは新製品・新工法の開発に意欲的に取り組み、この過程で産学官連携も進めている。しかし、国や地方公共団体の財政難による公共事業の削減の中で、売り上げは低迷している。その一方、道の駅事業は土産物販売やレストラン経営によって、木工事業部を大幅に上回る売上高と雇用創出に貢献している。

能代バイオマス発電所における間伐材利用について、米代川流域林業活性化協議会「木材加工分科会」は、米代川の製材工場、素材生産業者、原木市場などから排出される杉樹皮・製材端材等の木質廃材を活用するため、木質バイオマス発電用ボイラーの燃料として利用することに決めた。あわせて、協同組合法に基づき

能代森林資源利用協同組合を結成し、能代バイオマス発電所の設立と運営を担うことになった。

しかし、①本格稼働後、杉樹皮・製材端材等の木質原料の確保難（発電所まで50kmを超えると運搬コストが高くなりすぎる）。②電気や蒸気の実製造量・実販売量も計画量に届かなかったこと。③発電コストが高くなったこと。④余剰電力の売電に関する問題。⑤工場立地による税制上の優遇措置は電気事業には適用されないこと等である。こうした中、ソニー株式会社から「環境付加価値収入」を得ることができ、経営収支の改善に寄与している（2007年：2365万円）。ソニーはさらに年間600万円（林地残材の搬送費）を秋田県に寄付し、能代バイオマス発電所における木質燃料として間伐材の利用を支援している（2008年度から）。

これらの成果として、木質バイオマス発電施設を設置することによって、ダイオキシン対応の必要性が無くなったこと、新規雇用と経済的波及効果が認められたこと、松食い虫の被害材のエネルギー利用が可能になったこと、企業や団体と行政の連携が間伐材の地産地消に有効な手段となったことを伊東氏は指摘している。課題として、経営状況が依然厳しいこと、ソニーの600万円の寄付は5年間なので、その後の見通しが立たないこと、木質原料の確保と産出される電力・蒸気・再資源化物質の供給に関する循環システムの再構築が課題と指摘している。その原因は、計画通りに木質原料が集まらないことにある。

伊東氏は、間伐材の用途開発が進めば、新たな産業や企業が誕生し、雇用増加を通じて、地域における資金循環、地域経済循環の活性化、地域産業・地域経済が活性化するとしている。

第5章「水産物の地産地消 - 佐賀県唐津市呼子町の事例考察」では、佐賀県唐津市呼子町の水産物の地産地消について考察したものである。

1970年度の「佐賀県観光客動態調査」によ

ると、発地別では福岡県からの入込数が大半を占めていた。イカの活き造り料理店「河太郎」（1973年開店）が評判をとるようになると、「イカの町」として基盤整備が進んだ。加部島レストハウス（海上レストラン）、加部島キャンプ場、水光呼子夏祭り、呼子朝市等がそうである。1989年の呼子大橋の開通（1989年）によって大橋一帯は呼子の観光スポットに変貌し、かつてない観光客を集めた。呼子大橋に向かう道路には、イカの活き造り料理店が立ち並び、この道は「いか活き造りレストラン街通り」と称されるようになった。リゾート施設の整備も進み、2000年には「イカすクリスマス」のイベントも開催されるようになった。しかし、観光客は2003年の110万人をピークに減少し、2009年には86万4300人となっている。その原因を伊東氏は①景気低迷とニーズとスタイルの多様化、②新たな観光資源の開発による観光地・観光客の分散化、③観光都市としての福岡市の集客力増大、④九州新幹線の部分開業以来、九州内の観光客が南北に流れていることを指摘している。更に、呼子町観光客の宿泊率が低下していることも指摘している。理由は「福岡市と唐津市との間の道路整備に伴いこの間の時間距離が大幅に短縮されたため」としている。

朝市組合による2001年の呼子朝市に関する調査では、①高齢化が進み、土曜日や休日のみ出店している業者が多い、②販売しているのは野菜が多く（複数回答）、それに鮮魚、青果、活きイカ等が続いている。伊東氏は1974年の調査と比較して、観光客の土産品となる生鮮食品を販売する業者が幅をきかすようになっていることを指摘している。2009年に行った国土交通省国土技術政策総合研究所（森本・鈴木）の調査では、消費者は男女半々で家族やグループ旅行で訪れるのが多いとしている。消費者の年齢層は30-70歳以上と分散している。居住地は福岡市が最も多く28%を占めている。次いで、福岡県を除く九州が19%となっている。地元呼子町は10%余り、唐津市を除く佐賀県



