

キリバス共和国の非木材林産物としてのパンノキ果実のチップスの製品化と日本でのフェアトレード販売に向けた可能性の模索

星野 笑・佐藤 輝*

1. はじめに

森林や樹木菜園を維持・再生させながら住民の生計向上を図るアグロフォレストリー (agroforestry) は、農作物または家畜と樹木 (木材や果樹) の時間的・空間的な組み合わせによる総合的な生産力向上のための土地利用システムである (国際協力事業団, 1984; 増井, 1995; 渡辺, 2007)。この太平洋地域での伝統的な実践・普及においては、商業的利用のレベルが低く、果実や香辛料などの非木材林産物 (non-timber forest products, 以下 NTFPs と略す) の可能性をより有効に活用・開拓することが課題だと指摘されている (Vergara and Nair, 1985; Elevitch, 2000)。

キリバス共和国は後発発展途上国と定義され、地球温暖化に起因する海面上昇によって将来の水没のおそれがあり (IPCC, 2007)、筆者らが継続的に支援・調査の対象として訪れている国である (佐藤, 2014; 2016; 2017)。同国ではパンノキ (*Artocarpus altilis* と *A. mariannensis* の交雑種) を最も重要な主食作物と位置づけ、環境・国土・農業開発省の農業部門のプログラムにおいて栽培管理の改善が図られてきた (Redfern, 2007)。この果実は栄養価が高く、デンプン質の食材としてジャガイモやサツマイモと同様に幅広い料理に利用される。広く太平洋地域でのアグロフォレストリーによるパンノキの生産性を長期的に高めるための手引書も米国ハワイ州において出版されている (Elevitch and Ragone, 2018)。

発展途上国の持続可能な発展をめざした住民主体の森林管理を進めつつ (重富, 1995; 及川, 2007;

Dao and Holscher, 2018; 梶本, 2018)、国外にも販売できる付加価値の高い NTFPs の商品開発を実現させることによって (例えば Southgate *et al.*, 1996; 佐藤ら, 2018; FAO, 2020)、住民の生計向上に寄与することが期待される。また、この商品をつうじて先進国側の消費者に対して途上国の状況を紹介し、同じ地球市民として国際協力のマインドを醸成してもらう必要性を著者らは感じている。

パンノキの代表的な商品としては、果実を薄くスライスして植物油で揚げたチップスがある。ハワイ州 (Ulu Mana Inc., 2022) やフィリピン (Agripinoy, 2019) では広く市販されているものの、キリバスでは自家消費に限られている。そこで、本研究では日本向けに初めてキリバス産のパンの実チップスの製品化を模索した。ここでは商品化の手前の段階として、まずは商品となりうる品質や味覚をそなえた「製品」を小ロットであっても現地で製造することを目標としている。発展途上国での原材料の生産だけにとどまらず、現地で製品化してからフェアトレードによって先進国へ輸出することを「レイズトレード」と呼称・認証する英国発の動きがあり、チョコレート等ではすでに好事例が知られている (Raisetrade, 2009)。

したがって、本研究の目的は、まずキリバス産パンの実チップスの製品化を実践的に試みることとした。また、このチップスを日本の消費者に試食してもらうことによって、日本でのレイズトレード販売の可能性を探ることである。すなわち、日本人に好まれる味・食感かどうかを味覚試験によって明らかにする。同時に、海面上昇による影響を受ける同国の存在について写真・パネル等を大学祭で展

フェリス学院大学国際交流学部, 〒245-8650 神奈川県横浜市区緑園 4-5-3

* 連絡責任者: satoteru@ferris.ac.jp



写真1 パンの実チップスの調理過程。左からパンノキの果実、皮を剥いたあとのスライス、加熱調理、油切りの様子

示し、来場者の感想をアンケート調査によって把握したので報告する。最後に、これらの日本の消費者側の反応をまとめ、今後の本品をつうじたNTFPs ビジネスの展望を考察した。

2. 調査の対象と方法

2.1 パンの実チップスの製造と検査

キリバス共和国は、南太平洋の熱帯の33の島からなる面積730 km²の島国である。筆者らは、フェリス女学院大学国際交流学部専門科目「海外環境フィールド実習」(担当:佐藤輝)で同国を2019年2月に訪れ、本研究の着想を得た。

現地の住民にパンの実チップスを通常の家庭料理として調理してもらった(写真1)。材料には食品添加物を使用せず、食用油、食塩のみで作られる。調理はいたってシンプルであり、スライスした実を食用油で揚げて、余分な油をチップスからキッチンペーパーで吸い取って、食塩をふりかける。

