

## 第1章 基礎調査のまとめ

### 1 6次産業化とは

#### (1) 定義

今村(1998)は、「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次産業や3次産業にまで踏み込んで農業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」と定義している。

なお、この報告書において6次産業とは、図1-1のように、農林漁業者が1次産業、2次産業および3次産業を一体的に行うことや、2次産業者および3次産業者と連携し、農産物に付加価値をつけ新たな展開を図る地域ビジネスや新産業のことをいう。また、図1-1の横軸にある「4次産業」のように、生産者が直接販売する形態も含めている。

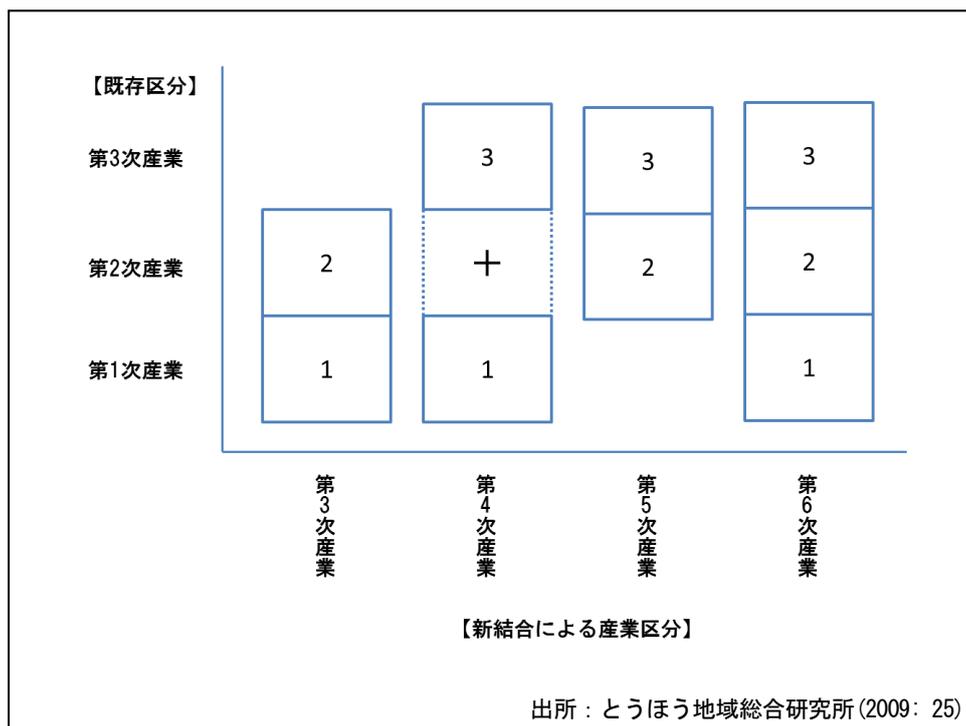


図1-1 新結合による産業体系と既存産業の関係

※横軸の「第3次産業」、「第4次産業」、「第5次産業」は、一般的な用語ではないので注意が必要である。「第3次産業」は、農家から加工用として販売する場合、「第4次産業」は、農家からの直接販売、「第5次産業」は、農業には当てはまらない産業形態である(とうほう地域総合研究所(2009: 24-29))。

## (2) 法制度

国においては、2010年12月に「地域資源を活用した農林漁業者等による新事業の創出等及び地域の農林水産物の利用促進に関する法律」(6次産業化・地産地消法)が成立し、今後農林漁業者が生産物の生産、加工、販売を一体として取り組む場合、各種法律の特例措置を受けられるようになった。また、2011年10月には「我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画」の中で、農業の競争力強化に寄与すべく6次産業化が位置づけられた。

一方、滋賀県の施策として2011年に「しがの農業・水産業新戦略プラン」が策定され、その中において農業の安定経営や農村振興といった各戦略に横断的に関係する施策として6次産業化が謳われ、国の施策を踏まえた6次産業化推進に関連する支援施策が進められている。

## (3) 6次産業化の必要とされる背景

松原(2014)によると、6次産業化が必要とされる理由として、次のような社会的背景が考えられる。

- ① 日本の農業・食料を取り巻く情勢
- ② 市民・消費者が農業・食料に求めるものの変化
- ③ 拡大・成長の時代の終焉と経済社会の成熟化と定常型経済社会<sup>1</sup>への移行
- ④ 地域産業政策の転換（「外来型産業政策<sup>2</sup>」から「内発型産業政策<sup>3</sup>」へ）

上記の①から④については、日本社会全体に関するものであるが、草津市もまた、①、②の影響を受けており、③、④については、まさにこれらから生じる課題についてどのように取り組んでいくか、草津市の現状を踏まえ、草津市における6次産業化について検討する時期に来ている。

