

## 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)

有田 昭一郎

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

Shoichiro ARITA

### 要 旨

今日、島根県をはじめ中山間地域各地で地域自治組織を構築する取り組みがみられる。これらの取り組みは集落を超えた範囲で進行しており、集落が担う相互扶助的生活支持や生産・生活インフラの維持の補完や、農地・家屋等の資源管理、地域外からの移住定住、組織の諸活動により派生する経済活動のマネジメントや住民の収入機会の創出など経済活動を担う等の特徴を持つ。これら、地域づくりを目的とした経済活動を営利目的の企業の活動と比較すると、社会的に地域に貢献する姿勢の強さ、地域の社会的ネットワークの形成への高い寄与度等の特徴が見られ、地域によりよい社会効果を及ぼす活動としての諸条件を備えていることが可能性として考えられる。これら条件の明確化は、今後、中山間地域において地域自治組織の構築や経済振興を進める上で、地域の自治力や社会的持続性に直結する“地域づくりとしての経済活動の指標”となる可能性を有しており、本研究では、この点に注目し、地域づくりを目的とする経済活動の事例について、組織体制、地域社会との関係、地域への社会経済的寄与の特徴等の整理を進め、“経済活動をして地域によりよい社会効果を持つ活動とする条件”の抽出を試みることにする。

本報告では、以上の研究の視点に基づき、島根県H地区で農産物加工品製造販売を行うU工場の事例研究を行った。その結果、本事例がU地区で最も幅広い社会的ネットワークの形成に寄与していることを確認した。また、U工場がU地区において、その様な機能を果たしうる条件について、生産者と消費者の関係性、組織の活動環境及び構成員のジェンダーに係る属性に関わる7つの事項を整理した。

キーワード：中山間地域、地域振興、経済活動、地産地消、ジェンダー

### I 研究の視点及び流れ

#### 1. 研究の基本視点

##### 1) 研究の背景～各地での地域自治組織形成の流れ～

近年、島根県を含む中国地方の中山間地域各地で、小学校区、公民館区など集落を越えた範囲で地域自治組織を構築しようとする取り組みがみられる。これは、中山間地域でのコミュニティの基礎的な単位である集落の人口減少・高齢化と、それに伴う生活の場としての集落機

能の低下を背景としており、地域の住民が自主的に、あるいは市町村自治体が強く促進する形で進められていることが報告されている<sup>1)~7)</sup>。

これら地域自治組織は、“小さな自治”、“多様な主体の参画による地域運営の仕組み”など自治体により若干、重視する部分を替えながら様々な言葉で表現されているが、以下の4つの共通点を有すると考えている。

①複数の集落を包含する地理的範囲を持ち、そこに暮ら

す住民がその組織の参加者として想定していること

②従来、集落の範域でまとまりを持つ関係性での対応が一般的であった水路・生活道路等の状態維持や防災の機能の補完・代替に加え、過疎高齢化により地域課題化した農林地・空き屋等の状態管理、都市部からの移住受入、一人世帯への声かけや高齢者の買い物・通院支援等の福祉活動、そして祭りを含める文化伝承等、その地域の居住環境の維持に必要な機能の発揮が目指され、また期待されていること

③②の諸活動に必要な資金について、少なくともその一部は自主財源であることが期待されていること

④組織の活動の中から地域で住民の副収入や雇用機会がうまれるような経済活動が創出されることが期待されていること。

これらのことから、今日の地域自治組織の構築の取り組みでは一定の経済的独立性が求められ、事実上、「地域経営体」となることが求められているといえる。

また、これら地域自治組織の活動（以下、地域づくりと述べる）の目的および内容は、かつての、集落を範域とした自治および各戸単位での家政と農林地などの資源管理が可能であった、“収入機会の創出など経済活動が強調された地域づくり”とは一線を画する。いわゆる、“地域活性化”という言葉で表象されてきたこれら地域づくりは、宮本常一<sup>8)</sup>が描写するような、ほとんどの部落や村で前述の自治機能が健在であり、それを前提として地域づくりのエネルギーの多くを農林業など産業振興に注ぐことが可能な時代のものであった。しかし、今日、過疎高齢化が更に進み、地域の中堅・若者層が所得を得るための経済活動の場所（働き場所）は、暮らす地域とは関係の希薄な場所で行われるようになってきている。このように、地域の自治機能が低下し、社会的ネットワーク<sup>9)</sup>が弱体化している状況に対しては、“地域活性化”では対応できなくなっていると考えられる。

2) 地域自治組織の活動の中での経済活動の特徴とその可能性

前述の通り、地域自治組織においても、組織の活動資金を獲得する、買い物場所など地域の生活を支える機能を維持する、あるいは新たに地域住民の副収入機会や雇用機会をつくるなど様々な目的の経済活動が報告されている<sup>4)~6)</sup>。例えば、地元の農産物を使用した加工品の製造販売、農村体験観光や民泊の実施、食料品・生活用

品を販売する小売店の経営、放課後児童クラブの運営等があり、近年は更に中山間地域等直接支払制度の運営などに取り組む組織もでてきている。

これら経済活動については、特に地域社会との関わり方に着目すると営利目的の民間企業とは異なる特徴が捉えられる。例えば、農産物加工品製造販売や小売店経営では、組織づくり、商品づくり、販路づくり等について密接に立地する地域の住民や団体の参画や協力を得て手堅く進められ、また成果を経済だけでなくより社会的に立地する地域に還元する姿勢がとられている。そして、これら特徴を持つ活動・組織は、“経済活動をして居住環境としての地域の維持や地域づくりに必要な役割・機能を補強する役割を果たししめ、また、地域によりよい社会効果を及ぼすための条件”を兼ね備えている可能性がある。

### 3) 本研究の視点

以上を踏まえ、本研究では、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<sup>2)</sup>に述べた様々な分野の経済活動の様々な事例について、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したい。

