

農商工連携研究会報告書（案）

平成21年5月20日

農林水産省
経済産業省

はじめに 2

I 総論

(1) 農商工連携の現状・これまでの取組の経緯 4

- ①「農商工連携」の促進について 4
- ②農商工等連携促進法について 4
- ③農商工連携関連予算について 5
- ④普及広報活動の状況について 5
- ⑤地域における農商工連携の浸透と多様化 6

(2) 農商工連携の意義 8

- ①生産物の需要拡大等を通じた農林水産業の収益拡大 8
- ②商品の品質の向上、差別化を通じた商工業の収益拡大 11
- ③消費者への多様で高品質な農林水産物・食品の提供 13
- ④地域経済の活性化 13
- ⑤食料自給力の向上 16

II. 農商工連携の取組の課題と方向性

(1) 農商工連携の課題と方向性 16

(2) 農商工連携促進に向けた具体的な方向性 21

- ①農林水産業と商工業との連携による「マーケティング力」の強化 . . . 21
- ②農商工連携に取り組むための「経営力」の強化 29
- ③連携の面的な拡大促進による「地域力」の強化 31

III. 具体的なアクションに向けて (政策提言)

(1) 供給・販売体制の強化 33

(2) 魅力ある商品作りへの取組 35

(3) 農商工連携に取り組むための「経営力」の強化 36

(4) 連携の面的な拡大促進による「地域力」の強化 37

はじめに

戦後の高度経済成長期以来、我が国は、鉄鋼、自動車、半導体といった高付加価値な「ものづくり」の牽引する世界第2位の経済大国として、世界経済の一翼を担ってきた。90年代以降、安定成長期に入った現在においても、「ものづくり」は、我が国経済を支える重要な基盤と考えられている。

しかし、近年、中国・インド等の新興国が急速に力をつける中で、我が国企業と新興国のそれとの競争力の差は以前のようなものではなくなっている。折しも2008年、我が国は28年ぶりに貿易赤字国に転落した。もはやこれまでの「ものづくり」だけでは、我が国の経済を支える付加価値を産みだせなくなっている。さらに、競争力強化に向けた合理化の結果、製造業の雇用吸収力も低下しており、我が国全体の就業者数も減少傾向となっている。

既に人口減少時代に入ってきた我が国が、持続的な経済成長を続けるためには、我が国の産・学・官が一体となって、世界に通じる「新たな強み、新たな付加価値」を創り出していかねばならない。

今、世界は、100年に一度とも指摘される深刻な経済危機の渦中にある。これが、我が国、そして地域経済にとって、深刻なピンチであることは疑いない。しかし、これを大きなチャンスと捉え、新たな挑戦へと踏み出すことこそが重要ではないだろうか。我々は、環境との調和が求められる21世紀型の産業構造・地域経済の姿を見据え、大切な一歩を踏み出さねばならない。

農商工連携は、その第一歩を踏み出すものに他ならない。

日本の魅力ある「食」。そして、それを原点とする我が国の食文化・ライフスタイルこそ、世界に誇るべき、我が国の財産ではないだろうか。

小麦や飼料穀物の輸入に伴い、カロリーベースの食料自給率こそ40%にとどまっているが、我が国農林水産物・食品の品質は海外で高く評価されており、高級食材としての需要が拡大している。世界的な「日本食ブーム」もこの傾向を後押ししている。

また、農商工連携の担い手は、地域で活躍する農業者、林業者、漁業者であり、また、地域経済を支える食品加工、食品小売、外食を中心とする商工業者だ。固有の気候風土と長い伝統と文化に育まれた地域独自の魅力を、新たな商品・サービスに吹き込み、消費者に届けることができれば、そこに、新たな地域活性化の芽が産まれるはずである。さらに、農林漁業、食品加工、食品小売、外食はいずれも地域の雇用を支える産業であり、地域経済への波及効果は大きい。

これまで、農林水産業においては、規模拡大や安定的な生産の実現が課題となっており、製造業等の我が国の他産業と比べ、生産性が低い産業とされてきた。地域の農林水産業の現状に目を転じれば、担い手の高齢化は既に限界に達しており、耕作放棄地の増加等の問題が山積している。

