

# 地域資源を活かした農村社会の活性化における農業法人の役割

生物資源科学部 生物環境科学科  
2年 鷲尾 環

指導教員 生物資源科学部 生物環境科学科  
准教授 中村 勝則

## 1. 背景と目的

近年、農村社会では、人口流出とそれに伴うコミュニティ活動停滞による住民の関係性の希薄化と、2000年代における市町村の合併による行政機関と地域住民との関係性の希薄化(行政の後退)が原因で、地域の空洞化が問題となっている。そのため、農村社会の地域活性化が求められるようになった。地域活性化をここでは「人・物・金が地域内外で行き通うようになること」と定義する。岡田(2005)は地域活性化のためには、大企業を誘致するより「地域資源を生かした地域資本を意識的に形成あるいは育成していく方が、はるかに確実かつ効果的である」と述べている。

そんな中、地域資本として注目されるのが農業法人である。食料生産だけでなく、地域活性化という新たな役割が農業法人に期待されるのではないだろうか。そこで本研究では、先行事例の分析から、地域資源を活かした農村社会の活性化における農業法人の役割に接近する。

## 2. 対象と方法

### 1) 対象

対象として、地域の活性化に向けて地域資源の発掘活動に先駆的に取り組んできた宮城県の農業法人、I法人を取り上げる。経営概要を表1に示す。経営創業は1988年で、「農業を食業に変える」という理念を掲げており六次産業化に力を入れている。事業内容は、養豚を中心とした農畜産物の生産、またその加工である。他にも隣接した直売所やレストランの経営を行っている。社員数は20名、常用パートは20名を雇用している。

加えて、I法人では地域活性化を目指す有志の組織である「N地区活性化協議会」や「NPO法人あるものさがしの会」の設立に携わるとともに、事務局を自社に置き、活動を支援している。これらの組織と地域との関係性を表すと図1のようになる。取り組みについては後述する。

表1 I法人経営概要

所在地	宮城県登米市
創業	1988年
法人化	1989年
資本金	3000万円
社員数	社員20名、常用パート20名
事業内容	農畜産物生産(養豚、水稻、果樹)、食肉製品製造・販売、レストラン経営、地域農産品販売

資料：伊藤ら(2019)より。

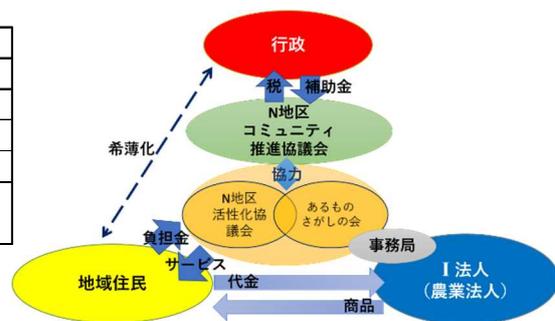


図1 N地区の関係図

資料：ヒアリングにより筆者作成。

## 2) 方法

I法人に対するヒアリング調査を行い、以下の三点についてまとめる。

- ① I法人における事業展開をトレースするとともに、地域との関係構築プロセスについて整理し、要点を析出する。
- ② N地区全域を対象とする地域資源発掘活動へ発展できた理由を分析する。
- ③ 地域資源発掘活動の企画運営に農業法人が関与する上での課題について検討する。

## 3. 結果

### 1) 関係性構築プロセス

I法人の経営史において地域と関係深い事業内容を表2にまとめた。

創業当初は、「農業を食業に変える」という経営理念を掲げ、生産・加工・販売を行っており、企業の側面が強い傾向にあった。

その後、地域資源発掘活動につながる第1の転機を迎えることになる。2004年に「人と自然へのやさしさをもとめて」という社会貢献事業としての理念を追加し、さらに「農産」の意味を『農村の産業化』としてとらえ直した。同年に、地域資源を活用した活動を行うために企画室を設置した。加えて、2006年には、地元住民有志60名からなるNPO法人「あるもの探しの会」の設立に携わった。NPO法人ではその土地の歴史や文化を知ることのできる場に直接赴き、地域に賦存する資源の掘り起こしと可視化を行った。ここでは、地域住民と共に地域資源発掘事業を行っていたといえる。

さらに第2の転機として、2015年にN地区活性化協議会の設立に関わったことがあげられる。この協議会は地域資源の価値を活かし、都市住民との交流を図ることを目的とした組織である。構成員は社員のS氏、新田地区の一部の区長、公民館館長などの11名であり、地域住民だけでなく行政関係者も含まれている。この組織が行った代表的な行事が「食の文化祭」であり、住民だけでなく行政も巻き込んだ大規模な地域資源発掘活動へ発展したといえる。

