

地域づくりとしての経済活動の条件についての事例研究（Ⅱ）

有田 昭一郎

The Case Study of Requirements of Economic Activities for the Construction of Autonomous Organization

ARITA, Shoichiro

要 旨

本報では、前報（Ⅰ）で設定した、中山間地域各地で地域自治組織等により取り組まれている地域づくりを目的とした経済活動の事例研究の枠組みを用いて、島根県 I 市 Y 地域の Y 農産加工グループ（以下、「Y グループ」とする）について、①地域社会との関係性、②地域社会に及ぼす効果、③当該経済活動が地域づくりに必要な役割・機能を発動させる条件の整理を行った。また、前報（Ⅰ）および本報の結果を踏まえ、事例研究の枠組みの再検討を行った。その結果、Y グループは、①餅の製造販売活動への従事（Y 地域）、②原料の生産～仕入れ（Y 地域及びその周辺地域）、③餅の顧客（主に近隣都市部）の 3 つの範囲の関係性の結節点であり、③では都市部顧客との持続的関係性を創出・保持するため交流販売（餅つき実演販売）の手法が用いられていること、その結果生まれた安定的販路が①と②の関係性を支持していることが整理された。また、Y グループと前報（Ⅰ）の事例研究の対象である U 工房を比較した場合、組織が地域づくりに必要な役割を発動する条件として、活動の定常性をはじめとする 5 つ共通事項と、従事者の居住地の範囲をはじめとする 4 つの異なる事項があることが整理された。

キーワード：中山間地域、地域振興、経済活動、経営、ジェンダー

I 事例研究の視点と方法

1. 事例研究の視点

事例研究の視点については、地域づくりとしての経済活動の条件についての前報である事例研究（Ⅰ）¹⁾に引き続き、地域自治組織などによる近年の地域づくりと強く関わりを持ちながら取り組まれている様々な分野の経済活動の事例について、①特に地域社会との関わりに着目してその特徴を整理するとともに、②経済活動をして地域づくりに重要な役割を演じせしめ、さらに地域によりよい社会効果を及ぼすための重要な条件（以下、地域づくりに必要な役割を発動させる条件）について考察を進めることとする。また、事例研究の対象とする経済

活動については、経済活動の発足の目的の大きな 1 つが地域づくりではあるものの、主に経済的成果に着目して整理されている周知のケースもあると考える。本事例研究では、これらの事例も対象とする。

2. 事例研究の方法

事例研究の方法については、事例研究（Ⅰ）において仮設した、下記の事例研究の対象とする組織の特徴²⁾、および地域づくりとしての経済活動の事例研究の枠組みに³⁾基づくこととする。また、これら仮設した方法については、以下に進める Y グループの事例研究の結果に基づき、再検討を行うこととしたい。

<事例研究の対象とする組織の特徴>

- ①年間をとおし連続性をもって実施される活動である
- ②利用者（消費者）の立場であることも含め、立地地域の幅広い住民が関わりを持つ（関わる住民が限定されていない）
- ③独立性の高い事業収支（会計）を持つ
- ④経済活動の構成員の大部分は、その活動が行われる地域の住民である

<地域づくりとしての経済活動の事例研究の枠組み>

- ①現状の経済活動の内容、組織体制、経営的成果
- ②現在までの活動展開のプロセスとその特徴
- ③立地地域の社会経済および地域づくりのプロセスに及ぼした影響の内訳
- ④経済活動についての今後の展開方向
- ⑤地域づくりに必要な役割を発動させる条件についての考察

3. 本報告での事例研究の流れ

1) 対象とする事例～島根県I市S町Y地域Yグループ～

本報では、中山間地域である島根県I市S町のY地域で餅を中心に農産加工品の製造と販売に取り組むY農産加工グループ（以下、「Yグループ」とする）を対象に事例研究を行う。Y地域は2008年4月末現在、25戸、82人で構成され高齢化率は43.9%である（住民基本台帳調べ）。Y地域の住民は、従来からの農村集落の範囲であるY自治会、および過疎高齢化を受けI市と合併前の旧S町時代に行政主導で構築されたY地域を含むより広い範囲の住民で構成される地域自治組織であるN自治協会に属する。ただし、Y地域は山間部に位置しN自治協会の他自治会とも地理的に離れていることもあり、Y地域の主たる住民活動はY自治会単位で行われており、実質上、Y自治会が地域自治組織に近い役割を果たしている。

また、Yグループの従事者は、不定期参加を含め13人で全てY地域の住民あり、YグループはY地域のイベントや様々な活動と連動することが多い。さらに、明確にY地域の活力づくり、農業者の農閑期の従事場所づくり、高齢者の働き場・交流の場をつくることを活動目的としていることから、事例研究の対象になりうると思われる。

2) 事例研究の流れ

2. に述べた事例研究の枠組みに従い進めることとしたい。ただし、事例研究（I）において、実際には、組織づくりの背景・目的と設立当初の状況についても整理した経緯があることから、この事項を新たに事例研究の枠組みに加えることとする。

<Yグループの事例研究の枠組み>

- ①Yグループの組織づくりの目的・背景と設立当初の状況
- ②Yグループの活動の体制、内容、経営的成果
- ③Yグループの現在までの活動展開のプロセスとその特徴
- ④YグループがY地域の社会経済および地域づくりのプロセスに及ぼした影響の内訳
- ⑤Yグループの今後の展開方向
- ⑥Yグループ活動が地域づくりに必要な役割・機能を発動させる条件についての考察

II Yグループの事例研究

1. Yグループの組織づくりの背景・目的と設立当初の状況

Yグループの活動体制づくりは、先述の目的で1997年に開始された。開始時のメンバーは、リーダー1人（女性50歳代1人（農業者））を含むメロン栽培農家4戸と野菜産直女性グループ参加者9人であり、島根県の高齢者生産活動支援事業を利用し30万円でテントを購入し、イベント会場等での餅つきの実演とその場での餅の対面販売（以下、「餅つき実演販売」とする）に着手した。以降、イベントに加え、近隣都市部のスーパー店頭での餅つき実演販売回数を増やし、販路を広げていく。また、2000年には、地域の使用されていない民家を借り、かんばる島根農林総合事業の助成（359万8千円）を得て、これを、餅やあん菓子製造ができる農産加工施設に改修した。

