

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 26 日現在

機関番号：16301

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2012～2015

課題番号：24560747

研究課題名(和文)「新しい公共」における農村型社会的企業の意義と役割

研究課題名(英文) The meaning and role of "Rural Social Enterprise" in a context of New Public Commons in Japan

研究代表者

佐藤 亮子 (SATO, Ryoko)

愛媛大学・地域創成研究センター・准教授

研究者番号：50554341

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 4,100,000円

研究成果の概要(和文)：仮定義に基づき選抜した農村型社会的企業を調査した結果、当初の4項目(農業・農村の資源を活用した事業者が 農業・農村が持つ価値をサービスや商品に表現・発信し、そのメッセージを受け取った都市住民が購買等の行動を起こし、それにより当該企業の経営が成り立っている)に加え、景観や環境含む地域資源を守ることが自身にも有益と考える都市住民とのインフォーマルなつながりが形成されているという共通項が確認された。

研究成果の概要(英文)：At the beginning, we had tentative definition for "Rural Social Enterprise" (RSE). Our definition about RSE had four points. First, RSEs' goods or services should be produced with rural and/or agricultural resources in specific area or community. Secondly the values of them are expressed on the goods or services that RSEs supply. Then consumers in the city who understand the values act to buy and their choice and their activities support RSEs' business healthy and sustainable. Besides them, we found the fifth factor after our study. RSEs are organizing informal relationship with consumers in the city area. They are not only understanding the value of rural resources but also aware that preserving resources including landscapes and environments in rural and agricultural area is beneficial for themselves. So that RSEs get city people come to rural area and meet producers.

研究分野：観光まちづくり

キーワード：農村型社会的企業 地域資源 価値の発信 都市住民のインフォーマルなつながり

1. 研究開始当初の背景

経済協力開発機構 OECD は 2009 年、*The Changing Boundaries of Social Enterprises* を刊行した。そこには、「社会的企業が就労困難層の労働市場への再統合および不利な立場にある人びとへの(いわゆる福祉サービスだけでなく)人間的な生活を実現するためのサービス提供により社会的排除の解消すること、地方レベルで仕事を創り出すこと、人間関係資本や市民参加をつくり、それによって持続可能な地域社会をつくること」に貢献するに留まらない潜在能力が、社会的企業部門にはあるという認識があった(2010. OECD)。

折しも日本では、2009 年秋に起こった民主党政権の下、「新しい公共」が時代のキーワードとして台頭する。公共は、中央・地方の政府部門だけでなく、多様な市民活動による社会的ニーズに即した財やサービスの供給と連携によって創出されるという気運の高まりとともに、社会的企業がその重要な担い手の一つとして注目されるようになった。

だが当初、社会的企業の事例は都市型のものが多かった。一方、農村における新しい公共的な活動は、農業女性による利益より地域貢献を重視した傾向が強く、経済的自立ができない「地域活性化」活動が頻出した。地方に新たな仕事を創出すると言いつつ、ビジネスとして成立することが難しかったのである。それが 2010 年を過ぎた頃から、「田舎」であることが資源・価値となり、都市において受け入れられ、ビジネスとして成立する事業者が見られるようになる。本研究ではそれを「農村型社会的企業」と呼び、研究対象とすることとした。

2. 研究の目的

本研究では、農業や農村における企業活動が都市と農村に共通の価値観を創造し、社会全体に対して意義や役割を持つことが、すなわち経営的な持続性にもつながっていくことを示すとともに、その特徴を探究することを目的とする。そのため新たな概念として、「農村型社会的企業」を提起し、その上で以下の 4 点を明らかにすることとした。

- (1) 農村型社会的企業を定義する。
- (2) 事例をもとに、農村型社会的企業が目指す社会的役割と、それが企業経営にとってもたらす有意性を分析する。
- (3) 対象事例から、農村型社会的企業の経営を持続可能にしている価値や条件、仕組み等を整理する。
- (4) それらの成立要件の有効性や適応可能性を他の事例に当てはめて検証し、ビジネスモデルを構築する。