しかし、世界的な需要の落ち込みの中にあって、我々の生活に密着した底堅い産業として、「食」ひいては、「農商工連携型産業」の重要性が見直され、大きな期待を集

めている。

既に、地域ではパイオニアが活躍し始めている。彼らは、戦略的で互恵的な農商工連携を通じて、ヒト・モノ・カネ・ノウハウといった経営資源の相互依存・共有を進めることで、消費者のニーズを踏まえた商品開発力を獲得し、現下の厳しい経営環境においても着実に事業拡大している、優れた事業者達である。既存の流通スキームに頼らない高付加価値商品の生産・販売や異業種の技術やノウハウを活かした生産性の向上等、意欲的な取組が徐々に広がっている。また、多くの若者が、農業の現場に強い関心を有している。

彼らをはじめとする地域の関係者が一体となって連携を進め、「農商工連携クラスター」ともいうべき、有機的なネットワークを創出することは、決して不可能ではないはずだ。農林水産業と関連産業の「成長産業」化に向けた環境は整いつつある。

この度、農林水産省と経済産業省は、農林水産省総合食料局長と経済産業省地域経済産業審議官の私的研究会として「農商工連携研究会」を設置し、農商工連携の促進に向けた検討を行った。

本研究会の目的は、産業政策と農業・食料政策のいずれもが大きな転換点にある中で、農商工連携を通じて、我が国の新たな強みを創り出すべく、農林水産業サイド、商工業サイドのすべての関係者が共通理解とすべき、中長期的な方向性を示すことにある。

我が国においては、1925年に農商務省が農林省と商工省に分離して以来、農林水産行政と商工行政は、別個の政策体系を成しており、地方公共団体や関連公的機関においても別個のネットワークが形成されている。また、農林水産業者と商工業者も互いに接することが少なかった。しかし、「ものづくり」に並ぶ我が国の新たな強みを創り出すには、関係者が一体となって取り組むことが不可欠であることは言を待たない。

本報告書は、農商工連携の趣旨に共鳴し、農商工連携に取り組もうとする、全ての農業者、林業者、水産業者、商工業者、自治体、関係機関等の方々に対して、基本的な視座を提供するとともに、今後の施策展開の具体的な対応方向を提示したものである。我が国の将来のために、自らの立場の枠を超え、農商工連携の第一歩を踏み出す際、一助となれば幸いである。

なお、本研究会においては、報告書における提言内容以外にも、委員から、各業界の立場に基づき、農商工連携の普及に向けて今後検討すべき事項や留意すべき事項について、指針となりうる多くの忌憚ない意見が寄せられた。

今後、農商工連携の促進に向けた議論が、全国で広く普及し、また継続的に展開されることを期待し、研究会において発言のあった各委員の意見の概要を併記することとしたい。

I 総論

(1) 農商工連携の現状・これまでの取組の経緯

①「農商工連携」の促進について

2007年11月、政府は、人口減少時代に突入した我が国において、持続可能な地域経済を創り出すためには、地方の課題・実情に応じた道筋をつけることが必要との問題意識に基づき、「地方再生戦略」(2007年11月地域経済活性化統合本部決定)をまとめた。その中で、農林水産業者と商工業者との連携による取組、「農商工連携」の推進が、地域の基盤となる農林水産業等の地域産業の再生を図るための重要施策として位置づけられた。

我が国において、農林水産業は、食品関連産業や関連機器設備の製造業・施工業などへの波及効果が大きい地域の基幹産業とされてきた。しかし、販路開拓や消費者ニーズへの対応などで、その強みを必ずしも発揮できていない面がある。

また、地域の商工業者は、独自のノウハウや技術等を蓄積しているが、近年の経済構造の変化の中、さらに生産性を向上させる新たな事業展開が必要となっている。

そこで、農林水産業者と商工業者がそれぞれの有する経営資源を互いに持ち寄り、新商品・新サービスの開発等に取り組むこと(農商工連携)により、生産性を向上させ、農林水産業者、商工業者の経営向上を図ろうとするものである。これらの取組によって、疲弊が指摘される地域経済が活性化されることが期待される。

