

研究ノート

# 農業法人によるソバの生産と地域貢献の相互作用 ——経営耕地の拡大と事業の多角化に注目して——

佐藤 敦信・高岡 孝樹・新山 直輝・中村 恵・中川 康生

## Interactions between Buckwheat Production and Community Contribution by Agricultural Corporations :

Focus on Expansion of Cultivated Land and Business Diversification

Atsunobu SATO, Koki TAKAOKA, Naoki NIYAMA,  
Megu NAKAMURA, Kosei NAKAGAWA

### 要 約

ソバは広域適応性をもつことから多くの地域で栽培されており、一部地域では地域活性化の手段として用いられている。本稿では、長野県の農業法人における経営耕地の拡大と六次産業化に関する取り組みを整理するとともに、それらが地域社会の課題の解決にどのように結びついているのかについて明らかにした。事例企業では、耕作放棄地を活用することでソバの生産を拡大させている。事例企業のどのような状態の土地であっても引き受けるという方針は、耕地の整備などにかかる時間とコストを増やす一方で、事業に対する地域の理解と支持を得やすくしており、さらなる耕作放棄地の獲得へとつながっている。さらに、蕎麦関連イベントに参加することでも、地域における自社の取り組みに対する認知度向上と支持の獲得も図っている。以上より、事例企業は、耕作放棄地の解消という地域のニーズをとりこむことで、自社の事業を拡大させてきたと言える。

キーワード：ソバ、耕作放棄地、六次産業化、高付加価値化、地域貢献

## 1. はじめに

周知のとおり、日本国内において地域振興は重要な課題として位置づけられ、各地域ではそれぞれの特産品を使った関連する取り組みが多数なされてきた。言うまでもなく、農林水産物はそれ自体に地域性を有することから、地域の独自性や魅力を発信するうえでは効果的な資源になり得る。中でも、ソバを活用した地域活性化の動きは、規模の違いはあるものの、すでに多くの地域でみられ、取り組み内容も多様化している。というのも、ソバは土地利用型作物であり、広域適応性をもつという特性があり、耕作放棄地の解消や、六次産業化による関連製品の販売や飲食店での提供、地域のPRイベントへの活用、栽培や蕎麦打ちなどを通じた地域住民の交流といった幅広い効果が期待できるからである<sup>(1)</sup>。

とりわけ六次産業化は、これまで農業の成長産業化を図る主軸の一つとして位置付けられ、農業生産のみならず、加工や販売とも有機的に連結させ、より高い付加価値を形成させる事業形態として各地で実践されてきた。そして、2010年には、地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律（通称、六次産業化法）が公布された。このことにより、農林水産物の生産、加工、販売を一体的に行い、より高い、または新しい価値を生み出すことを目的にして、農林漁業者などが策定した総合事業化計画が農林水産大臣の認定を受けると、農業改良資金の償還期限や据置期間の延長、農地転用手続きの簡素化、リレー出荷の支援といった支援措置を受けることができるようになるとされた。

ただし、六次産業化により経営の安定化と規模の拡大を図る上では課題もある。六次産業化の過程では農林漁業経営体の中に農業生産部門だけではなく加工販売部門も形成される。このことから、自社製品の供給にあたっては、農業生産部門において農林水産物の生産量を増加させることができるかという課題、または加工販売部門における加工に関する技術の獲得や販路の構築という課題が不可避になる。さらに、野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社（2012）では、六次産業化の進展には、ビジョンの明確化・共有化、マーケット・インへの実践、組織管理の実行の3点が課題になると指摘されている。少子高齢化により日本国内市場が将来さらに縮小することも予想される中で、六次産業化に関連する主体にとっては、いかにして上述の課題を解消していくのが、経営戦略を検討するうえで重要になる。ソバの栽培やその加工品の製造と販売に取り組む主体も多数存在することから、差別化と競争力の向上を図るために、どのように各主体が課題を解消しているのかについて明らかにすることは、今後のソバによる地域振興の方向性を考える上で不可欠になると考える。

これまでのソバの生産と地域振興に関する研究成果をみると、後述するように各産地組織によるソバの振興策の事例研究を主として、それぞれの利点が整理されている。また、各種業界誌でも各産地の取り組み内容が紹介されてきた。ところが、これらの多くはソバの生産と、加工およ

び販売が別個に検討されており、同一主体による生産、加工、販売がどのようなビジョンの下で拡大しているのかについては十分に検証されていない。そこで、本稿では、ソバの生産振興と六次産業化に関する既存研究から、日本国内で多く実践されてきた取り組みの利点と課題を整理するとともに、ソバの生産を事業の中核としつつも六次産業化もすすめ規模を拡大させている企業を事例として、今後、求められるソバの生産と地域活性化の在り方について検討する。

本稿では次の構成で課題に接近する。まず、2においてソバの生産状況の推移とソバを取り巻く環境の変化を整理する。3ではソバの生産に関する既存研究を整理し、続く4では長野県に拠点を置く農業法人の取り組みを事例に、ソバの生産と地域との関わりについて考察するとともに、六次産業化の現段階と今後の課題について明らかにする。5では事例企業の取り組みから導出される有効性をもとに、今後のソバの生産と地域貢献の在り方について展望したい<sup>(2)</sup>。なお、本稿では、作物やその子実を「ソバ」、その加工品を「蕎麦」と表記する。また、事例企業に対するヒアリング調査は2020年10月29日に実施しており、本稿の事例企業の取り組み内容に関する記述は同時点のものである。