なお、分析と考察の対象とする経済活動の事例については、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、経済的成果のみ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、これらの事例も分析と考察の対象とする。

また、経済活動が地域及ぼす社会的影響や持続可能な地域社会と経済活動の関わりについての研究については、例えば、国外ではイリイチ<sup>10)~12)</sup>、ポラニー<sup>13)</sup>、国内では玉野井<sup>14)</sup>、宮本<sup>15)</sup>、溝上<sup>16)</sup>等の業績ある。本研究における考察を進めるにあたってはこれらの成果を十分踏まえることとしたい。

## 2. 事例研究の方法

地域づくりを目的とした経済活動について、地域社会との関わりに着目して特徴を分析し、さらに地域づくりに必要な役割・機能を発動させる条件を考察した先行研

究はない。従って、本研究では、以下の通り、調査・分析・考察の枠組みを仮設し、事例研究を重ねながら、徐々に改善を進めていくこととしたい。

<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發動させる条件）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H町U地域U工房～

本報告では、中山間地域である島根県H町のU地区で農産加工品の製造と販売に取り組むU工房を対象に事例研究を行う（なおU工房の活動の詳細については有田・二木の報告<sup>17)</sup>を参照）。U工房が活動するU地域では、これまで明確に地域自治組織の構築を標榜した取り組みは行われていないが、これまでU地区に所在する3つの集落の住民が合意して、地域内に一般廃棄物処理場を誘致し当施設の業務受託を受ける有限会社を全戸出資で設立する、過疎化のため閉校した小学校施設を地域の会合・交流施設として共同利用する、集落営農組織をつくる等の取り組みを進めてきており、これらの3つの集落の住民参加による各取り組みは実態的に地域自治組織づくりの取り組みに近い。また、U工房の活動展開は、U地区におけるこれらの動きと密接に連動しており、また明確にU地区への貢献を一義的目的として標榜していることから、事例研究の対象として適切であると考えられる。

#### 2) 事例研究の流れ

2. に述べた事例研究の方法の枠組みに従い、次の通り分析と考察を進めることとしたい。

- ①U工房設立の背景と設立当初の状況
- ②工房の活動の体制、内容、経営的成果
- ③U工房の現在までの活動展開のプロセスとその特徴
- ④U工房がU地区に及ぼした社会経済的影響および地域づくりのプロセスに及ぼした影響の内訳
- ⑤U工房の今後の展開方向
- ⑥経済活動が地域づくりに必要な役割・機能を發動させる条件についての考察

## II U工房の事例研究

### 1. U工房設立の背景と設立当初の状況

U工房は、U地域にある有限会社Uの農産物加工品製造販売部門である。有限会社Uは2003年にU地区につくられた一般廃棄物処理場での業務を受託するため、U地区の世帯が全戸出資して設立された法人であり、U地区住民の重要な働き場所となっている。U工房の活動拠点である農産物加工施設は、U地域に一般廃棄物処理場に整備される条件としてH町役場により整備されたもので(2005年9月起工～2006年1月竣工)、餅製造、豆腐製造、菓子製造、飲食店の営業許可が取得できる設備があり、その他にもU地区の放送施設や談話室等がある。

農産物加工施設の利用組織であるU工房の活動体制づくりは、農産物加工施設竣工以前の2005年4月に開始された。開始当初は、リーダー2人（女性50歳代1人（農業者）、女性60歳代1人）及びおおよその活動参加者と、施設の設備の内容と作る農産物加工品の品目（餅、豆腐、菓子、惣菜）のみ決定しており、販路も使用する機器も原材料の調達方法、農産物加工施設稼働までのスケジュールが定まっていない状態にあった。また、リーダーを含め、主な活動参加者の中に農産物製造・販売の経験のあるものがいなかった。

この様にU工房は、製造や商品づくりにかかる技術経験も、販路も、組織も全くない状況からスタートした。

### 2. U工房の活動の体制、内容、経営的成果

#### 1) U工房の活動体制

2010年12月現在、U工房は基本的に週3回、午前中に稼働している。従業者はU地区に居住する女性26人であり、従事内容は表1の通りである。

表1 U工場の従業員の従事内容の概要

役割・役職	人数	従事内容
役員	2人	日常の加工品製造に係る従業員の勤務時間の管理、商品の販売、商品開発と販路開拓、材料の仕入れ等
従業者	23人	主な商品である豆腐のにがり打ち担当5人 その他の従業者は各自の都合に合わせて勤務時間を決め従事（全ての加工品に関わる）
配達係	1人	豆腐の配達専任
会計	(0人)	有限会社Uの会計係が兼務

従事者の年齢層は50歳～60歳層が大部分であるが、70歳～80歳層や20歳層もいる。従事の動機や参加の頻度も様々で副収入獲得の機会と捉えている週数回ペースで従事する者、生活にはりを持つためとして月1～数回ペースで従事する者がいる。また、20歳代の者は地域の食文化を学びたい等の理由から、月数回から年数回のペースで従事している。

このように、地区の住民に関わりたい意思を持つ者が従事できる操業体制を整えているのがU工場の活動体制の特徴である。

## 2) U工場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

U工場が活動を開始した2005年以降、売上は順調に推移しており、2006年度は254万円、2007年度は608万円、2008年度は883万円、2009年12月現在は約1,300万円となっている。

#### ②収支の特徴

前述の通り、現在、U工場は有限会社Uの1部門であり、会計は主要部門である有限会社Uと同一のものとして取り扱われている。徐々に農産物加工品の製造販売単独で採算がとれる状況に移行することを目指している。