3. 研究の方法

本研究は、次の 3 つの方法によって行った。

- (1) 研究対象の絞り込み
経済産業省刊行の「日本を代表するソー

シャルビジネス 55 選」の中から、農村や農業分野で活動する事業体をピックアップし、さらに本研究が対象とする農村型社会的企業に該当するものを絞り込んだ。

- (2) 海外における農村型社会的企業研究
先駆的であるイギリスの社会的企業についての研究およびスコットランドにおける「農村型社会的企業」(Rural Social Enterprise)に関する研究についてのレビュー。また、スコットランドの「農村型社会的企業」の現地調査・研究者との意見交換を行った。
- (3) 国内の事例調査
農村型社会的企業を仮定義し、それに該当する事例について聞き取り調査を実施した。また滋賀県大津市で開催された「ソーシャルファームジャパンサミット」(2015 年 6 月)に参加し、特に農業・農村を基盤とした就労困難者支援ビジネスについて情報収集を行った。

4. 研究成果

(1) 農村型社会的企業の定義

農村型の前提として、「社会的企業」そのものの定義について考える。経済産業省によると社会的企業とは、以下の 3 点を満たす主体である(2008. ソーシャルビジネス研究会報告書)。

社会性： 現在解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること。

事業性： のミッションをわかりやすいビジネスの形に表し、継続的に事業活動を進めていくこと。

革新性： 新しい社会的商品・サービスや、それを提供するための仕組の開発、あるいは一般的な事業を活用して、社会的課題の解決に取り組むための仕組の開発をおもなくこと。

なお、「解決すべき社会的課題の内容により、活動範囲に地域性が生じる場合もあるが、地域性の有無はソーシャルビジネスの基準には含めず、「財、サービスの提供を行い、その対価を受け取る事を通じて、継続的な活動のための財源確保を図る活動である(ボランティアは該当しない)」。また、類似の概念として「コミュニティビジネス」があるが、社会的課題全般を解決するソーシャルビジネスのうち、地域的課題に特に着目するものがコミュニティビジネスであるという整理をしている。

前述のように農村における社会的企業は、衰退する地域の活性化を目的とするものが多い。しかし本研究では、「新しい公共」宣言の「すべての人々に居場所と出番があり、みなが人に役立つ喜びを大切に社会で、その中からさまざまな新しいサービス市場が興り、活発な経済活動が展開され、その果実が社会に適正に戻ってくることで、人々の生活が潤うよい循環」をもとに、「新しいサ

ービス」が興る場所を農業・農村、「その果実が社会に適正に」戻り「人々の生活が潤う」対象を、農村と都市（都市生活者）の双方と捉える。その点において、「農村地域の」課題解決を目指すコミュニティビジネスと区別して扱うこととする。

まず、本研究における農村型社会的企業を仮に次の4点で定義した。

農業・農村の資源を活用した事業であること。

農業・農村が持つ価値をサービスや商品として表現し、社会に発信していること。

それを受け取った都市住民自身が、その価値を認め、購買（利用）行動を起こしていること。

それにより、当該企業や地域の健全で持続可能な経営・発展が成り立っていること。

(2) 先行研究のレビュー

社会的企業に関する研究には、これまで提示されてきたいくつかの切り口がある。組織の性質面からはたとえば、市場性と社会性の2軸で事業体の位置付ける（2006. 谷本）のが基本的なアプローチである。また、ヨーロッパとアメリカにおける歴史・成り立ちの違い（2011. 秋山）、社会的・連帯経済体制概念の基礎としての議論（2013. 粕谷）など、多様である。

また社会的企業の分野で国際的にも先駆的であるイギリスについて、農村地域再生や地域農業振興を担う存在として社会的企業を取り上げた研究（2007. 粕、白石、重藤）がなされている。海外の研究者では、Artur Steinerowskiら（Scotland's Rural College, Rural Society Research Team）が農村における社会的企業について精力的に研究発表を行っている（2012. Steinerowski ほか）。

しかしいずれも、農村コミュニティの課題解決という側面が強く、「都市」との関わりを捉えようとする特徴は見られない。スコットランドについては現地調査にも赴いたが、Rural とはいえ比較的、「街」に近い農村での調査となったこと、また羊を中心とした畜産業が主体の農業という特性もあってか、残念ながら本研究で対象とするような事例に出会うことはできなかった。

