論文

6 次産業におけるボトルネックについての一考察

岩本 隆志 [1)]

キーワード：地方創生、6 次産業、グローバル化、ICT

1 はじめに

数年前から、地方創生の手段として 6 次産業化が注目を集めている。その背景には、全ての機能が都心部へ一極集中し、地方に雇用が回らないといった問題がある。また、農業分野においてはTPPやFTAといったグローバル化に対する問題に対策が急務であり、その対策として 6 次産業化が進められた背景がある。政府は、国家戦略として六次産業化・地産地消法を平成 23 年 3 月 1 日に制定し、地方創生を推し進めているがなかなか成功していない状況である。そこで、本研究では、従来の地方 1 次産業に焦点をあて、現在の方法での問題点と 6 次産業化を推進した場合のボトルネックを明確にすることを本研究の目的とする。

1.1 6 次産業

第一次産業である農林水産業が、農林水産物の生産だけにとどまらず、それを原材料とした加工食品の製造・販売や観光農園のような地域資源を生かしたサービスなど、第二次産業や第三次産業にまで踏み込むこと。今村奈良臣・東京大学名誉教授が提唱した。当初は 1、2、3 を足し算して 6 としていたが、一次産業がゼロになったら結局ゼロにしかならないという意味で掛け算に改めた。6 次産業化とは、それら「地域資源」を有効に活用し、農林漁業者がこれまでの原材料供給者としてだけではなく、自ら連携して加工・流通や販売に取組む経営の多角化を進めることで、農山漁村の雇用確保や所得の向上を目指すことである。

1.2 地産地消法

六次産業化・地産地消法は平成23年3月1日、地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出に向けた、六次産業化法が施行された。六次産業化法は、地域資源を有効に活用し、農林漁業者等による事業の6次産業化に関する施策並びに地域の農林水産物の利用の促進に関する施策を総合的に推進することにより、農林漁業等の振興等を図るとともに、食料自給率の向上等に寄与することを目指している。

1) 山陽学園大学地域マネジメント学部

図１　6 次産業化ロゴマーク
https://msp.c.yimg.jp/yjimage?q=CDIlTqoXyLHcbVKiKH3jO2ReXPgk24eDKhhKriMWfakgIARw8kKzDVP、閲覧日 2018/1/7、出所：　農林水産省

1.3　地域資源

地域資源とは、「その地域ならではのリソース（産業資源）」である、特産品や観光名所を指す。具体的には、

・地域の特産物として農林水産物
・地域の特産物である鉱工業品の生産に係る技術（鋳物、繊維、漆器、陶磁器 等）
・文化財、風景、温泉といった地域の観光資源として認識されているもの

が挙げられる。

2　農産物の従来型流通

最も一般的な農産物の流通ルートを示す。生産者は各地にあるJAに生産物を持ち寄り卸売市場でセリが行われ仲卸を介し、小売店を通じて最終的に消費者の手に届く。

2.1　従来型流通の問題点

根が深い為、農産物の流通に絞り、言及する。

2.1.1　JAS規格問題

JAはJAS規格に遵守し、農産物を出荷するが、規格に問題があるのではないだろうか。例えば、きゅうりは1.6cm曲がると規格外となり破棄されてしまう。つまり、「きゅうり」として食することに何の問題もないにも関わらず、見た目だけの問題で規格外としていることである。つまり、農産物を生産管理における品質管理と同じ視点で見ていることに問題があり、消費者もそれをよしとしていることも問題である。このあたりの問題は、JAS規格導入時点からの問題であり、今更言及する必要もないし、また、海外からの外圧がない限り絶対に変わらないことは周知の事実である。

2.1.2　JA問題

JAに加入するメリットは大きく、ある種企業に所属しているかのような以下に挙げられ

るメリットがある。
・農業経営や指導が受けられ、市場状況を把握できる
・共同販売等、販売網が用意されているので販売に困らない
・生産資材等の共同購入が可能
・共同施設の利用が可能
・資金を低金利で借入できる
・組合員同士での意見交換が密にとれる
・青色申告時に必要な取引明細等をJAで用意できる

だが、JA経由で農産物を出荷する場合、2.1.1に示した問題に突き当る。また、JAの言う通りに従っておけば、決められた価格で農産物を買い取ってもらえる為、農業における国際競争力がなくなり、「2017年1月23日、TPPから離脱するための大統領令に署名した」といった政治的背景もあり、あまり危機感が薄れている感もある。つまり、世界との競争を避けている為、疲弊してきているのだ。

