

「ソーシャルビジネスとしての農業参入に関する研究—生活協同組合を事例として—」 研究成果報告概要

片上 敏喜

ソーシャルビジネスは、現代社会における様々な社会的課題に対する取組みを継続的に進めていく事業活動であり、地域の自立的発展、雇用創出につながる活動として近年注目を浴びている。ソーシャルビジネスが注目される背景には、少子高齢化の進展、人口の都市部への集中、ライフスタイルや就労環境の変化等に伴う様々な社会的な課題の顕在化が挙げられる。従来、こうした社会的な課題は、行政等によって対応が図られてきた。しかしながら、社会的な課題が増加し、質的にも多様化・困難化していることを踏まえると、それら課題の全てを行政が解決することは難しい状況にある。こうした社会的な課題を解決する行政以外の担い手としては、これまでに市民ボランティアや任意団体・非営利団体（NPO）といった主体が存在してきた。そして近年、これらの主体に加えて、社会的な課題に対して、市民自らが当事者意識を持ち、ビジネスとして積極的に事業性を確保しつつ解決しようとする活動が注目されている。そこでは地域の社会的課題を解決していこうとする主体の活躍が期待されており、ソーシャルビジネスはこうした活動の総称として捉えることができる。

一方、近年において生活協同組合が自ら農業生産法人等を立ち上げ、農業に参入していく動きがみられる。生活協同組合の農業参入の目的は、自らで野菜を栽培し、店舗などで販売することで、より安全な食品を消費者に提供するという食品販売事業者として消費者のニーズに応えていく視点と、後継者不足などで耕作が放棄された土地を活用していくといった地域社会への貢献の視点があると考えられる。そこで本研究では、全国で農業生産法人等を設立し、農業参入に取り組んでいる生協を対象とした調査を行い、生協が農業参入を行う意義、目的、手法、影響や効果等について検討を行った。その結果、ソーシャルビジネスに必要な「社会性」「事業性」「革新性」の観点から、生活協同組合による農業参入が極めて、ソーシャルビジネス性を有していることが明らかとなった。具体的には、以下の点が挙げられる。

まず、社会性については、生協の農業参入のミッションが、現在、農業分野において解決が求められる課題である高齢化問題、後継者問題、流通・販売チャネル確保の各課題に対して、取り組む事業活動であることが本研究を通じて示された。具体的には障がい者の就労支援の実現を通じて、広く農業の高齢化・後継者問題に対処していくとともに、各生協がもつ組合員ネットワークによって、栽培した農産物を流通・販売するチャネルがあることによって成されていることが明らかとなった。

次いで、事業性については、協同組合が母体となることが大きな要素としてあることがわかった。それは協同組合が「人々が自主的に結びついた自律の団体」と「共同で所有

し、民主的に管理する事業体」という「運動体」と「経営体」の二つの側面を持っていることに起因する。協同組合には共通の理念（運動目的）があり、その実現のために事業という経済的行為が行われている。ゆえに協同組合における事業とは、共通の理念を実現することを目的として行われるアプローチであり、例えば株式会社のように、出資と利用と運営の関係が個々に独立し、経済的な利潤の極大化を目的とするのではなく、人と人との結びつきやつながりに基づいた組織を成立させて行われる。このような事業活動のミッションをもつ協同組合が農業を行うことによって、宅配・店舗販売等のアプローチを持ちながら継続的に事業を進めていくことが成されると位置づけられた。

最後に、革新性については、農産物を提供していくに至るまでの仕組みづくりに見出された。先述した社会性の中でも示した通り、農業分野においては高齢化・後継者問題、流通・販売チャネルの創出が代表的な課題として挙げられる。これらの問題を鑑みる時、栽培された農産物の受け皿としての生協組合員の役割は大きい。また本研究の調査事例において、若者が農業離れをする大きな要因として販路がないことを課題として明確に捉え、生協の組合員を活用した販路先の確保をもって課題に取り組む姿勢や、生協としてのブランドをつくり、若手農家が生協ブランドをともに作ることを通じて、生協が契機となって生協の枠を超えて地域でグループ化やネットワーク化を行う取り組みが見られた。

本研究ではこれらの検討を通じて、生協がソーシャルビジネスとして農業を行っていく意義や役割を明らかにした。