

木村 純子

テリトリーに根ざした酪農の
SDGsへの貢献

— コモンズの精神が実現する地域活性化 —

2021/05/26

No. 238

Junko Kimura

Dairy Activities Rooted in TERRITORIO
for SDGs Achievement:
Rural Development by Spirit of Commons

May 26, 2021

No. **238**

テリトリーオに根ざした酪農の SDGs への貢献： コモンズの精神が実現する地域活性化
木村純子

Dairy Activities Rooted in TERRITORIO for SDGs Achievement:
Rural Development by Spirit of Commons
Junko Kimura

第1章 はじめに

1.1.目的

本稿は、都市近郊型の酪農がいかに持続可能な社会を実現しうるのかの論理を提示することを目的とする¹。コモンズの精神は社会関係資本を地域で共有すべき共通価値として人々が認識する価値概念である。テリトリーオは都市的機能と農村的機能がネットワークによって結び付けられ共存する新たな持続的社会的システムである。テリトリーオはコモンズの精神的な価値概念によって支えられるという点で、コモンズの精神と相互依存的な関係にある。テリトリーオを新たな持続的社会的システムとするのは、市場が社会に埋め込まれているという点では資本主義経済の生き残り策だからである。

地域社会の持続可能な未来を実現するためには、価値概念としてのコモンズの精神と社会システムとしてのテリトリーオの相互に関係する 2 つの要素が地域社会に備わっていることが必要であるというのが本稿の仮説である。これを神奈川県伊勢原酪農の事例を取り上げて確認する。

日本政府が推し進める農業は、スマート農業や IoT などによる合理化や効率化、結果としての差別化という言葉が示すようになお拡大を目指しているようである。企業が持続可能な開発目標(以下、「SDGs」と記す)への貢献を自社の ESG 投資やプロモーションツールとして使っているのも、SDGs を自社の競争優位性創出の手段ととらえているからであろう²。いずれも SDGs のゴール到達は持続可能な社会を実現する手段であるはずが目的化しているように思われる。そこで本稿は、SDGs の 17 のゴールに対応させることをあえていったん控えた上で、持続可能な社会の実現ロジックに焦点を当てて議論する。

開発という言葉を引きいて何をイメージするだろうか。成熟社会では「開発」の意味が再定義される。「持続可能な開発」の開発は食料生産と環境保全のバランスの回復を意味する(Commission of the European Communities, 1988; 生源寺, 2013, p155)。持続可能な農業では、農業生産の経済が、環境、地域社会、世帯というコンテキストに埋め込まれている。農業の経済的側面に重点を置くこれまでの見方に対して、本研究は、テリトリーオという新しい概念を用いながら環境要素と社会的要素を経済学と対等な要素として扱い人々の豊かな生活など外部経済効果とのバランスを取るオルタナティブな酪農の姿を提示する。

SDGs を実現することで成立する社会は成熟社会である。成長への多様なスタンスを包摂する成熟社会は経済成長の是非を問うことはなく、大量生産ではなく目の前にある事物を

大切に使う(生源寺, 2013)。すなわち、人々は経済的豊かさではなく毎日の暮らしの充足感に満足することが前提となる(生源寺, 2013; 角屋, 2021)。

1.2. 本稿の構成

本稿は、研究開始当初は日欧比較を目的としていた。2019年10月にイタリアで調査を実施した後、2020年のコロナ禍によって2度目の海外調査を断念せざるを得なくなり、国内においても外出自粛要請で北海道など他県への遠距離先を調査対象にできなくなったことから東京の都市近郊型酪農を事例にとりあげた。内発的発展論の枠組みを用いて、日本の持続可能な都市近郊型酪農、およびイタリアの持続可能な農業を個別に分析した³。調査対象の産業セクターが酪農と農業と異なる事情はあるが、持続可能な酪農／農業到達へのプロセスに特異性があることを明らかにできた。

構成は以下のとおりである。第2章は持続可能な地域社会に酪農が貢献するためのプロセスはどのようなものになるのかを明らかにする。コモンズとの関係を基準にして、20世紀から現代にいたるまでの産業構造と社会システムを3つの段階に分類する。第1段階は20世紀型成長社会の農業、第2段階は近代資本主義の限界を乗り越えようとする農業、第3段階はコモンズの精神とテリトリーに埋め込まれた農業である。

第3章は地域で持続可能な酪農を実現しようと主体的に活動する酪農家をはじめとする多様な主体がかかわるミルク・サプライチェーンの活動において関連主体のネットワークがどのようなプロセスで内発的発展を実現するのかを説明する。

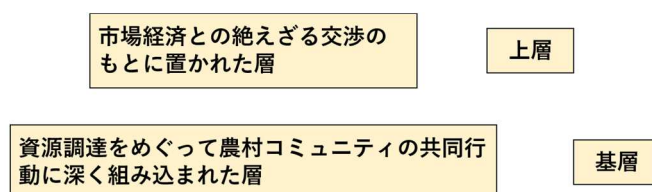
第4章は本稿の発見物を整理する。第1にテリトリーに根ざした酪農の価値プロセスを説明し、第2に本稿の議論がどのようにSDGs実現に貢献できるのかを示唆する。

1.3. 構造的解釈：コモンズの精神とテリトリー

価値創出のロジックを議論する前に本稿の鍵概念を説明する。コモンズの精神とテリトリーである。

農業活動(農村)においてコモンズの精神とテリトリーとは切り離せない関係にある。農業は経済活動以外の活動に依存しているからである。経済活動は地域に埋め込まれているというPolanyi(1944)を嚆矢として、農村の活動は市場経済との絶えざる取引のもとに置かれた上層と、地域コミュニティの共同行動に深く組み込まれた基層の二重構造になっている(図1-1)。上層は市場経済と濃密に交流するビジネスの層である。ここでは経済価値が生まれる。基層は地域のコモンズの精神によるコミュニティの共同行動によって地域の資源が管理される層である。ここでは農業の多機能性によって非経済価値が生まれる(生源寺, 2013)。

図 1-1 農業の二重構造



出所：生源寺, 2013, p164

酪農と乳業は地域に縛られているからこそ持続可能な価値を創出する可能性に開かれている。農業は貨幣経済に適合しにくい。内田(2018)は農業が非生産的で人手が要る仕事であることから、農業従事者が活動を通じて百姓として仕上がる成熟プロセスであると述べる。

農業従事者はコモンズの精神を持つ。その昔、入会地で山や木の所有者にかかわりなく山の生命力を維持する活動を行っていた。それは賃労働ではないが、農業は自然の生命力を維持しなければ成り立たない。農業従事者は自然が貨幣価値の源泉ではなく使用価値の源泉であることを知っていた(内田, 2018)。

住民側も同様である。宇根(2018)はドイツの例を取り上げ地域の景観や伝統は農家のみならず住民のものであり共に守るという意識と活動が広がっていると述べる。ドイツの住民が地元の農家のリンゴジュースを買う理由は体に良い、有機栽培で安全性が高い、栄養価が高いといった本質的価値ではない。彼らは地元の農家を支えなければ村の美しい景観が荒れ果てるから購入する。自然と景観を守るという行為はコモンズの精神にもとづく住民の意識の表れである(宇根, 2018)。

マーケティングの教科書は「プロダクトアウトからマーケットインへ」と教えるが、農業、ことさら酪農にはフィットしないことが分かるだろう。マーケットインは顧客が望むものを作ることであり自然の支配を意味する。しかし農業は生産するのではなく生命を育てていく活動であり、経済的価値すなわち貨幣を基準に評価する価値以外の価値に依存している。

持続可能性を考えると、酪農はマーケットインではなく生産に合わせるものだと分かる。それはアグロエコロジー(須田, 近刊)であり、地球の環境を保全する持続可能性のために生産は制約を受ける。消費者は自己を制御して自然に寄り添って生産者らと共に価値の源泉がどこにあるのかを考えるバリューチェーンの構築が必要である。自己を制御し多様な主体と協力することは後述するミルクの精神であり、このバリューチェーンは「新しいプロダクトアウト」と呼べるであろう。

(1) コモンズの精神

コモンズの精神は社会関係資本を地域で共有すべき価値として人々に認識させ行動させ

る価値概念である(Hardin, 1968)。都市近郊地域における酪農の生産を核とした新しい持続可能な酪農のサプライチェーンによる価値創出の鍵となる。コモンズ(共有地)自体は自然環境をうまく安定的に持続的に管理していくための組織の総称であり(宇沢, 2007)、農村が主体性を持っていた時代は住民自らが共同行動によってコモンズの資源と環境を維持し管理していた(佐々木, 1994)。ところが、都市が外発的開発を推し進め行き届いた行政サービスを提供することで、住民はそのようなコミュニティ感覚を喪失してしまった(佐々木, 1994)。

コモンズの精神は持続可能な社会の実現に必須である。持続可能な社会の実現のためには現在のためだけではなく将来の世代全体に向けられる肉親としてのまなざしが必要であり(生源寺, 2001)、資源を社会共通の財産として守り次の世代に伝えていかなければいけないからである(宇沢, 2007)。

(2) 社会システムとしてのテリトリーオ

SDGs の実現に必要なもう 1 つの重要な概念はテリトリーオ(Territorio)である。テリトリーオはイタリア語であり、物理的な意味では「都市、集落、田園を 1 つの共通の社会経済的・文化的アイデンティティをもつ地域(陣内他, 2019, p2)」と定義されるが⁴、本稿はテリトリーオ概念を社会システムとしてとらえようとする。

フランス語のテロワール(Terroir)を類似する概念として挙げる人がある。テロワールは自然的要素と人的要素で構成される。国立原産地名研究所(INAO)がテロワールを「地域の空間であり、そこでは人間共同体が歴史を通じて生産の集合的知識を構成する。それは物理学的・生物学的環境と人間的要素全体との間で相互作用システムに基づいている。その中で作用している社会技術的軌跡がこの地理的空間を原産地とする財に対してオリジナリティを示し特異性を付与し評判を生み出す(Casabianca, et als., 2005)⁵」と定義するとおりである。テリトリーオ(伊)とテロワール(仏)は、前者が社会経済的・文化的アイデンティティと深く結び付いている点に焦点を置くことから異なる概念とみなすのが妥当であろう。

すなわち、テリトリーオは空間的な概念ではなく地域社会の内発的発展の可能性を説明できる動的な概念であり、交換性・市場性が基本にある「都市的機能」と共同体的なアイデンティティが基底にある「農村的機能」が包摂されながら相互依存的・交流的に形成された地域社会を意味する。本稿は地域のアイデンティティと内発的発展との関係に注目することから、テロワールではなくテリトリーオを分析概念として用いる。

テリトリーオとコモンズの精神という 2 つの概念を取り入れると、農業は「土がなければできない」活動であり(内田, 2018)、資本主義にはあわないことを理解できる。農業は経済活動以外の活動に依存しているからである。農業従事者はコモンズの精神によって山林、河川、整備された道路と橋を管理している。それは農村的機能であり、コストは外部化されてこなかった(内田, 2018, p144)。農業は非生産的で非効率な労働であり経済的価値は低いかもしれないが(生源寺, 2013; 宇根, 2018)、景観を守り山を保水し生物多様性を保全し伝

統を継承する機能を有するのである(木村, 2020a)。これらの機能は農業の多機能性あるいは外部経済性と呼ばれる。経済価値に換算することも可能だが(矢部, 2014)、生き物を相手にして天地自然という共同体が母体であることから、人間の欲望にあわせて肥大させるべきものではない(宇根, 2018)。

以上、2つの重要な概念コモنزの精神とテリトリーオであるが、持続可能なフードシステムを実現するためには、コモنزの精神によるテリトリーオの活性化が必要である。テリトリーオのユニークネスである自然資源を社会関係資本として活用し、地域の主体が建設的に意思決定しながら自然と共生する地域産業を協働型で創造する。

EUは政策によって、コモنزの精神による経済価値と非経済価値を最適融合させた社会システムとしてのテリトリーオの内発的発展によって農村開発の実績をあげている。地域に根ざした農業が育てる農産物・食品が持続可能社会における差別化要因になると考えるEUはテリトリーオと農業との深い結び付きを強化する政策を打ち出している(Pacciani, et als., 2001; 山内, 2018; 木村, 2019; 木村, 2021)。たとえば、2017年に開催されたG7農業大臣会合のコミュニケには「土地の劣化を食い止め、農村地域の放棄を避けるため、領域と密接に連携した持続可能な農業および森林景観、地方と地域の生産システムの保護による農村地域コミュニティの活性化を支援する」と明記された(農林水産省, 2017)。テリトリーオ志向の農業はSDGsに貢献するから支援するとG7各国の農業大臣が明言したのである(木村, 2019)。