なお、大きな事業体の1部門ではなく、単独で農産物加工製造販売を行っている団体と比較した場合、U工場の収支には次の3つの特徴がある。

○農産物加工施設の稼働に伴う光熱水費、通信費、事務費などの費用は生活廃棄物処理場の費用と按分の形で負担している。

○農産物加工施設本体の修繕・更新に向けた内部留保は現在のところ行われていない。今後はそれを含めた事業収支とすることが課題視されている。

○会計管理は有限会社Uの従業員が行っており、この部分の人件費はほとんどかかっていない。

以上よりわかるように施設の修繕や更新に向けた資金の内部留保が経営的な課題であるが、他方、日常的な業務である会計に係る労力やコストの負担がないことは大きな有利点であり、視点をかえれば必要な人材の確保や働ける人を確保することが困難な中山間地域において他事業と人材をシェアすることは有効な方策である。

### (2) 農産物加工品製造体制の特徴

#### ①U工場で製造販売されている農産物加工品

2010年現在、U工場で製造されている加工品は表2の通りであり、主要な加工品は、餅、豆腐となっている。

表2 U工場で製造される農産加工品（2010年12月現在）

豆腐	白豆腐(大豆), 青豆腐(青大豆)
豆腐関連	おから, おからクッキー, おからドーナツ, おから入りコンニャク, 豆乳プリン
餅関連	あん餅, 大福餅, かきもち, 平餅
菓子	おはぎ, ちまき, 椿餅, いちご大福, 水菓子, いり豆, 甘酒, ドーナツ, クッキー, 蒸しパン
総菜	おやき, 赤飯, 中華おこわ, 山菜おこわ
材料	あずき, 団子の粉, きな粉(青, 白大豆), コンニャク, 餅米

#### ②農産物加工品製造体制の特徴

U工場の製造体制の特徴については、II-1-1)で述べた通りであり、要約すると役員2人は週3回程度出勤し全体の工程をマネジメントしていること、その他の従業者は家事や他の仕事のと都合がつく日時で出勤していること、毎週稼働している豆腐の製造工程を柱にそのすき間時間に季節変動等がある他の加工品の製造を組み合わせる形で表2に挙げた加工品の製造が行われていること(図1)、の3点である。

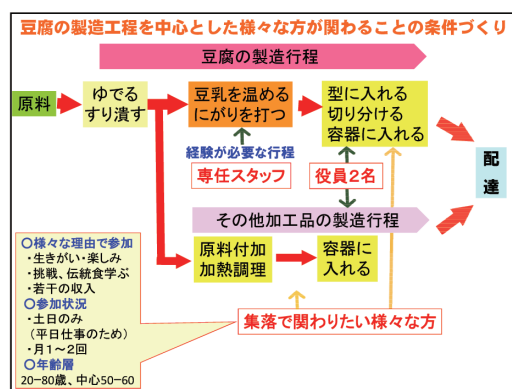


図1 U工場の豆腐製造を柱とした加工品製造体制



### ③農産物加工品製造工程の特徴

先述の通り、U工房では年間通じて需要のある豆腐の製造工程に、季節的に限定あるいは変動のある加工品（餅、行事食等、弁当・仕出し等の受注品等）を組み合わせ製造している。その工程を1日の流れを具体的に例示すると図2の通りであり、特に従業員の従事に着目すると次の特徴がある。

○従業員の属する各家庭での家事が忙しい6時半～8時半の行程はスタッフの都合に合わせてながら交代で担当

○全ての製造工程は基本的に午前中で終了

	5:30 -6:00	6:00 -6:30	6:30 -7:00	7:30 -8:00	8:00 -8:30	8:30 -9:00	9:00 -9:30	9:30 -10:00	10:00 -12:00	夕方 ・夜
豆腐										
水に漬ける										←→
茹でる	←→									
すり潰す(豆乳、おから)		←→								
にがり打ち、整形・容器入れ			←→							
ラベル				←→						
出荷・配達					←→	←→			←→	
片付け						←→				
配送							←→	←→		
おから製品(トナーツ、クッキー)										
製造			←→							
ラベル				←→						
出荷					←→					
もち										
水に漬ける										←→
蒸す	←→									
餅つき		←→								
乾燥			←→							←→
携わる人数	1人	1人	2人	3人	3人	1人 1人(配達)		1人 (配達)	1人 (配達)	1人

図2 U工房の1日の農産物加工品製造工程(例)

### (3) 農産物加工品の仕入れの特徴

2005年のU工房立ち上げ以降、U地区では、新たにU営農組合が設立された。これは、それまで3つの集落でそれぞれ取り組んでいた組織、グループ、個人をまとめたものであり、本組合の設立によりU地区の生産調整と販売は本組合が一手に引き受けるようになっている。

U工房で使用する農産物加工品のうち、餅米、うるち米、大豆、小豆についてはU営農組合から入手している。

## 3. U工房の現在までの活動展開のプロセスとその特徴

U工房の活動展開の特徴は、経済活動拡大のプロセスが同時に、地区住民の社会的ネットワーク強化のプロセスでもあるということである。特に、その特徴がよく表れていると考える中心的商品である豆腐づくりを中心に3つの局面について整理しておくこととする。

### 1) 製造に係る体制づくり

以下の3つの段階に分けることができる。

#### ①家庭の調理用品による試作・試食会の実施

現在のU工房の従業員で活動開始以前に農産物加工品製造に携わった者はいない。そこで、施設に製造機械が

来るまでの期間、現在の役員(リーダー)2人を中心に、U地区の有志で家庭の調理用品を使っての豆腐の試作と試食を繰り返している。家庭の調理用品と製造機械では調理工程は全く異なるが、この期間に、料理教室の様な雰囲気の中U地区住民が参加し、大豆の品種、にがりの使い方、手作りの豆腐の味等の知識が共有され、更に豆腐づくりに向けた地区内での人間関係づくりが進んでいる。

②製造機械の選定・導入と豆腐製造のイメージ共有  
製造機械の選定・導入に当たっては、①で関わったメンバーを中心に、同じような立地条件、想定する規模・従事者、検討している販路(後述)、検討している製法で、豆腐を製造している施設に複数回視察を行い、次の様な成果を得ている。