地方再生戦略のとりまとめを受けた具体的な取組として、農林水産省と経済産業省は、「農林水産業・商業・工業等の産業間での連携(『農商工連携』)促進等による地域経済活性化のための取組について」を公表し、これに基づき、農商工連携関連2法の制定等の農商各種支援施策を展開してきたところである。

また、2008年9月に閣議決定された「新経済成長戦略2008 改訂とフォローアップ」においても、農林水産業の競争力強化により地域経済の活性化を実現するため、更に農商工連携を推進することとされている。

②農商工等連携促進法について

農商工連携の促進に向けた施策の大きな柱として、2008年5月、「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律案(農商工等連携促進法)」が成立し、同年7月に施行された。

農商工等連携促進法では、中小企業者と農林漁業者が、共同で行う新たな商品やサービスの開発等の計画の認定を受けた場合に、事業資金の貸付や債務保証、

設備・機械の取得に対する税制等の支援、事業に係る経費への補助等を受けられることとしている。

これに基づき、農林水産省と経済産業省は、190件もの農商工連携事業計画と5件の農商工連携支援事業計画を認定している。(2009年3月27日時点)

③農商工連携関連予算について

農商工連携の促進に関する支援措置として、農林水産省と経済産業省は、平成20年度、両省それぞれ約100億円、計200億円以上の農商工連携関連予算を計上した。これは、農林業業者と商工業者の個々の農商工連携の取り組みを支援する農商工等連携促進法を中心に、その基盤となる技術開発、人材育成、マッチング支援等への支援を充実させるものである。

このうち農林水産省では、食料産業クラスター形成を通じた、国産農林水産物を活用した新商品開発・販路開拓等の取組への支援や、地域全体で地産地消に取り組む地産地消モデルタウンの整備等に向けた支援を実施した。また、経済産業省では、各地域の「強み」である農林水産品を活用して行う新商品等の開発・市場化の支援や、農林水産品を原材料とした新商品等の開発を目指した研究開発の支援等を実施した。

また、平成21年度については、新商品・新サービスの開発や地域産品の国内外への販路開拓等の支援を強化するため、農商工連携関連予算を大幅に増額し、経済産業省・農林水産省合わせて約330億円の予算を計上している。

さらに、平成21年度第一次補正予算案において、農林水産省・経済産業省では、高度な環境制御により野菜等の周年・計画生産を行う植物工場の普及・拡大に向けた各種支援策を盛り込んでいるほか、経済産業省では、国内外市場の販路開拓支援等のまた、農林水産省では、新商品の販路開拓に対する支援、地域の資源である農産物を活用した新商品等の本格的な事業化のための施設整備に対する支援等の農商工連携関連予算を盛り込んでいる。

④普及広報活動の状況について

農商工連携を進めるにあたっては、農業者、林業者、水産業者、及び関連の商工業者はもとより、地方公共団体等の関係者、一般消費者に対して、普及広報を進め、その趣旨に対する理解を得て、協力を仰ぐことが不可欠である。

農林水産省及び経済産業省においては、平成19年度より、地域産品のPRや国産農林水産品等の消費拡大を図るため、「まるごと食べようニッポンブランド!」、「ニッポン・サイコー!キャンペーン」を展開している。農林水産大臣、

経済産業大臣をはじめ幹部自らが現場訪問やトップセールスを実施し、所管する業界団体や消費者等に対して、農商工連携が国民的な運動へ発展するための働きかけを行った。

また、事業者が、実際に農商工連携に取り組む契機となるよう、農林水産省と経済産業省は、平成20年4月に農商工連携の身近な先進事例を「農商工連携88選」として選定・表彰を行った。

さらに、農商工連携を全国的取組へと発展させるため、平成20年6月に首相官邸において、「農商工連携サミット」を開催し、総理大臣以下、農林水産大臣、経済産業大臣等の関係閣僚、全国農業協同組合中央会、日本経団連等の関係団体が一堂に会し、農商工連携の推進に向けて、関係者が協力していくことで一致した。加えて、同年7月には、「農商工連携フォーラム」を開催し、500名以上の関係者が参加した。

