

# イノベーションとしてのヘチマ水

— 自立的な地方創生と農業の先駆的試みを検証する —

阿 部 勘 一

## 1 はじめに

本論文は、地方創生の試みについて、地方創生や地方の発展という文脈においてしばしば議論される農業に関連する事例とともに、自立的な地域の活性化や地方創生のあり方について検証するものである。

農業は、地方における基幹産業という認識をされている。それゆえに、日本では発展が遅れている地方において、基幹産業である農業を保護するという構図が組み込まれている。日本の農業やそれをめぐる政策、そして地方創生やそれをめぐる政策は、この構図を前提にして行われてきたといえる。ただ、この構図自体に内包される問題が、地方における農業の振興や進化を阻害してきたということもできる。本論文では、このような問題意識のもとに、当事者である地方の住民あるいは農業従事者による自立的な振興の実践を検証し論評する。具体的には、以下のように論じることとする。まず、日本の農業政策における構造的な問題点について、特に1970年代以降の減反政策を中心に説明する。そのうえで、減反政策の中にみる地方創生や地方の振興策における構造的な問題を明確にする。次に、減反政策によって農業が衰退せざるを得ないなかで、他の地方と異なるユニークな試みで減反政策を乗り越えてきた宮城県栗原郡一迫町（現在の栗原市一迫）の事例を提示する。そして、この事例について論評し、論評を通して、農業政策のみならず地方創生や振興政策において鍵となる要素を提示する。

## 2 日本の農業政策と地方の構造的問題

日本の農業政策、特に地方の農業政策は、政治的な背景のもとに翻弄されてきたといえる。具体的には、食料(食糧)の安定供給のために、政治的な力を用いて農業を市場の自由競争から保護すること、それと引き換えに、農業の担い手である農家およびその協同体である農業協同組合が、保護政策をする政治家たちの「票田」として機能していたというものである。

このような農業政策の中でも、コメをめぐる政策には特に翻弄されてきたといえる。日本人の主食とされるコメは、安定供給を目的にした食糧管理法によって政府の管理下に置かれてきた<sup>1)</sup>。政府が生産者である農家からコメを買い上げたうえで、政府が卸小売業者を通して消費者に供給するという仕組みである。この仕組みにおいて、農村の各農家を組織化して政府にコメを流す役割を果たしているのが農業協同組合(以下農協と表記)である。農協は、「相互扶助の精神のもとに農家の営農と生活を守り高め、よりよい社会を築くことを目的に組織された協同組合」(JAグループ2021)であるが、コメの流通にかんしていえば、政府と独占的につながっている組織だともいえる<sup>2)</sup>。さらに、戦後の日本では、コメを増産させるために大規模な水田の開発を行ってきた。秋田県の八郎潟を干拓して大規模農業のモデル地区として大潟村を作ったことは、その典型的な例である。以上のような仕組みによって、戦後の日本は食糧難を乗り越るとともに、コメの供給量と価格の安定を制御してきた。

しかしながら、高度経済成長を経た後、コメは次第に供給過剰となり、1970年にはいわゆる減反政策が実施されることになった。減反政策は、コメの作付けを制限するとともに、コメ以外の作物に転作させるものである。その代わりに、農家には転作に際して助成金が交付される。これは、転作に際しての助成金であるとともに、コメ農家が減反することによる損失を補填するような意味合いもある。あるいは、減反に対する「迷惑料」と

いうことも可能だろう。いずれにせよ、減反政策は、コメの供給量を減少させコメの価格を維持させることによって、コメを生産する農家を保護しようとする政策であった。

減反政策をめぐるのは、農家とそれを束ねる組織である農協、そして助成金や補助金の交付によって農業を保護してきたいわゆる「農林族」議員との間の政治的な蜜月関係をはらんでいることが問題視されてきた。そのような政治的な関係性によって、日本の農業は翻弄されてきたといつてよい。その結果というわけではないが、減反政策は結果的に「破綻」してしまったといえる。実際、「破綻」ではないが、2013年、政府は2018年度に減反を廃止することを決め、減反は廃止されることとなった<sup>3)</sup>。

日本の農業政策、特に減反政策を中軸としたコメをめぐる政策は極端な保護政策であり、市場における競争力の獲得やイノベーションを阻害してきたといえる。それに加えて、日本の農業政策は、いわゆる「カネ」と「フダ」、すなわち政治献金と選挙での支持という「うまみ」(岩井 2014: 85)を得ようとする国会の(自民党)「農林族」議員と、「フダ」の源泉である農村および農村のコミュニティを束ねる農協との政治的な関係の中で翻弄されてきたのである。このような関係性は、日本における農業政策、とりわけ保護政策に対する批判の例として述べられることが多い。もちろん、このような批判の例が完全に事実であると断言することはできない。ただ、ある程度は事実を反映しているといえるだろう。

また、日本の農業政策には、様々な交付金のばらまきや公共事業のばらまきを行うことで、農業を基幹産業とする地方を創生し発展させようとする「思想」が垣間見られる。ここには、地方を保護される弱者としてとらえるという構図が存在している。このような構図が背景にあることから、経済的な競争力の弱い地方とその基幹産業である農業を保護しながら発展を促すという地方創生政策が脈々と続いているのである。

以上のように、日本の農業政策は、市場競争力がないことを前提に、競

争力のない農業を市場における自由競争の原理から徹底的に保護すること、その農業の拠点となる都市ではない地方を近代化し発展させるという「正義」のもとに財政面の脆弱性を保護すること、この2点が構造的な特徴であり、これらの特徴が農業政策をめぐる様々な問題の温床となってきたといえる。

### 3 減反政策に立ち向かうヘチマ水と化粧品への挑戦 ——主体的で自立的な農業実践

このように、日本の農業は、国会の「農林族」議員が助成金や補助金といった「麻薬」を農村地域にばらまくことによって選挙時に自らの票を確保するという当事者同士の利害関係の中で、まさに「麻薬中毒」となり思考停止していたといえる。その結果、日本の農業は、技術革新や収益性の向上といったイノベーションを果たすことがないまま、現在にいたっている。

もちろん、この構造的な問題を打破しようとする動きがなかったわけではない。日本の農業における意識は、現在にいたるにしたがいディフェンス型からオフense型に変化してきていることも事実である。農産物の生産における様々な技術の活用はもちろん、流通システムの合理化や最適化によるコスト削減や利益率を増加させる工夫、輸出によるグローバル市場への参入といった攻めの姿勢をもった実践は次々に行われている。また、農業を法人化し農産物の流通や販売を自由に行うことで、まさに攻めの農業経営をしている実践例も数多くある。

しかし、このような農業におけるイノベーションが勃興するよりも以前、特に減反政策が広がっていった1980年代、自分たちが考案したユニークな工夫で減反政策という危機を乗り越えようとした地域があった。宮城県栗原郡一迫町(現在は宮城県栗原市の一部)<sup>4)</sup>である。一迫町は宮城県の北西部にあり、町の背後には、栗駒山や鳴子峡に連なる山々がある。一迫町

は、その自然環境、特に良質の水と土壌を背景に、古くからコメの産地として有名であった。一迫町のコメは、江戸時代には伊達藩に献上されていたという。

減反政策では、奨励金を交付して作付しない水田を別の作物に転作することを推進した。奨励金というバックアップがあることから、転作は大いに進んだといえる。ただ、水田から転作するとして、問題は転作する作物を何にするかである。水田からの転換という物理的な制約はもちろん、収益や費用対効果という観点から、多くの地域で、転作作物は、麦や大豆、ソバといった穀物で占められていた。また、飼料作物も転作奨励金の対象となっており、飼料用のコメも転作作物として生産されていた。このように、転作作物はおおよそ類似したものであった。コメを中心に食糧を作ってきた農家であれば、当然のことながら、前述したような「食べられる」ものを作って売ることしか思いつかないだろうし、水田を転作作物の栽培に利用するという制約からすれば、対象となる作物はさらに限定される。

