

論文内容の要旨

1. 概要

過疎地域における地域活性化の課題構造の解明のために、土地利用型畜産業である肉用牛繁殖農家と酪農家を事例として地域活性化政策を研究した。リサーチクエスションではなぜ地域活性化政策がうまくいっていないのかとの問いかけをもとに、本研究は過疎地域の衰退要因の解明を行うことを目指すこととした。本研究は、集落自治ではなく地域ビジネスから集落維持を考えるものである。

地域縮小へ向けた取り組みが、国主導で行われてきた。総務省の市町村合併、文部科学省の学校統廃合、国土交通省のコンパクト化などである。みな人口減少社会と厳しい財政状況を勘案したものだ。2018年に発表された総務省の「自治体戦略2040構想」には、集落機能の維持や耕地・山林の管理がより困難になるため、集落移転を含めた合意形成が必要であるとの記載がある。農水省の人口減少社会における長期的な土地利用の在り方の検討会の「中間とりまとめ」においては、中山間地域を中心として、農地の集積・集約化、新規就農、軽労化のためのスマート農業の普及等のあらゆる政策努力を払ってもなお、維持することが困難な農地が、今後増加することが懸念されるとの見通しを発表した。また、国交省は、「国土の管理構想」を発表し、人口減少や財政制約が継続する中では、全ての土地について、これまでと同様に労力や費用を投下し、管理することは困難になると指摘している。

総務省も農水省も国交省も集落の撤退を示唆している。しかし、中山間地域の集落は撤退だけでよいのだろうか。酪農では興味深い現象が起きている。日本では濃厚牛乳を作るために輸入されたトウモロコシ等のいわゆる濃厚飼料を牛に食べさせている。しかし、濃厚飼料に頼らず、牧場内にある牧草により生乳を得る動きが進んでいる。牛が1年で食べられる牧草量と牧場面積を勘案して飼養頭数の上限を設けて放牧しているのだ。これは、大きな投資をして飼養頭数の拡大を指向するメガファームとは対照的な動きである。本研究では、飼養頭数を所有する牧草地面積から逆算して上限を定める適正規模の肉用牛繁殖農家と酪農家にヒアリングを実施した。彼らは畜産業の成長や競争性を指向しておらず、その特性は、まさに非競争といえる生業のかたちを示している。

非競争な生業が集積する結節点に地域ビジネスが存在する。地域ビジネスには、リーダーが必要であり、絶え間なく新しい事業を興すイノベーションが必要である。この流れは外部専門家となるマネージャーによって推進することができる。農産品の大量生産、等級による品質管理、市場による価格決定だけでは、生産者は生きてゆけない。何らかの社会的価値の獲得が地域ビジネスに課せられる。地域ビジネスにはイノベーションが必要であり、それは、リーダーのみならず、後継者にもその覚悟が求められる。

地域の存続を地域ビジネスの振興によって考えることができる。多くの地域では、地域を牽引するリーダーが見当たらないが、地域ビジネスであればリーダーは招へいできる。つまり、集落維持には、「地域ビジネス」「リーダー」「後継者」が必要であり、硬直化した地域では、外部専門家である「マネージャー」と住民との協議の中で、地域ビジネスの組織化、リーダーの招へい、後継者の育成を誘発することができる。

集落の地区長老世代と後継する最適規模を指向する非競争世代は、地域ビジネスを互いに補完することで関係性を獲得できる。こうした手続きにより、長老世代から、後継となる非競争世代に、新たな地域ビジネスを継承でき、集落や土地の継承が実現できる。

2. 肉用牛繁殖産地の衰退メカニズム（事例研究）

鳥取県江府町を研究対象としヒアリングを実施した2010年を100とした和牛子牛出荷数割合をみると鳥取県の牛の取引価格が高騰した2015年以降上昇傾向にあるが、江府町は2010年以降衰退が続いている。この結果、江府町の肉用牛繁殖農家はあきらめの声しか聞こえなかった。江府町では、地区長老世代に自治のリーダーが不在であり、地域ビジネスも衰退し、地域ビジネスのリーダーが存在しない。また、後継者が不在であり、地区長老のみでは、集落や地域ビジネスの衰退に歯止めがかけられない。地区長老は高齢化しており、新たな地域ビジネスの起業は難しく、地域の衰退に歯止めがかけられていないことを抽出した。

3. 酪農産地における地域ビジネスの衰退メカニズム（事例研究）

丹波乳業株式会社（旧兵庫丹但酪農農業協同組合）と蒜山酪農農業協同組合と木次乳業の独自事業の経緯を比較すると、旧兵庫丹但酪農農業協同組合は当事者として新事業に取り組む事例が見られない。上部組織が合併され、具体的な指示が出ない中、下部組織である乳業会社は指示待ちの状態、赤字に陥っても当事者として打開しようとする職員がいなかったことが分かる。地域ビジネスが長期的に渡りイノベーションが不足した結果、組織の適応プロセスを自己破壊的なものにした。地域ビジネスにはイノベーションが必要であることを抽出した。

