

# 青森県における6次産業化の展開効果と課題

加 来 聡 伸・矢 野 峰 生

## I. はじめに

近年、農業法人や地域農業の多角化をめざす6次産業化や農商工連携に対する関心の高まりとその実現に向けた期待が寄せられている。政府は、2013年2月18日に行われた第2回産業競争力会議において① 需要のフロンティアの拡大、② 生産から消費までのバリューチェーンの拡大、③ 生産現場の強化を「攻めの農林水産業」と称した三つの戦略の方向を提示している。これを推進するための農林漁業成長産業化ファンド（通称A-FIVE）を2013年2月に開業するとともに、医食農連携による多様な業種との連携強化を掲げている。当然、このような展開は、先のTPP（環太平洋連携協定）への交渉参加を前提としたもので、国際競争力の強化を図ることを目指したものだといえる。

一方で、農業経営体の形態も変化しつつある。依然として家族経営はわが国だけに限らず各国農業の支配的形態をなしているが、従来考えられてきた家族農業経営とは異なる様相を示すものが増えており、企業経営への接近と捉えられるような事象が増えてきた。また、農地法の改正で農地リース方式が採用されると、農業生産法人による企業経営が伸長してきている。しかしながら、このような展開は総体的にはわずかな動きであって、経済システムの転換をもたらすほどのドラスティックなものとは言い難い。このような動きは③の生産現場の強化に関連するところであるが、特に、中山間地域では人口の減少、農業生産者の高齢化、農家世帯員の減少、農業後継者の不足などの要因があるため、生産現場の強化を考えるには、中山間地域の問

題を抜きにはできない。

いずれにせよ、このような観点でみると現在の6次産業化は二つの形態がある<sup>1)</sup>。一つは自己完結型による農業経営体の規模拡大路線である。この自己完結型は、財政の補助金を始めとした下支えにより、規模の拡大化をはかり農業生産法人によく見られる形態である。この形態は自身の企業内に各部門を設置し、生産、加工、流通、販売を貫徹させて展開していくものである。そしてもう一つは、小規模ないしは中規模に展開する農業経営体によく見られる形態で、生産、加工、流通、販売を地域内の各産業間で結びつける地域連携型がある。これらの農業経営体は、自己の資本量の限界から規模拡大の選択は行わず、他業種との連携によって個別経営体の所得をあげると同時に、地域全体の振興策としてとりくまれているという展開である。そこで本研究は、6次産業化論の先行研究を整理し、青森県における2つの事例研究を取り上げ、6次産業化を展開している効果と課題について考察する。

## II. 農林水産業の6次産業化をめぐる問題

### 1. 今村奈良臣の「農業の6次産業化」理論

周知のとおり「農業の6次産業化」を提唱したのは今村奈良臣である。今村の提案した「農業の6次産業化」は、「近年の農業は、農業生産、食料の原料生産のみを担当するようにされてきていて、2次産業的な部分である農産物加工や

<sup>1)</sup> 福田 晋「6次産業による農業成長産業化は可能か」『農業と経済』vol. 79, No. 9, 昭和堂 2013年10月, P.52を参照。

食品加工は、食品製造関係の企業に取り組み、さらに3次産業的分野である農産物の流通や販売、あるいは農業・農村にかかわる情報やサービス、観光なども、そのほとんどは卸・小売業や情報・サービス産業、観光業に取り込まれているのであるが、これらを農業、農村分野に取り戻そうではないかという提案<sup>2)</sup>から、“1次産業+2次産業+3次産業=6次産業”という定式を提案した。その後、掛け算にすることで①6次産業化の構想自体を失わせない(“ $0 \times 2 \times 3 = 0$ ”), ②各産業間の連携強化によって農業所得の向上を図る, ③農業部門だけでなく、加工部門、販売・流通部門で雇用の創出、所得の向上を図るという狙いから“1次産業 $\times$ 2次産業 $\times$ 3次産業=6次産業”とした。そして、この理論的根拠としているのは、Colin G. Clarkの「ペティの法則」であり、「ペティの法則」が貫徹している日本において市場を農村・農山村に引き戻す考えを示したのである。