もちろん、一迫町にも減反政策の波が押し寄せてきた。そのような中、1983年、一迫町農協（現在はJA 栗っこ）において転作作物を何にするか議論が行われた。様々な議論の結果、一迫町農協が決めたのは、なんとヘチマであった。ヘチマは一般的に食用ではない<sup>5)</sup>ことから、転作作物にする動機付けが薄い、いやほとんどない作物である。しかも、ヘチマの実は、収穫したままの状態で何かに使えるものではなく、タワシなど加工が必要な作物である。この点から鑑みても、一般的に転作作物として候補に挙げられるものではないといえる。ただ、一迫町の場合、ヘチマは生活に身近なものとして存在していた経緯があった。一迫町では、大正時代の頃から、農家の主婦たちが庭先でヘチマを栽培し、ヘチマ水を採用する慣習があったという。一迫町の人々は、採取したヘチマ水に市販のアルコールなどを混ぜて、自家用の化粧水を作り日常的に使用していたというのである（サンスター株式会社 2009: 14-15）。ただ、これは、一迫町だけの慣習ではない。

実際、大正時代には、ヘチマ水を使った化粧水である「ヘチマコロン」(天野源七商店、1953年以降は株式会社ヘチマコロン)という商品が販売され(図1参照)、現在でも販売され続けているのである<sup>6)</sup>。

大正時代からヘチマ水が化粧水として商品化されていたことは事実としてあるのだが、一迫町の人びとは、商品化のためではなく、あくまで自家用としてヘチマを植えて活用していたのである。このような経緯からすれば、一迫町の人々は先見の明があってヘチマを育てていたわけではない、ましてやヘチマを転作作物としたのは、偶然の産物だったといえるだろう。

一迫町のヘチマ栽培は、もともと家庭菜園の域を出ないものである。ヘチマ水はあくまで自家消費するものであり、他の農産物のように商品として生産するためのものではなかった。しかも、どの家庭もヘチマ水を採取することに強い目的を持ってヘチマを植えていたわけではない。それゆえに、ヘチマ栽培に着手するのの際して、農産品としてヘチマを栽培する方法は誰も知らなかったという。そこで、農産品としてのヘチマ栽培にかんする情報収集を行ったのだが、有益な情報はほとんど得られなかったとい



図1 「ヘチマコロン」の広告  
(『朝日新聞』1917年2月3日東京朝刊)

## イノベーションとしてのヘチマ水

う（サンスター株式会社 2009: 15-16, 66）<sup>7)</sup>。さらに、農家では、人びとが直接食するものは作っているかもしれないが、少なくとも1980年代に化粧品に加工される材料すなわち工業製品の材料として植物を栽培することはほとんどなかったといえる。結局、農産品あるいは工業製品の材料としてのヘチマ栽培にかんする情報が得られないまま、実際に数件の農家で試験栽培を行い、その結果を踏まえて、他の農家にも栽培を依頼して広げていくこととなった。

試験栽培は、1984年から2軒の農家で始まった。その後、1985年には5軒の農家で本格的な試験栽培を行い、1986年には一迫町農協において15軒の農家とヘチマ生産組合を組織化し、ヘチマの栽培が広まっていった。試験栽培を通して、ヘチマの栽培とヘチマ水の採取方法を確立し、量産に向けての手応えを得ることとなった。

その後、ヘチマ水を原料にした化粧品の開発に向けて動いていくこととなった。具体的には、みやぎ生協を通して商品化の検討が進められ、歯ブラシや歯磨き粉などオーラルケア商品を手掛けるサンスターによって本格的な商品開発がなされ、1987年6月に、みやぎ生協からプライベートブランド商品としてヘチマ水を原料とする化粧品が発売されることとなった。みやぎ生協のプライベートブランドとして出発したこの化粧品は、1989年、日本生活協同組合連合会（以下生協と略）を通して全国発売されることとなった。この化粧品は、「ソフトケア」という名前で発売され、その後、2019年に30年を経た現在でも販売され続けている（図2参照）。

一迫町のヘチマ水生産量は、本格的に生産を始めた1989年から1990年代前半には多かったのだが、その後ヘチマ水を生産する契約農家が減少するに伴い、生産量自体は減少傾向となった。しかしながら、ヘチマを作付する畑の面積などに応じて毎年決められる契約数量と実際の生産量である達成数量を比較してみると、日照不足や長雨など天候不順の要因がある年以外は、契約数量に応じた生産量を達成している（図5参照）。

The screenshot shows the CO-OP cosmetics website. At the top, there is a navigation bar with links for 'トップページ', 'よくある質問', 'サイトマップ', and 'お問い合わせ'. Below this is a search bar with the text 'キーワードを入力' and a search button. The main content area features the 'ソフトケアN' product line. A large image shows hands holding two bottles of the product. To the right, there is a '商品ラインナップ' (Product Lineup) section with a list of products and their prices. Below the main product image, there are five smaller product images with their names and prices: 'メイク落とし クレンジングジェル', '洗顔 フェイスソープ', '化粧水 スキンローション (1.5Lと1.5L)', '化粧水 スキンローション (500mlと1.5L)', and '美容液 エッセンス'.

図2 ソフトケアN (コープ化粧品ホームページ 2021年10月31日取得, [https://www.co-op.ne.jp/cosmetics/lineup/softcare/index\\_01.html](https://www.co-op.ne.jp/cosmetics/lineup/softcare/index_01.html))



図3 一迫町のヘチマ畑 (著者撮影: 2018年7月, 写真左側に水田がある)



イノベーションとしてのヘチマ水



図4 ヘチマ畑にある生産調整実施水田の確認表示板  
(著者撮影：2018年7月、一部加工 作物名が「香料作物」となっている。)

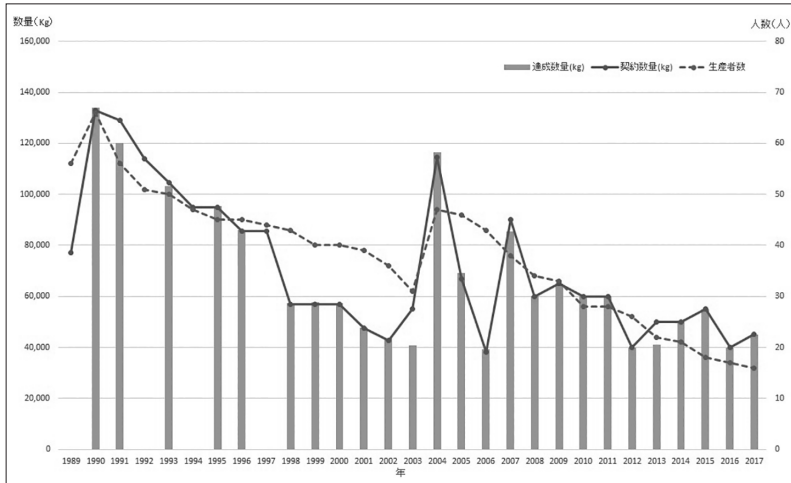


図5 ヘチマ水原液生産年次別推移 (JA 栗っこ提供資料をもとに著者作成)

