

CSA の現状と産消提携の停滞要因

—スイス CSA (ACP:産消近接契約農業) の到達点と産消提携原則—

Status of CSA and Factors of stagnation of TEIKEI:

Swiss CSA (contract farming between producers and consumers in proximity) and TEIKEI Principles

波野野豪 (三重大学)

Takeshi HATANO

摘要

日本国内での提携の停滞と対照的に、CSA の展開が注目され、欧米を中心に世界各地で相当な広がりを見せている。産消提携と CSA は生産者と消費者が直接に結びついていること、消費者が品目を指定せずに旬の農産物が詰め合わされたバスケットをそのまま購入するという方法が共通している。一方で、産消提携が有機農産物の市場流通が未整備の段階で成立したことにに対し、CSA は量販店においても有機農産物が購入可能な市場環境を背景にしながら産消の直接結合を求めたものであるという違いがある。

日本の有機農業運動は、健全な農業と農産物を希求する社会運動として 30 年以上にわたって活動を続けてきた。それは、産消提携という形態によって生産者と消費者の対等な関係構築を目指すものであったが、両者の空間的な近接を是としながらも、まずは遠方であっても需要と供給を結びつけることが第一とされた。一方で、一般市場での有機農産物需要は、何度かの有機農産物ブームを経て高価格商品として定着し、流通形態の多様化によって、市場に流通しない商品を求める方法としての産直の有用性は低下している。その結果、安全が担保された食品が求められながらも、有機農産物市場は低位均衡とも言える状態にある。産消提携は、生産者と消費者がそれぞれの立場から質的に豊かな社会をめざす運動体としての性格を有しながらも、安全安心食品の流通媒体として他の事業者との競合関係に陥ることとなり、現在では、参加者数の激減、参加団体の解散などの局面に直面している。しかし、かつての団体間提携から個人の生産者と消費者による多様な方法での提携が成立し、CSA と同様の形態をとる取り組みも現れており、有機農業の支援形態として現状に適応し存続していくことも期待できる。

本論文では、米国 CSA の原型とされるスイスの ACP と日本の産消提携の展開をたどり、両者の理念と実践におけるその変容を比較することで、今後の産消提携を展望した。

キーワード

産消提携, CSA, ACP

1. はじめに

米国で始まり世界各地に取り組みが広がっている CSA (Community Supported Agriculture) については、日本国内においても平成 11 年 (1999) 版『環境白書』において取り上げられて以降、徐々に認知が進んでいる。

『白書』では「地域の住民が農家の生産についての決定と労働に直接参加し、農業、農家、消費者間の結びつきを回復させ、有機農業を通じて地域社会を形成することを旨とするので 1986 年 (昭和 61 年) 以降多くの CSA の取組がアメリカで行われている。このような取組の背景には、農業と環境の問題は、農家だけでなく地域全体に関わるものだという認識がある」と、環境問題の視点から地域と農業のかかわりを示す活動と

して紹介されている。ただし、有機農業との関わりは明示されておらず、体験農園等を「この種の取組として今後の発展が期待される」ものとして位置づけるに止まっている (注 1)。

CSA の出発点となった米国での取り組みは一説ではすでに 1 万を超え (注 2)、欧米を中心に世界に影響を広がっている。これは信頼できる農産物のやり取りにとどまらず、生産者と消費者の持続的な関係の構築を目的としており、AMAP や ASC など、それぞれの国で「小規模の地域農業を支援する生産者と消費者の連帯」を意味する名称で活動が展開され、URGENCEI という国際的な連携団体を形成している。

一方で、欧米において CSA の源流として認識が広まっている日本の産消提携は、有機農業運動の実践形態

として30年以上にわたって活動を継続しており、長らく日本国内における有機農産物の流通のメインチャネルの役割を果たしてきたが、近年の有機農産物の市場化にともなって停滞傾向にある。産消提携運動の現状に関して、全国を対象とした実証研究はまだ見られないが、近年は、団体数の減少だけでなくその参加者の減少が著しいものと思われる。提携運動が盛んであった兵庫県を例にとると、300人前後の規模の団体の参加者は半減し、100名以下の規模の団体はほぼ消滅している。

このCSAの概念は、実践者から示されたものであり、その後も学術的な定義が与えられたことはない。『白書』が「地域が支える農業」との訳語を示したことがその後の認知を進めた要因の一つと考えられるが、ここで言うCommunityとはSocietyもしくはAssociationであって、巷間の理解とは異なり即自的に地域社会を指すものではない。

実態に即して言えば、①生産者と消費者が流通事業者を介さず直接に結びつく②消費者は前払いを原則に一定期間の購入を約束して共同購入に参加する③産消ともに地域の農業を支援する理念を有していることが特徴である。

