

2-1 政策・経営マネジメントプロジェクトの目標と概要

1. 政策・経営マネジメントプロジェクトの目標

政策・経営マネジメントプロジェクトは、農業・農村振興のために地域の実態に即した政策や制度のあり方と農業経営の発展方式について研究を行うことを目的としている。そのために、秋田県内外で農業経営、企業参入、地域振興政策において特徴的な取り組みを行っている事例を対象に実態調査と分析を行い、農業・農村振興のためのあり方を検討し、プロジェクト卒業研究として取りまとめる。

2. 政策・経営マネジメントプロジェクトの活動内容

3年次では農村調査や機関調査、文献学習、統計分析、夏季合宿を通して、秋田県の農業・農村振興の課題を整理し、農業・農村の実態解析と振興策に必要な知識と分析手法を学んだ。

4年次には3年次を通して得た知識と分析手法を基に、3年次で整理した課題から各自が卒業研究として深く掘り下げる研究テーマを下記3の①～⑦のように決定した。このなかの①～③は農業経営に関わるテーマで、①は水田作経営の新規作物導入、②は農業金融、③は女性農業者の成長を対象にしている。④～⑤は企業参入に関わるテーマで、④は酒蔵、⑤は鉄道事業者の農業参入を対象にしている。⑥～⑦は地域振興政策に関わるテーマで、⑥は秋田県庁によるG Bビジネス、⑦は地域と連携した法人の在り方を対象にしている。各自の研究テーマに沿って、秋田県庁や県内外のJ A、農家、農業法人、民間企業、銀行などで現地調査を行い、調査結果の取りまとめと分析を行った。さらに、1か月に1回の頻度でプロジェクトのゼミで調査分析結果の検討を行い、その意見・評価を踏まえ、卒業研究をとりまとめる。

3. 卒論研究のテーマと概要

- ①水田作経営における新規部門導入に対する経営対応 — 大潟村における企業経営と家族経営のタマネギ作導入事例を対象に — (稲餅 瞬)
タマネギ作の経営体における位置づけ、労働時間、生産費用、収益目標などについて家族経営と企業経営を比較分析し、経営対応を考察する。
- ②民間金融機関による農業動産担保融資の意義 — 地方銀行による農業ABL事例を対象に — (天摩 魁)
農業金融分野において事例調査報告の少ない、地方銀行による農業ABLを対象に調査を行い、ABL融資の現段階の意義を解明することを目的とする。
- ③農村女性起業活動を通じた女性農業者の成長 (戸松眞緒)
秋田県内の女性農業者を対象に、農村女性起業活動への取り組みを通じた個人の成長プロセスと、それを取り巻く環境との相互作用について明らかにする。
- ④酒蔵の原料米調達と地域農業への効果 (高橋篤希)
秋田県内の高付加価値な清酒を主体とする中小規模の酒蔵を対象に、農業参入を含めた原料米調達のあり方とその効果や課題を分析し、地場産業の側面が強い酒蔵が地域農業に与える効果を解明する。
- ⑤鉄道事業者による農業・関連産業への参入の意義 — JR東日本グループを事例に — (串田陽香)
JR東日本グループを事例に鉄道事業者による農業・関連産業への参入の意義や課題を考察する。
- ⑥地域振興政策としてのG Bビジネスの特徴と課題 (齊藤美彩)
秋田県庁が地域振興施策として実施している「G Bビジネス」(地域住民の生きがいがいづくりと小さな経済の創出)に着目し、その実態と事業の特徴、および課題を明らかにする。
- ⑦地域ベース型農業法人 — “つながり”と戦略 — (布谷里紗)
地域と密接に関わりながら展開する地域ベース型農業法人の事例を対象に、法人が行う事業の特徴、生協や生協組合員(消費者)との関係、従業員の意識にみられる特徴について明らかにする。

2-2 水田作経営における新規部門導入に対する経営対応

—大潟村における企業経営と家族経営のタマネギ作導入事例を対象に—

稲餅 瞬 (政策・経営マネジメントプロジェクト)

