

CSAによる生産者と消費者の連携

スイスと日本の産消連携活動の比較から

誌名	農業および園芸 = Agriculture and horticulture
ISSN	03695247
著者名	波多野, 豪
発行元	養賢堂
巻/号	83巻1号
巻号補足	
掲載ページ	p. 190-196
発行年月	2008年1月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター

Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council
Secretariat



CSA による生産者と消費者の連携

— スイスと日本の産消連携活動の比較から —

波 多 野 豪 *

〔キーワード〕: CSA, 産消提携, 有機農業, ファーマーズマーケット, NPO

1. 産消提携と CSA

(1) CSA の捉え方

CSA は、1980 年代の米国で生まれた生産者と消費者の連携活動であり、現在もその活動はカナダ・フランスなどに波及している。日本においても、その Community Supported Agriculture という魅力的なネーミングから、総務省・農水省などによって取り上げられ紹介された^{注1)}。しかし、同様の活動は日本国内において、むしろ米国より早い時期から取り組まれている。それは、有機農業運動において取り組まれた産消提携と呼ばれる実践形態であり、米国ではドイツ・スイスと並ぶ CSA の源流のひとつとして紹介されている^{注2)}。

確かに、両者は有機農業に代表される地域の環境を意識した農業を支える取り組みであり、一般市場を介さず、消費者がグループを形成して生産者と直接に結びつくという機能と形態においては同様のものと捉えてもよい。しかし、産消提携では、有機農業に取り組むリスクと負担を生産者だけでなく消費者も担うことが理念に謳われているものの、CSA のような前払いという積極的な負担を消費者が負うことがなかったという一点において、多くの共通点をもちながらもその違いは際立っている。

グローバル化の進む今日において、当初から有機

農産物が市場化された欧米で、CSA のような負担の多い、小規模の取組みが各地で増えている。一方、近年の有機農産物の市場化によって日本の産消提携はその参加者を大きく減らしている。また、欧米では、オーガニックマーケットが年率二桁で増加している中で CSA も拡大が続けているが、日本の有機農産物市場は伸びの計測が困難なほどの低いシェアに止まり、さらには輸入品の伸張によって国内自給率は 16% までに減少している。

こうした対照的な展開は、両者の社会環境の異なりが大きいにしても、それをもたらした内部要因に関心を抱かせる。たとえば、CSA は、CSA 農場という実体をもつが、産消提携とは関係性を表すものであり、生産者と消費者団体が固定的関係を結ぶものの、生産圃場を産消提携圃場と呼ぶことはない。提携団体と呼称される際は主として消費者団体を指している。

流通の面から有機農業を支える仕組みとしては、早くから自然食品店がその機能を担ってきた。ドイツやオーストリアなどでは有機農産物のメイン

注 2) たとえば、ロデイル研究所のウェブサイトである The New Farm ; The Rodale Institute (www.newfarm.org/features/0104/csa-history/part1.shtml) では日本の産消提携の間接的な影響力を記述している。たしかに、年代的な早さで言えば生産者と消費者の自給農場として「たまごの会」が発足するのは 1974 年であり、さらには、宗教的理念を共有する生産販売組織「自然農法普及会」は 1953 年に設立されている。しかし、産消提携運動の初期にあたる 1970 年代には、米国の CSA に直接の影響を与えたドイツのアントロポゾーフ（シュタイナー信奉者）によるコミュニティやスイスの生産者消費者協同組合がすでに営まれている。また、1960～70 年代には米国でヒッピーコミュニティやコレクティブと称される共同農場が運営されており、これらは日本のコミュニティ運動のモデルとなっている。世界システム論的にみれば、1950 年からの戦後体制の発端と、1960 年代末の学生運動の余波が地域社会や消費者運動にステージを移して環境問題や有機農業に展開する経過は世界に共通のものであるともいえる。