餅づくりについては、従来、各世帯で行われていたが、商品としての餅づくりについては、技術も経験も販路も全くない状況からのスタートであった。

2000年以降は、実演販売での顧客のリピーター化、旧S町による農産物の集荷・販売システムの構築、近郊都市部で相次ぐ農産物直売所やスーパー産直コーナーの開設等の追い風を受け、店舗販売での販売量を増やしていく。また、販売拡大に伴い、米の貯蔵施設や殺菌室、弁

当・仕出し加工ラインなど施設を充実させ、2008年までに約900万円の施設投資をしている。なお、当初借りていた民家は、100万円で購入した。

2. Yグループの活動の体制、内容、経営的成果

1) Yグループの活動の体制と活動従事者の居住範囲

2011年現在、Yグループの活動期間は、農閑期である9月末から翌年4月中旬である。特に忙しい12月と1月は5日/週、他の月は2日/週の従事である。従業者はY地域居住の13人（女性6人、男性7人）であり、従事内容は表1のとおりである。

表1 Yグループの従業者の従事内容の概要

役割・役職	人数(人)	従事内容
代表	女性1	経理、従業者の勤務時間の管理、商品の配達・販売管理、販路開拓、仕入等
主な従業者	女性3 男性4	活動期間内の餅の製造に継続的に充実必要に応じて実演販売にも携わる
補助従事者	女性2	週1回程度の頻度で餅の製造に携わる
イベント協力員	男性3	実演販売時に従事

従事者の年齢層は60～70歳層が大部分であり、イベント協力員は30歳代、40歳代、60歳代が各1人である。代表者ヒアリングによれば、従事の動機は主に副収入機会の獲得であるが、副次的には生活にはりを持つため、地域活動の一環として参加等の理由もあるとのことである。

このように、農閑期を活動期間として、地域の住民で関わりたい意向のある者が従事できる操業体制を整えているのがY地域の活動体制の特徴である。

2) Yグループの経営状況とその特徴

(1) 売上状況と収支の特徴

①売上状況

Yグループが活動を開始した1997年以降、売上は順調に推移しており、2009年度は約1300万円、2010年度は利益/投入労働を勘案し、約1000万円に売上を抑えている。

②経営収支の特徴

Yグループの収支には次の3つの特徴がある。

○賃金は時給800円、実演販売日当は男性8,500円、女性5,500円（男性は餅つきを行うため賃金差がある）と、

県内の同規模の農産加工グループと比較すると比較的に高い。

○売上の約5割（2010年度は約500万円）が上記賃金支払いに充てられており、売上に対する所得は島根県農業経営指導指針による34%（2008年）と比較して高い。

○餅の材料はY地域および近隣地域の農業者から、自然乾燥（はで干し）のココノエモチを1万500円/30kgの比較的高値で仕入れている。

○餅の製造に用いている機材は、蒸し器と餅つき器のみであり、餅つき器も他の餅製造業から廃棄処分のもを無償で入手しているため、機材の減価償却が全くない（殺菌室、餅米の貯蔵室等は整備しているが、その減価償却も終了している）。

以上から明らかなおと、上記の賃金と材料購入費の実現のために、施設や機械への投資や光熱費が意識的に抑えられている。

(2) 農産物加工品製造体制の特徴

①Yグループで製造販売されている農産物加工品

2011年現在、Yグループで製造されている加工品は表2のとおりであり、主要な加工品は、各種餅である。

表2 Yグループで製造される農産加工品(2011年12月現在)

餅関連	生ひらもち、真空ひらもち、真空かみもち、真空かきもち
菓子	生あんもち、おはぎ、かしわもち
惣菜	山菜おこわ、赤飯、巻き寿司、煮しめ

②農産物加工品の製造体制および製造工程の特徴

製造体制の特徴は、Ⅱ-2-1)で述べたとおりである。また、製造工程には次の4点の特徴がある。

○主たる加工品の餅の製造では、餅米を蒸す、餅をつく工程のみ機械を用い、“ちぎる”、“丸める”工程は従事者の手作業で行っている（図1）。これは、「熟練した手作業は、速度や精度で機械と遜色ない」、「手作業にすれば機械の減価償却分を賃金に上乗せできる」という代表者の考え方による。

○餅関連以外の農産加工品の製造は、餅の製造工程のすき間時間で対応できる範囲で行っている。

○製造工程を管理する上で、最も考慮されているのは、餅の製造工程にできる限り隙間時間が生じないようにすること、および生じた隙間時間を最大限有効に使用

することである。

○全ての製造工程は基本的に午前中で終了させる。

以上、Yグループの加工品製造販売工程の最大の特徴は、手作業熟練による効率性向上や商品付加価値向上の重視、すき間時間の管理であると考えられる。このことにより、上述した賃金や材料購入価格を実現できる経営状態を生み出している。

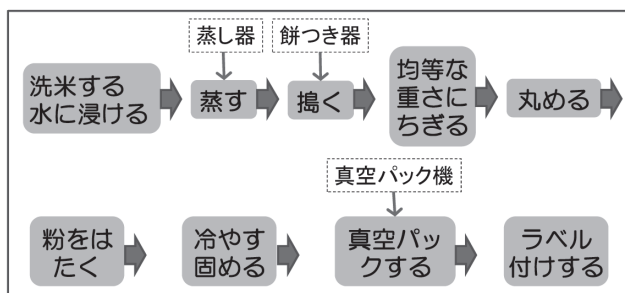


図1 Yグループの餅の製造工程

注：□の部分には機器（機械）を用いる工程。それ外はすべて手作業

（3）農産物加工品の仕入れの特徴

餅材料の仕入れの特徴は前述した通りである。小豆や山菜等の他材料についても出来る限りY地域および近隣地域の産品を仕入れている。

3. Yグループの現在までの活動展開のプロセスとその特徴

Yグループの活動展開は、Yグループ従事者や材料仕入れ先の生産者の所得として還元する仕組みをつくるために、以下のように、生産者、農産加工従事者、購入者、売場との関係性を構築してきたことにあると考えられる。