## 2. ソバの生産を取り巻く環境

本節では、まずソバの収量と作付面積について概観したい。農林水産省「作物統計」によると、日本の総収量は1980年に16,100tであったが、1995年に21,100t、2010年に29,700tと徐々に増加してきた。この3カ年の作付面積も、24,200ha、22,600ha、47,700haとなっており、1995年の数値が1980年と比較すると若干下がっているものの、概ね増加傾向を示していると言える。さらに、2010年以降をみると、図1のように表すことができる。図1では地域別収量の推移を示した。総収量は概ね3～5万tの間で推移している。ソバは冒頭で述べたように、土地利用型作物として位置付けられ、気象の影響を強く受けてきたこともあり、各年で大きく増減しているのが分かる。そして、産地別にみると、2019年時点では、第1位の北海道が19,700t（総収量の46%）であり、以下、長野県3,350t（同8%）、山形県2,580t（同6%）、栃木県2,340t（同5%）、秋田県2,070t（同5%）となっている。北海道は一貫して国内で収量が最も多く、それ以外の県も各年で順位の変動はあるものの比較的大きなシェアを維持している。2019年は、上位5道県で70%を占めており、ソバの生産動向をみていくうえで、これらの地域に焦点を当てることは重要であると言える。作付面積の推移をみると、2014年と2015年に若干減少したが、その後も増加し、2019年には65,400haになっている。作付面積においても上記5道県が占める割合が高く、北海道と長野県をみると、2019年は、それぞれ総作付面積の39%、7%を占めている<sup>(3)</sup>。

このように作付面積が拡大した要因の1つとして畑作の拡大がある。表1は水田作と畑作それぞれの作付面積を表したものであり、全国の作付面積では、畑作が拡大傾向にあることが分か

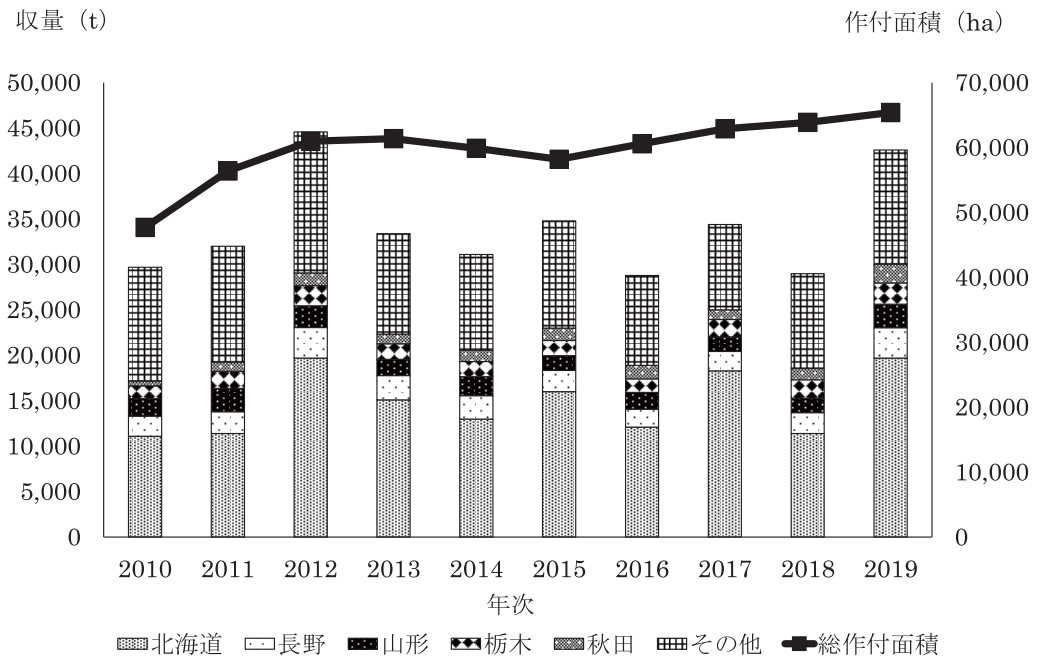


表1 ソバ（乾燥子実）の作付面積の推移

単位：ha

| 年次   | 全国     |        |        |       |       |       |
|------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|
|      |        |        |        | 長野県   |       |       |
|      | 計      | 田      | 畑      | 計     | 田     | 畑     |
| 2003 | 43,500 | 31,100 | 12,500 | 2,690 | 2,010 | 677   |
| 2005 | 44,700 | 28,900 | 15,800 | 2,600 | 1,870 | 728   |
| 2007 | 46,100 | 30,400 | 15,700 | 2,580 | 1,790 | 791   |
| 2009 | 45,400 | 31,300 | 14,200 | 2,680 | 1,850 | 831   |
| 2011 | 56,400 | 37,700 | 18,700 | 3,630 | 2,460 | 1,170 |
| 2013 | 61,400 | 39,200 | 22,100 | 3,890 | 2,470 | 1,420 |
| 2015 | 58,200 | 36,100 | 22,200 | 3,970 | 2,540 | 1,430 |
| 2017 | 62,900 | 38,100 | 24,800 | 4,190 | 2,730 | 1,460 |
| 2019 | 65,400 | 38,200 | 27,200 | 4,410 | 2,900 | 1,510 |

資料：農林水産省「作物統計調査」より作成。

る。畑での作付面積の比率は2003年に29%であったのが、2019年には42%にまで上昇している。本稿で事例とする長野県は、上記2か年のみを抽出すれば25%から34%と上昇しているが、2013年に37%になって以降は低下している。ただし、畑での作付面積は全国と同じく拡大しており、水田作が多いものの、長野県においても畑作によるソバ生産の動向は注目していく必要があるだろう。

