

欧州における TEIKEI モデルの採用と産消提携の再評価  
—欧州の CSA 運動 (AMAP、ACP、GAS、Nekasarea) を事例として—

三重大学大学院生物資源学研究科 波野野豪

## 1. 問題意識と課題

日本の有機農業運動の実践形態であった産消提携の停滞は周知のとおりである。しかし、一方で、産消提携と理念を共有する CSA は欧米で拡大を続けている。日米欧において、運動の展開過程は異なるものの、世界で展開する CSA には、第二次世界大戦後の歴史を共有し、それぞれの参加者の生活と環境を支え合う運動として、有機農産物を媒体に生産者と消費者が直接に結び付く必要があるという認識の共有が見られる。同時に、国内の産消提携の停滞と対照的に欧米では様々な CSA の取り組みが拡大している。

周知の通り、日本における有機農産物の市場シェアは 1% を大きく下回り、先進国中最低水準にある環境では、消費者がどの店でも有機農産物を買える状態にはない。しかし、CSA が拡大を続ける欧米では、多くのスーパーマーケットにオーガニックコーナーが存在する。そうした利便性の高い市場環境にありながら、CSA という制約の多い購買方法を採用する理由はどこにあるのか。産消提携停滞の要因は環境変化にだけではなく内部にも存在し、産消提携に欠ける視点や方法が CSA にはあるのではないかと。

提携停滞をもたらした要因を市場環境の変化に求めるならば、まず、近年の食に対する不安が、国産信仰によって中途半端に解消され、有機農産物の優位性が確立できていないことが考えられる。また、市場流通条件の整備についても、有機 JAS 規格の整備によるだけでは、有機農産物を消費者の眼前に現す効果は上がっていない。一方で、オーガニックニーズの未成熟と考えればよいのか、その供給を求める声が高まることもなく、いずれにしても日本におけるオーガニック需給は低位均衡状態にある。

しかしながら、もともとこうした市場環境を背景に、産消提携は展開してきたのであり、それらは今日の運動の停滞を全て説明するものではない。提携運動の背景が変わらないことを運動の停滞要因とするだけではこの運動の成立意義と持続力を問われることとなる。

そこで、本報告では、拡大を示している欧米、特に欧州の CSA 運動と産消提携を比較することによって、提携に停滞をもたらした要因を改めて検証し、提携の意図を体現し、かつ持続性を与える方法を再度検討することを目的とする。特に、本報告の問題意識は、産消提携の内的要因、つまりやり方に問題はなかったのか、産消提携を円滑に持続するために改善できるところはないのか、という実践的な要請に根ざしている。

## 2. 産消提携の意図したところとその結果

TEIKEI モデルにおける持続性確保の仕組みは、理念的には対等な立場での産消間の連携が謳われており、力関係が買い手にシフトしがちなことを配慮して、概ね生産者志向で構成されている。それによって、生産者だけでなく、消費者にもリスク・コストシェアを求める考えに基づいて設定された固定価格での全量引き取りは、当初、青天井の消費者負担をもたらした。結果的に、セット供給量の上限定もしくは固定価格設定に修正され、固定的な関係を前提に農産物の質の向上・安定を目指していたやり取りは、提携外の消費

者への出荷を許容することとなった。運送については当初、生産者の稼得機会として位置付けられ、消費者がステーションで仕分けを分担するという方式が採用されていたが、現在は消費者負担を軽減するために戸別配送が主流になりつつある。代金支払いによらないコストシェア方法である援農支援による労働力提供は、生産者のコスト低減だけでなく、受け入れのためのコスト増をもたらすこととなり、現在では交流イベントの意味合いを強くしている。また、生産者任せの出荷可能基準は、30年の経験でも解消しない質への不満をとめない、現在に至っても消費者の脱退の原因となっている。

- ①組織圧力の発生： 団体間提携による組織制約の過重？
- ②継続的消費への配慮の欠如： 消費者の農産物に対する不満の未解消
- ③セット野菜の優位性喪失： 専門団体による取り扱いの拡大
- ④共同購入のメリット喪失： 宅配便の利用による提携の個別化

### 3. ポスト TEIKEI モデルごとの特徴と取り組みを持続する仕組み

#### 1) AMAP、ACP

1978年よりスイスで協同組合方式での TEIKEI モデルが始まり、2000年にフランスで始まる AMAP の成立にも影響を与え、その逆輸入によって 2003年よりフランス語圏スイスで ACP 運動が始まる。この取り組みは、シェア、つまり産消双方向志向による持続性確保の仕組みで成り立っている。契約は、シーズンごとの前払い方式であり、負担が消費者に偏ると思われるが、同一内容の野菜ボックスに対して所得に応じて異なる代金設定を行うなど、消費者の持続性を意識した方法を採用するモデルも存在する。戸別配送ではなく、ドロッピングポイントでのボックス引取りが多く、そこでは消費者同士の情報交換、共有が可能となっている。一方で、契約書の交換による緊張関係が成立しており、出不足払いを伴う労働力提供義務が求められる場合もある。また、ファーマーズマーケット同様に寸法などをそろえる必要のないばら売りを前提とした出荷基準を採用するなど生産者の負担を避ける方法は共通である。