○生産者～高品質の餅米を前提に高値で取り引き～

Yグループは、商品について顧客に対し主に食味でアピールする方針であり、餅米の品質を重視し、“Y地域の農業に貢献すること”、“はで干し（天日乾燥）のココノエモチを使用すること”、“生産者と継続的・良心的な取引関係を持つこと”を実現できるよう、生産者に働きかけ、関係づくりを行ってきた。

その結果、今日、前述のとおり、Y地域および近隣地域の特定の農業者から、天日乾燥のココノエモチを比較的高値で仕入れる体制ができている。

○農産加工従事者～手作業を熟練させ、賃金に反映～

Yグループでは、利益率ではなく、従業者賃金+餅米生産者所所得/売上を最大化できる仕組みづくりを目指してきた。餅米生産者については、餅米の品質を高くして餅の販売価格にも反映させ、仕入れる餅米価格へも反映させることがその手法であった。また、農産加工従事者賃金については、手作業の熟練による生産性の向上がその手法であった。

近年、生産量の増加への対応は機械化（加工機器の導入）によって生産効率の向上で賄われる傾向が強いが、Yグループの場合は、“ちぎる”と“整形する”工程について加工機器での作業による生産効率と精度と遜色ない水準まで、手作業を熟練させることで、前者であれば機器の減価償却となる費用を従事者の“賃金化”することに成功している。その結果、現在、売上の約5割を人件費とし、時給800円を実現している。

すなわち、従来であれば、売上や生産量の拡大に伴い、無自覚に加工機械中心に製造工程的にも経費的にも再構築される加工事業の展開プロセスを丁寧に見直し、Yグループ従業者を手作業中心の餅製造熟練者の集団に昇華させてきたといえる。た、手作業中心のYグループの餅が“手作り”という商品付加価値を持ったことも重要であると考えられる。

○購入者～交流型販売で切り込み固定客獲得～

Yグループは活動開始当初、具体的な販路もなく、また小ロットと品質で他商品と競争するため、各イベントや店頭での餅つきの実演と対面販売という手法で販売機会をつくってきた。店舗での実演販売を例にとれば、その流れはおおよそ次の3段階である。

- (i) 実演販売での試食を契機にYグループの餅の味を知り、実演販売で継続的に購入する顧客層（ファン）ができる。
- (ii) Yグループの餅の固定客が増えることで、実演販売時だけでなく、常時、Yグループの餅を仕入れる店舗ができ、その結果、その店舗に定期的に商品を卸す状態になる。また、年末等にYグループに直接、餅を注文する個人客も増加する。
- (iii) 店舗への商品の卸しを中心に交流型販売（実演販売）を組み合わせ、新規顧客開拓と既存の顧客との関係性を保つ。

すなわち、生産量に限界があり価格競争力や宣伝力はないという小規模活動グループの前提を補い、食味や作り方や素材に自信があるという強みを活かす方法として、交流型販売により固定の顧客づくりと関係性の維持を行っているといえる。

○売場～POSシステムを最大限利用し販売をマネジメント～

前述した店舗への商品の卸し、および農産物直売所への出荷等の販売管理はYグループ代表者が行っている。特に、農産物直売所の販売管理ツールとして用いているのが、インターネットによる売上状況伝達システムである。Yグループが出荷している大部分の直売所は農協系列スーパーの直売コーナーであり、これら直売コーナーにはPOSと連動した上記システムが導入されている。Yグループの代表者はこのシステムを活用し、出荷や回収の商品管理をきめ細かく行っている。

小規模の加工グループできめ細かな販売管理を行うことは時間とコストの制約上困難である。しかし、今日、多くの直売所で様々な売上传達システムが導入されるよ

うになり、Yグループにおいても、売れ残りの損失を回避し、経営効率を向上させるのに効果を上げており、売り場と小規模加工グループの関係性も変容させていると考えられる。

4. YグループがY地域に及ぼした影響の分析

Yグループの活動展開がY地域に及ぼした影響について、経済的側面および社会的側面の2つの視角から整理を行う。

1) Y地域の経済に及ぼした影響

(1) 売上の地域住民所得への還流状況

経済的側面から見たYグループの特徴は、第一に、経営体内でY地域の人手の利用を最大化させることにより売上を最大限に集落住民の所得に還流させていること、第二に、材料である餅米の3分の1をY地域から仕入れていることである。