### 3. ソバの既存研究の整理

これまでのソバに関連する文献を整理すると、ソバの特性などについて言及している普及や啓蒙を目的としたものやそれぞれの地域で営業している美味しい蕎麦処の紹介記事などが少なくない<sup>(4)</sup>。こうした文献は、ソバの生産や蕎麦を活用した地域活性化に対する理解を深めるうえで基礎的資料となり得るが、それに関する取り組み課題を把握するには不十分である。学術的成果の中で、社会科学的見地からソバを事例品目とした研究をみると、概ねソバの生産構造に関する成果とソバを活用した六次産業化などの地域振興策に関する成果に大別できる。

#### 3.1. 生産構造に関する研究成果

林（1989）は、長野県におけるソバ栽培の課題を整理しており、品種選択に起因する低い収量や、気象条件や倒伏および脱粒による収量の不安定性について言及している。その一方で、開墾地でも栽培可能で、生育期間が短く、抑草力が強いという、遊休農地対策として導入する意義も述べている。初沢（2002）は、福島県の農家に対する調査から、減反にともなう水田転作だけではなく、農家の高齢化により発生した遊休農地も、ソバという粗放的でも栽培できる品目の生産が拡大した要因であると指摘している。小寺（2010）では、福井県丸岡町（現、坂井市）においてソバの栽培が始まった経緯と栽培に対する行政の支援、地域振興作物への成長過程が示されている。また、鶴川他（2018）は、北海道幌加内町のソバ生産振興の過程を整理したうえで、事例とした経営体におけるソバ生産の経済性について分析している。李他（2015）は、耕作放棄地の再生事業に注目し、同事業の取り組んでいるとして取り上げた4法人のうち3法人がソバの作付をしており、再生事業に必要な重機はレンタルで調達した一方で、再生後の営農事業では、製粉機の導入で自己負担が多かったという課題も明らかにしている。

#### 3.2. ソバの六次産業化の取り組みに関する研究成果

表2は、ソバの六次産業化に関する既存の事例研究を整理したものである。これまでの六次産業化に関する事例研究では、取り組み内容について、概ね①ソバ或いは蕎麦に関するイベントや体験交流活動の開催、②蕎麦処の運営、③加工品の販売などに分類できよう。以下では、それぞれの成果についてみていく。

①の成果としては、内藤・坂井編（2017）、高野・深谷（2003）がある。内藤・坂井編（2017）は、ソバを使った地域活性化の取り組み事例について体系的に整理した成果と言える。この研究成果では、北海道新得町と幌加内町、山形県尾花沢町、福島県旧山都町、福井県南越前町今庄地区、大分県豊後高田町の事例などが整理されている<sup>5)</sup>。いずれの地域でも蕎麦祭りとして蕎麦処の出店や蕎麦打ち講習会などが実施されており、同成果では各イベントの来場者数を示したうえ

表2 ソバを用いた六次産業化に関する研究成果

| 文献               | 対象地域                        | 主な取組主体等                                 | 言及されている主な取組                                   |
|------------------|-----------------------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 内藤・坂井編<br>(2017) | 北海道新得町                      | 新得物産株式会社<br>新得そばの館株式会社<br>有限会社新得物産サホロ農園 | イベントや体験交流活動の実施<br>蕎麦処の運営<br>加工品の販売            |
| 内藤・坂井編<br>(2017) | 北海道幌加内町                     | きたそらち農協幌加内支所<br>株式会社ほろかない振興公社           | イベントや体験交流活動の実施<br>加工品の販売<br>ブランド化<br>全国への情報発信 |
| 内藤・坂井編<br>(2017) | 山形県尾花沢市                     | 尾花沢市そば生産振興協議会<br>ゆう遊三味会                 | イベントや体験交流活動の実施<br>地域内ネットワークの構築                |
| 内藤・坂井編<br>(2017) | 福島県旧山都町                     | 山都町商工会<br>株式会社山都町振興公社                   | イベントや体験交流活動の実施<br>地域内ネットワークの構築<br>新品種の開発      |
| 高野・深谷<br>(2003)  | 福島県山都町<br>福島県下郷町<br>福島県猪苗代町 | 山都町振興公社<br>落合そば生産組合<br>猪苗代町振興公社など       | イベントや体験交流活動の実施<br>全国への情報発信                    |
| 内藤・坂井編<br>(2017) | 長野県信濃町                      | 農事組合法人高沢農園<br>有限会社仁の蔵                   | イベントや体験交流活動の実施<br>蕎麦処の運営<br>玄ソバやむき実の販売        |
| 内藤・坂井編<br>(2017) | 福井県南越前町<br>今庄地区             | 今庄そば道場<br>有限会社ほっと今庄                     | イベントや体験交流活動の実施<br>蕎麦処の運営<br>加工品の販売            |
| 内藤・坂井編<br>(2017) | 奈良県桜井市<br>笠地区               | 有限会社荒神の里・笠そば                            | イベントや体験交流活動の実施<br>蕎麦処の運営                      |
| 加茂・石原<br>(2016)  | 奈良県桜井市<br>笠地区               | 有限会社荒神の里・笠そば                            | 蕎麦処の運営<br>ブランド化                               |
| 内藤・坂井編<br>(2017) | 兵庫県豊岡市<br>出石地区              | 出石皿そば協同組合                               | 蕎麦の地産地消<br>ブランド化                              |
| 内藤・坂井編<br>(2017) | 大分県豊後高田市                    | 豊後高田そば生産組合<br>豊後高田そば株式会社                | イベントや体験交流活動の実施<br>蕎麦処の運営<br>加工品の販売<br>職人の育成   |