(3) 国内事例調査

経済産業省が発行する「ソーシャルビジネス55選」で取り上げられているもののうち、農村型の活動は10件ほどであった。これに独自にピックアップした10件を加え、全20候補のなかから、仮定義にあてはまると思われる株式会社ぶどうの木（富山市）、株式会社飯尾醸造（京都府宮津市）、共働学舎新得農場（北海道新得町）、株式会社四万十ドラマ（高知県四万十町）、株式会社秋津野（和歌山県田辺市）に現地調査を行った。ここでは、特に農村型社会的企業として顕著な特徴を示す2事例について取り上げる。

株式会社四万十ドラマ

1994年設立の同社は、「最後の清流」と呼

ばれる四万十川に負担をかけないものづくり」を事業理念として、「道の駅四万十とおわ」の経営を核に、檜の間伐材や茶、栗など地域の資源を用いて商品開発し、「ひのき風呂」「しまんと紅茶」「しまんと地栗われ」など特徴あるネーミングとパッケージで販売している。また2014年には四万十川を見下ろしながらモンブランと紅茶を味わう「おちやくりカフェ」をオープンさせた。多角的な発信が都市の事業者や住民の共感をよび、売上5億円にのぼる。

首都圏の事業者からも引き合いがあるが、取引条件として「現場に足を運ぶこと」を義務づける。一般社団法人いなかパイプと連携し「田舎ビジネス・インターンシップ」プログラムを開発するなど、田舎の真の姿と価値を認識させる仕組みを作っている。一方、社内に擁するNPO法人RIVERでは、古紙を活用して開発した「しんぶんバッグ」の全国コンクールを開催することを通して環境配慮を訴えている。また同組織は「ナニガユタカナコトナノカ」という趣旨に賛同する会員の会費収入で運営しているが、筆者も含め会員の範囲は全国に及ぶ。社内に別法人を抱えることで、事業内容に関心を持つ都市の住民を組織している。

株式会社飯尾醸造

同社は、明治に始まる酢醸造会社である。「醸は農なり」の精神に基づき、昭和30年代から地元農家に無農薬栽培で米を作るよう依頼し、原料と製法にこだわった酢づくりを続けてきた。農家の高齢化に伴い山間部の棚田の維持が難しくなると、農業機械や資材を自社で購入・提供し、より条件の悪い水田を借り上げて従業員が耕作するなどして棚田での米づくりを維持してきた。

東京の大学で醸造を専門に学んだ5代目が携わるようになってからは、同社の商品の購入者のメーリングリストを作成、会員から田植えや稲刈り作業の手伝いを募っている。作業日は会員どうしの交流会も催し、ともに棚田の米と同社の酢で手巻き寿司にし、宮津の鮮魚を堪能する。

都市からきた消費者は、自分がふだん食べている酢の原料ができる過程や環境、それを通して美しい棚田の景観が守られていることを、体験をもって知り、「食べることが農の一部」と意識するようになる。さらには、全国の小規模だが高品質の商品を生産している農家や加工業者を自社の利用者ネットワークに紹介し、販路獲得の支援も行っている。

以上の2事例はともに過疎化の進行が著しい場所を拠点に、間伐材、お茶、栗、椎茸、米など農業・農村の資源を活用したビジネスで、清流・四万十川の環境や棚田の景観を守っている。またそれぞれの商品は、製法にこだわり、ネーミングやデザインパッケージ、ストーリー性が表現されたものになってい

る。価格的には地方の相場からすると高価な商品になっているが、こだわりや背景に魅力を感じる都市生活者に受けているのである。地元での販売もそれなりにはあるが、東京や京都・大阪をはじめ都市部に強力な顧客を持っており、中小企業ながら健全な経営を実現できている。

以上のように、2社はきわめて農村型社会的企業性の高い事業者であるが、仮に定義した4点に加え5番目の要素があることがわかった。それは、商品や事業のコンセプトに賛同する都市生活者(利用者)と事業者とがつながる仕組みをもっていることである。

たとえば四万十ドラマは、道の駅の個々の買物客については特にリスト化するなどしていないが、RIVERは会員制であり、会員はメンバーズカードを示すことで道の駅での買い物に割引特典がある。また、大口の顧客である都市部のバイヤーや量販店、あるいは企業は必ず現場に足を運んでいる。