ヘチマ水の収穫は、毎年9月に行われる。ヘチマ水自体は、ヘチマの蔓を切ればいつでも滴り落ちてくる。ただ、ヘチマ水は濁っていて化粧品の原料に供するほどの品質ではないという。しかし、9月の中秋の名月の頃になるとヘチマ水は濁りがなく澄んでくるという。他の季節に採取できないか、たとえば、8月に前倒しして採取できないか試してみたところ、「量的には採れたんですが、品質的にはバラツキがでた」<sup>8)</sup>という。また「中秋の名月の前後が一番いいヘチマ水ができて、その前後はいくら工夫しても液が腐敗したりする」、「中秋の名月を過ぎてからだ、液が出ない。前にいくと、ちょっと薄い」さらに「その前にいくと、腐敗して全然ダメ」<sup>9)</sup>だという。そもそもヘチマ水は、家庭菜園あるいはガーデニングの副産物として自家消費するレベルのものであるから、品質に難があっても大きな問題にはならなかった。しかし、化粧品という肌に直接触れる商品の原材料であるからには、原材料としての品質を担保できるレベルでなければならない。そのことから、ヘチマ水の採取期間を、最も品質が安定している9月の中秋の名月前後からおおよそ2週間程度に限定し、濁りがなく澄んだヘチマ水のみを採取することとなった。

採取に際して、栽培当初はビンを使用し、ビンに切った蔓を差し込むようにして採取していたが、その後、ビンよりも軽いビニール袋をヘチマの蔓にくくりつけ、袋にたまったヘチマ水を専用のポリバケツに移し替える方式に変わった。ヘチマ水は、鮮度を保つために、朝夕の1日2回「ヘチマ水加工処理センター」に運ばれる。センターでは、各農家から集められたヘチマ水をまとめて精密濾過、一次防腐処理をしてドラム缶に充填する。採れたてのヘチマ水を時間をおくことなく新鮮な状態で出荷できるよう、現地で処理を施すのである。「ヘチマ水加工処理センター」は水田農業確立対策推進事業および生産条件整備対策事業の補助金によって建設され、第三セクターとして運営されている(図6参照)。減反による転作奨励に対する補助金を有効に活用している好例である。

## イノベーションとしてのヘチマ水



図6 ヘチマ水加工処理センター（著者撮影：2018年7月）

### 4 一迫町におけるヘチマ栽培の実践から得られるもの

#### 4-1 日本の農政における思考停止からの脱却

商品には、それぞれの開発物語が存在する。もちろん、一迫町のヘチマ栽培とヘチマ水の生産、そしてヘチマ水を原料に化粧品にするという商品の開発物語も前述したように存在している。商品の開発物語の多くは、偶然から始まることが少なくないだろう。しかし、その偶然から始まり紡がれていった物語の中には、様々な知見や教訓が無意識のうちに蓄積されている。一迫町のヘチマ栽培とヘチマ水の生産物語の中にも、実に多くの知見や教訓が蓄積されているといえるだろう。その中からいくつかの点について論評してみよう。

まず、減反政策に伴う転作作物としてヘチマに目を向けた点である。減反政策の中で翻弄され、おおよそ無難で妥当なアイデアに陥った地域が多い中、当事者である自分たちの問題として新しいアイデアを出そうと

した姿勢は大いに評価できるものである。たしかに、一迫町の各農家で軒先にヘチマを植えていたという事実はあるし、それがヘチマ栽培を思いつくきっかけであったかもしれない。しかしながら、他の地区と同様に食べるための農産物に固執するなど、無意識のうちに限られたある種常識的であろう選択肢の中で考えるのではなく、常識的なアイデアではないものをあえて模索しようとした点、またそれに対してダメ出しをしなかった点は興味深いものがある。

しかも、既に述べたように、ヘチマ栽培を広めていったのは、農協というどちらかといえば行政側に寄っていると思われる組織である。農業従事者の集まりである農協が、当事者の問題として、政府から突きつけられた減反要求への対処策を考えるのは当然のことである。しかしながら、前述したように、組織化された農協は、「農林族」と呼ばれる国会議員との間で、補助金や助成金という名の「カネ」と選挙の際の「フダ」を集める(読む)関係性の中にあると思われる。問題は、そのような関係性の中にあるとはいえ、配分された「カネ」をどのように使うかということである。そして、対立的であれ蜜月な関係であれ、政府や「農林族」国会議員という権力との間で、自分たちの立場や世界をどのようにうまく構築していくかということである。

たとえば、減反に伴う転作に際して助成金が出るにせよ、減反した分に対する「損失補填」としての補助金が出るにせよ、そのような「カネ」をどのように活かすかを決めるのは現場である地域の人びとである。このような補助金や助成金は、農業に限らずある種「迷惑料」や「慰謝料」のような役割を担っているといえる<sup>10)</sup>。このように支給された補助金や助成金を、ただ単に「カネ」がもらえたことだけに満足して終わるのではなく、それを自分たちの農業に具体的にどのように活用できるかを考えることが重要なのはいうまでもない。しかし、数多くある農村の中で、補助金や交付金といったものにある種依存してしまい、農作物を作ること自体に対す

るモチベーションを失っていった農家の人々も少なくないだろう。

産業としての日本の農業は、もともと各々の耕作地の面積が狭い傾向があり、「規模の経済」の観点から見ても収益を上げにくい構造となっていた。それに加えて、戦後日本の経済成長における産業構造の変化と相まって、農業以外の職から主な収入を得る第2種兼業農家が増えるような状況になると、農業で収益を得ることに對して消極的になるだろう。そのような状況で、減反政策による補助金や交付金はもちろん、安定した価格で確実にコメが買い上げられる制度が整っているのであれば、農業に対するモチベーションはますます下がるといえる。減反政策が行われてきた1970年代から1980年代の農業は、このような状況にあったのである。

一迫町の場合、農協を中心にヘチマ栽培に取り組んだことは、単に先駆的な試みということにとどまらず、自らを減反政策の「被害者」と位置づけ「カネ」に依存するのではなく、ピンチをチャンスに変え、自分たちが何をなすべきかを主体的に考えようとしていた点で大いに評価できる。アメリカの経済学者であるソースティン・ヴェブレンは、「事業家は「企業者」(“entrepreneur”もしくは“undertaker”)という名によってよばれて」おり、「企業者」は「有用性の理想とか、同胞の生活方法を安易にしようとする希望によって動かされ」、[製作本能 (the instinct of workmanship) のようなものをもっている] (Veblen 1919 = 2002: 35) と指摘している。さらに、ヴェブレンは、「企業者はまた、ある程度までは、自己の日常業務に関連する生産過程のりっぱな改善をおこなおうとする野心によってみちびかれる」 (Veblen 1919 = 2002: 36) と指摘している。農産物というまさに「ものづくり」が主たる業務である農業の場合、ヴェブレンが指摘した「製作本能」というある種の倫理観や使命感を持っていることや、「生産過程のりっぱな改善をおこなおうとする野心」を持っていることは当然のことといえるだろう。ただ、収益構造が必ずしもよくないいうえに、減反政策のように生産調整を強いられるような状況下であれば、製作本能は削がれてしまう。

