



「六次産業化」と北海道農業

一般社団法人 北海道地域農業研究所

副理事長
所長

黒河功

■ 政府による農林漁業の再生計画 ■

政府は、「食料・農業・農村基本計画」（平成二二年三月改定）に基づいて、戸別所得補償制度、食の安全安心、農山漁村の六次産業化などを柱とする取組方針を示し、平成二三年一〇月に食と農林漁業の再生推進本部によって「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」をまとめている。

このような取組方針は、わが国の農村地帯における現状における疲弊度が著しく厳しいものであり、食と農林漁業の再生を図るには一刻も早い具体的な取組を実際に進めることが喫緊の課題との認識をにじませながら、四次補正、二四年度当初予算も早く決定したいとの思惑もみえる。そのような「再生のための基本方針

・行動計画」においては、今後五年間（平成二三〜二八年度）の工程表も表されており、「目指すべき姿」実現への切り口として一〜七の戦略として示されている。

■ 再生計画における七つの戦略 ■

戦略一においては、持続可能な農業の実現のためには「平地で二〇〜三〇ha規模の土地利用型農業の実現」、「新規就農を増やすなど将来にわたる農業を支える人材を確保」、戦略二において、農業の競争力・体質強化を図るとして「農業の六次産業化、流通効率化による市場規模の拡大」、そのための「農林漁業者に対する技術・経営支援体制の整備」があげられている。

戦略三は、エネルギー生産への農山漁村の資源の活用を促進して「地域における再生可能エネルギーの生産・供給を促進する取組」、戦略四は、森林・林業の再生のために「木材自給率五〇%の達成に向けた森林・林業基本計画の推進」、戦略五は、水産業再生のために「収益性の高い漁業経営の実現」、「資源管理型水産業の構築」などである。

戦略六は震災に関連するもので「震災に強い農林水産インフラ構築」と「食料・飼料の安定供給体制の確立」、戦略七は原子力対策の取組内容となっており「検査態勢の強化や除染に向けた取組の推進」、「情報提供・技術指導の徹底」があげられている。

直接農業に関連するものは戦略一と二であるが、戦略六および七のように、東日本大震災を契機とする項目は、北海道にとつても認識を改めて真剣に取り組まねばならぬ課題といえる。

以上のような内容の「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」については、既に大方の評価が示されてきており、とくに目指すべき姿などは「美辞麗句に過ぎる」、「矛盾に満ちている」、「明らかにTTP参加が意識されている」などの批判もある。これまで政府がWTOなど国際社会で唱えてきた「多様な農業の共存」と、「高いレベルの経済連携」と両立しうる持続可能な農林漁業を実現するという再生計画が描く姿をいかに実現させえるのかと、疑問を抱かざるをえないからである。

しかしながらそのような疑問を抱かせながらも、現実には、「六次産業化」による事業化に取り組もうとする動きは進んでいる。本稿は、「基本方針・行動計画」の中で農業再生の目玉とされる「六次産業化」について焦点を当てて、改めて農業の産業化の取り組みのあり方について若干の整理を試みたい。

■「六次産業化」の経緯■

一次産業を基幹産業として位置付けている北海道にとつて、再生計画の目玉となっている「農林漁村の六次産業化」は、政府が提唱するまでもなく、従前よりの重要課題である。今回の政府による「六次産業化」構想も、前政権での『農商工連携推進』政策（農水・経産省）を引き継いだものであり、さらにさかのぼってみれば、「食料産業クラスター」（農水省・二〇〇五年）、産業クラスター（経産省・二〇〇一年）、地場産業総合振興対策（一・五次産業）（通産省・一九八〇年）などにまでその起源をたどることができ、とくに新しい発想のものではない。

具体的な「六次産業化」の狙いは、農業法人などが農業や畜産における生産だけでなく、加工・流通・販売まで取り組んで「経営の多角化」を図り、農業経営の所得向上のみならず、地域における雇用創出などの効果ももたらすなど、地域の活性化につながる

ることを意図しているが、既往の政策の目的もいずれもおおむね同じ意図であつたといえる。

以上のような農家の多角化について過去の経験でみると、問題は農業生産と切り離されたところの加工・流通・販売となつてしまふこと、あるいは肝心の農業生産部門がないがしろになつてしまふことである。

その反省も踏まえて、「六次産業化」で指定されている事業主体は「農業主導型産業化」と前提されており、六次産業の由来を「一次十二次十三次」という単なる寄せ集めではなく、「一次×二次×三次」という有機的・総合的結合であると、改めて明確化されている。農業、農村がゼロになつては六次産業が成らないからであり、「農業・農村」に由来する産業化を実現することが求められているのである。

また、かつて農林漁業に商工業的手法で何らかの付加価値を加えることについて「一・五次産業化」と称されて推奨された経過もあるが、今回の六次産業化は加工・流通にも農業者が主体的・総合的に関わっていくこと、あるいは農業経営ないし農家経営としてその過程を複合的に取り込んでいることが強調されている。

■ 多様な「六次産業化」の概念 ■

さて、北海道においては、規模拡大を図りながら農業生産を行つてきた専門的農業経営がほとんどであるが、生産過程以外の産業化を個別的に試みるには限界があるので、加工・流通などの機能は概ね農協が行つているのが、ごく一般的な構図であつた。

