

巻 頭 言

消費拡大の条件

財団法人 いも類振興会

理事長 生天目 健 蔵

昭和34年、自由国民社から『土地収用法と補償の実態』を出版したのが動機となって、爾来丸30年に亘って、全国の県庁、市役所、商工会議所、商工会、組合等に講演を続けてきた。一種の隠れたベストセラーであるが、当財団関係者のなかでも、古くからの関与者はよく熟知されているところである。

その全国行脚で、今も記憶に残る一つに、同じ米どころでありながら、新潟と秋田のきわだった相違がある。両者とも、雪国だから酒にすぐれていることは、共通の特色だが、いったんこれが米製品となると、秋田ではモロコシ、キリタンボ程度だが、新潟になると柿の種をはじめ、笹だんごその他、新潟駅の地下室に立ってみただけでも、多種多様の製品が氾濫している。需用の差であり、販売力の差である。

ところがこれが京都となると、様相はまったく一変する。たいした農産物も産出していないのに、驚くほど多種多様の、しかも優美な和菓子が、安価に供給されているのである。これは千年の王城の所在地であり、公卿、殿上人、大名の需要がもたらしたものである。それは需要のあるところ、流通機構が生れ、生産が工夫され、供給のルートが確立するからである。

いま、農水産省の音頭取りで、いも類と落花生の消費拡大推進運動が展開中である。落

花生はいも類に比較すると、嗜好品の一種に属するので、いも類よりは、慎重に取り扱われることは分るが、いも類とても、無制限に消費拡大が実現するものではない。殊に、いもの原形のままの消費拡大には限界がある。甘藷にしろ、馬鈴薯にせよ、澱粉にすることによって消費が拡大され、用途が開発されたのであるから、それをストップして、他用途を開拓することは難問なのである。

従って、消費拡大の条件としては、まず需要を喚起しなければならない。需要の喚起を図るためには、甘藷・馬鈴薯の原形そのままでの期待では不可能である。情報第19号の巻頭言に「イモより出でて」というイモの純化・昇華を提唱したが、それはこの消費増加推進運動の第一条件なのである。

第二の条件は、本特輯号に執筆して下さった吉田先生、藤山支場長が指摘なさっている如く、いも類そのものの品質改良である。そして、第三の条件は、わが国の農産物全体に言えることではあるが、価格の引下げである。第四の条件としては、低温貯蔵施設を普及させて、通年出荷、年間需要の要請に答えることである。

昔から「ローマは一日にしてならず」という格言がある。急速にイモ作農家を救済する政策の必要性は理解できるが、同時にイキの長い運動であることも理解したい。