○豆腐製造の工程は幾つかに分かれるが、人による得手不得手があり、それを見極めて、各工程での従業員の役割分担を固定した方がよい。

○各工程での役割分担が決まったら、各工程ごとにリーダーを決める。そうしないと、組織がうまく調整できず、品質にもばらつきがでる。

このようにして、豆腐製造のイメージが共有された。①の段階では興味中心に集まったメンバーが、②のプロセスを通じて、経済事業としての豆腐づくりのイメージを共有している。

#### ③製造体制づくり

②を踏まえ具体的な製造体制づくりに入るが、その際、リーダー及びメンバーで前提としたことは次の2点である。  
○2年程度で採算性のある活動にすることを目標に、まず1年目の収入と支出を算定(収入が予測できない最初の年から活動の規模を大きくしない)。

○製造計画をつくるにあたっては、製造に従事を希望する者の年間従事可能日数の和を越えないことを基本とする。

特に後者は、従業員が家庭を持った女性であることを踏まえたもので、従事者が家庭生活を持ちながら、働くことのできる条件づくりを当初から意識していると考えられる。

#### ④製造安定期における複合的製造体制づくり

以上、①～④を経て製造体制が安定し、また販路(後述)も安定してきた所で、U工房では更に、豆腐の製造

工程でできるすき間時間を利用してⅡ-2.-2)-(2)②で述べた豆腐製造を中心とした複合的製造体制を構築する。このことにより、U工房での従事者の関わり方はより幅広くなっている。

## 2) 商品づくりと販路づくり

U工房における商品づくりと販路づくりはU地域の住民の協力を得て行われ、同住民を最初の安定した顧客として大きな安定感を得ていることに特徴があり、以下の3つの段階に分けることができる(図2)。

### ①U地区住民に向けた豆腐のテスト販売期間(最初の半年)

U工房では品質を安定させ、かつU地区の住民に日常的に購入する顧客になってもらうことを目標に、半年間、価格を想定価格の半額に設定し、住民からモニターとして味や食感等についてコメントを得ながら品質改善を進めた。

約半年後、豆腐の品質は改善され安定し、地元の豆腐の開発に関与したという思いも大きいと考えられるが、U地区の住民の多くが豆腐の固定客(ファン)となった。

従って、U地区住民の評価を得ながらの豆腐の品質改善のプロセスは、地区での顧客づくりのプロセスとなったと考える。

### ②豆腐の正規価格での販売開始(半年後～2年目初頭)

モニターであるU地区住民から商品の品質が安定したと評価を得られたことから、約半年後、顧客から了解を得て正規価格(白豆腐130円)に価格を改定した。改定に当たっては、専用ケースを購入し豆腐購入時に使用すれば、販売価格を10円引く等の工夫も併せて行っているが、商品の開発に協力した住民だからこそ正規料金への改定も理解が得やすかったと考える。

また、この時期から、徐々にU地区住民からの口コミで地区外から注文が入るようになった。

### ③豆腐の地区外への販売拡大および品目拡大(2年目初頭～)

②を経て安定した販路が確保されたことから、近隣の大型直売所への販売を開始した。豆腐など日持ちしない加工品については、直売所等の小売店での販売は、特に品質が安定しない間や、全体の売上が安定しない間は売れ残り等による損失のリスクが高い。従って、②の段階は、製造・販売経験を持たないU工房にとって非常に重

要なプロセスであるといえる。

さらに、同時期、豆腐製造工程でできるおからや豆乳を利用して、オカラドーナツ、オカラクッキー、オカラコンニャク、豆乳プリン等の開発が行われている。このは試作・販売は、最初から近隣の大型直売所の顧客への販売を目的に行われている。

住民と協力した農産物加工品の販路づくりの各段階(豆腐)	
<b>第1段階(最初の半年)</b>	集落の方に半額で豆腐を販売、感想をもらいながら品質改善
<b>第2段階(半年後)</b>	品質が安定した後は定価で販売。集落の方には再利用できる豆腐容器を準備し、容器分価格を値引きして販売。 「集落の方はつがが豆腐の最も安定したお客様」
<b>第3段階(1年後)</b>	集落の方から口コミでおいしさが集落外に広がる。 販路:集落+集落外へ(町内)
<b>第4段階(2年後)</b>	集落+集落外からの注文販売で販売先安定。さらに別の販路を求める 販路:集落+集落外(口コミ)+産直市

図3 U工房の販路づくりのプロセス

### ④地元の行事食をベースとした加工品の開発・販売の開始

①～③に紹介した、豆腐の販路づくりのプロセスを利用して、U工房が力を入れて取り組んでいるのがU地区の行事食をベースとした加工品づくりである。

他の中山間地域と同様にU地域にも季節毎に行事食があったが、近年は高齢化や小世帯化で自宅で作らない、材料を集落外で購入する世帯が増加していた。U工房は、これら行事食やその材料を提供できないかと考え、可能な品目から製造と販売を試行することにした。また、最初は、U地区の豆腐の販売先(配達先)を主な販路と決め、豆腐の配達の際、併せて注文表を配ることとした。U工房の加工品のバリエーションもこの行事食をベースとした加工品づくりがあることで、表2に示す幅広さを持ったといえる。さらに、U地区の行事と関連した行事食ベースの加工品の関連を例示すると表3の通りである。

表3 U地域の行事と関連行事食ベースの加工品販売(例)

3/3	ひなまつりの行事食販売(山菜おこわ, あん餅, 3色かき餅, 団子の粉)
5/2~5	ゴールデンウィーク向け菓子・惣菜販売(赤飯, あん餅, 草だんご, おから入りコンニャク)
6/3	端午の節句と泥落とし行事食(餠餅, 団子の粉)
6/17	菖蒲節句の笹まき行事食(笹巻き, 団子の粉)
6/24	半夏の行事食(赤飯, 笹巻き)
7/2	半夏生の行事食(赤飯)

