

## 要約

つい最近まで、欧州のほとんどの農村地域にとって、起業家精神（entrepreneurship）は馴染みの薄い概念だった。起業家（entrepreneurs）となる素質をもった野心的、冒険志向の人材は、小さな町や村を離れ、職場を求めて大都市に流出するのが常だったからである。

しかしこの古いタイプの考え方は、ここ 15 年間の劇的な逆転現象によって一変した。現在は都市からの転入者や地元の農家、非農家たちが多彩な新ビジネスを起ち上げるようになっており、農村起業（rural entrepreneurship）と呼べる現象が起こっている。農場経営の多角化やニッチ市場の開発、農村ツーリズム、グリーンツーリズムなどが、この農村起業現象を発展させる要因となってきた。

本報告書では欧州における農村起業登場の背景をまず分析し、つぎに農村起業のもつ多様な特性、成功の要因、困難さ、そして農村起業家やその支援者にとっての課題などについてまとめている。題材としたのは 5 つの新ビジネスで、うち 3 つが英国、1 つがスペイン、そして 1 つがスイスでの事例である。

これら 5 つの事例報告は、つぎの共通項目に沿ってまとめている：「事例地」「歴史的経緯」「ビジネスの地域的背景」「公共政策および公的支援」「ビジネスの起業家的要素」「全体的な開発プロセス」「人的要素」「市場およびマーケティング」「公共セクターの関与」「競争」「ビジネスの連携」「将来展望」「地域へのインパクト」「日本へのレッスン」。

### 事例1：イングランドの有機野菜農場

教育レベルが高く、都市と農村両方のライフスタイルを経験してきた若夫婦が、理解のある農家から土地を購入し、1986 年から野菜生産を開始、間もなく有機野菜の栽培に専念するようになる。彼らが始めた当時は、有機農業は変人的な行為とされていた。しかし、今では環境的にも、また社会的にも、持続型でかつ経済的にも成功できる農業のあり方を追求する家族ビジネスとして、地域コミュニティの中で重要な役割を果たすようになっていく。

### 事例2：スペイン北部、小さな農場でのホテル開発

ツーリズムとは縁のない過疎地の農場と石造り住宅を購入してホテルに改造、遠隔地であること、建築スタイルと装飾、美味しい料理とワインといった特色をうまくマーケティングに活かしている。マドリードから転入した所有者は 2 人とも専門職で、料理とワイン、ホスピタリティと農場経営ができる不動産をスペイン中から探した。1993 年に現在の不動産を購入。1995 年の開業以来、小ホテルとこれに付随する農場は、地域住民のビジネス意

識や自信の向上に貢献してきた。

### 事例3: イングランド、眠っていた歴史的資産を活用した新ビジネス

1980年代の初め、コーンウォール県では1971年の廃線以来放置されていた鉄道跡地をウォーキング／サイクリングルートとして再利用することを決定。しかし、このルートの人気を高めるための計画はとくにもっていなかった。地域に転入してきた夫婦がルート沿いに自転車レンタルの会社を1983年に設立。以来、自転車レンタル会社のモデル事例として、イングランドだけでなく、海外でも知られるようになっていく。その後、自転車レンタルに関連した複数のビジネスへの多角化を図っている。

### 事例4: スイス、コミュニティが主体となったエコロジー型ホテル開発

スイスアルプス南部の小さな村の住民が協同組合を設立し、地域での雇用の創出と経済の維持をねらってホテルビジネスを営業。この村は主なツーリズム地域から遠く離れたところにある。地域住民は、革新的なアイデアで外部からホテル建設に関する専門的なアドバイスと建設資金を調達している。「エコロジカルで、コミュニティに優しい」という当時としては画期的な構想でつくられたこのホテルは、1983年の開業以来成功を収め、いくつかの賞を受賞し、メディアからも注目されてきている。ベッド数は70で約30人のスタッフを雇用する。必要品はできるだけ地元から調達しており、中でもホテル料理の食材の8割までが地元産品である。

### 事例5: イングランド、新しい農村ツーリズムのための水力製粉所の復旧

この地域では水力製粉所を使って粉をひき、家庭用の小麦粉と飼料用のカラス麦と大麦を生産していた。農業の近代化の過程で多くの製粉所は放置されたり破壊されてきた。高齢の夫婦がこの忘れ去られていた遺産を農村ツーリズムのセンターとして復旧させた。水車を使って製粉できるようにし、ティールームと農村生活博物館を作り、さらにキャラバン場なども併設した。この家族ビジネスの成功は、年齢や教育、経験などがなくても斬新な農村ビジネスは可能であることを、地元のコミュニティや農村開発の専門家に示すことになった。

これら5つの事例は、立地条件や資源面での弱点や不利に直面した起業家が、実に多様な方法でそうした問題を克服あるいは時には利用し、自分のためだけでなく地域のことも考えながら、収益事業が可能なビジネス拠点を築いてきたことを示している。中核をなす共通テーマは地域の自然および文化的資源の活用、さらにこれらの資源の市場性の再評価である。そして、農村企業が成功するためには、人間적および個人的な要因、地域コミュニティや広域的ネットワークとのリンク、さらに用意周到なビジネスおよびマーケティング戦略などが重要な要素となる。

事例 1

Long Meadow Farm, U.K.  
イギリスの有機野菜農場



事例 2

Hotel Torre del Visco, Spain  
スペイン、ホテルのある村



事例 3

The Camel Trail, U.K.  
イギリス、農村地域の自転車  
歩行者ルート





事例 4

Hotel Ucliva, Switzerland  
スイス、ホテルの集会室



事例 5

Mangerton Mill, U.K.  
イギリス、水車でひいた  
小麦粉でパンや菓子づくり

