

ドイツの「地域価値イニシアティブ」運動

—新自由主義グローバリズムへの地域からの対抗—

特別研究員 河原林孝由基
九州大学 名誉教授 村田 武

〔要 旨〕

有機農業の成長が著しいドイツにおいて、近年、台頭している「地域価値イニシアティブ」の取組みを中心に紹介する。

「地域価値イニシアティブ」とは、市民出資の株式会社が、地域の有機農業経営だけでなく中小食品加工・流通業者、レストランまで、地域内の食料サプライチェーンに対して一体的に投資することで、地域内での経済循環を高め、もって「地域の価値」を高めようという市民運動である。「地域価値パフォーマンス会計」という手法によって「正の外部性」(外部経済)を会計勘定(資産計上や利益計上)で示して「見える化」する。本来の農民農業の持つ目的・特性・機能(生態系や社会の持続可能性に貢献)を地域に援用し、「小さな経済」を構築することで、持続可能な農業・地域・暮らしを再構築しようとするものである。

わが国では「みどりの食料システム戦略」のもと有機農業の拡大を掲げており、ドイツでのこれら取組みは示唆に富む。

目 次

はじめに

1 「地域価値イニシアティブ」とは

2 市民出資協同組合的企業のネットワーク構築

3 地域価値(株)と地域

4 地域価値パフォーマンス会計

5 「地域価値イニシアティブ」運動の広がり

6 連帯農業への支援

おわりに

はじめに

ドイツのメルケル政権は2020年7月8日に、閣議決定で「農業将来委員会」の設置を決定した。これは、国連気候変動枠組み条約の2015年の締約国会議（COP21）で採択された「パリ協定」―世界の平均気温の上昇を産業革命以前に比べて2℃未満、リスクを見込んで1.5℃に抑える努力する―に基づいて、ドイツでも温室効果ガス排出量を農業を含む全分野で削減する社会的合意がなされることになり、2019年9月には「農林業における気候変動対策」が発表され、「工業化する農業」にも、温室効果ガスを1990年の基準量6,100万トンを超えないという計画（対1990年比で55%削減）が背景にあった。保守党キリスト教民主同盟（CDU）のメルケル政権の環境・自然保護大臣は社会民主党（SPD）が握っている大連立政権の状況で

のもとであった。ところがそうした動きに拒否的態度を示したドイツ農業者同盟（DBV）の理解を得るためには、ドイツ農業のあるべき将来像を提示するのが必要だと判断したのであろう。DBVは大規模農業経営者や食品流通大手企業が参加するドイツ最大の農業者団体であって、保守党CDUの最大級の支持基盤である。こうした経緯を踏まえ、「農業将来委員会」はDBVだけでなく幅広い農業関係団体、食品産業や消費者・環境・動物保護団体に学識経験者など33名、うち女性がその3分の1という委員会であった。

「農業将来委員会」は全会一致での採択文書『ドイツ農業の将来―社会全体の課題』を2021年6月29日にメルケル首相に答申した（注1）。

答申の冒頭「ドイツ農業の現状」の有機農業についての説明（同要約翻訳128～129ページ）に、以下のようにたいへん興味深い指摘がある。

「有機農業の著しい成長（過去10年間で41.3%増）によって、農業活動においてその重要性が増している。EU有機規則の規定によれば、ドイツでは13.5%の農業経営が、農用地面積の10.3%で有機農業に取り組んでいる。政策的な戦略としては、2030年に有機農業の目標をドイツ政府は20%、EUの「農場から食卓まで」（Farm to Fork）戦略は25%に設定している。有機農業は現在、栽培、認証、マーケティングを含む唯一の統合的農業モデルであり、特筆に値する独自の市場を持ち、非常にダイナミックである。また、そのプロセスの質が正確に定義されているので、市民は購買行動において、農業に対する具体的な要求を実現できる。

