

超セクターの農業経済学

— 地方自治体の政策立案に関連して —

瀬川久志

The Super-Sector Agriculture Economics

Hisashi Segawa

This thesis presents a fundamental theory about new relationship between agricultural and urban area according to A.Toffler's "The Third Wave Economics". It also intends that it could offer an available viewpoint enabling effective policy making on local autonomy.

はじめに

地方分権の推進や公的介護保険制度の導入に代表される様に、地方自治体をめぐる内的・外的環境は激変しており、地方財政危機と相まって急変する、こうしたシステム変容は、民間セクターでの金融システムや雇用慣行などの再編と表裏一体の関係で進む、21世紀へ向けての、地球サイズの社会システムの大変動の一環をなす、いわば「序奏曲」と考えられる。

そこで、地方自治体にあっても、この後に続く曲のシナリオを、しっかり見極めることが肝要だと思われる。そのためには、長期スパンで歴史を省察するとともに、大胆な理論をもって、地域・地方自治を検証し、展望することが切に求められるのではない。

例えば、名古屋市において、ゴミ処分場建設のための藤前干潟の埋め立て計画が、住民の反対運動等によって、断念させられ、ゴミの非常事態を宣言せざるを得なくなったように、これまでの仕組みや常識では、コトが動かなくなったことを示していると思われる。

従来、地方自治体や地域の「行動準則」は、国や県などの「上級」団体が決めるものとされ、地域はその実行部隊として機能してきたが、このやり方は、これまでのナショナル・ミニマムを維持する、画一的・標準的な社会の中では、確かに有効に機能してきた。

しかし、この中央集権的機構は、第二の波の産業社会が立ち上がり、それを軌道に乗せるためには、確かに有効ではあったが、これまでにたびたび強調してきた様に、高度情報通信システムが急展開し、社会が多元(様)化・非マス化(細分化)する、第三の波の社会情勢の中では、動かないエンジンとなってきている。地方分権主義が台頭してきたのは、こうした社会状況を背景としており、トフラーが「第三の波」の中で、たびたび指摘しているところである。

他方、地域・自治体によっては、財源再配分の遅れという制約の中で、福祉、教育、医療、保健、環境、衛生、文化、産業、公共事業、税務など、各方面にわたり、従来にも増して、多様かつ個性的で、時代の流れを的確にとらえた施策展開が求められている。やや先取りし、かつ大胆に言えば、この様な時代状況を開拓して行けるエネルギーと知恵は、地域にあって、中央集権的システムの中にはないということではないだろうか。トフラーは、地域分権主義の台頭（カナダ、ケベックの分離独立問題）に伴う、国家の崩壊の兆候としてこの事実を強調している。

そうなると、自治体の総合計画から、個別の計画・実施に至るまで、完全とは言わないまでも、高度なオートノミー〔自律性〕の中で、政策立案、実施が行われるべき時代が来るし、現場スタッフに求められるスキルや能力も、「自前」で涵養する努力が求められるのではないか。この高度なオートノミーの体系の確立こそ、本論の課題である「DIYセクター」であり、従来の市場原理に依拠した自治機構の変化を促す「超セクター」である。この小論文では、地方自治体の広範な行政分野のうち、農業農村分野に焦点を絞り、都市と農村の関係のリエンジニアリングという角度から、「超セクター」の可能性を提起した。

第1節 セクターAとセクターB

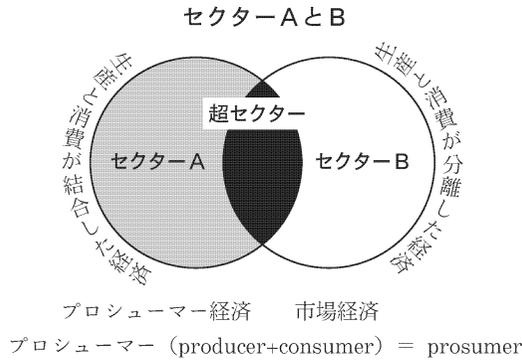
まず、現状に関しては、「農山漁村は過疎という厳しい状況の中で、道路等施設整備からイベント、村おこし、交流事業、産業振興に至るまで様々な手を打ってきたが、今なお状況は厳しく、重大な岐路に立たされている」と説明すれば十分であろう。