### 3) 原料調達に係る体制づくり

先述の通り、U工房で製造する農産物加工品の主な原料である、大豆、餅米、うるち米の大部分はU地区のU営農組合から仕入れており（小豆についても徐々に取扱量を増やしている）、加工品製造に用いる水についても同地区の井戸水（検査済）を用いている。このことが製造面でいえば主たる原料の計画的確保、販売面でいえば地元産原料を用いた商品としての特徴づけにつながっている。

また、U地域の者が加工品の材料として持ち込んだヨモギ餅の材料であるヨモギや、コンニャクの材料であるコンニャク芋、様々な山菜等は全量買取を行い、材料として使用している。

### 4. U工房のU地区に及ぼした影響の分析

U工房の活動展開がU地区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試みる。

#### 1) U地区の経済に及ぼした影響

##### (1) 売上の地域住民所得への環流状況

経済的側面から見たつかが工房の特徴は、U地域の人材と加工品原料の最大限の活用により、確実に売上を集落住民の所得に環流させていることである。その原料仕入～製造～販売にかかるお金の流れを整理すると図4の通りである。

最大の環流部分は人件費であり、全ての従業者をU地区で確保することで、2008年現在、279万円（給与・賃金183万円、報酬96万円）が環流されている。スタッフ平均年約10万円の所得であるが、前述した通り、U工房ではリーダー2人を中心にU地区の従業したい住民が、できる頻度で従業することのできる製造体制が組まれており、所得機会が20～80歳の幅広い層に提供されている。

次に大きい環流部分が材料費であり、U工房への原料販売により、地域の農業者に54万円の所得が生じていると推計できる。

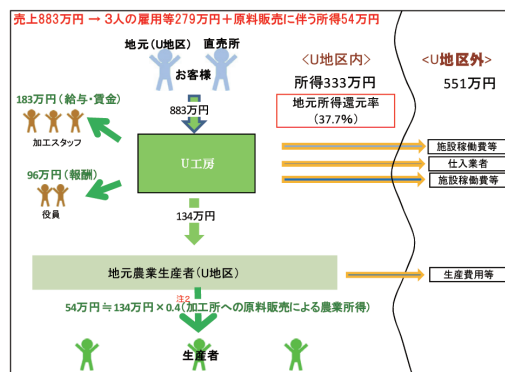


図4 U工房の売上の地域住民の所得への環流状況

注1：U工房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U地区外に流出すると仮定して計算

#### (2) 地域経済への効果

##### ①U地域の世帯の所得合計（推計）とU工房の寄与

U地域の世帯の所得合計を推計し、次にU工房で創出された所得総額がどの位か推計を試みたい。

まず、U地域住民の世帯の所得合計を推計すると9,450万円となる。推計方法は以下の通りである。

##### U地区の世帯の所得合計

≒(ア) H町1世帯当たりの平均所得×(イ) U地区の世帯数

(ア) H町1世帯当り平均所得

=2007年1世帯当たり所得2,305千円

※1世帯当たり所得データは、2009年度個人所得指標による

(イ) 2009年度U地区世帯数 41世帯

※U地域の世帯数は2009年島根県集落調査による

U工房で創出された所得は333万円（賃金・賞与+原料販売による農業者所得）であることから、これを先程のU地区の世帯の所得合計で割ると構成比は3.5%となる。従って、U工房は、U地区の世帯の所得合計の3.5%に当たる所得を生み出していると推計される。

##### ②U地域の就業者数（推計）とU工房の寄与

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調査、公開ともされていないことから、2008年現在のU地区の人口にH町の年齢別就業人口比率（2005年国勢調査報告）を積して年齢構成

別就業人口を推計すると総数は77人、年齢別には図5の通りである。

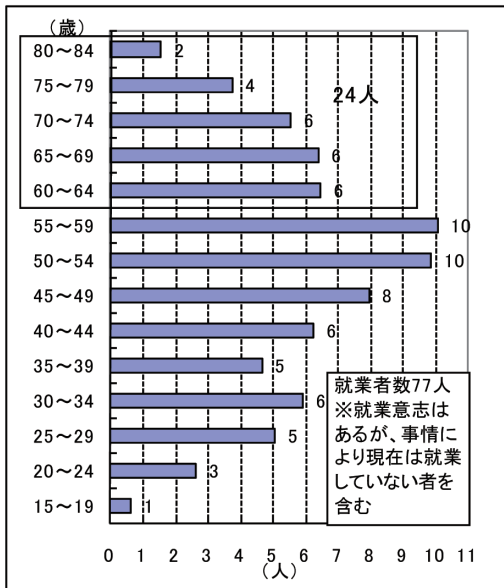


図5 U地区の就業者数(2008年推計)

次に、U工房による従業機会であるが、先述の様に役員を含め26人に対して提供されており、即ち、U地区の就業者77人のうちおおよそ3割が関わっていることが考えられる。また、U工房の従業者は60歳以上が多いことから、特にU地区の60歳以上の就業者24人に対してはその割合はより一層高くなる。

### (3) 小括

以上、所得ベースでみるとU工房の効果は小さい。他方、従業機会および小さな副収入機会としてみると、主に女性に対して幅広く提供されていることがわかる。また特に、高齢世帯に対しての機会提供度は高いと考えられ、今後は、更に高齢世帯家計に対してどのような意味を持つのかを更に定量的に整理することが必要である。

## 2) U地域の社会に及ぼした影響

### (1) 農産物加工品の製造～販売を通じたU地域住民・団体の関係性の強化

U地域には、U工房以外にも有限会社U、U営農組合の活動から生じている関係性<sup>18)</sup>、また、それ以前にU地区にある3つの集落の範囲内で集落発生以降あり続けてきた関係性がある。しかし集落の関係性は近年、人口減少と高齢化に伴い希薄化しており、また前者2つの関係性はU地区を範囲とするが、生活廃棄物処理場での従業と農業の領域にかなり限定されている。

