

第2章 コミュニティビジネスとしてのCSAの可能性

波多野 豪

1. はじめに

コミュニティビジネス概念の紹介者である細川^{注1)}によれば、それは「住民主体の地域事業」あるいは、地域コミュニティ内の問題解決と生活の質の向上を目指す「地域コミュニティの元気づくり」といったビジネスを通じて実現することと定義される。この定義に見られるように、コミュニティビジネスとは地域内の互酬によって解決されてきたであろう課題や、新たな解決策を必要とする課題などをペイドワークとして明確にし、雇用を創出するものである。近年、コミュニティの維持を目的としたツールとして地域通貨が注目されているが、この意味では、コミュニティビジネスは、地域通貨での評価よりも、法定通貨で評価されるべき事業対象が多いはずである。

このように、コミュニティビジネスを、第一義的には地域の問題を解決し、雇用を生み出すものとするならば、行政からはその地域問題へのきめ細かい対応が不足しがちな行政サービスの補完として注目され、参加者からはその生きがい創造機能が地域問題の解決は地域住民に感謝され、個人の働きがいや生きがいにつながるものとして期待されることとなる。地域経済の面からは、地域外からの企業誘致が困難になり、地域内で産業を興すことが求められている状況での創業が、生活者が担い手となり得る事業として雇用の創出につながる。

その事業領域としては、まず、福祉介護、障害者・高齢者生活支援、子育て支援、家事支援など、次に、環境保全・リサイクルとして廃品や使わないものをリサイクルする店を開くなど、また、文化振興・文化保存・まちづくりとして、商店街の空き店舗を利用したチャレンジショップを運営するなど、さらには、伝統工芸・特産品などを活かした観光・交流として、都市と農村の交流事業を行う、農家グループが産直施設を運営する、地域食材を使ったレストランを運営することなどが想定される^{注2)}。

コミュニティビジネスの形態を、マイクロビジネス、コミュニティベンチャー（地域内のスモールビジネス）と見れば、集落営農や道の駅、農家民宿、農家レストラン、ワイナリーなども含まれる。具体例としては、スイスでは村の消防団（劇団）によるナチュラルチーズ工場の経営が、国内では調理科の高校生によるレストランと地元の老人が出荷する直売所とのコラボレーションなどが見られる。

以上のようにコミュニティビジネスを捉えると、主体：地域住民、コミュニティの構成員、資源：地域の賦存資源（労働力、原材料、技術、文化等）、理念：地域社会の維持、生

活（福祉）の向上、組織形態：NPO、協同組合、有限会社、ワーカーズコレクティブ等、と整理できる。また、事業規模は小さく営利追求を主目的とはしないが、事業を継続するために必要な、適正な対価の獲得と事業への投資が可能な組織であれば、これはワークシェアリングの発想と重なり、最低限の雇用を生み出すこととなる。

個別の農家による、農産物を市場に出荷するための野菜栽培をコミュニティビジネスと呼ぶことはない。ところが、出荷組合を形成すれば、コミュニティビジネスの色彩が濃くなり、特定の消費者とつながれば、まずそれはコミュニティビジネスと捉えられることになる。そのビジネスがコミュニティの維持というコミュニティビジネスのアイデンティティに重なるからである。

一方でCSAは、地域農業を支えるためにコミュニティを形成することから始まる。コミュニティビジネスが外部の需要を期待しながら内発的に成立するのに対して、CSAは外部の需要がサポート力として地域コミュニティの内部にかかわりを持つことで成立するものであり、かつ、このサポート力が力を及ぼす対象は有機農業に限られる。

この論考では、以上のようなコミュニティビジネスの視点から、CSAの理念と実態を分析する。同時に、CSAが支援する対象である有機農業の展開をたどり、CSAに間接的に影響を与えた日本における産消提携との比較の視点から両者の異同を指摘し、日本におけるCSAの可能性を考察する。

2. CSAと有機農業

1) CSAの捉え方

CSAは、1980年代の米国で生まれ、そのCommunity Supported Agricultureという理念は、カナダ・欧州での民間の活動へと波及しており、日本においてもその魅力的なネーミングから、総務省・農水省などによって取り上げられ、紹介された^{注3)}。しかし、同様の活動は日本国内において、むしろ米国より早い時期から取り組まれている。それは、有機農業運動において取り組まれた産消提携と呼ばれる実践形態であり、近年では欧米でもCSAの源流のひとつとして紹介されている。

確かに、両者は有機農業を支える取り組みであり、一般市場を介さず、消費者がグループを形成して生産者と直接に結びつくという機能と形態においては同様のものと捉えてもよい。しかし、産消提携では、有機農業に取り組むリスクと負担を生産者だけでなく消費者も担うことが理念に謳われているものの、CSAのような前払いという積極的な負担を消費者が負うことがなかったという一点において、多くの共通点を持ちながらもその違いは際立っている。