「都市と農村の関係のリエンジニアリング」という視点は、このような素朴な認識に立脚しており、農業・農村の振興のために、農水省を中心に国土庁・建設省などの国の機関、県・市町村、農協、商工会などの関係団体、さらにボランティア団体、住民が行っている施策・取り組みを前提にしていることは言うまでもない。しかしながら、超セクターの経済学は、従来の市場原理の発想を遙かに越えて進む。

農山村地域の振興のためには、現状でもグリーン・ツーリズム、活性化施設の建設、各種交流事業、農村環境整備事業等、様々な施策が展開されている。スーパー・セクターという考え方のポイントは、地域産業（地域経済）を、生産と消費を部分的に結合し、新しい「プロシューマー経済」を復元する、A.トフラーの「第三の波」⁽¹⁾に基づいた戦略論であり、超セクターの経済学を駆使した、地域と自治体の政策論である。そして、このプロシューマーの文明を、農山村地域に、都市との連携の中で、どのように展開できるのかの視点から考察した。

(1) A.トフラー『第三の波』中公新書 A.Toffler, Third Wave, Pan Books, 1980

次の図によって、超セクターの基本概念であるセクターAとセクターB、および両者の関係について説明しておきたい。



右側に、これまでの経済をセクターBとして描いている。これは市場経済で、生産と消費が分離し、私たちが日常経験している、価格原理や利潤原理、競争原理といった市場原理 (market principle) に支配される交換経済 (market economy) である。現在の農業、農村、ここでのテーマに即して言えば、「都市と農村との関係」は、この交換経済に編入されている。

現在の農業は、基本的には「産地」を形成し、そこで生産された農畜産物は、農協・経済連などの流通機構を経由して、消費地の農畜産物流通「市場」で消費者に販売される。林業、水産業も基本的には同じ形を取る。農林水産業は、この「市場」抜きには、その産業と家計は成り立たない。まず、市場原理というものを、このように理解する。これがセクターBであり、言葉は、市場セクター、交換セクターなどと置き換えられる。

これに対し、図の左側、セクターAは、生産と消費が未分化の、従って、生産と消費が人的にも場所 (地理・空間・時間) 的にも一致している、歴史的には産業革命以前の、農業段階の経済システムに共通するものである。セクターAは、「プロシューマー (prosumer) セクター」、あるいは「DIY セクター」、「自給自足セクター」と言い換えられる。

プロシューマーという言葉は、セクターAにおいては、プロダクション (production) = 生産と、コンサンプション (consumption) = 消費が、基本的に一致しているので、両方の単語を足して、トフラーが造語したものである。produce + consume = prosume. prosumer (プロシューマー) は、生産・消費者となる。従って、セクターAは、プロサンプション (prosumption)・セクターと言い換えてもよく、プロサンプション・セクターの担い手が、プロシューマー (あるいはDIYer) ということになる。

産業革命以前の農耕社会が、なぜプロシューマー・セクターであるのか、その理由は簡単で、地域で生産された農産物は、基本的にその地域で消費されていたからだ。生産と消費が一致しているというのは、ここからくるもので、生産と消費が空間的・人的・時間的に一致していることは、容易に理解されよう。

封建領主が、年貢の形で農産物の5割か6割を召し上げる場合も、封建領主は土地を領有し、農民を身分的に隷属させているところから可能となるので、いわば地域の最長老（主）としての立場なので、生産と消費は基本的に一致している。都市部での農産物の流通も確かに存在し、外国との貿易も存在したが、従って市場セクターも存在したが、それは農耕社会で余剰農産物がある場合に限られ、市場セクターは基本的ではなかった。

しかし、産業革命を経て、市場経済が一般化すると、このプロシューマー・セクターは縮小の一途をたどった。農産物以外でも、自らに必要なモノを自らが生産し、消費するというセクターAは、工業社会の陰に隠れた。農業は、市場セクターに組み込まれるとともに、大量生産された商品やサービスが、市場セクターを通じて売買されるようになる。農業基盤整備も、「結い」という共同組織で、いわば自前で道路や用水を整備していたが、公共団体の手で、税金で公共事業として整備されるようになった。

このいったん衰退したプロシューマー・セクターは、産業主義の文明が成熟した段階で、科学技術の発展、社会の多様化、個性化、先進国を中心とした高度情報通信網の急進展、経済危機などを背景に、勤務のフレックス・タイム制（在宅勤務）の普及を発端として拡大していると考えられる。その中心的なトリガー（引き金）は、多様化した高度情報通信網の整備、生産過程の情報化による多品種少量生産の普及である。