飯尾醸造は、同社の商品の購入者のうち希望者をメーリングリストでつなぎ、定期的にメールで情報を送っている。その内容は、酢のレシピやギフト商品の紹介、仕込みが始まったお知らせ、時には不手際のお詫びなどに加え、田植えや稲刈り体験募集情報も入っている。このメールを受け取った消費者は、希望すれば自分が食べている酢の原料づくりに参加できるのである。棚田での米作りの苦労と、それによって生み出されている景観の素晴らしさを、身をもって知ることになる。

設立の経緯・事業のスタイルは異なるが、いずれも広く市場に流通する独自の商品を開発・販売しながら、地域に“外貨”をもたらしている。その際、地域資源(景観や環境も含む)の価値を都市に発信することが、購買者獲得の重要なファクターとして機能しているのである。そして、その資源を守ることが自身にとってもメリットであると考え、都市生活者(利用者)のネットワークができており、現場に足を運んでいる。

本研究では、以上のような共通要素が農村型社会的企業の一つのビジネスモデルを構築していると考え、当初は、このモデルを用いて潜在的農村型社会的企業を対象にワークショップを行う計画であったが、今後の課題としたい。

<参考文献>

- OECD編著、連合総合生活開発研究所訳、社会的企業の主流化～「新しい公共」の担い手として、明石書店、2010
谷本寛治、ソーシャル・エンタープライズ～社会的企業の台頭、中央経済社、2006
柏雅之、白石克孝、重藤さわ子、地域の生存と社会的企業～イギリスと日本との比較を通して、公人の友社、2007
柏雅之、イギリスの農村・農業領域における社会的企業の展開と課題、生活経済政策、No.149、2009、35-40

岸上光克、廃校利活用による農山村再生、JC総研ブックレット No.9、筑波書房、2015

C.ボルガ・J.ドゥフルニ編、内山哲朗・石塚秀雄・柳沢敏勝訳、社会的企業～雇用・福祉のEUサードセクター、日本経済評論社、2004

中川雄一郎、社会的企業とコミュニティの再生～イギリスでの試みに学ぶ、大月書店、2005

西山未真、農村と都市を結ぶソーシャルビジネスによる農山村再生、JC総研ブックレット No.13、筑波書房、2016

Artur Steinerowski, Can social enterprise contribute? Using the lens of structuration theory to analyse the emergence of rural social enterprise, Local Economy, 27(2), 2012, 167-182

秋山紗絵子、日本における社会的起業論の現状と課題、岩手大学人文社会科学研究所紀要、第20号、2011、51-60

粕谷信次、持続可能な社会・経済システムを求めて～『社会的・連帯経済体制』の可能性』再論、大原社会問題研究所雑誌、No.662、2013、10-27

山本公平、農業・農村における社会的企業に関する既往関連研究の整理と課題、広島経済大学経済研究論集、第35巻第4号、2013、93-105

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計9件)

西山未真、ソーシャルビジネスによる農村の価値の発信とテーマコミュニティ～高知県四万十町「おかみさん市」の出資者への意向調査をもとに、農業経営研究、査読有、53巻3号、2015、pp.87-92

共同執筆、佐藤亮子(9人中9番目)、住民自治組織設立による効果に関する研究～松山市堀江地区と伊予市佐礼谷地域の調査から、愛媛大学地域創成研究年報、査読無、10巻、2015、pp.27-62

Mima Nishiyama, Development of social business as a tool for reorganizing rural communities; A watershed case study of Shimanto River in Kochi prefecture, Asian rural Sociology 4 “From Challenges to Prosperous Future in Rural Asia” Rural Sociology Association, Vol.2, 査読有, 2015, pp.7-14

Mima Nishiyama, Emergence of “Food Citizen”; Citizens’ role in sustaining coexistence in rural and urban areas, Poverty Alleviation and Rural Development through Alternative Socio-economic Regimes: Fair Trade Movement and Economic of Virtue, 査読無, 2014, pp.51-59