それでも、製作本能を失わずに新たなものづくりを目指し、いかにして収益を上げるように進化させていくか。減反政策に翻弄されたコメのみならず農業全般において、そのような創意工夫がどれだけなされてきたであろうか。日本の農業政策は、農業が保護されるべき弱者であることを前提に長年にわたって行われてきた農業の保護政策自体の無意味さを露呈させ、その結果農業の衰退を皮肉にも招いてしまったといえる。特に、農業の現場の環境や進化を促進する主体である農業従事者の「製作本能」を衰退させてしまったといえる。それでも、一迫町の実践のように、作り手の「製作本能」を衰退させることなく、ヘチマの栽培を長年にわたって続けてきたような希有な例もある。もちろん、作り手である農業従事者が当たり前のように思われる「製作本能」を維持しつづけるのはとても難しいことである。この点を踏まえても、一迫町農協と農家の実践は大いに評価できるものといえるだろう。

#### 4-2 消費社会における消費者との向き合い

一迫町のヘチマ栽培において画期的だったのは、農薬を全く使わない「無農薬栽培」<sup>11)</sup>を行ったことである。1960年代から1970年代にかけて発生した公害問題や、1970年代に起きたオイルショックといった出来事をきっかけに、社会の中で環境問題が取り沙汰されるようになった。そして、環境問題は、消費者問題という次元でも社会的な問題として取り沙汰されるようになった。その具体的な例として挙げられるのが、「食と安全」と呼ばれる問題である。農産物の栽培に際して使用されている農薬にまつわる問題、具体的には、使用する農薬の量や成分が農産物におよぼす影響や、輸入農産物を輸送する際に「品質を維持」するために作物に農薬を散布する「ポスト・ハーベスト」が、食品の安全性という観点から注目されるようになった。このような状況の中で、消費者の権利という観点から、食べても安全かつ安心な農作物が消費者によって積極的に求められるよう

になった。このような「食と安全」問題が、一迫町でヘチマ栽培が始まった1980年代に、消費者の権利にかんする問題として顕在化することとなったのである。

1980年代の日本は、消費社会が特に成熟した時代だといわれている。消費社会をどのように定義するかという問題はあるが、消費社会は、商品の選択に際しての選択肢が増加することによって、消費者側から見ると有利な状況になり、商品を生産する側が消費者の意向を反映させるようになる社会であるといえることができる。たとえば、「食の安全」という観点が消費者の中で知られ注目されるようになると、消費者は商品の選択においてこの価値を商品に見いだすし、生産者側も新たな価値を付与すべくそのような観点を重視するようになる。このように、消費者側が市場に対していわば「異議申し立て」をし、商品に経済的合理性としての価値とは異なる価値を見いだしていくことが、消費社会において顕在化するのである。

翻って、一迫町のヘチマ栽培では、このような社会状況を直接的に反映した訳ではなかったが、ヘチマ水が化粧品の原料となることを鑑みて「無農薬栽培」をすることになった。今まで経験したことのない作物であったことに加えて、既存の農産物ではなく化粧品という工業製品の原料であったことから、栽培過程において新規性を出そうという思いが働いたと考えられる。農作物であれば、既存の経験から作り手としてどこまで責任を負うのか、農薬や肥料の種類についても、作り手としてある程度の責任を負うことができる状況が1980年代当時はあったといえる。しかしながら、一迫町農協では、今まで取り組んだことのない化粧品の原料を作ることから、作り手としての責任をどこまで負うのかについて考え、土壌分析と水質分析を徹底的に行ったという<sup>12)</sup>。加えて、農薬を全く使わない「無農薬栽培」と、土壌にも有機肥料を用いることで、生産者が品質に全責任を負うことにしたのである<sup>13)</sup>。これが、もし他の食用の転作作物であったら、既存の知識や経験に基づいて農薬や肥料を使用したであろうし、「無農薬栽

培」をすることはなかつただろう。

ヘチマ栽培における「無農薬」「有機肥料」栽培は、一迫町の栽培農家にとって未知の農作物であることに加えて、化粧品という肌に直接触れる素材であることへの配慮という、様々な偶然が重なった結果だったといえるかもしれない。しかし、そのことを差し引いても、経済効率性に基づいて最小限の費用や労力で商品を生産するのではなく、前述したヴェブレンの「製作本能」にあるように、「生産過程のりっぱな改善をおこなおうとする野心」をもとに、労力がかかるにもかかわらず、農薬を使わずに手作業で草取りをすることを重視している点は大いに評価できるだろう。この「製作本能」に基づく取り組みが、結果的に消費者が納得する価値として付与されたのである。

消費社会という社会を論じる際、商品に対しある意味「不要」な機能や特徴が付与され、それが市場経済における商品の差別化と競争の源泉となることへの批判を論じる対象とすることが少なくない。その典型が、実態のない記号としてのブランドである。もちろん、実際には、商品における実態のある特徴そのものが価値の源泉となり、それがブランドのような記号に昇華され価値づけられる面はある。しかし、批判的な文脈で論じられる消費社会では、このような記号に基づく価値や、「不要」とは言わないまでもあってもなくてもよい機能に基づく価値などが商品に付与され、それらが消費者の欲望を「過剰」に引き出すとされている。

だが、このような批判的な文脈で語られる消費社会は批判を乗り越え、消費者は経済合理性に基づいた価格の高低に反応するとは限らなくなる。また、価格の高低だけで測れない機能や特徴に対する付加価値が、消費者にとって「必要」なものとして求められるようになる。消費者は、「わけあって、高い」商品であれば積極的に購入するのである。ヘチマ水は、生産し始めた当初から「無農薬」「有機肥料」で栽培したヘチマから採取するとともに、「へちま水加工処理センター」を建設して、ヘチマ水採取後



## イノベーションとしてのヘチマ水

すぐに澱や微生物を濾過して化粧品の原料としての品質を保持できるようにしている。これは、金銭的なコストはもちろん、生産者の労働の「手間暇」に対するコストも実際にはかかっていることになる。この「手間暇」というコストは、商品になったときにはまさに目に見えない価値となり、極論すれば「過剰」な価値であるかもしれない。品質がある程度許容されるなら、そこまで「手間暇」かけたものよりも価格の安いもののほうがよいと考えるのが一般的である。しかし、現在では、むしろ価格が高い商品が消費者に選ばれる傾向が強くなっている。これは、消費者がだまされているのではなく、消費者が「手間暇」のような見えにくいコストに対して合理的な価値を見いだしているのであり、そのような消費現象のある社会が消費社会なのである。

一迫町のヘチマ水を原料にした化粧品は、消費者運動や消費者主権を重視する生協を通じてのみ販売されているが、生協のような消費者主権を重視するような団体の消費者のみならず、多くの一般の消費者においても、商品の安全、安心に対する関心は強くなっている。このような関心の高まりに加えて、インターネットを背景にした情報社会によって、消費者が商品にかんする情報を直接得ることができるようになるとともに、消費者間で自然発生的に形成されるネットワークによって、消費者は主体的に情報を吟味することができる。その結果、消費市場では、消費者の主導権がより強まるのである。

このような状況からすると、一迫町のヘチマ栽培において、「無農薬」「有機肥料」栽培を第一義に行ってきたことは、たとえ偶然であったとしても時代を先取りしていたことになる。また、たとえ偶然であったとしても、栽培を始めた当時、「無農薬」「有機肥料」で栽培することを決めたことは、消費者側から見て求められる商品を提供しようとしていた点において、大いに評価できるといえる。ただ、現在では、「無農薬」「有機肥料」栽培を特徴にした農作物は増えてきているし、消費者の関心も高まってい