その後、2018年からはこれまで発掘してきた地域資源を組み込んだ、I法人をはじめ地域内の農家や住民が提供できる「農村産業化」ビジネスモデルの構築を目指している。

以上から、I法人が地域社会との関係構築に向けて行った要点をまとめると、以下の3点になる。

- ① 地域活性化を目指す地域住民の活動母体を組織し、事務局を担ったこと。
- ② 地域資源の発掘や可視化などの活動を積極的に支援したこと。
- ③ 地域との関係構築を行たうえで地域資源を活用した、新事業の展開を進めようとしていること。

表2 I法人の事業展開

年	事業内容
1988	創業 理念「農業を食業に変える」
1989	法人化
1991	ハムショップ始動
2000	直売所開設
2002	手作りウィンナー作り体験開始 自社の豚肉を商標登録し、贈答品としての価値をつける
2004	追加理念「人と自然へのやさしさを求めて」 『農村の産業化』 企画室設立
2005	自然学校開始
2006	NPO法人あるもの探しの会の事務局を置く しゃべり場クラブ
2014	レストラン設立 直売所増設
2015	N地区活性化協議会の事務局を置く →第一回食の文化祭 食農体験のメニュー提供と施設設置
2016	N地区活性化協議会の事業への協力 →第二回食の文化祭
2018	農泊事業開始 食農体験プログラムの開始

資料：I法人ヒアリングより作成

## 2) 社員S氏による地域資源発掘事業が重要である理由

「食の文化祭」は、都市農村共生対流総合対策交付金（現在は農山漁村振興交付金）を活用して行われ、N地区における地域資源発掘活動の一つの到達点を成す。N地区の住民が思い出のある手料理を一品持ち寄り、互いに思い出を語り合いながら食事をするというもので、地域の伝統料理だけでなく、住民の人柄も地域資源として掘り起こすことを目的とした。その成果は冊子としてまとめられた。この事業において、I法人の社員であり、かつN地区活性化協議会の事務局を担当するS氏の存在が極めて重要であった。その理由を彼女の経歴を示した表3を見ながら以下の3点にまとめる。

1つ目は、S氏が農村に対して魅力を感じていたことである。S氏は学生の時に行っていた農業体験を通して、農村には豊かな地域資源があることを実感していた。そこで起こったのが、2011年の東日本大震災である。都会での買い占め騒動を目の当たりにし、都会のもろさを痛感するとともに、農村へ移住するために農業法人へ転職を決意した。

2つ目は、S氏が小田切(2009)の言う「都市農村交流の鏡効果」をもたらしたことである。この効果は、地域外都市の人々と交流することによって、その地域の資源を再評価できる効果のことをいう。彼女はN地区外出身で、いわゆる『よそ者』である。彼女の存在によって、地域住民はそれまで当たり前であった有形無形の地域資源を価値あるものとして自覚することができた。それが、住民の事業への参加につながった。

3つ目は、S氏が方法論を獲得していたことである。I法人の企画室に配属され「農村産業化」の方法論を模索していた時、「地元学」を提唱する結城登美雄氏との出会いがあった。彼女は結城氏の事業に参加し、「どのような地域資源があるかを明らかにするには食文化から調べていくとよい」という助言を得た。これが「食の文化祭」の企画につながった。

表3 S氏の経歴

	年代	S氏の出来事	農業・地域との関わり
学生時代	小学校 まで	秋田県出身 小学生の時に仙台に引っ越す	実家は非農家 農業には興味なし
	大学	大学へ進学 一山形県に訪問し農業体験をする フィールドワークに参加	グリーンツーリズムやエコツーリズムに惹かれる 農家との関わりが増える 農業に興味を持ち、就農も考える
第一就職	就職	東京のサービス会社に就職 営業職に就き、調査・マーケティングを行う	農業ボランティアを行っていた
第二就職 模索期	2011	東日本大震災 都会で買い占め騒動が起きる 転職活動	都会のもろさを痛感し、就農することを決める 6次産業化を行っている農業法人を探す
	2012	I法人に就職 企画課に就き、事務作業や他の業務を行う しゃべり場クラブに参加	仕事(事務・農業・営業)に追われる毎日 新田地区の地域の方々との交流があった
	2013	結城登美雄氏との出会い	地域資源の活用方法について学ぶ 食文化に関する事業を始めようとする
順応期	2015	N地区活性化協議会を作る 第一回食の文化祭を企画	食の文化祭において、 地域の方々のもとに足を何度も運び、 開催目的の理解を得ようとする
	2016	第二回食の文化祭を企画	持続的な事業に変えていきたいと考える
	2017	食のソムリエ研修を受ける 他地区と合同の観光事業を始める	他の地域との連携を図る
自立期	2018	農泊プログラムを進める	誘客事業に力を入れる
	2019	通販の仕事を行っている	自立運用できるモノづくりを目指す