註1：言及されている主な取り組みについては、便宜上、それぞれの具体的取り組み実態を「イベントや体験交流活動の実施」「蕎麦処の運営」「加工品の販売」「地域内ネットワークの構築」「ブランド化」「全国への情報発信」などに分類した。

註2：福島県山都町は、2006年に、喜多方市、熱塩加納村、塩川町、高郷村と合併し、現在では喜多方市になっている。しかし本表では文献中の表記に倣うものとする。

資料：各研究成果をもとに作成。

で、地域の知名度向上に貢献していると指摘されている。高野・深谷（2003）は、会津地域のイベントの実施状況について整理しており、そのほとんどは収穫期の新蕎麦祭りと従前の農業祭に組み込まれたものであり、すでに地域のイベントとして定着しているとしている。また、対外的な PR とは異なるが、蕎麦打ち講習会は地域住民の交流の場として機能しているとも述べている。

②の成果としては、内藤・坂井編（2017）、加茂・石原（2016）がある。内藤・坂井編（2017）では、北海道新得町を事例にしたソバの生産・加工・販売で大きな役割を果たしているグループによるレストランの運営実態や、長野県信濃町を事例にした山間部での蕎麦処の開店による来店客確保や雇用創出の取り組み、福井県南越前町今庄地区での農協女性部から形成された企業による蕎麦処の顧客獲得実態、大分県豊後高田市での蕎麦打ち職人の育成と蕎麦の認定店制度の実施についてそれぞれ明らかにされている。加えて、奈良県桜井市笠地区の事例では、地区内にある蕎麦処の来店客数の推移からみた原料調達の不安定性についても言及している。なお、加茂・石原（2016）では、笠地区の同じ蕎麦処を事例として、女性従業員に対するアンケート調査の結果が示されている。同成果では、女性従業員は、顧客から評価されているという意識や、職場の働きやすさ、業務を通じて地域経済に貢献しているといったことから生まれるやりがいを感じていることが明らかにされている。

③については、内藤・坂井編（2017）などの成果が挙げられる。内藤・坂井編（2017）は、北海道新得町を事例に同町の生産・加工の歴史的経緯を踏まえたうえで、ソバを原料にした焼酎の製造実態について明らかにしている。その他、北海道幌加内町の事例では、玄ソバのみが出荷されるという状況から、農協による製粉・製麺への着手を経て、酒造業者などと連携してソバの焼酎や発泡酒を開発し販売するという状況にシフトしたことを示している。この事例では、比較的品質の劣る玄ソバを加工品の原料にすることで農家所得の向上が図られていると指摘している。さらに、福井県南越前町今庄地区での製粉施設の整備や、大分県豊後高田市での製粉業者の設立と各ソバ関連団体の役割分担、観光振興における焼酎などソバ関連商品の販売展開についても述べられている。

言うまでもなく、これらの研究成果で事例とされた地域以外にもソバを活用した地域振興の取り組みは多くみられる。その中には各地域に根ざした独自の取り組みもあり、そこに内在する課題は別個に整理していく必要がある。また、生産構造の問題をみれば、農地集積などによるソバの生産拡大に関する取り組み課題についてはこれまでほとんど触れられておらず、加工や販売についても各取組主体の経営への影響などについては未だ十分に考察されていない。このことから、各地域の事例研究を蓄積させていくことが求められよう。

#### 4. 長野県におけるソバの生産拡大と六次産業化の進展

##### 4.1. 事例企業の概要

本稿で事例とするのは長野県松本市に拠点を置く農業法人である株式会社かまくらや（以下、かまくらやと表記）である。かまくらやは2009年に創業し、農業生産部門と加工販売部門それぞれで事業を展開している。農業生産部門として松本市と安曇野市においてソバや大豆などを生産するとともに、加工販売部門では松本市で自社のソバを使った加工品を販売する直営店である信州 SOBA 農房かまくらや蕎麦処を運営している。経営耕地面積は2020年10月時点で155 ha となっており、そのうちソバの面積は115 ha である。このことから、同社の農業生産部門においてソバは主力品目と位置付けられていると推測される。表3は、2014年度以降のかまくらやの売上高、経営耕地面積、玄ソバ生産量の推移を表したものである。経営耕地面積は2014年に65.6 ha であったのが2019年には135.0 ha にまで拡大しており、それとともに玄ソバ生産量は58.8 t から219.5 t へと、売上高も6,043.3 万円から2億135.8 万円へとそれぞれ増加傾向を示していることが分かる。なお、かまくらやによるソバの生産は二期作である。資本金についても、創業当初は120 万円であったのが、その後、事業の拡大とともに増資しており、現在では2,000 万円となっている。併せて従業員数も、2009年には現代表取締役を含め2人であったのが、2020年に27人にまで増加している<sup>(6)</sup>。そのうちソバなどの生産に携わっているのは16人である。以上より、かまくらやの事業規模はこれまで拡大傾向にあり、2019年時点では同社のみで長野県のソバ生産量の6.6%を占めることから、その経営方針や取り組みは注目すべきであると考えられる。

図2は、かまくらやによるソバの各出荷先の比率を表したものである。松本市と安曇野市それぞれの圃場で生産されたソバの実はいは JA 松本ハイランドと JA あずみ、および自社乾燥調製工場に輸送される。収穫量のうち約8割が前2者に出荷されており、かまくらやのソバ生産事業においては出荷先として農協が重要なチャネルとして機能していることが分かる<sup>(7)</sup>。かまくらやは、