本研究ではチップスの封入に必要な真空パック機(真空吸引力: -60 kPa, Shenzhen Green Electrical Appliance 社製 G-200, 深セン市)と資材一式をキリバス在住の阿部稔氏に送付した。100 g(生重量)ずつ真空パックする際には、乾燥材としてシリカゲル剤(3 g 入り, 富士ゲル産業, 大阪府)を同封した(写真2)。この試作品はキリバスから日本に常温で2019年7月に空輸された。日本食品分析センター(2008)の説明を参考にして、この製品は調理から36日間の常温での輸送・保管を経て(夏期のため27℃前後)、食品衛生検査指針の方法に準じて同センター(東京都)の提供する微生物試験(一般細菌数, 大腸菌群数, および黄色ブドウ球菌数)を受けた。



写真2 100 g ずつ真空パックされたキリバス産パンの実チップス

次に同年10月に空輸された製品については、調理過程の衛生管理を見直した上で(後述)、シリカゲル剤を同封して真空パックされ、10日間の常温輸送を経て、25日間は冷蔵保存した。これが、11月3日と4日に開催された本大学のFerris festivalの展示ブースにて一般の来場者向けの試食会に供された(下記の節2.3で詳述)。

この後、73日間の常温保存(冬期のため13℃前後)を経て、日本食品分析センターによる微生物検査を受けた。これと併せて公定法(消費者庁, 2015)に基づいて基礎成分とミネラル類も分析した。ミネラル類は原子吸光光度法と誘導結合プラズマ質量分析(ICP-MS)計によって測定した。

2.2 キリバスでのパンノキの生態

珊瑚起源の石灰質土壌では、有機物の堆積が未発達のために植物相が貧弱、そして年間降水量が不安定という動植物の生息にも極めて厳しい自然条件のなか、歴史的に住民は自生種と導入種とを



写真3 キリバスの家庭の食事に並ぶパンの実の水煮（左手前）

組み合わせて植物社会を豊富化させていった（近森，2004）。

なかでもパンノキはクワ科の常緑高木であり、成長すると約20メートルの高さになる。葉が大きく、家の敷地に植えられていることも珍しくない。日陰樹として公園や庭園にも植えられている。この果実は、アグロフォレストリーの一形態であるホームガーデンからできたNTFPといえる。定植後4～8年で結実し、コストからは年間50～200個が得られる生産性の高い植物である。キリバスでのパンの実の主な収穫期は年に2回、すなわち2月～3月と7月～8月である。

キリバスをはじめとする熱帯の島嶼国では、パンの実を使った料理やチップスがローカル食材として普及している（写真3）。なお、日本ではパンの実の知名度は低く、食材というよりは観葉植物として認識されることが多いようだ。

2.3 日本の消費者への味覚試験とアンケート調査

パンの実チップスの試食による味覚試験は、藤木・中村（2011）や佐藤ら（2018）を参考にしながら、味覚では食感、かたさ、塩加減、油っこさ、総合評価の5項目に対して、非常に良い、良い、やや良い、ふつう、やや悪い、悪い、の6段階で測定した。さらに、日本人にとって初めて食べるチップスの風味を特徴づけるために、比喩表現を15項目づくり、この中からあてはまる表現を被験者に複数選択してもらった。

上述の大学祭において、キリバスで筆者らの撮



写真4 フェリス女学院大学の大学祭（2019年11月3日、4日に開催）の展示ブースにて一般の来場者に向けたキリバス産パンの実チップスの試食会を実施（画像の一部を加工）

影した写真や動画等を展示しつつ（写真4）、味覚試験に参加した来場者79名を対象にして、キリバス共和国への認知度等を測定するアンケート調査もおこなった。回答項目としては、フェアトレード商品に対する印象やキリバスへの認知度、および展示内容に対する感想等である。

3. 結果と考察

3.1 パンの実チップス製品の衛生検査

2019年7月～8月に常温保存したチップスのサンプルでは、大腸菌群と黄色ブドウ球菌は陰性だったものの、一般細菌密度が870万CFU/gとなり、日本食品分析センターの資料（2008）と照らし合わせると、腐敗（同1,000万CFU/g）の初期状態と判断された。ちなみに、同資料の人形焼（半生菓子）等の事例に基づき10万CFU/g以下のできるだけ低密度に雑菌の繁殖を抑えることが望ましい。