資料：ヒアリング調査より作成

## 3) 地域資源発掘活動の企画運営において乗り越えるべき課題

「食の文化祭」で、先に見たような成果を上げたが、その道程には障壁いくつか存在した。1つ目が、人間関係の形成だ。彼女は『よそ者』であるため、まず地域住民との関わりを作る必要があった。N地区では既に直売所やNPO法人の存在していたため、これらを足掛かりとして、住民との交流や関係形成にアプローチした。

2つ目が、住民からS氏の立場に理解を得ることである。S氏が住民に「食の文化祭」の事業案を持ち出した際、しばしばI法人の利益のために行う事業であると誤解された。住民にとってS氏はN地区活性化協議会より、I法人の一員としての認識が強かったためである。す

すべての住民から事業に対する正しい理解を得るために、何度も足を運び、説明し、時間としては2年かかったという。

3つ目に、合意形成だ。N地区で新事業を行うためには、地域内のコミュニティ活動の運営を行っているN地区コミュニティ推進協議会からの承諾を得なくてはならない。この協議会は公民館に事務局を置いており、行政区長・文化部部长・体育部部长・地域づくり部部长・事務局長を常任委員としている。S氏は協議会の役員全員から承諾を得る必要があることを知らなかったために、事業の開催準備が滞ってしまった。

以上のように既存の地域住民、組織との良好な関係作りが求められる。

#### 4. 考察・課題

以上をふまえて、図2を参照しながら、地域資源を活かした農村社会の活性化における農業法人の役割について考察する。

役割は2点考えられる。1点目が、活性化に向けた活動の事務局機能を担う点である。事業体である法人が前面に出るのではなく事務局として支援することが、地域活動との折り合いを比較的容易にすると考えられる。こうした支援を通じた地域資源の発掘と再評価は、資源の豊富化と住民の自覚と誇りを高め、地域のコミュニティ活動の充実につながる。加えて、住民や事業体の経済活動を誘発し、「農村産業化」の基盤になるのではないだろうか。

2点目が地域内外の物と金、人をつなげる役割である。既存のコミュニティ活動だけでは限界を有するが、事業体である農業法人が「外商」の中核として地域外への農産物を販売することで地域に還元する利益を生み出せるようになる。また、販売を通して交流人口の増加を促すこともできる。交流人口の増加は、定住人口の増加の可能性を広げると考えられる。

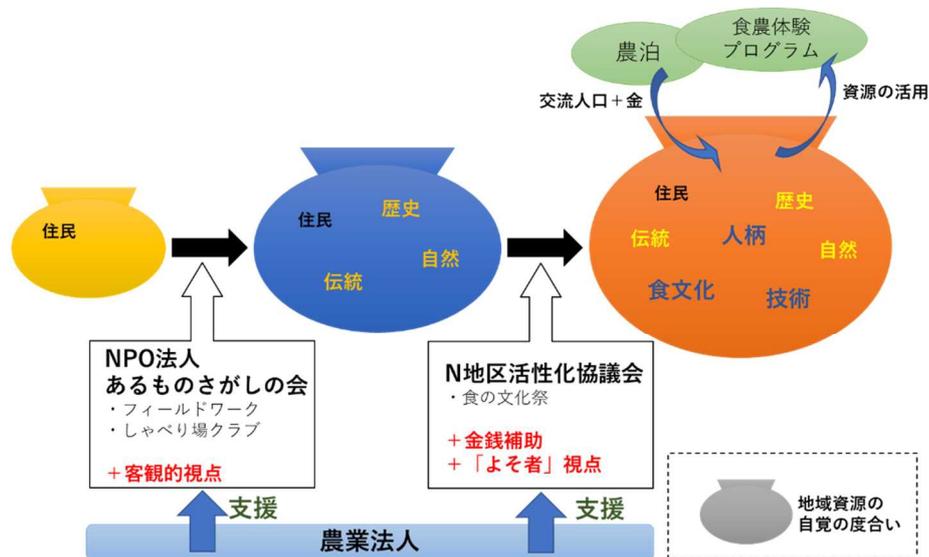


図2 住民の地域資源に対する自覚を起因とする地域活性化と農業法人の役割

資料：ヒアリングにより筆者作成。

#### 引用文献

伊藤秀雄・伊藤房雄「養豚・食用加工を基軸とした多角化戦略と農村産業化」『農業経営研究』57(2)：2。

岡田知弘(2005)『地域づくりの経済学入門—地域内再投資論—』自治体研究社。

小田切徳美(2009)『農山村再生—「限界集落」問題を越えて—』岩波書店。