ることから、この特徴だけに依存するのではなく、既存のヘチマ水化粧品における価値を再度見直すことで新たな価値の源泉を発見するなど、他の商品との差別化を見いだすための戦略が必要であろう。具体的には、ヘチマの栽培環境である一迫町の水資源の品質をどのように価値づけるか、水資源をもとにしたコメ作りはもちろん、他の特産品と連携した価値付けは可能だろうし必要だろう。いずれにせよ、たしかに「無農薬」「有機肥料」栽培を行っていることは事実であるが、その事実が正しいことでありホンモノであること、すなわち真正であることを意味づける具体的な「記号」表現を見いだすことが、今後の事業の継続性という観点からも必要であろう。

#### 4-3 地方創生および地域振興とソーシャル・キャピタルの形成

ここで、一迫町におけるヘチマ栽培を、農業政策との関連だけではなく、地方創生や地域振興という観点から検証してみると、これもまた先駆的な試みであったことが理解できる。

地方創生や地域振興、地域活性化といった概念は、過疎化に悩む地方を活性化しようという考え方のもとに、1970年代および1980年代から様々な用語で呼ばれてきた。実際、「全国総合開発計画」にみられるように、地方を都市と同様に発展させようとするような政策も長年にわたって行われてきた。特に、1980年代には、地方の振興を目的としていわゆる「リゾート法」と呼ばれている「総合保養地域整備法」が1987年に制定され、地方をリゾート地として開発することを法的に促進するなど、地方の活性化は、経済活動の活性化や経済資本を注入し、近代的なハコモノなどを作り都会から人を呼び込むことを目的としていたようなところがあった。しかしながら、バブル経済の崩壊とともに、経済資本を注入する地方の活性化政策自体が批判にさらされる<sup>14)</sup>ようになるとともに、外側からの力による地方の発展ではなく、内側からの発展の必要性が求められてきたといえ

る。もちろん、地方において全て内側から活性化をしていくのには限界がある。特に、経済的な資本や財源については、地方の外側から注入せざるをえないだろう。ただ、経済的な資本や財源を注入し、何らかの仕掛けをすれば地方が活性化するというのではない。経済的な資本や財源は、あくまで手助けと促進 (facilitate) にすぎない。最終的に地方創生や地域の活性化に必要なのは内生的な活性化であり、その持続可能性である。

その点からいえば、経済的な財源をもとに構築される道路や橋、鉄道や空港といった交通インフラにかかわるものや、芸術文化にまつわるホールや図書館、美術館といったいわゆるハコモノと呼ばれるようなハードウェアとしての資本を整備することが、地方創生や地域活性化に求められるものではない。重要なのは、ハードウェアに対するソフトウェア、すなわちハードウェアを使って何がなされ、当事者である地域の人々の中に何が形成されるのかである。たとえば、ハードウェアや外部からの手助けを介して、地域において様々なコミュニケーションのネットワークが構築あるいは再構築され、地域に住む人や活動する人同士の関係性の中で生じるソーシャル・キャピタルの構築が、地方創生や地域の活性化において重要なのである。

ソーシャル・キャピタルとは「社会関係資本」と訳され、「さまざまな種類のアクター（個人、集団、組織）がほかのアクターとの結合、社会的関係への制御、コミットメントを通して得る諸資源、諸利益の価値の総体である」（金光 2012）と定義されている<sup>15)</sup>。さらに、ソーシャル・キャピタルの定義を具体的にしようとすると、たとえば、吉田隆之が指摘する「①信頼②規範③ネットワーク④自発的な協力⑤地域（もしくは共同体）全体への広がり⑥継続性」（吉田 2019: 27）という要件のあるものということになる。吉田の指摘において特に重要なのは、④～⑥の部分であるといえる。「社会関係資本」という観点からすれば、地域における社会的なネットワークは重要な資本である。ただ、問題は、それに加えて自発的な協力があ

るかである。たとえ地域において共同体として信頼や規範に基づくネットワークが確立されていたとしても、そのネットワークが自発的に機能していかなければ地域の活性化につながらないし、最終的には地域のソーシャル・キャピタルとして継続的に根付いていかないだろう。吉田もいうように、ソーシャル・キャピタルは「資本」であり、「資本」であるからには、前述したように「⑤地域（もしくは共同体）全体への広がり」もさることながら、とりわけ「⑥継続性」が必要となる（吉田 2019: 27）。吉田は、日本国内で開催された芸術祭と地域における住民の意識や活動との関係性について分析を行っているが、芸術祭に対する最終的な評価は、芸術祭によってソーシャル・キャピタルという資本が蓄積される、換言すれば「レガシー」が継続的に残り続けるかどうかだという。これは、短期長期間問わず、いわゆる「まちおこし」や「まちづくり」に関連した他のイベントにおいても同様である。そのためには、前述したように吉田がいう「④自発的な協力」が重要である。さらにいえば、イベントのみならず、さまざまな「まちおこし」「まちづくり」にかかわるもの自体が、内生的に発生し活性化していかなければ、資本として蓄積され価値を持つようにはならない。地域の活性化を目的とした多くのイベントが、外生的な資本や資源によって、地域活性化の起爆剤として機能させるべく実施されている。しかし、外生的な資本や資源によって活性化の起爆がおきたとしても、それが持続しなければ意味はない。この点において、芸術祭をはじめとするイベントの地域活性化への効果にかんする問題が取り沙汰されるのである。

ヘチマ栽培の取り組みにかんしてソーシャル・キャピタルの観点からみると、ヘチマ栽培の取り組み自体が、まさに一迫町におけるソーシャル・キャピタルとして蓄積し、地域の中で根付き活性化している状況が明確にうかがえる。減反の転作作物としてヘチマ栽培を提唱したのは一迫町農協であるが、ヘチマ栽培を実際に広げたという結果の背景には、農協と各農家とが信頼に基づいた充実した人的ネットワークで結ばれていることがあ

## イノベーションとしてのヘチマ水

る。もちろん、もともと農協も農家も同じ地域共同体から成り立っていることもあるが、それ以上に強固な人的ネットワークによって支えられていたところはあるだろう。このような背景の中で、ヘチマを栽培してヘチマ水を採取することが、企業からの要望や企業における投資事業によって行われたのではないところが大きな特徴だといえる。ヘチマの栽培とヘチマ水の採取は、企業など地域の外部にいわば依存する形で行われたのではなく、地域の内側から自発的に発生し広がったものである。さらに、化粧品としての商品化も、最初から外部の経済資本が介入して仕掛けたのではなく、むしろ一迫町農協から商品化を進めようとしたのである。ソーシャル・キャピタルの要件と照らし合わせると、この点もまた、ソーシャル・キャピタルとして確立したものだといえることができ、地方創生や地域の活性化の成功例といえるだろう。

ただ、地方創生や地域の活性化という観点から見た場合、交流人口の増加という課題がある。つまり、短期的であれ長期的であれ地方に流入する人を増加させるという課題がある。たとえば、芸術祭をはじめとするイベントの場合、イベントに対して人が短期的に流入してくる。もちろん、イベントをきっかけにして、イベントの有無に関係なく人が流入するようになることが理想であるが、人の流入の継続性はとても難しい。一迫町のヘチマ栽培にかんしても、化粧品の材料であるヘチマ水の産地を訪れる企画を生協の組合員向けに実施していた。これは、いわば「聖地巡礼」のようなものともいえるが、ヘチマ水の場合、「聖地」において実際にヘチマ水を「可視化」するには、ヘチマを栽培しているところもさることながら、ヘチマ水を採取する体験などによって「可視化」する必要がある。化粧品の原料となるヘチマ水を実際に採取するのは中秋の名月の前後であり、採取されたヘチマ水を「可視化」するには時期が限られることになる。これは、ヘチマ水の性質上仕方がないことである。ただ、ヘチマを題材にした何らかの「聖地巡礼」は可能だと考えられる。もちろん、一般的に、特産