注 1) 日本での CSA の紹介は、まず、日本有機農業研究会機関紙「土と健康」誌上で 1991 年 11 月金子まちこ、1992 年 2 月本野一郎によって取り上げられ、「本野一郎 1993. 有機農業の可能性. 新泉社、東京」や「池本広希 1994. 生命系の経済学を求めて. 新泉社、東京。」においても一部紹介されているが、米国の CSA 農業実践者自らの著作は Trauger Groh, Steven McFadden, Farms of Tomorrow : Community Supported Farms Farm Supported Communities, 1990 (参考文献参照) が初出であると思われる。

チャンネルは現在も自然食品店である。しかし、日本においては当初からそれはメインチャンネルとなることはなく、近年にいたってようやく米国スタイルのオーガニック専門（志向）のスーパーマーケットが展開しはじめたにすぎない。また、欧米では生産者団体自らが卸売の機能を担ったが、日本では有機農産物専門の流通事業体の成長によって、小売と卸売の機能を担いつつオーガニックマーケットが支えられることとなった。

日本ではこうしたオーガニックマーケットの展開によって産消提携が圧迫されていく結果となったが、一方のスイスでは、ミグロ、コープという有機農産物の販売チャンネルが整備されながら、CSAが広がっていることが興味深い。このことから、産消提携に求められたものは有機農産物の流通機能であり、スイスのCSAは異なる役割を担うものと考えられる。

CSAを、個々の農場がマーケティングを行う形態と捉えるならば、すでに産消提携の存在する日本においても、次世代のモデルとなる可能性が考えられる。また、地域の有機農業を持続させることを課題とするコミュニティ・ビジネスと捉えるならば、この事業の影響は個々の農場に止まらず、地域に消費を呼び込み、雇用を生み出すものともなる。スイスでは、生産者組合がCSAの形態に発展せず、卸売業に転換した事例がみられるが、その場合においても、有機農業を支えるビジネスとしての雇用を生み出している。

2) CSAの概要

CSAの理念と実践の概要は次の通りである。まず、1もしくは2～3の農場で生産され供給される有機農産物を共同購入するために消費者がグループを形成し、農産物の仕分や受け渡しだけでなく、農場の運営などにも参画する。有機農産物以外の共同購入で成立しているCSAは少数である。

後節において詳述するように、形態としては、生産者が同等の立場で事業に参加するワーカーズコ

レクティブのように、消費者が生産者と同等の立場で有機農業を支える事業に参加する「産消コレクティブ」とでもいったものと考えてよい。米国の場合、ひとつのCSAは1～3農場と100世帯程度の消費者で形成され、消費者はコアグループと呼ばれる農場運営委員会を構成する。日本では個人の生産者が個別の消費者と提携する事例もみられるが、多くは生産者と消費者との団体間提携の形が多くみられ、消費者団体の内部に生産部会や財務部会といった業務が振り分けられる。消費者は、年間予約に基づいて、前払い（年間、半年、季節ごと）のうえ、旬の野菜の詰め合わせを農場もしくは、配送ポイントで受け取る。支払方法においては、分割払いや低所得層向けの金額を別途設定するなどの階層間格差への配慮や、フェアトレードの実践が特徴となっている。参加する消費者の規模としては、米国では1,200世帯が最大とされている^{注3)}。

2. CSAの現状

(1) 米国から各国への波及とCSAの原点

米国のCSAは、ドイツのバイオダイナミック農場とスイスの生産者消費者協同組合農場に影響を受け、現在1,000を超えるグループにまで活動が広がっている。CSA農場の半数は10ha以下の規模であり、それを100～1,200世帯の消費者が支える構造である。この活動はケベック中心にカナダのフランス語圏に広がり、70グループを超えるまでになっている。2000年から取組みがみられるフランスでは、南仏オーバーニュ中心に200～300グループが個別に活動しており、一時は全国協議会を形成するまでになっていた^{注4)}。また、イギリスでは約100グループの活動が報告されている^{注5)}。

一方で、そのCSAに間接的な影響を与えたと思われる日本の産消提携運動は、1991年段階で830団体を数えたが（厳密な意味では250程度。同年の米国のCSAは30と報告されている。国民生活センター編『多様化する有機農産物の流通』学陽書房1992）、