消費者の需要の高まりとともに、CAPの第2の柱（筆者補足：EU共通農業政策において各加盟国が農業部門の構造改革、農業環境施策等の農村振興プログラムを実施する「農村振興政策」）からの支援によって、このバリューチェーンで生計を立てる農業者の数は着実に増えている。直売、連帯農業、あるいは『地域価値イニシアティブ』などの運動が、とくに有機農業のなかで台頭している。」

連帯農業はCSA（地域支援型農業）のドイツ版であり、その実際については、河原林孝由基・村田武『窒素過剰問題とドイツの有機農業』（筑波書房、2023年5月刊）で、ブランデンブルク州の「ゲルトナーホーフ・シュタウデンミュラー」農場での取り組みを詳しく紹介している（43～54ページ）。

「地域価値イニシアティブ」は、2006年に園芸家でデメーテル農法（注2）を実践していたクリスチャン・ヒス（Christian Hiß）が西南ドイツのフライブルク近郊で始めたもので、市民出資の株式会社が、地域の有機農業経営だけでなく中小食品加工・流通業者、レストランまで、地域内の食料サプライチェーンに対して一体的に投資することで、地域内での経済循環を高め、地域食料主権の向上によって「地域の価値」を高めようという市民運動である。それは、1980年代に始まる新自由主義グローバリズムが輸出農業化と、食品製造流通大企業の成長と農産物・食品サプライチェーンでの支配力を強化させたことが、国内農産物価格の押下げと地域の中小農家の大量離農を招き、パン屋や食肉店などの食品中小加工業者の廃業、レストランの閉店が顕著になり、地域社会の活力が失われる事態に対処しようというものであった。

以下ではヒスの「地域価値イニシアティブ」運動をみることにする（注3）

（注1）溝手芳計・村田武編著『農業は農民家族経営が担う—日本の実践とビア・カンペシーナ運動』（筑波書房、2024年9月刊）は、この文書の要約翻訳版を掲載している。

（注2）デメーテル農法については、以下を参照されたい。ミヒャエル・ペライテス編、マックス・カール・シュヴァルツ著（村田武・河原林孝由基訳）『ゲルトナーホーフドイツの移住就農小規模園芸農場』（筑波書房、2023年3月刊）

ちなみに、ヒスはDer kritische Agrarbericht 2017（『批判的農業報告2017年版』）掲載の報告“Bäuerliche Landwirtschaft—ein Vorbild für regionale Versorgungswirtschaften?”（『農民的農業—地域自給経済モデル』）で、「バイオダイナミック農法」すなわちデメーテル農法（デメーテルはギリシャ神話で農産の女神。ローマ神話のセレスに当たる）について以下のように評価している。

1924年に生まれたバイオダイナミック農法と有機・生物農法は、工業的な農業生産・加工が台頭してきたことに対する反作用とみることができる。バイオダイナミック農法の先駆者たちが注目したのは、自然への過度な侵害、天然資源、とくに土壌とその肥沃度の過度な利用であった。そこで、有機農法は当初から土壌肥沃度の保全に特別の注意を払うことになった。「循環型経済」という表現は、有機農法で管理される農場の運営構造の経済的特徴として早くから使われてきたものである。バイオダイナミック農法は、理想的な農業経営の完全に理想的なミクロ経済モデルである。農場はひとつの生命体である。有機農業では、自然のプロセスには自己調節機能原理のもとにあることが想定されている。

（注3）主に、Christian Hiß, REGIONALWERT AG — Mit Bürgeraktion der regionale Ökonomie stärken, HERDER, 2021と、前掲報告に依拠している。