グローバル化の進む今日において、当初から有機農産物が市場化された欧米で、CSA

のような負担の多い、小規模の取り組みが各地で増えている。一方、近年の有機農産物の市場化によって日本の産消提携はその参加者を大きく減らしている。また、欧米では、オーガニックマーケットが年率二桁で増加しているなかでC S Aも拡大を続けているが、日本の有機農産物市場は伸びの計測が困難なほどの低いシェアに止まり、さらには輸入品の伸張によって国内自給率は16%までに減少している。

こうした対照的な展開は、両者の社会環境の異なりが大きいにしても、それをもたらし内部要因に関心を抱かせる。例えば、C S Aは、C S A農場という実体を持つが、産消提携とは関係性を表すものであり、生産者と消費者団体が固定的関係を結ぶものの、生産圃場を産消提携圃場と呼ぶことはない。提携団体と呼称される際は主として消費者団体を指している。

流通の面から有機農業を支える仕組みとしては、早くから自然食品店がその機能を担ってきた。ドイツやオーストリアなどでは有機農産物のメインチャネルは現在も自然食品店である。しかし、日本においては当初からそれはメインチャネルとなることはなく、近年にいたってようやく米国スタイルのオーガニック専門(志向)のスーパーマーケットが展開し始めたに過ぎない。また、欧米では生産者団体自らが卸売の機能を担ったが、日本では有機農産物専門の流通事業体の成長によって、小売と卸売の機能を担いつつオーガニックマーケットが支えられることとなった。

C S Aを、個々の農場がマーケティングを行う形態と捉えるならば、既に産消提携の存在する日本においても、次世代のモデルとなる可能性が考えられる。また、地域の有機農業を持続させることを課題とするコミュニティビジネスと捉えるならば、この事業の影響は個々の農場に止まらず、地域に消費を呼び込み、雇用を生み出すものともなる。スイスでは、生産者組合がC S Aの形態に発展せず、卸売業に転換した事例が見られるが、その場合においても、有機農業を支えるビジネスとしての雇用を生み出している。

2) C S Aの概要

その理念と実践の概要は次の通りである。まず、1もしくは2ないし3の農場で生産され供給される有機農産物を共同購入するために消費者がグループを形成し、農産物の仕分や受け渡しだけでなく、農場の運営などにも参画する。既述のように、有機農産物以外の共同購入で成立しているC S Aは存在しない。

後節において改めて詳述するように、形態としては、生産者が同等の立場で事業に参加するワーカーズコレクティブのように、消費者が生産者と同等の立場で有機農業を支える事業に参加する「産消コレクティブ」とでもいったものと考えてよい。米国の場合、ひとつのC S Aは1～3農場と100世帯程度の消費者で形成され、消費者はコアグループと呼ばれる農場運営委員会を構成する。日本では個人の生産者が個別の消費者と提携する事例も見られるが、多くは生産者と消費者との団体間提携の形が多く見られ、消費者団体の内

部に生産部会や財務部会といった業務が振り分けられる。消費者は、年間予約に基づいて、前払い（年間、半年、季節ごと、）の上、旬の野菜の詰め合わせを農場もしくは、配達ポイントで受け取る。支払方法においては、分割払いや低所得層向けの金額を別途設定するなどの階層間格差への配慮や、フェアトレードの実践が特徴となっている。参加する消費者の規模としては、米国では 1200 世帯が最大とされている^{注4)}。

3. CSAの現状

1) 米国から各国への波及とCSAの原点

米国のCSAは、ドイツのバイオダイナミック農場とスイスの生産者消費者協同組合農場に影響を受け、現在約 1,000 グループにまで活動が広がっている。CSA農場の半数は 10ha 以下の規模であり、それを 100~1,200 世帯の消費者が支える構造である。この活動はケベック中心にカナダのフランス語圏に広がり、70 グループを超えるまでになっている。2000 年から取組が見られるフランス^{注5)}では、南仏オーバーニュ中心に 200~300 グループが個別に活動しているが、一時は協議会を形成するまでになっていた。また、イギリスでは約 100 グループの活動が報告されている^{注6)}。

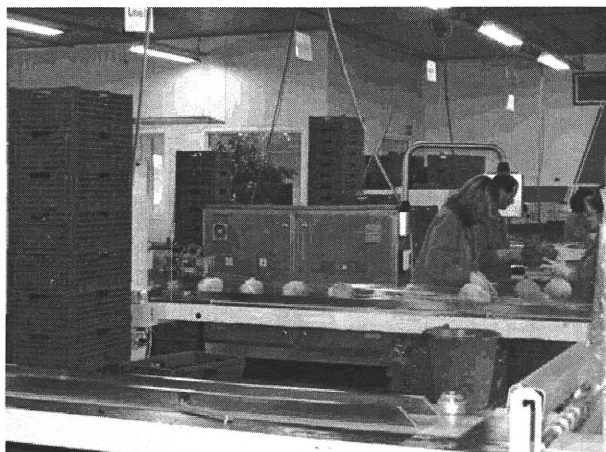
一方で、そのCSAに間接的な影響を与えたとされる日本の産消提携運動は、かつては 830 団体を数えたが、現在は減少傾向にあり、活動を継続している団体は多いものの、その参加者は大幅に減少している。