しかしながら、今回の「六次産業化」構想における事業主体については、高い経営戦略を有する経営者、地域を動かせるJA、農業生産法人、三セク、さらに助成企業（グループ）、NPOなどによる「六次産業化事業者」が事業主体となつており、単に個別の農業経営が自家の農産物の加工、流通、販売部門をもつというイメージといささか趣が異なるようである。

「六次産業化の展開方向と課題」（研究成果報告会資料・農林水産政策研究所六次産業化チーム・小林茂典、二〇一一）によれば、農水省による「農山漁村の六次産業化」は、「雇用と所得を確保し、若者や子供も集落に定住できる社会を構築するため、農林漁業者と加工・販売の一体化や、地域資源を活用した新たな産業の創出を促進」として、産業競争力を強化して所得増大と雇用確保を図つて地域活性化を促進することと、地域社会の維持再生や地域住民の生活向上を図つて地域活性化を促進することが、同時に含まれている。

このことから六次産業化をタイプ分けすると、事業の方向に関する視点として、①産業・ビジネス志向のものと、②地域・コミュニティ志向のものに分けられ、このことは地域との関わり合いにおける性格の違いともいえるが、二分されるのではなく比重の置き方の相対的な相違として把握できるとされる。

①は農業生産部門単体ではなく、加工産業や直売・レストラン・各種体験事業など三次産業と一体化・融合したものがイメージされている。②の場合には、例えば農村女性の生活改善グループを母体としてNPO法人による地域マネジメント組織的事業展開であり、直売所、道の駅、加工、レストランなどの収益事業を有し、そこから得られた利益の一部を生活支援や環境保全などの非収益部門に充当するなどがイメージされている。

同様に六次産業化のタイプ分けとして、事業内容に関する視点からは、①流通チャネル活用タイプと②交流タイプ、③その双方を行う複合タイプがあげられている。さらに六次産業化において中心となる農産物カテゴリー（野菜、果実、畜産物、米、麦類、大豆など）によってもタイプが分けることができるとしている。

このように見てくると、同じく「農林漁村の六次産業化」といつても、それを実行する主体の性格、事業の方向性、事業内容、中心となる農産物カテゴリーによって種々多様なタイプがみられるのである。

いずれにせよ、いかなる名称であっても、農業生産に付加価値を加えるという試みは、北海道においてもこれまでにいくどもなされてきたといっても過言ではない。そこでいま必要なのは、それらの試みがどうして期待したほどの成果がえられなかったかについての徹底した検証作業であろう。それらを踏まえて、いずれにしても、北海道が持つ条件の中で、私たちがこれらの主旨をどのように具体化していくかが今後の課題である。

■ 北海道農業の再生・発展のための要件 ■

前述のように、わが国の農業・農村が高齢化の一途をたどり、後継者の不足もあつて農家戸数が年々減少し、耕作放棄地の増加も懸念される厳しい状況にあるという、農業・農村構造の屋台骨というべき「担い手と農地」の確保が困難になっていることは、北海道といえども同様の傾向を示している。現状は、近年になって戸別所得補償制度など各種措置が講じられる中で、最小限の農業者数によって分散する農地を寄せ集めたにすぎない規模拡大によって、辛うじて専門的農業が営まれているに過ぎないといえる。

このことから、生産から加工、流通・販売までの多様な過程を個別的に行うよりは、農家間の同志的組織化の下で取り組む方が、何かと便利でありかつより効率的であることは間違いないとこ

ろであろう。

また北海道は一般的に市場からは遠隔地となるので、日常的な「交流型」産業化は限定的となりやすい。したがって農協などを媒介とした流通チャネル活用型のみが中心となりがちであるが、今後「交流タイプ」も積極的に視野に入れ、流通チャネル活用型と交流型との複合タイプを心掛ける必要がある。

「交流型」を目指すには、リピーターの確保が不可欠であり、また消費者との「共創関係」^{注)}なども構築する必要がある。北海道の観光産業は、景観および食材・食べ物などは一流だが、もてなし・気配り・ホスピタリティなどはよくないといわれている。また、いまのところ北海道へのリピーターは好きな季節がそれぞれ固定しているように思われる。四季折々の魅力アピールできるように努力を重ねて周年的な事業化に結び付ける必要がある。

以上のように、北海道農業の再生のためには、農産物を送り出すだけではなく人の交流を活発にして、その中で農業の積極的な展開・存在感を示す方法を目指していくことは、重要な方向であるといえる。同時に、今後とも北海道農業が国に必要な食の調達に多大な貢献をなし、かつ担い手が自立的な農業経営として持続していくためには、常なる技術革新はもちろん、流通条件などを整備していく必要があり、また、農村社会機能の充実化など、担い手を確保し再生していくための厚生的機能なども備えられな

ければ、将来ともに持続的な農業・農村社会システムの維持は保証されないといえる。何にもまして、分厚い担い手層の確保が前提条件であるからである。

注) 共創 (co-creation) : 商品やサービスの開発過程において顧客を巻き込むことよって、より良い商品を作りだそうとする試み。そこでは新しい商品開発の企画段階から、顧客の意見を反映させ顧客を商品企画に直接関与させてしまう。化粧品、食品など、嗜好性の高い商品開発において有効な方法である。重要なことは、開発企画するものが新商品やサービスの基本コンセプト(あるいは基本的なデザイン)を明確に提示することである。