

農林水産資源を活用した地域振興施策の考察

ー島根県の中山間地域における活用事例を参考に岩手県における 行政支援のあり方を探るー

はじめに

2008年5月16日に農商工関連2法といわれる「中小企業者と農林業業者との連携による事業活動促進に関する法律」と「企業立地の促進等により地域における産業集積の形成及び活性化に関する法律の一部を改正する法律」が成立した。これより、地域産業振興政策の取り組みのキーワードとして「農商工連携」が注目を集めつつある。この連携は、「地域の基幹産業である農林水産業と商業、工業等の産業間での連携を強化し、相乗効果を発揮していくこととなるよう、農林水産省と経済産業省は、密接かつ有機的に連携」¹を図るという従来の産業別に行っていた振興施策の枠組みを取り払い、省庁横断的に取り組む施策としても意義のあるものと考ええる。

農山漁村地域の地域づくりとしては、1962年に策定された「全国総合開発計画」からスタートしており、その計画は、地域間の均衡ある発展のために基軸的産業を国内の複数の地域拠点（新産業都市及び工業整備特別地域）に誘致し、拠点地域での食料需要の増大や雇用機会の拡大を媒介として農山漁村地域にその開発成果を波及させるもの²であり、地域づくりは商工業を中心とするものであったと考える。

現在、農山漁村地域では「人の空洞化（人口流出）」・「土地の空洞化（担い手不足による農林地の荒廃）」・「ムラの空洞化（集落機能の脆弱化）」という3つの空洞化³が進んでいる。その反面、これらに対応しなければならないとの思いから、「地域資源」に着目した地域づくりの取り組みが進められていると思われる。島根県立大学総合政策学部の松永准教授もその論文の中で「中山間地域の現場では、政策サイドが意図するよりも一歩先に新しい動きを始めているように思える。」⁴と記している。

少子高齢化や人口の社会減の傾向が続いている岩手県において、人口流出に歯止めをかけ、3つの空洞化に対応する方策の一つとして、農商工連携に着目し、これによる産業振興

¹ 「農林水産業と商業・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り組みについて」（平成19年11月30日付け農林水産省、経済産業省通知）

² 小田切徳美（2004）「自立した農山漁村地域をつくる」『自立と協働によるまちづくり読本 自治「再」発見』ぎょうせい、pp.283-285。

³ 小田切 前掲 pp.279-281。

⁴ 松永桂子（2008）「地域資源の活用と農商工連携ー中山間地域にみる産学官連携の取り組みー」『商工金融』2008年11月号 商工総合研究所編、p.21。

施策を築きたいと考える。

そこで、本稿では、人口減少や高齢化に悩む先進地域における地域ビジネスがレポートされている島根県内での取組みを把握することにより、岩手県において支援施策を検討する場合の課題を明らかにしたい。

第1章 農商工連携の意義

農商工連携の目的は、地域の基幹産業である農林水産業と商業・工業等の産業間での連携を強化し、川上から川下⁵までをつなぐ「農商工連携」により、付加価値の高い「売れる」地域産品の創出と供給体制の強化、国内外でのマーケットを意識した「攻め」の経営、「ブランド」戦略による内外マーケット拡大により地域経済の活性化を実現すること⁶にある。

地域産業の活性化のために農商工連携を活用する視点から見ると、一定地域内の農林水産業者と商業者や工業者がお互いに win-win の関係を構築できるような地域産品の付加価値向上の取組みでなければならないと考える。

ここで、農業者、商工業者それぞれからみた、連携の意義を整理する。

(1) 農業者からみた連携の意義

現在の日本の農業は、担い手不足や農業従事者の高齢化、耕作放棄地の増加など様々な問題を抱えている。岩手県においても、耕作放棄地が増加している（図表1参照）とともに、農業従事者の高齢化、後継者不足（図表2参照）の状況を示している。

さらに、一般的には農業を取り巻く経営環境は厳しく、国内外の消費者のニーズに対応した事業展開は十分には図られておらず、農業における所得の向上は未だ十分とはいえない状況にある⁷といわれている（岩手県における農業経営体の販売規模については、図表3参照）。

一方、食品に関する事故や偽装が相次ぎ、消費者が安全・安心な国産農産物を求める傾向は高まっており、国内農業に対する追い風が吹いているものと考えられる。また、道の駅、産地直売所での野菜や手作り加工品の販売や、最近のスローフードの人気の高まりを受けた農家レストランなど⁸、農産物の付加価値を高め、新たな販売ルートの開拓

⁵ 製品を川の流れに例え、資材や素材などを扱う産業を「川上又は川上産業」と呼び、製造や加工などを行う産業を「川下又は川下産業」と呼ぶ。

⁶ 経済産業省地域経済産業グループ地域経済産業政策課 細川孝（2008）「農商工連携促進の意義と企業立地促進法」『産業立地』2008年9月号 財団法人日本立地センター編、p.11。図1を参照。