セクターAの台頭とその内容は、セクターBにおける労働や生活の疎外感からの解放志向に根元があると考えられ、またセクターAでは、例えば、ボランティア・グループの活動（自助運動）、農業の自家消費部分や、日曜大工、家事労働、住民参加の街づくりのように、自分（たち）のために、自ら財貨やサービスを生産し、同時に消費して、いわば「所得」を、消費者が自家生産していることに経済的な意義がある。DIYセクターと言っているのは、DO IT YOURSELF、つまり「自分たちでやろう」という行動原理を指し、浮いた経費が「隠れた所得」として、家計や地域に還元されるからである。

この部分は、「経済統計」には乗らないので、GNPやGDP、県民経済計算、産業連関表、税収入といった、これまで、私たちが慣れ親しんできた経済成長とか税収といった概念に、何の役にも立たないかのように考えられてきた。ただし、専業主婦の家事労働については、所得税の「専業主婦控除」という特典があるが、それは、旧い内助の功といった概念で、DIYセクターである家事労働を生産的なものと見なしているところから制度化されているわけではない。

セクターBは、大量生産と大量消費が経済・社会を牽引し、それが公共部門への税収となって財政支出を生み、公共事業に代表されるその波及効果を通じて、セクターBを再び拡大するという、これまでの社会システムの中では、意味があったことは先程も述べた。

そこで、臨海工業地帯を整備して輸出競争力を付けたり、農村に巨大な工業団地を作ったり、

山林をゴルフ場に変え、また、農業基盤整備を、土地改良事業（最近では農村環境整備）というかたちで実施して、農産物の産地を育成（農業の規模拡大）して、所得水準の向上を目指してきた。しかし、農業・農村は都市部の下請け基地の地位に置かれたままで、せっかく育てた若者を、相次いで都会にとられる構図は変わらなかったし、過疎化も止まらなかった。

ところが、気が付いてみると、この「市場原理」中心のやり方は、化石燃料の枯渇、地球環境の悪化、教育現場の崩壊、農薬の大量使用、ダイオキシン汚染、金融機構の崩壊のような、重大な隘路にぶつかっていることが分かってきた。遺伝子組み替え食品の安全性を巡る問題も浮上してきた。セクターB中心の経済が、重大な歴史的岐路に立たされ、セクターAは、このような状況を反映し、文明に対するアンチ・テーゼとして拡大してきた。ボランティア活動の急成長は、これを明瞭に示している。農業・農村に限定すれば、無農薬野菜、朝市、農山村移住、都市と農村との交流、グリーン・ツーリズム、新規就農などへの期待がそれである。最近、河川の下流域住民が上流地域森林組合等と協力して、植林事業や広葉樹への樹種の転換を試みるケースが増えているが、これは、セクターBのみに頼らないで、自ら山村の美しい景観や、安定した水の供給を確保するという非経済的な行為、つまりセクターAへの指向の現れと言える。

ところで、ここで重要なことは、完全にセクターBへの依存を断ち切って、第一の波の農耕社会のセクターAの復元を図ることは不可能だということだ。過去の農耕社会の自給自足経済へのノスタルジアは、ユートピアとの批判を免れないし、現実的にも不可能だ。つまり、セクターAとセクターBの関係を重視し、両者のバランスを図り、行き詰まったエネルギー供給や文明を、セクターAの力を借りながら打開することが重要だと考える。トフラーは、このような方向を、市場経済と自助経済とが融合した、新しい経済・社会文明（trans-market civilization）の始まりと考えている。

しかし、そのために、まず第三の波の経済を明確にすること、つまりセクターAとセクターBとが重なり合った部分に展開する、超セクターの内容とその経済学（超セクターの経済学）を確立することが求められる。

第2節 スーパー・セクターの農業経済学

次に、「都市と農村の関係のリエンジニアリング」という角度から農業について考えてみよう。もう一度復習すると、産業革命以前、第一の波が支配的な農耕社会の中では、生産と消費は基本的に結合されており、生産された農産物は、その農家と地域の中で消費されていた。封建領主が、年貢の形で農産物を権力的に召し上げる場合にも、領主が土地の所有（領有）者であり、農奴を身分的に隷属させていることから、生産と消費は分離しておらず、一体であった。