1. 目的

大潟村の農業法人（企業経営）では雇用労働力の就業先確保と収益増大のため、また家族経営では米に代わる高収益作物として、新規経営部門の導入が求められている。本研究ではその経営対応を両者の比較により明らかにする。

2. 方法

大潟村で新規作物として導入されているタマネギ作を対象に、①大潟村における米生産調整、②大潟村におけるタマネギ作の振興事業、③大潟村産タマネギの流通と需要、④大潟村におけるタマネギ作導入経営の営農実態、⑤タマネギ生産の労働時間と費用等を検討する。そのため、大潟村役場、JA大潟村、秋田市卸売市場、大田卸売市場、タマネギ生産者等で聞き取り調査を行った。

3. 結果

①大潟村における転作作物は加工用米が85%、大豆が7%を占め、カボチャなど野菜はわずかであり、今後は稲作に代わる新たな高収益野菜の拡大が求められている。②タマネギ振興による農家所得増大のため、国の補助事業である産地パワーアップ事業が取り組まれ、生産者におけるタマネギ専用機械の導入やJAのタマネギ乾燥・貯蔵施設の新設が行われた。③秋田市卸売市場の丸果秋田は、営業活動により大潟村産タマネギ1,000トンの販路を確保することに成功した。しかし、収量不足や腐敗の発生により出荷量は200トン程度にとどまった。大田卸売市場ではタマネギの主な取引相手は北海道であるが、2019年は府県産全体が豊作となり、生食用タマネギの端境期における価格上昇がみられなくなった。④タマネギ機械を導入した8戸の2019年産タマネギについて、各経営のタマネギ作付面積は40ha以上、1ha以上3ha未満、1ha未満と幅があり、生産単収は10aあたり1,000kgから4,500kgまでバラツキが大きい。生産量に対する廃棄率は約68%と高く、製品の規格別割合はSが34%、Mが30%、Lが21%であった。⑤2019年産タマネギの10aあたりの費用について、家族経営のA経営は243,468円、B経営は172,804円、企業経営のC経営は127,362円、D経営は221,131円とバラツキが大きい（第1表）。10aあたり労働時間は、A経営38.3時間、B経営47.6時間、C経営10.3時間、D経営10.2時間であり、家族経営は企業経営よりも約30時間多い。家族経営では定植、捕植、収穫の作業時間が長かった。

4. 考察

家族経営ではタマネギ作における育苗、定植、捕植、収穫等の作業に多くの家族労働時間を投入することで、高収量・高収益を目指している。また、家族経営は気象変動や不測の事態にも臨機応変に対応できるなど、企業経営と比較して柔軟性を持っている。一方、企業経営は従業員や臨時雇用を雇うことで繁忙期に労働力を集中的に確保し、大型機械導入により大幅な省力化を実現している。さらに、原価管理により経営の改善点の発見を容易にし、コスト低減を目指している。各経営体の目標販売額について、家族経営は家族労働費を考慮していないのに対し、企業経営は従業員の雇用費も含めた目標額となっている。今後の経営展開を考えると、企業経営では、生食用と比較して省力的な加工用タマネギの生産が適格的といえる。一方、家族経営では労働力を投入して高品質な生食用タマネギの生産により面積あたり販売額の向上を目指すことが考えられる。

第1表 タマネギ生産の費用と労働時間（2019年産）

	(円、時間/10a)			
	家族経営		企業経営	
	A経営	B経営	C経営	D経営
生産資材費	85,718	76,331	51,030	88,398
減価償却費	52,739	37,227	62,857	60,441
労働費	48,000	47,600	12,875	45,238
流通費	57,011	11,646	600	27,054
計	243,468	172,804	127,362	221,131
労働時間	38.3	47.6	10.3	10.2