原料仕入～製造～販売にかかる2011年、1年間の資金の流れを整理すると図2のとおりである。2011年現在、売上約1000万円のうち最もY地域への還流部分が大きい

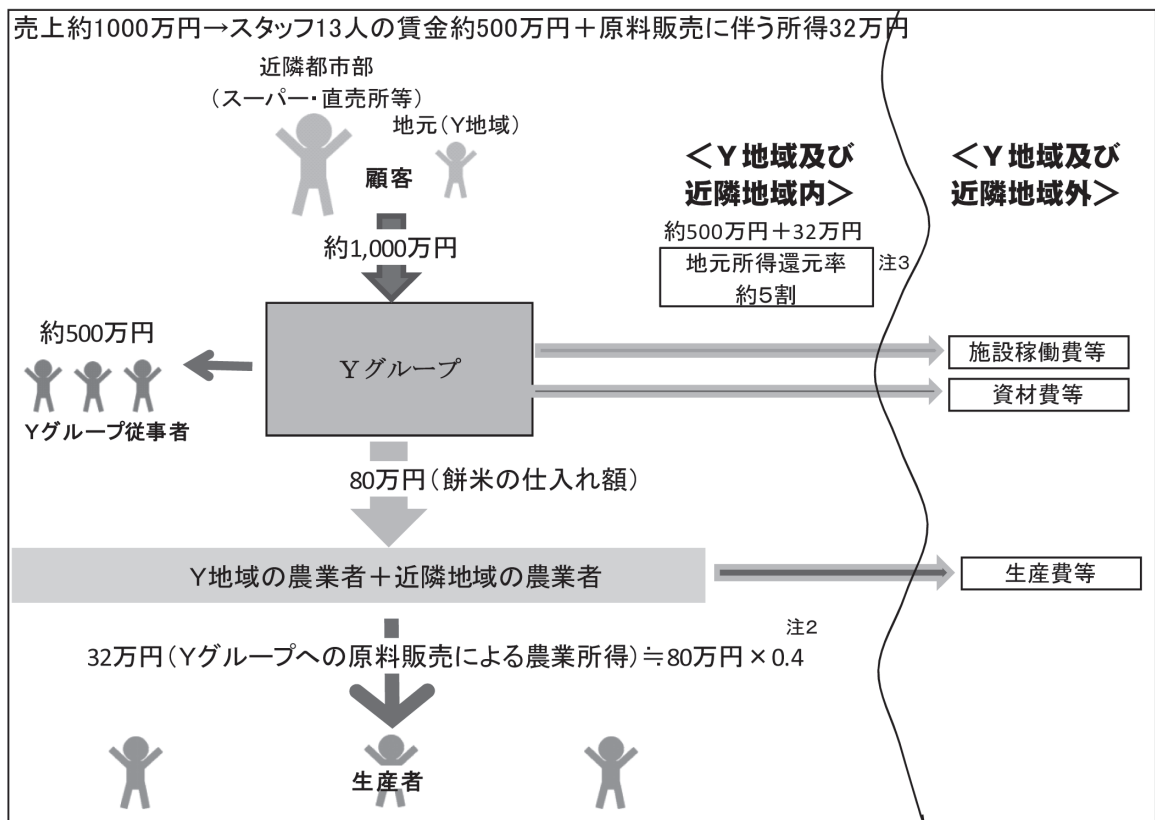


図2 Yグループの売上の地域住民の所得への還流状況

注1: Yグループの数値は提供された資料、ヒアリング調査結果から算出

注2: 原材料の所得への換算比率は2008年島根県農林水産部経営指導指針の所得率を参考にした暫定値

注3: 所得以外はY地域および周辺地域外に流出すると仮定して計算

のは人件費の約500万円であり、スタッフ13人の所得となっている。次いで大きい部分が材料費であり、Yグループへの原料販売の32万円であり、Yグループへの販売農業者に32万円の所得が生じていると推計できる。

(2) 地域経済への効果

①Y地域の世帯の所得合計(推計)とYグループの寄与度
Y地域の世帯の所得合計を推計し、次にYグループで創出された所得総額がどの位か推計を試みたい。

まず、Y地域住民の世帯の所得合計を推計すると9,330万円となる。推計方法は以下のとおりである。

Y地域の世帯の所得合計(推計値)

= (ア) S町1世帯当たりの平均所得 × (イ) Y地域の世帯数

(ア) S町1世帯当たり平均所得(2011年): 37,324円

※1世帯当たり所得データは、2003年度個人所得指標による

(イ) 2009年度Y地域世帯数: 25世帯

※Y地域の世帯数は2009年島根県集落調査による

以上の結果より、Yグループで創出された所得を約500万円(賃金・賞与)+32万円(原料販売による農業者所得)すると、これを先程のY地域の世帯の所得合計で割ると構成比は約5%となる。したがって、Yグループは、Y地域の世帯の所得合計の約5%に当たる所得を生み出していると推計される(原料販売による農業者所得には近隣地域の農業者の所得も含まれるが、賃金に対して額が小さいため、売上/所得への影響は小さいと考えている)。

②Y地域の就業者数(推計)とYグループの寄与

国勢調査報告の就業人口の定義を用いて検討を試みる。

まず就業人口は集落単位では公開されていないことから、Y地域の15歳以上人口69人(2005年国勢調査報告)にS町の年齢別就業人口比率(2005年国勢調査報告)を積して就業人口を推計すると総数は少なくとも44人、年齢別には図3のとおりである。なお、実際には、Y地域は、S町の中でも特に山間部に立地し、S町全体より高齢化が進んでいることから、図3に示した、S町の年齢別就業人口比率に基づく年齢別就業人口構成(推計)より、60歳以上では就業人口が多く(定年後の農業に就業

する人口が多くなるため)、対して60歳未満では就業人口が少なくなることが推測される。

ここで、Yグループの従事者は60歳以上で11人、50歳代で1人、30歳代で1人であり、Y地域の就業者の推定年齢構成(推計値)に基づけば44人の約3割、60歳以上の就業者(推計)である14人の約8割がYグループの活動に携わっていることとなる。ただし、先述のとおり、実際にはY地域の60歳以上の就業者は、推計値より多くなることが考えられ、実際には、60歳以上でYグループの活動に携わる者/60歳以上の全就業者は8割を下回ると考えられる。

