

# 地域再生の力ギを握る

## 「地域複合アグリビジネス／六次産業化」について

東京農業大学 オホーツク美学センター長・教授 黒瀧秀久  
東京農業大学 オホーツク美学センター 研究員 菅原優

### 一・はじめに ━ 衰退する地域の再生の力ギは人材力 ━

現在、農業・農村の六次産業化や農商工連携といった取り組みが注目されている。大規模で專業農家が多い北海道では、農家戸数の減少が地域コミュニティの衰退へと直結する事態が起きている。地域における人口の減少、若者の流出を食い止めるには、暮らしていける生活の場、すなわち雇用の場を創出していくことが課題であろう。また、広大な経営資源を維持管理し続けるためには、高度に機械化が発達したとしても、それらを有効活用し、様々な主体と連携できるコミュニケーション能力や事業構想力が求められてくる。

本稿では、第一に北海道で進みつつある地方の衰退のなかで、地域再生に必要な潜在的地域資源の有効活用の必要性を述べ、第二に東京農業大学生物産業学部で実践している『オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾』の取り組み成果を紹介し、第三に一〇月から新たに札幌を中心に開講する『アグリビジネスMBA 実学！6次化リーダー養成塾 in SAPPORO』の概要を紹介し、衰退する地域再生の力ギは人材力の向上にあることを述べていきたい。

## 二・北海道の地域再生に必要な潜在的な地域資源の有効活用

北海道の産業構造は広大な面積を有し豊富な資源に恵まれた環境にありながらも、その経済構造の特質、すなわち生産面における原料供給（農林漁業、石炭、鉱石など）、生活関連製品・加工組立製品などの完工工業製品移入の構造によつて、北海道で実現した所得が府県に移転し、開発投資資金がそれを穴埋めするという構造が指摘されている。

そのなかで北海道農業は、豊富な農畜産資源を基盤に“食料生産基地”として展開し、経営規模の拡大が進展した。しかし、その一方で数多くの離農が発生し、多くの農山村地域では人口の流出や少子高齢化・過疎化が着実に進行しており、もはや個別の経営問題にとどまらず、地域コミュニティの維持、産業振興や雇用の創出、地域の再生といった課題を抱えている。さらに農産物に対して一次加工は行つても最終製品にまで仕上げることなく、原材料の供給に特化した産業構造となつていて。

本稿で対象としているオホーツク地域においても、第一次産業に立脚した産業構造となつていて、二〇〇六年時点での農業生産額は一七一、一三〇百万円、漁獲高は五一、七二〇百万円となつており、これらの合計額は北海道の一六・七%を占め、十勝地域に次ぐ地位を占めている。一方、製造業出荷額は四二四、七九六百万円で北海道の七・四%にとどまつていて、そのうち食品製造業のウエイトは五八・一%と高いが、この地域の食品製造業の付加価値率は二一・四%と北海道平均の二九・七%、全国平均の三七・五%に比べて低い水準にある。さらに入口は一九六〇年の四二・五万人から二〇〇五年の三二・四万人

へと大きく減少（マイナス二三・六%）している。

こうした問題をクリアするためには、潜在的な地域資源を有効活用し、原料供給型の低次加工に止まることなく、さらなる高次加工による地域の特産品開発やマーケットインタイプの「売れるものづくり」に挑戦し、やがては地域ブランドの形成へとつなげ、地域の自信と誇りを取り戻し、北海道から全国各地へ発信していく必要がある。

また、二〇一一年三月には農林水産省が「6次産業化法」を施行して、新商品の開発や販路拡大に必要な資金の支援制度が用意された。しかし、多くの地域にはそれらの制度を活用し、地域の加工業やサービス業と連携したり、潜在的地域資源の高付加価値化を実現したり、地域をマネジメントできる人材はなかなか育つていらないのが現状であろう。

そもそも現在において既に農山村地域で生産・加工・販売に取り組んできた農業経営者は、流通制度や農地法制の改変を感じ、国内外の経営環境の変化に適応して果敢に挑戦し、事業の多角化に取り組んできた人たちである。さらには消費者をはじめ、様々な業種と連携するコミュニケーション力や事業構想能力など、優れた企業家マインドを持つ人たちである。こうした事業化や新たな起業化は、資金調達や投資のタイミング等、優れた知識と技能、経営判断能力がなければ成し得ないことである。