EUの実践の例として地域の文化・歴史との結び付きが強い産品を保護する戦略としてテリトリーオ品質戦略(Territory Quality Strategy)がある。産品はその生産者のみならず地域住民も産品が自身のアイデンティティを強化するとみなし、テリトリーオ外に対して特産品について発信しテリトリーオの発展に貢献する(Pacciani, et als., 2001)。このようなEUの農村開発政策は再国家主義化(renationalization)や再地域主義化(regionalization)といわれるが(Wilson, 2007; 市川, 2017)、テリトリーオ化(territorialization)と呼ぶこともできよう。

(3) ミルクの精神

EUと比べると、日本はテリトリーオ志向の農業政策が少ないように思われる。日本の農業は、アメリカの影響を強く受けていることからEUの共通農業政策のLEADER事業、農業政策ではなく農村にまで視野を広げた農村開発政策や、近年のEUのFarm to Forkやグリーンディールのような農村開発政策がない。

幸い、酪農乳業については他の農業・食品セクターにはないミルクの精神がある。ミルクの精神はコモنزの精神に類する価値観である。酪農乳業が内包する複雑性は適切に管理されている。なぜならばミルク・サプライチェーンの担い手たちがミルクの精神を有して活動するからである。いいかえると、ミルクの精神なくして酪農乳業セクターは成り立たない。便宜的に酪農乳業の複雑性を3つに分けて説明する。

1)多様な命を相手にする複雑性

第 1 は、多様な命を相手にするという複雑性である。一般的に酪農家は牛を多頭飼っている。牛を群れで管理するということは、仔牛、若牛、大人牛、妊娠牛といったすべてのライフステージ、体調、性格、能力の異なる動物を健康に保ち、群れを安定させ、生き物と自分の関係を形成するということである。牛の中にはひ弱な仔牛や神経質な妊娠牛もいる。酪農家は生命を持つ動物との多様な関係性を形成し、個々の牛の能力を最大限に発揮させ、さらに個別ではなく群れをマネジメントする能力とリテラシーが必要である。そのような活動を通じて彼は自然観や命に対する価値観を形成し、命を相手に仕事をするためにミルクの精神を有することになる。

ミルクの精神を促進する機能を有するのは酪農教育ファームであろう。酪農教育ファームを通じて酪農家は自身の活動を客観視するメタ認知力を獲得する。後述する酪農家は活動を通じて方法論を獲得し運営している。具体的には、1)他者理解を進めるためのアセスメントの方法論を獲得し、2)問題解決のために相手の立場に立ってアドバイスし、3)コミュニケーション・ネットワークの運営の仕方を学び、4)活動を通じて方法論を学ぶというメタ認知活動を行っている。酪農家が獲得する資質としては資源を有限であると捉え(①資源有限性)、社会の成熟が何かを考える(②未来志向性)。自身の欲望を自覚的制御によって実現し(③自己制御性)、バランスを回復させ(④バランス)、目の前にある事物を大切に使いほどほどで満足する(⑤心の豊かさ)(生源寺, 2013; 木村, 2020a; 角屋, 2021; 山根他, 近刊)。これらの資質は酪農教育ファームの実践を通じて獲得される。

2)酪農活動のバランスの複雑性

第 2 は、酪農生産の構造的な複雑性である。他の農場活動と比較して酪農生産の構造は農地管理、飼料生産、サイレージ調整、搾乳、たい肥作りなど他部門に渡る。個別の活動ではなくそれらを循環させ調整し活かさなければいけないという構造的な特徴がある。

酪農家は酪農活動を安定化させる必要がある。安定化とは、牛という動物を育てながら、経済的利益も得るアグロエコロジーの形成である(須田, 近刊)。経済性を優先しすぎるとリスクのしわ寄せや無駄なコストを使うことになりどこかで破綻してしまうためバランス力が必要である。

同時に、酪農家は総合的管理能力を持たなければならない。総合的とは、牛の能力を発揮させることで農地の可能性を引き出す包括的な管理能力である。持続可能性実現のバランスを取る能力ともいえる。

経済的利益と生命を育てるという 2 つのバランスを取る姿として農村社会のコミュニティを担う小規模な家族経営酪農がある。コミュニティで乳を安定的に供給し流通させることができるのは、皆で相互に管理するというミルクの精神があるからであろう。ミルクの精神を有する家族経営は、自然を活かしたり生物多様性を保全したりといった外部経済効果、すなわち市場で数値化できないような外部経済の担い手である。

このように酪農生産の技術的構造と乳の物性は特殊であるが、酪農家はその特性を最適化して安定化させる方向に進んでいくことで、牛を健康にしながら酪農家が利益を出すという酪農の形が生まれる。生態系(エコロジイ)メカニズムのルールに基づいて人間が最適融合化を見つけていく。酪農の技術やミルクの物的特性を安定化させるプロセスの中で、酪農家が体験的に体得する資質がミルクの精神である。

3)酪農乳業サプライチェーンの複雑性

第3は、酪農乳業サプライチェーンの複雑性である。乳には物的特性がある。1つ目に腐りやすく保存できない。例えば、フレッシュであることから牛乳や生クリームは保存がきかず管理が難しい。この特性のために乳のサプライチェーンは分断すると産業として成立しないことから一貫通貫させなければならない。2つ目に他の農産物と比較して牛乳乳製品は多様で流通が複雑である。乳を原料にして牛乳、バター、ヨーグルト、チーズといった製品が生産され多様な形で流通している。流通が複雑であるということは多様な主体が関与しているということである。そこでは、各関連主体が自立・独立しながらも関係性を形成し、相互依存しながら相互管理することでサプライチェーンを成立させている。乳のサプライチェーンの管理は、その複雑性に制約を受けながら酪農や乳業を安定化させ、サプライチェーンを安定させるリテラシーを獲得していくプロセスである。

日本は欧米に比較してチーズ等加工品より牛乳の比率が高いことから牛乳の指定団体制度が広く活用され(出荷量ベースで95%)、制度が生乳流通を一元管理するハブ的機能を担っている。コモンズ(共有財)は誰の所有物でもない自然の資源を皆で使って共同で管理する自然物であるが、指定団体制度も乳をどう管理するかを共同で意思決定し管理するという点でコモンズと似ている。現代的には Creating Shared Value (CSV) といった複数の主体が共有資源を活用しながら異なる価値のバランスを回復しようとする潮流と一致する (Porter, et al., 2011)。改革すべき点もあるが、指定団体制度を活用すれば酪農家がリスクを背負う必要がないという大きなメリットがある。近年は海外においても指定団体制度に類する中間組織を作る動きがある。たとえばイギリスは酪農と乳業の合理化と統合化を強化することで規制改革や自由化で団体を潰し効率化を目指したが失敗に終わり、中間組織を復活させようとしている。

以上のとおり、乳は、1)命を扱うこと、2)酪農活動、3)酪農乳業サプライチェーンという3つの次元において技術的・物的・関係的・プロセス的な複雑性に規定されている。制約のもとで経済価値と非経済価値を最適化させ安定化させようとする取組みの中で、ミルク・サプライチェーンを構成する関連主体はリテラシーを獲得し新しい価値観を有することになる。その価値観を前田浩史は「ミルクの精神」と呼ぶ。表1-1は3つの複雑性が生む資質とミルクの精神を整理した。

表 1-1 ミルクの精神によって酪農乳業のバランスを取る

		①多様な命を相手にする複雑性	②酪農活動の複雑性	③酪農乳業サプライチェーンの複雑性
1	原因	牛の多様性(ライフステージ、性格、能力)	農地管理、飼料生産、サイレージ調整、搾乳、たい肥作り等他部門に渡る	1)分断できない 2)製品が多岐にわたりサプライチェーンが複雑
2	必要な資質	牛の集合体(群)をマネジメント	1)環境価値と経済価値の両立(持続可能性実現のバランス感覚) 2)総合的管理能力	1)一気通貫 2 多様な人間との協力
3	醸成される価値観	1)命を大切にする 2)多様性を受け入れる	1)アグロエコロジー 2)循環型酪農	1)マルチステークホルダー 2)CSV(共有価値の創造)
4	制度・表象	酪農教育ファーム	1)家族経営酪農 2)生態系的メカニズム	指定団体制度
5	「私」を制御しコモンズの精神を持つ	生命(生物)の多様性	コモンズの崩壊を回避するための協働行動	1)新しいプロダクトアウト 2)オープン・アクセスの社会 関係資本の活用

出所：前田氏の議論をもとに筆者作成⁶

本研究は、2つの点において既存の食品クラスターとは異なり、第6次産業化の議論とも主張を異にする。

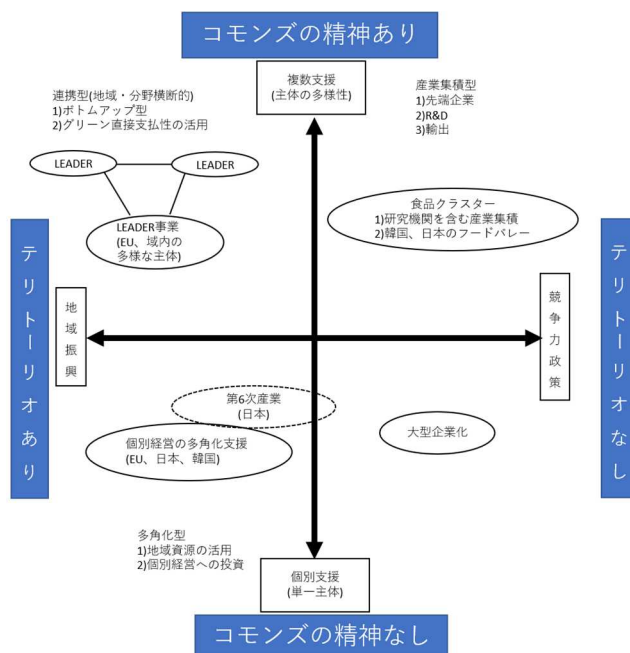
第1はコモンズの精神である。酪農家はコモンズの精神あるいはミルクの精神を有していることが前提である。第6次産業化によって生まれる商品が競争を前提にして「私」を満たすためのものだとすれば(図1-2左下の象限)、コモンズの精神による関連主体のボトムアップ型協働活動が育てる「共」の商品は人々の生活を豊かにしたり景観を守ったりといった非経済価値を高める(図1-2左側)。左下の象限から左上の象限への移行によって商品はプライベートな経済価値を生むためのものから関連主体が経済価値を確保しながら社会価値と環境価値を創り管理するための手段となりえる。

第2はテリトリーオの概念である。図1-2の右側は地理的近接性が競争力を生むと主張するが、テリトリーオのアイデンティティを無視した議論である。他方、図の左側はテリトリーオとの結び付きが取り入れられている。図1-2左下の象限の第6次産業化は単体主体の発展を目指す。既存研究においては第6次産業化による製品開発ストーリーに焦点を当てることが多い。

他方、本研究が目指すのは、図1-2の左上の象限、複数主体の活動プロセスである。時間をかけて地道に積み上げていく価値創造プロセス、および市場化後の価値発展・運営プロセスである。関連主体は取引(競争)関係ではなく共有関係を維持しながら共同で価値を創造

し管理し発展させていく。所有行為ではなくコモンズの精神を基礎におく「共有行為」によって、社会共通価値を創出するための都市的機能および農村的機能の交流・連携と情報共有が成功の要件である。

図 1-2 本稿の論点と第 6 次産業化や食品クラスター論との違い



出所：山内(2018)p82 を元に筆者作成

第 2 章 持続可能なフードシステムの発生論理

第 2 章は、持続可能な地域社会に酪農が貢献するためのプロセスと手段はどのようなものになるのかを明らかにする。20 世紀から現代にいたるまでの産業構造と社会システムをコモンズとの関係を基準に 3 つの段階に分類する。第 1 段階は 20 世紀型成長社会の農業、第 2 段階は近代資本主義の限界を乗り越えようとする農業、第 3 段階はコモンズの精神に基づくテリトリーオに根ざした農業である。