⁷ 細川 前掲 p.10。

⁸ ㈱キースタッフ代表取締役 鳥巢研二（2008）「農商工連携のポイントを探る」『日本政策金融公庫調査月報』2009年5月号 中小企業リサーチセンター編、p.36。

を行うなど、農家の所得向上につながる動きも始まっている。

しかし、所得向上のため、農産物そのものではなく加工により付加価値を高めた製品の販売を進める場合にあっては、加工施設をつくるための設備投資、従業員確保や販売ルートの開拓など、農家が従前より行っていた農産物生産以外の製造・流通・販売といった新たな経営のノウハウを農家自身が学ばなければならないこととなる。そこで、「餅は餅屋」と言われるように、加工や販売の専門家と連携することで、農家自身が資金調達や加工・販売に対するリスクを負わずに農業ビジネスを拡大することを可能とする利点があると思われる⁹。

図表 1 岩手県における耕作放棄地の状況

(5) 耕地種類別経営耕地面積(家族経営)

農業経営体(家族経営)の経営耕地総面積は113,988haで前回に比べ7.3%減少した。これを耕地種類別にみると、田が79,950haで前回に比べ5.4%、畑が31,148haで前回に比べ11.0%、樹園地が2,890haで前回に比べ14.9%、それぞれ減少した。耕作放棄地面積は5,668haで前回に比べ8.2%減少したが、総農家(販売農家及び自給的農家)でみると8,308haで前回に比べ2.7%増加した。

カ 耕地種類別経営耕地面積(農業経営体のうち家族経営)						単位: ha
	経営耕地 総面積	田	畑	樹園地	耕作放棄地	(総農家の 耕作放棄 地)
2005	113,988	79,950	31,148	2,890	5,668	8,308
2000	122,918	84,540	34,982	3,396	6,172	8,093
増減数	▲ 8,930	▲ 4,590	▲ 3,834	▲ 506	▲ 504	215
増減率(%)	▲ 7.3	▲ 5.4	▲ 11.0	▲ 14.9	▲ 8.2	2.7

出典：岩手県「農林業センサス(概要)2005年」

⁹ 鳥巢は前掲 p36 で「農家が第6次産業化を実現しようとする、農産物の『生産、加工、販売』をすべて手前で手がけなければならない。(中略) ビジネスを大きくしようとする、原料や資金の調達、加工所や従業員の確保など、様々な経営問題に直面する。この場合、製造ノウハウをもつ食品の加工メーカーや飲食業者、もしくは販売ノウハウをもつ商業者と連携したほうが課題の解決は容易になり、ビジネスを拡大させやすくなる」と述べている。また、後久博(2009)『農商工連携による「地域おこし」のススメ』ぎょうせい p40 では「ものづくりにおいて付加価値を生み出すためには『優れた素材』と『優れた技術』が必要です。農林漁業や中小企業が自ら革新的な技術を生み出すことには限界があります。(中略) その企業が技術を持ち合わせていなくても、「餅は餅屋」のたとえ通り、適任会社の技術に出会えることもあります。」と述べている。

図表 2 農業経営者及び後継者の状況

(12) 年齢・性別農業経営者数

販売農家の経営者を年齢別にみると、60歳以上の経営者が全体の過半数を占めている。
30歳から39歳、40歳から49歳の階層がそれぞれ35.1%、38.9%減少している一方、70歳以上の階層は25.7%増加した。

キ 年齢・性別農業経営者数（販売農家）

単位：人、歳

	総数	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	男	女	平均年齢
2005	67,330	125	1,532	10,048	21,909	17,950	15,766	62,843	4,487	60.2
2000	75,936	116	2,361	16,453	20,947	23,519	12,540	70,318	5,618	—
増減数	▲ 8,606	9	▲ 829	▲ 6,405	962	▲ 5,569	3,226	▲ 7,475	▲ 1,131	—
増減率（%）	▲ 11.3	7.8	▲ 35.1	▲ 38.9	4.6	▲ 23.7	25.7	▲ 10.6	▲ 20.1	—
2005構成比	100.0%	0.2%	2.3%	14.9%	32.5%	26.7%	23.4%	93.3%	6.7%	—
2000構成比	100.0%	0.2%	3.1%	21.7%	27.6%	31.0%	16.5%	92.6%	7.4%	—

(13) 農業後継者数（同居・他出）

販売農家のうち、同居している農業後継者は33,376人で、前回に比べ11,887人（26.3%）、世帯から離れて住んでいる他出農業後継者は8,537人で、前回に比べ2,909人（25.4%）それぞれ減少した。

ク 同居・他出農業後継者数（販売農家）

単位：人

	農業経営者数	同居 農業後継者	他出 農業後継者	農業後継者 がいない
2005	67,330	33,376	8,537	25,417
2000	75,936	45,263	11,446	19,227
増減数	▲ 8,606	▲ 11,887	▲ 2,909	6,190
増減率（%）	▲ 11.3	▲ 26.3	▲ 25.4	32.2
2005構成比	100.0%	49.6%	12.7%	37.7%
2000構成比	100.0%	59.6%	15.1%	25.3%

