解　説

二十一世紀 農業は花形産業

ー岩崎ゼミのアンケート調査よりー

専修大学北海道短期大学
元教授　　佐久間　衛

昨秋、青森県りんご協会の三上元参事を訪ねたところ、氏は「過去のりんご産業の危機は、品種更新を実行すればとか、特定の病虫害を解決すれば何とかなると言ったように、危機的状況に対する技術的対応策があった。しかし、今日のりんご危機は、具体的方策が全く見つからない」と言うのである。

ここではっと気がついたことは、「農業近代化路線を追うだけでは、問題の真の解決にはならないのではないか。長期的には生産性向上を志向しつつも、他方では発想を変え、消費者のライフスタイルや価値観の変化に着目し、二次、三次産業を取り込んだ農業の在り方を考えていくべきではないか」と言うことであった。そこで本稿においては、一つは消費者の価値観の変化に着目して農業の在り方を模索し、ついで経済的外部環境の動向から二十一世紀は、やり方次第で農業が花形産業になり得る可能性を展望してみた。

一．変わる消費者の価値観と農業

消費者の価値観は「物の豊かさから心の豊かさへ」と変わってきたと言われるが、そのことを裏付けるように、都市ではカルチャー教室が盛況だし、他方で農業へのグリーンツーリズムが増えている。高度経済成長時代は、電化製品や車を手に入れる事で満足してきたが、これからは自ら手足を動かし、自分らしさを創造する事で充実感を味わう時代に変わってきたのである。「心の安心」を求め、美しい農村型社会を作ってこそ人は幸せを感じる。

栗沢町のロッジ付き貸農園は、フタを開けてみたら十数倍の競争率だった。月々二万円のリース料を払っても、自らの手で野菜を作り、田園生活を楽しみたいと言う都会人がいかに多いかが分かるであろう。

既存の農家は生まれながらに自然の中で暮らしているので、農業所得の大小だけで農業を評価しているのではないだろうか。栗沢町で会った大阪出身のＯＬ経験のある農家の主婦は「農作業がきついと思っ

たことは一度も無い。冬の四ヶ月は、家族みんなでゆっくり休息でき、夫婦や子供達とのコミュニケーションも充分取れる、こんな事は都会のサラリーマン生活では到底考えられないことだ」と述懐していたことが大変印象的だった。農村に嫁いできて、収入は多少減っても生活全体の満足度は、農村の方が高いと感じているのである。

アメリカのサラリーマンは、早めに定年退職して田舎に移り、有機栽培で自家用の野菜を作りながら田園生活を楽しむライフスタイルが定着してきていると言われるが、国民経済が成熟段階に入り、脱工業社会に到達した先進国の消費者の一面を如実に物語っていると言えよう。

次に、価値観の変化は若者ほど敏感であり、そのことが高校や大学への進路に直接反映されるので、その点について触れておこう。

かつて、農業高校は、局限すれば落ちこぼれの収容所のような観があったが、最近は畜産動物学科とか生物工学科（バイオ技術）といったように学科の名称を変えたり、学校農場を市民に開放すると言った努力もあって、全国的に農業高校への進学率が増加傾向にある。また、各県にある農業後継者の養成期間である農業大学校においても、競争率は一・五倍に達しているという。

農業後継者が極端に少ない事実と矛盾することになるが、その内容は、非農家の子弟で農業に関心のある若者が志願者数を押し上げているのであり、農事組合法人への就職希望者が増えていることとも符合している。大学においても農学系学部の志願者減が、他学部に比べて小さいのも同じ理由による。

このように、最近の若者は、自然に恵まれた農村にあこがれを持っていると見て良い。彼らは「物の豊かさ」は当たり前のことであり、それよりも自然との触れ合いや都会生活におけるストレスからの解放を求めているのである。

ともあれ、農業経営もこれまでの「収益追求一辺倒」の価値観から脱して、農家生活そのものを楽しむ方向を併せて考えるべきではないか。庭づくりや花づくりは、土地があるのだからお手の物だし、動物が好きならポニーを飼うのも良いだろう。音楽が好きなら余市町在住の牧野氏のように「農民オーケストラ」活動に生きがいを求める生き方もあるのである。

さらに、消費者の価値観が変わってきているとすれば、都会人に憩いの場を提供するのも農業の役割であり、そして、農業者と市民との交流を通して市民に農業を理解してもらい、農業への応援団になってもらう事も可能である。また、そうした中から手づくり加工品や農産物の産直ビジネスも育ってくるのではないだろうか。

二、農業は花形産業に

東大名誉教授の今村奈良臣氏は、二十一世紀の農業は、花形産業になり得る客観的条件が備わっているという。

その第一は、世界的に見て、将来食糧不足になることは誰の目からも明らかである。中国が豊かになって肉の消費が増えると、飼料用穀類の輸入量が加速度的に増大すると見られており、それが世界の穀物需給関係に及ぼす影響は、極めて大きいと予測されている。しかも、地球上の農地の増大は望まれず、逆に砂漠化が進み、特に灌漑農地が塩害でどんどん減っているという。