そこで、次の現地での調理の際には、まな板や包丁の徹底的な消毒、果実の厚みを薄くした上での十分な加熱・脱水、および加熱後の油分の除去時間延長などの改善を加えて再度、製造した。この場合には、一般細菌密度はパンの実チップス1gあたり300CFU以下、大腸菌群と黄色ブドウ球菌は陰性という良好な結果だった。調理道具・場所の衛生管理が有効だったと推察した。

化学的組成の特長については、表1のとおり、パ

表1 キリバス産のパンの実チップスの化学的組成
(単位: すべて製品の生重量 100 g あたり)

	パンの実チップス	ポテトチップス (参考)
水分	3.3 g	2.0 g
たんぱく質	3.4 g	4.7 g
脂質	53.4 g	35.2 g
灰分	1.8 g	3.4 g
炭水化物	38.1 g	54.7 g
エネルギー	647 kcal	554 kcal
ナトリウム	466 mg	400 mg
食塩相当量	1.18 g	1.0 g
リン	52.8 mg	100 mg
鉄	0.51 mg	1.7 mg
カルシウム	31.2 mg	17 mg
マグネシウム	24.8 mg	70 mg
銅	0.16 mg	0.21 mg
亜鉛	0.29 mg	0.5 mg
マンガン	0.05 mg	0.40 mg

【ポテトチップスの値: 日本食品標準成分表2015年版(七訂)より】

ンの実チップス 100 g あたりのカルシウム (31.2 mg) がポテトチップスのそれ (17 mg) よりも 2 倍近く多く含有した。比較可能なデータとしてハワイのパンノキ (*Artocarpus altilis*) のチップスのカルシウム濃度は、57 mg / 100 g とさらに高く (Ulu Mana Inc., 2022), この差異が生育環境によるのか、樹種によるのかは分からなかった。

3.2 パンの実チップス「商品化」の可能性

ハワイの商品を参考例にすると、100 g 入りの 1 袋が 7.50 US ドル (約 800 円) で販売されている (Ulu Mana Inc., 2022)。仮にキリバス産パンの実チップスを商品化した場合の売上を試算すると、平均的な果実 1 個 (1 kg) から 450 g のチップスが製造できたことから、1 個の果実で約 4 袋 (100 g 入り) が得られるだろう。少なめに見積もって 1 本のコストからチップス用に 50 個が収穫できると仮定すると、年間で 200 袋が生産できるため、200 袋 × 800 円 = 約 16 万円の売上が期待できた (ただし材料費、人件費、輸送費等の必要経費を売上金から差し引かなければいけない)。

これを多くの家庭、あるいは工房等で実践していけば、将来的にはキリバスに必要な女性の雇用創出や地域経済への自立支援に資するものと考えられた。すなわち、人口 12 万人余りの多くの国民が自給自足的に暮らしており (国土交通省, 2013), 既存の主要産業が漁業やコブラ (ココナツの胚

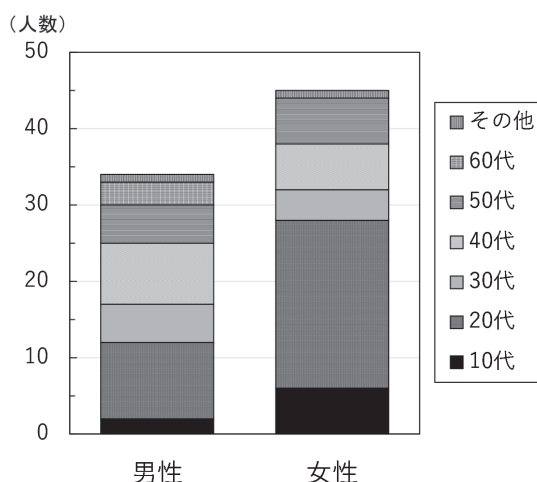


図1 味覚試験とアンケートの回答者の年代別構成 (男女別)

乳) 生産などに限られているため、パンの実チップス製造によって女性の活躍できる新しい職場の創出に貢献できる。地域経済の側面では、地元のお土産品の充実化や観光資源 (外国人観光客向けに収穫・調理体験を提供) として、小規模だが多数の家庭の副収入源の確保に寄与できるのではないだろうか。