注3) 日本では最も古くからの提携団体のひとつで、1980年代の一時期に消費者数が1,800世帯に達していた。この数値が、参加者がお互いを認知できる上限を示唆しているように思われる。

注4) フランスでは、AMAPs: Associations pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne（地域の農業の維持を目的とした組合）と呼称されている。また、オランダではPergolaなどの名称がある。

注5) 2004年フランス、2005年ポルトガルにおいて「生産者と消費者、農村と都市を結ぶ市民のつどい」と題して、国際提携会議が開催され、世界のCSAが1,700団体に上ることが確認された。「日本有機農業研究会誌2006. 土と健康10月号」参照。

現在は減少傾向にあり、活動を継続している団体は多いものの、その参加者は大幅に減少している。

米国の CSA の始まりは、マサチューセッツ州のインドライン農場およびニューハンプシャー州のテンブルウィルトン農場であるとされ、ともに創設は 1986 年である。前者はスイスの生産者消費者共同農場の経験者が、後者はドイツのアントロポゾーフ（シュタイナー信奉者）農業共同体の経験者が参加している。シュタイナーのバイオダイナミック農法は戦前から各地の農場で取り組まれており、ナチスドイツとの親和性が言及されているが^{注6)}、戦後のドイツでは、1970～80 年代にかけての時期に、アントロポゾーフ農業共同体として再出発している^{注7)}。

インドライン農場では Vander Tuin が、スイスの生産者消費者協同組合^{注8)}での経験を Robin Van En に伝え、消費者が共同購入によって農場を支える CSA のアイデアを実現したとされる。また、共同購入からさらに進んで、スイスの Les Jardins de Cocagne と Clef de Champs は、発足当初より、協同組合が農場を買い取り、生産者に生産圃場を提供している。このような協同組合による農地保有に近い例としては、全米最大の CSA 農場とされるエンジェリック・オーガニックスにおいて、CSA 会員が農地の購入と管理を目的とする LLC を設立して農場に貸し出している事例がある^{注9)}。

(2) スイスにおける CSA の展開

一般には、米国の CSA がフランスに波及し、AMAP（追加説明）として展開していると認識されているが、米国に影響を与えたスイス西部（主に仏語圏）における生産者消費者協同組合が、現在もフランス側の国境地域に影響を与えている。

スイスの有機農業は、欧州での有機農業の提唱者であるハンス・ミュラーを原点とするが、彼によって 1946 年に創設された生産者の協同組合であるビオゲミューゼは、1980 年代には 4,000 世帯の消費者

に郵便を利用して野菜パックを供給するまでになっていた。しかし、経営難のため 2000 年に株式会社化し、組合員の生産物出荷組織から、有機農産物の専門の卸売会社に変貌している。当初はミグロを主要な出荷先としていたが、スイスコープがナチュラ・プランでオーガニック志向にシフトして以降、スイスコープとの専属契約を結んでいる^{注10)}。大規模な流通を対象とし、CSA 以外の形態で有機農業を支える形に転換した例といえよう。

1980 年代に Vander Tuin が参加したというチューリヒの Topinambur は 1985 年以降、何度かの倒産・再編を経て現状の活動は確認できないが、バーゼル近郊で 1980 年から活動する Birsmattehof は、1993 年に Birsmatte 農場の経営難に際して提携先であった協同組合メンバーからの個人的支援、アントロポゾフィーバンクからの融資を受けて協同組合が農場を買い取り、Agrico Birsmatte 農場として、400 人の出資によって支えられ、700 人の消費者に農産物を提供している。

フランスの AMAP にも影響を与えている CSA とは、ジュネーブの Les Jardins de Cocagne（コカーニュ農園、Cocagne は果樹の収穫などに使う棒・梯子状の農具であるが、現地では収穫を待つ農夫の意味があるという）である。1978 年から活動を継続しており、現在は消費者 400 人のメンバーを数える。