## 2. 農山村の産業間の連携に関する先行研究

今村の「農業の6次産業化」は、以前から農山村では行われてきたが、わかりやすい提案によって今日では6次産業化構想が全国へ広まっている。そのため、地域活性化策という観点に立てば、一村一品運動、農商工連携、6次産業化が1980年代から今日まで日本の農山村では取り組まれてきており、それらの活性化策の評価が改めて問われなければならない。つまり、第1次産業を基幹産業とする農山村では、限られた地域内の資源(ヒト、モノ、カネ)を如何にして活用し、そのためにはどのような各産業間との連携を図り、継続的に事業を展開させてきたか、あるいは産業間との連携がどのように硬直化してしまったのかを明らかにすることが必要である。ただし、一村一品運動は、地域間での産業連携において主に生産と加工の連携に

よる動きであったのに対して、農商工連携および6次産業化は流通、販売までを含む連携である点は一線を画するものである。そういった意味では、農商工連携および6次産業化は、80年代から実施されてきた反省の上で展開されてきたといえる。

このような背景の中で、農商工連携および6次産業化の取り組みにおける先行研究は、ポーターの産業クラスター論を応用した研究が行われてきた<sup>3)</sup>。このクラスター理論は、空間経済学あるいは産業集積論的側面が強く、地域経済学分野の中でも地域活性化策として応用されてきた<sup>4)</sup>。しかし農業分野においては、組織間や企業間のネットワークや提携・連携による共同商品開発といった価値創造の「場」をクラスターとする研究がなされてきた<sup>5),6)</sup>。

しかしながら、このようなクラスターはフェアな関係において形成されない場合があるとす。従来の農業生産者と食品企業は、原料供給者と需要者という企業活動の側面だけで連携がなされてきたとして、それは単にモノを中心とした連携であって双方にメリットがある状況までに至っていないとされる。斎藤<sup>7)</sup>はこのような状況を「企業産業側の「資本の論理」による農業側の「支配従属関係」の形成」と危惧し、その後の研究において、6次産業による、4つのコンフリクトを指摘している<sup>8)</sup>。第1に、地

<sup>2)</sup> 今村奈良臣「農業の6次産業化の理論と実践の課題」『ARDEC』No. 47, 一般社団法人日本水土総合研究所, 2012年12月, P.2より引用。

<sup>3)</sup> 日本農業経営学会編「第3章 農業経営研究の新たな分析対象の評価と展望」『農業経営研究の軌跡と展望』農林統計出版株式会社, 2012年2月, pp.199-201を参照。

<sup>4)</sup> 例えば、中村剛治郎編『基本ケースで学ぶ地域経済学』有斐閣ブックス, 2008年1月

<sup>5)</sup> 藻谷浩介「りんごクラスターの日米比較」, 山崎朗編著『クラスター戦略』, 有斐閣, 2002年, pp.208-223

<sup>6)</sup> 日置弘一郎「第3世代の経営学」赤岡功・日置弘一郎編著『経営戦略と組織間提携の構図』中央経済書, 2005年, pp.223-235

<sup>7)</sup> 斎藤 修『食品産業と農業の提携条件』農林統計協会, 2005年, pp.1-14

<sup>8)</sup> 斎藤 修「3章 6次産業の新たな役割と地域活性化」『農商工連携の戦略—連携の進化によるフードシステムの革新—』農文協, 2011年3

元商工業者との間に、レストラン・店舗などで類似する業態が展開されることから、地域の産業間で衝突する可能性がある。第2に、地域内発型の設立条件が満たされなくなるのは、原料・食材調達の広域化であり、加工事業や店舗事業の高収益追求は、しばしば地元や国内の生産とのフードチェーンを弱めることになる。第3に、事業部ごとの多角化の進展と収益性の格差がある。短期的な視点では、収益性の高い加工に経営資源が集中しやすく、収益性の低い生産部門や交流部門が縮小されやすくなり、チェーンよりも連携によるアウトソーシングが追求される場合がある。第4に、地域外との食品・関連企業との連携による経営資源の依存関係が強まると、取引依存度の高さや資本出資割合によって農村サイドの経営体は、中核となる経営資源の役割が減退し、またパートナーシップの関係が失われ、系列化の可能性が発生することもあり得るとする。

