

農業農村の持続的発展をめざすコミュニティ型投資・雇用戦略の日欧比較研究
—プロシューマー（生産＝消費者）間連携における経済的価値の創出をめぐって—
(課題番号 16380148)

平成 16 年度～平成 18 年度日本学術振興会科学研究費補助金
(基盤研究 (B)) 研究成果報告書

平成 19 年 4 月

研究代表者 石田正昭
三重大学大学院生物資源学研究科教授

はしがき

本冊子は平成 16～18 年度日本学術振興会科学研究費補助金(基盤研究 (B))(課題番号 16380148)「農業農村の持続的発展をめざすコミュニティ型投資・雇用戦略の日欧比較研究—プロシューマー(生産=消費者)間連携における経済的価値の創出をめぐる—」(研究代表者:三重大学大学院生物資源学研究科教授石田正昭)の研究成果報告書である。

本研究の目的は、“まちづくり(またはむらづくり)”というミッション(使命)と、“金儲け”というビジネス(事業)が一体化したコミュニティビジネスの成立条件について、とりわけ、そのうちの農村地域に賦存する地域資源(人材、自然、文化、伝統、施設、産業など)を活用した形のコミュニティビジネスの成立条件について、日欧の比較研究を行うことである。

ここで、“まちづくり”というミッションは「みんなのため(公益)」という経営目的を表し、“金儲け”というビジネスは「活動の継続(私益)」という経営条件を表している。ともすれば両立困難と思われる経営目的と経営条件を有しているのがコミュニティビジネスであるが、それを可能にする基本戦略とは何か、これを経営資源とりわけ人材面と資金面から明らかにすることが本研究のねらいである。

ただし、ここで注意すべき点は「コミュニティビジネスとは何か」という本質論を展開する意図はもっていないことである。むしろ、“食と農”を結ぶ、あるいは“都市と農村を結ぶ”という観点から、どのような農村型コミュニティビジネスがどのような条件のもとで成功(もしくは失敗)するかという実践論を展開したいとの意図をもっている。このため、分析対象としては、生産者と消費者の両方の性格を有するプロシューマー(生産=消費者)が主役となるような農村型コミュニティビジネスに限定している。具体的には、有機農業、地域特産品、農村観光、バイオマス循環システムという4つの領域を想定している。

ここで有機農業は、産消提携型の有機農業(英語表現では Community Supported Agriculture)を想定している。この CSA は「農業生産に関与する消費者」と「食料消費に関与する生産者」の交互作用によって維持されるものであって、典型的なプロシューマー型コミュニティビジネスとみなせるものである。

一方、地域特産品は対象となりうる商品の数が多いが、今回はワイン(ぶどうの農産物加工)に焦点を合わせ、それによる“まちづくり(またはむらづくり)”を想定している。この種のまちづくりは地域でとれた農産物を使って地域特産品を作るという加工面のみならず、「見る」「食べる」「遊ぶ」「集う」などの諸要素を組み合わせ、地域住民や都市市民を集客するといった観光面にも貢献するものである。

次に農村観光は、わが国ではグリーンツーリズム、ヨーロッパではアグリツーリズムと呼ばれているが、これを単なる“農家民宿”“農家民泊”にとらえてはならない。それは基本的に、農業体験、加工体験、自然観察などの体験型サービスを組み込むことによって、都市農村交流という社会教育の性質も帯びてくるのである。

最後に、バイオマス循環システムについては、今回は食料資源ではなく、森林資源（木質バイオマス）の地域循環的利用を対象としている。これは、ともすれば廃棄物になってしまうものを資源として活用するという意味で、消費者が生産者となり、生産者が消費者となるようなプロシューマー型コミュニティビジネスの性質を有している。

平成 16 年度～18 年度の 3 か年間の研究概要は以下の通りである。

（平成 16 年度）

平成 16 年度は、①森林資源を活用した持続型社会を行政レベルで先進的に構築しているスウェーデン・ベックショー市、②観光を組み合わせたワイン産地として有名なフランス・アルザス地方、③有機農業、有機加工品の生産、生産者直売の農民市場、農場ホテルなどに取り組んでいるスイス・バーゼル、ベルン、エンメン地方ならびにスイス・ドイツ国境のボーデン湖周辺を調査した。以下はその調査結果の概要である。

① スウェーデン・ベックショー市（森林資源を活用したコミュニティビジネス）

ベックショー市では二酸化炭素の排出削減を具体的目標として掲げ、森林資源を活用したコジェネレーションシステムをいち早く確立した。この原動力となったのは湖沼の汚濁を契機として環境負荷を減らそうと決意した市長と、その市長の提案に共鳴した地域の事業者たちであった。政府と市場が連携したコミュニティビジネスである（大学も含めると産学官連携の成果でもある）。