第 1 段階 近代資本主義の登場によるコモンズの崩壊

本節は 20 世紀型成長社会の農業の特性を説明する。近代前期、コモンズ(共有財)は各地に存在した。欧州では放牧地を共同管理し、北米では開拓地において共同で放牧し、日本には共同草刈り場や林地があった。ところが、近代化の過程でコモンズは囲い込まれ(enclosure)、私有地となり市場経済に取り込まれることになる。

それは 20 世紀が成長社会だったからである。人口爆発とそれに対応する食料供給、肉食増大とそれに対応する飼料穀物の大量生産のために、森林を農地化し品種を改良し化学肥

料や農薬を多用し機械化を進めた 20 世紀型農業プロセスは「人間の飽くなき欲望の増大によって裏打ちされてきた」(祖田, 2000, p118)。成長を可能にしたのは大量生産システムであり、大量生産の主役は機械であった。成長社会のネガティブな側面として、機械が人間の熟練を吸い取り、労働者は働く意欲を失い、社会的生産性が落ちる点が挙げられる(佐々木, 1994)。Kenner(2008)のドキュメンタリー映画『フード・インク』は農業の工業化とその限界が SDGs にネガティブな影響を与えていることを鋭く指摘していると解釈できるが、早急なパラダイム・シフトが必要である。

20 世紀の産業構造と社会システムは集中メインフレーム型であったといえる(金子, 2015)。テリトリーオの特性を無視して、規模を拡大し同じものを大量生産し取引コストを下げる大量生産大量消費の経済社会システムである。中央集権的行財政システムが形成され、地方自治体は国の出先機関と位置づけられる。地方では、地域の共同性や公共性は阻害され、牧歌的な村落共同体と前近代的な共同的アンデンティティが崩壊し、農村地の公(public)、共(common)、私(private)の領域のバランスが崩れる。具体的には「共」の領域としての農村的機能が縮小し、地域の内発的発展が阻害される(槇平, 2018)。

第 2 段階 近代資本主義の限界と非市場機能の復活

本節は第 2 段階の農業の非市場機能を復活させるムーブメントが起こった様相を説明する。1980 年代後半、欧州や北米で非市場的機能の回帰を求める運動や活動が起こった。たとえば、地域支援型農業(Community-supported Agriculture、以下「CSA」と記す)である。Lyson(2004)が主張するシビック・アグリカルチャーは地元の地域社会に根ざした農業と食料生産であり CSA の一例である。そこでは近代資本主義型フードシステムと地域密着型フードシステムは二項対立で捉えられ、農村的機能の復活が推奨される。地域密着型フードシステムの復活により地域社会はグローバル・フードシステムに対するオルタナティブを創り出すことができると主張する。共同体要素すなわちコモンズの精神が復活し、市場機能は地域社会に埋め込まれ、地域社会の農家や加工業者は内発的発展によって地域市場において高度に産業化され国際的に組織された国際的フードシステムに対する競争優位性を確立する(Lyson, 2004; 松尾, 2014)。

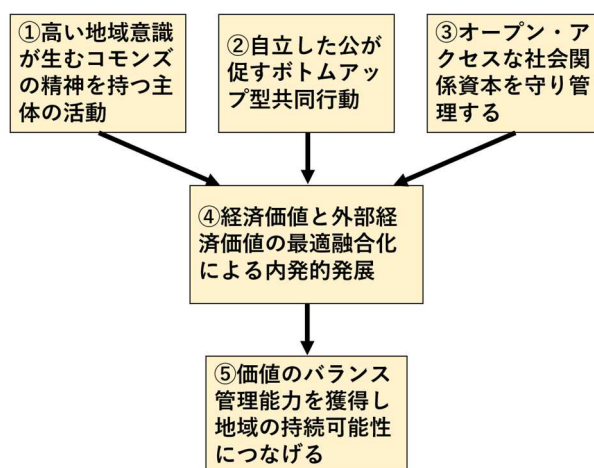
第 3 段階 新しい社会システム：コモンズの精神によるテリトリーオに根ざした酪農

本節は 3 つ目の段階、都市的機能と農村的機能を二項対立的に位置づけるのではなく、異なる価値や機能がトレードオフとして共存する社会システムを説明する。この枠組みが目指す社会システムは地方分散ネットワーク型であり、環境や安全などの非経済的価値に機軸を置く。第 1 段階の大規模専業化し中央からの工場誘致による従来の集中メインフレーム型の産業構造とは対照的である(金子, 2015)。

図 2-1 は農業活動によるテリトリーオ価値の創出プロセスを表わす。5 つのステップがある。1)高い地域意識が生むコモンズの精神で活動する主体、2)自立した「公」が促すボトム

アップ型共同行動、3)オープン・アクセスな社会関係資本を守り管理する、4)経済価値と外部経済価値の最適融合化による内発的発展、5) 価値のバランス管理能力を獲得し地域の持続可能性につなげる。個別に記述するがそれぞれの活動は同一のアクターが異なるプロジェクトに参加していることからわかるとおり相互に関連している。以下、それぞれを説明しよう。

図 2-1 持続可能な農業活動による価値の発生論理



出所: 既存研究を元に筆者作成

2.1. 高い地域意識が生むコモンズの精神を持つ主体の活動

地域意識が高いということは、地域住民が自己決定し地域の自主性を高める社会的枠組みがあるということである(金子, 2015)。そこは基礎自治体の規模にかかわらず、住んでいる人たちが自分はこの地に属しているという実感を持てる空間である。人々がどこを自身の地域と感じているか、だれを同胞と感じているかが重要であることから、公(地方行政)は住民同士が運命共同体であると感じる地域への帰属意識と自己アイデンティティを基礎自治体の設計に織り込んでいく必要がある(内田, 2018)。幸いなことに、南ヨーロッパの最小自治体のイタリアのコムーネとフランスのコミュンいずれも人々はお互いを同胞と思い、相互扶助をして、わが身に過分な良いことがあれば皆と分かち合う土地への帰属意識を持つ。

内発的発展の前提は自立した地域経済であり、そのためには図 1-1 の基層である「共」の領域すなわちコモンズの精神に厚みを持たせなければいけない。コモンズの精神は地域資源の共同利用者としての自覚であり(生源寺, 2001)、地域社会の中で人々が個人的利益の追求よりも相互の関係性を尊重することで生まれる(松尾, 2014)。

2.2. 自立した「公」が促すボトムアップ型共同行動

(1) 自立した公

内発的発展のためには地域の自立性を高めなければならない。地域住民が自己決定していくことができる社会的枠組みが必要である。内田(2020)は自立した公として江戸時代の「藩」を挙げる。藩は自立した自治単位であり、100万石の大藩もあれば5千石の小藩もあるが同格の国であった。小藩であっても領主、家老、武芸指南役がいて、藩校があり、能や茶の宗匠がいて自立していた。人口が約3千万人の当時の日本で、一国の統治者という意識を持って政治に携わる人が276いたが、廃藩置県と同時に藩ごとの独自の哲学と文化的支えが消滅していった(内田, 2020)。

いいかえると、必要なのは単なる地方分権ではなく、産業構造や意思決定などの社会システムを地方分散ネットワーク型に変えるということである。従来の集中メインフレーム型は国家から地方への税の再分配にすぎなかった。他方、地方分散ネットワーク型では地域に関連する問題や解決すべき課題に対して住民がローカルなレベルで民主主義的にビジョンを議論する。内田(2020)はそれを地域民主主義と呼び、地方自治体が強い独立性を持つことで国の多様性が担保され国を活性化させ、住民は公を信認するようになると主張する(内田, 2020)。

(2) 自立した「公」が促すボトムアップ型共同行動

地方分散ネットワーク型システムに移行させ内発的発展を実現し成果を出すためには、地域民主主義をベースにしてローカルレベルで地域に根ざした産業と雇用を作る必要がある。たしかに、権限を委譲され自立した地域は成果を上げている。たとえば、イタリアのトスカーナ州はテリトリー・アプローチを採用することによって自立したテリトリーが経済的、社会的、環境的側面で発展している(Mantino, 2011; Mantino, et als, 2010; 木村, 2020b)。

所有や競争を原則とする都市的機能と、「共」のコンテキストに埋め込まれた農村的機能との相互作用・交流によってテリトリーに埋め込まれた民主主義を制度化するネットワークを作り、協働活動を継続することでテリトリー特有の価値を創出できる。そこでは地域の中小企業、農業者、自営業者、地域住民が地域資源に基礎を置きながら主体的に意思決定に参加する。

2.3. オープン・アクセスな社会関係資本を守り管理する

地域住民の協調関係を活発化することで社会の効率性を高めることができるが、協調行動の促進には関連主体が信頼、規範、紐帯といった社会関係資本を共有する必要がある。図1-1の基層があってこそ上層が成立する。そこでは水平的で自発的な地域住民同士の活動や自発的な団体の存在がある(Putnam, 1993; Mantino, et als, 2010)。

持続可能なフードシステムのためには信頼を基礎にした地域住民的成熟、図1-1の基層

が必要であり、上層の経済活動はそのための手段である。コミュニティで流通させる有価物は他者との信頼を前提とする相互支援的関係の形成のための媒介物であり、その取引活動によって社会システムは維持されていた（内田, 2018）。有価物の交換は図 1-1 の上層に該当し、基層にある人間同士の結びつきによってコミュニティの人々は社会的存在として成熟していく。

2.4. 経済価値と外部経済価値の最適融合化による内発的発展

地域農業の成立とは市場経済の基層に地域コミュニティがある状態である(生源寺, 2013)。市場の機能が地域社会に埋め込まれるという Polanyi(1944)の主張と同義と考えられる。

21 世紀型の発展は、これまではトレードオフとされた取引価値と循環価値のバランスの回復を意味する。いいかえると「私」と「共」は二者択一ではなく併存しうる。関連主体は商品の「取引」ではなく商品の「循環」による価値共創のために、共有関係媒介物である製品をサプライチェーンで循環させながら、一方で経済価値を生みながら、同時に非経済価値を創出し循環させる。エコシステム化したテリトリア的的社会システムによって内発的発展を実現する。

2.5. 価値のバランス管理能力を獲得し地域の持続可能性につなげる

経済活動が上層にあり、コミュニティの共同活動が基層にある二重構造(図 1-1)のバランスを取ることで持続可能な地域社会になる。命を育てて作った農産物・食品を流通させる過程が多様な価値を創出させ、活動プロセス自体が価値を生み持続可能な地域に到達する。

第 3 章 ケーススタディ

本章は、第 2 章のロジックで地域の内発的発展を達成した事例を紹介する。調査対象はミルクの精神をもって持続可能なミルク・サプライチェーンを実現しようと主体的に活動する酪農家、乳業メーカー、行政、住民、地域の関連主体である。

方法論

取り上げる事例は酪農家の活動としては神奈川県伊勢原市の酪農、乳製品加工、および販売を行う石田牧場である。牧場の住所は神奈川県伊勢原市上谷 777 で、小田急伊勢原駅から南東 2.6 キロに位置することから都市近郊型酪農に分類されるといえる。2019 年 10 月に実施した調査の対象者は表 3-1 の通りである。半構造化インタビューを実施した。事前に準備した石田氏への質問リスト(2021 年 9 月 17 日用)は付属資料 1、伊勢原市役所への質問リストは付属資料 2 のとおりである。収集したデータは専門業者によって文書化された。

表 3-1 インフォーマント・リスト

	氏名	所属	職位	調査日
1	石田陽一	株式会社石田牧場、株式会社めぐり	CEO	2020年9月17日 2020年10月18日
2	栗原裕一	伊勢原市・都市部・都市政策課	主任	2020年10月19日
3	飯田裕也	伊勢原市・都市部・都市政策課	課長	2020年10月19日

個人の活動だけでなく酪農家と関連主体のネットワークがどのような道筋で共通価値を生むのかも説明する。取り上げるのはいせはら地ミルクである。いせはら地ミルクは伊勢原産牛乳プロジェクトの多様な立場のメンバーが3名の酪農家と連携し伊勢原の生乳を使用して開発した。79度温度で15秒殺菌する。容量は180ml、価格は220円(税込)、生産量は日配2.5トン、14,000本、主な販路は伊勢原市内の小売店と一部コンビニエンスストアで、神奈川県内を中心に販売する。