米国のCSAの始まりは、マサチューセッツ州のインドライン農場およびニューハンプシャー州のテンプルウィルトン農場であるとされ、ともに創設は 1986 年である。前者は、スイスの生産者消費者共同農場の経験者が、後者はドイツのアントロポゾーフ（シュタイナー信奉者）農業共同体の経験者が参加している。シュタイナーのバイオダイナミック農法は戦前から各地の農場で取り組まれており、ナチスドイツとの親和性が言及されている^{注7)}、戦後のドイツでは、1970 年から 80 年代にかけての時期に、アントロポゾーフ農業共同体として再出発している^{注8)}。

インドライン農場では Vander Tuin が、スイスの生産者消費者協同組合^{注9)}での経験を Robin Van En に伝え、消費者が共同購入によって農場を支えるCSAのアイデアを実現したとされる。また、共同購入からさらに進んで、スイスの Les Jardins de Cocagne と Clef de Champs は、発足当初より、協同組合が農場を買い取り、生産者に生産圃場を提供している。このような協同組合による農地保有に近い例としては、全米最大のCSA農場とされるエンジェリック・オーガニックスにおいて、CSA会員が農地の購入と管理を目的とする LLC を設立して農場に貸し出している事例がある^{注10)}。

2) スイスでのCSAの展開

一般には、米国のCSAがフランスに波及し、AMAPとして展開していると認識されているが、米国に影響を与えたスイス西部（主に仏語圏）における生産者消費者協同組合が、現在もフランス側の国境地域に影響を与えている。



専門の卸売り会社に変貌している(左写真)。当初はミグロを主要な出荷先としていたが、スイスコープがナチュラ・プランでオーガニック志向にシフトして以降、コープとの専属契約を結んでいる。大規模な流通を対象とし、CSA以外の形態で有機農業を支える形に転換した例といえよう。

1980年代にVander Tuinが参加したというチューリヒのTopinamburは1985年以降、何度かの倒産・再編を経て現状の活動は確認できないが、バーゼル近郊で1980年から活動するBirsmattehofは、1993年にBirsmatte農場の経営難に際して提携先であった協同組合メンバーからの個人的支援、アントロポゾフィーバンクからの融資を受けて協同組合が農場を買い取り、Agrico Birsmatte農場として、400人の出資によって支えられ、700人の消費者に農産物を提供している。

フランスのAMAPにも影響を与えているCSAとは、ジュネーブのLes Jardins de Cocagne（コカーニュ農園、Cocagneは果樹の収穫などに使う棒状・梯子状の農具であるが、現地では収穫を待つ農夫の意味があるという）である。1978年から活動を継続しており、現在は消費者400人のメンバーを数える。

また、コカーニュの影響を受けて、1982年からジュラ地域で始まったClef de Champs（直訳すれば平原もしくは田畑の鍵だが、現地では解放への旅立ちを意味する慣用表現との事。）は、1人の労働専従者と120人の消費者が農場を支えている（右写真は月1回に減少する冬場出荷用の栽培ハウス）。

一方でコカーニュ農園は、地域の農業者に

スイスの有機農業は、欧州での有機農業の提唱者であるハンス・ミュラーを原点とするが、彼によって1946年に創設された生産者の協同組合であるバイオゲミューゼは、1980年代には4,000世帯の消費者に郵便を利用して野菜パックを供給するまでになっていた。しかし、経営難のため2000年に株式会社化し、組合員の生産物出荷組織から、有機農産物の専



呼びかけた、l'affaire Tourne-Rêve（忙しい変人の夢）、というシリアルおよび基礎的な食物を対象とした新たなC S Aを 2003 年から展開しており、年に 1 回の出荷であるが、消費者数は 1,200 世帯に広がっている。同様の活動は、ローザンヌの近隣で Jardin Potager として 2005 年から始まっており、これはC S Aの支援に乗り出した農民組合（unitere）のプロジェクトの一環である。

このようにコカーニュの影響は広がっており、ヌーシャテルで、Lopin bleu（初心者集団、労働者集団）が結成され、参加者は 1 年の間に 45 名から 150 名に拡大している。上述のようにフランス国境を越えたオートサボア県でも、les Paniers du Corti Annemasse（野菜かご）が 05 年から約 60 のメンバーで取組を始めている。

4. C S Aの活動の特徴

1) 低所得者への配慮

米国やカナダでは、フェアトレード志向が強く、国内的にも支払方法における低所得者層への配慮プログラムを持つC S Aとして、ニューヨークの JUST FOOD が事情により引き取られなかった野菜を教会などに寄付している例などがあるが、スイスのコカーニュ農園では北アフリカとのフェアトレードや年収に応じた支払額の設定プログラムが実践されている。表 2－1 に、コカーニュでの収入クラスごとの支払額を示す。標準の大きさのかごに対して、最も収入の低い申告をしたものは、年間約 11 万円、収入を申告しなかったものは 12 万円、農場を支援する意志の高いもの（まさに支払い意志額をそのまま支払っている）は 14 万円の支払額となっている。C S Aの会員は同一内容の野菜かごに対してこれだけの差額負担を承認しているわけである。

