

書評 下平尾勲・伊東維年・柳井雅也 著
『地産地消 豊かで活力ある地域経済への道標』
日本評論社 (2009年10月)

鈴木康夫

1. はじめに

著者らは、地産地消を「地元で生産された産品を住民が積極的に消費することによって生産を刺激し、関連産業を発展させ、地域の資金循環を活発にし、地域を活性化するための方法」と定義づけている。関連産業とあるのは、地産地消の対象を、農業・農産物関係のみならず、地場産業を含む製造業、商業、観光業、建設業、サービス業など広い領域で捉えていることによる。また、地産地消の地は、その文字が表わすように、地元あるいは地域を指す。地元あるいは地域の範囲についても、ミクロには行政区、市町村、農協などの単位から、マクロには都道府県単位まで、生産や消費の経済的影響が及ぶ地理的範囲を想定している。

本書のサブタイトル「豊かで活力ある地域経済への道標」の設定は、地産地消を地域活性化のためのひとつの方法と定義した理由所以であろう。著者らはあくまで地域活性化のためのひとつの道標を提示しているにすぎない。実際に歩むのは個々実践地域や実践者であり、目標とする豊かで活力ある地域経済を構築し得るか否かは、個々の歩み方・取り組み方にかかっている。

ところで、評者は現在、熊本・宮崎県内のある山村の地域づくりアドバイザーを引き受けている。その仕事のひとつに、村の直販施設・物産館のプランニング・リサーチ事業に対するアドバイス業務がある。村で産する野菜や加工品などを販売する物産館を、どこにどのような形態で建設するのか、完成後の運営や採算をどのような方向性で図っていくのかについてアドバイスしなければならない。物産館や農産物直販所は、地産地消の活動拠点である。しかし、建設してはみたものの運営上の問題や財政的赤字から、閉鎖される事例が増えている。アドバイス業務が重荷に感じられるのは、運営形態や採算性についてどう説明責任を果たすかである。

そんな折、評者は本書に出会った。本書は、地域経済学、経済地理学を専門領域とする三人の研究者が、地域経済循環の活性化に、地産地消がいかに人や地域を元気にするかについて多

角的に分析を試みた専門書である。購読前に、前述のような評者なりの問題意識や興味の対象があったので、精読させていただいた。以下、学問の成果としての本書の内容、意義、残された課題などについて、著者らと同じ経済地理学会に所属し農村地理学を専門とする評者なりの所感を含めて述べてみたい。

2. 本書の構成と内容

本書の構成と3人の分担執筆箇所は以下のとおりである。

はじめに (伊東維年)

第1章 地産地消の考え方と方向 (下平尾勲)

第2章 地産地消の類型 (下平尾勲)

第3章 地産地消に対する農協の基本方針と農協の農産物直売所の実態 (伊東維年)

第4章 大分大山町農協の地産地消活動 農協による広域型地産地消活動の事例考察
(伊東維年)

第5章 行政の地産地消支援 (柳井雅也)

第6章 地産地消と地域経済循環・推進方策・ネットワーク (伊東維年)

索引

「はじめに」では、本書発刊の経緯、目的、構成、初出などについて述べている。著者のひとり下平尾勲先生は、伊東維年先生と柳井雅也先生の恩師であり、3人は子弟関係にあるが、下平尾勲先生(以下、敬称略)の急逝を契機として本書が追悼出版されている。下平尾の地産地消にかかわる研究は、氏が亡くなる直前まで従来からの地場産業論や地元学の研究の一環として行われていた。下平尾の2007年の研究成果が第1・2章に掲載されている。伊東の地産地消研究は、それまでの地方工業地域形成論から一歩抜け出す形で、ここ数年、下平尾と連携しながら研究に取り組んでいた。伊東の2009年の研究成果が第3・4・6章に収められているが、さきの下平尾の成果と同様に、学術論文・学術研究報告書としてすでに世に出ているものを再構成して本書に収められている。第5章の柳井論文は、本書のための書き下ろし論文である。以上のように、下平尾と伊東の最近の地産地消研究成果5本と柳井の1本を加えて本書は構成されている。

第1章では、「地産地消の考え方と方向」を提示し、地産地消の定義、地産地消が登場してきた背景と現状、地産地消の性格と方向性などについて述べている。地産地消とは、地元で生