他方、U工房から生じている関係性は、上記の異なる領域、さらには性別・年齢を包含している。若干整理すると以下の3つの関係性が重なりあったものとして捉えることができる。

#### ①U工房および有限会社Uの従業員の関係性

U工房の従業員はU地区の範囲から集まった者であり、その属性の幅広さについては先述の通りである。特に、従来はこのような加工品製造事業に参加が難しい、家庭の事情のある女性、他に職業を持つ女性、コンスタントに従業することが体力的に困難な高齢の女性に対し積極的に参加機会が作られており、その結果、通常、集落の異なる住民間では生じにくい、また年齢層や終業・ライフスタイルの異なる者同士では生じにくい、幅広い属性の女性の間に関係性が生じている。

#### ②加工品原料の生産と購入での関係性

先述の通り、U工房はU営農組合とU地域住民から原料を調達している。特に、U地域住民が持ち込んだ原料を買い上げる仕組みについては、U工房の活動に関心を持ちながらも、様々な事情で直接参加することは難しい住民にとって、原料の提供を通して参加機会を得ていることとなっており、通常の営利企業活動の原料調達～生産のプロセスでは生まれ得ない関係性が生じている。また、営農組合についても、原料の内容や量についての話し合いを通じて、U工房従業員と営農組合員の間に日常的な関係性が生じている。

#### ③加工品の販売と購入での関係性

U地域世帯の大部分がU工房の豆腐を日常的に購入しており、また餅やその他の加工品についても積極的に購入している。従って、①や②の関係性の中にいない住民についても、日常的に利用する食品の販売者と購入者という関係性が常に生じている。

地域づくりにおいては、すべての地域住民の参画場面をいかに創出するかが非常に重要であることが報告されている<sup>6)</sup>が、地域づくりにおいてもよく看過される点であり、経済合理性を併せて考慮しなければならない経済活動ではなおさら困難である。従って、販売～購入という経済活動を通じ、多くの住民の参加場面を創出し、特に“日常的な食”を鏝に大部分の住民を含む関係性を創出していることは重要であると考えられる。

### (2) U地域外の者との関係性の強化・創出



U工場の加工品はU地区外の近隣住民に販売され、また近隣の大型直売所、さらに近年はJAの関西のアンテナショップにも出荷されている。U地域外の近隣住民は先述の通り、U地区住民からの口コミにより広がりを持ったものであり、また、後者についても売り上げ実績からかなりのリピーターがいると考えられる。これら地区外の者との生産～販売関係は、U工場の加工品製造・販売を通して新たに形成された関係性といえる。

### (3) 住民が共有できる“誇り”と地域づくりの求心力の醸成～U工場の活動が地域づくりに及ぼした影響～

前述の通り、U工場の商品はU地域住民が支え、育ててきたものであり、販路の広がり方からみてもわかるように、U地域の住民の地域外に対しての自慢すべき事柄（誇り）となり、U地域住民がU地区の様々な資源を自らのアイデンティティとして認識する礎となっている。

特に人口減少と高齢化で、3つの集落の自治力が落ち、U地域全体での地域運営体制づくりが必要となっている現在の局面において、U工場が作り出している複層的な関係性（社会的ネットワーク）とU工場の商品が創出している求心力は非常に重要な役割を果たしていると考えられる。

## 5. U工場の今後の展開方向

### 1) U工場の今後の加工品製造販売の方向性

中期的な経営の方向性として、2つの路線を検討しているとのことである。1つ目は販売規模（事業規模）拡大路線である。この場合は、法人化も視野に入れたU工場の経営体制の更なる強化必要であり、そのための人材確保や税金や人件費を賄う販売額の確保が必要である。2つ目は販売規模（事業規模）維持路線である。U工場の活動を地域づくりとしてみれば、3割の集落住民が新たな就業場所と副収入機会ができ、多くの住民が地元産の豆腐・餅・伝統的調理法での加工品を購入できる場所ができ、さらに加工所を介してU地域の様々な住民の方が幅広く交流・連携することができるようになっており、現在、既に大きな役割を果たしている。従って、これ以上、経済活動としての規模を拡大することはせず、むしろいまの地区で果たしている社会的役割を維持していくことに注力していくべきであるという考え方があり。但し、U工場の活動が経済活動である以上、活動を維持するためには、継続した商品開発、設備投資、次

世代経営者確保は必要であり、それが現在の事業規模でそれが可能なのか否か十分な検討が必要であるとのことである。

### 2) 地域づくりの拠点へ

以上、つがが工場の今後の展開方向については、模索されている段階であるが、役員や従業員達には1つの目標がある。それは、U工場での地元産品の直売コーナーの開設である。U工場には整備当初からそのためのスペースが確保されており、地元の方や通りがかりの方に「出来たての加工品を工場の前に広がる風景を眺めながらゆっくりと食べてもらいたい」との思いを強く持っている。実現すればU工場はより一層、地区の様々な方が集う場、そして地域外の方が直接立ち寄り、U地域の産品を購入する場、U地域の方と集落外の方が交流する場となるであろう。これからの経営の方向性に関わらず、U工場が、U地域内外の人と人の交流や連携の結節点となることを目指していることは明らかである。

## 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、U地域では、地域経営体制の構築等の言葉で言い表されることはないが、有限会社U、U営農組合、3つの集落が連動し、明らかに地域経営に向けた取り組みが進められつつある。また、その中において、U工場は、女性の能動的活動、幅広い住民・団体が参加・参画・協働する状況、住民による地域の再評価の動き、そして地域の文化の活用の動きを触発しており、まさに、現在、各地で取り込まれている地域自治組織づくりにおいて重視される取り組み<sup>4~5)</sup>に明確に照応した活動となっている。