表 2－1 階層間所得格差への配慮：Jardin de Cocagne の支払額一覧表（2005 年）

収入のクラス		標準	小規模
クラス 1		1,140	840
クラス 2	18,000SF 以下	1,165	860
クラス 3	18,001～26,000 SF	1,190	880
クラス 4	26,001～34,000 SF	1,215	900
クラス 5	34,001～42,000 SF	1,240	920
クラス 6	42,001～50,000 SF	1,265	940
クラス 7	50,001～58,000 SF	1,290	960

クラス 8	58,001～66,000 SF	1,315	980
クラス 9	66,000 SF 以上	1,340	1,000
クラス 10	支持者 (?)	1,500	1,200
クラス 0	回答なし	1,260	935

2) 非営利性

消費者の支援を受けて経営難を回避した Agrico (アグリコ) では、そうした消費者の意向を受けて表 2-2 のように財務諸表を開示している。詳細は以下の通りであるが、賃金が総支出の 5 割を占めており、利益率は 1% という低水準である。また、消費者へのサービス姿勢が求められるため、冬場でも安定出荷が可能となる温室を設置し、その減価償却が始まったばかりである。

表 2-2 Agrico の財務諸表 2005. 1231. 現在 (単位 : フランケン(スイスフラン))

貸借対照表		
項目	2004	2005
借方		
流動資産	159014.72	194554.15
土地・建物	1753479.00	1664446.00
動産	19743.00	14212.00
債権		600.00
家畜	23330.00	26330.00
借方合計	1955563.72	1900142.15
貸方		
短期借入金	76248.60	84252.86
個人貸付金	1025000.00	992000.00
銀行貸付金	605000.00	571000.00
その他負債・資本	30939.10	12393.40
未払金		6100.45
他人資本合計	1737187.70	1665746.71

自己資本	212792.36	220376.02
------	-----------	-----------

利益	5583.66	14019.42
貸方合計	1955563.72	1900142.15

損益計算書

項目 (名称)	2004	2005	増減(%)	2006 予算
支出				
野菜	81580.96	89715.39	9.97	94000.00
畑作	14309.50	12351.05	-13.69	14000.00
牛	14349.65	14209.65	-0.98	18700.00
鶏	21564.20	22171.15	2.81	24000.00
豚	6083.20	9198.50	51.21	10000.00
カッテージチーズ	12234.75	12885.35	5.32	12000.00
果物	8565.60	18013.90	110.31	19000.00
賃金	480677.90	506379.05	5.35	523000.00
社会保障給付費	92985.37	93469.05	0.52	102800.00
肥料・土	9720.94	19025.99	95.72	15000.00
地代	-2405.00	-2940.00	22.25	-2500.00
維持費・管理費	29985.15	23264.51	-22.41	31000.00
償却額	14562.00	5531.00	-62.02	12000.00
保険料・公共料金	17851.98	20403.05	14.29	19000.00
管理費	25875.59	20061.09	-22.47	24000.00
宣伝費	9074.54	14118.42	55.58	18000.00
その他支出	33279.14	36203.80	8.79	43000.00
不動産支出	204744.62	243238.88	18.8	218700.00
支出合計	1075040.09	1157296.83	7.65	1195700.00

収益				
野菜	906615.25	977345.50	7.80	1011000.00
畑作	18574.90	22622.65	21.79	25000.00
牛	29830.90	33242.20	11.44	34000.00

鶏	37553.35	42405.90	12.92	42000.00
豚	7201.15	9500.40	31.93	10000.00
カッテージチーズ	15273.30	15701.90	2.81	16000.00
果物	13005.80	19389.20	49.08	20000.00
不可分収益*1	13439.55	9950.50	-25.96	12000.00
中立収益*2	39449.35	41158.00	4.33	41000.00
収益合計	1080943.55	1171316.25	8.36	1211000.00
利益	5583.66	14019.42	151.08	15300.00

注 1) 各収益勘定から発生しているが勘定ごとに割り振れない副産物などの意か？

2) 農場の生産活動全体から発生している副収入などの意か？

減価償却一覧表 2005. 12. 31. 現在

勘定	償却率	期首在高	減価償却累計額	減価償却費	期末在高
農園所有自動車類	40%	1487	1487	595	892
機械、用具、トレーラー	30%	13754	13754	4126	9628
固定設備（野菜用）	15%	1	1	1	1
固定設備（農業用）	15%	3154	3154	473	2681
備品（会社用動産）	25%	1348	1348	337	1011
小計		19744	19744	5532	14213
農園建物		1317159	1317159	58100	125059
事務所		111614	111614	6560	105054
温室ハウス	10%	243703	243703	24370	219333
土地		81000	81000	0	81000
合計		1773220	1773220	94562	1678659