なお、ドイツにおける市民参加型の地域社会活性化運動の歴史には、ドイツの「わが村を美しく」運動があることを知っておいてよい。「わが村を美しく」運動は、わが国国土交通省のWeb紹介によれば、「1961年にマイナウ島の会議を主催したドイツ造園協会の働き掛けによって連邦の行事となった。この運動は、当初は花や緑で美しく飾る『花いっぱい運動』として始まり、次第に経済的な発展や生態系保全が重視されるようになり、近年では持続可能な農村の形成を目指すコンクールとして位置づけられている。この運動は、農村空間の多様性と独自性を特徴とし、経済空間及び文化空間としての役割を果たしている。また、自然と環境の重要な調整機能を備えた成長する人文景観が形成されている。政府としても、村の生活の質が向上し、未来へ向けての持続可能な農村がつくられるこ

とを期待している。」小林久・佐合隆一『農村開発の「新たな道」・ドイツ連邦バイエルン州バイエルパッハにおける地域社会型農業の展開』筑波書房、2003年、石田正昭『ドイツ協同組合レポート・参加型民主主義一わが村は美しく』全国共同出版、2011年参照。

1 「地域価値イニシアティブ」とは

フライブルク近郊に1961年に生まれたヒスは、21歳で両親の園芸農場に参加し、フライブルク近郊のデメーテル農法の農場からフライブルク市内の市場に有機野菜を出荷していた。彼に大きなショックを与えたのが、1990年のオランダ農業視察であったという。オランダ農業のサクセスストーリーは神話にすぎず、野菜栽培の技術革新競争に巻き込まれて過剰債務に陥ったオランダの園芸家の自殺率が欧州でもっとも高いというのが現実であったからである。これに加えて、彼を考え込ませたのは、ドイツ連邦政府の1955年「農業法」に始まる近代化農政のもとで、ドイツ国内の農村では農家数の激減、村のインフラの崩壊、文化的景観の単調化が進んだことであった。栽培作物の品種を自由に選択することもむずかしくなった。農業機械化は農家の仕事を単調で退屈なものにし、農業者がバラバラにされることになった。

それに加えてヒスの目を開かせたのは、1990年代後半に、実習生を雇用し野菜農場に酪農を加えた複合経営をめざして必要な資金の融資を求めたところ、それが銀行に拒否されたことであった。銀行の融資拒否

理由は、「農業経営の見通しは暗い。若い世代を訓練してもあまり価値はない」といったことであった。もちろん農業の見通しには深刻な懸念があったのだが、ヒスは消費者にはその原因が農業生産者自体にあると考えがちだということにも気づかされたのである。さらに、卸売・小売流通業や食品加工業分野での大企業への集中傾向のなかで、有機農場を含む中小農家は生産出荷量の規模拡大を迫られていた。そこでそれができない中小農家は、直販・近隣市場への出店・直売所の開設などを通じる販売方法を避けられなくなった。つまりCSAモデルや連帯型農業の動きは、自らマーケティングを構築すべきだというプレッシャーから生まれたことにもよる。そうしたなかで見逃せなかったのが、農場の多角化が多く of 農民にとっての過重負担となり、農産物直売所や宅配サービスがしだいに主たる収入源になるなかで、生産がおろそかになりがちになることであった。こうしたことがヒスをして新たな事業を構想させることになったのである。

2 市民出資協同組合的企業のネットワーク構築

地域の農業の将来をどう構想するか。ヒスが考えだしたのが「新しいタイプの地域経営」であった。本来は公的な課題であった社会と経済を巻き込んだ「農村地域の地域開発管理」という職務を市民社会が担おうというものであった。それで市場経済の

乱暴な破壊に対抗しようというのであった。「新しいタイプの地域経営」として彼が編み出したのが、社会のイノベーションをめざす「市民出資の協同組合的企業」のネットワークを構築し、「地域で組織された参加型の価値創造エリア」をめざすというものであった。

その目的は、農場、とくに有機農場から最終消費にいたるまでに、出資または融資で参画し、持続可能な生態系と地域の経済・社会発展の維持・向上に貢献することにある。そのために、農場、食品加工場・流通業者、レストランに加えて、地域の市民・消費者が積極的に相互関係を結ぶ「価値創出ネットワーク」を構築する。参加者にはその過程で生まれる利益が分配され、損失もまた参加者が担う。「市民出資の協同組合的企業」は非営利企業ではない。

