

とともに次世代につなぐ森を育む、②市民が身近に農を感じる場をつくる、③市民が実感できる緑をつくる、からなっている。

この中の②「市民が身近に農を感じる場をつくる」については、(施策1)の「農に親しむ取組の推進」として、水田の保全や農景観を良好に維持する取組の支援、多様な主体による農地の利用促進等からなる「良好な農景観の保全事業」と、収穫体験農園、市民農園、農園付き公園の支援・整備による「農とふれあう場づくり事業」に分かれる。また(施策2)の「地産地消の推進」は、直売所の支援等の「身近に感じる地産地消の推進事業」と、地産地消を広げる人材の育成や市民や企業等との連携を中身とする「市民や企業と連携した地産地消の展開事業」によって構成される。

このように通常予算での農業支援とは別に、特別税を徴収して農景観の保全、農とのふれあう場作り、地産地消等を支援し、「市民が身近に農を感じる場づくり」という、都市農業者のた

めという以上に、横浜市民がいろいろなかたちで関係・参画できる横浜農業の創造に取り組んでいる。

農の持つ社会デザイン能力と国民皆農

我が国で早期に税等制度見直しを実現していくためには、都市農業が持つ農業生産機能、多面的機能の発揮にとどまらず、都市農業、都市農地が国民全体にとつての共有財産としての実態を形成していくことが要件となり、都市農地・農業の公共性を高めていくことが必要である旨を先に述べた。まさに横浜市「市民が身近に農を感じる場づくり」がその大きな方向性であるとともに、日野市のせせらぎ農園や「だいすき日野市民フェア」のような市民が主体性を発揮して都市農業をリードしている姿は実に大事な示唆を与えてくれている。また海外の事例も含めると、さらに多様な取組みがあり得ることとともに、都市農業は今後ますます拡大・深化していく可能性を秘めている

ことが教えられる。

ここでこれからの都市農業のエッセンス(意義)となる「農の持つ社会デザイン(変革)能力」についてそのポイントを列記しておけば、①食料自給能力(自給部分を拡大することによる食料安全保障の強化)、②自立能力(生産と暮らしの一体化、自給)、③コミュニティ形成能力(共同作業あるいは生産者と消費者との関係からのコミュニティづくり)、④教育能力(自然を相手にしての経験や感性の獲得)、⑤生きがい・働きがい実感能力(経済評価だけではない価値を体现)、となる。こうした「農の持つ社会デザイン能力」を発揮させ、成熟社会にふさわしい生命原理にあふれる「農的社會」を実現していくことが時代の要請であろう。このためにも税等制度見直しと並行して、多面的公益機能の発揮可能な都市農業を振興し、体験農園、定年帰農等をもつ一般化させ、国民皆農・市民皆農を誘導していくことが欠かせない。

(おわり)

ノンアルコール製品にトクホ

消費者庁は2月18日、厚生労働省が答申書において「特定保健用食品(トクホ)」として表示許可することが不適切であるとしたノンアルコール飲料2品目について認可した。

今回、トクホが認可されたノンアルコール飲料はサツポロピールの「サツポロプラス」、花王の「ヘルシアモルトスタイル」で、ノンアルコール飲料としては初のトクホの認可である。サツポロプラスは難消化性デキストリンにより糖の吸収を穏やかにする効果、ヘルシアモルトスタイルは茶カテキンによつて脂肪を消費しやすくする効果が認定された。しかし、この2製品のトクホ申請について厚生労働省が

トクホとして表示許可することが不適切であることを14年8月5日に答申している。なぜ、今回認可されたのか。

厚生労働省が「不適切」と判断を下した理由は、ノンアルコール飲料の30%近くが中高生に飲まれているという調査結果が出ているからだ。これに対して、消費者庁は、酒類事業者団体(酒類連絡協議会)のノンアルコール飲料に関する取組みに準拠した取組みを求め、「遵守されな

い場合には、許可の取り消しもありうる」ことを認可条件にすることで、未成年者の飲用を防止できると判断した。

未成年者のノンアルコール飲料の飲用は、アルコールが入っていないために法的には問題がないが、味覚、デザインがビールに近く、ビール飲用を誘発する懸念がある。そのためビールメーカーは販売店に未成年者に販売しないよう、購入時の年齢確認を通知している。河上消費者委員会委員長はトクホ認可に当たり、「20歳以上の成人向けであることを分かりやすく自立つ形で明確にするなど、未成年者に飲用されることがないための販売・広告上の工夫がなされることが期待される」とコメントした。