地域の生活に必要な農産物の量を超える余剰農産物は、特権を付与された商人によって「市場」の中へもちこまれ、貨幣による売買（交換経済）を通じて消費されていた事も事実だ。しかし、前者のセクターAの経済が扱う農産物の量に比べれば、後者の市場原理つまりセクターBの扱う量は、ごく一部分にすぎず、第一の波の農耕社会では、セクターAのプロサンプションが中心の経済であった。

ところで、産業革命以降の、大量生産ー大量消費の、第二の波の社会の中では、貨幣による交換を前提とするセクターBが支配的となり、逆に、セクターAが部分的になるという逆転現象が起きた。

農業に限定すると、農産物は農家→農協→市場→（仲買人）→小売を経由して消費者に届くという、市場経済に編入され、生産と消費は決定的に分離した。農村の生活、消費様式も、都市のセクターBとほとんどかわらないほど近代化された。農村の生活は、市場を通じた販売、購入に依存したセクターBの性格へと変化した。食料や生活必需品は、スーパーマーケットやホームセンターで購入し、生ゴミの処分も自治体のゴミ収集に依存している。近年、朝市や産地直売、村おこし処点、道の駅、観光施設などでの販売といった試みが多くなされるようになってきたが、これも、基本的には市場経済というセクターBに当たる。農業は、農産物をセクターBに持ち込んで収入を得、この所得で生活を維持し、子供の教育などの支出に充てる。

しかし、よく観察し考えてみると、このセクターBに移行した農業経済の中にも、セクターAが引き継がれ、色濃く残っていることが分かる。次にこれを分析しよう。

まず、農産物の「自家消費部分」を考察する。現実離れしているように見えるかもしれないが、超セクターの経済学にとっては、基本的な部分であるので熟考されたい。

いま、ある農家が、お年寄り夫婦と若夫婦、それに子供2人という、よくある6人家族農家だとする。子供は小学生か中学生だとして、この家計を維持するために、1000万円の年所得が必要だとする。労働力の配分は、お年寄り夫婦が専業農業労働、若主人はサラリーマン、例えば自治体か農協職員で、年所得600万円、妻はパート勤務で100万円、残り300万円は農業所得とする。ところで、この農家の生活は、全員が健康だとして、毎日の生計には事欠かないとしても、市場経済の中ではそんなに楽ではないはずだ。なぜなら、子供を大学に上げなければならないし、様々な保険、お年寄りの病気やケガなどに備えた貯蓄などへの「支出」が不可欠だからだ。

しかし、ここにはセクターBの世界からは見えない、別の高次元の、セクターAの経済が隠されていることに気づくはずである。米をはじめ、もち米、野菜、山菜、場合によってはアユなどの川魚など、自然が恵んでくれる自家消費部分、つまりセクターAからの所得があることだ。過大かも知れないが、セクターBの所得換算で200万円に相当するとする。

さらに、このケースの家庭では、基本にお年寄り夫婦の介護が「自家消費 (prosumption)」

で可能である。この自家消費部分つまり在宅介護という、自分（たち）で自分（たち）に支払う「所得」を1億円とする。

今、完全介護付きの老人マンションは、1億円かかると言われているので、このセクターAの在宅介護から生まれるセクターAの1億円は、超セクターの経済学では、現在の所得に実質的に加算される。10年後にお年寄りが倒れ、完全看護の費用が発生すると仮定すると、1億円を10で割って、年1000万円の所得を生み出していることになる。ここでは、話を簡単にするため、2000年度から実施される公的介護保険制度は、考慮に入れない。そうすると、この農家の実質年所得は、先ほどの食糧の200万円とあわせて2200万円（1000万+200万+1000万）となるであろう。

さらに、こんなことも言える。一般に農家の人たちは、ガンやボケにならないと言われるし、概して健康である。トフラーが強調する、健康、医療の自助運動、つまり健康をいわば自家生産（prosume）している訳で、もしそうでなければ支出したであろう医療費を、自分たちに支払っていることになる。公的医療保険を節約していることにもなり、このセクターAから生まれる健康の自家生産による「所得」も加算できる。家の修理、家電製品から自家用車の修理へと対象を拡大していけば、驚くべきセクターAが現れてくる。次に、このセクターAとセクターBの関連について分析を進める。