「市民出資の協同組合的企業」はまずは「市民共有会社」、最終的には営利企業としての地域価値（株）（Regionalwert AG）と名付けられた。地域価値（株）は、商標権を取得し、出資対象の農家をはじめパートナー企業にはRegionalwert AGブランドの使用権が与えられる。地域価値（株）の設立資本としては、5万ユーロ以上が求められる。それは現金と土地・建物などの有形資産との複合でもよい。事業の本格的な展開には20万ユーロ以上あれば最初の少額投資が可能であるが、100万ユーロで設立することが期待される。

市民が出資する株式の額面は、それぞれの地域価値（株）が設定できるが、このシ

ステムのトップを切った地域価値（株）フライブルクは額面を500ユーロとした。株主数をどの程度にするかはむずかしい。1,000人を超えると、参加者全員の個人的なつながりやコミュニケーション、さらに株主全員に参加機会のある株主総会の開催にも問題が発生する。

3 地域価値(株)と地域

地域価値（株）は、市民出資によって資金を調達する。市町村自治体も株式取得が可能である。地域価値（株）の株式購入者は、一般の株式市場とは異なって、株式登記簿に氏名・住所が入力される。

なぜ地域住民は自発的に出資して、当初は見ず知らずの農業者や食品加工業者などと責任関係を結ばなければならないのか。地域価値（株）は、次のように呼びかけている。「地域のオーガニックな食品経済の構築のなかで、農業を経営し、企業を運営するリスクを背負うすべての若者の存在を、地域社会は喜ばなければならない。地域の食料経済のなかで農家が広く分布することは、地域社会にとって前進であろう。」

地域価値（株）が資本を投下する「地域」では、ネットワークのシナジー効果を発揮するには、農業・食品サプライチェーンのパートナー企業間の実質的な協力が不可欠である。「地域」は、それぞれの地域特性が考慮され、政治的な境界線ではなく、伝統的な文化的地理的条件を持つ合理的な地理的エリアであるべきだ。重要なのは、経

経済的に弱体な地域を重視することによって、経済的に弱体な地域を強い地域と結びつけることである。

具体的には、①個々の農業経営が販売企業や加工企業に、産品を無理なく届けられること。②提携農場のネットワーク内で協働する意識が育てられること。産品だけでなく、堆肥、種子、エネルギー、飼料などの原材料も農場間での輸送が可能なこと。③出資市民がパートナー農場を訪問して生産現場を見ることができ、できれば産品を購入できることがのぞましい。

地域価値（株）は、「農地から食卓」までの、地域の食の価値創造の強化をめざす。この目的のために、有機農場、食品加工場、流通業者、さらにレストランにも投資する。それが生み出す新たな事業ネットワークによって、「オーガニック食品分野における地域ネットワーク」を構築する。地域住民には、譲渡制限付きの登録株式への出資を通じて、地域の農業経営・食品企業への参加機会が与えられる。

とくに、若い就農希望者に対する農場探し、農場の譲渡の仲介業務、有機農場の後継者育成のための資金調達に力を入れる。農場の大半は家族内で継承されているが、近年では農家出身でない若者が見習い研修を終えて、農業経営を起業したいというケースが増えている。しかし、彼らが新規農場—自立家族農場としては約8万ユーロの販売額が期待される—の立上げに要する資金は54万ユーロとたいへん大きい。地域価値（株）としては、農家出身以外の若者の

農業への参入が農村地域の活性化と食料の地域での安定供給の将来にとってはきわめて重要であり、そうした新興の家族農場への資本参加は地域価値（株）の最重要の事業目的とされている。地域価値（株）が農場や農地を所有し、新規就農者に農場を賃貸することも可能である。その場合には、新規就農者は農場経営とその収益性に責任を負う。さらに、オーガニック部門の食品小売・卸売業、食品加工業、レストランの事業継承にも資金を提供し、それらの世代を超えた事業の存続を支えている。