ただし、現状では輸出ルートなどのサプライチェーンがまだ不確実であることに加え、同国全体で製造・輸送できる量を調査する必要があることを踏まえると、パンの実チップスに輸出品としての収益性が十分にあるとは言い難い。したがって、まずはキリバス国内での販売を検討するほうが無難かもしれない。

3.3 味覚試験とアンケート調査

両調査の回答者の男性 34 名、女性 45 名、計 79 名の年代別構成を図 1 に示した。

食感・かたさ・塩加減・油っさ・総合評価の 5 項目を男女別に集計したところ、全般的に男女とも「良い」との評価が多かったが (図 2), 女性のほうが「非常に良い」との回答割合が比較的高かった (図 2 右)。特に食感とかたさでは約半数が「良い」と答えた。塩加減や油っさは個人差の生じる味覚であり、「味の濃さや食べるシチュエーションによって合わせてみたい」等との意見が挙がった。

図 3 のとおり、味の比喩表現として男女ともに多

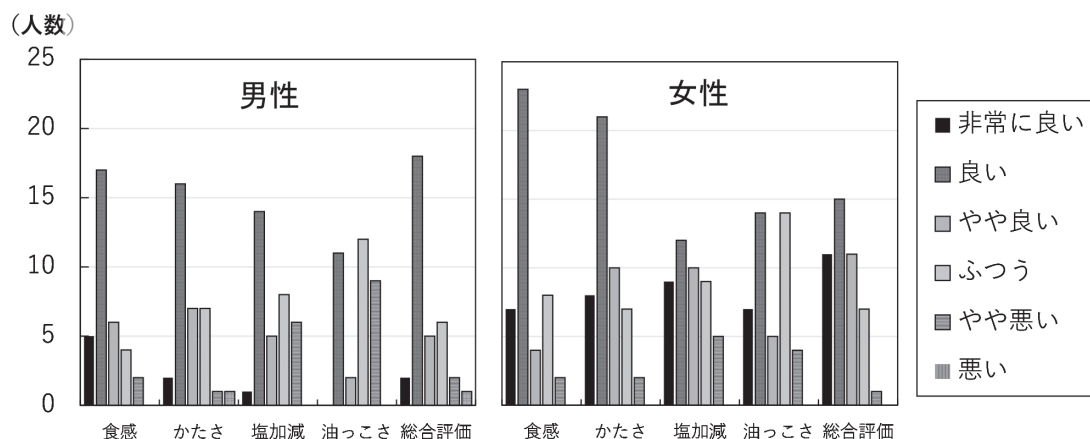


図2 キリバス産パンの実チップスの味覚試験（男女別）

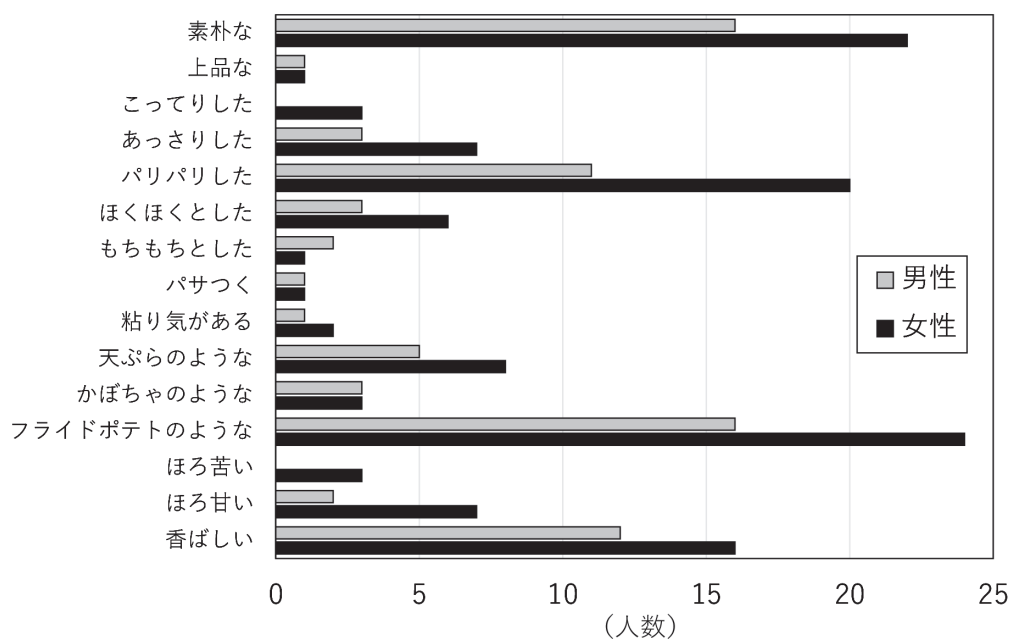


図3 キリバス産パンの実チップスにあてはまる風味の表現（男女別／複数回答可）

かった項目が「素朴な味」、「バリバリとした食感」、「フライドポテトのような味」、「香ばしい」だった。小学生の回答者からも非常に好評だった。この結果からもパンの実チップスの風味はジャガイモに近く、油で揚げたフライドポテトの食感に似ていると評価した。