2.2 ロードマップ

技術開発課題と開発スケジュールは示されている。農林水産省では、農林水産研究基本計画2015年3月策定において、10年程度を見据えた研究開発の重点目標、それを実現するための推進施策を定めている。この計画に基づき、農林水産研究の重点目標と毎年度の研究開発予算と関連付けを明確化し、研究開発の取組状況等を俯瞰できるものとして、2016年9月に研究開発ロードマップが公表された。 その中における一例として食品の製造・流通における長期的視点に立った技術のイノベーションに着目したロードマップが農林水産省より示されており、そのロードマップを図2に示す。

3 6 次産業の創生

TPPがどうなるかは別として、何らかの形で農業分野は、ここ数年の間に鎖国を迫られるこことなるであろう。

また、地域資源の有効活用、地方創生の観点からも 6 次産業の創生が急務であるが、6 次産業ありきで議論を進めると、考える方が固定化する恐れがある為、まず、その有効性を示す。その上で問題点を提起する。

3.1 有効性

6 次産業化を進める上での有効性を以下に示す。
・1 次産業従事者が作物を調理・加工・パッケージングし販売が出来る為、卸価格の安定化
・産地の作物と差別化
・1 次産業従事者が加工から販売を行うことにより、コスト削減が可能
・地方での雇用創出が可能

3.2 問題点

・従業員を雇用した上での経営が必要となるが、そのような経営ができる人材不足
・経営資金や設備投資費用等、多額の資金が必要
・厳格な衛生管理が必要

3.3 ボトルネック

有効性・問題点を示した上で、6 次産業でボトルネックを示す。

① 事業立ち上げを行い、継続的に安定企業として成り立たせる為のノウハウがない

② 6 次産業立ち上げに多額の資金がかかり、立ち上げに対し、補助金を出す制度があるが、手を上げづらい状況である

③ 加工された農産物に対する衛生管理ノウハウ不足

④ 現状のままの方が安定していて楽

3.4 ボトルネックに対する改善策

上記に示したボトルネックに対する現時点で考えられる改善策を示す。

① 6 次産業化の立ち上げから事業を安定的に稼働するまでは、企業やノウハウを持った起業家

に任せ、現行 1 次産業従事者は生産から、加工から販売を定型化し、そのレールに乗って

いただくことが、一番スムーズな流れではないだろうか。餅は餅屋に任せる発想である。

②④ 成功事例をベストプラクティスとし、6 次産業に関するシンポジウムに参加するなどして、生の声を聞いてみるといった行動もきっかけになりうると考えられる。

③ ICTを有効活用する。例えば、土壌センサユニットを用いることにより電気伝導度、酸性度、地中温度、含水率などの土壌環境指標を同時にリアルタイムで測定することが可能となり、土壌状態の「見える化」が可能となるなどICTの進展は目を見張るものがあり、これまでの「経験と勘」ではなく工業製品を扱うように農産物を生産できる土台が整いつつある。データがリアルタイムで上がってきて管理できるのであれば、製造業における生産管理と同様の管理が可能となってくる。

3.5 急がば回れ

現在社会は、スピードが求められ、PDCAサイクルをグルグル回し、目標に早急に到達しようとする傾向がある。だが、6 次産業の成功を急ぎたい気持ちは十分理解できるが、ここは先人の知恵を拝借し、十分な議論のもと、制度設計を進めるべきではないだろうか。何しろ、こと農業分野について言及すると、TPPの進展に対応すべきと急に話が沸き上がった感はいなめない。

4 まとめ

地方創生の切り札として、6次産業の創生について、農産物に焦点をあて、2．1で従来型流通の問題点を示し、有効性を3．1で、問題点を3．2、更にボトルネックを3．3で述べた。また、3．4③で示した通り農業分野にもICT化は着実に進んでいる。ICTを嫌う職人気質の人も多数存在することは重々承知しているが、ICTから目を背けては何も前に進めない。最後に、6次産業化を推進するにあたり、ロードマップは多数存在するが、現時点において実行可能性に問題があり、コモディティ化をすることができず試行錯誤を行っている状態ではないかと考える。6次産業化を成功させるという目的に向けてPDCAサイクルを回し、あるべき姿を見出すことが大切である。