これらの要因は、クラスターの形成に対する阻害要因として重要な視点である。そのため、クラスターを形成し、持続的に連携を進めるためには、お互いの状況や求めているものを理解し合い、商品やサービスをともに創造でき、企業や産地として成長できるような長期的な視点に立った地域マネジメントが企業の経営戦略に必要なと考えられる。このような関係を張<sup>9)</sup>は「互酬的關係 (mutual equivalence structure)」と指摘し、企業や組織が提携するための条件の一つとしている。また、同様な考え方として、後藤<sup>10)</sup>は「共創」という概念を導入し、異業種連携や農商工連携の基本的な考えを示している。この「共創」は、関係主体の連携による価値創造の概念と同義とされ、異業種が連携

し、新たな価値創造をしながら成長するための基本的な考え方とされる。このうえで後藤<sup>11)</sup>は各主体がウィンウィンの関係を構築する共創的連携のポイントを8点指摘している。すなわち、① 経営・企業として自立していること、② 自社の強みとなるコア・コンピタンスがあること、③ 相互理解が図られていること、④ 価値観や情報を共有していること、⑤ 目的や目標の共有が図られていること、⑥ 同じ「場」を共有していること、⑦ 相互に意思疎通ができる広いネットワークを有していること、⑧ あくまで対等な関係であること、としている。

以上は、『農業経営研究の軌跡と展望』を参考に農業分野における産業クラスターの研究を要約した。農業分野による連携は、支配従属的關係をまずは脱却することが求められ、当初の研究においては価値創造の「場」としてのクラスター形成の成功要因について研究された。

### 3. 6次産業化研究の拡大と今後の課題

今日の地域間連携は、異業種間連携の範囲がより拡大している。単に農業・食料のみの分野だけではなく、医療や環境、食育、観光などのこれまでまったく農業と接点を持たなかった産業および分野が結び付いている。そういった意味では新たな価値創造による新たな目的をもったクラスターが形成される。

このような状況において、農商工連携および6次産業化に関する研究では、連携による経済効果に関する研究がおこなわれている。例えば、杉田ら<sup>12)</sup>は、『農商工連携ベストプラクティス30』『6次産業化の取組事例例集【123事例】』『6次産業化先進事例集【100】等へのアンケート調査をもとに、因子分析等の数量化分析手法を用いて、農商工連携および6次産業化が、雇用

月, pp. 83-84 を参照。

<sup>9)</sup> 張 淑海『企業間パートナーシップの経営』中央経済社, 2004年, pp. 33-37

<sup>10)</sup> 後藤一寿「農業・食品産業の共創的連携によるビジネスモデルの模索」福田晋編著『西日本複合地帯の共生農業システム』, 農林統計協会, pp. 93-106

<sup>11)</sup> 後藤一寿「農業と食品加工の連携と共創を考える」『食農と環境』4, pp. 88-96

<sup>12)</sup> 杉田直樹・中嶋晋作・河野恵信「農商工連携, 6次産業化の類型的特性把握」『農業経済学会論文集』2012年, pp. 122-129 を参照。

を創出することにより地域活性化に一定の効果をもたらしていることを明らかにした。ただし一方で、多くの事例において新製品の開発が行われているものの、それが経営成果の向上に結び付くという結果は得られなかったとされた。

このようなことから、クラスター形成による産業間の連携には、一定の経済効果が現れていることが示されるが、このような効果を得ているネットワークはすべての取り組みにおいて成功しているわけではないし、商品開発が直接、経営成果に結びついていないことに留意する必要がある。この点について中村<sup>13)</sup>は、内発的発展論の視点から中山間地域における6次産業化の問題提起が挙げられている。中村は、6次産業化の取り組み自体には、基本的には賛成の立場を示すが、今日の地域では画一的に6次産業化構想が掲げられ、地域特産品の加工、ブランド化は、結局かつての一村一品運動と同じく、地域運動であっても、地域政策にはなっていないのではないかと危惧している。そのうえで、中山間地域に求められることは、グローバル経済のもとで、日本経済は加工貿易立国から海外投資・知識サービス立国へと転換しつつある中で、中山間地域を立て直す必要があるとし、「その方向のひとつは、中山間地域の rural 性をエコロジー発想から本格的に再生し、そこに urban 的発想を導入してサービス経済化戦略を柱にする中山間地域の新しい発展論の構築であろう<sup>14)</sup>と指摘する。