出典：岩手県「農林業センサス（概要）2005年」

図表 3 販売規模別経営体数

(3) 農産物販売金額規模別経営体数（家族経営）

1,000万円を分岐点に、1,000万円未満の階層では減少、1,000万円以上の階層では増加している。

エ 農産物販売金額規模別経営体数（農業経営体のうち家族経営）

単位：経営体

	計	販売なし	50万円 未満	50～ 100万円	100～200	200～300	300～500	500～700	700～ 1,000
2005	67,505	8,280	16,973	12,712	12,494	5,716	4,969	2,172	1,588
2000	75,936	7,249	19,358	14,761	14,674	7,656	5,760	2,406	1,664
増減数	▲ 8,431	1,031	▲ 2,385	▲ 2,049	▲ 2,180	▲ 1,940	▲ 791	▲ 234	▲ 76
増減率（%）	▲ 11.1	14.2	▲ 12.3	▲ 13.9	▲ 14.9	▲ 25.3	▲ 13.7	▲ 9.7	▲ 4.6

	1,000～ 1,500	1,500～ 2,000	2,000～ 3,000	3,000～ 5,000	5,000万～ 1億円	1～3	3～5	5億円 以上
2005	1,131	453	455	365	150	44	2	1
2000	1,078	431	440	307	112	40	—	—
増減数	53	22	15	58	38	4	—	—
増減率（%）	4.9	5.1	3.4	18.9	33.9	10.0	—	—

出典：岩手県「農林業センサス（概要）2005年」

(2) 食品製造業者からみた連携の意義

中小食品製造業者の声として「地方も大手と中小で二極化している。食の安全安心を求める消費者の声で追い風が吹いていても、地元原料が確保できない。中小の活路は地元原料と中小同士の連携で開発力を高めることである。」との指摘が岩手県に対して寄せられていると聞く。この発言にもあるとおり、中小の食品製造業者においては、大手食品メーカーとの差別化を図る戦略が必要である。

地元の農家で生産された食材で加工食品や菓子などを開発・製造すればオリジナル性が高まり¹⁰、大手食品メーカーとの競争に打ち勝つための活路を見出す製品を製造できる可能性がある。さらには、輸入農産物を使わず地産地消に貢献する良好な企業イメージ¹¹を消費者に発信することができ、大手食品メーカーとの差別化が可能となる。

(3) 小売店から見た連携の意義

小売店においては、農産物を地元農協や農業生産法人、農家から直接仕入れることにより、鮮度や品質の高い地元農産物を販売ができ、消費者の「生産者の顔の見える販売」「栽培履歴の公開」に対するニーズに応えやすい¹²などのメリットがあると考えられる。

例えば、地元資本のスーパーにおいて、地元の農産物を販売することは、生産者が身近であることから生ずる「安全・安心」という感覚を消費者に対し積極的にアピールすることができ、中央資本の大手スーパーとの差別化を図ることができると考えられる。さらに、惣菜として加工販売する際にも、地元農産物活用が安全・安心という付加価値をつけ、スーパーとしての信頼拡大につながる可能性があると考ええる。

また、中心市街地にある商店街の空き店舗を活用した農産物直売所の経営も新たな顧客の獲得につながり得る連携のひとつであろう。千葉県木更津市の本町商店街では、商店街自らが農家の協力を得て農産物直売所を経営した事例がある。この事例では、農家だけではなく食品加工メーカーにも呼びかけ弁当や惣菜を出荷してもらい商店街の活性化の一翼を担った¹³という。この事例においては、目的は商店街の活性化であったが、農家も食品加工メーカーも新たな販売ルートの獲得につながったものと考えられる。

(4) 飲食店から見た連携の意義

飲食店においては、旬の農林水産物や鮮度や品質の高い地元農林水産物を活用することにより、消費者の安全・安心に対するニーズに応えることができ、メニューの付加価値向上が図られると考えられる¹⁴。さらには、取引を継続することにより地元農家や漁師とのつながりや信頼関係を深めることができ、伝統料理や地元料理に関する情報を得ることも可能となるであろう。地元料理などをヒントにした創作メニューを開発¹⁵し、提供することが、新鮮な地元農林水産物活用に上乗せした価値を生み、リピーターや新規の顧客獲得にもつながる¹⁶と考える。