#### 2) GAS

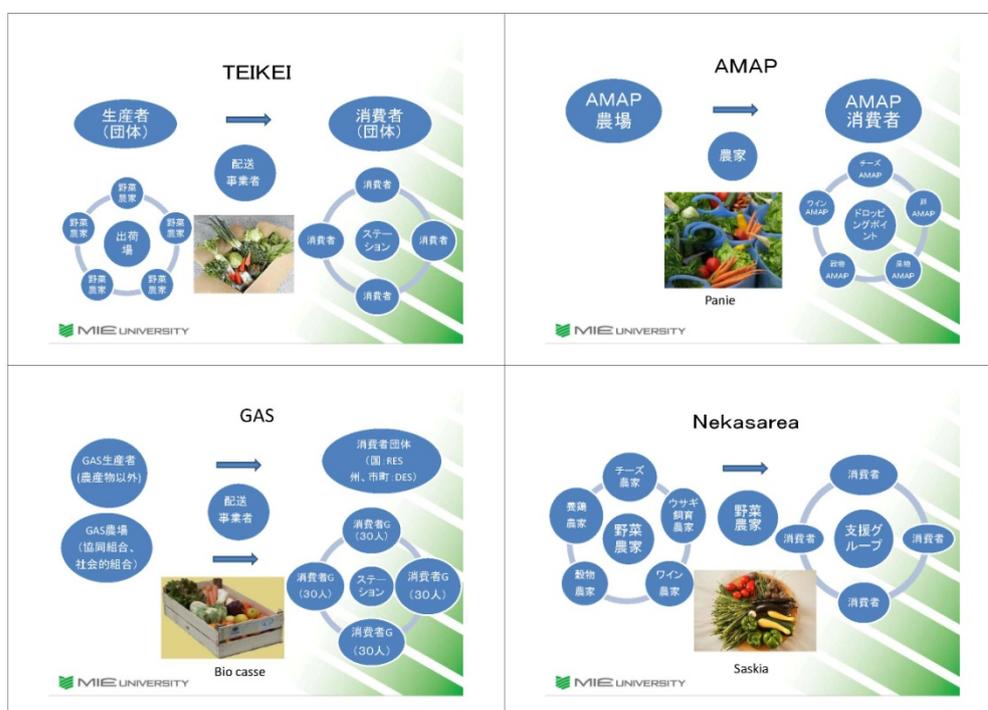
1994年イタリア北部のフィデンツァで始まり、全土に約 2000 グループ 70 万人が参加する取り組みとなっている。有機作物、環境負荷の少ない物品、フェアトレード産品を共同購入する。地元志向が強く、消費者が生産者と直接につながることに価値を置いているが、野菜や果物、卵、牛乳、チーズから生活用品までを家族や友人同士、地域住民による少人数の消費者グループがまとめて注文、購入するシステムであり、CSA のような産消協同組織、年間予約、前払いといった要素は持たず、消費者の互助組合的な色合いが強い。

#### 3) Nekasarea

2007年 EHNE 農民組合によりビスカヤで取り組み開始。80 戸の生産者が野菜農家を中心にグループを組み、消費者 27 グループ、600 世帯と連携。消費者はいずれかのグループに参加し、前払い年間契約で農産物を購入。（\* EHNE (Euskal Herriko Nekazarien Elkartasuna) : 1976年結成、バスク地方の農家・農場主の連合。農民会員 6150 と労働組合員 3000 に教育的、技術的、経済的な指導、トレーニングを提供。1993年ビア・カンペシ

一ナに参加。活動を通じて、異なる社会階層とのコミュニケーション、アグロエコロジーや食料主権を主張している。

Nekasarea は、団体間提携という TEIKEI モデルを採用しながら、CSA (AMAP) に範を採った仕組みによって TEIKEI 問題の克服を図っている。例えば、複数の生産者が連携しながらも、消費者と固定的な関係を結ばず、いくつもの支援グループに農産物を提供するという方法で組織的制約を解消している。また、詰合せのシェアが高い野菜農家が配送を負担するというルールが形成されており、生産者間の作業負担は合理的になっている。異なる作目を営農する複数の農家が一つの SASKIA 構成するため消費者は多様な農産物を享受できる。また、異なる支援グループが同じドロッピングポイントを共有し、複数の SASKIA の購入契約を結ぶことで、消費者はさらに多様な作物を購入可能となっている。ドロッピングポイントは、産消間だけでなく、消費者間の情報交換の場となっており、Nekasarea 全体の情報共有を可能としている。



#### 4. 結論：Nekasarea の実践に見る TEIKEI モデルの可能性

欧州 CSA には複数の AMAP によるドロッピングポイントの共有などの特徴が見られるが、TEIKEI と共通の要素は、生産者任せの農産物詰め合わせを消費者が引き取ることであり、相違点は、前払い契約とローカル志向の有無に集約される。また、ポスト CSA ともいべき欧州モデルの特徴は、コーディネーターによるプロモーションである。EHNE のイニシアティブである Nekasarea では、複数の農場が連携し集荷・配送を野菜農家が担当するという CSA には見られない生産者のネットワーク化を TEIKEI モデルと呼称している。このモデルは、今日の産消提携が陥っている停滞要因の一つである組織的制約を緩和したものであり、生産者個人の主体性を活かした団体間提携の可能性を示すものと言えよう。