また、コカーニュの影響を受けて、1982 年からジュラ地域で始まった Clef de Champs（直訳すれば平原もしくは田畑の鍵だが、現地では解放への旅立ちを意味する慣用表現とのこと）は、1 人の労働専従者と 120 人の消費者が農場を支えている。

一方で、コカーニュ農園は、地域の農業者に呼びかけた、l'affaire Tourne-Rêve（忙しい変人の夢）、というシリアルおよび基礎的な食物を対象とした新たな CSA を 2003 年から展開しており、年に 2 回の出荷であるが、消費者数は 1,200 世帯に広がって

注 6) 藤原辰史 2005. ナチスドイツの有機農業. 柏書房, 東京.

注 7) 「Peter bruegge 1984. Die Anthroposophen.」が、「子安美知子訳 1986. シュタイナーの学校・銀行・病院・農場. 学陽書房, 東京.」として出版されている。

注 8) 生産者消費者協同組合: Genossenschaft von Produzenten und Konsumenten は、他に Genossenschaft für biologischen Landbau: 有機農業協同組合, Gemeinschaftshof: 共同農場, Zusammenschluss von Produzenten und Konsumenten: 産消提携, などと呼称されている。

注 9) 「磯田宏 2006. むらの活性化に生かせるか LLP と LLC. 現代農業 1 月号.」

注 10) スイスの有機農産物市場の主要な流通チャネルは、2 大スーパーマーケットチェーンであるスイス・コープ（生協）とミグロ（生協から転換した株式会社）である。ともにスイスの食品市場全体の 3 割以上のシェアを持ち、売りに占める有機食品シェアは数%であるが、現在ではコープがミグロよりも有機食品シフトを進めている。

いる。同様の活動は、ローザンヌの近隣で *Jardin Potager* として 2005 年から始まっており、これは CSA の支援に乗り出した農民組合：Unitere のプロジェクトの一環である。

このように、コカーニュの影響は広がっており、ヌーシャテルで、*Lopin bleu* が結成され、参加者は 1 年の間に 45 名から 150 名に拡大している。上述のようにフランス国境を越えたオートサボア県でも、*les Paniers du Corti Annemasse* が 2005 年から約 60 のメンバーで取組みをはじめている。

3. CSA の活動の特徴

(1) 所得格差への配慮

米国やカナダでは、フェアトレード志向が強く、国内的にも支払方法における低所得者層への配慮プログラムを持つ CSA として、ニューヨークの JUST FOOD が事情により引き取られなかった野菜を教会などに寄付している例などがあるが、スイス

のコカーニュ農園では北アフリカへの資金援助や年収に応じた支払額の設定プログラムが実践されている（表 1）。

標準の大きさのかごに対して、最も収入の低い申告をしたものは、年間約 11 万円、収入を申告しなかったものは 12 万円、農場を支援する意志の高いもの（まさに支払い意志額をそのまま支払っている）は 14 万円の支払額となっている。CSA の会員は同一内容の野菜かごに対してこれだけの差額負担を承認しているわけである。

(2) 非営利志向

Agrico 農場では、600 世帯の消費者の支援を受けて経営難を回避したが、その消費者の意向を受けて表 2 のように財務諸表を開示している。詳細は以下の通りであるが、賃金が総支出の 5 割を占めており、利益率は 1% という低水準である。また、消費者へのサービス姿勢が求められるため、冬場でも安定出荷が可能となる温室を設置し、その減価償却がはじまったばかりである。

表 1 *Jardin de Cocagne* の支払額一覧表（2005 年）

所得クラス		標準サイズ	小サイズ	
クラス1	養育費等のマイナス控除	1,140	840	
クラス2	18,000 以下	1,165	860	
クラス3	18,001～26,000	1,190	880	
クラス4	26,001～34,000	1,215	900	
クラス5	34,001～42,000	1,240	920	所得額中間層
クラス6	42,001～50,000	1,265	940	最多層
クラス7	50,001～58,000	1,290	960	
クラス8	58,001～66,000	1,315	980	
クラス9	66,000 以上	1,340	1,000	
クラス10	維持会員	1,500	1,200	5人
クラス0	回答なし	1,260	935	