産された産品を地元で消費するということである。地産地消を推進すると、地元業者が育つと同時に資金も地元で循環するから、地域経済への波及効果が大きいとする。「地産地消は知恵と工夫を伴い、地域のことを学習し理解を深めるから、自立性と関連性が深まる」としている。

地産地消が登場し全国的に拡大していった背景には、農村・農業の再生という生産者側の要因にあった。国際化と輸入自由化が国内農業を衰退させ、これまでの農協による共販体制と系統出荷で農家所得を安定的に保つことができなくなった。その結果、販路拡大つまりは第二の市場として地元直売所を設け、生産者自らが努力して自立の道を模索することになった。この点に、地産地消が地域づくり運動のひとつとされる所以がある。地元を重視して生産の場に近い市場を開拓し、地域特性を活かした産業政策として地産地消に取り組むことによって、農業・農村振興と地域の自立につながる。

下平尾は地産地消の性格として、地消が地産を規定することと、地産は地消を拡大することの「対」の論理を紹介している。前者では、消費があって生産物が評価されること、地消が地産の意欲をつくること、消費は生産の改善を促すこと、地元消費があれば生産が拡大することの4点を示している。その上で、消費の規模に応じて生産の規模と継続性が要求され、一定の生産量で産地特化を目指す道をとるかとならないかの二つの道があることを指摘している。後者では、地産は消費材料と対象を作り出すこと、地産は消費の仕方を決めること、地産は消費者の欲望を拡大し消費を創ることの3点を示している。それゆえ品種改良、商品開発、提案できる地域づくりの大切さを指摘している。

加えて、生産と消費を地元で一体的に進めていくことに地産地消の一つの意味があるものの、現実には生産と消費は相互に作用し、必ずしも一体的に進んでいくとは限らないという、地産と地消の「独自性・相互作用」論を紹介している。

第2章では、地産地消を8つのパターンに類型化し、以下の類型ごとに、具体的な地産地消の展開事例を示している。食育推進による地産地消、学校・病院給食における地産地消、直売所型地産地消、グリーンツーリズム型地産地消、特産品開発型地産地消、生協・農協・メーカー連携型地産地消、有機農業・畜産農家・旅館の循環型地産地消、産地問屋型地産地消がそれである。これら8パターンを簡単に紹介すると以下ようになる。

は、食育の貧困が引き起こすさまざまな社会問題を解消することを前提に、伝統的な郷土の食文化の継承、環境への配慮などを目指し、農山漁村の活性化と食料自給率の向上に貢献する地産地消への取り組みパターンである。は、地域で生産された旬の農産物を学校給食や病院給食で提供することによって、地域の食文化や生活文化を教える機会や、地元産の安心・安全な食材を提供することによって病院給食の改善を図る契機になっているパターンである。

の直売所は「顔の見える」地域の小市場であり、系統出荷になじまない少量・多品目の生産物を地域市場で生産者と消費者が対面販売できる。老人・子供・主婦まで参加でき小額の収入が得られ、地域資源の活用と地域住民の連携によって地域活性化に結びつくパターンである。

のグリーンツーリズム型では、都市・農村交流のなかで農作業体験、直売所、農産物加工施設、体験施設の設置や運営を通じて、地産地消に取り組む住民の知恵と工夫が生かされるパターンである。の地域独自の特産品開発事業が、円弧を描いて拡大し、農業だけでなく、製造業や商業さらには観光業までが一体になるまで、地産地消が地域活性化に結びつくパターンである。

の生協・農協・メーカー連携型は相互の信頼、話し合い、協調精神に基づく地域特産品の創造運動が地域の自立に結びつくパターンである。の有機農業・畜産農家・旅館の循環型は、各組織の独自の努力の上に、共生・地域連携が成立していることにおいて注目されるパターンである。の産地問屋型地産地消は、有機栽培・有機農産物における生産・流通・消費の問題を、産地問屋を核としてシステム化することによって解決するパターンである。

第3章では、国の地産地消政策と農協の位置づけを概観している。その上で、農協の地産地消推進計画を紹介するとともにその中身を考察し、農協および組合員が運営・経営する農産物直売所の実態について分析を試みている。