② フランス・アルザス地方（ワインと観光を組み合わせたコミュニティビジネス）

アルザスワイン街道はアルザス地方西部のヴォージュ山脈の東山麓に広がるブドウ畑の中を南北 170km にわたって走る街道であり、その間におよそ 100 の村々が点在している。ほぼ平坦な園地から傾斜のきつい園地まで多様な園地が混在しており、ワインの品質格差は大きい。しかし、この地域がコミュニティビジネスを成功させた理由は、ブドウ畑とそれが織りなす景観、歴史的町並みが保存された“美しいむらづくり”が観光資源となっているからである。

③ スイス各地ならびにスイス・ドイツ国境のボーデン湖周辺（CSA をベースとしたコミュニティビジネス）

注目すべき事例として、スイス・バーゼル市に生産者と消費者の共同出資による CSA を行う農業協同組合が存在すること、また有機農業の経営を可能にする基本形態である「生産者から消費者への直売」を行っていたベルン地方の農業協同組合が、経営悪化により一般農産物の卸売会社として再出発したことが確認された。

(平成 17 年度)

平成 17 年度は、前年度から続く継続課題として、フランス・アルザス地方およびブルゴーニュ地方を対象に、①ワイン産業をめぐる各業態（ワイン醸造販売業者としての個人ブドウ栽培者、株式会社、協同組合）の構造・行動・成果、とりわけその収益性と投資実績、雇用状況、②有機ワインや有機野菜の製造販売および地域の伝統に守られた低投入型自家製チーズの製造販売を行う個人農業者の収益性と投資実績、雇用状況、ならびに小売業者（商業者）による有機農産物の商標登録と有機農産物マーケットの開発状況、③ワイン醸造販売業者としての個人ブドウ栽培者ならびに低投入型自家製チーズの製造販売を行う酪農家による農家民宿（アグリツーリズム）の収益性と投資実績、④アグリツーリズムの一環として農外資本によって行われている伝統的農業のエキシビジョンファームの現地調査などを行った。他方で、こうしたヨーロッパのコミュニティビジネスと比較する意味で、安城市デンパーク、JA知多によるファーマーズマーケット「げんきの郷」の収益性と投資実績、雇用状況の調査を行った。

農業の特色を生かした農村型コミュニティビジネスは、例えばファーマーズマーケットを見ても、西欧では長い歴史の中で人びとの生活の中に溶け込み、地域の伝統産業として定着しているのに対して、わが国のそれは近年注目されはじめたベンチャー産業の性質を有するという基本的な違いが確認された。このため、わが国のコミュニティビジネスは多大な資本投下と優れた経営能力の両方を必要としており、それによる成功と失敗の事例が明快に区分される。成功事例として「げんきの郷」、必ずしもそうとはいえない「デンパーク」を比較すると、経営能力の差が大きい。コミュニティビジネスの公益性と私益性をどのように評価するかという関連でいえば、「事業（活動の継続性）の成功なしに使命（まちづくりないしはむらづくり）の達成は困難である」という整理が可能と思われる。

(平成 18 年度)

平成 18 年度は研究期間の最終年度に当たるため、全体的な補足調査と過去 3 か年にわたる調査結果の総合的検討を行った。

補足調査については、①フランス・アルザス地方のワイン原産地表示、②フランス・ボルドー地方のワイン産業（ブドウ生産、ワイン醸造・販売）、③スイス・ジュネーブ、同ローザンヌ近郊を拠点とする C S A（有機農産物の契約生産・販売）、④イタリア・トスカナ地方のグリーンツーリズム（農家民宿、農産物の加工直売）、⑤スウェーデン・イエーテボリ市のバイオマス循環システム（木質バイオマスのエネルギー利用）、⑥広島県東広島市における地域自治組織主導による集落営農、農産物直売、農村レストラン、⑦長野県下伊那地方のグリーンツーリズム（南信州の農村観光、農産物加工・直売）などの実態調査を行った。

これらの調査結果を総合すれば、現状において、農村型コミュニティビジネスはそのすべてが競争的環境に置かれており、事業者間の競合が著しく、地域ブランドの確立、スキ

ルやノウハウに裏づけられた人材の確保、という 2 点が競争力確保の主要な決め手となっていることが確認された。また戦略性という点では、地域の凝集性が高いヨーロッパのコミュニティビジネスのほうが、日本のそれよりも優れたノウハウ（地域資源を活用する手法）をもっていると評価できる。こうしたヨーロッパにおけるコミュニティビジネスの先進性は、コミュニティ＝教区（parish）という宗教的基盤のもとで“まちづくり”や“むらづくり”を担う優れた人材が確保されていることに由来するものである。

また資金の問題については、官（国・地方自治体）への依存度が高い日本と、住民自治のもとで自己財源への依存度が高いヨーロッパという対比が可能である。このことは、ミッションのみならず、ビジネスの面においても、日本のコミュニティビジネスに乗り越えるべき課題が数多く残されていることを示唆するものである。

平成 19 年 4 月 27 日
研究代表者 石田正昭

【研究組織】

研究代表者	石田正昭	三重大学・大学院生物資源学研究科・教授
研究分担者	波多野豪	三重大学・大学院生物資源学研究科・助教授
	徳田博美	三重大学・大学院生物資源学研究科・助教授
	中原准一	酪農学園大学・環境システム学部・教授
	増田佳昭	滋賀県立大学・環境科学部・助教授

【交付決定額（配分額）】

（単位：千円）

	直接経費	間接経費	合 計
平成 16 年度	3,400	0	3,400
平成 17 年度	2,900	0	2,900
平成 18 年度	3,000	0	3,000
総 計	9,300	0	9,300

【研究発表】

(1) 学会誌等

1. 波多野豪：あらためて産消提携を考える．有機農業研究年報(4)．2004．53-70.
2. 石田正昭：新しい農業経営学の展開—マネジメント領域の拡張について—．農業と経済71(1)．2005．22-32.