今回のようなフェアトレード商品に対する興味では、「非常にある」「ある」「ややある」の合計が全体の75%、「ふつう」が18%、「あまりない」「全

くない」の合計が7%を占めた（図4）。

フェアトレード商品からイメージする言葉では男女ともに「途上国の支援」「社会貢献」「公正な貿易」という答えが多く、なかでも男性の半数以上は「途上国の支援」か「公正な貿易」と回答した（図5）。また現在、男女ともに普段の買い物等でフェアトレード商品に触れる機会が多くなってきたためか、値段やどのような場所で見かけるかなどの具体的なイメージを持つ回答者も散見され

た。「品質が悪い」との回答者はいなかった。

フェアトレード商品を「購入してみたいか」の設問については（図6），男女間の差は認められず「非常に思う」「思う」「やや思う」の合計が64%を占めた。

キリバス共和国に対しての認知度は，「全く知らなかった」が33%，「聞いたことはあるが詳しくは知らなかった」が49%，「知っていた」が18%のとおりに，日本人にはまだ一般的に広く知られていないということが分かった（図7左）。

ただし，筆者らが現地で撮影した写真などのパ

ネル展示ブース見学を経てからは，図7右のキリバス共和国に対するイメージ（自由記述欄）からも読み取れるとおりに，発展途上国における自然環境や住民の暮らしに高い関心を持ってもらえたようだ。

今回の試食・展示を通じて，キリバス共和国に対して関心を持てたかの問いでは「大いに持てた」「やや持てた」の合計は75%を占めた（図8）。回答者の声（自由記述欄）としてキリバス共和国への関心はもちろん，地球温暖化の影響による環境問題に興味を持つようになったという変化や，パンの実チップスへの好評価，商品化への助言など，前