以上から今日の農林水産業の6次産業化の研究課題は、中山間地域のような地域資源（ヒト、モノ、カネ）が限られた地域において、6次産業化の取り組みがどの程度効果が発揮されているのかを明らかにする必要がある。付け加えるならば、生産現場の差が6次産業化の取り組み

の差となっているのか、その因果関係を調べる必要があろう。そのうえで、地域活性化策としての6次産業化を評価すべきであろう。

### III. 青森県の6次産業化の取り組み

本章では、前述で示した問題をより具体的にみていくために、自己完結型である津軽市の大規模園芸を経営しているM社と地域連携型である深浦町の第3セクターである深浦町食産業振興公社の取り組みを紹介する。両組織の取り組みは、いずれもヒアリングをもとに記述している。

#### 1. 株式会社Mの概要

M社の代表であるS氏は30歳まで市内のJAに勤めており、財務処理などをコンピュータで管理、システムの運営をする業務を担当していた。S氏は、当時からロックウール栽培の構想を考えており、独学で知識を習得されてきたという。実家の両親はもともとリンゴと水稲の生産をしていたが、S氏は、JAの退職を機に、両親から経営権を譲り受けるとそれとは別に100坪のハウスからミニトマトの水耕栽培を始めた。経営は平成元年から開始され、毎年300～450坪ずつ拡大させ、現在では3,000坪（温室ハウス24棟）の面積でミニトマト栽培をされている。栽培面積を増やしていく過程は、もともと実家が保有していた土地を利用して規模を拡大してきた。現在は、採算性を確保するため一部親戚からの借用地があるが、殆どが自作地となっている。そのため、リンゴと水稲栽培の土地を徐々に転換させて、自身のオリジナルによるハウスを設置されてきた。このハウスは当時、水耕栽培がめずらしく、かつ当時のハウス栽培用のビニールでは、耐久性が低く、面積が狭いなどの理由から自作で作ったものである。自作のハウスは、強度の高い鉄骨を使用することやビニールを二重にすることで耐久性を高くし、労働の効率化を考えて細長い設計にするこ

<sup>13)</sup> 中村剛治郎「中山間地域の内発的発展をめぐる理論的諸問題」『地域開発』通巻572号、一般社団法人日本地域開発センター、2012年5月を参照。

<sup>14)</sup> 中村剛治郎、前掲書、P.9より抜粋。

とで水耕栽培に適するハウスを自身の手によって設計されたものである。また、ロックウールも安い素材を利用したり、植物溶液なども試行錯誤を重ねるなど、実際にミニトマトの水耕栽培によって経営の採算性を出すまでに17年間かかっている。

M社の水耕栽培による作業工程は、大まかに12月から3月の期間まで、ロックウールの種付作業、ミニトマトの食品加工作業を行い、4月から6月までは育成作業、7月から11月までが収穫作業となっている。S氏は1年を通じて労働力をフル回転させるため、農産物の加工事業を始める必要であると考えられていた。そのため、県の加工センターや農業関係者のセミナーやシンポジウムなどの会合において積極的に参加し、6次産業化に関する情報や加工に関する情報を集めて、平成17年から自社の加工工場を設置することになった。また、同時に加工品開発の知識や技術なども習得するため、県の加工センターに通い、ネットワークを広げる活動を行ってきた。またこのほかに、冬のハウスの熱源を確保するために、廃タイヤボイラーを採用している。この廃タイヤボイラーは、同県内企業が住宅施設用に開発した温水循環システムを農業用に改良して、県内ではじめてビニールハウスに設置されたものである。このような新技術の導入においても地域企業間でのネットワークが形成されている。