¹⁰ 鳥巢 前掲、p.35。

¹¹ 後久 前掲、p.28。

¹² 鳥巢 前掲、p.35。

¹³ 鳥巢 前掲、pp.37-38。

¹⁴ 鳥巢 前掲、p.35 及び後久 前掲、p.31。

¹⁵ 鳥巢 前掲、p.35。

¹⁶ 鳥巢 前掲、p.35。

第2章 島根県における取組み事例

第1節 島根県の取組みを参照する理由

地域産業政策を研究課題としている一橋大学大学院商学研究科教授関満博氏は2008年9月に発表した「農商工連携と地域再生一人ひとりが「希望」と「勇気」を抱いていくために」において島根県をフィールドとした理由を次のとおり記している。「2001年春先に、私は島根県庁の訪問を受けることになる。担当者は『島根県はこれまで公共事業主導型でやってきた。もうそういう時代ではない。県としてはこれから独自に産業政策を展開していきたいのだがノウハウがない。指導してくれないか』というのであった。（中略）中山間地域に本格的に取り組むことを考えていた私はターゲットを高知県か島根県と睨んでいた。いずれも人口減少、高齢化に悩む日本の最先端地域に見えた。」¹⁷とある。岩手県においても、1985年から人口減少傾向が始まり、同年より社会増減も転出超過傾向を示している。さらには、2008年時点における年齢構成比率は14歳以下が13.2%、65歳以上が26.3%と、少子高齢化が進んでいる状況を示しており（図表4参照）、同じ悩みを持つ島根県における事例が先行研究として発表されていることから、これを岩手県との比較の対象とすることとした。

図表4 岩手県の人口状況

【岩手県の状況】（「岩手統計白書2009」より）

- 人口
 - 1985年（人口減少傾向の開始年） 1,433,611人
 - 2008年10月1日現在 1,352,388人
- 1999年に自然減（死亡超過）に転ずる
- 年齢構成比率
 - 1985年；0～14歳 21.5%、15～64歳 66.6%、65歳以上 11.9%
 - 2008年；0～14歳 13.2%、15～64歳 60.2%、65歳以上 26.3%
- 社会増減
 - 1985年以降転出超過傾向
 - 2008年；転入者 18,879人、転出者 25,480人

出展：岩手統計白書2009

¹⁷ 関満博（2008）「農商工連携と地域再生一人ひとりが「希望」と「勇気」を抱いていくために」『しんくみ』2008年9月号 全国信用組合中央協会編、p.10。

第2節 島根県における地域資源活用事例

ここで2つの事例を取り上げる。

いずれの事例も、「地域資源の活用や農商工連携が実現されており、さらには産官学連携がうまく機能している」¹⁸ものとして紹介されている¹⁹。それぞれの取り組みが農商工連携のパートナー間での利点にも着目して整理する。

(1) おおち山くじら

島根県美郷町では、農作物を荒らすイノシシを「おおち山くじら」というブランド肉にし、東京の名門ホテルと提携したり、加工販売するなどして町ぐるみで美郷名物として作り上げる活動を行った。

そもそも、イノシシは農家にとっては作物を荒らす害獣であったが、一方で地域の猟友会にとってはハンティングと駆除の一石二鳥の資源でもあった。

従前、美郷町においては、イノシシ被害を受けた農家は、町役場に言えば何とかしてくれる、町からイノシシの囲いワナを設置するための補助金をもらえる、猟友会にしっかり駆除してもらおう、といった依存体質があったという。これに対して、猟友会は駆除のみを目的としておらず、資源としてもイノシシを捉えていたため、両者の思惑は違っており軋轢が生じつつあったという。

町では、これに対応するために、鳥獣行政を担当していた安田亮氏を中心に新たな駆除組織の編成、鳥獣被害の研修会の開催などを通じて住民の横の連携や相互理解を進めていった。これらの活動を通じて、地域ではイノシシを新たな資源として再発見し、産業化に向けた取り組みへと転換が行われた。

「おおち山くじら肉」という地域特産物として販売するにあたっては、大学や研究機関との連携も重要であった。近畿中四国農業研究センターが、美郷町で捕獲されたイノシシ肉の味の高さや肉質の軟らかさをデータとして証明したことから、そのデータを持って行政と農家有志が東京における食フェアなどで積極的にPRし、認知度を高めていった。今では、有名ホテルのシェフが直接美郷町に買い付けに来るほどになったという。

「おおち山くじら肉」の付加価値向上の動きはさらに多くの地域住民に飛び火する。農家婦人たちは加工グループを形成し、イノシシ肉を使った「佃煮」、「鍋の素」、「味噌煮」などの加工食品として地域外へ恒常的に発信する取り組みを始めた。販売ルートとしては、道の駅や温泉施設を活用した。さらに、ネット通販における販路拡大も開拓中とのことである。現在は、イノシシ肉のみならず地元野菜もふんだんに取り入れた弁当の開発など、地域資源にこだわった付加価値向上の動きが進められている様子である。

¹⁸ 松永 前掲 pp.24-33。

¹⁹ 松永 前掲 pp.24-33。関満博・松永桂子（2009）『中山間地域の「自立」と農商工連携—島根県中国山地の現状と課題—』新評論、pp.218-229。

加工に関しては、地元食堂との連携も見過ごすことができない。食堂店主の上田敏文氏はイノシシを活用した料理の指導にあたりるとともに、新たなメニューを開発し、農家婦人の加工グループの活動に影響を与えた。また、そのメニューは町内の小中学校の給食にも登場し、子どもの「食育」にも一役を果たしたと考えられる。更には、自身の経営する食堂でも地元産野菜とともにイノシシ肉を活用したメニューを提供し、地元の名物として定着しているという。