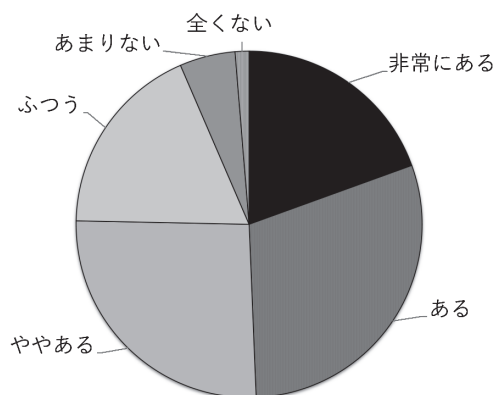


図4 フェアトレード商品への関心の高さ（男女計）

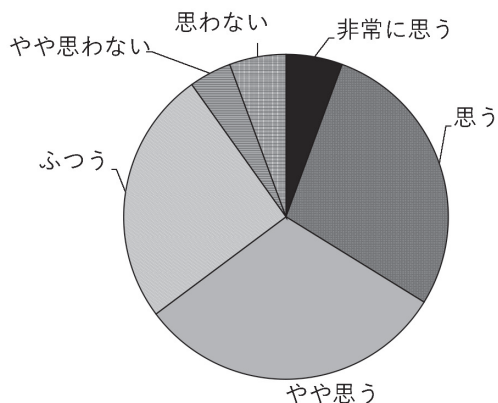


図6 フェアトレード商品の購入意欲（男女計）

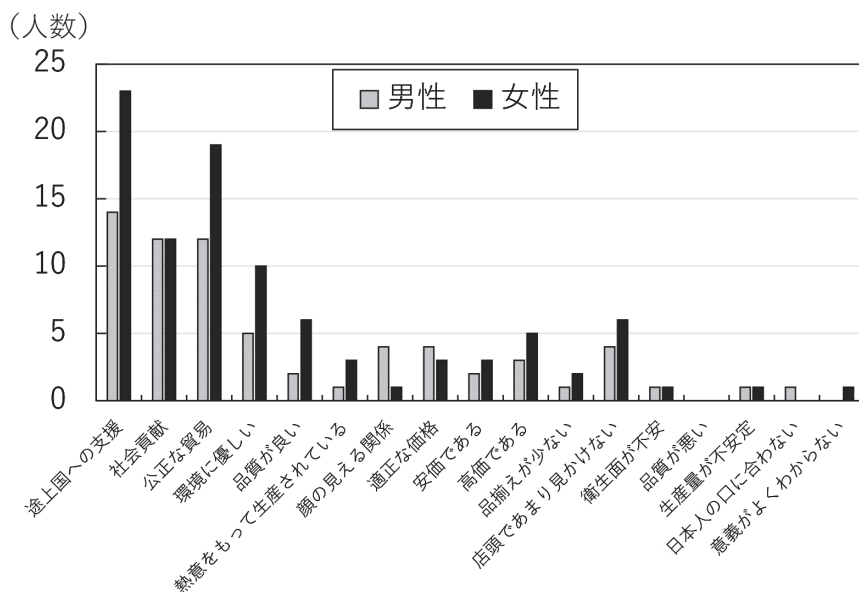
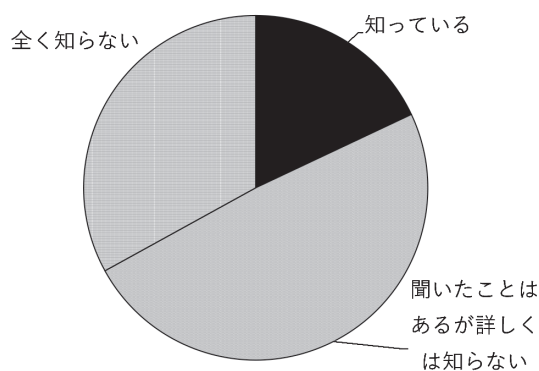


図5 「フェアトレード商品」からイメージする言葉（男女別／複数回答可）



キリバスのイメージ(写真を見て)

- ・活気がある、楽しそう、生き生きとしている
- ・周囲の島と似た文化や問題を抱えている
- ・発展途上国、沈む国
- ・南国、海がきれい、青い海、太平洋の島
- ・ごみが多い
- ・子供たちの笑顔が素敵
- ・平和な国、のどかな国
- ・幸せそう、のんびりしている、温かい、素朴
- ・リゾート感がある、旅行に行ってみたい
- ・海面上昇、ツバルと重なる、温暖化の影響
- ・そのままでもいい
- ・貧しそうだが楽しそう
- ・自然が豊か、環境が身近、自然と共存している
- ・残さなくてはならない国
- ・人がよさそう、景色も人も素晴らしい

図7 キリバス共和国についての認知度(左)と展示内容からイメージした感想(右)

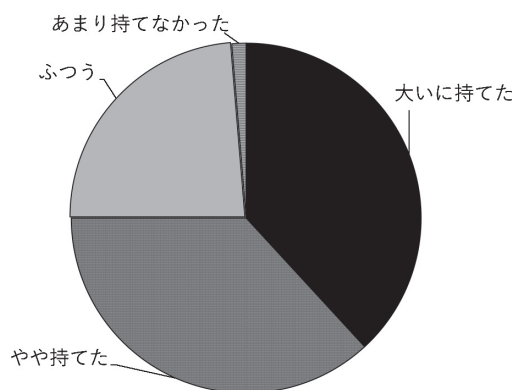


図8 キリバスのパンの実チップスの試食とパネル展示を通した総合評価

向きな意見が多かった。以上のことから、パンの実チップスの試食や展示ブースをとおして、本研究の目的の一つでもあったキリバス共和国に関する日本の消費者への啓発活動の第一歩は達成できたと総括した。

3.4 商品化の課題と今後の展望

パンの実チップスの「商品化」に向けた改善点をさぐるために、多数のフェアトレード商品の販売と地産地消の食材を使った食事を提供している「晴れ屋」(厚木市)の店長に筆者らはインタビュー調査をおこなった(2020年2月7日)。商品として店頭と並べるためには、品質が常温で半年間保持しつづけられるような保存性の高い商品にするこ

とが必要であり、雑菌の繁殖と食用油の酸化を防ぐ必要があるという助言をもらった。食用油を使わない製品としては、例えば、パンの実を油で揚げずに乾燥させ、「干しパンの実」に加工するのの一つの方法だと考えられた。