このように本格化した現在の経営組織は、生産部門、加工部門、販売部門に分かれており、正社員10名、パート社員も10数名を雇用されている。年間のミニトマトの生産量は3,000坪（棟数24棟）に対して収量は100～110t程度である。年間の総売上額は1億円程度で、生食と加工品の割合は、生食の割合が8割、加工品が2割となっている。M社の経営戦略の特徴の1つに自社農産品のブランド化がある。M社が栽培しているミニトマトは、8割が赤のミニトマトだが、それ以外に緑や橙、黄色、紫といったカラフルな色の品種を栽培していること

が挙げられる。これらの品種は主にネット購入によるもので、海外産のさまざまな品種の種を購入し、水耕栽培によって安心・安全をPRしたものである。これらは、平成19年に東京のビックサイトで開催された、農業関係者の国産農産物の展示会「アグリフード EXPO」に参加し、大反響を受けたことがきっかけで販売チャネルが広がり、現在では首都圏を中心に、レストランや仲介業者に卸している。そのほかにも、ギフト商品としてカラフルミニトマトセットなどをインターネットで注文できるようになっている。生食に占める販売先は主に地元地域（JAや卸売企業）への販売が大半を占めるが、首都圏への販売先が増えることで、経営の戦略性が高くなり市場の影響に対し、柔軟に対応できる体制を作っているといえる。そのほかに、食品加工事業をスタートしたことにより、さまざまな品種による赤や緑や黄色などのミニトマトジュースが商品化できることで全国のトマトジュースなどとの差別化を図ることが可能となっている。

#### 1-1. 地元生産者やステークホルダーとの関係について

M社のステークホルダーとの関係をみると、基本的には行政関係者との間では、行政の補助金関係の事業連携がみられる。6次産業化の取り組みにおいては、カラフルな品種のトマトが注目され始めた頃、6次産業化支援事業について農政局役員からの紹介があり、食品加工機械をさらに充実させるため、平成23年度に6次産業化認定者となった。この農政局役員とは、先のセミナーやシンポジウムの会合において知り合った結果であった。6次産業化認定者になると、さまざまな紹介や講演依頼を頼まれるが、新たな出会いや異業種連携の可能性があることから、できるだけ受け入れる方針である。そのため、M社と行政との関係は、近づきすぎないような関係を維持されている。

そのほか、地元生産者との関係では、自社のミニトマトだけでなく、地域の生産者が作った

農産物（トマト、りんご、桃）を、ジャムやレトルトカレーなどに加工し、それを再び地元生産者が買い取るといったような一次加工の依頼を年間100件程度行っている。また、大規模な農業法人や仲卸業者からの依頼も受けており、地域の食品加工の拠点基地としての役割を担っている。なお、地域の生産者から農産物を買取る際は地域の市場値よりも若干高めで買い取り、少ロットからの依頼も可能であるとして、地元生産者からの信頼などが得られている。このようなことから、隣の市に新たな加工場を創設し、今後は、加工品の販売を軌道に乗せ、加工部門の自立を考えられている。

### 1-2. 小括

M社における6次産業化事業は、自らが周辺地域の食品加工拠点基地となり、地域農業の活性化に一役買っているといえる。現状は、生産から加工、販売までを自己完結で行っているが、同時に地域の生産者の6次産業化を援助する形となっている。今後加工部門の独立を果たすためには安定した原料確保が求められる。そのためには地域の生産者との連帯感を重宝していくことが重要であると考えられている。

また、廃タイヤボイラーの利用や自家製のロックウール栽培など、あらゆる面でコストの削減が図られている。M社の試算では、廃タイヤボイラーは、灯油等の燃料が約2,000万円/年かかるところ、約700万円で済んでいるという。さらに、自家製ロックウールは通常1坪約3万円かかるところを約4千円に抑えているという。このような技術的な革新を進めるに当たり、どのようなステークホルダーとの関係にあるのかは、追加調査の必要があるが、M社のS氏は、固定的なネットワーク関係を構築しているわけではない。新事業などを進めるための情報源を得ることは行っているが、これらはさまざまな関係を築くことによって、常にネットワークの形は流動性を持ったものである