単位：スイスフラン (CHF)

表 2 減価償却一覧表

勘定	償却率 (%)	期首在高	減価償却累計額	減価償却費	期末在高
農園所有自動車類	40	1,487	1,487	595	892
機械、用具	30	13,754	13,754	4,126	9,628
固定設備(野菜用)	15	1	1	1	1
固定設備(農業用)	15	3,154	3,154	473	2,681
備品(会社用動産)	25	1,348	1,348	337	1,011
小計		19,744	19,744	5,532	14,213
農園建物		1,317,159	1,317,159	58,100	125,059
事務所		111,614	111,614	6,560	105,054
温室ハウス	10	243,703	243,703	24,370	219,333
土地		81,000	81,000	0	81,000
合計		1,773,220	1,773,220	94,562	1,678,659

Agrico 農場, 2005.12.31.現在

単位: CHF

4. CSA と産消提携との異同

(1) 産消の結合形態

CSA と産消提携は、消費者が団体を組織して有機農業を支える仕組みとして大枠的には、同様の概念であるといえる。さらには野菜中心の直接取引で、配達は週 1 回、品目数と量は農家まかせのパック野菜（種類・量指定不可）を共同購入するというかなり詳細な点までも共通点は多い。

しかし、生産者と消費者との結合形態からみれば、日本の産消提携では生産者消費者ともにグループを形成することが多いが、スイスの CSA では、消費者は同じくグループを形成するものの提携先は概ね一つの農場である。

注 11) 「大山利男 2003. のびゆく農業 944. アメリカの CSA: 地域を支える農業. 農政調査委員会.」

表3 CSAと産消提携の異同

	CSA	産消提携
出資	消費者も農場に出資(例外あり)	入会金のみ(会員出資株式会社化の例あり)
労働提供義務	あり(なしも増加)	年一・二度の縁農(初期)
受け渡し方法	配送ポイントで	個別配送(初期は配送ポイントで)
注文方法	春から秋の30週分の予約	一カ月単位継続が前提ではあるが脱退は随時
支払い方法	一括前払いもしくは分割	口数予約, 後払いお礼方式での先払い例あり
低所得層への配慮	あり	なし
生産過剰分の処理	ファーマーズマーケットで販売	生産過剰には出荷制限を設ける

これは米国においても同様であり, たとえばニューヨーク州におけるCSA数は37に対して農場数は16となっている^{注11)}。

(2) マーケティング機能

産消提携は, 生協など既存の組織が特定の生産者との提携に取り組む例も見られ, 団体の存続という目的がさまざまな制約を生みやすくなっている。CSAは, 地域の有機農業の支援, 具体的には農場を支える組織として形成されるため, CSA団体の維持が自己目的化することはない。また, 欧米ではCSAをサポートするNPOが活動しており, 仏語圏スイスの農民組合(Uniter)もこの役割を担うものである^{注12)}。産消提携の協議会的な組織として日本有機農業研究会があるが, その活動は会員への情報提供に止まり, マーケティング機能は有していない。

(3) 雇用創出機能

産消提携は主に消費者団体が流通機能を担うため, 農作業よりもその業務に労働力を必要とする。この業務の多くが会員の交代によって担われ, 業務専従をおく例もみられるが, 生協などの既存の団体の場合を除き, 正規雇用は1名から数名にとどまる。

CSAのコアグループは会員のボランティアであり, 有償の場合はあっても専従者を置くことはまれである。しかし, CSA農場には専従者が置かれ, 10名近い雇用を生む場合もある。CSA農場は単に生産機能を担うだけでなく, 会員へのさまざまなサービスを提供するため多様な業務をもたらし, 通常の農家が季節労働者を雇用する以上の雇用を必要とす