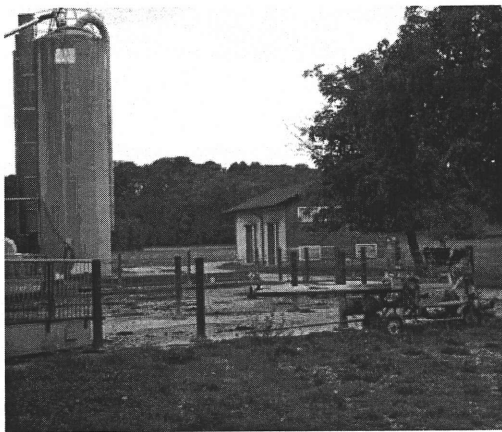


写真は大アグリコの温室(左)と端境期の出荷野菜(右)

5. コミュニティビジネスとCSA

1) CSAは地域の課題を解決するか？

CSAは、その Community Supported Agriculture という魅力的な表現から誤解されがちであるが、一般的な地域社会が一般的な地域農業を支える仕組みではない。CSAが支援する対象は有機農業であり、有機農業以外を対象とするCSAは存在しない。したが



って、コミュニティビジネスが、地域が抱える課題をビジネスによって解決するものであるならば、有機農業の支援・振興が地域の課題として共有されているか、つまり有機農業がその地域に必要とされ、地域で支える方法が求められているのかをまず問わなければならない。(写真左上はバーゼルのトラム駅傍で畜糞のにおいを発生させている畜産農家。右下は近隣のクラインガルテン)。

コミュニティビジネスの要件のひとつである、地域資源を活用するビジネスという特性は、有機農業の定義から即自的にあてはまるものではあるが、CSAのコミュニティが指しているものは、有機農業が必要であるという価値観を共有する人々の集合体のことである。しかし、地域社会とこの集合体がずれているとしても、CSAをコミュニティビジネスとして捉えることは可



能である。すなわち、C S Aの理念は、Community Supported Agriculture と Agriculture Supported Community の両面を表現しており、有機農業を支えることで地域社会をも支えることを目的とする。有機農業は、本来、地域で利用可能な資源を利用して地域の消費者のために健康な農産物を提供することを目的としている。C S Aのもう一方の理念は有機農業の理念であり、それはコミュニティビジネスと合致するのである。

2) 有機農業を支える仕組み

有機農業の供給能力が地域の需要を上回る場合、もしくは地域内での需要だけでは有機農業の再生産にとって不足する場合は、地域外の需要で補う必要がある。実際、米国のC S Aは、過剰農産物を処理するためのファーマーズマーケットと一体化している。ファーマーズマーケットは、産地近隣の需要を期待する日本の直売所と異なり、産地から離れた都市部の需要を期待するものである。日本の産消提携は地産地消を原則としながらも、実態は地域外の消費者との提携が多く、同様の問題解決に、米国と日本の手法の相違が見られる結果となっている。



(写真上はサンガレンのファーマーズマーケット。左はビオを取り扱い、右は慣行農産物を取り扱う常設店舗。客足の違いが対照的である。)

(写真下はドイツ・コンスタンツのアンテナショップの店内)



6. CSAと産消提携との異同

1) 産消の結合形態

CSAと産消提携は、消費者が団体を組織して有機農業を支える仕組みとして大枠的には、同様の概念であるといえる。さらには野菜中心の直接取引で、配達は週1回、品目数と量は農家任せのパック野菜（種類・量指定不可）を共同購入するというかなり詳細な点までも共通点は多い。

しかし、生産者と消費者との結合形態から見れば、日本の産消提携では生産者と消費者がともにグループを形成することが多いが、CSAでは、消費者は同じくグループを形成するものの提携先の農家はたいてい1軒である。スイスの例だけでなく、ニューヨーク州においてもCSA数37に対して農家数は16となっている^{注11)}。

2) マーケティング機能

産消提携は、生協など既存の組織が特定の生産者との提携に取り組む例も見られ、団体の存続という目的が様々な制約を生みやすくなっている。CSAは、地域の有機農業の支援、具体的には農場を支える組織として形成されるため、CSA団体の維持が自己目的化することはない。また、欧米ではCSAをサポートするNPOが活動しており、仏語圏スイスの農民組合（unitere）もこの役割を担うものである。産消提携の協議会的な組織として日本有機農業研究会があるが、その活動は会員への情報提供に止まり、マーケティング機能は有していない。

3) 雇用創出機能

産消提携は主に消費者団体が流通機能を担うため、農作業よりもその業務に労働力を必要とする。この業務の多くが会員の交代によって担われ、業務専従をおく例も見られるが、生協などの既存の団体の場合を除き、正規雇用は1名から数名にとどまる。