といえる<sup>15)</sup>。

## 2. 深浦町食産業振興公社の概要

平成初期の深浦町は、誘致企業の撤退、公共事業の削減、農業や漁業の生産量が衰退するなど、国の経済成長の低下とともに深浦町の経済も厳しい状況下にあった。この状況を打開するため、深浦町は、町の基幹産業である1次産業を主体に食品加工特産品を開発し、持続的な産業を創造することを目指した。そのため、町内では平成12年に町の特産品をつくる事業化がスタートし、深浦町を代表する「雪人参」が特産品として生産されるようになった。しかし「雪人参」は、農家がJAに出荷後、2次・3次産業の段階で町外に流通するため、町外の雇用創出や経済効果を生む結果となった。そこで、次に食品加工の必要性を地域政策に据えて、深浦町では平成18年の特産品認定事業と平成19年の全国展開事業において、商工会議所役員をはじめ役場職員、観光業者、生産者組合によって農水産物の商品開発を行う組織が形成された。そしてこれらをより推進させるため、深浦町が100%費用を出費し、平成24年3月に深浦町食産業振興公社（以下、公社と略称）、同年7月に農水産物加工場を設立し、同年9月から事業が開始されることとなった。この公社は、農家、漁師が生産、漁獲した農水産品を1次加工する工場である。これまで季節的に収穫時期が限られていた農水産品は、町外へ加工委託することしかできなかったが、この公社を利用することで1次加工品をストックし、通年で2次加工原料を供給することが可能となった。この公社の人材雇用は、特産品認定事業と全国展開事

<sup>15)</sup> このようなネットワークの形は今井賢一・金子郁容著『ネットワーク組織論』をイメージさせる。「自己というものは完成された形でアプリオリに存在するのではなく、自分の持つ関係のうち一つでも変われば自分の形もスーと変わってしまうようなオープンエンドデッドで、流動的で、基本的な不安定性を内包したものであるという。一言でいえば自己は関係の中でしか認識されないという」岩波書店、P.183より引用。

業において臨時職員であった者が、当時の食品開発に関するノウハウを活かすことができるため、現在も当時のメンバーとして雇用されている。全体の職員数は役場の出向者を含めて8名で、加工に6名、事務に2名を配置している。そのうち、この上述の事業を通じて、雇用されているメンバーは加工に3名、事務に1名となる。

またこの公社は、地域の食品加工拠点基地としての役割を果たしているが、農家、漁師らが公社を利用する場合、必ず公社の主催するセミナーに参加しなければならない。このセミナーでは、食品衛生管理に関する勉強会、1次加工技術に必要な知識や技術などが教えられ、座学、実習が毎年開かれている。特に集中してセミナーを開催したのは平成19年の事業であり、町内の農家、漁師に対し、広く募集を行い、毎年20名程度の参加者が見込まれている。これにより、セミナーに参加した者は、基本的な1次加工技術を覚え、2次加工以降は独自のアイデアもしくはレシピによってドレッシング、ジャムなどの商品を生産している。2次加工は、委託をする者もいるが、中には独自に機械を購入した者もいる。

このほか、人材育成の取り組みとして平成20年には、若手の農家を育成するセミナーを開催された。同セミナーでは、若手農家と加工事業者が一斉に参加し、両者の生産状況などが話し合われ、深浦町ではタマネギ生産がほとんど行われていない状況にあったが、加工品においてタマネギが必要であることが確認された。その結果、深浦町の農家はタマネギ生産だけに限らず、新しい農産物を生産するようになってきたという。その他、今ある資源をどのように生かすかということも話し合われ、地域資源(ヒト、モノ、カネ)の掘り起こしが行われると同時に農家の経営マインドを向上させる取り組みへとつながったとされる。

## 2-1. 経営の実態

公社における農水産物加工事業は大きく3部

門に分かれている。加工品を製造する前の段階として、一時的に農水産物を加工する一次加工部門、「深浦育ちの野菜ドレッシング」「深浦育ちの野菜ジャム」といった自社商品を製造する二次加工部門、生産者やJA、県の給食会からの依頼による農産物加工の受託加工部門から構成される。現在は、工場が稼働したばかりという事もあり、職員の配置は正確には決まっておらず、各部門を跨って担当している状態にある。主に農水産物加工を行っている品目は、町特産の「雪人参」をはじめ、トマト、玉ねぎ、カボチャ等であり、最も多いのは規格外品にあたるものである。生産者から農産物を買取る際は、まず生産者が自己の農産物をいくらで売りたいかを提示し、公社側が原価計算をしたうえで交渉を重ね決定する。これにより、生産者は自身の経営に対し必要な販売価格を考え、納得した取引を行うことができる。