---

<sup>1</sup> 定常型経済とは「経済成長を目標としない経済」、つまり「活発な経済活動が繰り返されているものの、その規模自体は拡大していかない経済」のこと(幸せ経済研究所:<[http://ishes.org/keywords/2013/kwd\\_id000929.html](http://ishes.org/keywords/2013/kwd_id000929.html)>)。詳細は広井(2001)を参照。

<sup>2</sup> 外から成長産業や有力産業を地域に誘致する政策(松原 2014: 4)。

<sup>3</sup> 農林水産業や地場産業に基礎を置き、それに付加価値を付けて新たなビジネスを起こす政策(松原 2014: 4)。

## 2 草津市の現状のまとめ

### (1) 草津市の現状

草津市の農業生産は、水稻を中心としながら、ビニールハウス等整備がなされ軟弱野菜を扱うハウス栽培が盛んであることに特徴がある。その主たる野菜生産地域である北山田地域では、都市近郊型野菜生産地としてハウス軟弱野菜や草津メロン、ねぎなど特産野菜の生産が行われていることが特徴である。また、その施設野菜の栽培面積を見ると、みずなやほうれんそうが県内一の栽培面積を有し、同様にメロン栽培面積も県内一である。青果作付け面積は、みずなが66haと最大の面積で、次いで、ほうれんそう20ha、以下、みぶな、九条ねぎ、だいこん、メロンとなっている。

また、下笠地域では、比較的小規模で生産活動を行っており、定年後に農業を始める者も多く平均年齢は70歳程度で、北山田の専業農家と同様にハウス栽培を行っている。そして、当該地には「草津あおばな館」が立地しており、周辺には同館向けの野菜の出荷を担う農家（会員制で324名）が存在している。

草津市の総農家の経営耕地面積の経年変化を見ると、市街化の進展にともない、年々減少しており、1980年の1,759haより、2010年の1,024haへと30年間でおよそ42%程度減少している。

また各年代の農業就業人口は65歳以上が67.5%と、7割近くを占め、60～64歳層で1割強、それ以下では1割にも満たない。基幹的農業従事者<sup>4</sup>は、65歳以上が62.2%と、6割強にのぼり、60～64歳層で1割強、50～59歳層でも1割程度あるが、同じくそれ以下では1割もなく、農業の担い手に高齢化が進んでいる傾向は全国的な傾向と例外なくあてはまっている。

一方農家数を見れば、市街化の進展にともない経営耕地面積と同様1980年の2,904戸より、2010年の1,555戸へと30年間でおよそ46%程度減少しているが、販売農家のうち専業農家<sup>5</sup>、主業農家<sup>6</sup>については、経年的に220戸前後を概ね維持しており、減少要因は兼業農家の減少である。

---

<sup>4</sup> 農業に主として従事した世帯員（農業就業人口）のうち、調査期日前1年間のふだんの主な状態が「仕事に従事していた者」のこと。

<sup>5</sup> 世帯員の中に兼業従事者が一人もいない農家。

<sup>6</sup> 農業所得が主で60日以上/年自営農業に従事している65歳未満の世帯員がいる農家。

## (2) 農業の分析

草津市における現状を、農水産業の関連データと研究会等の議論や種々の調査結果を踏まえ、強み (S) 、弱み (W) 、機会 (O) 、脅威 (T) として次のように整理を行った。

### 【強み (S)】

- ① 軟弱野菜 (ほうれんそう、みずな、ねぎ、だいこん、こかぶ、ひのな) の栽培面積が県内一 (ねぎは彦根市に次いで2位)
- ② 淡水養殖真珠等ブランド資源の存在
- ③ 愛彩菜、草津メロン、山田ねずみだいこん等の特産品の存在
- ④ あおばな館や道の駅くさつによる野菜の直売や加工品の販売
- ⑤ 専業農家による高い栽培技術力の集積 (高い品質)
- ⑥ 市内に立地する大企業の工場や社員の存在

### 【弱み (W)】

- ① 農業生産基盤の弱体化 (農業者の高齢化、農家数の減少、農業後継者の不足、農地面積の減少等)
- ② 生産品目に偏りがあり品目数が少ない (多量少品目)
- ③ 加工場の少なさと加工技術者の確保
- ④ 卸売市場依存と直売所の未成熟
- ⑤ 目玉となる高い知名度の産品がなくブランド化が未確立
- ⑥ 今日の消費者ニーズに合った加工技術や商品提案力の未成熟さ

### 【機会 (O)】

- ① 卸売市場への出荷から生産者による直売の流れなど6次産業化に向けた時代潮流
- ② 地元産野菜の活用に期待する地元の小売店や工場との連携の流れ
- ③ 草津市産の野菜の味を未だ知られていない
- ④ 農産物に対する消費者ニーズの多様性
- ⑤ 子育て世代の転入など若い世代が多い
- ⑥ 京都等の大消費地に近接しているため、流入人口や流入客が見込める