分析に用いる主なデータは2020年12月9日JMILK前田浩史氏がファシリテーターを務めた座談会の文書化データである。座談会の参加者は表3-2の通りである。補足資料として仲澤(N.A.)および神奈川新聞等の2次データを利用する。

表 3-2 「伊勢原産牛乳プロジェクトに関する座談会」参加者リスト

	氏名	所属/職業
1	荒井新吾	酪農家
2	石田陽一	酪農家・株式会社めぐり CEO
3	石井敏貴	酪農家
4	岩本恵吾	タカナシ乳業・酪農原料部
5	仲澤慶紀	神奈川県庁・畜産技術センター・普及指導課
6	田邊香音	神奈川県庁・畜産技術センター・普及指導課
7	井澤清	神奈川県庁・湘南家畜保健衛生所・企画指導課
8	萩野雄貴	伊勢原市役所・農業振興課
9	V	伊勢原産牛乳プロジェクト応援団(伊勢原市民)
10	W	伊勢原産牛乳プロジェクト応援団(伊勢原市民)
11	X	神奈川大学・学生
12	Y	神奈川大学・学生
13	Z	神奈川大学・学生

出所：JMILK(2021)p2を筆者順番変更および一部仮名に変更

伊勢原という地域

伊勢原市は神奈川県のおぼ中央に位置する。人口は増加し続け、2001年には10万人を超えた⁷。南部に平塚市、西部に秦野市、北東部に厚木市と接する。東京から50キロ、東名高速道路で40分、小田急線で新宿から60分で交通の利便性が高い首都圏近郊都市である。

伊勢原の象徴である大山は信仰の対象である。6世紀末頃には仏教文化がもたらされ8世紀には日向靈山寺や大山寺が開かれた。江戸時代に入ると大山は、江戸をはじめ、関東各地の庶民の信仰の対象の地として人気を集める。伊勢原は参拝者を受け入れる門前町として発展し、宿屋や商店などが軒を連ねるようになる。現存する寺社は江戸時代に建立されたものが多い。

伊勢原大神宮(住所:伊勢原市伊勢原 3-8-1)は、伊勢原村の開村に深く関わる神社である。一帯は千手ヶ原と呼ばれる松原であった。鎌倉の湯浅清左衛門が幕府に新田開発を願い出て、1619年に草原を開拓した。伊勢宇治山田の曾右衛門と開発し、伊勢大神宮を勧請し鎮守とした。伊勢原の名はここから起こった(伊勢原市HP⁸)。

伊勢原の地形は変化に富む。伊勢原市は大山を頂点に北西から南東へ傾斜する丘陵地とその南部に広がる平野部を有する多様な地形条件と、雨が多く温暖な気候に支えられ、太古の昔から人々が暮らしてきた。山岳地帯(300m~1,250m)、丘陵地帯(50m~300m)、都市(15m~50m)、田園(10m前後)で、多様で豊かな自然を有する。7つの地区に分かれるが、1)大山は山岳、2)高部屋は丘陵、3)比々多は丘陵、4)伊勢原北は台地、5)成瀬は台地、6)伊勢原南は平地、7)大田は標高10m程の平坦な沖積地である。地区の区分は図3-1のとおりである。

図 3-1 伊勢原市の7つの地区



出所：伊勢原市役所HP⁹に番号を筆者加筆

1965年以降、一方では交通の利便性を活かし、もう一方で丹沢・大山山系の雄大な自然と温暖な気候という恵まれた環境を活かしながら都市としてのまちづくりを進める。伊勢

原内陸工業団地を建設し、大規模な新興住宅地が造成されたことで伊勢原は急速に近代的な街へ成長する。1971年、神奈川県で15番目の市として市制を施行する(人口45,102人)。

急速な経済成長は、人々の生活を大きく変化させた。いまから50年前に地域のアイデンティティとなる伝統産業を喪失していた。具体的には、伝統産業であった養蚕業、鍛冶屋、日向の石切り場が姿を消した。それに伴い、地域の祭りや伝統行事も少しずつ姿を変えていった(伊勢原市HP¹⁰)。

現在の伊勢原市の面積は55.56平方キロメートルで、約3分の1が山林原野である。恵まれた自然環境と温暖な気候から、神奈川県内外の人々の憩いの地となっている。1252メートルの大山は丹沢大山国定公園の一角に位置する。市の東部には豊かな平野部が広がり、鈴川、善波川、日向川、渋田川、歌川といった清流が大地を潤す。2020年に新東名高速道路のインターチェンジができて利便性を高めた。

伊勢原市を訪れる観光客は、2012年以降は、イベント定着やテレビ番組に取り上げられ、トレッキングブームによる山ガールをはじめとする登山者の増加などの追い風で、コロナ禍前のデータではあるが、年間170万人以上の観光客数で推移している。今後も、県が推進する「新たな観光の核づくり事業」や国が推進する日本遺産に「大山詣り」のストーリーが認定されたことを契機とする観光客数などの増加が見込まれる¹¹。

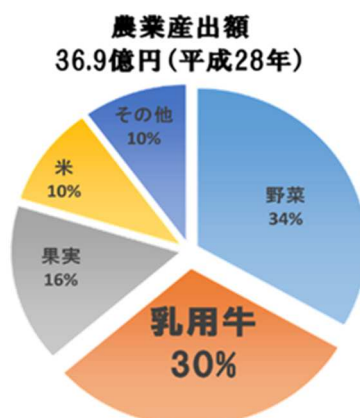
伊勢原の自然は地域住民生活に潤いを与え豊かな生活環境を作る。一方で、税収が少ないことから限られた既存資源に価値を付ける必要がある。

伊勢原の酪農

神奈川県の畜産業は、150年以上前の横浜港開港のころ、外国人に提供するための生産から始まった。前田留吉は横浜でオランダ人に雇われ牛の飼養法を学び自身でも牛乳搾取を始めて販売した。1866年、横浜市大田町で和牛6頭を購入し牛乳搾取業を開始した(矢澤, 2019)。2015年現在、神奈川県内では200戸の酪農家が約7000頭の乳牛を飼養しており、年間約4万トンの生乳が生産されている。乳業メーカーの牛乳工場が8ヶ所あり、年間約29万トンの牛乳を製造する。生乳処理量は北海道に次ぐ全国第2位で、約800万人分にあたる(全農神奈川, 2015)。

現在の神奈川県の酪農の現状は必ずしも明るいものではない。1995年から2015年までの20年間で神奈川県内酪農経営体数は4分の1に減少し、1戸あたりの飼養頭数は全国最下位(2015年)である。しかし一方で、2016年時点で伊勢原市は農業産出額の約3割を酪農に依存するとおり(図3-2)、重要な産業である。課題として持続可能な酪農の実現があり、その手段として1)地元産牛乳の商品化、2)地産地消、3)地域への貢献が挙げられているが(仲澤, N.A.)、それ以上に、伊勢原の場合は都市近郊型酪農特有の対応が求められている。

図 3-2 伊勢原市の農業産出額内訳 (2016 年)



出所：仲澤(N.A.)

酪農家の中で中心となるのは石田陽一氏である。JA 湘南管内の酪農は大正時代に始まった。平塚市は乳用牛の飼養戸数が県下第 1 位で、伊勢原の石田氏は、1971 年、1 代目の石田昭治氏の実家が平塚市あったことから伊勢原で 1 頭の牛を飼い始めた。稲作農家であったが、日々の収入を手にする事ができることが動機であった。2 代目の栄男氏が牧場の基盤を築き、2008 年に 3 代目の陽一氏が継ぎ酪農専業になった。

1985 年生まれの石田陽一氏は、2007 年に酪農学園大学酪農学部酪農学科を卒業後、ニュージーランドで 2,600 頭を飼養する大規模牧場で働いた。2008 年、実家の牧場に就農と同時に農協青年部に加わり、農家の後継者世代の部会で耕種農家とネットワークを構築した¹²。酪農教育ファーム認証牧場を取得し、2012 年までに 2,000 人以上の子ども達を牧場に受け入れ、子どもの心の成長に力を注いでいる。

食料が実際に育てられている現場と消費される場所との物理的距離の拡大は distancing(引き離し)と呼ばれ、加工によって最終製品から元の素晴らしさが失われるが(Lyson, 2004)、石田牧場は多様性に富んだ持続的フードシステムを構築することで生産と消費の引き離しを回避している。具体的には、自然災害等で傷がついたりして品質は変わらないにも関わらず出荷できない果実を廃棄するのではなく、商品(ジェラート)の原料として石田牧場が購入し加工し販売する。耕種農家にとって 3 つの効果がある。第 1 に経済面でロスを出さず収入を得られる。第 2 に社会面で農家が自身の産品を誰が食べているのか、自分の産品が笑顔にしていることを知ってやりがいを感じられる。第 3 に環境面で地産地消となり環境負荷が少ない。

内発的発展の要件としてのミルクの精神

EU ではトップダウンの政策でプロジェクトをスタートさせつつ高い地域意識を持つ住民のコモنزの精神をベースにした活動でボトムアップ型内発的発展を起こすことができるが(木村, 2021)、日本ではこのパターンが起こりにくいといわれる。主な理由は中央主導でいまだ外発的発展の地方創生に依存しているからである。ところが、酪農乳業セクターでは実現できている。酪農乳業セクターにあって他の産業セクターにないものは何か。それは

ミルクの精神である。

ことさら、都市近郊型酪農にはミルクの精神が必要である。神奈川県は1戸あたりの飼養頭数は全国最下位である(2015年)。中山間地域で、人口が少なく、住宅地域から離れた山奥であれば1,000頭以上を飼う大規模な企業型酪農生産を成立させることができる。他方、伊勢原は都市に近い環境で、住宅地域から近いことから企業型酪農生産にはない農地と結び付いた、すなわちテリトリーに根ざした特性を3点において有することになり、いずれもがミルクの精神による活動を必要とする。

(1) 家族経営

都市近郊型酪農の経営形態は多くの場合、家族経営である。家族経営は規模が小さいこと、個人ベースで管理しなければならないことからすべき事項が多様で複雑で非効率な経営にならざるをえず、活動を通じて自身を客観視し創出できる価値が何かを考える方法論を身につける必要がある。

伊勢原の事例では、酪農家が酪農の伝統と地域アイデンティティを継承したいというだけでなく、伊勢原を特徴づける牧歌的な景観を維持することが伊勢原のアイデンティティを守ることになると確信し目標とする。伊勢原の酪農家荒井新吾氏はいせはら地ミルクによって生産者ではないところから酪農を考えられるようになったと述べる。自身を外側から見られるようになったという意味である。自省するようになった。酪農家が住民の目を持ち自身の行動を眼差す。牛の環境が改善され乳質の向上、病気発生率低下、出荷乳量増加で、酪農の持続可能性が確立される。

テリトリーに根ざした酪農活動が創出する価値は単に高品質な牛乳という本質的価値だけではない。酪農家が自身のアイデンティティを強化し生産意欲向上など働くモチベーションを高める。

(2) 地域住民との関係作り

住民との物理的に距離が近い都市近郊型酪農を成り立たせるためには、信頼関係と価値共有が必要である。積極的なコミュニケーションによる多様な地域住民との関係作りが必須であり、酪農家は住民のために環境面に配慮しながら活動し、都市近郊型酪農の持続可能性を実現するルールを自分たちで作り管理する。

伊勢原の事例では、神奈川県生乳100%の認証をとった。持続可能な酪農のために地元循環型酪農が必要である。地産地消がそれを実現させるのであれば参加酪農家を増やして自給率をあげるというルールをより広範に共有できるようになる。

地道なコミュニケーション活動を通じて他の関連主体との一体化と協力を引き出すことができる。自立した公である伊勢原市役所の職員の意欲も向上した。乳業メーカーは取引のある飲食店、パン屋、スイーツ店の従業員の工場見学を受け入れ、商業者との新商品開発、販売戦略、販路開拓などで協力しあうようになった。メディアに取り上げられることでメン

バーではない他の酪農家も刺激を受けている。

(3) テリトリーへの埋め込みを前提とするサプライチェーン

都市近郊型ミルク・サプライチェーンの特性はテリトリーの特性と結び付いていて、それは関連主体の紐帯を強め協働活動を促進する。地域を自己アイデンティティに重ねる酪農家と乳業メーカーは団結し(ソリダリティ)、地域アイデンティティである酪農の持続可能性を実現させようとする。