パッケージのデザインの重要性について、フェアトレードではいかにその商品の生産の背景(ストーリー)を消費者に伝えるかがキーポイントであるため、パンの実のもつ日本での目新しさをアピールしながら、食べ方、あるいはトッピングやアレンジ方法などをパッケージに記載することも課題として挙げられた。

また、今回パンの実チップスを製造、輸送するにあたり、「定時定量」という日本での納品の商慣行への対応が困難であることも分かった。すなわち、第一にパンノキの結実は現地の天候によって左右され、2019年にはキリバスでの多雨(エルニーニョ現象)の影響によって収穫量が例年よりも減少してしまった。また現時点では定期的にまとまった量のパンの実を収穫できる農園は確認できておらず、安定的に高品質の製品を加工できる設備や環境がまだ十分に整備されていない。このため定められた時期に一定の量を日本に輸出することは難しく、商品化させた場合でも常時の日本での販売は難しいだろう。

今後、改善点を少しずつ修正していき、現地調査に基づいて生産現場の状況・生産規模・費用対効果を改めて把握し、日本での消費者ニーズにも

応えながら継続的に商品化に取り組んでいく必要がある。

熱帯でのアグロフォレストリー産業を住民参加によって振興し、先進国のマーケットと本格的につなぐ努力と調査はまだ始まったばかりである。日本で代表的なデータベースは国際緑化推進センター(2016)があり、その他にITTO(2021)でも事例が参照できる。さまざまな可能性を秘めたNFTPsのビジネス化では、大規模なプランテーションに代替する住民の持続可能な選択肢として、また発展途上国の女性の自立も支援する方法として、SDGs達成に向けた先進国の市民(citizen)の国際協力分野への幅広い理解と本気度が試されていると言えよう。

謝辞

本研究費の一部についてはフェリス女学院大学における2019年度フェリスチャレンジ制度「キリバス応援プロジェクト keep the smile」による助成を受けた。大学祭両日の運営ではプロジェクトメンバーの特に吉田夏鈴氏、岩崎麻衣氏、大島瑠音氏が手伝ってくれた。また、パンの実チップスの製造では阿部稔・アリス夫妻の協力が不可欠だった。ここに記して心からの謝意を表する。

引用文献

- Dao, T. H. H. and D. Holscher (2018) “Impact of Non-Timber Forest Product Use on the Tree Community in North-Western Vietnam”, *Forests*, Vol. 9, No. 7, pp.431-446.
- Elevitch, C. R. (2000) *Agroforestry Guides for Pacific Islands*, Hawaii: Agroforestry Net, Incorporated.
- Elevitch, C. R. and D. Ragone (2018) *Breadfruit Agroforestry Guide: Planning and implementation of regenerative organic methods*, Hawaii: Breadfruit Institute of the National Tropical Botanical Garden and Agroforestry Net, Incorporated.
- 藤本文乃・中村明朗 (2011) 「味とにおいの相互作用」 日下部裕子・和田有史編 『味わいの認知科学』 勁草書房.
- IPCC (2007) *Climate change 2007, Impacts,*

adaptation and vulnerability: Working Group II contribution to the Fourth Assessment Report of the IPCC, Cambridge: Cambridge University Press, p.696.

- 増井和夫 (1995) 『アグロフォレストリーの発想』 農林統計協会.
- Redfern, T. (2007) “Breadfruit Improvement Activities in Kiribati”, *Acta Horticulturae*, Vol. 757, pp.93-99.
- 佐藤 輝 (2014) 「キリバス共和国とツバルにおける家庭用太陽熱調理器の設計と利用の試み」 『人間と環境』 第40巻第3号, pp.37-45.
- 佐藤 輝 (2016) 「南太平洋のキリバス共和国における環境フィールド実習の実施および参加した大学生の反応」 『人間と環境』 第42巻第1号, pp.75-78.
- 佐藤 輝 (2017) 「南太平洋のキリバス共和国における気候変動への適応策と発展途上国のための気候基金の動向」 『人間と環境』 第43巻第1号, pp.40-45.
- 佐藤 輝・仲摩栄一郎・久野真希子・矢田 誠 (2018) 「インドネシア・ジャワ島の持続可能な森林保全をめざすー非木材林産物のサトウヤシ砂糖の生産工程調査と日本での商品化の試み」 『人間と環境』 第44巻第3号, pp.2-17.
- 重富真一 (1995) 「参加型農村開発の組織論ー東北タイ農村における住民組織の形成過程ー」 『アジア経済』 第36巻第2号, pp.2-24.
- 梶本歩美 (2018) 『森を守るのは誰かーフィリピンの参加型森林政策と地域社会』 新泉社.
- Southgate, D., M. Coles-Ritchie, and P. Salazar-Canelos (1996) “Can tropical forests be saved by harvesting non-timber products: A case study for Ecuador”, in Adamowicz, W. L., Boxall, P. C., Luckert, M. K., Phillips, W. E., and White, W. A. (eds.) *Forestry, Economics and the Environment*, CAB International, pp.68-80.
- Vergara, N. T. and P. K. R. Nair (1985) “Agroforestry in the South Pacific region — an overview”, *Agroforestry Systems*, Vol. 3, pp.363-379.
- 渡辺弘之 (2007) 『熱帯林の恵み』 京都大学学術出版会.