地域価値（株）は、事業継承や新規農場への起業融資だけでなく、新規農場への法律・税務や農場経営に関するアドバイスとサポートに力を入れており、それに必要な専門家をネットワークに擁している。

地域価値（株）の自己資本は、パートナー企業に流れ込む。したがって、地域価値（株）はパートナー企業の利益または損失の影響を受ける。リスク軽減のために、資本はできるかぎり分散される。

4 地域価値パフォーマンス会計

「地域価値イニシアティブ」運動でヒスが提起した「地域価値パフォーマンス会計」についても紹介しておきたい（注4）。

それは、地域価値（株）は農業の持つ価値を「見える化」し、たとえば土壌肥沃度や環境や社会に対する「正の外部性」（外部経済）を会計勘定（資産計上や利益計上）で示して、本来の農民農業の持つ目的・特

性・機能（生態系や社会の持続可能性）を地域に援用し、「小さな経済」を構築することで、持続可能な農業・地域・暮らしを再構築しようとするものである。そのため資金調達として、農業を単体で捉えていては経済性・効率性（資金償還の蓋然性）を審査基準とする銀行の判断では融資等資金対応が困難ななか、地域単位で農業生産から食品加工や流通までのサプライチェーン全体（小さな経済）に投資することで地域全体としての収益性を確保（農業の低収益性と食品加工・流通の超過利潤とを相殺しプロジェクトとして一定の収益性を確保）し資金対応を可能とするスキームである。

具体的には、農業における持続可能性を数値（金銭的）評価するための「地域価値パフォーマンス会計」という会計ソフトを開発し有償で提供している。これは生態学

的、社会的視点、地域経済の3分野における農民農業のパフォーマンスについて10のサブカテゴリーを設け、400のキー項目を用いて金銭的評価を行い定性的要素も加味して持続可能性を評価するものである。「地域価値パフォーマンス会計」の評価項目については第1表を参照されたい。

「地域価値パフォーマンス会計」は経営体としての生計の維持と地域のために何をしているかを示すことで、実際に持続可能性に対する成果（地域や地球に貢献する金銭的価値）を「見える化」してその金銭的価値を受け取ることを主張する根拠ともなる。これによって農家の公正な報酬に対する正当な要求を客観的に正当化し、農家は説得力を持って公正な価格を主張できる。もって、小売業者、加工業者、政治家を説得して、農民農業のサービスへの正当な対価が公的資金と食品の小売価格を通じて支

第1表 「地域価値パフォーマンス会計」の評価項目

3分野	10のサブカテゴリー	キー項目(例)
生態学	土壌肥沃度	土壌侵食防止と土壌ケア、肥料の施肥方法、輪作、栄養バランスなど
	生物多様性	遺伝的多様性、生息地の創出、責任ある植物保護、草原管理など
	気候と水	再生可能エネルギー（電気、熱）の割合、排出削減、節水、侵食制御、地域に根ざした畜産、土地利用、泥炭、輸送と交通など
	動物福祉(アニマルウェルフェア)	飼養の状態、飼料、疾病管理、動物への介入など
社会的視点	専門知識	専門家、訓練、さらなる教育など
	業務態勢	インクルージョンとインテグレーション、ジェンダー、教育とインターンシップ、知識の伝達など
	雇用と仕事	仕事の多様性、従業員の参画、家族、品質、季節労働者、責任と分業など
地域経済	経済的自立	事業の多角化、遺伝資源植物(在来種等)、畜産業におけるバリューチェーン構築、季節労働者、物流部門の体制、営業エリアなど
	地域経済循環	地域別売上高、地域の生産者からの仕入・購入、種子・苗・肥料・飼料等の起源(調達内容・入手先)、包装など
	地域ネットワーク	地域連携、地域調達、ネットワーク化など