伊勢原では酪農の関連主体の活動によって「酪農が盛んで環境がよく住みやすい伊勢原」という価値を生み出すことで地域の内発的発展を実現している。いせはら地ミルクという商品の経済価値というよりも、それを流通させるための多様な活動それ自体が価値を創出している。活動プロセスが価値を生み、価値が持続可能な酪農の実現という目標に到達させられる。県庁の仲澤氏も、主体の活動プロセスそのものが持続可能な酪農の実現であり、commonsの精神で非経済価値を創出していると述べる。

「創出できる価値は“酪農家が地域に根差して活動していること”そのものであると思います。地域の空気を吸い、地域の水を飲んだ牛が、地域の土で作られた自給飼料を食べ、地域の酪農家が大切に搾った牛乳を地域の牛乳工場が大切に商品にする。この地域資源がベースにあって、それを消費ニーズや社会ニーズに応じて表現していくことで普遍的財産になるのではないかと思います。それがお客様である市民、県民の幸せにつながるということにスポットを当てたことで、様々な方や組織のご支援を得られるようになったと感じています。そのことに応えるべく、戦略的かつ状況に応じた協働行動を続けているところです¹³⁾。」

以上の都市近郊型酪農が発展するために必要なミルクの精神は表 3-3 のとおりまとめられる。

表 3-3 都市近郊型酪農を成り立たせるための特性が要求するミルクの精神

		① 家族経営	② 住民との関係	③ 地域埋め込み型生産
1	原因	物理的に土地が小さいことから小規模	地域住民との信頼関係と価値共有	地域依存への責務
2	必要な資質	複雑な酪農活動を実践する統合的管理能力	1)地域住民やステーキホルダーとのコミュニケーション能力 2) 住宅地域に近いことから環境に配慮	団結(ソリダリティ)
3	制度・表象	1)非効率な生産 2) 牧歌的な景観を維持するという目標	自家飼料比率を上げる	物理的的近接したサプライチェーン
4	ミルクの精神	非経済価値の創出	1)コミュニティの形成 2)循環型酪農	地域資源を守る責任感
5	成果	1)酪農家としてのアイデンティティ強化 2)生産意欲向上	1)住民の協力 2)共同体としての一体感	自身を客観視し、創出できる価値が何かを考えるメタ認知力を獲得

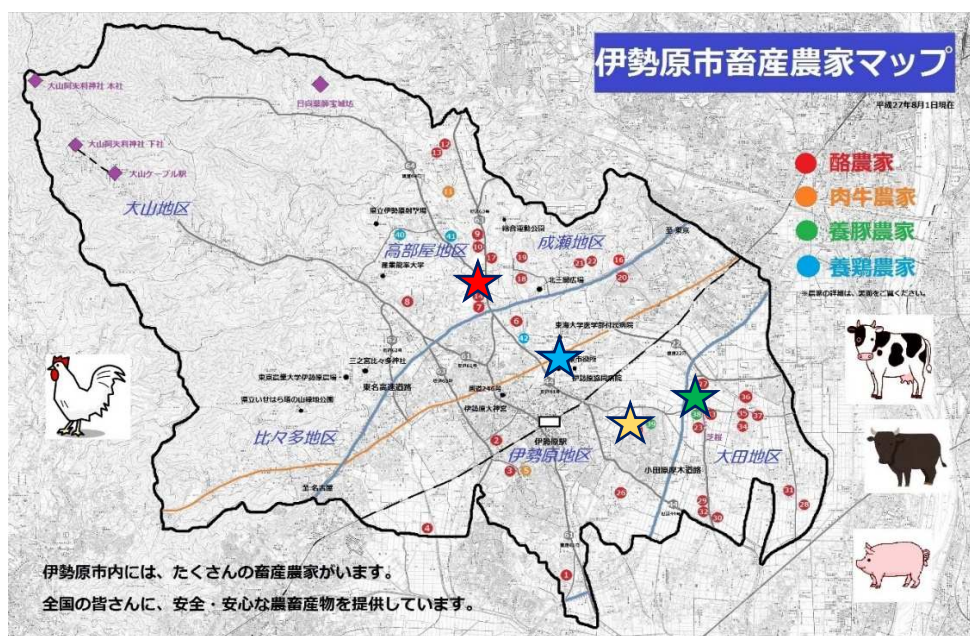
出所：調査を元に筆者作成

ミルクの精神を有する伊勢原の酪農家と乳業メーカーが地域の内発的発展を実現するために実践している具体的な活動をみていこう。

3.1.高い地域意識が生むコモンズの精神を持つ主体の活動

2016年時点で、乳用牛飼養戸数35戸、乳用牛の頭数は1,448頭、1戸あたりの頭数は41.3頭である(伊勢原市役所HP)。いせはら地ミルクを生産する酪農家は3軒である。荒井新吾氏の荒井牧場は伊勢原市西富岡14(図3-3赤い星印)、石田牧場は伊勢原市上谷777(図3-3緑の星印)、石井牧場は伊勢原市沼目1-558(図3-3黄色の星印)に位置する。市役所は伊勢原市田中348(図3-3水色の星印)である。位置関係は図3-3のとおりである。3つの牧場は近接していることが分かる。

図3-3 いせはら地ミルクの3牧場と市役所の位置



出所：伊勢原市役所HP¹⁴に筆者が星印を加筆

伊勢原市は伊勢原のアイデンティティとなる産業として酪農に目を向けた。酪農活動は住民が地域のアイデンティティを理解することを助ける。酪農家の当たり前は住民にとって驚きであった。住民が伊勢原の特産だと思っていたトウモロコシは牛の飼料のために栽培されていた。飼料が自家製であること、牛がトウモロコシを食べることは地域住民に驚きをもって理解された。いせはら地ミルクという製品は酪農家の活動を住民に伝えるためのメディアとなり、酪農家と乳業メーカーと行政から住民への「伊勢原に深く根ざした酪農で人々の生活を豊かにする」というメッセージとなる。

(1)酪農家

2013年、荒井氏は伊勢原市畜産会長に就任し、神奈川県庁畜産課の仲澤氏と出会う。2014年5月、かながわ畜産ブランド推進協議会が設立され、「かながわ畜産・売れる絆づくり塾」を開催し、荒井氏は講習を受けていた。荒井氏の目的は次世代の酪農家が希望を持つようにすることであった。荒井氏に賛同したのが酪農教育ファームを行っている石田陽一氏と若手酪農家石井敏貴氏である。石田氏は、「伊勢原の酪農を次世代に伝える」「伊勢原市民が幸せになれる牛乳を提供したい」という荒井氏の目標に賛同しプロジェクトに参加した。

(2)乳業メーカー

乳業メーカーが一般的にコミュニケーションする相手は乳のサプライヤーとしての神奈川県酪農業協同組合連合会であり、いせはらプロジェクトに参加するまでは酪農家と関係性を形成する機会がなかった。乳業メーカーにとって本プロジェクトはハイリスクであった。なぜならばわずか2トンの生乳を生産ラインに乗せるための生産設計コスト、および販売できなかった際の廃棄リスクを抱えることになるからである。

参加を表明したのはタカナシ乳業株式会社である。乳業メーカーは原料基盤確保のために都府県酪農の持続可能性を実現する責務があるが、タカナシ乳業は神奈川県に根ざしている乳業メーカーである¹⁵。テリトリーの人々に理解され仲間にも支援される牛乳を開発することで伊勢原に根ざした酪農活動の持続可能性を実現するという目的への共感と、実践し行動し続ける酪農家への信頼を持ったタカナシ乳業は、酪農家に対する基本的要求である品質維持厳守を必須要件として、製品開発に参画する意思決定をした。とはいえ当初持っていたのは、企業の社会的責任を果たすという「私」の思惑であった。たとえば、製品政策として厳格な乳質管理、流通政策として欠品回避、営利組織として他社製品と差別化し利益を出すという使命がある。プロジェクトを進める過程で「共」の部分が徐々に強くなり、神奈川県酪農と全国の酪農の発展をあらたに目標に設定するようになった。

(3)住民

伊勢原産牛乳応援団に参加した住民もきっかけは謝礼を期待するという「私」の思惑だったが、製品開発プロセスで酪農家や乳業メーカーが費やす経済的、時間的コストの対価としての商品の価格であることを理解し、一般の牛乳とは違う価値を持っていることを広く伝える伝道者(evangelist)となる(Pine, et al., 1999)。

3.2.自立した「公」が促すボトムアップ型共同行動

(1)社会価値への取組み

公の政策に酪農家の石田氏の活動は整合している。伊勢原市景観計画にもとづく景観ま

ちづくりはボトムアップ型で地域住民の参加と協働でスタートした(伊勢原市都市部都市政策課, 2020)。住民に伊勢原らしさや伊勢原のアイデンティティを感じてもらうための5つの要件が導出された。それぞれがどのように石田氏の活動と整合しているかみていこう。

第1に、地域ごとの特色ある水と緑が景観を形成し、季節の移り変わり、四季の花々や身近な動物の息遣いを感じられることが豊かな生活環境を作る。石田氏は、牧草を生産し自給飼料の比率を増やしている。3.8ヘクタールの牧草地は大山阿夫利神社から見下ろす伊勢原の景観を豊かにする。

第2に、生活の質を上げる要素は健康である。健康になる手立ては、旬のものを食べることである。伊勢原は生産する農産物が多様であり、食べる時の楽しむ心は人々の生活の質を上げる。石田氏が経営する牧場に隣接するジェラート店めぐりの原料は地元の果樹農家や野菜農家が生産したものを利用するが、伊勢原以外の地域の食材も扱っている。なぜならば顧客は多様なフレーバーのジェラートで楽しい気持ちになれるからである。

第3に、地域の歴史や文化は伊勢原の資産でありアイデンティティでもある。地域の歴史や文化が伊勢原の個性となる。石田氏は伊勢原の酪農の歴史を継承し維持している。神奈川県の中でも酪農が盛んなのが平塚市と伊勢原市であり、伊勢原市の酪農の歴史は長い。1970年(昭和45年)頃までの田中地区は果樹と水稲栽培に小規模養豚を組み合わせた農家を中心に①養豚+果樹+水稲、②酪農+果樹+水稲、③温室+果樹+水稲、④水稲+果樹+野菜と多様な経営類型の農家が混在していた。都市化によって養豚・養鶏部門は消滅し、果樹+水稲農家を中心に⑤酪農+果樹+水稲、⑥肥育牛+果樹+水稲、⑦酪農+水稲農家が加わった(新井, 1993、下線は筆者)。

地域活性化のためには農業が社会に埋め込まれていることを認識し、地域社会とのネットワークを構築する必要がある¹⁶。伊勢原市は市街化によって農家の経営戸数が減少しているが、意欲的な酪農後継者が市街地との調和を図りながら活躍している。石田氏も地域の子ども達を対象にした搾乳体験やイベントへの参加などを通じて、酪農への理解促進や地産地消への取組みにまい進している。このような石田氏の酪農産業の継承活動は伊勢原のアイデンティティの継承につながる。

第4に、地域住民は交流とにぎわいがあるまち並みから伊勢原のアイデンティティを感じる。石田氏のジェラート店めぐりは交流とにぎわいの空間である。牧場も2009年酪農教育ファームの認定を受け近隣の教育機関と連携して年間1,200人の子供たちの酪農体験を受け入れ交流の場となっている。

第5に、地域住民活動による地域の触れ合いが身近な環境に潤いと安らぎを与える。石田氏のジェラート店めぐりは耕種農家と酪農家との交流の場であり、従業員と住民の交流の場であり、農家と住民の交流の場となり、地域の触れ合いが住民に潤いと安らぎを与える。