表3 かまくらやにおける売上高、経営耕地面積、玄ソバ生産量の推移

| 年度             | 2014    | 2015    | 2016    | 2017     | 2018     | 2019     |
|----------------|---------|---------|---------|----------|----------|----------|
| 売上高<br>(万円)    | 6,043.3 | 7,367.9 | 9,152.3 | 12,947.3 | 15,699.9 | 20,135.8 |
| 経営耕地面積<br>(ha) | 65.6    | 74.7    | 87.3    | 106.1    | 115.0    | 135.0    |
| 玄ソバ生産量<br>(t)  | 58.8    | 85.3    | 101.4   | 124.7    | 159.2    | 219.5    |

資料：かまくらや資料より。

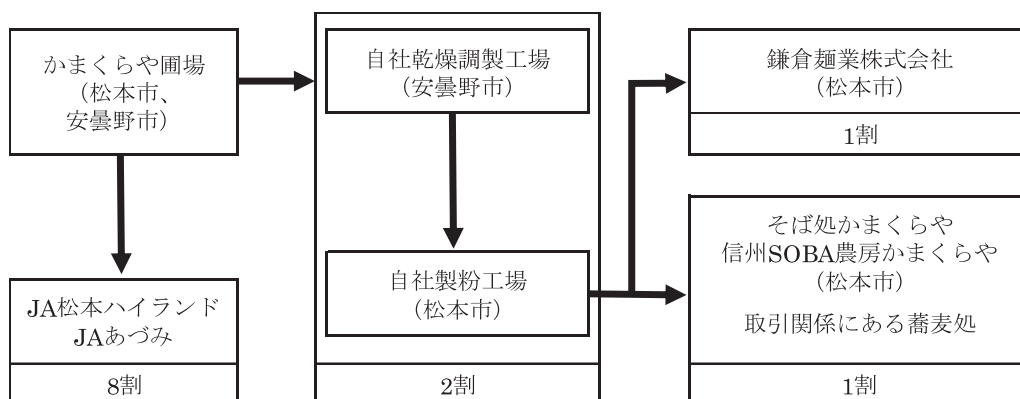


図2 かまくらやによる出荷先の比率

註：図中の数値は、総収量からみた2019年時点での出荷比率である、  
資料：かまくらやへのヒアリング調査より。

自社で乾燥調製工場と製粉工場を所有しており、農協への出荷分以外は自社で加工している。まず乾燥調製工場では、①乾燥機での水分調整、②初用選別機を使ったごみ除去、③石抜き機での石や泥の除去、④玄ソバの計量と袋詰め、⑤冷蔵倉庫での保管という過程を経る。その後、玄ソバは製粉工場では、⑥石抜き機での再度の石や泥の除去、⑦殻に付着した埃の除去、⑧大きさに基づく選別、⑨丸抜き、⑩石臼挽き、⑪篩という過程により製粉が行われる。かまくらやの製粉工場では製造されたソバ粉のうち約5割は鎌倉麺業株式会社<sup>(8)</sup>に出荷され、残りはかまくらやの直営店である蕎麦処で提供される蕎麦や加工食品の原料となるほか、かまくらやと取引関係にある蕎麦処でも用いられる。

## 4.2. 経営耕地の拡大と事業の多角化に関する取り組み

かまくらやは、これまで経営耕地の拡大をすすめるとともに、六次産業化など事業の多角化も志向してきた。ここでは、それぞれの取り組みについて整理したい。

### 4.2.1. 耕作放棄地の獲得

かまくらやの事業はソバの生産を中核としたものであることから、いかにして経営耕地を増やしソバの生産量を増やすかが課題であった。かまくらやは現代表取締役が異業種から農業に参入するに伴い創業したため、当初自社の経営耕地は全くないという状況であった。また、農業の経験もなかったことから、かまくらやは新たに耕地を獲得するために、農業委員会を仲介者として地域の信頼を得ることに注力することになった。当然ながら、個人或いは法人が農地を売買または賃借するにはその農地がある市町村の農業委員会の許可が必要にあり、かまくらやは農業委員会がもつ農地流動の情報やネットワークを活用したのである。そして、農業委員とともに農家を訪問し耕地の賃借を打診したが、こうした活動の初期において獲得することができた土地は重

機を使って整備しなければならない荒地であった。かまくらやにとって、事業への着手にあたり耕地の獲得は不可欠であったことから、地域側から賃借することができた土地が仮にすぐに栽培することができないような耕作放棄地であっても、同社は引き受けざるを得ない状況にあった。かまくらやでは、こうした荒地でも引き受け整備しソバの栽培ができる状態まで回復させてきたのである。そして、その実績を蓄積し、地域側に示すことで理解と信頼を得るようになった。結果として、かまくらやからだけではなく、逆に地域から同社に対して耕作を打診するといったケースも増加した。現在の経営耕地の獲得要因をみると、農協による紹介が7割、農業委員会の紹介が2割、自らの農地の活用を望む地域住民からの直接の打診が1割である。ここから、かまくらやと地域との関係が徐々に変化していったと考えられる。すなわち、耕地の獲得プロセスが農業委員会を主としたものから多角化し、より多くの耕作放棄地の情報を収集できるようになり、さらには地域住民からの耕作委託の依頼も増加したことで、かまくらやでは、多くのコストと時間をかけて整備しなければならないような荒地をあえて引き受ける必要性は薄れたと捉えることもできる。ところが、かまくらやでは依然としてどのような状態であっても地域から打診された土地は全て引き受けている。このことは、「愛と正義を第一に、地域のニーズに合った農産物で、農地活用と雇用創出をはかり、成長し合い、楽しんで、私たち・お客様・社会の、喜び・平安を目指します。」というかまくらやの経営理念にも関わる。この経営理念では農地の活用を志向することが謳われており、自社の判断で地域から打診された土地を選別した場合、かまくらやは耕作の効率化を図ることができるが、これまでのような地域の理解と支持を得ることは難しくなると考えている<sup>(9)</sup>。こうした経営耕地拡大方策は、耕作放棄地の解消を促進するものである