販売先は主に、大手企業Y(株)や県の給食会、青森市のAファクトリーやアスパム、新青森駅内、町内にある不老不死温泉、旅館、飲食店、物産館、道の駅などである。

昨年度から事業が本格的に開始され、初年度の売り上げ見込みは、1,500万円程度である。将来的には売り上げを3億円まで伸ばし、現在8名の雇用を30名に増やしたいとの考えである。町役場から出向してきている代表者のY氏の任期は3年であり、現在後任を予定している工場長に経理や運営について指導中である。

## 2-2. 小括

公社における6次産業化は、生産・加工・販売を自己ですべて完結させるのではなく、あくまで加工・販売の組織として深浦町の農業全体を底上げするような取組みであると言える。このような連携はまさに地域連携型であるが、公社の特徴はすべてを生産者に教えるのではなく、ある程度の段階までの技術を教える事や取引価格に対する交渉術などを教えることにより、生産者の自立心を促す取り組みとなっている。このようなネットワークは、固定的な形に

近いが、ビジネスの関係で結ばれる連携が見られる。そういった意味では、公平性を保ちながら、ネットワークが形成されており、公社は価値創造の「場」としての機能を果たしているといえる。ただし、公社の取り組みは始まったばかりであるため、今後は持続的に推進するためにも売り上げの増加およびマーケットインの取り組みとなるような情報の交換と実現化を如何にして生産者まで浸透させるか課題となろう。

#### IV. ま と め

これまでの先行研究の整理では6次産業化の取り組みは、クラスター形成を価値創造の「場」として捉えてきた。このような観点でみると、青森県の2つの事例は食品加工事業を通じた価値創造の「場」が形成されている。M社は津軽市近郊の農業地帯に位置し、常に新しい情報を得ることができるネットワークを有している。M社のネットワークは事業に関連する場面において形成が変わり、流動性をもっているものである。そのため、独自の生産体系を築く過程において、さまざまな形のネットワークが形成されていると考えられる。特に廃タイヤボイラーの利用と水耕栽培の生産体系は、全国においても優良な事例であり、実際に経費削減など経営効果が現れている。また、地域活性化による効果としては雇用を創出し、周辺農家の付加価値商品開発の一役を買っている。一方、深浦町は山間地域に位置し、人口減少、高齢化など厳しい状況におかれた農業地帯である。このような中で、食品加工事業を主とした連携が取られ、地域住民の自立性を促進するような6次産業化が取り組まれている。地域住民の雇用創

出や地域住民による食品加工事業の展開をみると、食品加工を通じた地域活性化の効果が一定程度現れている。しかし、まだ事業は本格化したばかりであり、今後はこれらの商品生産が地域住民の生活や農業経営において、どのように影響するのか、追って調査する必要がある。

このように青森県の2つの型である事例を比較するといずれも地域活性化を促す効果が現れている。しかしながら、中村が述べるように日本経済は加工貿易立国から海外投資・知識サービス立国へと転換しつつある中で、食品加工だけを作っているのは、地域活性化に結びつくものではないと考えられる。事実、現在の6次産業化の取り組みのほとんどは食品加工である。本来求められる6次産業化のあり方は、価値創造の「場」であり、そのなかでは競争優位が働く仕組みが作り出されなければならない。そのため、単なる食品加工だけの取り組みから脱却するような仕組みが必要であろう。そのような意味において、近年のITを駆使した農業や環境エコロジーによる農業など、知的産業を形成するような6次産業化が望まれる。そして、現在の6次産業化の異業種連携の促進は、他分野との連携によって新たな知的産業の推進が期待されるものである。

#### 【謝辞】

本稿を執筆するに当たり、八戸学院大学特別研究費交付金の助成を得たことで研究を進めることができた。また、(地独)青森県産業技術センター、M社、深浦町食産業振興公社の方々には、多忙の中、快く調査にご協力いただいた。この場を借りて、心より御礼申し上げます。