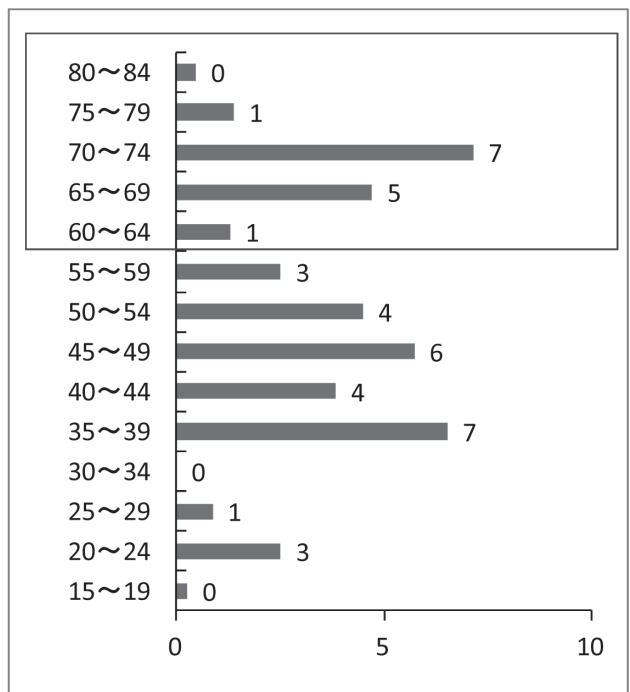


図3 Y地域の就業者の推定年齢構成(2005年推計)

注: 就業意志はあるが、事業により現在は就業をしていない者を含む

(3) 小括

以上、所得総額ベースでみるとYグループの生み出す所得規模はY地域全体の約5%と小さい。他方、従業機会および小さな副収入機会としてみると、特に65歳以上については、多くとも約8割にその機会を提供していると推定できる。

2) Y地域の社会に及ぼした影響

Y地域には、Yグループ活動以前からの農業活動に基づく集落的関係性⁴⁾があるが、近年、人口減少と高

齢化に伴い希薄化している。Yグループ活動は、下記に述べるY地域内、Y地域および周辺地域、および都市部住民に異なる①～③の関係性をつくり、それら関係性をもって前述する従来からあるY地域内の関係性の希薄化を補完していると捉えることができる。また、①Y地域内の関係性を支えるため、Yグループにより②Y地域および周辺地域の関係性や③都市住民との継続的關係性が形成されてきたことが、特に重要な点と考えられる。

(1) Y地域内の関係性～Yグループ従事者間の関係性～

前述のとおり、Yグループの従事者は全員がY地域住民であり、特に、60歳以上については、多ければ、人口の約8割が従事者である。また、Y地域の80歳以上の女性2人ができるときに従事する補助的役割で関わり、また、30歳代、50歳代の男性がイベント協力員として参加するなど、活動への参加機会がコンスタントに従業することが体力的に、また仕事上等の理由で困難な住民に対しても積極的に作られている。

(2) Y地域および周辺地域の関係性～餅原料の生産と仕入での関係性～

先述のとおり、YグループはY地域および周辺地域の農業者に依頼して天日乾燥してもらった餅米を仕入れている。通常の営利企業活動の原料調達でも原料の質にこだわり高い価格で仕入れるケースはみられるが、Yグループの場合、加工施設が稼働する地域を中心として生産～仕入れの継続的關係を創出している点が特徴であると考えられる。

(3) 加工品の販売をとおした都市住民との継続的關係性

Yグループが餅の実演販売をとおし、Yグループの餅の食味を高く評価する特定の顧客層を創出し、定期的な交流（実演販売）をとおしその顧客層との継続的關係性を保持していることについて述べた。

孤立的な立地条件から他地域住民を販売対象とできず、また、Y地域も25戸（2008年島根県集落調査）と小規模であることから十分な需要が望めない中、活動当初から交流型販売による近隣都市部住民との関係構築に重きを置いてきた特徴がある。

5. Yグループの今後の展開方向

当面は、現状の売上規模および活動体制の維持したいと考えているとのことである。現在、餅の製造はじめ活

動に必要な施設・機材は全て整い、減価償却も終了しており、現在の収入（売上規模）と支出（人件費、その他諸経費、税金支払）のバランスを維持することが、現在の活動体制と賃金水準を最も無理・無駄なく維持することになると考えている。

他方、現在の代表者および従業者による活動体制は10年以上ほぼ変化しておらず、10年後には確実に、現在の熟練した製造技術を持つ従業者の加齢の影響が出てくるのが予想される。したがって中期的には、高齢化により販売規模を縮小させながらも、現状維持でYグループの活動を維持し、現在、YグループがY地域に作っている関係性を維持するか、あるいは新たな若い従事者を確保するか、判断が必要になると考えられる。ただし、先述したYグループの活動により形成されたY地域住民の關係性は、原料仕入に伴うY地域および近隣地域農業者との關係性、および交流型販売により創出された都市部住民との關係性があるのはじめて維持される。したがって、販売規模縮小が後者2つの關係性にどのような影響を及ぼすかは十分考慮される必要がある。

6. 地域づくりに必要な役割を発動させる条件

これまでの分析から明らかな様に、Y地域では、Yグループの活動が創出した關係性が、従来、集落が担いかつ人口減と高齢化により衰退する社会的ネットワーク⁴⁾を補完してきたことは明らかである。また、Yグループ設立当初からの従事者確保、材料調達、売上の所得還元は徹底的にY地域に重点を置いており、すなわち当グループの活動が地域づくりとして展開されてきたことがわかる。ただし、前述したようにY地域自体には、各地で取り組まれている地域自治組織づくりそのものの取り組みはなく、Yグループの活動は上記組織の経済分野の活動に相似した形態となっている。いずれにしても、5-1)、2)で分析したように、Y地域に対する社会経済的貢献は大きい。

そこで、これまでの整理や分析を踏まえ、このYグループの経済活動をして地域づくりに重要な役割を演じせしめ、さらに地域によりよい社会効果をおよぼさせている重要な条件についてさらに検討する。なお、検討にあたっては、事例研究（I）で仮設した7つの条件⁶⁾に照合し、Yグループの実態に応じ付加除外を行った。

①活動の定常性

Yグループの活動期間は、農閑期（9月末～翌年4月中旬）までに限定されており、通年的な活動ではない（ただし、活動期間内の活動は連続性を持つ）。しかし、毎年、確実に特定期間展開されることで、以下の③～⑤に述べる主要な構成員の行動様式の保持に大きく寄与していると考えられる。また、Yグループの従事者の大部分は非活動期間においても水田稲作で共同作業を行っている。このことが、上述の行動様式の保持に対し、補完的に働いている可能性がある。