資料 Regionalwert Leistungen GmbHホームページを基に筆者作成
<https://www.regionalwert-leistungen.de/leistungsrechnung/>
 (2025年11月12日最終アクセス)

払われることを確実にすることができると主張する。もちろん「地域価値パフォーマンス会計」は現時点では企業会計原則・規則に基づいた会計手法として法制度上採用されているものではなく、あくまでも持続可能性に貢献する価値を金銭に換算して例示するというものだが、これまで「正の外部性」として埋もれていた農業の持つ価値を金銭に換算して財務諸表で示していくことは、その環境的・社会的価値を評価し世の中に広く知らしめるという大きな意義がある。政策担当者に対しては農業補助金（EU共通農業政策の直接支払いなど）を土地ごと（面積割）に分配するのではなく、「地域価値パフォーマンス会計」によって算定された持続可能性のパフォーマンスに基づいて補助金を分配することを主張している。また、慣行農法は悪で有機農業は善という二項対立ではなく、有機農業についても「地域価値パフォーマンス会計」による持続可能性の評価によっては、よい有機農業もあるがそうでない有機農業もあるとしていることは興味深い。

（注4）「地域価値パフォーマンス会計」については、Christian Hiß, Richtig rechnen! Durch die Reform der Finanzbuchhaltung zur ökologische-ökonomischen Wende, oekom verlag, 2015によった。