この事例では、地域において資源として見られていなかったイノシシを資源として再発見し、農家・加工グループ・食堂・研究機関・行政の連携の下で一体的な取組みを進めることにより、地域ブランドとして確立させていった。この連携では、農家側は害獣を資源として転化することができたとともに、地元農産物とのセット加工・販売による新たな農産物の消費ルートの獲得といったメリットがあったと思われる。また、地元食堂においては、話題性のある新メニューの提供により顧客の拡大が図られたのではないか。更に加工グループの活動は農家婦人の収入を増加させ、自立や、やりがいを持つことができるといった意味をもつなど、win-win の関係を築き上げることができたものと考ええる。

(2) 桑茶ビジネス

島根県江津市桜江町では、I ターンの一人である古野俊彦氏が中心となり、地域資源を活用したビジネスを起こし、地域活性化の一役を担った取り組みがある。

桜江町は、昭和 40 年頃養蚕業が盛んであったが、その後衰退し、地元住民にとって生い茂る桑木は地域のお荷物であった。これをビジネスにつなげたのが古野氏である。

桑畑所有者から土地を借り受け、有志で任意組合を結成し、桑茶ティーバック加工販売を始めた。販売は、当初、産地直売や通販などを活用し拡大を図っていった。桑茶は、健康食品ブームもあり、大ヒット商品となっていったという。

また、大手食品流通会社とも試験販売契約を締結するなど、更なる販路拡大の活動を進めながら、任意組合から「桜江町桑茶生産組合」へ、そして 2000 年には「農業生産法人 有限会社桜江町桑茶生産組合」へと組織を変更していった。

桑茶の量産化に当たっては、桑の葉と枝を分離するための安価な機械を地元の元理科教員に自作してもらい、桑の効用データについては桜江町（現江津市）職員の協力を得て収集するなど、地元住民や行政の協力も得ながら進められた。

桜江町桑茶生産組合では、耕地の稼働率を上げるため、桑茶だけでなく、はと麦の栽培も進めたり、新製品の開発にも力を入れている。新製品の開発に当たっては、大阪大学との共同研究や奈良県の企業との共同開発など産学との連携した積極的な展開を図っている。

この事例は、一人の I ターン者を中心とする活動により、地域に眠っていた資源をよみがえらせたものといえるだろう。ここでは、桑の生産という「農」の分野、加工販売という「商工」の分野を「桜江町桑茶生産組合」が主として担っており、農業者自らが付加価値向上を行ったことにより農業というビジネスを商工分野も含めた総合的産業に拡大していった事例であると考えられる。

この事例の中で行われた大手食品流通会社との試験販売契約の締結は、桑茶生産組合にとって食品流通会社のもつ販売ルートを活用できるというメリットがあるとともに、食品流通会社にとっても新しく特色のある商品を取り扱うことができ、顧客開拓につながるというメリットがあったものと考えられる。また、奈良県内の企業との共同開発においては、企業側は優良な国産の桑を得ることができるとともに、桑茶生産組合が従前より行ってきた開発の成果を入手し活用することで更なる付加価値の高い製品の開発や販売が可能となるなどのメリットがあるものと考えられる。

第3章 岩手県における現状と課題

第1節 岩手県における農商工連携の事例

岩手県の農商工連携事例としては、2008 年 4 月 4 日に農林水産省と経済産業省が公表した「農商工連携 88 選」に選ばれた協同組合マリンテック釜石の地域の水産加工廃棄物や未利用水産資源を活用した機能性食品原料の開発・販売があげられる。

この事例は、岩手県釜石市における大量の水産加工廃棄物、未利用水産資源の問題解決のために北海道大学大学院との共同研究により生活習慣病予防等に効果があるとされる機能性成分を抽出し製品化したものである。

連携の中核団体である協同組合マリンテック釜石は、地域問題解決のための事業として新たに釜石市内の水産加工業者や唐丹町漁業協同組合と連携を図り、加工残渣と水産物に関する知識を得るとともに、北海道大学大学院水産科学研究室と共同で製造技術や開発商品の研究を進め、友好的な機能性成分の抽出方法を確立し、機能性食品原料を生産している。

この連携により、製品開発・販売を行う協同組合マリンテック釜石は、新製品開発を進めることができ、漁業及び水産加工業者は廃棄物を資源として活用することにより、処理費用の低減が図られたものとする。

この、協同組合マリンテック釜石の事例をはじめ、「農商工連携 88 選」に選定された事業は、農商工関連 2 法が成立する前から農林水産業者と商工業者等が連携して独自に付加価値向上の動きを進めていった先駆的な事例が収集されたものである。農商工連携 88 選審査委員長であり慶應義塾大学理工学部米田教授は「この 88 選は、目指すところのものとい