②日常のかつ自由に寄ることができる活動拠点の保有

Yグループは自前の農産物加工施設および会議室を有しており、従事者は活動期間内は日常的に、かつ自由に立ち寄ることができる。このことにより、活動の定常性は担保されると考えられる。

③立地する地域の各世帯との良好な関係性の維持・充実に重視する者が主要な経済活動の構成員であること

④立地する地域の各世帯の具体的な生活状況を認知する者が主要な経済活動の構成員であること

③、④は同じ背景や条件から発生していると考えられるため、それら事項について併せて以下に整理する。

事例研究（I）で分析したU地区と同じく、Y地域は、イリイチの述べる⁷⁾、コミュニティ（集落）が発生して以降、形づくられた自然環境とバランスされた社会・文化・経済関係の色濃く残るヴァナキュラーな環境にあると考えられる。そして、この環境において、Y地域の女性（特に家庭を持つ既婚者）は、“男性より高い水準で周囲との関係性を重視し” また“各家庭の生活状況をより具体的に認知する” 性向を持つことが考えられる⁸⁾。その性向を、“Y地域および周辺地域への貢献意識の高さや関係性の重視の姿勢” に反映せしめているのが、Yグループ代表者（女性）の存在であると考えられる。代表者は、Y地域の夫婦で専業でメロン栽培や水稻を中心に農業を営む女性であり、従来から近隣の農家と様々な相互協力関係を持ち、Y地域の様々な自治活動（道の草刈り、共同施設管理、農業関係委役員、福祉関係役員など）に構成員として参加している。すなわち、組織づくりや操業体制づくりにおいて、代表者は、上述の環境のもたらす性向に加え、生業の性質および当人の地域での役割から、地域の農業や地域の住民との互惠関係が最重

要視する選好性を持ち、したがって、地域の農業資源および人の最大利用と経済および福祉的貢献の最大化がまず意識するであろう。

このことから、Y地域のヴァナキュラーな環境の中での“男性より高い水準で周囲との関係性を重視し” また“各家庭の生活状況をより具体的に認知する” 性向が、Yグループ代表者の生業（農業）と地域の自治活動での役割により強化された結果、“立地する地域の各世帯との良好な関係性の維持を重視する者が主要な経済活動の構成員” であり、“立地する地域の各世帯の具体的な生活状況を認知する者が主要な経済活動の構成員” である状態が生じ、そのことが、Yグループの活動をして、地域づくりに重要な役割を演じせしめ、さらに地域によりよい社会効果を及ぼさせているという仮説が立てられる。

⑤身近な資源を利用するヴァナキュラーな知恵、技術、道具等に常に関心がある者が経済活動の主要な構成員であること

事例研究（I）において、イリイチが身近な資源を利用するヴァナキュラーな知恵、技術、あるいは道具そのものは、ヴァナキュラーな環境において、それぞれの家で女性と男性が相互補完的な役割を担い“暮らす” ことで、女性を中心に継承されていくことを幾つもの例証していること⁹⁾、U工場の役員および従業者（女性）もヴァナキュラーな環境下にある結果、“身近な資源を利用するヴァナキュラーな知恵、技術、道具等に常に関心がある” 状況にあり、その次世代への継承に中心的役割を果たす傾向を持つ可能性について述べた¹⁰⁾。

Yグループにおいても同様であり、農産加工品製造の主な素材として身近な食材であり、従来、家庭に製造技術があった餅を選択していることの主たる理由が示唆される。また、同様の視点からみれば、都市部での新規の顧客を確保する方法として展開されている“餅つき実演販売” も、従来の家庭や地域での餅つき場面の応用であると考えられる。

さらに、身近な資源を利用するヴァナキュラーな知恵、技術、道具等に常に関心がある状況は、餅製造工程での人手と手作業の技術を最大化と製造機械導入の最小化という、Yグループの農産加工品製造の最大の特徴を生じせしめていると考えられる。すなわち、生産効率や費用

対効果向上の工夫は、ヴァナキュラーな知恵、技術、道具、そしてそれを利用できる人手を最大限に活用する方向に発揮され、このことが結果として売上の地元還元率の高さや手作り品としての付加価値も生み出していると考えられる。なお、①、②でも述べたように、Yグループのケースでは、代表者の生業と地域での役割を通じ、上記の事項がより強く具現化されていることを付記しておく。

以上のとおり、“身近な資源を利用するヴァナキュラーな知恵、技術、道具等に常に関心がある者が経済活動の主要な構成員であること”が、Yグループの活動をして、地域づくりに重要な役割を演じせしめ、さらに地域によりよい社会効果を及ぼさせているということを仮説することができる。

⑥活動の主要な構成員が地域に暮らす者であること

③～⑤の前提条件である。

Ⅲ まとめ

1. 地域づくりに必要な役割を発動させる条件の比較検討

～Yグループと事例研究（I）のU工房と比較して～

1) U工房との共通項¹¹⁾

Ⅱ-6のとおり、まず次の5点が共通項であると考えられる。

①活動の定常性

Yグループの活動ではU工房の様に“日常的（通年的な連続性を持って活動が展開される状態）”ではないが、“定常性（毎年、確実に特定の期間に連続性を持って活動が展開される状態）”は保有している。したがって、日常的ではなくとも、定常性が保有される範囲で、以下に述べる③～⑤の従事者の行動様式が保持される可能性が示唆された。