資料：筆者調査

2-3 民間金融機関による農業動産担保融資の意義

ー地方銀行による農業 ABL 事例を対象にー

天摩 魁 (政策・経営マネジメントプロジェクト)

1. 目的

近年の農業金融分野における動向として、農外産業からの参入も含め、農業経営主体である担い手構造が非常に多様化してきていること、農業経営の領域が生産だけでなく川中・川下にまで拡大してきていることなどをふまえると、資金需要者である農業経営主体は大きく変化している段階にある。こうした新たな農業経営主体に共通した資金需要の特質として、投資資金に加えて巨額な運転資金の需要が大きいことが指摘されている。また、農業融資を行う金融機関についても日本政策金融公庫や農協以外にも多様になってきている。農協以外の民間金融機関による農業融資の多くは従来、無担保・無保証の小規模融資であったが、近年は動産担保融資 (Asset Based Lending、以下 ABL とする) といった新たな融資手法を適用し、巨額な運転資金を融資するケースも現われている。

本研究では農業金融分野において事例調査報告の少ない、地方銀行による農業 ABL を対象に調査を行い、民間金融機関による農業 ABL の現段階における意義を解明することを目的とした。

2. 方法

青森県青森市でニンニクの在庫分を集合担保として ABL を受けた A 法人および融資を実施した B 銀行を農業 ABL 事例の調査対象とし、貸し手側および借り手側の両面から ABL の意義等について聞き取り調査を行った。また、日本政策金融公庫および公庫と連携協定のある C 銀行を対象に、ABL の概要を中心に農業融資の状況について調査を行った。

3. 結果および考察

A 法人は、にんにくおよび野菜の生産と農家レストラン経営、にんにくの加工品である黒ニンニクを生産販売を行っている経営である。A 法人では、基幹となる黒ニンニクを生産から加工、出荷までに一年以上の期間を必要とするために、キャッシュフローが間に合わないことを経緯に B 銀行から ABL を受けていた。しかし、融資期間中の試算表や在庫の管理状況に関する詳細なデータなどの報告義務内容の負担感や、B 銀行以外の金融機関による融資を受けづらくなるなどの問題が生じた。結果として、一年間のみ ABL を活用し、更新には至らなかった。しかしながらその後、ABL 利用実績が経営能力を保証する根拠となり、ABL と同額を B 銀行から、また他行からも巨額の融資を無担保で受けることが可能になった。最終的に、ABL 利用前よりも無担保融資額を大幅に増やすことに成功している。従来、ABL は大規模肉用牛経営を主な対象として融資手法が確立されている。一方で、今回の調査対象であるニンニクのような稀な品目を動産担保対象とする場合、内製での担保評価等のノウハウ不足から、金融機関は動産担保評価を外部委託せざるをえず、結果としてそのコストが農業経営体に転嫁されるために、農業経営体の負担が大きくなること可能性も示唆された。

また、日本政策金融公庫および C 銀行の聞き取り調査から、農業 ABL の対象は、成長期にある巨額の運転資金を必要としている大規模経営体であり、かつモニタリングや定期的に行う報告内容を十分に対応することの出来る経営管理能力を持ち合わせた経営体であることが判明した。つまり、ABL の活用を考えている農業経営体のすべてが ABL に適した経営体ではないため、経営体側の経営能力の向上が借り手側には求められる場合も考えられる。

以上より、農業 ABL の意義として、金融機関側においては①融資手法の多様化、②モニタリングによる経営状況の把握、③貸し倒れリスクの分散、④農業融資技術の蓄積、⑤関係性の強化が判明した。また、借り手である経営体側においては①運転資金調達方法の多様化、②円滑な規模拡大、③高い水準の経営管理能力を保持していることの明確化、④金融機関との関係性の強化が判明した。特に経営体における③に関しては、ABL 利用実績を根拠として、他行からの比較的巨額な無担保融資を引き出せる可能性があることが先行研究等には見られない、新たな意義として判明した。