CSAのコアグループは会員のボランティアであり、有償の場合はあっても専従者を置くことはまれである。しかし、CSA農場には専従者が置かれ、10名近い雇用を生む場合もある。CSA農場は単に生産機能を担うだけでなく、会員への様々なサービスを提供するため多様な業務をもたらし、通常の農家が季節労働者を雇用する以上の雇用を必要とする。

表 2-3 CSAと産消提携の異同

CSA	:	産消提携
消費者も出資（例外あり）	:	入会金（注）会員出資による株式会社化の例あり

労働提供の義務化	: 年一・二度の縁農（初期）
受け渡しは配送ポイントで	: 個別配送（初期はS tで）
注文は春から秋の 30 週分の予約	: 一ヶ月単位継続が前提ではあるが脱退は随時
支払いは一括先払いもしくは分割	: 口数予約、後払いお礼方式での先払い例あり
低所得層への配慮あり	: なし
過剰はファーマーズマーケットで	: 生産過剰には出荷制限あり

7. CSAに関する誤解

1) CSA理念の同時代性

TEIKEI は、有機農業の世界では共通語となり、CSAの源流として紹介するウェブサイトも多く見られる^{注12)}が、既存の流通を介さず生産者を特定した共同購入方式であることでもって、産消提携がCSAの源流であることを主張することは憚られる^{注13)}。

産消提携運動の初期に当たる 1970 年代には、米国のCSAに直接の影響を与えたドイツのアントロポゾーフ（シュタイナー信奉者）によるコミュニティやスイスの生産者消費者協同組合が既に営まれている。また、CSAのアイデアの源泉は米国内にも存在し、すでに 60～70 年代には米国でヒッピーコミュニティやコレクティブと称される共同農場が運営されており、これらは日本のコミュニティ運動のモデルとなっている^{注14)}。

世界システム論的に見れば、1950 年からの戦後体制の出発と、60 年代末の学生運動の余波が地域社会や消費者運動にステージを移して環境問題や有機農業に展開する経過は世界に共通のものであるともいえよう^{注15)}。

2) コミュニティの解釈

CSA に関してはいくつかの誤解に関して最も注意すべき点は、Community Supported Agriculture の訳語として「地域が支える農業」が定着し、既存の農業をそのまま支える仕組みが存在するかのごとく理解されていることである。

CSAは有機農産物を求める消費者がその生産農場を支える仕組みであり、そのウェブサイトでは、まず「コミュニティを形成すること」を参加者に呼びかけている。コミュニティを形成する核は、有機農業に価値を見出すことであり（例外となるCSAは存在しない）、その価値観を共有する消費者と生産者がコミュニティを形成して始めてCSAの活動が可能となる。あたかも既存の地域社会が即自的に地域の農業を支えるコミュニティであるかのような農水省や地方行政の用語法とは大きな隔りがある。

つまり、ここでいうコミュニティとは、理念を共有する団体というべきものであり、日

本人が造語すれば **Society** とするところであろう。このような意味で、自分たちが消費するために生産機能までも取り込んだコミュニティとしては、国内では「たまごの会」による共同農場、コミュン百人委員会による「弥栄共同体」などがある。

コミュニティの維持を目的とするビジネスの実例を挙げておこなうならば、スイスのエンメルンタール地方には、地域の消防団（劇団）が経営するナチュラルチーズ工房が活動している。岐阜県には劇団による消火器の製造販売の事例があるが、事業目的がそれぞれの団体の維持にあるとしても、その団体が地域の維持を目的とする消防団である場合、その自己維持は即時的にコミュニティの維持と直結する。

また、日本には未だアグロツーリズムマーケットが形成されたとはいいがたいが、周知のように西欧ではグリーンツーリズムやアグロツーリズムが盛況である。個々の農家がそれぞれの事業目的を持って農家民宿を経営していても、ツーリストは村全体の農業環境や自然環境を前提とするものであり、村民が農家民宿を核にアグロツーリズムの形成を支援するならば、その活動はコミュニティビジネスと言ってよい。ただし、西欧は都市と農村が分離して久しいため、都市住民が農村とのチャネルを持つには有償のサービスを必要とせざるを得ないという歴史的背景によって、ビジネスとしてのアグロツーリズムが成立する。一方、日本の場合、食と農の乖離が言われているものの、アグロツーリズムが成立しない程度にまだ近接性を保持している関係であると言えようか。

8. 日本におけるCSAの可能性

1) 日本型CSAの必要性

前述のように、日本の産消提携は、消費者運動をはじめとする社会的な運動の退潮、提携参加者の退出と有機流通事業体へのシフトなどによって危機的な衰退期にある。その要因は様々に考察でき^{注1)}、日本特殊論による解説も可能であるが、前節で見たようにCSAとの異同に着目することによって明らかとなる点がある。

まず、米国のCSAはファーマーズマーケット（FM）と一体となって需給調整を行っているが、日本のFMでは、有機の持つ批判性から有機農産物を慣行農産物と並べて販売することは嫌われることがほとんどである。これは、すべてが有機農産物で構成されるFMが必要であることを意味している。