より具体的には、①生産者は一農場であることが多いが、複数もしくは団体を形成する場合もある②野菜を取り扱う場合は、消費者は単品ごとに注文するのではなく、その時期に収穫される数種類の野菜を生産者が詰め合わせて提供する③扱われるものは主に有機農産物である④ローカルフードを是とするという理念を有しているが、生産者と消費者の物理的距離は20キロメートル(四里四方)から150キロメートル(100マイルダイエット)まで国ごとに様々である。

以上を踏まえて、本研究ではCSAを「生産者と消費者が農業の持続的な在り方についての価値観を共有し、両者が一つの組織となることでそうした農業の実現のためのコストと成果を分けあうための仕組み」と定義する。ここでの農業の持続的な在り方には、地産地消志向や環境負荷低減を含意している。

CSAの理念は生産者と消費者の連帯による健全な社会の実現であり、そのための小規模農家の地位向上、消費者の求める食材の提供を目指すものである。これが、産消提携の理念と重なっていることは、現在のグローバル化と同様、共有の現代史を背景として登場したものであり、その理念は生産者と消費者の連帯による健全な社会の実現、そのための小規模農家の地位向上、消費者の求める食材の提供を目指すもので

ある。したがって、産消の連帯方法と実践方法を比較することでそれぞれの取り組みを評価することができる。当然ながら、各国での市民意識の成熟や生活スタイルの在り方の違いから、理念の実現方法、つまり産消の連帯方法と実践方法は異なるものとなる。それらを比較することで逆に共有の理念を再確認評価することができるのではないか。

こうした問題意識から、本稿では、CSAの特徴と日本での展開の可能性を検討する。方法としては、波多野(2004)、同(2007)及び筆者によるスイス(2004,05,08)、ドイツ(2006-09)、米国(2010)、フランス(2011)での現地調査と資料、および筆者の研究蓄積とその後の継続的な国内調査から、CSAの源流であるスイスでの拡大局面にある取り組みと、類似性の高い方法でありながら停滞・縮小局面にある国内の産消提携との比較を行う。

2. CSAの現段階とACPの展開過程

(1) CSAの現段階とその原点

米国の1999CSAサーベイ(注3)および筆者の現地調査によれば、1もしくは2~3の農場が消費者と結びつくことでCSAが成立している。平均的には10~20ha規模の農場が150世帯程度の消費者に冬季を除く8か月間、代金前払いで主に有機農産物の詰め合わせたバスケットを定期的に供給している。バスケットの単価は20~30ドルであり、一つのCSA農場が近隣の農場と連携して農産物を供給し、それをハイパーCSAと自称する農家も存在する。

消費者は、ドロッピングポイントと呼ばれる集配場所に出向き、そこで生産者や消費者仲間と交流しながら自ら農産物の分配などを行う。時には農場に出向いて農作業や箱詰めなどの労働提供を行うこともあり、産消関係の近接性が見られる。ただし、立地的に産消が近接することが多い西海岸では、CSAよりも消費者の顔を見て販売できるファーマーズマーケットの方が互いの関係を保てるという生産者側の意見も聞かれ、産消関係の近接性に関わる評価は一様ではない。

米国におけるCSAは、1986年にテンプルウィルトンファーム、インディアンラインファームという北東部の2つの農場による取り組みから始まり、前者はドイツのバイオダイナミック農場、後者はスイスの産消協同組合農場の影響の下に設立されている(注4)。一方で、日本の有機農業運動においては、70年代から有機農業を実践する生産者と消費者を直接に結びつける方

法として「産消提携」が実践されており、CSA の広がりとともに「TEIKEI」として欧米の有機農業関係者に広く認知されている。

(2) CSA の源流

前述のテンプレウィルトンファームはドイツのブッシュベルク農場をモデルとしている。これは R.シュタイナーが提唱するバイオダイナミック農法の実践農場であり、シュタイナー哲学の信奉者（アントロポゾーフ）の農業共同体であって一般の消費者との結びつきを目的とするものではない（注5）。

インディアンラインファームは、CSA 活動のシンボルとなったロビン・ヴァン・エンが、スイスで生産者消費者共同体（Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaft：EVG）

と呼ばれる団体であるトピナンバー（Topinambur）での活動を経験したヴァンダー・トゥインとともに創始した（注6）。

スイスの EVG は 1980 年前後に成立し、現在も 3 団体が存続している。その一つであり 1978 年から活動を継続しているジャルダンコカーニュ（Les Jardins de Cocagne）をモデルに、ユニテール農民組合（UNITERE）のイノシアティブとして 2003 年から ACP（産消近接契約農業）という活動が展開されている。これは、2000 年にフランスで AMAP が成立した影響を受け、逆輸入の形で CSA をスイスフランス語圏に導入したものである。