2-4 農村女性起業活動を通じた女性農業者の成長

戸松 眞緒 (政策・経営マネジメントプロジェクト)

1. 背景

「農村等に在住している女性を中心となって行う、地域産物を利用した農業関連の女性の収入につながる経済活動」である農村女性起業活動（以下、女性起業活動）では、農業生産のみならず、食品加工や消費者直販、農家レストランから都市との交流等に至るまで様々な展開が見られている。そのため、女性起業活動に取り組む女性農業者の活躍推進を支援する様々な施策・事業が展開されている。

そのような中で、女性起業活動を対象とした研究においては、その活動内容に着目した研究は多いが、女性農業者が能力を発揮し活躍するための支援をする上で把握すべきであると考えられる、女性起業活動を通じた女性農業者個々人の成長にアプローチした研究はほとんどみられない。

2. 目的と方法

本研究では、女性起業活動に取り組む女性農業者の成長のプロセスとそれを取り巻く環境との相互作用を明らかにすることを目的に、秋田県内で女性起業活動を行っている個人経営の女性農業者で構成されている「あきたアグリヴィーナネットワーク」会員を対象に、以下の調査を実施した。

まず、全会員 29 名へのアンケート調査を実施した（18 名回収・回収率 62%）。具体的には、「女性起業活動に取り組んだきっかけや内容」「女性起業活動に取り組んだことでの変化」「農村女性起業活動を通じた自身の成長に対する評価」等を明らかにする質問項目を設定した。なお、アンケート調査票を作成するにあたり、あきたアグリヴィーナネットワーク事務局である秋田県農林水産部農業経済課に対するヒアリング調査を行うとともに、あきたアグリヴィーナネットワーク設立総会および研修会に参加することで、会員に関する情報収集に努めた。

次に、会員 4 名を調査協力者として選定し、個別ヒアリング調査を実施した（第 1 表）。収集したデータは、継続する期間毎の業務内容の関連をマトリックス的に展開して記述する「マトリックス履歴書」により職務および経験の相互

第 1 表 調査協力者の概要

	A	B	C	D
年齢	38歳	51歳	59歳	37歳
所属	農事組合法人D	株式会社K	K農園	有限会社K
経営	家族経営	家族経営	家族経営	企業経営
経営での役割	社員	経営代表	経営者の配偶者	社員
就農した年	27歳	30歳	20歳	34歳 (実家では29歳)
起業活動を開始した年	35歳	50歳	57歳 (加工グループとしては38歳)	35歳

関係を把握したのち、個人がキャリアを歩んでいく場合の価値観や考え方である「キャリア・アンカー」を抽出することで、女性起業活動に取り組む女性農業者の成長プロセスの検討を行った。

3. 結果および考察

アンケート調査では、起業活動への取り組みを通じて、起業活動における専門的な技術・能力の習得のみならず、経営者に求められる管理能力や地域社会に貢献する意識の向上といった、様々な面から自身の成長を認識していることを確認した。そして、その成長の成果は、経営全体での農業生産や労働力調達・配置、マーケティング等の領域における経営参画の促進として現れるとともに、自身の経営内だけにとどまらず、SNS 等を通じた農業者間や異業種間との交流など、新たなネットワーク構築への取組につながっていることも明らかになった。

ヒアリング調査では、全ての調査協力者が専門的・職人的な職能へのこだわりを持つ専門能力 (TF) のキャリア・アンカーを軸としていることを確認した。しかし、起業活動を通じて知り合った他の女性農業者からの影響を受けて、専門的・職人的な職能へのこだわりだけに留まるのではなく、困難なことにでも挑戦して乗り越えたいという挑戦 (CH) のキャリア・アンカーへとシフトした事例も見られた。そして、起業活動を続けていく中で、地域集落の維持や将来の農業を担う若者に対する支援等を志向する社会貢献 (SV) のキャリア・アンカーが高まり始めていることも確認できた。

2-5 酒蔵の原料米調達と地域農業への効果

高橋 篤希 (政策・経営マネジメントプロジェクト)