超セクターの経済学は次のように展開する。農業労働は、典型的な在宅勤務（フレックス・タイム）だという点である。民間企業にあっては、フレックス・タイム制は、まだあまり導入が進んでいないが、今後、コンピュータ・ネットワークの普及とともに、徐々に一般化したときの経済は、どうなっているのだろうか。まず通勤費用（の一部）が削減され、会社が自社に対して該当部分を法人所得として支払うことになる。つまり、削減された通勤費用は、JRなりガソリン代なり、セクターBから消えてセクターAへ移行することになる。在宅勤務を行うサラリーマンにとっては、仕事場がオフィスから自宅に移ったが、経済的な不利益は何らない。

このように、セクターAが拡大することは、形式上、セクターBの縮小を意味するが、果たしてそうであろうか。上のパソコンの例で見たように、セクターBに質的变化が生じることが重要である。トフラーも分析しているように、セクターAでセクターBを完全に置き換えることは不可能であり、現実的でもない。

ここで、在宅勤務へ移行したサラリーマンが、通勤時間が削減された分だけ、生活の時間にゆとりが生じて、従来ならセクターBから購入していた、家の壁などのペンキ塗りや生け垣の剪定、家の修理などを、自家生産・消費したとする。そうすると、当該セクターB部門が縮小する。しかし、そのサラリーマンが、セクターAのプロシューマー行為を行うためには、彼は、ハケ・剪定バサミ・はしご・電動工具など、セクターB部門（ホームセンターのDIYコーナー）

から供給される商品を購入しなければならない。もし、これらの商品にかかる経費が10万円だとしても、業者に頼むと200万円はとられるので、差引190万円を自らに支払うことになるか、またはその分だけ所得が低くてもかまわないことになる。会社は、在宅勤務に企業経営上、経営・経済的なメリットがあると判断する場合、新しい在宅勤務者を増やすために、3台のパソコンを買い、こうして縮んだセクターBは、在宅のセクターAを維持するため、別のセクターB部門を拡大することになる。より典型的なことが農業について言える。上に考察した、農家の家計が自己生産した隠れた「所得」は、かかるワークスタイルがもたらしたものであった。

今、経済不況を反映して、脱サラ就農や新規の農業分野への就農が、ちょっとしたブームになっている。東南アジア地域、たとえばタイでは経済不況を反映して、大量の人口が農村部へ還流している。日本では、自治体や農協などが、その支援策を打ち出している。新規参入はそれほど数ではないが、森林組合では、近代的な雇用、労働条件を提示した場合には相当の応募があるという。

彼らは、セクターBの仕事や生活、あるいは文明といったものに限界を感じ、新たな人生と新天地を求めて農業に参入する。彼らとて、新規に就農したからには、市場機構を使って農産物を売却しない限り生活は成り立たない。しかし、農業生産が軌道に乗るまでは苦難の連続であり、ここに新規就農を阻むネックがある。

また、しかし、上に見たように、農家経済を支える、隠れた力強いセクターAがあることも事実であり、自治体など公共機関は、もっとこの自家生産・消費部分をサポートすべきなのではないだろうか。農地や住宅の斡旋提供、低利貸付、生活費の援助、営農指導など様々なサポート体制はあるが、新規就農希望者が、生き生きとDIYerとして自活できるような援助体制を開発し、提供する方策を検討することが求められよう。この視点は、トフラールも強調していることなのだが、これまではあまり考えられてこなかった。新しい政策課題となりはしないだろうか。

とは言っても、やはり個別農家の取り組みには限界があり、急傾斜地に展開する農業や棚田といった条件の不利な地域に、公的な所得保障をするなどの、組織的な支援体制が不可欠であるし、従来から取り組まれてきた、都市との交流事業、観光的な事業を、公的な支援のもとで拡大していくことが期待される。セクターAとしての農業の力強さは、こうした取り組みの中ではじめて意味を持つものになると言える。農業を株式会社形態で経営することは、現在の制度の中では不可能であるが、農業生産法人という形態で、企業的経営を展開することによって、新しい事業分野を開拓することは可能である。いずれにしても、多角的な取り組みが期待されよう。

話を「超セクター」へ戻そう。ここで、農業生産の一定割合が、従来の市場生産から脱落し、グリーン・ツーリズムなど、DIYセクターへ移行したとする。そこでの基本原理は、「都市と