また、日本の有機農業は慣行圃場と隣接して営まれることが多く、相互の干渉性の問題が発生する。米国のような森林や池を含む100ha規模のCSA農場では虫害も少ない事を見れば、日本では集落すべてが有機農業を実践する形態の追求を放棄するわけには行かないであろう。地域が支える有機農業の実現である。

2) 日本型CSAの候補

日本にも集落全体がひとつの農業経営を可能とする形態が見られるようになっている。東広島市河内町小田地区で2005年に成立された「農事組合法人ファーム・おだ」は、明治の合併で消えた旧村が平成の合併で法人として復活し、参加農家128戸、参加率77%、農地面積82haを実現している。現在は都市住民との連携を模索しながら、将来的には全面積で水稻および大豆の特別栽培を目指している。

また、神奈川県大和市の「都市型CSAなないろ畑農場」は2003年に80世帯、2.3haの都市型CSAとして出発している。この「都市型CSA」の表現には生産者と消費者の溝を埋めることのできない産消提携の現状への批判の意味合いが込められている。代表者は「産消提携では消費者と生産者とに分けてしまうが、CSAは共同性を獲得できる。エコロジ的な社会をつくりたいという意識を共有するコミュニティである」と述べ、実際、農場の維持運営に消費者が積極的に関わっている。

三重県松阪市の「NPO法人亀さんの家」は、託老施設の主催者がその利用者に対して「デイケアで無為に時間を過ごすよりも生産活動を」と提案し、65名の会員の支援を受け、11名の老人が放棄された豚舎で会員の生ごみを堆肥化する活動を行い、1.1haの農地で有機栽培に取り組んでいる。一般廃棄物の処理事業許可を得ていないため、生ごみの堆肥化から利益は得られないが、近隣の自然食品店やアトピー患者のネットワークなどに有機農産物を販売し、収益を分配することで、かつては託老所に預けられていた老人たちが、新たな生きがいを見出すまでになっている。

以上のように、近年、新たに現れ始めた日本のコミュニティビジネスは、有機農業とCSAへの展望を持つことで、地域の問題解決能力と雇用創出能力を高め、よりいっそう、地域コミュニティの維持機能を発揮する可能性を示しているといえるのである。

【注】

- 1) 細内信孝『コミュニティビジネス』中央大学出版会,1999,p13を参照。
- 2) 本節のコミュニティビジネスの概念およびその事業領域に関しては上記の著作に依拠している。
- 3) 日本でのCSAの紹介は、まず、日本有機農業研究会機関紙『土と健康』誌上で91年11月金子まちこ、92年2月本野一郎によって取り上げられ、本野一郎『有機農業の可能性』新泉社,1993.池本広希『生命系の経済学を求めて』新泉社,1994.においても一部紹介されているが、米国のCSA農業実践者自らの著作は Trauger Groh, Steven McFadden, Farms of Tomorrow: Community Supported Farms Farm Supported Communities, Bio-Dynamic Farming & Gardening Association, 1990(邦訳『バイオダイナミック農業の創造』新泉社,1996.が初出であるとされる。

- 4) 日本では、最も古くからの提携団体のひとつで 80 年代の一時期に消費者数が 1800 世帯に達していた。この数値が、参加者がお互いを認知できる上限を示唆しているように思われる。
- 5) フランスでは、AMAPs : Associations pour le Maintien d' une Agriculture Paysanne (地域の農業の維持を目的とした組合) と呼称されている。また、オランダでは "Pergola" などの名称がある。
- 6) 2004 年フランス、2005 年ポルトガルにおいて「生産者と消費者、農村と都市を結ぶ市民のつどい」と題して、国際提携会議が開催され、世界の CSA が 1700 団体に上ることが確認された。日本有機農業研究会誌『土と健康』2006 年 10 月号。
- 7) 藤原辰史『ナチスドイツの有機農業』柏書房、2005 を参照。
- 8) Peter bruegge, "Die Anthroposophen", 1984. が、子安美知子訳『シュタイナーの学校・銀行・病院・農場』学陽書房、1986. として出版されている。
- 9) 生産者消費者協同組合 : Genossenschaft von «Produzenten und Konsumenten» は、他に
 - : Genossenschaft für biologischen Landbau : 有機農業協同組合
 - : Gemeinschaftshof : 共同農場
 - : Zusammenschluss von «Produzenten und Konsumenten». : 産消提携
 などと呼称されている。
- 10) 磯田宏「むらの活性化に生かせるか LLP と LLC」現代農業 2006 年 1 月号)。
- 11) 大山利男『のびゆく農業 944 アメリカの CSA : 地域が支える農業』農政調査委員会、2003。この文献によれば、CSA サポート NPO が存在する米国や、農民組合の CSA 支援活動が始まっているスイスなどに比して、産消提携を支える組織が機能せず、運動が衰退基調にある日本の現状は大きく立ち遅れているといわざるを得ない。
- 12) 例えば、The New Farm: The Rodale Institute
(www.newfarm.org/features/0104/csa-history/part1.shtml)
- 13) 確かに、年代的な早さで言えば生産者と消費者の自給農場として「たまごの会」が出発するのは 1974 年であり、さらには、宗教的理念を共有する生産販売組織「自然農法普及会」は 1953 年設立されている。
- 14) 諏訪瀬島の「バンヤンアシュラム」(1967~75) などに代表される日本のヒッピーコミュン運動は有機農業運動の源流のひとつであり、これに関しては、アサヒグラフ『につぼんコミュン』朝日新聞社 1979. 山田塊也『アイアムヒッピー』第三書館、1990. 同『トワイライトフリークス』ビレッジプレス、2001 などに詳しいが、欧米では、学生運動を担った世代が国政に参画し、生活や消費の在り方を改善していくいわゆる構造改革路線に積極的に関わっていったことに比べ、日本の学生運動