うより、可能性を予感させる『芽』だと考えていただきたい。農商工連携には、実はもっと大きな可能性があるのです。」²⁰と述べている。

第2節 農商工連携の必要性

岩手県では政策の6本柱の一つとして「日本の食を守る『食料供給基地岩手』の確立」を掲げている。産業別の就業人口を見ると、農林水産業の就業比率（図表5参照）及び県内総生産額（図表6参照）ともに全国より高い比率となっており、岩手県の経済を支える重要な産業となっている。

また、岩手県の2000年度の食料自給率はカロリーベースで105%、全国で5番目に高い状況²¹にあり、豊富な農林水産資源をもつと考えられる。加えて、2007年の岩手県の製造業の事業所数と製造品出荷額を見ると、食品製造業が事業所数で、23.2%、製造品出荷額では12.7%を占めており（図表8参照）、農林水産物を有効活用できる業種が岩手県の製造業の主要な位置を占めていることがわかる。

しかし、農業で得る収入は低いなど、第一次産業の経営状況は安定的ではないと言われている。また、製造業においては、2007年の全国の1事業所あたり付加価値額が4.5億円であるのに比較して、岩手県は3.2億円であることをみると、労働集約的企業や付加価値生産性が低い中小企業が多いことが伺える（図表7参照）²²。したがって、特徴のある商品開発や高付加価値商品の製造を行う環境が十分整っていない可能性がある。

資源そのものの販売のみでは農林水産業者の経営が向上することは難しいが、食品製造業者をはじめとする工業は商業と連携した「農商工連携」により、相互の得意分野を活かし相乗効果を発揮することで販路拡大、所得の向上につなげていく必要がある。また、島根県の桜江町桑茶生産組合の事例においては、雇用が生まれ、企業誘致に匹敵する効果を生んだ²³といわれている。この事例のように農商工連携による新たな商品開発・製造は、新規の雇用の場の創出が期待できることから、岩手県で現在進んでいる人口流出という状況に歯止めをかける手段として有効なものであると考える。

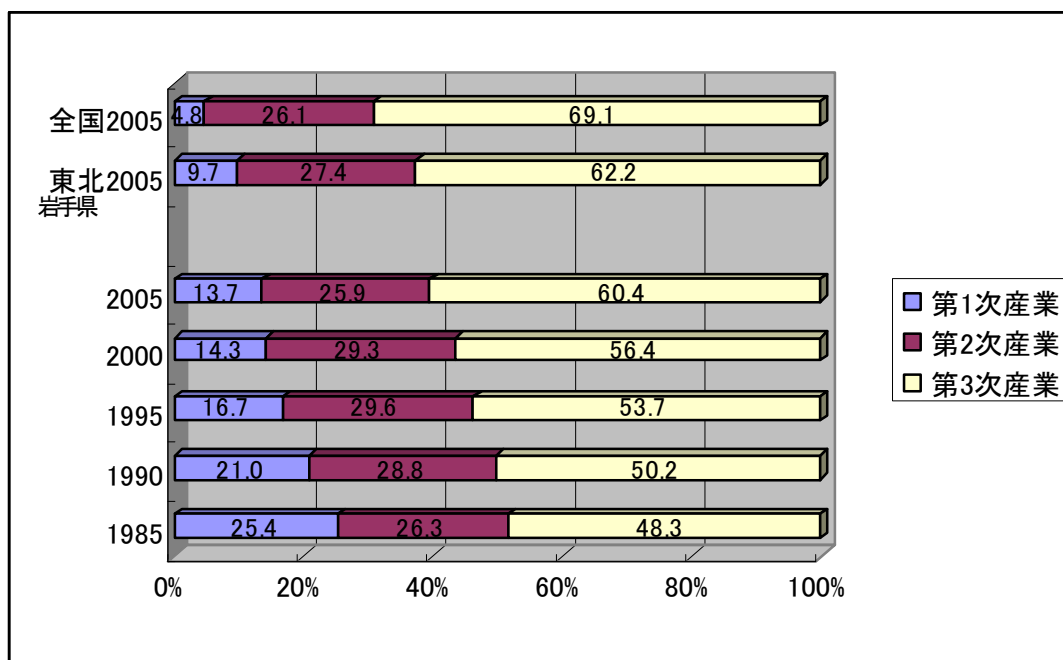
²⁰ （財）日本立地センター常務理事徳増秀博氏が慶應義塾大学理工学部教授米田雅子氏にインタビューを行った内容を掲載（2008）「自立型地域産業を育てる農商工連携―「農商工連携88選」から始まる新たな地域づくり―」『産業立地』2008年9月号 日本立地センター編、p.3。

²¹ 岩手県総合政策部調査統計課（2009）『図説 いわて統計白書 2009～いわてが分かるこの一冊～』、p.104。

²² 東北産業活性化センター編（2009）『農商工連携のビジネスモデル』日本地域社会研究所、p.20では、東北の製造業での付加価値額が全国に比較して低い状況であることが紹介されており、この内容を参考に、岩手県における付加価値額の状況を分析した。