(2)環境価値への取組み

伊勢原市は『第2次伊勢原市環境基本計画(2013年から2022年)』において環境基本計画

として6つの目標を掲げた(伊勢原市経済環境部・環境対策課, 2018)。石田氏は環境面においても行政の指針と整合する活動を実践している。

第1は環境教育・学習である。石田氏は石田牧場の酪農教育ファーム活動において子供たちに環境教育を実施している。第2は生活環境の改善である。石田氏は酪農から生じる臭気への配慮として近隣でコーヒーメーカーの工場からコーヒー豆の粕を買い取り牛の敷料(ベッド)に混ぜている。近隣住民の生活環境のための臭気対策である。第3は循環型社会である。石田氏は市から出るシュレッターごみを回収し、牛の敷料として再利用している。たい肥を作り、耕種農家の農産物作りに役立てている。第4はエネルギー・地球温暖化である。石田氏のジェラートの販路比率は店頭73%、神奈川県と東京都22%、通販5%であることからCO2排出量を抑えることができている。第5は自然環境である。荒廃農地は鳥獣害の拡大や廃棄物の不法投棄等を生む。伊勢原市農業振興課は荒廃農地対策事業(2018年度)で次世代の担い手の育成や農業経営の安定化を図る。具体的には伊勢原市役所は、農業の衰退は景観やテリトリー価値の低減につながることから持続可能な酪農、たとえば酪農家が荒廃農地を利用して自給飼料作りを行うことを支援する。石田氏は飼料生産で農地の荒廃を防いでいるのみならず、耕種農家の若手の育成も行っている。第6は都市環境である。石田氏は飼料の30%をまかなう農地を3.8ヘクタール耕している。耕作地は伊勢原の緑の景観の一部を構成する。以上の伊勢原市行政の政策と石田氏の見取りの整合性は表3-4のとおり表わされる。

表 3-4 行政の環境政策と酪農家の取組みの整合性

	行政の取組み	石田氏の取組み
1	環境教育・学習	酪農教育ファーム
2	生活環境	におい、悪臭防止の取組み
3	循環型社会	たい肥
4	エネルギー・地球温暖化	CO2、地ミルク
5	自然環境(荒廃農地対策)	農地、飼料作り
6	都市環境	景観づくり

出所：伊勢原市経済環境部・環境対策課(2018)および調査を元に筆者作成

(3)伊勢原地ミルクプロジェクトの行政目標は地域コミュニティの発展

伊勢原市は観光地としての伊勢原の魅力の前提として豊かな市民生活、すなわち住む人が伊勢原に愛着や誇りを持つことが不可欠であると考えている。自然と地域活動をはじめとする人的条件が作る景観は、住民のアイデンティティである伊勢原の成り立ちを伝え、観光客にもてなしの心を与えるだけではなく住民にも居心地の良さを与える(伊勢原市都市部都市政策課, 2020, p9)。伊勢原市の景観運動の取組みはボトムアップ型である。住民に伊勢原らしさを考えてもらい、伊勢原のアイデンティティを表現した。地域ごとの水と緑、豊か

な歴史と文化的遺産・地域の歴史・文化、地域ごとに特徴あるまち並み、および市民活動や地域コミュニティによる環境づくりである。

神奈川県庁と伊勢原市役所は伊勢原地ミルクプロジェクトを通じて神奈川県地域コミュニティを発展させることを政策目標に掲げた。生源寺(2013)の農業の二重構造(図 1-1)の基層の回復である。

伊勢原市役所(萩野氏)は、生乳生産量が神奈川県でトップという意味で伊勢原のアイデンティティを構成する産業としての酪農を地域住民が理解することを目標にした。いせはら地ミルクを伊勢原に流通させることによって地域住民が「酪農は伊勢原市民の生活の一部」と認識することに期待した。ボトムアップ型で価値を創出するために伊勢原産牛乳プロジェクト応援団として住民にコンセプト開発時からプロジェクトに参加してもらった。

3.3. オープン・アクセスな社会関係資本を守り管理する

(1) ジェラート事業

酪農家石田氏はジェラート事業においてオープン・アクセスの社会関係資本を活用する。第1に、地元の農家とのネットワークを形成しジェラート原料の提供を受ける。第2に、取決めと制度として耕種農家と利益を分配する。第3に、地元の農業高校の若者をインターンシップや就職として雇い次世代の若者の育成に努めヒトの資本を育成する。情報へのオープン・アクセスを有し専門家のコンサルテーションを受けることで知識を高め戦略策定に活かしている。

(2) いせはら地ミルク

いせはら地ミルクにおける価値創出の要件は酪農と乳業の協働活動である。加工はタカナ子会社のあしがら乳業で行う。足柄上郡中井町岩倉字上の原 270-1 にあり、伊勢原の3牧場とはおよそ 15 キロ離れている。乳業メーカーの製品開発、パッケージデザイン作り、製造技術、販路、製品コンセプトは価値創出の重要なインプットであった。製品の高い品質は酪農家と乳業メーカーの緊密なコミュニケーションと相互に思いやる関係を築いたことで実現できた。

神奈川県庁も外部のリソースを積極的に活用した。仲澤氏はオープン・リソースとして外部コンサルタント(星野氏)の勉強会に参加しノウハウを得た。

3.4. 経済価値と外部経済価値の最適融合化による内発的発展

(1) 酪農家の事業

石田氏は経済価値面の将来目標として 2034 年グループ売上高 24 億円(内訳: ①石田牧場 1 億円、②めぐり 22 億円(輸出・コンテンツ事業含む)、③堆肥循環・環境事業 0.5 億円(2024 年創業予定)、④教育事業 0.5 億円(2025 年創業予定))掲げる。2020 年現在は生産した生乳の 96%を指定団体制度を利用して販売し、4%をジェラート用途に使用する。将来は全乳

をジェラートに使うことを目標にする。加工品を開発することも考え、現在は乳を提供してアウトソーシングでチーズも生産している。

石田氏は非経済価値の目標も持つ。ジェラートの開発は「自分だけではなく、周囲の農家も巻き込み、みんなで発展していきたい(酪農乳業速報, 2020, p17)」というコモンズの精神からである。経済発展の高い志とコモンズの精神によるコミュニティの関連主体で共に発展するという思いで伊勢原のアイデンティティを体現するジェラートが誕生した。

伊勢原の発展のために石田氏が2011年に開業したジェラートショップは年間5万人が集う人気店となった。ジェラート店は耕種農家に消費者とコミュニケーションする機会を与えた。石田氏が「季節や食のめぐり、笑顔のめぐりを通して地域全体を活性化させたい(酪農乳業速報, 2020, p17)」と述べるとおり地域全体の連携によって地域の内発的発展を生んだ。石田氏のジェラートは小田急線のロマンスカーで車内販売されている。地域の個性と特性を発信しながらいる小田急電鉄からの引き合いであった。

(2)いせはら地ミルク

いせはら地ミルクの価値創出過程はトレードオフとしての酪農家の思惑と乳業メーカーの思惑を両立させるにはどのようにすればよいかを考える過程でもあった。すなわち、コモンズの精神によってどのように経済価値と非経済価値の最適融合化に到達するかへの取り組みであった。伊勢原の内発的発展は短時間で達成できたわけではない。むしろ基本的で地道で小さな取り組みの積み重ねであった。

①酪農家

活動プロセスで、酪農家に住民が求めている牛乳を作らなければいけないことを教えたのは乳業メーカーと住民であった。自社の競争優位性のために乳質をあげたいという「私」すなわち経済価値の欲求と、コミュニティメンバーである住民を満足させたいという「共」すなわち非経済価値の欲求はこれまでであれば相克とみなされテリトリーオに根ざした製品の開発は難しかった。いせはら地ミルクの関連主体が「私」と「共」のバランスを取りながらユニークな価値を有する製品を開発することができたのは、テリトリーオとミルクの精神が循環しているからである。

すでにジェラートの加工販売で第6次産業化の成果をあげていた石田氏は「私」の部分では自分がするとは考えてはいなかったが、住民に喜ばれる牛乳を作りたい、ノウハウを得たいという自己成長感欲求がインセンティブとなり参加を決めた。石井敏貴氏は、プロジェクトの実際の活動を通じて住民に求められる牛乳を作る必要があると感じつつも、参加当初は第6次産業化をしたいという「私」の欲望が参加動機であった。

酪農家は「私」を優先すれば指定団体を通さずに乳業メーカーに乳を直接販売すればよい。しかしプロジェクトでは利益を出す欲望を自制し指定団体の流通経路を利用することにした。基本的で一般的なメリットとして価格交渉力の強化や需給調整機能によって(ホクレン農業協同組合連合会酪農部, 2020)、他の酪農家の参入障壁を下げられることが挙げられる

が、伊勢原プロジェクトは協調的行動によるミルク・サプライチェーンの構築を目指したことから乳業メーカーとの信頼と協力関係が前提であったこと、および酪農家が「ミルクの精神」ともよべるコモنزの精神を持っているからである。

②乳業メーカー

乳業メーカーにとって酪農家との直接的コミュニケーションを通じた気づきがあった。たとえば、季節によって乳の風味が変化することである。乳業メーカーには「私」の思惑すなわち経済価値を確保する責務や制約がある。制約の 1 つはメーカーとしての安定的供給である。それに対処する形で 3 酪農家が HACCP 認証を取得した。

③行政

行政は住民を伊勢原産牛乳プロジェクト応援団として製品開発段階からとりこみファンにする仕組みを作った。異なる複数の主体は製品コンセプト作りに 2 年もの歳月を費やした。乳質は必要条件ではあるが十分条件ではないことに気づいた。酪農家が地域に根ざして活動していること自体が価値であることに気づき「住民が幸せになれる牛乳」を製品コンセプトにした。

持続可能な伊勢原の酪農のためにいせはら地ミルクをミルク・サプライチェーンに流通させる。伊勢原を知らない神奈川県民に商品を使って「伊勢原のテリトリーオ特性があるからこそいせはら地ミルクの特性が生まれた」という結び付きを伝えることは、商品の PR ではなく伊勢原の PR となり伊勢原の持続可能な酪農が実現する。

3.5.価値のバランス管理能力を獲得し地域の持続可能性につなげる

経済活動が上層にあり、コミュニティの共同活動が基層にある二重構造(図 1-1)のバランスを取ることで持続可能な地域社会になる。

(1)酪農家の事業

石田氏は持続可能な酪農のために 2015 年に農場 HACCP の認証を受け、2020 年現在 JGAP 認証取得を目指している。HACCP 認証取得の動機は酪農教育ファームの実施にあたり、子供の口に自分の牛乳が入ると考えたら、ほうきで掃くときも気を抜けないと感じたからである。衛生管理を徹底することで乳質が上がり生産性向上につながり結果として酪農家の経済価値を生み出した(酪農乳業速報, 2020)。

(2)いせはら地ミルク

2017 年 11 月、いせはら地ミルクが発売された。2020 年 12 月現在、酪農家は自身の牛乳がどのような製品になり誰が飲んでいるのかに常に思いを馳せることで乳質にこだわるようになった。牛の環境にも配慮し健康状態がよくなった。トレードオフではない。美味しいという賞賛がインセンティブとなり生産活動のモチベーションがあがる。さらに満足

してもらうために乳質があがりより流通させることで経済価値を生む。結果として繁殖成績が改善し経済的成果を生み出している。参加酪農家を増やすことで、酪農家が達成感を味わいモチベーションを上げ持続可能な都市近郊型酪農の実現につなげていくことが期待されている。

活動を通じてテリトリーオの住民は、酪農と酪農家に対する理解を深め伊勢原の酪農活動が景観などの生活の質を高めることを知る。たとえば、伊勢原の子供たちは、いせはら地ミルクを活用した食育を通じて資質を獲得する。伊勢原のテリトリーオが生んだいせはら地ミルクであることを理解することで伊勢原の酪農を維持する重要性を子供たちが学ぶことができる。

参加主体は固定されたものではなく拡張していく。コラボレーション企画を行っているがイベントや企画を行うことそれ自体が重要なのではなく、異なる主体が参画し伊勢原というテリトリーオの酪農活動が自分の暮らしを豊かにすることを実感できることが重要である。たとえば、流通業者にはいせはら地ミルクの生産現場を体験させテリトリーオに根ざした酪農活動の価値を認知させる。コラボレーション企画もテリトリーオに根ざさせるように工夫している。たとえば、2018年に相模女子大学栄養学研究室といせはら地ミルクを用いたスイーツレシピコンテストを開催した。コンテストの評価基準はいせはら地ミルクのみならず市内の協力店舗のコンセプトに合致しているかどうかである。審査員はテリトリーオに関係する主体、すなわち相模女子大研究室教授、横浜ウォーカー編集長、協力店舗店長、酪農家、行政である。採用されたレシピは協力店舗のメニューとして提供され、地域住民が味わうことができる。

第4章 まとめ

本研究は、都市近郊型酪農がどのように持続可能な社会を実現しうるのかの論理を提示することを目的とした。伊勢原の事例を手がかりにテリトリーオに根ざした持続可能な酪農を維持するための活動プロセスが価値のバランスを最適融合化していることを明らかにした。