表4 長野県における耕作放棄地面積の推移

単位：ha

| 年次   | 経営耕地面積 | 耕作放棄地面積 |     |      |
|------|--------|---------|-----|------|
|      | 長野県    | 長野県     | 松本市 | 安曇野市 |
| 2000 | 89,342 | 15,604  | 482 | 197  |
| 2005 | 76,228 | 17,094  | 443 | 345  |
| 2010 | 74,150 | 17,146  | 760 | 344  |
| 2015 | 69,761 | 16,776  | 735 | 341  |

注1：2005年に松本市は四賀村、安曇村、梓川村、奈川村を編入しており、安曇野市は同年に東筑摩郡明科町と、南安曇郡豊科町、穂高町、堀金村、三郷村が合併して発足した。表中の2000年、2005年における松本市と安曇野市の数値は、上記の編入、合併した自治体を合算したものである。

注2：表中の長野県の耕作放棄地は、土地持ち非農家を含む数値である。

資料：農林水産省「農林業センサス」各年版より作成。

と言える。表4は、長野県の経営耕地面積と耕作放棄地面積の推移を表したものである。長野県の経営耕地面積は減少傾向にある一方で、耕作放棄地面積は1.5～1.7万haで増減しており、農業生産の振興を図るうえで依然として耕作放棄地の解消は重要な課題であり続けている。かまくらやの耕作放棄地の獲得と経営耕地面積の拡大は、単に一企業の事業の拡大というだけではなく、地域の農業生産にかかる課題の解決にもつながるものであると考えられる。

また、かまくらやは、これまで理解と支持を得るために、複数回、地域住民に対する説明会を開催し、併せて各種情報媒体の取材にも応じており、主体的に地域住民の信頼を得ようとする姿勢がみられる。さらに、2013年に一般社団法人全国農業会議所による第6回耕作放棄地発生防止・解消活動表彰事業で農林水産大臣賞を受賞し、2015年には一般社団法人日本蕎麦協会による全国優良そば生産表彰事業で日本蕎麦協会会長賞を受賞したことも、地域住民の信頼の醸成を促したと推測される。以上の取り組みの結果として、かまくらやは地域住民600人から1,300枚の圃場を得ており、経営耕地面積155haのうち40haは自社で開墾した耕地である。

ただし、長期的な事業の継続および発展を図るには、いかにして新規従業員を定期的に獲得していくのかという点も重要になる。特に農業生産部門は経営耕地が拡大していることから、同部門において人員を充実させる必要があるだろう。この課題に対し、同社は農業高校との連携を深めることで対処している。かまくらやでは、毎年、主に近隣の農業高校の卒業生を従業員として採用している<sup>(10)</sup>。農業高校で開催される就職説明会にも参加し、農業高校の農業実習を受け入れることで関係を構築している。その一方で、かまくらやはIoTを活用した省力化と生産性の向上も模索している。松本市にある情報通信関連企業と連携し、2020年にかまくらやの圃場にIoTセンサー装置を設置し、圃場の環境を測定し、計測結果から播種や収穫に最適な時期を把握しようとしているのである。2020年の実験の成果如何では、今後、同社において実用化される可能性もある。このようにソフト面とハード面の双方から経営耕地面積の拡大とともに大きくなる課題を解消しようとしている。

#### 4.2.2. 事業の多角化

先述のとおり、かまくらやは、自社で生産したソバを用いた加工品の販売や蕎麦処の運営もしている。六次産業化をすすめることでソバをはじめとする自社の農産物の高付加価値化を目指してきたのである。さらには、上述した経営理念に基づく地域における雇用の創出を図るという狙いもあった。かまくらやは、まず2017年にソバ加工品販売店を開店した。同店で販売されるのは、全て自社のソバや大豆などを使用した加工品で、主に蕎麦や蕎麦粉、かりんとう<sup>(11)</sup>や、クッキーなどの洋菓子である。こうした商品は、自社のみで開発し製造したものや、近隣の菓子職人や味噌蔵、その他の関連主体と共同で製造したものである。前者ではかりんとうが該当し、販売店の売上高の約1割を占めている。また後者では、鎌倉麺業株式会社の製品が約4割で、その他の関連主体との連携によるものが約5割である。とりわけその他の関連主体との連携の場合、

パッケージの考案や商品開発は共同で検討したうえで、かまくらやが原料を提供し製造を委託するケースが多い。加工品の製造において、かまくらやは地域の関連主体と連携することを志向しており、これにより各主体がもつ資源を活用した多様な商品の開発が可能になっている。さらに、2020年には蕎麦処の経営にも着手している。この蕎麦処で提供される蕎麦の原料も全て自社で生産されたものであり、かまくらやでは、事業の多角化とともに従来の農協や鎌倉麺業株式会社に加わる新たな販売チャネルを構築したと言える。