農村の交流」に変化し、都市住民の側から言えば、農作業や田舎の文化に接する喜び、農村の側から言えば、細くて限定的、断続的な市場ではあるが、新しい交流システムの中での所得が得られるようになるので、誤解を招く表現だが、農協任せの農業に、地域が連携した新しい営農システムが登場する。現に、個別農家、自治体や農協、商工会等の支援でこのようなシステムを取り入れた事例は、枚挙にいとまがない。このような新しいセクターは、「農」のみならず、地球環境、教育、文化、医療などの分野を包摂することが可能である。小さい「超セクター」が立ち上がったわけである。都市と農村の関係のリエンジニアリングという場合のエッセンスは、まさにここにある。

第3節 村おこし

農業農村の復権は、第三の波の社会が急速に広がりつつある現在、新たな文明を確立する際の中心かつ戦略的な位置にあるように思われる。超セクターの経済学は、この点に関しても新しい視点とビジョンを提供することになる。

都市と農村との交流による「超セクター」の形成については、前節で理解されたとと思われるので、次に、具体的な村おこしをケーススタディとして取り上げ、その中に、どのように、セクターAの経済が生まれているかを考察しよう。具体例として、静岡県静岡市、平野の「真富士の里」を取り上げる。まず、当該、村おこしの概要を簡単に説明したい。

戦前より、平野地域は、わさび、サツマイモ、野菜、繭、炭焼きなど、細々とした農業を継続してきたが、現在では、農業を取り巻く様々な環境変化から、わさび、お茶、野菜を中心とした農業と、給与収入で生計を維持している現状である。しかしながら、農家経営の先行きは厳しく、共同で取り組める地域興しの模索が始まった。同地は梅ヶ島温泉と静岡市の中間地点に位置しており、トイレのある適当な休憩施設がなかったために、トイレを設置し、かつ、村おこしにつながる気運が醸成されていった。結果的には、共有地を再活用する形で、トイレは静岡市からの補助、加工販売施設については、駿府博終了後の不要施設を譲り受けることで、平成元年6月にオープンした。

中心になる商品は、そば（わさび付き）、椎茸ご飯、おでん、椎茸、ヨモギ饅頭などであり、30名強の地域の女性が携わっている。経営の特色は、過去の野菜生産のグループ制を踏襲し、「わさび」、「団子」、「販売」の3部門にグループ制を取り、独立採算性であること、またフレックス・タイム制を取り入れていることである。また、饅頭に入れるアンコも自前であり、販売される商品の材料のほぼ100%が自前である。

さて、以上のような経営の仕組みから、この村おこしの取り組みのなかに、どのようなセクターAの経済が現れてきたか、具体的に考えてみよう。その際、村おこしを始める以前の農家

経営、任意組合を取る真富士の里の経営、村おこし以後の農家経営、及び観光客・都市住民との関連の中で考えてみたい。

まず、村おこしが始まる以前の農家経営は、聞き取り調査によって、次のようであったと考えられる。お茶、わさび、野菜などから〇〇〇万円。これは農協を通じて流通に回されるので、セクターBからの手取り所得となる。次に、家族の誰かが勤めることによって得られる給与所得〇〇〇万円。合計〇〇〇万円。これは、通常の兼業農家の所得構成と変わらない。

村おこし後の農家経営には、次のような結果が現れているはずである。お茶、わさび、野菜の主力農産物からの所得構成には、変化がないものと考えられる。また、兼業農家としての給与収入があることにも変化がないとする。ここに、女性が真富士の里に勤めることによって得られる給与収入〇〇万円が付け加えられるが、これは、通常の会社に勤めるのと同じセクターBからの給与収入である。このように一見、農家の働き手が、真富士の里に新しい職場を見つけることで、給与収入を拡大しただけのことで、セクターAが増大したとは考えられにくい。しかし、よく観察すると、この農家経営の中に、わずかではあるが、新しい自家生産＝自家消費という、セクターAが新たに生まれたことに気づくことだろう。次にこれを考察しよう。