は10%である。このことから呼子朝市は県外からの観光客の購入に依存しているとしている。購入商品(複数回答)は、加工水産物(イカの一夜干し等)を含め水産関連商品の購入が多い。

伊東氏が呼子朝市組合の事務処理を受託している SCRUM 呼子で行った聞き取り調査では、2001 年をピークに朝市組合員数が減少し、2002 年には来市者数が減少している。また、呼子の魚市場が閉鎖されたことから、唐津市の魚市場の仲買商から仕入れ、直接販売あるいは加工販売している出店者も少なくない。輸入品の販売もある。こうして、朝市商品の地元消費は少なくなっていることを明らかにしている。呼子朝市は、「水産物の地産地消という視点から見ると、呼子朝市が今や地産地消の媒介機能を喪失している」(p247)といえる。伊東氏は、観光市に偏らず生活市との両立を目指すべきだと提言し、そのためには取扱商品、品揃えを改める必要があることを指摘している。

「呼子台場みなとプラザ」に開設された農水産物直売所「大漁鮮華」(2010 年開設)は、初年度は赤字となったが、伊東氏はその原因を、初期投資以外に地元客の少なさに求めている。最寄り品の割合を高め、地元の常連客を増やすべきだとしている。

水産加工場については、松浦漬本舗が呼子町殿ノ浦に本社・工場を構え、松浦漬、魚の粕漬、西京みそ漬などを販売し、商品の開発・製造販売までを一貫して行っている。久満雲丹本舗も魚介類の加工品(生干しイカ等)、粒うに中瓶漬、イカの塩辛、干物、いかしゅうまい等の生産を行っている。これらは、地元で雇用を生み、水産加工品に付加価値をつけ、域外からの資金循環をもたらす。しかし、観光客が減って売上が伸び悩んでいる。

活魚料理店については、河太郎が呼子町に出店してイカの活き造り店設立ブームが起き、同じような店が乱立した。しかし、呼子水域の漁獲量が減っていることや、イカの活き造り料理を提供する店が地域的に拡大していること、観

光客の減少による客足の減少が課題となっている。

宿泊施設については、旅館金丸があるが、鎮西町の旅館との競合や、小川島等の民宿との競合に晒されている。国民宿舎ロッジは地産地消に寄与しているものの、さほど利益を上げていないことから、利用客やリピーター客の増加策が求められていること等が指摘されている。この他、旅亭新やが倒産し、その後、名前を旅宿よぶこに改称し経営を行っている。このように、呼子の旅館経営は厳しい状況にあり、統計的にも2000年代に急速に減少している。伊東氏は「宿泊施設を介した水産物の地産地消を拡大することは、近年の観光客の動向から見てかなりの難問のように推考される。」(p304)と指摘している。

呼子町の水産物の地産地消を拡大し、地域経済を活性化していくためには、水産資源の回復と適正な資源管理、それによる漁獲量の増加、漁業経営の安定が必須条件になることを強調している。

第6章「地産地消の基本原則と地域経済循環・推進方法・ネットワーク」では、秋田やまもと農業協同組合「食実践会議」を取り上げている。

地産地消の基本原則とは「ただ単に地域で生産されたものを地域で消費するというのではなく、地域の生産者が生産したものを地域の消費者(個人、企業、団体等)が主体となって消費するという事を基本原則としなければならない。」(p311)を指している。観光客の「移ろいやすさ」に基盤を置いた地域活性化に対する問題点を指摘している。

地域経済循環については、地域内経済循環と地域間経済循環の二つの視点から検討が加えられている。地域内経済循環とは、地産地消によって域内市場を形成・拡大し、これを通じて関連産業が成長し、雇用も拡大する。さらに税収の増加や起業家の事業拡大等を通じて、再投

資や新規投資が惹起される。このような地域内の経済循環が形成される状態を持続的な発展とし、これを地域経済の活性化と考えている。地域間経済循環とは、地域内の資源、地域内産品(加工も含む)を地域外に販売し、その収入を地域内に還流させ、これを繰り返しながら拡大していくことを、地産地消における地域間経済循環と規定している。しかし、このような説明は、「事が円滑に進んだ場合の言わば理想型である。」(p315)としている。現実には、直売所間の競争関係が生じて、撤退を余儀なくされているところや、海外との競合等、厳しい現実を指摘している。