農商工連携への取組を、地域ごとに自律的に進めていくための基盤として、地方農政局、経済産業局、都道府県、商工会議所・商工会、JA等の関係機関が連携し、全国9地域でそれぞれ「農商工連携ブロック協議会」を設立した。各地域の農商工連携ブロック協議会が中心となって、平成21年3月までに全国各地で農商工連携フォーラムやセミナーが合わせて43回開催され、延べ5000人が参加したところである。

今後は、意欲ある事業者・関係者から具体的な農商工連携の取組を引き出すため、「農商工連携新発見ツアー」による先進的な事業者の見学会や、農林水産業経営・技術、観光等の専門家からなる「農商工連携応援キャラバン」による経営相談等の、地域の事業者の課題を踏まえた実践的な広報・普及活動を実施し、新規参入や新たな取組への挑戦を促進していくこととしている。

⑤地域における農商工連携の浸透と多様化

農商工連携に対する理解が浸透するにつれ、地方公共団体をはじめとする地域の関係者が、自ら農商工連携に取り組む動きが広がっている。農商工連携は、国の施策という枠を超え、地域活性化に向けた新しいコンセプトとして、より裾野の広い取組へと拡大しつつある。

このような動きを後押しすべく、独立行政法人中小企業基盤整備機構においては、各都道府県が地域の特徴と強みを活かし、農商工連携に対する具体的な助成内容を自ら決定できるよう、「農商工連携型地域中小企業応援ファンド」として総計500億円程度の資金枠を確保し、都道府県への貸付を実施している。

例えば高知県では、2008年6月にファンド第一号案件として「こうち農商工連携基金」を組成し、県内の鰹や柚子、梁瀬杉をはじめとする特色ある農林水産物を活用した新商品開発、販路開拓等への支援を行っている。2009年5月現在、全国で22道県が農商工連携型地域中小企業応援ファンドの創設を発表してお

り、地域の関係者自らが農商工連携に取り組む動きが各地域に浸透しつつある。

また、農商工連携の在り方も、より高度で複雑な連携へと進化している。

農業・林業・水産業者と食品製造業、飲食店業をはじめとする関連産業との連携については、売上情報、顧客情報、生産見通しの情報共有が契機となり、契約栽培や専売契約等の事業提携へと展開していくのが一般的である。これに加え、ジョイントベンチャーの設立、資本出資、人材の派遣・交流等の経営面での提携へと発展する可能性もある。このような戦略的な連携は、技術やノウハウ、人材といった経営資源の共有・蓄積が促し、それぞれの事業のレベルアップに有効である。

しかし、農商工連携によって地域経済全体を活性化するためには、個々の事業者単位の事業規模では十分とは言い難い。

既に、先進的な地域においては、これらの取組を個々の事業者同士の取組に留まらず、地域の生産者の団体や法人、商工業者の団体、自治体等が連携し、「面的」な取組へと発展させ、規模を拡大することで、地域経済の活性化を実現している例が見られる。さらに、これらの規模の大きい取組においては、生産、流通、販売、経営等の各業務の高度化・専門化に対応できる人材の育成・確保に取り組むことが可能となっており、更なる発展が期待できる。今後、同様の動きが加速化するものと考えられる。

個々の農商工連携の取組が、地域全体を巻き込んだネットワークへと発展していく事例を分析してみると、中心となる組織によって、取組の展開に特徴が見られる。農商工連携のネットワークには、農林水産業者、小売業・卸売業等の商業者、食品加工業等の工業者だけでなく、地方公共団体、消費者団体、NPO法人が参加する場合、さらには優れた開発技術を有する研究機関が参加する場合もある。

このうち、農業者を中心として形成されるネットワークについては、目指すべき農業像や地元の活性化といった理念を共有する複数の専業農家が中心となって、専門農協の方式に近いネットワークを形成し、効果を上げている例も見られる。この場合、事業展開にあたっては、品質や安全性を管理するため、統一的な基準を整備し、連携に参加する事業者が自ら責任をもってブランド管理を行っていくことが不可欠である。市場取引を頼らない直売や契約栽培から出発し、地域での食品加工やサービス部門の導入に至るケースが多く、地域の雇用拡大という点でも貢献している。