日本の「コメ」は余っているが、その他の穀類については輸入大国である。したがって農産物の絶対量の不足は、農業が花形産業になれる第一の条件だというわけである。

次に、後継者が少なく、人材が希少資源なのは、農業が花形産業になれる第二の条件だとしている。空知の稲作農家では「後継者なし」の農家が七〇％にも及んでいる。昭和ヒトケタ組が引退したら、農家戸数は急減するであろう。一頃、日本の農業全体で学卒の新規就農者は、新しく医者になる者の数より少ないとまで言われていたが、最近は若者の価値観の変化と不況から、新規就農者は上昇に転じている。

しかし、それでも日本農業が担い手の側面から危機的状況に向かっていることは確かである。

第三は、農業はライフワークとして誇れる希少価値のある職業だと言うこと。その上、農業は国土、環境を保全する産業である。人間の生存に必要な食料を供給しながら、同時に国土と環境を保全すると言う産業は他に見られない。

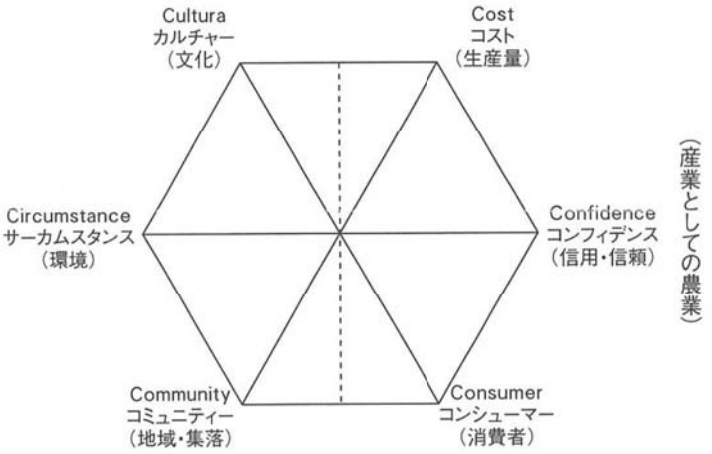
こういう認識に立って農業の六次産業化を進めていくことで間違いなく農業は、二十一世紀の花形産業になるというのである。農業の六次産業化とは、農業に二次産業、三次産業を取り込んでいくことであり、今村氏は、原料供給的立場から付加価値や雇用を都会の二次産業、三次産業から取り戻すべきだと主張する。

つぎに、今村氏は農業・農村の多面的機能を考えるために、図1を示している。六角形の頂点にあるCは、いずれも農業・農村問題を考える場合に大切な観点であり、自給自足の農業だったら、こんな六角形のことを考える必要は無い。しかし、農業も産業であり、産業というのは、物流と情報の流れが常に逆の流れになる世界だから、農業もそのことを無視しては成り立たない。そして、人間関係が感じられるコミュニティーも大事である。六角形の各頂点の価値は、勿論それぞれの対角線で結ばれる価値同士の関わり合いも大切である。例えば、生産コストはコミュニティーで結ばれているが、これは集落農場や農作業受委託組織の形成を意味し、文化と消費者との結びつきは、二代、三代遡れば、ほとんどの消費者の故郷は農村であり、農村の郷土芸能や歴史遺産は、都市住民にとっては都会では見られない宝物なのである。信頼と環境としての農村は、有機農業や畜産公害、農村景観等の問題に関わってくる。

今村氏は、以上のような三つの視点から、農業が花形産業になり得る条件を有していると見ている。そして現実に少数事例だが新しい動きが全国各地で起こっており、特に手作り加工における女性パワーには注目すべきものがある。「将来、日本は農業が消滅して、シンガポールのような都市型国家になるのではないか」とまで極論する学者もいるが、それは価値観の変化を無視した議論で、そうはならないだろう。それにしても、農村自体の主体的力量の形成が重要であることは言うまでもない。