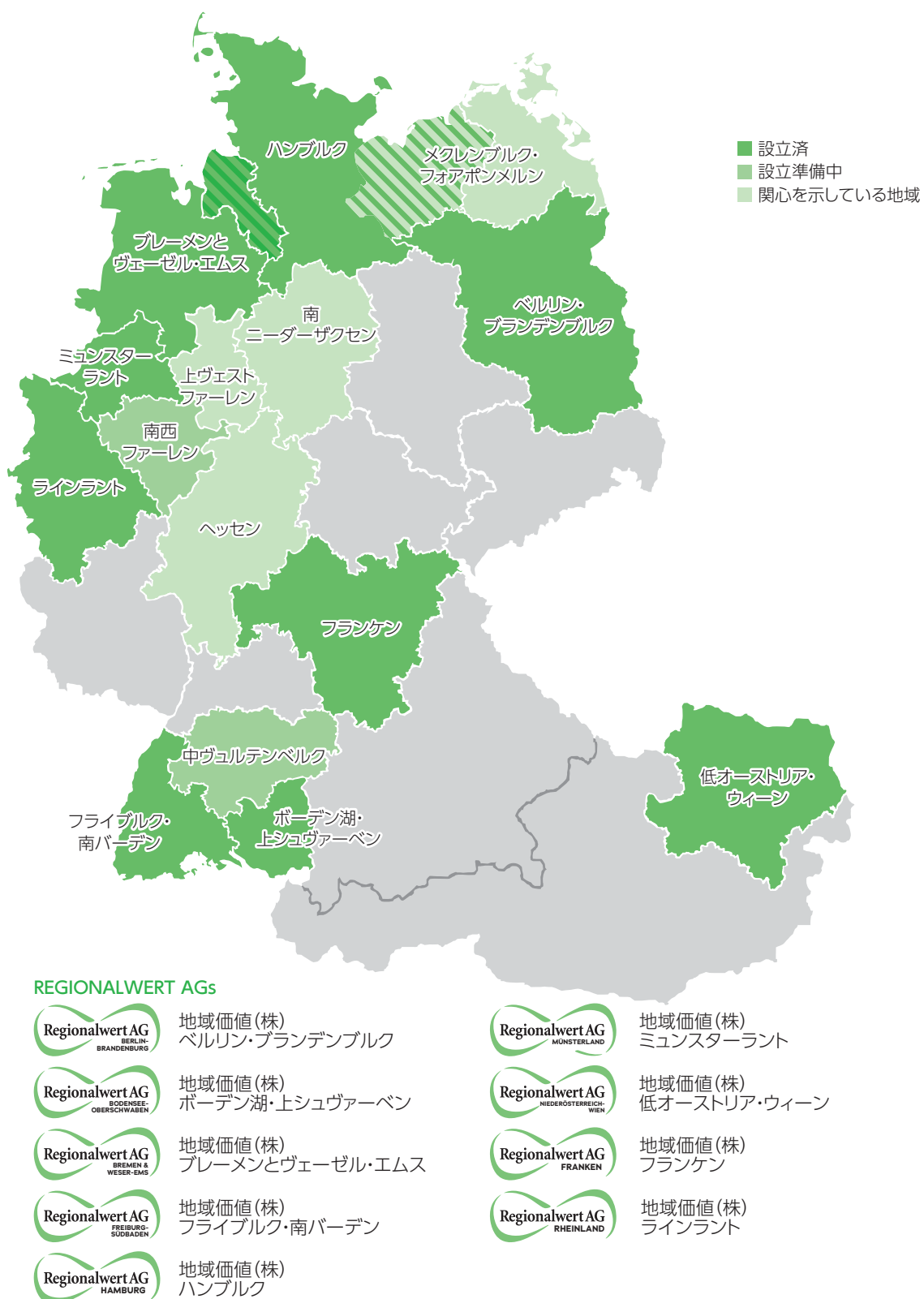
5 「地域価値イニシアティブ」運動の広がり

ヒスが西南ドイツ・バーデンヴュルテンベルク州の西南部で2006年に地域価値（株）

フライブルク・南バーデン（Regionalwert AG Freiburg）を設立して以来、「地域価値イニシアティブ」運動は、現在では全ドイツに広がって合計9つの地域で地域価値（株）が設立されており、隣国オーストリアでも首都ウィーン地区で1つの地域価値（株）が生まれている（第1図「地域価値ネットワーク」の事業エリア）。それらの地域価値（株）のセンターとしてベルリンに本部を置く地域価値ネットワーク有限会社（Regionalwert Impuls GmbH）が設立されている。2024年現在で、9地域価値（株）の株式資本は合計2,050万ユーロ、株主は6,200人、パートナー企業は2,000社を超える。

ちなみに、近年、躍進している地域価値（株）ラインラントは2016年に46万ユーロの資本金と36人の株主によって設立された。本部をケルンに置き、事業エリアはノルトライン・ヴェストファーレン州とラインラント・プファルツ州のいわゆるラインラントーF・W・ライファイゼンが19世紀半ばに農村信用組合を立ち上げたヴェスターヴァルト北部の農村地域を含む一に加えて、ヴェストファーレン州の一部と結構広い。定期的に発行される株式は譲渡制限付き記名株式で、証券取引所での取引はなく、地域価値（株）ラインラントからのみ入手可能である。株式の解約はできないが、再売却は可能である。株式発行価格は、新規購入者は1株700ユーロ、既購入者は675ユーロである。そのホームページ「ラインラントの有機農業をともに強化する」に

