

第2章 6次産業化に関連する主な概念等の整理

6次産業化は幅広い内容を持つ概念である。農業・農村サイドにおいては、この6次産業化という名称が登場する以前から、これに類するさまざまな活動が実践されてきた。また、政策や研究等の場においてもさまざまな名称で、6次産業化やこれに関連する概念が提示されてきた。

この6次産業化および関連する概念について、より広い観点から基本的な共通点をみるならば次のような概略を示すことができよう。それは、①農業を単体でとらえるのではなく、製造業や卸・小売業、飲食サービス業、観光業等と連携・統合させた「複合体」として把握し、②この「複合体」の形成ないし各事業活動の「連結の仕方」等に着目しながら、③農業をベースとする「複合体」づくりがもたらす、付加価値の形成、競争力の向上、所得と雇用の増大等による地域活性化を重視する、ということである。

以下、6次産業化に関連する概念として、1980年代後半以降に提示されたものの中から、その代表的なものとして、「農業の6次産業化」、「農村複合化」、「農村マーケット化」、「地域内発型アグリビジネス」、「農商工連携」および「食料産業クラスター」をとりあげ、その主要点や特徴等を簡単に示すことにする。

1. 「農業の6次産業化」（1次産業×2次産業×3次産業＝6次産業）

6次産業化の概念及びその名称の普及において、今村奈良臣の果たした役割は大きい。今村は、「農業の6次産業化」を「農業が1次産業のみにとどまるのではなく、2次産業（農産物の加工・食品製造）や3次産業（卸・小売、情報サービス、観光など）にまで踏み込むことで農村に新たな価値を呼び込み、お年寄りや女性にも新たな就業機会を自ら創り出す事業と活動」⁽¹⁾と定義している。

これは農業（1次産業）をベースとした地域活性化方策の一つとして提案されたものであり、1次産業、2次産業、3次産業の「単なる寄せ集め（足し算）」ではなく、1次産業がゼロになると全体もゼロになるという「1次、2次、3次産業の有機的・総合的結合（掛け算）」の理念を込めて「1次産業×2次産業×3次産業＝6次産業」と名称化したものである。

基本的には、上記の定義から、農業生産者が農業生産だけでなく、その加工・販売等も事業活動として組み入れ、生産・加工・販売等を一体的に行う「多角化タイプ」を意味するものとしてとらえられることが多い。しかし、今村自身が農商工連携について、「農商工連携とは、私がかねてより提唱してきた「農業の6次産業化」を立法措置により政策的に支援しようという、いわば官庁版の6次産業推進方策である。」⁽²⁾との認識を示していることから、「多角化タイプ」に軸足を置きつつも「連携タイプ」を含めた幅広い概念としてとらえることも可能である。

この「農業の6次産業化」の考え方の提起については、農業を生産事業活動だけではな

く、加工・販売等の事業活動と連動させながら付加価値を形成する総合的な事業活動としてとらえ、その価値実現過程に農業サイドが主体的に関与して所得と雇用の拡大を図る地域活性化方策の重要性を示すとともに、それを「6次産業化」という名称で1次・2次・3次の事業活動の連結を表現したものとして大きな意義があるといえる。

2. 「農村複合化」（「複合的な村づくり」）

「地域産業おこし」（地域産業振興）を通じた地域活性化方策の一つとして、全国農業協同組合中央会の研究会での検討等を経て、高橋正郎を中心に概念化されたのが「農村複合化」である。

高橋は「農村複合化」を次のように定義している。農村複合化とは「二種以上の産業部門、すなわち農林業である第一次産業と、農産加工や誘致工場などの第二次産業、観光などの第三次産業とが地域内で結びつき、地域を単位にまとまりを持った連合体をつくること」であり、「農林業を核とし、地域内の他産業と密接な連携を持った農村地域の産業複合体（産業コンプレックス）を構成していこうとすること」である⁽³⁾。

また、「農村複合化」は、「農林業生産を軸として、第二次・第三次産業との連携をとりながら農村という地域を単位に産業複合体をつくることであるといえるが、その路線には、一つには、農家・農業団体が第二次産業部門をおこし、それを取り込んでいくことと、その二つは地域内の既存の第二次・第三次産業部門の担い手と積極的な連携をとっていこうとすること」⁽⁴⁾があるとしている。