②日常的に・自由に寄ることができる活動拠点の保有

③立地する地域の各世帯との良好な関係性の維持・充実に重視する者が主要な経済活動の構成員であること

④立地する地域の各世帯の具体的な生活状況を認知する者が主要な経済活動の構成員であること

⑤身近な資源を利用するヴァナキュラーな知恵、技術、道具等に常に関心がある者が経済活動の主要な構成員であること

なお、③～⑤の従事者の行動様式、さらには価値観は

次の点に帰来する可能性があることが示唆された。

○活動体制づくりに主に関わった組織代表者および主たる構成員が、自然環境とバランスされた社会・文化・経済関係の色濃く残る農山村のコミュニティ（ヴァナキュラーな環境）に暮らす女性（家庭を持つ既婚者）であること

○ヴァナキュラーな環境において、地域の女性（特に家庭を持つ既婚者）は、“男性より高い水準で周囲との関係性を重視し”また“各家庭の生活状況をより具体的に認知する”性向を持つ可能性あること。

○YグループおよびU工房のケースでは、組織代表者は、農業者であり、上記の属性および価値観、行動様式は強化される可能性があること

2) U工房との相違点

他方、次の4点が相違点であると考えられる。

○従事者の居住地の範囲

Yグループの従事者の居住地の範囲が集落であるのに対し、U工房の範囲は旧村（小学校区、3つの集落）である。

○原料生産者との関係性

U工房の同仕入の範囲はU地域内の生産者（団体）であるのに対し、Yグループでは原料仕入れの範囲はY地域を超えて近隣の生産者に広がる。これは、Yグループで必要な原材料の量（天日干しの餅米）を、Y地域の農業者からだけでは確保できないため生じている。言い換えれば、Yグループでは、天日干しの餅米であることが、Y地域の原料を用いることと同程度重要な事項であり、その結果、Y地域と近接地域の生産者から原料を仕入れする関係性を生じさせていると考えられる。

○加工品製造者と顧客と関係性

U工房ではまずU地域住民への安定的販売体制を構築したのに対し、Yグループでは設立当初から近隣都市部のスーパーでの実演販売を重ねYグループの餅のファン層をつくることをとおし、近隣都市部への安定的販売体制を構築してきた。この差異は、立地地域の世帯数・人口規模に起因しており、U工房はU地域での豆腐の販売が期待できたため住民との交流から販路づくりを開始し、YグループはY地域での販売が期待できなかったため、都市部量販店の顧客との交流から販路づくりを開始したことが考えられる。

○設備投資の規模とスタッフ従事の密度

U工房でも餅製造を行っているが、餅製造部門の設備投資（装備している製造機器）では、U工房がYグループを大きく上回る。この結果、Yグループの方が、製造工程での手作業の割合が多くなり、人件費/売上率（売上げ中、従事者の収入になる割合）が高い。他方、製造工程での手作業の割合が多いことは、餅の製造期間（特に秋～春）にコンスタントに必要な熟練した人手が確保されなければならない、このことが不可能であるため、U工房では人手の代替としてYグループを上回る餅製造機器の導入を行っていると考えられる。

3) 小括

以上、YグループとU工房を比較した結果、地域づくりに必要な役割を発動させる条件について、次の傾向が整理された。

○活動は定常性を持ち、日常的に抛れる活動拠点がある。

○活動地域はヴァナキュラーな環境であり、活動組織で主な意志決定を行う代表者および主要な構成員が女性である。その結果、活動に際し活動組織と各世帯の良好な関係性の維持・充実が重視される可能性がある。

○原料の仕入れや顧客との関係性（販路）づくりは、活動地域の人口・世帯規模、生産能力により異なる。活動地域で仕入れや販売が可能な場合は、まず、活動地域の生産者や住民との関係性づくりが進められるが、不可能な場合は、近隣地域や都市部住民との関係性づくりが進められる。ただし、顧客との関係性（販路）づくりは、活動地域で行われる場合も都市部で行われる場合も、交流を従事して行われ、特定の顧客（ファン）づくりによる安定的販路づくりが重視される。

○製造工程における手作業と製造機器による製造の割合は、スタッフが加工品製造作業に従事可能な頻度および密度により異なる。必要な人手が必要な時期に十分確保できないU工房では、設備投資によって製造機器が導入される。他方、必要な人手が必要な時期にコンスタントに確保できるYグループの場合は、人件費/売上率を高める視点から、製造機器を導入せず、従事者の熟練度を高めている。

2. 今後の事例研究に向けて

1) 地域づくりとしての経済活動の事例研究の枠組み

1より、事例研究の対象とする組織の特徴、および地域づくりとしての経済活動の事例研究の枠組みの改善点について整理すると次のとおりである。

○事例研究の対象とする組織の特徴について

- ・Yグループの事例研究の結果を踏まえれば、地域づくりとしての経済活動は通年の継続されていなくても、毎年コンスタントに展開される定常性があれば、成立する。

○地域づくりとしての経済活動の事例研究の枠組みについて

- ・活動組織づくりの背景・目的と設立当初の状況の整理が必要。
- ・“現在までの活動展開のプロセスとその特徴”については、より具体的に“現在までの活動体制構築のプロセスとその特徴”とし、原料確保体制づくり、操業体制づくり、販路づくりの3点について整理を行う必要がある。
- ・“立地地域の社会経済および地域づくりのプロセスに及ぼした影響の内訳”については、“活動組織が立地地域に及ぼした影響”とし、より具体的に、地域の経済に及ぼした影響、地域の社会（関係性）に及ぼした影響の2点について整理を行う必要がある。

以上を踏まえ、次のとおり、事例研究の枠組みを整理する。

<事例研究の対象とする組織の特徴>

- ①毎年コンスタントに活動する定常性を持つ
- ②利用者（消費者）の立場であることも含め、立地地域の幅広い住民が関わりを持つ（関わる住民が限定されていない）
- ③独立性の高い事業収支（会計）を持つ
- ④経済活動の構成員の大部分は、その活動が行われる地域の住民である

<地域づくりとしての経済活動の事例研究の枠組み>

- ①活動組織づくりの背景・目的と設立当初の状況
- ②現状の経済活動の内容、組織体制、経営的成果
- ③現在までの活動体制構築のプロセスとその特徴（原料確保体制づくり、操業体制づくり、販路づくり等）
- ④活動組織が立地地域に及ぼした影響（地域の経済に及ぼした影響、地域の社会（関係性）に及ぼした影響）