そこで、このU工場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及ぼすための重要な条件について次の7点を仮説することができる。

### ①生産者と消費者の社会的関係性の近さ

U工場の中心的顧客は同じU地域の住民である。これは、一般的な営利企業の顧客と比較すれば非常に社会的関係が近い。このことにより、U工場は常に目にみえる形で顧客や、U地域住民の評価を意識して商品をつくり、また活動することが意識づけられる。

### ②活動の日常性

①の活動は、その活動が日常性を帯びることで維持・強化されると考える。U工房の場合、週に3回、豆腐をつくり、それをU地域の顧客に配達し、また住民がU工房に直接購入に足を向けることもある。このことにより、U工房の活動は常に、地区の住民との良好な関係性や地区全体でのU工房の位置づけに注意を払ったものになると考える。

③日常的に・自由に寄ることがきる活動拠点の保有

②に述べる活動の日常性は、日常的・自由に立ち寄ることができる活動拠点の保有により担保される。また主要な活動構成員、また例えば消費者の立場での関わりをもつ者にも効力を発揮すると考える。さらにU工房の場合も自前の施設であり、かつ放送室等の機能や談話室等の空間も併設されたことから、

○操業日以外の日についても必要があれば役員及び従業員が立ち寄り会合を持つ、商品試作をやってみる、ちょっと他の従業員と話したいから寄っている

○前述の通り、地域の顔見知りでもある顧客が立ち寄って購入したり、従業員と会話している

○U工房以外でも集落営農組織など他組織の会合でも利用され、様々な方達が日常的に集う場として利用されている等の状況が生まれ、これが活動の日常性のみならず、地区との幅広い関係性を創出している。

④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主要な構成員であること

⑤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

①～③の条件の結果であるかないかに関わらず、④と⑤は、経済活動をして地域づくりに必要な役割を發動させるために非常に重要であり、U工房の役員及び従業員はこの条件を満たしていると考えられる。イリイチ<sup>19)</sup>は、居住環境において“住民をして地域の良好(持続可能な)社会関係を重視して行動する者とさせる条件”について、各国各地域のコミュニティおよび農業や交易における実際の事例の分析を通し、“ヴァナキュラー(土着的)な環境”とその環境において発揮される“女性と男性の相互補完性”を挙げている。即ち、経済が社会(制度も含まれる)の形に大きく影響を与える以前の状態では、コミュニティも家庭も生業さえ生産環境としての自然環境の持続性に大きく配慮した形態になり、それが家庭や

コミュニティの持続性を支える。これが“ヴァナキュラーな環境”である。そしてイリイチはこのヴァナキュラーな環境では、家庭、地域など様々なステージで、また農業、交易、工芸など様々な分野において女性と男性の相互補完的な役割(文化)があることを例示している(勿論、環境は地域により全く異なることから、女性と男性の相互補完的な役割(文化)のあり方も地域により全く異なり、従って、女性と男性の相互補完的な役割は家庭、地域、国などいかなる単位においても一般化できないことは申し添えておく。)

U地域でいうヴァナキュラーな環境とは、“U地区に人が住み着き、コミュニティ(集落)をつくって以降、そこに発生してきた”自然環境とバランスされた社会・文化・経済関係の総体”と行うことができると考える。上述からも明らかなように経済活動に社会の形が規定されている都市部では既にヴァナキュラーな環境は消滅しているが、山間地域にあるU地域はまだヴァナキュラーな環境を色濃く有している。そして、そこに家庭を持つ女性が、溝上<sup>16)</sup>が描写するような山間部における生活・生産のあり様から女性と男性の相互補完的な役割(文化)の一つとして、“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”傾向を持つとすれば、そのことが、U工房の活動をして、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させているという仮説が立てられる。

⑥身近な資源を利用するヴァナキュラーな知恵、技術、道具等に常に興味がある者が経済活動の主要な構成員であること

経済活動の組織にこの様な構成員が多くいることで、組織でも立地する地域の食文化はじめ、ヴァナキュラーな知恵、技術、道具、そして地域の様々な自然を重視し、更に活用しようとする性向は高まるであろう。特に、農産物製造販売においてはその性向は強化されるであろう。イリイチ<sup>20)</sup>は生活に必要な多くのことが購入するサービスで代替される“住む”という行為と、周囲の自然・そこにある社会・蓄積した知恵・技術を利用しながら“くらす”という行為を明確に分けている。そして、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“くらす”ことで、女性を中心に継承されていくことを、幾つもの例証に基づき述べている（ここでも女性と男性の相互補完的な役割自体はあり方も地域により全く異なり、従って、女性と男性の相互補完的な役割は家庭、地域、国などいかなる単位においても一般化できないことを申し添えておく）。

以上のことを踏まえれば、ここでもU工房の役員および従業員はこの条件を満たしていると考えられる。⑤で述べた通り、山間地域にあるU地域はまだヴァナキュラーな環境を色濃く有している。そして、そこに家庭を持つ女性が、家庭および地域の女性と男性の相互補完的な役割の一つとして“、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、またイリイチの示唆するようにその次世代への継承に中心的役割を果たす傾向を持つとすれば、そのことが、U工房の活動をして、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させているという仮説が立てられる。

⑦活動の主要な構成員が地域に暮らす者であること

④～⑥を決定する重要な条件であり、U工房の構成員についても合致する。

### Ⅲ まとめ

本報告では、本研究の視点に基づき、U工房を事例として経済活動が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、および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抽出を試みた。

当然、上記事項はU工房の一事例を持って一般化できるものではなく、試みている事例の分析手法は、社会学分野、経済・経営学分野の調査・分析技法を用い、考察に際してはジェンダー研究や民俗研究の業績を援用しており、先行研究にないものであることから、今後、引き続き様々な事例研究を蓄積し、分析及び考察手法の改善を進めていく必要がある。