これらの点を踏まえるならば、「農村複合化」は、基本的には農商工連携的な「連携タイプ」に軸足を置きつつ「多角化タイプ」も含む、農業をベースとする「地域産業おこし」の概念であり、2次・3次部門と連動させた付加価値形成と就業の場の拡大等を図ろうとするものとしてとらえることができる。この加工・販売等を連結させて「農業の守備範囲を拡大」させてとらえる視点は、上記の今村の「農業の6次産業化」と重なる面が多いといえる。こうした点に加えて「農村複合化」において重要なのは、加工・販売等を契機に「農村地域内で創り出そうとする産業間の、あるいは、生産、加工、流通、消費にいたる各主体間の新しい結合関係、すなわち、農村地域内の複合関係」⁽⁵⁾を重視する視点が示されていることであり、この点は、農業・食品産業における主体間関係に着目しながら農と食を体系的とらえようとするフードシステムの視点につながっていくものといえる。さらに、「農村複合化」では、農業生産と加工・販売事業等を連結させた「地域産業おこし」を、「農村地域のトータルな振興」や「地域農業を単位としたマネジメント」の中に位置づけ⁽⁶⁾、「地域マネジメント」の視点からこれらの取組をとらえることの重要性が提起されている⁽⁷⁾。

3. 「農村マーケット化」

地域産業形成・地域活性化方策として、上記「農村複合化」が、基本的には、1次・2次・3次の事業者による「連合体」の形成、すなわち「連携タイプ」を軸とした事業体制

の構築を重視しているのに対し、農業サイドからの「多角化タイプ」による事業展開に着目する概念が、長谷山俊郎の「農村マーケット化」であり、次のような意味内容となっている。

「農村マーケット化は、ひとつの事業体が農村の場を有効に活用して、生産も、加工も、販売（レストランも含む）も行い、かつそれらを通して農村の人たちの心をも提供する事業活動である。それは、総合的な事業活動であり、農村地域産業の新たな構築活動でもある。」⁽⁸⁾

このように、「農村マーケット化」は、基本的には、農業・農村サイドの単一の主体（事業体）が、農業生産に加えて、加工、販売等を一体的に行う「多角化タイプ」の取組によって「農村地域産業」の構築を図ろうとするものである。また、「農村マーケット化」は、「農村の場」に消費者を呼び入れて交流等を通して農産物・加工品・調理メニュー等の提供を行うことを重視した概念であり、後述する6次産業化のタイプ分けのうち、「交流タイプ」による農業・農村を核とした地域産業形成・地域活性化の取組を示したものである。このため、長谷山は、「農村マーケット化」の概念提起の中で、農村地域に消費者を呼び入れる「集客力」の向上に必要な要素（デザイン、アミューズメント性等）などについてさまざまな検討を行っている。

4. 「地域内発型アグリビジネス」

斎藤修は、6次産業化等の取組による地域活性化について、主としてフードシステムの視点から、主体間関係、サプライチェーン、バリューチェーン、イノベーション、関係性マーケティング、地域ブランド、プラットフォーム等の理論的考察を踏まえた体系的な検討を行っている。

その中で、6次産業化を考える際のベースとなる概念が「地域内発型アグリビジネス」であり、次のような意味内容のものとして示されている。

「現在、農村に求められているものは地域内発型のアグリビジネスであり、高齢者・女性を含めた雇用創出と自然・景観・文化まで含んだ地域資源の活用によって地域の所得形成を最大限、持続的にはかることである。このアグリビジネスは経営体として生産を基礎においたフードチェーンを地域資源の活用をはかりながら構築し、消費者交流やその組織化のためにアメニティ空間の形成と利用秩序の形成にまで発展させる経営戦略を課題とする。また、その組織的特質は生産－加工－販売のチェーンを統合化によって内部化し、加工・販売部門での利益を調整して、再生産しにくくなった生産部門への再配分をはかりながら、流通合理化と高付加価値化が連動したシステムにある。さらに、このアグリビジネスは、生産のみでは限界となるUターン、Iターン、新規参入者の「受け皿」としての役割も担っており、システムの中で高齢者を含めた多様な役割分担が可能であり、事業領域の拡大によって多様な就業の場が確保される。」⁽⁹⁾