また、商業者を中心として形成されるネットワークについては、商業者自らが経営理念と明確な商品コンセプトを掲げた上で、それに理解のある農家、農協、農業法人と連携していくことが出発点となる。その際、農業者を単なる商品供給者でなく、共存共栄を目指すパートナーとして尊重していく姿勢が重要である。ネットワークに参加する農業者を拡大していく際に、契約生産をとる場合は、規格をできるだけ単純にして、規格外品の活用を進める等の配慮を行い、農業者や

地域の持続的発展に貢献する姿勢を示すことが中長期的な連携に不可欠である。

工業者を中心として形成されるネットワークについては、工業者が原材料への確固たるこだわりをもち、それに合致する農家の技とプライドを適切に評価する姿勢が基盤となる。単一品目を多量に消費することから、比較的初期から個々の農業者に留まらず、産地全体と連携を組んでいく傾向が強く、産地の育成・活性化、共存共栄を図ることが求められる。産地組織に1次加工や下処理を任せる例もみられる。逆に、自社生産農場を展開する場合は、地域社会との共生に配慮することが重要である。

(2) 農商工連携の意義

川下となる小売業・食品加工業・外食産業等の事業者から、川上となる農業・林業・水産業者までが、1次、2次、3次の産業の壁を越えて垂直的に連携し、消費者の視点を共有して、多様な商品・サービスを展開していくことにより、以下のような意義が期待される。

①生産物の需要拡大等を通じた農林水産業の収益拡大

農商工連携によって、我が国の農林水産物・食品の良さを活かしつつ、消費者ニーズに合致した商品やサービスの提供が可能となることにより、国産の農林水産品・食材の消費が高まり、農林水産業の収益を拡大することが期待される。

また、戦略的な連携を進めることにより、商工業者の有する技術やノウハウ、人材といった経営資源の共有・蓄積が促され、農林水産業経営の改善に有意義である。

近年、我が国の食料需要が、生食から加工食品にシフトしてきていることを踏まえれば、農商工連携を通じて、国産の農林水産物・食品の新たな用途を開拓して需要拡大を促す、規格外品やロットが小さすぎる希少品等の低利用・未利用の食材を有効活用する等の取組は、極めて重要である。

また、我が国は、既に人口減少の局面に入ったところであるが、特に、これまでの我が国の食材需要を牽引してきた都心部の人口の伸びが鈍化することを踏まえれば、地産地消、観光での活用、海外輸出等、多様な販路を開拓していく必要が求められるが、これら新しい取り組みを進めるにあたっては農商工連携を進めることが効果的である。

特に、輸出における活用は、今後、経済成長が期待されるアジア・中東を含め、海外市場という新たな需要の開拓につながり、個々の農林水産業経営体にとって、新たな事業発展の手法を提供することになる。例えば、海外での高評価が、逆に国内市場における高評価につながり、国内での需要拡大が図られるといった波及効果も期待できる。また、輸出に関連する業務は、海外とのやり取りも含め、スピード感のある経営判断が求められることから、人材の確保及び育成面での効果にも期待ができ、若手従業員のモチベーション向上等につながると考えられる。

<紺野委員>

農産物輸出促進は、農業法人の経営発展、販路拡大等に加え、海外で通用する日本産農産物を供給するための競争という中で、国内にも好影響がある。

<門間座長>

今の農産物輸出は、農業法人や農協がそれぞれ行い、現地でお互いに競争をしているような状況だが、誰かがきちんとコーディネートをして、組織的にやることによって、値段も上げられるし、量も継続的に出せるはず。

これら農林水産品の需要面の取組に加え、工業分野で生まれた先進技術や異業種のノウハウを生産段階や経営段階において活用することも重要な役割が期待される。

例えば、優れたIT技術を活用し、栽培環境と生育のデータの数値化・共有化を進めることにより、篤農家の栽培技術をモデル化し、経験と勘だけに頼らない、いわば「サイエンスに基づく農業」を実現することは、農産物の計画的な安定供給、均一性の高い農産物生産に資すると期待される。

