

くらしと協同の本

斎藤 修 著

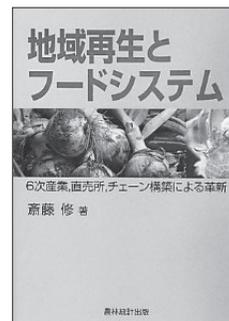
『地域再生とフードシステム —6次産業、直売所、チェーン構築による革新—』

【BookData】

発行 農林統計出版 2012年4月 219ページ

値段 2,200円 + 税

ISBN : 978-4-8973-2251-3



評者：北川 太一（福井県立大学教授）

6次産業化などへの関心の高まり

近年、農商工連携や農業・農村の6次産業化への関心が高まっている。農商工連携は、地域の農林水産業と商業・工業が連携して商品開発や販路開拓等を行うことであり、6次産業化は、農林水産業が生産だけにとどまらず、生産物を原材料とした加工食品の製造・販売や観光農園を展開するなど、第二次・第三次産業まで踏み込むことである。特に後者は、高付加価値化の実現により農林水産業を「成長産業」とする戦略としての期待が一部にあり、輸出振興も含めた日本農業の国際競争力の強化策として強調される場合もある。

また、近年の農産物直売所は、卸売市場流通における規格外品の有効活用や高齢者の生きがい対策にとどまらず、加工・レストラン部門の併設や、農業生産法人などの企業的経営体が自らの多角化戦略の一環として運営するなど、その位置づけが変わりつつある。

こうした状況の中で著者は、早くからフードシステム（生産から加工・販売・消費に至る段階間での連携様式）の視点に着目し、再生産が難しい川上（生産）の分野が、川中（製造・加工）、川下（小売・外食）への統合をはかる必要性を論じてきた。著者による「地域内発型アグリビ

ジネス」の概念は、農業者が食品企業などと連携しながら生産地域の労働力や原材料（食料）を地域資源として有効活用することで、重要な課題となっている。

本書のねらいと概要

本書は、近年、政策的にも重要性が高まっている6次産業化や農産物直売所の問題に焦点をあて、具体的な事例分析に基づきながら「地域再生」戦略として諸方策を論じたものである。6次産業化を個別経営体内での高付加価値化の問題に収れんさせるのではなく、地域資源の有効活用に伴う地域レベルでの所得最大化を目指すことが地域再生につながるという視点を重視する。そして、食料産業クラスター（生産から加工・販売に至るまで、地域の食材・人材・技術等の資源を有効に結びつけ、新たな製品・販路・地域ブランドなどを創出することを目的とした集積群）、サプライチェーン（効率性を目的とした情報も含めた供給の連鎖）とバリューチェーン（実需者・消費者への価値提案や支援を強化することを目的とした調達・生産・加工・流通・販売のチェーン化）との統合化問題、さらには、農産物直売所が有する経済・社会的拠点化（ネットワーク化）の機能に着目している。

以下、本書の内容を概観しておく。

第Ⅰ部「6次産業と食料産業クラスター」では、6次産業化を進めていくうえで、農業者と食品関連企業間との連携の問題など六つの論点を指摘したうえで、6次産業化と食料産業クラスターの地域レベルの結合が、地域の自立化戦略を遂行するために有効であることを論じている。

第Ⅱ部「流通システムの変化とチェーン構築」では、小売（量販店）主導型の流通システム、ならびに産地側のマーケティング対応と製品差別化戦略の分析を踏まえて、フードシステムを形成する主体がウィン・ウィンの関係で利益を配分するためには、サプライチェーンとバリューチェーンの結合と地域ブランドの形成が不可欠であると指摘している。

第Ⅲ部「直売所の新展開とバリューチェーン」では、消費者との交流や食育、地元の食材を活用した地産地消の推進など、物販だけにとどまらない直売所の原型を確認し、近年の直売所が消費者はもとより食品加工業、外食・中食企業、学校給食、福祉施設など多様な連携によるバリューチェーンを構築していることを明らかにしている。

直売所の新しい展開をめぐる

このように本書の特徴・貢献は、フードシステムの観点から、6次産業化、直売所などの問題を地域再生戦略として位置づけ、そのための方策として、サプライチェーンとバリューチェーンとの結合や食料産業クラスター形成の意義を論じている点にある。記述の方法は、パルシステムによるJA ささかみとの提携や「こめ豚」「こめ鶏」など、生協も含めた豊富な事例が紹介されており参考となる点が多い。ただし、著者の豊富な蓄積のあまり、あらかじめ設定された仮説（検討課題）なのか、事例を通して得られた知見なのかが、読み取りにくい点があると感じた。

また、末尾には本書を貫くキーワードの解説があり便宜がはかられているが、その一方で、「平易な内容にすることを心がけ、理解を進めるために」（218 ページ）注釈や引用文献が一切割愛されてしまっているのは、読者にとってはかえって不親切ではなからうか。

いずれにせよ本書は、生協関係者にとっても多くの点で示唆に富むものであろう。評者が特に関心を持ったのは、近年の農産物直売所が多様な展開を示している点である。

「直売所によっては、農業生産法人の育成まで行い、非農家が加工事業への参加を契機に農家として農業に参入するケースもあり、これまで以上に直売所と農業生産との関係が深まっている。加工・惣菜の商品についても、起業した女性を担い手として、特定売り場における個人の占有率が高まっている。」（134 ページ）という記述からわかるように、最近の直売所が農業生産の拡大に積極的な貢献を果たしている点に注目したい。

例えばJA 紀の里（和歌山県）の直売所「めっけもん広場」では、大規模化に伴ってNPO 法人も含めた加工グループが急増し、非農家が農地を取得して農家になった例もあるという（165、184 ページ）。また福岡県の「ぶどう畑」では、農業生産法人を設立して生産部門を拡大し、企業と連携した製品開発を展開していることが紹介されている（165 ページ）。

このように農産物直売所が単なる店にとどまらず、食と農、消費者も含めた地域の多様な主体と生産者を結び、農業の裾野を広げているとすれば、極めて望ましい姿である。こうした直売所の新展開がどのようなプロセスをたどって実現するのか協同組合や地域の住民が果たす役割など、明らかにすべき研究課題は多い。