表1 支払いにおける消費者の所得格差への配慮

クラス	年所得	標準サイズ		小サイズ		総数	%	階層平均 (Ge*)
		支払額	数	支払額	数			
1	養育費等控除	1230	10	900	11	21	5.3	
2	18,000 未満	1255	13	920	7	20	5.1	
3	18,001～26,000	1280	16	940	9	25	6.4	
4	26,001～34,000	1305	23	960	17	40	10.2	
5	34,001～42,000	1330	29	980	23	52	13.2	
6	42,001～50,000	1355	24	1000	26	50	12.7	低所得 45,000
7	58,000～50,001	1380	27	1020	26	53	13.5	
8	58,001～66,000	1405	30	1040	13	43	10.9	
9	66,000 以上	1430	25	1060	20	45	11.5	全所得 81,600
10	維持会員	1550	10	1250	5	15	3.8	
0	申告なし	1370	16	1010	13	29	7.4	高所得 131,300
合計		幅 14%	223	幅 15%	170	393		

単位：スイスフラン。調査時点（2008）での為替レートは 1CHF=95 円

出所：筆者調査及び Porcher（2011）より作成。

(3) ACP（産消近接契約農業）の展開

スイスでは 1970 年代末から前述の EVG が、生産者と消費者の共同出資による協同組合農場として成立している。インディアンラインファームのメンバーが学んだというチューリヒのトピナンバーは現在確認できないが、ジュネーブのジャルダンコカーニュは、専従者数 2 人で 400 世帯の消費者に農産物を提供しており（ウェイティングリストは 80 世帯）、仏語圏スイスでの CSA のリーダーとなっている。パーゼルのアグリコ（Agrico Birsmattehof, 1980～）では、11 人のスタッフが 700 人の消費者に農産物を提供している。かつて、

二度の経営危機を消費者からの追加投資で克服した経緯があり、財務諸表を WEB サイトで公開するなど現在は消費者重視の経営姿勢を継続している。ジュラ州ではクレドゥシャン（Clef de Champs, 1982～）が、専従者 1 人と消費者 120 人の産消協同農場として活動を継続しており、これら 3 つの EVG 農場がオールドスタイルの CSA としてスイスでの取り組みの先駆的存在となっている。

特徴の一つとして、生産者だけでなく消費者の持続性への配慮が挙げられる。ジャルダンコカーニュでは、表 1 に示すように標準サイズと小サイズの野菜バスケ

ット（パニエ）の価格が11クラスの所得階層別に設定されており、例えば、標準サイズのパニエでは、1230スイスフラン（CHF）から25CHF刻みで1,430CHFまで設定されている。所得階層は、年収18000以下のクラスから800CHFごとにクラスアップし、最高で6,600CHF以上の所得クラスが設けられており、さらに、クラス1（特別事由の控除対象者）には1,230CHF、クラス0（所得申告なし）には1,370CHF、クラス10（維持会員）には1,550CHFの設定がある。約400世帯の参加者のうち、11%はクラス0を選択しているが、所得格差は3.7倍で支払価額差は1.2倍である。4回の分割払いが可能である一方で、年3回半日の労働提供が求められる（クレドゥシャンでは1シーズンあたり15時間の労働提供義務とその不足払いも課している）。

9割の会員が平均所得以下の階層にあり、ジュネーブという地域を考慮しても、高所得者のみが取り組む活動というイメージを払拭する効果を有している。

この消費者の支払い能力に応じた多重価格設定と労働力という現物による支払方法の採用という所得格差に配慮した方式は他のACPにはまだ採用されていないが、ACPの目指すべき目標とされている。

前述のように、スイスフランス語圏では、米国のCSA、フランスのAMAPの影響を受け、ユニテール農民組合が、ジャルダンコカーニュの協力を得て、2003年から生産者と消費者の連携支援プロジェクトを展開してい

る（注7）。この、Agriculture Contractuelle de Proximité（ACP：産消近接契約農業）の取り組みを含め、2011年現在では仏語圏で34（消費者6200世帯）、独語圏で4（消費者800世帯）、合わせて38のプロジェクト（CSAの取り組み）が継続中である。6200世帯の消費者数は仏語圏世帯数の約1%に当たる。仏語圏の面積8,200km²は兵庫県のそれに相当し、人口160万人は三重県に相当する。これだけの地域で30以上のプロジェクトが成立していることは、産消提携が盛んであった兵庫県での提携成立数30に匹敵する成果である。

2003年発足でACPの嚆矢となったジュネーブのトゥルヌレーヴ（l'affaire Toume-Rêve）は消費者1,500世帯を対象として、シリアル中心に年2回の出荷を行っている。他のACPにおいて、野菜を中心とした取り組みでは毎週配送（年に33回から46回）が多いが、果実、ワイン、穀物、長期貯蔵可能な農産物・加工品を扱う取り組みでは月1回、年2回さらに少ない所では年に1回という取り組みも見られる。

図1に2008年までのACPの21プロジェクトの成立数と成立形態を示している。これに見られるように、当初の協同組合組織から、任意団体（アソシエーション）や協同組合への回帰が見られるものの、近年は団体を形成せず1農場が消費者世帯に野菜を供給する個人提携が現れてきており、日本同様、産消双方の組織化の困難が推測される。