秋田やまもと農業協同組合「食農実践会議」の事例では、給食の食材として地元産の米利用に関する取り組みを分析している(2000年スタート)。これに伴って、子供を中心とした食文化の啓発、郷土料理の復興、安全で良質な食材や加工食品を提供する生産者の支援に取り組んだ。2002年には大豆供給、2003年には野菜の通年出荷も実現した。その後、牛乳の供給も始まった。

「食農実践会議」では、「グランママシスターズ」制度も制定し、地域の小中学校の郷土料理について考案スタッフとして活躍しているほか、スローフードの見直しを呼びかけている。コンビニでの地産地消弁当の販売や、郷土料理のレシピ集出版など、伝統料理の復興・継承等も行っている。

このような成果について、伊東氏は①中核組織(推進母体)の重要性、②地域の継続性と広がりを求めるため「理念を持った活動計画」を立てておく必要、③「キーマン」「コーディネーター」の必要性、④消費者側に立った地産地消活動の推進と「地消」に軸を置くこと、⑤共同出資・共同事業の有効性、⑥理念に共感し共同で力を尽くすボランティア組織、⑦「地域総ぐるみの活動」の重要性を指摘している。

ネットワークについて、伊東氏は「複数の自律的な組織・個人によって特定の意図のもと

に自主的に形成される相互の結びつき・連携をネットワークとして思考(評者注:指向?)」(p335)と定義している。例えば、①農産物直売所は複数の出荷農家とのネットワークから成り立っている。②ネットワークは、新市場の創出および販路の拡大という需要面から地産地消に寄与することができる。③ネットワークは、地産地消にとって新しい製品・サービスの開発やアイデアの提供に役立つ。④異業種ネットワークが地産地消の相乗効果・波及効果を高める。⑤地産地消の新しい形態(ここではコンビニ「JAコンビニANN・AN」)を生み出した。⑥直売所間のネットワークは端境期における品揃えの補完に役立つ。⑧ネットワークは未利用資源の有効活用之道を拓くこと等を指摘している。

このような分析に基づく知見を踏まえて、地産地消は地域を活性化する「一つの手法に過ぎない」ことを再び確認して本書を閉じている。

### (3)

本書の特徴と成果を整理すると、以下の7つに整理することができる。

1番目は、本書で取り上げられた地産地消に関する各論者(下平尾氏を除く)の考え方に対して、伊東氏は下平尾氏の考え方を踏襲し、地域を活性化する方法として地産地消を捉えていることである。従って、各論者の分析は個別産業(ここでは主に農林水産業)の振興に留まっているのに対して、伊東氏の分析では、地域内の産業連関(例えば水産業と観光)が重視されている。また、地域経済の拡大再生産の視点から、活性化する地域の理想型も提示されている。この2つの視点を重視した分析が行われているところに特徴が認められる。

2番目は、地理的範囲についてである。下平尾氏の地理的範囲(県内)に対して、伊東氏は、おおむね同意しているものの、このように限定する必要はないとしている。理由は、県内であっ

ても経済取引が希薄であったり、県境をまたぐ隣接都市間等でも密接な経済取引があったりするためである。よって、地産地消のエリアは都道府県域程度となる。

3 番目は、大分大山町農協の地産地消活動について、他産地の商品を扱う等、地産地消の取組が崩れてきていることと、経営規模拡大の過程で生産者と消費者の「顔の見える関係」が薄れる可能性があることを指摘していることである。

4 番目は、ウッディさんないの事例研究で、技術開発の意義、製造設備による新製品への展開能力(高性能加圧注入処理設備)、産学連携などの可能性を指摘した事である。また、能代バイオマス発電所では、ダイオキシン対策の解決や新規雇用が生まれたこと、民間企業の支援等が指摘され、企業や団体と行政の連携が間伐材の地産地消に有効な手段となっていることを指摘している。しかし、いずれも経営が厳しく、特に後者の木質バイオマス発電は補助金や寄付金なしには成り立たない産業であることや、木質原料の確保難や発電コストの高さなど、経営単体では解決できない課題が数多くあることを指摘している。

5 番目は、呼子の事例分析では、地域内の漁業、朝市、旅館、観光施設等の経営が厳しくなっており、その原因の一つとして観光客に軸足を置いた経営にあることが指摘されていることである。

