

## (CM天気図) ささやかなアンチ広告

いつの頃からか、スーパーで売っている野菜なんかに、作った人の名前と顔写真がついているのが出るようになった。

いいねえ、あれも。「がんこそうなおやじだな」とか「愛敬のあるおばちゃんだな」なんて勝手なことを思いながら、ニンジンや白菜やらを食べている。

作った人の写真までではなくてもいいと思うが、食べるものについては、やっぱり地産地消がいい。ぼく個人としては、できればバナナ以外は外国のお世話になりたくない。

が、世の中、そうはいかないらしく、地球を単一の市場にしてしまおうとするグローバリズムの動きが進めば進むほど、わが家の食卓にも外国でとれた食べ物がふえてきている。

ま、ある程度までそれはいいことだが、このままいくと、巨大な企業と政治の圧力で、地球はどんどん文化のデコボコを失い、のっぺらぼうの星になってしまう。

たとえば、地球上の人たちが、みんなユニクロを着て、みんなマクドナルドのビッグマックを食べながら、みんなトヨタのクルマに乗って走っている絵を、頭の中に描いてみるだけで気持ちが悪い。

一方で、エネルギーの大量消費で大気汚染や異常気象などの環境悪化がどんどん進み、そこにつけこんで「クリーンなエネルギーです」と、この国が輸出に熱心な原発が地球上にあふれるようになったら、そんな地球にあたしや住みたくないと言う人が、けっこう出てくるんじゃないだろうか。

スーパーの野菜に顔写真入りで作った人の名前を入れるのは、生産者と消費者の親近感を生み出そうとするCMの一種だが、それは同時に、アンチグローバリズムのささやかなCMだったりして。

(天野祐吉:コラムニスト)