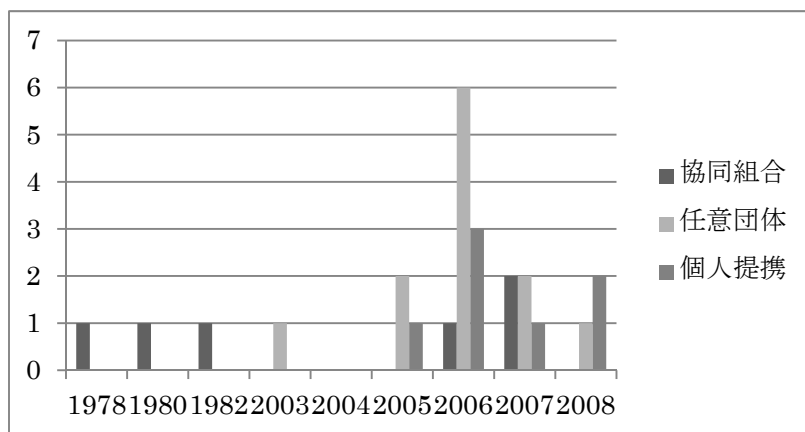


図1 ACPの成立数と形態の推移

出所：筆者調査及びKatharina Kraiß（2008）より作成

3.日本の有機農産物流通の展開と産消提携

(1) 産消提携の展開過程

日本の有機農業運動の嚆矢として食品公害への危機意識や農業の化学化への批判などを背景とした日本有

機農業研究会の成立（1971）に求めることが一般的である。しかし、戦前からの食養生の系譜や、ヒッピーカルチャーの影響を受けたコミューンの建設、宗教的理念を背景とする独自の活動などが、間接的にかつ相互に影響を受けながら、有機農業の流れを形成してき

たと捉えることが妥当であろう。

また、市場流通に乗ることが難しい有機農産物は、主に自然食品店と産消提携ルートで消費者に届けられてきた。食養生の系譜から生まれた自然食品店の多くは農産物だけでなく、マクロビオティックなどの加工品を扱い、ヒッピーカルチャーの影響を受けた自然食品店からは、現在のビオマーケットにつながる流通事業体が生まれた。MOA やアニューなど宗教的理念を背景とする自然食品店は全国に流通網を展開し、各地に残るよつば牛乳の共同購入会はそれぞれ独自に有機農産物の流通事業体として展開している。

生産者と消費者が直接に結びつき、後に産消提携と呼ばれるようになる方法は、1970年代初頭から活動が始まっている。初期の試行錯誤を経て、1978年に日本有機農業研究会が「提携の10か条」として示す実践理念を確立し、当初、都市部で展開していた活動が、1980年代中頃から全国の地域に広がることとなる。この時期を対象とする国民生活センターのアンケート調査（『消費者集団による提携運動』1991）では全国から253事例からの回答を得ているが、把握されていない有力な事例も残されていることから、当時の産消提携の実践は300事例前後であろうと推測される。その後、1992年の有機農産物表示ガイドラインを経て、2000年のJAS法改正によって有機農産物に法的定義が与えられ、同時に認証制度が策定されたことで、流通の多様化とコンベンショナル化が始まり、産消提携は取り組み事例数およびその参加者数の減少局面を迎えている。

しかし、数百名を超える規模の団体間提携での活動の停滞は著しいものの、1農家が数十世帯の消費者に対応する小規模の提携は、販路の獲得の難しい新規就農者にとって有用な方法として現在でも各地で展開している。

(2) 市場環境の変化

流通チャネルの多様化によって、現在、消費者が有機農産物を入手するには、提携型、産直型、店売型の3方法を選択もしくは併用することが可能である。

CSAのバスケットと同様のセット野菜で産消を結ぶ提携型では、当初から有機農業運動のリーダー的存在であった団体が活動を継続している。千葉県三芳村と東京都の安全な食べ物を作って食べる会という800世帯の規模を維持している事例も見られるが、兵庫県の食品公害を追放し安全な食べ物を求める会のように、最大時の1800世帯から150世帯に減少している事例も見られる。また、当初の数世帯分を一か所に配送する

共同購入は減少し、個別配送に移行していることが多い。大地を守る会、らでいっしょぼーや、生活クラブなどのように流通団体経由で産地から直接購入できる産直型では、大規模の流通事業体や生協が産地にアプローチすることで成立しており、提携型と同様のセット野菜の農産物は、特定の生産者のものだけでなく、全国の産品が同梱されている。自然食品店などを利用すれば店舗で随時購入できるが、ビオマーケット、マルタなどの専門卸の展開によって、生産者が地元の枠を外れ、全国的な組織化を展開し大規模のロットに対応しようとしている。今後の有機農業を支えていくのが以上のどのタイプとなるのかについては、消費者の利便性の面から店売型の可能性が高いと見られがちだが、実際は、オーガニック専門量販店の拡大は進まず、専門卸の取扱量も伸び悩んでいる現状にある（注8）。食品の安全性を考慮する消費者は、店売型ではなく提携型もしくは産直型を選択し、中でも有機農産物を意識的に購入する場合は、提携型を利用している実態が推測される。