佐藤亮子、各地で広がる市活動の運営実態と今後の展開に向けた課題～半島担い手強化プロジェクト「手と口の距離を近づけるまちづくりマーケットを開こう」の調査結果をふまえて、愛媛大学地域創成研究年報、査読無、9巻、2014、pp.25-34
佐藤亮子、さまざまな「市」運営の仕組み比較～アメリカ・フランス、日本の事例より、愛媛大学地域創成研究年報、査読無、8巻、2013、pp.1-9
共同執筆、佐藤亮子(10人中10番目)、地産地消とそれを取り巻く地域のあり方～「食」を通じたひとびとのつながり、愛媛大学地域創成研究年報、査読無、8巻、2013、pp.19-52
西山未真、農村コミュニティにおけるソーシャルビジネスの意義～高知県四万十川流域を事例として、農林業問題研究、査読無、49巻、2013、pp.427-433
西山未真、地域再生のための農村女性起業の役割と課題～高知県四万十町十和村「おかみさん市」を事例として、年報村落社会研究、査読有、48巻、2012、pp.145-180

〔学会発表〕(計11件)

Ryoko Sato, The possibility of an Agricultural Social Enterprise, 14th International Rural Sociology Association, Aug. 13th, 2016, Ryerson University, Toronto, Canada
佐藤亮子、合併後の中山間集落維持における女性起業の可能性～宇和島市御旗地区での実践より、日本農村生活学会、2015年10月10日、千葉大学(千葉県・松戸市)
佐藤亮子、農産物直売所活性化2つのポイント～四国の事例を参考に、長野県北アルプス山麓ブランドの日セミナー、2014年11月1日、長野県大町市アプロード(長野県・大町市)
佐藤亮子、地域におけるファーマーズマーケットの役割、JICA 地域における中小企業振興コース、2014年10月12日、土佐西南大規模公園体育館会議室(高知県・黒潮町)
西山未真、ソーシャルビジネスによる農村の価値の発信とテーマコミュニティ～高知県四万十町「おかみさん市」の出資者への意向調査をもとに、日本農業経営学会、2014年9月20日、東京大学(東京都・文京区)
Ryoko Sato, Role of farmers markets in creating opportunity for individuals and communities, Interdisciplinary innovative programs hub lecture series, June 13th, 2013, Tulane University, LA, USA
西山未真、食と農を地域で結ぶ取り組みの社会的役割、日本農業経済学会、2013

年3月30日、神戸大学(兵庫県・神戸市)
Ryoko Sato, Direct marketing is creating new value; from cases in Shikoku island, World Congress of Rural Sociology, Aug. 3rd, 2012, Institute Superior de Ciencias e Politicas, Lisbon, Portugal
Mima Nishiyama, The rise of "Food Citizen"?; Local food movement and their participation in Japan, World Congress of Rural Sociology, Aug. 3rd, 2012, Institute Superior de Ciencias e Politicas, Lisbon, Portugal
Ryoko Sato, The role of market for a disaster community; from a case of Kesen-numa devastated city of Tsunami, International Public Markets Conference in the US(招待講演), Sep. 21st, 2012, Renaissance Hotel Cleveland, Cleveland, OH, USA
西山未真、農村コミュニティ再生とソーシャルビジネスの展開～高知県四万十川流域を事例として、地域農林経済学会、2012年10月20日、大阪経済大学(大阪府・大阪市)

〔図書〕(計5件)

大西正志、竹内康博、佐藤亮子他編著、ペリかん社、地域と連携する大学教育の挑戦、2016、352
西山未真著、小田切徳美監修、筑波書房、農村と都市を結ぶソーシャルビジネスによる農村再生、2015、56
湯浅良雄、大西正志、崔英靖編著、晃洋書房、地域創成学、2014、pp.154-183
林まゆみ編、彰国社、地域を元気にする実践! コミュニティデザイン、2013、pp.76-97
湯浅良雄、山本修平、崔英靖編著、晃洋書房、地域再生学、2011、pp.171-199

6. 研究組織

(1) 研究代表者

佐藤 亮子 (SATO, Ryoko)
愛媛大学地域創成研究センター・准教授
研究者番号: 50554341

(2) 研究分担者

西山 未真 (NISHIYAMA, Mima)
千葉大学園芸学研究所・准教授
研究者番号: 70323392