- Agripinoy (2019) Ilocos' Rimas Breadfruit Chips, <https://agripinoy.com/product/ilocos-rimas-breadfruit-chips/>, 2022年2月2日閲覧.
- 近森 正 (2004)「サンゴ礁に暮らす人々「環境の植生変化」」『日本のサンゴ礁』環境省・日本サンゴ礁学会編, <https://www.env.go.jp/nature/biodic/coralreefs/reference/mokuji/9906j.pdf>, 2021年11月25日閲覧.
- FAO (2020) Global Forest Resources Assessments, <https://www.fao.org/forest-resources-assessment/en/>, 2021年11月24日閲覧.
- Ulu Mana Inc. (2022) Our Products, <https://ulumanahawaii.com/>, 2022年2月7日閲覧.
- ITTO (2021)「最新研究：非木材林産物が持続可能な林業の採算可能性を高め得る」, https://www.itto.int/ja/news/2021/06/18/non_timber_forest_products_can_increase_viability_of_sustainable_forestry_says_new_study/?from=sdg, 2021年12月3日閲覧.
- 国土交通省 (2013)「キリバス共和国」, <https://www.mlit.go.jp/common/001131531.pdf>, 2021年11月30日閲覧.
- 国際協力事業団 (1984)「アグロフォレストリー計画基準 手引き書」, https://openjicareport.jica.go.jp/pdf/10565901_01.pdf, 2022年2月2日閲覧.
- 国際緑化推進センター (2016)「途上国森林ビジネスデータベース (BEFRO)」, <https://jifpro.or.jp/bfpro/>, 2021年11月30日閲覧.
- 日本食品分析センター (2008)「食品の期限設定の考え方と事例について」, https://www.maff.go.jp/j/study/syoku_loss/02/pdf/ref_data2.pdf, 2019年9月10日閲覧.
- 及川洋征 (2007)「現地報告4 インドネシアのアグロフォレストリー」, <http://web.tuat.ac.jp/~tropical/gardening/afolec.pdf>, 2021年11月30日閲覧.
- Raisetrade (2009) Cocoa value share of standard chocolate, <http://www.raistrade.com/chocolate-bar---origin-value-share.html>, 2021年11月21日閲覧.
- 消費者庁 (2015)「食品表示基準について 別添 栄養成分等の分析方法等」, https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/food_labeling_act/pdf/foods_index_18_180119_0003.pdf, 2019年8月27日閲覧.

ミニコラム

こんな誘導には注意しよう

世論を誘導したい、けれども責任は負いたくないとき、あなたならどう発信する？

- 1) 軍拡のムードを誘導したいとき、「津軽海峡を中露の軍艦が通った」と発信する。これだけで、「中露はけしからん日本も軍拡を」のムードが、醸される。このとき誘導者は国際法上通過は認めあっていることを知っていても言わない。こんな誘導には注意しよう。
- 2) 農業と引きかえに、工業製品を売りたいとき、「TPPはアメリカが強行するから断れない」と発信する。トランプ大統領がTPPから脱退しても、日本政府が率先して強行して

きたことは言わない。

- 3) 生活保護費を削るムードを醸したいとき、「仕事しないでパチンコやギャンブルに費やしている」と発信する。生活保護費の総額(3.7兆円)のうち、不正受給は0.5%である。すなわち、政財界の税金消費より、適正に運用されていることは言わない。
- 4) 無策・無能の判断をされたくないとき、「成長なくして分配なし」と発信する。三本の矢の二本しか射ていないからと、道半ばを強調し、判断をずっと先延ばしさせる。

瀬戸昌之 (元・東京農工大学)