3. 増田佳昭：コミュニティビジネスという視点. 協同2005(8). 2005. 17-18.
4. 波多野豪：地産地消の展開と食農教育への新たな取り組み. 農林業問題研究41(4). 2006. 50-51.
5. 中原准一：海外バイオガスシステムの経済的評価と導入意義. 酪農ジャーナル臨時増刊「酪農バイオガスシステムの社会的・経済的評価」第2章第4節. 2006. 50-52.
6. 中原准一：長期的な視点に立ち家畜排せつ物法などとの体系的展開を一環境重視型へのシフト. デーリイマン56(3). 2006. 20-21.
7. 徳田博美：フランスのワイン産業における産業構造—アルザス地域の事例—. 農業市場研究15(2). 2006. 128-133.
8. 波多野豪：有機農業研究の現状とその動向. 有機農業研究年報(6). 2006. 178-190.

(2) 学会報告

1. 波多野豪：生ごみ堆肥化活動における有機農業の貢献. 日本有機農業学会大会. 2006.12.
2. 波多野豪：日本における有機農業の現段階と新たな地域的展開. 韓国有機農業学会. 2006.12.

(3) 出版物

1. 石田正昭：モクモク手づくりファームの革新性と経営能力—三重県阿山町—. 戦後日本の食料・農業・農村委員会（大原興太郎・中川聰七郎）編集『農業経営・農村地域づくりの先駆的实践—地域農業の21世紀展望事例—』. 農林統計協会. 2005. 77-107.
2. 波多野豪：有機農業をめぐるむらのコンフリクト—異質な技術とむらの均質性との拮抗・融和—. 池上甲一編『むらの資源を研究する』. 農山漁村文化協会. 2007. 132-142.

【研究成果による工業所有権の出願・取得状況】

なし

目 次

第1章 農村型コミュニティビジネスの日欧比較の視点	1
1. はじめに	1
2. コミュニティビジネスの考え方	3
3. 日本の農村型コミュニティビジネスの実態と課題	10
4. 農村型コミュニティビジネスの日欧比較の視点—中部ヨーロッパを中心に—	36
第2章 コミュニティビジネスとしてのC S Aの可能性	41
1. はじめに	41
2. C S Aと有機農業	42
3. C S Aの現状	44
4. C S Aの活動の特徴	46
5. コミュニティビジネスとC S A	50
6. C S Aと産消提携との異同	52
7. C S Aに関する誤解	53
8. 日本におけるC S Aの可能性	54
(付論) C S Aと地域通貨	58
1. はじめに	58
2. 地域通貨の仕組み	58
3. 地域通貨のコミュニティ形成機能	59
第3章 フランス・アルザス地域のワイン産業	61
1. はじめに	61
2. アルザス地域のワイン産業の特徴	62
3. フランスのワイン生産と原産地呼称制度	70
4. アルザス地域のワイン産業における産業構造	72
5. ワイン生産・流通を支える地域組織	83
6. ボルドー地域におけるワイン産業の特質	89
第4章 スウェーデン・ヨーテボリにおけるB R Gの役割	103
1. はじめに	103
2. E Uのバイオガスマックス事業の一環としての Biogas West プロジェクト	105

3. Biogas West プロジェクトの教訓	106
4. バイオメタン製造の実情	107
5. むすび	108
(補論) スウェーデン・ベクショー市の取り組み	109
第5章 農村ツーリズム：その担い手とコミュニティビジネス	113
1. はじめに	113
2. 「業としての観光」の成立要件	114
3. 農村ツーリズムー定義と視点	118
4. ヨーロッパにおける農村ツーリズムの担い手ー若干の事例検討	122
5. わが国における農村ツーリズムの担い手の検討ー京都府における 認定農業者のツーリズム型経営多角化の現状と意向	129
6. むすびー観光資源開発・管理主体としてのコミュニティビジネスへの期待	133
第6章 イタリアにおけるアグリ・ツーリズム：トスカーナ地方の事例	135
1. イタリアにおけるアグリ・ツーリズムの展開	135
2. トスカーナ州におけるアグリ・ツーリズム	139
3. 農家民宿の事例分析	141
4. トスカーナ州における農家民宿の特徴	148
第7章 むすび	150

【執筆分担】

第1章	石田 正昭
第2章	波多野 豪
第3章	徳田 博美
第4章	中原 准一
第5章	増田 佳昭
第6章	徳田 博美
第7章	石田 正昭