品としての農産物そのものを直接的に地方創生や活性化の資源にすることは難しい。特産品としての農産物があるといっても競合する産地は多いし、農産物そのものに人びとの移動を促す価値は内在していない。しかし、その農産物に価値を付与させることはできるだろう。この点について、一迫のヘチマ栽培にかんしては、価値を付与させるための素地は十分に内在しているといえるのではないか。もちろん、様々な集客を伴うイベントを継続して行っているわけではないが、長年にわたるヘチマ栽培に対する取り組みによって醸成されてきたソーシャル・キャピタルの蓄積があることから、今後、集客を伴うイベントやツーリズムを企画し実行する場合でも、そのための素地はそろっているといえるだろう。もちろん、実際に人びとを呼び込む場合の経済的な資本の整備、すなわち観光資本となる宿泊施設や交通の整備といった問題は、経済的な費用対効果を考えれば難しいのが現実である。ただ、このような展開をしていく場合であっても、経済的に大きな資本を投下するのではなく、ソーシャル・キャピタルを活かしながら「草の根」的に広げていく方法をとることによって可能性が広がるといえるだろう。一迫町という地域には、ソーシャル・キャピタルがしっかりと根付いていることから、ヘチマ栽培にかんしても、持続可能な継続性を持ち続けていくためのアイデアを考えるポテンシャルが備わっているといえる。

そのアイデアについて一例を述べてみよう。ツーリズムと結びつけるものとしては、先に述べた「聖地巡礼」のように消費者が使用している商品の源流である産地を訪ねるといった面もあるが、ヘチマ水のみでは意味づけの材料として弱いといえる。ヘチマ水の品質を担保するものが良質のコメを育ててきた一迫町の水にあること、ヘチマを栽培するのに際して「無農薬栽培」をしていることから、たとえば「美と健康」といったキーワードをもとに、ヘチマ水のみならず、一迫町の自然環境やヘチマ以外の農産物に対する付加価値の付与、「美と健康」の源泉としての「聖地」という

## イノベーションとしてのヘチマ水

価値の付与はできないだろうか。たしかに、ヘチマの場合、食用にするのが一般的ではないため、他の農産品と同等に扱うことは難しい。加えて、採取したヘチマ水はあくまで化粧品の原料であり、ヘチマ水そのものが商品として扱われているのではない。その点が外部から知られにくい要因となっている。一迫町の人々もこの点はよく理解しているという。ただ、一迫町にはヘチマそのものだけではなく、先に挙げた例である「美と健康」を追求する農産品や自然環境が資源としてたくさん存在している。これらを横に連携させることは可能であろう。ヘチマ水を基調に、もともと生産しているコメや野菜、水資源を「美と健康の故郷」として意味づけることによって、一迫町の活性化につながられるのではないかと考えられるのである。

また、一迫町の場合「上から」の地域活性化ではなく、ヘチマ栽培を始めたころと同様の自発的な活動がソーシャル・キャピタルとして存在し続けている。ソーシャル・キャピタルが持続的に活かされてきたことは希有なことであるといえ、このソーシャル・キャピタルが持続できるようにしていくこと、その中でヘチマ水や地域の資源に新たな価値付けをしていくことが求められるだろう。ただ、このソーシャル・キャピタルを持続可能にさせることには、大きな課題がある。それは、ソーシャル・キャピタルを形成してきた人々の高齢化である。2018年現在、ヘチマの栽培に携わっている農家の人々は70歳代が多く、中には88歳の方もいるというが、「新人」でも60歳代前半だという。もちろん、1989年に本格的にヘチマの栽培を始めた頃から継続している人もいれば、途中から加わった人もいるのだが、全体的に高齢化しているのは明らかである。これは、ヘチマ栽培農家に限ったことではなく、地域全体としても高齢化が進んでいる傾向があり、一般的に認識されている社会の高齢化の一局面として把握されている問題と同様のものである。高齢化は、ヘチマ栽培とそれを支えているソーシャル・キャピタルの持続性という観点からすると大きな問題である

ことは確かであるし、簡単に解決できない問題である。

高齢化とは異なる観点として、一迫町の場合、いわゆる「平成の大合併」によって周囲の10町村と合併することで、一迫町農協のヘチマ栽培実践というソーシャル・キャピタルが希釈されてしまったという問題があるといえる。ここでいう希釈とは、一迫町農協の実践やソーシャル・キャピタルの存在が合併した栗原市という大きな枠組みの中で薄くなり、栗原市の名物として認知されにくくなってしまったことを意味する。この問題について、合併によってそれぞれの地域が持っている特色を再度整理し直す必要があるといえる。特に、栗原市の場合、合併した自治体数も10町村と数多く、市の面積が広範囲におよぶことから、栗原市という自治体自体に、それぞれの地区の特色となる資源をどこまで把握し、引き出していくことができるのかという課題があるだろう。おそらく、他の自治体にも類似する課題があるといえる。ただ、この課題は、高齢化問題とは異なり自治体の取り組み方次第である程度解決できる課題だといえる。

このように自治体の課題にしようとする、自治体が疲弊してしまうという批判は十分にありえる。しかし、本来、このような地方の活性化については、ソーシャル・キャピタルのような芽を見だしファシリテートを行う、すなわち円滑に促進させていくためにいわば「寄り添う」程度に補助していくことが重要なのであり、自治体が全てを背負う必要があるわけではない。そのためには、まさに地域住民とともにソーシャル・キャピタルを構築、維持することが求められるといえるだろう<sup>16)</sup>。

## 5 おわりに

一迫町農協と一迫町を挙げて取り組んできたヘチマ栽培とヘチマ水の生産にかんして、いくつかの観点から論評してきたが、この実践からいえるのは次の2点である。

まず、日本の農業をめぐる構造的な問題である。前述したように、産業



としての日本の農業は、市場競争から保護されることを前提にした様々な規制や制度の中で、農業自体が利潤を効率よく生み出すための技術的、経済的進化をするインセンティブを削いでしまった。このことは、全ての農業従事者ではないが、多くの農業従事者の製作本能や動機付けを低下させることにもなった。

もちろん、このような傾向に抗うかのうように、農業の現場では、まさに製作本能を持った農業従事者が、様々な取り組みを「草の根」的に行ってきたのも事実である。そのような取り組みを実践する中で、先に述べたような規制や制度の問題が顕在化してきたのも事実であろう。そして、現代の消費社会において、消費者は、農産物に対して様々な価値を求めている。品質や安全性が担保されていることに価値があるとするならば、価格が高くても対価を払おうとする。さらに、産地や具体的な製法に裏打ちされた品質を保証するブランドとしての価値や、生産量が稀少であることに由来する価値もあり、それらの価値が価格に転嫁されていても、消費者はむしろ好んで購買することは少なくない。このように、消費者は、生活必需品である食料品や農産物に対しても、単に価格や最低限の品質が整っていればよいと考えているわけではないし、必需品であるからといって、無意識にあるいは無差別に商品を購入するわけではない。むしろ、経済的な合理性に基づく価値以上の付加価値を持った商品を積極的に求めることは多いのである。このような中で、商品としての農産物にいかにか付加価値をつけるか、あるいは生産者は気づかないけれども、農産物に内在している付加価値を再帰的に見だし価値を具現化するという課題に対して、積極的に向き合ってきた時代が長かったのである。