今般の筆者の調査によれば、提携型に参加する1農家当たりの消費者数は40世帯前後、野菜の単価は一箱あたり1500～3000円。産直型の大地、ラディッシュなどの専門事業体の場合は、2000～3500円のセット野菜、生協の場合は個別注文で購入している。店売型で有機野菜を購入する場合、慣行との価格差は1.5～2倍になっている（平成22年度農林水産統計月報）。

(3) 環境変化に伴う産消提携の変容とCSAの登場

国内でも早期の1974年から活動が始まり、同一県内での産消提携が多様に成立している兵庫県を事例にとると、当初の産消提携は、生産者と消費者それぞれが団体を形成し、その両者が結びつく形で成立している。

「食品公害を追放し安全な食べものを求める会」（以下求める会）をはじめ、「安全な食品を育てる会」「安全な食品を広げる会」など、消費者が生産者にアプローチすることによって生産者団体が形成され、それに対応する形で消費者も団体を形成していた（生産者団体と消費者団体による1:1提携）。過渡期には、消費者団体が形成され、複数の地域の異なる生産者と結びつくが、生産者が組織されないまま提携が継続していく「姫路有機野菜の会」などの事例（未組織生産者と消費者団体によるn:1提携）も見られた。

現在では、生産者だけでなく消費者も後継者確保が難しく、消費者団体の参加者の減少に応じて、生産者は、個別に多様な販路を求め始めている。また、消費

者が組織による共同購入という形態を忌避するため、生産者が複数の消費者と結びつく場合であっても、消費者は個別の顧客であり団体を形成していない事例（個人生産者と未組織消費者による1:n提携）や、生産者も組織化されず複数農家の連携にとどまる事例も見られるようになっている（未組織生産者と未組織消費者によるm:n提携）。

CSA 概念の普及とともに、近年では北海道で1996年から継続している「メノビレッジ長沼」（生産者と消費者が1+80でCSAとして一体化）、神奈川県で2006年から取り組まれている「なないろ畑農場」（生産者と消費者が1+80で一体化）など提携ではなくCSAを標榜する活動が知られるようになり、意識の希薄化した消費者に対して、生産者が様々なコミュニティ維持のアプローチを工夫している実態が見られる。前者はカナダでのCSA活動の経験者が農家として主導し、後者は、都市公園の落ち葉の堆肥化や地域通貨活動に取り組んできた新規就農者が独自に形成し、後にCSA概念との一致を知ったものである。

一方、CSAを標榜せずとも同様の要素を持つ取り組みは存在する。例えば、三重県で最も初期から取り組まれている産消提携である菜遊ファームは、新規就農者と公害反対運動に取り組む市民団体が結びついたことを契機に取り組みが始まり、4名で構成する生産者団体が1978年から月々の支払額を固定してセット野菜を供給していた。これは国内の産消提携運動において初期から試みられているお礼方式と呼ばれる形態である。営農計画もあくまで生産者側が主体である。また、前払いではないものの、内容に関わりなく代金は固定である。こうしたCSAの要素を持つ方式が産消提携の一類型として以前から存在していた。お礼方式は関東での実践が多く、関西では少数事例に止まるが、菜遊ファームの場合、支払時期が消費者によって徐々に異なっており、現在では、前払い、後払いが併存している。消費者であった当初の市民団体は解消し、1990年頃には学習会や縁農もなくなり、6農家と個々に購入する（共同購入ではなく）100世帯の消費者が結びつく形に変化していった。生産者の側では営農スタイルに対する考えの違いが増幅し、2000年には、菜遊ファームとグループ菜々（それぞれ生産者4:消費者60と生産者2:消費者40）に二分裂し、後者はレストランや直売所などの提携外の販路も獲得している。つまり、生産者、消費者ともに組織性が薄まり、両者の一体性も低くなっている。

4. 産消提携とCSA

(1) 両者の比較可能性

CSAと産消提携の関係については、米国ロデイル研究所のウェブサイトThe New Farmをはじめ、産消提携がCSAの源流として紹介されることが多い。しかし、通年契約や野菜のボックス購入などCSAと提携に共通する要素の多くは、生産者と消費者が直接に結びつき、定期的な販売や購入を続けておれば、それぞれの活動の中で内発的に創案されるアイデアであり、特定の社会背景を前提に生まれるものではない。共有の時代背景のもとで、直接の契機は異なっているが、共有の環境観、人間観、社会観をもって生産者と消費者という社会的属性を克服する試みを展開しているという認識を前提に比較分析を行うことが可能である。