る(表3)。

(4) コミュニティの解釈

CSAに関するいくつかの誤解において最も注意すべき点は, Community Supported Agricultureの訳語として「地域が支える農業」が定着し, 既存の農業をそのまま支える仕組みが存在するかのごとく理解されていることである。

CSAは有機農産物を求める消費者がその生産農場を支える仕組みであり, そのウェブサイトでは, まず「コミュニティを形成すること」を参加者に呼びかけている。コミュニティを形成する核は, 有機



写真1 パニエ（野菜かご）と
その内容物：パーゼル



写真2 ビオ（有機農産物）専門のファーマーズ
マーケット：サンクトガレン

注12) UniterのCSAプロジェクトは2007年現在, 18にまで広がっている。CSAをサポートするNPOが存在する米国や, 農民組合のCSA支援活動が始まっているスイスなどに比して, 産消提携を支える組織が機能せず, 運動が衰退基調にある日本の現状は大きく立ち遅れていると意わざるを得ない。



写真3 販売員が常駐する直売店舗：コンスタンツ

農業に価値を見出すことであり、その価値観を共有する消費者と生産者がコミュニティを形成してはじめて CSA の活動が可能となる。あたかも既存の地域社会が即自的に地域の農業を支えるコミュニティであるかのような農水省や地方行政の用語法とは大きな隔りがある。

つまり、ここで言うコミュニティとは、理念を共有する団体というべきものであり、日本人が造語すれば Society とするところであろう。このような意味で、自分たちが消費するために生産機能までも取り込んだコミュニティとしては、国内では「たまごの会」による共同農場、コミュニン百人委員会による「弥栄共同体」などがある。

コミュニティの維持を目的とするビジネスの実例をあげておくならば、スイスのエンメンタール地方には、地域の消防団（劇団）が経営するナチュラルチーズ工房が活動している。岐阜県には劇団による消火器の製造販売の事例があるが、事業目的がそれぞれの団体の維持にあるとしても、その団体が地域の維持を目的とする消防団である場合、その自己維持は即時的にコミュニティの維持と直結する。

また、日本にはいまだアグロツーリズムマーケットが形成されたとはいいがたいが、周知のように西欧ではグリーンツーリズムやアグロツーリズムが盛況である。個々の農家がそれぞれの事業目的をもって農家民宿を経営していても、ツーリストは村全体の農業環境や自然環境を前提とするものであり、村民が農家民宿を核にアグロツーリズムの形成を支援するならば、その活動はコミュニティ・ビジネスと言ってよい。ただし、西欧は都市と農村が分離して久しいため、都市住民が農村とのチャネル

をもつには有償のサービスを必要とせざるをえないという歴史的背景によって、ビジネスとしてのアグロツーリズムが成立する。一方、日本の場合、食と農の乖離が言われているものの、アグロツーリズムが成立しない程度にまだ近接性を保持している関係であると言えようか。

5. 日本における CSA の可能性

(1) 日本型 CSA の必要性

前述のように、日本の産消提携は、消費者運動をはじめとする社会的な運動の退潮、提携参加者の退出と有機流通事業体へのシフトなどによって危機的な衰退期にある。その要因はさまざまに考察でき^{注13)}、日本特殊論による解説も可能であるが、前節でみたように CSA との異同に着目することによって明らかとなる点がある。

まず、米国の CSA はファーマーズマーケット (FM) と一体となって需給調整を行っているが、日本の FM では、有機農業のもつ批判性から有機農産物を慣行農産物と並べて販売することは嫌われることがほとんどである。これは、すべてが有機農産物で構成される FM が必要であることを意味している。

また、日本の有機農業は慣行圃場と隣接して営まれることが多く、相互の干渉性の問題が発生する。米国のような森林や池を含む 100ha 規模の CSA 農場では虫害も少ない事をみれば、日本では集落すべてが有機農業を実践する形態の追求を放棄するわけにはいかないであろう。地域が支える有機農業の実現である。