### 【脅威 (T)】

- ① 京野菜等の他のブランド産品との競合

- ② 他府県の安価な野菜の流入
- ③ 農産物の価格低迷
- ④ 販売・出荷先の狭小さ（卸売市場と直売所の二択）
- ⑤ 若者等にとっては農業への接触が少なくイメージを持ってないこと
- ⑥ 夏場の気温上昇等、生産を取り巻く自然環境の悪化

以上のように現状の SWOT 分析を行った結果、草津市の特徴が整理でき、これを組み合わせることで道筋を立てることが必要であることが見えてきた。

### 3 先行事例から学ぶ

#### (1) 先行事例

生産者が、6次産業という全く新たな分野に踏み出そうとすると、相当の知恵と体力と時間と費用を必要とすることから、2012年度に視察訪問した、ある一定の成功を遂げている中小規模と大規模の二つの先行事例を取り上げ、参考とする。

##### ① 滋賀県湖南市 こなんマルシェ

湖南市にある地元産の農産物や加工食品等を販売する「こなんマルシェ」では、農業経験の無かった若い女性二人が、自分たちのスタイルに合った農業を実現すべく立ち上げた「農業グループ fm craic」が受託事業として企画運営しており、その「こなんマルシェ」で、地元野菜を活用し生産、加工、販売の一連を実現した事例である。「もっと滋賀の野菜を世に出したい」という思いで始め、小規模であることから、他の農家と同じことをしても生き残れないとの意識を持ち、いかに農作物に付加価値を付けるかを重視している。また、ソースや香辛料などの自社製品の開発も行いながら、全て自分のところで完結するのではなく、多様な事業者との連携による商品展開も行っている。

##### ② 滋賀県東近江市 池田牧場

大規模な酪農経営者が、生産調整により牛乳を廃棄せざるを得ない無念さと危機感を持ち、規制の多い補助金や助成金に頼ることなく廃棄牛乳の活用を模索し、ジェラードの加工と販売を手掛けることとした。顔の見える対面で、牧場だけで売るというブランド価値を守り、過度な商品展開の拡散を避けて、良いモノを作るだけでなく直接モノ

の良さを伝えてリピーターになってもらう努力をした。その結果、消費者に直接売ることの喜びとともに認知度が高まり、事業を始めた年より徐々に売り上げが伸び経営が安定してきた。さらなる展開として茅葺の旧家を移築し、地元産の野菜や鹿肉を用いた地産地消の農家レストランを経営するとともに、近年は隣接する市営キャンプ場の運営を任されている。経営的には全体で採算が取れるまでに至っているが、一つの事業の成功までの目安は5年が限界だとの認識で行っている。

## (2) 先行事例からの示唆

先行事例を参考に6次産業化の課題について考察を行ったところ、次のようなことが分かった。

- ① 生産、加工、販売という一連の形式にとらわれるのではなく、ひとまず生産→販売のかたちでもって、自ら売るということに意識を持つ。
- ② 生産→加工委託→販売のように、他の事業体との連携を進めることで、加工販売への実現を目指すというアプローチも視野に入れる。
- ③ 多様な事業展開の一つに6次産業化からのアプローチがあるという柔軟なイメージを持つ。
- ④ 農産物の品質をPRする。
- ⑤ 大消費地に近いという地理的特徴を活かす。
- ⑥ 少量多品目型生産への意識を持つ。
- ⑦ 生産者による生産者のための6次産業化を目指す。

## (3) 草津市の取り組みの可能性

「6次産業化といっても決まった方法が存在するわけではなく、方法は地域性との関わりの中で作られていくもの。その地域がこれまで積み重ねてきた特徴や置かれた状況を見ながら、地域の特性に応じた展開をしていくしかない」<sup>7</sup>。今後は、より具体的な展開に向けた検討が望まれる。以下に今後の検討課題を示す。

---

<sup>7</sup> 2012年度の6次産業化に関する研究会(2012.8.23)において、立命館大学経済学部長松原豊彦教授による。

- ① 生産段階でどうしても発生する規格外のモノを廃棄することなく、そのモノに合わせた加工を施し、付加価値をつけ有効に活用することにより、生産者の所得向上につなげ労働意欲を高める。
- ② 6次産業化について、生産者の一方向からだけ見るのではなく、消費や販売、流通といった多様な観点から考察する。
- ③ 草津市の農産物をシティセールスの一つのツールとして取り上げ、知名度を上げることにより消費拡大につながるブランド化を展開する。
- ④ 草津市の農産物を各家庭での食卓のみならず、市内に立地する大学や大企業の工場の食堂にアクセスすることにより、地域での消費拡大と市内で全て循環できる地産地消の仕組みづくりを行う。
- ⑤ 少量にカットされた野菜や惣菜のニーズの高まり等を検証し、消費者の食生活や家族形態等の変化に沿った農産物の生産や販売のあり方を見直す。