



設するといふものでした。直売所自体は、いま道内でもスケールはさまざまですが、農家の庭先利用のものから、「道の駅」などに出店するものまで数多く見受けられるようになっていきますので、さほど珍しいものではありません。

よく話を聞いてみますと、彼らの直売所は、二つの点で、現存する多くの直売所と異なっています。まず第一は、販売農産物の「コンセプト」は

- ① 選りすぐりの品質、
  - ② 顧客ニーズに応える品揃え
  - ③ 品質に見合う適正な価格設定
- を掲げています。

「選りすぐりのモノを提供しますので、それに見合った価格で買って下さい」という方針で、(安ければ安いほど良いでしよう!)という常識に對置するものです。現実の購買者(消費者)の行動は、そんなものではない、「甘い、甘い」という声が聞こえてきますが、農業、農畜生産そのものに対する彼らの「プライド」がこの「コンセプト」を生み出したものと言えまじやう。

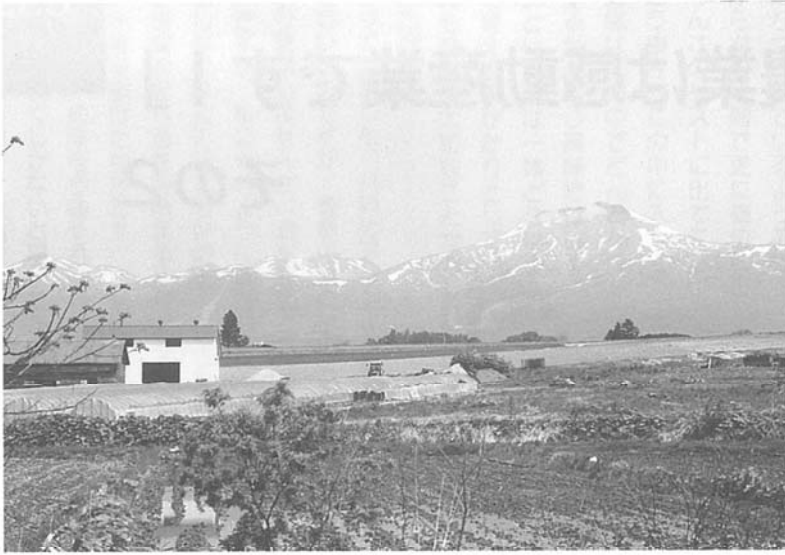
それから、第二点は、この四人が「組合」という組織形態で事業展開をすすめていること。しかもこの形態は、農畜生産法人の一つで

ある「農事組合法人」ではなく、「企業組合」という、我々にとつて馴染みのないものなのです。直売所の施設建設のための助成制度等を模索している過程で、中小企業を支援する「中小企業等協同組合法人」に基づく特別認可法人の一種である「企業組合」という法人形態を薦められたのだそうです。

筆者も不勉強で、この「企業組合」なるものを知らなかったのですが、調べてみますとその性格は、企業活動ができる組合で、個人事業者や勤労者あるいは志を同じくする法人会社等が、個々の資本と労働力を組合に集中して、組合員は組合事業に従事し、組合自らがひとつの企業体となって事業活動を行う組織とのこと。

この特徴は、個人としての出資者(組合員)が最低四人で設立でき、最低資本金の額に制約(例えば株式会社では一千万円、有限会社は三百万円という最低出資金)がありませんので、立ち上がりの資金で頭を悩ますことはないようです。ただし、組合員が共に働くということが条件となっており、組合事業に従事する義務(組合員の二分一以上)があります(従事比率といいます)。さらに、組合の事業に従事する者の三分の一以上は組合員でなければなりません(組合員比率)。

このような特徴から、以下のようなときの起業に際して支援する



仕組みと言えましょう。

○個人事業者を中心にして、経営規模を拡大したいとき

○主婦など趣味の仲間で、ケーキや家庭料理などを作りビジネスとして起こしたいとき

○中高年齢者、サラリーマンなどが脱サラ、リストラなどにより、特技・資格などを活かして、ニュービジネスを始めたいとき

○生きがいや地域社会への貢献（介護福祉・保育・看護サービ  
ス）を求めて行動したいとき



この四人は、一人二五万円の出資で「企業組合」の設立登記を済ませ、販売所と駐車施設を「新山村振興等農林漁業特別対策事業」という事業の助成によって完成させ、八月の創業・開店を目指し、生産と開設準備に追われているそうです。一抹の不安を抱きながらも希望で顔を輝かせていました。前途の課題は山積しているようですが、周囲の人々の手厚い支援を受けながら船出する彼らに心からエールを送りました。いや私たちが彼らを励ましたのではなく、私たちが彼らから熱いエネルギーをもらったといえるでしょう。

発想を転換（農業サイドから商業等の中小企業支援サイドの活用）することの必要性をこの青年農業者たちから学ぶことが出来たのでした。