まず、農家経営を維持するために、都市部へ働きに出なければならなかったとして、通勤費用が個人負担で、ガソリン代に〇〇万円かかったとする。しかし、真富士の里が立ち上がったことで、ここに勤める通勤費用はほぼ無視し得る額である。いわば、職住接近によって通勤費用を自らの家計に、セクターAとしての隠れた所得を支払ったことになる。次に、都市部へ勤めるとして、通勤にかかる時間が真富士の里への通勤によって節約される。通勤時間は、ほぼ無視し得る時間であるから、この通勤時間を貨幣価値で換算すれば〇〇万円になる。これも自らに支払った所得となる。この通勤時間の節約は、これまでたびたび指摘したように、家事労働や地域でのコミュニケーションのために、自家消費される。

次に上に述べたように、この村おこし拠点の経営は、フレックス・タイム制を取っている。といっても、これは勤務規則に明示されたものではなく、グループ内でやりくりして行われているものと解される。通常、セクターBの労働慣行では、個人的理由でパート・タイム労働を欠勤した場合には収入減が生じる。真富士の里では、従業員が労働時間の欠損をお互いに、フレキシブルにカバーしあう。従って、収入減は生じない。そこで、式で表せば、「セクターBの欠勤による収入減(10万円)+真富士の里式フレックス・タイム制による自家生産額(10万円)=自らのために支払った所得(セクターA=10万円)」となる。

現地での聞き取り調査によれば、農村部によく見られるように、冠婚葬祭、PTA、催事、さらに、ここでは様々な家事労働への勤務時間の互換が可能となっている。通常セクターBでは、これらの家事労働は生産的のみならず、給与収入から差し引かれるのであるが、ここでは収入減とならず、家庭に隠れた所得を生産する。

ある女性従業員は、村おこしが始まったことで何が一番うれしかったというと、地域でのコミュニケーションが密になったこと、子供から「お母さん最近綺麗になったね」と言われたことだと言う。超セクターの経済学は、このような「心の満足」という経済尺度ではかれない価値を正当に評価する。しかし、このようなことを貨幣価値に換算して評価するような、愚かなことはしない。

次に、都市住民または観光客のサイドから考えてみよう。先ほどもみたように、当該むらおこし施設、真富士の里は、ここから北へ約40分の位置にある梅ヶ島温泉を利用する観光客、および都市住民によって気軽に利用されている。都市住民とは、真富士の里から南へ約40分の位置にある静岡市の住民。では、このいわばユーザー側に、どのようにセクターAが生じているのであろうか。聞き取り調査では、原材料は全て自前であり、ヨモギ饅頭に入れるアンコについても、販売店が、取り引きしてほしいと、セールスしてきたところ、地元らしさにこだわるために、地元産の小豆を使ったと言われるほどである。ということは、原材料が直接この場所で加工され、消費者がこれを消費するということであり、流通が全て排除されていることになる。流通経費とマージンが節約されている。「相対的非効率の原則」⁽²⁾によって、流通コストはほぼゼロに抑えられている。

(2)「第三の波」でトフラーが用いる概念で、生産工程のオートメーション化によって流通経費が相対的に増加し、これを省こうとする傾向が生じる。

従って、美味しさと、新鮮さ、安全、安さとが売り物であり、ヨモギ饅頭は人気商品である。「平野そば」は、わずか350円である。つまり、通常の市場価格との差が、ユーザーにとって、隠れた所得として帰属することになる。聞き取り調査では、静岡市方面から、食事を兼ねて、ドライブがてら、真富士の里を訪れる人も多いと聞く。

次に、任意組合としての、真富士の里の経営の中に、セクターAが、どれだけ生じたかをみよう。まず、今みたように、真富士の里の商品の仕入れは、ほぼ100%地域で調達される。この販売による真富士の里の売上収入は、ここに従事する女性従業員の給与として帰属する。これは、先ほどもみたとおりであり、通常の会社経営と同じく、セクターBの経済行為である。しかし、地域の農家から直接仕入れることによって、「通常市場仕入れ価格－真富士の里式仕入れ価格＝セクターA」が、この任意組合のいわば隠れた所得として帰属する。

次に、真富士の里の主力製品は、その全てが、その地域が古くから伝承してきた食品製造技術、および、新たに開発したものであり、セクターBにみられる、「通常研究開発費用－真富士の里式研究開発費用＝セクターA」が、この任意組合に帰属する。次に、広告宣伝費についても、通常のセクターBの中では、生産と消費が機能的にも地理的にも分離しているため、相