1. 背景

近年、清酒全体の国内出荷量が減少傾向で推移する一方で、より高品質で高付加価値な清酒の出荷量は増加している。それに伴い、より酒造りに適した原料米である酒造好適米（以下、酒米）の需要が増加している。そのため、酒米の委託栽培や、酒蔵が直営や農地所有適格法人（以下、農業法人）を設立して自社で原料米の栽培をおこなう事例が増えつつあり、原料米調達の方法にも変化がみられる。

2. 目的と方法

酒蔵の農業参入を含めた原料米調達の方法とその効果や課題を分析し、地場産業の側面が強い酒蔵が地域農業に与える効果を解明する。先行研究から酒蔵の農業への参入理由は事業規模や製品ラインアップによって異なるため、本研究では秋田県内の高付加価値な清酒を主力とする中小規模の酒蔵を対象とし、農業参入した酒蔵2社と、地元農家に栽培を委託する酒蔵2社の計4社で聞き取り調査を実施した。

3. 結果

①A社は原料米254tのうち、自社栽培で2.6%、委託栽培で76%を調達している。自社栽培はその年の原料米の品質のモニターと従業員の年間雇用の場の創出を目的としており、委託栽培は高品質な酒米の調達を目的としておこなわれている（表1）。

②B社は原料米480tのうち、自社栽培で3%、委託栽培で97%を調達している。自社栽培と委託栽培の最大の目的は、自社が求める高品質の原料米（無農薬米）を確保することである。また、農業法人も設立し自社栽培の拡大を計画している。

③C社は原料米216tのうち、8割以上を地元の酒米研究会から調達している。委託栽培の目的は、地場産の原料米を確保することであり、今後は委託先農家の高齢化に対し、将来的な受け皿になるための農業法人を準備しており、現在は地域の住民の交流の場としてカフェを運営している。

④D社は原料米117tのうち、約80%を地元の酒米研究会から調達している。委託栽培の目的は、原料米の安定的な確保と清酒の付加価値向上のためである。また、地域に一定の担い手が確保されていることから、農業参入の展望はみられなかった。

表1 調査酒蔵における原料米調達と地域農業への効果

	自社栽培		委託栽培		
	A社	B社	C社	D社	
清酒製造量 (kl)	320	396	216	117	
原料米調達 (kg)	自社栽培	6,720	15,630	0	0
	委託栽培	194,280	464,370	156,000	78,000
	その他	53,400	0	8,100	19,500
	計	254,400	480,000	164,100	97,500
自社栽培と委託栽培の目的	原料米の品質の確認 高品質な原料米の調達 従業員の年間雇用の場	地元産の原料米の調達 高品質な原料米調達 付加価値の向上	地元産の原料米の調達 高品質な原料米の調達	原料米の安定調達 高品質な原料米の調達 付加価値の向上	
地域農業への効果	リタイア農家の受け皿	リタイア農家の受け皿 地域経済の発展 耕作放棄田の復田	リタイア農家の受け皿 地域農家の技術向上	酒米のブランド力向上 地域農家の技術向上	

資料：筆者調査

4. 考察

酒蔵の原料米調達による地域農業への効果として一番多く挙げられたのは、地域農業の担い手としての農業参入や将来的な受け皿になることである。農家の高齢化や後継者不足の問題に対し、高付加価値化やテロワールの考え方が浸透しつつある酒蔵が、高品質な原料米を安定して地域から調達することや、地域農業や田園風景を保護するため、こういった取り組みが増えていることが考えられる。また地域への効果が最も顕著なB社では、高品質な酒米を高値で買い取る仕組みがあり、それが地域の復田に結びついていた。また、B社では地域性を生かしたブランド化の展望があり、今後も、継続して地域への投資がおこなわれ、地域農業への波及効果はさらに大きくなると考えられる。

2-6 鉄道事業者による農業・関連産業への参入の意義 —JR 東日本グループを事例に—

串田 陽香 (政策・経営マネジメントプロジェクト)