第4章は発見物を整理する。第1に日本の酪農がテリトリーオに根ざした活動を必要とすることを再度強調する。第2に本稿の議論がどのようにSDGs実現に貢献するのかを示唆する。

4.1. テリトリーオに根ざした日本の酪農

テリトリーオという社会システムを成立させるコモンズ精神という価値概念は、人々のメタ認知力の獲得を前提とするが、この獲得過程もまた、地域のネットワークを運営管理するプロセスで同時かつ戦略的に管理される必要がある。コモンズ精神とテリトリーオの循環型相互依存関係の総合的な自己管理こそが地域社会の新たな内発的発展を支えることになる。こうした運動的・動態的な発展プロセスが、ミルク・サプライチェーンという自

己制御的な酪農の産業特性に適合する点を明らかにできたことが、本研究の 1 つの成果である。

酪農を含む農業は土地から価値を生み出す活動である(本野, 2006)。いいかえると農業は土地に根ざした生産活動であり、農家は自己のアイデンティティを地域に重ねる。宇根(2018)が「農とは人間が天地と一体になること(p116)」というとおりである。土地は農家の拡張自己(extended self)であり、それを守ろうとするのは自然な欲望である。

日本は戦後の国策として開拓行政を始め、新農村としての開拓地は畜産、酪農を中心に発展してきた¹⁷。山岳地帯が多い日本の地形では北米型工業化・大規模化酪農にはなりづらく、それぞれの土地の特性と結び付いている。地域酪農の持続可能性なくして酪農経営体の存続はない。

4.2. 酪農と乳業による SDGs の実現

本稿は、都市近郊型酪農が実現する SDGs を議論することを目的としたが、ここまでのところ SDGs の具体的なゴールを示すことをあえて控えてきた。なぜならば SDGs の 17 のゴールに結びつけようとする、ミルク・サプライチェーンが実現する価値創出のダイナミズムをとらえられないと考えるからである。

資本主義のロジックでは生き物を操作対象とみて、天地自然の制約を克服し、人間の都合を優先させる。近年は近代化・IT 化・スマート化といった言葉が躍る。酪農の環境への負の影響を示し代用肉の消費をすすめようとする言説には北米の大手大豆生産者のロビー活動が透けて見える。しかし、農業は資本主義にはあわないものである。なぜならば農業は生き物が相手で、天地自然という共同体が母体であり、人間の欲望にあわせて肥大するものではないからである(宇根, 2018)。図 1-2 の右側の食品クラスター(右上の象限)と大型企業化(右下の象限)は競争力政策である。日本政府が推し進める農業の SDGs はスマート農業や IoT などによる合理化や効率化、結果としての差別化と競争力強化といった拡大を目指していることから右側に目を向けた政策であるといえよう。

その弊害は環境破壊、貧困差、栄養不足による健康被害などいたるところにあらわれている(e.g. Kenner, 2008)。すなわち、現代の資本主義社会は様々な矛盾を抱えている。限界を克服するにはこれまでとは異なる競争優位性を生む必要があると認識した EU は共通農業政策の軸足を持続可能性にシフトさせている(JMILK, 2020; 須田, 近刊)。本稿は、第 2 章で 21 世紀型の持続可能な農業は拡大を前提としていないことを指摘し、EU がすでに農村振興に軸足を置いた政策(図 1-2 の左上)に舵を切っているのと同様に、持続可能な酪農が目指すべき方向であると考えられる。

とはいえその道は平坦ではない。持続可能な社会の実現のためには総括的に整理する必要がある。2050 年までに価値観、発想、システムの変換が必要である。その基盤に位置付けられるのがコモンズ精神やミルクの精神と考えられる。

SDGs を 17 の「開発(development)」「ゴール(goals)」とってしまったばかりに手段で

あるはずのものが目的化してしまう。他方、本稿が取り上げた都市近郊型酪農の事例ではSDGsにとらわれてない主体が、ネットワークを構築し、コモンズでテリトリーオのアイデンティティとしての酪農の継承のために主体的に活動し、活動プロセスの中でテリトリーオの経済価値、社会価値、環境価値を創出していた。SDGsは17のゴールを達成させるものではなく、テリトリーオの価値を上げる活動を続けることで結果的に17のゴールが達成されていくものなのであろう。

価値を生む活動手順の説明なくしてはゴールが達成されたかどうかは評価できないはずであり、本稿はさしあたりそのロジックを導出することを目的とした。具体的なゴールに結び付けるためには各ゴールの酪農セクターにおける測定尺度の開発が必要である。FAO(2017)やデーリー・サステナビリティ・フレームワーク(DSF)が評価項目を設定し始めているのでそれらを参考にしながら評価することを今後の課題とする。

【参考文献】

新井鎮久(1993)「伊勢原市田中地区における果樹栽培農家の多面的土地利用と新都市計画法」『地理学評論』66A-4, 217-234.

Casabianca, F., Sylvander, B., Noel, Y., Beranger, C., Coulon, J. B., & Roncin, F. (2005) "Terroir et Typicité : deux concepts clés des Appellations d' Origine Contrôlée," Essai de définitions scientifiques et opérationnelles In INAO (Ed.), Colloqu International de restitution des travaux de recherches sur les indications et appellations d' origine géographiques, Paris, France, 199-213.

Commission of the European Communities (1988) "The Future of Rural Society," Bulletin of the European Communities, Supplement 4/88 Commission Communication Transmitted to the Council and to the European Parliament on 29 July 1988. <http://aei.pitt.edu/5214/1/5214.pdf> (2020年7月1日参照)

FAO (2017), "Chapter 5: A Territorial Approach to Inclusive Rural Transformation," The State of Food and Agriculture 2017: Leveraging Food Systems for Inclusive Rural Transformation, 97-119. (抄訳は、FAO (2017) 「包摂的な農村変革に向けた食料システムの強化」『世界食料農業白書 2017年報告』9-18.)

ホクレン農業協同組合連合会酪農部(2020)「北海道酪農の持続的発展へ、重要性増す指定団体の機能」『指定団体情報』Vol263, 4-5.

Hardin, Garrett (1968) "The Tragedy of the Commons," Science, 162, 1243-1248.

市川康夫(2017)「欧米圏における農業の多面的機能をめぐる議論と研究の展開:ポスト生産主義の限界と新しいパラダイムの構築に向けて」『人文地理』第69巻第1号, 101-109.

伊勢原市経済環境部・環境対策課(2018)『第2次伊勢原市環境基本計画平成30年度報告書』

伊勢原市都市部・都市政策課(2020)『伊勢原市景観計画 別冊大山まちなみ継承地区景観重点地区編』

陣内秀信(2019)「日本人は80年代以後のイタリア文化をいかに受容してきたか:都市の魅力とテリトリーオの豊かさの視点から(特集 日本における〈イタリア受容〉の変化:1980~90年代)」『日伊文化研究』第57号, 2-14.(2019年3月)

陣内秀信・稲益祐太・Paolucci, Mateo Dario. & Gargano, Giuseppe. (2019) 「アマルフィ海岸のワールド研究—住居、都市、そしてテリトリーオへ」法政大学エコ地域デザイン研究センター.

JMILK(2020)「EU 農政、ますます持続可能性に軸足をシフト:「農場から食卓へ」戦略のインパクト」

『JMILK 国際 Dairy レポート』 Vol.3, 3-8.

JMILK(2021)「ミルクバリューチェーン:いせはら地ミルク(神奈川県伊勢原市)」『J-MILK レポート』Vol.39, 2-5.

角屋重樹 (2021)「これからの日本教材文化研究財団に期待すること」『日本教材文化研究財団研究紀要』 50, 8-12.

金子勝(2015)『資本主義の克服「共有論」で社会を変える』集英社.

Kenner, R.(監督) (2008) Food, Inc. ドキュメンタリー映画, USA.

木村純子(2014)「「乳」を取り込んだ食に関わる教育活動の実態と効果:ヨーロッパと日本の国際比較」平成 26 年度「食と教育」学術研究.1-48.

木村純子(2019)「地理的表示 (GI) の持続可能な開発目標 (SDGs) への貢献:イタリアと日本の事例」『フードシステム研究』第 26 巻 2 号, 62-73.

木村純子(2020a)「酪農と SDGs との関わりによる豊かな社会の実現」『日本草地学会誌』第 66 巻第 2 号 (特集号), 111-115.

木村純子(2020b)「テリトリー・アプローチによる農村の内発的発展:トスカーナ州アミアータ・テリトリー事例(特集:イタリアに学ぶ豊かさ)」『都市計画学会誌』第 327 号(特集号), 78-81.

木村純子(2021)「内発的発展による地域ブランディング: イタリアのテリトリーを手がかりに」『日本マーケティング学会ワーキングペーパー』 Vol.7(9), 1-28.

Lyson, Thomas A. (2004) Civic Agriculture: Reconnecting Farm, Food, and Community, Tufts University. (北野取訳(2012)『ビビック・アグリカルチャー:食と農を地域に取り戻す』農林統計出版.)

榎平龍宏(2018)「農村地域経済循環の論理と課題」小田切徳美・橋口卓也編著『内発的農村発展論:理論と実践』農林統計出版, 43-71.

Mantino, Francesco (2011), "Developing a Territorial Approach for the CAP," Discussion Paper, Institute for European Environmental Policy, 1-48.

Mantino, Francesco, Serena Tarangioli, and Lucia Tudini (2010), "Co-ordination and Networks at Sub-regional Level: How Programmes Can Meet Rural Needs," Paper prepared for presentation at the 118th seminar of the EAAP, Rural Development: Governance, Policy Design and Delivery in Ljubljana, Slovenia, August 25-27, 2010, 815-832.

松尾雅彦(2014)『スマート・テロワール:農村消滅論からの大転換』学芸出版社.

本野一郎(2006)『いのちの秩序 農の力』コモンズ社.

仲澤慶紀(N.A.)「牛乳商品化に向けた取組み支援:持続可能な酪農を目指して」神奈川県畜産技術センター企画指導部普及指導課報告書.
https://www.jadea.org/news/documents/h30kt_kanagawa.pdf

農林水産省(2017)「仮訳: G7 ベルガモ農業大臣会合コミュニケー世界食料供給のための農家のエンパワーメント、農村開発と協力の促進」
http://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kanren_sesaku/G7_G20/attach/pdf/G7italia-3.pdf (2018 年 11 月 23 日参照)

Pacciani, Alessandro., Belletti, Giovanni., Marescotti, Andrea., Scaramuzzi, Silvia (2001) "Policy Experiences with Rural Development in the Diversified Europe: The Role of Typical Products in Fostering Rural Development and the Effects of Regulation (EEC) 2081/92," presented at the 73rd Seminar of the European Association of Agricultural Economists held in Ancona, Italy, 28-30 June, 2001.

Porter, Michael. & Kramer, Mark R. (2011) “The Big Idea: Creating Shared Value. How to Reinvent Capitalism and Unleash a Wave of Innovation and Growth,” Harvard Business Review, 89(Jan/Feb), 62-77.(ポーター,マイケル E. & クラマー, マーク R. (2011) 「経済的価値と社会的価値を同時実現する共通価値の戦略」『ダイヤモンド・ハーバード・ビジネス・レビュー』2011年6月号, 8-31.)

Putnam, Robert D. (1993) Making Democracy Work, Princeton University Press. (河田潤一訳(2001)『哲学する民主主義—伝統と改革の市民的構造』NTT出版)

Pine, B. Joseph II. & Gilmore, James H. (1999) The Experience Economy. (岡本慶一・小高尚子訳(2005)『新訳・経験経済—脱コモディティ化のマーケティング戦略—』ダイヤモンド社.)

Polanyi, Karl. (1944) The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time. New York: Farrar & Rinehart. (野口建彦・栖原学訳(2009)『新訳大転換』東洋経済新報社.)

酪農乳業速報(2020)『酪農乳業速報』新春特集号,株式会社酪農乳業速報.

佐々木雅幸(1994)『都市と農村の内発的発展』自治体研究社.

生源寺眞一(2001)「提言：WTO 農業交渉「過剰な経済学」への処方箋を探る」『特集：21世紀の農業に虹の橋をかけよう 農業再建と地域活性化のために』農業協同組合新聞.

生源寺眞一(2013)『農業と人間：食と農の未来を考える』岩波書店.

祖田修(2000)『農学原論』岩波書店.