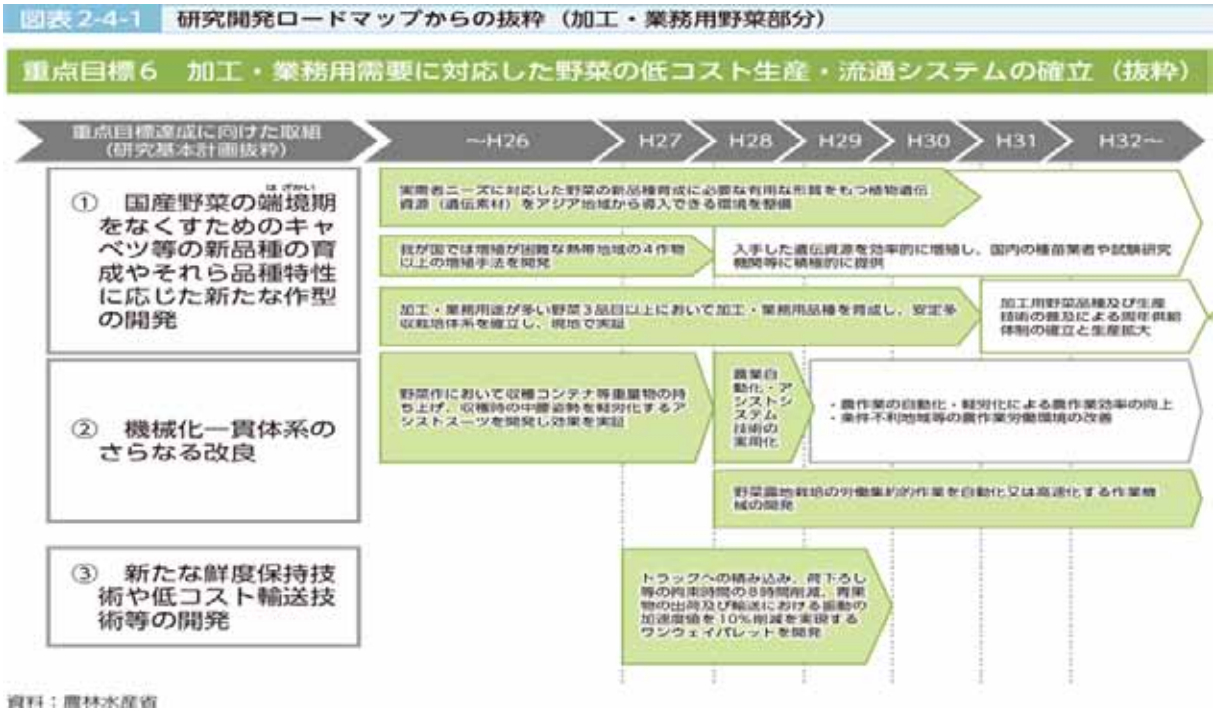

図2　研究開発の取組状況を「見える化」するロードマップ、出所：農林水産省 http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h28/h28_h/trend/part1/chap2/c2_4_01.html、閲覧日2018/1/7

（参考文献）

［1］ https://kotobank.jp/word/%E5%85%AD%E6%AC%A1%E7%94%A3%E6%A5%AD%E5%8C%96-189025、閲覧日2018/1/7、出所：The Asahi Shimbun Company /VOYAGE GROUP

［2］ http://6-ch.jp/know/pg182.html、閲覧日2018/1/7、出所：NO.6 Industrial Channel

［3］ http://www.pref.okayama.jp/uploaded/life/423275_2717921_misc.pdf、閲覧日2018/2/7、出所：岡山県

［4］ http://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/6jika/houritu/、閲覧日2018/1/7、出所：農林水産省

［5］https://jataff.jp/project/download/pdf/20150421.pdf#search=%276%E6%AC%A1%E7%94%A3%E6%A5%AD+%E3%83%AD%E3%83%BC%E3%83%89%E3%83%9E%E3%83%83%E3%83%97%27、閲覧日2018/1/7、出所：農林水産省

［6］http://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/h28/h28_h/trend/part1/chap2/c2_4_01.html、閲覧日2018/1/7、出所：農林水産省

［7］ http://okomeguide.jp/original88.html、閲覧日2018/1/7、出所：株式会社イーフロッグ