1. 目的

21 世紀に入り、企業の農業参入が注目されていると言われる。先行研究をみると今までは、建設業や食品関連企業等を対象とした研究が見られていた。しかしながら、先行研究を見る限り、鉄道事業者による農業への取り組みに関する研究はあまり見られていないため、今後さらなる研究が必要になると考えられる。本論文では、鉄道事業者による農業への取り組みを調査し、その実態と課題を明らかにしたものである。

2. 方法

農業やその関連産業に取り組む、東日本エリアの鉄道事業者である JR 東日本グループの宮城県仙台市の株式会社 JR アグリ仙台と青森県青森市の A-FACTORY へ聞き取り調査を行った。2 社の選定理由として、1 次産業に取り組む株式会社 JR アグリ仙台、2 次産業に取り組む A-FACTORY という組み合わせから JR 東日本グループが農業・関連産業に取り組む意義について考察している。

3. 結果と考察

株式会社 JR アグリ仙台は 2017 年に開業し、生産事業、商品開発事業、販売事業と様々な事業を展開することで「出口」のある農業を目指している。

課題としては、安定した利益、地域活性化が挙げられた。利益を出すことは、ハードルが高く、生産事業、販売事業、商品開発事業の 3 つの軸のどこに力を入れるかについても課題となっている。また、地域活性化をするためには、地域の農業を活性化させなければならないと考えられている。農業の後継者不足など農産物生産を持続可能なものにしなければならないため、地産品の情報発信をしていくことで農業やその地域の魅力を伝えていく。

A-FACTORY は、青森県産リンゴをシードルなど各種飲料に加工する工房や青森県産の多様な食材が楽しめる市場として 2010 年に開業された。

課題としては、原材料の確保においては、原材料となるリンゴの生産者が高齢化や後継者不足により減少している。このように原材料の確保が難しくなってくるとシードルの単価も上がってしまう可能性が出てくる。

事例調査から分かった取り組み課題は 2 つある。1 つ目はどちらも農業生産までは充分に行っていない点である。株式会社 JR アグリ仙台では、今後の展望としては、株式会社アグリ仙台の社員が農産物生産に携わることを目標としている。自社の農産物生産は地元農家に生産を委託している。将来的には、自社の社員が農業生産を行うことを目標としているが、現状として社員は少なく、農業に関しての技術・知識もまだ充分ではない。

A-FACTORY では、原材料となるリンゴの生産者が高齢化や後継者不足により減少している現状から、原材料の確保を安定的なものにするために、将来的には、設立当初の理想であった原材料の生産から販売までの一貫した作業を A-FACTORY で行えば良いと考えている。

このように 2 社とも将来的には、農業生産を行いたいという意思はあることが分かった。今後は、生産に向けた取り組みを拡大・実施することに期待したい。

2 つ目はどちらもまだ消費者の認知度がまだ充分ではない点である。株式会社 JR アグリ仙台では、首都圏エリアでの出張販売や地産品ショップでの販売を行っているがその認知度はまだ高くはない。A-FACTORY では、「ICC 2019」の受賞等から海外での認知度は向上したが国内の消費者への認知度はまだ充分ではない。

このように 2 社とも消費者への認知度はまだ充分ではなく、JR 東日本グループの情報発信力を上手く活用し積極的に活動をアピールしていく必要があると考える。

2-7 地域振興政策としての GB ビジネスの特徴

齊藤 美彩 (政策・経営マネジメントプロジェクト)

1. 背景

現在、少子高齢化による農村集落の過疎化が進行し、集落コミュニティ機能の低下やそれに伴う様々な問題が顕在化している。秋田県においても、小規模高齢化した集落では、農林地の維持・保全をはじめ、祭りなどの年中行事の活動が停滞する状況にある。今後、そうした小規模集落では集落そのものの維持・存続が危ぶまれる状況にある。こうした集落の活性化に向けて、秋田県庁では独自の取り組みが進められてきている。