世代の多くは企業の内部に強力に取り込まれる結果となった。かろうじてそこからスピニアウトし、地域や現場に根を張ったものが現在の有機農業やその周辺を支えるリーダー的存在となっている現状は、日本の学生運動の負の遺産の大きさを想起させる。

- 15) 有機農業運動は、欧米だけでなく、例えばブラジルにおいても 1970 年代には展開が見られる。ブラジルでの有機農業はバイオダイナミックの影響が大きく、ナチスドイツとの親近性が指摘されていることから高い第二次大戦後の人的移動との関連が想起される。

【参考文献】

1. 細内信孝『コミュニティビジネス』中央大学出版会,1999.
2. 藤原辰史『ナチスドイツの有機農業』柏書房、2005.
3. ペーターブリュッゲ著、子安美知子訳『シュタイナーの学校・銀行・病院・農場』学陽書房,1986.
4. 大山利男『のびゆく農業 944 アメリカのC S A：地域が支える農業』農政調査委員会,2003.
5. グロー、マックファデン著、兵庫県有機農業研究会訳『バイオダイナミック農業の創造』新泉社,1996.

付論 CSAと地域通貨

1. はじめに

地域通貨は、コミュニティの再生・維持を目的として利用されるツールである。一般には地域通貨の名称が普及しているが、特定の地域ならばどの場面においても通用するといったものではなく、地域通貨の利用を呼びかけるウェブサイトなどでは、利用に当たってはまずコミュニティを形成すること（この点はCSAと共通である）を挙げており、特定の地域よりも特定の価値観を共有するメンバー間で利用されるものである。この意味ではもうひとつの呼称であるコミュニティ通貨の方が、理念にも実態にも沿ったものである。

一方、コミュニティビジネスとは、市民が主体となって地域の課題をビジネスの手法で解決し、その活動の利益をコミュニティに還元することによって、コミュニティを再生・活性化するビジネスと定義されている。この定義に見られるように、地域内の互酬によって解決されてきたであろう課題や、新たに発生した新たな解決策を必要とする課題などをペイドワークとして明確にし、報酬と雇用を創出するものである。その意味では、コミュニティビジネスの領域は、本来的には地域通貨での評価よりも、法定通貨で評価されるべきものであろう。

2. 地域通貨の仕組み

地域通貨にとって、支払方法よりも、発行方法が重要な問題である。何を担保に、どのような付加価値に対して発行するか、つまり、どうやってお金を経済行為に入れ込むかが検討される必要がある。何を担保にするかは、消費（債務）から出発するか、生産（債権）から出発するかの問題でもある。

また、通帳方式で支払いを行う場合、本来は価値中立な貨幣に行為の関係性が残るため、裏書などで以前の行為を確認でき、その受け取りを拒否できることもデメリットとしてよりは、価値観を共有するコミュニティの形成のためにはメリットとして捉えることができる。

ただ、近年の企業通貨（ポイントカード、割引券、商品券）の盛況から、これらとの差をいかに示せるかは、かなり困難な課題となっている。

どのような活動主体が地域通貨を採用するのかについては、CSAは既に実績を有している。米国のイサカアワーは、成功した地域通貨として有名であるが、当初は地域の環境を保全と有機栽培農家を支えることを目的に生協運動から始まっている。このイサカ市は大学の街であると同時にヒッピーの街であり、従来から有機農業やCSAが盛んである。

【控元】

振出日 年 月


振出額 30 WAT

支払先

支払事由

相模国ワット備用証書

二宮尊徳



30

WAT

この年より上記ワット家を管理し維持しました。ワット会長
 おびワット本部の典より本部の権限をもって管理職に任命さ
 れた者、生活費と管理費の両方ないで管理費と自費しうる
 無ない生活費のしるを承認します。本部はワット会長
 官で決まり下すことと決定されます。

年 月 日

甲	権	
乙	印	

提供された物や事

ワット会長は自然と人間という自然が承認とされることを願っています

検討が必要であるが、地域通貨の機能を演繹すれば理論的には以上のように裏付けられよう。