地産地消活動や直売所は当初、農協の系統出荷や共販事業を妨げるとされ、農協の積極的な参入はみられなかった。研究者の多くは「農協が地産地消を無視してきた」とみる。2007年の全国の地産地消の実践的な計画の策定状況をみると、全国942地区計画における策定3主体のうち農協は73しかなく、市町村の742、都道府県の82のなかで最低であった。直売所が農協のAコープ経営や経済事業に少なからず影響を与えたと懸念されたことも背景にあった。

しかし、その後の農協の系統・共販体制の衰退が急速に進み、農協をしてJAファーマーズ・マーケットの開設と連動させて地産地消の拠点づくり、地域特産加工事業に積極的に向かわせることになった。農協のファーマーズ・マーケット事業の目的は、新しい流通経路の開拓、生産者間の仲間づくりと情報交換の場づくり、組合員の農協離れに歯止めをかけること、女性・高齢農業者の活躍の場づくり、安心・安全農産物の消費者への提供などにある。事業の意義としては、地域住民との連携によって地域活性化や地域経済循環の活性化が図られれば、農協の存立基盤の回復・向上につながる点にある。

最近のファーマーズ・マーケットは市町村の財政難から、農協開設・農協運営型が最も多くなっている。次に多いのが農協開設・組合員運営型であり、行政等開設農協運営型や行政等開設組合員運営型は少なくなっている。しかし、農協が運営する直売所間でも年間販売額に大きな格差がでている。その背景には、同一市場圏にさまざまな運営主体によって、複数の産地直

売所が開設され、直売所間の競争が顕在化しているためである。

第4章では、さきの第3章のマクロな実態把握を受けて、大分県の大山町農協の地産地消活動を具体的成功事例として紹介しながら、農協による広域型地産地消活動の成功要因の分析と、今後の展開について考察を行っている。

大分大山町農協は前身である大山村農協の時代から、幾度かの農協合併に参加せず、単独農協として現在に至っている。旧大山町時代の県一村一品運動で「梅・栗植えてハワイへ行こう」で一躍有名になったところである。町役場と農協が協力しあい、幾重の困難を克服し、現在の多品目・少量生産方式の「ムカデ農業」に活路を見出し、農家の所得向上に成果をあげてきている。

大山町農協は農産物直売所、直営レストラン、カフェ、物産館などを総称した「木(こ)の花(はな)ガルテン」事業部を設置し、大分県内と福岡県内に合計8店舗の「木の花ガルテン(直売所とレストランの併設店舗)」を経営している。流通加工部には食品加工部門と外商部門があり、商品開発と新規取引先の開拓を積極的に行っている。また、「木の花ガルテン」事業部ではWebショップを設け、インターネット、ファックスを用いて、各種加工品の通信販売も手掛けている。「木の花ガルテン」事業の総収益は2007年度において20億円近くにまで迫り、費用を差し引いた事業収益でも2億5500万円にも及んでいる。

このように大山町農協の広域型地産地消活動は、町農業の発展、農家所得の向上、雇用機会の増加、女性・高齢農業者の活躍の場と生きがいづくり、都市住民との交流、視察者の増加などさまざまな面で効果を及ぼし、地元経済の重要な柱になっている。成果をあげた要因としては、第一次から第三次までの地域づくり運動(通称NPC運動)のなかで醸成されてきた要因以外にも、オーガニック農業の推進、農産品や加工品のブランド化、外商担当者の活躍、スローフード戦略、大山町役場との連携など多くの要因があることを指摘している。

一方、懸念材料や問題点として、大山町における農業生産額と農協農産物販売額の低迷、農家数、農業就業人口の減少と高齢化、直売所における町外農産物の販売、生産者や産地不明の商品の販売、直販施設間の競争激化のなかでの「木の花ガルテン」の拡張路線、大山町農協財政全体での赤字計上と単独農協としての存続の懸念などを指摘している。

第5章では、国による地産地消政策について、農林水産省の地方局単位の取り組みと道府県の取り組みを独自のアンケート調査にもとづき分析している。その上で、行政による地産地消支援の特徴と課題を指摘している。アンケートを実施した背景には、地産地消全体の市場規模が統計的に把握されていないことがある。地産地消は産地直売所、量販店、学校給食、外食産業、観光、加工などさまざまな販売形態をとって市場を形成するが、産地直売所の統計調査以