2. 目的と方法

秋田県における地域振興政策のありかたについて、秋田県庁で行われている「GB ビジネス」という取り組みに着目し、GB ビジネスの特徴と課題を明らかにする。「GB (じっちゃん・ばっちゃん) ビジネス」とは、自治会や町内会等の地域住民参加のもと、住民の“経験や技”と山菜やきのこ等の“地域資源”を活用して、新たな地域の収入を得る取り組み。県内の複数の地域がネットワークを組み、首都圏スーパーに天然山菜やきのこ等を共同出荷している。山菜以外にも、きのこ、わらび粉、笹の葉、桜の葉などを扱っている。ここでは、県庁における GB ビジネスの推進手法の特徴を明らかにするとともに、GB ビジネスに取り組む代表的集落と主要な取引先に聞き取り調査を行い、県庁における GB ビジネスの課題を明らかにする。

3. 結果および考察

これまでの山菜の採取は、自分の家庭で食べるものを食べる分だけ採取するだけで終わっていたが、GB ビジネスにより販路が提供されたことによって、住民により採取・販売が行われるようになった。このもとで女性や高齢者の参加が進むなど、個人レベルでは行動の活発化がみられた。人々の参加は、わずかながらもそれまで得られなかった収入が GB ビジネスのもとで得られるようになったこと、人と触れ合う機会が増えることにより促されていた。

GB ビジネスが集落に与えた効果は、現段階では必ずしも明確ではなく、この取り組みのもとで山菜販売が多く利益をもたらしたり、人口減少が止まったり、若者の定着が進んだりする状況は少なくとも現段階では見られない。ただし、GB ビジネスのもとで未利用あるいはその恐れがある資源が保護・利用されるようになるとともに、GB ビジネスを契機に、山菜の道の駅への出荷やネット販売の開始、山菜加工事業への展開、および山菜以外の取り組みの拡大が見られた。

GB ビジネスは、県単独の施策として取り組まれてきたが、補助金等の資本支援による誘導は見られない。GB ビジネスの中核は、県庁担当者による集落への参画誘導およびスーパー等への新たな販路拡大要請という二つのマーケティングにある。

ここでの取り組みの課題は、第一に、GB ビジネスは人的ネットワークを母体としており、担当者の変更によりネットワークの機能が弱まること。第二に、集落における持続性の点で、現在集落における山菜採取は高齢者により担われ、これを次世代に継承する動きは必ずしも明瞭ではないこと、第三に、GB ビジネスの経済性の点で、現在の集落による GB ビジネスは低賃金の下で維持されていることから、若手世代の参画の妨げとなっている恐れがあることである。このため、GB ビジネスの安定化に向けて、事業や地域をコントロールしていくマネージャーの育成、事業継続に向けた県民の理解誘導、事業拡大による経済性の向上が必要となる。

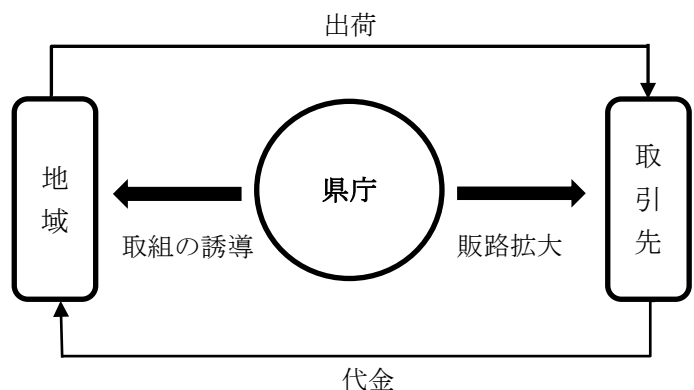


図 GB ビジネスのしくみ

2-8 地域ベース型法人 — “つながり” と戦略 —

布谷 里紗 (政策・経営マネジメントプロジェクト)