以上のことを今後の事例研究の基本課題として踏まえ、本報告の分析の試みを通して捉えられた課題について、以下の3点を整理し、今後の研究に反映していくこととしたい。

(1) 経済活動が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分析手法について

本報告ではU工房の製造～販売活動及び経済的利益の分配の局面において、U地域の住民・団体との間に生じている関係性、住民・団体に対して生じている社会経済的影響について整理・分析し、またU地域の地域経営体制づくりとの関係性について着目して分析を行った。しかし、経済利益の分配については仮定値が多いことからより実測値を蓄積し、推計の精度を高める必要があり、また、経済活動主体と地域の住民・団体との関係性の分析には、既存の社会的ネットワークの分析手法を援用する等、より分析の制度を高めていく必要がある。

(2) 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

Ⅱ-6の①～③を踏まえれば、農産物加工品製造販売のように生産～販売～購入のプロセスを持つ活動について、経済活動が社会効果を持つ活動とする条件とはいわゆる、日常的に取り組むことができる地産地消的性格を強く持つ活動となる。従って、今後は、このような性格を持たない同様の活動は、立地地域に対し社会効果を持つことができないのか、あるいは社会効果が小さいのか、今後、事例研究を通して確認していく作業が求められる。

また、Ⅱ-6の④～⑥を踏まえれば、活動のある地域に、ヴァナキュラーな環境が色濃くあり、かつそのジェンダー（様々な場面における女性と男性の相互補完的役割）をが息づく家庭や地域のくらす構成員がいることが、経済活動が社会的効果を持つことになる。従って、このことについては、多くの事例で検証する必要がある、また、“ヴァナキュラーな環境”および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、わが国における実態について民俗学、歴史学における先行研究を精査し、また事例研究を進めることで検証していくことが求められる。また、事例研究にあたっては、家庭を持つ女性によるU工房の活動の社会効果が、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等の視点に立った分析と考察が必要である。

(3) 分析の対象とする経済活動について

本報告の冒頭に述べたように、地域づくりを目的とし

た経済活動は幅広く、活動の主たる意味も、組織の活動資金を獲得する、買い物場所など地域の生活を支える機能を維持する、あるいは新たに地域住民の副収入機会や雇用機会をつくる、農林地・空き家等をはじめ地域の資源を管理するなど幅広い。

本研究で対象とする経済活動は、地域づくりを目的としたもので、かつその活動を通し地域社会へよりよい社会効果を及ぼすものであり、その観点からすると、その活動には社会効果を及ぼしうのような、継続性、地域の住民・団体との関係性が前提となると考えられる。そこで、本研究の事例研究の対象とする組織の特徴を次の通り暫定的に設定する。

- 年間を通し連続性をもって実施される活動である
- 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）
- 独立性の高い事業収支（会計）を持つ
- 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

これらのことに基づき、事例研究を進めることとし、今後、より充実していくことを考えることとしたい。

## 引用文献

- 1) 笠松 浩樹・栄沢 直子・皆田 潔：集落連携の核集落と領域の条件解明（Ⅰ），島根中山間研報5,77-82（2009）
- 2) 笠松 浩樹・栄沢 直子・山下 詠子・皆田 潔：集落連携の核集落と領域の条件解明（Ⅱ），島根中山間研報5, 83-100（2009）
- 3) 笠松 浩樹・栄沢 直子・山下 詠子・皆田 潔・安中 誠司・唐崎 卓也：集落連携の核集落と領域の条件解明（Ⅲ），島根中山間研報6, 27-34（2010）
- 4) 島根県コミュニティ再生重点プロジェクト事業に係る調査報告書，島根県中山間地域研究センター，2010
- 5) 中国地方知事会 共同研究・共同事業 成果概要，中国地方中山間地域振興協議会，2010
- 6) 「ここで暮らし続けたい」の思いをつなぐー集落支援センター運営モデル調査報告書ー，NPO法人ひろしまね，島根県中山間地域研究センター，2010
- 7) 嶋渡 克頭・小田 博之・有田 昭一郎：自治会の枠組みを超えた住民自立型地域経営組織の構築と運営に関する事例研究（Ⅰ）ー 島根県邑南町口羽地区における「口羽をてごおする会」を事例とした考察 ー，島根中山間研報7,（2011）印刷中
- 8) 宮本常一著：作集第23巻 中国山地民俗探訪録，未来社，1976, pp.23-334.
- 9) 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。
- 10) イヴァン・イリイチ著 玉野井芳郎／栗原 彬訳：シャドウ・ワーク，岩波書店，1982
- 11) イヴァン イリイチ著 渡辺 京二／渡辺 梨佐訳：コンヴィヴィアリティのための道具，日本エディタースクール出版部，1989
- 12) イヴァン・イリイチ著 玉野井芳郎訳：ジェンダー，岩波現代新書，1984
- 13) カール・ポランニー著 吉沢英成／野口建彦／長尾史郎／杉村芳美訳，大転換 市場社会の形成と崩壊，東洋経済新報社，1975
- 14) 玉野井芳郎著，鶴見 和子／新崎 盛暉編：地域主義からの出発，学陽書房，1990
- 15) 宮本常一著作集第12巻 村の崩壊，未来社，1972
- 16) 溝上泰子著：日本の底辺 山陰農村婦人の生活，未来社，1958
- 17) 有田昭一郎・二木季男：島根県中山間地域『産直市』の現状と課題Ⅳ 『「直売」ビジネスの機能複合化とネットワーク形成』，島根県中山間地域研究センター，2008, pp.12-21.
- 18) 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。
- 19) イヴァン・イリイチ著 玉野井芳郎訳：ジェンダー，岩波現代新書，1984, pp.226-297.
- 20) イヴァン・イリイチ著 玉野井芳郎訳：ジェンダー，岩波現代親，1984, pp.23-334.