かまくらやでは、上記2事業への着手と継続を図るにあたり、地域の歴史ある景観の活用を重視している。具体的には、加工品販売店と蕎麦処はともに松本市にあることから、蕎麦をはじめとする一部の加工品のパッケージに松本城のデザインを採用しているほか、店舗の外装や内装のデザインも松本城やその城下町の雰囲気に沿うものにしている。これは、地域の景観からみて違和感のあるようなデザインにすると、地域全体の雰囲気を損ない、地域とともに発展していくことが困難になるとかまくらやが判断したためである。地域において、同社は比較的新しく参入した企業であると言える。そのため、後発組織として地域との連携が事業において不可欠になることから、地域の景観を保持する方針は不可欠になる。

次に、これらの取り組みにかかる課題について述べる。かまくらやでは、加工販売部門の創設にあたり、加工品の開発と販売、店舗の開設、これらに関わる人員の増加の中で、各種補助金も活用しながら多くの資本を投下してきたが、現時点でそれに見合う収益を得る状況には至っていない。かまくらやでは、2020年度の売上高は約2億3,000万円で、そのうち農業生産部門は1億6,000万円、加工販売部門は7,000万円になると見込まれている。現時点では、依然として農業生産部門が売上高で大きなシェアを占めており、加工販売部門は基幹事業とは言えない。かまくらやは、雇用の確保と言う観点から、加工販売部門を維持することには意義があると捉えている<sup>(12)</sup>。しかし、同社のさらなる発展を図るうえで、加工販売部門の収益をどのように増加させていくのかは重要になる。そこでは、地域の多様な資源を活用し、消費者ニーズに合致した商品の開発をさらにすすめていくことなどが求められよう。

#### 4.3. 地域との連携

かまくらやでは、自社の認知度と支持を高めるために、松本市などで開催される関連イベントへの参加、或いは自社における体験交流活動の開催も積極的に推進している。そこでは、地域内外からの来場者や参加者に自社のPRをするとともに、地域の一主体として地域活性化に貢献してきている。

かまくらやでは、松本市内で開催される信州・松本そば祭りや四賀新そばまつりなどに出店し、自社製蕎麦を提供している<sup>(13)</sup>。こうした取り組みは自社の知名度向上だけを目的としているわけではない。かまくらやでは、イベントを自社と地域住民との信頼関係の構築の場として活用している。先述したように、かまくらやでは主に松本市や安曇野市の耕作放棄地を集積するこ

とでソバの生産を拡大させてきており、今後さらなる事業の拡大を図るには、耕作放棄地所有者をはじめとする地域住民との関係を強化することが不可欠になる。こうしたイベントでは無料で蕎麦を提供することもあり、出店による収益よりも、地域住民が自社の事業への理解を深めることを優先していることが窺える<sup>(14)</sup>。

さらに、かまくらやでは知的障害者福祉施設と連携することでソバの手刈り体験や障害者の就労支援が行われている<sup>(15)</sup>。周知のとおり、日本においてもノーマライゼーションのもと、障害者雇用がすすめられてきた。かまくらやではこれまで障害者を3人雇用しており、同社の方針はこうした流れに沿うものであると言えよう。ただし、受け入れ体制については人員配置などの課題もあり、特別支援学校の教員の支援を受けながら、現在においても改善されその在り方が模索されている。

## 5. おわりに

本稿では、かまくらやの事業展開に注目し、同社が取り組むソバの生産と加工、販売が地域活性化へ与える影響について考察した。かまくらやは、自社の経営理念に基づき、地域への貢献を視野に入れ事業を展開している。かまくらやが経営耕地面積を拡大できた要因には、どのような耕作放棄地であっても受け入れるという方針があり、自社の利益だけではなく自社がどのように地域に対して貢献できるのかも念頭に置き事業を展開していることが分かる。すなわち、i 地域の利益を考えどのような耕作放棄地であっても引き受ける、ii かまくらやの経営耕地が拡大する、iii ソバの生産による収益が増加する、iv 耕作放棄地の利活用をかまくらやに委ねることへの地域住民の支持が高まり同社への委託が加速する、そして i に繋がるという i から iv のサイクルが構築されていると考えられる。この正のサイクルに基づけば、今後もかまくらやの経営耕地面積と収益の増加が見込まれ、地域住民の支持を獲得していくことになるだろう。ソバ生産の拡大による収益増大と、耕作放棄地の解消という地域住民のニーズに応えることは相互に作用しており、このことはかまくらやの事業方針が後者を含めていることが影響している。

かまくらやは耕作放棄地の解消という地域のニーズを取り込み、それをもとに事業を拡大させている優良事例と捉えることができる。また、玄ソバの生産と販売のみならず、自社でのソバ加工品の製造、直営店での販売、蕎麦処の経営にも着手するなど事業の多角化も進めており、これらにより雇用の創出および維持を図っている。こうした姿勢は、長野県における地域経済の振興を図るうえで重要になる。ただし、現時点では雇用面に重点が置かれ、加工販売部門がかまくらやの収益において大きなシェアを占めるには至っていない。そのため、今後、事業の拡大を図るうえでは、耕作放棄地のさらなる獲得だけではなく、同部門をいかに拡充させるのかも課題になる。この点については、別途、調査の中で検証していきたい。

### 附記

本稿は、2020年度地域創造学部プロジェクト型教育事業助成で採択された「ソバを使った地域活性化に対する産地組織の取り組みと課題」の成果の一部である。また、執筆にあたっては、株式会社かまくらやから多大なご協力を賜った。この場をお借りし、心より感謝申し上げる。