外は実施されていない。

産地直売所の統計分析では、農協運営型と第3セクター運営型が販売実績が大きく、市区町村運営型が全国平均に近い販売実績を示し、生産者・生産グループ運営型、農協女性部・青年部運営型については販売実績が小さいことが明らかにされている。地方別に見ると、北海道で果実類、北陸で花き・花木類と米、四国で野菜類、九州で農産加工品、沖縄で果実類と農産加工品の販売割合が、全国平均をかなり上回っていることが明らかにされている。

地方農政局等へのアンケート結果では、産地地消の取り組み時期と活動内容についてと、現在の施策の特徴と課題についての2点が紹介されている。産地地消の取り組みは国の法律整備以前から東北、東海、中国四国の各農政局で複数の部署で取り組まれていた。現在は北海道や沖縄の地方事務所において、その土地の農産物を活かした取り組みがみられるものの、課題として自給率の向上、流通コスト、モノカルチャーの進展などが回答されている。道府県へのアンケートでは、消費者獲得の成功事例として、生産者と消費者のwin-win関係づくり、農業体験、交流イベント、収穫体験と料理メニュー提案などの具体的事業内容が回答されている。

アンケート分析の結果、国や道府県の取り組みでは、一般消費者を取り込んでいくための新規市場の開拓や、一般消費者の満足度を上げる既存市場の深耕に課題を抱えているとしている。これは、行政の取り組みが「産地」面が優勢で、「地消」面に弱いためとしている。産地と地消の相互関係を活発にし、地域の資金循環を活発にしてこそ、地域活性化につながる。そのためにも、「地消」施策の充実が求められると締めくくっている。

第6章では、以下の三つの観点から、産地地消の取り組みの有効性と課題について分析している。ひとつは地域活性化と地域経済循環、二つ目は産地地消の推進方策と組織体制、三つ目は産地地消を推進するネットワークの観点からである。

地域活性化と地域経済循環の観点からは、産地地消の取り組みと農産物直売所等の設立によって、資金が循環する、生産が拡大する、収入・所得・剰余金・貯蓄が増加する、投資活動が活発化する、地元雇用が増大することなどが連鎖的に広がっていけば、地域経済の活性化が実現できるとしている。地域内の資源、地域内で作られた産品を地域内で消費するか加工する。作られた産品や加工された産品を地域外で販売し、その収入を地域内に還流させる。こうした流れを繰り返し、拡大していくことが地域間循環であり、地域経済を活性化させるとしている。

産地地消の推進方策と組織体制の観点からは、産地地消の幅広い活動を地域総ぐるみで実践し、成果を上げていくことが大切で、たとえひとつの農協管内という限られたエリアであっても、自ずと地域における資金循環、地域経済循環が活発になり、産地地消は地域経済の活性化に寄与することになる。このような組織体制は、一定地域においてさまざまな産地地消に取り

組む個人や団体などの主体が、生産や消費において主体的・自律的に行動しながらも、共通の理念を持ち、相互に結びつき構築されるに他ならない。

地産地消を推進するネットワークの観点からは、前述の相互に結びつき構築された組織体制そのものが、地産地消のネットワークの形成と拡大を意味し、ネットワークの核心は「多様性の統合的連結」であるとする。複数の組織や個人によって、特定の意図のもとに自主的または相互に結びついて形成されたネットワークが、地産地消にとってさまざまな面で有益な役割を果たしている。ネットワークの重要性として、農産物直売所は直売所と複数の出荷農家とのネットワークで成り立っている、新市場の創出および販路の拡大という需要面で地産地消に寄与する、新しい製品・サービスの開発やアイデアの提供に役立つ、六次産業化においては異業種との連携で活性化に結びつく、ネットワークは地産地消の新しい形態を生み出すことなどを指摘している。ネットワークがさまざまな方面に相乗効果を発揮し、地域全体でより大きな効果をも生み出す可能性を秘めており、地産地消にとってネットワークそのものが不可欠と締めくくっている。

3. 本書の意義と課題

本書は三人の研究者の分担執筆であり、全体としての共通の課題と、それとは別個の個人の課題をもって本書が構成されている。このような学術書出版の意義を論じるとき、地産地消研究にアプローチする意義と、研究の結果として何が明らかになり世の中に貢献しているということを示す必要がある。