第1図 「地域価値ネットワーク」の事業エリア



資料 地域価値ネットワーク有限会社のリーフレット(2023年版)を参考に筆者作成

は、以下のような情報が示されている。

- 理事会は7名で構成されている。専務（有給）はドリー・ゴータ
- 株式出資者は1,100人、総額350万ユーロに達している。
- 以下の17経営に合計300万ユーロ弱が投資されている。
 - ・プロイナー農場：農場の後継者確保に必要な資金
 - ・カルタイヒェ高級チーズ製造所：地域内で加工場設備資金
 - ・シュタート・ラント有機農場：農場拡大資金
 - ・レン果樹農場：温室設備資金
 - ・地域価値ネットワーク有限会社：ネットワーク・センターへの出資
 - ・地域価値財団ベプラー農場：旧デメーテル園芸場の購入による有機農場経営の確保資金
 - ・ボルハイム・ハウス：堆肥場と厩舎の設備資金
 - ・モンシャウ農民乳業：地域乳業場の設立資金
 - ・移動式地域価値食肉加工場：移動式食肉加工場の建設購入資金
 - ・クレーマホーフ農場：酪農場の野菜連帯農場と搾乳牛・家禽飼育のアグロフォレストリー方式による再生資金
 - ・ケルン連帯農場の共同収穫：ヘルメーゼ農場へのトラクター導入資金
 - ・カイ・ブドウ園：ブドウ園の復旧、ブドウ有機栽培への資金
 - ・シュルトン調理場：バイオ調理教室の拡大資金
 - ・カトリンガー青果：野菜連帯農場のレベルアップ資金
 - ・シュロース・ティルミツヒ農場：野菜連帯農場の拡張、トラクター・温室・機械資金
- 40事業体が地域価値パートナーとして加わり、地域内での販売協力関係にある。

6 連帯農業への支援

本稿の冒頭で紹介した「農業将来委員会」の答申『ドイツ農業の将来—社会全体の課題』は、「連帯農業、あるいは『地域価値イニシアティブ』などの運動がとくに有機農業のなかで台頭している」としたが、両者も地域によっては連携が進んでいるとみられる。2011年に設立された「連帯農業協同組合ネットワーク」（本部はベルリン）が2024年に発行した“Handbuch Solidarische Landwirtschaft”（『連帯農業ハンドブック』）はその第4章「さらなる発展へ」で「地域価値イニシアティブ」の項を設け、地域価値（株）の連帯農業支

援では、先述の地域価値（株）ラインラントが際立っているとして、第2表にみられるような多岐にわたるサービスを提供してくれているとしている。

おわりに

有機農業の成長が著しいドイツにおいて、近年、台頭している「地域価値イニシアティブ」運動の取り組みを中心に紹介した。翻って、わが国では「みどりの食料システム戦略」のもと有機農業の拡大を掲げており、持続可能な農業の発展には地域経済の活性化が重要である。

本稿は文献調査を主体としており、実際の評価や詳細については今後の現地調査を

第2表 地域価値(株)ラインラントが連帯農業に対して提供するサービス(実績)

サービスカテゴリー	サービス内容
コンサルティング	連帯農業への移行支援、 連帯型社会モデルや資金調達に関するアイデアの提供
広報	ニュースレターやWebサイトでの記事掲載(※)、共同イベントの開催 (※)Facebookページや3,500件のメールアドレスを登録したニュースレターを運営しており、そこで定期的に連帯農業に関する情報を発信をしている。
ネットワーク	会員募集、 協力可能な農業者、農地、助成プログラム、政治的支援者の探索
政治ロビイング	連帯農業の理念の普及
助成	公的資金の調達支援、 場合によってはパートナーとしてプロジェクトへの参画も可能
資金調達	農業経営体への財務的出資により連帯農業を促進
農業用地 (仲介、提供、耕作権)	連帯農業の設立のための園芸場の購入、土地の仲介
人材 (仲介、資格取得支援)	園芸家の仲介、 小型住宅などの居住スペースの確保
インフラ	倉庫に適した物件探しのサポート

資料 Handbuch Solidarische Landwirtschaft

踏まえる必要があるが、農業の持つ価値（生態系や社会の持続可能性に貢献）の「見える化」や地域内の食料サプライチェーンに対して一体的に投資して地域内での経済循環を高めるといった視点は、とりわけ示唆に富む。「地域価値イニシアティブ」は有機農業の拡大等と同時に地域経済の持続可能性を高めるための取組みであり、農業

と地域社会の結びつきを強化する役割を果たしている。地域が農業を支えると同時に農業が地域を支えているのである。それを「見える化」する試みでもある。

(かわらばやし たかゆき)

(むらた たけし)