図ー1

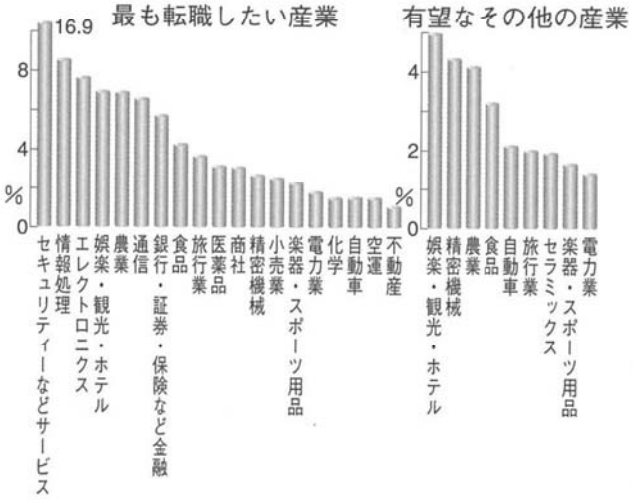
農業・農村の基本的価値と多面的機能（C…SIX農業・農村）



三、最も転職したい産業

図―2は、「来世紀初頭には、どんな産業を有望と見るか」をビジネスマン千人を対象に、日経産業消費研究所が尋ねた結果を示したものである。「エレクトロニクス」「情報処理」「通信」が上位を占めていることは当然と理解できるが、「農業」が銀行や商社を抜いて五位にあることには驚かれる方が多いだろう。この背景には、豊かになって消費者の価値観に変化が起こっているという事実があることに留意願いたい。すなわち、貧しい時代においては、所得の大小が人間の満足の第一の制約条件であったが、豊かな時代においては所得の大小よりも時間的ゆとりとか、自然との触れ合い、ストレスの有無、創造性による生きがい、そういった要素が、より人間の満足を左右する要因になってきたと言うことである。

図―2



次に、最も有望と思う産業を一つだけ挙げてもらう形で回答を求めたところ、図3の通りであった。ここでも成熟産業と言われる「食品」「農業」が七位、八位と上位に入ったことが注目される。次いで、最も有望な産業を除く「その他の有望産業」を尋ねたところ「娯楽・観光・ホテル」「精密機械」に続いて「農業」「食品」が三位、四位を占めた。

以上のアンケート結果から言えることは、農業は儲からないが、人間生活総体としての満足という視点からすると、農業を有望産業として位置づける人が多いことを意味しており、農業を「劣等産業」と意識している農業経営者には、この調査結果をじっくり検討して自問自答してもらいたいものである。将来へのロマンが無く"逃げ"の姿勢

図―3

からは、社会的要請に応える新しい農業は生まれてこないだろう。

農業が有望産業となるためには、二次、三次産業を取り込んだ方向への進化発展が望まれ、農村におけるハード（施設）以外のソフト（人づくり）分野の強化が強く期待されている。

四、生きがい型農業の視点を

これまで農業は、農業所得の側面からのみ農業を評価し、貨幣価値に換算できない自然との触れ合いや作物を育てる喜び、田園生活での諸々の利点を無視してきたのではないか。

空知の稲作地帯で七〇％が後継者不在であるというのは、その端的な現れであろう。永六輔は「都会が良いという幻想は、いやと言うほど分かっているはずだ」と言う、筆者の昔の教え子の若い後継者は、サラリーマンになって家を離れている者が多いが、それでいて「土地だけは売らないで、残しておいてくれ」と言っているそうだ。「いつかは農業に戻りたい」と言う願望を持っているのではないだろうか。

脱サラ組の新規就農者と既存農家との根本的差異は、前者が農業所得よりも精神的充実を求める「生きがい型」であり、既存農家にはその側面が欠落していることである。高学歴の新規就農者は、ロマンチストなるが故に逆に営農面でも成功していると言えよう。

かつての農基法は、欧米型農業を後追いする農業近代化路線であったが、新農基法では、農業の多面的機能にも目を向けた「生産性向上＋生きがい型」と、単なる近代化路線でないところに特徴があると言えよう。

二一世紀は、農業花形産業の時代としたが、それは座してそうなると言うことではない。日本農業はこれから先行モデルのない道を創意工夫で模索してゆかなければならない。そして、古い農基法が修正を迫られたのは、環境問題や国民の価値観の変化の視点が欠落していたが、二〇年先を見通すと今村氏の取り上げた課題が現実のものとなって来るであろう。そして、農業を花形産業へと育てる努力なしでは、将来の日本経済に明るい展望を見いだすことは困難であろう。暗い農業予測の多い流れに一石を投じる意味で、また、農業所得の大小だけで農業を評価する農業者の意識に再考を求めるべく一文をまとめてみた次第である。

表1　食料品を買う時に気をつける点

問2	一般消費者		有機購買者		札大生	
	人数	構成比(%)	人数	構成比(%)	人数	構成比(%)
1 新鮮さ	193	90.6	103	80.5	125	59.0
2 価格	121	56.8	22	17.2	174	82.1
3 安全性	45	21.1	85	66.4	30	14.2
4 原産地	22	10.3	33	25.8	6	2.9
5 味	11	5.2	6	4.7	35	16.5
6 見栄え	2	0.9	0	0	7	3.3
7 その他	4	1.9	1	0.8	2	1.0

表の訂正とお詫び

「地域と農業」第三二号の「解説」札幌大学経済学部　教授、岩崎徹「消費者意識の矛盾と食品表示」の五〇頁、表1「食品を買う時に気を付ける点」の表に誤植がありましたので上記のとおり訂正し再度掲載しました。

ここにお詫び申し上げます。

▶栗沢町クラインガルテン標識（国道沿い）