

## 『田舎で起業！』

(田中淳夫著 平凡社新書)

田舎暮らしやスローライフのブームが広がっている。学校出たての若い人、Uターン・Iターンの人、リタイアした人、また漠然と田舎暮らしを夢見る人等、多くの人々が田舎での自分らしい生活を求めている。

しかし、現実には田舎では勤め先が少なく、自分で起業するにも都会の流儀そのままでは通じないことが多い。それでも田舎はビジネスチャンスの宝庫で、都市から移り住み成功を収めている事例も少なくないと著者はいう。

本書は、田舎での起業について豊富な事例を紹介しながら、成功・失敗要因、可能性と障害について明らかにしてくれる。田舎で起業を志す都市生活者を念頭に書かれた本ではあるが、むしろ彼らを迎え入れる田舎の側の地域活性化に役立つ示唆に満ちた好著だ。

紹介されている12の起業例は、どれも個性的な農林水産業関連のものだ。例えば、宮崎県綾町の観光ブドウ農園の場合、収入の最大化ではなく労働時間の最小化を経営目標に、小規模経営と徹底した労働管理を組合せ、夫婦で年間3千時間、週休4日の労働条件で1,000万円の収入を実現している。

大分県上津江村では、村の農業公社が行っていた赤字のサラダ菜水耕栽培事業を、就農1年目の若者が初年度で黒字転換させる事例が紹介されている。ポイントは病虫害管理と品薄市場を狙った販売戦略だ。

鳥根県隠岐では、高級イワガキの養殖に成功しネット販売で全国に広めた後、漁協組合長になり累積赤字を解消した事例が、また和歌山県大塔村では、備長炭の安定供給を機械

化による原木確保で容易にした事例が紹介されている。

田舎での起業の成功の秘訣は、とくに「新しくない」ことにあるというのが著者の発見だ。既成技術のものでも加工方法をちょっと変える、販売・流通方法を改めてみる、マーケティングや品質管理の手法を取り入れる、これまで手掛けなかった業界に営業してみる、古くからある商品を魅力的にアピールしてみるなど。また「値段を自分で決める」「見積もりを取る」「データ提供の見返りにサンプル商品をもらう」など、都会では当たり前のビジネス手法が田舎ではまだまだ採用されていないので効果があると指摘する。

本書で紹介されている事例に共通するのは、起業した人が経営目標と経営管理の視点を田舎に持ち込むことで、地域の潜在力を引出すことに成功している点だろう。良いものさえ作れば売れるというのは、よほどのブランド産地を除けば難しく、生産だけでなく経営管理や販売を考えないとビジネスの成功は難しいのが現状だ。

都市から田舎に移り住む起業者が持ち込むこうした「異質性」を、田舎の側が町興し、村興しのパワーとして上手く取り込んでいくことが、起業者、田舎の側双方にとり長期的利益をもたらす関係につながるはずだ。それはまた同質性の強い日本の田舎の風景が、変貌しつつ個性的に生延びていく明るいシナリオの可能性を本書は想起させてくれる。

(2004年2月 ¥756(税込) 206頁)

(室屋有宏)