(2) 日本型 CSA の萌芽

日本にも集落全体がひとつの農業経営を可能とする形態がみられるようになってきている。東広島市河内町小田地区で 2005 年に成立された「農事組合法人ファーム・おだ」は、明治の合併で消えた旧村が平成の合併で法人として復活し、参加農家 128 戸、参加率 77%、農地面積 82ha を実現している。現在は都市住民との連携を模索しながら、将来的には全面積で水稻および大豆の特別栽培をめざしている。

また、神奈川県大和市の「都市型 CSA なないろ

注 13) 「波多野豪 2004. あらためて産消提携を考える。有機農業学会編。有機農業研究年報 4. コモンズ。」参照。

畑農場」は2003年に80世帯、2.3haの都市型CSAとして出発している。この「都市型CSA」の表現には生産者と消費者の溝を埋めることのできない産消提携の現状への批判の意味合いが込められている。代表者は「産消提携では消費者と生産者に分けてしまうが、CSAは共同性を獲得できる。エコロジ的な社会をつくりたいという意識を共有するコミュニティである」と述べ、実際、農場の維持運営に消費者が積極的に関わっている。

三重県松阪市の「NPO法人亀さんの家」は、託老施設の主宰者がその利用者に対して「デイケアで無為に時間を過ごすよりも生産活動を」と提案し、65名の会員の支援を受け、11名の老人が放棄された豚舎で会員の生ごみを堆肥化する活動を行い、1.1haの農地で有機栽培に取り組んでいる。一般廃棄物の処理事業許可を得ていないため、生ごみの堆肥化から利益は得られないが、近隣の自然食品店やアトピー患者のネットワークなどに有機農産物を販売し、収益を分配することで、かつては託老所に預けられていた老人たちが、新たな生きがいを見出すまでになっている。

以上のように、近年、新たに現れはじめた日本のコミュニティ・ビジネスは、有機農業とCSAへの展望をもつことで、地域の問題解決能力と雇用創出能力を高め、よりいっそう、地域コミュニティの維持機能を発揮する可能性を示している。さらに、地域コミュニティの維持機能を支える生産者と消費者との関係構築においては、今後は、消費者運動の力量低下を補う生産者からの働きかけがより重要な要素となろう。

(3) 日本におけるCSAの可能性

産消提携は、双方の対等な関係を前提に、消費者から生産者へのアプローチによって成立した。単なる有機農産物の流通機能としては、その役割を終えつつある。一方で、スイスのCSAは農場が消費者を地域へ取り込むという生産者から消費者へのアプローチによって、テーマコミュニティと地域コミュニティを重ねていく方向を示している。

つまり、流通機能を果たした産消提携の次段階は、地域コミュニティへのアプローチによる有機農業の支援である。消費者主導の色彩が強かった産消提携における生産者と消費者との関係から、次段階にふさわしい両者の関係構築には、消費者運動の力量低下を補う生産者からの働きかけが、今後、より重要な要素となるであろう。

こうした産消提携からCSAへの戦略シフトによって、有機農産物の購買運動から有機農業を軸とした地域づくりへ消費者運動への待ちの姿勢から地域発の生産者運動へ、という点と点を結ぶ線から面への展開が展望できるのである。

参考文献

- 細内信孝 1999. コミュニティ・ビジネス. 中央大学出版会.
- Henderson, E and R. Van En 1999. Sharing Harvest : A Guide to Community Supported Agriculture, Chelsea Green Publishing, White River Junction, VT.
- ペーターブリュッゲ著, 子安美知子訳 1986. シュタイナーの学校・銀行・病院・農場. 学陽書房, 東京.
- 大山利男 2003. のびゆく農業 944. アメリカのCSA: 地域が支える農業. 農政調査委員会.
- Groh, T. and S. McFadden 1990. Farms of Tomorrow: Community Supported Farms-Farm Supported Communities, Biodynamic Farming and Gardening Association, Kimberton, PA. (グロー・マックファデン著, 兵庫県有機農業研究会訳 1996. バイオダイナミック農業の創造. 新泉社, 東京.)