須田文明(近刊)「競争戦略としてのアグロエコロジー的移行と SDGs：フランス酪農部門を中心に」『酪農乳業の SDGs に対する貢献』2019年度 JMILK 指定研究報告書.

内田樹(2018)『ローカリズム宣言「成長」から「定常」へ』デコ社.

内田樹(2020)『コモンの再生』文芸春秋.

宇根豊(2018)「農本主義が再発見されたワケ」内田樹・藤山浩・宇根豊・平川克美(2018)『「農業を株式会社化する」という無理 これからの農業論』家の光協会, 111-157.

宇沢弘文(2007)「講演：社会的共通資本としての医療」『日医総研創立 10 周年記念シンポジウム』2007年5月31日開催 <https://www.med.or.jp/nichikara/jmari10/190531/kiroku/si2.pdf>

Wilson, Geoff A. (2007) Multifunctional Agriculture: A Transition Theory Perspective, Oxfordshire: CAB International.

矢部光保編著(2014)『草地農業の多面的機能とアニマルウェルフェア』筑波書房.

山根悠平・角屋重樹(近刊)「これからの酪農教育ファームのあり方に関する研究—幼児期の実践事例から—」『酪農乳業の SDGs に対する貢献』2019年度 JMILK 指定研究報告書.

山内良一(2018)「近年の EU における農村振興政策と財政支援制度」『熊本学園大学経済論集』第 24 卷(経済学部開設 50 周年記念号), 47-86.

矢澤好幸 (2019)『酪農乳業の発達史、47 都道府県の歴史をひも解く改訂版』JMILK. <https://www.j-milk.jp/digitalarchives/download/file/47history.pdf>

【インターネット】

伊勢原産牛乳プロジェクトのブログ(2018)「荒井さんインタビュー①～④」(2018年8月17日①、22日②、24日③、27日④付) <https://ameblo.jp/isehara-milk/entry-12400689902.html>

伊勢原市(2019)「市内小学校で「いせはら地ミルク」を教材とした食育が行われます」(2019年9月26日付) <https://www.city.isehara.kanagawa.jp/docs/2019100400021/>

神奈川新聞(2011)「地産ジェラートで連携、伊勢原・石田牧場と若手農家/神奈川」(2011年11月19日付)
<https://www.kanaloco.jp/news/social/entry-96371.html> (2020年10月4日参照)

神奈川新聞(2016)「伊勢原の恵み、身近に: 横浜のカフェで搾乳体験」(2016年1月28日付)
<https://www.kanaloco.jp/news/life/entry-70602.html> (2020年10月4日参照)

神奈川新聞(2017)「純伊勢原産のミルク誕生:新鮮な味わい、15日発売」(2017年11月12日付)
<https://www.kanaloco.jp/news/life/entry-21707.html> (2020年10月4日参照)

まいなびネット「酪農家の顔が見える牛乳“いせはら地ミルク”が誕生」(2020年02月3日付)
https://agri.mynavi.jp/2018_01_25_16524/#toc-3

みんなの行政地図(N.A.)「伊勢原市」<https://minchizu.jp/kanagawa/isehara.html>

サカタのタネサイト(2016a)「地元の農業を応援: 農家と飲食店と当社が地産地消でコラボ」(2016年2月17日付)
<https://corporate.sakataseed.co.jp/news/20160217.html>

サカタのタネサイト(2016b)「伊勢原の若手農家集団「MEGURI」秋の収穫祭を開催」(2016年11月16日付)
<https://www.sakataseed.co.jp/product/topics/20161116.html>

全農神奈川(2015)「かながわで牛とふれあいかながわミルクフェスティバル」
http://www.kn.zennoh.or.jp/topics/upload_files/2015100news.kanagawamilkfes.pdf

湘南ナビ!(N.A.)「石田牧場のジェラート屋めぐり」
https://www.shonan-navi.net/shop/shop_photo.shtml?s=766(2021年1月22日参照)

本研究は2019年度Jミルク指定研究「酪農生産が備えた持続可能な普遍的機能および日本の特徴: 日欧比較研究」、2019年度~2021年度科学研究費補助金基盤研究B特設分野研究「農業と知的財産」、および2019年度~2021年度科学研究費補助金基盤研究B「地理的表示(GI)を活用したSDGsに寄与する農業と農村振興に関する日欧比較研究」の支援を受けた。

付属資料1 石田陽一氏へのインタビュー質問リスト (2021年9月17日用)

1	酪農と伊勢原の地形や地勢はどのような結び付きがありますか。(伊勢原で酪農が盛んだった理由は何ですか。)
2	伊勢原が力をつけるためには何が必要ですか。
3	石田様はご自身を「伊勢原の酪農家」と捉えていますか。「神奈川の酪農家」ですか。
4	農業と酪農が強いと日本はどうなりますか。
5	石田様はどのような社会を目指しておられますか。
6	石田様のやる気はどこから湧き上がってますか。
7	いま困っていることは何ですか。
8	国、県、市、その他からどのような補助金を受けてどのようなプロジェクトに取り組んでいますか。
9	酪農は伊勢原の食文化にどのように根ざしていますか。
10	石田様が創ったイノベーションを3つ挙げてください。
11	酪農は地域(伊勢原、神奈川)にどう貢献できますか。
12	コロナ禍で酪農産業はどう変わっていきますか。ウィズコロナ社会における酪農の役割を3つ挙げてください。
13	石田様にとって大山はどのような存在ですか。
14	子供たちにどういう人間になって欲しいですか。
15	石田様が目指している社会の実現を阻むものは何ですか。
16	酪農(乳生産)と加工(ジェラート)それぞれの生産規模、売上げ、販路、面積(酪農)をお教えください。

付属資料2 伊勢原市役所インタビュー質問リスト (2021年10月19日)

1	農地は景観形成にどのように影響していますか。農地はどのように伊勢原のアイデンティティになっていますか
2	伊勢原市景観計画の目標は何ですか。経済効果をどう設定されていますか
3	資料に記載されている「大山詣りの風情」を言い換えると何ですか
4	市民の皆さんは伊勢原にどのような自信、愛着、帰属意識がありますか
5	伊勢原には豆腐以外にどのような食文化がありますか。料理はありますか。地元で酒造はありますか
6	土産物以外に何がありますか。美味しい果実ですか
7	景観まちづくり市民ワークショップ(2010年度 2011年度)に見られる通りボトムアップ型にするメリットは何ですか
8	伊勢原市民にとって大山信仰はどのようなものですか
9	景観は市民の皆さんの生活の質をどのように高めることができますか
10	水路についてお教えください。灌漑はしましたか。
11	どのような地質ですか。

付属資料3 石田牧場のSWOT分析

強み	弱み
1. 耕種農家との協働による製品開発 2. 利潤を生む乳の用途開発 3. 都市近郊型酪農の利点(半径 50km 内に東京が含まれ、神奈川 900 万人、東京 1300 万の 2000 万人の市場) 4. 事業の定義と提供する価値が明確 5. 一元集荷多元販売(全量出荷が可能) 6. 牛舎が無臭。コーヒー工場で焙煎時にとれるコーヒーチャフ(甘皮)を敷料として使う 7. 専門家とチームとするスタイル 8. 権限移譲し育成する 視座を高めることで成長	1. 周りに住宅地があり大規模化できないため特定製品の産地になれない 2. 非効率な農業活動(40 頭規模を家族 4~5 人で 365 日面倒を見ることでコスト高) 3. 規模拡大は不可能(牛舎を拡張できても糞尿処理ができないため) 4. 家畜公害(住宅地にあることから牛の鳴き声や臭いの問題、堆肥を畑に散布する際にトラックが出入りする道路の土の残り方に気をつける必要) 5. 機械の買い替えの必要財政の安定
機会	脅威
1. 行政の政策 2. 大山という伊勢原のシンボル 3. 豊かな地勢と地形	1. 自然災害(低地であることから洪水、活断層があるから地震) 2. 異常気象(暑さによる牛のストレス)

出所：調査を元に筆者作成

付属資料4 仲澤氏への質問リスト (2021年1月15日付)

1	製品化(市場導入)以降の活動(ユニークなイベントなど、cf大学生とのコラボ)とその成果を教えてください。
2	いせはら地ミルクを流通させることで生まれる価値は何ですか(いいかえると、象徴としての商品の発展を支えるために、協働行動によってどのような価値を創出していますか)
3	途中でおやめになった酪農家が1軒あったとのことですが、その理由を教えてください。
4	指定団体制度を使ったメリットとデメリット。動機は何ですか。
5	乳業メーカーに乳を供給する「酪連」は「酪農業協同組合連合会」の略ですか。
6	タカナシ乳業が製品開発に進む意思決定をしたのは酪農家との話しあいによってですか、あるいは社内の話し合いでですか。社内の反対意見にどのように説得し理解を得ましたか。
7	トレードオフとしての「酪農家の思惑」と「乳業メーカーの思惑」を両立させるにはどのようにすればよいかを考える過程だったと思うのですが、どのように両立させましたか。
8	「創出できる価値は▲▲であると気づき、▲▲を製品コンセプトにした。」▲▲には何が入りますか。

-
- ¹ 持続可能性の原文の定義は以下の通りである。“Sustainable development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs.” (Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development A/42/427)より。) <http://www.un-documents.net/ocf-02.htm>
- ² ESG 投資は環境・社会・企業統治に配慮する企業を重視し選別して行なう投資である。
- ³ イタリアの事例については木村(2021)に詳しい。
- ⁴ テリトリーを陣内(2019)は「地形・地質、水や緑の生態系などの自然条件の上に、人々の手になる農業の営みやそれが結実した景観があり、町や村の居住地に加え、農場、修道院が点在する。その総体(p13)」とも定義する。
- ⁵ テロワールの定義の日本語訳は須田文明(2015)「文化遺産化される食と農ーフランス及びイタリアのテロワール産品を事例にー」『フードシステム研究』第22巻第3号, 359-364 を用いた。
- ⁶ 2021年3月11日 JMILK 前田浩史氏の講義より。
- ⁷ 第二次伊勢原市環境基本計画 中間改訂版(2018年11月21日付)、および次期伊勢原市商業振興計画 https://www.city.isehara.kanagawa.jp/docs/2019060300157/file_contents/syogyosinnkou.pdf (2021年1月24日参照)
- ⁸ 伊勢原市 HP <https://www.city.isehara.kanagawa.jp/docs/2014112500035/> (2021年1月24日参照)
- ⁹ 伊勢原市役所 HP「自治会連合会とは」 <https://www.city.isehara.kanagawa.jp/docs/2014111900041/> (2021年1月10日参照)
- ¹⁰ 伊勢原市 HP [明治時代から大正、昭和 | 伊勢原市 \(city.isehara.kanagawa.jp\)](https://www.city.isehara.kanagawa.jp/) (2021年1月24日参照)
- ¹¹ 伊勢原市経済環境部商工観光課「第2章伊勢原市の現況」 https://cms.city.isehara.kanagawa.jp/docs/2013071900023/file_contents/kannkyou_plan_2.pdf (2021年1月24日参照)
- ¹² 2020年現在、JA 湘南青壮年部は6支部79名で構成される。
- ¹³ 神奈川県庁仲澤氏へのメールでの質問に対する回答より(2021年1月22日付)。
- ¹⁴ 伊勢原市役所 HP「伊勢原市の畜産について」 [伊勢原市の畜産について | 伊勢原市 \(city.isehara.kanagawa.jp\)](https://www.city.isehara.kanagawa.jp/)
- ¹⁵ 漂流乳業(N.A.)「タカナシ乳業」 <https://www.citymilk.net/bin/kanto/kanagawa/takanashi.htm> (2021年1月10日参照)
- ¹⁶ 産業 Navi サイト「株式会社めぐり」 https://www.navida.ne.jp/snavi/100027_1.html (2021年1月24日参照)
- ¹⁷ 各都道府県の酪農の歴史は矢澤(2019)に詳しい。



本ワーキングペーパーの掲載内容については、著編者が責任を負うものとします。

法政大学イノベーション・マネジメント研究センター
The Research Institute for Innovation Management, HOSEI UNIVERSITY

〒102-8160 東京都千代田区富士見 2-17-1
TEL: 03(3264)9420 FAX: 03(3264)4690
URL: <http://riim.ws.hosei.ac.jp>
E-mail: cbir@adm.hosei.ac.jp

(非売品)

禁無断転載