すなわち農業・農村の六次産業化や農商工連携といった地域複合型のアグリビジネス展開や地域再生の取り組みも、結局の

ところは、人材育成に帰結するのである。

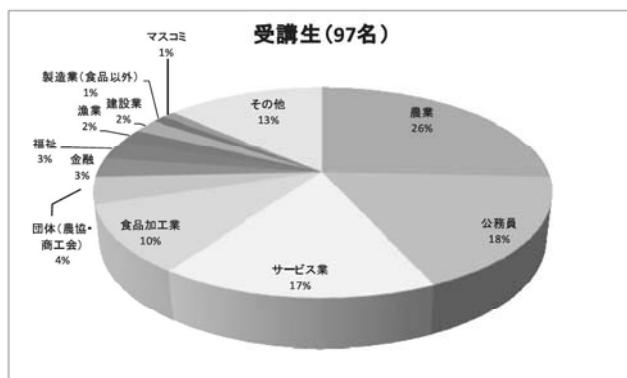
### 三・オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾の取り組み

網走市と東京農業大学生物産業学部では、文部科学省の平成二年度「地域再生人材創出拠点の形成」事業の採択を受け、平成二二年度から地域資源を利用した新商品開発や起業化・事業化に必要な知識や技術を身に付け、地域活性化に貢献する人材を育成するための社会人向けの人材育成講座（受講期間二年間）『オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾』（以下、『創成塾』と称す）を実施している（平成二五年度で事業終了）。

現在、第一期生の修了生「オホーツクものづくりマイスター」が二三名修了し、第二期生・第三期生の六六名が本講座を受講している。因みにこれまでの第一期から第三期生を合計すると九七名に達しているが、男女比率は、男性六九%、女性三一%となっている。年齢層は一〇代から六〇代まで幅広い年代層にわたつており、五〇代が二七%、四〇代が二四%、三〇代が二一%の順に多く、次世代を担う若手にも活躍が期待される。職業別（図1）では、農業が最も多くて二六%、次いで公務員が一八%、サービス業が一七%、食品加工業一〇%、となつてている。その他にも団体（農協・商工会議所）、金融、福祉、漁業、建設業、製造業（食品以外）、マスコミなど、多彩な顔ぶれとなつてている。農業の場合には、これから農産加工に取り組む計画を有している方や既に農産加工や直接販売などに取り組んでおり、さらなるステップアップを目指したいという意欲的な人たちが受講している。

れるように担当教員が指導している。

また、受講生はカリキュラム以外にも個々の商品化や事業化のテーマを「課題研究」として取り組んでいる。大学側では、受講生個々の「課題研究」に関連した製品開発の技術相談や企画内容へのアドバイス、試食会やイベントの紹介、販路開拓等、様々なサポート支援を行つていている。現在、試食や商談、テスト



注：第1期、第2期、第3期受講生の入塾時の職業

図1 職業別で見た受講生

講座におけるカリキュラムの特徴（図2）は、座学のみならず演習や実習を含むなど実践性に配慮し、地域で先進的な取り組みをしている経営者の実践を聞いたり、食と農にかかわる企画やコンサルティングや地域ブランドづくりで実績のある方を外部講師として招き、グループワークやプレゼンテーションを行うなど、コミュニケーション能力や事業構想力を身に付けられるよう努めている。