当の経費をかけるのが通常であるが、こうした公的機関がサポートする経営体の場合には、自治体、テレビなどのマスコミなどが、無償で広告宣伝を代行してくれると思われるので、その分を自家生産＝自家消費をしていることになる。いわば広告宣伝費の節約である。さらに、口コミによる来客が多いと思われることから、ユーザーの力を借りて、いわばその分をセクターAとして自家生産＝自家消費をしていることになる。

真富士の里以前	真富士の里	真富士の里以後	
お茶 〇〇万円 わさび 〇〇万円 野菜 〇〇万円	お茶 〇〇万円 わさび 〇〇万円 そば 〇〇万円 饅頭 〇〇万円 椎茸 〇〇万円	お茶 〇〇万円 わさび 〇〇万円 野菜 〇〇万円	・ガソリン代 〇〇円 ・time is money 〇〇万円
給与収入 〇〇万円	〇〇〇万円	給与収入 〇〇万円	
計 〇〇〇万円		給与収入 〇〇万円	

通常開発費
 - 真富士の里開発費=セクターA
 市場価格
 - 真富士の里価格=セクターA
 通常市場仕入れ価格
 - 真富士の仕入れ価格=セクターA



欠勤による収入減
 - 真富士の里=セクターA

以上を図式化したのが、上の図である。農業は自力で生き残っていくためには、一部の専門農家は別として、経営基盤が弱く、地域あるいは集落全体で、公的機関や都市住民と協力しながら、振興策を展開していく必要がある。その際、もっとセクターAの経済機能を分析し、これをうまく活用する形での検討が求められているのではないだろうか。一般に考えられる課題として、このような小規模で朝市をかねたような性格の経営の場合、情報発信力が弱い点が指摘されよう。どのような旬の食材がいつどこで、どのくらいの量、店頭で供給されるのか、リアルタイムな情報提供が、きめ細かに提供される必要がある。露の臺やタラノメが、明日、何時に販売されると、インターネットを通じてユーザに情報発信されれば、また購入予約が電子メールで入れば、在庫コストゼロで商品を回転させることができる。

一般のスーパーでの、広告宣伝費用、在庫コスト、リスクを回避するかたちで、いわば都市部のDIYerと連携したセクターA方式の経営を展開できる。山家の雰囲気とコンピュータという新しい経営の付加価値も生まれる。こうした情報発信が、単独の経営で不可能な場合には、公共団体がサポートすることも考えられる。その際には、情報発信エリアは、より広域となり、誘客力も大きくなるだろう。

おわりに

以上考察してきたことを、「超セクターの経済学」が提起する課題と関連させながらまとめてみたい。

第一に、市場経済の発展に伴い衰退してきた、あるいは過小評価されるようになってきた、農業（家）経済の自家生産＝消費（プロサンプション）を積極的に評価し、農業農村空間の活性化のための基礎理論を構築すること。市場機構を通じた農産物の販売と、農家経済における自家生産＝消費は一体のものであり、両者を併せた農業経済を考察すること。このことによって、従来になかった新しい公的政策の展望が可能となる。

第二に、都市と農村の交流という枠組みで総括できる「都市と農村の新関係論」を、両空間におけるDIY原理の結合関係として捉える、すなわち都市部のDIYセクターと農村部のDIYセクターの融合部分に超セクターを見だし、そこに都市と農村の新戦略を構築する。超セクターの成長と、DIYセクターの成長とは相関関係にあり、市場原理も影響を受ける。

第三に、公共政策の展開にあたっては、住民参加形式をグラウンド・ワーク方式のような、質・量ともに住民の相違が反映できるように配慮する。公共政策と住民のDIY型の地域づくりの接合部分に展開するのが超セクターであり、超セクターの住民参加方式を作り上げていく。ここに新しい超セクターの文明とでも呼ぶべきものの可能性が開けている。

「はじめに」でも述べたように、「超セクターの農業経済学」は、筆者が現在構築中のより大きな「超セクターの経済学」の一部分であり、そのための準備作業の位置付けに当てることを持って執筆した。「超セクターの経済学」は「市場原理の経済学」を超え、第三の波の社会に対応した新たな文明を支える基礎構造としての意義付けを持って構想されている。詳しくは、筆者のホームページ「COSMOS」(<http://www2s.biglobe.ne.jp/~segahisa>)の中の「超セクターの経済学」を参考にされたい。