本書の意義は、「豊かで活力ある地域経済への道標」として地産地消を多角的に分析している点にあると評者は捉えている。多角的とはいろいろな角度や視点からということであろうが、大まかな六つの視点については本書の章構成から把握できる。六つの分析視点で、地産地消が豊かで活力ある地域経済への道標になり得ているかアプローチした結果、何が明らかになったのであろうか。その個別の具体的内容と優れた知見については、さきの「本書の構成」で紹介してきたとおりである。

全体を総括しての著者らの答えを、評者なりに要約すれば以下ようになる。

地産地消は地域活性化の一つの手法であり、一定の役割を果たし効果や成果をあげているものの、地産地消のみで地域あるいは地域産業・経済の活性化が達成できるとは考えがたい。ただし、地産地消の火は全国に広がりを見せ、各地でそれぞれの地域特性を活かした地産地消活動が展開され、地域の自立性を育むうへで重要な役割を果たして

いる。国際化・輸入自由化による国内農業・農村の衰退のなかで、唯一頼りにされていた公共事業も縮小し、町村財政も逼迫している。この結果、地域自らが努力して自立の道を模索せざるをえなくなった。地域づくり運動の一形態として地産地消活動を展開することによって、地産と地消を軸に個人と組織が連携しながら地場産業と地域経済の持続的発展を目指す。たどりつく先はわからないが、豊かで活力ある地域経済の構築をゴールとして、いくつかに分かれる道の道標の一つに、「地産地消」の4文字を記すこと自体に意義がある。

これまでの農協依存型の地域外への農産物出荷を第一の道とすれば、それが崩れた結果として、地産地消という第二の道を選択せざるを得なかった。農業は生活を支える生業であり、生産物に対する対価として所得保障と生活保障に耐えうる所得を得ることが前提で成り立っている。全量を系統出荷で所得保障がなされないなら、自ら直販するか地域市場を開拓し所得確保に向かわざるを得ない。現在は農協と生産農家は、地域外市場の選別と地域内市場の開拓を並行させて取り組み生き残りを模索している。主業農家が直販所と宅配の販路を開拓し、かろうじて再生産のための所得の確保に乗り出しているケースも多い。地消の拠点となる直販所は、女性や高齢農業者の所得確保や生きがいづくりの場としても機能している。直販所が雇用機会を提供し、直販所を軸として多くの農家と連携しネットワークを形成している。自分たちの暮らしの場である「地域」を活性化しようとポジティブに取り組む姿勢は高く評価される。

大まかには上記の2点を著者らは世に知らしめているが、一方では本書で明らかにされていない課題も「地産地消」研究には存在する。その一例を列記すると以下ようになる。著者らの今後の研究に期待したい。

本書には地産地消活動が地域活性化に結びついている優良事例が紹介されている。しかし、質的研究手法をとっているために定性的な報告にとどまってやり、定量的な分析結果が提示されていない。どのような面でどの程度、優れた取り組みなのか、活性度を数値化するといづらく、地域経済への貢献度や地域経済循環にみられる具体的な変化などを量的に提示する報告が、今後の研究においてなされたなら説得力を増すだろう。

本書では、「地産地消」の拠点である直販施設間に競争が生じ、店舗閉鎖も増えていることが記されているが、競争の実態と勝敗(生き残り)の分かれ目となる要因とは具体的に何なのだろうか。店舗閉鎖による地域経済に与える影響はどの程度なのか。優良事例よりもむしろうまくいかない事例の方が、時としてわれわれに優れた情報を与えてくれる場合がある。そのあたりの分析も今後期待したい。

下平尾勲・伊東維年・柳井雅也 著 『地産地消 豊かで活力ある地域経済への道標』

それぞれの地域の実情にあった「地産地消」モデルを構築できないものか。持続可能な「地産地消」システムとはどのようなものなのか。「地産地消」ビジョンを個別の地域単位でどのように描き、仕組みや仕掛けをどう構築していくべきなのか。これらに対する答えは、伊東が第4章で分析・考察しているような個別事例研究を積み重ね、体系化してこそ得られるのではないだろうか。