一迫町の場合、農協という組織が主体となって進めたとはいえ、減反政策という制約が課される中、他の地域のようにありがちな転作作物を消極的に決めたり、補助金を手にすることによってモチベーションを下げることなく、ヘチマというマイナーな農作物に取り組んできた。このことは、

現代の農業において、政策に翻弄されるのではなく、自らの問題として取り組もうとする数々の実践に通じるものがある。

次に、地方創生や弱者としての地方の発展政策にかんする問題である。日本における地方の発展にまつわる言説には、資本主義経済の発展、とりわけ生産資本主義的な発展をもとにした価値観が含まれている。端的に言えば、地方も都市の経済発展に追随するように発展させなければならない、そのために開発しなければならないというものである。そこには、都市に備わるような設備や環境を整え、近代化することこそが正義であるという考えがある。もちろん、地方に住む人々の雇用を創出したり、地方の生活環境を近代化することでまさに「健康で文化的な」生活を営むようにすることは必要なことである。しかしながら、そのような近代化モデル自体を正しいものとして、地方に当てはめることは正しいことなのかという問題がある。加えて、そのような近代化モデルや発展モデルそのものが、現代社会において正しいことなのかという問題がある。それにもかかわらず、理想的で正しいとされる近代化モデルをもとに、地方を保護する対象である弱者として発展させようとする考え方が、現在でも少なくない。

地方創生や地方の活性化、発展において重要なのは、それぞれの地域にある資源を資本にすることである。おそらく多くの地域には、それぞれ名物といわれるような素材、資源があるだろう。その資源をいかにして資本に昇華させるか、つまり価値を生み出すものに昇華させるかが重要となる。その際、外部からのパターン化された方法によるお仕着せの方法ではなく、地域の人たちが自分たちの問題として主体的にとらえたうえで、方法を考えていくことが重要である。そのためには、地域におけるソーシャル・キャピタルが機能していることが重要である。ソーシャル・キャピタルが確立され、「草の根」的に様々なアイデアや情報を交換する素地があり、そのうえで行政がファシリテートするような関係性が必要だといえる。一迫町の場合、このことが功を奏したといえる。

ただ、地域全体の高齢化によって、ソーシャル・キャピタルが引き継がれず失われていく可能性は十分ある。高齢化の問題は、ある種宿命であり避けて通れない問題である。しかも、簡単に解決できる問題ではない。ただ、この宿命的な問題があることを、農協はもちろん、合併した栗原市においても把握し、何らかのバックアップができるような態勢を整えることが望まれる。栗原市という枠組みにおいてこのようなソーシャル・キャピタルを形成するための芽を作るという観点からも、ヘチマ栽培で培われたソーシャル・キャピタルの実践を他の地区にも広げていくことで、ソーシャル・キャピタルを維持していくこともできるだろう。

地方創生を掲げた様々な「まちおこし」事業は多くの地方で行われていることであり、地方は自らが衰退していくのを看過しているわけではない。地方創生において、資本となる資源やソーシャル・キャピタルの種をいかにして育てるか。その際に、「上から」正しい地方創生をお仕着せるのではなく、地方の人々そのものが主体的にかかわることができるような方法で、長期間にわたって持続させていくことが求められるといえるだろう。

#### 【注】

- 1) コメをめぐる政府の介入は、戦後に限ったことではない。主食であるコメの価格と供給を安定させる政策は、戦前から行われてきた。戦後、コメを安定供給するための制度を担保する食糧管理法は、第二次世界大戦中の1942年に制定されている。もちろん、それ以前にもコメの価格を安定的に調整するための制度や法整備は行われてきた。
- 2) 山下一仁の説明によれば、「農協は戦後の食糧難時代、農家が高い価格で売れるヤミ市場に流すコメを政府に供出させるため、農林省が戦時中の統制団体を衣替えして作った組織」だという（山下 2014: 97）。この解釈は、農協が政治的な権力との結びつきを示唆するものだといえる。
- 3) 減反が正式に廃止されるよりかなり前の1993年、記録的な冷夏によってコメが記録的な不作となるとともに政府の備蓄米も不足し、それまで「聖域」であったコメの輸入を緊急的にせざるを得ない状況に陥ったという出来事があった。この出来事は、戦後日本の食糧管理法に基づく食糧管理制度の矛盾

をあらわにした。実際、食糧管理法が1995年に廃止されたことを踏まえれば、減反政策を含む日本の食糧管理制度は、このときに破綻していたともいえるだろう。

- 4) 本論文では、便宜上「一迫町」あるいは「一迫」と記述する。また、ここで述べる一迫町農協におけるヘチマ栽培の取り組みについては、サンスター(2009)および旧一迫町地域での聞き取り調査(2018年7月28日実施)による。
- 5) 一般的にヘチマは食用作物ではないと考えられている。ただ、沖縄や鹿児島ではヘチマを食用にしているという。沖縄では、ヘチマは「ナーベラー」と呼ばれ、味噌炒めや煮物にして食べるという。また、鹿児島には味噌仕立てのヘチマ汁があるという。ただ、食用に供されるヘチマは、通常のヘチマに比べて実が短く、繊維質の部分の成長が遅い(早くない)品種であり、加えて繊維質の部分が成長する前に収穫することによって、食用にできるものとなっている。
- 6) 「ヘチマコロン」が発売された大正時代の同時期の新聞記事に、ヘチマ水が高品質の化粧水として使えることと、ヘチマ水の採取方法を紹介しているものがある。以下はその新聞記事である。

#### 糸瓜水の取方——化粧水の最良品

脊戸のへちまや畑の胡瓜などは蔓が長くはびこると足にまとつたりつまづいたりするのでよく切り棄てますが、これから化粧水を取るのはいのちの無い事ですから、試みにやつて見るのも興ある事です。總への瓜類の液汁は水の最良の物である事はよく知れ切つた事です、其の絞方も至極造作のないものです。それはたゞ蔓を中程から切つて、徳利風の物に両端とも差し込むで置くと、一晝夜で一合餘りの液汁が垂れてたまつてゐます。またこの蔓を切るのは月夜の時とか申しますが、それに限つた事はなく、晴天の夕方であれば月夜でなくてもよく取れます。化粧水として使ふ時は絞つた儘では腐敗し易いからです、ベルツ水と等分に交ぜるか、ビール瓶一ぱいの瓜の汁に三匁の割でホーサンを投入して置ければ腐敗の恐れはなくなります。さうしてこれにオリゲナルやバイオレットなどの香料を二三滴垂して用ゐると一層よいものが出来きます。(『読売新聞』1916(大正5)年9月2日朝刊)

興味深いことに、この採取方法は、一迫町において行われている方法とほぼ一致する。もちろん、ヘチマ栽培を始めるのに際して、当時の一迫町農協でも多くの情報を集めようとしたというが、栽培に際して特に「コツ」があ

## イノベーションとしてのヘチマ水

るわけではなく、ヘチマの蔓を切ってビンなどに入れておけばヘチマ水が採取できるということ以外に特殊な方法はないことがわかる。翻ってみれば、ヘチマ水を採取することは容易であり、取り組みへのハードルは低いことがわかる。

しかしながら、後述するように、一迫町農協では商品（実際には商品の原料）としなければならないことから、栽培に際しての情報を整備する必要があったのだが、予想よりも情報がなかったという。そのことから、様々な試験栽培を経て、「自力」で栽培方法を習得したという。