また、バスケット、パニエ、セット野菜は、ボックススキームとして同じカテゴリーに分類可能であるが、産消提携の実践に欠けていた要素を備えた新たな形態としてCSAを捉えることも可能である。例えば、産消提携が最も盛んであったのは首都圏であり、理念的には地産地消が先取りして謳われていたが、同一県内で提携が成立する事例は少数派であった。CSAに見られるようなコミュニティ志向よりも安心安全志向が勝っていたことは否めない。以下では、ともにCSAの源流とされる産消提携とACPを例に比較を試みる。

(2) 運営理念と実践方法

提携とCSAを比較する基準としては1978年に日本有機農業研究会が示した「提携の10か条」が有用である。それは、①生産者と消費者の対等関係、②生産計画への消費者参加、③全量引取り制、④単価固定支払、⑤援農ボランティア、⑥自主配送、⑦意思決定への共同参加、⑧消費者主体の学習活動、⑨適正規模の重視、⑩現実的対応・漸進主義、として示される産消提携運動を実践する中から形成された指針である。ただし、その内容を吟味すると②、③、④、⑤、⑧など生産の持続のために消費者に求められる項目が多く、両者の関係を規定するものは①、⑦であり、残りの3項目は総体として求められるものである。

提携活動が始まったとされるのは1974年前後であることを考慮すれば、この原則は実践に伴う試行錯誤に基づいて形成されたものである。したがって、その後の展開過程における変容によって、中には原則との乖離が見られる事例も存在する。

産消提携とCSAは、物的なやり取りにおいては共同

購入による契約栽培という一面を有するため、買い手市場に傾くリスクを有している。そのため、重要なものは最初に掲げられた産消の対等原則であり、そのために当初の提携は両者がともに組織を形成したうえで関係を成立させる団体間提携が多くを占めたものと考えられる。しかし、現在の提携は、個別の生産者がまた個別の消費者と結びつく形態が多く、産消ともに組織を形成しないことで、ある意味パワーバランスが成り立っているとも言える。ただし、生産計画への消費者参加や援農ボランティアは減少する傾向がみられる。

前述 2. (2)で示したように、ACPにおいても近年は個別の生産者と消費者が結びつく形態が多く見られるが、この場合は、両者が一つの組織（CSA）を形成しているため、現状の提携よりも両者の結びつきは強いと言える。CSA を特徴づけるものは前払い契約であるが、提携原則にはその言及はなく、全量引き取りによって収穫の変動リスクをシェアするだけでなく、価格変動リスクを生産者に及ぼさないように通年固定での取引を求めており、ほとんどは後払いを前提としている。ただし、提携の場合は、生産者に対して提携外の出荷を認めないことが多く、生産者にとって出荷チャネルの複雑化によるリスク回避を阻害し、消費者の参加数減少リスクを抱える結果となった。そのため、消費者が減少した近年では外部販路の確保も認めざるを得ず、生産者も提携と並行してファーマーズマーケットやレストランなどに販路を広げつつある。

「求める会」は国内でも最初期に成立し、最大時1,800人の参加者は任意団体としておそらく最多である。生産者は市島町有機農業研究会、消費者は「求める会」を形成した上で団体間提携を結んでいる。運動初期の成立であるため提携原則に近い要素を有しているが、配送は当初より業者委託であり、適正規模の重視についても逸脱が見られる。

産消提携では、「10カ条」に生産者と消費者の対等な関係をうたいながらも、価格決定は生産者によるものとし、年間固定価格の一方で供給全量の引き取りを消費者に求めるなど、栽培リスクを分け合うための発想ではあるものの、消費者にとっては負担の多い購買方法を原則としている。また、流通も業者に任せるのではなく、生産者が担ってこそ、信頼関係を構築できるものとしていた。これは、生産者に所得獲得機会を提供するものではあったが、農作業に加えての配送の負担は相当大きいものであった（注9）。その結果、1980年代後半以降に取り組まれた提携では、青天井であったセット野菜の内容量に制限を課す、配送方法をステ

ーション単位での受取から個別宅配に変更し専門業者に任せる、といった修正が行われ、同時に縁農も見学会に置き換わり、学習会活動も停滞するなどの変容を見せている。

「グループ菜々」は2人の生産者と40人の消費者が参加し、消費者はセット野菜の内容に関わらず定額の支払いを行う関係を成立させているが、消費者は団体として組織されているわけではない。しかし、前身の「菜遊ファーム」では消費者が圃場を訪ねることはなくなっていたが、分裂後は収穫祭、見学会の形で復活させている。また、提携消費者だけでなく、レストランや自然食品店にも販路を有している。

「なないろ畑」では消費者の意見が経営に積極的に取り入れられており、持続的な参加のモチベーションが高められている。ACPでは、生産計画や共同の意思決定などにおいて提携原則に沿った運営方法が採られている。また、活動の理念として生産者を支えることだけでなく、生産プロセスにおける公正性の確保と消費者の参画を維持するための工夫もCSAに共通の特徴であり、前述のようにジャルダンコカーニュでは、消費者の所得格差に対する配慮として支払額に差を設けている。すなわち、産消提携では価格以外の取引要素が有機農産物のやり取りに必要とされるが、ACPはそれらに加え、前述のように同一組織内での一物多価を認めるという方法を提示している（注10）。