また、この場合の「地域内発型の条件は、①地域の高齢者も含めた労働力、人材の活用、②原料の地域内からの調達割合が高く、地域資源が有効に活用されていること、③担い手

として地域の中小資本，第三セクター，農協，農業生産法人のみならず，任意組合，個人も含まれ，④いずれも生産に基礎をおいていること，などである。」としている⁽¹⁰⁾。

さらに，「地域内発型アグリビジネス」の基本的な戦略は「加工場，直売所，レストランの集積で経済拠点を形成し，これにアメニティ空間として農業公園，市民農園，交流施設などを結合させることである。」⁽¹¹⁾とし，「消費者の交流を媒介とした需要創造」等も見据えた事業展開の方向性を示すとともに，消費者により近づくための「流通チャンネル」構築のあり方等についても言及している（こうした斎藤の考え方は，その後，バリューチェーン，サプライチェーンおよびその融合等の視点からより詳しく検討される）。

これらに加えて重要な点は，「地域内発型アグリビジネス」の「担い手は完結した経営体としてだけではなく，経営間の多様な連結構造をとった中間組織としてのネットワークを形成している。」⁽¹²⁾としており，農業サイドの主体による「多角化タイプ」（統合）の事業活動だけでなく，多様な関係主体が結びつく「連携タイプ」による事業展開も含む広い概念としてとらえていることである。また，連携・提携におけるネットワーク（中間組織）の性格について，その連結度合いの強弱等に応じた区分（「連合型」，「融合型」等）による違いに着目する必要性も示されている。

斎藤は，「地域内発型アグリビジネス」の形成について，これによる所得と雇用の増大を図ることの重要性と意義を認めつつも，基本的には個別経営的性格が強く，地域全体への波及効果の点では十分ではないケースが多いとしている。このため，農と食をベースとする産業形成において，地域への波及効果をより高めるためには，この「地域内発型アグリビジネス」について，農と食に係る関連企業の地域への集積と「連携の深化（戦略的提携等）」等を進めてイノベーションを誘発しやすい仕組みを構築し，食料産業クラスターの形成へつなげていくことが重要であるとしている。

5. 「農商工連携」

「農商工連携」は，農業者と商工業者等とが連携し，お互いの経営資源を組み合わせ，地域資源を活用した新商品の開発や販路開拓等を行い，経営力の向上と雇用・就業機会の拡大等を図ろうとする取組である。

この「農商工連携」の推進に向けて，農林水産省と経済産業省が共同して支援する仕組みの一つとして，「農商工等連携促進法」（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）が2008年7月に施行され，中小企業者と農林漁業者が共同して作成する「農商工等連携事業計画」の認定等に基づく新商品開発・販路開拓等の各種支援等が進められることとなる。

同法の「農商工連携」の定義は，「中小企業の経営の向上および農林漁業経営の改善を図るため，中小企業者と農林漁業者とが有機的に連携し，それぞれの経営資源を有効に活用して，新商品の開発，生産若しくは需要の開拓又は新役務の開発，提供若しくは需要の開拓を行うもの」である。また，この場合の「有機的な連携」とは，「中小企業者と農林漁業者のそれぞれが，相手方は保有していないが自らは保有する経営資源を互いに持ち寄

り、連携事業期間を通じて、両者いずれもが主体的な参画をし、当該連携事業に係る費用、利益及び損失を分担、分配する形で当該事業を遂行していくための事業体制が担保されていること」である（「農商工等連携事業の促進に関する基本方針」より）。

この認定事業計画による「農商工連携」の取組状況を整理・分析した櫻井清一、室屋有宏は、連携の組み合わせとして、基本的には「農工連携」による取組が多く、「商」を含めた連携形態は少ないことを指摘している⁽¹³⁾。

このことにも関連して、斎藤修は「農商工連携」の取組について、「単発的な製品開発」が中心であり、「連携とはいっても食品・関連企業と農業との関係は原料調達という取引関係にすぎない場合が多い」とみている。このため、「連携」という視点からは「製品開発だけでなく、情報の共有化や経営資源の依存関係のもとで、食品・関連企業から農業サイドへの技術やノウハウの移転、資本の出資関係の形成による経営体の育成も課題とすべき」であるとする⁽¹⁴⁾。