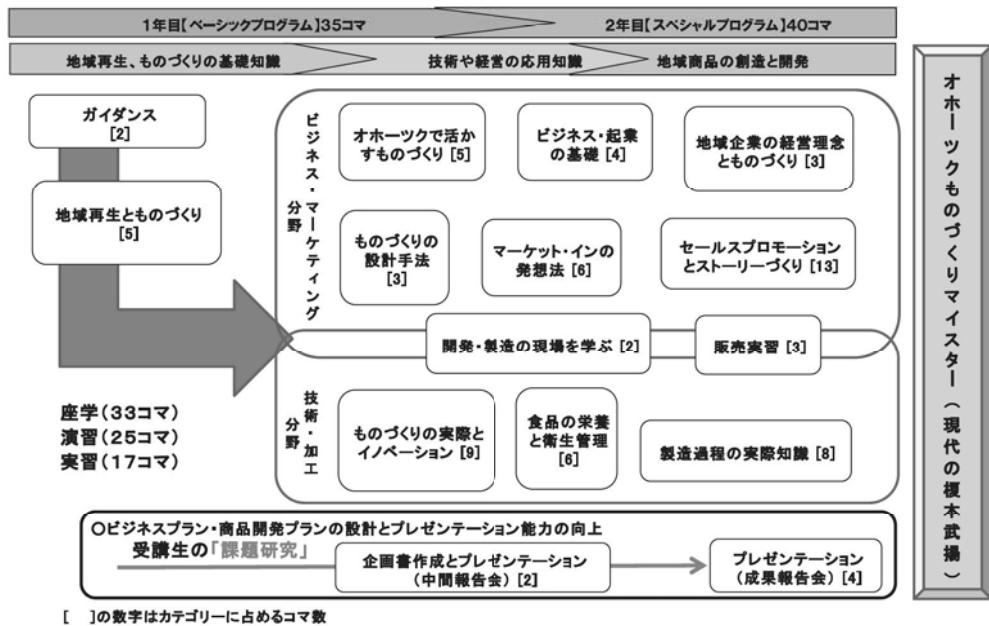


図2 オホーツクものづくり・ビジネス地域創成塾のカリキュラム



写真1 道の駅「はなやか小清水」で土日限定販売（5～10月）のじやがいもスイートポテト

販売等を経た受講生による製品開発は一三品目におよんでいる。小清水町の道の駅で土・日限定販売した「じやがいもスイートポテト」（写真1）は、午前中で売り切れるほどの人気商品となつた。また、地域の資源を活用した新商品開発や新事業創出には、個別の経営努力だけではなく、異業種交流による受講生同士の取り組みも生まれてきている。例えば、網走市で障がい者支援に取り組む受講生が開業したうどん店「喜多夢楽（きたむら）」で使用する食材は、受講生が生産するオホーツク産の無農薬玉ねぎやナガイモ、川エビ、白身魚などである。また、東京から網走市に移住した受講生が人気を呼んでいる（写真2）。また、東京から網走市に移住した受講生が市内の施設を活用して、期間限定の「アンテナC a

醤油などを活用して「オホーツク

かき揚げうどん」をメニュー

化し、その後も地場産の食材を活用したメニュ

ーを開発が人

気を呼んでいる

（写真2）。

fe」を開業し、地場産食材でメニュー開発をして提供した。

ときには農業に従事する受講生に、直売の機会を提供して消費者と交流する場を双方でつくりあげている。今年は受講生の開発商品を販売するイベント「アンテナカフェ農大デー」(写真3)を実施するなど、受講生の開発商品の情報発信と集客などに工夫を凝らしている。

『創成塾』で学んだ受講生の声をレポート等から記載すると、「これからオホーツクの農業を様々な視点からとらえ、連携することが必要だと感じた」。

「北海道での六次産業化は、地域の資源を宝として、価値としていかに利用できるか考える機会となり、とても興味深い内容

だった」、「道東三大学の合同セミナーに参加して、様々な人と知り合いになり、交流の輪が広がった」、「ビジネスプランづくりを通じて新事業を展望することができた」などがあげられる。また、「六次産業化法」に基づく総合化事業計画の認定を受け農産加工に挑戦している受講生もいる。



写真2 賑わいを見せるうどん店「喜多夢楽」



写真3 アンテナカフェ農大デーでは生産者による野菜等の販売

## 四・おわりに

### —アグリビジネスMBA 実学！6次化リーダー養成塾 in SAPPOROの開講—

『創成塾』を主宰する東京農業大学オホーツク実学センターでは、『創成塾』を通じて期待されることとして、第一に高度な技術やビジネス感覚を有し、「ものづくりマインド」に満ちた「オホーツクものづくりマイスター」が多く輩出され、様々なネットワークを構築して活躍すること。第二にそうした優れた人材の手により「オホーツク・ブランド商品」が開発され、農産物や水産物をはじめとした地域資源の有効利用と高次加工による付加価値向上が実現され、それが地域の産業振興に結びついていくこと。第三に東京農業大学と地域における人材交流がさらに活発化し、より地域に開かれた大学として、産・学・官コラボレーション、そして人材交流の拠点ネットワークの形成に結びついていくこと。例えば、受講生同士の異業種交流を通じて、ビジネスパートナーを見つけるなど農商工連携のネットワークが形成されることが期待される。地域間を超えた人材交流にも地域活性化の活路が見いだされるのではないだろうか。

こうしたなか、東京農業大学オホーツク実学センターでは、オホーツク地域を中心にこれまで培ってきた美学的教育・研究基盤を生かして、北海道全域にフィールドを拡大すべく、札幌

サテライト・オフィスを立ち上げ、「ふるさと起業塾」事務局として地域の起業家一〇〇人を輩出した実績を持つ株式会社農都共生総合研究所（代表：川辺亮 本社：東京都中央区）、北海道内の人材育成について豊富な経験を有するneeth株式会社（代表：石井宏和 本社：北海道札幌市）と連携して、平成二四年一〇月より、「アグリビジネスMBA 実学！6次化リーダー養成塾 in SAPPORO」（平成二四年農林水産省新事業創出人材育成事業／北海道プロソク委託事業）を開講することとなつた。事業構想と経営マネジメント、マーケティングを重視したカリキュラムとなつており、農林業や商工業の経営者、普及指導員、農学・経営学の学生など、のべ最大九〇名を募集する予定である。多くの方々のチャレンジを期待したい。これらの取り組みを通じて、農業の六次産業化や農商工連携の担い手、地域資源を活用した新商品開発に取り組むイノベーター、新事業創出に取り組むビジネスクリエーター、新製品開発や新事業をサポート支援するコーディネーター、地域活性化のアドバイザーやプランナーを育成し、地域を再生するための人財育成・交流の拠点づくりを目指している。