### 註

- (1) ソバは、地域の特産品という経済作物として栽培される場合と、景観保全や耕作放棄地対策に重点が置かれ収穫を目的としない捨て作りで栽培される場合があるが、本稿では前者に焦点を当てる。
- (2) 本稿の執筆担当者は、1と5が佐藤、2、3、4が高岡、新山、中村、中川である。なお、全体のとりまとめは佐藤が担当した。
- (3) 2019年の作付面積では、長野県は第3位となっており、第2位は山形県5,260 haである。
- (4) 例えば、本田（2000）、井上（2019）、片倉他（2003）、財団法人特産農産物協会健康機能性農産物研究会編（2001）などがあり、主にソバの栽培時期や品種などについて解説している。
- (5) 内藤・坂井編（2017）では、2013年産ソバの作付実績のある全国の市町村を対象に実施したアンケート調査から、約3割の市町村が関連するイベントを実施していることも明らかにされている。
- (6) 従業員の平均年齢は30歳であり、かまくらやでは若年者が多いことが窺える。
- (7) かまくらやでは農協との関係を重視しており、肥料などの生産資材は主な出荷先である2農協から購入している。なお、農協に出荷されたかまくらやのソバの実は、製粉後、製麺業者を経て、生協やコンビニなどで販売されるとのことである。
- (8) 鎌倉麺業株式会社は松本市に拠点を置く製麺企業であり、かまくらやは鎌倉麺業株式会社と自動車関連企業の共同出資により創業した。
- (9) なお、かまくらやの経営耕地は全て賃借により得たものである。10a当たりの賃借料をみると、状態の良い農地が10,000円、状態の悪い農地が5,000円、山中の比較的状态の良い農地が3,000円となっており、山中の比較的状态の悪い農地であれば賃借料は発生しないとのことである。
- (10) 2020年は、近隣の農業高校から新規従業員として4人採用している。ただし、部門ごとで採用しているわけではないため、加工販売部門に配属されることもある。
- (11) かまくらやは自社のかりんとうを製造するにあたり、2016年度に長野県と長野県中小企業振興センターが実施する地域産業活性化基金事業から支援を受けている。同事業では、自社製品に合う蕎麦粉の開発や、原料および配合割合の検討がなされ、商品ロゴデザインなどで長野県地域資源製品開発支援センターと連携していた。
- (12) 雇用創出を図るための動きがみられるのは加工販売部門だけではない。2019年にかまくらやは農業生産部門においても、新規採用者の適性や能力を考慮し、新たにりんごの栽培に着手している。
- (13) 2020年については、前年末に新型コロナウイルス感染症の発生が確認され、その後世界的に影響が拡大したことにより、蕎麦に関する各種イベントや取り組みも中止または縮小された。
- (14) かまくらやでは、NPO法人信州そばアカデミー主催で蕎麦打ち講習会も開催されており、講習会がない時は、会場を地域住民に無料で開放している。このようにイベントへの参加のほかにも、地域コミュニティの交流の場も提供している。
- (15) かまくらやは知的障害者福祉施設のほかにも、近隣の大学とも連携してソバの収穫を行っている。そこで収穫したソバは、地域の老人クラブによる蕎麦の試食会に提供されている。

### 参考文献

- 林久喜（1989）「長野県におけるソバ栽培の現状と問題点」『北陸作物学会報』24巻、pp.71-73.  
初沢敏生（2002）「福島県会津地方におけるソバ栽培に関する一考察」『福島大学教育学部論集』第71号、pp.1-7.  
本田裕（2000）『新特産シリーズ ソバ 条件に合わせたつくり方と加工・利用』社団法人農山漁村文化協会。

- 井上直人（2019）『そば学 sobalogy - 食品科学から民俗学まで-』株式会社柴田書店.
- 加茂祐子・石原あゆみ（2016）「6次産業化ビジネスの持続性についての一考察 - 笠そばを事例として -」『甲南経営研究』第57巻第2号、pp.123-144.
- 片倉敏雄・岩崎信也・白鳥哲也・荻野文彦・大吉明（2003）『蕎麦匠心得』株式会社柴田書店.
- 小寺惣吉（2010）「福井県丸岡町におけるソバ栽培面積拡大への市場戦略」『北陸作物学会報』45巻、pp.109-114.
- 李侖美・大塚梨沙・鵜川洋樹（2015）「耕作放棄地の再生事業と営農展開 - 秋田県における実態と課題 -」『農村経済研究』第33巻第1号、pp.81-89.
- 内藤重之・坂井教郎編（2017）『日本農業市場学会研究叢書 17 そばによる地域創生 - そばの生産・流通と6次産業化・農商工連携-』筑波書房.
- 野村アグリプランニング&アドバイザー株式会社（2012）『農林水産省平成23年度6次産業推進中央支援事業 6次産業化財務動向調査の実施 6次産業化を推進するに当たっての課題の抽出と解決方法の検討 - 調査報告書-』
- 篠原和毅・近藤和雄監修、財団法人特産農産物協会健康機能性農産物研究会編（2001）『大地からの健康学 - 地域特産と生活習慣病予防-』財団法人農林統計協会.
- 高野岳彦・深谷奈緒子（2003）「会津地方におけるソバ生産の拡大と地域づくりの展開」『福島地理論集』46号、pp.20-37.
- 鵜川洋樹・佐藤加寿子・林英俊（2018）「ソバ生産による中山間地域農業の展開と秋田県産酒米の県外需要 - 北海道における先進的事例の実態分析-」『秋田県立大学ウェブジャーナル B（研究成果部門）』vol.5、pp. 230-239.

2021年1月20日受理