(3) 産消提携の変容と今後の展望

前述のように、現在の産消提携団体で、持続的な学習会活動を行っているところは少ない。新規参加の消費者は学習会よりも試食などのイベントを通じて参加することが多く、さらには反原発などのライフスタイルの選択へシフトしている。同時に、意識的な消費者にとっては、地域の農業を守るという、ナショナルトラストに近似したものとして捉えられてもいる。

CSAは、生産者にとっては、農場経営の一選択肢であり、流通方法の一手段としてファーマーズマーケットとの補完的關係にある。消費者にとっては共同購入の一形態であるが、購買力の結集によるコスト低減ではなく、市場で取り扱われないものの需要ロットを確保するための手段である。

現在も存続している産消提携においては、団体間提携が維持されているが、新規就農者が消費者と提携を結ぶ場合は、生産者を組織することなく個人で提携している場合が多く見られる。現在は、流通事業者によっては組織化を求めることもあるが、供給量を確保す

るための緩やかなものであり、生産者の組織化が困難というよりも消費者の小規模化によって団体を形成する必要性が低くなっているためであろう。したがって、今後は従来の団体間提携ではなく、1:nの個人生産者と消費者による結びつき、もしくは産消が一つの農場を媒介として一体化したという意味で1+n結合、すなわちCSA方式が有効であると考えられる。

生産者が1になると、農家内での分業の組織化が重要となる。例えば、生産物の鮮度を保つためには複数ルートで並行的に配達する必要があり、消費者との交流を苦手とする農家は、生産者のグループに参加してその負担を軽減してきた。生産者がmの場合は、mの全員ではなく、少数のリーダー的な農家が運動をけん引することも可能であり、実際に産消提携ではそうしたカリスマ農家が有名である。

しかし、生産者が1となった場合、この方法を採用する農家は栽培技術の高さだけでなく、その人間性や発する言葉の魅力によって消費者の信頼や評価を獲得する必要が高まってくる。こうした要件を備えることが難しい農家は、改めて従来型の産消提携を再評価することもあり得よう。

5. おわりに

有機農業運動の実践形態として30年以上にわたって活動を継続してきた産消提携の停滞要因としては、①生産者と消費者が対等の関係にあるアソシエーションを目指しながらも供給者と需要者の関係を克服していないこと、また、②安全な食品を求める社会運動体としての性格から、安心食品の流通媒体としての他の事業者との競合関係に陥ってしまったことが挙げられる。

一方で、国産有機農産物の市場シェアが1%を突破できない現状は、消費者の安全安心需要が国産であるだけで満足する「国産品信奉レベル」にとどまっていることが大きいと思われる。

このような、生産者・消費者の広範な組織化が困難となっている社会環境において、CSAの形成は、産消近接地域での産消提携再生の可能性を有している。特に、小規模で安定的な販路を求める新規就農者には有用な選択肢となる。有機栽培技術の獲得と実践のみならず、消費者との密接な関係構築を同時に進めることは相当な困難が予想されるが、もともと機会費用の概念を持たない（高収入を放棄して就農することが多い）新規就農者の目的は、利益ではなく有機農業の実践そのものである。有機農業の実践を支える消費者とのつ

ながりは、社会的関係として構築されるものであろう。

CSAのように、参加者の不断の努力なしには供給できない農産物を入手するには、謝辞だけでなく、通貨だけでも表現不可能な、それ以外での価値評価が存在していることを示唆している。市場を通じた交換価値が価格と外観という2要素のみの基準で評価されているならば、CSAではそれ以外の評価基準の創設に成功していると言えよう。

注1) この『環境白書』の取り上げ方は、CSAが有機農業を実践する農場を支援する仕組みであることを明示していないことが問題である。大山(2003)によれば、CSA農場は公的認証取得の有無はあっても、ほとんどが有機農業を志向し、実践している。有機農業という、支えるに足る農業を実践しているからこそ、事前予約、前払いといった負担の多い方法が消費者に受け入れられているという実態を無視した紹介を行ったことが、現在のCSAに対する誤解の原因となっている。

注2) USDA(2007)ではCSAを通じて農産物を販売する農場は12,549とされているが、WEB上で産直農場を紹介するLocal Harvest(<http://www.localharvest.org/csa/>)では4,000とされており、相当の開きがある。コーネル大学地域食料・農業プログラム(2002)によればCSAが盛んなイサカ市などがあるニューヨーク州でCSA農場は80であることから推測すれば後者の方が実態に近いように思われる。