さらに、既存の流通システムに頼らず、直売所等を活用する、インターネットを活用した販売を行う等の独自の販売を進めることによって、これまで接点がなかった消費者のニーズを身近に感じることができ、「売る」こと意識した、付加価値の高い農林水産業経営が可能となると期待される。

<小林上杉委員代理>

高付加価値化については、これまでの農業の経験と勘に加えて、サイエンスをしっかりと取り入れ、どういうものをつくり、付加価値化するかという点がポイントである。

<高島委員>

価格の決定権を持つために、高付加価値化を目指す際、何が付加価値か、何かおいしいのかということは、消費者と生産者ですれており、そのことを気づかせ、求められるものを示すことに意味がある。

②商品の品質の向上、差別化を通じた商工業の収益拡大

農商工連携によって、我が国の良質な農林水産物・食材を活かし、消費者ニーズに合致した商品やサービスの提供することが可能となることにより、より高付加価値な商品やサービスを創出することは、商工業の収益拡大に貢献すると期待される。また、連携により、商工業が、農林漁業分野に関連した「ものづくり」の知識やノウハウ等を獲得できることで、商品開発力が向上し、収益拡大が図られることも期待できる。

近年、価格のみならず、安全な食品に対する関心が消費者の中で高まっている。従来、小売業、食品加工業、外食産業による国産農林水産物・食品の利用については、コストや安定供給が課題となっていたが、近年、食味等に優れた高付加価値な商品として、その価値を見直されつつある。

これを踏まえ、地域の小売業、食品加工業、外食産業にとっては、地元の国産農林水産物を活用した商品に対する期待が高まっている。小売業者においては、特に食味に優れた、「おいしい」地元産の高品質な農林水産物・食品をブランド化する等により、収益を拡大することが想定される。また、食品加工業や外食産業においては、国産農林水産物・食品を活用した新商品・サービスを開発し、収益を拡大することが想定される。

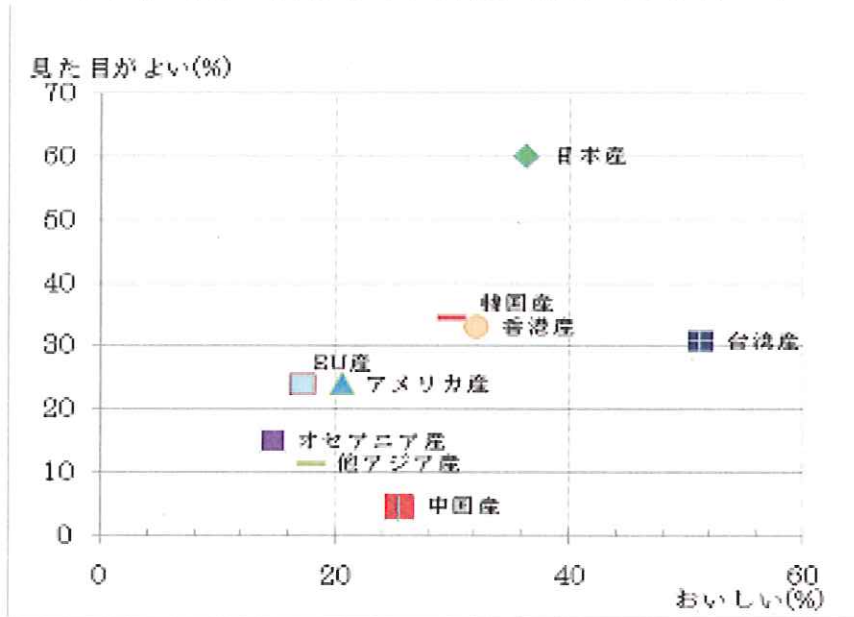
<飯野委員>

百貨店業界において、食品、特に野菜・果物については追い風。地域の産物は、人気があって相乗効果が期待できる。

<笠原臨時委員>

大手の製粉会社が輸入小麦や北海道小麦の製粉加工に適した臨海部に展開する中で、地元の会社は地元産で付加価値を高めて、地産地消を展開していかななくてはならないと考えた。

○台湾・香港・中国における各国産の食品に対するイメージ



日本消費生活センターより提供(台湾消費者動向調査)

○生鮮食品について、どこかの産地のものを購入するか