1. 目的

「生産者と地域住民の関わりを強めることで、生産者が自らの役割を意識しやすくなり、農業農村の持続性を高めることができる」という仮説のもとで、生産者と地域住民間の密接な関わりがみられる地域ベース型の農業法人の事例を素材に、そうした法人が行う事業の特徴、取引先である生協や生協組合員（消費者）との関係、従業員の意識にみられる特徴について明らかにする。

2. 方法

地域ベース型法人として、岩手県の「かさい農産」を取り上げ、以下を行う。

- ①役員へヒアリングを行い、かさい農産設立後の推移、組織体制、経営理念、事業内容を明らかにする。
- ②かさい農産の中心的取引先である、いわて生協担当者へヒアリングを行い、かさい農産との関係について明らかにする。
- ③地元の生協組合員（役員）へのヒアリング、及び生協の店舗を訪れた一般消費者 20 名への店頭アンケートを行い、生協組合員のかさい農産との関わりや、消費者の商品購入意識について明らかにする。
- ④かさい農産の従業員へのヒアリング及びアンケート調査を行い、かさい農産の就労先としての評価や今後の就労継続意向を明らかにする。

3. 結果

①-1 かさい農産は 2003 年に設立され、野菜生産販売を事業の中心とし、構成員 4 名、従業員・パート等 27 名のほか、併設する別会社で障害者 21 名が就労する。設立後、売り上げを伸ばしてきており、2018 年の売上高は 94,403 千円に達する。

-2 かさい農産では、従業員の役職名はあるものの権限関係は必ずしも明確ではなく、役員と職員間ではフラットな情報交換が行われる。

-3 かさい農産は、「つながる」を理念とし、取引先や地域との関わりを重視する。野菜生産・加工等の営利事業のほか、障害者雇用や、地元住民を対象としたふれあい市等の非営利事業を行う。障害者雇用や非営利事業は、障害者施設職員や障害者家族の要請や、従業員提案を採用したものである。

②いわて生協では、消費者と生産者と企業（生協）は同等との理念のもとで、県内の産直産地の育成と、自らの店舗での販売を進めている。かさい農産を中心とする「いわい農産研究会」は産直産地の一つであり、生産安定化に至るまでの経済的バックアップ、店舗における商品の優先的な販売（販売コーナーの設置、同一品目を他からは仕入れない等）、災害時の資金支援等が行われてきた。

③-1 地元の生協組合員とかさい農産（いわい農産研究会）では、年 1 回の生協組合員の産直交流会、月 1 回の店頭販売（3～12 月）等、直接的な関与の機会が設定され、産直交流会参加者は増加している。店頭販売では生協組合員によりレシピ作成や試食品提供がなされる。このほか、年 2 回行われる生協組合員の「つどい」では、生協側の予算により、いわい農産研究会の野菜が宣伝・配布される。

-2 消費者への店頭アンケートでは、回答者の 65%が「産直商品を優先して買う」とし、「いわい農産研究会を知っている」は 40%であった。一部ではあるが「レシピを使ったことがある」（35%）、「今後産直交流事業に参加したい」（35%）等の回答がみられた。

④従業員調査では、雰囲気が良い、やりたいことができる、野菜を見る目が変わった等の意見があり、かさい農産と外部とのつながりが評価されていた。無回答を除くと 8 割以上が継続就労を希望していた。

4. 考察：地域ベース型法人

かさい農産は、生協（企業）、生協組合員（消費者）に支持・支援されて成立し、このもとで責任を持って野菜を供給している。また、住民に対する働きやすい雇用の場と、地域が必要とする事業を提供する。ここでは、かさい農産は、生協、組合員、地域の人々にとってなくてはならない存在となりつつある。こうした地域ベース型法人は、地域に認められて存在意義があるとするかさい農産のスタンスと、かさい農産と生協、生協組合員との地域の将来像の共有や、信頼関係のもとで生み出されたとみられる。