一方で、CSAの手法は各国に受け入れられており、URGENCI(<http://www.urgenci.net>)によれば、カナダではAgriculture soutenue par la communauté(ASC)、イタリアでGruppi di Acquisto Solidale(GAS)、フランスでAssociation pour le maintien de l'agriculture paysanne(AMAP)、ポルトガルでReciprocoと呼称され、有機農業を実践する家族小規模農業を守る取り組みが展開されており、近年では欧米だけでなく中国、タイでも取り組まれ始めたことが報告されている。

注3) 大山(2003)参照。

注4) Henderson(2007)他における記載だけでなく、米国の関係者において周知の事実となっている。

注5) Katharina Kraiß(2008)によると、農業共同体(Landwirtschaftsgemeinschaftshof:LWG)は、2008年現在7農場が存続しているが、テンブルウィルトンファームの源流となったブッシュベルク以外は近年の発足であり、7農場間にネットワーク関係は見られず、CSAの成立に関与するコーディネート組織も見られない。ドイツにはシュタイナー思想を背景として活動す

るキャンプヒルなど、それぞれ独自に運営されている組織形態が多く存在することも一因と考えられる。

注6) En (1995) ,P29 参照.

注7) スイスに限らず、こうした活動をコーディネートする組織の存在が欧米のCSAの特徴として指摘できる。

注8) 農水省統計局のJASによる有機農産物格付け数量から年次推移を見ると、平成22年度の国外格付け有機農産物は国内の15倍、同有機加工食品は1.3倍となっている。また、平成13年度から平成22年度にかけて、国内格付けの1.7倍増に対して、国外格付けは9.2倍増、有機加工食品は1.3倍増、3.8倍増となっている。マーケットの拡大にもかかわらず、量販店の有機農産物の取り扱いに目覚ましい変化が見られない一方で、海外で格付けされるJAS認定有機農産物は、大幅な伸長を示しており、これらが外食店用食材、有機加工食品の材料として供給されていることを示唆している。

注9) 海老沢他 (2005) 参照.

注10) フェアトレードを唱えるカナダASCは農場雇用労働者の労賃の適正化を強調している。産消提携には、こうした公正性の確保と消費者の持続性を保証するという視点は見られない。提携の現状を考えると、今後、生産者を支える理念の一方で置き去りにされてきた消費者を支える視点が求められる。

参考文献・資料

海老沢とも子他 (2005) 『イチ子の遺言』 ユック舎.

En,R.V. (1995) Eating for Your Community;A report from the founder of community supported agriculture, One of the articles in A Good Harvest (IC#42) .

グロー・マクファーデン, 兵庫有機農業研究会訳 1996 『バイオダイナミック農業の創造』 新泉社.

波多野豪 (2007) 「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—」『農業および園芸』 83 (1) , pp.190~196.

波多野豪 (2004) 「あらためて産消提携を考える」『有機農業研究年報』 VOL.4,pp.53~70.

Henderson.E.En.R.V, and Gussow.J.D., (2007) Sharing the Harvest, A Guide to Community-Supported Agriculture, Chelsea Green Pub Co.

Kraiß,K, (2008) Community Supported Agriculture (CSA) in Deutschland, Universität Kassel Fachbereich Ökologische Agrarwissenschaften Bachelorarbeit.

McFadden,S (2003) ,The History of Community Supported Agriculture, Part I & Part2,Rodale Institute. (<http://newfarm.rodaleinstitute.org/>)

大山利男 (2003) 解題・翻訳『アメリカのCSA：地域が支える農業のびゆく農業』944, 農政調査会.

Porcher,N. (2011) ,L'Agriculture Contractuelle de Proximité en Suisse Romande, Hautes Études de CIHEAM.

USDA (2007) , National Agricultural Statistics Service,2007 Census Of Agriculture – State Data 606.

Status of CSA and Factors of stagnation of TEIKEI:

Swiss CSA (contract farming between producers and consumers in proximity) and TEIKEI Principles

While aiming at an equal relationship of producer-consumer, TEIKEI has continued to work for more than 30 years as a form of practice of Organic Agriculture Movements. TEIKEI has not overcoming the relationship between the consumer and the supplier, because of the nature of as a social movement seeking safe food. Then fallen into competition with other operators as a distribution channel of safe food, TEIKEI are facing the sharp decrease of the number of participants, such as the dissolution of the participating organizations. At the stage of immature products as organic produce, it is capable of as a product distribution is as demonstrated by conventional phenomenon seen in Europe and Japan if the current mature.

On the other hand, in contrast to the stagnation of TEIKEI in Japan, CSA has spread on the origin in the United States, in Europe and the United States has shown a considerable extent. Comparing to the transformation of TEIKEI and ACP in the practice and philosophy of both following the principles of TEIKEI, we can see the possibility of CSA and the outlook of partnership between producers and consumers in the future.

Key Words

TEIKEI, CSA, ACP

著者アドレス：三重大学大学院生物資源学研究所, Email:hatano@bio.mie-u.ac.jp