6. 「食料産業クラスター」

産業「クラスター」はさまざまな要素を含む概念であるが、簡潔な定義としてポーターは次のように示している。「クラスターとは、ある特定の分野に属し、相互に関連した、企業と機関からなる地理的に近接した集団である。」⁽¹⁵⁾。また、クラスター形成がもたらす「競争優位」の基本的内容として、①「クラスター」を構成する企業や産業の生産性の向上、②その企業や産業がイノベーションを進める能力の強化、③イノベーションを支え「クラスター」を拡大するような新規事業の形成、の3点をあげている⁽¹⁶⁾。

産業「クラスター」については、基本的には、関連産業・企業の地域への集積と、これらの企業や産官学の連携の強化等による情報・知識・技術の集積等を進め、イノベーションの誘発と競争力の向上等を図るものとしてとらえることができる。

農林水産省では、農業と食品産業（製造業、流通業、外食産業等）を「食料産業」として一体的にとらえ、「食料産業クラスター」の形成促進を図る事業を2005年に開始した。「食料産業クラスター」については、たとえば「コーディネーターが中心となり、地域の食材、人材、技術その他の資源を有効に結びつけ、新たな製品、販路、地域ブランド等を創出することを目的とした集団」（総合食料局資料（2006年11月））として把握するとともに、その事業推進の「モデル地区」の選定においては、①産官学の連携体制が構築されていること、②食品産業と農業が連携し、新製品の開発、新たなサービスの提供等を通じた関連産業の集積による地域経済の活性化に貢献することが見込まれること、等が重視されている。

「食料産業クラスター」については、基本的には、地域農業および地域産業の競争力の強化に向けて、農業をベースとした「食料産業」の地域への集積を進め、これによる関係者間での「情報・知識の交流・共有・蓄積」等を基礎とするイノベーションを誘発させながら地域の活性化を図ろうとする重要な取組としてとらえることができる。

前述したように斎藤修は、地域への波及効果をより大きくした地域活性化を図るために

は、農と食に係る関連企業の集積と「連携の深化（戦略的提携）」等を進めてイノベーションを誘発しやすい仕組みを構築し、食料産業クラスターの形成へつなげていくことの必要性を早くから提起してきた。斎藤は、この「食料産業クラスター」の形成やイノベーションの促進等においてプラットフォームの構築を重視する⁽¹⁷⁾。プラットフォームについてはさまざまなとらえ方があるが、「食料産業クラスター」等と関連させた斎藤の提起するプラットフォームは、たとえば「地域の自治体や JA、食品事業者、生産者、研究機関等が相互にネットワークをつくり、知識の共有化から地域の価値を創造するための戦略をつくる「場」」であり、そこでは「知識の蓄積と共有化」をベースに価値提案や事業戦略の組み立て等へと連動させていく役割が期待されている。また、このプラットフォームづくりは、「食料産業クラスター」の形成やイノベーションの促進等を図るための「場」として重要であるだけでなく、地方自治体等の参画を踏まえることによって「地域マネジメント」機能の担い手としての役割も期待されており、「フードチェーンと地域再生の結節」として位置づけられている。こうした基本的認識を背景として斎藤は、「地域再生にとって最も効果的であるのは、6次産業を指向する経営体が地域に集積して食料産業クラスターを形成して所得と雇用の拡大」を図ることであるとしている⁽¹⁸⁾。

(小林茂典，宮本一良，山路裕)