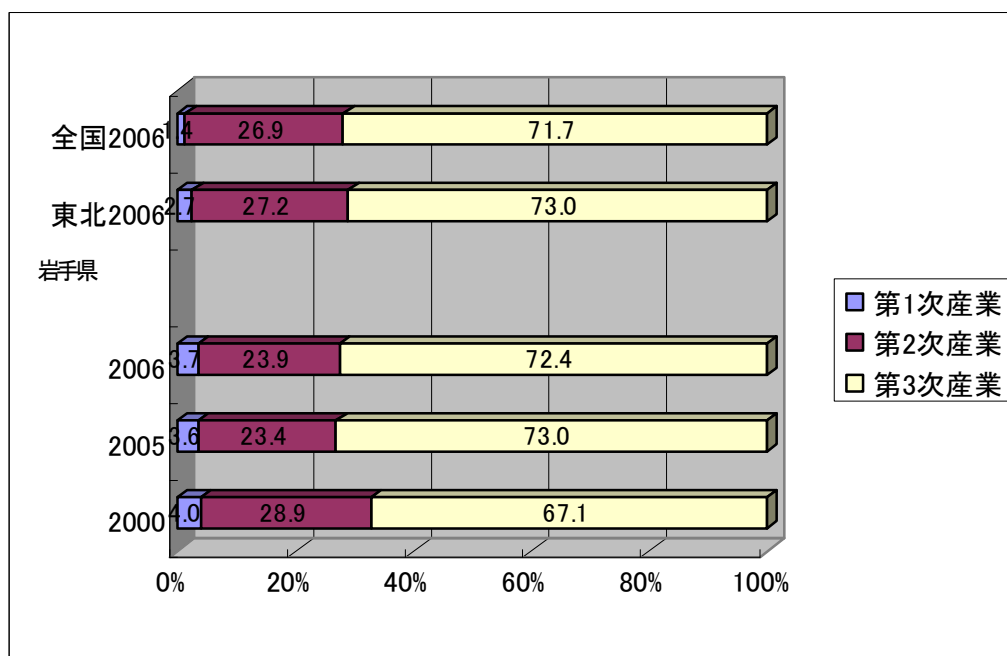
²³ 関 前掲脚注19、p.240。

図表 5 第1次～第3次産業別就業者割合の推移（岩手県）



出典：いわて統計白書 2009。東北については、「農商工連携のビジネスモデル」²⁴より

図表 6 県内総生産（名目）の産業別構成比の推移（岩手県）



出典：いわて統計白書 2009。東北については、「農商工連携のビジネスモデル」²⁵より

²⁴ 東北産業活性化センター 前掲、p.15、図表 1-5。

²⁵ 東北産業活性化センター 前掲、p.16、図表 1-6。

図表 7 製造業における事業所数・従業員数・製造品出荷額等

(1) 製造業全体

区分	事業所数			従業者数 (人)	製造品 出荷額等 (億円)	粗付加 価値額 (B) (億円)	1 事業所当り 付加価値額 (B) / (A) (億円)
	(A)	うち、従業者数					
		30 人 ～299 人	300 人 以上				
全国	258, 232	44, 125	3, 557	8, 518, 545	3, 367, 566	1, 171, 542	4. 5
東北	18, 324	4, 191	307	686, 031	188, 844	69, 731	3. 8
岩手	2, 678	679	42	102, 805	26, 335	8, 468	3. 2

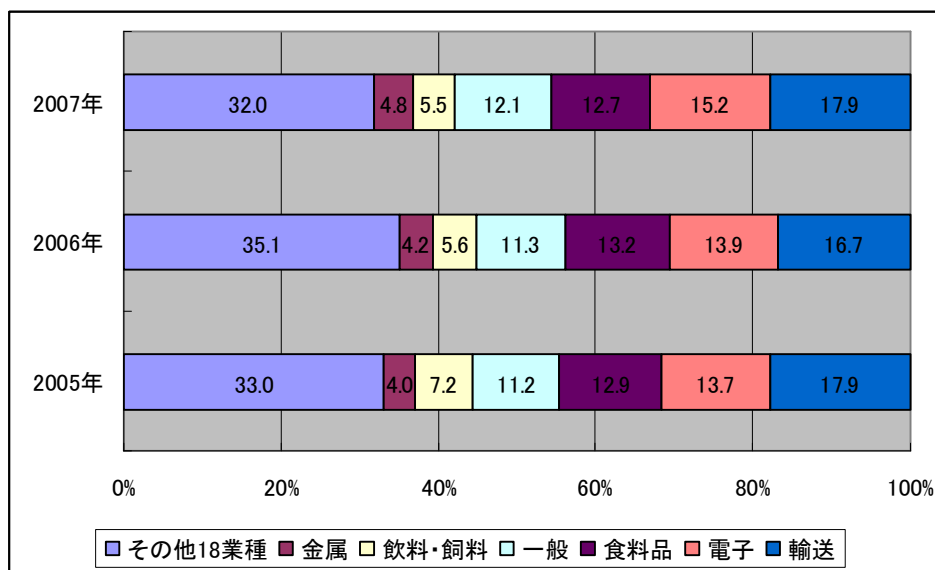
(2) 食料品製造業

区分	事業所数			従業者数 (人)	製造品 出荷額等 (億円)	粗付加 価値額 (B) (億円)	1 事業所当り 付加価値額 (B)／(A) (億円)
	(A)	うち、従業者数					
		30 人 ～299 人	300 人 以上				
全国	32,508	6,861	504	1,135,051	241,964	92,360	2.8
東北	3,564	735	42	110,088	18,904	6,547	1.8
岩手	621	157	6	21,385	3,331	1,060	1.7