6 番目は、呼子朝市が地産地消の媒介機能を喪失していることを指摘した事である。また、水産関連商品が「地消」ではなく主に県外で行われ、徐々に衰退の様相を呈していることも指摘している。宿泊施設を介した水産物の地産地消を拡大することは、近年の観光客の動向から見てかなりの難問のように推考されるとも述べている。

7 番目は、ネットワークの重要性と可能性を指摘した事である。

#### (4)

最後に、これまでの検討を踏まえて疑問と意見を述べておく。

1 点目は、地理的範囲についてである。書中で引用されている藤島廣二氏が「地場流通」と「地域流通」に分けて、後者の範囲までをコミュニケーションの上限とする考えを示しているが、伊東氏の考え方に従えば、産業を単独(農林水産業等)で取り上げる地理的範囲の定義は当然馴染まないと考える。つまり、それは地域経済循環の視点から地理的範囲を決定されなければならない。それが都道府県域程度だった。また、その内容は地域内経済循環を指していると考えられる(p312)。

都道府県域程度という地理的範囲の中でも、特に「程度」の部分に関しては、これを踏まえた事例分析は本書の中では特に確認できず、むしろ県内外で分けた論考が主となっている。この点に関して、地理学という機能(結節)地域から把握する都市の勢力圏(都市圏、経済圏、通勤圏等)という考え方を採用するほうが、消費者の動きや経済的な繋がりをよりよく説明できるのではないだろうか。

例えば、呼子町の事例は、道路整備が進んで、福岡市から車で1時間程度の時間距離(福岡大都市圏:博多駅から直線で約50km)に位置していることから、これを域内経済と見なしてもいいのではないだろうか。

2 点目は、地理的範囲の重層的把握についてである。1 点目の藤島氏の「地場流通」「地域流通」の考え方は、前者が生産者、グループ、小規模出荷業者等、後者が単位農協等から構想されている。それ自体は、単一産業から見た地理的範囲の確定に過ぎないが、伊東氏の地域内経済循環の視点から把握しなれば、その有力な構成要素(説明要因)と見なすこともできる。つまり、これらの産業分布は地域内経済循環の「基層」をなしていると考えられることができる。地理的範囲は、このように重層的な地域の把握

を認めるべきではないだろうか。いずれにしても地理的範囲の議論は、あるべき地域の活性化の姿にも関わってくるので、継続して検討していく必要がある。

3点目は、呼子町の事例研究で、「地消」の視点から最寄り品による品ぞろえを強化すべきだとしている(p262)。その証左として、観光客の落ち込みを主因とする土産物販売額の低下等を挙げている。評者も賛成の立場をとる。しかし、現実的には最寄り品の強化はできないのではないだろうか。当該地域は、既に少子高齢化社会による人口減、不景気とデフレによる産業及び雇用と所得の減少が進行しつつある。低い購買力を前提とした場合、最寄り品を強化して売り上げが回復することは、にわかには信じがたい。最寄り品は、もともと利益率が低く、薄利多売となる。伊東氏は、地元常連客向け(ちなみに評者は福岡大都市圏も含めて考えている)の直売所と、観光客向けの特産品等の展示販売施設との両立を説くが、その両立の具体的な方法はどうすればよいだろうか(p262)。

## (5)

伊東氏による地域活性化の分析視角は、①市場から見た場合は、観光よりは地元を大事にして、②生産から見た場合は、地域資源(課題も含む)を適正管理しながら、経営を安定させ、各プレイヤーや消費者がそれに繋がること。③その上で、農協や行政などは支援に徹して地域経済循環の拡大に進んでいくことにある。④また、この取り組みを強化し、拡大していく手段としてネットワークの力を評価している。

この点で、伊東氏の研究視点は一貫しており、かつ独創的である。資料批判も的確で論考も緻密であり、記述スタイルも問題意識と実証の統一が意識されている。伊東氏は、下平尾氏の礎の上にこの作業を行ったとしながらも、ここで得られた多くの研究成果は、十分に野心的で発展的であると評価できる。

本書は、地産地消研究において今後も大きな示唆と影響力を持ち続けると考える。その証拠の一つとして、第10回 法政大学地域研究センター「地域政策研究賞」(2012年)において優秀賞を受賞するなど、その学術的価値は既に評価されている。後進の研究者や学生達にとっては、避けて通ることができない研究書として、あらためて推薦して、この稿を閉じたい。