注

- (1) 今村奈良臣 (1998)，1 ページ。
- (2) 今村奈良臣 (2009)，3 ページ。
- (3) 全国農業協同組合中央会編，高橋正郎・板倉勝孝監修 (1985)，12 ページ。なお，高橋は、「農村複合化」の内容を「複合的な村づくり」という名称で呼ぶこともある。『農業の経営と地域マネジメント』2002 年では、「農村複合化」を「複合的な村づくり」としてとらえることを原著に加筆して示している。しかし，本稿では最初に提起された名称である「農村概念化」を用語として使用する。
- (4) 同上，17 ページ。
- (5) 全国農業協同組合中央会編，高橋正郎監修 (1985 年) 13 ページ。
- (6) 前掲 3，151 ページ。
- (7) このほか，基本的には「農村複合化」と同じように，農業 (1 次産業) をベースとして，2 次産業，3 次産業の連携 (連携タイプ) を軸とした地域産業の形成・地域活性化等を示す概念として，竹中久仁雄ら (1995) の「地域経済複合化 (農・工・商複合体)」，橋本卓爾ら (2005) の「地域産業複合体」等がある。
- (8) 長谷山俊郎 (1998)，130 ページ。長谷山は、「農村マーケット化」を含む概念として「新フードシステム」という概念も提唱している。「新フードシステム」とは、「ひとつの事業主体が，ニーズを踏まえ，生産，加工，販売，交流，飲食，サービス，流通などの各事業を，一定のコンセプトの下に一貫性を持って総合的に行う」ものであり，基本的には，農業サイドによる食品産業分野への進出を意味している。「新フードシステム」の考え方等については，長谷山俊郎『おもしろ「農」経営教本』，明日の農業を考える会「21」，2001 年を参照。なお，長谷山の概念について，本稿では，「新フードシステム」ではなく，その特徴がより表れている「農村マーケット化」という名称を使用する。

- (9) 斎藤修 (1996) , 41 ページ。
- (10) 同上, 42 ページ。
- (11) 同上, 49 ページ。
- (12) 同上, 43 ページ。
- (13) 櫻井清一 (2011) , 室屋有宏 (2013) , 室屋有宏 (2011) 。
- (14) 斎藤修 (2011) , 49 ページ。
- (15) ポーター (1999) , 邦訳 70 ページ。
- (16) 同上, 邦訳 86 ページ。
- (17) たとえば, 斎藤修監修 (2014) を参照。また, 食料産業クラスターの特徴等については, 森島輝也 (2012) も参照。
- (18) ここで引用したプラットフォーム等に関する斎藤の考え方等については, 斎藤修 (同上) および流通研究所 (2014) を参照。また, このプラットフォームとも関係し, 製品開発チーム・プロジェクトとして作られるのがコンソーシアムである。

[引用・参考文献]

- 今村奈良臣 (1998) 『地域に活力を生む, 農業の6次産業化』 (財) 21世紀村づくり塾。
- 今村奈良臣 (2009) 「農商工連携の歴史的意義」, 『農業と経済』第75巻第1号, 昭和堂。
- 斎藤修 (1996) 「地域内発型アグリビジネスの展開条件と戦略」, 小野誠志編著『国際化時代における日本農業の展開方向』, 筑波書房。
- 斎藤修 (2011) 『農商工連携の戦略』, 農山漁村文化協会。
- ポーター, M (1999) 『競争戦略論Ⅱ』 (竹内弘高訳), ダイアモンド社。
- 斎藤修監修 (2014) 『フードチェーンと地域再生』, フードシステム学叢書第4巻, 農林統計出版。
- 櫻井清一 (2011) 「農商工等連携事業の展開にみられる諸課題」, 『農業市場研究』第19巻4号。
- 全国農業協同組合中央会編, 高橋正郎・板倉勝孝監修『むらの挑戦: 地域産業活性化戦略』 (1985年), 家の光協会。
- 全国農業協同組合中央会編, 高橋正郎監修 (1985) 『村を活かす: 地域加工産業の新しい波』, 筑波書房。
- 竹中久仁雄・岡部守・白石正彦編著 (1995) 『地域産業の振興と経済』, 筑波書房。
- 橋本卓爾ほか編著 (2005) 『地域産業複合体の形成と展開』, 農林統計協会。
- 長谷山俊郎 (1998) 『農村マーケット化とは何か』, 農林統計協会。
- 室屋有宏 (2011) 「6次産業化の論理と基本課題」, 農林中金総合研究所『農林金融』第64巻第4号。
- 室屋有宏 (2013) 「6次産業化の現状と課題」, 農林中金総合研究所『農林金融』第66巻第5号。
- 森島輝也 (2012) 『食料産業クラスターのネットワーク構造分析』, 農林統計協会。
- 流通研究所 (2014) 『食品事業者のためのバリューチェーン構築の手引き』。