

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「ご当地検定を”検定”」
- 2) 「ウイスキー・アンバサダー」
- 3) 「“ナチャップ” 大人気」
- 4) 「進化の中立説 40年の成果」
- 5) 「エコリユックサック」

1) 「ご当地検定を”検定”」

「ご当地検定」ブームなどで増え続ける検定試験について、文部科学省は、試験の質を評価するためのガイドライン（指針）をつくる方針を決めた。

実際の評価は、このガイドラインをもとに民間機関がおこなう。中央教育審議会が19日出す答申にも盛り込まれる。

現在行われている検定は2000～3000とも言われている。その中でも最近急速に増えている特定のテーマのうんちくを問うような検定に、主催者の営利目的でやっていると思えないような簡単なものや、一回だけで打ち切られるものや、受験料を払ったが試験が行われなかったような悪質なケースが目立つという。そこで、文科省がまず検定を利用する学校関係者や有識者らを集めてガイドラインを作成する。これを参考に第三者機関が実際に評価する仕組みを目指す。調査費として約1200万円を今年度の経費に計上した。

確かに、営利目的で行われているようなものや、信憑性の確かでない問題が出るようなものは検定の存在の真価が問われるが、国の省が国民の血税を使い、このような調査まですべきかと疑問に思う。

2) 「ウイスキー・アンバサダー」

これは、洋酒メーカー大手のサントリーが2007年5月に新設した社内資格で、同年12月に24名の第1期生が誕生した。

狙いはウイスキーの魅力を客に伝え、一人でも多くのウイスキーファンを獲得するという伝道師的役割を果たしてもらうこと。

社歴に関係なく全国の営業所の社員の中から上司の推薦で選抜された。教室でのウイスキーについての講義を専門家から聞くだけでなく、大阪の山崎蒸溜所などで蒸溜や原酒のブレンドなどの製造研修を実施する。研修終了後に、筆記試験とブランドごとに味覚の特徴などをプレゼンテーションする試験も受け、合格者だけが「ウイスキー・アンバサダー」としての資格を授与された。

資格をもった社員は商談会や酒販店、飲食店を招いたセミナーで講師を務める。販売の中核的な存在としてウイスキー市場を広げようとするものである。毎年 20 人程度を認定する予定。

3) 「“ナチャップ” 大人気」

彦根市稲部町の稲枝商工会が昨年 10 月から、特産の「彦根梨」でつくった調味料を販売している。

売り出し早々完売するほどの人気を呼んでいる、梨にトマトやお酢を加えたケチャップ「ナチャップ」と、ほとんど梨だけでつくったドレッシングの 2 種類がある。

彦根梨は、同市石寺町の曾根沼干拓地 5.1 ヘクタールで 15 戸の農家が栽培し、幸水と豊水を年間約 80 トン生産する。形や大きさの規格から外れ、自家消費や廃棄されていたものを使い、障害者の就労を支援する事業所でナチャップに加工し、販売される。

「梨」といえば山陰のイメージがあり、彦根で特産として生産されていることを知らなかった。最近、規格外ということで廃棄処理されてしまう農産物などを加工して販売する動きが多く見られるが、全国には隠れた名産などがたくさんあると思うので、こういった取り組みが増えれば日本の新しい発見にもつながって面白いと思う。

4) 「進化の中立説 40 年の成果」

国立遺伝学研究所の木村資生博士（故人）が「進化の中立説」を唱えて今年でちょうど 40 年となる。進化における「偶然」の重要性を指摘した考えは、「自然淘汰」一辺倒だった進化学に、革命をおこした。

自然淘汰とは 19 世紀にダーウィンが提唱した進化論で、環境に適応した特徴（姿形や行動など）を獲得した生物が生き残り、多くの子孫を残すことで、その特徴が集団に広まるという考え。生物の変化はすべてこれで説明できると考えられていた。一方、木村博士は DNA やたんぱく質などの分子レベルでは、生存・繁殖に不利なものを除けば、変化（突然変異）のほとんどは中立で、集団内に広まるかどうかは、偶然が支配すると主張した。自然淘汰の「適者生存」に対し、「幸運なものが生き残る」と強調したのである。中立説は自然淘汰の役割を否定するものではなく、進化をより幅広くとらえる見方なのである。のちにこの説は DNA やたんぱく質の解析が進み、データが蓄積されて正しさが実証された。

解りやすく酒飲みにも例えるとすれば、「自然淘汰は最高級のウイスキーだけを飲んで安物は全部捨てる。中立説は毒でなければ何でも飲む。」ということだ。

この例えから、近頃の消費者の消費傾向に関してもこれは言えるのではないかと考えられる。近年の「高級志向」は、この進化の自然淘汰と同じだといえれば聞こえが良いが、世間や

メディアのいう「良いもの」に極端に傾き過ぎているように思う。こだわりすぎるばかりに物の本質が見えにくくなる風潮が蔓延している。

色々な偽装が相次ぐ世の中だが、情報に踊らされ過ぎずこの中立説のようにより幅広い見方で堅実な消費ができれば良いと思う。

中立説の最も重要な結論は、「重要なものほど変化しない」ということだ。この「重要なもの」というのが消費者の正確な意識に例えられることを祈る。

5) 「エコリュックサック」

「エコロジカル・リュックサック」の略。ある製品や素材に関して、その生産のために必要とする物質の量を重さで表した指標。

金属を得る際、鉱山を掘ることで生態系や地下水を犠牲にし、精錬などに使うエネルギーは温暖化を招いている。そうした自然界から動かした鉱石や使用されたエネルギーなどの総量で示す考え方で、掘削した鉱石やエネルギーなど人が手を加えた資源の量を足し合わせたものである。

その中には、金属の生産過程における緑の消失、汚染、運搬や製錬に伴うエネルギー消費などが含まれる。データによると、金 1 キログラムのエコリュックサックは 1100 トン、ニッケル 1 キログラムは 260 キログラム、プラチナ 1 キログラムは 520 トン、鉄 1 キログラムは 8 キログラム、T シャツ 1 枚は 15 キログラム、携帯電話 1 台 (56 グラム) は 31 キログラムである。

エコリュックサックを用いて製品についての環境負荷を考えると、原材料の輸送、加工など、製品を製造するすべての段階にかかわるすべての物質のエコリュックサックが加わることになり、どんどん重いリュックサックを背負っていることになる。