⑤経済活動についての今後の展開方向

⑥地域づくりに必要な役割を発動させる条件（経済活動をして地域づくりに重要な役割を演じせしめ、さらに地域によりよい社会効果を及ぼすための重要な条件）についての考察

なお、現在、事例研究は2事例に過ぎないことから、上記事項の一般化には、地域づくりと連動する様々な分野の経済活動の事例を蓄積していくことが必要である。また、引き続き、積極的に社会学、経済・経営学の調査・分析技法や、ジェンダー研究や民俗研究の業績を援用し、分析及び考察手法の改善を進めることとする。

2) 活動組織が立地地域に及ぼした影響（地域の経済に及ぼした影響、地域の社会（関係性）に及ぼした影響）について

売上の地域所得への還元状況については、引き続き実測値を蓄積し、分析の精度を高める。また、経済活動主体と地域の住民・団体、顧客との関係性の分析についても、既存の社会的ネットワークの分析手法の援用を含め、より簡潔でわかりやすいよう分析ツールの開発を進めていく。

3) 経済活動をして地域づくりに必要な役割を発動させる条件の考察について

事例研究（Ⅰ）で残された課題であった、地域づくりとしての経経済活動の条件として農産物加工品製造販売の地産地消的性格保有の必要性の有無については、今回のYグループの研究結果から、必要性がないことが示唆された。

また、Ⅲ-1-1) で述べたように、事例研究（Ⅰ）、事例研究（Ⅱ）から、地域づくりとしての経済活動の重要な条件として、活動体制づくりに主に関わった組織代表者および主たる構成員が、ヴァナキュラーな環境に暮らす女性（家庭を持つ既婚者）である可能性を整理した。さらに述べれば、地域に、ヴァナキュラーな環境があり、かつジェンダー（様々な場面における女性と男性の相互補完的役割）が息づく家庭や地域で暮らす者が主要な構成員・代表者であることが、その経済活動が地域づくりとして効果を持つことの条件である可能性があるということである。

しかし、上記の論にはさらに多くの例証が必要であることは勿論のこと、U地区、Y地域の2つの事実に基づ

く“ヴァナキュラーな環境”であるという判断であり、また、その環境における女性と男性の相互補完的役割についても依然、仮定の域にあることから、今後とも民俗学、文化人類学、社会学等の研究蓄積¹²⁾や分析方法を援用しつつ、これらについての確認が必要である。また、併せて、U工房、Yグループの経済活動の社会効果が、家庭を持つ女性に付与された資質によりもたらされたものなのか、ある条件が整うことでこの様な女性達により発動されやすいものなのか、また性別関係なく条件や学習と経験により発動されるものなのかについても事例研究の積み重ねによる確認が必要である。

4) 当面の事例研究の対象について

事例研究（Ⅰ）、事例研究（Ⅱ）から明らかなように、経済活動の分野と地域づくりとしての経済活動の条件には具体的な相関性がある可能性が高い。例えば、Yグループ、U工房とも農産物加工品製造販売が経済活動の内訳であるが、このこととこれまでの事例研究で抽出した、経済活動としての地域づくりの条件である“身近な資源を利用するヴァナキュラーな知恵、技術、道具等に常に関心がある者が経済活動の主要な構成員であること”は、他の経済活動の分野より相関が強い可能性がある。

以上の事項を鑑みれば、事例研究は経済活動の分野を散逸させながら進めるよりも、1つの分野に事例研究を蓄積させ傾向を把握し、次の分野に進むことが好ましいと考えられる。

このことから、当面は、事例研究（Ⅰ）、事例研究（Ⅱ）で取り扱った農産物加工品製造販売に事例研究の分野を絞り進めていくこととしたい。

IV 引用文献および注

- 1) 有田昭一郎（2011）地域づくりとしての経済活動の条件についての事例研究（Ⅰ）. 島根中山間研報7：59-70.
- 2) 有田昭一郎（2011）地域づくりとしての経済活動の条件についての事例研究（Ⅰ）. 島根中山間研報7：70.
- 3) 有田昭一郎（2011）地域づくりとしての経済活動の条件についての事例研究（Ⅰ）. 島根中山間研報7：61.
- 4) ここでは、例えば職場など1つの結節点を中心とし

た関係性のまとまり（ノード）を表す用語として用いており、複数のノードが相互にリンクして社会的ネットワークとは使い分けている。

- 5) 社会的ネットワーク (Social network) とは、家族関係、職場関係、友人・知人関係、暮らしている地域での関係経済的取引関係、趣味の関係など、1つ以上の関係により結びつけられたノード（例えば職場を結節点とした関係性のまとまり）が相互にリンクして形成される複層的な社会の関係性。近年、個人の生活の質 (QOL) に大きく影響を与えることが様々な研究により明らかにされている。
- 6) 有田昭一郎 (2011) 地域づくりとしての経済活動の条件についての事例研究 (I)。島根中山間研報7: 68-69.
- 7) イヴァン・イリイチ著 玉野井芳郎訳 (1984) ジェンダー。岩波現代新書: 226-297.
- 8) 有田昭一郎 (2011) 地域づくりとしての経済活動の条件についての事例研究 (I)。島根中山間研報7: 68.
- 9) イヴァン・イリイチ著 玉野井芳郎訳 (1984) ジェンダー。岩波現代新書: 23-334.
- 10) 有田昭一郎 (2011) 地域づくりとしての経済活動の条件についての事例研究 (I)。島根中山間研報7: 69.
- 11) 有田昭一郎 (2011) 地域づくりとしての経済活動の条件についての事例研究 (I)。島根中山間研報7: 68-69.
- 12) 例えば、民俗学では宮本常一、社会学では鶴見和子、女性史では高群逸枝の事例研究の蓄積がある。