4. 肉用牛繁殖農業及び酪農業における非競争世代の動向（事例研究）

肉用牛繁殖農家及び酪農家の新規就農者を中心に適正規模の農業を実践する若者が増えている。彼らは口々に自分や家族の幸せについて語っている。お金を追いつぎて家族の時間が減るくらいならそこそこできちんと子育てしたい。ハードに大企業で稼ぐ必要もなく、自分の人生を見つけ着実に積み上げる生活をしたい。子どもを自然が豊かなところで育てたい。妻と子供3人の家族の時間が最も大切である。家族が畜産より優先される。家族がいなかったら何にもならないなどの発言を得た。牛の増頭意欲はなく、自分の仕事は維持できる程度で十分であると考えている。これらの発言を聞くと、自分だけよくなるような競争的な思考はなく、敢えて補助金を使い、事業規模拡大を行うといった成長戦略に加担する姿勢は見られない。

一方、競争的な姿勢を持って、事業に取り組んでいるのは、地域出身者たちである。インタビューでは競争的な発言が続いている。牧場も拡張したい。将来的には牛舎を新築し、200頭体制で孫に引き継ぐのが夢である。これからも雌牛を残し、増頭を進めるとともに、組織経営を学び、経営基盤を築きたい。仕事で儲けることは重要である。地域は人口増加策に注力すべきと考える。仕事は維持できる程度でよいとは考えていない。さらなる増頭意欲はある。日本は経済成長を目指さなくてはいけない。所得格差の拡大は問題ではない。仕事の能力差がある。挑戦して儲かる人、挑戦しないで儲からない人の差はあるのではないか。これらの発言は、競争的視点からくるものである。非競争的な肉用牛繁殖農業、酪農業とは対照的な存在といえることを抽出した。

5. 地域ビジネスのリーダーと後継リーダー（事例研究）

木次乳業の創業者の佐藤忠吉氏は名刺に百姓と書いてあり、何でもすると言うことを表明していた。これはまさにイノベーションである。一方、木次乳業の3代目社長T氏は「牛乳販売の拡大に努力はするが、たまたま乳業会社が軌道に乗っただけであり、牛乳生産だけに意識を持たず、地域に生産が提供できるような事業や暮らしがよくなるような事業は臆することなく進める」と述べている。イノベーションを怠らない姿勢を明確にしていることからみると、地域ビジネスを後継するリーダーは育っているといえる。

浜中町農業協同組合の石橋榮紀氏は「2回提案したが、そのたびに提案は否決された」「道庁も中央会も連合会も反対した」「怒られた」と述べている。これらは、イノベーションを起すことへの地域の反対である。組織のリーダーは地域の反対を押し切っても事業を推進する必要があることを示している。しかし、「品質の高い生乳を作ることに注力しており、6次産業化、観光への進出意欲はない」と述べており、反対を押し切っても事業を推進する意識は見られない。また、「専業が忙しく今は休みがない。息子たちに決まった定休日が欲しい」とも発言しており、リーダーとしての方向性を決める時間の余裕がない実態を述べている。町内に住む放牧酪農は「カリスマ石橋イズムは大きな存在である。研修牧場は維持するのみでアップデートされていない」と指摘しており、後継するリーダーが育っていないことが垣間見られる。丹波乳業（2014年に兵庫丹但酪農農業協同組合から事業継承）が、何もイノベーションを起こさず、衰退したことから考えると、浜中町は地域ビジネスが衰退する可能性を秘めているといえる。地域ビジネスのリーダーや後継者はイノベーションを怠ってはいけないことを抽出した。

6. 地域ビジネスにおけるマネージャーの役割（事例研究）

鳥取県江府町ではリーダーが不在、組織未形成のなかで、マネージャーが入り、肉用牛繁殖農家との協議を重ね、事業を推進できる。この中で、地域ビジネスのリーダーを招へいた。地域ビジネスのリーダーは外部から招へいできることを抽出した。

7. 非競争型地域活性化政策

地域に非競争世代が浸透する中で、成長を欲しない地域活性化政策が必要である。それは、生き方という時間の概念を含む、家族との幸せが優先される働き方であり、適正規模の生業のあり方である。地域とは地域活性化政策が及ぶ空間的範囲と定義される中で求められる地域活性化政策に時間の概念が必要である。第五次全国環境基本計画（2018年環境省）においては、目指すべき持続可能な社会を実現するために新しい試みに果敢に挑戦するイノベーションが必要であると述べている。適正規模の畜産、動物福祉、フードマイレージを社会イノベーションと位置づけ、時間をかけて、社会を改革してゆくことが求められる。

8. 考察

集落は「リーダー」「後継者」「長老組織」「地域ビジネス」があれば存続できる。しかし、多くの地域でリーダーが不在であり、地域ビジネスのリーダーまたは「マネージャー」の招へいにより集落存続の流れを作ることができる。地域ビジネスとは「理念」や「誇り」を後継者に伝える活動である。長老組織に新たなイノベーションを起こすリーダーは生まれにくい。地域ビジネスは内発的でなくても問題はない。「後継者」は存在認知活動により信頼や信用を獲得し「組織」との共存が果たせる。「後継者」は「地域ビジネス」のイノベーションを継続する使命にある。本研究では以上に示す項目を抽出した。

また、社会的価値を産する土地はそれ自身が「社会的価値」として管理すべきものである。過疎地域の生業は「適正規模」の経営で行われることにより、社会的価値を見出せる。地域ビジネスと生業との関係を結ぶのは誇りであり信頼であることを抽出した。

以上に基づき、地域の非競争化の構造化（理論1）、存続可能な集落構造の実現化プロセス（理論2）、社会的価値を付加された商品の生産と伝搬（理論3）で構成される産地集落の存続・継承理論パッケージを提案した。