出典：経済産業省「平成 19 年工業統計表」より。

1 事業所当り付加価値額は千円が付記。

図表 8 産業中分類別製造品出荷額等構成比の推移（岩手県）



出典：岩手県「2007 年工業統計調査報告書（概要）」

第3節 支援体制の現状と課題

農商工関連 2 法の成立により、国においては中小企業者の有する商品開発技術や販売開拓のノウハウと、農林漁業者の有する安全・安心で高品質な農林水産物を連携することにより、新たな高付加価値商品の開発・販売を通じて経営の向上を目指す施策を構築している。その支援は、認定を受けた事業計画に対しては事業資金の貸付や税制の優遇支援を行うものである。加えて、農商工連携に関する相談窓口として独立行政法人中小企業基盤整備機構に地域活性化支援事務局を設置するとともに、商工会連合会や商工会議所などが各地域における「地域力連携拠点」として相談を受付ける体制を準備しているところである。

国では、農商工連携により地域において新事業を創出することが地域の活性につながることを期待し、前述の支援を構築し、5年間で500件の新事業創出を目指そうとしているところである²⁶。

岩手県では、商工労働観光部において起業・創業や新たな事業に取り組む中小企業の新事業展開などに対する取り組み支援施策として、2008年1月に「いわて希望ファンド」を組成し、支援対象企業の発掘や取組み指導・支援を行っている。加えて、農商工関連 2 法の成立により、農林漁業者と中小企業者の連携という枠組みに対応するための支援策として2009年3月に財団法人いわて産業振興センターを管理者とする「いわて農商工連携ファンド」を創設した。

これらのファンドは、新商品開発や販路開拓に向けた支援施策として構築されたものであることから、農林水産業者と中小企業者のマッチングに対する支援は想定されていないものであった。そこで、農林水産部がアドバイザーとして既に組織している「食のプロフェッショナルチーム」と商工労働観光部の「産業創造アドバイザー」をコーディネーターとして、相談会を開催するなどの岩手県独自のマッチング支援を計画しているところである。

しかし、県において農林水産業者と中小企業者を担当する部が異なることから、「縦割り行政」と言われることのないよう、それぞれに届いた相談に対していかに円滑に両部が協力し、速やかに支援する体制を構築することが必要であると考ええる。

また、島根県の事例で見ると、キーマンとして地域で活動する行政職員は、基礎自治体である市町村職員である。地域住民にとって一番身近な市町村職員が活躍できるようなサポート体制の構築（※広域的な連携が必要な場合において、市町村職員と協力した支援体制。ビジネスプラン作成の際の金融機関や研究機関とを円滑につなぐパイプ役。）や、行政職員に限らず地域活動の核となる人材育成等の支援も県に求められていることではないだろうか。

²⁶ 中小企業庁経営支援部新事業促進課 課長補佐 阿部康幸（2008）「農商工連携を考える～農商工連携促進法の概要と活用のポイント～」『中小企業と組合』2008年8月号 中小企業情報化促進協会編、p.4。

第4章 まとめ

地域資源の活用による連携施策は、2008年に成立した農商工関連2法により始まったものではない。中小企業政策における2005年に成立した中小企業新事業活動促進法により異業種間の連携施策が「新連携」として定義づけられ、2007年に成立した中小企業地域資源活用促進法による「地域資源活用」と、ほぼ同じものと考えられる。また、農業政策においては「食農連携」や「食料産業クラスター」等の連携と重なるものであると考えられる²⁷。

従来の分野別の連携施策とは異なり、今回の農商工関連2法が意義あるものとする理由は、省庁横断的であり、分野の壁を超えて取り組まれる点にある。岩手県においてもこの取り組みを積極的に支援するためには、少なくとも組織的な部の隔たりを埋めることが重要であるとする。

また、地域においても農業者と商工業者の隔たりを埋めるためのキーマンとなる人材（地域の誰がそれを行うか）が必要となると考える。

今後、島根県における事例の更なる把握及び岩手県の現状における取り組みの方向性に対する追跡を行うことにより、「隔たり」を埋めるための施策を検討して参りたい。

²⁷ 室屋有宏（2008）『『農商工連携』をどうとらえるか―地域の活性化と自立に活かす視点―』『農林金融』2008年12月号 農林中央金庫編、pp.5-7。