- 7) 当時、ヘチマの栽培、特に化粧品の原料となるヘチマ水作りにかんする情報は皆無に等しかったという（サンスター 2009: 15）。
- 8) 当時一迫町農協職員で、その後農家としてヘチマの栽培を手掛けた氏家守男氏による（サンスター 2009: 73）。
- 9) 当時一迫町農協の組合長である佐藤覺次郎氏による（サンスター 2009: 73）。なお、佐藤覺次郎氏は、1988年に一迫町町長となり、2005年、一迫町が周辺の10町村が合併し栗原市となった際、市長職務執行者を務めた後、勇退した。
- 10) このような例の典型として「原子力政策」が挙げられる。いわゆる「電源三法」に基づいた交付金が原子力発電所を誘致した地方自治体にもたらされることによって、自治体の財政が潤い、地方の社会基盤や産業基盤が整備され、誘致した地方が活性化するというものである。
- 11) 後述するように、一迫町の農家ではヘチマ栽培に際して農薬を使用せず、雑草などの草取りは全て手作業で行っている。
- 12) 前述の佐藤覺次郎氏の発言（サンスター株式会社 2009: 68）。
- 13) 実際、除草剤などの農薬を一切使わないので、「虫がつこうが、草が出ようが、もう手作業で栽培」しているという（前述の氏家守男氏の発言（サンスター株式会社 2009: 68））。
- 14) 資本主義における自由な経済活動による開発によって、地方の自然環境が破壊されたことはもちろん、開発されたりゾート地がバブル経済の崩壊によって事業（者）が撤退するなどして負の遺産になるという問題がある。また、事業の継続ができなくなることによって、地元の人々の雇用や労働が継続できなくなるといった物質的なもの以外の負の遺産が発生する問題もある。加えて、不動産価値の下落という問題もある。
- 15) ソーシャル・キャピタルを日本語に直訳すると「社会資本」となってしまうが、「社会資本」という用語は、上下水道やガス、電気、道路や鉄道といった生活におけるインフラストラクチャーである公共財のような、まさにハー

ドウェアとしての「経済的」資本という意味で用いられることが多い。しかしながら、本論文では、ここで挙げた「社会関係資本」と訳されるソーシャル・キャピタルと、いわゆる経済学の文脈で使われる「社会資本」とは異なるものとして区別していることを明示しておく。

- 16) この点にかんして、数少ない実践例として挙げられるものに、鳥取県八頭郡智頭町にある天然酵母のパンとクラフトビールを生産しカフェを営むタルマーリーと、タルマーリーが智頭町に出店するのの際にかかわった智頭町役場の実践がある。タルマーリーは、岡山県真庭市勝山からの移転を計画している際、智頭町役場の若手職員と出会い、最終的に智頭町に移転したのだが、そのときの若手職員をはじめとする智頭町のかかわり方やサポートの仕方はもちろん、その背景にある智頭町における住民自治の重視政策など注目すべき点が多い。

タルマーリーが智頭町に移転した当時、自治体としての智頭町役場では、観光地作りで成功事例とされる成果を出し、移住促進政策においても制度の充実や積極的な広報戦略を展開していた。さらに、先に述べたように住民自治に力を入れていて、地区ごとに「集落振興協議会」を組織し、この協議会主体で地域の課題や振興策を考え、町に提案し、よい提案には予算をつけサポートするという実践を行っていた(渡邊格・麻里子 2021: 33-34, 智頭町役場 2021)。これらの実践を牽引したのは、当時町長を務めていた寺谷誠一郎氏であり、寺谷氏は、これらの地方創生の実践においてユニークな試みをした存在として知られている。なお、寺谷氏は、成城大学経済学部の卒業生である。

#### 【参考文献】

- 智頭町役場, 2021, 「日本1/0村おこし運動」, 鳥取県智頭町ホームページ, (2021年10月31日取得, <https://www1.town.chizu.tottori.jp/chizu/kikaku/mezasu/zeroichi/>).
- 岩井奉信, 2014, 「自民党農林族はどこへ行った?」『中央公論』中央公論新社, 129(3): 82-87.
- JAグループ, 2021, 「JA(農業協同組合)とは」, JAグループホームページ, (2021年10月31日取得, <https://org.ja-group.jp/about/ja>).
- 金光淳, 2012, 「ソーシャル・キャピタル」大澤真幸・吉見俊哉・鷲田清一『現代社会学事典』弘文堂, 825.
- 奥野信宏, 2008, 『地域は「自立」できるか』岩波書店.
- サンスター株式会社, 2009, 『水と土と人とソフトケア物語』サンスター株式会

社

生源寺眞一, 2011, 『日本農業の真実』筑摩書房.

高橋さつき, 2019, 「減反廃止, コメ作りは変わったか」『新聞研究』日本新聞協会, 815: 12-15.

Veblen, Thorstein, 1919, *The Theory of Business Enterprise*, New York: Charles Scribner's Sons. (小原敬士訳, 2002, 『企業の理論』勁草書房.)

涌井徹, 2014, 「「強い農業」は作れる」『中央公論』中央公論新社, 129(3): 106-109.

渡邊格, 2013, 『田舎のパン屋が見つけた「腐る経済」』講談社.

渡邊格・麻里子, 2021, 『菌の声を聴け』ミシマ社.

山田徹也・中原美絵子・田嶋ななみ・福田淳・石川正樹・又吉龍吾・大滝俊一・鶴見昌憲・西澤佑介・堀川美行・並木厚憲・青山浩子・奥村研・圓岡志麻, 2014, 「強い農業——世界で勝つためのヒント」『週刊東洋経済』東洋経済新報社, 6509: 34-73.

山下一仁, 2014, 「減反と農協の大罪——戦後農政を歪めた元凶」『中央公論』中央公論新社, 29(3): 94-99.

吉田隆之, 2019, 『芸術祭と地域づくり——“祭り”の受容から自発・協働による固有資源化へ』水曜社.

#### [付記]

牧野陽子先生とは、木下直也先生同様、基礎教育会議のメンバーとして大変お世話になった。牧野先生はとても上品なキャラクターであり、私がかさつなキャラクターであるにもかかわらず、いつも丁寧な話しぶりで接していただいたのが印象的であった。また、私が成城学園教育研究所発行の『成城教育』など学内のものに寄せた短い文章をよく見てくれていて、励みになる感想をいただいたりもした。

木下先生同様、長年お世話になった牧野先生の記念号の末席に加えていただければと思い、本稿を寄せさせていただいた。牧野先生のご専門に近い内容をテーマにするのはさすがに容易ではないので、私自身の成果を寄稿した。本稿を掲載させていただいたことに記して感謝するとともに、本稿を通して牧野先生への感謝の意を表することができれば幸いである。

なお、本論文を執筆するのに際して、宮城県栗原市において、JA 栗っこの鹿野昌孝氏、門傳貴樹氏、ヘチマ生産農家で生産農家グループへちま部会部会長の氏家守男氏、元一迫町農協組合長であり元一迫町町長の佐藤覺次郎氏に取材を行った。貴重な話をうかがえたことに記して感謝申し上げる（肩書きは取材当時）。

加えて、取材をコーディネートしていただいた株式会社インターセクトの大谷和也氏、株式会社NHK グローバルメディアサービスの工藤博昭氏にも、記して感謝申し上げます（肩書きは取材当時）。

本論文は、成城大学特別研究助成（2018 年度～2019 年度）の成果の一部である。